

## شناسایی عوامل مؤثر اجرای خطمشی گردشگری در استان گیلان

عزت‌اله عباسیان<sup>۱</sup>، دانشیار گروه مدیریت مالی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

شبثم زرجو، کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

سید حامد هاشمی، استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۹/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۱۵

### چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر اجرای خطمشی عمومی گردشگری در استان گیلان است. از این رو در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای است و از حیث روش‌شناختی نیز از استراتژی پژوهش کیفی با رویکرد استقرائی که از فلسفه تفسیری-برساخت‌گرایی تبعیت می‌کند بهره گرفته شده است. جامعه مورد مطالعه پژوهش شامل خبرگان حوزه گردشگری، خطمشی‌گذاری عمومی، گیلان شناسی و علوم جغرافیا است، که تعداد ۲۰ نفر براساس روش نمونه‌گیری هدفمند با ماهیت گلوله برفی مورد مصاحبه قرار گرفتند. نتایج تحلیل حاکی از پنج عامل فناورانه، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و در نهایت سیاسی-اداری بود. مقوله اصلی سیاسی-اداری؛ شامل کاهش بروکراسی، آموزش و توسعه و بهبود منابع انسانی است. مقوله اصلی اجتماعی، شامل تقویت مسئولیت اجتماعی، افزایش مشارکت مردم و سازمان‌های مردم نهاد، مرادده صحیح بخش اجرائی با ساکنین بومی، بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی است، مقوله اصلی فرهنگی، شامل بهره‌گیری از نمادهای فرهنگی، بومی‌سازی خطمشی، تأکید بر ساختار فرهنگی هر منطقه است و مقوله اصلی فناورانه که شامل تأکید بر تبلیغات رسانه‌ای و تقویت زیرساخت فناوری و در نهایت مقوله اصلی اقتصادی شامل حکمرانی مشارکتی، برنامه‌ریزی صحیح مالی و بودجه می‌باشد. دستاورد ویژه پژوهش حاضر، تمرکز بر بخش اجراء خطمشی‌گذاری و اهم دانستن عوامل گوناگون فرهنگی، فناورانه، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی-اداری در پیاده‌سازی موفق خطمشی گردشگری است. چنین نتایجی گویای این واقعیت است که عوامل اقتصادی در اجراء مؤثر خطمشی یه تنهایی نقش ندارد بلکه سایر عوامل دیگر نیز نقش آفرینند که در بسیاری از پژوهش‌های مشابه مورد غفلت قرار گرفته‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری، خطمشی عمومی، خطمشی گردشگری، اجراء خط مشی، استان گیلان.

## مقدمه

از سال ۲۰۱۹، کووید-۱۹ منجر به آسیب‌های شدیدی به صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی در سطح جهان شده است، از این رو، رفتار گردشگران با شیوع و ادامه اپیدمی کووید-۱۹<sup>۱</sup> تغییر کرده است (لیو و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۲۱). خط‌مشی‌گذاران و دست‌اندرکاران گردشگری نیز درک کاملی از سناریوها و اثرات بحران ندارند (اسکاره و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱). از طرفی هر ساله محققان تلاش می‌کنند مکانیسم‌های جدیدی را کشف کنند که می‌تواند در توسعه و رشد کشور مؤثر باشد و آن را بهبود دهد، در اکثر ملل در حال توسعه، نرخ رشد در حوزه گردشگری آثار در خور توجه‌ای داشته است زیرا توسعه و رونق کشاورزی، سرمایه و انرژی را موجب می‌شود، بنابراین، توسعه گردشگری در سراسر جهان به رسمیت شناخته شده است و به عنوان انگیزه‌ای برای رشد اقتصادی، کشاورزی و توسعه انرژی و کاهش فقر مطرح می‌گردد، بنابراین دولت‌ها در کشورهای در حال توسعه می‌بایست از این صنعت حمایت کنند و با توجه به اثرات مضاعف آن در زمینه ایجاد اشتغال، درآمدهای ارزی، تأثیر مثبت بر تراز پرداخت، کاهش فقر و ...، آن را بهبود بخشند (خان و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰). گردشگری به دلیل قابلیت‌های پیشرو در کسب ارز خارجی به عنوان یک نجات‌دهنده در اقتصادهای در حال توسعه محسوب می‌شود (خان و همکاران، ۲۰۲۰). بنابراین، گردشگری، دارای عملکرد چند منظوره بوده که می‌توان از آن به عنوان یکی از راهکارهای توسعه اقتصادی، کاهش وابستگی بودجه کشور به نفت، ایجاد اشتغال، افزایش سطح روحیه و مواردی از این دست اشاره کرد. بدین منظور، کشورها و شهرها و مناطق مختلف تلاش می‌کنند تا با ایجاد و توسعه برند سازی، در مسیر توسعه گردشگری و اقتصادی گام بردارند (اخوان فومنی و همکاران، ۲۰۲۱). از این رو خط‌مشی‌گذاری گردشگری اغلب مبتنی بر رشد اقتصادی است (گو و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۱۹). خط‌مشی‌های مؤثر برای صنعت گردشگری می‌تواند منجر به تسهیل بهره‌وری و بهبود سیستم اقتصادی شود (بانک

---

1. COVID-19  
 2. Liu & et al  
 3. Škare & et al  
 4. Khanet & et al  
 5. Guo

توسعه آسیایی، ۲۰۱۶). بنابراین دولت‌ها با تدوین و اجرای صحیح خطمشی گردشگری می‌توانند تسهیل‌ساز در جهت دستیابی به اهداف پیش‌رو صنعت گردشگری شوند و رونق آن را فراهم آورند. خطمشی گردشگری، اهداف سیاسی و فعالیت‌های برنامه‌ریزی گردشگری را در مجموعه‌ای از رهنمودها ادغام می‌کند و جهت حرکت رو به رشد را نشان می‌دهد. بدون وجود چنین رهنمودهایی، ممکن است آینده‌ی گردشگری به طور قابل ملاحظه‌ای کم‌عایدی‌تر از آن چیزی که مورد انتظار است برآورد شود. خطمشی‌گذاری گردشگری، در یک نگاه جامع، شامل سه مرحله‌ی اصلی تدوین، اجرا و ارزیابی است. لذا در مسیر اجرای کامل خطمشی گردشگری، عوامل و شاخص‌های متعددی وجود دارند که شناسایی آن‌ها به منظور کارآمد کردن اجرای خطمشی گردشگری اهمیت ویژه‌ای دارد (بروجنی و بذرافشان، ۱۳۹۳).

با این حال، خطمشی‌گذاری و اجرای آن فراگرد بسیار فراگردی پیچیده‌ای است، به ویژه در زمینه‌هایی که مشارکت بخش دولتی، بخش خصوصی و جامعه مدنی مطرح است زیرا موفقیت نهایی خطمشی بستگی به ماهیت مشارکت و اثربخشی همکاری بین این گروه‌ها در اجرای تصمیمات مرتبط با خطمشی در چارچوب‌های ایده‌آل خطمشی‌گذاری، مکانیسم‌های نظارت و ارزیابی مناسب بودن خطمشی‌های اتخاذ شده و پیاده‌سازی آن دارد (حسن و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۰).

بنابراین، در دنیای کنونی یکی از مهمترین فعالیت‌هایی که در جوامع گوناگون در جریان است، گردشگری است و پیامدهای آن اثرات مستقیم و غیرمستقیم به ارکان جامعه از جمله اقتصاد، فرهنگ، سیاست و هنر دارد. در این میان استان گیلان نتوانسته آنگونه که باید به نرخ مناسبی از ورود و خروج گردشگران دست یابد (روستایی حسین آبادی و همکاران، ۱۳۹۹). این کاستی را می‌توان به عدم پیاده‌سازی صحیح و اجرای مناسب خط مشی‌های گردشگری نسبت داد.

