

بسم الله الرحمن الرحيم

تحلیل سبک در کردستانی

تألیف و ترجمه

محمدرضا رضوانی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)

مهدی حسام

سیدهادی کریمی

سرشناسه	رضوانی، محمدرضا: ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	تحلیل شبکه در گردشگری / تألیف و ترجمه محمدرضا رضوانی، مهدی حسام، سیدهادی کریمی.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۲۷۶ص: مصور، جدول.
شابک	978-600-7127-23-0:
وضعیت فهرست نویسی	فیبا:
یادداشت	واژه‌نامه
یادداشت	کتابنامه
موضوع	گردشگری - مدیریت
موضوع	برنامه‌ریزی شبکه‌ای
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۳ ع ۱۵۵/G
رده‌بندی دیوبی	۲۳۸/۴۷۹۱:
شماره کتابشناسی ملی	۳۶۴۹۶۵:

نام کتاب: تحلیل شبکه در گردشگری
ترجمه: محمدرضا رضوانی، مهدی حسام و سیدهادی کریمی
ناشر: مهکامه
ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
طرح جلد: حسین مبینی‌پور
حروف چینی: الوهاب
لیتوگرافی: نقش
چاپ و صحافی: اصلانی
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۳
تیراژ: ۵۰۰
قیمت: ۱۳۵۰۰ ریال
شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۲۳-۰

دفتر مرکزی: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰-۳-۶۶۴۸۸۲ فکس: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹
۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی آگاه
تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳ - ۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@Yahoo.com
www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

- ۱- مشهد: کتابفروشی درخشش، تلفن: (۰۵۱۱) ۲۲۵۱۹۲۳
- ۲- شیراز: کتابفروشی خوارزمی، تلفن: (۰۷۱۱) ۶۴۷۳۷۸۱
- ۳- اصفهان: کتابفروشی علم‌گستر، تلفن: (۰۲۱۱) ۲۲۱۹۹۷۸-۹
- ۴- رشت: کتابفروشی وارسته، تلفن: (۰۱۳۱) ۲۲۳۲۶۴۴

فهرست مطالب

فصل ۱ / مفهوم و ابعاد شبکه	۱۵
مقدمه	۱۵
تعریف و مفهوم شبکه	۱۶
تحلیل شبکه	۱۹
سیر تحول مفهوم شبکه	۲۱
فصل ۲ / سیر تحول نظریه‌های شبکه	۲۳
مقدمه	۲۳
شبکه‌ها یا شبکه‌سازی - تعاریف و بحث	۲۸
تحلیل شبکه به عنوان یک رویکرد نظری	۲۹
شبکه به عنوان روش	۳۱
تحولات اخیر در تحلیل شبکه	۳۲
فصل ۳ / مفهوم شبکه در گردشگری	۳۵
مقدمه	۳۵
تعریف و مفهوم گردشگری	۳۷
سامانه گردشگری	۳۸
عنصر تقاضا	۴۰
عنصر حمل و نقل	۴۰
عنصر واسطه‌های گردشگری	۴۱
مقصد گردشگری	۴۲
شبکه‌های مقصد گردشگری	۴۳
تفاوت خوشه و شبکه در گردشگری	۴۴
اهمیت و مزایای خوشه	۴۵

۵۰	شبکه کسب و کارهای کوچک در گردشگری
۵۱	تحلیل اجتماعی
۵۳	شبکه‌ها؛ سازوکاری برای اعتماد
۵۶	اهمیت شبکه‌ها در گردشگری
۵۸	شبکه‌ها در بازاریابی گردشگری
۶۴	ارتباطات در شبکه‌های مقصد گردشگری
۷۰	شبکه حکمروایی در گردشگری
۷۱	شاخص‌های حکمروایی
۷۴	شروط دستیابی به حکمروایی
۷۷	شبکه‌ها و سرمایه اجتماعی
۷۸	شبکه‌ها به عنوان نماینده سیستم‌های پیچیده
۷۹	رویکردهای نو در برنامه‌ریزی گردشگری

فصل ۴ / مشارکت در شبکه‌های گردشگری

۸۳	مقدمه
۸۴	مفهوم مشارکت
۸۵	ویژگی‌های مشارکت
۸۵	سطوح مشارکت
۸۶	مشارکت در گردشگری
۸۹	گروه‌های اصلی شبکه‌های ارزش در صنعت گردشگری منطقه‌ای
۹۱	رویکرد زیست‌محیطی به انواع مشارکت در گردشگری
۹۲	محدودیت منابع

