



مجله‌ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری

سال اول، شماره‌ی ۱، تابستان ۱۳۹۱

صفحات ۱۵۲-۱۲۹

تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر مدل

سوات^۱

* رحیم حیدری چیانه

** ذکیه نصرالله زاده

*** مهدی عبداللهی

چکیده

در کشورهای در حال توسعه از جمله در کشور ایران، آموزش گردشگری با چالش‌هایی روبروست. هدف این پژوهش تعیین توانایی‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و چالش‌های آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران با استفاده از الگوی تجزیه و تحلیل سوات است. بدین منظور از فرایند ارزیابی درونی و روش تحقیق پیمایشی استفاده شده است. اطلاعات مورد نیاز از طریق بررسی میدانی و تکمیل پرسشنامه از ۱۵۰ نفر که طیفی از اعضای هیئت علمی، سرمایه‌گذاران و فعالان حوزه‌ی گردشگری و همچنین دانشجویان هستند، جمع‌آوری شده است. نتایج مطالعه نشان می‌دهد 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 حوزه‌های مدیریتی و دست‌اندرکاران صنعت گردشگری تأکید دارد.

واژه‌های کلیدی: ایران، نظام دانشگاهی، آموزش گردشگری، مدل سوات

^۱ - Strengths – Weakness – Opportunities – Threats (SWOT)

* نویسنده مسئول - استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تبریز (rheydari@tabrizu.ac.ir).

** کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز.

*** کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز.

مقدمه

برخلاف فضای ذهنی متولیان امور گردشگری و ادبیات حاکم بر فعالان صنفی - سنتی در جهان سوم، آموزش نیروی انسانی در زمینه‌ی فعالیت‌های گردشگری و توسعه‌ی آموزش آن در سطوح آموزش عالی و دانشگاه‌ها، از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های اولیه برای توسعه‌ی صنعت گردشگری محسوب می‌شود. هرچند این گونه نگرش‌های سنتی حتی در جهان توسعه یافته - البته تا چند دهه‌ی پیش - نیز قابل رصد بود؛ چندان که پروفیسور جعفر جعفری در سال ۲۰۰۵ به هنگام دریافت جایزه‌ی اولیس^۱ مهم‌ترین و معتبرترین جایزه‌ی علمی سازمان جهانی گردشگری ملل متحد^۲ در خلال سخنرانی خود به این نکته‌ی جالب اشاره کرد که چند دهه قبل، کمتر شخصی تصورش بر آن بود که برای آموختن صنعت گردشگری نیازی به رشته‌های دانشگاهی و پژوهش‌های علمی باشد و اغلب آن را به مثابه‌ی یک تجارت حرفه‌ای و صنفی تلقی می‌کردند. این در حالی است که در حال حاضر، رشته‌های علمی و دانشگاهی مربوط به صنعت گردشگری و هتلداری توسعه‌ی بسیاری یافته‌اند و از مهم‌ترین و ضروری‌ترین رشته‌ها، گروه‌ها و دانشکده‌های دانشگاهی در سطح بین‌المللی محسوب می‌شوند. باید خاطرنشان کرد که پژوهش‌ها، تحقیقات و مطالعات صورت گرفته در خلال دهه‌های اخیر در مورد صنعت گردشگری به اندازه‌ای بوده است که با اطمینان می‌توان گفت که کمتر زمینه‌ی علمی و تجاری‌ای بدین صورت توسعه و رشد فزاینده داشته است (حیدری چپانه، ۱۳۸۷). اما روی دیگر سکه، پذیرش این واقعیت است که متاسفانه در خلال چندین دهه گذشته، رشد و توسعه علمی گردشگری به اندازه ابعاد صنفی - حرفه‌ای آن نبوده است و هم از اینروست که جعفری نظریه معروف خود یعنی مقوله علمی سازی گردشگری^۳ و الزامات آن را مطرح نموده است. وی معتقد است که در دوره‌ای هستیم که می‌بایست توسعه علمی گردشگری با سرعت بیشتری ادامه یابد تا به جایگاه بایسته خود دست یابد و این اتفاق نخواهد افتاد مگر با مشارکت فعال جوامع علمی، صنایع بزرگ، نهادها و سازمان‌های

1- Ulysses

2- UNWTO

3- The Scientification of Tourism

تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر ۱۳۱

دولتی و خصوصی در همه ابعاد گردشگری (جعفری^۱، ۲۰۰۱: ۳۰). اکنون بیش از چهار دهه است که ایشان به عنوان یکی از پیشروان آموزش گردشگری در سطوح مختلف دانشگاهی، تلاش بی وقفه ای برای پیوند و توسعه ابعاد علمی گردشگری با سازمان های ملی و بین المللی شروع نموده اند.^۲

افزون بر این مورد باید اذعان کرد که از دیگر چالش های فرآروی گردشگری، همانند سایر رشته های دانشگاهی میان رشته ای^۳ (بسان روانشناسی، معماری، جامعه شناسی) عبارت است همان ماهیت میان رشته ای آنها. طبیعت و ماهیت این علوم ایجاب می کند که هر شخص و با هر طیف و تحصیلات، می تواند در این باب نظرات خود را ارائه دهد و گاه نیز آنها را منتشر نماید. اما فارغ از عمومیت این رشته ها، هر کدام به عنوان یک علم و رشته دانشگاهی بوده و اغلب دانشگاه های مهم دنیا خاصه در کشورهای توسعه یافته، تا مقطع دکتری دانشجوی تربیت می کند. از اینرو شایسته است که این نکته، حداقل از سوی محققان و مدرسان دانشگاه مد نظر قرار گیرد و به گردشگری به عنوان یک رشته تخصصی نگریسته شود.

در سال های اخیر همزمان با افزایش سطح درآمد، اوقات فراغت و نیز تحقق پیشرفت های تکنولوژیکی، گردشگری به سرعت به یک صنعت پررونق جهانی تبدیل شده است (شالر و اوری^۴، ۲۰۰۶: ۲۱۱). توسعه ی صنعت گردشگری، زیرساخت های اقتصادی و شرایط اجتماعی کشورها را تحت تأثیر خود قرار داده است و منجر به جهش و توسعه ی این بخش نسبت به سایر بخش های اقتصادی شده است (اداره ملی گردشگری چین^۵، ۱۹۹۲). شواهد نشان می دهد که هرچه قدر هم که تکنولوژی در بخش گردشگری توسعه پیدا کند،

1- Jafari

۲- لازم به ذکر است که دانشگاه Universitat de les Illes Balears شهر Palma de Mallorca اسپانیا در نظر دارد که از ۲۳ الی ۲۵ اکتبر سال ۲۰۱۳ در راستای توسعه علمی گردشگری و با حضور اندیشمندان جهانی و برجسته گردشگری، کنفرانس مهمی برای بزرگداشت پروفیسور جعفر جعفری، برگزار نماید (برای دریافت اطلاعات بیشتر به این وبسایت ها مراجعه نمایید:

www.jafartribute.org و www.uibcongres.org/congresos/ficha.en.html?cc=261

3 -Interdisciplinary

4- Sheller & Urry

5- China National Tourism Administration

هدف اصلی، تدارک و ارائه‌ی خدمات به نیروی انسانی است (برامول و میر^۱، ۲۰۰۷). بنابراین در کنار پیشرفت‌های حاصل شده در حوزه‌ی گردشگری، نیاز به نیروی ماهر و متخصص نیز به همان میزان افزایش یافته است (میل^۲، ۲۰۰۷).