استان گیلان به عنوان منطقه‌ی جلگه‌ای و حاصل‌خیز دارای ظرفیت مناسب در جهت جذب گردشگران ملی و بین‌المللی است، از این‌رو با تدوین و اجرا خط مشی‌های مناسب گردشگری که شامل ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و فناورانه باشد می‌توان به پیشرفت این صنعت کمک نماید، از آنجایی که عدم توجه به آن آسیب‌های فراوانی به صنعت گردشگری وارد می‌نماید، از این‌رو نیاز به شناسایی عواملی است

که اجرای خط‌مشی گردشگری را در استان گیلان با توجه به شرایط بومی و منطقه‌ای تسهیل سازد و با شناسایی موانع از چالش‌های اجرایی بکاهد، همچنین اصلی‌ترین بازیگران حوزه اجرای خط‌مشی گردشگری در استان گیلان نیز شناسایی گردد، بنابراین، نوآوری پژوهش حاضر در آن است که علاوه بر بعد اقتصادی، سایر ابعاد (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و فناورانه) نیز در حوزه اجرای خط‌مشی مورد بررسی قرار گرفته و واکاوی می‌گردد.

در نهایت، با توجه به مطالب ذکر شده و مساله اصلی پژوهش، پرسش پژوهش به شکل زیر مطرح می‌شود:

چه عواملی در اجرای مؤثر خط‌مشی گردشگری در استان گیلان نقش آفرینند؟

### اهداف پژوهش

شناسایی عوامل (اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فناورانه و فرهنگی) بر اجرای خط‌مشی گردشگری در استان گیلان.

### پرسش‌های پژوهش

چه عواملی در اجرای خط‌مشی گردشگری در استان گیلان نقش آفرینند؟

### مبانی نظری پژوهش

#### خط‌مشی‌گذاری

خط‌مشی‌گذاری<sup>۱</sup> را می‌توان به‌عنوان «تخصیص مقتدرانه ارزش‌ها» تعریف نمود (استون<sup>۲</sup>، ۱۹۵۳). خط-مشی‌گذاری عمومی<sup>۳</sup>، علمی چند رشته‌ای و بسیار هنجاری است که به دنبال حل مشکلات است (لاسلو<sup>۴</sup>، ۱۹۷۱). خط‌مشی عمومی، هر آن چیزی است که دولت تصمیم می‌گیرد انجام دهد یا ندهد (دای<sup>۵</sup>، ۲۰۰۵). خط‌مشی عمومی، مجموعه تصمیمات متعامل بازیگر یا گروهی از بازیگران سیاسی درباره انتخاب اهداف و ابزار دستیابی به آن‌ها در شرایط مشخص، به شرط آن‌که این تصمیمات به صورت قانونی

---

1. Policy making  
2. Easton  
3. Public policy  
4. Lasswell  
5. Dye

در چارچوب اختیارات بازیگران اخذ شده باشد تعریف می‌شود (جنکینز<sup>۱</sup>، ۱۹۷۸). خط‌مشی‌گذاری عمومی مجموعه‌ای از اقدامات هدف‌مدار است که نسبتاً ثابت است و به وسیله یک بازیگر یا مجموعه‌ای از بازیگران برای برخورد با مشکل یا مسئله مورد توجه قرار می‌گیرد (آندرسون<sup>۲</sup>، ۱۹۸۴). خط‌مشی عمومی ارتباط دولت با محیطش است (ایستون<sup>۳</sup>، ۱۹۸۴). از این‌رو طبق نظر اندیشمندان، مدل عمومی فراگرد خط‌مشی‌گذاری شامل مراحل مسئله‌یابی عمومی<sup>۴</sup>، دستورگذاری<sup>۵</sup>، شکل‌گیری خط‌مشی<sup>۶</sup>، قانونی ساختن خط‌مشی<sup>۷</sup>، پیاده‌سازی خط‌مشی<sup>۸</sup>، ارزیابی<sup>۹</sup> و اصلاح<sup>۱۰</sup> یا خاتمه<sup>۱۱</sup> آن است (الوانی، ۱۳۹۱ و هاوالت و همکاران، ۲۰۰۹).

### صنعت گردشگری

گردشگری پدیده‌ای چند رشته‌ای است و تاکنون به عنوان یک علم شناخته نشده است. بسیاری از علوم جغرافیا، اقتصاد، بازاریابی، جامعه‌شناسی، روانشناسی، آموزش، فرهنگ و بسیاری موارد دیگر، از جمله علمی هستند که بیشترین ارتباط را با گردشگری دارند. گردشگری را می‌توان در سطوح مختلف در نظر گرفت، نه فقط در سطوح علمی و بلکه به عنوان فضایی اجتماعی، روانی، فرهنگی و اقتصادی تلقی کرد (روژیکی و کوربیل<sup>۱۲</sup>، ۲۰۲۲). اصطلاح گردشگری به طور مشخص با رفتارهایی از جمله «عکس گرفتن»، «خریدن سوغاتی»، «رفتن به مکان‌های معروف» و «اقامت کوتاه در یک مکان» تعریف می‌شود (یو و همکاران<sup>۱۳</sup>، ۲۰۱۲). بنابراین گردشگری پدیده‌ای پیچیده است که طیف وسیعی از مردم را در بر می‌گیرد. به طور فزاینده‌ای به دنبال تجربیات جدید و منحصر به فرد برای ارضای متنوع‌ترین انگیزه‌ها، مطرح می‌شود (کای دارو و او و جوآنا<sup>۱۴</sup>، ۲۰۲۲).

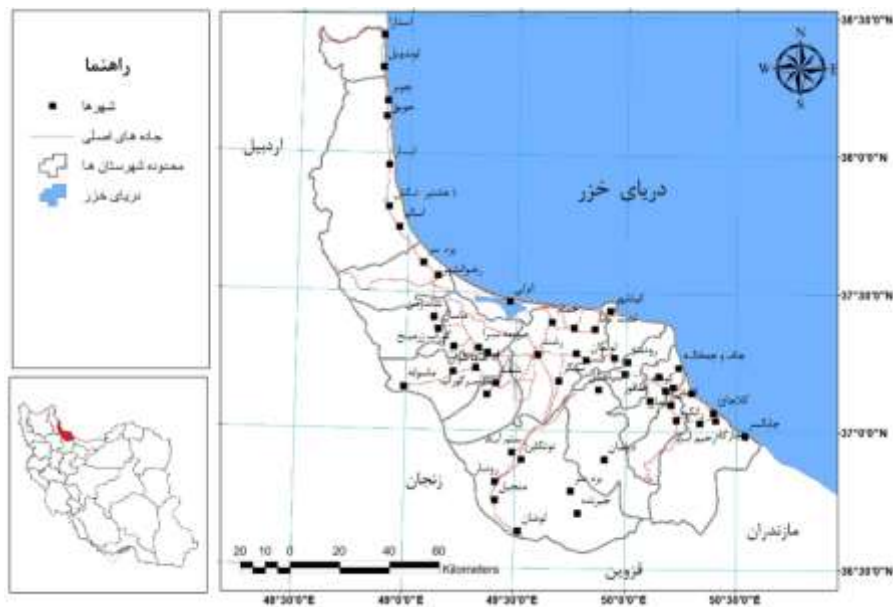
- 
1. Jenkins
  2. Anderson
  3. Eyestone
  4. Understanding public problem
  5. Agenda Setting
  6. Policy Formulation
  7. Policy Legitimation
  8. Policy Implementation
  9. Policy Evaluation
  10. Policy reform
  11. Policy Termination
  12. Rózycki, & Korbiel
  13. Yu & et al
  14. Khaydarova & Joanna

## استان گیلان

کشور ایران جزء ده کشور اول جهان از نظر جاذبه‌های گردشگری و جز پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری است. بسیاری از شهرهای ایران دارای جاذبه‌های گردشگری می‌باشند که استان گیلان یکی از مکان‌های جذاب گردشگری کشور ایران محسوب می‌شود (اخوان فومنی و همکاران، ۱۴۰۱).

