



Assessing the Institutional Structure of Tourism Business Clusters in Rural Areas (Case Study: Central Part of Rafsanjan City)

Leila Mafakheri ^{1,*} and Hamed Ghadermarzi ²

¹ PhD Student, Department of Geography and Rural Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

² Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, Kharazmi University, Tehran, Iran

* Corresponding author, Email: leila.mafakheri2017@gmail.com

Receive Date: 14 December 2020

Accept Date: 06 May 2021

ABSTRACT

Introduction: Given that the tourism industry is a powerful tool for regional development, it is very important to discuss tourism clusters. One of the tourism management strategies at the geographical level is to complete the tourism cluster.

Objectives: The present study has identified the existing problems in the activities of institutions and inter-institutional relations of the tourism cluster and then has presented appropriate strategies in completing the tourism cluster.

Methodology: This research is applied research in terms of purpose and descriptive-analytical research in terms of nature and method. Research data were collected through interviews with owners of organizations and management of tourism-related institutions in the study area. Quantitative and qualitative methods (sequential mixing) and NodExcel and ExpertChoice software were used to analyze the data.

Location: Central part of Rafsanjan city in Kerman province.

Result and Discussion: The results show that there are elements of tourism cluster formation in the central part of Rafsanjan, but there is no horizontal and vertical communication between institutions and organizations in accordance with the complete cluster structure, and this situation needs to be organized. Hard infrastructure, reorganization of attractions and upgrading of soft infrastructure were proposed for the development of tourism clusters in the central part of Rafsanjan.

Conclusion: For the development of sustainable tourism in rural areas, the use of a cluster approach is very important and this approach plays a key role in activating all elements of tourism.

KEYWORDS: Business clusters, Tourism cluster, Central part of Rafsanjan

ارزیابی ساختار نهادی - سازمانی خوشه کسب و کار گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان رفسنجان)

لیلا مفاخری^{۱*} و حامد قادرمرزی^۲

۱. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

۲. دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول، Email: leila.mafakheri2017@gmail.com

تاریخ دریافت: ۲۴ آذر ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۰

چکیده

مقدمه: توجه به اینکه صنعت گردشگری ابزار قدرتمندی برای توسعه منطقه‌ای است، بحث در مورد خوشه‌های گردشگری بسیار ضروری است. یکی از راهبردهای مدیریت گردشگری در سطح جغرافیایی، تکمیل خوشه گردشگری است.

هدف: پژوهش حاضر، مسائل موجود در فعالیت نهادها و روابط بین نهادی خوشه گردشگری را شناسایی کرده و سپس راهبردهای مناسب در زمینه تکمیل خوشه گردشگری ارائه داده است.

روش شناسی: این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات توصیفی-تحلیلی است. داده‌های پژوهش از طریق مصاحبه با صاحبان سازمان‌ها و مدیریت نهادها مرتبط با گردشگری محدود مورد مطالعه جمع‌آوری شده است. برای تحلیل داده‌ها از روش‌های کمی و کیفی (آمیخته متوالی) و نرم افزارهای NodExcel و ExpertChoice استفاده شده است.

قلمرو جغرافیایی: بخش مرکزی شهرستان رفسنجان در استان کرمان است.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که عناصر تشکیل خوشه گردشگری در بخش مرکزی رفسنجان وجود دارند اما بین نهادها و سازمان‌های ارتباط افقی و عمودی متناسب با ساختار خوشه کامل وجود ندارد و این وضعیت نیازمند ساماندهی است که در نهایت راهبردهای ارتقا زیرساخت‌های سخت، ساماندهی جاذبه‌ها و ارتقا زیرساخت‌های نرم، جهت توسعه خوشه گردشگری در بخش مرکزی رفسنجان پیشنهاد شد.

نتیجه گیری: جهت توسعه گردشگری پایدار در نواحی روستایی استفاده از رویکرد خوشه‌ای بسیار مهم است و این رویکرد در فعالسازی همه عناصر گردشگری نقش کلیدی دارد.

کلیدواژه‌ها: خوشه‌های کسب و کار، خوشه گردشگری، بخش مرکزی رفسنجان

مقدمه

گردشگری که سرمایه‌داری عصر ما، آن را به صورت مهم‌ترین صنعت درآورده است (شکویی، ۱۳۸۶: ۲۹۸) سلاحی برای جلوگیری از رکود اقتصادی منطقه‌ای (Santos & Ferreira, 2009: 127) و یکی از زمینه‌های تجارت ملی و بین‌المللی است که طی ۵۰ سال گذشته اهمیتی بسیار چشمگیر یافته است. چنانکه در سال ۲۰۰۹ م ۱۰/۹ درصد از تولید ناخالص ملی جهان را به خود اختصاص داده بود (UNWTO, 2010: 15). ظرفیت فوق‌العاده گردشگری برای رشد و توسعه مناطق مقصد بر کسی پوشیده نیست (Song et al., 2012: 1654). سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی کرده در سال ۲۰۲۰ درآمد حاصل از گردشگری به ۱/۵ تریلیون دلار خواهد رسید (Stratan et al., 2015: 15). لیکن توزیع جغرافیایی درآمدهای حاصل از گردشگری در جهان، سهم خاورمیانه را ۲/۵ درصد و سهم ایران را در آن، کمتر از یک درصد نشان می‌دهد (منافی‌آذر و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۲). این در حالی است که ایران جزء ده کشور جهان به لحاظ داشتن جاذبه‌های گردشگری است (صابری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۳). سهم پایین گردشگری در تولید ناخالص داخلی، بی‌کفایتی سیستم گردشگری و عدم تناسب اثرگذاری با پتانسیل گردشگری مناطق مختلف کشور را نشان داده و حاکی است ایران به لحاظ جذب گردشگر، مدیریت و رونق گردشگری و به تبع درآمد ارزی و غیر ارزی جایگاه شایسته‌ای در دنیا ندارد (صابری و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۳).

سال‌هاست که بخش گردشگری حسرت می‌خورد که اهمیت اقتصادی و اجتماعی آن از سوی دولت و عامه مورد توجه قرار گرفته است (Crouch & Ritchie, 1999: 52). در حالی که اگر اهمیت گردشگری در سطح ملی قابل توجه باشد، در سطح منطقه‌ای ابزاری اساسی برای توسعه منطقه‌ای و رشد اقتصادی (Santos & Ferreira, 2009: 127) و کاهش فقر و نابرابری است (رضاقلی‌زاده، ۱۳۹۵: ۱۵۵). بعد از دهه ۱۹۶۰ تدریجاً اثرات گردشگری بر ساختار اقتصادی، اجتماعی و کالبدی و اکولوژیکی و اثرات بلندمدت یا کوتاه‌مدت، بخشی و منطقه‌ای (Diniz, 2014: 1) و تأثیر آن بر فعالیت چندین بخش جامعه و اقتصاد روشن شد و به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی و منطقه‌ای و سیاستی برای باز ساخت سکونتگاه‌ها و ابزاری برای توسعه پایدار و به‌ویژه اثرگذاری برای رشد و توسعه مناطق مقصد مورد توجه قرار گرفته است (منافی‌آذر و همکاران، ۱۳۹۱). راهبرد یادشده، رهیافت مناسبی می‌طلبد که پیامد آن تنوع‌بخشی به اقتصاد منطقه‌ای و صادرات نامرئی و راه‌حلی برای برون‌رفت از دایره اقتصاد تک‌محصولی باشد. در غیر این صورت گردشگری افسارگسیخته و بی‌برنامه، پیامدهای زیان‌بار و منفی را در پی خواهد داشت (حسینی‌نژاد و دریاباری، ۱۳۹۶: ۵۶).

با توجه به ساختار ویژه و تجمع زیاد و متنوع بنگاه‌های کوچک و متوسط مرتبط با گردشگری، راهبرد نوین مورد توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران برای ارتقای مزیت رقابتی این بخش "کاربست رهیافت خوشه‌ای" است. در این نکته که "خوشه‌ها" باعث افزایش رقابت در یک صنعت منطقه‌ای می‌شوند، اتفاق نظر وجود دارد و از آن به عنوان یک اهرم مهم برای حمایت از نوسازی صنعتی و نوآوری به‌ویژه برای بنگاه‌های کوچک و متوسط یاد می‌شود (EOCIC, 2019: 15). خوشه اگرچه مدعی حل تمام مسائل اقتصاد نیست اما یکی از شیوه‌های مؤثر به‌کارگیری منابع است (Gallub, 2008: 25). این رهیافت به‌ویژه در شتاب بخشیدن به رقابت‌پذیری، کارایی و همکاری بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط اهمیت شایانی دارد و در تسریع رشد و توسعه اقتصادی منطقه‌ای جایگاه ویژه‌ای یافته است.

با عنایت به اینکه گردشگری ابزار قدرتمندی برای توسعه منطقه‌ای است، بحث در مورد خوشه‌های گردشگری حائز اهمیت است. اگر تا دو دهه قبل خوشه‌های گردشگری در مرحله جنینی بودند (& Capone, 2004: 75 Nordin, 2003: 98) اکنون در فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری به کانون مباحث تبدیل شده‌اند (Kachniewska, 2014: 9 Kolvekova et al., 2019: 3) و کارهای ارزشمندی در این زمینه صورت گرفته است. سازمان‌های بین‌المللی همچون بانک جهانی و سازمان ملل متحد طرح‌های متعددی را در آفریقای جنوبی، آریزونا، کوبا و ... اجرا و حمایت کرده‌اند (ضرغام و حاجی‌امینی، ۱۳۹۰: ۹۴). اکنون سیاست خوشه‌ای بخشی جدایی‌ناپذیر از کل سیاست‌گذاری در اکثر کشورها است که عملکرد آن به عنوان یک ابزار سیاست‌گذاری، نوآوری متقابل را تأکید می‌کند (EOCIC, 2019: 17). نابرابری‌های منطقه‌ای و نابرابری‌های اجتماعی نیز با خوشه‌های گردشگری قابل تعدیل است (Melisidou, 2014: 220). از سوی دیگر تجربه موفق کشورهای چینی، استرالیا، اسپانیا، تایلند و ... در استفاده از مدل خوشه گردشگری نمایانگر انعطاف‌پذیری و انطباق‌پذیری این مدل در ساختارهای صنعتی و سازمانی متفاوت اعم از توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته است (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۹۱۲). به‌کارگیری الگوی خوشه گردشگری، یکی از مؤثرترین

شیوه‌های سازمان‌دهی بنگاه‌های کوچک و متوسط در این صنعت است. زیرا ویژگی‌های "تمرکز، همکاری، رقابت" در خوشه، باعث می‌شود شاکله زنجیره ارزش گردشگری نضج گرفته و متعاقباً اثرات آن در توسعه منطقه‌ای منعکس شود.

