

تبیین مدل و راهبردهای توسعه گردشگری پایدار با رویکرد دانش‌بنیان (مطالعه موردی شهر اصفهان)

علی زنگی‌آبادی

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

محسن مصلحی^۱

دانشجوی دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

حمید رضا وارثی

دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۲/۱۶

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۱۲/۲۰

چکیده

گردشگری دانش‌بنیان بعنوان رویکردی نوین و غیر قابل اجتناب در عصر حاضر، در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و حتی برخی از کشورهای در حال توسعه، با سرعت در حال گسترش است. رویکرد دانش‌بنیان در کشور ایران بطور نامتوازن در استان‌ها و شهرهای مختلف در حال شکل‌گیری است. عوامل فرهنگی، علمی و فناوری، و مسائل مربوط به اقتصاد بویژه اقتصاد دانش‌بنیان و سیاستگذاری‌های ملی و برنامه‌ریزی از جمله عوامل موثر بر میزان توسعه گردشگری دانش‌بنیان هستند. در مطالعه حاضر؛ با استفاده از یک پرسشنامه تحت وب که برای خبرگان ارسال و داده‌ها دریافت گردید، با کمک تکنیک‌های SWOT و QSPM و تحلیل عاملی، مهمترین عوامل موثر بر ایجاد و توسعه گردشگری دانش‌بنیان در شهر اصفهان شناسایی و رتبه‌بندی شدند. نتایج حاکی از آن است که مهمترین راهبردهای مستخرج عبارت است از: توجه به مراکز پژوهشی برای انجام تحقیقات کاربردی در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان بویژه مدیریت فناوری بمنظور سیاستگذاری مناسب برای ورود فناوری‌های دانش‌بنیان؛ تقویت مراکز ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری و همچنین بهره‌برداری لازم از توجه مسئولین شهر به مباحث دانش‌بنیان در برنامه‌ریزی‌های کلان‌استانی بمنظور سیاستگذاری در پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک و دانش‌بنیان.

واژگان کلیدی: گردشگری پایدار، گردشگری دانش‌بنیان، راهبرد، SWOT، QSPM، شهر اصفهان

- مقدمه

امروزه شاهد توسعه روز افزون صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها هستیم و به سادگی می‌توان پیش بینی کرد که در آینده دامنه این توسعه، گسترده‌تر از پیش خواهد شد (الوانی، ۱۳۷۳: ۱۰). در واقع نه تنها گردشگری بزرگ‌ترین صنعت دنیاست بلکه روزبروز نیز در حال رشد است به گونه‌ای که سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد نفر خواهد رسید (امین بیدختی، نظری، ۱۳۸۸: ۵۲). صنعت گردشگری به عنوان اقتصادی پاک و درآمدزا، نیز نه تنها از این امر مستثنی نیست بلکه اثبات شده است که گردشگری و اقتصاد الکترونیک به لحاظ ویژگی‌های ذاتی و طبیعی، همراهان ذاتی یکدیگر هستند. در این عصر، گردشگری پدیده‌ای فوق‌العاده اطلاعات - بر است به طوریکه خدمات گردشگری (شماره رزرو، بلیط و...) عمدتاً به شکل اطلاعات، ارائه می‌گردند. ارائه اطلاعات مربوط به خدمات گردشگری از طریق شبکه‌های گسترده ارتباطی نوین، منجر به شکل‌گیری گردشگری الکترونیک و گردشگری دانش‌بنیان شده است. ارزش افزوده ناشی از واسطه‌گران بین‌المللی گردشگری به اندازه‌ای است که به آنان قدرت می‌دهد تا کنترل شرایط زمانی و مکانی در سرتاسر زنجیره ارزش کل را به دست بگیرند (هریس، ترجمه خاتون آبادی و خلیل مقدم، ۱۳۸۸: ۴۳). یکی از عناصر اصلی در ساخت سیستم‌های مبتنی بر دانش، ارائه دانش است. ارائه کیفیت سیستم‌های شناختی که برای کارکرد صحیح یک سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری ضروری است، نیز از دیگر عناصر مهم در ساخت سیستم‌های مذکور است (تارناونو، ۲۰۱۰: ۱۵). در صنعت گردشگری، سازمان‌های مدرن به منظور پیدا کردن روش‌های نوین برای رقابت مؤثر در بازارهای پویای جهانی، با فشار روزافزون مواجه هستند. بسیاری از آن‌ها برای بهبود چابکی سازمانی و توسعه بازارهای جهانی، به تجارت الکترونیک و ساختارهای مجازی از قبیل سازمان‌های مجازی و ساختارهای تیم‌های مجازی روی آورده‌اند، (باجیو و کاپورلو، ۲۰۰۵). بسیاری دیگر نیز راه حل‌های کسب و کار - به - کسب و کار (B2B) گردشگری مبتنی بر دانش را مورد پذیرش قرار دادند (گریتزل و فسناپیر، ۲۰۰۴). در دنیای امروز هیچ صنعتی بدون بهره‌برداری از فن‌آوری‌های مدرن و همسو شدن با تحولات علمی نمی‌تواند راه پویایی و توسعه را در اقتصاد پر رقابت جهانی بی‌یابد. صنعت گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست. هدف از این پژوهش بررسی و کاربرد رویکردهای دانش‌بنیان در توسعه گردشگری است. لذا در این تحقیق تلاش خواهد شد تا با استفاده از نظریه‌های موجود در زمینه گردشگری دانش‌بنیان و براساس شرایط و موقعیت شهر اصفهان، مدلی راهبردی برای گردشگری پایدار شهر اصفهان براساس رویکرد دانش‌بنیان تبیین گردد.