استان گیلان، از استان‌های شمالی ایران به مرکزیت شهر رشت است. این استان از شمال به دریای خزر متصل بوده و دارای مرز آبی با کشورهای حاشیه دریا خزر است و از طریق شهرستان آستارا نیز دارای مرز خاکی با جمهوری آذربایجان است، از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌شود. مساحت گیلان ۱۴۰۴۴ کیلومترمربع و جمعیت آن طبق سرشماری ۱۳۹۵، ۲۵۳۰۶۸۶ نفر است، استان گیلان به ۱۷ شهرستان تقسیم شده که عبارتند از: آستارا، آستانه‌اشرفیه، املش، بندر انزلی، تالش، سیاهکل، شفت، رشت، رودبار، رودسر، رضوانشهر، صومعه‌سرا، فومن، لاهیجان، لنگرود، ماسال و خمام (وبسایت استانداری گیلان، ۱۴۰۱).

استان گیلان، با مشخصه بناها و مکان‌های قدیمی و باستانی بسیار با ارزش و نایابی که شامل دوره‌های پارینه سنگی، نوسنگی، عصر مفرغ، عصر آهن و دوران اسلامی است شناخته می‌شود. همچنین مکان‌های تاریخی گیلان که در برگیرنده‌ی تپه‌های کهن و باستانی از قبیل کلورز در رستم آباد و قبرستان‌هایی بیلاقات مریان، آق اولر، دیلمان و تپه مشهور مارلیک که آثار ارزشمند و میراث گذشتگان است که از ظرفیت فرهنگی بسیاری برخوردار است. همچنین استان گیلان از نظر بافت، بستر معماری‌هایی از قبیل ماسوله، روستای انبوه در شهرستان رودبار با ظرفیت ثبت بین‌المللی را دارا می‌باشند. از این رو استان گیلان به دلیل تاریخ کهن و فرهنگ غنی با تنوع زیاد از گنجایش بالایی در راستای جذب گردشگران ملی و بین‌المللی برخوردار است. تاریخ و گذشته‌ی استان گیلان به حدود ۱۵۰۰۰۰ هزار سال پیش باز می‌گردد. اقوام گوناگونی در مناطق آن سکنی داشته‌اند، که از قوم‌های گیل و دیلم به عنوان مشهورترین و بزرگترین آن‌ها یاد می‌شود. لذا استان گیلان صبغه کهن تاریخی و فرهنگ غنی دارد که شناسایی و معرفی فرهنگ، سنت، آداب و تاریخ آن برای اکثر مردم به ویژه گردشگران از جذابیتی خاص برخوردار است (روستایی حسین آبادی و همکاران، ۱۳۹۹، ۲۳).



شکل ۱. نقشه استان گیلان و شهرستان‌های آن منبع: یافته‌های پژوهش

### پیشینه‌ی پژوهش

در این بخش از پژوهش، به دستاورد علمی و یافته‌های پژوهشی سایر پژوهشگران حول مساله پژوهش حاضر پرداخته می‌شود:

حسن و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهش خود تحت عنوان برداشت سهامداران نخبگان از اجرای خط‌مشی گردشگری دریافتند خط‌مشی ملی گردشگری در بنگلادش یک رویداد نسبتاً جدید است، در این پژوهش بر اجرای خط‌مشی گردشگری در بنگلادش تمرکز شده است. مصاحبه با ۱۳ نفر از نخبگان بخش‌های دولتی و خصوصی که با تدوین و اجرای گردشگری مرتبط بودند انجام شد سپس داده‌های کسب شده با استفاده از تحلیل محتوا و به صورت کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل شده حاکی از آن بود که تداوم ساختارهای سلسه مراتب حکومتی، مانع اجرای مؤثر خط‌مشی‌های اجرا گردشگری خواهد (حسن و همکاران، ۲۰۲۰).

یونی آرتی و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۲)، در پژوهش خود تحت عنوان اجرای خطمشی گردشگری به این نتیجه دست یافتند که به اجرای خطمشی برای توسعه مناطق گردشگری در منطقه مورد بررسی به طور مطلوب پرداخته نشده است، و علت آن عدم دسترسی و کمبود امکانات و زیرساخت‌های ناکافی است. بنابراین نیاز به همکاری بخش‌های مختلف از جمله دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی در قالب مشارکت و سرمایه‌گذاری فعال می‌باشد.

ریزال<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) در پژوهش خود تحت عنوان تطبیق خطمشی‌های توسعه گردشگری با هدف تعیین نحوه اجرای خطمشی‌های توسعه گردشگری که با معیارهایی از قبیل جاذبه، دسترسی و امکانات رفاهی مورد بررسی قرار گرفته است. به این نتیجه دست یافت که اجرای خطمشی‌های توسعه گردشگری در منطقه مورد بررسی با وجود مشکلات متعددی که هنوز وجود دارد، به خوبی پیش رفته است. برخی از مشکلات شناسایی شده عبارتند از باریک بودن جاده منتهی به محل گردشگری، کمبود امکانات و زیرساخت‌های موجود در گردشگری به دلیل محدودیت‌های بودجه و همچنین آگاهی پایین مردم از فرهنگ گردشگری و در نهایت مزایای گردشگری که به درستی مدیریت نشده از این قبیل می‌باشد.

لیوانی و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان الزامات کلیدی مؤثر بر اجرای خطمشی‌های گردشگری پزشکی در استان گلستان که با رویکرد کیفی و با بهره‌گیری از روش گراند تئوری<sup>۳</sup> انجام شد به این نتیجه دست یافتند که نظام مدیریتی، زیرساخت‌های حمل و نقل عمومی، مقررات عمومی، مقوله‌های معماری سازمان، ظرفیت‌سازی و کیفیت خدمات و ... در اجرای مؤثر خطمشی گردشگر پزشکی مؤثر است.

سینگالن و همکاران<sup>۴</sup> (۲۰۱۷) در پژوهش خود تحت عنوان ارزیابی اجرای خطمشی گردشگری که با هدف ارزیابی اجرای خطمشی گردشگری در جزیره بوبال<sup>۵</sup>، جزیره کاکارا<sup>۶</sup>، جزیره تاگالایا<sup>۷</sup> و جزیره متی<sup>۸</sup>

---

1. Yuniarti & et al

2. Rizal

3. Grounded theory

4. Singalen & et al

5. Bobale

6. Kakara

7. Tagalaya

8. Meti



در ناحیه هلماهرا شمالی<sup>۱</sup> انجام شد. به این نتیجه دست یافتند که منابع، ارتباطات، وضعیت و ساختار بوروکراتیک عوامل اصلی تأثیرگذار بر اجرای خطمشی‌های گردشگری هستند. با این وجود، این مطالعه همچنین نشان داد که حمایت عمومی از طریق مشارکت عمومی در فرآیند اجرا نیز عامل مهمی است که در موفقیت اجرای خطمشی گردشگری مؤثر است. برای این منظور، حمایت و یا مشارکت جامعه عامل مهمی است که باید در تدوین اولویت‌های توسعه مورد توجه قرار گیرد (سینگ گالن و همکاران، ۲۰۱۷).

افتخار زاده و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود تحت عنوان بررسی و تبیین اجرای خطمشی‌های گردشگری حلال در ایران، به این نتیجه دست یافتند که گردشگری حلال در ایران مبتنی بر جایز بودن خطمشی گردشگری حلال در ایران، تأثیر ماهیت خطمشی، تأثیر عوامل مربوط به مجریان، موانع بر سر اجرای الزامات، نحوه اجرا، نقش و ارتباط جامعه با موضوع طراحی الگو، اجرا و نقش عوامل تدوین و برداشت از گردشگری حلال در ایران می‌باشد.