یکی از مدل‌های نوین توسعه منطقه‌ای و سرزمینی «خوشه‌ای شدن صنعتی» است (داداش‌پور، ۱۳۸۸: ۵۴). این ایده از اوایل دهه ۱۹۹۰ توسط مایکل پورتر در دانشگاه هاروارد مطرح شد. طبق تعریف پورتر "خوشه‌ها" تراکم جغرافیایی شرکت‌های به هم مرتبط، عرضه‌کنندگان تخصصی، ارائه‌کنندگان خدمات، بنگاه‌های صنایع مرتبط و نهادهای همکار (از قبیل دانشگاه‌ها، مؤسسات استاندارد و انجمن‌های تجاری) در حوزه‌های خاصی است که علاوه بر رقابت، با یکدیگر همکاری نیز می‌کنند (Porter, 1990, amd Porter, 2001). برخی خوشه را تجمع صنایع همکار و رقیب در یک منطقه شبکه شده (Stimson et al 2006) و برخی نیز خوشه‌ها را دارای پیشینه تخصصی مشخص می‌دانند که در آن تجارت بین شرکتی و تخصص شرکت‌ها چشمگیر است (اشمیتز و دیگران، ۱۳۸۱). بر اساس تعریف یونیدو^۱ خوشه‌ها مجموعه‌ای از شرکت‌هاست که در ناحیه یا حوزه‌های جغرافیایی تمرکز یافته است و با تهدیدها و فرصت‌های مشترکی مواجه‌اند. محصولات مرتبط یا مکمل تولید و عرضه می‌کنند. چنین تمرکزی باعث ایجاد کسب‌وکاری مرتبط می‌شود و به پیدایش خدمات تخصصی در زمینه‌های فنی، مدیریتی و مالی کمک می‌کند.

می‌توان سال ۱۳۸۲ را نقطه آغازین توجه به رهیافت خوشه‌ای در ایران دانست. سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با هدف شناسایی و توسعه خوشه‌های صنعتی کشور، دفتر خوشه‌های صنعتی را از نیمه دوم سال ۱۳۸۰ دایر نمود. معاونت صنایع کوچک وزارت صنایع و معادن ایران با استفاده از این الگوی ارائه‌شده از سوی سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (UNIDO) و با همکاری شرکت شهرک‌های صنعتی استان‌ها نسبت به توسعه صنایع مرتبط اهتمام می‌ورزد.

خوشه‌های صنعتی یا خوشه‌های کسب‌وکار پدیده‌های اقتصادی برآمده از مزیت‌ها، مهارت‌ها و دانش‌های قوام‌یافته در طول زمان در یک رشته صنعتی در طول زمان هستند که با تکیه بر سرمایه‌های اجتماعی و با اهداف اقتصادی در مناطق جغرافیایی خاص شکل یافته‌اند (مجیدی و شادابی، ۱۳۸۲) و شامل گروه‌های سازمانی و نهادی با ویژگی‌ها و قابلیت‌های متنوعی هستند که برای رشد اشتغال و توسعه اقتصاد محلی باهم در ارتباط می‌باشند (Barkley & Mark, 1997: 309).

محیط اقتصادی و اجتماعی شامل تأمین‌کنندگان مواد اولیه و بنگاه‌های تولید و توزیع، ارائه‌دهندگان خدمات کسب‌وکار، زیرساخت‌های متنوع نهادی و تحقیقاتی عناصر خوشه را تشکیل می‌دهند. ویژگی‌های خوشه‌ها نیز عبارت‌اند از: روابط افقی و عمودی بین بنگاهی و شکل‌گیری پیوندهای پیشین و پسین، همکاری و رقابت بین بنگاهی، بازار نیروی کار محلی (داداش‌پور، ۱۳۸۸: ۵۶ و حجی و پاسبانی، ۱۳۸۸: ۴۵).

خوشه گردشگری به مجموعه‌ای از واحدهای کسب‌وکار گردشگری اطلاق می‌شود که در یک منطقه جغرافیایی متمرکز شده، دارای روابط همکاری تخصصی بوده‌اند و از چالش‌ها و فرصت‌های مشترک برخوردارند (UNWTO 2005:56). در طول ۱۵ سال گذشته مفهوم شبکه‌ها و خوشه‌های کسب‌وکار در بخش گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است (Arsezen-Otamis & Yuzbasioglu, 2013:120). عموماً خوشه‌ها تعداد زیادی از واحدهای گردشگری خرد، متوسط و حتی بزرگ را در برمی‌گیرند که از این نظر می‌توانند در سطح روستا، شهر و یا شهرستان پراکنده باشند (منصوری ۱۳۸۷، ۱۶). به‌طور کلی مشخصه‌های اصلی خوشه گردشگری، «تمرکز جغرافیایی و بخشی»، «همکاری در ارائه خدمات مکمل برای گردشگر» و «چالش‌ها و فرصت‌های مشترک» است (Santos, 2008: 55) و به‌مثابه یک کیک چندلایه از تعاملات اقتصادی هستند که دربردارنده سه سطح صادرات، کسب‌وکارهای پایه و نهادهای پایه‌ای هستند (Gollub et al, 2007:10).

مدیریت گردشگری در ایران بیشتر مبتنی بر زیرساخت‌های فیزیکی و سخت این صنعت بوده و کمتر به تکمیل آن در قالب خوشه توجه شده است (پژوهشکده چشم‌انداز و آینده‌پژوهی ۱۳۹۷). تکمیل خوشه گردشگری نیازمند همکاری همه نهادهای دخیل در امر گردشگری است، مدیریت گردشگری در قالب خوشه ارتباط میان شرکت گردشگری، دولت و دانشگاه تسهیل و در نتیجه همکاری توسعه نوآوری و شرکت‌کنندگان علاقه‌مند به منافع ارائه‌شده توسط خوشه‌های کسب‌وکار تشویق شود (ضرغام و حاجی محمدامینی ۱۳۹۴: ۹۹).

¹ - UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)

محصول نهایی خوشه گردشگری متشکل از مقصدهای گردشگری، وقایع گردشگری و یا انگیزه‌هایی است که مردم را به منطقه جذب می‌کند و رویکرد بنیادی در توسعه خوشه‌های گردشگری به‌عنوان یک سیستم اقتصادی - اجتماعی مبتنی بر دویا به توانمندسازی و پایداری است (Stewart & Skinner, 2005:15).

به شکل ویژه تاکنون مطالعه‌ای در خصوص ارزیابی ساختار نهادی-سازمانی خوشه کسب‌وکار گردشگری در نواحی روستایی به انجام نرسیده است. با این حال، برخی از مطالعات صورت گرفته در این خصوص، ابعاد دیگری از گردشگری روستایی را مورد توجه قرار داده‌اند که اختصاراً به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. فرزاد ویسی و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان "پیشران‌های مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری نواحی روستایی با تأکید بر آینده‌پژوهی (مورد مطالعه: بخش اورامان شهرستان سروآباد)" نشان می‌دهد که سیستم گردشگری منطقه در آینده در مسیر توسعه ناپایدار قرار دارد و در شکل‌گیری این وضعیت به ترتیب، پیشران‌های تجمع یافته در شاخص‌های اقتصادی، مدیریتی-نهادی و محیطی-کالبدی، اثرگذارتر از پیشران‌های اجتماعی، عمل خواهند کرد. همچنین پیشران نامناسب بودن فضای کسب‌وکار روستایی، به‌عنوان اثرگذارترین و پیشران ایجاد فرهنگ خوداشتغالی و کارآفرینی به‌عنوان اثرپذیرترین پیشران‌ها در توسعه پایدار آینده گردشگری منطقه شناخته شدند. رومیانی و همکاران (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان "ارزیابی حمایت ساکنین روستاهای هدف گردشگری بر توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستاهای درسجین و گلابر، استان زنجان) به این نتیجه رسیده‌اند که بین شاخص‌های وابستگی اجتماعی، هزینه‌های دریافت شده، مشارکت اجتماعی و منافع دریافت شده با حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد به طوری که حمایت ساکنان از گردشگری پایدار در روستاهای نمونه مورد مطالعه به‌صورت مثبت، زمینه را برای پایداری مناطق روستاهای هدف گردشگری و کیفیت زندگی مردم فراهم کرده است. انوری و همکاران (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان "نقش محوری گردشگری روستایی در توسعه نواحی روستایی مطالعه موردی: روستاهای ناحیه تفتان، شهرستان خاش" نتایج پژوهش حاکی از آن است که استعداد و قابلیت روستاهای مورد مطالعه در جذب گردشگر در راستای توسعه اقتصادی و اجتماعی و نیازمندی‌های آن‌ها جهت بهره‌برداری از صنعت گردشگری و توسعه‌ی آن بسیار بالا است. در این میان روستاهای تمندان، گوشه و سنگان به ترتیب دارای قابلیت بیشتری بوده و لازم است در الویت برنامه‌های توسعه گردشگری قرار گیرند. بولی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان "توانمندسازی و نگرش‌های ساکنین نسبت به گردشگری" با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی به این نتیجه رسیدند که توانمندسازی روان‌شناختی و منافع اقتصادی شخصی، تأثیر مثبت و مستقیم بر روی حمایت گردشگری دارد.

