



## Analyzing Gaps related to Higher Education in Iran's Tourism Industry

Faeze Sadat

Mirfakhraddini\* 

Assistant Professor, Department of  
 Management Sciences, Yazd University,  
 Yazd, Iran

### Abstract

In Iran, both 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 content of the program 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, and the data using the importance-performance matrix, analysis and gaps have been identified, 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 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 stakeholders of the industry 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 as 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, due to the importance of human resources in this industry, human resources management will be very important (Ziaei

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

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 the field of 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 other sectors; According to other words, universities in the higher education system are the scientific and intellectual command towers of society (Sorkhabi Dozi, 2012). The higher education system as a purposeful phenomenon has two quantitative and qualitative dimensions, and its balanced and balanced growth should be parallel to each other in both dimensions, and 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**

By examining the background of research and surveying experts and experts in the tourism industry, data was collected and then skill gaps were identified and using the importance-performance matrix, the gaps were analyzed, categorized 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 first 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 their education on transferring quality management skills, how to design experiences for tourists, and the main topics of marketing, surely the students of this field will enter the job market with more knowledge about these topics. They will be. In general, the competence and skills that 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, and at the postgraduate level, the education will change from being purely theoretical to combining theory with practice and holding meetings with entrepreneurs and successful activists of 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. should be integrated and the internship approach should also be revised.

### **Funding**

There is no funding support

### **Authors' contribution**

Research is the effort of the researcher.

### **Conflict of interest**

Authors declared no conflict of interest

### **Acknowledgments**

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

التشكر

## تحلیل شکاف‌های مرتبط به آموزش عالی در صنعت گردشگری ایران

فائزه السادات

میرفخرالدینی \* ID

استادیار و عضو هیات علمی دانشکده مدیریت، دانشگاه یزد، یزد، ایران

### چکیده

در ایران، هم دانشگاه‌های دولتی و هم دانشگاه‌های غیردولتی و موسسات آموزشی مستقل، برنامه‌های تحصیلی آکادمیک و حرفه‌ای در گردشگری را از سطح کاردانی تا دکتری ارائه می‌دهند. اغلب افراد تاکید 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 خیرگان 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؛ درعین حال بخش آموزش تا حدی به نیازهای صنعت پاسخ می‌دهد و شکاف عملکردی در اکثر معیارهای شناسایی شده مشاهده می‌شود. ذینفعان صنعت 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 به طور 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 می‌شود. لادکین و همکاران (۲۰۲۳) بر اهمیت آموزش نیروی انسانی در زمینه فعالیت‌های گردشگری و توسعه مهارت‌های آن‌ها در سطوح عالی و دانشگاهی تأکید دارند. بدون شک، تجربه و دانش منابع انسانی تأثیر قابل توجهی بر عملکرد حرفه‌ای آن‌ها دارد و نیروی انسانی متخصص و ماهر، کلید توسعه مقاصد و محصولات گردشگری است رشته‌های دانشگاهی و علمی مرتبط با گردشگری و صنایع وابسته، از جمله هتلداری، به سرعت در حال رشد هستند و در سطح بین‌الملل از اهمیت بالایی برخوردار شده‌اند. با این وجود، تغییرات مداوم در خوشه‌های صنعتی و رشته‌های مختلف، چالش‌هایی را برای برآورده کردن انتظارات کارفرمایان از فارغ‌التحصیلان ایجاد کرده است. شکاف مهارتی و عدم تطابق بین عرضه بازار کار و تقاضای کارفرمایان، مسئله‌ای است که توجه مطالعات دانشگاهی و بخش‌های اقتصادی را به خود جلب کرده است. (Cinque, 2016).

به طور خلاصه، آموزش عالی در حوزه گردشگری نقشی کلیدی در توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند و پرورش نیروی انسانی متخصص و ماهر، تأثیر قابل توجهی بر موفقیت مقاصد و محصولات گردشگری دارد. با این وجود، تطبیق برنامه‌های آموزشی با نیازهای صنعت و برآورده کردن انتظارات کارفرمایان، چالش‌هایی 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 بخش‌ها، امری پیچیده است. این مسئله را می‌توان در عدم رضایت متقابل بازار کار و دانشگاه‌ها مشاهده کرد، جایی که رگولادو و بایاردو (۲۰۱۲) به آن اشاره می‌کنند. بررسی‌های انجام‌شده در اسپانیا نیز این مشکل را تأیید می‌کنند، بطوریکه که لیلو و کاسادو (۲۰۱۵) نشان دادند فارغ‌التحصیلان رشته گردشگری آمار بالاتری از بیکاری در مقایسه با سایر رشته‌ها دارند (Wang et al., 2023). یک توافق جمعی قوی وجود دارد که ذینفعان آموزش گردشگری باید با یکدیگر همکاری کنند تا اطمینان حاصل شود که دانشجویان آموزش مؤثری دریافت می‌کنند. 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 درنهایت، 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 موثر است. در زمینه آموزش به ویژه آموزش نظری نقش دانشگاه‌ها و مؤسساتی که به آموزش و تربیت نیروی انسانی مشغولند برای حصول به اهداف استراتژیک منابع انسانی پرچسته‌تر از دیگر بخش‌ها است؛ به بیان دیگر دانشگاه‌ها در نظام آموزش عالی برج فرماندهی علمی و فکری جامعه هستند (یمینی دوزی، ۱۳۸۹). نظام آموزش عالی به عنوان پدیده‌ای هدفمند دارای دو بعد کمی و کیفی است که رشد متعادل و موزون آن نیز باید در هر دو بعد 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 به همراه 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، نه تنها آسیب پذیری 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 همه‌ی ذینفعانش، 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 گرفته اند اما لافاقل 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: آیا بین برنامه‌های تحصیلی آموزش عالی با نیازهای بخش

گردشگری در ایران مطابقت وجود دارد یا خیر؟؛ و 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 طرق 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). حیاست معتقد است تأمین نیروی انسانی ماهر 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 آموزش رسمی، طراحی و برنامه‌ریزی 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 می‌تواند به توسعه و رشد صنعت گردشگری کمک کند (Yusoff et al, 2020).

مطالعات مختلف نشان داده‌اند که دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های منابع انسانی کمک زیادی به توسعه و پیشرفت گردشگری در جوامع می‌کنند و بدون شک نیروی انسانی گردشگری، بسیاری از این دانش و نگرش را در برنامه‌های آموزشی خود در دانشگاه‌ها به دست می‌آورند. در این سطح، رابطه بین برنامه درسی آموزش گردشگری ارتباط تنگاتنگی با عملکرد فارغ‌التحصیلان گردشگری پیدا می‌کند و تأثیر زیادی بر بهبود کیفیت گردشگری در آینده خواهد داشت. (Budhi Septyandi

(& Adiwarna Prawira, 2023)

### مهارت‌ها 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 این مفهوم را در صنعت گردشگری بسط داده اند. آنها 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، با دیدگاهی فلسفی، استدلال می کند 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 مهارت های پویایی نیاز دارد که با آموزش در چهار حوزه اصلی برای فارغ التحصیلان این حوزه پوشش داده می شود. این چهار مهارت کلیدی شامل توانایی برقراری ارتباط در مقصد گردشگری، آگاهی از سیاست ها و اخلاقیات، مهارت های تجاری عاطفی و بهبود در مدیریت منابع انسانی می شود (Jaber & Marzuki, 2019). با توجه به جهانی شدن سریع و تغییرات مداوم، دانشجویانی که وارد این حوزه می شوند، باید مجهز به درک و مهارت های متنوعی برای موفقیت در زندگی حرفه ای خود باشند. (Mungai, et.al, 2021)

