



مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای

سال هفتم، شماره بیست و پنجم، تابستان ۱۳۹۴

ارزیابی مدل مفهومی از عوامل مؤثر بر توانمند سازی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)

محمدتقی رهنمایی: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تهران، تهران، ایران

اسماعیل علی‌اکبری: دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

اسماعیل صفرعلی زاده: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران*

دریافت: ۱۳۹۳/۵/۲۰ - پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۹، صص ۱۲۰-۱۰۳

چکیده

گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین محرک اجتماعی، با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است؛ بدین جهت، اثربخش کردن هرچه بیشتر توسعه گردشگری و ارتقاء پیامدهای مثبت آن، نیازمند شناخت و توجه ویژه به توانمند سازی آن می‌باشد. بنابراین در پژوهش حاضر، وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی، مورد مطالعه و بررسی قرار می‌گیرد. پژوهش حاضر، از نظر ماهیت "توصیفی-تحلیلی" و از نظر هدف "کاربردی" است. جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی می‌باشد که به علت گستردگی محدوده پژوهش و عدم اطلاع دقیق از تعداد افراد جامعه مورد مطالعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی، مجموعاً ۱۰۰ نفر به عنوان نمونه تعیین و انتخاب گردیده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، از شیوه‌های آمار توصیفی و همچنین در بخش آمار استنباطی جهت آزمون فرضیات پژوهش، از آزمون همبستگی، رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که میان توانمندسازی توسعه گردشگری استان و مؤلفه‌های مورد بررسی ارتباط معنا داری وجود دارد. همچنین، بر اساس نتایج آزمون‌ها سه مؤلفه مشارکت جوامع محلی، توانمند سازی نیروی انسانی و رقابت پذیری مقاصد گردشگری، با توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری دارند. در ضمن نتایج آزمون‌ها نشان می‌دهد که متغیر «توانمند سازی نیروی انسانی»، بیشترین تاثیر را بر توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی دارد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، توانمندسازی، توسعه، آذربایجان غربی

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

گردشگری فعالیتی اجتماعی است که شامل رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است (Holden, 2000:3). گردشگری یکی از رشد یافته‌ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم است و اغلب به عنوان یک کلید برای رشد اقتصادی هم در کشورهای توسعه یافته و هم در حال توسعه استفاده می‌شود (Font and Ahjem, 1999:63). به طوری که دکارت (۱۹۷۹) آن را گذرنامه توسعه بر می‌شمارد (زمردیان، ۱۳۸۴:۶۲). با شروع قرن بیست و یکم، گردشگری همچنان یکی از پر درآمدترین منابع دنیا بوده و رقابت فشرده‌ای میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به چشم می‌خورد. یکی از دلایل اصلی حمایت دولت‌ها از ترویج گردشگری در سراسر جهان، تأثیر مثبتی است که بر رشد و توسعه اقتصادی دارد (Mowforth, & Munt 2003:8). بنابراین، با توجه به اهمیت گردشگری و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی کشورها، لزوم توجه به این فعالیت و تلاش برای توانمندسازی آن و شناساندن جاذبه‌های گردشگری با تأکید بر توسعه منطقه‌ای امری ضروری است و سرمایه‌گذاری در این بخش دارای آثار و تبعات اقتصادی - اجتماعی است که به عنوان وسیع‌ترین و متنوع‌ترین بخش درآمدزایی و

کسب درآمدهای ارزی با تأکید بر برنامه ریزی شهری و منطقه‌ای در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی می‌باشد و کشورها سخت در تلاش هستند تا با ایجاد نظام‌های برنامه ریزی و توانمندسازی، منابع خود را در عرصه گردشگری مورد استفاده بهینه قرار دهند. در حقیقت کشورهای مختلف، بخصوص کشورهای در حال توسعه به شرطی می‌توانند در بازار رقابتی گردشگری رقابت کنند که در کاربرد روش‌های مختلف برنامه ریزی و توانمندسازی مهارت داشته و از مهارت‌های تخصصی در این زمینه برخوردار باشند. در واقع، یکی از راه‌های به دست آوردن مزیت رقابتی در شرایط فعلی، با توجه به تغییرات محیطی سریع، توانمندسازی می‌باشد (محمدی، ۱۳۸۸:۱۴). زیرا توانمندسازی نوعی راهبرد کلان و قابل قبولی است که از آن برای بهبود مستمر استفاده می‌شود (وطنی، ۱۳۸۹:۴۳). از نظر بلانچارد و همکارانش (۱۹۹۹) توانمندسازی یکی از نوید بخش‌ترین مفاهیم دنیای کسب و کار بوده که کمتر به آن توجه شده و علیرغم بحث‌های فراوان درباره فواید توانمندسازی، بهره‌برداری از آن اندک و ناچیز بوده است؛ ولی امروزه توانمندسازی به موضوع روز بدل گشته است (طالبیان و وفایی، ۱۳۸۸).

۱-۲- اهمیت و ضرورت تحقیق

بی‌شک، توجه ویژه به عوامل موثر بر توانمندسازی می‌تواند به عنوان مهمترین فاکتور پویایی و اثربخشی

۱-۳- اهداف

هدف کلی تحقیق حاضر، ارزیابی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی می‌باشد و اهداف فرعی آن شامل موارد زیر است:

- تعیین میزان اهمیت مشارکت جوامع محلی در توانمند سازی و توسعه گردشگری
- تعیین ضریب تاثیرتوانمند سازی نیروی انسانی در توسعه گردشگری
- بررسی اهمیت کمی و کیفی رقابت پذیری مقاصد گردشگری در توانمند سازی گردشگری استان

۱-۴- پیشینه پژوهش

- مختارشاهی و مهستی (۲۰۱۱) در مقاله ای تحت عنوان "توانمند سازی شاخص های منطقه ای جهت توسعه پایدار گردشگری (نمونه موردی: جزیره اسلامی در ایران)" پروژه (طرح) متمرکز شده بر دو عامل: تقاضای اکوتوریستی و ماهیت نظریات. برای پیشنهاد طرح گردشگری پایدار با مشاهده رفتار مردم و گردشگران این نتیجه حاصل شد که اگر طرح توریستی منعکس کننده فرهنگ هویت محل باشد تعداد گردشگران افزایش خواهد یافت.
- تسون (۲۰۰۰) در پژوهشی تحت عنوان " محدودیت‌های مشارکت جوامع در فرآیند توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه " با رویکرد مقایسه ای گردشگری بین کشورهای توسعه یافته و در

هرچه بیشتر سیاست‌ها و برنامه‌ها، مورد توجه قرار گیرد. پژوهش حاضر، به منظور بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمند سازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی انجام شده است. این استان دارای پتانسیل‌های بالایی از نظر تاریخی و طبیعی برای توسعه گردشگری و جذب گردشگر می‌باشد. برای مثال، سایت باستانی تخت سلیمان، تپه حسنلو، قره کلیسا (کلیسای طائوس)، دریاچه ارومیه، آبشار شلماش و غار سهولان، تنها گوشه ای از پتانسیل‌های ارزشمند گردشگری استان آذربایجان غربی می‌باشد؛ که همه ساله، پذیرای گردشگرانی از سراسر کشور می‌باشند براساس اطلاعات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، روند حاکم بر حجم کل بازار گردشگری استان آذربایجان غربی طی سال‌های (۱۳۸۰ تا سال ۱۳۹۱) نشانگر افزایش حجم تقاضا است. هرچند، در سال‌های ۱۳۸۰ و ۱۳۸۱ این روند با نوساناتی روبرو بوده است؛ اما در کل، حجم کل تقاضا در بازار گردشگری استان از سال ۱۳۸۲ تا سال ۱۳۹۱ همواره با افزایش روبرو بوده است؛ بنابراین می‌توان با انجام مطالعات دقیق و برنامه ریزی شده در زمینه پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل گردشگری استان و توانمند سازی آن، زمینه‌های توسعه هدفمند گردشگری پایدار در استان را فراهم نموده و توان رقابتی آن را در عرصه‌های ملی و بین‌المللی تأمین کرد.