اوکچ و همکاران (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان "گردشگری روستایی جایگزین برای توسعه پایدار، لوآندا، کنیا،" باهدف روشن کردن راه‌حلی برای بازگشت سرمایه به مناطق روستایی به‌منظور جذب گردشگری پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که حدود ۲۱ درصد از ساکنان در بخش لوآندا در زیر خط فقر زندگی می‌کنند. بنابراین سرمایه‌گذاری در گردشگری مناطق روستایی می‌تواند به توسعه کشاورزی و تجارت در این مناطق کمک کند و مکمل فعالیت‌های رفاه اقتصادی و اجتماعی، بازسازی بخش کشاورزی و کاهش مهاجرت افراد تحصیل کرده و بازسازی مناطق روستایی شود. تسارتاس در سال (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای از نواحی روستایی در دو جزیره یونان از دیدگاه ساکنین به آثار منفی اقتصادی گردشگری نظیر افزایش قیمت زمین و هزینه زندگی، سودرسانی توسعه گردشگری به نفع صاحبان زمین و سرمایه، فصلی بودن مشاغل گردشگری، در اختیار گرفتن مشاغل با درآمد بالا توسط افراد غیر محلی و ترک فعالیت‌های کشاورزی و ماهیگیری توسط افراد محلی، اشاره کرده است (Tsartas, 2006).

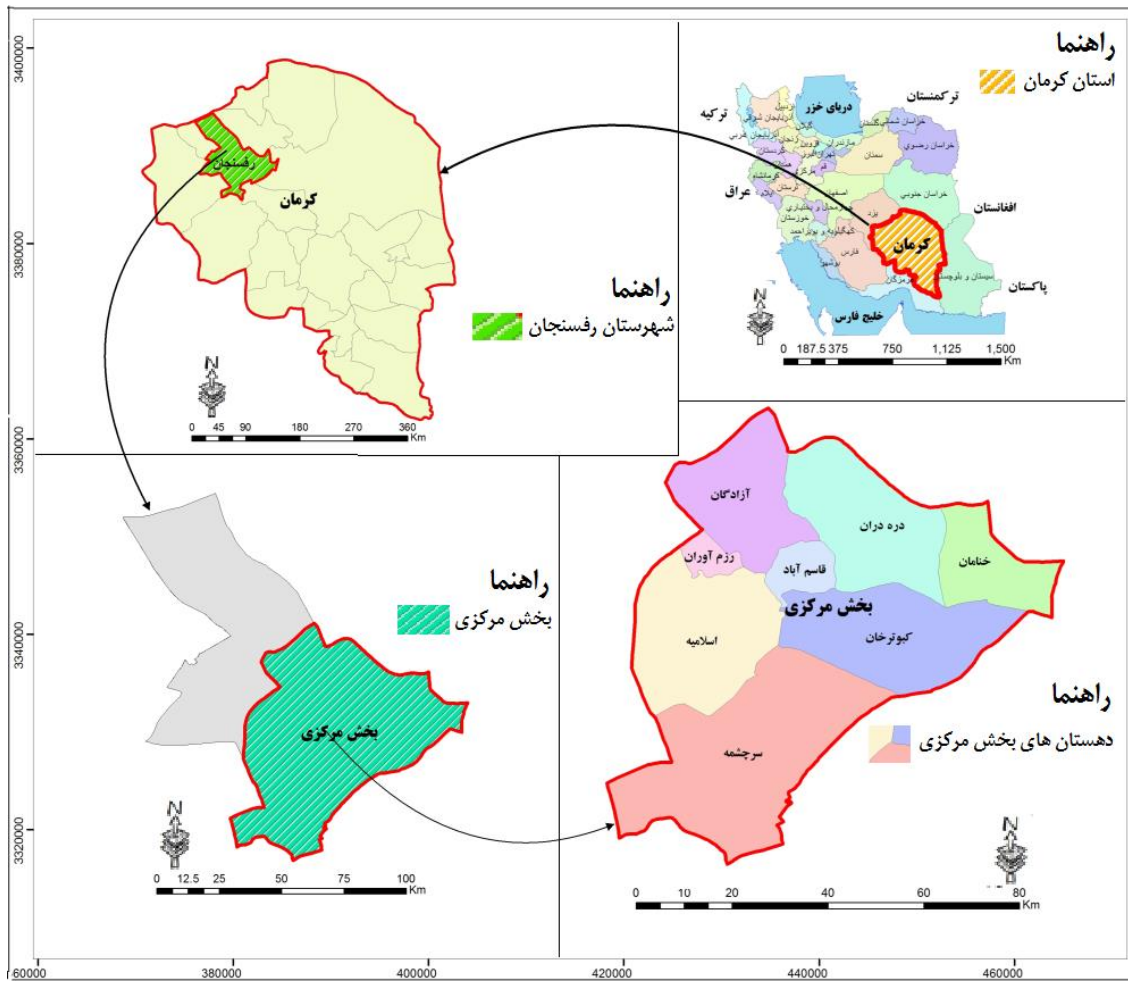
شهرستان رفسنجان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تولیدکنندگان پسته در جهان و ایران شناخته می‌شود. در چند دهه اخیر به دلیل کم‌آبی و کاهش سطح آب‌های زیرزمینی در دشت رفسنجان تولید پسته با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو شده است. با توجه به اینکه اقتصاد جامعه محلی وابسته شدیدی به تولید این محصول دارد، در صورت بروز مشکلات زیست‌محیطی و اقلیمی و تنگ شدن دایره تک‌محصولی، معیشت مردم به خطر می‌افتد و سطح زندگی پایین خواهد آمد. یکی از راهبردهای توسعه اقتصاد محلی متنوع-سازی و ترویج کسب‌وکارهای جایگزین از جمله توسعه صنعت گردشگری است. بخش مرکزی شهرستان رفسنجان از نظر مؤلفه‌ها و جاذبه‌های گردشگری وضعیت مناسبی دارد. اما آنچه باعث شده تا این صنعت به ایجاد ارزش افزوده و انباشت سرمایه نرسد، مدیریت پراکنده و جزیره‌ای آن بوده است. یکی از راهبردهای مدیریت گردشگری در این سطح جغرافیایی، تکمیل خوشه گردشگری است. از این رو، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که مهم‌ترین مسائل پیش روی تکمیل خوشه گردشگری بخش مرکزی رفسنجان چیست و چه راهبردهایی برای آن قابل تدوین است؟ در واقع این پژوهش، مسائل موجود در

فعالیت نهادها و روابط بین نهادی خوشه گردشگری را شناسایی کرده و سپس راهبردهای مناسب در زمینه تکمیل خوشه گردشگری بخش مرکزی شهرستان رفسنجان ارائه می‌دهد.

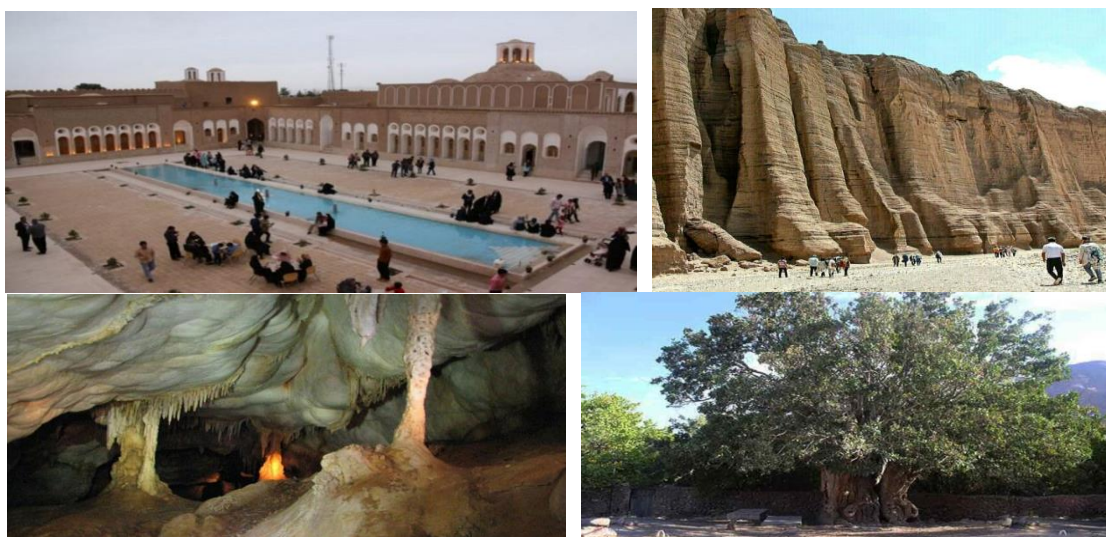
روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و روش، از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی است. از روش‌های کمی و کیفی (آمیخته متوالی) برای جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل اطلاعات استفاده شد. در چهارچوب رویکرد توسعه خوشه‌ای، ابتدا بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای، مبانی، عوامل و شرایط ایجاد خوشه کسب‌وکار شناسایی شد. همچنین با بهره‌گیری از مصاحبه‌های نیمه ساخت‌یافته و پرسشنامه‌های نیمه‌باز، اهداف ایجاد خوشه صنعتی متناسب با منطقه شناسایی شد. با توجه به همپوشانی برخی از عوامل، به ترکیب آن‌ها پرداخته و پنج فاکتور به‌عنوان عوامل کلی اثرگذار بر شکل‌گیری خوشه کسب‌وکار در یک چهارچوب شناسایی شدند که عبارت‌اند از: ۱- شرایط محیطی و تمرکز جغرافیایی، ۲- شرایط تقاضا، ۳- استراتژی/ ساختار، ۴- ارتباطات بین بنگاه‌ها و زیرساخت‌ها و نهادها.

