



Analyzing Gaps Rela–ted to Higher Education in Iran's Tourism Industry

**Faeze Sadat
Mirfakhraddini*** 

Assistant Professor, Faculty of Tourism
Management, Faculty of Economics, Management
and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran

Abstract

In Iran, public and non-governmental universities and independent educational institutions offer academic and professional study programs in tourism from associate to doctoral level. Most people emphasize that the program's content matches the needs of the tourism industry. In this regard, the purpose of this study is to investigate the needs of the tourism labor market in Iran and analyze the gap in the quality of higher education from the point of view of tourism stakeholders in the government, non-government, and private sectors. Reviewing the background of the research and surveying the experts and industry experts as the method of data collection, the data using the importance-performance matrix, analysis, and gaps have been identified and categorized, and suggestions for improving their situation have been presented. The results show that the cooperation between higher education institutions and the tourism sector is

* Corresponding Author: mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir

How to Cite: Mirfakhraddini, F. S. (2025). Analyzing Gaps related to Higher Education in Iran's Tourism Industry. *Tourism Management Studies*, 20 (69), 129 - 168. doi: [10.22054/tms.2024.79500.2933](https://doi.org/10.22054/tms.2024.79500.2933)

insufficient. At the same time, the education sector partially responds to the needs of the industry, and a performance gap is observed in most of the identified criteria. The industry stakeholders suggest strengthening the students' skills in sales, collaboration and networking, and creative experience design. Educators in this field should also cooperate more closely with the tourism industry sector to actively find needs, revise study methods, and use a more practical approach.

Keywords: Human Resource Improvement, Human Resources Training Planning, Skill Gap, Higher Education, Tourism Labor Market, Importance-Performance Analysis (IPA).

Introduction

As one of the pillars of human resources development, knowledge and job skills are considered one of the main links in the functioning of the tourism system and are an important factor in attracting tourists' satisfaction and, consequently, the stability of the flow of tourism to the destination. Therefore, human resources management will be critical due to the importance of human resources in this industry (Ziaei et al., 2013). Part of the problems of Iran's tourism industry in achieving a suitable position in this field is due to the lack of coordination between the skills taught to the human force and the needs of the labor market, which in practice affects the development of the product and market, infrastructure and capital. Placement is effective. In education, especially theoretical education, the role of universities and institutions engaged in training human resources to achieve the strategic goals of human resources is more prominent than in other sectors. In other words, higher education universities are society's scientific and intellectual command towers (Sorkhabi Dozi, 2012). The higher education system is a purposeful phenomenon with two quantitative and qualitative dimensions. Its balanced and balanced growth should be parallel in both dimensions. The quantitative growth

of higher education, regardless of the quality of issues such as dropping out, changing majors, adding or the lack of labor supply to the market, leads to the lack of opportunities for creativity and, ultimately, the waste of financial and human resources (Mohammadi et al., 2014).

Methods

Data was collected by examining the background of research and surveying experts and experts in the tourism industry, and then skill gaps were identified. Moreover, the gaps were analyzed and categorized using the importance-performance matrix, and suggestions were made to improve their situation.

Results

During the review of scientific sources and then polling of experts, it was found that among the 29 criteria identified, the performance level of 27 criteria was lower than their importance. The results show that the cooperation between higher education institutions and the tourism sector is insufficient. At the same time, the education sector partially responds to the needs of the industry, and a performance gap is observed in most of the identified criteria.

Conclusion

The results of the analysis of the findings of this research show that from the point of view of research experts, the priority for corrective action to reduce the performance gap is related to the "product development" dimension. If universities and higher education centers in tourism focus on transferring quality management skills, designing experiences for tourists, and the main topics of marketing, surely the students in this field will enter the job market with more knowledge about these topics. They will be. The competence and skills the tourism market needs are related to human resources management and

communication issues. Therefore, it is expected that there will be more management and communication courses at the undergraduate level. At the postgraduate level, the education will change from purely theoretical to combining theory with practice and holding meetings with entrepreneurs and successful activists in this industry. University experts stated that, in addition to students' interest, the attractiveness of being in the labor market compared to university courses has caused students to underestimate the importance of courses, and most of them tend to enter the labor market from the very first years of entering the university. This action weakens the theoretical base of industry workers. Of course, it is necessary to pay attention to the fact that improving the supply of education does not require fundamental changes in the study content but requires changing the study methods, the effectiveness of existing methods, and the introduction of new educational methods, and a practical approach should be increasingly included in study programs. It should be integrated, and the internship approach should be revised.

Funding

There is no funding support

Authors' contribution

Research is the effort of the researcher.

Conflict of interest

The authors declared no conflict of interest

Acknowledgments

The researcher hereby considers it necessary to sincerely thank all the participants who have accompanied and assisted in conducting this research.

تحلیل شکاف‌های مرتبط به آموزش عالی در صنعت گردشگری ایران

استادیار دانشکده مدیریت گردشگری، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری
دانشگاه یزد، یزد، ایران

فائزه السادات

میرفخرالدینی * 

چکیده

در ایران، دانشگاه‌های دولتی، دانشگاه‌های غیردولتی و مؤسسات آموزشی مستقل، برنامه‌های تحصیلی آکادمیک و حرفه‌ای در گردشگری را از سطح کاردانی تا دکتری ارائه می‌دهند. اغلب افراد تأکید می‌کنند که محتوای برنامه با نیازهای صنعت گردشگری مطابقت دارد. در این راستا، هدف این مطالعه بررسی نیازهای بازار کار گردشگری در ایران و تجزیه و تحلیل شکاف کیفیت آموزش عالی از دیدگاه ذی‌نفعان گردشگری در بخش‌های دولتی، غیردولتی و خصوصی است تا از این طریق بتوان برنامه‌ریزی مناسبی برای بخش آموزش در این حوزه و بهسازی نیروی انسانی آن، انجام داد. بررسی پیشینه تحقیق و نظرسنجی از متخصصان و خبرگان صنعت به عنوان روش گردآوری داده‌ها انتخاب و داده‌ها با استفاده از ماتریس اهمیت - عملکرد، تحلیل شد و شکاف‌ها شناسایی، دسته‌بندی و پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت آن‌ها ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که همکاری بین مؤسسات آموزش عالی و بخش گردشگری ناکافی است؛ در عین حال، بخش آموزش تا حدی به نیازهای صنعت پاسخ می‌دهد و شکاف عملکردی در اکثر معیارهای شناسایی شده مشاهده می‌شود. ذی‌نفعان صنعت مواردی نظیر تقویت مهارت‌های دانش‌آموختگان در فروش، همکاری و شبکه‌سازی و طراحی تجربه خلاق را پیشنهاد می‌کنند. مدرسان این حوزه نیز باید با بخش صنعت گردشگری همکاری نزدیک‌تری داشته باشند تا به‌طور فعال نیازها را بیابند، محتوای آموزشی را بازنگری کرده و از رویکرد عملی‌تر استفاده کنند.

کلیدواژه‌ها: بهسازی نیروی انسانی، آموزش نیروی انسانی، شکاف مهارتی، آموزش عالی، بازار کار گردشگری، تحلیل اهمیت - عملکرد.

مقدمه

صنعت گردشگری، شاهد پیشرفت چشمگیری در زمینه آموزش عالی در حوزه گردشگری بوده است که به عنوان یکی از راهکارهای اساسی برای ارتقای سرمایه انسانی شناخته می شود. لادکین و همکاران (۲۰۲۳) بر اهمیت آموزش نیروی انسانی در زمینه فعالیت های گردشگری و توسعه مهارت های آن ها در سطوح عالی و دانشگاهی تأکید دارند. بدون شک، تجربه و دانش منابع انسانی تأثیر قابل توجهی بر عملکرد حرفه ای آن ها دارد و نیروی انسانی متخصص و ماهر، کلید توسعه مقاصد و محصولات گردشگری است. رشته های دانشگاهی و علمی مرتبط با گردشگری و صنایع وابسته از جمله هتلداری به سرعت در حال رشد هستند و در سطح بین الملل از اهمیت بالایی برخوردار شده اند. با این وجود، تغییرات مداوم در خوشه های صنعتی و رشته های مختلف، چالش هایی را برای برآورده کردن انتظارات کارفرمایان از فارغ التحصیلان ایجاد کرده است. شکاف مهارتی و عدم تطابق بین عرضه بازار کار و تقاضای کارفرمایان، مسئله ای است که توجه مطالعات دانشگاهی و بخش های اقتصادی را به خود جلب کرده است (Cinque, 2016).

به طور خلاصه، آموزش عالی در حوزه گردشگری نقشی کلیدی در توسعه صنعت گردشگری ایفا می کند و پرورش نیروی انسانی متخصص و ماهر، تأثیر قابل توجهی بر موفقیت مقاصد و محصولات گردشگری دارد. با این وجود، تطبیق برنامه های آموزشی با نیازهای صنعت و برآورده کردن انتظارات کارفرمایان، چالش هایی هستند که باید به طور مداوم مورد توجه قرار گیرند.

چالش مدرسان گردشگری در درک و برآوردن نیازهای این صنعت، به ویژه با وجود شکاف عمیق مهارتی در مقایسه با سایر بخش ها، امری پیچیده است. این مسئله را می توان در عدم رضایت متقابل بازار کار و دانشگاه ها مشاهده کرد، جایی که رگولادو و بایاردو (۲۰۱۲) به آن اشاره می کنند. بررسی های انجام شده در اسپانیا نیز این مشکل را تأیید می کنند، به طوری که لیلو و کاسادو (۲۰۱۵) نشان دادند فارغ التحصیلان رشته گردشگری آمار بالاتری از بیکاری در مقایسه با سایر رشته ها دارند (Wang et al., 2023). یک توافق جمعی قوی وجود دارد که ذی نفعان آموزش گردشگری باید با یکدیگر همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که دانشجویان، آموزش مؤثری دریافت می نمایند. این امر،

تأکیدی است بر گزارش‌ها و مطالعات متعددی که بر اهمیت همکاری بین صنعت گردشگری و مؤسسات آموزش عالی تأکید دارند. حتی سیستم‌های آموزشی مستقر نیز با چالش‌هایی در این زمینه مواجه هستند که نشان‌دهنده پیچیدگی این مسئله است (Regalado & Montoya, 2012).

صنعت گردشگری ایران برای دستیابی به جایگاه برتر، نیازمند برنامه‌ریزی آموزشی دقیق و به‌روز است. مهارت و دانش شغلی نیروی کار، تأثیر قابل توجهی بر تجربه گردشگران و در نهایت، ثبات جریان گردشگری دارد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۱). لذا با توجه به اهمیت نیروی انسانی در این صنعت، مدیریت منابع انسانی از اهمیت بسزایی برخوردار خواهد بود. بخشی از مشکلات صنعت گردشگری ایران در دستیابی به جایگاه مناسب در این عرصه، به عدم هماهنگی بین مهارت‌های آموزش داده شده به نیروی انسانی و نیاز بازار کار، باز می‌گردد که در عمل بر توسعه محصول و بازار، زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری مؤثر است. در زمینه آموزش به‌ویژه آموزش نظری نقش دانشگاه‌ها و مؤسساتی که به آموزش و تربیت نیروی انسانی مشغول هستند برای دستیابی به اهداف استراتژیک، منابع انسانی برجسته‌تر از دیگر بخش‌ها است؛ به بیان دیگر، دانشگاه‌ها در نظام آموزش عالی، برج فرماندهی علمی و فکری جامعه هستند (یمینی‌دوزی، ۱۳۸۹). نظام آموزش عالی به‌عنوان پدیده‌ای هدفمند دارای دو بُعد کمی و کیفی است که رشد متعادل و موزون آن نیز باید در هر دو بُعد به موازات یکدیگر باشد و رشد کمی آموزش عالی بدون توجه به کیفیت مسائلی مانند ترک تحصیل، تغییر رشته، اضافه یا کمبود عرضه نیروی کار به بازار، نبود فرصت خلاقیت و در نهایت، اتلاف منابع مالی و انسانی را به‌همراه دارد (Wang et al., 2023).