Kercher (۱۹۹۳) در پژوهشی، اصول گردشگری پایدار را شامل: استفاده پایدار از منابع، کاهش مصرف انرژی و جلوگیری از اتلاف آن، حفظ تنوع صنعت گردشگری و برنامه ریزی، حمایت از نظام اقتصاد محلی، مشارکت اجتماعات محلی، مشاوره با افراد ذینفع و عامه مردم، آموزش خدمه، بازاریابی صنعت گردشگری و انجام تحقیقات مستمر پیرامون توسعه گردشگری می‌داند.

- زنگی آبادی و همکاران (۱۳۸۶) در شناخت پتانسیل های گردشگری بخش باغ بهادران و برنامه ریزی توسعه آن به بررسی و شناخت محرومیت های این منطقه پرداخته اند و به این نتیجه رسیده اند که برای رسیدن به گردشگری مناسب باید به فعالیت هایی همچون ساماندهی شبکه های ارتباطی، دادن خدمات و تأسیساتی مانند هتل در منطقه پردازند.

- وارثی و همکاران (۱۳۹۰) با تحلیل بر وضعیت زیر ساخت های گردشگری در شهر اصفهان با تأکید بر هتل ها و با استفاده از مدل (swot) نشان دادند که بین خدمات ارائه شده از طرف هتل های شهر اصفهان و امکان سکونت مجدد در این هتل ها، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین امکانات و خدمات گردشگری شهر اصفهان با سفرهای مجدد گردشگران به این شهر رابطه معناداری وجود دارد (وارثی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۱-۱۱۲).

حال توسعه به این نتیجه رسیده اند که محدودیت های عملیاتی، ساختاری و فرهنگی در توسعه گردشگری به طور نابرابر در کشور های در حال توسعه وجود دارد که این نابرابری ها بازتابی از ساختاری سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی این کشورهاست و ممکن است بنابه مقتضیات زمانی، مکانی و سطح توسعه گردشگری متفاوت باشد بنابراین توسعه گردشگری نیاز به تغییر کلی در ساختار اجتماعی، سیاسی، حقوقی، اداری و اقتصادی بسیاری از کشورهای در حال توسعه نیاز به کمک و همکاری سازمان های بزرگ بین المللی، سازمان های غیر دولتی NGO، بانیان تورهای بین المللی و شرکتهای چند ملیتی دارد.

- لای و همکاران (۲۰۰۶) در پژوهشی تحت عنوان "شکاف بین برنامه ریزی گردشگری و پیاده سازی برنامه ها" به بررسی موانع موجود بین برنامه ریزی و پیاده سازی برنامه های توریستی پرداخته و با بررسی طرح جامع گردشگری چین و افق آن تا سال ۲۰۲۰، هفت عامل را در عدم پیاده سازی صحیح طرح جامع گردشگری عنوان نموده اند: ۱- نقص برنامه ریز ۲- سوابق ناچیز و ناکافی برنامه ریز ۳- پیش بینی نادرست برنامه ریز ۴- عدم برنامه ریزی بر اساس تجربه عملی ۵- سؤ تفاهم اجرا کننده برنامه ۶- اختلاف دیدگاه بین مجری و برنامه ریز ۷- مشکلات سرمایه گذاری خصوصی و عدم تعادل توسعه ما بین مناطق چین.

- بین توانمند سازی و مشارکت جوامع محلی و توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

- بین توانمند سازی و مشارکت جوامع محلی و رقابت پذیر بودن مقاصد گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

- بین رقابت پذیر بودن مقاصد گردشگری و توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۶- روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های "توصیفی-تحلیلی" و به لحاظ هدف "کاربردی" است، جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی می باشد. به دلیل وسعت گسترده محدوده پژوهش و عدم اطلاع از اندازه حجم نمونه، تعداد ۱۰۰ نفر از کارشناسان با استفاده از روش‌های نمونه گیری خوشه ای و تصادفی، به عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شده اند. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش، کتابخانه ای و میدانی (پرسشنامه) می باشد. برای تعیین روایی و اعتبار پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. بر اساس قاعده تجربی، مقدار آلفا دست کم باید ۰/۷ باشد؛ در پژوهش حاضر، مقدار آلفای محاسبه شده، ۰/۷۲۱ است که نشان می

- ابوالفضل مشکینی و تقی حیدری (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان "ارزیابی توسعه گردشگری شهر زنجان با استفاده از مدل (SWOT) نمونه موردی: منطقه زنجان رود" با استفاده از روش پیمایش، مطالعات میدانی و تعیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به شیوه (SWOT) به ارائه راهبرد در جهت توسعه گردشگری منطقه زنجان رود پرداخته اند. دستاورد این پژوهش این است که توجه به گردشگری در این استان می‌تواند به یک عامل توسعه درون‌زا تبدیل شود و این مهم به دست نمی‌آید جز با یک برنامه هدفمند، آینده‌نگر، یکپارچه و توجه به عناصر ترکیبی شکل دهنده این فعالیت، یعنی حمل و نقل، جاذبه‌ها، خدمات، اطلاعات و تبلیغات.

۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

- بین توانمند سازی نیروی انسانی (تصمیم گیران و برنامه ریزان) و توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

- بین توانمند سازی نیروی انسانی (تصمیم گیران و برنامه ریزان) و رقابت پذیر بودن مقاصد گردشگری استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

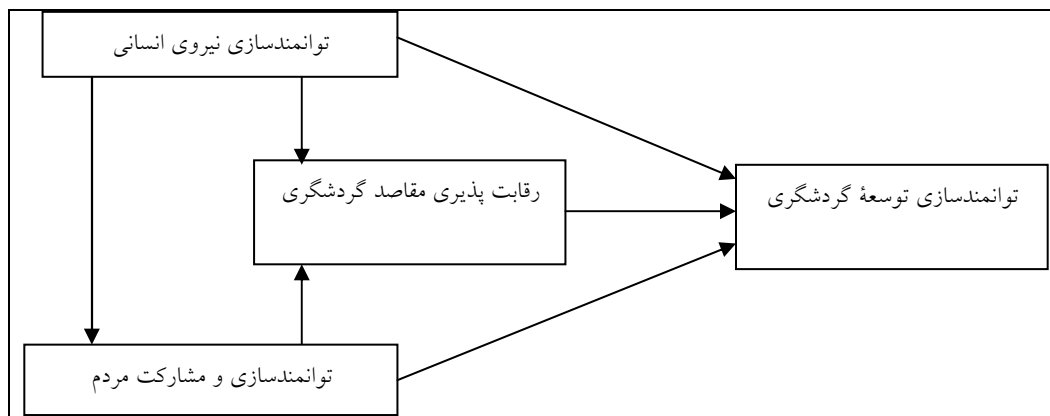
- بین توانمند سازی نیروی انسانی (تصمیم گیران و برنامه ریزان) و توانمند سازی و مشارکت جوامع محلی در استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد.

