

## Research Paper

# Identifying the Executive Priorities of the 13th Government to Develop the Tourism Industry of the Islamic Republic of Iran

Moslem Bagheri<sup>1</sup> , Fatemeh Shekari<sup>2</sup> , Zahra moaven<sup>3</sup> , Ali Asghar Mobasheri<sup>4</sup> , Amin Nikbakht<sup>5</sup> 

<sup>1</sup> Associate Professor, Tourism Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran.

([bagherimoslem@shirazu.ac.ir](mailto:bagherimoslem@shirazu.ac.ir))

<sup>2</sup> Assistant Professor, Tourism Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran. ([shekari@shirazu.ac.ir](mailto:shekari@shirazu.ac.ir))

<sup>3</sup> Assistant Professor, Tourism Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran. ([z.moaven@shirazu.ac.ir](mailto:z.moaven@shirazu.ac.ir))

<sup>4</sup> Ph.D. candidate, Organizational Behavior and Human Resources Management, Department of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran. ([mobasheri1728@yahoo.com](mailto:mobasheri1728@yahoo.com))

<sup>5</sup> M.Sc. in Business Management, Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran.

([nikbakhtamin@gmail.com](mailto:nikbakhtamin@gmail.com))



10.22080/JTPD.2022.22829.3647

**Received:**

October 5, 2022

**Accepted:**

August 17, 2022

**Available online:**

November 6, 2022

**Keywords:**

Tourism Development,  
Executive Priorities,  
13th Government,  
Thematic Analysis,  
Best-Worst Fuzzy  
Method

## Abstract

**Context and Purpose:** This study was designed and implemented to identify the executive priorities of the 13th government in order to develop Iran's tourism industry, considering the county's potential, the importance of the tourism industry as a tool for sustainable development, and the importance of developing appropriate programs and policies to develop and benefit from this competitive industry.

**Design/methodology/approach:** This is an applied study that relied on a mixed research method using thematic analysis and the best-worst fuzzy method. The statistical population consists of 35 experts in the tourism industry in the qualitative part, and 13 people in the quantitative part, who were selected through purposeful sampling.

**Findings:** Analysis of the collected data shows that the 13th government should consider 5 main priorities for developing the tourism industry, which are, in order of importance, supportive priorities (consisting of 5 main actions), management priorities (consisting of 6 main actions), human resources management priorities (including 5 main actions), marketing priorities (consisting of 5 main actions), and priorities related to strengthening and developing infrastructure (including 4 main actions).

**Conclusion:** The government's attention to the executive priorities presented in the current research during planning and implementation can provide the basis for better development of the Iran's tourism industry.

**Originality/value:** In this research, the executive priorities at the macro-national level to the development of the tourism industry have been addressed for the first time.

\*Corresponding Author: Moslem Bagheri

**Address:** Tourism Management Department, Shiraz University, Shiraz, Iran

**Email:** [bagherimoslem@shirazu.ac.ir](mailto:bagherimoslem@shirazu.ac.ir)

**Tel:** 09173126948



## Extended Abstract

### 1. Introduction

Recognition of the importance and capacity of tourism in national development and the increasing attention of governments to this issue (Khan et al., 2020), has turned the industry into a highly competitive arena. Therefore, successful and sustainable activity to achieve the best financial and non-financial results of tourism processes require the management of destinations and innovative programs and strategies (Sigalat-Signes et al., 2019) and the drawing up of scientific policies in order to maintain the current share and gain more share of this vast market (Matiku et al., 2021). This importance has even been raised in the post-Covid-19 world, which has greatly affected the tourism industry and made it the most damaged economic sector in the world (Bagheri et al., 2021). On the other hand, the importance of identifying major strategies to develop Iran's tourism industry has become an important issue, due to the formation of a new government, which can mean new programs and efforts to develop the tourism industry. Therefore, the present study was designed and implemented to identify the most important priorities of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism, and Handicrafts of the 13th government of the country.

### 2. Research Methodology

This is an applied study relying on a mixed research method. The population consists of experts and practitioners of Iran's tourism industry. In the qualitative phase, 35 experts were selected by purposive sampling. The required data were collected using interviews and analysed by thematic analysis method. The needed data in the quantitative part were also

collected using a questionnaire prepared from the results of the qualitative section. This questionnaire was distributed among 13 sample members, who were selected through the purposeful judgmental sampling method. Finally, 10 people completed the questionnaires and the best-worst fuzzy method was utilized to analyse the data.