بر اساس عوامل ایجاد خوشه گردشگری در بخش مرکزی شهرستان رفسنجان و با اتکا بر ادبیات و مبانی خوشه‌های کسب‌وکار و ستاده‌های پرسشنامه، ۳۵ زیرعامل تأثیرگذار بر ایجاد و فعالیت خوشه گردشگری شناسایی شد که در بخشی از پرسشنامه مورداستفاده گنجانده شد. لازم به ذکر است شماری از این عوامل و زیرعوامل در پژوهش‌های مختلف استفاده شده است (داداش‌پور، ۱۳۸۸- رجب‌پور و ستاری‌فر، ۱۳۹۲- هادی‌زنوز و برمکی، ۱۳۹۰- حجتی و پاسبانی، ۱۳۸۸- دین‌محمدی، ۱۳۸۵- ضرغام و حاجی محمد امینی، ۱۳۸۹)؛ با تلفیق و متناسب‌سازی این عوامل و زیرعوامل و افزودن زیرعوامل مستخرج از پیمایش‌های میدانی و مطالعات کتابخانه‌ای، ابزار مورداستفاده طراحی شد. همچنین شناسایی نحوه ارتباطات بین بنگاه‌ها، اثرات نهادهای پشتیبان، فرصت‌ها و چالش مشترک بنگاه‌ها و رقبای درونی و برونی بنگاه‌ها و خوشه و استراتژی‌های آن‌ها از پرسشنامه طراحی شده توسط سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی (با رویکرد UNIDO) برای شناسایی خوشه کسب‌وکار گردشگری اقتباس شده است. با آماده شدن ابزار تحقیق، حجم نمونه از گروه فعالیت چهاررقمی ایسیک (تنظیم‌شده توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت) با روش هدفمند انتخاب شدند. مدیران واحدهایی از گروه فعالیتی ایسیک شناسایی شدند. داده‌های تحقیق با روش تحلیل شبکه اجتماعی مورد تحلیل قرار گرفته است. برای این کار داده‌ها به‌صورت کیفی تحلیل شده و سپس داده‌های کیفی، کمی‌سازی شده و با استفاده از نرم‌افزار NodeXL تجزیه و تحلیل شد. بدین‌صورت روابط بین عناصر مختلف خوشه به دست آمد. سپس با استفاده از نرم‌افزار Expert Choice تحلیل سلسله‌مراتبی از عناصر و عوامل مؤثر بر تشکیل و تقویت خوشه گردشگری اولویت‌بندی شد. بخش مرکزی شهرستان رفسنجان که محدوده مورد مطالعه این پژوهش است، در شرق شهرستان رفسنجان واقع شده و از شمال به بخش مرکزی زرنند، از جنوب به شهرستان سیرجان، از مشرق به شهرستان کرمان و بردسیر و از مغرب به بخش‌های فردوس و کشکوئیه شهرستان رفسنجان محدود می‌شود. این بخش در سال ۱۳۹۵، دارای ۲۵۵۳۷۷ نفر جمعیت که ۱۶۷۸۷۶ نفر (۶۵٫۷ درصد) از آن در نقاط شهری و ۸۷۵۰۱ نفر (۳۴٫۳ درصد) در نقاط روستایی ساکن بوده‌اند. بخش مرکزی شهرستان رفسنجان در سال ۱۳۹۵ دارای ۸ دهستان به نام‌های خانمان، دره‌دران، آزادگان، رزم‌آوران، قاسم‌آباد، کیوترخان، اسلامیه و سرچشمه و ۵۱۳ آبادی بوده و دو شهر رفسنجان و شهرک مس سرچشمه را در خود جای داده است.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی بخش مرکزی شهرستان رفسنجان



شکل ۲. نمونه‌ای از جاذبه‌های گردشگری بخش مرکزی شهرستان رفسنجان (نواحی روستایی و شهری). دره راگه- خانه حاج آقا علی، درخت ۱۵۰۰ ساله، غار میرزا

یافته‌ها و بحث

محصول نهایی خوشه گردشگری متشکل از "مقصدهای گردشگر"، "وقایع گردشگری" و یا انگیزه‌هایی است که مردم را به منطقه جذب می‌کند. برخلاف سایر صنایع که محصولات آن‌ها قابل لمس است محصولات گردشگری قابل لمس نیست بلکه تجربه کردنی است (ضرغام و حاجی محمدامینی، ۱۳۹۰). زمانی که بسته گردشگری آماده شود این محصول را می‌توان صادراتی نامید. بخش عرضه گردشگری قلب تولید ارزش اقتصادی این بخش است. عناصر تشکیل دهنده خوشه گردشگری عبارت‌اند از: سطح اولیه عرضه-کنندگان: اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، واحدهای بوم‌گردی، مراکز خرده‌فروشی و ... که نزدیک‌ترین سطح به مصرف‌کننده نهایی (گردشگر) هستند. سطح دوم؛ واسطه‌های بین مقصدها و بازدیدکننده‌ها هستند. مانند آژانس‌های واردکننده تور، برگزارکنندگان تور، شرکت‌های حمل‌ونقل هوایی و زمینی و ... سطح سوم عرضه‌کنندگان: مدیریت و حسابداری، بازاریابی و شبکه رزرواسیون، خدمات غذایی، خدمات مهمان‌پذیری و ... نهاد و عوامل زیربنایی شامل نیروی انسانی، نوآوری، شبکه‌های زیرساختی فیزیکی و ساختار اطلاعاتی است. عناصر خوشه گردشگری بخش مرکزی رفسنجان شامل جاذبه‌های توریستی و اکوتوریستی، آژانس‌های مسافرتی و برگزارکنندگان تور، مراکز پذیرایی و اقامتی، نیروی کار محلی، و نهادهای پشتیبان در بخش مرکزی استقرار دارند.

جدول ۱

زیربناهای عرضه گردشگری در بخش مرکزی رفسنجان

نام واحد	تعداد	توضیحات
هتل و مهمان‌پذیر	۳	هتل جهانگردی، هتل هیلان، هتل الماس، مهمان‌پذیر پیمان
رستوران‌ها	بیش از ۵۰ واحد	رستوران شهرزاد، رستوران گل‌ها، رستوران گیلانی، رستوران شمس، رستوران همیشه‌بهار، سفره‌خانه سنتی توکل، تالار لوکس طلالی، رستوران فیش و چیپس، چلوکبابی آذربایجان، رستوران عتیق، رستوران مهر، رستوران پیمان، رستوران و کافی‌شاپ المپیک، تالار و رستوران فرهنگیان، کافه کباب پاتوق و ...
خانه بومگردی	۶	ناصریه، خانمان
موزه	۲	موزه مردم‌شناسی، موزه ریاست جمهوری
آثار تاریخی	بیش از ۱۰	قاسم آباد (خانه حاج آقا علی، خانه امینیان، خانه صاحب الزمانی، هتل میراثی)، کبوتر خان (کاروانسرا)، عباس آباد حاجی (بخدان)، آب انبار مرادی (رفسنجان)، سعادت آباد (عمارت کلاه فرنگی)، برج رضا آباد، ناصریه (دره راگه)، اودج، دره جوز و داوران
اکوتوریسم / ژئوتوریسم	۴	
دفاتر مسافرتی / برگزارکنندگان تور	۱۱	رهیار، پیشرو پرواز، لیل و نهار، گوهر کویر، رودان تور، نور کویر، مهرگان گشت، رهاد، کویران نوق، نسیم سحر، نوآوران کویر

منبع: اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان رفسنجان، ۱۳۹۸

جدول ۲

فهرست نهادهای مرتبط با خوشه گردشگری رفسنجان

ردیف	شبکه همکاری	نهاد پشتیبان	ارائه دهندگان خدمات کسب و کار
۱	انجمن هتلداران استان کرمان	میراث فرهنگی و گردشگری، شهرداری	
۲	انجمن صنفی دفاتر مسافرتی	دایره اماکن عمومی نیروی انتظامی	سازمان فنی و حرفه‌ای
۳	اتحادیه رستوران داران		شبکه بهداشت و درمان
۴	کمیسیون توسعه گردشگری	اتاق بازرگانی رفسنجان	

منبع: اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان رفسنجان، ۱۳۹۸

روابط عمودی و افقی

روابط عمودی و افقی بین واحدهای سیستم اصلی تولید در خوشه و ذینفعان اصلی به وجود می‌آید. داده‌های میدانی نشان می‌دهد هیچ‌یک از واحدهای پذیرایی و اقامتی با همدیگر رابطه افقی و عمودی برقرار نمی‌کنند. همچنین آژانس‌های مسافرتی و مراکز

گردشگر پذیر (واحدهای بوم‌گردی، واحدهای اکوتوریستی، پدیده‌های تاریخی ثبت شده) نیز هرگونه رابطه همکاری اعم از تکمیل بسته گردشگری، زیرمجموعه یک واحد بودن، استفاده از امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و استفاده از تخصص و نیروی کار همدیگر را رد کردند. آژانس‌های مسافرتی با مراکز اقامتی روابط گسسته‌ای دارند. این رابطه به معرفی یا پیشنهاد مراکز اقامتی یا پذیرایی محدود است. توافقی بین این دو عنصر مشاهده نشد. از این رو یکی از کاستی این عناصر برای تشکیل خوشه گردشگری عدم ارتباطات بین بنگاهی است.

جدول ۳

فراوانی روابط عمودی و افقی واحدهای خوشه گردشگری / متوسط ارتباط ماهها

محل استقرار همکار یا تکمیل‌کننده		نحوه رابطه	نوع رابطه
داخل بخش	خارج از بخش		
.	.	تکمیل بسته سفر یکدیگر	رابطه عمودی
.	.	رابطه بین بنگاه‌های غیر همسطح	
.	.	استفاده از امکانات سخت‌افزاری یکدیگر	
.	.	استفاده از تخصص یکدیگر	رابطه افقی
.	.	استفاده از نیروی کار همدیگر	

روابط تأمین‌کنندگی واحدهای گردشگری مورد مطالعه در قالب مواد اولیه مورد نیاز، حجم مواد اولیه مورد نیاز ماهانه، محل تهیه و تأمین مورد پرسشگری قرار گرفته و میانگین ماهانه آن به صورت جدول زیر به دست آمد. با توجه به اینکه تولید نهایی گردشگری "بسته سفر" است. مواد اولیه متنوع و فراوانی در این خوشه استفاده نمی‌شود لیکن تحقیقات متعدد ارزش افزوده بالای این بخش را اثبات کرده‌اند.

