

Pathology of Iran's Tourism Industry Financing in the Capital Market (Case Study)

Masoumeh Naderi

Department of Finance, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Hasan Qhalibaf Asl (Corresponding author)

Department of Management, Faculty of Social and Economic Sciences, Al-Zahra University, Tehran, Iran.

h.ghalibaf@alzahra.ac.ir

Gholamhaidar Ebrahimbai Salami

Department of Management, Faculty of Social and Economic Sciences, Al-Zahra University, Tehran, Iran.

Mirfeiz Fallah Shams

Department of Business Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Abstract:

The purpose of this research is to investigate the challenges and obstacles of financing projects of Iran's tourism industry through the capital market. The research paradigm is constructivism. considering that the purpose of this research; It is pathology, so its strategy is in the form of a case study and its approach is in the field of qualitative research. In this research method, the researcher for preliminary investigation; He has collected and reviewed all documents and scientific studies about the financing of the tourism industry, especially in the capital market, in order to identify its components, effective factors and consequences. Then, in order to confirm them, interviews were conducted with tourism industry, capital market, and university experts to achieve information saturation, and finally, to confirm the obtained information, a secondary focal interview was conducted again in the form of several group meetings. The results of the research have shown that the main obstacles to the financing of this industry include the insufficient knowledge of the capital market and the tourism industry about each other, not having some necessary conditions to enter the capital market, the inherent characteristics of the projects, lack of desire and confidence to enter the capital market, the difference in the rate of return of the financial markets, the existence of multiple beneficiaries, the fact that most of the projects are not private, the existing laws and regulations, and some issues related to the financing system are among the main challenges for financing this industry using capital market capacities.

Keywords: Tourism, financing, capital market, pathology, case study

تاریخ دریافت مقاله:

۱۴۰۱/۱۰/۰۳

تاریخ پذیرش مقاله:

۱۴۰۱/۱۱/۰۸

آسیب شناسی تامین مالی صنعت گردشگری ایران در بستر بازار سرمایه (مطالعه موردی)

معصومه نادری

دانشجوی دکتری، گروه مالی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر تهران، ایران.

حسن قالیباف اصل (نویسنده مسئول)

گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

h.ghalibaf@alzahra.ac.ir

غلامحیدر ابراهیمبای سلامی

گروه کسب و کار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

میرفیض فلاح شمس

گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده:

هدف از پژوهش حاضر بررسی چالش ها و موانع تامین مالی طرح های صنعت گردشگری ایران با استفاده از ظرفیت بازار سرمایه است. پارادایم تحقیق، ساخت گرابی است. از نقطه نظر این پارادایم، حقیقت نسبی بوده و بستگی به دیدگاه فرد دارد. همچنین با توجه به اینکه ماهیت این پژوهش؛ آسیب شناسی است لذا استراتژی آن در قالب مطالعه موردی و رویکرد آن در حوزه پژوهش های کیفی می باشد. در این روش پژوهش، محقق جهت بررسی اولیه؛ اقدام به گردآوری و بررسی کلیه اسناد و مطالعات علمی پیرامون تامین مالی صنعت گردشگری به ویژه در بازار سرمایه کرده است تا بتواند مولفه ها، عوامل موثر و پیامدهای آن را شناسایی کند. سپس جهت تایید آنها اقدام به انجام مصاحبه با خبرگان صنعت گردشگری، بازار سرمایه و دانشگاه تا حصول اشباع اطلاعاتی کرده و در نهایت برای تایید اطلاعات بدست آمده مجدداً مصاحبه کانونی ثانویه در قالب چندین جلسه گروهی صورت پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان داده است که موانع اصلی تامین مالی این صنعت شامل شناخت ناکافی فعالان بازار سرمایه و صنعت گردشگری نسبت به یکدیگر، نداشتن برخی شرایط لازم برای ورود به بازار سرمایه، ویژگی های ذاتی پروژه ها، عدم تمایل و اعتماد برای ورود به بازار سرمایه، تفاوت نرخ بازده بازارهای مالی، وجود ذینفعان متعدد، خصوصی نبودن اکثر پروژه ها، قوانین و مقررات موجود و برخی از مسائل مربوط به نظام تامین مالی از جمله چالش های اصلی برای تامین مالی این صنعت با استفاده از ظرفیت های بازار سرمایه می باشد.

واژه های کلیدی: گردشگری، تامین مالی، بازار سرمایه، آسیب شناسی، مطالعه موردی.

۱. مقدمه

تجهیز منابع مالی برای بخش‌های توسعه‌ای و زیربنایی یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های دولت‌ها طی سال‌های اخیر بوده است. از آنجایی که ساختار عمده تأمین مالی در اقتصاد ایران به صورت سنتی بانک محور می‌باشد، این امر باعث گردیده ظرفیت‌های موجود برای افزایش تأمین مالی از محل بازار پول بسیار محدود گردد. بنابراین جهت تأمین مالی در اقتصاد یک کشور باید به افزایش سهم سایر منابع مالی دیگر هم توجه داشت. به‌طور کلی بازارهای مالی ضمن فراهم کردن نقدینگی و منابع مالی لازم برای بخش‌های مختلف اقتصاد، باید شرایط لازم را در جهت رشد و توسعه یک اقتصاد پایدار فراهم کنند. حمایت این بازارها می‌تواند در قالب روش‌های مختلف تأمین مالی و پوشش ریسک صورت گیرد (موسویان، ۱۳۹۰). لذا مدیران مالی می‌بایست ضمن توجه به منابع مالی مختلف، به ریسک و بازده آنها توجه داشته باشند. عواملی که می‌تواند ریسک یک شرکت را تعیین کنند، متعددند و یکی از این عوامل می‌تواند ساختار سرمایه شرکت باشد (اسلامی بیدگلی، غلامرضا و جولا، جعفر، ۱۳۸۸).

از آنجایی که صنعت گردشگری رو به گسترش است و پتانسیل‌های مناسبی برای توسعه آن وجود دارد لذا می‌توان امیدوار بود که این صنعت با جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و حمایت‌های لازم در این زمینه به شکوفایی برسد. در این مسیر بازار سرمایه کشور می‌تواند به گونه قابل قبولی وظیفه تأمین سرمایه بلندمدت صنعت گردشگری را عهده‌دار شود. در سال‌های اخیر نیز بازار سرمایه با معرفی ابزارهای نوین تأمین مالی سعی داشته تأمین منابع مالی بلندمدت را برعهده بگیرد. اگر چه ورود شرکت‌ها و صنایع مرتبط با گردشگری به بازار سرمایه، خود عاملی برای رشد این صنعت است اما از سوی دیگر، کسب‌وکارهای گردشگری تنها در حالی می‌توانند به بازار سرمایه راه پیدا کنند و عرضه سهام‌شان با استقبال مواجه می‌شود که رونق این صنعت، پایدار و از رشدی باثبات برخوردار باشد. بنابراین این امر یک رابطه دوسویه محسوب می‌شود (الماسی، حسن، ۱۳۹۳). لذا پرداختن به این موضوع حائز اهمیت است. بنابراین در ادامه مقاله، ضمن مرور