### 3. Research Findings

Results show that the 13th government should consider 5 main priorities in order to develop the tourism industry, which are, in order of importance, supportive priorities (consisting of 5 main actions), management priorities (consisting of 6 main actions), human resources management priorities (including 5 main actions), marketing priorities (consisting of 5 main actions) and priorities related to strengthening and developing infrastructure (including 4 main actions).

### 4. Conclusion

The results of the present study can have practical applications as well as research guidelines. In addition to the top managers of the tourism industry of the Islamic Republic of Iran (Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts), regional and provincial policymakers can consider the results in line with the planning and development of the tourism industry. Researchers can also use the model presented in the current research to design and conduct studies to measure governmental actions at the national and regional levels. Future studies can also be designed and implemented to identify the contextual factors affecting the implementation of each of the priorities identified in the present study.

### Funding

There is no funding support.

### Authors' Contribution

The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

### Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

### Acknowledgments

The authors appreciate all the scientific consultants in this paper.





## علمی پژوهشی

# شناسایی اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران

مسلم باقری <sup>۱\*</sup>، فاطمه شکاری <sup>۲</sup>، زهرا معاون <sup>۳</sup>، علی اصغر مباشری <sup>۴</sup>، امین نیکبخت <sup>۵</sup>

<sup>۱</sup> دانشیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، ([bagherimoslem@shirazu.ac.ir](mailto:bagherimoslem@shirazu.ac.ir))  
<sup>۲</sup> استادیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، ([f.shekari@shirazu.ac.ir](mailto:f.shekari@shirazu.ac.ir))  
<sup>۳</sup> استادیار، گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، ([z.moaven@shirazu.ac.ir](mailto:z.moaven@shirazu.ac.ir))  
<sup>۴</sup> دانشجوی دکتری رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، ([mobasheri1728@yahoo.com](mailto:mobasheri1728@yahoo.com))  
<sup>۵</sup> دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران، ([nikbakhtamin@ymail.com](mailto:nikbakhtamin@ymail.com))

doi 10.22080/JTPD.2022.22829.3647

## چکیده

**زمینه و هدف:** با توجه به اهمیت صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه پایدار مقصدها و جوامع مختلف در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی از یک طرف و نیز اهمیت تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های مناسب در راستای توسعه و بهره‌مندی از این صنعت رقابتی از طرف دیگر، مطالعه حاضر به منظور شناسایی اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری ایران طراحی و اجرا گردید. **روش‌شناسی:** مطالعه حاضر در دسته پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد که به روش ترکیبی و با استفاده از روش تحلیل مضمون و روش بهترین-بدترین فازی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر نیز متشکل از کارشناسان و خبرگان صنعت گردشگری است که در بخش کیفی نمونه‌ای به حجم ۳۵ نفر و در بخش کمی ۱۰ نفر با روش هدفمند انتخاب شده است.

**یافته‌ها:** تحلیل داده‌های گردآوری شده نشان می‌دهد دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری می‌بایست ۵ دسته اولویت اصلی را مورد توجه قرار دهد که به ترتیب اهمیت عبارتند از: اولویت‌های حمایتی (متشکل از ۵ اقدام اصلی)، اولویت‌های مدیریتی (متشکل از ۶ اقدام اصلی)، اولویت‌های مدیریت منابع انسانی (با ۵ اقدام اصلی)، اولویت‌های بازاریابی (با ۵ اقدام اصلی) و اولویت‌های مرتبط با تقویت و توسعه زیرساخت‌ها (شامل ۴ اقدام اصلی).

**نتیجه‌گیری و پیشنهادها:** توجه دولت به اولویت‌بندی ارائه شده در پژوهش حاضر در هنگام برنامه‌ریزی و اجرا می‌تواند زمینه‌ی توسعه بهتر صنعت گردشگری کشور را فراهم آورد.

**نوآوری و اصالت:** در پژوهش حاضر برای اولین بار نسبت به شناسایی اولویت‌های اجرایی در سطح کلان ملی در راستای توسعه صنعت گردشگری پرداخته شده است.