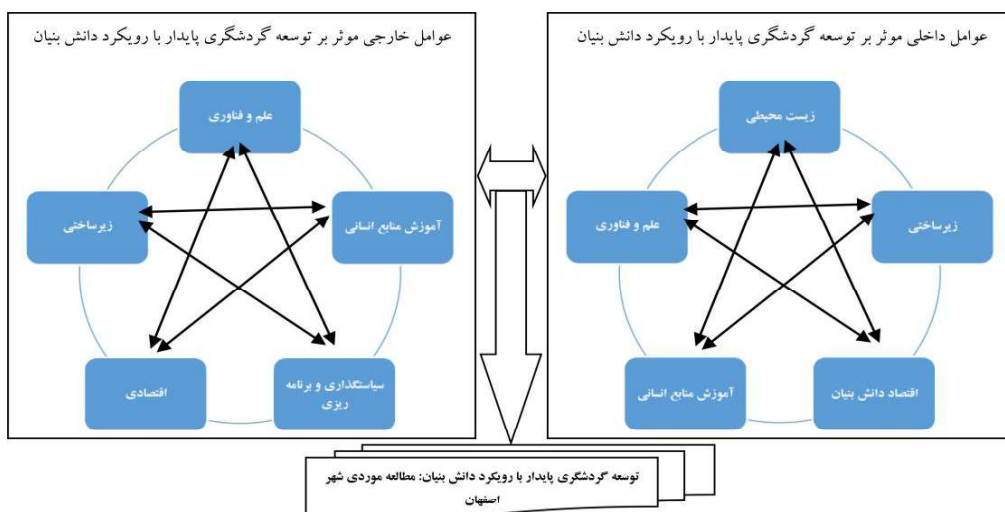
پژوهش حاضر براساس هدف از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات توصیفی، تحلیلی میدانی است. کارشناسان و خبرگان موضوع (مدیران و کارشناسان اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان، اساتید دانشگاه، مدیران دفاتر خدمات مسافرتی، مدیران صنف هتل داری و خبرنگاران ملی و بین‌المللی) جامعه آماری تحقیق هستند. برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از یک پرسشنامه تحت وب استفاده شده که برای ۱۰۰ نفر از خبرنگاران ارسال شد که فقط ۷۹ نفر پاسخ دادند. با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، نقاط قوت و ضعف اصلی، و با کمک ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)، عوامل خارجی را مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. ماتریس‌های IFE و EFE با هم مقایسه شده و با استفاده از آن چهار نوع راهبرد تهاجمی یا SO، محافظه کارانه یا

WO، رقابتی یا ST و تدافعی یا WT تدوین شد و در نهایت با استفاده از ماتریس QSPM اولویت راهبردهای تدوین شده، مشخص شد. تجزیه و تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم افزار SPSS، و Excel انجام می‌گیرد.

- پیشینه تحقیق

پهلوان و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی نقش انفورماتیک و اطلاع‌رسانی در صنعت گردشگری جامعه امروزی را بررسی کرده است. ایشان با ارائه جوامع آماری مربوطه، نگاهی بر وضعیت این صنعت و حوزه نفوذ انفورماتیک در ساختار آن داشته و راهکارهای عملی جهت توسعه و بسط این صنعت را در کشور از طریق به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات بررسی و تبیین کرده‌اند. صنیعی‌منفرد و همکاران (۱۳۸۸)، در پژوهشی به ارزیابی، طراحی، چگونگی اجرا و پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری پرداخته‌اند. در این تحقیق، مدیریت بازاریابی گردشگری، نقش فناوری اطلاعات در گردشگری، نقش مدیریت ارتباط با مشتری در گردشگری، و سنجه‌های ارزیابی عملکرد سیستم مدیریت ارتباط با مشتری مورد بررسی قرار گرفته است. خلیل مقدم (۱۳۸۸)، بیان می‌کند در عصر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات امروزی، شاکله اصلی بیشتر اقتصادهای ملی، فرا ملی و بین‌المللی، اقتصاد دانایی محور است. در این اقتصاد، دانش و آگاهی با ارتقاء رشد و بهره‌وری، اهمیت فرایندهای تولید یافته است. از سوی دیگر، با کم‌اهمیت شدن مادیت و حالت فیزیکی مواد و افزایش بعد نرم افزاری کالاها و خدمات مصرفی به واسطه ظهور و توسعه عصر ICT، نقش دانش و آگاهی و به‌طور کلی سرمایه‌های نرم افزاری برجسته‌تر می‌نماید. لینگ یون ژانگ^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی بیان می‌کند دولت چین از سال ۲۰۱۱ شروع به ایجاد سیستم گردشگری هوشمند نمود که در طول این مدت زمان، دستاوردهایی به دست آورده است. به عنوان مثال، مفهوم «گردشگری هوشمند» به‌طور گسترده‌ای توسط مردم عادی پذیرفته شد و چندین پروژه در شهرستان‌ها به صورت آزمایشی راه‌اندازی شد (دیوید، ۱۳۹۰) در خصوص بررسی مهمترین عوامل موثر بر شکل‌گیری و توسعه گردشگری، می‌توان به مدل دیوید اشاره کرد که عوامل داخلی و خارجی را معرفی نمود. براساس دیدگاه دیوید، نقاط قوت و ضعف داخلی در زمره فعالیت‌های قابل کنترل قرار می‌گیرند که مقصد گردشگری آن‌ها را به شیوه‌ای بسیار عالی یا بسیار ضعیف انجام می‌دهد. مقاصد گردشگری می‌کوشند راهبردهایی را به اجرا درآورند که نقاط قوت داخلی آن‌ها تقویت گردد و ضعف‌های داخلی شان برطرف شود (یا بهبود یابد). مقصود از فرصت‌ها و تهدیدات خارجی، رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی، قانونی، دولتی، فناوری و رقابتی است که می‌توانند به میزان زیادی در آینده منفعت یا زیان برسانند. فرصت‌ها و تهدیدها به میزان زیادی خارج از کنترل مقصد گردشگری است. اصل اساسی مدیریت راهبردی این است که مقاصد گردشگری باید برای بهره‌جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی یا کاهش دادن آن‌ها درصدد تدوین راهبردهایی برآیند. بنابر کلیه مدل‌ها از جمله مدل راهبردی دیوید و مطالعات موردی و با استفاده از نظرات کارشناسی منتج از مصاحبه‌های تحقیق، مدل مفهومی زیر بعنوان مدل پیشنهادی تحقیق معرفی می‌گردد.