۱-۷- محدوده و قلمرو پژوهش

استان آذربایجان غربی، با مساحتی بالغ بر ۴۳۶۶۰ کیلومتر مربع (با احتساب دریاچه ارومیه به مساحت ۵۷۷۰ کیلومتر مربع)، بین ۳۵ درجه و ۵۸ دقیقه تا ۳۹ درجه و ۴۶ دقیقه عرض شمالی و ۴۴ درجه و ۳ دقیقه تا ۴۷ درجه و ۲۲ دقیقه طول شرقی قرار دارد و ۲/۶۵ درصد از مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد (استان شناسی آذربایجان غربی، ۱۳۹۲: ۲۷). این استان در شمال غربی ایران واقع شده که از شمال به آذربایجان و ارمنستان، از مغرب به کشورهای ترکیه و عراق، از جنوب به استان کردستان و از شرق به استان‌های آذربایجان شرقی و زنجان محدود است. طول مرز آبی

دهد گویه‌ها از همسانی و پایایی درونی بالایی برخوردارند. پس از جمع‌آوری اطلاعات، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS 19 و AMOS22 صورت گرفته و بنا به ضرورت از از شیوه‌های آمار توصیفی و همچنین در بخش آمار استنباطی جهت آزمون فرضیه‌ها از آزمون‌های همبستگی پیرسون، رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است. در شکل (۱)، مدل مفهومی از فرضیات پژوهش ارائه شده است. مدل مفهومی در واقع، جمع‌بندی مرور مبانی نظری می‌باشد، که در شکل زیر ارائه شده است. طبق این مدل، هر یک از عوامل مورد مطالعه (مشارکت جوامع محلی،

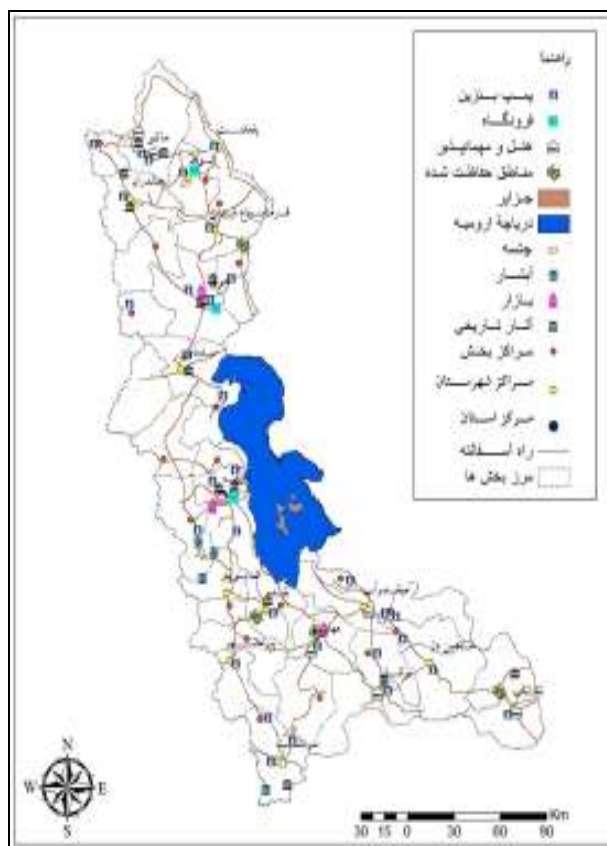
توانمندسازی نیروی انسانی و رقابت پذیری مقاصد گردشگری)، به طور مستقیم و غیر مستقیم، بر «توانمندسازی توسعه گردشگری» اثر گذار هستند.



شکل شماره (۱): مدل مفهومی از فرضیات پژوهش. منبع: (نگارنده گان).

کیلومتر مرز خاکی با کشور عراق است (عاملی، ۱۳۷۱:۱). بر اساس آخرین تقسیمات سیاسی، استان آذربایجان غربی، در سال ۱۳۹۰ دارای ۱۷ شهرستان، ۴۰ بخش، ۴۲ شهر، ۱۱۳ دهستان و ۳۰۳۱ آبادی دارای سکنه است.

و خاکی استان با کشورهای همسایه مجموعاً حدود ۸۲۳ کیلومتر می باشد که از طرف شمال نزدیک به ۱۳۵ کیلومتر مرز آبی رودخانه ارس با جمهوری آذربایجان، از طرف شمال و مغرب نزدیک به ۴۸۸ کیلومتر مرز خاکی با کشور ترکیه و از طرف مغرب نزدیک به ۲۰۰



شکل شماره (۲): نقشه گردشگری استان آذربایجان غربی

می کند. در مجموع ۳۵ دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی در سطح استان فعالیت می کنند و همچنین، در سال ۱۳۹۲، ۲۶ هتل، ۴ مهمانسرا و ۵۹ مهمانپذیر، به ساکنین استان و گردشگران خدمات ارائه می دهند؛ (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

۸-۱- ویژگی های گردشگری استان آذربایجان غربی
استان آذربایجان غربی با بیش از ۴۰۰ اثر تاریخی و بقایای بناهایی کهن چون تخت سلیمان و شگفتی های طبیعت زیبا چون دریاچه ارومیه، غار سهولان و صدها منظره دیگر، توجه هر صاحب ذوقی را به خود جلب

کشور است. از کل جاده‌های اصلی و فرعی استان، حدود ۶۷ درصد جزء راه‌های آسفالت‌ه و شنی فرعی بوده و استان فاقد آزاد راه می باشد (همان، ۱۳۹۲). خط آهن استان به طول ۱۰۳ کیلومتر، با عبور از ایستگاه قره تپه سلماس در مرز رازی به راه آهن ترکیه متصل می شود. همچنین، در استان آذربایجان غربی، تعداد ۵۸ منطقه نمونه گردشگری و ۴۹ روستای هدف گردشگری به تصویب رسیده است.