فصل ۵ / شبکه‌های دانش در مقصدهای گردشگری

۹۵	مقدمه
۹۵	اقتصاد دانش‌محور
۹۶	انواع دانش
۹۷	دانش ضمنی
۹۸	دانش آشکار
۹۸	دانش به عنوان یک منبع
۹۹	مدیریت دانش در مقصدهای گردشگری

مدیریت شبکه‌ها.....	۱۰۰
مدلی برای مدیریت دانش در مقصدهای گردشگری.....	۱۰۵
انتقال دانش.....	۱۰۵
انتقال دانش در شبکه‌های مقصد.....	۱۰۶
رویکرد انتقال دانش.....	۱۰۸
مدل‌های انتقال دانش در شبکه‌های مقصد.....	۱۱۰
کاربرد مدیریت دانش در شبکه‌های مقصد.....	۱۱۲
مدیریت دانش در شبکه کسب و کارهای کوچک مقصد.....	۱۱۳
الزامات سیاست گردشگری در مقصدها.....	۱۱۵
فصل ۶ / سیاست شبکه‌ای و حکمروایی گردشگری.....	۱۱۹
مقدمه.....	۱۱۹
سیاست‌گذاری شبکه‌ای.....	۱۲۰
ظهور سیاست شبکه‌ای.....	۱۲۰
تکامل تاریخی نظریه سیاست شبکه‌ای.....	۱۲۲
مزایا و معایب سیاست‌گذاری شبکه‌ای.....	۱۲۵
دولت، شبکه‌ها و منافع عمومی.....	۱۲۶
حکمروایی خوب و چالش سیاست شبکه‌ای.....	۱۲۹
تحقیقات سیاست شبکه‌ای گردشگری.....	۱۳۰
ارتباط شبکه‌ها و حکمروایی خوب در گردشگری.....	۱۳۳
بحث و گفتگو.....	۱۳۵
فصل ۷ / شبکه‌ها در کسب و کارهای کوچک و متوسط گردشگری.....	۱۳۷
مقدمه.....	۱۳۷
ظهور نظریه شبکه در صنعت گردشگری.....	۱۳۸
کارآفرینی گردشگری.....	۱۴۳
ظرفیت شبکه‌ها برای انتقال اطلاعات و نوآوری.....	۱۴۶
فرآیند نوآوری در کسب و کارهای کوچک.....	۱۴۸
ساختار بخش گردشگری در پرتغال: مطالعه موردی.....	۱۴۹
روابط شبکه‌ای رسمی و غیررسمی.....	۱۵۴
نوع و ویژگی‌های روابط بین ذینفعان.....	۱۵۵

۱۵۸.....	اهمیت ایجاد روابط با سایر سازمان‌ها.....
۱۵۹.....	اهمیت وجود شبکه گردشگری.....

فصل ۸ / تحلیل کمی شبکه‌های گردشگری..... ۱۶۳

۱۶۳.....	مقدمه.....
۱۶۳.....	مروری بر روش‌شناسی شبکه گردشگری.....
۱۶۴.....	داده‌های مورد نیاز.....
۱۶۶.....	محتوای ارتباط.....
۱۶۶.....	جهت ارتباط.....
۱۶۷.....	ویژگی‌های ساختاری.....
۱۷۲.....	روش‌های قدیم و جدید جمع‌آوری داده‌ها.....
۱۷۳.....	تعیین کرانه شبکه.....
۱۷۳.....	روش‌ها و تکنیک‌های نمونه‌گیری.....
۱۷۴.....	روش‌های شبکه کامل.....
۱۷۴.....	روش گلوله برفی.....
۱۷۵.....	مبانی ریاضی تحلیل شبکه.....
۱۷۵.....	تحلیل.....
۱۷۸.....	فنون تحلیل.....
۱۸۰.....	نظریه گراف مقدماتی.....
۱۸۶.....	مدل‌های شبکه.....
۱۹۱.....	مسیرهای آینده برای توسعه روش‌شناسی شبکه‌ای.....
۱۹۱.....	فرمول‌های مفید در تحلیل شبکه.....

فصل ۹ / ترسیم شبکه‌های گردشگری..... ۱۹۳

۱۹۳.....	مقدمه.....
۱۹۴.....	انواع فنون ترسیمی.....
۱۹۶.....	تأثیر جغرافیا؛ مطالعه موردی ترسیم شبکه.....
۲۰۲.....	جمع‌آوری داده‌ها.....
۲۰۳.....	ترسیم داده‌های شبکه اجتماعی.....
۲۰۳.....	یافته‌ها.....