### روش پژوهش

هدف از پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر در اجراء خطمشی‌های گردشگری در بستر استان گیلان است. از این رو پژوهش حاضر به لحاظ هدف توسعه‌ای و به لحاظ ماهیت پژوهش اکتشافی و به لحاظ پارادایمی و فلسفی تفسیری-برساخت‌گرایی است. پژوهش حاضر تک مرحله‌ای است و از روش‌شناسی کیفی تبعیت می‌کند، بنابراین مبتنی بر رویکرد استقرایی است. جامعه مورد مطالعه‌ی پژوهش خبرگان حوزه گردشگری، خطمشی‌گذاران عمومی، گیلان‌شناسی، جغرافیا است. شیوه انتخاب خبره‌گان هدفمند بوده و از روش گلوله برفی تبعیت می‌کند، گردآوری اطلاعات و داده تا مرز رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و تعداد ۲۰ نفر از خبرگان در بخش کیفی مورد مصاحبه قرار گرفتند. در نهایت یافته‌های مورد تحلیل در نرم افزار مکس کیودی<sup>۲</sup> به پنج عامل در جهت اجرای مؤثر خطمشی گردشگری (فناورانه، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی-اداری) نایل شد.

## جدول ۱. مراحل روش شناسی

پژوهش	جامعه آماری	نمونه آماری	روش نمونه‌گیری	ابزار گردآوری داده‌ها	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
کیفی	استادان حوزه گردشگری، خط‌مشی‌گذاری عمومی، گیلان‌شناسی، جغرافیا	۲۰ نفر	روش گلوله برفی	مصاحبه نیمه ساختار یافته	کدگذاری و طبقه‌بندی

منبع: یافته‌های پژوهش

## جدول ۲. مشخصات افراد مصاحبه شده

ردیف	جنسیت	مدرک تحصیلی	سمت	حوزه فعالیت و رشته تحصیلی	مرتب علمی
۱	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	دانشیار
۲	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	استادیار
۳	زن	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	استادیار
۴	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	استادیار
۵	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	استادیار
۶	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	گیلان شناسی	استادیار
۷	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور تالش	خط‌مشی‌گذاری	استادیار
۸	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور انزلی و رئیس دانشگاه پیام نور تالش	جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی و ژئومورفولوژی	استادیار
۹	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	استاد
۱۰	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	استاد
۱۱	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	دانشیار
۱۲	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	دانشیار
۱۳	زن	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	استادیار
۱۴	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه تهران	دکترای خط‌مشی‌گذاری	استادیار
۱۵	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور تالش	مدیریت گردشگری	استادیار
۱۶	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور تالش	مدیریت گردشگری	استادیار
۱۷	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	جغرافیا	استادیار
۱۸	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	جغرافیا	استادیار
۱۹	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه گیلان	جغرافیا	استادیار
۲۰	مرد	دکتر	عضو هیأت علمی دانشگاه پیام نور رضوانشهر	مدیریت گردشگری	استادیار

منبع: یافته‌های پژوهش

## یافته‌های پژوهش

همانطور که ملاحظه شد، در پژوهش حاضر از استراتژی تحلیل مضمون بهره گرفته شده است، تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌های غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. تحلیل مضمون، صرفاً روش کیفی نیست بلکه فراگردی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود (کلارک و برون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶). در پژوهش حاضر نیز با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل مضمون و نرم افزار مکس کیودی، داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌های مورد تحلیل اولیه قرار گرفته و به کدهای اولیه تبدیل شدن سپس از مقایسه و طبق بندی کدهای اولیه با توجه به تشابه آنان و برچسب گذاری‌های انجام شده مقوله‌های فرعی تولید شدند.

در این بخش به فراگرد دستیابی به مقوله‌های اصلی به تفصیل پرداخته خواهد شد:

پژوهش در مرحله گردآوری داده‌ها با بررسی مصاحبه‌های انجام شده از خبرگان و کدگذاری بیانات آنان به یافته‌هایی نایل شد که به تفکیک نتایج به دست آمده مورد تفسیر قرار خواهد گرفت، در جهت تأیید یافته‌های پژوهش و پیش از ارائه تفسیر به دو نمونه از مصاحبه‌های انجام شده توسط پژوهش‌گران تحقیق پرداخته خواهد شد:

مصاحبه شونده اول: «ما در سال‌های اخیر شاهد مسائلی از قبیل تخریب مکان‌های گردشگری و تبدیل آن به مراکز خرید بوده‌ایم، که این امر موجب دلسردی علاقه‌مندان گردشگری به استان گیلان شده است، بومیان منطقه جهت افزایش کسب درآمد، خود را در سرنوشت منطقه شریک نمی‌دانند و با ساخت ویلاهای اجاره‌ای چند برابر ظرفیت منطقه، منجر به تخریب مناطق طبیعی می‌شوند، بنابراین لازم است افراد بومی با توجه به شناختی که از منطقه گردشگری دارند، از فعالیت‌های تخریبی خود بکاهند، از سوی دولت با در نظر گرفتن مزایای متنوع برای این افراد، میزان مشارکت اجتماعی، حس مسئولیت و همکاری آنان و نهادهای داوطلبانه را فراهم آورد».

مصاحبه‌شونده دوم: «تأکید بر رسانه‌سازی مناطق گردشگری و استفاده از ابزارهای فناوری می‌تواند در جذب و اجراء بهتر خط‌مشی گردشگری کمک کننده باشد، بهره‌گیری از امکانات و تخصیص بودجه به چنین حوزه‌ای می‌تواند نتایج مثبت و تسهیل‌گری داشته باشد».

همانطور که ملاحظه می‌شود در دو نمونه ذکر شده بخشی از مصاحبه‌ها صورت گرفته از خبرگان است که بر مواردی از قبیل مشارکت، سرمایه اجتماعی، مسئولیت اجتماعی و رسانه‌ی اجتماعی و مکانیزم‌های فناوری تأکید شده است. در سایر مصاحبه‌ها نیز کلید واژه‌های ذکر شده بارها تکرار شد و در نهایت با بازنگاری و انتزاعی‌سازی به عنوان کدهای اولیه مورد تأیید قرار گرفتند.

### جدول ۳. یافته‌های حاصل از مصاحبه

کدهای اولیه
استفاده از پلتفرم‌های گردشگری، بهره‌گیری از بازاریابان تبلیغاتی، تاثیر تبلیغات بر رفتار گردشگران، نوآوری در تبلیغات، بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی، تصویرسازی برند گردشگری با تبلیغات، برندسازی، تبلیغات آنلاین، وبسایت‌های گردشگری، مکانیزم‌های فناوری، رسانه اجتماعی.
هوشمندسازی تبلیغات، بهره‌گیری و تقویت فناوری، متناسب سازی فناوری با بسترهای گردشگری، توانایی دسترسی به امکانات اینترنتی گردشگری، جذب بودجه فناوری، بلوغ فناوری.
ظرفیت‌سازی مشارکت سازمان‌های مدنی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، همکاری بخش خصوصی، بهره‌گیری از سازمان‌های گردشگری، تأکید بر مردم محوری، ایجاد بازارهای بومی.
جذب طرح‌های درآمدزایی منطقه، برون‌سپاری فعالیت‌های پردرآمد گردشگری، ادغام اقدامات گردشگری کم درآمد در صورت عدم امکان حذف آن، تأکید بر کارایی مدیریت ذی‌نفعان مالی.
تخصیص صحیح هزینه‌ها، بودجه گردشگری، بهینه‌سازی درآمدها، اختصاص بودجه به مطالعات و پژوهش‌های گردشگری، کنترل بودجه‌ای، بودجه محور تصمیمات.
اسطوره‌سازی و نمادسازی، بهره‌گیری از آثار گذشته متعلق به فرهنگ بومی، بهره‌گیری از دانش فرهنگی، توجه به شخصیت‌های مؤثر و تاثیرگذار منطقه
بررسی خط‌مشی از حیث تطبیق با منطقه گردشگری، توجه به بستر اجرایی منطقه، تأکید بر بازیگران خط‌مشی در زمان اجراء، توجه به مقوله گفتمان
توجه به اعتقادات مردم منطقه، فرهنگ سنتی، فرهنگ مدرن، تناسب فرهنگی، توجه به خرده فرهنگ‌های بومی، مصنوعات.
توجه به آثار و پیامدهای خط‌مشی، ترغیب احساس مسئولیت اعضا ذی‌نفع، مشخص کردن مسئولیت‌ها، مسئولیت اجتماعی، توجه به اصول اخلاقی اجراء خط‌مشی، جلوگیری از آسیب به مردم منطقه.
بهره‌گیری از مشارکت نخبگان منطقه، توجه به ظرفیت‌های جوان منطقه، مشارکت اقوام مختلف منطقه، تأکید بر نقش اصناف در رونق منطقه و اجراء مؤثر خط‌مشی، تعبیه سیستم نظرقوایی.
ایجاد ارتباط مؤثر و تعامل سازنده، تأکید بر منافع مردم منطقه، دریافت پیشنهادات مردمان بومی منطقه، بازخورد، تعامل محوری.