مبانی نظری و تحقیقات پیشین، اقدام به بررسی روش و ابعاد پژوهش انجام شده در این خصوص کرده و در پایان، نتایج پژوهش بیان می‌گردد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین پدیده اجتماعی جامعه مدرن، به تدریج در بستر یک صنعت فرا بخشی به محور تحولات نظام اجتماعی در همه جوامع تبدیل شده است. کارکردهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی گردشگری موجب شده دولت‌ها توجه ویژه‌ای به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در این صنعت داشته باشند (ابراهیم‌بای سلامی، غلامحیدر، ۱۳۹۵). ترویج سرمایه‌گذاری بلند مدت، یکی از حوزه‌هایی است که دولت‌ها می‌توانند از آن برای تقویت ظرفیت استراتژیک صنعت گردشگری استفاده کنند. واضح است که در مسیر ایجاد ظرفیت مشترک و هم‌افزایی در تأمین مالی نمی‌توان به قالب‌های صرف تأمین مالی کلاسیک و سنتی چشم‌داشت. تجربه سایر کشورها در بخش تأمین مالی صنعت گردشگری نشان می‌دهد علاوه بر بانک‌ها، بخش خصوصی تأثیر بسزایی در رشد این صنعت داشته است. بطور مثال ایتالیا اقدام به راه‌اندازی صندوقی تحت کنترل دولت نموده است که در واقع یک پل ارتباطی بین دارایی‌های عمومی نیازمند توسعه و بازار خصوصی بوده و مأموریت آن سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری است. در همین راستا استرالیا اقدام به تشویق سرمایه‌گذاری و انجام اصلاحات جدید به منظور بهبود مزیت رقابت گردشگری خود و برای گردشگران رو به رشد آسیایی که دارای طبقه متوسط مالی هستند پرداخته است. کشور مصر یک سازمان توسعه جهانگردی برای تنظیم و اجرای مقررات برای پروژه‌های گردشگری و سرمایه‌گذاری، کمک به تأمین زمین و تسهیل دسترسی به وام برای توسعه پروژه‌های زیربنایی ایجاد کرد. فنلاند اقدام به تشویق سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نموده است. همچنین مکزیک یک صندوق ملی برای توسعه گردشگری به عنوان یک ابزار تسهیل‌کننده برای سرمایه‌گذاران خارجی، با هدف ترویج سرمایه‌گذاری، ایجاد شغل، بهبود رفاه اجتماعی و تشویق ملی و منطقه‌ای ایجاد نموده است (کریمی دستنایی، طاهره، ۱۳۹۸).

بررسی ها نشان می دهد در حال حاضر تأمین سرمایه برای ایجاد و گسترش زیرساخت های گردشگری یکی از اصلی ترین چالش های توسعه ای صنعت در کشور است. از آنجا که دولت، مالکیت و مدیریت عمده زیرساخت های کشور را عهده دار است لذا باید با طراحی و پیاده سازی سیاست ها و استراتژی های قابل پیش بینی درصدد جذب و ترغیب سرمایه گذاران داخلی و خارجی باشد. در این راستا مدیران اقتصادی تلاش می نمایند از میان گزینه های مختلف روشی را اتخاذ نمایند که بسته به شرایط آن ها بهینه باشد. در این میان بازار سرمایه این قابلیت را دارد تا تأثیر مستقیمی بر صنعت گردشگری بگذارد و به عنوان حامی و پشتوانه مالی بویژه در زیرساخت ها نقش مهمی را ایفا نماید.

مساله اصلی در این پژوهش این سوال می باشد که چرا به نسبت جاذبه های طبیعی، فرهنگی و تاریخی، صنعتی و خدماتی متنوع در ایران و با توجه به ضرورت توسعه کسب و کارهای جدید در فرآیند تحول ساختار تولید و اشتغال، سرمایه گذاری قابل ملاحظه ای در صنعت گردشگری ایران انجام نشده است و در این خصوص نقش بازار سرمایه در تأمین مالی و توسعه صنعت گردشگری به صورت معناداری ایفا نگردیده است. لذا با توجه به خلا تحقیقاتی موجود، محقق تلاش کرده است در قالب آسیب شناسی؛ به شناخت موانع و چالش های روش های تأمین مالی طرح های صنعت گردشگری از طریق بازار سرمایه بپردازد تا بتواند به شناخت هر چه بیشتر ابعاد این موضوع کمک کند. مروری بر ادبیات موجود در این حوزه نشان می دهد که پژوهش های کمی در ارتباط با این صنعت صورت گرفته است که به برخی از مهمترین آنها می پردازیم.

لطفعلی عاقلی کهنه شهری (۱۳۷۸) در مقاله ای تحت عنوان "چالش های سرمایه گذاری در گردشگری" با بررسی ریسک های مختلف داخلی و خارجی و همچنین با توجه به وجود گزینه های مختلف سرمایه گذاری به این نتیجه رسید که برای گردشگری نمی توان راهبرد واحدی توصیه کرد. از این رو بسته به نوع خدماتی که ارائه می شود وجود زیرساخت ها و سایر عوامل ترکیب بهینه، برای کاهش ریسک و بالا بردن سود انتظاری برای بخش گردشگری، گزینه های زیر مناسب خواهد بود که شامل: خصوصی سازی پروژه های گردشگری، سرمایه گذاری دولتی،

سرمایه گذاری نهادهای مالی منطقه‌ای، مشارکت بخش خصوصی از طریق طرح های ساخت بهره برداری و واگذاری و سرمایه گذاری مستقیم خارجی است (عاقلی کهنه شهری، لطفعلی، ۱۳۸۷). صدرآبادی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی آسیب شناسی سیاست های سرمایه گذاری و راهکارهای جذب سرمایه در صنعت گردشگری ایران پرداخته است. نتایج پژوهش نشان داد در فرایند سرمایه گذاری، شناخت روندهای موجود در صنعت گردشگری، ترسیم نقشه، شناسایی بخش های فعال بین المللی، توسعه شاخصی برای انتخاب، انتخاب گزینه نهایی، تعریف اهداف، توسعه استراتژیهای بازاریابی، تماس با شرکتهای هدف و ارزیابی نتایج دارای درین زمینه دارای اهمیت زیادی می باشند (صدرآبادی، ناصر و همکاران، ۱۳۹۲).

مومنی و همایونی فر (۱۳۹۴) در پژوهش خود به بررسی سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، چالش ها و راهکار های آن پرداختند. آنها ضمن تاکید بر این موضوع که گردشگری یک فعالیت اقتصادی وابسته به فرایند سرمایه و اقتصاد بازار است و نقش سرمایه گذاری در توسعه ی گردشگری یک نقش حیاتی، اصلی و بنیادی است. از دید آنها از جمله الزامات توسعه این بخش شامل توسعه زیرساخت های مناسب از جمله گسترش واحدهای اقامتی و پذیرائی، ارتباطات، حمل و نقل، بهداشت و سایر خدمات موردنیاز گردشگران است. آنها به این نتیجه رسیدند که برای دستیابی به این امر می بایستی بستر جذب سرمایه های داخلی و خارجی فراهم گردد. (مومنی، فاطمه، همایونی فر، مسعود، ۱۳۹۴).

جعفری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان "ارائه چارچوبی برای شناسایی چالش های جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی در ایران: کاربردی از تحلیل مضمون در صنعت هتل" به بررسی نقش سرمایه گذاری مستقیم خارجی به عنوان یکی از راه های توسعه صنعت هتل در ایران و چالش های موجود در آن پرداختند. نتایج حاکی از آن است که موانع اقتصادی، موانع سیاسی، موانع اجتماعی و موانع مدیریتی از مهم ترین دلایل ناتوانی ایران در جذب سرمایه گذاری خارجی در صنعت هتل است. لذا هر یک از این متغیرها می توانند سرمایه گذاری مستقیم خارجی در صنعت

هتل و به تبع آن صنعت گردشگری کشور را تحت تأثیر قرار دهند (جعفری، نرگس و همکاران، ۱۳۹۹).