آموزش، نوعی سرمایه‌گذاری مفید و یک عامل کلیدی در توسعه محسوب می‌شود و چنانچه به درستی و شایستگی برنامه‌ریزی و اجرا شود، می‌تواند بازده اقتصادی قابل ملاحظه‌ای داشته باشد. ارائه‌ی آموزش اثر بخش در یک سازمان مدرن، مستلزم تفکر جدید، مدل‌های جدید، رویکرد جدید و ابزارها و سازوکارهای جدید است. در سال‌های آغازین آموزش گردشگری، نخست دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت و بلندمدت حرفه‌ای صنعت گردشگری و سپس دوره‌های آموزشی در سطح تحصیلات دانشگاهی در مقاطع مختلف و رشته‌های متعدد مرتبط با این صنعت شکل گرفت (ویلر^۳، ۱۹۹۲). اگرچه در سراسر دنیا برنامه‌های درسی و دوره‌های آموزشی زیادی در زمینه‌ی گردشگری ارائه می‌شود؛ با این همه همواره تأکید بر این بوده است که در زمینه‌های عمومی هم درس‌هایی مانند آموزش دروس اجتماعی، اقتصادی، زبان و ادبیات و درس‌هایی که در برنامه‌ی فنی از نظر تجارت و بازرگانی اهمیت زیادی دارند ارائه گردد (حیدری چپانه، ۱۳۸۷). در کنار گستردگی حوزه‌ی گردشگری و آگاهی از فرایندهای آن، نیازها، تغییر عادات و ارتقای شاخص‌های کیفی به منظور تأمین مطالبات گردشگران، در درک ضرورت آموزش در این بخش مؤثر بوده است (جعفری، ۱۹۸۹). امروزه گردشگری در کنار آموزش شغلی و حرفه‌ای، به عنوان یک رشته‌ی دانشگاهی با اصول و قواعد خاص خود شناخته می‌شود (بتون^۴، ۲۰۰۶: ۹). به دلیل ارتباط گردشگری با بخش‌های مختلف و علوم متفاوت، از محتوای بین رشته‌ای برخوردار است (باتلر^۵، ۱۹۸۹). در ارتباط با این روند رو به جلو و با هدف پاسخگویی به نیازها و کاستی‌ها در این

1- Bramwell and Meyer

2- Mill

3- Wheeler

4- Beeton

5- Butler

حوزه، تربیت نیروهای انسانی متخصص در دستور کار مؤسسات آموزشی دولتی و غیرانتفاعی قرار گرفته است (بیگر و واینرت^۱، ۲۰۰۶). با این که آموزش گردشگری در سطح دانشگاهی، سابقه و تاریخچه‌ی طولانی ندارد، در همین مدت اندک و چند دهه‌ی گذشته، بیشتر مراکز علمی و دانشگاهی معتبر سراسر جهان اقدام به تأسیس رشته‌های مختلف گردشگری در سطوح و مقاطع مختلف کرده‌اند و با عناوین گوناگونی نظیر مدیریت گردشگری و هتلداری، به تربیت دانشجوی می‌پردازند (حیدری چپانه، ۱۳۸۷). در حال حاضر بر اساس این رویکردها در ایران، دانشگاه‌ها و دانشکده‌های مختلف دولتی و غیرانتفاعی با هدف پاسخگویی به نیازهای فعالان این بخش، آموزش مدیران، همچنین تربیت مربیان و اساتید صنعت گردشگری، دوره‌هایی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد دایر شده است.

توسعه و پیشرفت کمی بخش گردشگری و در پی آن افزایش انتظارات در ارائه‌ی خدمات کیفی مطلوب‌تر از سوی مصرف کنندگان در جهت دریافت خدمات بهتر و در مقابل ناتوانی در برآورده کردن این نیازها، باعث شده است که هم این بخش و هم مؤسساتی که در سطوح مختلف آموزشی، نیروی متخصص تربیت می‌کنند با محدودیت‌های روزافزونی رو به رو شوند (بوهالیس^۲، ۲۰۰۰). در همین باره شرایط نامتعادل استخدام، وضعیت نامناسب کاری، فقدان استانداردهای کاری و دستمزدهای پایین، منجر به از دست دادن جذابیت فاکتورهای زنجیروار این بخش شده است (کوپر^۳، ۲۰۰۶). در مؤسسات آموزشی نیز استفاده‌ی ناکارآمد از تکنولوژی، تربیت نیروهای متخصصی که توانایی تسلط به زبان خارجی را داشته باشند، به چالش‌های این بخش به گونه‌ای مضاعف افزوده است (مواریس و همکاران^۴، ۲۰۰۴). بنابراین با توجه به اهداف مطرح شده در این پژوهش، این پرسش مطرح می‌شود که راهبردهای توسعه‌ی نظام آموزش گردشگری در ایران کدامند؟ این پژوهش که با هدف شناسایی نقاط قوت و ضعف آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران بر اساس فرصت‌های داخلی و تهدیدات خارجی انجام

1- Bieger & Weinert

2- Buhalis

3- Cooper

4- Moaris et al

گرفته است، در پی دستیابی به راهبردهای کلیدی در پیشرفت نظام آموزش گردشگری در ایران است.

مبانی نظری و پیشینه‌ی تحقیق

بی‌تردید ادبیات بسیار غنی و چشمگیر در مورد نقش و اهمیت آموزش عالی در صنعت گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته، خاصه کانادا، ایالات متحده و اروپای غربی و شمالی، از دلایل عمده‌ی توسعه‌ی علمی گردشگری محسوب می‌شود. از سال ۱۹۵۱ که اولین رساله‌ی دکتری^۱ در زمینه‌ی گردشگری تکمیل شده است، مطالعات گوناگونی در این زمینه انجام گرفته است که شمار رساله‌های دکتری در ایالات متحده و کانادا تا سال ۲۰۰۱، به عدد ۳۷۷ می‌رسد. از دهه‌ی ۱۹۷۰ مطالعات مربوط به صنعت گردشگری به مفهوم امروزی خود، جایگاه خاصی در میان سایر علوم دانشگاهی به دست آورده است و تاکنون این توسعه به نحوی بوده است که امروز به عنوان یک رشته‌ی دانشگاهی بسیار مهم مطرح شده است (گرابن و جعفری^۲، ۱۹۹۱: ۱). موضوع گردشگری، همواره از دیدگاه علوم مختلف دانشگاهی بررسی می‌شود که اغلب به صورت یک دانش میان رشته‌ای مطرح شده است. تا اواخر دهه-ی ۱۹۷۰، بیشترین رساله‌های دکتری به ترتیب به علوم اقتصادی، مردم‌شناسی، جغرافیا، تفرج و بازرگانی اختصاص داشته است (جعفری و ایسر^۳، ۱۹۸۸: ۴۰۷) و (میر آرنت^۴، ۲۰۰۲: آرنت^۴، ۲۰۰۲: ۱۱۷۱). از این دهه تا اواخر دهه‌ی ۱۹۹۰ به ترتیب به زمینه‌های تفرج، مردم‌شناسی، جغرافیا، آموزش و بازرگانی اختصاص داشته است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که حوزه‌ی علوم انسانی، زمینه‌ی غالب در مطالعات گردشگری بوده است. در سال‌های اخیر در این حوزه و در ایران نیز، شاهد رشد و توسعه‌ی چشمگیر صنعت گردشگری، چه در زمینه‌های تجاری-صنعتی (نظیر افزایش مسافرت‌ها و به تبع آن تعداد آژانس‌های مسافرتی و گردشگری) و چه زمینه‌های علمی-دانشگاهی (نظیر افزایش گروه‌ها و رشته‌های مختلف دانشگاهی در مقاطع عالی و تحصیلات تکمیلی و نیز مراکز فنی حرفه‌ای) بوده‌ایم. در حال حاضر در حدود ۲۰ دانشگاه دولتی و ۱۳۸ دانشگاه پیام نور در مقطع کارشناسی، در رشته‌ی مدیریت گردشگری دانشجو می‌پذیرند و نیز شمار دفاتر مسافرتی و آژانس‌های گردشگری در سراسر کشور، به صورت بسیار چشمگیری افزایش یافته است.

-
- 1- Caldwell
 - 2- Graburn & Jafari
 - 3- Jafari and Aaser
 - 4- Meyer - Arendt