جدول ۴

مواد اولیه مورد نیاز و محل تأمین آن در خوشه گردشگری رفسنجان

مواد اولیه	حجم ماهانه	محل تهیه	سهم این محل از تهیه
گوشت قرمز و سفید	۳۰۰۰ کیلوگرم	رفسنجان	٪۱۰۰
برنج و حبوبات	۲۰۰۰ کیلوگرم	رفسنجان	٪۱۰۰
سایر مواد غذایی	۳۰۰ کیلوگرم	رفسنجان	٪۱۰۰

رقابت و همکاری

اطلاعات حاصل از مصاحبه با مدیران و متولیان واحدهای و پدیده‌های توریستی، مراکز اقامتی و آژانس‌ها، نشان داد رقبای هر یک را هم‌صنفان تشکیل می‌دهد. ۱۰۰ درصد پاسخگویان رقبای محلی و داخل بخش مرکزی را برای واحد خود عنوان کردند. این امر به این دلیل است که گردشگری در بخش خدمات قرار می‌گیرد و خاصیت این بخش آن است که خدمت مورد نظر در محل تولید مصرف می‌شود و قابل انبار یا نقل و انتقال نیست. اجماع نظرات افراد شرکت‌کننده نشان داد رقبای گردشگری رفسنجان به ترتیب شهرستان کرمان، استان یزد و استان‌های شمال ایران است.

جدول ۵

رقبای عناصر خوشه گردشگری رفسنجان

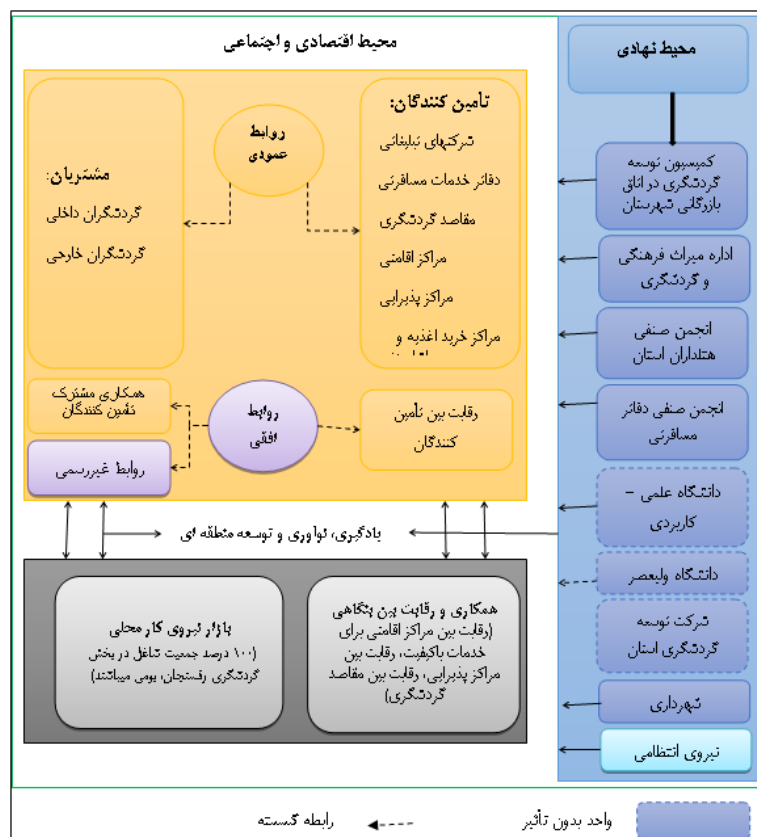
عنصر	رقبای بومی / محلی	رقبای استانی	سایر استان‌ها
دفاتر خدمات مسافرتی	*		
مراکز اقامتی و پذیرایی	*		
پدیده‌ها و مقاصد گردشگر	*	*	*

محیط نهادی (نهادهای و مؤسسات حمایتی)

اداره میراث فرهنگی و گردشگری، شرکت توسعه گردشگری استان، انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی، انجمن هتلداران استان کرمان، سازمان فنی و حرفه‌ای، شهرداری، دانشگاه علمی و کاربردی کرمان (دپارتمان هتلداری و گردشگری)، اداره راه و شهرسازی، مجتمع آموزش عالی بزم (گروه علمی جهانگردی و هتل داری)، بانکها و مؤسسات مالی. گروه هتلداری و جهانگردی در دانشگاه علمی - کاربردی کرمان دایر است و مدیر هتل جهانگردی رفسنجان به ارتباط جسته و گریخته و مشورت با اعضای علمی این گروه را اظهار می‌کند. سایر شرکت‌کننده‌ها به این موضوع واکنشی نشان ندادند. انجمن هتلداران استان به عناصر اقامتی موجود در بخش مرکزی رفسنجان خدماتی از جمله برگزاری دوره‌های هتلداری و میزبانی ارائه می‌دهد. همچنین مدیر خانه بوم-گردی نیز آموزش‌های اداره میراث فرهنگی شهرستان مطرح کرد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که اعضای گروه مشارکت‌کننده با شرکت توسعه گردشگری استان رابطه‌ای برقرار نکرده‌اند و تنها مدیر یک واحد اقامتی (هتل جهانگردی) به ارتباط با این شرکت اشاره داشتند.

نیروی کار محلی

نیروی کار خوشه عبارت‌اند از: شاغلان مستقیم در مراکز اقامتی و پذیرایی، مراکز مجاز و مورد بازدید گردشگران داخلی و خارجی، بهره‌برداران، فعالین بخش حمل‌ونقل (دفاتر خدمات مسافرتی)، فعالین بخش تولید سوغات و صنایع دستی. نتایج حاصل از پرسشنامه‌های خوشه گردشگری و مصاحبه با فعالین بخش نشان داد ۱۰۰ درصد فعالین واحدهای مختلف سطوح این خوشه محلی بوده و از شهر رفسنجان و روستاهای بخش مرکزی می‌باشند. اشتغال تبعی ایجادشده توسط بخش گردشگری را نیز طبق ادبیات توسعه گردشگری بومیان تشکیل خواهند داد. با توجه به مدل ویژگی‌ها و عناصر خوشه (فلیپ کوک، ۲۰۰۲: ۸۸) می‌توان برای خوشه گردشگری بخش مرکزی شهرستان رفسنجان مدل زیر را رسم کرد.



شکل ۳. ویژگی‌ها و عناصر اصلی خوشه گردشگری رفسنجان

(اقتباس از: داداش‌پور، ۱۳۸۸)

روابط بین عناصر مختلف خوشه باکمی سازی نتایج حاصل از پرسشنامه و مصاحبه‌های میدانی در نرم‌افزار Node XL وارد شد و گراف شبکه این خوشه به دست آمد. شاخص‌های کلان مبین گراف جریان‌های روابط بین عناصر موجود خوشه گردشگری رفسنجان را نشان می‌دهد. این گراف در زمره گراف‌های جهت‌دار به شمار می‌رود. جهت‌دار بودن گراف بدین معناست که علاوه بر وجود ارتباط میان دو عنصر، جهت جریان جاری بین این دو عنصر نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. این گراف مشتمل بر ۱۳ رأس (گره، تارک) می‌باشد که عناصر این خوشه، گردشگران داخلی و خارجی، مراکز اقامتی / پذیرایی، مراکز پذیرایی، انجمن هتلداران استان، دفاتر خدمات مسافرتی، انجمن دفاتر مسافرتی استان، مقاصد گردشگری شامل خانه‌های بوم‌گردی، دره راگه، ناحیه اکوتوریستی دره جوز و دره دران، شرکت توسعه گردشگری استان، اداره میراث فرهنگی و گردشگری، مراکز و نمایشگاه عرضه صنایع دستی و سوغات، حمل‌ونقل محلی، نهادهای تحقیقاتی را تشکیل می‌دهند. علاوه بر این، گراف واجد ۲۴ یال می‌باشد. ۲۴ رابطه بین عناصر برقرار است که تنها ۲ جریان بصورت دو طرفه بوده و باهم جفت شده‌اند سایر عناصر بصورت جزیره‌ای عمل کرده‌اند.

جدول ۶

جریان‌های بین عناصر خوشه گردشگری رفسنجان

تعداد	نوع گراف
۱۳	رئوس
۲۲	لبه‌های منحصر به فرد
۲	لبه‌ها با موارد تکراری
۲۴	مجموع لبه‌ها
۰	حلقه‌های خود
۰/۱۵	نسبت جفت رأس متقابل
۰/۲۶	نسبت لبه متقابل
۱	اجزای متصل
۰	اجزای متصل تک رأس
۱۳	حداکثر رئوس در یک مؤلفه متصل
۲۴	حداکثر لبه‌ها در یک جزء متصل
۴	حداکثر فاصله ژئودزیکی (قطر)
۲/۰۴	فاصله ژئودزیکی متوسط
۰/۱۴	چگالی نمودار

شاخص نسبت رئوس جفت شده و همچنین نسبت یال‌های دارای جریان دوسویه هر دو از مقادیر نسبتاً پایینی (کمتر از ۰٫۱) برخوردارند که این امر نشان می‌دهد ماهیت روابط بین عناصر خوشه با جریان‌های یک‌سویه اتفاق می‌افتد. به عبارت دیگر همکاری افقی و عمودی بین عناصر این خوشه ضعیف است.

شاخص‌های خرد تحلیل شبکه، گراف جریان‌های داخلی افراد را به تفکیک عناصر نشان می‌دهد در این روابط تمرکز شدیدی مشاهده نمی‌شود و به جز گردشگران خارجی و داخلی، شرکت توسعه گردشگری استان در سایر عناصر درجه درونی ثبت شده وجود دارد که حداکثر آن (۴) متعلق به مقاصد گردشگری و مراکز اقامتی و پذیرایی است. حمل‌ونقل محلی، انجمن دفاتر خدمات مسافرتی و شرکت‌های تبلیغاتی به سایر عناصر مراجعه‌ای نداشته و رابطه‌ای برقرار نکرده‌اند که با درجه بیرونی "صفر" نشان داده شده‌اند.