تاریخ دریافت:

۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۱

تاریخ پذیرش:

۲۶ مرداد ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۱۵ آبان ۱۴۰۱

کلیدواژه‌ها:

توسعه گردشگری، اولویت‌های اجرایی، دولت، تحلیل مضمون، روش بهترین-بدترین فازی.

\* نویسنده مسئول: مسلم باقری

آدرس: گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران

ایمیل: [bagherimoslem@shirazu.ac.ir](mailto:bagherimoslem@shirazu.ac.ir)

تلفن: ۰۹۱۷۳۱۲۶۹۴۸

## ۱ مقدمه

برخوردار از قابلیت مشارکت در توسعه پایدار، برقراری ارتباط با سایر بخش‌ها، توانایی ایجاد اشتغال و فرصت‌های تجاری مناسب توصیف گردیده است. بررسی‌ها هم نشان می‌دهد دولت‌های کشورهای درحال توسعه، گردشگری را اولویتی در سیاست‌های ملی خود در نظر گرفته‌اند و در حال تلاش برای توسعه بخش گردشگری خویش و استفاده از آن در کاهش فقر هستند (Khan et al., 2020). ایران نیز از جمله کشورهایی است که به زعم بسیاری از اندیشمندان می‌تواند از قابلیت‌های گردشگری خود به بهترین وجه بهره‌برداری نماید (Shamsoddini et al., 2017). در این راستا، اطلاعات ارائه شده از سوی مرکز میراث جهانی یونسکو<sup>۳</sup> (۲۰۲۰)، بیانگر این است که ایران به لحاظ دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی گردشگری، از کشورهای برتر دنیا به شمار می‌رود. از این‌رو، می‌تواند به عنوان مقصدی توانمند در حوزه گردشگری مطرح گردد (Sojasi Qeidari & Mahmoodi, 2018). در وضعیت کنونی نیز که ایران با معضلاتی مانند افزایش نرخ بیکاری، محدودیت منابع، آلودگی محیط زیست و اقتصاد تک محصولی نفتی مواجه است؛ توسعه صنعت گردشگری می‌تواند اثرات و پیامدهای اقتصادی مؤثری بر جای گذارد (Aminian & Seyed Naghavi, 2018). از این‌رو، صنعت گردشگری از دیرباز در سیاست‌های توسعه اقتصادی این کشور به عنوان یکی از عوامل اصلی توسعه اقتصادی مد نظر بوده است (Shamsoddini et al., 2017).

از طرفی، با توجه به پیشرفت‌های به وقوع پیوسته در دوران اخیر به‌ویژه در زمینه فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات، گردشگران نسبت به گذشته اطلاعات بیشتری دارند و در انتخاب مقصدهای گردشگری و تصمیم‌گیری سفر با آگاهی بیشتری اقدام می‌کنند و به دنبال تجربیاتی جدید هستند (Casais et al., 2020). این عوامل در کنار توجه

در دوران کنونی از گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین، پرسودترین و کارآمدترین فعالیت‌های اقتصادی در سطح جهان یاد می‌شود که سهم به‌سزایی در توسعه پایدار یک سرزمین، منطقه و جهان در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی دارد (Sigalat-Signes et al., 2019) و این موضوع، یکی از دلایل اصلی توجه به گردشگری به‌عنوان مبنای توسعه پایدار در نقاط مختلف و افزایش اهمیت آن در سطح جهان است (Abbas et al., 2021). در واقع، گردشگری در دوران حاضر به‌عنوان صنعتی نقش‌آفرین در توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع و کشورها شناخته می‌شود که مزایا و منافع مالی و غیرمالی بسیار به دنبال خواهد داشت. از این‌رو، بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای درحال توسعه، گردشگری را به عنوان ابزاری استراتژیک در راستای توسعه اقتصاد ملی خود در نظر گرفته‌اند (Tien et al., 2021). در این راستا، گزارش‌های ارائه شده از سوی شورای جهانی گردشگری و سفر<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) گویای این است که گردشگری ۱۰٫۴ درصد از تولید ناخالص داخلی و نیز یک شغل به ازای هر ۱۰ شغل از کل اشتغال جهان را به خود اختصاص داده است. اندیشمندان نیز بر این باورند که گردشگری در سال‌های آینده به بزرگ‌ترین صنعت صادراتی دنیا تبدیل خواهد گشت که این داده‌ها و پیش‌بینی‌ها گویای تأثیرات معنادار این بخش از صنعت در ایجاد فرصت‌های اشتغال و توسعه اقتصادی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی است (Streimikiene et al., 2021).