مؤسسات آموزش عالی در طول دهه‌ی گذشته با تغییرات بی شماری در محیط درونی و بیرونی و پاسخگویی به مسائلی همچون کاهش حمایت‌های مالی، پیشرفت‌های سریع فناوری، تغییرات جمعیت‌شناختی و برنامه‌های آموزشی منسوخ شده روبه‌رو شده‌اند (لرنر^۱، ۱۹۹۹). دلایل این تغییرات در نقش و شکل‌دهی مجدد آن برای دانشگاه‌ها در دنیای کنونی، پدیده‌ی جهانی شدن، تأثیر اینترنت، فناوری به خصوص یادگیری از طریق شبکه‌های اطلاعاتی، اصلاح دانش و اطلاعات، دسترسی و کسب بودجه دولتی، انعطاف پذیری و مادام‌العمر شدن یادگیری می‌باشد. این نیروهای تغییر باعث به وجود آمدن چالش‌های بسیاری از جمله، تلاش برای بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌ها، تعدیل آموزش از طریق استفاده از موضوعات یادگیری، تغییر نقش استاد - دانشجو، نیاز به مهارت‌های یادگیری الکترونیک، حمایت از یادگیری الکترونیک، انواع جدیدی از رهبری مؤسسه ای برای دانشگاه‌ها شده است (مسون^۲، ۲۰۰۳). این مسائل ضرورت انجام برنامه ریزی راهبردی در آموزش عالی را الزامی کرده است به این دلیل که برنامه ریزی راهبردی یکی از گام‌های اصلی دانشگاه‌ها برای برطرف کردن مسائل و مشکلات خود می‌باشد. استک برنامه ریزی راهبردی را فرایندی می‌داند که هدفی را برای موسسه و آینده آن ترسیم می‌کند و در این فرایند، فشارهای بیرونی و درونی که موسسه را مجبور به تغییر می‌کنند، منعکس می‌شوند. هدف از کاربرد برنامه ریزی راهبردی در مؤسسات آموزشی عبارت از: ۱- پاسخگو کردن مؤسسات آموزشی ۲- تدوین اهداف مؤسسات آموزشی ۳- تضمین اولویت‌های مؤسسات آموزشی ۴- فراهم کردن چارچوبی برای تصمیم‌گیری ۵- فراهم کردن پایه ای برای اندازه‌گیری عملکرد ۶- سرمایه گذاری برای آینده مؤسسات آموزشی (استک^۳، ۱۹۹۷). بررسی محیط درونی و بیرونی مؤسسات آموزشی اگر به درستی انجام گیرد نیاز به تغییر در بعضی از زمینه‌ها و همچنین توانایی‌های بالقوه و امکانات موسسه برای ارائه‌ی خدمات و برنامه‌های جدید را مشخص می‌کند (ده قطب‌الدینی و مطهری نژاد، ۱۳۸۶).

شناخت توانایی‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای سازمان به کمک تجزیه و تحلیل آن‌ها انجام می‌گیرد. تجزیه و تحلیل فنی این عوامل ساده و آسان است. به کمک این فن می‌توان راهبردها و سیاست‌های مدیریت را شناخت. با وجود این تجزیه و تحلیل توانایی‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها به عنوان بررسی نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت‌ها و

1- Lerner
2- Mason
3- Stack

تهدیدهای بیرونی یک سازمان یا مؤسسه مورد توجه قرار می‌گیرد (بالامورالیکریشنا و داگر^۱، ۱۹۹۵).

نتایج تحقیقات متعدد در رابطه با علل پیشرفت‌های صنعتی و اقتصادی ژاپن نشان می‌دهد که یکی از علت‌های مهم این پیشرفت، کیفیت برتر نظام آموزشی این کشور می‌باشد (گلنام و مرادی، ۱۳۶۵). نتایج تحقیقات در زمینه وضعیت آموزش عالی در کشور های جهان سوم حاکی از ناتوانی دانشگاه‌های این کشورها از ارائه‌ی مطلوب آموزشی می‌باشد. علت نامطلوب بودن وضعیت آموزشی نیز ناشی از نظام‌های آموزشی آن‌ها می‌باشد (فرجاد، ۱۳۶۸).

مطالعه‌ی تئونیس و راشد^۲ (۱۹۸۳) که در مورد اهمیت و جایگاه آموزش عالی در بخش گردشگری کشورهای جهان سوم است، نشان می‌دهند که این کشورها می‌بایست در راستای آموزش نیروی انسانی در این صنعت، رویکرد ویژه‌ای داشته باشند، رویکردی که با شرایط اقتصادی - اجتماعی خاص این کشورها سازگاری داشته باشد.

در ایران نیز مطالعات چندی در حوزه‌ی اهمیت آموزش عالی انجام شده است. مطالعه‌ی ای توسط خسروی نیا و طاهری (۱۳۸۵) با عنوان مقایسه شیوه مدیریت در مراکز آموزش عالی دولتی و غیردولتی از لحاظ شاخص‌های هدف گذاری، تصمیم‌گیری، ارتباطات، انگیزش صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در چند سال اخیر در شیوه‌های مدیریتی تحول قابل توجهی رخ داده و همچنین میان اعمال شیوه‌های مدیریت به ویژه در دانشگاه‌های غیردولتی استان گلستان و استان مازندران تفاوت محسوسی مشاهده شده است.

در حوزه‌ی بررسی آموزش عالی گردشگری نیز ضرغام (۱۳۸۳) تحقیقی تحت عنوان مسیر شغلی و ضرورت آموزش نیروی انسانی در صنعت هتلداری و گردشگری، انجام داده است که در خلال آن به اهمیت و نقش آموزش در صنعت گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده است که جوانی رشته و عدم وجود تجهیزات لازم به ویژه در بخش آموزش عملی (عملیاتی) و کم‌اعتمادی بخش خصوصی نسبت به افراد آموزش دیده از سوی مراکز موجود از مهم‌ترین چالش‌های آموزش در بخش گردشگری ایران محسوب می‌شود.

1- Balamuralikrishna and Dugger

2- Theunis and Rasheed

زندگی (۱۳۹۱) در مورد این کم اعتمادی چنین عقیده دارد که علت عدم اعتماد بنگاه‌ها به تربیت شدگان نظام آموزش گردشگری ناکارآمدی دانسته‌های این افراد در محیط‌های کاری است چرا که اغلب کارگزاران بخش آموزشی ارزش‌های آموزش نظری را برتر می‌شمارند و در نتیجه به دانشجویان مهارت‌های بسیار اندکی آموخته می‌شود. وی معتقد است که بسیاری از دانشجویان شایستگی‌های و فرصت‌های اندکی جهت احراز یک شغل دارند و عملاً در محیط کار قادر نیستند آموخته‌های خود را به کار گیرند و در مواقعی نیز به علت عدم تطابق آموزه‌ها با شرایط موجود ناگزیرند خلاف آنچه آموخته‌اند عمل نمایند.

حیدری چپانه (۱۳۸۳) نیز در رساله دکتری تخصصی خود ضمن بررسی صنعت گردشگری در ایران به ارزیابی ابعاد مختلف آن پرداخته و متذکر می‌شود که شاغلان و نیروی انسانی شاغل بخش‌های مختلف صنعت گردشگری در ایران - به جزء در موارد نادر- هیچ نوع دوره آموزشی را طی نکرده‌اند. بر مبنای نگرش سیستمی، خروجی^۱ و محصول (کارکرد) سیستم گردشگری ایران نتیجه ورودی‌ها و درون داده‌ها^۲ آن است که می‌توان اهمیت آن را از میزان اعتبارات ارزی تخصیص یافته برای توسعه گردشگری در برنامه‌های توسعه ملی استنباط کرد. کل اعتبار ارزی اختصاص یافته برای توسعه گردشگری در برنامه اول توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایران بسیار ناچیز بوده است تا جائیکه اعتبار ارزی تخصیص یافته برای توسعه بخش هواشناسی برابر با بخش گردشگری بوده است، به دیگر بیان، میزان اهمیت توسعه هواشناسی و گردشگری در برنامه مذکور یکسان بوده است. این درحالیست که به استناد نظر سازمان یونسکو^۳ ایران از منظر وفور و تعدد جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و نیز تنوع جغرافیایی - که مهم‌ترین پیش شرطها و سرمایه‌های اصلی توسعه گردشگریند - به ترتیب جزء ده و پنج کشور نخست دنیا به شمار می‌آید.

در مورد چالش‌های سیستم آموزش عالی گردشگری ابطحی (۱۳۸۳) چنین اعتقاد دارد که به منظور فائق شدن بر این موانع نیازمند اتخاذ رویکرد سیستماتیک و بررسی هر چه بیشتر خرده نظام‌های تشکیل دهنده سیستم گردشگری هستیم. عدم آموزش کارکنان بدین معناست که کارکنان از طریق آزمون و خطا اقدام به یادگیری مهارت‌های شغلی می‌نمایند که به بالا رفتن ضریب خطاهای کارکنان و تداوم خطاها و طولانی‌تر شدن مدت

-
- 1- Outputs
 - 2- Inputs
 - 3- UNESCO

یادگیری که به معنی تداوم ضایعات است، منجر خواهد شد لذا بنگاه‌های بخش گردشگری مایلند تا از نیروهای ماهر (علی‌رغم هزینه بالاتر آن‌ها) بهره‌گیرند.