استراتژی های ارتباطی بین مؤسسات آموزشی و صنعت گردشگری اغلب فاقد تمرکز، تعهد و منابع کافی هستند. ارتباط بین ارائه دهندگان آموزش (مؤسسات آموزشی) و کاربران نهایی (دانشجویان و صنعت) باید تقویت شود. مدرسان باید پیوندهای خود را با صنعت، جامعه و دولت محکم تر کنند، چرا که این تعامل متقابل می تواند منافع بی شماری برای همه ذینفعان به همراه داشته باشد. (Budhi Septyandi & Adiwarna Prawira, 2023)

### شکاف بین نیاز بازار گردشگری و آموزش

عدم تطابق بازار کار به عنوان «شکاف بین ویژگی های تقاضای نیروی کار و عرضه نیروی کار» تعریف می شود. شکاف ها می توانند در سطوح مختلف رخ دهند: مناطق، بخش های فعالیت، مهارت ها و غیره. (Mungai, et.al, 2021). موضوعات درسی در گردشگری، کمبود همکاری بین



مدرسین 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 کرد که آموزش گردشگری سه مرحله توسعه را پشت سر گذاشته است: مرحله صنعتی با جهت گیری 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 ارائه‌ی 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 جنونگ (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).

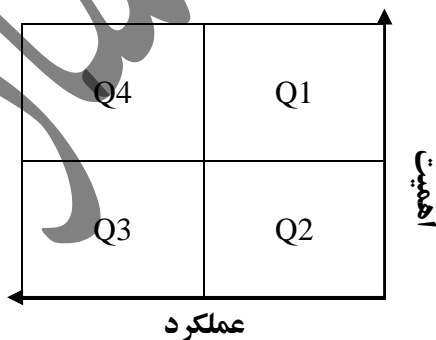
یکی دیگر از مسائل مشهود در سال‌های اخیر، مشارکت کم صنعت و جامعه در طراحی و برنامه‌ریزی آموزشی است (Hsu et al., 2017). واضح است که ارتباط ناکافی بین صنعت و ذینفعان جامعه منجر به مسائل مختلفی در حوزه گردشگری شده است. کیم و جنونگ (۲۰۱۸) معتقدند که خدمات مهمان‌نوازی و گردشگری مبتنی بر کار مشترک و ارتباطات مداوم است. این برای تجربه صنعتی مانند کارآموزی مهم است. به طور خاص، ادغام دوره‌های کارآموزی و موفقیت آمیز کردن آنها نیازمند همکاری بین ذینفعان، دانشجویان و مدرسان است (Kim & Jeong, 2018). ملیحا و سرتورین معتقدند: "ارتباطات نزدیکتر بین ذینفعان و مؤسسات آموزشی گامی به سوی 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 موسسات آموزش عالی برنامه های تحصیلی و حرفه ای در زمینه گردشگری را از سطح کارشناسی تا دکتری ارائه می دهند اما به نظر می رسد شکاف قابل توجهی بین آنچه موسسات 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 را 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 IPA را نشان می دهد.



شکل ۱: ماتریس اهمیت/ عملکرد

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

<sup>1</sup> Martilla and James

ربع اول؛ ناحیه‌ی بحرانی است، عواملی که در این ربع قرار می‌گیرند، باید در اولین فرصت بهبود پیدا کنند و در اولویت بالایی قرار دارند. عوامل ربع دوم اهمیت و اولویت چندانی ندارند و نیازمند اصلاح فوری در مورد آنها نیست. ربع سوم، ناحیه قابل کاهش می‌باشد؛ بیانگر نقاط قوت غیر مهم است و بهتر است منابع صرف شده برای آن‌ها، به عوامل دیگری اختصاص داده شود. عواملی که در ربع چهارم (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 حوزه‌ی 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 و 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 شخص محور است که در ارتباط با دانش و شایستگی‌ها و مهارت‌های موضوعی خاص توسعه می‌یابند. (Kimeto,2023). نویسندگانی همچون ویلکز و همزورت<sup>۱</sup>؛ تسیسکاریا و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷؛ مینکو، ۲۰۱۶ و استسی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵، نیز در مورد اهمیت افزایش مهارت‌های نرم برای اطمینان از عملکرد شغلی و موثر 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 شایستگی 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 هم ارائه شود، بهبود عملکرد رضایت بخش نخواهد بود.

---

<sup>1</sup> Tsitskaria et.al.(2017)

<sup>2</sup> Stacey(2015)

احمد<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در مورد تمرکز فعلی و اینکه روند برنامه های مطالعاتی گردشگری و مهمان نوازی بیش از حد مکانیکی است و رفتار کارآفرینانه را ترویج یا تشویق نمی کند، مطالبی را بیان می کند. لورنکو و همکارش<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) بر نیاز به بازنگری در رویکردهای آموزشی مورد استفاده در کلاس ها به منظور ارتقاء توسعه مهارت های غیرشناختی، مانند فعال بودن، خلاقیت، رهبری همراه با توسعه ویژگی ها، تکنیک ها و تجربیات برای کمک به دانش آموزان، اشاره می کنند. علاوه بر مواردی که در بالا ذکر شد، در ادامه نیز مطالعاتی که به موضوع این مقاله بیشترین مشابهت دارند در دو بخش مطالعات خارجی و مطالعات داخلی، ارائه شده است:

#### مطالعات خارجی:

در سال ۲۰۲۳، بودهی سپتیاندی<sup>۳</sup> 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 منتشر شده بین سال های ۲۰۱۷-۲۰۲۲ بررسی و مشخص شد که رویکردهای آموزشی مختلفی برای ارائه گردشگری پایدار در دانشگاه ها وجود دارد. تکنیک های یادگیری مبتنی بر دانشجویان عوامل تعیین کننده برای موفقیت یادگیری بودند که توسط مشارکت استراتژیک موسسات آموزش عالی با صنعت گردشگری حمایت می شد (Budhi Septyandi & Adiwarna Prawira, 2023). در این مقاله تنها به مباحث پایداری در آموزش گردشگری توجه شده است. ولیوروننا و گرینفلد<sup>۴</sup> (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 فارغ التحصیلان و کیفیت آموزش عالی از دیدگاه ذینفعان بخش گردشگری در بخش های دولتی و شهرداری، غیردولتی و خصوصی بود. در این خصوص با مدیران سازمان های کوچک و متوسط مصاحبه و داده ها با استفاده از روش تحلیل محتوا کدگذاری و تحلیل شدند. نتایج نشان می دهد که همکاری بین مؤسسات آموزش عالی و بخش گردشگری ناکافی است. ذینفعان صنعت تقویت مهارت های دانشجویان در فروش، همکاری و شبکه سازی و طراحی تجربه