جدول ۷

شاخص‌های خرد جریان‌های بین عناصر خوشه گردشگری رفسنجان

مؤلفه	In-Degree	Out-Degree	Betweenness Centrality	Closeness Centrality	Eigenvector Centrality	PageRank	Clustering Coefficient	Reciprocated Vertex Pair Ratio
مراکز اقامتی / پذیرایی	۴	۳	۴۲/۳۳۳	۰/۰۴۸	۰/۱۱۱	۱/۶۶۳	۰/۱۰۰	۰/۴۰۰
دفاتر خدمات مسافرتی	۳	۲	۲۲/۳۳۳	۰/۰۴۵	۰/۱۰۵	۱/۲۹۶	۰/۱۶۷	۰/۲۵۰
مراکز پذیرایی	۲	۱	۰/۳۳۳	۰/۰۳۸	۰/۰۹۴	۰/۹۱۰	۰/۳۳۳	۰/۰۰۰
حمل و نقل محلی	۳	۰	۰/۳۳۳	۰/۰۳۸	۰/۰۹۴	۰/۹۱۰	۰/۳۳۳	۰/۰۰۰
مقاصد گردشگری	۴	۱	۳۱/۳۳۳	۰/۰۴۳	۰/۰۸۷	۱/۳۱۳	۰/۰۰۰	۰/۲۵۰
گردشگر داخلی	۰	۶	۳۹/۳۳۳	۰/۰۵۶	۰/۱۴۲	۱/۷۷۱	۰/۱۰۰	۰/۰۰۰
گردشگر خارجی	۰	۶	۳۹/۳۳۳	۰/۰۵۶	۰/۱۴۲	۱/۷۷۱	۰/۱۰۰	۰/۰۰۰
انجمن هتلداران استان	۱	۱	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۰۲۸	۰/۴۳۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰
انجمن دفاتر خدمات مسافرتی	۱	۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۰	۰/۰۲۶	۰/۴۲۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
شرکت توسعه گردشگری استان	۰	۱	۰/۰۰۰	۰/۰۲۹	۰/۰۲۲	۰/۴۲۹	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
میراث فرهنگی و گردشگری	۲	۱	۱/۳۳۳	۰/۰۳۱	۰/۰۴۲	۰/۶۹۸	۰/۰۰۰	۰/۵۰۰
شرکت تبلیغاتی	۱	۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	۰/۰۲۸	۰/۴۳۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
مراکز / نمایشگاه عرضه صنایع دستی و سوغات	۲	۱	۹/۳۳۳	۰/۰۴۰	۰/۰۸۱	۰/۹۴۸	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به این که حداکثر مقدار قابل محاسبه برای تراکم شبکه برابر ۱ می‌تواند باشد و مقدار ۰/۳۰۷ با آن فاصله دارد. می‌توان ادعا کرد که شبکه می‌تواند از نوع تور باشد. در این شکل از شبکه چند رأس حالت مرکزیت پیدا می‌کنند و با رئوس دیگر نیز جریان برقرار است. اگرچه در شکل به‌دست‌آمده رئوس مربوط به مقاصد گردشگری و گردشگران حجم بیشتری از جریان را به خود اختصاص می‌دهند. همین امر یکی از کاستی‌های خوشه گردشگری بخش مرکزی رفسنجان است که سایر عناصر از جمله آژانس‌های مسافرتی و تورگردانی، نهادهای پشتیبان و تحقیقاتی، تبلیغاتی، مراکز تولید و عرضه صنایع دستی و سوغات از روابط بین بنگاهی این خوشه غایب بوده و ارزش افزوده‌ای کمتری نصیب ناحیه می‌شود. در گراف روابط و جریان‌های این خوشه نهادهای پشتیبان / تحقیقاتی کمترین نقش را ایفا می‌کنند. دپارتمان علمی جهانگردی و هتلداری در دانشگاه جامع علمی - کاربردی کرمان و بم و گروه ایران‌شناسی دانشگاه ولیعصر می‌توانند در توسعه این خوشه اثرگذار باشند که در حال حاضر تأثیری در خوشه نگذاشته‌اند.

با توجه به اینکه حداکثر فاصله ژئودزیک در گراف روابط عناصر خوشه برابر ۴ می‌باشد، شاخص مرکزیت، نزدیکی تمام عناصر خوشه را بیان می‌کند. در گراف روابط بین عناصر خوشه گردشگری رفسنجان، از بین ۱۳ عنصر موجود مرکز مشخصی بیشترین جریان‌ها را متوجه خود نمی‌سازد. این امر از خاصیت اثرگذاری گردشگری بر بخش‌های مختلف و واحدهای اقتصادی متعدد است. اگرچه مقاصد گردشگری به‌عنوان تارک بیشترین جریان درونی را دارند و گردشگران خارجی و داخلی با درجه بیرونی ۶ بیشترین جریان بیرونی این خوشه را به خود اختصاص داده‌اند. با توجه جدول شاخص‌های جزئی گراف جریان‌ها، شاخص مرکزیت گراف از فرمول زیر محاسبه شد.

$$\text{تعداد یالهای موجود} = \frac{\text{تعداد یالهای ممکن}}{\text{تعداد یالهای ممکن}}$$

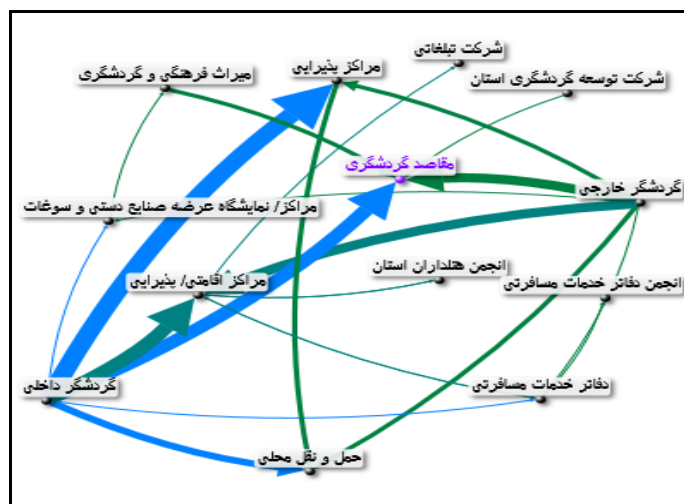
$$\text{تعداد یالهای ممکن نیز از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود.}$$

$$\text{تعداد یالهای ممکن} = \frac{(1 - \text{تعداد رئوس})}{2}$$

گراف جریان بین عناصر خوشه، دارای ۱۳ رأس و تعداد ۲۴ یال است. بر اساس آن، تراکم این شبکه از طریق فرمول زیر برابر ۰,۳۰۷، به دست آمده است:

$$\text{تعداد یالهای ممکن} = \frac{13 \times 12}{2} = 78$$

$$\text{شاخص تراکم شبکه} = \frac{24}{78} = 0.307$$



شکل ۴. گراف جریان بین عناصر خوشه گردشگری رفسنجان

پیوندهای افقی و عمودی محکمی بین حلقه‌های مختلف شکل نگرفته است. چنین نواقصی قسمتی از ارزش افزوده را از بخش مرکزی خارج می‌کند. مثلاً نهادهای پشتیبان و نهادهای تحقیقاتی و تبلیغاتی فعالیت ندارند. تنها انجمن هتلداران استان به کارکنان واحدهای عضو دوره‌های آموزشی میزبانی و هتلداری برگزار می‌کند. گروه ایران‌شناسی دانشگاه ولیعصر رفسنجان در گردشگری این شهرستان تحقیقات کاربردی انجام نداده است. دانشگاه علمی - کاربردی و سازمان فنی و حرفه‌ای نیز در آموزش کارکنان عناصر این خوشه فعالیت ثبت‌شده‌ای ندارد. از سوی دیگر مراکز غیرمجاز برگزاری تور آژانس‌های مسافرتی منافع عناصر موجود را به خطر انداخته‌اند. حمل‌ونقل محلی به‌ویژه در میزبانی از گردشگران خارجی با هیچ‌یک از عناصر و نهادهای پشتیبان رابطه‌ای ندارد.

تحلیل سلسله مراتبی از عوامل و راهبردهای مؤثر بر تشکیل و تقویت خوشه

کارشناسان گروه دلفی و مدیران واحدهای خوشه گردشگری زیر عامل‌های معیارهای اصلی را در ۹ طیف (از مرجح تا نامرجح) رتبه‌بندی کردند. جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Expert Choice استفاده شد. ابتدا مدل اولیه سلسله مراتبی شامل هدف اصلی، معیارها، زیر معیارها و گزینه‌های استخراج‌شده ترسیم شد. مقایسه‌های زوجی انجام گرفته توسط کارشناسان و مدیران واحدهای خوشه، وارد نرم‌افزار گردید و خروجی‌های آن در قالب جدول و نمودارهای مختلف گزارش گردید.

برای خوشه گردشگری رفسنجان پنج معیار اصلی (شامل ۳۵ زیر معیار) عبارت بودند از: تمرکز جغرافیایی (۸ زیر معیار)، شرایط تقاضا (۷ زیر معیار)، ارتباطات بین بنگاهی (۵ زیر معیار)، نهادها و زیرساخت‌ها (۱۰ زیر معیار) و استراتژی / ساختار (۵ زیر معیار)

ب- وزن معیارها نسبت به هدف

وزن معیارهای اصلی پنج‌گانه نسبت به هدف مورد ارزیابی قرار گرفت. معیار "شرایط تقاضا" یا (ورود گردشگران) با وزن ۰,۴۲۷، بالاترین رتبه را دارد و معیارهای ارتباطات بین بنگاهی؛ نهادها و زیرساخت‌ها در رتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. استراتژی / ساختار بنگاه‌ها در هدف تعیین شده در پایین‌ترین موقعیت (وزن ۰,۰۶۶) قرار می‌گیرد. همچنین ضریب ناسازگاری نیز کمتر از ۰,۱ محاسبه شد که نشانگر پایایی روش است.

جدول ۸

وزن معیارهای اصلی خوشه گردشگری نسبت به هدف

وزن	معیار
۰,۱۱۱	تمرکز جغرافیایی
۰,۴۳۷	شرایط تقاضا
۰,۲۰۶	ارتباطات بین بنگاهی
۰,۱۸۹	نهادهای زیرساختها
۰,۰۶۶	ساختار/ استراتژی

گروه دلفی و کارشناسان، آلترناتیوهای (استراتژیهای) سه گانه تقویت خوشه گردشگری بخش مرکزی شهرستان رفسنجان را چنین مشخص کردند:

۱) ساماندهی جاذبهها (کارشناسان و گروه دلفی از این استراتژی، "تجهیز و مرمت یا نوسازی جاذبههای توریستی، ثبت رسمی، مجوز، نظارت سازمان متولی، خدمات جانبی در جاذبههای گردشگری" را مدنظر داشتند).