سازمان ملل (۲۰۰۱) با انتشار گزارشی تحت عنوان "فرصت ها و چالش ها برای سرمایه گذاری در گردشگری: مطالعه موردی جمهوری کره" به این امر اشاره کرده است که گردشگری به طور بالقوه برای کشورهای در حال توسعه بسیار مهم است، جایی که کمبود ارز به عنوان یک محدودیت استراتژیک برای توسعه آنها باشد؛ ممکن است فرصت‌های توسعه کمی برای آنها بوجود آورد. همچنین در این گزارش اشاره شده است که گسترش صنعت گردشگری به شدت به توسعه زیرساخت ها بستگی دارد. در این گزارش چگونگی پرداختن کشورها به مسائل سرمایه‌گذاری زیرساخت‌های گردشگری و همچنین اطلاعاتی مفیدی برای کشورهای در حال توسعه برای توسعه راهبردها و اقدامات برای ترویج سرمایه گذاری در زیرساخت های گردشگری نیز بررسی گردیده است (UNITED NATIONS, 2001).

سازمان بین المللی گردشگری (۲۰۲۱) با انتشار گزارشی به بررسی روند ها و چالش های سرمایه گذاری در گردشگری در طول کووید-۱۹ اشاره کرده است. این گزارش با هدف ارائه داده‌های مرتبط و استراتژی‌های عملی مربوط به استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای جذب و ترویج سرمایه‌گذاری‌ها برای بهبود سریع‌تر بخش گردشگری فراهم گردیده است. در این گزارش، سرمایه‌گذاری را به عنوان یکی از حوزه‌های کلیدی خود در راستای بهبود اقتصادی در اولویت قرار داده و بیان کرده است که که کشورها باید اقدام به ترویج سرمایه گذاری هایی در حوزه گردشگری کنند که کارآفرینی و نوآوری شرکت های خرد، کوچک و متوسط را تحریک می کند و این امر وابسته به فناوری استارت آپ ها است که به عنوان محرک مهمی در جهت نوآوری و ایجاد شغل هستند (UNWTO, 2021).

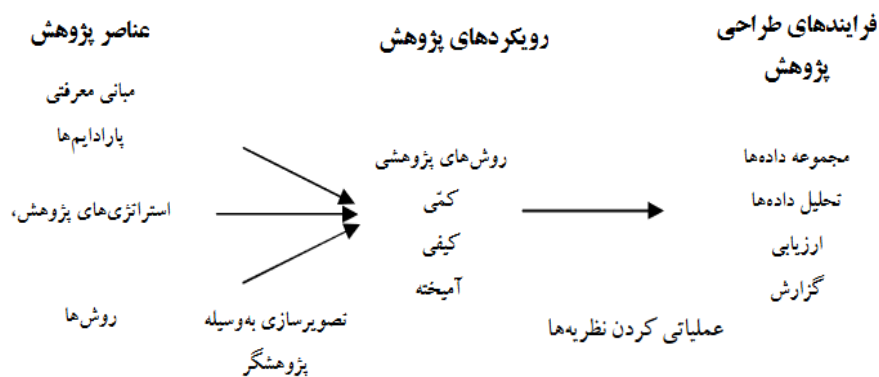
۳. پرسش پژوهش

چالش ها و موانع سرمایه گذاری و تامین مالی در پروژه های صنعت گردشگری ایران از طریق بازار سرمایه کدام است؟

۴. روش شناسی پژوهش

با توجه به چارچوب طراحی طرح های پژوهشی که در نمودار ۱ نشان داده شده است؛ در پژوهش حاضر هدف اصلی، آسیب شناسی تامین مالی صنعت گردشگری ایران در بستر بازار سرمایه می باشد.

نمودار ۱. چارچوب طراحی طرح های پژوهشی



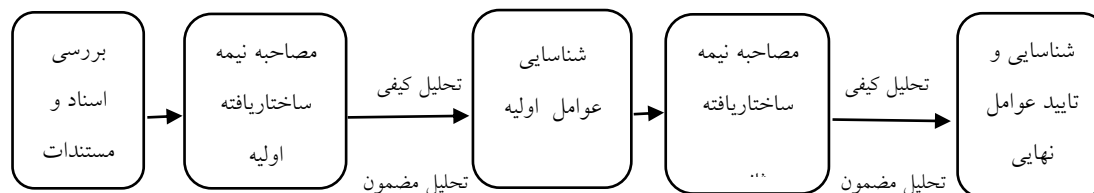
منبع: کرسول، ۲۰۰۳

بر اساس پیش فرض فلسفی تحقیق، این پژوهش از نوع ساخت‌گرایی است. واژه ساختارگرایی بیانگر نوعی پارادایم است که بر اساس آن، حقیقت نسبی بوده و بستگی به دیدگاه فرد دارد (یزدان ستا، فاروق، ۱۳۹۴). همچنین با توجه به اینکه ماهیت این پژوهش؛ آسیب‌شناسی است، لذا استراتژی آن در قالب مطالعه موردی^۱ باشد. مطالعه موردی یک بررسی عمیق و چندوجهی است

¹ Case Study

که با استفاده از روش‌های تحقیق کیفی بر روی یک پدیده اجتماعی، صورت می‌گیرد که بیشتر در جهت انتقاد، آسیب شناسی و نقد و بررسی است. درون این استراتژی؛ روش‌ها و شیوه‌های متعددی مورد استفاده قرار می‌گیرند. هدف آن شناخت کل واقعیت، شناخت ابعاد نهان پدیده‌های اجتماعی، دستیابی به کلیتی منحصر به فرد می‌باشد. (محسن مرادی). روش مطالعه موردی یکی از متداول‌ترین استراتژی‌های تحقیق کیفی محسوب می‌شود. براین اساس روش پژوهش شامل مراحل زیر می‌باشد:

نمودار ۲. روش تحقیق



منبع: پژوهش‌گر

در این پژوهش جهت بررسی اولیه درخصوص گردآوری داده‌ها از مطالعه کیفی استفاده شده است که شامل دو روش اسنادی و مصاحبه‌ای می‌باشد. در گام اول برای کسب آگاهی بیشتر و همچنین بررسی ابعاد مختلف موضوع پژوهش از داده‌های موجود در اسناد و گزارش‌های داخلی و بین‌المللی استفاده گردیده است که از آن جمله می‌توان به آمارهای بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، وزارت میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان برنامه و بودجه، سازمان بورس و اوراق بهادار، گزارش‌های معتبر دولتی داخلی و گزارش‌های سازمان‌های معتبر بین‌المللی مانند سازمان جهانی گردشگری، بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول، شورای رقابت سفر و گردشگری و دیگر نهادهای معتبر اشاره کرد. در بخش تجزیه و تحلیل کیفی؛ اسناد و مقالات جمع‌آوری شده؛