¹ Lingyun Zhang



شکل شماره ۱: مدل مفهومی عوامل موثر بر توسعه گردشگری پایدار با رویکرد دانش بنیان: مطالعه موردی شهر اصفهان

- محدوده مورد مطالعه

حدود جغرافیایی شهر اصفهان با طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۹ دقیقه و ۴۰ ثانیه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۲ درجه و ۳۸ دقیقه و ۳۰ ثانیه شمالی (شفقی، ۱۳۸۱: ۱۶) عبارت است از: شهرستان‌های اردستان، کاشان و گلپایگان در شمال، شهرضا در جنوب، در شرق نایین و در مغرب شهرستان فریدن. شهر اصفهان با آثار تاریخی ارزشمند از سایر شهرها متمایز است و لذا ضرورت توجه به مشکلات آن دو چندان است (سلطانی، ۱۳۸۵، ۷۳).

- دیدگاه‌ها و مبانی نظری

- توسعه گردشگری پایدار

در توسعه گردشگری پایدار، با توجه به امکانات توریسم در کشور و نوع گردشگران بالقوه و بالفعل، از بروز مشکلات پرهیز شده و حداکثر مزیت‌ها کسب می‌شود. به عبارت دیگر، توسعه گردشگری پایدار عبارت است از گسترش این صنعت با استفاده از منابع موجود، به گونه‌ای که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و ضوابط قانونی جامع و همچنین انتظارات گردشگران، بتواند وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی و سلامت محیط زیست، رشد اقتصادی و رفاه مردم و میهمانان را به گونه‌ای متوازن و پیوسته تأمین کرد (منصوری، ۱۳۸۱، ص ۳۸). در توسعه گردشگری پایدار سه عامل کیفیت گردشگری پایدار، حفظ و دوام، و تعادل محلی مورد تأکید است (وای. گی، ۱۳۸۸، ص ۲۸۹). گردشگری پایدار، آن دسته از فعالیت‌های گردشگری است که نیاز گردشگران امروز را تأمین می‌کند، بدون آنکه امکان تأمین نیاز گردشگران آینده را به مخاطره اندازد (Weaver, 2001).

- گردشگری دانش بنیان و فناوری

گردشگری برای حفظ چرخه حیات محصول به نوآوری بسیار وابسته است. برای نیل به این هدف، تولید دانش جدید نقشی حیاتی در فرآیند نوآوری ایفا می‌کند. بدین گونه فضای رقابتی گردشگری حفظ می‌شود و پیشرفت‌های فناوری کل زنجیره ارزش را تحت تاثیر قرار می‌دهد. نمونه‌هایی از فناوری‌های اخیر که در مسافرت و گردشگری

تأثیر به سزایی داشته‌اند، عبارتند از: فناوری‌های سازگار با محیط همچون انرژی خورشیدی و باد، طرح‌ها، مصالح و روش‌های سازگار با محیط، سیستم‌های حمل و نقل ریلی سریع، کم صدا و از لحاظ انرژی کارا، سیستم‌ها و شبکه‌های کامپیوتری مجهز در امور مهاجرت و امنیت، و گذران زمان انتظار در فرودگاه‌ها، سیستم‌های الکترونیکی اطلاعات بازدیدکننده، فناوری‌های لمسی، سیستم‌های تلفن همراه، کارت‌های دبیت، بهبود سیستم‌های پرداخت و مبادله ارز. با این حال، در دوهه گذشته دو فناوری در گردشگری انقلابی به پا کرده‌اند، و باعث شده‌اند برخی از مقصدها به مزیت رقابتی دست یابند: فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، به ویژه اینترنت و تلفن‌های همراه که به عنوان سیستم‌های توزیع و ارتباط به کار می‌روند. رشد چشمگیر خطوط هوایی کم هزینه گرچه پیاده سازی و استفاده از برخی از این فناوری‌های نوآورانه غالباً در کنترل مستقیم مقصد نیست ولی مقصدهای نوآور برای تأثیر گذاری بر شرکای مربوطه باید تلاش کنند(راهبردهای سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۱).