ادامه جدول ۳. یافته‌های حاصل از مصاحبه

کدهای اولیه
شبکه‌سازی اجتماعی، ایجاد ارتباط مؤثر، فرهنگ‌سازی مبتنی بر اعتماد، توجه به دغدغه مردم بومی در اجرای خط‌مشی‌ها، مشارکت و سرمایه اجتماعی.
کاهش میزان محدودیت‌های غیر ضروری گردشگری، کاهش میزان موانع اداری، افزایش ظرفیت و خدمات رسانی اداری، تصمیم‌گیری غیر متمرکز مسئولین، تفویض اختیار بیشتر به شوراهای روستایی جهت پیاده‌سازی مؤثر.
توجه به رفاه کارکنان، توجه به نیازهای گردشگران، کاهش حجم روانی در مدت اقامت، حذف شرایط محدود کننده مداخله‌گر، بهبود شایستگی کارکنان.
جذب افراد آموزش دیده در ارائه خدمات گردشگری، آموزش افراد ارائه دهنده خدمات، جامعه پذیری افراد جذب شده از سایر فرهنگ‌ها با فرهنگ حاضر، استفاده از لیدرهای آموزش دیده، به روز رسانی آموزشی، محتواسازی در جهت ارائه خدمات بهتر و توجه به اطلاع رسانی‌های صحیح، شواهد محوری.

منبع: یافته‌های پژوهش

جستجو و شناخت مقوله‌های فرعی، زمانی آغاز می‌شود که همه داده‌ها، کدگذاری اولیه و گردآوری شده باشد و فهرستی طولانی از کدهای مختلف در مجموعه داده‌ها، شناخته شده باشد. در این گام که به تحلیل در سطحی کلان‌تر از کدها تمرکز دارد کدهای متنوع و گوناگون در قالب مقوله‌های فرعی مرتب می‌شود و همه داده‌های کدگذاری شده‌ی مرتبط با هر یک از مقوله‌های فرعی، شناخته و گردآوری می‌شود. اساساً در این مرحله، کدها تجزیه و تحلیل می‌شود و به نحوه ترکیب و تلفیق کدهای مختلف جهت تشکیل مقوله‌های فرعی، توجه می‌شود (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). لذا بعد از استخراج کدهای اولیه از متون مصاحبه، به دسته‌بندی آن‌ها در قالب مقوله‌های فرعی پرداخته شد که نتایج در قالب جدول زیر نشریح گردید.

جدول ۴. یافته‌های حاصل از کدگذاری

مؤلفه‌ها (مقوله فرعی)	کدهای اولیه
تأکید بر تبلیغات رسانه	استفاده از پلنفرم‌های گردشگری، بهره‌گیری از بازاربازان تبلیغاتی، تاثیر تبلیغات بر رفتار گردشگران، نوآوری در تبلیغات، بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی، تصویرسازی برند گردشگری با تبلیغات، برندسازی، تبلیغات آنلاین، وبسایت‌های گردشگری، مکانیزم‌های فناوری، رسانه اجتماعی
تقویت زیرساخت فناوری	هوشمندسازی تبلیغات، بهره‌گیری و تقویت فناوری، متناسب سازی فناوری با بسترهای گردشگری، توانایی دسترسی به امکانات اینترنتی گردشگری، جذب بودجه فناوری، بلوغ فناوری.
حکمرانی مشارکتی	ظرفیت‌سازی مشارکت سازمان‌های مدنی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، همکاری بخش خصوصی، بهره‌گیری از سازمان‌های گردشگری، تأکید بر مردم محوری، ایجاد بازارهای بومی.

## ادامه جدول ۴. یافته‌های حاصل از کدگذاری

مؤلفه‌ها (مقوله فرعی)	کدهای اولیه
برنامه‌ریزی صحیح مالی	جذب طرح‌های درآمدزایی منطقه، برون‌سپاری فعالیت‌های پردرآمد گردشگری، ادغام اقدامات گردشگری کم درآمد در صورت عدم امکان حذف آن، تأکید بر کارایی مدیریت ذی‌نفعان مالی.
بودجه	تخصیص صحیح هزینه‌ها، بودجه گردشگری، بهینه‌سازی درآمدها، اختصاص بودجه به مطالعات و پژوهش‌های گردشگری، کنترل بودجه‌ای، بودجه محوری تصمیمات.
از نمادهای فرهنگی	اسطوره‌سازی و نمادسازی، بهره‌گیری از آثار گذشته متعلق به فرهنگ بومی، بهره‌گیری از دانش فرهنگی، توجه به شخصیت‌های مؤثر و تاثیرگذار منطقه
بومی‌سازی خط مشی	بررسی خط‌مشی از حیث تطبیق با منطقه گردشگری، توجه به بستر اجرایی منطقه، تأکید بر بازیگران خط‌مشی در زمان اجرا، توجه به مقوله گفتمان
تأکید بر ساختار فرهنگی هر منطقه	توجه به اعتقادات مردم منطقه، فرهنگ سنتی، فرهنگ مدرن، تناسب فرهنگی، توجه به خرده فرهنگ‌های بومی، مصنوعات.
تقویت مسئولیت اجتماعی	توجه به آثار و پیامدهای خط‌مشی، ترغیب احساس مسئولیت اعضا ذی‌نفع، مشخص کردن مسئولیت‌ها، مسئولیت اجتماعی، توجه به اصول اخلاقی اجرا خط‌مشی، جلوگیری از آسیب به مردم منطقه.
افزایش مشارکت مردم و سازمان‌های مردم‌نهاد	بهره‌گیری از مشارکت نخبگان منطقه، توجه به ظرفیت‌های جوان منطقه، مشارکت اقوام مختلف منطقه، تأکید بر نقش اصناف در رونق منطقه و اجرای مؤثر خط‌مشی، تعبیه سیستم نظارخواهی.
مراوده صحیح بخش اجرایی با ساکنین بومی	ایجاد ارتباط مؤثر و تعامل سازنده، تأکید بر منافع مردم منطقه، دریافت پیشنهادات مردمان بومی منطقه، بازخورد، تعامل محوری.
بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی	شبکه‌سازی اجتماعی، ایجاد ارتباط مؤثر، فرهنگ‌سازی مبتنی بر اعتماد، توجه به دغدغه مردم بومی در اجرای خط‌مشی‌ها، مشارکت و سرمایه اجتماعی.
کاهش بروکراسی	کاهش میزان محدودیت‌های غیر ضروری گردشگری، کاهش میزان موانع اداری، افزایش ظرفیت و خدمات رسانی اداری، تصمیم‌گیری غیر متمرکز مسئولین، تفویض اختیار بیشتر به شوراهای روستایی جهت پیاده سازی مؤثر.
بهبود منابع انسانی	توجه به رفاه کارکنان، توجه به نیازهای گردشگران، کاهش حجم روانی در مدت اقامت، حذف شرایط محدودکننده مداخله‌گر، بهبود شایستگی کارکنان.
آموزش و توسعه	جذب افراد آموزش دیده در ارائه خدمات گردشگری، آموزش افراد ارائه دهنده خدمات، جامعه‌پذیری افراد جذب شده از سایر فرهنگ‌ها با فرهنگ حاضر، استفاده از لیدرهای آموزش دیده، به روز رسانی آموزشی، محتواسازی در جهت ارائه خدمات بهتر و توجه به اطلاع رسانی‌های صحیح، شواهد محوری.

