

## Research Paper

## Recognition and analysis of tourism development policies (Case study: Dehdez city – Despart County)

Mashood Safari Aliakbari<sup>1</sup>, Hojat Ollah Sadeghi<sup>2\*</sup>

1. Assistant of Professor Geography, Payame Noor University, Iran
2. PhD in Geography and Rural Planning, Isfahan University, Iran

Received: 2021/08/19

Accepted: 2021/ 09/25

PP: 45- 60

Use your device to scan and read the article online



### Keywords:

Macro and micro policies, tourism development, Dehdez city.

### Abstract

The development of any geographical location depends on its natural and human capacities. What can accelerate or slow down the development of any place is the type of decisions and policies that govern it at the macro to micro levels. Tourism development is no exception to these policies. Therefore, part of tourism development depends on the policies emphasized. The purpose of this study is to identify and then analyze tourism development policies at both macro and micro levels in the form of a case study in Dehdez of Despart County. The research method is descriptive-analytical and based on field data. The method of data collection in the first stage was interviewing and researching various scientific and executive documents and then completing a questionnaire. The statistical population of the study consists of experts from Despart district offices. Due to the lack of accurate statistics in this field, 50 people were questioned. The validity of the questionnaire was performed and the reliability was confirmed with Cronbach's coefficient above 0.70. The result of one-sample t-test showed that all micro and macro tourism development policies are significant at the level of less than 0.05. Based on the test results, two policies to strengthen cultural ties between the region and neighboring provinces with an average of 4.82 and the formation of tourism information site with an average of 4.58 as the most important macro policies of tourism development and two policies of managers' positive view of tourism capacity with average 4.76 and the diversity of service occupations with an average of 4.74 are known as the most important micro-tourism policies. The regression result also confirmed that in total, macro and micro policies studied can explain more than 71% of the tourism development variable, but macro policies are more effective than micro policies.

**Citation:** Mashood Safari Aliakbari<sup>1</sup>, Hojat Ollah Sadeghi (2021) **Recognition and analysis of tourism development policies (Case study: Dehdez city in Despart County)** Journal Urban Environmental Policy, Vol 1, No 1, shiraz, PP 45- 60.

**DOI:**

**Corresponding author:** Hojat Ollah Sadeghi

**Address:** PhD in Geography and Rural Planning, Isfahan University, Iran

**Tell:** +989166904491

**Email:** hojat.sadeghi65@gmail.com

## Extended Abstract

### Introduction:

The development of any geographical location depends on its natural and human capacities. What can accelerate or slow down the development of any place is the type of decisions and policies that govern it at the macro to micro levels. Tourism development is no exception to these policies. Therefore, part of tourism development depends on the policies emphasized. Dehdez city in Khuzestan province is known as the center of Despart city. This city and the surrounding area can be an important tourist destination due to its geographical location as well as natural capacities. Climatic and ecotourism features, as well as historical attractions, have led to the development of tourism. On the other hand, the formation of Despart city with the center of Dehdez city, which was recently realized in 1400, also makes the necessity of studying such an issue important. In fact, with the formation of Despart city with the focus on the city of Dehdez, there is a need for special planning and study in the field of tourism to be emphasized in order to put the development of tourism in a proper direction. From these narratives, proper decisions and planning can be considered as the first steps. Adoption of appropriate policies can be an important part of the development of tourism in the region and the city of Dehdez. Therefore, it is important to study such an issue, that is, to know the tourism development policies, and it can advance the path of tourism development in this city and region in a more principled way. The purpose of this study is to identify and then analyze tourism development policies at both macro and micro levels as a case study in Dehdez city.

### Methodology

The research method is descriptive-analytical in nature and survey research in terms of data collection. Two methods of interviewing experts and a questionnaire were used to collect the research. At first, in order to identify micro and macro policies for tourism development in the study city, by researching various sources and also interviewing some experts in regional offices, some important policies for tourism development in the study area and city were identified and collected. Then, in the second stage, policies at both micro and macro levels were analyzed and evaluated in the framework

of the questionnaire. The statistical population of the study was experts in the regional offices for whom there were no accurate statistics. Therefore, according to the research framework, 50 experts were selected to complete the questionnaire. Sampling was done randomly. Data were analyzed using statistical tests in SPSS software.

### Results and discussion

In the field of macroeconomic policies for tourism development, the highest frequency was related to branding policy with 70%. In fact, more than 70% of the statistical sample referred to this macroeconomic policy for the development of tourism in the study area and city. In the field of macro-social policies, there are two policies to change the mentality of the world towards the security of the country and the region with 80%. In the field of macro-management policies, 7 policies are known that accelerate the issuance of licenses with 82% in terms of frequency.

The most important micro-economic policy for tourism development, which had the most repetition or frequency, was the policy of transportation development with 58% and then the policy of creating micro-tourism funds with 48%. In the field of micro-social policies, the results show that the most important policy in this field is the policy of emphasizing indigenous customs and culture with a frequency of 74% and then the cooperation and interaction of the people with a frequency of 68%. In the field of micro-management policies, the most important policy is the policy of compiling the tourism development document of the city and region with 72% and then the positive view of managers towards tourism capacity with 60%. The table below shows the types of micro-tourism development policies according to their frequency and percentage.

Analysis of macro-tourism development policies of the studied city with a sample t-test shows that all variables or policies were significant at the level of less than 0.05. Examining the differences between the average of the mentioned policies confirms that all of them can be useful in the development of tourism from the point of view of the statistical community. Based on the test results, among the macro policies for tourism development, the policy of strengthening cultural ties between

the region and neighboring provinces with an average of 4.82 is recognized as the most important macro policy in the field of tourism. The result of one-sample t-test in the field of analysis of micro-policies for tourism development shows that all micro-policies have been significant at the level of less than 0.05. In other words, no significant difference was observed in these areas. Examination of the difference between the mean and t-test of the test confirms that the direction is significant and positive. Examining the test average, it is clear that the most impact was related to the policy of managers' positive view of tourism capacity with an average of 4.76, which is a type of management policy.

The micro and macro policies studied are able to explain 71% of the changes (variance) of tourism development in the study city. Explain

that micro-policies with 0.308 units predict the tourism development variable, which means predicting 30% of the changes in this variable. Macro-policies have also predicted 0.411 units of the tourism development variable, which means that 41% of the changes in the dependent variable (tourism development) are predicted by the independent variable (macro-policies).

#### Conclusion

The impact of macro policies on tourism development is greater than micro policies. Therefore, the development of tourism in Dehdez city and the surrounding area is possible when all micro and macro policies are emphasized in an integrated manner; The results of the research show the same thing; Because there is a correlation between micro and macro policies, and a change in any of these policies can affect other types as well.



## شناخت و تحلیل سیاست های توسعه گردشگری (مورد مطالعه: شهر دهدز - شهرستان دزپارت)

مسعود صفری علی اکبری<sup>۱</sup>، حجت الله صادقی<sup>۲\*</sup>

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۲. دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان ایران

### چکیده

توسعه هر مکان جغرافیایی به ظرفیت های طبیعی و انسانی آن وابسته است. آنچه که می تواند توسعه هر مکان را تسریع یا کند نماید، نوع تصمیم گیری ها و سیاست های حاکم در آن بخش از سطوح کلان تا خرد است. توسعه گردشگری نیز از این سیاست ها، مستثنی نیست. بنابراین بخشی از توسعه گردشگری منوط به سیاست های مورد تاکید است. هدف این تحقیق شناخت و سپس تحلیل سیاست های توسعه گردشگری در دو سطح کلان و خرد به صورت مطالعه موردی در شهر دهدز شهرستان دزپارت است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر داده های میدانی است. روش گردآوری داده ها در مرحله اول مصاحبه و کنکاش در اسناد مختلف علمی و اجرایی و سپس تکمیل پرسش نامه بوده است. جامعه آماری تحقیق را کارشناسان ادارات منطقه دزپارت تشکیل داده اند. با توجه به نبود آمار دقیق در این زمینه، تعداد ۵۰ نفر مورد پرسشگری قرار گرفتند. روایی پرسش نامه انجام و پایایی آن نیز با ضریب کرونباخ بالای ۰/۷۰ تایید شد. نتیجه آزمون تی تک نمونه ای نشان داد که تمامی سیاست های خرد و کلان توسعه گردشگری در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار هستند. بر اساس نتایج آزمون دو سیاست تقویت پیوندهای فرهنگی میان منطقه با استان های همجوار با میانگین ۴/۸۲ و تشکیل سایت اطلاعات گردشگری با میانگین ۴/۵۸ به عنوان مهمترین سیاست های کلان توسعه گردشگری و دو سیاست دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری با میانگین ۴/۷۶ و تنوع مشاغل خدماتی با میانگین ۴/۷۴ به عنوان مهمترین سیاست های خرد گردشگری شناخته شده اند. نتیجه رگرسیون نیز تایید نمود که در مجموع سیاست های کلان و خرد بررسی شده بیش از ۷۱ درصد می توانند متغیر توسعه گردشگری را تبیین نمایند، اما سیاست های کلان تاثیرگذاری بیشتری نسبت به سیاست های خرد دارند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۰۳

شماره صفحات: ۴۵-۶۰



### واژه های کلیدی:

سیاست های کلان و خرد، توسعه گردشگری، شهر دهدز.