- مدیریت دانش در توسعه گردشگری پایدار

در عصر حاضر دسترسی به اطلاعات با کیفیت و مدیریت صحیح آن‌ها، برای انجام اثر بخش کسب و کار بسیار حیاتی است. در این ارتباط، توسعه مدیریت دانش به دلیل نیاز سازمان‌ها برای به اشتراک گذاشتن دانش، جهت حفظ توان رقابتی بسیار مهم است. سازمان‌ها از طریق این شبکه‌ها می‌توانند دانش را توزیع و منتقل کنند و از آن در جهت کسب مزیت رقابتی استفاده کنند. از لحاظ عملی، مدیریت دانش یعنی سازمان‌های گردشگری باید قادر به مدیریت دو نوع دانش (درون و بین سازمانی باشند) باشند. سازمان‌های گردشگری به طور جداگانه دانش را توسعه داده، کاربردی کرده و برای فعالیت‌های تجاری روزانه شان به اشتراک می‌گذارند، و این دانش به طور عمومی به مسائل حیاتی در مورد اتخاذ روش‌ها، بقا و فضای رقابتی این شرکت‌ها می‌پردازد. به طور مؤثر توسعه پایدار برای یک سازمان بیشتر یک مسیر است تا یک هدف؛ که تولید مداوم، کاربری و نشر دانش یک فرایند تکاملی در مسیر تلاش آن‌هاست. به این صورت دانشی که بر اهمیت و استقلال بعد اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، و محیطی توسعه مداوم تأکید دارد، یکی از ملاحظات حیاتی برای سازمان‌های گردشگری است که قصد توسعه به صورت پایدار را دارند (راهبردهای سازمان جهانی جهانگردی، ۲۰۱۱).

- تجزیه و تحلیل داده‌ها

اولین گام برای ارزیابی عوامل خارجی (EFE)، تعیین ضرایب اهمیت اجزای عوامل خارجی می‌باشد. روش‌های مختلفی برای وزندهی وجود دارد که در این تحقیق، از تحلیل عاملی استفاده شده است. جهت استفاده از تحلیل عاملی به منظور وزندهی لازم است، نخست به مناسب بودن میزان K.M.O اعتماد پیدا کرد (بیش از ۰.۵۰٪ باید باشد). نتایج بدست آمده در جدول شماره ۱ آمده و براساس میانگین رتبه شاخص‌ها، کل شاخص‌ها و عوامل رتبه‌بندی شدند. هرچه عوامل دارای رتبه بالاتر از میانگین ۳ باشند شدت فرصت و یا تهدید بودن آن‌ها بیشتر و هرچه که به عدد ۵ نزدیکتر شوند جدی‌تر و هر چه از ۳ کمتر باشد، شدت فرصت و تهدید بودنشان ضعیف‌تر و هر چه به عدد نزدیکتر شوند تهدید و یا فرصت بودنشان، جدی‌تر خواهد بود. بر اساس نتایج بدست آمده در جدول شماره ۱، بخش گردشگری دانش‌بنیان استان اصفهان با ۱۹ فرصت در محیط خارجی روبرو بوده و دارای ۶ تهدید محیطی است.

جدول شماره ۱: ماتریس ارزیابی شاخص‌های عوامل خارجی بخش گردشگری دانش‌بنیان استان اصفهان (EFE)

عامل	شاخص‌های عوامل خارجی	نوع عامل		ضریب اهمیت	اولویت	رتبه	امتیاز
		فرصت	تهدید				
اجتماعی-فرهنگی	توسعه تعاملات فرهنگی خواهر خوانده‌های شهر اصفهان			0.044	8	۳	0.166
	فرهنگ گردشگرپذیری در شهر اصفهان			0.054	6	۴	0.228
	توسعه و احیاء صنایع دستی فراموش شده			0.039	9	۴	0.163
	آداب و رسوم و سنت‌های محلی شهر اصفهان			0.052	7	۴	0.222
سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی	امکان برنامه‌ریزی علمی در استفاده چند منظوره از زمین در مناطق شهری مثلاً فضای سبز			0.028	۱۶	۴	0.115
	افزایش توجه مسئولین جهت حفاظت مکانیزه و هوشمند در جاذبه‌های تاریخی و طبیعی			0.027	۱۷	۴	0.116
	برنامه‌ریزی مناسب جهت ترافیک و حمل و نقل هوشمند در اصفهان			0.029	۱۵	۴	0.126
	برنامه‌ریزی مناسب جهت جمع‌آوری و بازیافت زباله‌ها جهت تولید انرژی‌های نو در شهر اصفهان			0.031	۱۳	۴	0.130
	امکان برنامه‌ریزی و استفاده از انرژی نو در زیرساخت گردشگری			0.032	۱۲	۴	0.134
	عدم تصویر شفاف از ایران به عنوان مقصد امن گردشگری در عرصه‌های بین‌المللی			0.034	۱۰	۴	0.154
	عدم حضور در شبکه ماهواره‌ای بدلیل وجود تحریم‌های سیاسی			0.033	۱۱	۴	0.146
	تقویت ناوگان‌های هوشمند حمل و نقل (جاده‌ای، ریلی، هوایی)			0.0۶۵	۳	۴	0.۲۸۳
	بازار یابی و تبلیغات گردشگری از طریق شبکه‌های اجتماعی			0.0۶۳	۴	۴	0.۲۹۳
	زمینه‌های جذب سرمایه‌گذاری خارجی در زیرساخت‌های علم و فن آوری و گردشگری			0.0۶۳	۵	۴	0.۲۷۹
علم و فناوری	تهیه بانک اطلاعاتی جامع و هوشمند از منابع تاریخی، فرهنگی و طبیعی گردشگری			0.027	18	562	0.123
	بکارگیری فناوری‌های جدید مثل نانو در حفظ و مرمت و احیای بناهای تاریخی			0.025	21	479	0.112
	توجه به تحقیق و توسعه و تولیدات دانش‌بنیان در محصولات گردشگری			0.019	25	270	0.081
	وجود دانشگاه‌های معتبر کشور در شهر و دارا بودن رشته‌های مرتبط با گردشگری و ICT			0.026	20	062	0.106
	فراهم نمودن زیرساخت لازم جهت استفاده از کارت‌های اعتباری خارجی بمنظور خرید گردشگران			0.025	22	5	0.112
	وجود شهرک علمی-تحقیقاتی و مراکز تحقیقاتی مهم در شهر اصفهان			0.027	19	77	0.102
	حرکت روز افزون کشورهای رقیب در زمینه فعالیت‌های گردشگری دانش‌بنیان			0.021	24	375	0.092
	عدم استاندارد سازی مطابق با اصول دانش‌بنیان جهانی در خدمات گردشگری			0.030	14	312	0.129
	سطح پایین تکنولوژی و علم و IT و بالا بودن فاصله با سطح جهانی			0.024	23	083	0.098
	محدودیت اعتبارات و بودجه در خصوص تولید دانش و فناوری در شبکه‌های حمل و نقل			0.091	1	416	0.402
اقتصادی	فقدان تحقیقات کاربردی و تخصیص اعتبارات کافی در حوزه‌های پژوهش و گردشگری دانش‌بنیان			0.091	2	166	0.380
	جمع			۱			