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که ملاحظه شد، کدهای اولیه به مفاهیم انتزاعی‌تر و در غالب مقوله‌های فرعی با توجه به قرابت و نزدیکی طبقه‌بندی شدند و سپس مقوله‌های فرعی در غالب انتزاعی‌تری دسته‌بندی شدند که مقوله‌های

اصلی نام دارند. در نهایت همانطور که ملاحظه می‌شود کدگذاری در دو مرحله انجام شده، منتج به مقوله‌های اصلی سیاسی - اداری، اجتماعی، فرهنگی، فناورانه و اقتصادی.

جدول ۵. یافته‌های حاصل از دسته‌بندی کدها و مقوله‌های فرعی

مقوله اصلی	مؤلفه‌ها (مقوله فرعی)	کدهای اولیه
فناورانه	تأکید بر تبلیغات رسانه	استفاده از پلنفرم‌های گردشگری، بهره‌گیری از بازاربایان تبلیغاتی، تاثیر تبلیغات بر رفتار گردشگران، نوآوری در تبلیغات، بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی، تصویرسازی برند گردشگری با تبلیغات، برندسازی، تبلیغات آنلاین، وبسایت‌های گردشگری، مکانیزم‌های فناوری، رسانه اجتماعی
	تقویت زیرساخت فناوری	هوشمندسازی تبلیغات، بهره‌گیری و تقویت فناوری، متناسب‌سازی فناوری با بسترهای گردشگری، توانایی دسترسی به امکانات اینترنتی گردشگری، جذب بودجه فناوری، بلوغ فناوری.
اقتصادی	حکمرانی مشارکتی	ظرفیت‌سازی مشارکت سازمانهای مدنی، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، همکاری بخش خصوصی، بهره‌گیری از سازمان‌های گردشگری، تأکید بر مردم محوری، ایجاد بازارهای بومی.
	برنامه‌ریزی صحیح مالی	جذب طرح‌های درآمدزایی منطقه، برون‌سپاری فعالیت‌های پردرآمد گردشگری، ادغام اقدامات گردشگری کم درآمد در صورت عدم امکان حذف آن، تأکید بر کارایی مدیریت ذی‌نفعان مالی.
	بودجه	تخصیص صحیح هزینه‌ها، بودجه گردشگری، بهینه‌سازی درآمدها، اختصاص بودجه به مطالعات و پژوهش‌های گردشگری، کنترل بودجه‌ای، بودجه محوری تصمیمات.
فرهنگی	از نمادهای فرهنگی	اسطوره‌سازی و نمادسازی، بهره‌گیری از آثار گذشته متعلق به فرهنگ بومی، بهره‌گیری از دانش فرهنگی، توجه به شخصیت‌های مؤثر و تاثیرگذار منطقه
	بومی سازی خط مشی	بررسی خط مشی از حیث تطبیق با منطقه گردشگری، توجه به بستر اجرایی منطقه، تأکید بر بازیگران خط‌مشی در زمان اجرا، توجه به مقوله گفت‌وگو
	تأکید بر ساختار فرهنگی هر منطقه	توجه به اعتقادات مردم منطقه، فرهنگ سنتی، فرهنگ مدرن، تناسب فرهنگی، توجه به خرده فرهنگ‌های بومی، مصنوعات.
اجتماعی	تقویت مسئولیت اجتماعی	توجه به آثار و پیامدهای خط‌مشی، ترغیب احساس مسئولیت اعضاء ذی‌نفع، مشخص کردن مسئولیت‌ها، مسئولیت اجتماعی، توجه به اصول اخلاقی اجرا خط مشی، جلوگیری از آسیب به مردم منطقه.
	افزایش مشارکت مردم و سازمان‌های مردم نهاد	بهره‌گیری از مشارکت نخبگان منطقه، توجه به ظرفیت‌های جوان منطقه، مشارکت اقوام مختلف منطقه، تأکید بر نقش اصناف در رونق منطقه و اجرای مؤثر خط‌مشی، تعبیه سیستم نظرخواهی.
	مراوده صحیح بخش اجرایی با ساکنین بومی	ایجاد ارتباط مؤثر و تعامل سازنده، تأکید بر منافع مردم منطقه، دریافت پیشنهادات مردمان بومی منطقه، بازخورد، تعامل محوری.
	بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی	شبکه‌سازی اجتماعی، ایجاد ارتباط مؤثر، فرهنگ سازی مبتنی بر اعتماد، توجه به دغدغه مردم بومی در اجرای خط‌مشی‌ها، مشارکت و سرمایه اجتماعی.

ادامه جدول ۵. یافته‌های حاصل از دسته‌بندی کدها و مقوله‌های فرعی

مقوله اصلی	مؤلفه‌ها (مقوله فرعی)	کدهای اولیه
سیاسی - اداری	کاهش بروکراسی	کاهش میزان محدودیت‌های غیر ضروری گردشگری، کاهش میزان موانع اداری، افزایش ظرفیت و خدمات رسانی اداری، تصمیم‌گیری غیر متمرکز مسئولین، تفویض اختیار بیشتر به شوراهای روستایی جهت پیاده‌سازی مؤثر.
	بهبود منابع انسانی	توجه به رفاه کارکنان، توجه به نیازهای گردشگران، کاهش حجم روانی در مدت اقامت، حذف شرایط محدودکننده مداخله‌گر، بهبود شایستگی کارکنان.
	آموزش و توسعه	جذب افراد آموزش دیده در ارائه خدمات گردشگری، آموزش افراد ارائه‌دهنده خدمات، جامعه‌پذیری افراد جذب شده از سایر فرهنگ‌ها با فرهنگ حاضر، استفاده از لیدرهای آموزش دیده، به روز رسانی آموزشی، محتواسازی در جهت ارائه خدمات بهتر و توجه به اطلاع‌رسانی‌های صحیح، شواهد محوری.

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که ملاحظه شد یافته‌ها منتج به شناسایی عواملی شد که در اجراء خط‌مشی گردشگری نقش آفرینند، مقوله اصلی سیاسی- اداری شامل مقوله فرعی کاهش بروکراسی، آموزش و توسعه و بهبود منابع انسانی است. مقوله اصلی اجتماعی شامل مقوله فرعی تقویت مسئولیت اجتماعی، افزایش مشارکت مردم و سازمان‌های مردم نهاد، مرادده صحیح بخش اجرائی با ساکنین بومی و بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی است. مقوله اصلی فرهنگی، شامل بهره‌گیری از نمادهای فرهنگی، بومی‌سازی خط‌مشی، تأکید بر ساختار فرهنگی هر منطقه است و مقوله اصلی فناورانه شامل مقوله فرعی تأکید بر تبلیغات رسانه‌ای و تقویت زیرساخت فناوری است و در نهایت مقوله اصلی اقتصادی شامل مقوله فرعی حکمرانی مشارکتی، برنامه‌ریزی صحیح مالی و بودجه می‌باشد. هر کدام از عوامل شناسایی شده به نوبه‌ی خود بر اجرای کارآمد و اثربخش خط-مشی گردشگری نقش آفرینند.