حیدری چپانه و رضاطبع ازگمی^۱ (۲۰۱۲) در خلال تحقیقی پیرامون دلایل توسعه نیافتگی این صنعت در ایران به این نتیجه می‌رسند که تأثیر گسترده مولفه‌های سیاسی مسلط بر گردشگری از یک سو و اقتصاد دولتی متکی بر نفت از سوی دیگر، موجب کم‌رنگ شدن و در نهایت به نادیده انگاشتن آثار مثبت گردشگری به عنوان یک بخش مهم اقتصادی شده است. در این شرایط گردشگری با حضوری بسیار کم رنگ، همواره در حاشیه سیاست‌ها و برنامه‌های کلان توسعه ملی قرار گرفته، بنابراین طبیعی است که در این شرایط نیز آموزش صنعت گردشگری نیز به حاشیه رانده شود.

عسگری (۱۳۸۳) نیز در رساله دکتری خود به چالش‌های مدیریت و نحوه آموزش مدیران بخش گردشگری پرداخته و ضعف سازمانی در این حوزه را از مهم‌ترین دلایل عدم توسعه گردشگری در ایران می‌داند.

حاجی‌امینی (۱۳۹۱) نیز در وبگاه خود در بررسی‌های جداگانه و مختصر خود به چالش‌ها و مشکلات نظام آموزش گردشگری ایران می‌پردازد و معتقد است که شواهد اندکی در زمینه تعهد بخش دولتی و بخش خصوصی و تمایل به هماهنگی مناسب سرمایه‌گذاری بلندمدت در آموزش گردشگری وجود دارد. وی در ادامه چنین متذکر می‌شود که به نظر می‌رسد فرصت پیشرفت شغلی و اشتغال برای فرد با مهارت‌های مناسب گردشگری و یا شایستگی حرفه‌ای، مخصوصاً در سطوح مدیریتی و نظارتی حداقل می‌باشد.

روش تحقیق

این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی‌های میدانی و با به کارگیری تکنیک سوات، علاوه بر شناخت و بررسی چالش‌های عمده آموزش صنعت گردشگری در ایران وضعیت کنونی و موانع پیشرو را بررسی و تحلیل می‌کند. برای گردآوری داده‌ها به دو صورت کمی و کیفی، به بررسی مدارک و مستندات، نظرسنجی از مخاطبان، ذی‌نفعان و کارشناسان مبتنی بر روش دلفی، تحلیل مطالعات انجام شده و برگزاری جلسات راهبردی با نمونه آماری هدف پرداخته شد. در بخش نظرسنجی، از پرسشنامه‌های محقق

1- Heydari and Rezatab

ساخته حاوی سؤالات باز و همچنین سؤالات بسته و پست^۱ پس از ارزیابی روایی محتوایی و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ($\alpha = 0/9645$) استفاده شد. در این راستا ۵۰ پرسشنامه، توسط طیفی از مدرسین دانشگاه‌ها (۸)، سرمایه‌گذاران (۴۳) و فعالان در حوزه گردشگری (۶۸) و همچنین دانشجویان در مقاطع تحصیلی و رشته‌های مرتبط (۳۱) با صنعت گردشگری به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه‌ها توسط آن‌ها تکمیل گردیده است (در مجموع ۱۵۰ نفر).

پس از تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از بررسی مدارک و مستندات، مطالعات تطبیقی و نظرسنجی‌های به عمل آمده، ۱۲۱ عامل درونی شامل ۴۳ قوت، ۷۸ ضعف، ۱۰۰ عامل بیرونی شامل ۴۱ فرصت و ۵۹ تهدید (در مجموع ۲۲۱ مورد) فرآروی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران شناسایی شدند. سپس با استفاده از روش دلفی و با نظرسنجی‌ها و تحلیل‌های راهبردی مجدد از ۱۵ نفر از اساتید و فعالان کلان در حوزه گردشگری با استفاده از پرسشنامه‌ای در مقیاس ۹ گزینه‌ای «لیکرت»، در مجموع ۸۱ قوت، ضعف، فرصت و تهدید تأیید و مشخص شد.

روش دلفی، هدف روش کیفی آموزش گردشگری را برآورده می‌کند. زیرا مبتنی بر این است که اگرچه آینده نامعلوم است اما احتمال قضاوت توسط افراد واجد شرایط در مورد آینده وجود دارد (سولا^۲، ۱۳۷۹) برای استخراج تنگناها و چالش‌ها، به مقایسه ضعف‌ها و قوت‌های درونی با تهدیدهای بیرونی چالش‌های آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران پرداخته شد. در مرحله پایانی برای تحلیل داده‌ها از میانگین و انحراف معیار و همچنین آزمون رتبه‌ای فریدمن استفاده شد.

نتایج و یافته‌های پژوهش

جداول ۱ الی ۴ نتایج کلی را در زمینه قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران را بر اساس تحلیل سوات نشان می‌دهند. هر یک از عوامل مندرج در جداول مربوط که شامل ۱۸ قوت، ۲۸ ضعف، ۱۷ فرصت و ۱۸ تهدید است، علاوه بر میانگین و انحراف معیار، بر اساس نتایج

1- Political, Economic, Social, Technological (PEST)

2- Sola

آزمون فریدمن^۱ به ترتیب رتبه مشخص شده‌اند ($P \leq 0/05$). جدول ۵ نیز تنگناها و چالش‌های آموزش گردشگری را نشان می‌دهد.

بر اساس نتایج حاصل از پرسشنامه و مصاحبه با فعالان در صنعت گردشگری، نقاط قوت و ضعف، مشکلات اساسی و راه‌حل‌های مرتبط در ارتباط با چالش‌های آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از نقاط قوت و ضعف در جدول شماره ۱ تا ۴ منعکس شده‌اند. در عرصه آموزش علم گردشگری نقاط قوت و ضعف، مشکلات و ارزیابی مسائل مرتبط و مشابه با هم در یک مجموعه گرد آمده و در ۶ بعد متفاوت بررسی شده‌اند که عبارتند از:

ابعاد آموزشی - ابعاد درون و برون بخشی صنعت گردشگری - ابعاد مرتبط با مدیریت منابع انسانی - ابعاد مرتبط با قابلیت‌ها و مهارت‌های علمی - ابعاد مرتبط با زیرساخت‌های فیزیکی - ابعاد قانونی

در جداول شماره ۱ و ۲ مشاهده می‌شود که از نقاط قوت درونی و فرصت‌های بیرونی در تحصیلات دانشگاهی گردشگری، بیان مکرر مباحث آموزشی است. تبیین ابعاد ویژگی‌های درون و برون بخشی صنعت گردشگری یکی دیگر از مهم‌ترین موارد مورد توجه می‌باشد. دانشجویان و ابعاد مدیریتی منابع انسانی در موضوعات مرتبط کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین از جنبه مدیریتی و زیرساخت‌های فیزیکی عدم تأکید به این موضوعات مشهود است. بر این اساس، موضوعات مرتبط با آموزش و توسعه درون و برون بخشی صنعت گردشگری از معیارهای قوت می‌باشند که وزن و اعتبار بیشتری را کسب کرده‌اند. سایر معیارها با توجه به جریان و سمت و سوی توان داخلی به میزان کافی بیان شده است.

1- Friedman

تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر ۱۴۱

جدول (۱): نقاط قوت درونی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران

ردیف	عوامل	M	SD	Mean Rank
منابع انسانی				
۱	افزایش دوره های آموزشی گردشگری در بعد جغرافیایی	۷/۴۳	۱/۳۱	۲۵/۴۸
۲	ناچیز بودن مشکل استخدامی در بخش گردشگری نسبت به سایر بخش ها با توجه به پتانسیل های موجود	۷/۲۲	۱/۳۱	۲۴/۶۳
۳	قابلیت تحقق افزایش ظرفیت اشتغال در این بخش	۷/۱۸	۱/۳۹	۲۴/۰۵
۴	افزایش تخصص گرایی	۷/۰۷	۱/۴۳	۲۳/۷۷
درون و برون بخشی صنعت گردشگری				
۱	عرضه مستمر جاذبه های گردشگری	۷/۹۳	۰/۷۲	۲۶/۴۳
۲	ماهیت پویا و نوآورانه گردشگری	۷/۸۴	۰/۸۶	۲۶/۳۵
۳	گسترش رسانه های گردشگری	۷/۷۷	۰/۹۳	۲۶/۲۲
۴	مباحثه در خصوص چالش های گردشگری با تصویر ذهنی ملموس	۷/۶۲	۱/۰۱	۲۵/۹۸
۵	افزایش گردشگری با علائق خاص در کنار گردشگری کلاسیک	۷/۵۱	۱/۲۸	۲۵/۷۳
قوانین و مقررات				
۱	رویکرد جدی به مقوله گردشگری با افق نگری کمی در برنامه چشم انداز ایران ۱۴۰۴	۶/۶۵	۱/۴۰	۱۹/۶۲
۲	تعیین تکالیف و وظایف دستگاه ها و نهادهای اجرای ذریبط در امر توسعه گردشگری	۶/۶۸	۱/۷۳	۱۷/۸۷
آموزشی				
۱	ارائه ی آموزش برای ارتقاء کیفی خدمات گردشگری	۸/۶۹	۰/۵۴	۲۹
۲	اهمیت دهی به آموزش گردشگری از سوی دانشگاه های غیر انتفاعی	۸/۵۲	۰/۵۳	۲۸/۶۹
۳	استفاده از آموزش از راه دور در هر سطوح آموزشی	۸/۲۱	۰/۵۱	۲۷/۶۲
مدیریتی				
۱	تدوین برنامه راهبردی	۷/۰۲	۱/۴۴	۲۳/۵۴
۲	افزایش آگاهی در خصوص گردشگری در مدیران محلی	۶/۸۴	۱/۵۱	۲۲/۷۴
زیرساخت فیزیکی				
۱	بهبود کمی و کیفی زیرساختی های مؤسسات آموزشی	۶/۶۵	۱/۶۳	۲۱/۵۲
۲	روند رو به رشد تجهیز کلاس های آموزشی به فناوری های نوین آموزشی در جهت بصر سازی مفاهیم	۶/۶۳	۱/۸۳	۲۰/۲۵