---

<sup>1</sup> Ahmad, 2015

<sup>2</sup> Lourenço & Jayawarna, 2011

<sup>3</sup> Budhi Septyandi

<sup>4</sup> Veliverronena & Grūnfelde

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. مریان گردشگری باید با بخش گردشگری همکاری نزدیک‌تری داشته باشد تا به طور فعال نیازها را بیابد، روش‌های مطالعه را بازنگری کنند و از رویکرد عملی‌تر استفاده کنند. (Veliverronena & Grünfelde, 2018)

عبدالوهابوا در سال ۲۰۲۲ مطالعه‌ای در خصوص بررسی شکاف و مشکلات موجود در موسسات گردشگری ازبکستان انجام داد و چالش اصلی را در حوزه‌ی یادگیری زبان‌های خارجی تشخیص داد و به این نتیجه رسیدند که با توسعه گردشگری بین‌المللی می‌توانند به افزایش انگیزه و کارایی یادگیری یک زبان خارجی کمک کنند. (Abduvakhobova, 2020)

مونگای و همکارانش پژوهشی با عنوان "عدم تعادل بین آموزش و صنعت در گردشگری" در سال ۲۰۲۱ انجام دادند. آنها عقیده داشتند آموزش گردشگری به شیوه‌ای ناهمگون تکامل یافته است و لزوماً نیازهای صنعت گردشگری را برآورده نمی‌کند و نیازمند اتخاذ رویکردی نوآورانه است تا دانش و مهارت‌های فارغ‌التحصیلان را افزایش دهد. بنابراین در این مقاله پس از بررسی شکاف‌های موجود به این نتیجه رسیدند که با همکاری ذینفعان می‌توان رویکرد نوآورانه را اجرا نمود. علاوه بر این، یافته‌ها به اهمیت رویکردهای حرفه‌ای و آزاد در آموزه‌های گردشگری با استفاده از رویکرد نظام‌مند اشاره می‌کنند که با اصلاح برنامه درسی گردشگری این هدف محقق خواهد شد. (Mungai et.al, 2021)

مقاله‌ای در سال ۲۰۲۲ توسط پوترا و همکارانش ارائه شد که در مورد ادراک فارغ‌التحصیلان گردشگری در خصوص قابلیت استخدام، شایستگی‌ها و مهارت‌های شغلی خاص در زمینه گردشگری و مدیریت هتلداری گزارش می‌دهد. این تحقیق برای بررسی ادراکات فارغ‌التحصیلان در مورد شایستگی‌های ترجیحی با استفاده از نظرسنجی‌های آنلاین طراحی و ۱۶۹۴ فارغ‌التحصیل گردشگری و هتلداری در این مطالعه شرکت کردند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که سه دسته مهارت و شایستگی: بنیادی، عملکردی و حرفه‌ای برای استخدام فارغ‌التحصیلان مدیریت گردشگری و مهمان‌نوازی ضروری است. این مطالعه همچنین نشان داد که شایستگی‌های شغلی ترجیحی فارغ‌التحصیلان برای بخش‌های گردشگری و مهمان‌نوازی می‌تواند با استراتژی همکاری در طول دوره کارآموزی و برنامه‌های صدور گواهینامه مرتبط با صنعت ادغام شود. (Putra et.al, 2022)

## مطالعات داخلی:

مهر علی زاده در سال ۱۳۹۶ مطالعه ای با عنوان "گردشگری و آموزش عالی ایران: تعامل یا تقابل" انجام داد. در مقاله حاضر ماهیت رابطه گردشگری و آموزش عالی در پرتو نظریه تقابل بررسی شد. هدف از مقاله حاضر آن است تا مشخص نماید آیا سیاست های توسعه گردشگری و آموزش عالی ایران در تعامل یا تقابل نسبت به یکدیگر قرار دارند یا خیر؟. نتایج به دست آمده نشان می دهد که در پنج برنامه توسعه کشور بعد از انقلاب اسلامی بین سیاست گذاری های مرتبط با جهانگردی و نظام های آموزش عالی تعاملی وجود نداشته است. در برنامه ششم توسعه رویکرد تعاملی پیش بینی شده است؛ اما فضای تقابلی کنونی ناشی از ساختارهای پیچیده کنونی و ناهمگرای تثبیت شده طی سال های گذشته، تضاد منافع سازمانی و مدیریتی، گسستگی نظام سیاست گذاری در این دو حوزه باعث شده که نتوان در برنامه ششم نیز خوش بینانه در خصوص خروج از تقابل بین دو حوزه را پیش بینی کرد. توسعه گردشگری باید به عنوان یک علم با حوزه مشخص و رشته ای بین رشته ای در دانشگاه ها و مراکز آموزش علمی کشور مورد توجه جدی قرار گیرد.

در سال ۱۳۹۱، ضیایی و همکاران به منظور تعیین جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران به بررسی شاخص های علمی و کاربردی و مدل های عمودی و افقی پرداخته و نتایج این پژوهش نشان می دهد که گرچه تعداد دانشجویان و مراکز علمی گردشگری در بازه زمانی مورد بررسی رشد بسیاری داشته و به تنوع رشته های مرتبط با گردشگری افزوده شده است، اما الگوی توسعه در زمینه جذب دانشجویان بر مدل های افقی و عمودی برگزیده تحقیق منطبق نمی باشند و از نظر شرایط و امکانات یادگیری کمبود های قابل توجهی وجود دارد. (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۱)

مقاله ای با عنوان "تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر مدل سوات" توسط رحیمی چیانه و همکارانش انجام شد. هدف این پژوهش تعیین توانایی ها، ضعف ها، تهدیدها و چالش های 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. از ۱۵۰ عضو هیئت علمی، سرمایه گذاران و فعالان حوزه گردشگری و همچنین دانشجویان اطلاعات 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 چیانه و همکاران، ۱۳۹۱)

با مرور ادبیات و پیشینه مرتبط با مطالعات انجام شده در حوزه‌ی آموزش در گردشگری مشخص گردید اکثر مطالعات صورت گرفته در این حوزه به بررسی عوامل و متغیرهای همچون توسعه پایدار، نیاز بازار، انگیزه یادگیری، ماهیت برنامه‌های آموزشی، عملکرد شغلی و... پرداخته‌اند (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 جنبه‌ی دیگر نوآوری این تحقیق استفاده از ماتریس اهمیت-عملکرد در خصوص تعیین شکاف‌های موجود است. بعبارتی دیگر با بررسی‌های انجام شده توسط پژوهشگر، تاکنون تنها شکاف‌های بین آموزش داده شده به دانشجویان و نیاز بازار کار گردشگری در ایران شناسایی نشده است بلکه در مطالعات مشابه خارجی همچون مطالعه‌ی مونگای و همکارانش، ۲۰۲۱؛ عبدالوخابوا، ۲۰۲۲، برای شناسایی شکاف، از ماتریس IPA بهره نگرفته‌اند.

## روش شناسی :

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی؛ از حیث شیوه گردآوری داده‌ها، 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 فعالین و مدیران گردشگری ( هتل‌ها و مراکز اقامتی، دفاتر خدمات مسافرتی و سازمان میراث فرهنگی) و اساتید دانشگاه و مدرسان موسسات آموزشی در حوزه گردشگری را در برمی گیرد. هدف اصلی تحقیق شناسایی شکاف‌های آموزشی در این حوزه و طبقه بندی و تعیین اهمیت نسبی این شکاف‌ها در بازار کار گردشگری ایران است.