استان آذربایجان غربی، (۱۳۹۱:۲۱). که شامل ۱۶۷۷ اتاق و ۳۸۶۵ تخت بوده و در مجموع، حدود ۳ درصد از اقامتگاه‌های کشور را شامل می شود (سالنامه آماری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۰:۴۲۳). در سطح استان مجموعاً ۳۵ واحد پذیرایی مشغول فعالیت و ارائه خدمات به مسافران و گردشگران می‌باشد. طول جاده‌های اصلی و فرعی حوزه استحفاظی اداره کل راه و شهرسازی استان آذربایجان غربی، حدود ۳۱۶۷ کیلومتر بوده که حدود ۳/۵ درصد طول جاده‌های کل

جدول شماره (۱): وضعیت تقاضا یا بازار گردشگری استان آذربایجان غربی طی سالهای ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۱

سال	گردشگر داخلی (نفر)	درصد داخلی	گردشگر خارجی (نفر)	درصد خارجی	جمع (نفر)
۱۳۸۰	۵۵۸۶۱	۸۵/۱۵	۹۷۳۸	۱۴/۸۵	۶۵۵۹۹
۱۳۸۱	۵۴۵۹۰	۸۹/۹۵	۶۰۹۴	۱۰/۰۵	۶۰۶۸۴
۱۳۸۲	۵۷۲۴۴	۸۰/۱۲	۱۴۱۹۹	۱۹/۸۸	۷۱۴۴۳
۱۳۸۳	۶۳۹۴۱	۷۸/۵۰	۱۷۵۰۸	۲۱/۵۰	۸۱۴۴۹
۱۳۸۴	۶۷۷۵۷	۷۸/۳۴	۱۸۷۳۱	۲۱/۶۶	۸۶۴۸۸
۱۳۸۵	۸۰۹۶۴	۷۸/۹۴	۲۱۵۹۲	۲۱/۰۶	۱۰۲۵۵۶
۱۳۸۶	۸۳۸۲۰	۷۸/۴۶	۲۳۰۰۰	۲۱/۵۴	۱۰۶۸۲۰
۱۳۸۷	۸۵۶۴۰	۷۸/۵۰	۲۳۴۵۰	۲۱/۵۰	۱۰۹۰۹۰
۱۳۸۸	۱۲۴۵۰۰	۸۳/۷۲	۲۴۲۰۰	۱۶/۲۸	۱۴۸۷۰۰
۱۳۸۹	۱۲۵۸۰۰	۸۳/۵۰	۲۴۸۵۰	۱۶/۵۰	۱۵۰۶۵۰
۱۳۹۰	۱۳۵۲۱۰	۸۴/۳۹	۲۵۰۰۰	۱۵/۶۱	۱۶۰۲۱۰
۱۳۹۱	۱۸۰۰۰۰	۸۷/۵۹	۲۵۵۰۰	۱۲/۴۱	۲۰۵۵۰۰
جمع کل	۱۱۱۵۳۲۷	۱۰۰	۲۳۳۸۶۲	۱۰۰	۱۳۴۹۱۸۹
میانگین طی دوره	۹۲۹۴۳/۹۲	-	۱۹۴۸۸/۵	-	۱۱۲۴۳۲

منبع: (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۲).

۲- تعاریف، مفاهیم و مبانی نظری

واژه توانمندسازی در فرهنگ آکسفورد، قدرتمند شدن، مجوز دادن، ارائه مدرک و توانا شدن معنی شده است. زیمرمن (۱۹۹۵) معتقد است توانمندسازی واژه ای است که ارائه تعریفی از آن سهل و ممتنع است. هر کسی تصویری از آن در ذهن خود پرورش می دهد؛ اما حقیقتاً افراد کمی به آن اشراف دارند (آقایار، ۱۳۸۲: ۲۸). توانمندسازی را می توان به عنوان یک ابزار جهت توانمند ساختن تصمیم گیری ها (Bowen & Lawler, 1992:32) و یا به عنوان یک تجربه شخصی، که باعث می شود افراد مسئولیت اعمال خود را به عهده بگیرند، توصیف کرد (Pastor, 1996:6). بر خلاف اولین تعریف که بر مدیریت تکیه دارد، تعریف دوم بر اهمیت افراد در اجرای موفق توانمندسازی تاکید می نماید. توانمند سازی از منظر جوامع یک فرایند و یک پی آمد محسوب می شود. در واقع توانمندسازی یک ترکیب از چندین مولفه مختلف است، هر چند یکی از مولفه های کلیدی آن، مدل تصمیم گیری می باشد که شامل بکارگیری یا اجرای تصمیمات است (H.B.Sofield, 2003:112). مدیریت علاقمند به توانمندسازی در صنعت گردشگری، مربوط به توانایی رقابت پذیری می باشد که از طریق بهبود در کیفیت خدمات به دست می آید (Hubrecht & Teare, 1993:2). وقتی کاربرد توانمندسازی در متن ادبیات توسعه گردشگری بررسی می شود، عدم وجود حقیقی آن به وضوح آشکار می شود. زیرا، در خیلی از کشورها دخالت دولت منجر به توانمند سازی توسعه

گردشگری نمی شود. زیرا، علی رغم توجهی که ممکن است به سیاست، برنامه ریزی و توسعه گردشگری توسط دولت های ملی صورت گرفته باشد، کاربرد و اجرای این سیاست ها، برنامه ها و توسعه ها اغلب باید در سطوح محلی صورت گیرد و این «معمای توانمند سازی» است. لذا، بدون توانمند سازی در سطوح محلی و اجتماع محلی، تلاش های ملی برای توسعه گردشگری در عمل با شکست مواجه خواهند شد (H.B.Sofield, 2003:100). زیرا، توسعه اجتماع محلی اغلب به عنوان فرایندی برای توانمند سازی و تغییرات اجتماعی شناخته شده است. تمرکز توسعه اجتماع محلی بر تشخیص و حل مسائل اجتماعی، فیزیکی و سیاسی است که در یک اجتماع وجود دارد، به نحوی که این شرایط از نقطه نظر اعضای محلی بهبود یابد و یا تغییر کند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۸۴). مورفی^۱، مفهوم ایده خرد جمعی در فرایند سیاست گذاری گردشگری را از طریق برنامه ریزی بر مبنای اجتماع محلی توسعه داد. او برای این رویکرد، اصطلاح برنامه ریزی گردشگری بر مبنای اجتماع را به کار برد. همچنین، هاوکین^۲، ۱۹ موضوع اصلی برای توسعه و برنامه ریزی گردشگری بر شمرده که هشتمین گزینه اش در اینجا مطرح است؛ «گردشگری پاسخگو، شعاری برای فردا است. جامعه نیاز به مشارکت فعال در تنظیم و گسترش برنامه های توسعه گردشگری دارد و همچنین اولویت هایی که برای توسعه و مدیریت گردشگری در نظر گرفته شده اند نمی توانند نادیده گرفته

1 . Murphy
2 . Hawkins

- افزایش خدمات فراهم شده به گردشگران در محیط‌های گردشگری؛

- افزایش قدرت تصمیم‌گیری؛

- رسیدن به اهداف بلند مدت و کوتاه مدت برنامه ریزی شده در صنعت گردشگری به منظور به دست آوردن ارزش بیشتر و توسعه پیشرفت اقتصادی (Tohidy & Nabilou, 2012:34)

۳- تحلیل یافته‌ها

۳-۱- اطلاعات توصیفی

قبل از پرداختن به رابطه‌های مورد نظر در پژوهش (شکل ۱)، که از پرسشنامه طراحی شده برای کارشناسان حاصل می‌شود، مروری بر آمار فراوانی و توصیفی پرسشنامه‌ها، جهت ارائه تصویری کلی در قالب فراوانی‌ها، درصدها، میانگین و ... ضروری می‌باشد. در واقع، در این نوع تجزیه و تحلیل، هدف بررسی واقعیات موجود است و قصد پیش‌بینی و یا استنباط آماری را نداریم. لذا، در این بخش از پژوهش، آمارهای فوق‌الذکر ارائه شده است. در مطالعه حاضر، کل نمونه آماری بالغ بر ۱۰۰ نفر از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی می‌باشد. از بین ۱۰۰ کارشناس مورد پرسش در فرایند پژوهش، که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی ساده انتخاب شده‌اند، ۷/۷۳ درصد از آن‌ها را مردان و ۳/۲۶ درصد آن‌ها را زنان تشکیل می‌دهد. همچنین، توزیع فراوانی و درصد کارشناسان مورد پرسش از نظر سطح سواد شامل: دیپلم و زیر دیپلم، ۱/۹ درصد، فوق دیپلم، ۴/۱۹، لیسانس