منبع: یافته‌های پژوهش

پس از تحلیل عوامل داخلی، براساس میانگین رتبه شاخص‌ها، کل شاخص‌ها و عوامل رتبه بندی شدند. بر اساس جدول شماره ۲، بخش گردشگری دانش‌بنیان استان اصفهان با ۱۵ نقطه قوت، و ۱۷ نقطه ضعف در محیط داخلی روبرو می‌باشد.

جدول شماره ۲: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بخش گردشگری دانش‌بنیان استان اصفهان (EFE)

ردیف	شاخص‌های عوامل داخلی	نوع عامل		ضریب اهمیت	اولویت	رتبه	امتیاز
		قوت	ضعف				
توسعه و ارتقاء	افزایش رشته‌های دانشگاهی در گردشگری و IT در دانشگاه‌ها و افزایش فارغ التحصیلان	018	20	074	104	074	104
	وجود شاخص‌های مناسب آموزشی مانند افزایش تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی در رشته مرتبط	015	27	054	625	054	625
	وجود سایت‌های چند زبانه و شبکه‌های اطلاعاتی مربوط به جاذبه‌ها تاریخی و مناظر طبیعی	014	30	063	479	063	479
	وجود نیروی انسانی مناسب درصد دانشجویان و استادان نسبت به کشور در حوزه ICT و گردشگری	015	28	064	25	064	25
	وجود شهرک علمی-تحقیقاتی اصفهان با تعداد متخصصان و پژوهشگران	016	23	061	833	061	833
	وجود دانشگاه‌های معتبر در شهرستانها و دارا بودن رشته‌های مرتبط با گردشگری و ICT	018	21	070	916	070	916
	ضریب نفوذ بالای ICT، تلفن ثابت و همراه در شهرستانها	014	31	058	166	058	166
	عدم ارتباط بین مراکز دانشگاهی و جامعه و مراکز خدمات گردشگری	014	32	054	852	054	852
	ضعف در سیاست گذاری‌های ورود نسل‌های نوین فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات در گردشگری	017	22	071	166	071	166
	تأثیرات منفی ارتباطات ناموفق دانشگاه و صنعت گردشگری بر رشد تحقیق و توسعه	016	24	064	20	064	20
	ضعف امکانات و توانمندی‌های ICT در نقاط دوردست شهر	015	29	060	20	060	20
	عدم استفاده از ظرفیت‌های بالقوه در زیر ساخت IT و گردشگری	016	25	069	291	069	291
	اقتصاد دانش‌بنیان	پهنای باند ضعیف در زیر ساخت اطلاعات و ارتباطات در گردشگری	016	26	067	187	067
رتبه دوم اصفهان در ارزش سرمایه گذاری کارگاه‌های دارای فعالیت تحقیق و توسعه		032	19	118	3.687	118	3.687
تعداد قابل ملاحظه شرکت‌های فعال در حوزه ICT در مقایسه با سایر کلان شهرها		037	13	142	3.833	142	3.833
وجود تاسیسات و اقتصاد فعال و محرک کسب و کارهای مبتنی بر ICT و گردشگری		035	14	141	4.041	141	4.041
سهم پایین سرمایه گذاری خارجی در حوزه تحقیق و توسعه در شهرستانها		035	15	141	4.041	141	4.041
عدم توان رقابت بخش گردشگری در جذب منافع و سرمایه‌های اقتصادی نسبت به سایر بخش‌ها		035	16	148	4.208	148	4.208
عدم حضور فعال شرکت‌های ICT و گردشگری در بازارهای بین‌المللی		035	17	142	4.062	142	4.062
کنترل ترافیک نسبی هوشمند و حمل و نقل در شهر اصفهان		050	4	205	4.104	205	4.104
جمع آوری و دفع مکانیزه زباله‌ها در مکان‌های گردشگری اصفهان		049	5	208	4.250	208	4.250
عدم برنامه‌ریزی مناسب و هوشمند در کنترل مناطق حفاظت شده		046	7	188	4.083	188	4.083
عدم تجهیزات کنترل هوشمند در مناطق حفاظت شده و تسهیلات کافی و مناسب جهت گردشگران		048	6	196	4.083	196	4.083
وجود شبکه‌های هوشمند راه‌ها از جمله آزادراه، راه اصلی، راه فرعی، راه دسترسی مثنوی به جاذبه‌ها		039	11	169	4.333	169	4.333
زیرساختی		وجود شبکه ارتباطی مکانیزه و هوشمند نسبی حمل و نقل از جمله فرودگاه، راه آهن، جاده‌های	040	10	179	4.479	179
	کنترل نسبی هوشمند میراث فرهنگی و سایت‌های تاریخی و فرهنگی	038	12	158	4.166	158	4.166
	کیفیت پایین پایانه‌های پروازهای داخلی و خارجی در فرودگاه شهید بهشتی اصفهان	043	9	182	4.229	182	4.229
	استانداردهای پایین با اصول جهانی در خدمات گردشگری	045	8	193	4.291	193	4.291
	ساختار ضعیف علمی در سطح کلان و خرد گردشگری	033	18	124	3.77	124	3.77
آموزش منابع انسانی	ضعف در زمینه آموزش استانداردهای لازم در بخش گردشگر	052	2	220	4.229	220	4.229
	ضعف آموزش در منابع انسانی ارائه کننده خدمات به گردشگران	053	1	222	4.187	222	4.187
	عدم استفاده مناسب از نیروی انسانی آموزش دیده در ICT و گردشگری	051	3	218	4.270	218	4.270
۱							
جمع							