این تحقیق در ۲ مرحله (مرحله اول بصورت کیفی و مرحله دومی بصورت کمی) اجرا شده است.

در بخش کیفی ابتدا با مطالعه و بررسی پیشینه تحقیق معیارها استخراج شدند. در این مرحله از تحقیق، ۴۱ عامل بعنوان نیازهای بازار کار صنعت گردشگری تعیین شد. سپس از خبرگان مصاحبه نیمه ساختاریافته، بعمل آمد. در فرایند 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 موسسات 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 مصاحبه شونده قرار می‌گرفت و از وی خواسته می‌شد نظر خود را در مورد هر معیار اعلام کند. در طی این فرایند همه‌ی 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 داده‌ی جدیدی بدست نیاید و خبرگان تحقیق کفایت معیارها را تایید کنند)، فرایند 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 بر خورداری از هر دو مقوله‌ی 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 موسسات آموزشی در حوزه گردشگری) انتخاب شدند. لازم به ذکر است خبرگان مرحله اول از روش گلوله برفی انتخاب شدند. در این روش از شرکت‌کننده‌ی اول خواسته می‌شود تا فرد یا افراد دیگر که در حوزه‌ی موضوع مورد بررسی تخصص دارند، را به محقق معرفی کند. علت انتخاب این روش نمونه‌گیری، دسترسی دشوار و عدم همکاری مطلعین با پژوهشگر بود. در روش گلوله برفی 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 (IPA) برای سنجش عوامل می‌توان از مقیاس ۵، ۷ و ۹ تایی استفاده کرد. از این رو در پژوهش حاضر پرسشنامه‌ای براساس 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 فعالین در صنعت گردشگری و ۲۴ نفر از اساتید و مدرسین این رشته) خواسته شد به اهمیت و عملکرد هر



معیار امتیاز دهند. داده‌ها با استفاده از ماتریس IPA 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؛ چراکه 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.

انتشارات

همچنین لازم به ذکر است اعتبار محتوایی پرسشنامه از سوی خبرگان پژوهش (روایی صوری) و اعتبار عاملی آن از روش تحلیل عاملی، به تایید 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 تایید می کند. (جدول مربوط به میزان آلفای کرونباخ، پیوست شد)

### یافته های پژوهش:

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

جدول ۱: معیارهای مهارتی مورد نیاز فارغ التحصیلان گردشگری

منبع	کد معیار	معیار
Mungai et.al, 2021 Wilks & Hemsworth, 2012	C <sub>1</sub>	همکاری بین بخشی
Mungai et.al, 2021 Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	C <sub>2</sub>	همکاری در سطح محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی
Mungai et.al, 2021 Budhi & Adiwarna Prawira, 2023	C <sub>3</sub>	درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	R <sub>1</sub>	شناسایی بخش های جدید بازار
Cinque, 2016	R <sub>2</sub>	درک افراد با فرهنگ های مختلف
Stacey, 2015	S <sub>1</sub>	مدیریت تعارض
Cinque, 2016 Stacey, 2015	S <sub>2</sub>	روانشناسی مشتری
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	S <sub>3</sub>	مهارت عمومی ارتباط با مشتری
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	M <sub>1</sub>	درک اهمیت صنعت گردشگری
Wilks & Hemsworth, 2012	M <sub>2</sub>	مدیریت منابع
Wilks & Hemsworth, 2012	M <sub>3</sub>	مدیریت سرمایه
خبرگان تحقیق	M <sub>4</sub>	برنامه ریزی استراتژیک
Abdovakhabova, 2020	L <sub>1</sub>	مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین المللی (نوشتن و صحبت کردن)
خبرگان تحقیق	D <sub>1</sub>	طراحی تجربه
Mungai et.al, 2021 Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	D <sub>2</sub>	درک انتظارات و نیازهای مشتریان
Mekinc et, al. 2023	D <sub>3</sub>	مهارت مدیریت کیفیت
Mekinc et, al. 2023 Wilks & Hemsworth, 2012	D <sub>4</sub>	ارتباطات بازاریابی
Veliverronena & Gr̄infelde, 2018	D <sub>5</sub>	مهارت سخنرانی و ارتباط عمومی

مهارت فروش (حضوری و آنلاین)	D <sub>6</sub>	خبرگان تحقیق
توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف	I <sub>1</sub>	Wilks & Hemsworth, 2012
مدیریت پایگاه داده	I <sub>2</sub>	Tsitskaria et.al.,2017
مدیریت وب سایت	I <sub>3</sub>	Kimeto,2023
آشنایی با عملکرد پلتفرم های رسانه های اجتماعی	I <sub>4</sub>	خبرگان تحقیق
مدیریت پروژه	E <sub>1</sub>	Ahmad,2015 Kimeto,2023
مدیریت مالی	E <sub>2</sub>	Mekinc et, al.2023 Wilks & Hemsworth, 2012
مدیریت منابع انسانی	E <sub>3</sub>	Veliverronena & Gr̄infelde,2018
سازگاری با تغییرات	E <sub>4</sub>	Ahmad,2015 Veliverronena & Gr̄infelde, 2018
درک محیط کسب و کار	E <sub>5</sub>	Ahmad,2015
مدیریت رویدادها	E <sub>6</sub>	خبرگان تحقیق

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 موسسات	۱	کارشناسی ارشد	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
آموزشی گردشگری	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	۱	کارشناسی ارشد	بیش از ۲۰ سال
مسافرتی	۱	کارشناسی	بیش از ۲۰ سال
سرپرستی تورهای سفر	۱	دکتری	بین ۱۰ تا ۲۰ سال
	۲	کارشناسی	بین ۱۰ تا ۲۰ سال

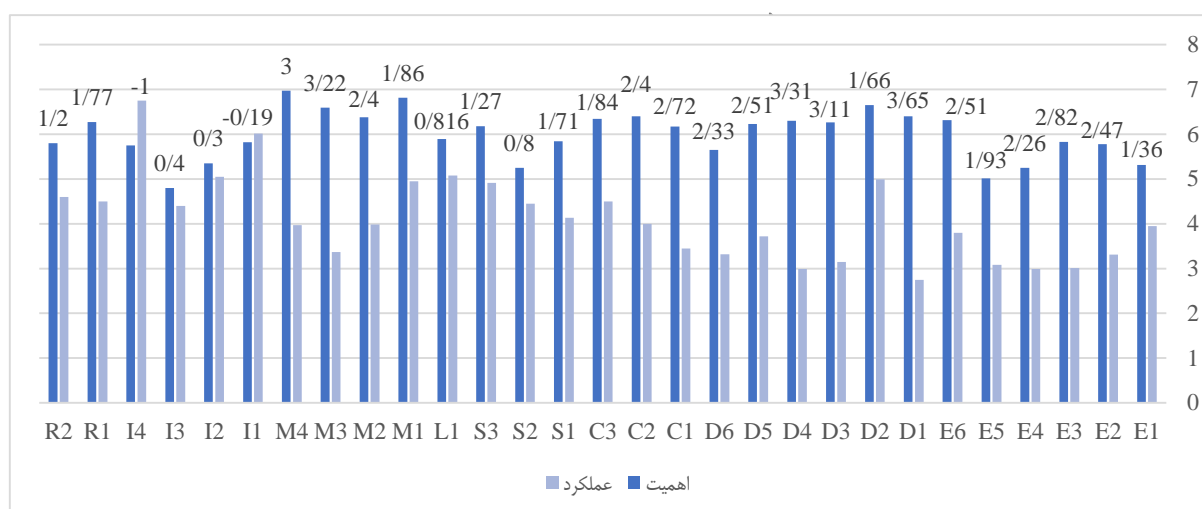
به منظور رسم ماتریس اهمیت/عملکرد ابتدا میانگین نظرات در ارتباط با اهمیت و عملکرد محاسبه شد. میانگین مربوطه به اهمیت و عملکرد هر یک از ابعاد در جدول ۳، نشان داده شده است.