خلاصه‌سازی و فیش برداری شدند و سپس در نرم‌افزار تحلیل محتوای مکس کیو دی ای^۲ ورژن ۲۰۲۰ و با تاکتیک تحلیل محتوا پنهان مورد تجزیه و تحلیل کیفی قرار گرفتند. سپس برای اطمینان از شاخص‌های استخراج شده و برای غنای بیشتر پژوهش با توجه به کدگذاری مضامین گردآوری شده؛ اقدام به انجام مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته اولیه و چندین جلسه مصاحبه کانونی گردید. در این مرحله که بر اساس رویه دلفی کلاسیک و بدون ساختار است به خبرگان اجازه داده می‌شود تا آزادانه، موضوعات مهمی را که در ارتباط با مساله پژوهش است؛ تعیین کرده و روی آن متمرکز شوند. در این خصوص برای انجام مصاحبه نیم ساختار یافته از روش نمونه گیری به صورت گلوله برفی استفاده شده است. براین اساس؛ گروه‌های خبرگان و معیارهای انتخاب آن‌ها بر اساس سابقه علمی و پژوهشی خبره (تعداد مقالات منتشره و گزارش‌های انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق)، مرتبط بودن تخصص کاری با موضوع تحقیق، مدت‌زمان فعالیت (تعداد سال‌های فعالیت‌های مرتبط)، درجه تخصص و تجربه‌های عملی و دانش دقیق مرتبط با موضوع تحقیق بوده است. شایان ذکر است در مطالعات دلفی اشخاصی که انتخاب می‌شوند، نماینده یک جمعیت نیستند، بلکه افرادی آگاه محسوب می‌شوند. حجم نمونه بستگی به اهداف پژوهش و نیز به حجم پژوهش‌های انجام شده در این حوزه دارد و در مورد حجم نمونه خبرگان بهترین رویکرد تعیین حجم نمونه را اشتراوس^۳ و کوربین^۴ در سال ۱۹۹۸ ارائه نموده اند. آنها معتقدند که هر مصاحبه باید بلافاصله تحلیل گردد و کدهای اولیه مقولات شکل گیرد (با مصاحبه اول) سپس مصاحبه‌های بعدی با گرفتن بازخورد از مصاحبه‌های قبل انجام پذیرد و فرایند مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یابد که مقولات اشباع شوند، این نقطه، اشباع تئوریک نامیده می‌شود. اشتراوس و کوربین تعداد نفرات برای رسیدن به آن را ۱۰ تا ۳۰ نفر می‌دانند (مرادی و میرالماسی، ۱۳۹۸، ۷۰۳). در این پژوهش با انجام مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان به اشباع اطلاعاتی رسیدیم. در نهایت مصاحبه نیمه ساختار یافته ثانویه در قالب ۷ جلسه گروهی با حضور ۱۳ نفر از خبرگان منتخب و پاسخگو در سه حوزه

² MAXQDA

³ Strauss

⁴ Corbin

گردشگری، بازار سرمایه و دانشگاهی اقدام گردید. لذا این تعداد از خبرگان با توجه به حصول اشباع اطلاعاتی در خصوص الگوهای اولیه پژوهش، کافی بوده است که در نگاره ۲ به برخی از مهم ترین اطلاعات جمعیت شناختی آنها پرداخته شده است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی گروه های خبرگان

رشته تحصیلی	مصاحبه	میزان تحصیلات	مصاحبه	رده شغلی	مصاحبه	سابقه کاری (سال)	مصاحبه
گردشگری	۳	کارشناسی ارشد	۸	هئیت علمی	-	۵-۱۰	-
مالی	۵	دکتری	۷	عضو هیئت مدیره	۳	۱۱-۲۰	۹
اقتصاد	۲	جمع	۱۵	مدیر ارشد	۹	۲۱-۳۰	۵
مدیریت	۵			مدیر میانی	۱	۳۰ به بالا	۱
جمع	۱۵			کارشناس ارشد	۲	جمع	۱۵
				جمع	۱۵		

منبع: یافته های پژوهش گر

همچنین برای نتیجه گیری نهایی و تایید صحت پاسخ های بدست آمده از مراحل قبل، مجدداً مصاحبه کانونی ثانویه با خبرگان منتخب در سه حوزه گردشگری، بازار سرمایه و دانشگاهی به شرح جدول ۳ صورت پذیرفت:

جدول ۲. مصاحبه ثانویه با خبرگان منتخب

تعداد جلسات گروهی	تعداد منتخب	شرح	گروه
۴	۵	مدیران ارشد و میانی، اعضای هیئت مدیره و مدیران عامل	گردشگری
۲	۶	کارشناسان ارشد، مدیران ارشد و میانی	بازار سرمایه
۱	۲	اعضای هیئت علمی	دانشگاه

منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

۱.۴. تحلیل مضمون

مضمون یا تم، مبین اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و سؤالات تحقیق است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد و حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداقل به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد. فرایند کامل تحلیل مضمون در جدول زیر بیان گردیده است (رحیمی الماسی، فرشته و همکاران، ۱۳۹۶):

جدول ۳. فرآیند گام به گام تحلیل مضمون و تحلیل شبکه مضامین

مرحله	گام	اقدام
۱- تجزیه و توصیف متن	۱- آشنا شدن با متن	-مکتوب کردن داده‌ها (در صورت لزوم) -مطالعه اولیه و مطالعه مجدد دادها -نوشتن ایده‌های اولیه
	۲- ایجاد کدهای اولیه و کد گذاری	-پیشنهاد چارچوب کدگذاری و تهیه قالب مضامین -تفکیک متن به بخش‌های کوچکتر -کدگذاری ویژگی‌های جالب داده‌ها
	۳- جستجو و شناخت مضامین	-تطبیق دادن کدها با قالب مضامین -استخراج مضامین از بخش‌های کدگذاری شده متن -پالایش و بازبینی مضامین

مرحله	گام	اقدام
۲- تشریح و تفسیر متن	۴- ترسیم شبکه مضامین	- بررسی و کنترل همخوانی مضامین با کدهای مستخرج - مرتب کردن مضامین - انتخاب مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر - ترسیم نقشه (های) مضامین - اصلاح و تایید شبکه (های) مضامین
	۵- تحلیل شبکه مضامین	- تعریف و نام گذاری مضامین - توصیف و توضیح شبکه مضامین
۳- ترکیب و اقدام متن	۶- تدوین گزارش	- تلخیص شبکه مضامین و بیان مختصر و صریح آن - استخراج نمونه جالب داده ها - مرتبط کردن نتایج تحلیل با سوالات تحقیق و مبانی نظری - نوشتن گزارش علمی و تخصصی از تحلیل ها

منبع: (الماسی، فرشته، ۱۳۹۶)

۲.۴. کدگذاری باز

در این بخش محقق ابتدا واحدهای معنایی را با هرفرمتهای که هست ویرایش و سازمان دهی کرده و سپس یادداشت‌های^۵ لازم برای رسیدن به دسته بندی‌ها در مراحل بعدی را روی محتواها می‌گذارد و در نهایت بخش‌های غیرمهم را از مجموعه اسناد کنار می‌گذارد. سپس محقق واحدهای معنایی را براساس واقعیاتی که به آن اشاره می‌کنند برچسب معنایی زده و کدهای اولیه را پدید می‌آورد. سپس کدهای اولیه در گام مقوله سازی براساس ارتباط معنایی شان دسته بندی می‌شوند و به این ترتیب مرحله دورنخست کدگذاری را به اتمام می‌رساند (مرادی، محسن، ۱۳۹۸).