منبع: یافته‌های پژوهش

با مقایسه جداول شماره ۱ و ۲؛ مهمترین راهبردهای منتج از ماتریس SWOT انتخاب و نهایتاً براساس نظرات کارشناسان و از طریق روش دلفی، ماتریس QSPM تهیه و براساس اولویت به شرح موارد مندرج در جدول شماره ۳ معرفی شدند:

جدول شماره ۳: فهرست راهبردهای پیشنهادی برای توسعه گردشگری دانش‌بنیان شهر اصفهان

اولویت	نوع راهبرد	راهبرد
۱۳	SO	برنامه‌ریزی جامع برای تقویت و ارتقاء ناوگان هوشمند درون شهری و برون شهری
۱۴	SO	برنامه‌ریزی جامع جهت جمع‌آوری بازیافت زباله‌ها و تولید انرژی‌های نو برای تأسیسات گردشگری
۷	SO	گسترش رشته‌های دانشگاهی بین رشته‌ای با پایه گردشگری و مرتبط با موضوعات IT و اقتصاد دانش‌بنیان و یا همچنین تعبیه دروسی با همین محتوا در رشته‌های فعلی گردشگری
۶	SO	برنامه‌ریزی مناسب جهت شناسایی، جلب و جذب سرمایه‌های خارجی بمنظور توسعه و ارتقاء کسب و کارهای گردشگری دانش‌بنیان
۱۱	SO	ارتقاء بانک‌های اطلاعاتی هوشمند بمنظور توسعه سایت‌های چندزبانه و شبکه‌های اطلاعاتی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی و مناظر طبیعی و همچنین گسترش تعاملات فرهنگی
۱۲	SO	توسعه حفاظت و مرمت و احیاء بناهای تاریخی از طریق رویکرد دانش‌بنیان با استفاده از فناوری‌های نو از قبیل نانو فناوری
۱۰	WT	توسعه منابع انسانی موردنیاز در تأسیسات گردشگری بمنظور ارائه خدمات استاندارد
۸	WT	تأمین اعتبارات لازم بمنظور تولید دانش و فناوری مناسب جهت ارتقاء کیفیت پایانه پروازهای داخلی و خارجی در فرودگاه شهید بهشتی اصفهان
۲	WT	انجام پژوهش‌های لازم در زمینه مدیریت فناوری بمنظور سیاستگذاری مناسب برای ورود نسل‌های نوین ICT برای ارتقاء سطح گردشگری دانش‌بنیان
۱۵	WT	سیاستگذاری و برنامه‌ریزی مناسب و هوشمند برای کنترل مناطق حفاظت شده.
۴	WO	تقویت مراکز ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری (به‌خصوص در شهرک علمی-تحقیقاتی اصفهان و مراکز تحقیقاتی) بمنظور تقویت منابع انسانی و ابعاد کاربردی آموزش‌های آکادمیک در زمینه‌های گردشگری الکترونیک و دانش‌بنیان.
۵	WO	بهره‌برداری از توجه مسئولین استانی به مباحث دانش‌بنیان در برنامه‌ریزی‌های کلان استانی (از قبیل سند آمایش) بمنظور سیاستگذاری در پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک، و بکار بردن قابلیت‌های دانش‌بنیان در حفاظت مکانیزه و هوشمند از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و مناطق حفاظت شده استان.
۹	WO	استفاده از فرصت‌های ناشی از تعاملات فرهنگی خواهر خوانده‌های شهر اصفهان و همچنین فرهنگ گردشگری‌پذیری در شهر اصفهان بمنظور تقویت سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه تحقیق و توسعه گردشگری در شهر اصفهان.
۳	ST	راه‌اندازی پژوهشکده‌های مرتبط با موضوعات نوین گردشگری از قبیل گردشگری دانش‌بنیان بمنظور ایجاد و تقویت فناوری‌های الکترونیک در حوزه گردشگری (در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و جهاد دانشگاهی).
۱	ST	راه‌اندازی پژوهشکده‌های مرتبط با موضوعات نوین گردشگری بمنظور انجام تحقیقات کاربردی در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان (در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و جهاد دانشگاهی).