جدول ۳: میانگین اهمیت و عملکرد هریک از ابعاد

شکاف عملکردی	میانگین عملکرد	میانگین اهمیت	ابعاد
۱/۳۶	۳/۹۵	۵/۳۱	همکاری بین بخشی
۲/۴۷	۳/۳۱	۵/۷۸	همکاری در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی
۲/۸۲	۳/۰۱	۵/۸۳	درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت
۲/۲۶	۲/۹۹	۵/۲۵	شناسایی بخش های جدید بازار
۱/۹۳	۳/۰۸	۵/۰۱	درک افراد با فرهنگ های مختلف
۲/۵۱	۳/۸	۶/۳۱	مدیریت تعارض
۳/۶۵	۲/۷۵	۶/۴	روانشناسی مشتری
۱/۶۶	۴/۹۹	۶/۶۵	مهارت عمومی ارتباط با مشتری
۳/۱۱	۳/۱۵	۶/۲۶	درک اهمیت صنعت گردشگری
۳/۳۱	۲/۹۹	۶/۳	مدیریت منابع
۲/۵۱	۳/۷۲	۶/۲۳	مدیریت سرمایه
۲/۳۳	۳/۳۲	۵/۶۵	برنامه ریزی استراتژیک
۲/۷۲	۳/۴۵	۶/۱۷	مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین‌المللی (نوشتن و صحبت کردن)
۲/۴	۴	۶/۴	طراحی تجربه
۱/۸۴	۴/۵	۶/۳۴	درک انتظارات و نیازهای مشتریان
۱/۷۱	۴/۱۳	۵/۸۴	مهارت مدیریت کیفیت
۰/۸	۴/۴۵	۵/۲۵	ارتباطات بازاریابی
۱/۲۷	۴/۹۱	۶/۱۸	مهارت سخنرانی و ارتباط عمومی
۰/۸۱۶	۵/۰۷	۵/۸۹	مهارت فروش (حضور و آنلاین)
۱/۸۶	۴/۹۵	۶/۸۱	توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف
۲/۴	۳/۹۸	۶/۳۸	مدیریت پایگاه داده
۳/۲۲	۳/۳۷	۶/۵۹	مدیریت وب سایت
۳	۳/۹۷	۶/۹۷	آشنایی با عملکرد پلتفرم های رسانه های اجتماعی
-۰/۱۹	۶/۰۱	۵/۸۲	مدیریت پروژه
۰/۳	۵/۰۵	۵/۳۵	مدیریت مالی
۰/۴	۴/۴	۴/۸	مدیریت منابع انسانی
-۱	۶/۷۵	۵/۷۵	سازگاری با تغییرات

درک محیط کسب و کار	۶/۲۷	۴/۵	۱/۷۷
مدیریت رویدادها	۵/۸	۴/۶	۱/۲

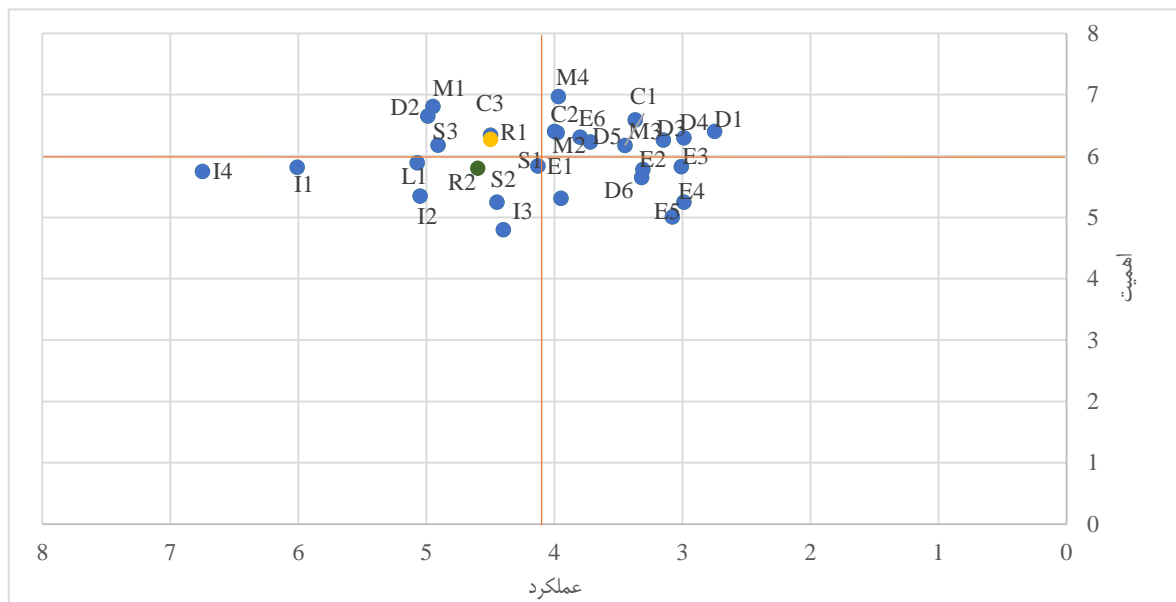
اطلاعات جدول بالا در شکل ۲، بصورت نموداری نمایش داده شده است و تفاوت میانگین اهمیت و عملکرد هر یک از معیارها نمایش می‌دهد؛ در واقع شکاف بین اهمیت و عملکرد در هر مورد محاسبه شده است.



با توجه به تحلیل داده های بدست آمده از پرسشنامه، میانگین شکاف بین اهمیت و عملکرد معیارها، برابر با ۱/۸۷۷ است. دو معیار I1 و I4 دارای شکاف منفی (یعنی میزان عملکرد از اهمیت آن معیار بالاتر است) و مابقی معیارها (۲۷ معیار) دارای شکافی مثبت بودند. البته میزان شکاف ۱۵ معیار از آنها (معیارهای: C1، C2، D1، D3، D4، D5، D6، E2، E3، E4، E5، E6، M2، M3، M4) بالاتر از متوسط میانگین شکافها (یعنی بیشتر از مقدار ۱/۸۷۷) می باشد. در این راستا بمنظور تحلیل بهتر و عینی تر وضعیت معیارها شناسایی شده، ماتریس<sup>۱</sup> IPA براساس 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 می گیرد. نقطه تلاقی خطوط عمودی و افقی به ترتیب متوسط امتیازات اهمیت (۵/۹۸) و متوسط امتیازات عملکرد (۴/۱۰) را نشان می دهد.