**استناد:** مسعود صفری علی اکبری، حجت الله صادقی (۱۴۰۰): شناخت و تحلیل سیاست های توسعه گردشگری (مورد مطالعه: شهر دهدز در شهرستان دزپارت)، فصلنامه علمی سیاست گذاری محیط شهری، سال ۱، شماره ۱، شیراز، صص ۶۰-۴۵.

DOI:

\* نویسنده مسئول: حجت الله صادقی

نشانی: دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه اصفهان، اصفهان ایران

تلفن: ۰۹۱۶۶۹۰۴۴۹۱

پست الکترونیکی: hojat.sadeghi65@gmail.com

**مقدمه :**

حقایق آن و غنای بیش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی شان تبدیل شده است (Jafari et al, 2020: 153). رشد صنعت گردشگری در سال های اخیر اثرات بسیاری بر روابط فرهنگی، اقتصادی و سیاسی ملت های مختلف داشته است. با توجه به گستردگی این صنعت و نقش آن در شکوفایی ابعاد گوناگون زندگی جوامع بشری، شناخت موانع توسعه و تعیین استراتژی ها و راهکارهای بهبود آن، برای همه کشورها به ویژه ایران از اهمیت فراوانی برخوردار است (Fartoukzadeh, 2016: 93).

ایران امروز بیش از هر زمان دیگری با دشواری اشتغال دست به گریبان است. بهای روز افزون نفت اقتصاد کشور را بیش از پیش متکی به خود نموده و سیاست گذاران بیش از هر زمان دیگری به دنبال راه حل هایی خارج از الگوهای پیشین هستند. گردشگری به مثابه یک نظام پیچیده با ابعاد بزرگ می تواند راه برون رفت از این تنگنا باشد و به همین جهت باید آن را از تمامی جنبه های ممکن مورد بررسی و مطالعه قرار داد (Shojaei & Nouri, 2007: 63). تدوین سیاست ها و راهبردهای توسعه گردشگری دارای اهمیت است؛ این سیاست های می تواند در سطوح مختلف کشوری و منطقه ای قابل تحلیل باشد. چرا که برخی از سیاست های توسعه گردشگری، سیاست های ملی محسوب می شوند و برخی از سیاست ها نیز سیاست هایی هستند که با در نظر گرفتن شرایط منطقه ای و ویژگی های دیگر، تدوین و مورد تاکید هستند (Zargham Borujeni & Bazrafshan, 2014: 33-34). به عبارت دیگر شرایط محلی و نوع گردشگری غالب، این ضرورت را مهیا می کند که سیاست های محلی و منطقه ای نیز تدوین و اجرایی شود. بنابراین اهمیت سیاست های توسعه گردشگری نمی تواند نادیده گرفته شود؛ چرا که سیاست های توسعه گردشگری ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی این بخش را مشخص می نماید و از ایجاد مسائل و بحران های جدی در این زمینه جلوگیری می کند. در حقیقت سیاست ها، خطی مشی اصلی توسعه گردشگری در هر منطقه را مشخص می نماید. با توجه به آنچه که بیان شد شناخت سیاست های توسعه گردشگری در سطوح مختلف بسیار ضروری و می تواند تاثیرگذار باشد.

شهر دهدز در استان خوزستان، به عنوان مرکز شهرستان دزپارت شناخته می شود. این شهر و منطقه پیرامون آن به واسطه موقعیت جغرافیایی و همچنین ظرفیت های طبیعی، می تواند یک مقصد گردشگری مهم باشد. همانگونه که امروزه نیز بواسطه اقلیم مطلوب تر نسبت به دیگر مناطق خوزستان، به عنوان مکانی جهت تفریح و گردشگری معرفی و شناخته شده است. همین ویژگی های اقلیمی، اکوتوریسمی و همچنین جاذبه های تاریخی، سبب شده که توسعه گردشگری آن مورد تاکید باشد. از سوی

وجود نقش و جایگاه بی بدیل شهرها در رشد و توسعه اقتصادی، افزایش بهره‌وری و تقویت مشارکت اجتماعی با اثرات منفی رشد شتابان جمعیت شهری از قبیل آلودگی، دود و بو، سر و صدا، شلوغی و فقدان مکانی دنج برای خلوت از جمله مهم ترین مشکلات زندگی شهری در هزاره سوم است (Zhng, 2016: 241). بنابراین به دنبال تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان طی سده‌های اخیر، بویژه در زمینه افزایش جمعیت، گسترش شهرنشینی، توسعه راه‌های ارتباطی و وسایل حمل و نقل، افزایش تمایل برای گذران اوقات فراغت و بهبود رفاه اجتماعی و همچنین نیاز به مکانی برای رفع خستگی‌های زندگی ماشینی، منجر به توسعه گردشگری شده است (Sharpley, 2009: 10). گردشگری از بخش‌های مهم و در حال رشد سریع است که در اقتصاد کشورها بسیار مؤثر است، ضمن آنکه منافع اقتصادی آن شامل جوامع محلی نیز می‌شود (Osman and Sentosa, 2013: 26). در سیستم اقتصاد جهانی صنعت گردشگری روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. این صنعت امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها و مناطق اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند (Rezvani, 2006: 10). در قرن بیست و یکم، صنعت گردشگری به ابزاری اصلی برای ارتقای کیفیت زندگی و به یکی از نیروهای شکل‌دهنده جهان امروز تبدیل شده است که دارای مزایای ارتباطی، سیاسی، فرهنگی و تأثیرات بین‌المللی خاص خود است. صنعت گردشگری با ماهیتی چند بعدی علاوه بر تأمین نیاز گردشگران، باعث تغییرات عمده ای در سیستم جامعه میزبان می شود از این رو دولتمردان در تلاشند تا با مهیاسازی و ارزشمند نمودن جاذبه‌های گردشگری در مناطق دارای پتانسیل، فرصت بهره‌مندی از ابعاد مثبت این صنعت را فراهم سازند (Rahimi et al, 2016: 98). گردشگری توجه دولت‌ها، سازمان‌های غیر دولتی و فعالان اقتصادی را نیز به خود جلب کرده است، زیرا نقش مهمی در جهت‌دهی به فعالیت‌های اقتصادی و کمک به افزایش درآمد جوامع محلی دارد (Chin et al, 2014: 36). از مهمترین بخش های توسعه گردشگری، اقدامات و سیاست های اجرایی این حوزه است.