شود» (H.B.Sofield, 2003: 100-104). فولفورد و انز^۳ (۱۹۹۵)، پیشنهاد کردند که به منظور کسب اطلاعات بیشتر در مورد مفهوم و شیوه توانمندسازی باید موضوعات مختلف مورد مطالعه قرار بگیرد (Tohidy & Nabilou, 2012:34). به عبارتی، در راستای توسعه گردشگری پیشنهاد می‌شود توانمندسازی به عنوان یک فرایند چند بعدی در نظر گرفته شود تا بدین وسیله فرایند مشورتی را که اغلب با خصوصیات مانند (توانایی تصمیم‌گیری، ظرفیت اجرا و کاربرد این تصمیم‌ها، قبول مسئولیت‌پذیری در مورد تصمیم‌ها، اعمال و عواقبشان و غیره) مشخص می‌شود، برای جوامع فراهم نماید (H.B.Sofield, 2003: 112). نگاه اجمالی به توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی در کشورهایی مانند فرانسه، اسپانیا و ترکیه در سال‌های اخیر، نشان می‌دهد که منابع انسانی توانمند، عامل کلیدی در این زمینه هستند. نقشی که منابع انسانی توانمند می‌تواند در صنعت گردشگری به منظور حفظ پایداری رشد و توسعه بازی نماید، به شرح زیر است:

- فراهم کردن خدمات استاندارد در مراکز گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران؛

- فراهم کردن خدمات مطابق با نیازهای گردشگران؛

- اشتغال پایدار در گردشگری؛

- افزایش کارایی و بهره‌وری بخش خصوصی و دولتی درگیر در صنعت گردشگری؛

- داشتن مزیت استفاده از خلاقیت و نوآوری؛

3 . Fulford and Enz (1995)

داده‌های این جدول نیز، حاکی از تأثیرات توانمندسازی نیروی انسانی بر توانمندسازی توسعه گردشگری در استان می‌باشد ($p\text{-value}=0/000$). بنابراین، هر سه فرضیه مورد تأیید می‌باشد. در واقع می‌توان گفت، توانمندسازی نیروی انسانی به منزله یکی از ابزارهای اصلی مربوط به عملکردهای مدیریتی، می‌تواند بازنگری در نظام مدیریتی صنعت گردشگری در استان آذربایجان غربی و حرکت به سمت برنامه ریزی مشارکتی و همچنین رقابتی شدن مقاصد گردشگری در این استان را فراهم سازد و این امر متعاقباً باعث توانمندسازی توسعه گردشگری در سطح استان می‌شود. چراکه، در صنعت گردشگری، مدیریت علاقمند به توانمندسازی، مربوط به توانایی رقابت پذیری مقاصد می‌باشد؛ به طوریکه امروزه گردشگری به عنوان یکی از نهادینه ترین پدیده‌های اقتصادی و اجتماعی، با مسأله رقابت مناطق مختلف گردشگری رو به روست و رقابت به عنوان عامل تعیین کننده موفقیت دراز مدت صنعت گردشگری شناخته می‌شود که این امر از طریق بهبود در کیفیت خدمات حاصل می‌شود و در این زمینه، نقش نیروی انسانی توانمند و خلاق، به عنوان خالقان اصلی محصولات و خدمات گردشگری با کیفیت بالا، حائز اهمیت ویژه می‌باشد. پس، یکی از راه‌های کسب مزیت رقابتی استان در شرایط فعلی با توجه به تغییرات و تحولات شگرف، کارآمدتر و توانمند کردن نیروی انسانی است. زیرا، نیروی انسانی توانمند، بهره ورتر، نوآورتر می‌باشند و محصولات و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می‌کنند و با وجود نیروی انسانی توانمند، مقاصد گردشگری نیز

۶۰/۳ درصد، فوق لیسانس و دکتری ۱۱/۲ درصد. بنابراین، بیشترین پاسخ از نظر سطح سواد مربوط به گروه لیسانس می‌باشد.

۲-۳- تحلیل‌های استنباطی

شکل (۱)، الگوی علی (مدل مفهومی) عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی را نشان می‌دهد. همانطور که در این شکل نیز نمایان است، متغیرهای «توانمندسازی نیروی انسانی سازمانی، توانمندسازی و مشارکت جوامع محلی و رقابت پذیری مقاصد گردشگری»، هر کدام مستقیم و یا غیر مستقیم بر «توانمندسازی توسعه گردشگری استان»، به عنوان متغیر وابسته، تأثیر گذار هستند.

در فرضیه‌های اول، دوم و سوم، به ارزیابی نقش و تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی بر توانمندسازی و مشارکت جوامع محلی، رقابتی پذیری مقاصد گردشگری و در نتیجه بر توانمندسازی توسعه گردشگری می‌پردازیم. جدول شماره (۲)، مؤید این مسأله است که توانمندسازی نیروی انسانی، اثر مثبتی بر توانمندسازی و مشارکت جوامع محلی دارد. همچنین، با توجه به $p\text{-value}$ محاسبه شده ($0/000$)، که کمتر از $0/05$ است، می‌توان نتیجه گرفت که رگرسیون قابل اعتماد است. جدول (۳)، تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی را بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری نشان می‌دهد؛ با توجه به جدول مذکور و مقدار $p\text{-value}$ ($0/000$)، می‌توان استنباط کرد که مقدار تأثیر متغیر مستقل بر وابسته، قابل اعتماد است. در جدول (۴) نیز اثرات توانمندسازی نیروی انسانی بر توانمندسازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی مورد بررسی قرار گرفته است.

توانمندسازی در واقع، دادن قدرت به افراد نیست؛ بلکه افراد به واسطه دانش و انگیزه خود صاحب قدرت هستند و در واقع توانمندسازی آزاد کردن و بالفعل کردن این قدرت است. () و یا اختیار تصمیم‌گیری و انجام کار و همچنین ایجاد احساس و انگیزش برای انجام کارهای بیشتر و بهتر برای تصمیم‌گیران و مسئولان صورت می‌گیرد.

کارآمدتر و رقابتی‌تر می‌شوند. بنابراین، توانمندسازی نیروی انسانی، به عنوان یک ابزار جهت توانمند ساختن تصمیم‌گیری‌ها و مسئولیت‌پذیری در تصمیم‌گیری‌های مربوط به صنعت گردشگری در سطح استان می‌تواند مطرح باشد؛ که از طریق اعطای قدرت (توانمندسازی نیروی انسانی، ظرفیت‌های بالقوه‌ای را برای بهره‌برداری از سرچشمه توانایی‌های انسانی که از آن استفاده کامل نمی‌شود در اختیار می‌گذارد.