<sup>1</sup> Importance-Performance Analysis (IPA)

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

بر اساس ماتریس بالا، معیارها را می توان بصورت زیر دسته بندی کرد:

گروه اول: معیارهایی که در ناحیه بحرانی قرار می گیرند، 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)؛ بنا بر نظر خبرگان تحقیق، این معیارها اهمیت بالایی داشته ولی عملکرد بخش آموزش عالی در انتقال آنها 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، 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 آن لاین) (D6)؛ این معیارها طبق نظر خبرگان تحقیق، علاوه بر اینکه نسبت به

به سایر عوامل اهمیت کمتری دارند، عملکرد حوزه‌ی آموزش نیز در خصوص آنها نیز ضعیف بوده است. بنابراین توصیه می‌شود 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، شامل: درک افراد با فرهنگ‌های مختلف (R<sub>2</sub>)، مدیریت تعارض (S<sub>1</sub>)، روانشناسی مشتری (S<sub>2</sub>)، مسلط بودن بر حداقل ۲ زبان بین-المللی (نوشتن و صحبت کردن) (L<sub>1</sub>)، توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I<sub>1</sub>)، مدیریت پایگاه داده (I<sub>2</sub>)، مدیریت وب سایت (I<sub>3</sub>) و آشنایی با عملکرد پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی (I<sub>4</sub>)؛ 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، شامل معیارهای: درک اهمیت صنعت گردشگری (M<sub>1</sub>)، درک اهمیت وجود همکاری در ساختار صنعت (C<sub>3</sub>)، شناسایی بخش‌های جدید بازار (R<sub>1</sub>)، مهارت عمومی ارتباط با مشتری (S<sub>3</sub>) و درک انتظارات و نیازهای مشتریان (D<sub>2</sub>)، هستند که این معیارهای علاوه بر اهمیت بالایی که دارند، طبق نتایج بدست 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 نتیجه گیری:

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 فارغ التحصیل، 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 دائماً در حال تغییر باشد. برخی از عوامل ایجادکننده این تغییرات شامل: توسعه سریع فناوری؛ نیاز به بازاریابی و خدمات رسانی آنلاین به مشتریان؛ اهمیت

دادن به داده های شخصی مشتریان؛ استفاده از فناوری ها برای افزایش تجربه مشتری و به حداکثر رساندن فرصت های تجاری؛ تغییرات در تقاضای مصرف کننده؛ 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 کسب و کار گردشگری وفق دهند. (Veliverronena & Grünfelde, 2018)

موضوعی دیگر که باید به آن توجه شود، توانایی ایجاد تعادل بین جنبه های حرفه ای و آزاد آموزش گردشگری است. متخصصان آینده گردشگری نه تنها باید تحصیل کرده، آگاه و مسئولیت پذیر باشند، بلکه باید از نظر شغلی نیز در گردشگری فعالیت و تجربه داشته باشند. تمرکز انحصاری بر آموزش حرفه ای، دانشجویان را فقیر می کند 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 می کنند.

در کشورهای در حال توسعه، همچون ایران، بخش آموزش نیروی کار گردشگری با چالش های بسیاری روبرو است. موسسات آموزش عالی، در طی چند دهه ی گذشته تغییرات بسیاری در نوع و سبک آموزش، داشته اند. مهمترین دلیل این تغییرات را می توان توسعه فناوری و شبکه های 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 فارغ التحصیلان این رشته پرطرفدار، از اهمیت بالایی برخوردار بوده و توجه ذینفعان این صنعت را بخود جلب کرده است. در این راستا مطالعه حاضر با هدف بررسی شکاف بین آموزش های داده شده به نیروی کار و مهارتهای مورد نیاز بازار کار گردشگری ایران، انجام شد.

طی بررسی صورت گرفته در منابع علمی و سپس نظر سنجی 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 IPA با هدف شناخت بهتر معیارهای بحرانی و اولویت بندی معیارها جهت اقدام اصلاحی، ترسیم شد. این ماتریس با تعیین اهمیت هر معیار به تصمیم گیران کمک می کند تا گزینه های مختلف را اولویت بندی نموده و عملکرد خود را در هر زمینه تعیین کنند.

نتایج تحلیل یافته های این پژوهش نشان می دهد که از دیدگاه خبرگان تحقیق، اولویت اول جهت اقدام اصلاحی کاهش شکاف عملکردی، به بعد «توسعه محصول» مرتبط است. اگر دانشگاه



ها و مراکز آموزش عالی در گردشگری، آموزش‌های خود را به انتقال مهارت‌های مدیریت کیفیت، نحوه‌ی طراحی تجربه برای گردشگران و مباحث اصلی بازاریابی، بیشتر معطوف کنند، مطمئناً فارغ-التحصیلان 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<sub>2</sub>)، روانشناسی مشتری (S<sub>2</sub>) و مدیریت تعارض (S<sub>1</sub>)، در گروه سوم قرار گرفته‌اند. این معیارها توسط سینگو (۲۰۱۶) و استیسی (۲۰۱۵) بعنوان معیارهای نرم معرفی شدند که مطابق با نتایج بررسی آنها برای ارتقای شغلی افراد، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. حال با توجه به نتیجه بدست آمده از این مقاله، در صنعت گردشگری ایران این معیارها از نظر عملکردی قابل قبول بوده و مطابق با نظر پاسخ دهندگان اولویت کمتری برای توجه و تمرکز نسبت به سایر معیارها دارند.

ویلکس و همکارانش در سال ۲۰۲۲ و مکینک و همکارانش (۲۰۲۳)، معیارهای همکاری بین بخشی (C<sub>1</sub>)، مدیریت سرمایه (M<sub>3</sub>)، ارتباطات بازاریابی (D<sub>4</sub>)، توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I<sub>1</sub>)، مدیریت پروژه (E<sub>1</sub>) و مدیریت مالی (E<sub>2</sub>) را بعنوان مهارت‌های موضوعی خاص مطرح نمودند و معتقد بودند فارغ‌التحصیلان رشته گردشگری باید این مهارت‌ها را دارا باشند. نتایج این مقاله با ادعای آنها هماهنگ است. بدین صورت که طبق نظر خبرگان این تحقیق معیارهای همکاری بین بخشی (C<sub>1</sub>)، مدیریت سرمایه (M<sub>3</sub>) و ارتباطات بازاریابی (D<sub>4</sub>)، در مورد منابع انسانی صنعت گردشگری ایران در عین حالی که از اهمیت بالایی برخوردارند اما نیروی کار عملکرد ضعیفی در آنها دارند، بنابراین باید بیشتر مورد توجه متولیان آموزش گردشگری قرار گیرند. در مقابل معیارهای توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I<sub>1</sub>)، مدیریت پروژه (E<sub>1</sub>) و مدیریت مالی (E<sub>2</sub>) از اهمیت کمتری برخوردار هستند؛ زیرا مطابق با نظر خبرگان تحقیق این مهارت‌ها را می‌توان از طریق جذب نیروی کار که تخصص غیر گردشگری دارند نیز تامین نمود و برای فارغ‌التحصیلان گردشگری مهارت‌های دیگر، اولویت بالاتری خواهند داشت. در حال حاضر معیار توانایی استفاده و شناخت نرم افزارهای مختلف (I<sub>1</sub>)، در میان نیروی کار گردشگری از عملکرد قابل قبولی برخوردار است اما دومعیار دیگر عملکرد ضعیفی داشته و انتظار می‌رود کارفرمایان گردشگری برای کاهش شکاف عملکردی آنها از نیروی‌های مختص در این حوزه که تحصیلات مرتبط دارند، بهره بگیرند.