گردشگری تاثیر فراوانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور می گذارد. گردشگری اشتغال ایجاد می کند، سرمایه های اقتصادی را به جریان می اندازد، به دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور، امنیت داخلی را افزایش می دهد و به مشروعیت سیاسی در سطح بین المللی می انجامد و امروزه سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی که به تدریج به ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون،

و همکاران (۱۳۹۳) نشان می دهد که سیاست های کلی ایران و رقیبال توسعه صنعت گردشگری در طول چند دهه گذشته با توجه به سیر نزولی آمار در خصوص جذب گردشگر و سرمایه گذاری های حاصل از آن سیاست هایی اشتباه بوده است؛ زیرا با جریان و روند جهانی شدن صنعت توریسم همخوانی ندارد و نقش روابط سیاسی بین المللی در ارتقا این صنعت به طور کلی نادیده گرفته شده است. همچنین با تغییر دولت ها، تغییر سیاست ها و نگرش ها نسبت به این صنعت چندان جوابگوی رسیدن به خواسته مطلوب در این صنعت نیست. فرتوک زاده و همکاران (۱۳۹۵) نتیجه گرفت که برندسازی، استانداردسازی، حفاظت از محیط زیست، ایجاد توافق راهبردی در ذهن جامعه ایرانی نسبت به گردشگری، توسعه دیپلماسی رسانه‌ای برای تغییر ذهنیت جهان نسبت به ایران و ایجاد اعتماد برای سرمایه‌گذاران توسط دولت از مهمترین سیاست های توسعه گردشگری هستند. سربازجانفدا و شاه حسینی (۱۳۹۷) نتیجه گرفتند که در ایران به علت عدم وجود یک نهاد و مرجع مشخص (وزارت گردشگری) با یک سیاست واحد در زمینه توسعه صنعت گردشگری، مشکلات فراوانی در زمینه توسعه صنعت توریسم به وجود آمده است که این امر باعث عقب ماندن ایران در چرخه رقابتی صنعت گردشگری شده است.

### گردشگری:

امروزه، بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه، از گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه ی پایدار یاد می کنند (Ghadami et al, 2010: 111). در چند دهه بعد بسیاری از برنامه ریزان، صنعت گردشگری را به عنوان یکی از ارکان توسعه پایدار دانسته و بر این باور هستند که گردشگری به عنوان موضوعی چند ارزشی از راهکارهای مهم نیل به توسعه پایدار به شمار می رود؛ زیرا بسیاری از ساختارهای انسانی و طبیعی تحت تاثیر آن قرار گرفته و روند توسعه را ممکن می سازد (Rokanuddin Eftekhari et al, 2013: 124-126). گردشگری از مهمترین عوامل عمران ناحیه‌ای و فعالیتی متعادل کننده است که موجب توسعه اقتصادی در سطح منطقه ای شده و توزیع عادلانه درآمد و همچنین افزایش سطح اشتغال را به دنبال دارد (Bahrami, 2010: 176). البته اهمیت صنعت گردشگری بسیار بیشتر از رشد اقتصادی و اشتغال زایی، در سطح جهانی است، چنانچه از این صنعت می توان برای حفظ و افزایش فرصت‌های مناسب آتی، افزایش آگاهی مردم از طریق شناسایی فرهنگ های خاص و ترویج آنها و حتی برای کاهش تنش‌های

دیگر تشکیل شهرستان دزپارت با مرکزیت شهر دهدز که به تازگی یعنی در سال ۱۴۰۰ محقق شده است نیز ضرورت بررسی چنین موضوعی را پراهمیت جلوه می دهد. در حقیقت با تشکیل شهرستان دزپارت با محوریت شهر دهدز، ضرورت آن وجود دارد که برنامه ریزی و مطالعه ویژه ای در حوزه گردشگری آن مورد تاکید باشد تا بتوان توسعه گردشگری آن را در یک مسیر مناسب قرار داد. از این رو اتخاذ تصمیمات و برنامه ریزی مناسب می تواند از اولین اقدامات محسوب شود. اتخاذ سیاست های مناسب، بخش مهمی از توسعه گردشگری منطقه و شهر دهدز را می تواند شامل شود. این سیاست ها از سطوح ملی تا محلی را در بر می گیرد. بنابراین بررسی چنین موضوعی یعنی شناخت سیاست های توسعه گردشگری دارای اهمیت است و می تواند مسیر توسعه گردشگری را در این شهر و منطقه به نحوه اصولی تر پیش ببرد. هدف این تحقیق شناخت و سپس تحلیل سیاست های توسعه گردشگری در دو سطح کلان و خرد به صورت مطالعه موردی در شهر دهدز شهرستان دزپارت است. با توجه به هدف اشاره شده می توان سوالات تحقیق را نیز اینگونه مطرح نمود که سیاست های توسعه گردشگری شهر دهدز در شهرستان دزپارت کدام هستند؟ و کدام نوع از سیاست های توسعه گردشگری، بیشترین تاثیرگذاری را دارد؟

### پیشینه تحقیق ومبانی نظری:

#### پیشینه تحقیق:

آنیور و همکاران (۲۰۱۳) نشان دادند که همه سیاست های ملی را در سطح منطقه ای برای توسعه گردشگری نمی تواند بکار گرفت. بلکه سیاست هایی باید اتخاذ شود که مبتنی بر شرایط محلی باشد. از این رو تاکید بر سرمایه گذاری و مشارکت مردم بسیار مهم شناخته شده است. و لاسکو (۲۰۱۷) نشان داد که سیاست های دولت در توسعه گردشگری نقش مهمی دارد اما مهمترین سیاست بایستی مشارکت مردم در روند توسعه گردشگری باشد. باچمن و حسین (۲۰۱۷) نتیجه گرفتند که سیاست های مبتنی بر فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری، هدایتگری دولت در گردشگری، جذب سرمایه های بخش خصوصی و مشارکت جامعه محلی می تواند از مهمترین سیاست های توسعه گردشگری در مالزی باشد. حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۲) بهبود سیاست‌های بین‌المللی، مشارکت و فعالیت در سازمان‌های بین‌المللی، توسعه‌ی سیاسی، و بهبود نظام اداری را مهم‌ترین اولویت‌های سیاست‌گذاری برای توسعه‌ی گردشگری در ایران دانسته‌اند. حاجی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) ترکیبی از حضور فعال دولت برای تقویت حضور بخش‌های خصوصی و NGO ها به عنوان یک راهبرد و سیاست مناسب را اشاره نموده‌اند. نتیجه تحقیق خلیلود

سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هر کشوری، از تنوع و طیف بسیار گسترده ای برخوردار است و همین امر تعیین کننده ی میزان دخالت دولت در فرآیندهای سیاست های گردشگری آن کشور بوده است. هال و جنکینز معتقد هستند که این قلمرو شامل ماهیت سیاسی سیاست گذاری گردشگری، میزان و نحوه مشارکت مردم در برنامه ریزی گردشگری، مطالعه منابع قدرت در سیاست گذاری گردشگری، روش های انتخاب مدیران در محیط های سیاسی و بررسی میزان اثربخشی سیاست های صنعت گردشگری (هال و جنکینز، ۱۹۹۵: ۲) و نقش دولت ها در شکل گیری و توسعه ای صنعت گردشگری می شود.

با اینکه دیدگاه های مختلفی در مورد قلمرو و ماهیت سیاست گذاری دولت در گردشگری وجود دارد. ولی بررسی های سازمان جهانی گردشگری ملل متحد نشان می دهد که در مراحل توسعه ی گردشگری، دولت ها نقش اساسی در توسعه آن داشته و این روند معمولاً در همه کشورهای جهان مصداق پیدا می کند. دلیل این امر را می توان در عدم ریسک پذیری بخش خصوصی در مراحل اولیه سرمایه گذاری گردشگری جستجو کرد. نقش دولت در مراحل اولیه توسعه صنعت گردشگری به اندازه ای است که نه تنها شامل برنامه ریزی برای توسعه آن می شود، بلکه در مواردی شامل اداره و مدیریت مستقیم بخش های عرضه محصولات گردشگری چون هتلداری نیز می شود (Heidari Chianeh et al, 2013: 15). به طور کلی سیاست های توسعه گردشگری نقش مهمی در گسترش آن دارد که بخش اعظم این سیاست ها از جانب دولت تحقق پیدا می کند. در حقیقت انواع سیاست های اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و مدیریتی گردشگری با اتخاذ خطی مشی های مناسب در برنامه های توسعه مشخص می شود و برنامه ریزی توسعه گردشگری بر محور و پایه آنها شکل می گیرد. از این رو سیاست ها در توسعه این بخش نقش غیرقابل انکاری دارند که نمی تواند آنها را نادیده گرفت.

