



Journal of Urban Environmental Policy

Vol 1, No 3, Autumn 2021

p ISSN: 2783-3496 - e ISSN: 22783- 3909

<http://jupe.iaushiraz.ac.ir/>

DOR: 20.1001.1.27833496.1400.1.3.1.3

Research Paper

Analysis of barriers to tourism policy in the urban environments of Guilan Province

Nazanin Naim Abadi: PhD, Department of Human Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

Farhad Javan:¹ PhD, Department of Human Geography, Kharazmi University, Tehran, Iran

Received: 2021/11/02 PP: 1-16 Accepted: 2021/12/07

Abstract

Guilan urban environments with various natural, historical and cultural attractions, has an extraordinary talent for developing the tourism industry, But despite tourism policies and planning, it has not been able to develop in this area. In this regard, the purpose of this study is to investigate the barriers to tourism policy in urban environments of Guilan. The research method was qualitatively and quantitatively analyzed using contextual theory and FARAS model. The statistical population is also experts in the field of urban studies and tourism, Based on purposive sampling, 20 people were selected as the sample population. According to the grounded theory model, obstacles such as: lack of expertise, inadequate marketing, imitation of patterns incompatible with urban environments, problems in the chain of tourism services, problems of the administrative system and policy, lack of integrated tourism management within the organization Related issues, inadequacy of infrastructure and physical infrastructure, lack of use of specialized personnel were extracted, Using the fuzzy ARS model, respectively, the obstacles to the lack of integrated tourism management among organizations related to the weight of 0.490, the problems of the administrative system and policy with a weight of 0.488, imitation of patterns incompatible with urban environments with The weight of 0.477, the problems of the chain of tourism services and the inadequacy of infrastructure and physical infrastructure with the weight of 0.467, the inappropriate marketing with the amount of 0.463, the lack of specialized personnel with the weight of 0.458, the most and Have the least importance.

Keywords: Policy making, tourism, urban environments, Guilan.

Citation: Nazanin Naim Abadi, Farhad Javan (2021): **Analysis of barriers to tourism policy in the urban environments of Guilan**, Journal of Urban Environmental Policy, Vol 1, No 3, Shiraz, PP 1- 16.

¹ . **Corresponding author:** Farhad Javan, **Email:** Farhad.javan91@yahoo.com, **Tell:** +989351160305

Extended Abstract

Introduction:

The tourism industry in the cities of Iran, in terms of climate diversity, culture and ancient history, the existence of many ancient monuments and natural and scenic attractions, has very high capabilities. And it is always said that Iran is the tenth and one of the fifth countries in the world in the field of tourism, But after a few decades, it is still at the bend of the first alley and again, there are obstacles in the way of tourism policy in Iran and Iranian cities, including the cities of Guilan province. In this regard, the cities of the evergreen province of Guilan in the north of the country with pristine nature, beautiful mountains and boiling springs are the ecotourism capital of Iran and a thousand colors of nature and annually receive millions of domestic and foreign tourists. However, statistics and information show that the cities of Guilan province, despite the unique diversity of climate and geography and various attractions, has not been able to find its proper place from a national and international level. And barriers to tourism policy in urban environments of Guilan province has become one of the main problems in this field. Therefore, in the present study, an attempt has been made to explore the barriers of tourism policy in urban environments of Guilan province, from the point of view of some elites.

Methodology:

The present research, in terms of purpose, is fundamental and applied and has an interpretive and analytical nature and in terms of method, is in the group of qualitative and quantitative research. Grounded theory method and FARAS model were used for data analysis. In this study, the systematic approach of Strauss and Corbin was used for the data theory of the foundation. Since contextualization theory was based on a purely inductive method; Therefore, instead of testing existing theories, the researcher formulates a theory himself. Therefore, the studied variables were identified and explored based on the theoretical framework and categories. In this study, sampling went to the stage of theoretical saturation; Non-probability sampling was purposive sampling. A total of 20 in-depth interviews were conducted. Interviews (between 60 and 90 minutes) were recorded and recorded and transcribed immediately.

Results and discussion:

Qualitative findings showed that the semantic units of organizational incoherence and lack of proper governance as well as managerial instability and lack of long-term approach in the category of integrated tourism management among related organizations, semantic units lack of readiness and specialized capacity and knowledge and lack of link between universities. And tourism in the category of non-use of specialized forces, semantic unit of lack of quality of physical infrastructure in the semantic unit of inadequacy of physical infrastructure and infrastructure, semantic unit of lack of native pattern in the category of imitation of patterns incompatible with urban environments and semantic units of lack of illustration. Problems of branding and advertising in the category of inappropriate marketing and semantic units Lack of assignment of tourism development interests and finally weak competition-classification of services in the category of tourism service chain problems and finally semantic units of legal barriers and investment in the category of administrative system and policy problems Was placed. Furthermore, the results of FARAS model showed that barriers to integrated tourism management among organizations related to the weight of 0.490, problems of administrative system and policy with a weight of 0.488, imitation of patterns incompatible with urban environments with a weight of 0.477, problems of tourism services chain and inadequacy of infrastructure and physical infrastructure with a weight of 0.467, inappropriate marketing with a weight of 0.463, lack of specialized personnel with a weight of 0.458, the maximum and minimum Have taken on importance.

Conclusion:

Concluding remarks of this study, the issue of good implementation of tourism policy in urban environments of Guilan province indicates aspects and complex factors on this phenomenon in the context of optimal and integrated management, which requires accurate analysis of barriers to tourism policy. An important achievement of this research is the obstacles that can help policymakers and

managers to fill the gaps and policy barriers in the urban environments of Gilan And help increase their understanding to create the necessary conditions for the successful and competitive development of Gilan province as a tourist destination. According to the obtained results, integrated tourism management in related organizations is the most important and most important obstacle in tourism policy in the cities of this province. Finally, the results of the research are consistent with the studies of Saeedi et al. (2012), Hosseini and Taghvaei (2012).





فصلنامه سیاست‌گذاری محیط‌شهری

سال ۱، شماره ۳، پاییز ۱۴۰۰

شاپا چاپی: ۳۴۹۶-۲۷۸۳- شاپا الکترونیکی: ۳۹۰۹-۲۷۸۳

<http://juep.iaushiraz.ac.ir/>

DOR: 20.1001.1.27833496.1400.1.3.1.3

مقاله پژوهشی

واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان

نازنین نعیم‌آبادی: دکتری گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
فرهاد جوان^۱: دکتری گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۱ صص ۱۶-۱ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۶ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۶

چکیده

محیط‌های شهری گیلان با جاذبه‌های متنوع طبیعی، تاریخی و فرهنگی، استعداد فوق‌العاده‌ای برای توسعه صنعت گردشگری دارد، اما علی‌رغم سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های گردشگری، در این عرصه نتوانسته توسعه یابد. در این راستا، هدف پژوهش حاضر واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری گیلان است. روش تحقیق به صورت کیفی و کمی، و با استفاده تئوری زمینه‌ای و مدل FARAS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. جامعه آماری نیز متخصصان در حوزه مطالعات شهری و گردشگری است، که بر اساس نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۲۰ نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند. طبق مدل تئوری زمینه‌ای، موانعی از جمله: عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص، بازاریابی نامناسب، تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری، مشکلات نظام اداری و خط مشی، عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط، عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربنای فیزیکی، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص را استخراج شد، که با استفاده از مدل آراس فازی، به ترتیب موانع عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط با مقدار وزن ۰/۴۹۰، مشکلات نظام اداری و خط مشی با مقدار وزن ۰/۴۸۸، تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری با مقدار وزن ۰/۴۷۷، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری و عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربنای فیزیکی با مقدار وزن ۰/۴۶۷، بازاریابی نامناسب با مقدار وزن ۰/۴۶۳، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص با مقدار وزن ۰/۴۵۸، بیشترین و کمترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند.

واژه‌های کلیدی: سیاست‌گذاری، گردشگری، محیط‌های شهری، گیلان.

استناد: نعیم‌آبادی، نازنین و فرهاد جوان (۱۴۰۰): واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان، فصلنامه سیاست‌گذاری محیط شهری، سال ۱، شماره ۳، شیراز، صص ۱۶-۱.