منبع: یافته‌های پژوهش

- راهبردهای پیشنهادی برای توسعه گردشگری دانش‌بنیان شهر اصفهان

- راهبردهای رقابتی / تهاجمی (SO)

- برنامه‌ریزی جامع برای تقویت و ارتقاء ناوگان هوشمند درون شهری و برون شهری
 - برنامه‌ریزی جامع جهت جمع‌آوری بازیافت زباله‌ها و تولید انرژی‌های نو برای تأسیسات گردشگری
 - گسترش رشته‌های دانشگاهی بین رشته‌ای با پایه گردشگری و مرتبط با موضوعات IT- و اقتصاد دانش‌بنیان و یا همچنین تعبیه دروسی با همین محتوا در رشته‌های فعلی گردشگری
 - برنامه‌ریزی مناسب جهت شناسایی، جلب و جذب سرمایه‌های خارجی بمنظور توسعه و ارتقاء کسب و کارهای گردشگری دانش‌بنیان

- ارتقاء بانک‌های اطلاعاتی هوشمند بمنظور توسعه سایت‌های چندزبانه و شبکه‌های اطلاعاتی برای معرفی جاذبه‌های تاریخی و مناظر طبیعی و همچنین گسترش تعاملات فرهنگی

توسعه حفاظت و مرمت و احیاء بناهای تاریخی از طریق رویکرد دانش‌بنیان با استفاده از فناوری‌های نو از قبیل نانو

- راهبردهای تنوع بخشی (ST)

راه‌اندازی پژوهشکده‌های مرتبط با موضوعات نوین گردشگری از قبیل گردشگری دانش‌بنیان بمنظور ایجاد و تقویت فناوری‌های الکترونیک در حوزه گردشگری (در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و جهاد دانشگاهی).
راه‌اندازی پژوهشکده‌های مرتبط با موضوعات نوین گردشگری بمنظور انجام تحقیقات کاربردی در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان (در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و جهاد دانشگاهی).

– راهبردهای بازنگري (wo)

– تقویت مراکز ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری (بخصوص در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان و مراکز تحقیقاتی) بمنظور تقویت ابعاد کاربردی و عملیاتی آموزش‌های آکادمیک در زمینه‌های گردشگری الکترونیک و دانش‌بنیان.

– بهره‌برداری از توجه مسئولین استانی به مباحث دانش‌بنیان در برنامه‌ریزی‌های کلان استانی (از قبیل سند آمایش) بمنظور سیاستگذاری در پیاده‌سازی گردشگری الکترونیک، و بکار بردن قابلیت‌های دانش‌بنیان در حفاظت مکانیزه و هوشمند از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و مناطق حفاظت شده استان.

– استفاده از فرصت‌های ناشی از تعاملات فرهنگی خواهر خوانده‌های شهر اصفهان و همچنین فرهنگ گردشگر پذیری در شهر اصفهان بمنظور تقویت سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه تحقیق و توسعه گردشگری در شهر اصفهان.

– راهبردهای تدافعی (wt)

توسعه منابع انسانی موردنیاز در تأسیسات گردشگری بمنظور ارائه خدمات استاندارد-
– تأمین اعتبارات لازم بمنظور تولید دانش و فناوری مناسب جهت ارتقاء کیفیت پایانه پروازهای داخلی و خارجی در فرودگاه شهید بهشتی اصفهان
انجام پژوهش‌های لازم در زمینه مدیریت فناوری بمنظور سیاستگذاری مناسب برای ورود نسل‌های نوین ICT-
برای ارتقاء سطح گردشگری دانش‌بنیان
– سیاستگذاری و برنامه‌ریزی مناسب و هوشمند برای کنترل مناطق حفاظت شده.

– نتیجه‌گیری و پیشنهادات

شناسایی مهمترین عوامل موثر بر ایجاد و توسعه گردشگری دانش‌بنیان در شهر اصفهان، و نهایتاً تدوین اساسی‌ترین راهبردهای اجرایی به تناسب شرایط موجود، گامی کلیدی برای دستیابی به گردشگری دانایی محور و فاصله گرفتن از رویکردهای سنتی گردشگری است. در این تحقیق ضمن بررسی مدل‌ها و مطالعات موردی مربوط، طی جلسات مختلف با کارشناسان و خبرگان دانشگاهی و اجرایی مرتبط با مباحث گردشگری، فهرستی از مهمترین عوامل موثر ایجاد و گسترش گردشگری دانش‌بنیان در شهر اصفهان تهیه گردید. بمنظور سنجش درجه اهمیت هرکدام از عوامل و در نتیجه تدوین راهبردهای اجرایی براساس عوامل اولویت دار، از تکنیک‌های SWOT و QSPM استفاده شد. در پایان، ۱۵ راهبرد اجرایی تعیین شد که ۵ راهبرد کلیدی اجرایی و مدیریتی براساس نظرات مسئولین براساس محدودیت‌های بودجه‌ای معرفی شدند.

- فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشترین سهم را در نشر و توسعه دانش در گردشگری دارد، توسعه تکنولوژی نظیر گسترش شبکه اینترنت و اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در درون و برون کشور موجبات رشد سریع این حوزه را پدید آورده است. لذا توجه به تحقیق و پژوهش‌های لازم در زمینه مدیریت فناوری بمنظور سیاستگذاری مناسب برای ورود فناوری‌های نوین بسیار ضروری است.