### مواد و روش تحقیق:

روش تحقیق از نظر ماهیت توصیفی-تحلیلی و از نظر گردآوری داده ها جز تحقیقات پیمایشی است. برای گردآوری تحقیق از دو روش مصاحبه با افراد کارشناس و همچنین پرسش نامه استفاده شده است. در ابتدا جهت شناخت سیاست های خرد و کلان جهت توسعه گردشگری شهر مورد مطالعه، با کنکاش در منابع مختلف و همچنین مصاحبه با برخی افراد کارشناس در ادارات منطقه، برخی از سیاست های مهم در جهت توسعه گردشگری منطقه و شهر مورد مطالعه شناخته و گردآوری شد. سپس در مرحله دوم سیاست ها در دو سطح خرد و کلان در چارچوب پرسش نامه

سیاسی استفاده کرد (گی و فوسولا، ۲۰۱۱: ۳۷). علاوه بر این رشد جمعیت، ضرورت راهکارهای جدید اشتغال زایی را نمایان می سازد که یکی از این راهکارها توسعه گردشگری است (Mirzaei, 2009: 50).

گردشگری، بدون شک یکی از مهم ترین اشکال نیروبخش اقتصادی در جهان است که اهمیت بسیاری برای کشورهای در حال رشد دارد و به عنوان بزرگترین صادرات سودآور در جهان، مهم ترین تأمین کننده ارزش خارجی و اشتغال است (دیسبولس، ۲۰۰۶: ۱۹۳). به طوری که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده اند (Rezvani, 2007: 61). این نقش مهم گردشگری باعث شده که امروزه این صنعت به یکی از سریع ترین بخش های اقتصادی تبدیل گردد و این رشد سرسام آور در آینده نیز ادامه پیدا کند. به طوریکه در سال ۲۰۰۴ طی ۱۰ سال نرخ رشد این صنعت ۲۵ درصد بوده است. سازمان جهانی گردشگری (WTO) برآورد کرده که تا سال ۲۰۲۱ تعداد گردشگران بین المللی به ۱/۷ میلیارد نفر خواهد رسید؛ این بدان معناست که متوسط رشد تعداد گردشگران سالانه حدود ۴/۴ درصد خواهد بود (ویور، ۲۰۰۱: ۶۲۹). کشور ایران به دلیل گستردگی وسعت و شرایط جغرافیایی، برخورداری از گونه های گیاهی و جانوری، مناظر و چشم اندازهای خاص و آثار تاریخی، از مناطق مهم گردشگری محسوب می شود. اما مشخص نبودن اهداف و سیاست های این بخش، عدم تبلیغات مناسب، مخدودش کردن نام ایران در جهان، فقدان نیروی انسانی متخصص، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری و غیره، از جمله مسائل مهم در توسعه گردشگری محسوب می شوند (Sandgol and Sharifinia, 2015: 72) که همواره به عنوان موانع کلان در زمینه توسعه گردشگری نقش بازی می نمایند.

### سیاستگذاری گردشگری:

سیاستگذاری گردشگری عبارت است از هر آنچه که حکومت ها می خواهند در رابطه با صنعت جهانگردی انجام دهند یا ندهند (Rahmani et al, 2013). گلدنر و ریچی خطی مشی گردشگری را مجموعه ای از قواعد، مقررات، رهنمودها، اهداف پیشبردی و توسعه ای و استراتژی هایی که ارائه کننده چارچوبی برای اتخاذ تصمیمات فردی و گروهی تعریف کرده اند. اصلی ترین نقش های دولت در این زمینه را می توان در سه دسته طبقه بندی نمود. نقش تنظیمی، هنجاری و شناختی. حکومت ها تلاش می کنند که جهانگردی و آینده آن را بشناسند و نقش موثری در این صنعت ایفا کنند (Fartoukzadeh et al, 2016: 98). سیاست گذاری در صنعت گردشگری، به تناسب ساختارهای

<sup>3</sup> . Weaver

<sup>1</sup> . Gee & Fausola

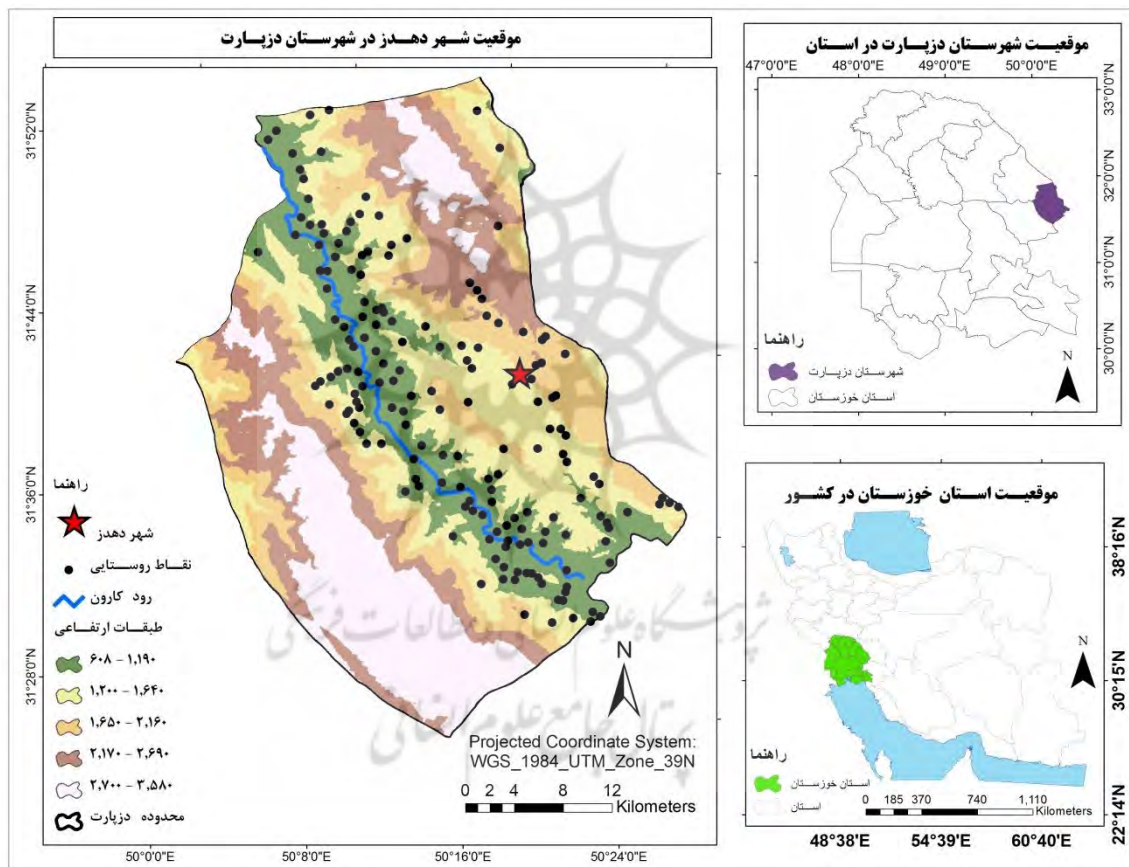
<sup>2</sup> . Desbiolles

سطح دریا و در ۱۵۶ کیلومتری از مرکز استان خوزستان قرار دارد. میزان باران سالانه منطقه بطور متوسط ۶۵۶ میلیمتر و متوسط درجه حرارت نیز ۲۴ درجه سانتی گراد است (سازمان هواشناسی، ۲۰۲۰). این منطقه در موقعیت کوهستانی-کوهپایه ای استقرار دارد که از نظر گردشگری به ویژه اکوتوریسم، جایگاه ویژه ای در استان خوزستان دارد. از مهمترین جاذبه های گردشگری آن می توان به رود کارون، دریاچه سد کارون سه، آبشار شیوند، وجود تعداد زیاد امامزاده، مکان های تاریخی و همچنین روستاهای هدف گردشگری مانند شیوند، فالج و دهنو به واسطه جاذبه های فرهنگی، تاریخی و اکوتوریسمی اشاره نمود. جمعیت شهر دهدز بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۵۴۹۰ نفر بوده است.

مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفتند. جامعه آماری تحقیق افراد کارشناس در ادارات منطقه بوده اند که آمار دقیقی از آنها وجود نداشته است. بنابراین با توجه به چارچوب تحقیق، تعداد ۵۰ کارشناس نسبت به تکمیل پرسش نامه انتخاب شدند. نمونه گیری به صورت تصادفی انجام شد. داده ها با استفاده از آزمون های آماری در نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفتند.

### شناخت محدوده

منطقه مورد مطالعه در شمال شرقی استان خوزستان، در عرض ۳۱ درجه و ۳۷ دقیقه و در طول ۵۰ درجه و ۲۸ دقیقه شرقی واقع شده است. این شهر مرکز شهرستان دزپارت بوده است. این شهر و منطقه در دامنه کوه های زاگرس با ارتفاع ۱۸۰۰ متری از



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهر مورد مطالعه (ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۰)

### بحث و یافته ها:

دیپلم، ۳۶ درصد لیسانس، ۲۹ درصد را کارشناسی ارشد و ۱۴ درصد را دکتری تشکیل داده اند. بنابراین بررسی متغیرهای مونوگرافی پاسخگویان نشان می دهد که توزیع مطلوبی در این

بررسی ویژگی های نمونه آماری نشان می دهد که از لحاظ متغیر جنس حدود ۷۴ درصد افراد را مردان و ۳۶ درصد را زنان تشکیل داده اند. همچنین از نظر رده سنی بیش از ۴۲ درصد نمونه در رده سنی بین ۲۵ تا ۴۰ سال و ۱۹ درصد نیز در رده سنی ۴۱ تا ۵۵ سال قرار داشته اند. از نظر تحصیلات نیز بیش از ۲۱ درصد فوق



زمینه ها وجود دارد و دیدگاه و نظرات تمامی افراد با سطوح مختلف اخذ شده است.

### شناخت سیاست های کلان و خرد توسعه گردشگری

بررسی تحلیل مصاحبه با افراد کارشناس نشان می دهد که سیاست های توسعه گردشگری منطقه و شهر مورد مطالعه در دو دسته قرار می گیرند. سیاست های خرد و سیاست های کلان. منظور از سیاست های کلان در این تحقیق، سیاست هایی است که در سطح ملی اتخاذ می شود و بگونه ای گردشگری کشور را تحت تاثیر و مدیریت خود قرار می دهد. این سیاست ها با توجه به پاسخ ها و نظرات کارشناس، در سه دسته سیاست های اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی جمع بندی شدند. در زمینه سیاست های اقتصادی کلان برای توسعه گردشگری، بیشترین فراوانی مربوط به سیاست برندسازی با ۷۰ درصد بوده است. در حقیقت

بیش از ۷۰ درصد نمونه آماری به این سیاست اقتصادی کلان جهت توسعه گردشگری منطقه و شهر مورد مطالعه اشاره داشته اند. در زمینه سیاست های کلان اجتماعی نیز دو سیاست تغییر ذهنیت جهانیان نسبت به امنیت کشور و منطقه با ۸۰ درصد و سپس ایجاد اعتماد برای سرمایه گذاری خارجی با ۷۴ درصد قرار گرفته است. در بخش سیاست های مدیریتی کلان نیز، ۷ سیاست شناخته شده است که تسریع در صدور مجوزها با ۸۲ درصد و تدوین استراتژی گردشگری سازگار با منطقه با ۷۶ درصد در رتبه های اول و دوم از نظر میزان فراوانی شناخته شده است. میزان فراوانی می تواند خود نشانگر اهمیت هر کدام از این سیاست ها تلقی شود. جدول (۱).

جدول ۱- شناخت سیاست های کلان توسعه گردشگری شهر دهدز

بعد سیاستگذاری	سیاست	فراوانی	درصد
اقتصادی	تنوع بخشی به مشاغل (کاهش فشار بر بخش کشاورزی)	۲۶	۵۲
	حمایت مالی دولت از بخش گردشگری	۳۱	۶۲
	برندسازی	۳۵	۷۰
	حمایت اقتصادی دولت از کارآفرینان و شرکت های گردشگری	۲۲	۴۴
	تامین بودجه جهت توسعه زیرساخت های گردشگری	۳۱	۶۲
	تامین بازارهای خارجی صنایع دستی توسط دولت	۲۵	۵۰
اجتماعی	اولویت توسعه گردشگری به حفظ فرهنگ	۱۹	۳۸
	شناخت آداب و رسوم و ثبت جهانی آن توسط دولت	۳۳	۶۶
	تقویت پیوندهای فرهنگی میان منطقه با استان های همجوار	۳۶	۷۲
	ایجاد اعتماد برای سرمایه گذاری خارجی	۳۷	۷۴
مدیریتی	تغییر ذهنیت جهانیان نسبت به امنیت کشور و منطقه	۴۰	۸۰
	تغییر نگرش سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	۲۸	۵۶
	تدوین استراتژی گردشگری سازگار با منطقه	۳۸	۷۶
	تسریع در صدور مجوزها	۴۱	۸۲
	تدوین برنامه های مختلف فرهنگی، اکوتوریسم و ...	۳۲	۶۴
	پرهیز از نگاه تقلیل گرایانه به گردشگری	۲۰	۴۰
	توسعه دیپلماسی فرهنگی و گردشگری (استان، کشور و جهان)	۲۷	۵۴
	تشکیل سایت اطلاعات گردشگری	۲۹	۵۸

مطالعات میدانی نویسندگان، ۱۴۰۰

های خرد گردشگری با ۴۸ درصد بوده است. در حقیقت توسعه جاده های بین شهری و روستایی در این زمینه مورد تاکید است تا گردشگران بتوانند دسترسی مناسبی به مکان ها و جاذبه های گردشگری داشته باشند. در زمینه سیاست های خرد اجتماعی نیز نتایج نشان می دهد که مهمترین سیاست در این زمینه، سیاست تاکید بر آداب و فرهنگ بومی با فراوانی ۷۴ درصد و سپس همکاری و تعامل مردم با فراوانی ۶۸ درصد است. در بخش سیاست های خرد مدیریتی نیز مهمترین سیاست شناخته شده،

بر اساس نتایج جدول (۲)، سیاست های خرد در این تحقیق، سیاست هایی هستند که در سطح منطقه یا محلی مورد تاکید و برنامه ریزی قرار می گیرند. در حقیقت این سیاست ها می تواند توسط مدیریت حاکم بر گردشگری محلی تعریف و اجرایی شود. این سیاست ها نیز در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی جمع بندی شده اند. مهمترین سیاست خرد اقتصادی جهت توسعه گردشگری که بیشترین تکرار یا فراوانی را داشته است، سیاست توسعه حمل و نقل با ۵۸ درصد و سپس سیاست ایجاد صندوق

سیاست تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه با ۷۲ درصد و سپس دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری با ۶۰ درصد بوده است. جدول زیر انواع سیاست های خرد توسعه گردشگری را با توجه به فراوانی و درصد آنها نشان می دهد.

جدول ۲- شناخت سیاست های خرد توسعه گردشگری شهر دهدز

بعد سیاستگذاری	سیاست	فراوانی	درصد
اقتصادی	تنوع مشاغل خدماتی	۱۰	۲۰
	ارتقاء و حمایت از صنایع دستی بومی	۱۳	۲۶
	برنامه ریزی ایجاد مشاغل جدید	۲۱	۴۲
	توسعه حمل و نقل	۲۹	۵۸
	ایجاد صندوق های خرد گردشگری	۲۴	۴۸
اجتماعی	همکاری و تعامل مردم	۳۴	۶۸
	تاکید بر آداب و فرهنگ بومی	۳۷	۷۴
	آموزش گردشگری در سطح محلی	۳۱	۶۲
	برگزاری همایش های قومی و محلی	۲۳	۴۶
	تقویت امنیت محلی	۱۹	۳۸
مدیریتی	مدیریت مشارکتی (مسوولان و مردم محلی)	۲۷	۵۴
	تعیین مدیر گردشگری محلی	۱۷	۳۴
	تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه	۳۶	۷۲
	دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری	۳۰	۶۰

مطالعات میدانی نویسنندگان، ۱۴۰۰

### تحلیل سیاست های کلان توسعه گردشگری:

شناخته شده است. دو سیاست تشکیل سایت اطلاعات گردشگری با میانگین ۴/۵۸ و تامین بازارهای خارجی صنایع دستی توسط دولت با میانگین ۴/۵۴ در رتبه های دوم و سوم قرار گرفته اند. کمترین میانگین نیز مربوط به سیاست تسریع در صدور مجوزها با مقدار ۳/۸۶ و سپس تامین بودجه جهت توسعه زیرساخت های گردشگری با مقدار ۳/۸۷ قرار گرفته اند. بنابراین نتیجه تحقیق نشان داد که ۱۸ سیاست کلان جهت توسعه گردشگری مناسب می باشند و می توانند تحولات قابل ملاحظه ای را در سطح منطقه و شهر مورد مطالعه به وجود آورند (جدول ۳).