در واقع صنعت گردشگری ایران نیازمند برنامه‌ریزی آموزشی دقیق و مناسب است. برنامه‌ریزی صحیح آموزشی در یک رشته فعالیت تخصصی، نه‌تنها آسیب‌پذیری آن را در صنعت کاهش می‌دهد، بلکه نیل به اهداف کارکنان و سازمان را نیز تضمین خواهد نمود (Hung et al., 2024). در این راستا، یکی از راهکارهای پیشروی صنعت گردشگری برای تحقق اهداف همه‌ذی‌نفعانش، توجه جدی به برنامه‌ریزی در موضوع آموزش مهارت‌های مورد نیاز بازار کار آن است.

لازم به ذکر است که پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته در دهه‌های اخیر در مورد آموزش در صنعت گردشگری به اندازه‌ای بوده است که با اطمینان می‌توان گفت تمام مسائل در این حوزه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند اما تاکنون در ایران پژوهشی با هدف بررسی شکاف بین مهارت‌های آموزش داده شده به فارغ‌التحصیلان گردشگری و نیاز واقعی بازار، انجام نشده است و هدف از این مطالعه، بررسی نیازهای بازار کار گردشگری در ایران و تجزیه و تحلیل شکاف کیفیت آموزش عالی از دیدگاه ذی‌نفعان بخش گردشگری است تا بتوان برنامه‌ریزی مناسبی برای آموزش کارکنان این حوزه انجام داد و به بهسازی توانایی مهارت‌های آن‌ها کمک نمود. ما در این مقاله به دنبال پاسخ به این دو سوال هستیم که: (۱) آیا بین برنامه‌های تحصیلی آموزش عالی با نیازهای بخش گردشگری در ایران مطابقت وجود دارد یا خیر؟ و (۲) در صورت وجود شکاف در این حوزه، چگونه می‌توان شکاف‌ها را براساس دو معیار اهمیت- عملکرد دسته‌بندی نمود؟

ادبیات تحقیق

آموزش عالی در صنعت گردشگری

آموزش در حوزه گردشگری، ابتدا به روش مختلفی برای تأمین نیازهای صنعت مهمان‌نوازی ارائه می‌شد، از جمله آموزش مدیریت اقامتگاه، خدمات نوشیدنی و غذا. این حوزه توسعه یافته و در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ با افزایش سفرهای مرتبط با بهبود اقتصادی، سیاسی و اجتماعی پس از جنگ جهانی دوم، به سرعت رشد کرد. آموزش گردشگری اکنون شامل زمینه‌های گسترده‌تری از جمله مدیریت سفر، مدیریت مقصد و مهمان‌نوازی است (Hyasat, 2022). هیاست معتقد است تأمین نیروی انسانی ماهر و آموزش داده شده توسط فرآیند آموزش عالی گردشگری باید با نیازهای صنعت همخوانی داشته باشد. در واقع، رقابت در عصر مدرن، سازمان‌های تجاری را برمی‌انگیزد تا مزیت رقابتی به دست آورند که عمدتاً از منابع داخلی آن‌ها منشأ می‌گیرد. شن و همکارانش در سال ۲۰۱۵ بیان کردند که «صنعت گردشگری یک صنعت خدماتی پرکار می‌باشد که به در دسترس بودن کارکنان واجد شرایط برای تولید، اجرا و نگهداری محصولات گردشگری وابسته است» (Daniel, et al., 2017). موفقیت فرآیند آموزش عالی یکی از مقدمات مزیت‌های

رقابتی صنعت گردشگری است. در این راستا، برنامه درسی باید به طور مستمر مطابق با آموزش رسمی، طراحی و برنامه ریزی شود. برنامه درسی گردشگری به تولید منابع انسانی اشاره دارد که گردشگری را به صورت مفهومی و عملی درک کنند؛ بنابراین، تأمین نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده می تواند به توسعه و رشد صنعت گردشگری کمک کند (Yusoff et al., 2020).

مطالعات مختلف نشان داده اند که دانش، مهارت ها و نگرش های منابع انسانی کمک زیادی به توسعه و پیشرفت گردشگری در جوامع می کنند و بدون شک نیروی انسانی گردشگری، بسیاری از این دانش و نگرش را در برنامه های آموزشی خود در دانشگاه ها به دست می آورند. در این سطح، رابطه بین برنامه درسی آموزش گردشگری ارتباط تنگاتنگی با عملکرد فارغ التحصیلان گردشگری پیدا می کند و تأثیر زیادی بر بهبود کیفیت گردشگری در آینده خواهد داشت (Budhi Septyandi & Adiwarna, 2023).

مهارت ها و دانش در صنعت گردشگری

گزارش کمیسیون اروپا در سال ۲۰۱۵، مهارت را به عنوان به کارگیری دانش برای انجام وظایف و حل مسائل تعریف می کند. یوسف و همکارانش (۲۰۲۰) این مفهوم را در صنعت گردشگری بسط داده اند. آن ها معتقدند که مهارت های صنعت گردشگری به معنای توانایی فارغ التحصیلان در به کارگیری دانش تئوری در محیط کار واقعی و مواجهه با چالش ها و مسائل این حوزه است (Yusoff et al., 2020).

بودهی و آدیوارنا (۲۰۲۳) معتقدند که صنعت گردشگری به مهارت های عملی و عمومی قابل انتقال، از جمله سواد رایانه، مدیریت منابع انسانی، حسابداری مدیریتی و مدیریت کیفیت خدمات، نیاز دارد. مایاکا و آکاما (۲۰۱۵) با دیدگاهی فلسفی، استدلال می کنند که مهارت های گردشگری مفهومی ثابت نیستند که در یک برنامه مطالعاتی قابل دستیابی باشند، بلکه برقراری تعادل بین مهارت ها و دانش مورد نیاز با نتایج متنوع و متخصصان گردشگری است. علاوه بر این، این تعادل تنها در چارچوب کاربرد آن تفسیر می شود (Mayaka & Akama, 2015).

صنعت گردشگری به دانش و مهارت‌های پویایی نیاز دارد که با آموزش در چهار حوزه اصلی برای فارغ‌التحصیلان این حوزه پوشش داده می‌شود. این چهار مهارت کلیدی شامل توانایی برقراری ارتباط در مقصد گردشگری، آگاهی از سیاست‌ها و اخلاقیات، مهارت‌های تجاری- عاطفی و بهبود در مدیریت منابع انسانی می‌باشد (Jaber & Marzuki, 2019). با توجه به جهانی شدن سریع و تغییرات مداوم، دانشجویانی که وارد این حوزه می‌شوند باید مجهز به درک و مهارت‌های متنوعی برای موفقیت در زندگی حرفه‌ای خود باشند (Mungai et al., 2021).

استراتژی‌های ارتباطی بین مؤسسات آموزشی و صنعت گردشگری اغلب فاقد تمرکز، تعهد و منابع کافی هستند. ارتباط بین ارائه‌دهندگان آموزش (مؤسسات آموزشی) و کاربران نهایی (دانشجویان و صنعت) باید تقویت شود. مدرسان باید پیوندهای خود را با صنعت، جامعه و دولت محکم‌تر کنند، چرا که این تعامل متقابل می‌تواند منافع بیشماری برای همه ذی‌نفعان به همراه داشته باشد (Budhi Septyandi & Adiwarna, 2023). (Prawira, 2023).

شکاف بین نیاز بازار گردشگری و آموزش

عدم تطابق بازار کار به عنوان «شکاف بین ویژگی‌های تقاضای نیروی کار و عرضه نیروی کار» تعریف می‌شود. شکاف‌ها می‌توانند در سطوح مختلف شامل مناطق، بخش‌های فعالیت، مهارت‌ها و غیره رخ دهند (Mungai, et al., 2021). موضوعات درسی در گردشگری، کمبود همکاری بین مدرسان گردشگری و سایر ذی‌نفعان، بخشی از دلایل ایجاد شکاف مهارتی است. گسترش و توسعه برنامه‌های گردشگری در سراسر جهان وجود داشته است. در ابتدا، برنامه‌های گردشگری در چارچوب توسعه عمومی آموزش حرفه‌ای توسعه یافتند و این موضوع کلیدی زیربنای نتایج آموزشی در اروپا در طول ۵۰ سال گذشته بوده است (Hyasat, 2022). یوسف و همکارانش (۲۰۲۰) اشاره کردند که آموزش گردشگری سه مرحله توسعه را پشت سر گذاشته است: مرحله صنعتی با جهت‌گیری قوی تجاری، مرحله پراکنده شامل بحث‌ها و عدم اطمینان در مورد محتوای برنامه درسی و همچنین، گسترش بسیاری از برنامه‌های مهمان‌نوازی و گردشگری (Yusoff et

(al.,2020). آخرین مرحله، مرحله معیار (دهه ۲۰۰۰) نامیده شد که با محتوای گسترده‌تر در برنامه‌های مهمان‌نوازی و گردشگری در سطح ارائه مدرک مشخص می‌شود (Jaber & Marzuki,2019).

نکته قابل توجه این است که گسترش آموزش گردشگری، بحث و مقایسه در مورد ارتباط بین صنعت گردشگری و آموزش گردشگری را افزایش داده است. به گفته استوارت (۲۰۰۲)، روند نوظهور در آکادمی مهمان‌نوازی و گردشگری این است که محققان از این صنعت فاصله می‌گیرند. موضوع قابل توجه بعدی در چارچوب گردشگری، فقدان تجربه صنعت است (Hsu et al.,2017). کیم و جئونگ (۲۰۱۸)، نیاز به تجربه صنعت را ذکر کردند و ادعا کردند که از طریق دوره‌های کارآموزی که بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های مهمان‌نوازی و گردشگری است، دانشجویان گزینه‌های شغلی خود را کشف می‌کنند و دانش و مهارت‌هایشان را افزایش می‌دهند. شایان ذکر است که دانشجویان به دنبال پیوندهایی بین نظریه‌های دانشگاهی و کاربرد عملی آن‌ها در نیروی کار هستند (Kim & Jeong, 2018).

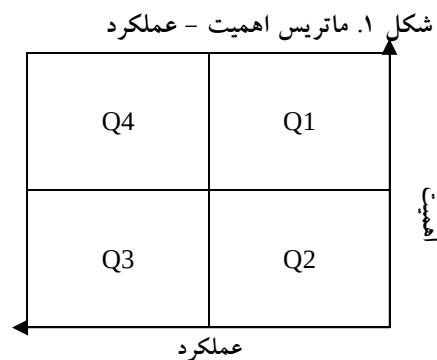
یکی دیگر از مسائل مشهود در سال‌های اخیر، مشارکت کم صنعت و جامعه در طراحی و برنامه‌ریزی آموزشی است (Hsu et al.,2017). واضح است که ارتباط ناکافی بین صنعت و ذی‌نفعان جامعه منجر به مسائل مختلفی در حوزه گردشگری شده است. کیم و جئونگ (۲۰۱۸) معتقدند که خدمات مهمان‌نوازی و گردشگری مبتنی بر کار مشترک و ارتباطات مداوم است. این موضوع برای تجربه صنعتی مانند کارآموزی مهم است. به طور خاص، ادغام دوره‌های کارآموزی و موفقیت‌آمیز کردن آن‌ها نیازمند همکاری بین ذی‌نفعان، دانشجویان و مدرسان است (Kim & Jeong, 2018). ملیحا و سريتورین معتقدند که «ارتباطات نزدیک‌تر بین ذی‌نفعان و مؤسسات آموزشی گامی به‌سوی حرفه‌ای شدن کل بخش و بهبود پایگاه دانش و قابلیت‌های نوآورانه و اقتصادی است و حیاتی‌ترین موضوع توسعه گردشگری، حصول اطمینان از تطابق بین آموزش و صنعت گردشگری است» (Hyasat,2022).