^۱ نویسنده مسئول: فرهاد جوان، پست الکترونیکی: Farhad.javan91@yahoo.com، تلفن: ۰۹۳۵۱۱۶۰۳۰۵

مقدمه:

در دهه های اخیر، بی تردید، گردشگری یکی از پدیده های اجتماعی-اقتصادی مهم و دارای آثار فرهنگی، سیاسی و محیطی بوده که به صورت پدیده ای فراگیر و جهانی درآمده است. در چند دهه گذشته، گردشگری همواره رو به رشد و در حال متنوع شدن و یکی از بزرگ-ترین بخش های اقتصادی جهان بوده است. از دهه ۱۹۵۰ تاکنون، تعداد گردشگران بین المللی با وجود همه بحران های سیاسی (جنگ، انقلاب ها، آشوب و ناامنی) و اقتصادی (رکود اقتصادی، بحران سرمایه داری) در جهان همواره رو به رشد بوده است. ممکن است در مناطقی از جهان دچار رکورد و در زمان کوتاه دچار کاهش شده باشد اما برآیند جهانی آن همیشه مثبت و دارای رشد زیادی بوده است (Veicy, 2018: 136). Burns (1999) معتقد است گردشگری در وهله اول، یک ابزار توسعه است و Sharpley (۲۰۰۲)، تاکید می کند که گردشگری به صورت گسترده، ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه در مناطق هدف است و علت وجودی آن، ارتقاء و توسعه منطقه ای و ناحیه ای در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. وی در جای دیگر می نویسد: گردشگری از زمانی که برای نخستین بار به صورت یک پدیده اجتماعی-اقتصادی در دهه ۱۹۶۰ م ظهور کرد، به عنوان سازوکاری مهم برای توسعه مورد توافق جهانی قرار گرفت (Sharpley, 2002, 319). همچنین Bouchon ad Kamble (۲۰۱۴)، نیز گردشگری را به عنوان یکی از محورهای اصلی توسعه در عصر حاضر تاکید کرده اند و معتقدند که تقریباً همه دولت ها به دنبال کسب حداکثر منافع از این صنعت هستند. اما روشن است که حکومت ها و کشورهای مختلف از سفره بزرگ صنعت گردشگری بهره یکسان نبرده اند و حتی کشورهایی که از نظر بسیاری از ویژگی ها (وسعت، سرزمین، موقعیت، جمعیت، قدمت تاریخی و ...) وضعیت نسبتاً مشابهی دارند، از نظر میزان بهره گیری از گردشگری با یکدیگر بسیار متفاوت اند مانند کره شمالی، کره جنوبی، ایران، ترکیه (Veicy, 2018: 95). علت همه این تفاوت ها ریشه در سیاست گذاری ها و برنامه ها است. پرواضح است که در عصر پیچیده امروزی، مسائل ملی و منطقه ای نیازمند سیاست گذاری و برنامه ریزی است. به نظر نمی رسد که هیچ یک از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، امنیتی و صنعتی ملی بدون برنامه ریزی و سیاست گذاری بتواند روندی رو به رشد و پایدار داشته باشد. بر این اساس، بهره روری و استفاده بهینه از ظرفیت های گردشگری هر کشور نیازمند سیاست گذاری و برنامه ریزی راهبردی و کلان میان مدت و بلندمدت است (Veicy, 2018: 95).

پرداختن به مقوله سیاست گذاری در صنعت گردشگری الزامی و ضروری است چرا که: فعالیت رقبا؛ امروزه بی شماری از کشورها در رقابت نزدیک و فشرده در پی افزایش منافع و عواید گردشگری بوده و تلاش گسترده ای در جهت توسعه گردشگری و جذب بیشتر گردشگران با ارائه خدمات در انتظارات گردشگران انجام می دهند، ۲- عوامل محیطی: کشورهایی از جمله ایران با داشتن قابلیت ها و توانایی های بالا در جذب گردشگران نتوانسته زیرساخت های اقامتی مناسبی مانند سایر کشورهای پیشرو در امر گردشگری در سطح بین-المللی فراهم نمایند (Ghadami et al, 2015: 77)، ۳- افزایش انتظارات گردشگران: واقعیت آن است که انتظارات گردشگران نسبت به گذشته افزایش یافته است، که می تواند ناشی از افزایش آگاهی ها و سطح دانش، تبلیغات رقبا، عملکرد رقبا، و ... باشد و هوشمندی رقابتی مسئولین در این حیطة را می طلبد. ۴- ماهیت خدمات: گردشگران با توجه به شواهد فیزیکی احاطه کننده خدمات و نیز رفتار و برخورد به ارزیابی کیفیت خدمات می پردازند، و توجه به ارتباطات کلامی، وفاداری و احیای خدمات نشانگر توجه به برندسازی ملی در اذهان گردشگران است (Madani and Bagheri NezamAbad, 2014: 115)، ۵- برنامه ریزی صحیح: لازم است تا رضایت گردشگران جلب شود و با برنامه ریزی صحیح بتوان امکان جذب گردشگر بیشتر را برای کشور و استفاده از ظرفیت کشور و شهرهای ما فراهم شود، در نهایت ۶- توجه به اشتغال زا، ارائه خدمات مناسب منجر به سودآوری صنعت گردشگری و اشتغال نیروی کار در این صنعت می شود (Amiri, S., 2017: 63).

کشور ایران از جمله کشورهایی است که به لحاظ برخورداری از مواهب طبیعی، پیشینه ای تمدنی و موقعیت ژئوپولیتیک خود به منزله ای یکی از قطب های اصلی گردشگری شناخته می شود. با این حال ناتوانی در مدیریت داشته ها، فشارهای محیطی و نگاه سیاسی و امنیتی در سطح دنیا به ایران سبب شده است تا بهره گیری از پتانسیل موجود با کمترین میزان کارایی دنبال شود (Mazlumi and jalali, 2012: 27). و اما سؤالی که همیشه قابل توجه بوده، این است که جایگاه شهرهای ایران در صنعت گردشگری کجاست و سیاست گذاری دولت ایران در چه سویی حرکت می کند؟ صنعت گردشگری در شهرهای ایران، از نظر تنوع اقلیمی، فرهنگ و تاریخ کهن، وجود آثار باستانی فراوان و جاذبه های طبیعی و دیدنی، دارای قابلیت های بسیار بالایی است و همواره گفته می شود ایران در زمینه های گردشگری جزء دهمین و یه با روایتی پنجمین کشور دنیاست، ولیکن پس از گذشت چند دهه، هنوز در خم کوچه ای اول قرار دارد و باز، موانعی در سر راه سیاست گذاری گردشگری ایران و شهرهای ایران از جمله شهرهای استان گیلان وجود دارد (Saedi and et al, 2012). در این راستا، شهرهای استان همیشه سبز گیلان در شمال کشور با طبیعتی بکر، کوهستان های زیبا و چشمه های جوشان پایتخت اکوتوریسم ایران و تابلوی هزار رنگ طبیعت بوده و سالانه پذیرای میلیون ها گردشگر داخلی و خارجی است، ولیکن آمار و اطلاعات نشان می دهد که شهرهای

استان گیلان علی رغم تنوع بی نظیری آب و هوایی و جغرافیایی و جاذبه‌های متنوع نتوانسته است جایگاه مناسب خود را از دیدگاه در سطح ملی و بین‌المللی پیدا کند و موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان به یکی از مشکلات اساسی در این زمینه تبدیل شده است. از این رو در پژوهش حاضر، سعی شده است موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان، از نظر برخی نخبگان مورد کنکاش قرار گیرد. بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال بررسی سؤال ذیل است:

- مجموعه موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان کدامند؟ و کدام یک بیشترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده است؟

پیشینه و مبانی نظری تحقیق:

سیاست‌گذاری نقشه راهی است که شرایط مناسبی برای انتخاب و راهنمایی و تعیین تصمیمات حال و آینده فراهم می‌کند. حال اگر تصمیم‌گیری در خصوص مسائل ملی و سطح کلان کشور باشد، سیاست‌گذاری عمومی نامیده می‌شود. سیاست‌گذاری عمومی نیز مجموعه اقداماتی هدف‌داری است که به وسیله بازیگر یا بازیگران قانونی برای برخورد یا مشکل یا مسئله در سطح کشور در نظر گرفته می‌شود (Howlett and Ramesh, 2003). سیاست‌گذاری، بدون تردید فعالیتی سیاسی است و فرایندهای سیاست‌گذاری نیز بر محیط اطراف خود تأثیر می‌گذارد و از آن متأثر می‌شود. در واقع، سیاست‌ها محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها، ایدئولوژی، قدرت، اصول نهادینه شده و فرایندهای تصمیم‌گیری هستند. در تکمیل فرایند سیاست‌گذاری، رهبران جامعه، گروه‌های فشار، دیوانسالاران و دیگر افراد و گروه‌هایی که در مسیر قواعد تعیین شده از جانب دولت یا خارج از چارچوب این قواعد هستند به فعالیت می‌پردازند و به شیوه‌های مختلف بر روند سیاست‌گذاری تأثیر می‌گذارند و موجب تغییر آنها می‌شوند. اعمال قدرت به شکل‌های گوناگون و از مجاری مختلف بر فرایند سیاست‌گذاری تأثیر می‌گذارد. از همان مرحله‌ی آغازین سیاست‌گذاری تا مرحله‌ی انتخاب راه حل، صاحبان قدرت بر تعیین خط‌مشی‌ها اعمال نفوذ می‌کنند و از این روی، خط‌مشی قبیل از آنکه حاصل یک فرایند عقلایی باشد، نتیجه‌ی زورآزمایی صاحبان قدرت و بازده دادوستد و کنش‌ها و واکنش‌های بین آنان است (Heidari chianeh and et al, 2013).