تحلیل سیاست های کلان توسعه گردشگری شهر مورد مطالعه با آزمون تی تک نمونه ای نشان می دهد تمامی متغیرها یا سیاست ها در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده اند. بررسی اختلاف میانگین و آمار تی متغیرها یا سیاست های ذکر شده تایید می نماید که تمامی آنها از نظر جامعه آماری می توانند در توسعه گردشگری مفید باشند. همچنین حد بالا و پایین آزمون بخوبی این مطلب را تایید می نماید. بر اساس نتایج آزمون در میان سیاست های کلان جهت توسعه گردشگری، سیاست تقویت پیوندهای فرهنگی میان منطقه با استان های همجوار با میانگین ۴/۸۲ به عنوان مهمترین سیاست کلان در حوزه گردشگری

جدول ۳- تحلیل سیاست های کلان توسعه گردشگری شهر دهدز با آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
تنوع بخشی به مشاغل (کاهش فشار بر بخش کشاورزی)	۱۰/۹	49	۰/۰۰۰	۱/۴۴	۱/۱۷	۱/۷۰
حمایت مالی دولت از بخش گردشگری	۹/۷۴	49	۰/۰۰۰	۱/۱۶	۰/۹۲۰	۱/۳۹
برندسازی	۹/۷۶	49	۰/۰۰۰	۱/۲۸	۱/۰۱	۱/۵۴
حمایت اقتصادی دولت از کارآفرینان و شرکت های گردشگری	۴/۳۷	49	۰/۰۰۰	۰/۸۸۰	۰/۴۷۵	۱/۲۸
تامین بودجه جهت توسعه زیرساخت های گردشگری	۴/۸۹	49	۰/۰۰۰	۰/۸۸۱	۰/۵۱۸	۱/۲۴
تامین بازارهای خارجی صنایع دستی توسط دولت	۱۶/۸	49	۰/۰۰۰	۱/۵۴	۱/۳۵	۱/۷۲
اولویت توسعه گردشگری به حفظ فرهنگ	۷/۹۵	49	۰/۰۰۰	۱/۰۴	۰/۷۷۷	۱/۳۰

۴/۲۲	۱/۴۷	۰/۹۶۱	۱/۲۲	۰/۰۰۰	49	۹/۴۸	شناخت آداب و رسوم و ثبت جهانی آن توسط دولت
۴/۸۲	۱/۱۷	۰/۴۶۲	۰/۸۲۰	۰/۰۰۰	49	۴/۶۱	تقویت پیوندهای فرهنگی میان منطقه با استان های همجوار
۴/۲۳	۱/۴۹	۰/۹۴۲	۱/۲۲	۰/۰۰۰	49	۸/۸۴	ایجاد اعتماد برای سرمایه گذاری خارجی
۴/۵۳	۱/۷۲	۱/۳۵	۱/۵۴	۰/۰۰۰	49	۱۵/۸	تغییر ذهنیت جهانیان نسبت به امنیت کشور و منطقه
۴/۱۰	۱/۴۸	۰/۷۱۳	۱/۱۰	۰/۰۰۰	49	۵/۷۲	تغییر نگرش سازمان میراث فرهنگی و گردشگری
۴/۵۲	۱/۷۱	۱/۳۴	۱/۵۳	۰/۰۰۰	49	۱۶/۷	تدوین استراتژی گردشگری سازگار با منطقه
۳/۸۶	۱/۲۱	۰/۵۰۱	۰/۸۶۰	۰/۰۰۰	49	۴/۸۱	تسریع در صدور مجوزها
۴/۰۸	۱/۴۵	۰/۷۰۸	۱/۰۸	۰/۰۰۰	49	۵/۸۴	تدوین برنامه های مختلف فرهنگی، اکوتوریسم و...
۳/۹۰	۱/۲۶	۰/۵۳۱	۰/۹۰۰	۰/۰۰۰	49	۴/۹۰	پرهیز از نگاه تقلیل گرایانه به گردشگری
۳/۹۶	۱/۷۸	۰/۶۵۶	۰/۹۶۰	۰/۰۰۰	49	۶/۳۵	توسعه دیپلماسی فرهنگی و گردشگری (استان، کشور و جهان)
۴/۵۸	۱/۹۰	۱/۳۷	۱/۵۸	۰/۰۰۰	49	۱۵/۲	تشکیل سایت اطلاعات گردشگری

مطالعات میدانی نویسندگان، ۱۴۰۰

### تحلیل سیاست های خرد توسعه گردشگری

سیاست تنوع مشاغل خدماتی با میانگین ۴/۷۴ قرار گرفته است. که یک نوع سیاست اقتصادی در حوزه توسعه گردشگری است. کمترین میانگین نیز مربوط به دو سیاست تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه با مقدار ۳/۷۸ و سپس برنامه ریزی ایجاد مشاغل جدید با مقدار ۳/۹۰ است که به ترتیب جز سیاست های مدیریتی و اقتصادی خرد محسوب می شوند. بنابراین به نظر می رسد که تاکید بر سیاست های خرد منطقه ای می تواند در زمینه توسعه گردشگری منطقه موثر باشد و تغییرات مطلوبی را ایجاد نماید (جدول ۴).

نتیجه آزمون تی تک نمونه ای در زمینه تحلیل سیاست های خرد توسعه گردشگری نشان می دهد که همه سیاست های خرد در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده اند. به عبارت دیگر تفاوت معناداری در این زمینه ها مشاهده نشده است. بررسی اختلاف میانگین و آماره تی آزمون تایید می نماید که جهت معناداری مثبت و زیاد می باشد. با بررسی میانگین آزمون مشخص می شود که بیشترین تاثیر مربوط به سیاست دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری با میانگین ۴/۷۶ بوده است که یک نوع سیاست مدیریتی محسوب می شود. همچنین در رتبه دوم نیز

جدول ۴- تحلیل سیاست های خرد توسعه گردشگری شهر دهدز با آزمون تی تک نمونه ای

متغیر	T	درجه آزادی	سطح معنی داری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد	
					حد پایین	حد بالا
تنوع مشاغل خدماتی	۲۱/۷	49	۰/۰۰۰	۱/۷۴	۱/۵۷	۱/۹۰
ارتقاء و حمایت از صنایع دستی بومی	۱۱/۶	49	۰/۰۰۰	۱/۳۶	۱/۱۲	۱/۵۹
برنامه ریزی ایجاد مشاغل جدید	۴/۲۳	49	۰/۰۰۰	۰/۹۰۰	-۰/۴۷۳	۱/۳۲
توسعه حمل و نقل	۸/۰۵	49	۰/۰۰۰	۱/۴۰	۱/۰۵	۱/۷۴
ایجاد صندوق های خرد گردشگری	۹/۱۳	49	۰/۰۰۰	۱/۲۸	-۰/۹۹۸	۱/۵۶
همکاری و تعامل مردم	۱۴/۲	49	۰/۰۰۰	۱/۵۴	۱/۳۲	۱/۷۵
تاکید بر آداب و فرهنگ بومی	۸/۲۹	49	۰/۰۰۰	۱/۳۸	۱/۰۴	۱/۷۱
آموزش گردشگری در سطح محلی	۶/۱۶	49	۰/۰۰۰	۱/۰۲	-۰/۶۸۷	۱/۳۵
برگزاری همایش های قومی و محلی	۱۸/۳	49	۰/۰۰۰	۱/۶۴	۱/۴۶	۱/۸۱
تقویت امنیت محلی	۱۰/۸	49	۰/۰۰۰	۱/۴۶	۱/۱۸	۱/۷۳
مدیریت مشارکتی (مسوولان و مردم محلی)	۱۶/۶	49	۰/۰۰۰	۱/۵۲	۱/۳۳	۱/۷۰
تعیین مدیر گردشگری محلی	۵/۱۳	49	۰/۰۰۰	۰/۹۶۰	-۰/۵۸۳	۱/۳۳
تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه	۴/۴۷	49	۰/۰۰۰	۰/۷۸۰	-۰/۴۲۹	۱/۱۳
دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری	۲۱/۰۵	49	۰/۰۰۰	۱/۷۶	۱/۵۹	۱/۹۲

مطالعات میدانی نویسندگان، ۱۴۰۰

### بررسی میزان تاثیرگذاری سیاست های خرد و کلان

معنادار وجود دارد و در حقیقت هر کدام از این سیاست ها می تواند در توسعه گردشگری دارای اهمیت باشد و در شاخص ها یا سیاست های دیگر نیز تاثیرگذار باشند.