لازم به ذکر است در ایران نیز مؤسسات آموزش عالی، برنامه‌های تحصیلی و حرفه‌ای در زمینه گردشگری را از سطح کارشناسی تا دکتری ارائه می‌دهند اما به نظر می‌رسد

شکاف قابل توجهی بین آنچه مؤسسات آموزشی به عنوان آموزش گردشگری در سطح مدیریت ارائه می دهند و نیازهای صنعت گردشگری در جامعه، وجود داشته باشد. به گفته دانیل و همکارانش (۲۰۱۷)، تلاش ها برای از بین بردن شکاف بین انتظارات صنعت و مطالعات دانشگاهی باید ادامه داشته باشد.

ماتریس اهمیت عملکرد

مارتیلا و جیمز^۱ نخستین بار در سال ۱۹۷۷ روش تجزیه و تحلیل اهمیت - عملکرد را برای تحلیل عملکرد صنعت خودرو به کار گرفتند. اما امروزه، اهمیت تحلیل - عملکرد به یک ابزار مدیریتی معروف تبدیل شده است و به صورت گسترده ای برای مشخص کردن نقاط ضعف و قوت شناسه تجاری، محصولات، خدمات و اولویت های فرصت بندی در بهبود صنایع مختلف مورد استفاده قرار می گیرد (Raymond & Choi, 2020). این مدل از دو جزء اصلی اهمیت و عملکرد تشکیل شده است. ترکیب این دو جزء، ماتریسی با چهار خانه را تشکیل می دهد. شکل ۱، ساختار یک ماتریس اهمیت - عملکرد را نشان می دهد.



مفهوم هر یک از چهار ناحیه این ماتریس به شرح زیر است:

ربع اول (ناحیه بحرانی است، عواملی که در این ربع قرار می گیرند باید در اولین فرصت بهبود پیدا کنند و در اولویت بالایی قرار دارند. ربع دوم) عوامل این ربع، اهمیت و اولویت چندانی ندارند و نیاز به اصلاح فوری در مورد آنها نیست. ربع سوم) ناحیه قابل

1. Martilla and James

کاهش می‌باشد؛ بیانگر نقاط قوت غیرمهم است و بهتر است منابع صرف شده برای آن‌ها، به عوامل دیگری اختصاص داده شود. ربع چهارم) عواملی که در این ربع (وضعیت عالی) قرار می‌گیرند، عواملی اساسی و کلیدی می‌باشند که باید حفظ شوند (Wong et al., 2011).

پیشینه تحقیق

معمولا پژوهش‌ها و مطالعات انجام شده در حوزه این موضوع، فهرستی از دانش، مهارت و شایستگی‌های مورد نیاز بازار کار را لیست کرده و آن‌ها را به روش‌های مختلف دسته‌بندی نموده‌اند (مانند Cinque, 2016 ; Wilks & Hemsworth, 2012 ; Mekinc et al., 2023). اما به طور کلی بر این اصل اتفاق نظر وجود دارد که در گذشته، تمرکز قوی‌تری بر مهارت‌های مبتنی بر تقاضا بود، در حالی که امروزه روندی به شرح زیر جریان دارد. ویژگی‌های فارغ‌التحصیلان، شامل مهارت‌های قابل انتقال و ویژگی‌های شخص‌محور است که در ارتباط با دانش، شایستگی‌ها و مهارت‌های موضوعی خاص توسعه می‌یابند (Kimeto, 2023). نویسندگانی همچون ویلکز و همزورث (۲۰۱۱)، تسیسکاریا و همکاران (۲۰۱۷)، سینکو (۲۰۱۶) و استیسی (۲۰۱۵) نیز در مورد اهمیت افزایش مهارت‌های نرم برای اطمینان از عملکرد شغلی و مؤثر در گردشگری، مطالعاتی انجام داده‌اند. دیمیان و همکارانش در سال ۲۰۱۷ پژوهشی در خصوص عدم تطابق در بازار کار گردشگری انجام داده و به این نتیجه رسیدند که شکاف بین ویژگی‌های تقاضای نیروی کار و عرضه نیروی کار در بخش مهارت‌ها و شایستگی‌های نیروی کار گردشگری، وجود دارد. اما آن‌ها در بررسی خود، علت وجود این شکاف‌های مهارتی را توضیح نمی‌دهند (Dimian et al., 2017). ویلیامز و همکارانش (۲۰۱۲) نشان می‌دهند که کارکنان نیز می‌توانند انگیزه‌ای برای یادگیری نداشته باشند؛ در این صورت، حتی اگر آموزش در سطح عالی ارائه شود، بهبود عملکرد رضایت‌بخش نخواهد بود.

احمد (۲۰۱۵) در مورد تمرکز فعلی و اینکه روند برنامه‌های مطالعاتی گردشگری و مهمان‌نوازی بیش از حد مکانیکی است و رفتار کارآفرینانه را ترویج یا تشویق نمی‌کند، مطالبی را بیان می‌کند. لورنکو و همکارش (۲۰۱۱) بر نیاز به بازنگری در رویکردهای

آموزشی مورد استفاده در کلاس‌ها به منظور ارتقای توسعه مهارت‌های غیرشناختی مانند فعال بودن، خلاقیت و رهبری همراه با توسعه ویژگی‌ها، تکنیک‌ها و تجربیات برای کمک به دانش‌آموزان، اشاره می‌کنند. علاوه بر مواردی که در بالا ذکر شد، در ادامه نیز مطالعاتی که به موضوع این مقاله بیشترین شباهت را دارند، در دو بخش مطالعات خارجی و مطالعات داخلی، ارائه شده است.

مطالعات خارجی

در سال ۲۰۲۳، بودهی سپتیاندی و همکارش پژوهشی با عنوان «مروری بر برنامه درسی گردشگری پایدار در آموزش عالی» انجام دادند. این پژوهش با مطالعه مقالات علمی معتبر در مورد برنامه درسی گردشگری با پیوند بین دو دیدگاه انجام شد. با استفاده از رویکرد سیستماتیک مقاله علمی منتشرشده بین سال‌های ۲۰۱۷ - ۲۰۲۲ بررسی و مشخص شد که رویکردهای آموزشی مختلفی برای ارائه گردشگری پایدار در دانشگاه‌ها وجود دارد. تکنیک‌های یادگیری مبتنی بر دانشجویان، عوامل تعیین‌کننده برای موفقیت یادگیری بودند که توسط مشارکت استراتژیک مؤسسات آموزش عالی با صنعت گردشگری حمایت می‌شد (Budhi Septyandi & Adiwarna Prawira, 2023). در این مقاله تنها به مباحث پایداری در آموزش گردشگری توجه شده است.

ولیوروننا و گرینفلد (۲۰۱۸) به بررسی جایگاه آموزش عالی در گردشگری از دیدگاه صنعت گردشگری لتونی پرداختند. هدف این مطالعه، بررسی نیازهای بازار کار گردشگری در لتونی و تجزیه و تحلیل قابلیت اشتغال فارغ‌التحصیلان و کیفیت آموزش عالی از دیدگاه ذی‌نفعان بخش گردشگری در بخش‌های دولتی و شهرداری، غیردولتی و خصوصی بود. در این خصوص با مدیران سازمان‌های کوچک و متوسط، مصاحبه و داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوا کدگذاری و تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد که همکاری بین مؤسسات آموزش عالی و بخش گردشگری ناکافی است. ذی‌نفعان صنعت مواردی نظیر تقویت مهارت‌های دانشجویان در فروش، همکاری و شبکه‌سازی و طراحی تجربه خلاق را پیشنهاد کردند. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصی و خودکارآمدی نقش مهم‌تری نسبت به آموزش رسمی در فرآیند جذب کارکنان دارند.

تحلیل شکاف-های مرتبط به آموزش عالی در صنعت گردشگری ایران ... | میرفخرالدینی | ۱۴۳

مربیان گردشگری باید با بخش گردشگری همکاری نزدیک تری داشته باشند تا به طور فعال نیازها را بیابند، روش های مطالعه را بازنگری کنند و از رویکرد عملی تری استفاده نمایند (Veliverronena & Gr̄infelde, 2018).

عبدالوخابوا (۲۰۲۲)، مطالعه ای در خصوص بررسی شکاف و مشکلات موجود در مؤسسات گردشگری ازبکستان انجام داد و چالش اصلی را در حوزه یادگیری زبان های خارجی تشخیص داد و به این نتیجه رسید که با توسعه گردشگری بین المللی می توان به افزایش انگیزه و کارایی یادگیری یک زبان خارجی کمک کرد (Abduvakhabova, 2020).

مونگای و همکارانش (۲۰۲۱)، پژوهشی با عنوان «عدم تعادل بین آموزش و صنعت در گردشگری» انجام دادند. آن ها عقیده داشتند آموزش گردشگری به شیوه ای ناهمگون، تکامل یافته است و لزوما نیازهای صنعت گردشگری را برآورده نمی کند و نیازمند اتخاذ رویکردی نوآورانه بوده تا دانش و مهارت های فارغ التحصیلان را افزایش دهد. بنابراین در این مقاله پس از بررسی شکاف های موجود به این نتیجه رسیدند که با همکاری ذی نفعان می توان رویکرد نوآورانه را اجرا نمود. علاوه بر این، یافته ها به اهمیت رویکردهای حرفه ای و آزاد در آموزه های گردشگری با استفاده از رویکرد نظام مند اشاره می کنند که با اصلاح برنامه درسی گردشگری این هدف محقق خواهد شد (Mungai et al., 2021).

مقاله ای در سال ۲۰۲۲ توسط پوترا و همکارانش ارائه شد که در مورد ادراک فارغ التحصیلان گردشگری در خصوص قابلیت استخدام، شایستگی ها و مهارت های شغلی خاص در زمینه گردشگری و مدیریت هتلداری گزارش می دهد. این تحقیق برای بررسی ادراکات فارغ التحصیلان در مورد شایستگی های ترجیحی با استفاده از نظرسنجی های برخط، طراحی و تعداد ۱۶۹۴ فارغ التحصیل گردشگری و هتلداری در این مطالعه شرکت کردند. نتایج این مطالعه نشان می دهد که سه دسته مهارت و شایستگی شامل بنیادی، عملکردی و حرفه ای برای استخدام فارغ التحصیلان مدیریت گردشگری و مهمان نوازی ضروری است. همچنین، این مطالعه نشان داد که شایستگی های شغلی ترجیحی فارغ التحصیلان برای بخش های گردشگری و مهمان نوازی می تواند با استراتژی همکاری

در طول دوره کارآموزی و برنامه‌های صدور گواهینامه مرتبط با صنعت ادغام شود (Putra et al., 2022).

مطالعات داخلی

مهرعلی‌زاده (۱۳۹۶) مطالعه‌ای با عنوان «گردشگری و آموزش عالی ایران: تعامل یا تقابل» انجام داد که ماهیت رابطه گردشگری و آموزش عالی در پرتو نظریه تقابل را بررسی کرد. هدف از این مقاله، پاسخ به این سؤال است که آیا سیاست‌های توسعه گردشگری و آموزش عالی ایران در تعامل یا تقابل نسبت به یکدیگر قرار دارند یا خیر؟ نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که در پنج برنامه توسعه کشور بعد از انقلاب اسلامی بین سیاست‌گذاری‌های مرتبط با جهانگردی و نظام‌های آموزش عالی تعاملی وجود نداشته است. در برنامه ششم توسعه، رویکرد تعاملی پیش‌بینی شده است؛ اما فضای تقابلی کنونی ناشی از ساختارهای پیچیده کنونی و ناهمگرای تثبیت‌شده طی سال‌های گذشته، تضاد منافع سازمانی و مدیریتی، گسستگی نظام سیاست‌گذاری در این دو حوزه باعث شده که نتوان در برنامه ششم نیز خوش‌بینانه در خصوص خروج از تقابل بین دو حوزه را پیش‌بینی کرد. توسعه گردشگری باید به عنوان یک علم با حوزه مشخص و رشته‌ای بین‌رشته‌ای در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش علمی کشور مورد توجه جدی قرار گیرد.