### نتیجه‌گیری

گردشگری مقوله‌ای است که در سال‌های اخیر مورد توجه فراوان کشورهای توسعه یافته قرار گرفته و بسیاری از کشورها از چنین صنعتی در جهت افزایش درآمد داخلی بهره می‌برند. اهمیت موضوع گردشگری و اجرای صحیح آن، پژوهشگران، پژوهش حاضر را برآن داشت که در جهت بهبود و توجه به مقوله گردشگری، تحقیقی در راستای اجرای بهتر آن با توجه به استراتژیک‌ترین منطقه کشور، استان گیلان



مهد جاذبه‌های طبیعی و زیبایی‌های خدادادی همت گمارند. از این‌رو با توجه به بررسی‌های انجام شده و نتایج به دست آمده از پژوهش حاضر می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که در جهت اجرای موفقیت آمیز خطمشی گردشگری و جلوگیری از شکست و نا به سامانی آن نیاز است به کشف عواملی پرداخت که لحاظ کردن آن در بحث اجرای خطمشی می‌تواند نتایج و پیامدهای بلند مدت و مثبتی بر این صنعت داشته باشد و موفقیت آن را تسهیل نماید. در پژوهش حاضر همانطور که ملاحظه شد به بحث اجرا خطمشی پرداخته شد و در نهایت نتایج به عواملی از قبیل عوامل فناوری، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی- اداری نایل شد. لذا با بسط و تحلیل هر کدام از مقوله‌های کشف شده می‌توان نقش آن‌ها را در بستر اجرا به خوبی احساس کرد.

بنابراین در راستای شفاف‌سازی مدل پژوهش به تفسیر یافته‌ها پرداخته خواهد شد که به شرح زیر می‌باشد:

عوامل فناورانه از مؤلفه‌هایی هستند که با توجه به تغییرات و پیشبرد علم و دانش، به طور مداوم در حال دگرذیسی می‌باشند و تغییرات ایجاد شده در آن می‌تواند صنعت گردشگری را متحول سازد، گردشگران به خصوص گردشگران خارجی از طریق صفحات وب و وبسایت‌های گردشگری می‌توانند با مکان‌های گوناگون در جهان آشنا شود و موقعیت خود را برای عزیمت به آن نقطه گردشگری بسنجند و سایر اقدامات از قبیل رزرو هتل و دیگر امکانات را از طریق فضای اینترنتی انجام دهند، این امر نشان دهنده قدرت یکه‌تازی عصر فناورانه در صنعت گردشگری در سرتاسر جهان است. مکان‌های دیدنی، زیارتی و گردشگری بسیاری در کشور ایران به خصوص استان گیلان و توابع آن وجود دارد که شاید برای بسیاری از افرادی که به گردشگری علاقه‌مند هستند گنگ و نامعلوم باشد. اما از طریق فضای مجازی، رسانه‌های گوناگون و وبسایت‌های گردشگری این امکان برایشان فراهم می‌شود که بتوانند با کمترین هزینه و بیشترین سرعت به اهداف خود نائل شوند.

در بررسی مولفه اقتصادی، یکی از با اهمیت عوامل عدم موفقیت در اجراء خطمشی‌های گردشگری، نبود اعتماد عمومی است، ازین‌رو بسیاری از خطمشی‌های گردشگری بدلیل عدم اعتماد عمومی بطور ناقص اجرای می‌شود یا اصلا اجرا نمی‌شود. فقدان اعتماد عمومی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری و عدم

تمایل بخش خصوصی به مشارکت در بخش صنعت گردشگری از معضلات عمده این صنعت است. با ایجاد ضمانت‌نامه‌های لازم در امنیت سرمایه‌گذاری، تصویب قانون مدون و غنی در حفظ سرمایه‌ی بخش خصوصی و بسترسازی اعتماد عمومی می‌توان فضای مناسب برای سرمایه‌گذاری در بخش صنعت را توسط بخش خصوصی و جذب سرمایه‌های خارجی فراهم نمود. از این‌رو با ایجاد و توجه به بحث حکمرانی مشارکتی و افزایش نیل به همکاری بخش‌های خصوصی حتی بخش‌های مردم نهاد به خصوص انجمن‌های حفاظت از محیط زیست می‌توان اجرای خط‌مشی گردشگری را تسهیل نمود.

در بحث و تفسیر مولفه فرهنگی، موضوع توجه به نمادهای فرهنگی و آداب و رسوم منطقه گردشگری بسیار حائز اهمیت است، به طوری که بسیاری از خط‌مشی‌های گردشگری به لحاظ بیگانه بودن و عدم تجانس با فرهنگ عمومی، بومی و محلی مناطق گردشگری در مرحله اجرا دچار مشکل شده و نمی‌توانند به طور کامل اجرا شوند اگر نیز اجرا شوند در نهایت منجر به نارضایتی شده و ارزیابی موفقی نخواهند داشت. در فرهنگ‌سازی اجراء خط‌مشی از نقش رسانه‌ها نیز نمی‌بایست غافل شد زیرا از طریق رسانه‌های جمعی می‌توان فضای مناسب برای سرمایه‌گذاری فرهنگی در بخش گردشگری را فراهم نمود.

در تفسیر مولفه اداری- سیاسی وجود بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های اداری از مراجع متعدد و همچنین دستگاه‌های اجرایی به عنوان عاملی بازدارنده در اجرای اثربخش خط‌مشی‌های گردشگری محسوب می‌شود. لذا ضروری است خط‌مشی‌گذاری بخش گردشگری حداقل‌امکان درگیر کاغذبازی و قواعد خشک بروکراسی نشده تا امکان توسعه و اجرای یکپارچه و هماهنگ خط‌مشی‌های گردشگری فراهم گردد. همانگونه که در یافته‌ها نیز مشخص گردید، ساختار اداری غیرمتمرکز، انعطاف‌پذیر و چابک از الزامات اجرای کارآمد و مؤثر خط‌مشی گردشگری می‌باشد.

همچنین مولفه اجتماعی از دیگر عوامل با اهمیتی است که طبق یافته‌های پژوهش و بررسی‌های به عمل آمده تاثیر به‌سزایی در شکست یا اجرای خط‌مشی‌های گردشگری دارد از این‌رو تقویت مسئولیت اجتماعی و بهبود سرمایه اجتماعی و تشویق به ارتباط و مرادده‌ی مناسب و کارآمد با مردمان بومی هر منطقه و ایجاد شبکه‌های همکاری اجتماعی و به کارگیری افراد محلی و بومی به عنوان مجریان و همیاران خط‌مشی گردشگری عواملی است که نبایست در اجرای صحیح خط‌مشی گردشگری از آن غافل شد.

پژوهش حاضر با دستاور پژوهش‌های حسن و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد، زیرا این محققان در پژوهش خود دریافتند که تداوم ساختارهای سلسه مراتب حکومتی، مانع اجرای مؤثر خطمشی‌های اجرا گردشگری می‌شود، که با عوامل سیاسی- اداری پژوهش حاضر در تناسب است همانطور که ملاحظه شد یکی از زیر مولفه‌های عوامل سیاسی- اداری کاهش بروکراسی می‌باشد که ساختار سلسه مراتبی نیز از اجزای آن محسوب می‌شود. همچنین پژوهش حاضر با دستاورد پژوهشی یونی آرتی و همکاران (۲۰۲۲)، همسو می‌باشد، آنان در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که نیاز به همکاری بخش‌های مختلف از جمله دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی در قالب مشارکت و سرمایه‌گذاری ضروری می‌باشد. یافته‌های پژوهشی آنان با عامل اقتصادی پژوهش حاضر در تناسب است. همچنین پژوهش حاضر از حیث تأکید بر نقش مجریان خطمشی گردشگری با دستاورد پژوهش افتخار زاده و همکاران (۱۴۰۱) همسو می‌باشد.