تحلیل واریانس مدل رگرسیونی نشان می دهد میزان خطای آلفای (Sig) تحلیل واریانس مدل رگرسیونی کمتر از میزان خطای قابل قبول (0/05) و برابر با 0/000 می باشد و لذا بین سیاست های توسعه گردشگری در سطح اطمینان بالای 99 درصد رابطه

جدول 5- آزمون معناداری رگرسیونی مدل اثرگذاری سیاست های خرد و کلان در توسعه گردشگری

سطح معناداری (Sig)	F	میانگین مربع	درجه آزادی	جمع مربعات	مدل
		10/94	2	21/82	رگرسیون
0/000	25/18	0/435	47	20/42	باقیمانده
		***	49	42/32	جمع

مطالعات میدانی نویسندگان، 1400

تغییرات (واریانس) توسعه گردشگری شهر مورد مطالعه را دارا هستند و حدود 29 درصد از تغییرات این موضوع توسط سیاست های دیگر تبیین می گردد.

بر اساس جدول زیر مشاهده می گردد، میزان همبستگی بین سیاست های موثر در توسعه گردشگری، برابر با 0/719 است که یک همبستگی مستقیم به شمار می آید. اما با این همه سیاست های خرد و کلان بررسی شده، مجموعاً توان تبیین 71 درصد از

### جدول 6- تبیین تغییرات متغیر وابسته (توسعه گردشگری) از طریق سیاست های خرد و کلان

خطای استاندارد	مربع R سازگار شده	مربع R	مقدار R	مدل
0/659	0/497	0/517	0/719	1

مطالعات میدانی نویسندگان، 1400

که به معنی پیش بینی 41 درصد از تغییرات متغیر وابسته (توسعه گردشگری) توسط متغیر مستقل (سیاست های کلان) است. در مجموع تمامی سیاست های کلان و خرد بررسی شده بیش از 71 درصد می توانند متغیر توسعه گردشگری را تبیین نمایند، اما به نظر می رسد سیاست های کلان تاثیرگذاری بیشتری نسبت به سیاست های خرد دارند.

میزان قدرت سیاست های خرد و کلان در توسعه گردشگری نیز یکسان و یک جهت نیست. عوامل ذکر شده با ضریب 0/719، اثرگذاری و قدرت تبیین تقریباً مطلوبی نسبت به توسعه گردشگری دارند. توضیح اینکه سیاست های خرد با 0/308 واحد، متغیر توسعه گردشگری را پیش بینی می کند که به معنی پیش بینی 30 درصد از تغییرات این متغیر است. همچنین سیاست های کلان، 0/411 واحد متغیر توسعه گردشگری را پیش بینی کرده اند

### جدول 7- آماره های ضرایب مدل رگرسیونی متغیر مستقل (سیاست های خرد و کلان)

مدل	ضرایب استاندارد		t	سطح معناداری (Sig)
	ضرایب غیراستاندارد	خطای انحراف استاندارد		
(Constant)	0/028	1/09	-0/25	0/008
سیاست های خرد	2/25	0/357	0/308	0/000
سیاست های کلان	3/18	0/451	0/411	0/000

مطالعات میدانی نویسندگان، 1400

## نتیجه گیری:

شده همپوشانی دارند و نشان می دهد که توجه به سیاست های منطقه ای توسعه گردشگری بسیار مهم است. نتایج آزمون آماری نیز نشان داد که تقویت پیوندهای فرهنگی میان منطقه با استان های همجوار، تشکیل سایت اطلاعات گردشگری و تامین بازارهای خارجی صنایع دستی توسط دولت به عنوان سه سیاست کلان مهم در حوزه گردشگری شناخته شده اند. تحقیق خلیوند و همکاران (۱۳۹۳) سربازجانفدا و شاه حسینی (۱۳۹۷) و حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۲) بر سیاست ها و اقدامات بین المللی و ایجاد روابط در این زمینه و همچنین جذب سرمایه های خارجی تاکید دارند. همچنین در زمینه سیاست های خرد توسعه گردشگری نیز نتیجه نشان می دهد که دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری، تنوع مشاغل خدماتی، تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه و سپس برنامه ریزی ایجاد مشاغل جدید بیشترین اهمیت و تاثیرگذاری را در راستای توسعه گردشگری منطقه ایفا می نمایند. این سیاست های جز سیاست های اقتصادی و مدیریتی خرد محسوب می شوند. نتیجه همچنین نشان می دهد که سیاست های خرد و کلان در مجموع ۷۱ درصد می توانند توسعه گردشگری در شهر دهدز و منطقه دزپارت را پیش بینی نمایند و در این زمینه موثر باشند. البته اثرگذاری سیاست های کلان در توسعه گردشگری بیشتر از سیاست های خرد است. بنابراین توسعه گردشگری شهر دهدز و منطقه پیرامون زمانی میسر است که تمامی سیاست های خرد و کلان به صورت یکپارچه مورد تاکید باشد؛ نتیجه تحقیق نیز همین موضوع را نشان می دهد؛ چرا که بین سیاست های خرد و کلان همبستگی وجود دارد و تغییر در هر یک از این سیاست ها می تواند انواع دیگر را نیز تحت تاثیر خود قرار دهد. با توجه به نتایج تحقیق چند پیشنهاد ارائه می شود. ۱- تاکید بر سیاست های خرد در سطح محلی و اولویت بندی آنها با توجه به ضرورت موجود. ۲- تجدید نظر در سیاست های کلان توسعه گردشگری مطابق با هر منطقه. ۳- حمایت از مشاغل حوزه گردشگری از طریق تسریع در صدور مجوزها. ۴- حمایت و ارائه تسهیلات بانکی و مالی ویژه جهت مشاغل خدمات گردشگری در منطقه. ۵- تاکید بر توسعه مشارکتی گردشگری (مسوولان و مردم محلی). ۶- تامین بازارهای خارجی فروش صنایع دستی منطقه از طریق دولت و شرکت های دانش بنیان.