در این میان، سیاست‌گذاری گردشگری، عبارت است از آنچه دولت برای انجام دادن یا انجام ندادن مسائل مرتبط با گردشگری اتخاذ می‌کند (Hall, 1995: 8). در واقع، سیاست‌گذاری در صنعت گردشگری، به تناسب ساختارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هر کشوری، از تنوع و طیف بسیار گسترده‌ای برخوردار است و همین امر تعیین‌کننده‌ی میزان دخالت دولت در فرایند سیاست‌های گردشگری آن کشور بوده است. هال و جنکینز معتقدند که این قلمرو شامل ماهیت سیاسی سیاست‌گذاری گردشگری، میزان و نحوه‌ی مشارکت مردم در برنامه‌ریزی گردشگری، مطالعه‌ی منابع قدرت در سیاست‌گذاری گردشگری، روش‌های انتخاب مدیران در محیط‌های سیاسی و بررسی میزان اثربخشی سیاست‌های صنعت گردشگری (Hall and Jenkins, 1995:2) و نقش دولت‌ها در شکل‌گیری و توسعه‌ی صنعت گردشگری می‌شود. Elliott (۲۰۰۰) نیز بر این باور است که تنها این دولت‌ها هستند که مشروعیت و قدرت به وجود آوردن اهداف و سیاست‌های مورد نیاز را دارند و می‌توانند بسیاری از بخش‌های اجرایی متنوع را هدایت و کنترل نمایند. دولت‌ها نیز مسئولیت منابع لازم برای اجرای این وظایف را دارند. بنابراین نقش دولت تهیه چارچوبی است که در آن موسسات فعال در حوزه‌ی گردشگری و نیز سایر صنایع شکوفا شوند. با اینکه دیدگاه‌های مختلفی در مورد قلمرو و ماهیت سیاست‌گذاری دولت در گردشگری وجود دارد، ولی بررسی سازمان جهانی گردشگری ملل متحد نشان می‌دهد که در مراحل اولیه توسعه‌ی گردشگری، دولت‌ها نقش اساسی در توسعه‌ی آن داشته و این روند معمولاً در همه کشورهای جهان مصداق پیدا می‌کند. دلیل این امر را نیز می‌توان در عدم ریسک‌پذیری بخش خصوصی در مراحل اولیه سرمایه‌گذاری گردشگری جستجو کرد (Goymen, 2000: 1026). نقش دولت در مراحل اولیه توسعه‌ی صنعت گردشگری به اندازه‌ای است که نه تنها شامل برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی آن می‌شود، بلکه در مواردی شامل اداره و مدیریت مستقیم بخش‌های عرضه محصولات گردشگری چون هتل‌داری نیز می‌شود (Owen, 1992: 360). بی‌شک ماهیت سیاست‌گذاری در صنعت گردشگری، به تناسب ساختارهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هر کشوری، از تنوع گسترده‌ای برخوردار است و همین امر تعیین‌کننده‌ی میزان دخالت دولت یا عدم دخالت دولت در فرایند سیاست‌گذاری گردشگری آن کشور بوده است (Heidari chianeh and et al, 2013). بنابراین، باید توجه داشت که برنامه‌های توسعه و سیاست‌گذاری‌ها در هر کشور متأثر از ماهیت حکومت و ایدئولوژی سیاسی حاکم است که بر نظام برنامه‌ریزی، اسناد فرادستی، برنامه‌های راهبردی و محتوای آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد. به عبارت دقیق‌تر، سیاست‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های راهبردی کلان در هر کشور، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی حاکم، خواست قدرت و اصول نهادینه آن کشور است. بر همین اساس، گردشگری به عنوان پدیده‌ای نوین با خاستگاه غربی دارای ماهیت، ابعاد، ارزش‌ها و معنای خاصی است که در نظام‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی مختلف نگاه‌های متفاوتی به آن شده است. صنعت گردشگری در ذات خود مفهوم جریان آزاد سرمایه، اطلاعات، انسان و اندیشه دارد و سعی دارد

محدودیت ها و قید و بندها را کنار بزند و در حقیقت یکی از زوایای مهم جهانی شدن است. این بدان معنا است که جهانی شدن در خدمت گسترش گردشگری و گردشگری پیش برنده فرایندهای جهانی شدن است (Veicy, 2013: 21). از این رو، کشورهایی که دارای نظام سیاسی بسته و مبتنی بر ارزش های ایدئولوژیک غیر منعطف و محلی هستند با رونق صنعت گردشگری آزاد و فراگیر بین المللی در تناقض هستند. در نتیجه، رویکرد احتیاطی و حتی تهدیدآمیز بودن گردشگری بین المللی را در اسناد فرادستی برنامه جدی برای توسعه این صنعت ندارند. این در پیش می گیرند و معمول بدان معنا است که رونق گردشگری بین المللی در یک کشور بیش از آنکه بیانگر جاذبه های گردشگری فراوان آن کشور باشد، نشانگر نظام سیاسی باز، در انزوا نبودن، در شبکه بودن و تعامل با نظام بین الملل بر مبنای منافع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور است که در برنامه ها و اسناد فرادستی آن کشور سیاست گذاری، هدف گذاری و عملیاتی شده است. در مجموع، عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری در هر کشور را می توان به دو بخش «عوامل زمینه ای» و «سیاست گذاری گردشگری» تقسیم کرد. عوامل زمینه ای شامل فرهنگ، اقتصاد، امنیت، امکانات رفاهی و زیربنایی و کیفیت جاذبه های گردشگری است که در هر کشور برای توسعه گردشگری شرط لازم است اما کافی نیست. علاوه بر آن ها، اراده لازم زمامداران کشور برای توسعه گردشگری نیاز است که در اسناد و قوانین پایه و فرادستی ملی انعکاس دارد و سپس به صورت عملیاتی و جزئی تر در قوانین عادی، تفاهم نامه ها، آیین نامه ها و بخشنامه ها متبلور می شود. وجود سیاست گذاری و اسناد فرادستی با مفاد مشخص گردشگری، بخش دیگر مؤثر بر توسعه گردشگری معنا پیدا می کند که آن بخش (اجرا و نظارت بر سیاست ها) است (Veicy, 2018).