در نهایت، اطلاعات جمع آوری شده از اسناد و نظرات و آراء خبرگان در طی هر یک از مصاحبه‌ها از طریق فرایند کدگذاری در نرم افزار مکس کیو دی ای جهت ایجاد مقولات و نیز

⁵Memo

ساخت ابزار برای بخش کمی پژوهش آماده گردیدند. همان‌طور که در شکل ۱ نشان داده شده است از بین ۲۰۳۲ کد اولیه، راهکارهای تامین مالی با ۶۰۳ تکرار، چالش‌ها و تهدیدات سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری با ۵۷۹ تکرار، انواع پروژه‌های سرمایه‌گذاری با ۳۰۳ تکرار، راهکارهای ارتقا صنعت گردشگری ۱۶۶ بار تکرار و ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری با ۱۳۶ تکرار به ترتیب بیشترین ضریب اهمیت و مقدار معادله شانون^۶ از نظر فراوانی را دارند.

Code System	مقالات انگلیسی	گزارش‌های سازمانی	روزنامه‌ها و پرتال‌های خبری	پایان نامه‌ها	مقالات فارسی	کتاب‌ها	مجموعه‌ها	SUM
Paraphrases								0
صنعت گردشگری								0
راهکارهای ارتقاء صنعت گردشگری								166
الزام‌تأمین‌های گردشگری								17
سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری								49
انواع پروژه‌های صنعت گردشگری								303
راهکارهای تامین مالی								603
چالش‌های و تهدیدات سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری کشور								579
نقاط قوت و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری کشور								25
ویژگی‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری								136
حوزه‌های مورد نیاز سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری								42
مشوق‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری								112
SUM	443	155	225	56	691	238	224	2,032

نمودار ۳. فراوانی کدهای اولیه برحسب منابع جمع‌آوری داده‌ها و مقولات اصلی

منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

۳.۴. مقوله بندی

مقولات؛ کدهایی انتزاعی‌تر برای زیر چتر قرار دادن مفاهیم مشاهده پذیر هستند. مطابق با نظر اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) مقوله بندی به دو صورت انجام می‌شود؛ مقوله بندی متمرکز که در آن کد اولیه انتزاعی‌تر و مشاهده پذیرتر را در محوریت خود پشتیبانی می‌کند و دوم مقوله بندی با ایجاد یک دسته جدید می‌باشد که در آن کدهای مرتبط در یک دسته جدید و با نامی جدید مقوله

⁶ Shannon's equation

بندی می‌شود (مرادی، محسن، ۱۳۹۸). در بسیاری از پژوهش‌ها پیشنهاد می‌شود که به‌عنوان اطلاعاتی اضافی، کدها را از نظر تکرار و فراوانی نیز اولویت بندی نماییم هرچند فراوانی کدها، تاثیری در استراتژی تحقیق حاضر ندارد با این حال در شکل ۲ این فراوانی‌ها براساس معادله شانون نمایش داده شده است:

Code System	مقالات انگلیسی	گزارشات سازمانی	روزنامه‌ها و وبگاه‌های خبری	پایان نامه‌ها	مقالات فارسی	کتاب‌ها	مجازیه‌ها	SURF
0								0
Paraphrases								166
صفت گردشگری								17
راهکارهای ارائه خدمت گردشگری								49
ارزایان تأمین مالی گردشگری								10
سرمایه گذاری در صنعت گردشگری								11
انواع پروژه‌های صنعت گردشگری								10
صنایع دستی و میراث فرهنگی								6
نقش گردشگری در حفظ میراث فرهنگی و صنایع دستی								13
پارک‌های تفریحی و مناطق حفاظت شده								1
موزه‌ها								27
گردشگری سلامت								4
هتل و مجتمع‌های اقامتی								26
اهمیت هتلداری در رشد اقتصادی کشور								4
اهمیت توسعه زیرساخت‌های گردشگری								173
نقش زیرساخت‌ها در توسعه گردشگری								10
زیرساخت‌های گردشگری								109
رستوران‌ها								24
راهکارهای تأمین مالی								56
انواع روش‌های تأمین مالی برحسب پروژه‌های گردشگری								75
مشارکت بخش خصوصی و دولتی								92
مهندسی مالی اسلامی								1
مشارکت بخش خصوصی و دولتی								28
شرکت سرمایه‌گذاری گردشگری								17
صندوق سرمایه‌گذاری								12
صندوق توسعه مالی								15
تأمین مالی مایه								5
سرمایه‌گذاری برخط (vc)								111
موسسات سرمایه‌گذاری و شرکت‌های بیمه								7
تأمین مالی پروژه‌ها								1
تأمین مالی شرکتی								7
سازو کار								2
عناوین‌های گردشگری								8
فراردهای داخلی و خارجی								12
اوراق مشارکت								4
وام و تسهیلات بانکی								17
تورهای فرجه								249
ارزهای تأمین مالی اسلامی								58
چالش‌های و تهدیدات سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری کشور								47
عوامل غیر اقتصادی در آسایش پذیری گردشگری								29
نقش عوامل سیاسی در توسعه گردشگری								54
نقش عوامل فرهنگی و اجتماعی در توسعه گردشگری								35
امنیت سرمایه‌گذاری								27
عملکرد رفا								3
تهدید مدیریت								10
عدم علاقه‌مندی به نمایانگر از مدیریت								6
تصدیق‌گرایی بخش دولتی								9
چنگ تلقی نکرده نقش گردشگری در صنعت								14
عدم اعتماد و شناخت بازار سرمایه								9
منابع قانونی								9
بانک محور بودن								4
کسود منابع مالی بانکها و موسسات مالی								2
سرمایه‌گذاری آردک داخلی و خارجی								2
عدم توجه به انرژی برنامه‌های صنایع								5
نود مرز مشخص صنوبر گردشگری								10
عتماد نهادی (اعتماد سرمایه‌گذاران به سازمان‌ها و نهادهای)								9
انگاز به سرمایه‌های داخلی در کوتاه مدت								5
فقدان نیاز مستحق در توسعه‌های سرمایه‌گذاری								25
نفاذ قوت و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری کشور								75
رونگی‌های سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری								6
ارائه خدمات متناسب با جذب توریست								1
نوع واحد‌های اقامتی								8
نوسان ندرت رها عرضه و تقاضا								11
هم‌پوشانی رخصه تأمین صنعت گردشگری								7
ماهیت خدماتی بودن صنعت گردشگری								15
هفت بودن صنعت گردشگری								13
بلندمدت بودن بازگشت سرمایه								42
سوره‌های مورد نیاز سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری								112
مشوق‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری								2,632
SURF	483	155	225	56	691	238	224	

نمودار ۴. فراوانی کدها بر اساس معادله شانون

منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

افزار مکس کیو دی ای) می توان تا حد زیادی روایی توصیفی آن را اثبات نمود.
۲.۴.۴. روایی تفسیری: در این پژوهش جهت افزایش روایی تفسیری، محقق از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته سعی کرده است با توجه به سوالات اصلی و اهداف پژوهش، درک صحیحی از موضوع بدست آورد.

۳.۴.۴. روایی تئوریک: در این پژوهش؛ محقق با دسته بندی داده ها در قالب کدهای اولیه، مقولات فرعی، مقولات اصلی (با توجه به مباحث تئوریک موجود آنها) و نمایش آنها در قالب نمودار درختی سعی کرده است ارتباط معناداری بین آنها ایجاد کند که با اهداف و سوالات اصلی تحقیق نیز کاملاً مرتبط باشد.

۴.۴.۴. روایی ارزیابی: شامل مباحثی در مورد کاربرد چارچوبهای اخلاقی یا هنجاری و قضاوت‌هایی در مورد موضوع می‌باشد. در این مورد محقق سعی کرده است تا نظر خبرگان را بدون هیچگونه دخل و تصرف و اعمال سلیقه ای، ثبت کند.