به رسمیت‌شناختن اهمیت و ظرفیت گردشگری در استراتژی توسعه ملی و در برنامه توسعه جهانی یک واقعیت است. به حدی که گردشگری از سوی سازمان جهانی گردشگری ملل متحد<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) به‌عنوان یکی از ۱۰ بخش تأثیرگذار بر اقتصاد سبز شناخته شده و به‌عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی

<sup>3</sup> UNESCO World Heritage Centre

<sup>1</sup> World Travel and Tourism Council (WTTC)

<sup>2</sup> United Nations World Tourism Organization



بیشتر دولت‌ها به مقوله گردشگری، این صنعت را به عرصه‌ای شدیداً رقابتی تبدیل کرده است. حضور موفق و پایدار در این میدان و کسب بهترین نتایج مالی و غیر مالی ممکن از فرآیندها و فعالیت‌های گردشگری نیازمند ترسیم خطمشی‌های دقیق و علمی به منظور حفظ سهم فعلی و جذب سهم بیشتری از این بازار گسترده (Matiku et al., 2021)، مدیریت مقصدها و اجرای برنامه‌ها و استراتژی‌هایی نوآورانه (Sigalat-Signes et al., 2019) است. به عبارت بهتر، برای موفقیت در زمینه گردشگری و رقابت فزاینده موجود در این صنعت، علاوه بر داشتن شرایط گردشگری پذیر و مقصدهای گردشگری توانمند، باید به دنبال برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران و معرفی بهتر امکانات و شرایط خود به بازارهای گردشگری بود (Sheikhi & Pazoki, 2017). چراکه ماهیت فرهنگی مشابه بسیاری از جاذبه‌ها، محصولات و خدمات گردشگری، امکان جایگزینی یک مقصد با مقصد دیگر را به شدت فراهم آورده است. این موضوع، جذب گردشگران در سطح جهان را به رقابتی فزاینده تبدیل ساخته و تمامی مقصدهای گردشگری را به تدوین و اجرای برنامه‌ها و راهبردهای رقابت در خارج از مرزها و در بازارهای هدف کشانده است (Kozak & Buhalis, 2019).

## ۲ ادبیات پژوهش

### ۱.۲. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

گردشگری با توجه به ماهیت آن یکی از پیچیده‌ترین و گسترده‌ترین بخش‌های اقتصادی در سراسر جهان است که می‌تواند پیامدهای مثبت و منفی بسیاری در مقصدهای گردشگری به دنبال داشته باشد (Wariboko, 2016). از این رو، بهره‌مندی از منافع و پرهیز از نتایج ناخواسته آن، نیازمند برنامه‌ریزی و تعیین اولویت‌ها جهت توسعه این صنعت است (Matiku et al., 2021; Bhatia, 2006). منظور از برنامه‌ریزی، فرآیند یا فعالیتی است که نیازمند تعیین اولویت اهداف و مشخص کردن مسیر تحقق اهداف و اولویت‌های تعیین شده است (Ezeani, 2015). هدف از برنامه‌ریزی و تعیین اولویت‌ها نیز شناسایی راه‌حل‌های مناسب برای مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلات موجود در راستای افزایش امیدواری و خوشبینی، بهینه‌سازی منافع و پیش‌بینی‌پذیر ساختن آینده است (Harrison et al., 2021). در حالی که توسعه گردشگری در قالب برنامه‌های مناسب و تعیین اولویت‌های اجرایی، تحقق اهداف از مجرای فعالیت‌ها و اقدامات نظام‌مند را تسهیل می‌گرداند، عدم توجه به اولویت‌ها و برنامه‌ها در توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز صدمات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی بسیار در بلندمدت باشد (Roday et al., 2010). شناسایی اولویت‌های اجرایی، الگویی جهت کنترل و ارزیابی فرآیند توسعه ایجاد، زمینه حفظ منابع کمیاب را فراهم و چارچوبی برای معرفی و بازاریابی نظام‌مند مقصد ایجاد می‌کند. همچنین، می‌تواند به عنوان سازوکاری جهت ایجاد انسجام بین عناصر و زیرسیستم‌های صنعت گردشگری و نیز