منبع: یافته های تحقیق حاضر

جدول (۲): نقاط فرصت بیرونی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران

ردیف	عوامل	M	SD	Mean Rank
منابع انسانی				
۱	رویکرد مثبت در زمینه آموزش دانشگاهی	۷/۶۴	۰/۸۷	۲۸/۰۳
۲	رغبت مدیران به آموزش در مقاطع تحصیلی بالاتر	۷/۲۷	۱/۴۲	۲۶/۲۵
درون و برون بخشی صنعت گردشگری				
۱	افزایش شمار پروژه‌ها با قابلیت تحقق پذیری	۸/۸۱	۰/۵۲	۳۰/۱۲
۲	سهم رو به رشد در فضای رسانه ای	۸/۷۴	۰/۶۲	۲۹/۵۵
۳	افزایش سازماندهی حرفه ای	۸/۶۸	۰/۹۴	۲۹/۴۲
۴	استقرار مساعدتر جامعه مدنی	۸/۴۳	۰/۹۸	۲۹/۱۸
۵	افزایش منزلت شغلی	۸/۲۱	۱/۱۱	۲۸/۸۷
۶	توسعه قوانین اخلاقی و رفتار حرفه ای	۷/۸۸	۱/۲۶	۲۸/۵۴
قوانین و مقررات				
۱	تحقق لایحه قانونی در خصوص ارتقاء منزلت شغلی	۵/۱۲	۱/۷۸	۱۸/۶۵
۲	تأثیر گذاری اصلاح قوانین بر تسریع روند ورود گردشگران	۴/۸۴	۱/۸۱	۱۷/۹۶
آموزشی				
۱	توسعه سرویس‌های آنلاین آموزشی	۹/۵۱	۰/۷۱	۳۱/۵۴
۲	افزایش شمار مؤسسات آموزشی	۹/۴۲	۰/۸۲	۳۱/۲۲
۳	توسعه همکاری‌های بین‌المللی با مؤسسات آموزشی	۸/۹۴	۰/۸۶	۳۱/۰۴
مدیریتی				
۱	افزایش آگاهی عمومی از گردشگری	۶/۵۴	۱/۵۶	۲۵/۰۴
۲	افزایش بودجه آموزشی عمومی گردشگری	۶/۲۱	۱/۷۱	۲۴/۲۸
زیرساخت فیزیکی				
۱	گشایش مؤسسات آموزشی گردشگری در مناطق مختلف	۶/۴۴	۱/۷۴	۲۳/۳۵
۲	ارتقاء کاربردی و بروز رسانی کتابخانه های الکترونیکی	۶/۱۹	۱/۶۵	۲۱/۶۵

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر ۱۴۳

جدول (۳): نقاط ضعف درونی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران

ردیف	عوامل	M	SD	Mean Rank
درون و برون بخشی صنعت گردشگری				
۱	انتظارات متفاوت دانشجویان، دانشگاه و بخش گردشگری از همدیگر	۷/۰۶	۱/۱۳	۲۷/۲۴
۲	تداوم دور تسلسل آزمون و خطا در حوزه‌ی درون و برون بخشی صنعت گردشگری	۶/۸۴	۱/۱۷	۲۷/۱۶
زیرساخت فیزیکی				
۱	عدم تعادل بین شمار دانشجویان، ظرفیت فیزیکی و هیئت علمی مؤسسات آموزشی	۶/۰۶	۱/۶۷	۲۴/۷۲
۲	عدم وجود چارچوب و استاندارد مشخص در امر تجهیزات و ساخت وساز مؤسسات	۵/۸۶	۱/۷۴	۲۴/۶۷
مهارت‌ها و تخصص‌های علمی				
۱	پایین بودن سطح کیفی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی	۸/۰۳	۰/۹۳	۳۱/۴۶
۲	عدم پیگیری نوآوری‌های صنعت گردشگری از سوی اساتید	۷/۷۲	۰/۹۷	۳۱/۲۴
۳	عدم ارزش دهی موثر به روش‌های علمی	۷/۶۸	۱/۰۶	۳۱/۰۲
۴	دورشدن از رویکرد میان رشته‌ای در پژوهش‌ها	۷/۵۸	۱/۱۶	۳۰/۷۶
۵	عدم پذیرش گردشگری به عنوان رشته علمی مدیریتی	۷/۴۸	۱/۱۸	۲۹/۱۱
قوانین و مقررات				
۱	فقدان استانداردهای شغلی کسب و کار در بخش گردشگری	۶/۱۹	۱/۵۲	۲۵/۲۳
۲	فقدان چارچوب قانونی دوره‌های کارورزی	۶/۱۱	۱/۶۱	۲۵/۰۳
مدیریتی				
۱	عدم ارتباط اساتید به عنوان آموزش دهندگان با قانون گذاران	۷/۳۹	۰/۶۹	۲۸/۸۵
۲	حضور مدیران آموزشی مؤسسات با زمینه‌های علمی متفاوت	۷/۲۶	۱/۱۹	۲۸/۵۶
۳	عدم ارائه‌ی دوره‌های مدیریتی به دانشجویان گردشگری در مؤسسات آموزشی	۷/۱۳	۱/۳۲	۲۷/۸۴
منابع انسانی				
۱	عدم رغبت دانشجویان به ادامه تحصیل در حوزه‌ی گردشگری به دلیل عدم اشتغال	۶/۷۶	۱/۳۲	۲۶/۹۹
۲	عدم تدوین برنامه‌ریزی منابع انسانی در خصوص گردشگری	۶/۵۴	۱/۳۸	۲۶/۲۷
دانشجویان دانش آموختگان				
۱	عدم وجود برنامه‌های آموزشی دوره‌ای بعد از فارغ التحصیلی	۶/۴۴	۱/۴۲	۲۶/۰۵
۲	عدم حضور ملموس دانشجویان در رویدادها و فعالیت‌های داخلی و بین‌المللی در حوزه گردشگری	۶/۳۱	۱/۴۸	۲۵/۸۵
آموزشی				
۱	عدم وجود هماهنگی بین مؤسسات آموزشی گردشگری	۹/۴۲	۰/۴۳	۳۹/۶۵
۲	عدم ارائه‌ی آموزش‌هایی در موضوعات بصری سازی و جلوه‌های ویژه به منظور جذب مخاطب	۹/۳۳	۰/۵۱	۳۹/۰۵
۳	تفاوت مدت زمان دوره‌های کارورزی در مؤسسات آموزشی	۹/۲۱	۰/۵۲	۳۸/۴۱
۴	عدم آموزش فرهنگ عامیانه در سطوح مختلف تحصیلی	۸/۸۹	۰/۵۹	۳۷/۵۴
۵	تکرار دروس یا محتوای نزدیک به هم با نام‌های مختلف	۸/۷۴	۰/۶۸	۳۷/۱۱
۶	پایین بودن کیفیت آموزش علمی	۸/۵۲	۰/۷۲	۳۶/۹۸
۷	ارائه‌ی آموزش‌های تعلیمی به جای آموزش‌های تحلیلی	۸/۴۳	۰/۷۶	۳۵/۴۱
۸	ضعف انتقال معلومات آموزشی در حیطه کاربردی	۸/۳۶	۰/۸۱	۳۴/۰۱