ضیایی و همکاران (۱۳۹۱) به منظور تعیین جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران به بررسی شاخص‌های علمی و کاربردی و مدل‌های عمودی و افقی پرداخته و نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که گرچه تعداد دانشجویان و مراکز علمی گردشگری در بازه زمانی مورد بررسی، رشد بسیاری داشته و به تنوع رشته‌های مرتبط با گردشگری افزوده شده است، اما الگوی توسعه در زمینه جذب دانشجویان بر مدل‌های افقی و عمودی برگزیده تحقیق منطبق نمی‌باشند و از نظر شرایط و امکانات یادگیری، کمبودهای قابل توجهی وجود دارد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۱).

مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر مدل سوات» توسط رحیمی‌چیانه و همکارانش (۱۳۹۱) انجام شد. هدف این پژوهش تعیین توانایی‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و چالش‌های آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران با استفاده

از الگوی تجزیه و تحلیل سوات بود و برای این منظور از فرایند ارزیابی درونی و روش تحقیق پیمایشی استفاده شد. اطلاعات از ۱۵۰ عضو هیئت علمی، سرمایه گذاران و فعالان حوزه گردشگری و همچنین، دانشجویان جمع آوری و به این نتیجه رسیدند که ابعاد آموزشی هم در تحلیل ماتریس نقاط قوت و هم در تحلیل ماتریس نقاط ضعف، در اولویت اقدامات و تهدیدات قرار دارد. راهبرد پیشنهادی بر ارتباط هر چه بیشتر بین سیستم آموزشی دانشگاه با حوزه های مدیریتی و دست اندرکاران صنعت گردشگری تأکید داشت (رحیمی چیا نه و همکاران، ۱۳۹۱).

با مرور ادبیات و پیشینه مرتبط با مطالعات انجام شده در حوزه آموزش در گردشگری، مشخص گردید که اکثر مطالعات صورت گرفته در این حوزه به بررسی عوامل و متغیرهایی همچون توسعه پایدار، نیاز بازار، انگیزه یادگیری، ماهیت برنامه های آموزشی، عملکرد شغلی و... پرداخته اند (دیمیان و همکاران، ۲۰۱۷؛ بودهی، ۲۰۲۳؛ احمد، ۲۰۱۵؛ ولیوروننا و گرینفلد، ۲۰۱۸؛ پوترا و همکارانش، ۲۰۲۲). در حالی که در مطالعات صورت گرفته کمتر به شکاف بین آموزش و نیاز بازار کار توجه شده است. اما با توجه به اهمیت این موضوع و شکاف پژوهشی موجود در این زمینه، در این پژوهش سعی گردیده تا با شناسایی ابعاد و معیارهای مهارتی مورد نیاز فارغ التحصیلان گردشگری و بررسی وضعیت آنها در بازار کار گردشگری ایران، شکاف عملکردی معیارها شناسایی و مشخص شود. بنابراین، این مطالعه از این منظر از سایر مطالعات مشابه، متمایز است. همچنین، جنبه دیگر نوآوری این تحقیق استفاده از ماتریس اهمیت- عملکرد در خصوص تعیین شکاف های موجود است. به عبارتی دیگر با بررسی های انجام شده توسط پژوهشگر، تاکنون نه تنها شکاف های بین آموزش داده شده به دانشجویان و نیاز بازار کار گردشگری در ایران شناسایی نشده است، بلکه در مطالعات مشابه خارجی همچون مطالعه مونگای و همکارانش (۲۰۲۱) و عبدالوخابوا (۲۰۲۲) برای شناسایی شکاف از ماتریس اهمیت - عملکرد بهره نگرفته اند.

روش شناسی

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است؛ از حیث شیوه گردآوری داده ها، پیمایشی و از لحاظ روش، ترکیبی (کیفی- کمی) است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان آشنا به

وضعیت بازار کار گردشگری و بخش‌های آموزشی آن در ایران هستند که فعالان و مدیران گردشگری (هتل‌ها و مراکز اقامتی، دفاتر خدمات مسافرتی و سازمان میراث فرهنگی) و اساتید دانشگاه و مدرسان مؤسسات آموزشی در حوزه گردشگری را در برمی‌گیرد. هدف اصلی تحقیق، شناسایی شکاف‌های آموزشی در این حوزه و طبقه‌بندی و تعیین اهمیت نسبی این شکاف‌ها در بازار کار گردشگری ایران است.

این تحقیق در دو مرحله (مرحله اول به صورت کیفی و مرحله دوم به صورت کمی) اجرا شده است. در بخش کیفی ابتدا با مطالعه و بررسی پیشینه تحقیق، معیارها استخراج شدند. در این مرحله از تحقیق، ۴۱ عامل به عنوان نیازهای بازار کار صنعت گردشگری تعیین شد. سپس از خبرگان مصاحبه نیمه ساختاریافته، به عمل آمد. در فرآیند مصاحبه ابتدا از خبرگان خواسته شد که نظر و پیشنهاد خود را در مورد مهارت‌های مورد نیاز بازار کار گردشگری که انتظار می‌رود در دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی به نیروی انسانی این حوزه تعلیم داده شود، بیان کنند. در ادامه مصاحبه، لیست معیارهای اولیه استخراج شده از پیشینه تحقیق در اختیار فرد مصاحبه‌شونده قرار می‌گرفت و از وی خواسته می‌شد نظر خود را در مورد هر معیار اعلام کند. در طی این فرآیند همه معیارهایی که از پیشینه تحقیق استخراج شده بودند تعدیل، تلفیق و برخی حذف شدند و معیارهای جدیدی نیز اضافه شد. پس از رسیدن به اشباع نظری (زمانی که داده جدیدی به دست نیاید و خبرگان تحقیق کفایت معیارها را تأیید کنند)، فرآیند بررسی و شناسایی معیار جدید، متوقف شد. در نهایت ۲۹ عامل (معیار)، نهایی شدند. در جدول ۱، معیارهای نهایی و منابع استخراج آن‌ها ارائه شده است.

خبرگان این مرحله به منظور برخورداری از هر دو مقوله نظری و عملی از دو گروه خبرگان صنعت (شامل ۸ نفر از افراد با تجربه و فعال در صنعت گردشگری) و خبرگان دانشگاهی (شامل ۵ نفر از اساتید دانشگاه و ۲ نفر از مدرسان مؤسسات آموزشی در حوزه گردشگری) انتخاب شدند. لازم به ذکر است، خبرگان مرحله اول از روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. در این روش از شرکت‌کننده اول خواسته می‌شود تا فرد یا افراد دیگر که در حوزه موضوع مورد بررسی تخصص دارند را به محقق معرفی کند. علت انتخاب این روش نمونه‌گیری، دسترسی دشوار و عدم همکاری افراد مطلع با پژوهشگر بود. در روش

گلوله‌برفی شرکت‌کنندگانی انتخاب می‌شوند که به نحوی با یکدیگر پیوند داشته و پژوهشگر را به سایر افراد همان جامعه راهنمایی و معرفی می‌کنند (میرمحمدی و تالانه، ۱۳۹۹).

در مرحله دوم تحقیق، پرسشنامه‌ای شامل ۲۹ گزاره و با هدف سنجش میزان اهمیت هر یک از عوامل و عملکرد فارغ‌التحصیلان این رشته در بازار کار، در دسترس پاسخگویان قرار گرفت. از نظر اسلک در مدل اهمیت - عملکرد^۱ برای سنجش عوامل می‌توان از مقیاس ۵، ۷ و ۹ تایی استفاده کرد. از این رو در پژوهش حاضر، پرسشنامه‌ای بر اساس طیف هفت گزینه‌ای لیکرت (از بسیار کم تا بسیار زیاد) طراحی شد و در نهایت از تعداد ۵۳ نفر از خبرگان تحقیق (شامل ۲۹ نفر از فعالان صنعت گردشگری و ۲۴ نفر از اساتید و مدرسان این رشته) خواسته شد به اهمیت و عملکرد هر معیار امتیاز دهند. داده‌ها با استفاده از ماتریس اهمیت - عملکرد مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جدول زیر ابعاد و معیارهای مربوط به شکاف‌های مهارتی شناسایی شده را نشان می‌دهد.

در بخش کمی از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند قضاوتی استفاده شد؛ چرا که جهت انجام این پژوهش، اطلاعات ویژه‌ای مورد نیاز بود و چنین به نظر می‌رسید که لازم است به افرادی مراجعه شود که بیشترین اطلاعات را در خصوص گردشگری، بازار کار و همچنین، بخش آموزش گردشگری داشتند. همان‌گونه که در بالا بیان شد این اعضا شامل ۵۳ نفر از خبرگان حوزه گردشگری بوده‌اند که یا تحصیلات دانشگاهی و سوابق پژوهشی در این حوزه داشتند و یا مسئولیت‌های اجرایی و تدریس را در حوزه مربوطه عهده‌دار بودند و به تبع آن با چنین موضوعاتی آشنایی کافی داشتند.

در بخش کمی از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. برای سنجش و ارزیابی پرسشنامه و یا هر ابزار سنجشی از ملاک روایی استفاده می‌شود. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری استفاده شد، بدین صورت که پرسشنامه توسط چند نفر از صاحب‌نظران و خبرگان بررسی و اصلاحات لازم اعمال شد و بدین طریق روایی صوری پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت.

همچنین، لازم به ذکر است اعتبار محتوایی پرسشنامه از سوی خبرگان پژوهش (روایی صوری) و اعتبار عاملی آن از روش تحلیل عاملی به تأیید رسیده است. بررسی ارزیابی پایایی پرسشنامه نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در تمامی موارد، ضریب آلفای کرونباخ بیشتر از ۷۰ درصد است که پایایی پرسشنامه را تأیید می‌کند (جدول مربوط به میزان آلفای کرونباخ پیوست شد).

یافته‌های پژوهش

در بخش کیفی تحقیق، پس از شناسایی معیارها از پیشینه تحقیق و مطالعات مشابه و همچنین مصاحبه با خبرگان، پژوهشگر قانع شد که معیارجدیدی مطرح نخواهد شد و تمام معیارهای شناسایی شده توسط خبرگان تأیید و تعدیل شدند و معیارها در جدول زیر ارائه گردیدند (جدول ۱).

جدول ۱. معیارهای مهارتی مورد نیاز فارغ‌التحصیلان گردشگری

منبع	کد معیار	معیار
Mungai et al., 2021 Wilks & Hemsworth, 2012	C ₁	همکاری بین‌بخشی
Mungai et al., 2021 Veliverronena & Gr̃infelde, 2018	C ₂	همکاری در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی
Mungai et al., 2021 Budhi & Adiwarna Prawira, 2023	C ₃	درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت
Veliverronena & Gr̃infelde, 2018	R ₁	شناسایی بخش‌های جدید بازار
Cinque, 2016	R ₂	درک افراد با فرهنگ‌های مختلف
Stacey, 2015	S ₁	مدیریت تعارض
Cinque, 2016 Stacey, 2015	S ₂	روانشناسی مشتری
Veliverronena & Gr̃infelde, 2018	S ₃	مهارت عمومی ارتباط با مشتری
Veliverronena & Gr̃infelde, 2018	M ₁	درک اهمیت صنعت گردشگری
Wilks & Hemsworth, 2012	M ₂	مدیریت منابع

ادامه جدول ۱.