از این رو، اندیشمندان بر این باورند که در بازاری که به سمت اشباع شدن پیش می‌رود، مقصدهای گردشگری برای ایجاد و حفظ ارتباط بلندمدت با گردشگران، می‌بایست راهبردها و برنامه‌های خود را از نو طراحی و تدوین کنند (heidarzadeh et al., 2017). این واقعیت در دنیای پساکرونا که به شدت صنعت گردشگری را تحت تأثیر قرار داده و آن را به آسیب‌دیده‌ترین بخش اقتصادی دنیا تبدیل کرده (bagheri et al., 2021) از اهمیت بیشتری برخوردار است. در ایران نیز، کسب‌وکارهای گردشگری به شدت تحت تأثیر عالم‌گیری کرونا قرار گرفتند (Ahmadi et al., 2022) در ماه‌های اول آسیبی صددرصدی را متحمل شدند (Iranian Hoteliers

اجتماعی و فرهنگی، چالش‌های سیاسی و چالش‌های اداری مورد بررسی قرار دادند.

بررسی پیشینه مربوط به موضوع پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات انجام شده در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری کشور به شناسایی چالش‌ها و مشکلات سیاست‌گذاری گردشگری کشور پرداخته‌اند و شناسایی برنامه‌ها و سیاست‌هایی کاربردی در سطح کلان تاکنون مورد توجه قرار نگرفته است.

### ۳،۲ پیشینه خارجی

آکاما<sup>۱</sup> (۲۰۰۲)، به شناسایی مهم‌ترین وظایف دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری در کشور کنیا پرداخته است. او بر ایجاد تصویری مثبت از کنیا به عنوان یک مقصد گردشگری، توسعه زیرساخت‌های لازم مانند زیرساخت‌های حمل‌ونقل، پرهیز از فعالیت اقتصادی مستقیم در گردشگری و مهمان‌نوازی (عدم فعالیت به عنوان یک کارآفرین و فعال اقتصادی)، ایجاد زمینه مشارکت فعال بخش خصوصی در عملیات تجاری و اقتصادی گردشگری، کاهش بوروکراسی اداری، حمایت مالی از بخش خصوصی از طریق وام‌های ارزان‌قیمت، کاهش نرخ مالیات و مانند آن، بازنگری در برنامه‌ها و استراتژی‌های توسعه گردشگری موجود به منظور کاهش نقش عملیاتی و افزایش نقش حمایتی دولت در صنعت، به عنوان مهم‌ترین وظایف اجرایی دولت در این راستا تأکید کرده است. بر اساس یافته‌های مطالعه انجام شده در کشور اندونزی نیز مهم‌ترین وظایف دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری عبارت‌اند از: انجام اصلاحات لازم در برنامه‌های تدوین‌شده در گذشته با توجه به بازخورد حاصل از اقدامات پیشین، توسعه زیرساخت‌ها و تأمین امکانات لازم، انجام مطالعات و تحقیقات در راستای شناسایی نیازها و خواسته‌های گردشگران به منظور ایجاد تطابق بین نیازها و محصولات و خدمات، ایجاد فرهنگ مناسب و سازگار با توسعه گردشگری،

توزیع عادلانه منافع حاصل بین جوامع میزبان عمل کند (Mason, 2003).