جدول شماره (۲): تحلیل رگرسیون تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی بر مشارکت جوامع محلی

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۱۶/۹۳۰	۲/۵۱۱		۶/۷۴۱	۰/۰۰۰
1 مشارکت جوامع محلی	۰/۴۲۹	۰/۰۹۵	۰/۴۱۶	۴/۵۲۶	۰/۰۰۰

منبع: نگارندگان

جدول شماره (۳): تحلیل رگرسیون تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی بر رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۱۶/۱۹۲	۱/۹۱۵		۸/۴۵۵	۰/۰۰۰
1 رقابت‌پذیری مقاصد	۰/۷۳۱	۰/۱۱۳	۰/۵۴۶	۶/۴۵۵	۰/۰۰۰

منبع: نگارندگان

جدول شماره (۴): تحلیل رگرسیون تأثیر توانمندسازی نیروی انسانی بر توسعه‌گردشگری

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۵/۴۳۸	۲/۱۵۰		۲/۵۳۰	۰/۰۱۳
1 توانمندسازی توسعه‌گردشگری	۱/۱۳۵	۰/۱۰۶	۰/۷۳۵	۱۰/۷۴۰	۰/۰۰۰

منبع: نگارندگان

استان باشد. بطوریکه، مردم منطقه باید احساس کنند که در سرنوشت منطقه خود مؤثرند و با انگیزه کافی در فعالیت های توسعه گردشگری شرکت کنند. زیرا، بدون توانمند سازی در سطوح محلی و مشارکت اجتماع محلی، تلاش های ملی برای توسعه گردشگری در عمل با شکست مواجه خواهند شد. چراکه، توسعه اجتماع محلی اغلب به عنوان فرایندی برای توانمند سازی و تغییرات اجتماعی شناخته شده است. بطوریکه، در این رویکرد، توانایی های محلی و اجتماعی، رهبری محلی و شبکه های رسمی و غیر رسمی، در توسعه گردشگری مشارکت دارند و بهره گیری از پتانسیل ها و سرمایه های اجتماعی جوامع، مورد توجه می باشد و زیر بنای این امر، سازماندهی اجتماع محلی است که نیازمند بسیج قابلیت های درون زای اجتماع می باشد. در واقع، هدف کلی آن است که در خود جامعه محلی، افراد به سطحی از نگرش، دانش و توانایی برسند که بخواهند و بتوانند مسئولیت اجتماعی و نقش خود را در توسعه و پیشرفت گردشگری جامعه خود ایفا نمایند؛ به عبارتی، حاصل توانمند سازی، توسعه اجتماع محلی است که نوعی نگرش به توسعه از پایین است.

در فرضیه های سوم و چهارم، نقش و تأثیر توانمندسازی و مشارکت جوامع محلی به عنوان متغیر مستقل، بر رقابت پذیری و توانمندسازی توسعه گردشگری استان، مورد ارزیابی قرار گرفته است. همانطور که در جدول (۵) نیز نمایان است، بین مشارکت جوامع محلی و رقابت پذیری مقاصد گردشگری، رابطه معناداری وجود دارد؛ زیرا، مقدار p -value آن برابر $۰/۰۰۰$ می باشد. بنابراین، مشارکت جوامع محلی بر رقابتی شدن مقاصد گردشگری استان تأثیر گذار می باشد. همچنین، براساس اطلاعات موجود در جدول (۶)، با p -value (۰۰۰/۰) نیز، تأثیر گذاری مشارکت جوامع در توانمندسازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی، مورد تأیید قرار می گیرد. بنابراین، فرضیه های چهارم و پنجم نیز مورد تأیید می باشند. براین اساس و با در نظر داشتن اصل مبنایی «مالکیت و حس تعلق» که کلید اساسی ماندگاری و استمرار ایفای مسئولیت اجتماعی به شمار می رود، توجه به مردم محلی به عنوان ذی نفع اصلی توسعه گردشگری، نکته ای است که همواره باید مثل یک چراغ راهنما، مدنظر برنامه ریزان گردشگری در سطح

جدول شماره (۵): تحلیل رگرسیون تأثیر توانمندسازی و مشارکت جوامع بر رقابت پذیری مقاصد گردشگری

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۱۵/۷۳۴	۱/۹۵۴		۸/۰۵۴	۰/۰۰۰
۱ رقابت پذیری مقاصد	۰/۶۱۰	۰/۱۱۶	۰/۴۷۱	۵/۲۸۱	۰/۰۰۰

منبع: نگارنده گان

جدول شماره (۶): تحلیل رگرسیون تأثیر توانمندسازی و مشارکت جوامع بر توانمندسازی توسعه گردشگری

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۵/۸۹۷	۲/۳		۲/۵۶۴	۰/۱۲
1 توانمندسازی توسعه گردشگری	۰/۹۹۱	۰/۱۱۳	۰/۶۶۳	۸/۷۶۳	۰/۰۰

منبع: نگارنده گان

تغییرات مطرح شده و در نتیجه بقای آن‌ها مؤثر است. از همین رو، توانمندسازی باید یکی از مهم‌ترین مسائل مقاصد گردشگری در نظر گرفته شود که این امر موجبات انعطاف پذیری مقاصد را نسبت به تغییرات مختلف فراهم می‌کند. توانمندسازی مقاصد گردشگری، مربوط به توانایی رقابت پذیری آن‌ها می‌باشد که از طریق بهبود در کیفیت خدمات و محصولات آن حاصل می‌شود. لذا، برای آنکه یک مقصد گردشگری بتواند سهم معینی از تعداد گردشگران یا درآمد حاصل در بخش سفر و گردشگری را به خود اختصاص دهد، باید بتواند به همان میزان در عرصه‌های بین‌المللی با سایر مقاصد گردشگری رقابت نمایند. رقابتی پذیر بودن مقاصد در عرصه گردشگری، می‌توان ناشی از عواملی مانند: جذابیت؛ مدیریت؛ سازمان‌ها؛ اطلاع رسانی، کارایی مقصد و باشد.

در فرضیه آخر پژوهش نیز، نقش و تأثیر گذاری رقابت پذیری مقاصد گردشگری به عنوان متغیر مستقل، بر توانمندسازی توسعه گردشگری (به عنوان متغیر وابسته)، مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که توانمندسازی توسعه گردشگری از رقابت پذیری مقاصد گردشگری تأثیر می‌پذیرد. زیرا، مقدار، p -value آن برابر $۰/۰۰۰$ می‌باشد جدول (۷). دلیل منطقی بر این امر نیز تغییرات سریع در بازار و اقتصاد گردشگری است. بطوریکه امروزه، تغییرات سریع محیطی، حیات بسیاری از مقاصد گردشگری را تهدید می‌کند. ظهور رسانه‌های جدید، فناوری اطلاعات، فرهنگ‌های جهانی متقاضیان (گردشگران) و ظهور استانداردهای جهانی جدید، تغییرات تأثیرگذاری هستند که مقاصد گردشگری مختلف را متأثر می‌سازند؛ بنابراین، توانایی مقاصد گردشگری، برای تطابق با