فصل ۱۰ / شبکه‌ها و نوآوری در مقصدهای گردشگری ۲۰۷

مقدمه	۲۰۷
نوآوری و رقابت	۲۰۸
نوآوری در گردشگری	۲۰۹
سیستم‌های نوآوری	۲۱۰
مقصد به عنوان یک سیستم محلی نوآوری	۲۱۲
روابط شبکه‌های ارتباطی	۲۱۳
انواع روابط	۲۱۳
داده‌ها	۲۱۴

فصل ۱۱ / شبکه‌های گردشگری در عمل ۲۱۹

مقدمه	۲۱۹
مطالعه موردی در برایت، ون گارانا و جی لانگ	۲۱۹
ویژگی‌های سازمان‌های مورد مطالعه	۲۱۹
روابط ذینفعان	۲۲۰
شبکه‌های روابط منطقه‌ای	۲۲۱
روابط بخشی	۲۲۳
بحث و نتیجه‌گیری	۲۲۴
آفریقای جنوبی: پروژه جاده کوهستانی	۲۲۵
اسکاتلند: شبکه غذایی ایرشایر	۲۲۷
مالزی: صاحبان کلبه‌های ییلاقی کوچک	۲۲۹
اسکاتلند: خانواده‌های میزبان	۲۳۱
بحث و گفتگو	۲۳۳
نیوساوت ولز	۲۳۵
نتایج	۲۳۷
ویکتوریا	۲۳۸
یافته‌ها	۲۴۰

منابع ۲۴۱

واژه‌نامه انگلیسی - فارسی ۲۷۳

فهرست جداول

جدول ۱-۱	معیارهای شبکه اجتماعی	۱۸
جدول ۱-۲	ویژگی‌ها و خصوصیات تحلیل شبکه به مثابه نوعی روش	۳۱
جدول ۱-۳	تمایز بین خوشه و شبکه در گردشگری از روزنفلد	۴۷
جدول ۲-۳	طبقه‌بندی شبکه‌ها	۵۱
جدول ۳-۳	مؤلفه‌های بازاریابی گردشگری	۶۲
جدول ۴-۳	مقایسه ویژگی‌های اصلی حکومت و حکمروایی	۷۱
جدول ۲-۴	انواع مشارکت در گردشگری	۹۲
جدول ۳-۴	مشارکت ذینفعان با توجه به محدودیت منابع	۹۳
جدول ۱-۵	ویژگی‌های شبکه ایده‌آل	۱۰۳
جدول ۱-۶	اصول حکمروایی خوب	۱۳۰
جدول ۲-۶	تحقیقات سیاست گردشگری شبکه‌ای و حکمروایی	۱۳۴
جدول ۱-۷	مزایای شبکه در ایجاد مقصدهای گردشگری سودآور	۱۴۱
جدول ۲-۷	فهرست عوامل مؤثر بر موفقیت شبکه	۱۴۲
جدول ۱-۸	روش‌های مورد استفاده برای شناسایی ذینفعان اصلی	۱۶۵
جدول ۲-۸	روابط ریاضی مورد استفاده در محاسبه معیارهای اصلی شبکه	۱۹۲
جدول ۱-۹	روش‌های مورد استفاده برای شناسایی ذینفعان اصلی	۲۰۱
جدول ۱-۱۱	نوع سازمان برای پاسخ‌دهندگان کار	۲۲۰
جدول ۲-۱۱	روابط در هر ایالت برای هر نوع عوامل	۲۲۰
جدول ۳-۱۱	میانگین تعداد روابط گزارش شده در هر دسته از عوامل	۲۲۱
جدول ۴-۱۱	میانگین تعداد روابط گزارش شده در هر ایالت	۲۲۱
جدول ۵-۱۱	مطالعات موردی: طبقه‌بندی شبکه‌ها	۲۳۴
جدول ۶-۱۱	مسایل مشترک در روابط بین سازمان‌ها	۲۳۹