### ۲،۲ پیشینه داخلی

با توجه به اهمیت برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری در ایران، تاکنون مطالعات چندی در این ارتباط انجام شده است که در این بخش برخی از پژوهش‌های مرتبط با پژوهش حاضر مورد بررسی قرار خواهد گرفت. سعیدی و همکاران (۱۳۹۱)، موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری در کشور را سه دسته اصلی یعنی فقدان زیرساخت‌های فیزیکی، عدم سرمایه‌گذاری کافی و موانع فرهنگی و فکری قرار دادند. در مطالعه‌ای دیگر، ویسی (۱۳۹۶)، از طریق بررسی انتقادی سیاست‌گذاری گردشگری در اسناد فرادستی جمهوری اسلامی ایران بر این نکته تأکید می‌کند که گردشگری در برنامه‌ها و اسناد فرادستی کشور آن-چنان که باید مورد توجه قرار نگرفته و برنامه‌ریزان همواره با نگرشی حداقلی و با نگاهی فرهنگی، نوعی گردشگری داخلی محدود را مورد توجه قرار داده‌اند. در مطالعه‌ای دیگر، جوانمردی و همکاران (۱۳۹۶)، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری را نیازمند مشارکت ستون‌های دولت محلی (شهرداری‌ها، شورای محلی، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد) می‌دانند. این پژوهشگران بر اساس یافته‌های مطالعه خود توضیح می‌دهند که در فرآیند سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری، شهرداری‌ها منابع فنی را فراهم می‌کنند، شوراهای محلی منبع جامعه مدنی (دارایی‌های اجتماعی و فرهنگی) هستند، بخش خصوصی منابع مدیریتی را تأمین می‌کند و سازمان‌های مردم‌نهاد به دنبال توانمندسازی شهروندان برای پذیرش مسئولیت هستند. واعظی و همکاران (۱۳۹۷) مهم‌ترین چالش‌های سیاست‌گذاری گردشگری سلامت در ایران را در چهار دسته اقتصادی، چالش‌های

<sup>1</sup> Akama



### ۳ روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر طرح، آمیخته اکتشافی (کیفی و کمی) و از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. جامعه آماری آن را کارشناسان و فعالان صنعت گردشگری ایران تشکیل می‌دهند که در بخش کیفی ۳۵ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند (به عنوان افراد خبره) انتخاب شدند. معیار انتخاب نمونه تجربه فعالیت در صنعت گردشگری در پست‌های مدیریتی (خصوصی، دولتی و دانشگاهی) و نیز برخورداری از تحصیلات مرتبط بوده است. سپس در یک بازه زمانی سه ماهه نسبت به مصاحبه با افراد علاقه‌مند اقدام گردیده است. در طول مصاحبه‌های ساختاریافته که هرکدام به صورت میانگین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامیده است، به منظور ثبت نظرات مشارکت‌کنندگان و حفظ تمامی داده‌های حاصل از مصاحبه، با کسب اجازه مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌ها ضبط شد. پس از اتمام هر مصاحبه، تمامی مطالب با دقت تحلیل و فرآیند انجام مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع ادامه یافت. پس از آن، به منظور شناسایی اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری، داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون<sup>۴</sup> تحلیل شده است. تحلیل مضمون به دلیل کاربردی و منعطف بودن به یکی از رایج‌ترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی تبدیل شده است (Braun & Clarke, 2012). در پژوهش حاضر، روش پیشنهادی براون و کلارک (۲۰۰۶) مورد استفاده قرار گرفته است که تحلیل مضمون را فرآیندی شش مرحله‌ای به شرح شکل ۱ معرفی می‌کنند. از آنجایی که روش تحلیل مضمون به بررسی و تحلیل متن و مصاحبه‌ها می‌پردازد، نحوه جمع‌آوری و کدگذاری متون به صورت چرخه‌های برداشت از متن انجام می‌گیرد. در واقع، محقق با طی کردن مسیر رفت و برگشتی درون متن به درک بهتری از مباحث می‌رسد. در هر رفت و برگشت یافته‌های جزئی که

تدوین و اجرای برنامه جامع توسعه گردشگری به گونه‌ای که زمینه پیوند گردشگری با ویژگی‌های طبیعی، جغرافیایی، اجتماعی و اقتصادی کشور فراهم گردد (Ernawati, 2019).