۳۳/۴۶	۰/۸۶	۸/۱۹	تدریس دوره‌های آموزشی توسط مربیان غیر مجرب	۹
۳۲/۷۰	۰/۸۹	۸/۱۱	عدم وجود دروس انتخابی در برنامه‌های درسی دوره‌های تحصیلات تکمیلی	۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

جدول (۴): نقاط تهدید بیرونی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران

ردیف	عوامل	M	SD	Mean Rank
درون و برون بخشی صنعت گردشگری				
۱	منزلت پایین اجتماعی در سطوح شغلی و آموزشی	۶/۸۰	۱/۲۳	۱۶/۸۵
۲	عدم توسعه فعالیت‌های اجتماعی- فرهنگی در مناطق توسعه نیافته	۶/۷۶	۱/۲۷	۱۶/۵۲
۳	عدم کفایت همکاری دانشگاهی با بخش گردشگری	۶/۶۸	۱/۰۸	۱۵/۷۴
زیر ساخت فیزیکی				
۱	کمبود زیرساخت‌های فناوری در مراکز آموزشی	۶/۲۸	۱/۵۱	۱۴/۸۵
۲	تداوم مشکل زیرساختی مؤسسات آموزشی	۶/۱۷	۱/۶۸	۱۴/۶۱
مهارت و تخصص‌های علمی				
۱	فقدان آگاهی از تجربیات علمی دانشگاهی روز دنیا	۷/۴۵	۰/۹۹	۱۸/۸۷
۲	مسکوت گذاشتن بخشی از دستاوردهای علمی بدلیل عدم پذیرش یا درک محتوایی	۷/۲۱	۱/۰۳	۱۸/۶۵
قوانین و مقررات				
۱	عدم وجود قوانین شغلی حمایتی	۷/۱۶	۰/۸۸	۱۸/۳۳
۲	خلأ مقررات مشارکت محور به جای قوانین استقلال محور در این صنعت	۷/۰۵	۱/۱۴	۱۸/۱۲
مدیریتی				
۱	عدم درک راهبرد تصمیم سازی در حیطه آموزش گردشگری	۶/۹۱	۱/۱۹	۱۷/۴۹
۲	ایجاد دوره‌ها بدون برنامه و طرح مشخص	۶/۸۷	۱/۲۰	۱۶/۹۳
منابع انسانی				
۱	عدم احساس نیاز به نیروی انسانی ماهر به علت عدم تصور از ظرفیت‌ها	۶/۵۴	۱/۳۳	۱۵/۳۷
۲	عدم تجزیه و تحلیل نیازها در بحث استخدام	۶/۴۹	۱/۳۴	۱۵/۲۳
۳	عدم اشتغال فارغ‌التحصیلان در بخش گردشگری	۶/۴۷	۱/۴۲	۱۵/۰۲
دانشجویان و دانش‌آموختگان				
۱	رویگردانی دانشجویان از تحصیل در زمینه گردشگری به دلیل چالش‌های متعدد این بخش	۶/۴۴	۱/۱۹	۱۴/۹۲
آموزشی				
۱	مشکل ارزیابی هیئت‌های علمی مؤسسات آموزشی	۷/۹۷	۰/۸۴	۱۹/۶۵
۲	تناقض تقویم دانشگاهی با واقعیت موجود اجرایی در رابطه با فصول گردشگری	۷/۸۴	۰/۸۹	۱۹/۲۳
۳	منعکس نشدن تحولات صنعت گردشگری در برنامه‌های درسی	۷/۶۲	۰/۹۲	۱۸/۹۵

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

تحلیلی بر نظام آموزش عالی گردشگری در ایران مبتنی بر ۱۴۵

با نگاهی به داده‌های جداول شماره ۳ و ۴، در نقاط ضعف درونی و همچنین تهدید بیرونی آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی، مجدداً معیار آموزشی جلب توجه می‌کند. بر این اساس تا زمانی که آموزش گردشگری مکرراً مورد تاکید قرار می‌گیرد، مطرح شدن معضلات متعدد دامنه دار قابل درک است. در کنار ابعاد آموزشی، معیار مهارت‌های علمی در رده دوم قرار دارد. به ویژه در مقاطع تحصیلات تکمیلی عدم کارآیی مطالعات در این حوزه را بایستی مد نظر داشت. در این قالب، مدیریت در رده سوم قرار می‌گیرد در کنار مدیریت کلان صنعت گردشگری، کمبود های ناشی از مدیریت مؤسسات آموزشی و تداوم این نواقص قابل مشاهده است توسعه درون و برون بخشی صنعت گردشگری و ضعف در برقراری ارتباطات در رده چهارم مورد توجه قرار گرفته است. در بعد مدیریت منابع انسانی و دانشجویان سه نقطه ضعف موثر به صورت متواتر وجود دارد که در این حیطة می‌توان با انتخاب راه حل‌های مناسب با مشکلات موجود ارتباط منطقی برقرار کرد. کاستی‌های موجود در بعد قوانین و مقررات بسیار بیشتر از توان‌های آن امتیاز دهی شده است. در بعد زیرساخت فیزیکی همسان بودن مقادیر در معیار های قوت و ضعف از نظر ارزیابی مشکلات موجود اهمیت ویژه ای دارد.

به جهت امتیاز دهی به مشکلات پیشرو، نتایج حاصل مورد ارزیابی قرار گرفت بدین منظور محتوای مشکلات مربوطه در جدول شماره ۵ آمده است. توزیع اسمی حاصل از معضلات بر اساس معیارهای فوق به تفکیک عوامل مورد بحث، در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

جدول (۵): مهم ترین چالش‌های آموزش عالی بر اساس مدل سوات گردشگری در نظام دانشگاهی ایران

ردیف	تنگناها و چالش‌ها بر اساس عوامل آموزشی
۱	عدم ارائه‌ی مشوق‌هایی در زمینه تحصیلات تکمیلی گردشگری به مؤسسات آموزشی
۲	عدم کفایت کمی و کیفی دوره های عملی مربیان و اساتید
۳	عدم ارائه خدمات مشاوره دانشجویی
۴	عدم پاسخگویی برنامہ‌های موجود آموزشی به ضرورت‌های منابع انسانی
۵	عدم کفایت و تنوع آموزش زبان‌های خارجی
۶	تفاوت برنامہ‌های درسی در سرفصل‌ها
۷	ناکارآمدی آموزشی به دلیل تعدد مؤسسات آموزشی گردشگری
۸	به روز نبودن برنامہ‌های آموزشی
۹	دور شدن از مولفه های آموزشی و مفاهیم درسی
۱۰	عدم توجه به فرهنگ کوچه و بازار در مفاهیم آموزشی
۱۱	ضعیف بودن دروس تخصصی
۱۲	قدیمی بودن مفاهیم، داده‌ها و برنامہ‌ها
۱۳	عدم علاقه به مولفه ها و سرفصل‌های آموزشی

۱۴	تشدد و پراکندگی در آموزش‌های مربوط به راهنمای گردشگران
مدیریتی - اجرایی	
۱	ناکارآمدی تحقیقات در سطح ماکرو و میکرو
۲	مشکلات در زمینه سرمایه‌گذاری و مدیریت اجرایی
قوانین و مقررات	
۱	عدم ضرورت مدرک علمی برای فعالان در این حوزه
۲	امنیت شغلی بسیار پایین
۳	عدم تعمیم قانون کار به دوره‌های کارورزی
درون و برون بخشی صنعت گردشگری	
۱	نگاه به دانشجویان کارورزی به عنوان نیروی کار ارزان
۲	ارتباط ضعیف سازمان‌های شغلی با بنگاه‌های اقتصادی شهر
۳	ناچیز بودن طول مدت مطالعات به علت ضعف ارتباط بخشی
۴	کاهش نیاز کلیت سیستم به فرایند های ممیزی و کنترلی
۵	عدم تشکیل اتحادیه صنفی
منابع انسانی	
۱	معضل عدم باور قدرت آموزش گردشگری و گردشگر
۲	عدم گرایش فارغ‌التحصیلان جدید برای ادامه مسیر در بخش گردشگری
۳	عدم تمرکز دوره‌های مطالعاتی گردشگری
۴	عدم وجود تقاضا های موازی در بخش کسب و کار
زیرساخت‌های فیزیکی	
۱	عدم کاربرد سیستم‌های نوین آنلاین تحت وب
۲	فقدان استاندارد تجهیزاتی کلاس‌ها
دانشجویان و دانش‌آموختگان	
۱	عدم انتخاب دروس بر اساس علایق دانشجویان (فقدان واحد های انتخابی)
۲	توجه نداشتن به صفات شخصیتی دانشجویان هنگام انتخاب آن‌ها
۳	عدم انگیزه لازم دانشجویان
مهارت‌ها و تخصص‌های علمی	
۱	عدم شناسایی نیازهای علمی از سوی محققان دانشگاهی در این حوزه
۲	عدم وجود برنامه‌های جانبی آموزشی در حین تحصیل و یا بعد از فارغ‌التحصیلی به منظور ارتقاء کیفی علمی و
۳	عدم هدف‌گزینی مشخص در قالب موضوعات مولفه‌های آموزشی
۴	عدم رفع نیازها و انتظارات در سرفصل‌های آموزشی مقاطع تحصیلات تکمیلی
۵	عدم تمرکز دوره‌های مطالعاتی گردشگری
۶	عدم الویت کیفی مطالعات دانشگاهی
۷	نازل بودن سطح کیفی فراگیری زبان خارجی در دانشجویان