احمد (۲۰۱۵) در تحقیق خود رفتار کارآفرینانه در نیروی کار گردشگری را مورد تاکید قرار داده بود که طبق یافته های وی رفتار کارآفرینانه نیروی کار در مهارتهایی چون سازگاری با تغییرات (E4)، درک محیط کسب و کار (E5) نمود پیدا می کند. در مقاله حاضر این معیارها برای نیروی کار گردشگری ایران بررسی و مشخص شد این معیارها دارای اهمیت کم و عملکرد ضعیفی هستند. در عین حال اهمیت پایین آنها 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 موسسات آموزشی با فعالین صنعت گردشگری امری اجتناب ناپذیر است. در پژوهش حاضر 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 بالای معیارهای این ابعاد را تایید می کنند.

عبدالوهابوا یکی از شکاف های 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 بین المللی (نوشتن و صحبت کردن) ( $L_1$ )، وضعیت مطلوبی داشته و شکاف قابل توجهی در آن مشاهده نمی شود.

از دیگر نتایج این مقاله نیاز به توجه و تمرکز بر فراهم سازی زمینه مشارکت همه ی بخش ها و ذینفعان گردشگری است که این نتیجه را با یافته های تحقیق مونکای و همکارانش، در یک راستا است؛ زیرا آنها نیز معتقد بودند عدم تعادل در آموزش و صنعت گردشگری باعث عدم همکاری بین ذینفعان صنعت است.

رحیمی چپانه و همکارانش نیز در مطالعه خود آموزش گردشگری را در اولویت اقدامات مدیریتی می داند و این تحقیق نیز بر همین مبنا اجرا شده است و حوزه ی آموزش و پرورش نیروی انسانی گردشگری ایران بسیار حائز اهمیت است.

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده های این مقاله، می توان دستاوردهای متمایز مطالعه ی حاضر از مقالات مشابه داخلی و خارجی، را مواردی چون: شناسایی مهارت های مورد نیاز فارغ التحصیلان به منظور تامین نیاز بازار کار گردشگری در ایران؛ تاکید به برقراری ارتباط موثر و همکاری سازنده بین مؤسسات آموزش عالی و بازار کار گردشگری به منظور کاهش شکاف های مهارتی شناسایی شده؛ لزوم تقویت مهارت های دانش آموختگان در حوزه هایی مثل فروش، همکاری و شبکه سازی

و طراحی تجربه خلاق و در نهایت لزوم اهمیت بازنگری محتوای آموزشی و درسی رشته گردشگری در موسسات آموزشی ایران، دانست. بطور کلی با توجه به معیارهایی که شکاف در آنها چشم گیر است و تامین نیازهای بازار کار گردشگری، به این نکته واقف می شویم که دروس و سرفصل دروس 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 بصورت تئوری آموزش داده می‌شود، اما باید توجه داشت درصد زیادی از کارکنان این صنعت دارای مدرک کارشناسی هستند. از این رو انتظار می‌رود، دروس 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 فعالین موفق این صنعت، تغییر کند. بعبارتی دروس بصورت 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 بصورت 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، علاوه بر علاقه‌ی دانشجویان، جذابیت حضور در بازار کار نسبت به دروس دانشگاهی، باعث کم اهمیت دانستن دروس 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 دروس دانشگاهی از یک طرف و از طرفی دیگر تمایل به جذب دانشجویان توسط کارفرمایان بعلاوه مسائل مالی به صرفه تر و آموزش راحت آنها، است. از اینرو پیشنهاد می‌شود علاوه بر بازبینی سرفصل دروس 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 دانشجویی به خوبی انجام شود و هم حقی از آنها ضایع نشود.

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 شود - همانطور که قبلاً بیان شد، طول دوره کارآموزی کافی نیست. پیشنهاد می‌شود رویکردهای آموزشی مورد استفاده در موسسات آموزشی به منظور ارتقای توسعه مهارت‌هایی مانند رقابت‌پذیری، خلاقیت و رهبری، بازنگری شود. روش‌های آموزشی همچنین باید شامل تماس بیشتر با سازمان‌های بخش گردشگری باشد و باید پروژه‌های همکاری معنادار بین موسسات 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 عبارتند از:

تعداد ناکافی افراد با آموزش مناسب و سطح تجربه مناسب؛ (۲) وجود کارکنان ماهر اما بی‌انگیزه برای پیشرفت و ارتقا در کار خود؛ (۳) گران بودن کارکنان ماهر. لازم به ذکر است 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 بین رشته‌ای و کاربر محور در بخش آموزش گردشگری در نظر گرفته شود تا دانشجویان انگیزه‌ی کافی برای ثبت نام در فعالیت‌های پیشنهاد شده توسط اساتید را داشته باشند و همچنین فضایی مطلوب برای یادگیری ایجاد شود و مکانی که دانشجویان در آن فعالیت کرده و بصورت عملی با مسائل بازار کار روبرو شوند.

مساله دیگر فقدان همکاری و شبکه‌سازی بین مربیان و بخش گردشگری یکی از دلایل اصلی عدم برآورده کردن انتظارات آموزش و پرورش باشد. یافته‌های مطالعه نیز تایید 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، به عنوان مثال. کارآفرینان اغلب موفقیت کسب و کار خود را با موفقیت کلی مقصد مرتبط نمی‌دانند و هیچ انگیزه‌ای برای همکاری برای ارتقای مقصد احساس نمی‌کنند.

همچنین درک ذینفعان از آموزش نیز مساله‌ای است که باید به آن توجه نمود؛ نتایج این مطالعه و مطالعات مشابه انجام شده 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 فارغ التحصیلان این رشته، مجهز به مجموعه مهارت‌های ایده آل 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 برنامه ریزی 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؛ عبارتی تعیین اهداف آموزشی، تعیین محتوا، تعیین مدت زمان اجرای برنامه، مشخص کردن شرایط شرکت-کنندگان، تعیین روش‌های آموزشی و حتی بمنظور 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 مضمون نیست. محدودیت‌هایی که محقق در جریان این مطالعه با آنها روبرو بود، عبارتند از:

- دسترسی دشوار و عدم تمایل به پاسخگویی برخی خبرگان و پاسخ‌دهندگان؛ در فرایند تحقیق سعی شد تا حد امکان از تعداد زیادی افراد برای پاسخگویی به سوالات 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 مطالعه ای جامع در ایران انجام شود، اما به دلیل محدودیت‌ها، محقق تنها از چند شهر که در حوزه گردشگری و آموزش فعالترند، پاسخگویان و خبرگان را انتخاب نموده است.
- استفاده از منابع منتشرشده به زبان انگلیسی و فارسی؛ ممکنست مطالعاتی مرتبط با موضوع تحقیق حاضر با زبان‌های دیگر نیز وجود شده باشد.