منبع	کد معیار	معیار
Wilks & Hemsworth, 2012	M ₃	مدیریت سرمایه
خبرگان تحقیق	M ₄	برنامه‌ریزی استراتژیک
Abdovakhabova, 2020	L ₁	مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین‌المللی (نوشتن و صحبت کردن)
خبرگان تحقیق	D ₁	طراحی تجربه
Mungai et al., 2021 Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	D ₂	درک انتظارات و نیازهای مشتریان
Mekinc et al., 2023	D ₃	مهارت مدیریت کیفیت
Mekinc et al., 2023 Wilks & Hemsworth, 2012	D ₄	ارتباطات بازاریابی
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	D ₅	مهارت سخنرانی و ارتباط عمومی
خبرگان تحقیق	D ₆	مهارت فروش (حضور و برخط)
Wilks & Hemsworth, 2012	I ₁	توانایی استفاده و شناخت نرم‌افزارهای مختلف
Tsitskaria et al., 2017	I ₂	مدیریت پایگاه داده
Kimeto, 2023	I ₃	مدیریت وبسایت
خبرگان تحقیق	I ₄	آشنایی با عملکرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی
Ahmad, 2015 Kimeto, 2023	E ₁	مدیریت پروژه
Mekinc et al., 2023 Wilks & Hemsworth, 2012	E ₂	مدیریت مالی
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	E ₃	مدیریت منابع انسانی
Ahmad, 2015 Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	E ₄	سازگاری با تغییرات
Ahmad, 2015	E ₅	درک محیط کسب‌وکار
خبرگان تحقیق	E ₆	مدیریت رویدادها

منبع: بررسی پیشینه تحقیق و مصاحبه با خبرگان (گردآوری شده توسط پژوهشگر)

در جدول زیر اطلاعات اجمالی از خبرگان تحقیق که در مرحله کیفی مورد مصاحبه قرار گرفتند، ارائه شده است.

جدول ۲. معرفی خبرگان تحقیق

حوزه فعالیت	تعداد	تحصیلات	سابقه فعالیت
استاد دانشگاه	۵	دکتری	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
مدرس مؤسسات آموزشی گردشگری	۱	کارشناسی ارشد	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
	۱	کارشناسی ارشد	بین ۵ تا ۱۰ سال
مدیر هتل	۱	دکتری	بیش از ۲۰ سال
	۱	کارشناسی ارشد	بیش از ۲۰ سال
	۱	کارشناسی	بیش از ۲۰ سال
مدیر دفتر خدمات مسافرتی	۱	کارشناسی ارشد	بیش از ۲۰ سال
	۱	کارشناسی	بیش از ۲۰ سال
سرپرستی تورهای سفر	۱	دکتری	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
	۲	کارشناسی	بین ۱۰ تا ۲۰ سال

به منظور رسم ماتریس اهمیت - عملکرد ابتدا میانگین نظرات در ارتباط با اهمیت و عملکرد محاسبه شد. میانگین مربوط به اهمیت و عملکرد هر یک از ابعاد در جدول ۳، نشان داده شده است.

جدول ۳. میانگین اهمیت و عملکرد هر یک از ابعاد

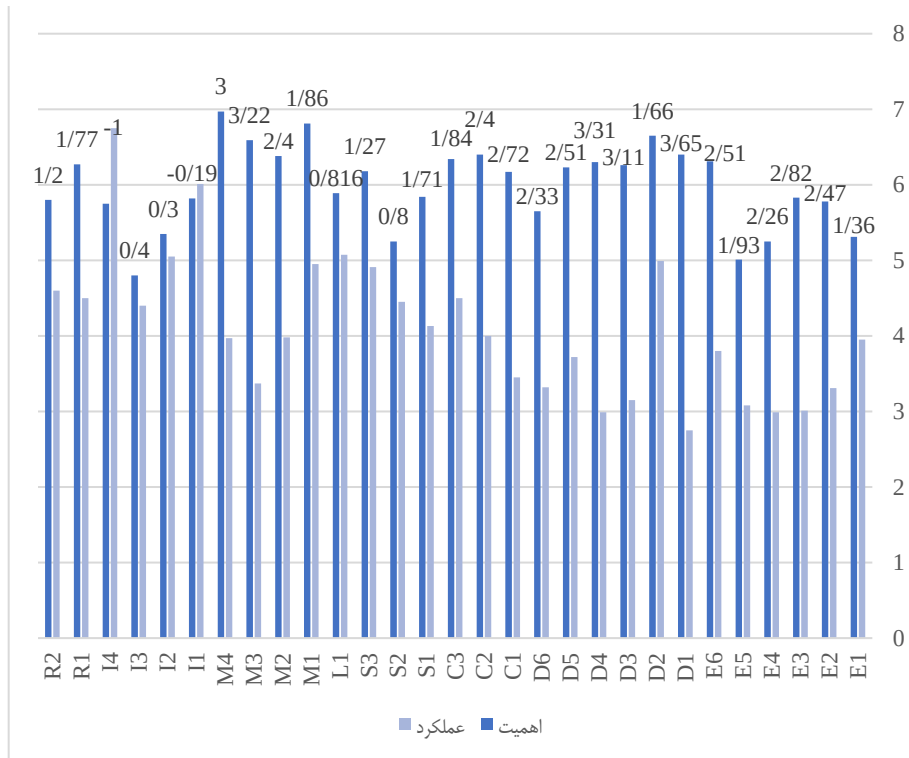
ابعاد	میانگین اهمیت	میانگین عملکرد	شکاف عملکردی
همکاری بین بخشی	۵/۳۱	۳/۹۵	۱/۳۶
همکاری در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی	۵/۷۸	۳/۳۱	۲/۴۷
درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت	۵/۸۳	۳/۰۱	۲/۸۲
شناسایی بخش‌های جدید بازار	۵/۲۵	۲/۹۹	۲/۲۶
درک افراد با فرهنگ‌های مختلف	۵/۰۱	۳/۰۸	۱/۹۳
مدیریت تعارض	۶/۳۱	۳/۸	۲/۵۱
روانشناسی مشتری	۶/۴	۲/۷۵	۳/۶۵
مهارت عمومی ارتباط با مشتری	۶/۶۵	۴/۹۹	۱/۶۶
درک اهمیت صنعت گردشگری	۶/۲۶	۳/۱۵	۳/۱۱

ادامه جدول ۳.

ابعاد	میانگین اهمیت	میانگین عملکرد	شکاف عملکردی
مدیریت منابع	۶/۳	۲/۹۹	۳/۳۱
مدیریت سرمایه	۶/۲۳	۳/۷۲	۲/۵۱
برنامه‌ریزی استراتژیک	۵/۶۵	۳/۳۲	۲/۳۳
مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین‌المللی (نوشتن و صحبت کردن)	۶/۱۷	۳/۴۵	۲/۷۲
طراحی تجربه	۶/۴	۴	۲/۴
درک انتظارات و نیازهای مشتریان	۶/۳۴	۴/۵	۱/۸۴
مهارت مدیریت کیفیت	۵/۸۴	۴/۱۳	۱/۷۱
ارتباطات بازاریابی	۵/۲۵	۴/۴۵	۰/۸
مهارت سخنرانی و ارتباط عمومی	۶/۱۸	۴/۹۱	۱/۲۷
مهارت فروش (حضور و برخط)	۵/۸۹	۵/۰۷	۰/۸۱۶
توانایی استفاده و شناخت نرم‌افزارهای مختلف	۶/۸۱	۴/۹۵	۱/۸۶
مدیریت پایگاه داده	۶/۳۸	۳/۹۸	۲/۴
مدیریت وبسایت	۶/۵۹	۳/۳۷	۳/۲۲
آشنایی با عملکرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی	۶/۹۷	۳/۹۷	۳
مدیریت پروژه	۵/۸۲	۶/۰۱	-۰/۱۹
مدیریت مالی	۵/۳۵	۵/۰۵	۰/۳
مدیریت منابع انسانی	۴/۸	۴/۴	۰/۴
سازگاری با تغییرات	۵/۷۵	۶/۷۵	-۱
درک محیط کسب‌وکار	۶/۲۷	۴/۵	۱/۷۷
مدیریت رویدادها	۵/۸	۴/۶	۱/۲

اطلاعات جدول بالا در شکل ۲، به صورت نموداری نمایش داده شده است و تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد هر یک از معیارها را نمایش می‌دهد؛ در واقع، شکاف بین اهمیت و عملکرد در هر مورد محاسبه شده است.

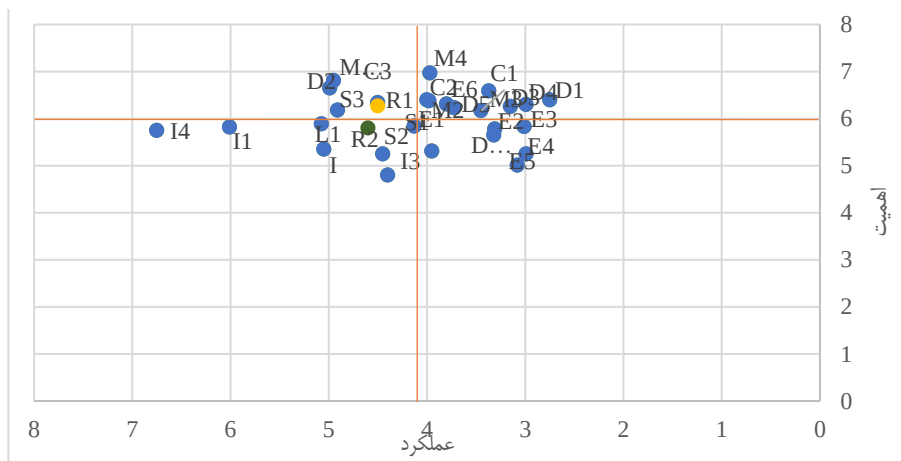
شکل ۲. تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد هر یک از معیارها



با توجه به تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه، میانگین شکاف بین اهمیت و عملکرد معیارها برابر با $1/877$ است. دو معیار I_4 و I_1 دارای شکاف منفی (یعنی میزان عملکرد از اهمیت آن معیار بالاتر است) و مابقی معیارها (27 معیار) دارای شکافی مثبت بودند. البته میزان شکاف 15 معیار از آن‌ها (معیارهای $C_1, C_2, D_1, D_3, D_4, D_5, D_6$ ، $E_2, E_3, E_4, E_5, E_6, M_2, M_3, M_4$) بالاتر از متوسط میانگین شکاف‌ها (یعنی بیشتر از مقدار $1/877$) می‌باشد. در این راستا به منظور تحلیل بهتر و عینی تر وضعیت معیارهای شناسایی شده، ماتریس اهمیت - عملکرد بر اساس میانگین امتیازات مربوط به اهمیت و عملکرد در هر معیار، رسم شد. برای رسم این ماتریس، عملکرد بر روی محور X و اهمیت بر روی محور Y قرار می‌گیرد. نقطه تلاقی خطوط عمودی و افقی به ترتیب متوسط امتیازات اهمیت ($5/98$) و متوسط امتیازات عملکرد ($4/10$) را نشان می‌دهد.

شکل ۳، ماتریس اهمیت و عملکرد معیارهای مهارتی مورد نیاز بازار کار گردشگری در ایران را نشان می دهد.

شکل ۳. ماتریس اهمیت - عملکرد معیارهای مهارتی مورد نیاز بازار کار گردشگری ایران



براساس ماتریس بالا، معیارها را می توان به صورت زیر دسته بندی کرد.

گروه اول: معیارهایی که در ناحیه بحرانی قرار می گیرند و شامل طراحی تجربه (D1)، مهارت مدیریت کیفیت (D3)، ارتباطات بازاریابی (D4)، مهارت سخنرانی و ارتباط عمومی (D5)، همکاری بین بخشی (C1)، همکاری در سطح محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی (C2)، مدیریت منابع (M2)، مدیریت سرمایه (M3)، برنامه ریزی استراتژیک (M4) و مدیریت رویدادها (E6) می باشد؛ بنابر نظر خبرگان تحقیق، این معیارها اهمیت بالایی داشته ولی عملکرد بخش آموزش عالی در انتقال آن ها به فارغ التحصیلان ضعیف بوده است. در نتیجه، بخش آموزش در گردشگری باید تلاش خود را بر بهبود عملکرد در زمینه آموزش این معیارها به دانشجویان گردشگری، متمرکز کند. زیرا در غیر این صورت، صنعت گردشگری ایران در حوزه مهارت نیروی انسانی خود دچار مشکلات زیادی خواهد شد.

