

تدوین استراتژی صنعت گردشگری شهر اصفهان با استفاده از تحلیل شبکه‌های اجتماعی

علی محمد احمدوند^{*}، محمد فاتحی^{**}، سید میلاد طهماسبی^{***}

^{*}استاد گروه مهندسی صنایع، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی ایوانکی؛ am.ahmadvand@eyc.ac.ir

^{**}دانشجوی کارشناسی ارشد مهندسی صنایع، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی ایوانکی؛ fatehi17@yahoo.com

^{***}دانشجوی کارشناسی ارشد آمار، دانشگاه خوارزمی؛ seyedmiladtahmasebi@gmail.com

چکیده

قرن بیست و یکم، سده بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری ارزشمند در بخش‌های خدماتی به ویژه گردشگری است. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌دانند. صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نیز می‌نامند. پیش‌بینی می‌شود این صنعت در سال ۲۰۲۰ میلادی به صنعت نخست جهان تبدیل شود. بیشتر تحقیقات صورت گرفته در حوزه گردشگری به جنبه‌های جامعه‌شناسی، جغرافیایی و مدیریتی آن پرداخته و برای مطالعه و برنامه‌ریزی سیستم‌های گردشگری کمتر از رویکردهای کمی و ریاضی و مدل‌سازی ریاضی استفاده شده است.

این تحقیق، تکنیک‌ها و مقیاس‌هایی از تجزیه و تحلیل شبکه را که برای بررسی مشخصه‌های ساختاری اجزای شبکه مناسب هستند، معرفی نموده و ضمن تعمیم آن به صنعت گردشگری، یک متدولوژی برای واکافت شبکه مقاصد گردشگری ارائه می‌دهد. سپس این مقیاس‌ها را برای شبکه مکان‌های دیدنی شهر اصفهان به عنوان یکی از مناطق معروف گردشگری در کشور ایران، اندازه‌گیری نموده و نتایج آن را تحلیل می‌کند.

کلمات کلیدی

تحلیل شبکه‌های اجتماعی، مدیریت مقاصد گردشگری، سیستم گردشگری، حمل و نقل عمومی بین شهری

City tourism strategy using social network analysis

A.M.Ahmadvand, M.Fatehi, S.M.Tahmasebi

ABSTRACT

Twenty-first century, the century the use of valuable business opportunities in the service sector, especially tourism.

This study presents a quantitative method for investigating the network characteristics of drive tourism destinations with the help of methodologies derived from the network analysis, which offers numerous techniques and indicators through measuring the links among nodes to demonstrate the structural patterns of connected systems. More precisely, this investigation acquires the structural configuration of each destination within a particular area by measuring the indicators of network analysis, including degree centrality, closeness centrality, betweenness centrality and structural holes.

KEYWORDS

Social network analysis; Tourism system; Managemet of tourism destinations; Public transport between cities

۱- مقدمه

یکی از موضوعاتی که امروزه توجه بسیاری از محققین صنعت گردشگری را به خود جلب نموده، بررسی مشخصه مقاصد گردشگری و توسعه آنها است. [1][2][3] مقاصد گردشگری به عنوان مهمترین محصولات صنعت گردشگری محسوب می‌شوند که دارای متغیرها و محدودیت‌های

^۱ محمد فاتحی، خیابان نشاط، کوچه ۱۴، همراه ۰۹۱۳۱۰۱۹۱۱۰