فهرست اشکال

شکل ۳-۱. نظام گردشگری (ایستا).....	۳۹
شکل ۳-۲. ساختار عمومی خوشه.....	۴۴
شکل ۳-۲. فرآیند بازاریابی.....	۵۹
شکل ۴-۱. شبکه گردشگری.....	۹۰
شکل ۵-۱. انواع نظام‌های حکمروایی شبکه‌ای.....	۱۰۴
شکل ۶-۱. سیاست شبکه‌ای و شبکه‌های مسأله محور.....	۱۳۱
شکل ۷-۱. سهم پرتغال و کشورهای جنوب غربی اروپا از گردشگران وارده و.....	۱۵۰
شکل ۷-۲. روش‌شناسی تحقیق.....	۱۵۲
شکل ۷-۳. فراوانی ارتباطات بین ذینفعان گردشگری.....	۱۵۶
شکل ۷-۴. ارتباط بین ذینفعان گردشگری.....	۱۵۶
شکل ۷-۵. دلایل ایجاد ارتباط بین ذینفعان گردشگری.....	۱۵۷
شکل ۷-۶. اهمیت ایجاد روابط با سایر سازمان‌ها.....	۱۵۸
شکل ۷-۷. مزایای عضویت در شبکه‌ها.....	۱۶۰
شکل ۸-۱: نمایش وضعیت در شبکه.....	۱۶۹
شکل ۸-۲. نمونه گراف.....	۱۸۱
شکل ۸-۳. یک گراف همراه با ماتریس مجاورت.....	۱۸۵
شکل ۸-۴. میانگین (رتبه) اجزاء در یک گراف ER و جزء بزرگ آن.....	۱۸۷
شکل ۸-۵. میانگین طول مسیرها و ضرایب خوشه‌ای به عنوان عملکرد ارتباط.....	۱۸۸
شکل ۸-۶. یک شبکه تصادفی (a) و یک شبکه بی‌مقیاس (b) همراه با توزیع درجه.....	۱۸۹
شکل ۹-۱. ماتریس مجاورت در یک شبکه.....	۱۹۴
شکل ۹-۲. منطقه مطالعاتی گولدکوست و موقعیت ذینفعان.....	۲۰۰
شکل ۹-۳. ترسیم شبکه اجتماعی و ذینفعان عمده گردشگری در در گولدکاست.....	۲۰۴
شکل ۱۰-۱. مدل سیستم نوآوری محلی در گردشگری.....	۲۱۵
شکل ۱۰-۲. روابط بیرونی و درونی در مقصدهای محلی.....	۲۱۶
شکل ۱۰-۳. شبکه‌های ارتباطی، نوآوری و رقابت.....	۲۱۷
شکل ۱۱-۱. شبکه‌های اجتماعی گزارش شده در ایالت جی‌لانگ- آتوی.....	۲۲۲

- شکل ۱۱-۲. شبکه‌های اجتماعی گزارش شده در برایت..... ۲۲۲
- شکل ۱۱-۳. شبکه‌های اجتماعی گزارش شده برای ون‌گاراتا..... ۲۲۳
- شکل ۱۱-۴. شبکه‌های اجتماعی گزارش شده بین گردانندگان و سازمان‌های... ۲۲۴
- شکل ۱۱-۵. نقشه شبکه روابط درون منطقه‌ای گردشگری..... ۲۳۶

www.ketab.ir

پیشگفتار

مفهوم شبکه و فنون تحلیل شبکه‌ای ابزاری برای درک، تجسم و تحلیل مجموعه‌های پیچیده‌ای از روابط است. این ابزار روشی برای ساده‌سازی و منسجم ساختن روابط بوده و بنابراین می‌تواند در تقویت همکاری موثر برای رسیدن به اهداف موثر باشد. شبکه‌ها در جوامع مدرن امروزی بسیار فراگیر است و تسریع‌کننده جریان اطلاعات و ارتباطات می‌باشد. ما در زندگی خود دارای شبکه‌ای دوستان، خانواده و غیره هستیم و این شبکه‌ها اطلاعات، ایده‌ها و نگرش‌های سیاسی ما را شکل می‌دهند. از طریق شبکه‌ها می‌توانیم با هر کس در دنیا در ارتباط باشیم. شبکه‌های اقتصادی و تجاری و بنگاه‌های کسب و کار نیز شبکه‌های مهمی را تشکیل می‌دهند. کاربرد در حال رشد شبکه‌ها مرتبط با خصوصیات شبکه‌ها است. از مزایای دیگر شبکه این است که امکان بررسی و تحلیل ارتباطات میان یک مسئله با مسایل مرتبط را میسر ساخته و به تصمیم‌گیرندگان یا مدیران این امکان را می‌دهد که در این فرآیند مشارکت کامل داشته باشند. در این راستا مفاهیم و معیارهایی برای کمک به تصمیم‌گیرندگان ارائه شده که با استفاده از آنها و به کمک نرم افزارهای مرتبط، شبکه‌های مختلفی برای تحلیل جایگاه آنها و یا روابط میان آنها ترسیم می‌شود. در واقع تصمیم‌گیرنده باید از بین مفاهیم و معیارهای مختلف موجود و بر اساس هدف و فرضیه‌های پژوهش، مفاهیم و معیارهای مناسب را انتخاب و استفاده نماید. در حال حاضر پژوهش‌های مربوط به شبکه چهار هدف اصلی را دنبال می‌کنند (الف) شناخت و یکپارچگی و انسجام جوامع یا پدیده‌های مورد مطالعه (ب) شناسایی گره‌هایی که نقش لولا را دارند (ج) شناسایی ساختار شبکه‌های ویژه و (د) یافتن پاسخ برای چگونه جریان اطلاعات برای نهیة مدل و تحلیل.