- کمبود دانش کافی در مورد معیارهای مربوط به پایداری را می‌توان به عنوان یکی از موانع اصلی پایداری در صنعت گردشگری دانست. توجه به مراکز پژوهشی برای انجام تحقیقات کاربردی در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان برای انجام تحقیقات و تولید علم در حوزه‌های گردشگری دانش‌بنیان (تولید، کاربرد و نشر دانش) به عنوان یک عامل ضروری و وظیفه اصلی سازمان‌های گردشگری که در جهت توسعه پایدار تلاش دارند محسوب می‌شود.

- توجه و حمایت‌های مالی لازم از مراکز پژوهشی برای انجام تحقیقات و تولید فناوری‌های الکترونیک در حوزه گردشگری دانش‌بنیان به عنوان یک عامل ضروری و وظیفه اصلی در جهت توسعه گردشگری پایدار محسوب می‌شود.

- نقش آفرینان گردشگری مثل آژانس‌های مسافرتی، تور اپراتورها، هتل‌ها و ارائه‌کنندگان فناوری باید در ارتباط نزدیک با دانشگاه‌ها و مراکز علمی تحقیقاتی باشند. بنابراین تقویت ارتباط بین دانشگاه‌ها و صنعت گردشگری بمنظور تقویت منابع انسانی و ارکان عملیاتی امری بسیار ضروری می‌باشد.

- یکی از ملاحظات حیاتی برای مقاصد گردشگری جلب توجه و حمایت‌های معنوی و مادی مسئولین شهر به مباحث دانش‌بنیان و تحقیق و توسعه در برنامه‌ریزی‌های کلان است. در واقع توجه مسئولین به مباحث دانش‌بنیان در برنامه‌ریزی‌های کلان شهری (از قبیل سند آمایش، برنامه بودجه، سیاستگذاری در پیاده سازی گردشگری الکترونیک، و بکار بردن قابلیت‌های دانش‌بنیان در حفاظت مکانیزه و هوشمند از جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و مناطق حفاظت شده گامی اساسی در توسعه گردشگری پایدار است. این امر بدان معنی نیست که با اجرای ۱۵ راهبرد و یا ۵ راهبرد اولویت دار، رویکرد نوین گردشگری دانش‌بنیان بطور کامل اجرا خواهد شد. قطعاً عوامل ناشناخته‌ای هم وجود دارد که پیشنهاد می‌گردد در مطالعات آتی مورد واکاوی و تحقیق قرار گیرد.

- منابع

- امین بیدختی، علی اکبر، نظری، ماشالله (۱۳۸۸). نقش بازاریابی در توسعه صنعت گردشگری، چشم‌انداز مدیریت. الوانی، سید مهدی (۱۳۷۳). ساز و کارهای لازم برای توسعه پایدار جهانگردی، خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس ایرانگردی جهانگردی فرهنگ و توسعه، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- پهلوان، محمدرضا، عبدالملکی، رضا و بهشید بهکمال (۱۳۸۷). نقش فناوری اطلاعات در توسعه صنعت گردشگری. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی - معاونت فرهنگی و ارتباطات.
- مرکز پژوهش‌های هفته نامه تعطیلات نو ترجمه راهبردهای سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۱۱
- خلیل مقدم، بیژن (۱۳۹۲). سرمایه‌گذاری در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICTs)؛ رویکردی نوین برای توسعه صنعت گردشگری روستایی. سایت

سلطانی، لیلا (۱۳۸۵). کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در کاهش تقاضای سفرهای شهری (نمونه موردی شهر اصفهان)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.

شفقی، سیروس (۱۳۸۱). جغرافیای اصفهان، انتشارات دانشگاه اصفهان، ویرایش دوم.

صنّعی منفرد، محمدعلی، الماسی، حسن، و رضاییان فردویی، صدیقه (۱۳۸۸). مباحثی در مدیریت ارتباط الکترونیکی با مشتری (e-CRM) در صنعت گردشگری ایران. ناشر: موسسه فرهنگی و هنری عیلام، پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری.

وای. گی، چاک (۱۳۸۸). جهانگردی در چشم‌انداز جامع، ترجمه علی پارسائیان و سید محمداعرابی، چاپ ششم، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

منصوری، علی (۱۳۸۱). گردشگری و توسعه پایدار، نشریه: جغرافیا، رشد آموزش جغرافیا - شماره ۶۳

Gretzel, Ulrike., r. Fesenmaier, Daniel. 2004. Implementing a knowledge-based tourism marketing information system: the illinois tourism network. *Information Technology & Tourism*, Vol. 6 pp. 245-255.

Tarnaveanu, Diana. Knowledge-Based Decisions in Tourism. *Visions for Global Tourism Industry Creating and Sustaining Competitive Strategies*. www. intechopen. com .

Lingyun Zhang, Wei Zhu. , & Li, Nao. 2013. Challenges, Function Changing of Government and Enterprises in Chinese Smart Tourism .

Baggio, R. & Caporarello, L. (2005) Decision Support Systems in a Tourism Destination: Literature Survey and Model Building, itAIS 2005 – 2nd Conference of the Italian chapter of AIS (Association for Information Systems), Verona, Italy, 1-2 December 2005, pp. 1-15, (<http://www. iby. it/turismo/papers/baggio-dss-tourism. pdf>) .

Weaver, David, and Laura. Lawto (2002) , *tourism management*, edi. Wiley (second edition)