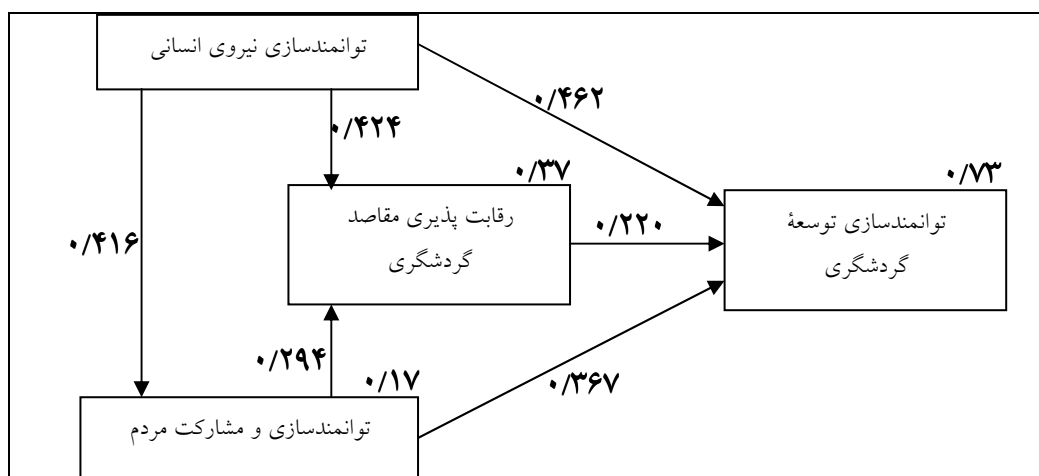
جدول شماره (۷): تحلیل رگرسیون تأثیر رقابت پذیری مقاصد گردشگری بر توانمندسازی توسعه گردشگری

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	۱/۲۶۰	۱/۸۰۹		۲/۶۹۷	۰/۰۰۴
1 توانمندسازی توسعه گردشگری	۰/۷۴۴	۰/۰۸۹	۰/۶۴۶	۸/۳۶۷	۰/۰۰۰

منبع: نگارنده گان

و تأثیرات کلی مسیرهای ارائه شده در مدل مفهومی، در جداول (۸، ۹، ۱۰) ارائه شده است. همچنین، سطح معناداری مسیرهای تأثیر گذاری در جدول (۱۱)، ارائه شده است؛ همانطور که در جدول نیز نمایان است، تمامی مسیرهای تأثیرگذاری ارائه شده در مدل معنادار می‌باشند. با توجه به مدل ارائه شده، توانمندسازی توسعه گردشگری، فرآیندی است که در آن از طریق توسعه و گسترش نفوذ و قابلیت مسئولان و تصمیم گیران، مشارکت مؤثر جوامع محلی و تجهیز و ارتقاء کیفیت مقاصد گردشگری (ارتقاء توان رقابتی مقاصد گردشگری)، به بهبود و بهسازی مستمر عملکرد آن در عرصه رقابت ملی و بین المللی کمک می‌شود. به عبارت دیگر، توانمندسازی به عنوان یک راهبرد توسعه و شکوفایی برای صنعت گردشگری مطرح می‌باشد.

پس از آزمون فرضیات پژوهش، برای اطمینان از نتایج تأثیرگذاری و تأثیر پذیری (روابط) متغیرها، مدل مفهومی فرضیات پژوهش در محیط نرم افزار AMOS22، مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج آزمون به صورت گرافیکی و همچنین جدول در ادامه بحث ارائه شده است. مطابق شکل (۳)، ضریب تعیین (میزان واریانس تبیین شده) مدل مفهومی ارائه شده، $0/73$ می‌باشد؛ یعنی مدل ارائه شده، 73 درصد از تغییرات ایجاد شده در توانمندسازی توسعه گردشگری را پیش بینی می‌کند. همچنین، براساس نتایج حاصل از آزمون مدل، توانمندسازی نیروی انسانی سازمانی صنعت گردشگری استان آذربایجان غربی، بیشترین تأثیر گذاری را بر توانمندسازی توسعه گردشگری در سطح استان می‌تواند داشته باشد. نتایج تأثیرات مستقیم، غیر مستقیم



شکل شماره (۳): تأثیرات مستقیم متغیرها در مدل مفهومی. منبع: نگارنده گان.

جدول شماره (۸): مسیرهای تأثیر گذاری مستقیم استاندارد شده مدل مفهومی

رقابت پذیری مقاصد	توانمندسازی و مشارکت جوامع	توانمندسازی نیروی انسانی	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۱۶	توانمندسازی و مشارکت جوامع
۰/۰۰۰	۰/۲۹۴	۰/۴۲۴	رقابت پذیری مقاصد
۰/۲۲۰	۰/۳۶۷	۰/۴۶۲	توانمندسازی توسعه گردشگری

منبع: نگارندگان

جدول شماره (۹): مسیرهای تأثیر گذاری غیر مستقیم استاندارد شده مدل مفهومی

رقابت پذیری مقاصد	توانمندسازی و مشارکت جوامع	توانمندسازی نیروی انسانی	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	توانمندسازی و مشارکت جوامع
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۲۲	توانمندسازی مقاصد
۰/۰۰۰	۰/۰۶۵	۰/۲۷۳	توانمندسازی توسعه گردشگری

منبع: نگارنده گان

جدول شماره (۱۰): مسیرهای تأثیر گذاری کلی استاندارد شده مدل مفهومی

رقابت پذیری مقاصد	توانمندسازی و مشارکت جوامع	توانمندسازی نیروی انسانی	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۴۱۶	توانمندسازی و مشارکت جوامع
۰/۰۰۰	۰/۲۹۴	۰/۵۴۶	رقابت پذیری مقاصد
۰/۲۲	۰/۴۳۲	۰/۷۳۵	توانمندسازی توسعه گردشگری

منبع: نگارنده گان

جدول شماره (۱۱): سطوح معناداری (p-value) مسیرهای تأثیر گذاری کلی مدل مفهومی

توانمندسازی مقاصد	توانمندسازی و مشارکت جوامع	توانمندسازی نیروی انسانی	
.....	۰/۰۰۶	توانمندسازی و مشارکت جوامع
.....	۰/۰۱۰	۰/۰۲۶	توانمندسازی مقاصد
۰/۰۱۲	۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	توانمندسازی توسعه گردشگری

منبع: نگارنده گان

۴- نتیجه گیری

مؤثر بر توانمند سازی گردشگری، می تواند به عنوان مهمترین فاکتور پویایی و اثربخشی هر چه بیشتر صنعت گردشگری مورد توجه قرار گیرد. لذا، در پژوهش حاضر به بررسی عوامل مؤثر بر توانمند سازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی پرداخته ایم. جهت بررسی عوامل مختلفی که بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی تأثیر گذار می

توانمند سازی توسعه گردشگری، ایجاد چهارچوب‌های قانونی، نهادی، سازمانی، اقتصادی و اجتماعی برای افزایش کارایی و کارآمدی توسعه گردشگری می باشد. توانمندسازی در حقیقت، فرایند مستمر و دائمی است و در محیط پویا در سطوح متفاوت مورد تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. بی شک توجه ویژه به عوامل

حاضر که در راستای تحلیل و ارزیابی عوامل مؤثر بر توانمند سازی گردشگری استان آذربایجان غربی انجام گرفته است؛ با در نظر گرفتن فرضیات پژوهش، و با عنایت به نتایج بدست آمده، در جهت توانمند سازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی، پیشنهادات زیر ارائه شده است:

- تدوین طرح‌های کارآموزی کارکنان بخش‌های دولتی و خصوصی.