گروه دوم: عواملی که در ناحیه اولویت پایین قرار دارند و شامل مدیریت پروژه (E1)، مدیریت مالی (E2)، مدیریت منابع انسانی (E3)، سازگاری با تغییرات (E4)، درک محیط

کسب و کار (E5) و مهارت فروش (حضور و برخط) (D6) می باشند؛ این معیارها طبق نظر خبرگان تحقیق، علاوه بر اینکه نسبت به سایر عوامل اهمیت کمتری دارند، عملکرد حوزه آموزش نیز در خصوص آن‌ها ضعیف بوده است. بنابراین، توصیه می شود بخش آموزش عالی هنگام بررسی و رفع شکاف‌ها، اولویت اندکی برای این معیارها قائل شود. گروه سوم: معیارهایی که در ناحیه قابل کاهش قرار گرفته‌اند و شامل درک افراد با فرهنگ‌های مختلف (R2)، مدیریت تعارض (S1)، روان‌شناسی مشتری (S2)، مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین‌المللی (نوشتن و صحبت کردن) (L1)، توانایی استفاده و شناخت نرم‌افزارهای مختلف (I1)، مدیریت پایگاه داده (I2)، مدیریت وبسایت (I3) و آشنایی با عملکرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی (I4) می باشند؛ مطابق با نظر خبرگان، بخش آموزش در صنعت گردشگری در مورد این معیارها عملکرد نسبتاً خوبی داشته است. هرچند این عوامل نسبت به سایر عوامل شناسایی شده در این حوزه مطالعاتی از اهمیت نسبتاً کمتری برخوردار بوده‌اند.

گروه چهارم: معیارهایی که در ناحیه تداوم وضعیت عالی قرار گرفته‌اند و شامل درک اهمیت صنعت گردشگری (M1)، درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت (C3)، شناسایی بخش‌های جدید بازار (R1)، مهارت عمومی ارتباط با مشتری (S3) و درک انتظارات و نیازهای مشتریان (D2) هستند که این معیارها علاوه بر اهمیت بالایی که دارند، طبق نتایج به دست آمده بخش آموزش، در این موارد عملکرد قوی داشته و توانسته است از آن‌ها پشتیبانی کند. بنابراین هم حوزه گردشگری و هم حوزه آموزش باید اقدامات لازم را جهت حفظ وضعیت موجود این معیارها انجام دهند.

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری طیف گسترده‌ای از ذی‌نفعان را شامل می‌شود که درک آن‌ها از مهارت‌ها و شایستگی‌های کارکنان بیشتر در زمینه تخصصی که فعالیت دارند، مورد قضاوت قرار می‌گیرد. مطالعات نشان می‌دهد که تفاوت قابل توجهی در دیدگاه‌ها در مورد عرضه آموزش بین متخصصان صنعت، دانشگاهیان و سایر ذی‌نفعان وجود دارد. با این حال، ذی‌نفعان باید در مورد کیفیت آموزش، کمیت دانشجویان فارغ‌التحصیل،

استانداردهای ملی شغلی، مربیان و توسعه مهارت‌ها و به دنبال آن بحث در مورد بودجه به توافق برسند (Wilks & Hemsworth, 2012).

ایجاد تعادل بین دیدگاه‌های متخصصان صنعت، دانشگاهیان و سایر ذی‌نفعان موضوعی چالش برانگیز است، به ویژه اگر نیازهای بازار کار دائما در حال تغییر باشد. برخی از عوامل ایجادکننده این تغییرات شامل توسعه سریع فناوری، نیاز به بازاریابی و خدمات‌رسانی برخط به مشتریان، اهمیت دادن به داده‌های شخصی مشتریان، استفاده از فناوری‌ها برای افزایش تجربه مشتری و به حداکثر رساندن فرصت‌های تجاری، تغییرات در تقاضای مصرف‌کننده، تغییرات اجتماعی و جمعیتی و تغییرات محیطی است. بنابراین، تحت فشار این تغییرات، کارفرمایان به دنبال نیروی کار منعطف هستند که بتوانند خود را با تغییرات سریع محیط کسب‌وکار گردشگری وفق دهند (Veliverronena & Gr̄infelde, 2018).

موضوعی دیگر که باید به آن توجه شود، توانایی ایجاد تعادل بین جنبه‌های حرفه‌ای و آزاد آموزش گردشگری است. متخصصان آینده گردشگری نه تنها باید تحصیل کرده، آگاه و مسئولیت‌پذیر باشند، بلکه باید از نظر شغلی نیز در گردشگری فعالیت و تجربه داشته باشند. تمرکز انحصاری بر آموزش حرفه‌ای، دانشجویان را فقیر می‌کند و کمتر احتمال دارد که بتوانند به تقاضای ذی‌نفعان گردشگری پاسخ دهند. وانگ و همکارانش (۲۰۱۰) معتقدند ارائه آموزش عالی گردشگری نباید از عمل واقعی فاصله داشته باشد. در واقع، آن‌ها از تعادل بین تئوری و عمل دفاع می‌کنند.

در کشورهای در حال توسعه همچون ایران، بخش آموزش نیروی کار گردشگری با چالش‌های بسیاری روبه‌رو است. مؤسسات آموزش عالی، در طی چند دهه گذشته تغییرات بسیاری در نوع و سبک آموزش داشته‌اند. مهم‌ترین دلیل این تغییرات را می‌توان توسعه فناوری و شبکه‌های اطلاعاتی، شیوع کووید-۱۹، توجه خاص مقامات دولتی به گردشگری و مطرح شدن این صنعت در اولویت توسعه کشور دانست. از این رو، توجه خاص به کیفیت و ارتقای دانش و مهارت فارغ‌التحصیلان این رشته پرطرفدار از اهمیت بالایی برخوردار بوده و توجه ذی‌نفعان این صنعت را به خود جلب کرده است. در این

راستا، مطالعه حاضر با هدف بررسی شکاف بین آموزش‌های داده شده به نیروی کار و مهارت‌های مورد نیاز بازار کار گردشگری ایران انجام شد.

طی بررسی صورت گرفته در منابع علمی و سپس نظرسنجی از خبرگان (که از بین ذی‌نفعان اصلی صنعت انتخاب شده بودند)، مشخص شد از بین ۲۹ معیار شناسایی شده، سطح عملکرد ۲۷ معیار کمتر از میزان اهمیتشان بوده است. برای این منظور، ماتریس اهمیت - عملکرد با هدف شناخت بهتر معیارهای بحرانی و اولویت‌بندی معیارها جهت اقدام اصلاحی، ترسیم شد. این ماتریس با تعیین اهمیت هر معیار به تصمیم‌گیران کمک می‌کند تا گزینه‌های مختلف را اولویت‌بندی نموده و عملکرد خود را در هر زمینه تعیین کنند.

نتایج تحلیل یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که از دیدگاه خبرگان تحقیق، اولویت اول جهت اقدام اصلاحی کاهش شکاف عملکردی، به بُعد «توسعه محصول» مرتبط است. اگر دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در گردشگری، آموزش‌های خود را به انتقال مهارت‌های مدیریت کیفیت، نحوه طراحی تجربه برای گردشگران و مباحث اصلی بازاریابی بیشتر معطوف کنند، مطمئناً فارغ‌التحصیلان این رشته با دانش بیشتری در خصوص این مباحث وارد بازار کار خواهند شد. این نتیجه با نتایج پژوهش ولیورونتا و گرینفلد (۲۰۱۸) و ویلکس و همسورس (۲۰۲۲) مطابقت دارد.

مطابق با یافته‌های پژوهش، مهارت‌هایی چون درک افراد با فرهنگ‌های مختلف (R_2)، روان‌شناسی مشتری (S_2) و مدیریت تعارض (S_1) در گروه سوم قرار گرفته‌اند. این معیارها توسط سینگو (۲۰۱۶) و استیسی (۲۰۱۵) به عنوان معیارهای نرم معرفی شدند که مطابق با نتایج بررسی آن‌ها برای ارتقای شغلی افراد می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. حال با توجه به نتیجه به دست آمده از این مقاله، در صنعت گردشگری ایران این معیارها از نظر عملکردی قابل قبول بوده و مطابق با نظر پاسخ‌دهندگان، اولویت کمتری برای توجه و تمرکز نسبت به سایر معیارها دارند.

ویلکس و همکارانش در سال ۲۰۲۲ و مکینک و همکارانش (۲۰۲۳)، معیارهای همکاری بین‌بخشی (C_1)، مدیریت سرمایه (M_3)، ارتباطات بازاریابی (D_4)، توانایی استفاده و شناخت نرم‌افزارهای مختلف (I_1)، مدیریت پروژه (E_1) و مدیریت مالی (E_2)

را به عنوان مهارت های موضوعی خاص مطرح نمودند و معتقد بودند فارغ التحصیلان رشته گردشگری باید این مهارت ها را دارا باشند. نتایج این مقاله با ادعای آن ها هماهنگ است. بدین صورت که طبق نظر خبرگان این تحقیق، معیارهای همکاری بین بخشی (C1)، مدیریت سرمایه (M3) و ارتباطات بازاریابی (D4) در مورد منابع انسانی صنعت گردشگری ایران در عین حال که از اهمیت بالایی برخوردارند اما نیروی کار در آن ها عملکرد ضعیفی دارند؛ بنابراین باید بیشتر مورد توجه متولیان آموزش گردشگری قرار گیرند. در مقابل، معیارهای توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I1)، مدیریت پروژه (E1) و مدیریت مالی (E2) از اهمیت کمتری برخوردار هستند؛ زیرا مطابق با نظر خبرگان تحقیق این مهارت ها را می توان از طریق جذب نیروی کار که تخصص غیر گردشگری دارند نیز تأمین نمود و برای فارغ التحصیلان گردشگری مهارت های دیگر، اولویت بالاتری خواهند داشت. در حال حاضر، معیار توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I1) در میان نیروی کار گردشگری از عملکرد قابل قبولی برخوردار است اما دو معیار دیگر عملکرد ضعیفی داشته و انتظار می رود کارفرمایان گردشگری برای کاهش شکاف عملکردی آن ها از نیروی های متخصص در این حوزه که تحصیلات مرتبط دارند، بهره بگیرند.

احمد (۲۰۱۵) در تحقیق خود، رفتار کارآفرینانه در نیروی کار گردشگری را مورد تأکید قرار داده بود که طبق یافته های وی رفتار کارآفرینانه نیروی کار در مهارت هایی چون سازگاری با تغییرات (E4) و درک محیط کسب و کار (E5) نمود پیدا می کند. در مقاله حاضر، این معیارها برای نیروی کار گردشگری ایران بررسی و مشخص شد که این معیارها دارای اهمیت کم و عملکرد ضعیفی هستند. در عین حال، اهمیت پایین آن ها در مقایسه با سایر معیارها سنجیده و قابل توجه است اما از نظر عملکردی پاسخگویان نیز اتفاق نظر دارند که شرایط مطلوبی ندارند و باید این مهارت ها به نیروی کار گردشگری آموخته شود.

بودهی و همکارش (۲۰۲۳) معتقدند برای تحقق توسعه پایدار در گردشگری مشارکت و همبستگی مؤسسات آموزشی با فعالان صنعت گردشگری امری اجتناب ناپذیر است. این پژوهش با در نظر گرفتن ابعاد همکاری و شبکه سازی و مدیریت مقصد، با نتایج تحقیق

آن‌ها تناسب دارد و لازم به ذکر است که نتایج نیز اهمیت بالایی معیارهای این ابعاد را تأیید می‌کنند.

عبدالوهابوا (۲۰۲۲) یکی از شکاف‌های مهم در گردشگری ازبکستان را آموزش زبان دوم به نیروی کار، شناسایی نموده است که نیروی کار گردشگری ایران در خصوص این معیار یعنی معیار مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین‌المللی (نوشتن و صحبت کردن) (L1)، وضعیت مطلوبی داشته و شکاف قابل توجهی در آن مشاهده نمی‌شود.