استفاده از تحلیل شبکه در بسیاری از علوم و بخصوص در کشورهای در حال توسعه با کندی صورت می‌گیرد. این امر هم در بخش نظری و هم در بخش کاربردی صادق است. از این روی به نظر می‌رسد، در بسیاری از بخشها، توسعه شبکه‌ها امری بدیع یا نوظهور باشد. گردشگری از مهمترین علوم است که در سالهای اخیر سهم بزرگی در توسعه جوامع داشته است. همچنین گردشگری همواره یک صنعت شبکه‌ای بوده و شامل مجموعه‌ای فراگیر از روابط

شغلی و فردی بین بنگاه ها و مدیران در حرفه‌هایی مانند دفاتر گردشگری، هتلها، جاذبه‌های گردشگری، حمل و نقل، تورهای سیاحتی، آژانس‌های مسافرتی، رستورانها و غیره می‌باشد. همین روابط شبکه‌ای است که به صنعت گردشگری امکان می‌دهد تا محصول خود را ارائه دهد و بر مشکلات ناشی از پراکندگی غالب آید. به هر حال این بحث مطرح است که صنعت گردشگری زمینه‌ی مطلوبی را برای مطالعه شبکه‌ها فراهم می‌کند. در واقع گردشگری به عنوان سیستمی تعریف شده که در آن وابستگی‌های درونی ضروری بوده و همکاری در بین موسسات و سازمانهای مختلف تولید کننده محصولات گردشگری، مهم می‌باشد گردشگری از نظر جغرافیایی اغلب در مناطق دورافتاده که از بازارهای هدف فاصله دارند، واقع شده و بیشتر نیز شامل کسب و کارهای مستقل و کوچک با گردش مالی پایین در یک محیط کاری نه چندان منظم است. در چنین شرایطی، بقا و دوام تازه‌واردان بستگی به اقدام دسته‌جمعی آنها دارد. به همین دلیل پیدایش ساختارهای شبکه‌ای از خواسته‌های جمعی فعالان بخش گردشگری می‌باشد. بنابراین از آنجا که تعداد نسبتاً زیادی از کسب و کارهای کوچک با منابع محدود نمی‌توانند در انزوا مسیر توسعه پایدار را دنبال کنند، داشتن رویکرد شبکه‌ای نسبت به پایداری در صنعتی مانند گردشگری بسیار ضروری است.

با توجه به کمبود منابع و متون علمی در باره تحلیل شبکه و به تبع آن تحلیل شبکه در گردشگری در کشور، ضرورت تالیف و یا ترجمه کتاب مناسبی در این زمینه احساس شد. برای کار ترجمه، هیچ یک از کتابهای خارجی موجود به تنهایی کامل و جامع نبود. از این روی تصمیم گرفته شد کتابی بصورت تالیفی تدوین شود. در تالیف کتاب حاضر علاوه بر استفاده از منابع موجود فارسی، از منابع خارجی بویژه کتابهای خارجی زیر بصورت گسترده و گزینشی استفاده شده است:

1. Noel Scoot, Rodolfo Baggio and Chris Cooper (2008), Network analysis and tourism from theory to practice, Channel View Publications.
2. Chris Cooper, Noel Scott, Roger March, Ian Wilkinson, Christof Pforr and Graham (2006), The network structure of tourism operators in three regions of Australia, Thompson.
3. Janine Caalders (2002), Rural Tourism development a network perspective, Wageningen Universiteit.
4. Ewen Michael (2007), Micro clusters and network: the growth of tourism, Elsevier.
5. Luciana Lazzeretti and Clara S. Petrillo (2006), Tourism local systems and networking, Elsevier.
6. Linton C. Freeman (2004), The development of social network analysis, Empirical Press.