- تهیه و تدوین طرح‌های آموزشی و آگاه سازی و ایجاد گارگاه‌های مهارتی.

- ارتقاء کمی و کیفی منابع انسانی از طریق ایجاد نظام بهینه جذب، آموزش، ارتقاء مهارت و تخصص مناسب. تقویت سازمانی و ظرفیت سازی برای سازمان‌های منطقه ای و محلی.

- تدوین طرح برنامه ریزی مشارکتی که همه طرف‌های ذینفع در منطقه را تحت پوشش قرار دهد.

- تشویق پیوندهای استراتژیک میان کارگزاران امور گردشگری و جوامع محلی برای بهره برداری مطلوب از فرصت‌های توسعه گردشگری، بخصوص در مناطق روستایی.

- تقویت خود باوری در اقشار و اقوام مختلف با تأکید بر پیشینه غنی فرهنگی در استان.

- ایجاد واحد سرمایه گذاری و مشارکت مردمی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری.

- توجه به تأمین حقوق فردی و اجتماعی جوامع محلی.

- برخوردار ساختن مناطق کمتر توسعه یافته از مزایای گسترش فعالیت‌های گردشگری از طریق ترغیب جوامع محلی به مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.

باشند، شش فرضیه مطرح شده که این فرضیات با استفاده از پرسشنامه‌های تهیه شده برای کارشناسان گردشگری، در محیط نرم افزار SPSS19 و AMOS22، مورد تحلیل واقع شد. با توجه به مطالب ارائه شده در مقاله، می توان چنین استنباط کرد که توانمند سازی از عوامل مهم برای حضور و بقاء در بازار رقابتی گردشگری می باشد که خود تحت تأثیر توانمند سازی نیروی انسانی سازمانی (مسئولان و تصمیم گیران گردشگری)، مشارکت جوامع محلی (توانمندسازی جوامع محلی) و رقابت پذیری مقاصد گردشگری (توانمندسازی مقاصد گردشگری که از طریق ارتقاء کیفیت خدمات و محصولات حاصل می شود)، می باشد؛ یعنی بین توانمند سازی توسعه گردشگری استان و این سه متغیر رابطه معناداری وجود دارد و بنابراین، فرضیات مطرح شده ما تأیید شده است. در بین متغیرهای مطرح شده نیز، توانمند سازی نیروی انسانی و در واقع، در اختیار داشتن نیروی انسانی توانمند، بیشترین تأثیر را می تواند بر توانمند سازی توسعه گردشگری استان داشته باشد؛ چراکه نیروی انسانی توانمند، بهره ورتر، نوآورتر می باشند و محصولات و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می کنند؛ بنابراین توان رقابتی مقاصد گردشگری ارتقاء می یابد و با وجود نیروی انسانی توانمند، زمینه‌های مشارکت مؤثرتر جوامع محلی فراهم شده و در نتیجه، توسعه گردشگری مقاصد گردشگری نیز کارآمدتر می شود.

۵- پیشنهادها

بدیهی است که پژوهش‌های علمی می‌بایست در نهایت به ارائه پیشنهادات علمی و عملی بیانجامد تا بتوانند جنبه کاربردی بخود گیرند. از این رو، در پژوهش

زمردیان، محمد جعفر، (۱۳۸۴)، ژئوگردشگری سواحل جنوبی خزر، چالش‌ها و عوامل تهدید کننده، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، شماره پنجم، پائیز و زمستان ۱۳۸۴

سالنامه آماری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۰
سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان آذربایجان غربی، (۱۳۹۱)، راهنمای گردشگری استان آذربایجان غربی
سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، (۱۳۹۲)، نقشه گردشگری شهر ارومیه
طالبیان، احمدرضا، فاطمه، وفایی، (۱۳۸۸)، الگوی جامع توانمندسازی منابع انسانی، ماهنامه تدبیر، سال بیستم، شماره ۲۰۳

عاملی، یوسف، (۱۳۷۱)، توسعه تکاملی استان آذربایجان غربی در ساختار فضایی، استاد راهنما دکتر ایران غازی و استاد مشاور دکتر مجتهدی، دانشگاه اصفهان دانشکده ادبیات و علوم انسانی

محمدی، حامد، (۱۳۸۸)، عوامل مؤثر در توانمندسازی منابع انسانی، تعاون، سال ۲۰، شماره ۲۰۴ و ۲۰۵
وطنی، خسرو، (۱۳۸۹)، بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی منابع انسانی (مطالعه موردی ادارات کل برنامه ریزی و نظارت اعتباری و اعتبارات بانک ملت)، فصلنامه مدیریت، سال ۷، شماره ۲۰

Bowen, D.E., Lawler, E.E. (1992). The empowerment of service workers: What, why, how and when. *Sloan Management Review*, 33(3), 31-39.

H.B, Sofield. Trevor. (2003). *Empowerment for Sustainable Tourism Development*, Elsevier Science Ltd.

Font, Xavier. Ahjem, Tor E. (1999). Searching for a balance in tourism development strategies, *international journal of contemporary*.

Holden, Andrew. (2000). *Environment and Tourism*, Routledge Published, London.

Hubrecht, J., Teare, R. (1993). A strategy for partnership in total quality service. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(3), 1-5.

Mowforth, M., Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: Development, New Tourism in the Third World*, Second Edition. Routledge, London.

Pastor, J. (1996). Empowerment: What it is and what it is not, *Empowerment in Organizations*, 4(2), 5-7. <http://dx.doi.org/10.1108/09684899610118028>

Tohid, Fateme. , Nabilou, Hamid. (2012). Human Resources Empowerment and Its Role in the Sustainable Tourism, *Asian Social Science*, Vol. 8, No. 1; January 2012..

- ارتقاء کمی و کیفی و متنوع سازی محصولات گردشگری در سطح استان و شناسایی و ساماندهی بازارهای هدف.

- برقراری مدیریت یکپارچه گردشگری در استان از طریق تبیین نقش دولت، بخش خصوصی، جوامع محلی و ارتقاء سطح مشارکت همگانی.

- ارتقای کیفیت و افزایش زیرساخت‌های مناسب گردشگری در سطح استان.

- شناسایی مزیت‌های نسبی و مطلق استان در تولید محصولات متفاوت و منحصر به فرد با هدف رقابت پذیری در حوزه گردشگری.

- فعالیت‌های بازاریابی مسئولانه برای معرفی بهتر و گسترده تر مناطق کمتر شناخته شده در کنار معرفی مناطق شناخته شده.

- توسعه گردشگری عشایری و معرفی توانمندی‌های آنها به عنوان یکی از جاذبه‌های مردم شناسی، فرهنگی و بهره برداری از فرصت‌های زیستن و همراه شدن با عشایر و گذران روزها و شب‌های متوالی با آنها.

- بررسی مستمر تغییر ذائقه مصرف کنندگان و خلاقیت و نوآوری در پاسخ به تحولات پر سرعت در بازارهای تقاضا.

منابع

آقایار، سیروس، (۱۳۸۲)، توانمندسازی روش نوین در محیط رقابتی، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۵
استان شناسی آذربایجان غربی، (۱۳۹۲)، وزارت آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی
رضوانی، محمدرضا، (۱۳۸۷)، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، انتشارات دانشگاه تهران