از دیگر نتایج این مقاله، نیاز به توجه و تمرکز بر فراهم‌سازی زمینه مشارکت همه بخش‌ها و ذی‌نفعان گردشگری است که این نتیجه با یافته‌های تحقیق مونگای و همکارانش در یک راستا است؛ زیرا آن‌ها نیز معتقد بودند عدم تعادل در آموزش و صنعت گردشگری به علت عدم همکاری بین ذی‌نفعان صنعت است.

رحیمی‌چیان و همکارانش (۱۳۹۱) نیز در مطالعه خود آموزش گردشگری را در اولویت اقدامات مدیریتی می‌دانند و این تحقیق نیز بر همین مبنا اجرا شده است و حوزه آموزش و پرورش نیروی انسانی گردشگری ایران بسیار حائز اهمیت است.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌های این مقاله، می‌توان دستاوردهای متمایز مطالعه حاضر از مقالات مشابه داخلی و خارجی را مواردی چون شناسایی مهارت‌های مورد نیاز فارغ‌التحصیلان به منظور تأمین نیاز بازار کار گردشگری در ایران؛ تأکید به برقراری ارتباط موثر و همکاری سازنده بین مؤسسات آموزش عالی و بازار کار گردشگری به منظور کاهش شکاف‌های مهارتی شناسایی‌شده؛ لزوم تقویت مهارت‌های دانش‌آموختگان در حوزه‌هایی مثل فروش، همکاری و شبکه‌سازی و طراحی تجربه خلاق؛ و در نهایت، لزوم اهمیت بازنگری محتوای آموزشی و درسی رشته گردشگری در مؤسسات آموزشی ایران دانست. به‌طور کلی با توجه به معیارهایی که شکاف در آن‌ها چشمگیر است و تأمین نیازهای بازار کار گردشگری، به این نکته واقف می‌شویم که درس‌ها و سرفصل درس‌های مصوب در دانشگاه‌ها نیاز به بازبینی و بازنویسی دارد. شایستگی و مهارت‌هایی که بازار گردشگری به آن‌ها نیاز دارد، به مباحث مدیریتی و ارتباطی نیروی انسانی مرتبط است. در حال حاضر در مقاطع تحصیلات تکمیلی (کارشناسی ارشد و دکتری) رشته گردشگری در ایران، این مباحث به‌صورت تئوری آموزش داده می‌شود اما باید توجه داشت درصد

زیادی از کارکنان این صنعت دارای مدرک کارشناسی هستند. از این رو، انتظار می‌رود که درس‌های مدیریتی و ارتباطی در سطح کارشناسی، پرننگ‌تر شوند و در سطح تحصیلات تکمیلی نیز آموزش از حالت صرفاً تئوری به صورت تئوری تلفیق با عملی و برگزاری جلساتی با کارآفرینان و فعالان موفق این صنعت، تغییر کند. به عبارتی درس‌ها به صورت سمیناری برگزار شود.

لازم به ذکر است، مطابق با نظر خبرگان صنعت، نیروی انسانی فارغ‌التحصیل رشته گردشگری در ایران از اطلاعات عمومی نسبتاً خوبی برخوردارند اما دیدگاه مدیریتی ضعیفی دارند که این چالش با آموزش‌های تخصصی تئوریک همراه با آموزش عملی، جبران خواهد شد. به این صورت که دانشجویان پس از گذراندن دروس تخصصی، درس کارآموزی را به صورت حرفه‌ای آموزش دیده و این مهم از طریق افزایش ساعت کارآموزی و در نظر گرفتن اهمیت بیشتری برای این واحد درسی در دوره کارشناسی، محقق خواهد شد.

خبرگان دانشگاهی اظهار داشتند که علاوه بر علاقه دانشجویان، جذابیت حضور در بازار کار نسبت به درس‌های دانشگاهی، باعث کم اهمیت دانستن درس‌ها توسط دانشجویان شده است و اکثراً تمایل دارند از همان سال‌های ابتدایی ورود به دانشگاه، وارد بازار کار شوند. این اقدام باعث ضعیف شدن پایه تئوریک و نظری کارکنان صنعت می‌شود. علت این امر نیز تئوری بودن درس‌های دانشگاهی از یک طرف و از طرفی دیگر تمایل به جذب دانشجویان توسط کارفرمایان به علت مسائل مالی به صرفه‌تر و آموزش راحت‌تر آن‌ها است. از این رو، پیشنهاد می‌شود علاوه بر بازبینی سرفصل درس‌های رشته گردشگری در سطح آموزش عالی، قوانین و محدودیت‌هایی نیز برای جذب دانشجویان در بازار کار تدوین شود که علاوه بر اعمال محدودیت برای جذب دانشجویان توسط کارفرما، زمینه حضور مناسب آن‌ها را در صنعت نیز فراهم آورد تا هم آموزش و انتقال مهارت به دانشجو به خوبی انجام شود و هم حقی از آن‌ها ضایع نگردد.

البته توجه به این نکته ضروری است که بهبود عرضه آموزش مستلزم تغییرات اساسی محتوای مطالعه نیست، بلکه نیازمند تغییر روش‌های مطالعه، اثربخشی روش‌های موجود و معرفی روش‌های نوین آموزشی می‌باشد و یک رویکرد عملی باید به طور فزاینده‌ای در

برنامه‌های مطالعاتی ادغام شود و رویکرد کارآموزی نیز باید مورد تجدید نظر واقع گردد - همان‌طور که قبلاً بیان شد، طول دوره کارآموزی کافی نیست. پیشنهاد می‌شود رویکردهای آموزشی مورد استفاده در مؤسسات آموزشی به‌منظور ارتقای توسعه مهارت‌هایی مانند رقابت‌پذیری، خلاقیت و رهبری، بازنگری شود. همچنین، روش‌های آموزشی باید شامل تماس بیشتر با سازمان‌های بخش گردشگری باشد و باید پروژه‌های همکاری معنادار بین مؤسسات آموزشی و صنعت، تعریف و تدوین شود.

هیاست (۲۰۲۰) دلایلی را برای شکاف مهارتی در گردشگری برمی‌شمارد که با توجه به نتایج مقاله حاضر، این دلایل را می‌توان در خصوص صنعت گردشگری ایران نیز مدنظر قرار داد؛ دلایل هیاست عبارت‌اند از: ۱) تعداد ناکافی افراد با آموزش مناسب و سطح تجربه مناسب؛ ۲) وجود کارکنان ماهر اما بی‌انگیزه برای پیشرفت و ارتقا در کار خود و ۳) گران بودن کارکنان ماهر. لازم به ذکر است که آموزش حرفه‌ای برای افرادی که قبلاً در این بخش کار می‌کردند با برنامه و ظرفیت سازمان برای ارائه آموزش به کارکنان مرتبط است.

پیشنهاد می‌شود که یک رویکرد بین‌رشته‌ای و کاربرمحور در بخش آموزش گردشگری در نظر گرفته شود تا دانشجویان انگیزه کافی برای ثبت‌نام در فعالیت‌های پیشنهادشده توسط اساتید را داشته باشند و همچنین، فضایی مطلوب برای یادگیری ایجاد شود و مکانی که دانشجویان در آن فعالیت کرده و به‌صورت عملی با مشاغل بازار کار روبه‌رو شوند.

مسئله دیگر، فقدان همکاری و شبکه‌سازی بین مربیان و بخش گردشگری است که یکی از دلایل اصلی عدم برآورده کردن انتظارات آموزش و پرورش می‌باشد. یافته‌های مطالعه نیز تأیید می‌کنند که همکاری و شبکه‌سازی به‌طور رسمی در صورت نیاز، علامت‌گذاری شده است. با این حال، در واقعیت صنعت گردشگری ایران به اندازه کافی در بین خود ذی‌نفعان اعمال نمی‌شود؛ به‌عنوان مثال، کارآفرینان اغلب موفقیت کسب‌وکار خود را با موفقیت کلی مقصد مرتبط نمی‌دانند و هیچ انگیزه‌ای برای همکاری جهت ارتقای مقصد احساس نمی‌کنند.

همچنین، درک ذی‌نفعان از آموزش نیز مسئله‌ای است که باید به آن توجه نمود؛ نتایج این مطالعه و مطالعات مشابه انجام‌شده در مورد نیازهای بازار کار گردشگری در کشورهای مختلف، نشان می‌دهد که درک بین ذی‌نفعان در مورد شکاف‌های مهارتی، منسجم نیست و همه اهمیت آموزش و آموزش مجدد را درک نمی‌کنند. در نتیجه، برخی از ذی‌نفعان ممکن است انتظار داشته باشند فارغ‌التحصیلان این رشته، مجهز به مجموعه مهارت‌های ایده‌آل برای مشاغل خاص در بخش گردشگری باشند که می‌توان اظهار داشت این انتظاری بیش از حد از آن‌ها است.

با مدنظر قرار دادن یافته‌های این تحقیق، می‌توان گفت برنامه‌ریزی مجدد آموزشی، بهترین و مناسب‌ترین پیشنهاد در جهت کاهش و حذف شکاف‌های شناسایی شده است. بدین صورت که در تمام مراحل اجرای برنامه‌ریزی آموزشی باید شکاف‌های موجود مدنظر قرار گیرند؛ به عبارتی تعیین اهداف آموزشی، تعیین محتوا، تعیین مدت زمان اجرای برنامه، مشخص کردن شرایط شرکت‌کنندگان، تعیین روش‌های آموزشی و حتی به‌منظور پیش‌بینی خدمات و تسهیلات آموزشی و انتخاب اساتید و مربیان باید در راستای کاهش و حذف شکاف‌های شناسایی شده باشد.

محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهشی

در حالی که اعتقاد بر این است که این مطالعه نتایج مفید و قابل توجهی را برای بخش آموزش گردشگری در ایران ارائه می‌کند اما از محدودیت‌ها مصون نیست. محدودیت‌هایی که محقق در جریان این مطالعه با آن‌ها روبه‌رو بود، عبارت‌اند از:

- دسترسی دشوار و عدم تمایل به پاسخگویی برخی خبرگان و پاسخ‌دهندگان؛ در فرآیند تحقیق سعی شد تا حد امکان از تعداد زیادی افراد برای پاسخگویی به سؤالات و پرسشنامه، استفاده شود اما متأسفانه بسیاری از افراد تمایل و برخی نیز زمان کافی برای مشارکت و همکاری نداشتند.

- محدودیت زمان، هزینه و دسترسی؛ موضوع مورد بررسی این مقاله برای پیشرفت و بهبود صنعت گردشگری ایران بسیار حائز اهمیت است و بهتر است مطالعه‌ای جامع در

ایران انجام شود؛ اما به دلیل محدودیت‌ها، محقق تنها از چند شهر که در حوزه گردشگری و آموزش فعال تر هستند، پاسخگویان و خبرگان را انتخاب نموده است.

▪ استفاده از منابع منتشر شده به زبان انگلیسی و فارسی؛ ممکن است مطالعاتی مرتبط با موضوع تحقیق حاضر با زبان‌های دیگر نیز وجود داشته باشد.

▪ کمبود ادبیات تحقیق مرتبط با موضوع؛ هرچند در حوزه آموزش گردشگری مطالعات زیادی انجام شده است اما در خصوص بررسی تطابق آموزش‌های گردشگری با نیازهای بازار، مطالعات بسیار محدود و موردی بودند.

▪ محدودیت دسترسی به برخی پایگاه‌های داده؛ محقق با محدودیت دسترسی به برخی از پایگاه‌های علمی خارج از ایران مواجه بود.