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

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

از آنجایی که موضوع مورد بررسی مقاله حاضر، از اهمیت بسیاری برخوردار است پیشنهاد می شود در آینده مطالعاتی با محوریت مسائل ذیل انجام شود:

- پیشنهاد می شود مطالعه ای با هدف تجزیه و تحلیل پیشینه و تجربه مدرسان، سبک تدریس آنها و همچنین عمق و پویایی ارتباط بین مدرسان و دانشجویان در موسسات آموزشی ایران صورت گیرد.
- توصیه می شود در خصوص آسیب شناسی دروس ارائه شده در موسسات آموزش عالی ایران و میزان تطابق آن با نیازهای بازار کار گردشگری ایران، مطالعه ای جامع انجام شود.
- به منظور رفع مشکلات احتمالی در حوزه ی آموزش گردشگری می توان با بررسی مقایسه ای و مطالعات تطبیقی با سایر کشورهای پیشرو و موفق در گردشگری، به اطلاعات و راهبردهای ارزشمندی دست یافت.
- به نظر می رسد تعریف طرح های تحقیقاتی با موضوع آموزش گردشگری و نیازهای بازار کار گردشگری، بسیار مفید و برای شرایط فعلی صنعت، مورد نیاز باشد.

## ORCID

Faeze mirfakhraddini



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

## منابع:

- حیدری چپانه, رحیم, نصرالله زاده, ذکیه و عبدالهی, مهدی. (۱۳۹۱). تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر مدل سوات. برنامه ریزی و توسعه گردشگری-1(1), 129-152.
- ضیایی, محمود, سعیدی, علی اصغر و تراب احمدی, مژگان. (۱۳۹۱). جایگاه گردشگری در نظام آموزش عالی ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری ۷(۱۷), ۶۱-۸۶. DOI: [20.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5)
- مهرعلی زاده, یداله. (۱۳۹۶). گردشگری و آموزش عالی ایران: تعامل یا تقابل. فصلنامه علمی آموزش محیط زیست و توسعه پایدار. 52-39, 5(3). DOI: [20.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6](https://doi.org/10.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6)
- یمینی دوزی سرخایی, محمد (۱۳۸۹). برنامه ریزی توسعه آموزشی عالی. انتشارات سمت. تهران.
- Abdovakhabova U. Yu. (2020) Education in Tourism Industry-Challenges and Opportunities. IJLER 6 (0). [doi:10.21070/ijler.2020.V6.472](https://doi.org/10.21070/ijler.2020.V6.472)
- 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)
- Budhi Septyandi, Ch., Adiwarna Prawira M. F. (2023). A Review of Sustainable Tourism Curriculum on Higher Education. *Journal of Tourism Sustainability*, Volume 2 Nomor 2, p:51-60. DOI: [10.35313/jtospolban.v2i2.37](https://doi.org/10.35313/jtospolban.v2i2.37)
- 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)
- 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)
- 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>

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), 13-44. doi: [10.18045/zbefri.2017.1.13](https://doi.org/10.18045/zbefri.2017.1.13)

Fidgeon, P. R. (2010). Tourism education and curriculum design: A time for consolidation and review? *Tourism Management*, 31, 699–723. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.05.019>

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)

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)

Hyasat, A. S. (2022). Examining Tourism and Hospitality Curriculum Based on the Business Employers' Needs. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(1), 60–70. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.211>

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), 351–359. DOI: [10.14456/ITJEMAST](https://doi.org/10.14456/ITJEMAST).

Kim, J. H. & Jeong, M. (2018) Research on hospitality and tourism education: Now and future. *Tourism management Perspectives*, 25,119-122. DOI:[10.1016/j.tmp.2017.11.025](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.025)

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*, Vol. 6,78-90. <https://www.tveta.go.ke/wp-content/uploads/2023/09/Revised-Version-3-KJ-TVET-6-MAY.pdf>

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>



Lewis, C. A. (2015). Rethinking Caribbean tourism education. In C. H. C. (Eds. . Sheldon, P.J. and Hsu (Ed.), *Tourism Social Science Series* (Vol. 21, pp. 81–97). Emerald Publishing. DOI:[10.1108/S1571-504320150000021004](https://doi.org/10.1108/S1571-504320150000021004)

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), 361-375. DOI:[10.1080/13683500.2014.915796](https://doi.org/10.1080/13683500.2014.915796)

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)

Mayaka, M.A. and Akama, J. . (2015). .Challenges for the tourism, hospitality and events higher education curricula in Sub-Saharan Africa. In M. J. Dredge, D., Airey, D. and Gross (Ed.), *edge Handbook of Tourism and Hospitality* (pp. 72–98). Routledge.

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), 499-514. DOI:[10.3233/HSM-220056](https://doi.org/10.3233/HSM-220056)

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* Vol.9, No.3, pp.14-26. DOI:[10.52006/main.v5i1.464](https://doi.org/10.52006/main.v5i1.464)

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.

Putra, F.K., Saepudin & Utami, N.G. (2022). Preferred Competencies for Tourism and Hospitality Graduates: Evidence from Longitudinal Tracer Studies. *JOURNAL OF TECHNICAL EDUCATION AND TRAINING* VOL. 14 NO. 3. 94-104 DOI: <https://doi.org/10.30880/jtet.2022.14.03.009>

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)

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.

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>

Sobhani,A. (2012), blogfa: <http://www.gorganpooyesh.blogfa.com>

Stacey, J. (2015). Supporting Quality Jobs in Tourism. OECD Tourism Papers, 2015/02, *OECD Publishing*. <http://dx.doi.org/10.1787/5js4rv0g7szr-en>

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, 1-9. DOI:[10.1016/j.jhlste.2016.11.002](https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2016.11.002)

Veliverronena, L. & Grīnfelde, I.(2018). Higher Education in Tourism From the Perspective of the Latvian Tourism Industry .Proceedings of the International Scientific Conference, Volume I, May 25th-26th, P: 580-589. DOI:[10.17770/sie2018vol1.3253](https://doi.org/10.17770/sie2018vol1.3253)

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>.

Wilks, D., & Hemsworth, K. (2012). Soft Skills as Key Competencies in Hospitality Higher Education: Matching Demand and Supply. *Tourism & Management Studies*, 7, 131-139.

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), 17-30. DOI:[10.4067/S0718-18762011000200003](https://doi.org/10.4067/S0718-18762011000200003)

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), 663–680. <https://doi.org/10.1177/0972150918779294>

#### **References [In Persian]**

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. [In Persian]

Mehralizadeh, Y. (2017). Tourism and Iran's Higher Education: Interaction or Confrontation. *Environmental Education and Sustainable Development*, 5(3), 39-52. DOI: [20.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6](https://doi.org/10.1001.1.23223057.1396.5.3.3.6) [In Persian]

Yemeni Dozi Sorkhabi, Mohammad (2009) Higher education development planning. Samet Publications, Tehran. [In Persian]

Ziai, M., saeedi, A. A., & torab ahmadi, M. (2012). Exploring the state of tourism in Iran's higher. *Tourism Management Studies*, 7(17), 61-86. DOI :[20.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1391.7.17.3.5) [In Persian]

اماره انتشار