### توصیه‌های کاربردی پژوهش

با توجه به ظرفیت ویژه استان گیلان و نتایج و دستاورهای پژوهش، موارد ذیل پیشنهاد می‌شود: همانطور که ملاحظه شد یکی از عوامل مؤثر در اجرای خطمشی گردشگری عامل فناوری است، از این رو در جهت کاربرد یافته‌های مربوط به عامل فناوری پیشنهاد می‌شود در راستای بهتر پیاده‌سازی خطمشی گردشگری به طراحی مکانیزم‌ها و زیرساخت‌های فناورانه از قبیل تعبیه پلتفرم‌های گردشگری، وبسایت‌های گردشگری و ارائه خدمات اینترنتی گردشگری همت گمارده شود و بستر لازم در جهت برخورداری از امکانات اینترنتی را فراهم آورده و از طریق ابزارآلات اینترنتی و ساخت شبکه‌های اطلاع رسانی امکان ترویج اقدامات تبلیغی را فراهم آوردند. در خصوص عامل اجتماعی و کاربرد یافته‌های مربوط به آن پیشنهاد می‌شود، در جهت ترغیب همکاری و ایجاد حس مسئولیت اجتماعی از طریق واگذاری بخشی از فراگرد اجراء به مردمان بومی منطقه و سایر نهادها به ویژه نهادهای مردم نهاد و تشویق آنان به مشارکت اجتماعی و اعتماد سازی همت گمارده شود، در این راستا بسط شبکه‌های سرمایه اجتماعی بسیار کمک کننده خواهد بود.

در خصوص عامل فرهنگی و کاربرد یافته‌های مربوط به آن پیشنهاد می‌شود، بازیگران خط‌مشی در حین اجرا و پیاده‌سازی خط‌مشی به گذشته و آثار، مفروضات و مصنوعات فرهنگی آن منطقه توجه نمایند و از بومی‌سازی خط‌مشی اجرایی غفلت نورزند.

در خصوص عامل اقتصادی و کاربرد یافته‌های مربوط به آن پیشنهاد می‌شود، با توجه به مقوله حکمرانی مشارکتی از سرمایه و حمایت مالی سایر نهادها به ویژه بازارها در جهت پیاده‌سازی خط‌مشی گردشگری و تاسیس مکان‌های درآمدزا بهره برده شود و از طرفی با مدیریت صحیح بودجه‌ای از قبیل حذف اقدامات مازاد، واگذاری اقدامات پر هزینه به بخش خصوصی و غیره به طور کارآمدتری بر مشکلات اقتصادی فائق آیند.

در خصوص عامل اداری-سیاسی و کاربرد یافته‌های مربوط به آن پیشنهاد می‌شود، از میزان تمرکز اداری کاسته شود و از روش‌های منقطع با تأکید بر شایستگی و توانمندسازی بازیگران اجرایی خط‌مشی‌گذاری و آموزش صحیح آنان به پیاده‌سازی خط‌مشی‌گذاری کمک شود.

## منابع

- اخوان فومنی، سمانه؛ درودی، هما و لطفی زاده، فرشته. (۲۰۲۲). «طراحی مدل برند شهری در توسعه صنعت گردشگری استان گیلان». *جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۱۲(۴)، ۱۰۹۹-۱۱۱۴.
- اخوان فومنی، سمانه؛ درودی، هما و لطفی زاده، فرشته. (۲۰۲۱). «بررسی نقش مدل برندسازی شهری در گسترش گردشگری گیلان». *جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱۰(۴۰)، ۸۵-۹۸.
- الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۱). *تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی*، چاپ شانزدهم. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌های (سمت).
- ضرغام بروجنی، حمید و بذرافشان، مرتضی. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر اجرای خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران (از دیدگاه پژوهشگران دانشگاهی)». *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۳(۹)، ۳۱-۵۱.
- روستایی حسین ابادی، عادل؛ قلی پور سلیمانی و شبگو منصف، دل افروز. (۲۰۲۱). «بازاریابی قابلیت‌های فرهنگی - تاریخی، گردشگری شهری مطالعه موردی: استان گیلان». *گردشگری شهری*، ۷(۴)، ۲۱-۳۳.

- عابدی جعفری، حسن. تسلیمی، محمد سعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛ شیخ زاده، محمد. (۱۳۹۰)، «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی»، اندیشه مدیریت راهبردی، سال پنجم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، شماره پیاپی ۱۰، ۱۵۱-۱۹۸.
- افتخار زاده، سید حامد؛ رشیدپور، علی و هادی پیکانی، مهربان. (۱۴۰۱). «بررسی و تبیین اجرای سیاست‌های گردشگری حلال در ایران»، حلال، ۵(۲)، ۲۹-۴۳.
- هاولت، مایکل؛ رامش، ام و پرل، آنتونی. (۲۰۰۹)، مطالعه خط‌مشی عمومی: چرخه‌های خط‌مشی و زیر نظام‌های خط‌مشی، ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن، ۱۳۹۴، چاپ اول. تهران: مهربان نشر.
- لیوانی، حسین؛ فرهادی محلی، علی و معطوفی، علیرضا. (۱۴۰۱). «الزامات کلیدی مؤثر بر اجرای خط‌مشی‌های گردشگری پزشکی در استان گلستان». *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷(۵۸)، ۱۹۹-۲۳۳.

Anderson, J.E. (1984). *Public policy and publics in America*. Harcourt Brace.

Dye, R.T. (2005), *Understanding public policy*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Easton, D. (1953), *The Political System*. New York, Alfred A Knopf.

Eyestone, R. (1984). *Public policy formation*. Jai Press.

Guo, Y., Jiang, J., & Li, S. (2019). A sustainable tourism policy research review. *Sustainability*, 11(11), 3187.

Hassan, A., Kennell, J., & Chaperon, S. (2020). Rhetoric and reality in Bangladesh: Elite stakeholder perceptions of the implementation of tourism policy. *Tourism Recreation Research*, 45(3), 307-322.

Jenkins, W.I. (1978). *Policy analysis: A political and Organisational perspective*. London: M. Robertson.

Khan, A., Bibi, S., Ardito, L., Lyu, J., Hayat, H., & Arif, A. M. (2020). Revisiting the dynamics of tourism, economic growth, and environmental pollutants in the emerging economies—sustainable tourism policy implications. *Sustainability*, 12(6), 2533.

Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective. *Sustainability*, 12(4), 1618.

Khaydarova, L., & Joanna, I. (2022). Dark Tourism: Understanding the concept and the demand for new experiences. *ASIA PACIFIC JOURNAL OF MARKETING & MANAGEMENT REVIEW ISSN: 2319-2836 Impact Factor: 7.603*, 11(01), 59-63.

Lasswell, H.D. (1971). *A Preview of Policy Sciences*. Elsevier publishing company.

Liu, C. H. S., Chou, S. F., & Lin, J. Y. (2021). Implementation and evaluation of tourism industry: Evidentiary case study of night market development in Taiwan. *Evaluation and Program Planning*, 89, 101961.

- Rizal, A. (2021). Implementation of Tourism Development Policies in Garut District, West Java Province, Indonesia. *The Institute of Biopaleogeography named under Charles R. Darwin*, 5, 1-40.
- Różycki, P., & Korbiel, K. (2022). The theoretical concept of tourist typology in the interdisciplinary structure of tourism. *Sport and Tourism Central European Journal*, 5(3), 141-157.
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- Singgalen, Y. A., Wiloso, P. G., & Sasongko, G. (2017). Evaluation of the Implementation of Tourism Policy. *Journal Kebijakan dan Administrasi Publik*, 21(1), 76-98.
- Yu, X., Kim, N., ChEN, C. C., & Schwartz, Z. (2012). Are you a tourist? Tourism definition from the tourist perspective. *Tourism Analysis*, 17(4), 445-457.
- Yuniarti, M. S., Syamsuddin, M. L., Efendi, H. M. F., Wulandari, A., & Suhanda, D. (2022). Implementation of Tourism Development Policy in Geopark Ciletuh-Pelabuhanratu, West Java, Indonesia. *The Institute of Biopaleogeography named under Charles R. Darwin*, 11, 1-63.
- <https://www.gilan.ir>