Saeedi and et al (۲۰۱۲)، در پژوهشی تحت عنوان، موانع اساسی سیاست گذاری گردشگری از نظر نخبگان به این نتایج دست یافتند، مواردی از جمله نبود زیرساخت های فیزیکی و عدم سرمایه گذاری و در برخی دیگر، موانع فرهنگی و فکری را از موانع اساسی در سیاست گذاری گردشگری مطرح نمودند. Mazlumi and jalali (۲۰۱۲)، در پژوهشی تحت عنوان، شبکه های اجتماعی و موفقیت سیاست گذاری گردشگری ایران به این نتایج دست یافتند، شبکه های اجتماعی دو مولفه اعتماد و ریسک را در زمینه ی محتوایی گردشگری تحت تاثیر قرار می دهند و بر هم کنش میان این دو متغیر و قصد سفر بر جذب گردشگران خارجی و در نهایت موفقیت یا شکست سیاست گذاری گردشگری ایران تاثیر گذار است. Heidari chianeh and et al (۲۰۱۳) معتقدند که سیاست های گردشگری در ایران به ندرت برخاسته از الگوهای رایج آن بوده و بیشتر تحت تاثیر مولفه های سیاسی بوده است. Amiri, S., Rajaei (۲۰۱۷)، در پژوهشی تحت عنوان، سیاست گذاری گردشگری و جایگاه بین المللی آن با تاکید بر احیای گردشگری در شهرستان مشهد، به این نتایج دست یافتند، استراتژی های احیاء خدمات تاثیر معنادار مثبتی در رضایت گردشگران شاکی شهر مشهد دارد. رضایت گردشگران شاکی تاثیر معنادار مثبتی بر وفاداری گردشگران دارد و رضایت و وفاداری گردشگران تاثیر معنادار مثبتی بر ارتباطات کلامی دارد و سیاست گذاری گردشگری با توجه به استراتژی های احیای خدمات منجر به افزایش گردشگران در بلندمدت می شود. Veicy (۲۰۱۸)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی سیاست - گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران، به این نتایج دست یافتند، مقوله گردشگری کمتر مورد توجه سیاست گزاران و برنامه ریزان کلان جمهوری اسلامی ایران بوده است و آنان با نگاه تقلیل گرایانه و کنترل شده تنها به بعد کوچکی از گردشگری با نگرش فرهنگی توجه دارند. Hosseini and Taghvaei (۲۰۲۰)، در پژوهشی تحت عنوان، تدوین و ارزیابی شاخص های سیاست گذاری و قوانین گردشگری پزشکی در ایران (یک مطالعه کیفی و کمی) به این نتایج دست یافتند، به ترتیب شاخص های قوانین مربوط به بیمه های درمانی، قوانین مربوط به خطاهای پزشکی، سیاست های تبلیغاتی، قوانین مورد نیاز و جدید، سیاست های حمایتی مهمترین شاخص های حوزه قوانین و سیاست گذاری در راستای توسعه گردشگری پزشکی و با رویکرد گسترش دهکده های سلامت هستند. Karoubi and et al (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان موانع اجرای سیاست گردشگری در ایران: ارائه چارچوبی مفهومی به این نتایج دست یافتند، عواملی از جمله نهادینگی گفتمان توسعه گردشگری، شرایط آمادگی برای اجراء انگیزه و تعهد به اجراء هماهنگی و حمایت بیرونی و درونی، شرایط سیستم اداره عمومی کشور، شناسایی شد. در تحقیقات خارجی نیز، Henderson (۲۰۰۲) و Kim and et al (۲۰۰۷) در بررسی تطبیقی صنعت گردشگری میان دو کشور کره شمالی و جنوبی که دارای سرزمین، زبان، فرهنگ و تاریخ مشابهی هستند، معتقدند صنعت پررونق گردشگری کره جنوبی و صنعت کم فروغ گردشگری کره شمالی ناشی از ایدئولوژی سیاسی و در نتیجه برنامه ریزی و سیاست گذاری متفاوت دو کشور است. Jones (۲۰۱۰) همین موضوع در مقایسه با دو کشور لیبی و تونس، و Penny Wan (۲۰۱۳) در مقایسه دو واحد سیاسی هنگ کنگ و ماکائو تاکید کرده اند. Dredge and Jamal (۲۰۱۵) با نگرش پساساختارگرایانه، سیاست گذاری و برنامه ریزی در صنعت گردشگری را ناشی از قواعد اجتماعی و برجسته سازی مسئله گردشگری در فضای کلان فکری جامعه می دانند.

مواد و روش تحقیق:

پژوهش حاضر، از نظر هدف، بنیادی و کاربردی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از نظر روش، در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از روش گراند تئوری^۲ و مدل FARAS استفاده شد. در این پژوهش از رویکرد سیستماتیک اشتروس و کوربین برای نظریه داده بنیاد استفاده شد. از آنجا که نظریه زمینه‌یابی، مبتنی بر روشی کاملاً استقرایی بود؛ لذا پژوهش‌گر بجای آزمون نظریه‌های موجود، خود به تدوین یک نظریه می‌پردازد. بنابراین، متغیرهای مورد بررسی بر اساس چارچوب نظری و بر اساس مقوله‌ها شناسایی و اکتشاف شد (Esfandiari & Imankhan, 2019). نظریه برخاسته از داده‌ها (مبتنی بر زمینه) یکی از روش‌های شناخته شده پژوهش کیفی بود که برای نخستین بار توسط گلیزر و اشتراوس (۱۹۶۷) بنیان نهاده شد. معمولاً پژوهش‌گرانی به این روش روی آوردند که موضوع مورد مطالعه آن‌ها در مطالعات قبلی مورد غفلت قرار گرفته یا به طور سطحی به آن توجه نشد (Mertens, 2007). روش گردآوری اطلاعات به دو صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی (مصاحبه)، بود. لذا از مصاحبه عمیق بدون ساختار مبتنی بر مطالعه اکتشافی بهره گرفته شد. تحلیل داده‌ها در این روش، با استفاده از سیستم کدگذاری باز (شناسایی مقوله‌ها)، کدگذاری محوری (پروردن مقوله‌ها) و کدگذاری انتخابی یا گزینشی (انتخاب نهایی مقوله‌ها) انجام شد (Esfandiari & Imankhan, 2019, Glaser, 2017). مراحل اجرای تئوری داده بنیاد به شرح ذیل بود: مرور بازنگری: در این مرحله مقدمه‌ای برای ورود به عملیات تحلیل محسوب شد، برای جلوگیری از داوری شخصی در هنگام ترتیب داده‌ها، مصاحبه‌های ضبط شده، یادداشت‌های شخصی که در طی تحقیق توسط پژوهشگر انجام می‌شد، جمع‌آوری و مورد بازنگری و اصلاح قرار داده شد. این کار به عدم دخالت عقاید و ارزش‌های پژوهشگر در امر تحلیل کمک نمود.

گام اول: استخراج داده‌های معنایی (کدگذاری باز): کدگذاری باز یک بخش از تجزیه و تحلیل بود که شامل شناسایی، نام‌گذاری، دسته‌بندی و تشریح پدیده‌های موجود میان داده‌ها شد. این مرحله هدف، درک مفاهیم مستتر در گفته‌های مصاحبه شونده بود. نام برخی از مفاهیم از دانش پیشین گرفته شده و نام برخی مفاهیم ابداع شده توسط پژوهشگر و یا ذکر شده توسط مشارکت کنندگان و معطوف به داده‌های موجود اضافه شد. کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی مقولات: در مرحله بعد، کدهای اولیه به علت فراوانی آنها به کدهای ثانویه تبدیل شد (کدهای اولیه در قالب طبقه‌های مشابه قرار گرفت). چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی شد. گام دوم: استخراج مقوله‌ها و مضامین اصلی (کدگذاری محوری): در این مرحله برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده (در مرحله کدگذاری باز) انجام شد. گام سوم: مرحله نظریه‌پردازی (کدگذاری انتخابی): مقولات به دست آمده در فرایند ساخت نظریه زمینه‌ای، خط سیر داستانی از واکاوی موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان را محسوب شد. در این پژوهش نمونه‌گیری تا مرحله اشباع (کفایت نظری پیش رفت؛ نمونه‌گیری از نوع غیراحتمالی به صورت نمونه‌گیری هدفمند بود. در مجموع ۲۰ مصاحبه عمیق صورت گرفت. مصاحبه‌ها (بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه) ضبط و یادداشت و بلافاصله پیاده شد.

محدوده مورد مطالعه:

استان گیلان یکی از استان‌های شمالی ایران به مرکزیت کلانشهر رشت است. این استان از شمال به دریای کاسپین و کشور آذربایجان که از طریق آستارا با آن دارای مرز بین‌المللی است. از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می‌شود. مساحت این استان ۱۴۰۴۴ کیلومتر مربع و جمعیت آن نیز طبق سرشماری ۱۳۹۵، ۲۵۳۰۶۹۶ نفر است. رشت، بندر انزلی، لاهیجان، لنگرود، رودسر، آستانه اشرفیه، سیاهکل، املش، تالش، رضوانشهر، ماسال، شفت، فومن، صومعه‌سرا، آستارا و رودبار شهرهای استان گیلان را تشکیل می‌دهند و همچنین این استان دارای ۴۰ بخش و قریب به ۱۱۰ دهستان می‌باشد. قابل ذکر است طبیعت گیلان، پوشیده از جنگل و دارای آب و هوای معتدل و مرطوب است. این استان شامل مناطق سرسبز شمال غربی رشته کوه البرز و بخش غربی کرانه‌های جنوبی دریای کاسپین است و دارای روستاهای گردشگری بسیار زیادی است، از بکرترین روستاهای گیلان (حیران آستارا، سوئه چاله، سوباتان، بیلاقت لیلاکوه، کله سر، امامزاده ابراهیم شفت، روستاهای اطراف جنگل گیسوم، روستای جواهر دشت رودسر، روستای داماش، روستای دربند آستارا، روستای ویستان، روستای قلعه‌رودخان، روستای سرولات چابکسر، روستای اولسبلنگاه، روستای ماسوله، سالنسر، است.