۲) ارتقا زیرساختهای نرم (امنیت، سیاستهای اقتصادی و گردشگری، اتحادیه صنفی، تسهیلات بانکی، دانشگاه و مراکز علمی و تحقیقاتی مرتبط را مدنظر داشتند).

۳) ارتقا زیرساختهای سخت (منظور گروه دلفی از زیرساختهای سخت عبارت بود از: راههای ارتباطی زمینی، فرودگاه، مخابرات و سیستم ارتباطی، خدمات رفاهی).

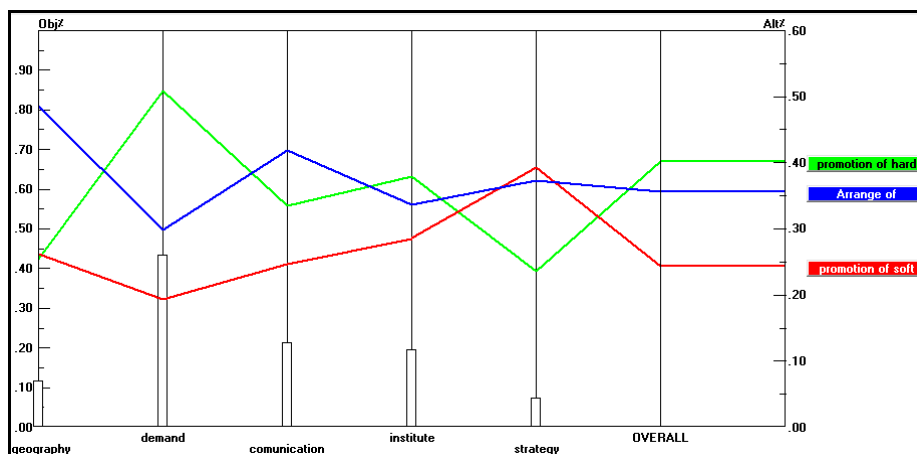
نتایج تحلیل سلسله مراتبی نشان می دهد که ارتقاء زیرساختهای سخت و ساماندهی جاذبههای گردشگری بخش مرکزی رفسنجان به ترتیب با وزن ۰/۴۰۱ و ۰/۳۵۶ وزن بالایی در توسعه خوشه گردشگری خواهد داشت.

جدول ۹

اولویت استراتژیها/ آلترناتیوهای خوشه گردشگری رفسنجان

استراتژی	ساماندهی جاذبهها	ارتقا زیرساختهای نرم	ارتقا زیرساختهای سخت
امتیاز	۰/۳۵۶	۰/۲۴۳	۰/۴۰۱

نمودار حساسیت کارایی نیز نشان می دهد که چگونه گزینهها نسبت به گزینههای دیگر با توجه به معیارها و همچنین حالت کلی اهمیت بندی شده اند.



شکل ۵. حساسیت کارایی معیارهای خوشه گردشگری رفسنجان

نتیجه گیری

گردشگری دارای ماهیت پیچیده‌ای است؛ متشکل از سازمان‌های خدماتی حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها و خدمات پذیرایی، بخش دولتی، خصوصی، سازمان‌های ملی و منطقه‌ای گردشگری، سازمان‌های مقصد، مسئولان محلی، جاذبه‌ها، دفترهای خدمات مسافرتی و متصدیان گشت؛ که هر کدام دارای اهدافی هستند. توسعه گردشگری در قالب خوشه، هماهنگی و ارتباطات سازمانی و بین سازمانی را افزایش و بسیاری از موازی کارها را کاهش می‌دهد. در صورتی که ایجاد همکاری متقابل بین تأمین‌کنندگان و کلیه مشاغل گردشگری به کاهش هزینه‌ها، ارائه بهتر و سریع‌تر خدمات منجر می‌شود. پورتر خوشه‌ها را تمرکز فضایی شرکت‌های بهم‌پیوسته، تأمین‌کنندگان تخصص و خدمات برای بنگاه‌ها در صنایع مرتبط و نهادهای مربوط (دانشگاه‌ها، مؤسسات استاندارد و انجمن‌های بازرگانی) تعریف می‌کند که در همان حال که با بنگاه‌های دیگر رقابت می‌کنند، با آن‌ها همکاری نیز دارند. خوشه‌ها بسته به عمق و پیچیدگی‌شان، می‌توانند فرم‌های متنوعی داشته باشند، ولی بیشتر این خوشه‌ها شامل شرکت‌های تولیدکننده محصول نهایی خدماتی، تأمین‌کنندگان نهادهای تخصصی، قطعات، ماشین‌ها و خدمات، نهادهای مالی و بنگاه‌ها در صنایع مرتبط است. توسعه خوشه گردشگری به‌عنوان رویکردی جدید در توسعه گردشگری نواحی روستایی و شهری پیشنهاد شده است. آنچه اهمیت دارد مؤلفه‌های توسعه گردشگری در یک مجموعه شبکه‌ای و بهم‌پیوسته به‌صورت افقی و عمودی بایستی کار کنند و نهادها و سازمان‌های مربوطه همبستگی لازم را داشته باشند. در پژوهش حاضر به بررسی ساختار افقی، عمودی و مؤلفه‌های خوشه گردشگری در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان رفسنجان پرداخته شد. نتایج نشان داد که در سطح بخش مرکزی، جاذبه‌های مهم و بااهمیتی وجود دارد که سالانه گردشگرانی از آن‌ها بازدید کرده و از امکانات موجود در سطح بخش استفاده می‌کنند. اما رابطه بین نهادهای مرتبط با گردشگری در سطح بخش بسیار ضعیف است و با همدیگر در جهت تقویت همکاری و هم‌افزایی هماهنگی‌های لازم را ندارند این نتیجه با یافته‌های اوکچ و همکاران (۲۰۱۲) همخوانی داشته و مطابقت دارد. اما از نظر استفاده از نیروی کار در مراکز گردشگری بخش مرکزی وضعیت خوبی دارد و همه نیروی کار موردنیاز از نیروهای محلی هستند و از این منظر وضعیت خوبی دارد. تحلیل شبکه‌ای نشان داد که بیشترین ارتباط بین گردشگر خارجی و داخلی با مقاصد گردشگری و واحدهای اقامتی است. در این بین نهادهای مدیریت گردشگری، واحدهای تکمیلی گردشگری، مراکز آموزشی، انجمن‌ها، دفاتر خدماتی و ... کمترین ارتباط شبکه‌ای و دوسویه باهم دیگر دارند. به‌طور کلی خوشه گردشگری در محدوده مورد مطالعه به‌طور کامل وجود ندارد، اما با توجه به وجود جاذبه‌های گردشگری طبیعی، تاریخی و فرهنگی موجود در بخش مرکزی رفسنجان و نهادها سازمان‌های موجود، امکان توسعه خوشه گردشگری وجود دارد. توسعه خوشه گردشگری در این به بخش می‌توان به اجرای راهبرد تنوع‌بخشی اشتغال روستایی کند و بخش مرکزی رفسنجان از وابستگی شدید به باغات پسته تا حدی دور کند و در نهایت تاب‌آوری اقتصادی این بخش افزایش پیدا کند این نتیجه با مطالعه انوری و همکاران (۱۳۹۱) مطابقت دارد. یکی دیگر از نتایج پژوهش حاضر بررسی راهبردهای توسعه خوشه گردشگری است که نتایج نشان می‌دهد که ارتقا زیرساخت‌های سخت، ساماندهی جاذبه‌ها و ارتقا زیرساخت‌های نرم سه راهبرد اصلی جهت توسعه خوشه گردشگری در بخش مرکزی رفسنجان لازم است اجرا شود. در راستای اجرا و تکمیل خوشه گردشگری بخش مرکزی شهرستان رفسنجان پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- شناسایی و ثبت آثار تاریخی و جاذبه‌های گردشگری ثبت‌نشده
- نوسازی و بهسازی محوطه و فضای جاذبه‌های گردشگری
- بهبود شبکه دسترسی جاده‌ای، ریلی و هوایی
- ایجاد و توسعه امکانات و فضاهای رفاهی برای گردشگران
- توسعه و تجهیز خانه‌های بوم گردی
- ایجاد و بهبود زیرساخت‌های نرم گردشگری
- توسعه خدمات مجازی و اینترنتی فضاهای گردشگری
- ایجاد و توسعه واحدهای مکمل گردشگری
- ساماندهی وسایل حمل‌ونقل در محورهای گردشگری
- ایجاد هماهنگی بین آژانس‌های مسافرتی با صاحبان هتل و خانه‌های بوم گردی
- برگزاری کارگاه آموزشی برخورد با گردشگران برای جامعه محلی در محورهای گردشگری

- ایجاد و راهاندازی پایگاه مجازی گردشگری منظومه
- تقویت پوشش شبکه تلفن همراه و اینترنت در فضاهای گردشگری

سپاسگزاری

از آقای مهندس اردلان حسینی مدیرعامل شرکت مهندسی مشاور آسو شهر میدیا که در تکمیل داده‌های مقاله همکاری کردند کمال تشکر را داریم.