مباحث کتاب حاضر در یازده فصل به شرح زیر تهیه و تنظیم شده است:

در فصل نخست کلیات و مفهوم شبکه بررسی شده و در آن سعی گردید نگرش جامعی از تحلیل شبکه به خواننده ارائه دهد.

فصل دوم به سیر تاریخی نظریه تحلیل شبکه می پردازد. این فصل چگونگی پیدایش نظریه تحلیل شبکه و سیر تحول مباحث علمی در این زمینه را مورد بحث قرار می دهد. همچنین در این فصل سعی گردید مباحث تحلیل شبکه هم از لحاظ نظری و هم از جنبه روش شناسی مورد تحلیل قرار گرفته و تحولات آن در سالهای اخیر بررسی شود.

فصل سوم به موضوع اصلی کتاب یعنی تحلیل شبکه در گردشگری اختصاص دارد. در این فصل ابتدا مفاهیم کلی گردشگری، سیستم گردشگری و اهمیت رویکرد تحلیل شبکه در گردشگری بررسی شده و در ادامه کاربرد تحلیل شبکه در گردشگری مورد بحث قرار گرفته است.

در فصل چهارم با توجه به اهمیت مقوله مشارکت در تحلیل شبکه، به بحث در باره مشارکت در شبکه های گردشگری می پردازد.

از مهمترین کاربردها و مزایای شبکه در گردشگری، دانش و انتقال آن می باشد. از این روی در فصل پنجم، مفاهیم دانش، انتقال دانش، مدیریت دانش در جنبه های مختلف گردشگری بررسی شده است.

فصل ششم به سیاست شبکه ای و حکمروایی در گردشگری پرداخته و سعی آن بررسی پیوند بین شبکه و حکمروایی خوب در گردشگری است.

از مهمترین نموده های مهم توسعه گردشگری در یک منطقه، کسب و کارهای گردشگری می باشد. همچنین از آنجا که اغلب کسب و کارهای موجود در بخش گردشگری در زمره کسب و کارهای کوچک و متوسط قرار می گیرند، فصل هفتم به مباحث تحلیل شبکه در کسب و کارهای کوچک و متوسط گردشگری اختصاص یافته است.

فصل هشتم در زمینه یکی از مهمترین مباحث تحلیل شبکه یعنی تحلیل کمی شبکه است. این فصل با مروری بر روش شناسی تحلیل شبکه آغاز و در ادامه به چگونگی جمع آوری داده ها، فنون تحلیل، انواع تحلیل و مدل های آن اختصاص دارد.

فصل نهم در ادامه مباحث فصل قبل، بر مباحث ترسیم داده های شبکه با استفاده از فنون مختلف متمرکز است.

فصل دهم به موضوع شبکه ها و نوآوری در گردشگری اختصاص یافته و ابعاد مختلف این موضوع را بررسی می نماید.

در نهایت فصل آخر کتاب به تشریح کاربرد تحلیل شبکه ها در نواحی مختلف به صورت موردی اختصاص دارد که در آن نمونه هایی از بخشهای گردشگری کشورهای آفریقای جنوبی، اسکاتلند و مالزی بررسی شده است.

در مجموع کتاب حاضر برای پژوهشگران و دانشجویان علوم مختلف از جمله گردشگری، جغرافیا، علوم اجتماعی، مدیریت، کارآفرینی و اقتصاد مناسب است و می تواند بخشی از نیازهای آموزشی آنها را در این زمینه تامین نماید. به هر حال با توجه به نو بودن این حوزه پژوهشی در کشور، کتاب حاضر ممکن است با کمبودها و نارسایی های مواجهه باشد که در همین جا از علاقمندان تقاضا می شود، نظرات سازنده خود برای ارتقاء علمی کتاب را با نویسندگان در میان بگذارند تا در چاپ های بعدی کتاب مورد توجه قرار گیرد.

در آخر لازم به ذکر است جلد دوم این کتاب با رویکرد کاربردی و استفاده نرم افزارهای تحلیل شبکه در مطالعات گردشگری در حال تالیف است که به زودی منتشر خواهد شد.

دکتر محمد رضا رضوانی - مهدی حسام - سید هادی کریمی