² - Grounded Theory



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی استان گیلان

بحث و ارائه یافته‌ها:

در ابتدا، خلاصه‌ای از اطلاعات جمعیت‌شناختی (جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، شغل) مصاحبه‌شوندگان آمده که از میان ۲۰ نفر متخصصان در حوزه مطالعات شهری و گردشگری، ۱۶ نفر مرد و ۴ نفر زن بودند. دامنه سنی آنها نیز از ۳۵ سال تا ۶۵ سال و میانگین سنی نیز ۴۵ سال بود. رشته تحصیلات همه ۲۰ نفر (برنامه‌ریزی شهری و گردشگری) است. از میان ۲۰ مشارکت‌کننده، ۱۴ نفر از مشارکت‌کنندگان اساتید دانشگاه (گیلان)، ۶ نفر از متخصصان در سازمان‌های شهری از جمله: شهرداری، اداره میراث فرهنگی و گردشگری می‌باشند. در ادامه به بررسی مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز) پرداخته شد. مطابق جدول (۱)، به طور کلی حدود ۴۰ مفهوم از متون مصاحبه استخراج شد.

جدول ۱- مفهوم‌سازی داده‌های حاصل از پژوهش (کدگذاری باز)

ردیف	مفاهیم (کدگذاری باز)	ردیف	مفاهیم (کدگذاری باز)
۱	عدم کیفیت کمی امکانات اقامتی و رفاهی	۲۱	عدم هماهنگی سازمان‌های شهری گیلان در راستای توسعه گردشگری
۲	عدم کیفیت زیرساخت‌های جاده‌ای	۲۲	کاهش ثبات مدیریتی در بین سازمان‌های شهری
۳	عدم کیفیت زیرساخت‌های هوایی (فرودگاه)	۲۳	عدم بهره‌گیری از تفکر سیستمی در سازمان‌ها
۴	عدم بکارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی در حوزه گردشگری	۲۴	الگوسازی و مدل‌سازی از سایر شهرها و کشورهای مختلف
۵	عدم استفاده از نیروهای جوان دانشگاهی در عرصه گردشگری	۲۵	چشم‌پوشی از ارزش‌های استان گیلان
۶	شایسته‌سالاری در سازمان‌های شهری	۲۶	نبود الگوی مناسب گردشگری متناسب با محیط‌های شهری
۷	کارایی و اثربخشی سازمان‌های شهری	۲۷	عدم طراحی هویت بومی شهرهای استان گیلان در راستای گردشگری
۸	ظرفیت‌سازی	۲۸	تصویرسازی و اطلاع‌رسانی
۹	شفافیت در پاسخگویی	۲۹	عدم تعریف کامل منافع برای بخش خصوصی
۱۰	عدم ثبات مدیریتی و توسعه بر مبنای یک استراتژی کوتاه مدت	۳۰	عدم تعریف مناسب از منافع ملی
۱۱	خلاء دانش و تخصص در سطوح مختلف دولتی و خصوصی	۳۱	عدم تعریف مناسب از منافع در روابط بین بخشی
۱۲	مشکلات در زمینه آموزش و ارتقای سطح تخصصی مدیران	۳۲	عدم تعریف مناسب منافع بین فردی

عدم تدوین استانداردها و ضوابط فنی	۳۳	عدم تعریف مناسب از منافع مردم و جامعه محلی
حضور دستگاه‌های موازی در تشکیلات گردشگری	۳۴	تعارض منافع
مشکلات و معضلات مربوط به ایجاد کسب و کار	۳۵	بهای تمام شده زیاد خدمات بسته (درمان، اقامت، حمل و نقل و ...) در شهرهای استان گیلان
نبود نظام بیمه‌ای مناسب برای گردشگران برای اطمینان از دریافت خدمات به موقع و مناسب در صورت نیاز	۳۶	رقابت‌پذیری قیمتی و نامتوازی قیمت و کیفیت در مقایسه با رقبا
نبود انگیزه سرمایه‌گذاری به سبب نرخ رشد پایین گردشگری در ایران و شهرهای استان گیلان	۳۷	منفعت‌طلبی و نگاه کوتاه مدت فعالان به فرصت‌های موجود در بازار گردشگری شهر-های گیلان
بی ثباتی درآمدها	۳۸	ضعف کسب و کارهای گردشگری در زمینه بازاریابی و تبلیغات در شهرهای استان
کمبود مشوق‌های سرمایه‌گذاری	۳۹	فقدان سیستم مناسب ارتباط با مشتری در زنجیره ارائه خدمت گردشگری
موانع جذب سرمایه‌گذاری خارجی	۴۰	ضعف در برندسازی شهرهای گیلان به عنوان مقصد و تصویر منفی شهرهای استان

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول (۲)، نتایج کدگذاری باز بر اساس کد ثانویه، کدهای مفهومی و مقولات ارایه شد. در این مرحله واحدهای معنایی از جمله: عدم کیفیت زیرساخت‌های فیزیکی، عدم پیوند دانشگاه و گردشگری، عدم حکمروایی شایسته در سازمان‌های شهری، عدم تعیین تکلیف منافع توسعه گردشگری، ضعف رقابت‌پذیری خدمات، مشکلات برندسازی و تبلیغات، عدم انسجام سازمانی، نبود الگوی بومی، عدم تصویرسازی، عدم ثبات مدیریتی و نبود رویکرد بلندمدت، نبود آمادگی و ظرفیت تخصصی و دانشی، موانع قانونی، موانع سرمایه‌گذاری، از شاهد‌های مثال استخراج گردیده شد.

جدول ۲- واحدهای معنایی استخراج شده از مصاحبه‌ها

ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال	ردیف	واحد معنایی	شاهد مثال
۱	عدم کیفیت زیرساخت‌های فیزیکی	عدم کیفیت کمی امکانات اقامتی و رفاهی	۷	عدم انسجام سازمانی	عدم هماهنگی سازمان‌های شهری گیلان در راستای توسعه گردشگری
		عدم کیفیت زیرساخت‌های جاده‌ای			کاهش ثبات مدیریتی در بین سازمان‌های شهری
		عدم کیفیت زیرساخت‌های هوایی (فرودگاه)			عدم بهره‌گیری از تفکر سیستمی در سازمان‌ها
۲	عدم پیوند بین دانشگاه و گردشگری	عدم بکارگیری نیروهای متخصص دانشگاهی در حوزه گردشگری	۸	نبود الگوی بومی	الگوسازی و مدل‌سازی از سایر شهرها و کشورهای مختلف چشم‌پوشی از ارزش‌های استان گیلان
		عدم استفاده از نیروهای جوان دانشگاهی در عرصه گردشگری			نبود الگوی مناسب گردشگری متناسب با محیط‌های شهری
۳	عدم حکمروایی شایسته در سازمان‌های شهری	کارایی و اثربخشی سازمان‌های شهری	۹	عدم تصویرسازی	عدم طراحی هویت بومی شهرهای استان گیلان در راستای گردشگری
		ظرفیت‌سازی			تصویرسازی و اطلاع‌رسانی
۴	عدم تعیین تکلیف منافع توسعه گردشگری	شفافیت در پاسخگویی	۱۰	عدم ثبات مدیریتی و نبود رویکرد بلندمدت	عدم ثبات مدیریتی و توسعه بر مبنای یک استراتژی کوتاه مدت
		عدم تعریف کامل منافع برای بخش خصوصی			۱۱
۱۲	عوامل قانونی	عدم تعریف مناسب از منافع ملی	۱۲	عدم تدوین استانداردها و ضوابط فنی	
		عدم تعریف مناسب از منافع در روابط بین بخشی			حضور دستگاه‌های موازی در تشکیلات گردشگری
		عدم تعریف مناسب منافع بین فردی			مشکلات و معضلات مربوط به ایجاد کسب و کار
		عدم تعریف مناسب از منافع مردم و جامعه محلی			نبود نظام بیمه‌ای مناسب برای گردشگران برای اطمینان از
		تعارض منافع			