۵.۴. بررسی پایایی پژوهش: محقق از روش های زیر جهت ارزیابی پایایی استفاده کرده است که شامل: یادداشت برداری بر روی اسناد، مصاحبه ها، ویدئوها، کتابها، ضبط صوت با کیفیت برای ثبت دقیق گفته‌های مصاحبه کنندگان و آوانگاری گفته‌های ضبط شده (مرادی، محسن، ۱۳۹۷).

۵. یافته های پژوهش:

با توجه به داده ها و اطلاعات جمع اوری شده و تجزیه و تحلیل آنها براساس کدها و مقولات فرعی، مفاهیم زیر به عنوان یافته های پژوهش، شناسایی شدند که در نگاره ۵ به آنها پرداخته شده است.

جدول ۴. کدها، مقوله های فرعی، و مفاهیم شناسایی شده در مصاحبه های اولیه

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<p>- نبود برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی های دقیق جهت تامین مالی پروژه‌های گردشگری در بستر بازار سرمایه</p>	<p>عدم بلوغ لازم بازار بورس اوراق بهادار</p>	<p>عدم شناخت فعالان صنعت گردشگری نسبت به عملکرد بازار سرمایه</p>
<p>-عدم کفایت حداقل سرمایه برای ورود به بورس -پراکنده و کوچک بودن بنگاه های کسب و کار در صنعت گردشگری. -شفاف نبودن صورت های مالی برخی پروژه‌ها - طلب وثایق سنگین جهت انتشار اوراق -مشکلات قانونی و حقوقی برخی از پروژه ها به لحاظ سند مالکیت -نداشتن مالکیت زمین -موانع قانونی و حقوقی جهت تغییر کاربری زمین و املاک - خصوصی نبودن برخی از پروژه ها -عدم همخوانی بین درآمدها و جریانات نقد پروژه‌های صنعت گردشگری با تعهدات بورس اوراق بهادار - نیمه ساخت بودن اکثر پروژه های بزرگ - بروکراسی پیچیده و طولانی برای ورود به بازار سرمایه - سلسله مراتب طولانی برای اخذ مجوز جهت ترمیم و مرمت برخی از پروژه ها</p>	<p>موانع قانونی در ثبت شرکت ها</p>	<p>نداشتن برخی از شرایط لازم برای ورود به بازار سرمایه</p>

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<ul style="list-style-type: none"> - زیرساخت های ناکافی - سیستم حمل و نقل فرسوده - متناسب نبودن خدمات فرودگاهی برای گردشگران - وابستگی پروژه های زیرساختی و طرحهای عمرانی به بودجه دولتی - زیرساخت های ناکافی در حوزه حمل و نقل به ویژه حمل و نقل ریلی، جاده‌ای و هوایی - کمبود بسته های سرمایه گذاری قابل دفاع در زیرساخت ها 	<p>موانع زیرساختی پروژه های گردشگری</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - دوره ای بودن تقاضا های گردشگران در زمان های مختلف - فصول کوتاه گردشگری و غیرقابل پیش بینی - نوسان عرضه و تقاضا در گردشگری 	<p>فصلی بودن</p>	<p>ویژگی های ذاتی پروژه های صنعت گردشگری</p>
<ul style="list-style-type: none"> - غیرقابل انبار کردن خدمات تولید شده در این صنعت 	<p>خدماتی بودن</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - اتاق های ساخته شده یک هتل که قابل فروش نمی باشد- - مناطق حفاظت شده، پارک های جنگلی و..... 	<p>غیرقابل فروش بودن دارایی های حاصل از پروژه ها</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - متفاوت بودن پتانسیل سرمایه گذاری و درآمد زایی تاسیسات گردشگری با توجه به مکان پروژه ها و نوع آنها - عدم توازن بین فرصت های سرمایه گذاری گردشگری در شهرهای مختلف - زنجیره تامین بسیار طولانی با در نظر گرفتن مشکلاتی همچون نوسانات فصلی، تقاضاهای فصلی - متغیر بودن هزینه ها به ویژه در هتل ها (در یک هتل پنج ستاره ۵۰ درصد از درآمد یک هتل صرف هزینه ها به ویژه هزینه های سربار و نیروی انسانی می شود) 	<p>سودآوری متغیر</p>	

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<p>- تقاضا در صنعت گردشگری به شدت تحت تاثیر متغیرهای اصلی اقتصاد کلان نظیر نرخ ارز، تورم، نرخ سود بانکی و غیره می باشد</p> <p>- سیاست‌های سرمایه‌گذاری به ویژه در صنعت گردشگری تابعی از سیاست‌های غیر اقتصادی همچون عوامل سیاسی، بین‌المللی، فرهنگی، مذهبی، شیوع بیماری واگیردار است.</p> <p>- سهم متغیر سفر و گردشگری در سبد خانوارها با توجه به شرایط اقتصادی</p>	<p>حساسیت بالای پروژه های صنعت گردشگری نسبت به شرایط اقتصادی و غیراقتصادی</p>	
<p>- به دلیل ارتباط تنگاتنگ با چندین حوزه، نیازمند صرف زمان قابل قبولی برای بازدهی است</p> <p>- دیر بازده بودن برخی از پروژه ها</p> <p>- دوره ساخت نسبتاً طولانی برخی از تاسیسات گردشگری</p> <p>- نقطه سر به سر طولانی برخی از تاسیسات گردشگری از جمله هتل ها</p> <p>- ضریب اشتغال هتل در حالت نرمال باید بالای ۵۰ تا ۶۰ درصد باشد که در این صورت دوره برگشت سرمایه ۵ تا ۱۰ سال میتونه به طول بیانجامد</p>	<p>بلندمدت بودن زمان بازگشت سرمایه</p>	
<p>- ماهیت متفاوت پروژه های گردشگری و نیاز به تخصص های متعدد</p> <p>- زنجیره ای بودن (وابسته به برند های بین المللی) برخی پروژه های گردشگری از جمله هتل ها جهت ارائه خدمات یکسان و تخصصی همراه با کاهش هزینه ها</p>	<p>تخصصی بودن صنعت گردشگری</p>	
<p>- نزدیکی به مکان های ناسازگار مانند بزرگراه ها، تاسیسات بندری، تصفیه خانه فاضلاب یا کانال ها، یا بازارهای عمومی، موسسات یا پایانه های حمل و نقل برای هتل ها</p>	<p>ریسک عملیاتی با نیازهای شدید سرمایه بالا</p>	

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
- هزینه‌های بالای برخی از پروژه‌ها پس از راه اندازی بخاطر استهلاک زیاد مانند تلکابین، شهرسازی		
-غیرقابل پیش بینی بودن بازار سرمایه	نوسانات بورس	عدم اعتماد به بازار سرمایه
-عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری در این بخش به علت نداشتن تامین و تضمین مالکیت - امنیت سرمایه گذاری	عدم تضمین سرمایه گذاری ها	
-عدم شناخت در خصوص چگونگی بهره برداری از ظرفیت های موجود در جاذبه های گردشگری کشور -کمبود اطلاعات در مورد مشخصات ریسک / بازده صنعت - کمبود مطالعات امکان سنجی یا تحلیل هزینه -منفعت در طرح های گردشگری - کمبود اطلاعات اماری جهت استخراج اثرات درآمدهای صنعت گردشگری بر سایر بخش های اقتصادی و فرهنگی کشور	-کمبود اطلاعات و آمار دقیق نسبت به پروژه های صنعت گردشگری	شناخت ناکافی سرمایه گذاران بازار سرمایه نسبت به پروژه های صنعت گردشگری
- عدم شناخت کافی جاذبه های گردشگری -پایین بودن تعداد گردشگران ورودی به ایران نسبت به کشورهای همسایه	-بازاریابی و تبلیغات ناکافی	
-نیاز به کنترل بیشتر برکسب و کار شخصی و کاهش هزینه های نماینده -تمایل به مالکیت شخصی	عدم تمایل به رقیق شدن مالکیت واحدهای گردشگری	عدم تمایل مالکان پروژه های صنعت گردشگری به بورسی کردن پروژه های شان
-انجام پروژه های عمرانی صرفاً از طریق بودجه دولتی می تواند طولانی گردد.	کنترل قیمت خدمات بخش	دولتی و شبه دولتی بودن بودن اکثر پروژه