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

در تجزیه و تحلیل جدول شماره ۵، بخش اعظم مشکلات آموزش دانشگاهی به ارتباطات میان بخشی صنعت و دانشگاه و ناکارآمدی آن برمی گردد که در مجموع مشکلات بسیار چشمگیر است. در این زمینه، شرایط نامطلوب کاری، موانع موجود بر سر راه ارتباط بین سرمایه گذاری و مدیریت منابع، و عدم پاسخگویی سیستم آموزشی به نیازهای پیش روی صنعت گردشگری از جمله نکات بارز در روابط فی مابین است. که به دنبال آن مسایل مرتبط با منابع انسانی قرار دارد. خصوصاً، اشتغال دانش آموختگان، عدم وجود استانداردهای حرفه ای به منظور کارآفرینی، همچنین تداوم عدم وجود امنیت شغلی و برنامه ریزی کلان شغلی را می توان برشمرد. موضوعات مرتبط با دانشجویان نیز با وضوح بیشتری بر سایر ابعاد تاکید دارد. در این ارتباط، عدم به روز بودن برنامه ها و اطلاعات، کیفیت پایین آموزشی، عدم حمایت های قانونی در دوره کارورزی و عدم نظارت بر مشکلاتی که دانشجویان در حوزه های مطالعاتی خود با آن ها روبرو هستند، نمود مشهودی دارند. تقلیل جایگاه معیارهای آموزشی، مدیریت، مهارت های علمی، قوانین و مقررات، و زیرساخت فیزیکی نسبت به سایر ابعاد، به درک اولویت مشکلات باز می گردد. در چارچوب این معیارها، کمبود و یا عدم کاربرد فناوری اطلاعات در مؤسسات آموزشی، عدم کفایت لابراتوارها، خلأ قانونی استانداردهای شغلی گردشگری، عدم مقبولیت و تقویت تحصیلات گردشگری در مقاطع علمی بالاتر و در سال های اخیر نیز شاهد فعالیت مؤسسات خصوصی با منافع مالی و تعریف خاص خود از این علم هستیم.

نتیجه گیری و پیشنهادها

مقاله کنونی با تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از بررسی چالش های آموزش گردشگری در نظام دانشگاهی ایران تلاش دارد برای حل مشکلات موجود به پیشنهادهای راهبردی مناسب بیانجامد. برای دستیابی به سطح مشخصی از توسعه و اعتلای آموزش گردشگری در دانشگاه ها، معیارهایی از جنبه های درون و برون بخشی، آموزشی، دانشجویان و منابع انسانی در حوزه گردشگری گردآوری شد. در این وضعیت، در رابطه بین آموزش، دانشجوی، مؤسسات آموزشی و صنعت، به بهبود ارتباط بین صنعت و فارغ التحصیلان اشاره دارد. از سوی دیگر خروجی مؤسسات آموزشی بایستی متناسب با نیاز صنعت گردشگری در هر مقطع زمانی باشد.

در خصوص نتایج نقاط ضعف، اولویت با معیار آموزشی است. در این خصوص برخی مشکلات تا به امروز وجود دارد که بایستی راهکار مناسبی را انتخاب کرد. در رابطه با نقاط

ضعف به ویژه در بعد مدیریت، شمار نظرات زیاد می‌باشد. که حاکی از چالش‌های جدی هم در بعد مدیریتی کلان (ماکرو) و هم در بعد مدیریت مؤسسات آموزشی (میکرو) دارد. همچنین تعدد نظرات درباره ضعف‌های پیشروی مهارت‌های علمی و ارتباطات میان بخشی صنعت گردشگری، ارائه راهکارهای مناسب برای حل این مشکلات را می‌طلبد. با نگاه به این نتایج، عدم توجه به مؤسسات آموزشی در بعد رفع احتیاجات منابع انسانی و تجهیز زیرساخت‌ها قابل درک است. علاوه بر این، تغییر وضعیت و رفتار عجولانه در ارتباط با مؤسسات آموزشی بدون طی فرایند سلسله مراتبی و عدم توجه به معیارهای لازم نتایج معکوسی را در پی دارد که در مرحله اول نیازمند مسیریابی در طی زمان به واسطه تقویت نقاط قوت و برطرف کردن ضعف‌ها است.

از مجموع معیارها در زمینه آموزش دانشگاهی گردشگری معضلات اساسی بر اساس نظرات حاصل شده در حوزه‌های مختلف گردشگری گردآوری شد. این معضلات، عمدتاً معیارهای مرتبط با صنعت، دانشجویان و منابع انسانی را در برمی‌گیرند. در حیطه آموزش دانشگاهی گردشگری نیز برخی تنگناها در موضوعات مرتبط وجود دارد. که به تصحیح و بهبود راه حل‌ها از یک سو و تشریح مساعی بیشتر اشاره دارند.

بی شک اگر بخواهیم در عرصه افق چشم انداز ایران ۱۴۰۴ شمسی در بخش گردشگری دگرگونی اساسی رخ دهد، بایستی سرمایه‌گذاری در سیستم آموزش عالی مدنظر قرار گیرد. در مرحله اولیه بایستی به اصلاح ساختار آموزشی در بخش گردشگری و ضرورت پویایی آن اهمیت داده شود و در این خصوص تصمیمات صحیحی اتخاذ گردد. بدین معنی که با توجه به پویایی و بنیان کاربردی بخش گردشگری بتوان از ظرفیت‌های برای اینکه بتوانیم الگوهای نوین مطالعاتی و پایه‌ای را در دوره‌های آموزشی گردشگری بسط دهیم، باید دانش‌آموختگان مجرب پرورش داد. همچنین بر روی مدلی که ترکیبی از علم و تخصص‌گرایی است تاکید شود. تصمیم‌گیری صحیح در رابطه با نوع آموزش در مؤسسات آموزش عالی اهمیت ویژه‌ای دارد. چرا که یکی از اصول ضروری در توسعه آموزش گردشگری گرایش به سمت افزایش منافع اقتصادی حاصل از گردشگری است.

بر مبنای تحقیق حاضر و بر این اساس که ماهیت مطالعات مبتنی بر روش SWOT، ماهیتاً پیشنهادات راهبردی، موارد زیر به عنوان پیشنهادات نهایی، برای بسط آموزش عالی گردشگری در ایران ارائه می‌شود:

- تدوین برنامه‌های راهبردی و افق نگر برای آموزش عالی گردشگری بر پایه چارچوب‌های معتبر بین‌المللی آموزش گردشگری و تعدیل آنها با مفاهیم بومی، بازتعریف مجدد برنامه‌های درسی و پایش کمی و کیفی مؤسسات آموزشی گردشگری.
- بسط مفهومی گردشگری به عنوان یک پدیده متعالی اجتماعی-اقتصادی با هدف آشناسازی جوامع بومی با منافع مختلف اقتصادی و اجتماعی گردشگری در بلند مدت از طریق رسانه های جمعی.
- تاسیس دانشکده‌ها و گروه های تخصصی گردشگری از طریق جذب دانش آموختگان مقاطع تحصیلات تکمیلی دانشکده های گردشگری، توسعه آموزش زبان‌های خارجی، به روز رسانی کتب درسی. برگزاری کارگاه‌های تخصصی و دوره‌های عملیاتی به ویژه در رشته هتلداری.
- برگزاری همایش‌های تخصصی در حوزه های خانه داری، تورگردانی، آشپزی، بازاریابی گردشگری و هتلداری.
- مطالعه، بررسی و استفاده از تجارب موفق در توسعه آموزش گردشگری به ویژه در کشورهای مسلمان و منطقه خاورمیانه.
- استفاده از امکانات و تسهیلات سازمان‌های بین‌المللی نظیر سازمان جهانی گردشگری ملل متحد^۱، بانک جهانی، شورای جهانی مسافرت و گردشگری^۲ برای تربیت اساتید و مدرسین دانشگاه‌ها در محل دانشگاه های داخلی؛ و تبادل نظر و دیدار نمایندگان مؤسسات آموزشی و صنعتی در فواصل زمانی معین و منظم.
- تدوین برنامه راهبردی توسعه تحصیلات عالی گردشگری بر اساس نگرش کاربردی در راستای نیازهای درون و برون بخشی گردشگری.
- ساماندهی رشته‌های مرتب با گردشگری، بازبینی سرفصل های دروس و تغییر و تفکیک تدریجی آنها به رشته های تخصصی مانند مدیریت گردشگری، بازاریابی گردشگری، خانه داری، آشپزی و هتلداری.