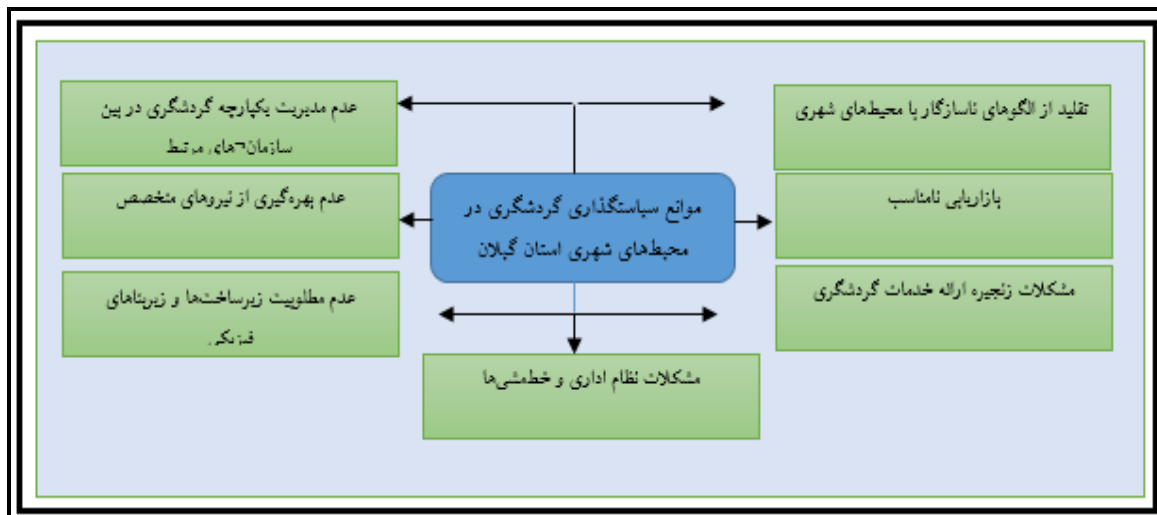
دریافت خدمات به موقع و مناسب در صورت نیاز				
نبود انکیزه سرمایه گذاری به سبب نرخ رشد پایین گردشگری در ایران و شهرهای استان گیلان	موانع سرمایه گذاری	۱۳	بهای تمام شده زیاد خدمات بسته (درمان، اقامت، حمل و نقل و ...) در شهرهای استان گیلان	ضعف رقابت پذیری خدمات
بی ثباتی درآمدها			رقابت پذیری قیمتی و نامتوازی قیمت و کیفیت در مقایسه با رقبا	
کمبود مشوق های سرمایه گذاری			منفعت طلبی و نگاه کوتاه مدت فعالان به فرصت های موجود در بازار گردشگری شهرهای گیلان	
موانع جذب سرمایه گذاری خارجی			ضعف کسب و کارهای گردشگری در زمینه بازاریابی و تبلیغات در شهرهای استان	مشکلات برندسازی و تبلیغات
			فقدان سیستم مناسب ارتباط با مشتری در زنجیره ارائه خدمت گردشگری	
			ضعف در برندسازی شهرهای گیلان به عنوان مقصد و تصویر منفی شهرهای استان	

منبع: یافته های تحقیق، ۱۴۰۰.

در نهایت مطابق جدول (۳)، مقوله ها و مضامین اصلی شناسایی شد. واحدهای معنایی عدم انسجام سازمانی و عدم حکمروایی شایسته و همچنین عدم ثبات مدیریتی و نبود رویکرد بلندمدت در مقوله عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان های مرتبط، واحدهای معنایی نبود آمادگی و ظرفیت تخصصی و دانشی و عدم پیوند بین دانشگاه و گردشگری در مقوله عدم بهره گیری از نیروهای متخصص، واحد معنایی عدم کیفیت زیرساخت های فیزیکی در واحد معنایی عدم مطلوبیت زیرساخت ها و زیربنای فیزیکی، واحد معنایی نبود الگوی بومی در مقوله تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط های شهری و واحدهای معنایی عدم تصویرسازی، مشکلات برندسازی و تبلیغات در مقوله بازاریابی نامناسب و واحدهای معنایی عدم تعیین تکلیف منافع توسعه گردشگری و در نهایت ضعف رقابت بندی خدمات در مقوله مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری و در نهایت واحدهای معنایی موانع قانونی و سرمایه گذاری در مقوله مشکلات نظام اداری و خط-مشی قرار گرفته شد. در نهایت شکل (۲)، به عنوان مدل پارادایمیک ارائه شد.

جدول ۳- مقوله ها و مضامین اصلی

واحد معنایی	مقوله	ردیف
عدم انسجام سازمانی	عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان های مرتبط	۱
عدم حکمروایی شایسته		
عدم ثبات مدیریتی و نبود رویکرد بلندمدت	عدم بهره گیری از نیروهای متخصص	۲
نبود آمادگی و ظرفیت تخصصی و دانشی		
عدم پیوند بین دانشگاه و گردشگری	عدم مطلوبیت زیرساخت ها و زیربنای فیزیکی	۳
عدم کیفیت زیرساخت های فیزیکی		
نبود الگوی بومی	تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط های شهری	۴
عدم تصویر سازی		
مشکلات برندسازی و تبلیغات	بازاریابی نامناسب	۵
عدم تعیین تکلیف منافع توسعه گردشگری		
ضعف رقابت پذیری خدمات	مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری	۶
عوامل قانونی		
موانع سرمایه گذاری	مشکلات نظام اداری و خط مشی ها	۷



شکل ۲- نمودار موانع سیاست‌گذاری در محیط‌های شهری استان گیلان، منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰.

در ادامه نیز قبل از تحلیل هر یک از موانع، لازم دانسته شد با استفاده از مدل FARAS، و نظرات متخصصان به میزان اهمیت هر یک از موانع پرداخته شود. همچنین قابل ذکر است به دلیل حجم زیاد جداول مدل، تنها به جدول انتهایی اکتفا شد. جدول (۴ و ۵).

جدول ۴- مقدار تابع بهینگی و درجه مطلوبیت موانع سیاست‌گذاری

	عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط			عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص			عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربنای فیزیکی			تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری		
	α	β	γ	A	β	Γ	α	β	γ	A	β	Γ
$\otimes S$	0.213	0.234	0.213	0.166	0.213	0.198	0.208	0.213	0.223	0.212	0.254	0.213
S_j	0.256			0.245			0.254			0.223		
K_j	0.490			0.458			0.467			0.477		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰

جدول ۵- مقدار تابع بهینگی و درجه مطلوبیت موانع سیاست‌گذاری

	بازاریابی نامناسب			مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری			مشکلات نظام اداری و خط‌مشی		
	α	β	γ	α	B	γ	α	B	Γ
$\otimes S$	0.198	0.231	0.221	0.189	0.213	0.241	0.210	0.221	0.213
S_j	0.232			0.254			0.267		
K_j	0.463			0.467			0.488		

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۰



شکل ۳- نمودار میزان اهمیت هر یک از موانع سیاست‌گذاری گردشگری در محیط‌های شهری

مطابق شکل (۳) و جداول (۴ و ۵)، موانع عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان های مرتبط با مقدار وزن ۰/۴۹۰، مشکلات نظام اداری و خط مشی با مقدار وزن ۰/۴۸۸، تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط های شهری با مقدار وزن ۰/۴۷۷، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری و عدم مطلوبیت زیرساخت ها و زیربنای فیزیکی با مقدار وزن ۰/۴۶۷، بازاریابی نامناسب با مقدار وزن ۰/۴۶۳، عدم بهره گیری از نیروهای متخصص با مقدار وزن ۰/۴۵۸، بیشترین و کمترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده اند. در ادامه نیز بر اساس میزان اهمیت هر یک از موانع به تحلیل آنها پرداخته شد.

عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان های مرتبط: ظرفیت مدیریت شهری از عوامل موثر در توسعه و بهبود گردشگری پایدار است. مدیریت به عنوان عامل اصلی و حیات بخش هر سازمان و نهادی است. مدیریت، روح اصلی بر مبنای نظام ارزشی پذیرفته شده است که از طریق برنامه ریزی، سازمان دهی، بسیج منابع و امکانات، هدایت و کنترل عملیات برای دستیابی به اهداف تعیین شده، صورت می گیرد. مدیریت در برگیرنده نگرش نظام مند است که در آن پویایی گردشگری در چهارچوب عرضه و تقاضا با تاکید بر پایداری مدنظر است. یکپارچگی سبب توازن در توسعه گردشگری است. در این راستا، چند تن از متخصصان اذعان کرده اند: "... برای رفع موانع سیاست گذاری گردشگری در محیط های شهری استان گیلان، ظرفیت مدیریت و هماهنگی بخش دولتی و خصوصی باید با هم به نتایج مطلوب برسند و هر یک به تنهایی فقط قسمتی از صنعت را بگردش در آورند و در صورت نادیده گرفتن هر یک از این دو بخش به بازده مثبت و شکوفایی در این صنعت نخواهند رسید..." در ادامه نیز چند تن از متخصصان از موانع (عدم ثبات مدیریتی و نبود رویکرد بلندمدت و عدم حکمروایی شایسته) مطرح نمودند. **مشکلات نظام اداری و خط مشی:** نظر نخبگان بیانگر آن است که گردشگری در استان گیلان از نظر اداری و تصمیم گیری با موانع زیادی مواجه است و مشکلات این بخش بر کلیت توسعه گردشگری تأثیرات غیرقابل انکاری دارد. نبود عزم و اراده جدی حاکمیت برای توسعه این صنعت در شهرهای استان گیلان، فقدان خط مشی منسجم و تخصیص نیافتن بودجه و منابع از مهمترین موانعی است که مشارکت کنندگان در این زمینه اظهار کرده اند. یکی از متخصصان مطرح نمود: "... ما اصلاً خط مشی نداریم، تا بحال از طرف دولت برای گردشگری محیط های شهری این استان سرمایه گذاری نشده، بودجه تخصیص داده نشده و تسهیلاتی برای کیفیت خدمات گردشگری در نظر گرفته نشده است..." دسته دیگر از موانع ناشی از تداخل حوزه های سیاستی گردشگری و شهری است. گردشگری بسته محصولی است که شامل مجموعه ای از خدمات که شامل حمل و نقل، اقامت و ... می شود. اظهار نخبگان مطرح نمودند که پیچیدگی محصول گردشگری باعث شده تصمیم گیرندگان ارشد درباره اختیارات و وظایف نهادهای ذی ربط اختلاف نظرهای زیادی داشته باشند و این موضوع تصمیم گیری و اجرای برنامه های توسعه در سطوح مختلف را مختل کرده است.

تقلید از الگوهای ناسازگار گردشگری با محیط های شهری: بسیاری از متخصصان مطرح نمودند: "... ما برای جذب گردشگری از بسیاری از ارزش های خود چشم پوشی کردیم که این خیلی ناپسند نیست، لذا باید در شهرهای استان گیلان در بخش صنعت گردشگری از الگوی بومی برخوردار باشیم و الگوبرداری نامناسب حال شهرهای این استان و سایر شهرهای ایران نخواهد بود...". دیگر متخصص مطرح نمود: "... باید یک مدل بومی از مفهومی به نام گردشگری برای محیط های شهری استان گیلان شکل بگیرد، الگوبرداری از دیگر کشورها از انحرافات است، باید خودمان باشیم..." **مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری:** تحلیل دیدگاه متخصصان در پژوهش نشان داد که فرایند ارائه خدمات گردشگری در محیط های شهری استان گیلان مشکلات بسیاری دارد، از دیدگاه بسیاری از متخصصان موانعی از جمله: عدم تعیین تکلیف منافع توسعه گردشگری و ضعف رقابت پذیری خدمات را از موانع اساسی در سیاست گذاری گردشگری در محیط های شهری این استان مطرح نمودند. **عدم مطلوبیت زیرساخت ها و زیربنای فیزیکی:** توسعه و گسترش امکانات لازم برای گسترش صنعت گردشگری، همیشه یکی از دغدغه های مهم بسیاری از افراد بوده و است؛ از آن جمله ساخت اقامتگاه، جاده، فرودگاه، مراکز پذیرایی مجهز و تجهیزات حمل و نقل همگام با دیگر رقبای جهانی، بسیاری معتقدند تا ما این قسمت را به طور کامل سامان ندهیم، نباید انتظار تحول اساسی در صنعت گردشگری خود داشته باشیم. از آن جمله برخی از متخصصان اذعان کرده اند: "... در این زمینه، ما در محیط های شهری استان گیلان نیازمند ایجاد زیرساخت های لازم برای این بخش می باشیم کاری که تا به حال به درستی برای شهرهای این استان انجام نشده است. ما باید اول زیرساخت و بستر را فراهم کنیم..."، همچنین چند نفر دیگر مطرح نمودند: "... ما داری منابع لازم برای جذب گردشگر هستیم و فقط نیازمند توسعه ی زیرساخت ها هستیم..."

بازاریابی نامناسب: از موانع مهم در گردشگری، نبود تبلیغات مؤثر در زمینه معرفی جاذبه های گردشگری شهرهای استان گیلان در ایران و سطح بین المللی است. تبلیغات و بازاریابی عامل بسیار مهمی در یک سازمان برای رسیدن به اهدافش به شمار می آید و در بخش گردشگری نیز نقش انکار ناپذیری را ایفا می کند و حتی می توان گفت از کلیدی ترین الزامات در سیاست گذاری گردشگری محسوب می شود. در حال حاضر بسیاری از شهرهای ایران در زمینه جذب گردشگر منابع مالی فراوانی را به طرق مختلف و با استفاده از شیوه های مدرن

و تبلیغاتی و بازاریابی به شناساندن شهر و جاذبه‌های گردشگری و ایجاد شوق و انگیزه سفر میپردازند لیکن باید اذعان داشت که در خصوص معرفی جاذبه‌های شهرهای ایران از جمله جاذبه‌ها و بکارگیری شیوه‌های مؤثر تبلیغات سرمایه‌گذاری شایان توجهی صورت نپذیرفته است. در این راستا تبلیغات در زمینه‌های گردشگری شهرهای استان گیلان آنقدر ضعیف است که عموم مردم از بسیاری از آثار و جاذبه‌های گردشگری اطلاعی ندارند، و این عدم شناخت گردشگران از جاذبه‌های این شهر موجب رکود صنعت گردشگری در این شهر شده است. در این راستا، چند تن از متخصصان اذعان دارند: "شهرهای استان گیلان با وجود جاذبه‌ها از سوی بسیاری از مردم ایران و کشورهای بین‌المللی تقریباً جزء شهرهای ناشناخته محسوب می‌گردد. بنابراین برای شناخته شدن این جاذبه‌ها در این شهر، بهتر است طراحی لوگوها و تمامی نام‌های با هویت هر مکان گردشگری با ثبت آنها صورت گیرد..."

عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص: گردشگری در واقع یک نوع فعالیت خدماتی است. تردیدی نیست که اهمیت منابع انسانی در سیاستگذاری صنعت گردشگری از الزامات اساسی می‌باشد و به عنوان عامل اصلی در توسعه بخش گردشگری محسوب می‌گردد، و نبود آن مانع سیاستگذاری گردشگری محیط‌های شهری استان گیلان محسوب می‌شود. در این راستا، چند تن از متخصصان اذعان کرده‌اند: "نبود آمادگی و ظرفیت تخصصی و دانشی و عدم پیوند بین دانشگاه و گردشگری از موانع سیاستگذاری محسوب می‌شوند..."