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<ul style="list-style-type: none"> - رقابتی نبودن کیفیت ارائه خدمات - نرخ گذاری ها می تواند به صورت تکلیفی صورت گیرد 	گردشگری از سوی دولت	های گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - صنعت گردشگری از یک زنجیره تامین گسترده بهره می گیرد. - تنوع مراکز تصمیم گیری - وجود سه حوزه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری 	فرابخشی بودن صنعت گردشگری	وجود ذی نفعان متعدد و عدم هماهنگی بین آنها
<ul style="list-style-type: none"> - عدم همخوانی فعالیت و قراردادهای حقوقی صندوق های سرمایه گذاری خطرپذیر با طرح های صنایع دستی - کمبود مؤسسات حرفه ای ارائه دهنده خدمات پشتیبانی برای طرحهای نوآورانه. - نبود نظام مالیاتی در خصوص سرمایه گذاری خطرپذیر - فقدان هیئت های حل اختلاف در زمینه سرمایه گذاری خطرپذیر. - ناقص بودن زنجیره تامین مالی طرحهای نوآور و شرکتهای نوپا - کافی نبودن بسترهای حقوقی لازم برای سرمایه گذاری خطرپذیر 	- محدود بودن منابع تامین مالی اختصاصی	عدم طراحی ابزارهای بورسی متناسب با پروژه های صنعت گردشگری
<ul style="list-style-type: none"> - وجود نظام بورکراسی پیچیده در صنعت گردشگری - نظارت ناکافی بر حفظ و نگهداری جاذبه ها - تعهد ناکافی نسبت به به اجرای قراردادهای کسب و کار - تخصیص ناکافی اعتبارات جهشی در راستای اجرای طرح قطب گردشگری کشور - عدم شناخت سلیقه های گردشگران - میزان اندک سرمایه گذاری - پایین بودن بودجه تخصیص یافته برای حفظ و نگهداری میراث فرهنگی - ناکافی بودن اقدامات رایزنان فرهنگی و سفرای ایران در کشورهای مختلف در خصوص معرفی صنعت گردشگری ایران 	نیاز به مدیریت قوی	سهم ناچیز صنعت گردشگری در اقتصاد کشور

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<p>- عدم ساماندهی مراکز اقامتی ارزان قیمت برای گردشگران خاص خارجی</p> <p>- عدم همکاری برخی سازمانهای دولتی در استفاده نکردن از ظرفیت هتل ها در ایام اوج سفر</p> <p>- طولانی بودن زمان پرداخت وام به طرح ها و پروژه های گردشگری</p> <p>- بیشتر سرمایه گذاری های جدید برای جلب رضایت بازار سستی انجام می شود</p> <p>- وجود طرح ها و پروژه های ناتمام به دلیل عدم دسترسی به منابع مالی و عدم پیگیری تا حصول نتیجه</p>		
<p>- عمر زیاد برخی از طرح های سرمایه گذاری</p> <p>- فقدان تسهیلات لازم برای وارد کردن تجهیزات و تاسیسات مورد نیاز صنعت گردشگری که در داخل امکان تولید آن وجود ندارد</p> <p>- قرار گیری تجهیزات و تاسیسات هتلی جزو کالاهای لوکس و غیر ضروری توسط گمرک</p>	<p>کمبود سرمایه گذاری</p> <p>جهت نوسازی و احیاء تاسیسات و تجهیزات گردشگری</p>	<p>فرسوده و مستهلک بودن تجهیزات برخی از پروژه های گردشگری</p>
<p>- نظیر تعرفه های تجاری ، برخی از استانداردهای کیفی، مالیات بر ارزش افزوده بویژه در مورد برخی از تاسیسات گردشگری ، شمول و عدم شمول قانون نظام صنفی، نرخ حق بیمه</p> <p>- سختی صدور ویزا برای گردشگران خارجی</p> <p>-عدم اجرای مفاد کامل کنوانسیون تسهیلات گمرکی برای ورود و خروج کالاها و وسایل همراه گردشگران</p>	<p>متناسب نبودن برخی از قوانین و مقررات با نیازهای روز</p>	<p>منسجم نبودن برخی از قوانین موجود در نظام جامع گردشگری</p>
<p>- عدم توجه به درآمدزایی صنعت گردشگری</p> <p>- عدم توجه به پتانسیل های صنعت گردشگری</p> <p>- نوپا بودن صنعت گردشگری نسبت به سایر صنایع دیگر</p>	<p>عزم جدی ناکافی برای توسعه و رونق صنعت گردشگری</p>	<p>نهادینه نشدن ایرانگردی و گردشگری در کشور</p>

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
- قدرت رقابت پایین صنعت گردشگری نسبت به سایر صنایع		
- بیشترین تامین مالی در حوزه گردشگری از طریق بازار پول	تامین مالی بانک محور	تفاوت در نرخ بازده بازار های مالی
- کمبود تخفیفات قانونی برای انواع تأسیسات گردشگری - عدم حمایت کافی از صادرکنندگان صنایع دستی - تاخیر در اعطای جوایز صادراتی - عدم وجود نمایشگاه های ثابت برای ارائه صنایع دستی در مراکز استانها و شهرها - عدم فرهنگ سازی موثر صنایع دستی - نبود انگیزه کافی برای طراحی نوین تأسیسات گردشگری - کسب سود از طریق ارزش افزوده املاک به جای کسب ارزش افزوده خدمات - حجم سرمایه گذاری های کم به دلیل استقبال نسبتاً پایین گردشگران - عدم تنوع در گرایش ها و تخصص های صنعت گردشگری - مشوق های مالیاتی ناکافی	کمبود مشوق های سرمایه گذاری در صنعت گردشگری	نبود انگیزه کافی برای سرمایه گذاری در حوزه گردشگری
- پیچیده بودن برخی از قراردادهای مشارکتهای عمومی-خصوصی - وجود مشکلات در ثبت شرکت های خارجی - نبود چارچوب برای ارزیابی کیفی شرکت های خارجی در داخل	کمبود قوانین و مقررات حمایتی	تکثر و عدم شفافیت قوانین سرمایه گذاری
- طلب وثیقه سنگین در تامین مالی پروژه های صنعت گردشگری - عدم پرداخت تسهیلات مالی با نرخ مناسب به بخش خصوصی - مشکلات مترتب بر تخصیص اعتبار غیر نقدی و عدم امکان ارائه آن به پیمانکاران جزء - عدم اعتماد بانک های عامل به طرح های توجیه فنی، اقتصادی و		مشکلات مربوط به نظام مالی