از آنجایی که موضوع مورد بررسی این مقاله از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است، پیشنهاد می‌شود در آینده مطالعاتی با محوریت مسائل ذیل انجام شود:

• پیشنهاد می‌شود مطالعه‌ای با هدف تجزیه و تحلیل پیشینه و تجربه مدرسان، سبک تدریس آن‌ها و همچنین، عمق و پویایی ارتباط بین مدرسان و دانشجویان در مؤسسات آموزشی ایران صورت گیرد.

• توصیه می‌شود در خصوص آسیب‌شناسی درس‌های ارائه شده در مؤسسات آموزش عالی ایران و میزان تطابق آن با نیازهای بازار کار گردشگری ایران، مطالعه‌ای جامع انجام شود.

• به منظور رفع مشکلات احتمالی در حوزه آموزش گردشگری می‌توان با بررسی مقایسه‌ای و مطالعات تطبیقی با سایر کشورهای پیشرو و موفق در گردشگری، به اطلاعات و راهبردهای ارزشمندی دست یافت.

• به نظر می‌رسد تعریف طرح‌های تحقیقاتی با موضوع آموزش گردشگری و نیازهای بازار کار گردشگری، بسیار مفید و برای شرایط فعلی صنعت، مورد نیاز باشد.

تعارض منافع

تعارض منافع وجود ندارد.

ORCID

Faeze mirfakhreddini



<https://orcid.org/0000-0002-8457-0769>

منابع

۱. حیدری چیا، رحیم، نصرالله زاده، ذکیه، عبدالمهدی، مهدی (۱۳۹۱). تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر مدل سوات. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۱(۱)، ۱۵۲ - ۱۲۹.
۲. ضیایی، محمود، سعیدی، علی اصغر، تراب احمدی، مژگان (۱۳۹۱). جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۷(۱۷)، ۸۶ - ۶۱. DOI: [20.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5)
۳. مهرعلی زاده، یداله (۱۳۹۶). گردشگری و آموزش عالی ایران: تعامل یا تقابل. *فصلنامه علمی آموزش محیط زیست و توسعه پایدار*، ۵(۳)، ۵۲ - ۳۹. DOI: [20.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6](https://doi.org/10.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6)
۴. یمنی دوزی سرخابی، محمد (۱۳۸۹). برنامه ریزی توسعه آموزشی عالی. *انتشارات سمت*. تهران.

References

1. Abduvakhabova U. Yu. (2020) Education in tourism industry-challenges and opportunities. *IJLER*, 6 (0). doi:10.21070/ijler.2020.V6.472
2. Ahmad, S. Z. (2015). Entrepreneurship education in tourism and hospitality programs. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 27 (1), 20-29. DOI: [10.1080/10963758.2014.998764](https://doi.org/10.1080/10963758.2014.998764)
3. Budhi Septyandi, Ch., Adiwarna Prawira M. F. (2023). A Review of sustainable tourism curriculum on higher education. *Journal of Tourism Sustainability*, 2 (2), pp. 51-60. DOI: [10.35313/jtospolban.v2i2.37](https://doi.org/10.35313/jtospolban.v2i2.37)
4. Cinque, M. (2016). Lost in translation, soft skills development in European countries. *Tuning Journal for Higher Education*, 3 (2), 389-427. [https://doi.org/10.18543/tjhe-3\(2\)-2016pp389-427](https://doi.org/10.18543/tjhe-3(2)-2016pp389-427)
5. Cole, D., & Tibby, M. (2013). Defining and developing your approach to employability. *Higher Education Academy*. Downloaded from

[https://www.heacademy.ac.uk/system/files/
resources/employability_framework.pdf](https://www.heacademy.ac.uk/system/files/resources/employability_framework.pdf)

6. Daniel, A. D., Costa, R. A., Pita, M., & Costa, C. (2017). Tourism Education: What about entrepreneurial skills? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 30, 65–72. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2017.01.002>
7. Dimian, C. G., Begu, L. S., & Jablonsky, J. (2017). Unemployment and labour market mismatch in the European Union Countries. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakultet au Rijeci*, 35 (1), pp. 13-44. [doi: 10.18045/zbefri.2017.1.13](https://doi.org/10.18045/zbefri.2017.1.13)
8. Fidgeon, P. R. (2010). Tourism education and curriculum design: A time for consolidation and review? *Tourism Management*, 31, pp. 699–723. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.05.019>
9. Hsu, C. H.C, Xiao, H., & Chen, N. (2017). Hospitality and Tourism Education Research from 2005 to 2014. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), pp. 141-160. DOI:[10.1108/IJCHM-09-2015-0450](https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2015-0450)
10. Hung, K., Li, X., Pan, B. & Petrick, J. F. (2024). Knowledge transfer in tourism education: A case of tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. pp. 1-33. [doi:10.3390/su12052014](https://doi.org/10.3390/su12052014)
11. Hyasat, A. S. (2022). Examining tourism and hospitality curriculum based on the business employers' needs. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(1), pp. 60–70. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.211>
12. Jaber, H. M., and Marzuki, A. (2019). Improving awareness of tourism education among students in intermediate and secondary schools in the Kingdom of Saudi Arabia: Experts' social studies curricula point of view. *International Transaction Journal of Engineering Management and Applied Sciences and Technologies*, 10(3), pp. 351–359. [DOI: 10.14456/ITJEMAST](https://doi.org/10.14456/ITJEMAST).

13. Kim, J. H. & Jeong, M. (2018) Research on hospitality and tourism education: Now and future. *Tourism management Perspectives*, 25, pp. 119-122. DOI: [10.1016/j.tmp.2017.11.025](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.025)
14. Kimeto, J. (2023). Tertiary tourism education Quality Model for predicting tourism destination service quality in Kenya. *The Kenya Journal of Technical And Vocational Education and Training*, 6, pp. 78-90. <https://www.tveta.go.ke/wp-content/uploads/2023/09/Revised-Version-3-KJ-TVET-6-MAY.pdf>
15. Ladkin, A., Mooney, S., Solnet, D., Baum, T., Robinson, R. & Yan, H. (2023). A review of research into tourism work and employment: Launching the annals of tourism research curated collection on tourism work and employment. *Annals of Tourism Research* 100. pp. 437-450. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103554>
16. Lewis, C. A. (2015). Rethinking caribbean tourism education. In C. H. C. (Eds. Sheldon, P. J. & Hsu (Eds.), *Tourism Social Science Series* (Vol. 21, pp. 81–97). Emerald Publishing. DOI: [10.1108/S1571-504320150000021004](https://doi.org/10.1108/S1571-504320150000021004)
17. Lillo-Bañuls, A., & Casado-Díaz, J. M. (2015). Exploring the relationship between educational mismatch, earnings and job satisfaction in the tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 18(4), pp. 361-375. DOI: [10.1080/13683500.2014.915796](https://doi.org/10.1080/13683500.2014.915796)
18. Lourenço, F., & Jayawarna, D. (2011). Enterprise education: The effect of creativity on training outcomes. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17 (3), 224-244. DOI: [10.1108/13552551111130691](https://doi.org/10.1108/13552551111130691)
19. Mayaka, M. A. & Akama, J. (2015). Challenges for the tourism, hospitality and events higher education curricula in Sub-Saharan Africa. In Dredge, D., Airey, D. & Gross, M. (Eds.), *Routledge Handbook of Tourism and Hospitality* (pp. 72–98). Routledge.
20. Mekinc, J., Gorenak, M. Ladkin, A., & Turnšek, M. (2023). Educational and training imperatives for future tourism competencies: The case of

- Slovenia. *Human Systems Management*, 42 (5), pp. 499-514. DOI:[10.3233/HSM-220056](https://doi.org/10.3233/HSM-220056)
21. Mungai, M. W., Kieti, D. M. & Cheloti-Mapelu I. (2021), The tourism education and the tourism industry Imbalances: A review of skills, curriculum proponents and the way forward, *European Journal of Hospitality and Tourism Research* 9(3), pp. 14-26. DOI:[10.52006/main.v5i1.464](https://doi.org/10.52006/main.v5i1.464)
22. Perman, L., & Mikinac, K. (2014). Effectiveness of education processes in tourism and hospitality in the Republic of Croatia. In tourism and hospitality industry 2014 Congress Proceedings: *Trends in tourism and hospitality industry*. University of Rijeka.
23. Putra, F. K., Saepudin & Utami, N. G. (2022). Preferred competencies for tourism and hospitality graduates: Evidence from Longitudinal Tracer Studies. *Jornal of Technical Education and Training*. 14(3), pp. 94-104 DOI: <https://doi.org/10.30880/jtet.2022.14.03.009>
24. Raymond, K. S. C., & Choi, T. (2020). An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management Journal*, 21 (4): 363-377. DOI:[10.1016/S0261-5177\(99\)00070-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00070-9)
25. Regalado-Pezua, O., & Montoya Bayardo, M. A. (2012). Higher education in tourism and the real needs of the Labour Market: The case of the city of Guadalajara, Mexico. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 5 (1), 27-34.
26. Shen, H., Luo, J. M., & Lam, C. F. (2015). Evaluating the quality of hospitality and Tourism education in vocational institute in China. *International Journal of Marketing Studies*, 7(3), 12-18. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n3p12>
27. Sobhani, A. (2012), blogfa: <http://www.gorganpooyesh.blogfa.com>
28. Stacey, J. (2015). Supporting quality jobs in tourism. *OECD Tourism Papers*, 2015/02, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5js4rv0g7szzr-en>

29. Tsitskaria, E., Goudas, M., Tsalouchou, E., & Michalopoulou, M. (2017). Employers' expectations of the employability skills needed in the sport and recreation environment. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports & Tourism Education*, 20, pp. 1-9. DOI: [10.1016/j.jhlste.2016.11.002](https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2016.11.002)
30. Veliverronena, L. & Grīnfelde, I. (2018). Higher education in tourism from the perspective of the latvian tourism industry . *Proceedings of the International Scientific Conference. Volume 1*, pp. 580-589. DOI: [10.17770/sie2018vol1.3253](https://doi.org/10.17770/sie2018vol1.3253)
31. Wang, F., Ji, F. & Wu, B. (2023). How does virtual tourism involvement impact the social education effect of cultural heritage?. *Journal of Destination Marketing & Management*, Volume 28, pp. 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023>.
32. Wilks, D., & Hemsworth, K. (2012). Soft Skills as Key Competencies in Hospitality Higher Education: Matching Demand and Supply. *Tourism & Management Studies*, 7, pp. 131-139.
33. Wong, M. S., Hideki, N., & George, P. (2011). "The use of importance performance analysis (IPA) in evaluating Japan's E-government Services". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 6(2), pp. 17-30. DOI: [10.4067/S0718-18762011000200003](https://doi.org/10.4067/S0718-18762011000200003)
34. Yusoff, Y. M., Nejati, M., Kee, D. M. H., & Amran, A. (2020). Linking green human resource management practices to environmental performance in hotel industry. *Global Business Review*, 21(3), pp. 663–680. <https://doi.org/10.1177/0972150918779294>

References [In Persian]

1. Heydari Chianeh, R., Nasrollahzadeh, Z., & Abdollahi, M. (2012). An evaluation of tourism higher education in Iran based on SWOT Model. *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(1), 129-152.
2. Mehralizadeh, Y. (2017). Tourism and Iran's higher education: Interaction or confrontation. *Environmental Education and Sustainable Development*, 5(3), pp. 39-52. DOI: [20.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6](https://doi.org/20.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6)

3. Yemeni Dozi Sorkhabi, M. (2009) *Higher education development planning*. Samet Publications, Tehran.
4. Ziai, M., saeedi, A. A., & torab ahmadi, M. (2012). Exploring the state of tourism in Iran's higher. *Tourism Management Studies*, 7(17), pp. 61-86. DOI :[20.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5)

استناد به این مقاله: میرفخرالدینی، فائزه السادات. (۱۴۰۴). تحلیل شکاف‌های مرتبط به آموزش عالی در صنعت گردشگری ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۰(۶۹)، ۱۲۹ - ۱۶۸.

doi: 10.22054/tms.2024.79500.2933



Management Studies in Development and Evolution is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.