نتیجه‌گیری:

در این مقاله، مطالعه‌ی کیفی موانع اساسی سیاستگذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان مورد توجه قرار گرفت. مطابق نتایج به دست آمده از تئوری زمینه‌ای، موانعی از جمله: عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص، بازاریابی نامناسب، تقلید از الگوهای ناسازگار با محیط‌های شهری، مشکلات زنجیره ارائه خدمات گردشگری، مشکلات نظام اداری و خط مشی، عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط، عدم مطلوبیت زیرساخت‌ها و زیربناهای فیزیکی، عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص استخراج شد. در ادامه نیز نتایج مدل آراس فازی نشان داد، موانع عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در بین سازمان‌های مرتبط بیشترین میزان اهمیت و عدم بهره‌گیری از نیروهای متخصص کمترین میزان اهمیت را به خود اختصاص داده‌اند. نتیجه‌گیری پایانی از این مطالعه، موضوع اجرای خوب سیاستگذاری گردشگری در محیط‌های شهری استان گیلان را حاکی از جوانب و عوامل پیچیده بر این پدیده در بستر مدیریت مطلوب و یکپارچه است که برای تحلیل درست این عوامل نیازمند شناخت موانع سیاستگذاری گردشگری است. دستاورد مهمی که این تحقیق به دست می‌دهد موانعی است که می‌تواند به سیاستگذاران و مدیران برای رفع خلأها و موانع سیاستگذاری در مناطق شهری گیلان کمک کند، و به بالا رفتن درک آنها برای ایجاد بسترهای لازم جهت توسعه موفقیت‌آمیز و رقابتی استان گیلان به عنوان یک مقصد گردشگری کمک کند. مطابق نتایج به دست آمده مدیریت یکپارچه گردشگری در سازمان‌های مرتبط مهمترین و با اهمیت‌ترین مانع در سیاستگذاری گردشگری در شهرهای این استان محسوب می‌شوند. در بخش مدیریت یکپارچه شهری، نیز این نکته قابل تامل است که هر چند مدیریت گردشگری در شهرهای استان گیلان توانسته تا حدی از انتظارات توسعه گردشگری را محقق سازد، اما در بسیاری از موارد ناموفق عمل کرده است. مدیریت شهری در خصوص توسعه گردشگری نیازمند در نظر گرفتن تمامی عوامل در شهر می‌باشد. در واقع شرط دستیابی به موفقیت و توسعه گردشگری در استان گیلان، نیازمند برنامه‌ریزی در تمامی سطوح است. چه بسا این که رشد گردشگری در شهرهای گیلان با برنامه‌ریزی و سازمان یافته بوده ولیکن به دلیل ضعف در زیرساخت‌ها و توجه صرف به افزایش درآمد و ایجاد اشتغال برای شهروندان، مشکلات زیادی در زمینه‌های مختلف را سبب گردیده است، که نیازمند اتخاذ تدابیر در موانع مطرح شده است. در نهایت نتایج تحقیق با مطالعات (Saeedi and et al (۲۰۱۲)، Hosseini and Taghvaei (۲۰۲۰)، همخوانی و مطابقت دارد. با توجه به نتایج پژوهش حاضر پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- توسعه و جذب نیروی انسانی آموزش دیده در فعالیتهای بخش گردشگری، به منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش؛
- با توجه به نتایج در بخش یافته‌های کیفی، بهره‌گیری از دیدگاه دانشگاهیان و افراد و نخبه (به عنوان رکن اساسی تصمیم‌گیری - های شهری) و حمایت از تبادل اطلاعات آنها با مراکز علمی دنیا، با توجه به اینکه شهرهای گیلان دارای مراکز آموزش عالی و دانشگاهی متعدد می‌باشد و هر ساله تعداد زیادی نیروی متخصص از این مراکز علمی فارغ‌التحصیل می‌شود، لذا باید زمینه‌های بهره‌گیری از دیدگاه‌یشان و احیاناً بکارگیری این نیروهای متخصص در امور اجرایی و تصمیم‌گیری‌های گردشگری فراهم گردد؛
- توجه به نتایج تحلیل مدل تئوری زمینه‌ای، تقویت اطلاع‌رسانی در مورد جاذبه‌های گردشگری شهرهای استان گیلان و نمادسازی و نیز برندسازی در کنار تعریف نقش گردشگری برای شهرهای این استان به عنوان گره‌گاه توسعه در نظام فضایی استان ضروری است؛ و

- با توجه به نتایج حاصل از پژوهش در بخش یافته‌های کیفی و شناخت مانع عدم مدیریت یکپارچه گردشگری در سیاست گذاری گردشگری، شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر افزایش ظرفیت مدیریت یکپارچه می‌تواند موضوعات مهمی و کاربردی باشد و جای پژوهش و بحث دارد.

References:

1. Amiri, S., Rajaei, Z. (2017). Tourism policy and its international position With regard emphasis on service recovery in Mashhad City. *Political Science Quarterly*, 13(41), 61-83. (In Persian).
2. Burns. P. 1999. *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
3. Dredge. D. and Jamal. T. 2015. "Progress in Tourism Planning and policy: A Post-structural Perspective on Knowledge Production". *Tourism Management*. Vol 51. pp. 285-297.
4. Elliott, James. (2000). *Tourism Management*. Translated by Mehdi Jamshidian and Akbar Mehdipour, Isfahan, Mani Publishing. (In Persian).
5. Esfandiari M, Imankhan N (2019). Customer Behavior Analysis of the Bank Industry: Grounded Theory Approach. *Economic Modeling*. 13(45): 93-114. [Persian]. (http://eco.iaufb.ac.ir/article_666168.html?lang=en).
6. Ghadami, M., Sarrafizadeh, A. A., Madani, A. H. (2015). Designing a Domestic Model for Classification and Grading Hotels in Iran. *Journal of Cultural Management*, 5(1), 76-88. (In Persian).
7. Glaser B (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Rutledge.
8. Goymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No.4, PP: 1025-1048.
9. Hosseini SS, Taghvaei M. The Codification and Evaluation of Policy Indexes and Medical Tourism Rules in Iran (A Qualitative and Quantitative Study). *Bioethics Journal* 2020; 10(35): e9. (In Persian).
10. Hall, C.M. and Jenkins, J.M. (1995). *Tourism and Public Policy*, UK: ITBP.
11. Hall. C.M. 1995. *Tourism and Public Policy*. Cengage Learning EMEA.
12. Heidari chianeh, R., Rezatab, S., Soltani, N., Motamedimehr, A. (2013). An Analysis of Tourism Policy Making in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2(5), 11-32. (In Persian).
13. Henderson. J. 2002. "Tourism and Politics in the Korean Peninsula". *Tourism Studies*. Vol 13. No 2. pp.16-27
14. Howlett. M. & Ramesh. M. 2003. *Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems*. Oxford University Press.
15. Jones. E. 2010. "Arab Politics and Tourism: Political Change and Tourism in the Great Socialist People's Libyan Arab Jamahiriya". In: *Tourism and Political Change*. Edited by R. Butler and W. Suntikul. Oxford: Good fellow.
16. Kamble. Z. & Bouchon. F. 2014. "Tourism Planning and a Nation's Vision: A Review of the Tourism Policy of Sri Lanka". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol 144. pp. 229-236.
17. Karoubi, M., Yavari gohar, F., Zarea, R., Abbasi, D. (2020). Barriers to tourism policy in the Islamic Republic of Iran: conceptual framework. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(34), 43-66. (In Persian).
18. Kim. S.S; Timothy. D.J & Han. H. 2007. "Tourism and political ideologies: A case of tourism in North Korea". *Tourism Management*. Vol 28. No. 4. pp. 1031-1043.
19. Madani, A., Bagheri NezamAbad, L. (2014). Examining the Role of Human Resources in Hotel Ranking in Iran. *Journal of Cultural Management*, 8(24), 115-133. (In Persian).
20. Mazlumi, N., jalali, S. (2012). Social Networks and Tourism Policymaking in Iran. *Tourism Management Studies*, 7(18), 25-48. (In Persian).
21. Mertens D.M (2007). Transformative paradigm: Mixed methods and social justice. *Journal of Mixed Methods Research*, 1 (3): 212-225.
22. Owen, C. (1992). Building a Relationship between Government and Tourism, *Tourism Management*, Vol. 13 No. PP: 358-362.

23. Penny Wan. Y.K. 2013. "A Comparison of the Governance of Tourism Planning in the Two Special Administrative Regions SARs of China - Hong Kong and Macao". *Tourism Management*. Vol 36. pp. 164-177.
24. Saeidi, A., Mohammad Beheshti, S., Rezvani, R. (2012). Major Obstacles to Tourism Policy from the Perspective of Experts. *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(2), 33-56. (In Persian).
25. Sharpley. R. 2002a. Tourism: A Vehicle for Development? In: *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Edited by Richard Sharpley and David J. Telfer. Channel View Publication. pp. 11-34.
26. Veicy, H. (2018). The study of Tourism Industry in National Basic Laws of Islamic Republic of Iran. *Strategic Studies of public policy*, 7(25), 93-112. (In Persian).
27. Veicy, H. (2013). Investigating Barriers to Tourism Industry Development in Iran, Research Project. Kerman. Payam-e-Noor University of Kerman Province. (In Persian).