جهت توسعه گردشگری هر منطقه یا مکان جغرافیایی، برنامه ریزی و تصمیم گیری های خاصی نیاز است. بخشی از این برنامه ریزی، منوط به بکارگیری سیاست های مطلوب است. این سیاست های می تواند بسترسازی ذهنی و عینی توسعه گردشگری در هر مکان باشند. در این تحقیق نیز سیاست های توسعه گردشگری شهر دهدز و منطقه دزپارت مورد تاکید قرار گرفته است. بررسی ها نشان داد که سیاست های توسعه گردشگری شهر دهدز، در دو بخش سیاست های خرد و کلان خلاصه می شوند. در حقیقت بخشی از سیاست های توسعه گردشگری ریشه در اقدامات و سیاست های ملی در حوزه گردشگری دارد که با توجه به وجود پیوند از سطوح کلان تا محلی، ریشه این سیاست ها را می تواند در سطح و محدوده های محلی نیز مشاهده نمود. از مهمترین سیاست های کلان در گردشگری منطقه دزپارت و شهر دهدز می توان به سیاست های برندسازی، تغییر ذهنیت جهانیان نسبت به امنیت کشور و منطقه، ایجاد اعتماد برای سرمایه گذاری خارجی، تسریع در صدور مجوزها و تدوین استراتژی گردشگری سازگار با منطقه اشاره نمود. انبوری و همکاران (۲۰۱۳) و باچمن و حسن (۲۰۱۷) بر سیاست های محلی در کنار سیاست های ملی توسعه گردشگری تاکید می کند که با نتیجه این بخش از تحقیق حاضر نیز همپوشانی دارد. همچنین برخی از سیاست های توسعه گردشگری منطقه و شهر دهدز، به عنوان سیاست های خرد اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی شناخته شده اند. سیاست های توسعه حمل و نقل، ایجاد صندوق های خرد، تاکید بر آداب و فرهنگ بومی، همکاری و تعامل مردم، تدوین سند توسعه گردشگری شهر و منطقه و دیدگاه مثبت مدیران نسبت به ظرفیت گردشگری، به عنوان سیاست های خرد توسعه گردشگری در منطقه و شهر هدز تعیین شده اند. این سیاست ها هم مربوط به بخش اقتصادی است و هم با بخش اجتماعی و مدیریتی مرتبط است. بنابراین بین سیاست های اقتصادی، اجتماعی و مدیریتی توسعه گردشگری رابطه وجود دارد. نتیجه تحقیق و لاسکو (۲۰۱۷)، حاجی نژاد و همکاران (۱۳۹۳) و فرتوک زاده و همکاران (۱۳۹۵) نیز بر مفاهیم و سیاست هایی مانند مشارکت جامعه محلی، تغییر ذهنیت مدیریت توسعه گردشگری و جذب سرمایه از بخش خصوصی تاکید دارند. نتیجه این بخش از تحقیق حاضر با تحقیقات ذکر

## References:

1. Anuar, A.N., Ahmad, H., Jusoh, H., Hussain, M. (2013). Policy and Tourism Development Strategy towards Tourist

Friendly Destination in Kuala Lumpur, Tasik Chini Biosphere Reserve, Published by Canadian

- Center of Science and Education,9(2): 180-189.
2. Bahrami, Rahmatollah. (2010). Investigating the capabilities and bottlenecks of rural tourism development in Kurdistan province, 4th International Congress of Geographers of the Islamic World Zahedan University, Sistan and Baluchestan University Press, Zahedan. (In Persian).
  3. Buchmann, A., Hussin, N.Z.(2017). Understanding tourism development policies in Malaysia, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(2): 333-353.
  4. Chin, C.H; Lo, M.C; Songan, P., Nair, V.(2014). Rural Tourism Destination Competitiveness: A study on Annah Rais Longhouse Homestay, Sarawak, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 144(2): 35 – 44.
  5. Desbiolles, F.(2006). More Than an Industry: The Forgotten Power of Tourism as a Social Force, *Journal of Tourism Management*,27(6):1192–1208.
  6. Fartoukzadeh, Hamidreza., Esfandiarpour Boroujeni, Sima., Kiani Feyzabadi, Zohreh., Rajabi Nahoji, Meysam.(2016). A Study of Tourism Industry Development Policies in Iran Using the System Dynamics Approach,*Journal of Public Policy*, 2 (1): 93-119. (In Persian).
  7. Ghadami, Mostafah., Tavalaei, Simin., Fatemi, Mohammad Mehdi.(2010). Strategic evaluation of tourism development capabilities: A case study of Fereydunkenar city, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 10 (13): 111-128. (In Persian).
  8. Hajinejad, Ali., Paydar, Abuzar., Bagheri, Fatemeh., Ahbdi, Nasser. (2014).Development of a strategic plan for the development of rural tourism in Iran, *Strategic and macro policies*, 2(8): 111-135. (In Persian).
  9. Heidari Chianeh, Rahim., Rezatabeh Azgami, Khadijeh., Soltani, Nasser., Motamedi Mehr, Akbar. (2013). An Analysis of Tourism Policy in Iran, *Planning and Tourism Development*, 2 (5):11-32. (In Persian).
  10. Hosseini, Ali; Mohammadi, Jalil. (2008). Analysis of Soltanieh tourism capabilities and bottlenecks for strategic planning using SWAT analytical model, *Journal of Tourism Studies*, 35 (1): 35-49.(In Persian).
  11. Jafari, Azizollah; Nadalipour, Zahra; Heidarifar, Zahra; Bagheri, Mohsen. (2020). Employment capacity of tourism industry with systems dynamics approach, *Journal of Tourism and Development*, 9 (3): 153-172. (In Persian).
  12. Khalilvand, Kolsoom., Fattahi, Mohammad., Mardani, Asia., Weghofi Yekta, Zahra.(2014). Government Policies in Tourism Development in Iran, The First National Conference on Green Tourism, Hamadan. (In Persian).
  13. Mansouri, Ali. (2002). Tourism and Sustainable Development, *Journal of Growth Education Geography*, 63 (1): 11-43. (In Persian).
  14. Meteorological Organization of the country. (2020). Statistics and Information, Tehran. (In Persian).
  15. Mirzaei, Rahmat. (2009). The Impact of Rural Tourism Development on Employment in Oramanat Region, *Journal of Rural and Development*, 12 (4): 49-76. (In Persian).
  16. Osman, Z. and Sentosa, I., (2013), Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural .
  17. Papli Yazdi, Mohammad Hossein. (2007). *Tourism (Nature and Concepts)*, Tehran: *Samat Publishing*. (In Persian).
  18. Rahimi, Mohammad and Pazand, Fatemeh.(2016), The Pattern of Urban Living Tourism in Iran Using the Analytical Hierarchy Model, *Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 6(3): 124-97. (In Persian).
  19. Rahmani, Zayn al-Abedin., Parhizkar, Mohammad Mehdi., Amini, Mohammad Taqi., Shirmohammadi, Yazdan.(2013). Factors affecting the implementation of tourism policies of

- the Islamic Republic of Iran, *Journal of Tourism Management Studies*, 24: 183-207. (In Persian).
20. Rezvani, Ali Asghar. (۲۰۰۷). *Geography and Tourism Industry*, Payam Noor University Press, Fifth Edition, Tehran. (In Persian).
21. Rezvani, Mohammad Reza . (2009). *Rural Planning*, Tehran: *Qoms Publishing*. (In Persian).
22. Rokanuddin Eftekhari, Abdolreza; Mahdavi, Davood; Akbari Samani, Nahid. (2013). Presenting a Strategic Planning Model for Sustainable Rural Tourism Development (Case Study of Lavasan Koch County), *Journal of Human Geography Research*, 45 (3): 123-146. (In Persian).
23. Sandgol, Mehdi; Sharifinia, Zahra. (2015). Investigating the obstacles and problems of tourism development Case study: Ghaemshahr city, *Journal of Geography and Regional Planning*, 7 (1): 71-83. (In Persian).
24. Sarbazjanfada, Neda ., Shah hosseini, Habib.(2018). Review of tourism industry development policies in Iran, Turkey and Malaysia, 3rd International Conference on Civil Engineering, Architecture and Urban Design, Tabriz. (In Persian).
25. Sharpley, R. (2009). *Tourism, Development and the Environment: Beyond Sustainability?* London: Earthscan.
26. Shojaei, Manouchehr; Nouri, Nouredin. (2007). Review of government policies in the tourism industry and presenting a model of sustainable development of the country's tourism industry, *Journal of Management Knowledge*, 20 (78): 63-90. (In Persian).
27. Velasco, M.(2017). *Tourism Policy*, Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance, Publisher: Springer International Publishing.
28. Weaver, D.(2001). *The Encyclopedia of Ecotourism*, Wallingford, Oxon: CABI Publishing.
29. Zargham Borujeni, Hamid. Bazrafshan, Morteza (2014). Investigating the effective factors on the implementation of tourism policies of the Islamic Republic of Iran (from the perspective of academic researchers), *Journal of Tourism Planning and Development*. 3(9): 31-51. (In Persian).
30. Zhang K., (2016). Department of Organization and Human Resource, School of Business, Renmin University of China, Beijing, China.) Yunxia Feng. 29 (2): 242-262.