منابع

- اشمیتز، هوبرت (۲۰۰۲). خوشه‌های صنعتی (رویکردی نوین در توسعه صنعتی). ترجمه عباس مخبر و عباس زندیاف. تهران: انتشارات طرح نو. پاسبانی، محمد و حجتی، رسول (۱۳۸۸). مطالعه روش توسعه خوشه صنعتی با رویکرد UNIDO در SME (مطالعه موردی تولید کنندگان قطعات خودرو استان آذربایجان شرقی). مدیریت صنعتی، ۴ (۸)، ۳۱-۵۳.
- پژوهشکده چشم انداز و آینده پژوهی. بررسی تطبیقی برنامه جامع گردشگری کشورهای پیشرو به منظور ارائه پیشنهادات عملی در خصوص اهداف و اولویتهای کلیدی توسعه در تدوین "برنامه جامع گردشگری کشور". پژوهشکده چشم انداز و آینده پژوهی، ۱۳۹۷.
- حسینی نژاد، رامین و دریاباری، سید جمال‌الدین. (۱۳۹۶). بررسی نقش گردشگری در توسعه پایدار منطقه‌ای (نمونه موردی: گردشگری سلامت استان اردبیل)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۷ (۳)، ۵۵-۶۳.
- داداش پور، هاشم (۱۳۸۸). خوشه‌های صنعتی، یادگیری، نوآوری و توسعه منطقه‌ای، راهبرد یاس، ۱۸، ۵۳-۷۲.
- رضاقلی‌زاده، مهدیه. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری بر مثلث فقر، نابرابری و رشد اقتصادی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۳۶، ۱۲۵-۱۶۰.
- سلطانی، سحر، افسانه زارعی، و پارساپور، سارا. تدوین نقشه خوشه گردشگری شهر مشهد با توجه به نقشه خوشه گردشگری شکل گرفته در سایر نقاط دنیا. اولین همایش بین‌المللی اقتصاد شهری (با رویکرد اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل). انجمن اقتصاد شهری ایران، ۱۳۹۵. صص ۱-۱۱.
- شکویی، حسین. (۱۳۸۶). اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا. جلد اول، چاپ یازدهم، تهران: مؤسسه جغرافیایی و کارتوگرافی گیتاشناسی.
- صابری، امیر، توکلی‌نیا، جملیه و رضویان، محمدتقی (۱۳۹۸). ارزیابی ظرفیت یکپارچه مدیریت توسعه گردشگری شهرستان کاشان. مطالعات مدیریت گردشگری، ۴۵، ۸۱-۱۰۳.
- ضرغام، حمید و حاجی محمدامینی، صمد. خوشه‌های گردشگری (از نظریه تا عمل). دفتر پژوهشهای فرهنگی، ۱۳۹۴.
- ضرغام، حمید، حاجی محمد امینی، صمد. (۱۳۹۰). امکان سنجی خوشه‌های گردشگری در شهرستان بندر انزلی، مدیریت مطالعات گردشگری، ۱۴، ۱۲۳-۹.
- رجب پور، حسین و ستاری فر، محمد (۱۳۹۲). بررسی اثر توسعه خوشه‌های صنعتی بر کارایی و مزیت رقابتی بنگاه‌های کوچک و متوسط SMEs مطالعه موردی: خوشه فرآوری سنگ تهران، اقتصاد و توسعه منطقه‌ای، ۲۰ (۶)، ۸۲-۵۴.
- مجیدی، جهانگیر و شادابی، بهرام. (۱۳۸۲). همکاری صنایع خوشه صنعتی توسعه پایدار. تهران: انتشارات هزاران، وزارت صنایع، شرکت شهرکهای صنعتی ایران.
- منافی‌آذر، رضا، نظری، عبدالحمید و ملک‌زاده چوبقلو، علی. (۱۳۹۱). امکان سنجی توان اکوتوریسم در توسعه پایدار روستایی با استفاده از مدل راهبردی SWOT (مطالعه موردی بخش باروق شهرستان میاندوآب)، اولین همایش ملی توسعه روستایی و کشاورزی، پیرانشهر، دانشگاه پیام‌نور پیرانشهر.
- منصوری، حسین. (۱۳۷۸). پروژه‌های توسعه خوشه‌های (برنامه‌ها و دستاوردها). تهران: سازمان صنایع کوچک و متوسط.
- هادی نوز، بهروز و برمکی، افشین. (۱۳۹۰). شناسایی خوشه‌های صنعتی استان تهران. فصلنامه اقتصاد مقداری، ۸ (۱)، ۱-۲۲.

References

- Arsezen-Otamisa, P., & Yuzbasioglu, N. (2013). Analysis of Antalya tourism cluster perceived performance with structural equation model. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 99, 682-690.
- Barkley, D. L., & Henry, M. S. (1997). Rural industrial development: to cluster or not to cluster?. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 19(2), 308-325.
- Capone, F. (2004). Regional Competitiveness in Tourism local Systems. 44th European Congress of the European Regional Science Association, Regions and Fiscal Federalism, Universidad the Porto.

- Dadashopour, H. (2009). Industrial Clusters, Learning, Innovation and Regional Development. *Yas Strategy*, 18, 53-72.
- Diniz, S. R., Falleiro, S. P., & De Barros, M. M. (2014). Local residents' perception of the psycho-social and economic impact of tourism in Goa. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(11), 1-7.
- EOCIC (2019). Cluster programmes in Europe and beyond. European Observatory for Clusters and Industrial Change, Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2019
- Estevão, C., & Ferreira, J. (2009). The tourism clusters role in regional development: presenting a competitiveness conceptual model. *Tourism Destination: Development and Branding*, 127-139.
- Estevão, C., & Ferreira, J. (2009). The tourism clusters role in regional development: presenting a competitiveness conceptual model. *Tourism Destination: Development and Branding*, 127-139.
- Gallub, A., Hoisier & G.Woo, Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages, 2008.
- Hadi Zanouz, B. & Barmaki, A. (2011). Identification of industrial clusters in Tehran province. *Quantitative Economics Quarterly*, 8(1), 1-22.(In Persian)
- Hosseini Nejad, R. & Daryabari, S. J. (2017). Investigating the Role of Tourism in Sustainable Regional Development (Case Study: Ardabil Health Tourism). *Geography Quarterly (Regional Planning)*, 7(3), 55-63.(In Persian)
- Kachniewska, M. (2013). Towards the definition of a tourism cluster. *Journal of entrepreneurship, management and innovation*, 9(1), 33-56.
- Kořveková, G., Liptáková, E., Štrba, L., Kršák, B., Sidor, C., Cehlár, M., ... & Behún, M. (2019). Regional tourism clustering based on the three Ps of the sustainability services marketing matrix: An example of central and eastern European countries. *Sustainability*, 11(2), 400.
- Majidi, J. & Shadabi, B. (2003). *Cooperation of industrial clusters, sustainable development*. Hazaran Publications, Ministry of Industry, Iran Industrial Towns Company.(In Persian).
- Mansoori, H. (2008). *Cluster development projects (programs and achievements)*. Small and Medium Industries Organization.(In Persian).
- Melisidou, S., Papageorgiou, A., Papayiannis, D., & Varvaressos, S. (2014). Tourism clusters as a potentially effective tool for local development and sustainability. *Journal of Tourism Research*, 9, 218-232.
- Monafi Azar, R., Nazari, A. & Malekzadeh Choobqloo, A. (2012). Feasibility study of ecotourism potential in sustainable rural development using SWOT strategic model (case study of Barouk section of Miandoab city), the first national conference on rural development and agriculture, Piranshahr, Payame Noor University of Piranshahr.
- Nordin, S. (2003). Tourism Clustering & Innovation. European Tourism Research Institute, Mid-Sweden University, Sweden.
- Pasbani, M. & Haji, R. (2009). Study of industrial cluster development method with UNIDO approach in SME (Case study of auto parts manufacturers in East Azerbaijan province). *Industrial Management*, 4(8), 31-53. (In Persian).
- Porter, M.E. (2001). Cluster Innovation: Regional Foundation of U.S.
- Rajabpour, H. & Mohammad S. (2013). The effect of industrial cluster development on the efficiency and competitive advantage of small and medium enterprises SMEs Case study: Tehran stone processing cluster. *Journals Of Regional Economics And Development*, 20(6), 82-54. (In Persian)
- Rezaghilizadeh, M. (2016). Investigating the Impact of Tourism on the Triangle of Poverty, Inequality and Economic Growth. *Tourism Management Studies*, 36, 125-160.(In Persian)
- Saberi, A., Tavakolnia, J. & Razavian, M.T. (2018). Assessing the Integrated Capacity of Kashan Tourism Development Management. *Tourism Management Studies*, 45, 81-103.(In Persian)
- Santos, C., Almeida, A., & Teixeira, A. A. (2008). *Searching for clusters in tourism. A quantitative methodological proposal* (No. 293). Universidade do Porto, Faculdade de Economia do Porto.
- Schmidz, Hubert (2002). *Industrial Clusters (A New Approach in Industrial Development)*, Translate by: Abbas Mokhber, Abbas Zandbaf. New design publications (In Persian).
- Shokouei, H., (2007). *New Thoughts in the Philosophy of Geography*. Firth Volume, 11th Edition, Tehran: Institute of Geography and Cartography of Geology.(In Persian).
- Soltani, S., Zarei, A., & Parsapour, S. (2016). Compiling a map of the tourism cluster of Mashhad according to the map of the tourism cluster formed in other parts of the world. The first international conference on urban economics (with the approach of resistance economics, action and practice). Iranian Urban Economy Association. pp. 1-11.(In Persian).

- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of tourism research*, 39(3), 1653-1682.
- Stimson, R. J., Stough, R. R., & Roberts, B. H. (2006). *Regional economic development: analysis and planning strategy*. Springer Science & Business Media.
- Stratan, A., Perciun, R., & Gribincea, C. (2015). Identifying cultural tourism potentials in republic of moldova through cultural consumption among tourists. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 188, 116-121.
- UNWTO, World Tourism fact book. The World Tourism Organization, 2010.
- Vision and Future Research Institute. (2018). *Comparative study of the comprehensive tourism plan of leading countries in order to provide practical suggestions on the key goals and priorities of development in the development of the comprehensive tourism plan of the country*. Vision and Future Research Institute. (In Persian)
- Zargham, H., & Haji Mohammad Amini, S. (2010). Feasibility study of tourism cluster in Bandar Anzali city. *Journal of Tourism Studies*, 93-123.(In Persian)
- Zargham, H., & Haji Mohammad Amini, S. (2015). *Tourism clusters (from theory to practice)*. Cultural Research Office.(In Persian)

How to Cite:

Mafakheri, L., Ghadermarzi, H. (2021). Assessing the institutional structure of tourism business clusters in rural areas (Case study: central part of Rafsanjan City). *Geographical Engineering of Territory*, 5(2), 245-261.

ارجاع به این مقاله:

مفاخری، لیلا و قادرمرزی، حامد. (۱۴۰۰). ارزیابی ساختار نهادی-سازمانی خوشه کسب و کار گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان رفسنجان). *مهندسی جغرافیایی سرزمین*، ۵(۲)، ۲۴۵-۲۶۱.