مفهوم شناسایی شده	مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول
<p>مالی</p> <p>-چند نرخی بودن سود بانکی برای طرح ها و پروژه های گردشگری</p> <p>-عدم هماهنگی در تامین مالی بین طرفین پروژه</p> <p>- هزینه بسیار گران تامین سرمایه داخلی</p> <p>- مشکلات جابجایی پول بین کشورها در بستر شبکه بانکی</p> <p>- مشکلات فقهی در استفاده از برخی ابزارهای مالی در بورس اوراق بهادار</p> <p>- انعطاف پذیر نبودن برخی از ابزارها ی تامین مالی در با توجه به ویژگی های خاص پروژه های صنعت گردشگری</p> <p>-عدم بهره گیری کافی از ظرفیتهای بازار سرمایه در تأمین مالی قراردادهای مشارکتی</p> <p>-عدم سازگاری شرایط اعطای تسهیلات بانکهای تجاری با ساختار پروژه های مشارکتی</p> <p>-استفاده کم از فاینانسهای خارجی در قراردادهای مشارکتی</p> <p>- هزینه بالای انتقال سرمایه و وام خارجی به کشور</p>		

منبع: یافته های پژوهش گر

۶. بحث و نتیجه گیری

با توجه به کسری بودجه دولت و تنگنای سیستم بانکی، استفاده از ظرفیت بخش خصوصی از طریق بازار سرمایه می تواند گزینه مناسبی برای تأمین مالی صنعت گردشگری باشد. هدف از پژوهش حاضر بررسی چالش ها و موانع تأمین مالی طرح های صنعت گردشگری ایران از طریق بازار سرمایه است. این پژوهش در قالب استراتژی مطالعه موردی مطرح شد. در همین رابطه اقدام به گردآوری اطلاعات و تحلیل داده های کیفی در بررسی اسناد، مصاحبه ها و توضیحات مکتوب ارائه شده گردید. سپس تحلیل مضمون مصاحبه های نیمه ساختاریافته انجام شد. جهت تأیید اطلاعات گردآوری شده و بررسی صحت و سقم آنها از مصاحبه های کانونی بهره گرفته شد و در

پایان، داده ها و اطلاعات جمع آوری شده جمع بندی گردیدند. نتایج نشان داده است که عواملی همچون عدم شناخت فعالان صنعت گردشگری نسبت به عملکرد بازار سرمایه، نداشتن برخی از شرایط لازم برای ورود به بازار سرمایه، ویژگی های ذاتی پروژه های صنعت گردشگری، عدم اعتماد به بازار سرمایه، شناخت ناکافی سرمایه گذاران بازار سرمایه نسبت به پروژه های صنعت گردشگری، عدم تمایل مالکان پروژه های صنعت گردشگری به بررسی کردن پروژه های شان، دولتی و شبه دولتی بودن بودن اکثر پروژه های گردشگری، وجود ذی نفعان متعدد و عدم هماهنگی بین آنها، عدم طراحی ابزارهای بورسی متناسب با پروژه های صنعت گردشگری، سهم ناچیز صنعت گردشگری در اقتصاد کشور، فرسوده و مستهلک بودن تجهیزات برخی از پروژه های گردشگری، منسجم نبودن برخی از قوانین موجود در نظام جامع گردشگری، نهادینه نشدن ایرانگردی و گردشگری در کشور، تفاوت در نرخ بازده بازار های مالی، نبود انگیزه کافی برای سرمایه گذاری در حوزه گردشگری، تکرر و عدم شفافیت قوانین سرمایه گذاری و برخی مشکلات مربوط به نظام مالی از جمله موانع و چالش های اصلی تأمین مالی طرح های صنعت گردشگری ایران در بستر بازار سرمایه می باشد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهادات زیر جهت پژوهش های آتی مطرح گردد:

۱. آسیب شناسی نظام تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) در صنعت گردشگری ایران
۲. بررسی نقش بازار سرمایه برای تأمین مالی زنجیره تأمین (SCF) در صنعت گردشگری ایران
۳. آسیب شناسی تأمین مالی سرمایه در گردش در صنعت گردشگری ایران

فهرست منابع:

- ابراهیمبای سلامی، غلامحیدر. (۱۳۹۵). صد هتل، صد کسب و کار. انتشارات ماهواره.
- اسلامی بیدگلی، غلامرضا، جولا، جعفر. (۱۳۸۸). بررسی رابطه ساختار سرمایه با ریسک سیستماتیک شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۲(۸)، ۹۱-۱۱۳
- الماسی، حسن. (۱۳۹۳). سرمایه گذاری موسسات بین المللی در صنعت گردشگری ایران.
- الماسی، فرشته. (۱۳۹۴). روش های تأمین مالی در بازار سرمایه. سازمان بورس و اوراق بهادار.

جعفری، نرگس، نجارزاده، محمد، شالبافیان، علی اصغر. (۱۳۹۹). ارائه چارچوبی برای شناسایی چالش‌های جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران: کاربردی از تحلیل مضمون در صنعت هتل. فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، ۹(۱)، ۱۳۰-۱۵۱.

رحیمی الماسی، فرشته، بت شکن، هاشم، عبده تبریزی، حسین، سلیمی، محمدجواد. (۱۳۹۶). الگویی برای تامین مالی طرح‌های زیرساختی حمل و نقل جاده‌ای در ایران با تمرکز بر ظرفیت‌های بازار سرمایه. صدرآبادی، ناصر و همکاران. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی سیاست‌های سرمایه‌گذاری و راهکارهای جذب سرمایه در صنعت گردشگری ایران. کنفرانس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.

عاقلی کهنه شهری، لطفعلی. (۱۳۸۷). چالش‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری. مجموعه مقالات همایش ملی توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری.

کریمی دستنایی، طاهره. (۱۳۹۸). جایگاه ایران در شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۹. اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، معاونت بررسی‌های اقتصادی.

مرادی، محسن. (۱۳۹۷). روایی در تحقیق کیفی. موسسه آکادمی تحلیل آماری ایران.

مرادی، محسن. (۱۳۹۸). بررسی روایی محتوایی پرسشنامه. موسسه آکادمی تحلیل آماری ایران.

موسویان، سید عباس. (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی فقهی، اقتصادی و مالی انتشار اوراق مشارکت در ایران. فصلنامه بورس اوراق بهادار، ۴(۱۴)، ۲۹-۶۰.

مومنی، فاطمه، همایونی فر، مسعود. (۱۳۹۴). سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری، چالش‌ها و راهکارها. اولین همایش ملی گردشگری پایدار با رویکرد گردشگری ورزشی، سلامت و محیط زیست.

یزدان ستا، فاروق. (۱۳۹۴). گذری بر پارادایم و تئوری در مدیریت. کنفرانس بین‌المللی مدیریت و علوم انسانی.

- Lv, Q., Xie, X., & Li, Y. (2019). The Effects of Resident Empowerment on Intention to Participate in Financing.pdf. *Journal of China Tourism Research*, 15(4), 541-562.
- Turegun, N. (2019). Performance analysis of the restaurant and hotel industry: evidence from Borsa Istanbul. In *Pressacademia* (Vol. 6, Issue 3, pp. 115-123).
- Wanhill, S. R. C. (1994). Evaluating the worth of investment incentives for tourism development. In *Journal of Travel Research* (Vol. 33, Issue 2, pp. 33-39).
- UNITED NATIONS. (2001). Opportunities and challenges for tourism investment: a case study of the Republic of Korea and reports from selected countries in Asia and the Pacific. In *United Nations publication* (Ed.), *Review Literature And Arts Of The Americas*.
- UNWTO. (2021). *Tourism Investments Trends and Challenges during COVID-19*. UNWTO