¹ United Nation of World Tourism Organization (UNWTO)

² World Travel & Tourism Council (WTTC)

منابع و ماخذ

۱. ابطحی، محمد (۱۳۸۳). آموزش و بهبود سرمایه انسانی، انتشارات لانیز.
۲. حاجی امینی، مصطفی (۱۳۹۱). آموزش گردشگری و چالش‌های آن، <http://www.tourismscience.ir/>.
۳. حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۳). ارزیابی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری در ایران، رساله دکتری تخصصی، دانشگاه تبریز.
۴. حیدری چیانه، رحیم (۱۳۸۷). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری، انتشارات سمت.
۵. خسروی نیا و فاطمه طاهری (۱۳۸۵). مقایسه شیوه مدیریت در مراکز آموزش عالی دولتی و غیردولتی. فصلنامه‌ی تخصصی آموزش، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد، شماره ۶، سال دوم، صص: ۴۶-۲۲.
۶. ده قطب الدینی، احمد و حسین مطهری نژاد (۱۳۸۶). تجزیه و تحلیل SWOT کارکردهای دانشگاه‌های ایران در عصر تکنولوژی، دانش و پژوهش در علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، شماره شانزدهم، زمستان ۱۳۸۶، صص: ۷۲-۵۷.
۷. زندی، ابتهال (۱۳۹۱). نظام آموزشی توریسم در ایران: چالش‌ها و پیشنهادات، <http://www.tourismscience.ir/>.
۸. سولا، ادواردو فاسیوس (۱۳۷۹). روش آموزش کیفی در صنعت توریسم، ترجمه نصر... مستوفی و مرتضی احمدی، انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی تهران.
۹. ضرغام، حمید (۱۳۸۳). مسیر شغلی و ضرورت آموزش نیروی انسانی در صنعت هتلداری و جهانگردی، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۶، صص: ۴۷-۳۲.
۱۰. عسگری، عبدالعلی (۱۳۸۳). ساماندهی و مدیریت در بخش گردشگری، رساله دکتری تخصصی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.
۱۱. فرجاد، محمد حسین (۱۳۶۸). جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، تهران: نشر کوکب.
۱۲. گلنام، غلامحسین و مجتبی مرادی (۱۳۶۵). نگاهی کوتاه به آموزش و پرورش ژاپن، مجله پژوهش و توسعه، شماره ششم.

13. Balamuralikrishna, Raadha & Dugger, John, L., (1995). SWOT Analysis: A Management Tool for Initiating New Programs in Vocational Schools: **Journal of Vocational and Technical Education**, Vol. (12), No. 1.

14. Beeton, S. (2006). **Community Development through Tourism**, Collingwood: Landlink Press.
15. Bieger, T., & Weinert, R. (2006). **On the Nature of Innovative Organizations in Tourism: Structure, Process and Results**: in B. Walder, K. Weiermair, & A. SanchoPerez (Eds.), *Innovation and product development in tourism* (PP. 88–102). Berlin: Erich Schmidt Verlag.
16. Bramwell, B., and D. Meyer (2007). Power and Tourism Policy Relations in Transition. **Annals of Tourism Research**, 34: 766–788.
17. Buhalis, D. (2000). **The Tourism Phenomenon: the New Tourist and Consumer**. in C. Wahab, & C. Cooper (Eds.), *Tourism in the age of globalization*, London: Rutledge.
18. Butler, R. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources, **Canadian Geographer**, 24:512.
19. Caldwell, Harry (1951). **Tourism in Idaho: A study in Tourist Resource Development**, Clark University.
20. China National Tourism Administration, (1992). China Must Speed Up Tourism Development: Deng Xiaoping, **Tourism Tribune** 7(6): 1–2.
21. Cooper, C. (2006). Knowledge Management and Tourism, **Annals of Tourism Research**, 33(1), 47–64.
22. Eastern Washington University (2004). **Eastern Washington University SWOT Analysis**, <http://websrv.ewu.edu/groups/academicffairs/strategicplanning/politicalpaper.pdf>.
23. Graburn, Nelson and Jafar Jafari (1991). Introduction: Tourism Social Science, **Annals of Tourism Research**, Vol. 18: 1-1.
24. Henry C. and Pettigrew, A. (1990). **The Practice of Strategic Human Resource Management**. Personnel Review, Vol. 15.
25. Heydari Chianeh and S. Khadijeh Rezatab A. (2012). Iran's Tourism: A Political Economy Perspective, Presented to **The 2nd International Interdisciplinary Tourism Research Conference**, Fethiye, Turkey.
26. Jafari, Jafar and Dean Aaser (1988). Tourism as the Subject of Doctoral Dissertation. **Annals of Tourism Research**, Vol. 15:407-429.
27. Jafari, Jafar (1989). Tourism as a factor of change, An English language literature review, in: Bystrzanowskin J, editor, **Tourism as a Factor of Change: A Sociocultural Study**, Vienna: European Coordination Centre for Research and Documentation in Social Sciences.

28. Jafari, Jafar (1998). **Tourism Assuming Its Scholarly Position: A Retrospective and Prospective Overview**, Retrieved from <http://www.uib.es/honoris/>.
29. Jafari, Jafar (1990). Research and Scholarship: The Basis of Tourism Education, **Journal of Tourism Studies**, 1(1): 33-41.
30. Jafari, Jafar (2001). **The Scientification of Tourism. in Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of The 21st Century**, V.L. Smith and M. Brent (Eds), New York: Cognizant Communication, 28-41.
31. Jafar, Jafar (2007). **Entry into a new field: Leaving a Footprint: In The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings**, D. Nash (Ed.), Tourism Social Sciences Series, Oxford: Elsevier, 108-121.
32. Lerner, Alexander, L. (1999). **A Strategic Planning Primer for Higher Education, College of Business Administration and Economics**, California State University, Northridge.
33. Mason, Robin (2003). **The Virtual University: the University Current Challenges and Opportunities**: www.unesco.org/iiep/eng/focus/elearn/webpub/home.html.
34. Meyer-Arendt, Klaus (2002). Tourism as the Subject of North American Doctoral Dissertations: 1987-2000. **Annals of Tourism Research**, Vol. 29. No: 4: 1171-1174.
35. Morais, D. B., Dorsch, M. J., & Backman, S. J. (2004). Can tourism providers buy their customers' loyalty?. **Journal of Travel Research**, 42(3), 235-243.
36. Sheller, M. and Urry, J., editors (2006). **Tourism Motilities: Places to Play: Places in Play**, London: Routledge.
37. Stack, Hal (1997). **Introduction to Strategic Planning**, <http://www.laborstudies.wayne.edu/consult/strategic.pdf>.
38. Theunis, H. Leo and Amina Rasheed (1983). Alternative approaches to tertiary tourism education with special reference to developing countries. **Tourism Management**, Vol.4, Issue 1: 42-51.
39. University of Houston - Victoria (2006). **SWOT analysis**, <http://www.uhv.edu/pro/planning06-07.pdf>.
40. University Strategic Goals and Priorities Committee (USGPC) (2004). **Strategic Planning: SWOT Analysis**, www.csustan.edu/StrategicPlanning/pdf-publications/StrategicPlanning2011.
41. Wheeler, B. (1992). Is progressive tourism appropriate?, **Tourism Management**; Vol. 13, 104-115.