بر اساس یافته‌های آنیکا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) مهم‌ترین اولویت‌های اجرایی دولت بنگلادش به منظور توسعه گردشگری عبارت‌اند از: هماهنگی و همکاری با دولت، توسعه حکمرانی خوب و عاری از فساد، اقدامات مرتبط با حفاظت محیط زیست، توسعه زیرساخت‌ها، توسعه سیستم حمل‌ونقل، اجرای طرح جامعه گردشگری، توسعه مراکز اورژانس پزشکی در سایت‌های گردشگری و بهبود امنیت. در مطالعه‌ای دیگر، جنکینز<sup>۲</sup> (۲۰۲۰)، مهم‌ترین نقش‌های دولت‌ها در راستای توسعه صنعت گردشگری در کشورهای در حال توسعه را بازنگاری شاخص‌های ظرفیت تحمل به منظور حرکت از پذیرش حداکثری گردشگران به سمت پذیرش بهینه آنان، همکاری نزدیک با بخش خصوصی و سایر ذی‌نفعان، پرهیز از انجام اموری که بخش خصوصی قادر به انجام آن است، تأمین منابع مورد نیاز در راستای توسعه صنعت گردشگری، در پیش گرفتن تفکر جهانی در توسعه گردشگری و توسعه زیرساخت‌های لازم بیان کردند. خان و همکاران<sup>۳</sup> (۲۰۲۱) نیز بر اثربخشی اقدامات دولت (کیفیت خدمات دولتی، پرهیز از سیاست‌زدگی در تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و اجرا)، ایجاد ثبات سیاسی، بهبود کیفیت قانون‌گذاری، ایجاد زمینه حاکمیت قانون و پاسخ‌گویی به عنوان مهم‌ترین حوزه‌های نقش‌آفرینی دولت در توسعه گردشگری تأکید کرده‌اند.

<sup>3</sup> Khan et al

<sup>4</sup> Thematic analysis

<sup>1</sup> Anika et al

<sup>2</sup> Jenkins



۶۰ درصد به عنوان پایایی قابل قبول در این روش شناخته می‌شود (lak et al., 2016)، نتایج بیانگر قابلیت اعتبار یافته‌ها می‌باشد.

به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز در بخش کمی نیز نتایج بخش کیفی در قالب پرسش‌نامه‌ای تنظیم و در بین اعضای نمونه توزیع گردید. در بخش کمی، ۱۳ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی به عنوان اعضای نمونه انتخاب و پرسش‌نامه‌ها در اختیار آن‌ها قرار گرفت. در نهایت ۱۰ نفر پرسش‌نامه‌ها را تکمیل کردند. به منظور تحلیل داده‌ها در بخش کمی نیز از روش بهترین- بدترین فازی استفاده شده است.

ناسازگار و متناقض با یافته‌های قبلی هستند کنار گذاشته می‌شوند و این فرآیند تا جایی ادامه می‌یابد که درک قابل قبولی از متن ایجاد شود و کمترین تناقض درونی وجود داشته باشد (Vogel et al., 2013).

به منظور ارزیابی اعتبار یافته‌های بخش کیفی نیز روش توافق درون موضوعی مورد استفاده قرار گرفت. در این ارتباط، از یک پژوهشگر درخواست شد که در فرآیند کدگذاری اولیه به همکاری با پژوهشگران بپردازد. پس از پایان کدگذاری‌ها، ضمن محاسبه تعداد کل تعداد کدهای ایجادشده (۱۳۴ کد) و نیز تعداد کدهای مورد توافق (۴۳ کد)، محاسبه توافق درون موضوعی (۶۴ درصد) محاسبه شد. با توجه به این که درصد توافق درون موضوعی بالاتر از



شکل شماره یک- مراحل روش تحلیل مضمون (Braun & Clarke, 2006)

می‌شوند. بهترین معیار  $C_b$  معرفی شده و بدترین معیار به عنوان  $C_w$  نامیده می‌شود

**گام سوم: تعیین برتری بهترین معیار نسبت به دیگر معیارها از طریق اختصاص نمره ۱ تا ۹.**

**گام چهارم: تعیین اولویت بدترین معیار نسبت به تمامی معیارها از طریق اختصاص نمره ۱ تا ۹.**

**گام پنجم: یافتن وزن‌های بهینه (  $W_1^*, W_2^*, \dots, W_n^*$  )**

برای تعیین وزن بهینه هر یک از شاخص‌ها زوج‌های  $a_{JW} = \frac{W_J}{W_W}$  و  $a_{BJ} = \frac{W_B}{W_J}$  در نظر گرفته می‌شوند. برای برآورده کردن این شرایط در همه  $J$  ها، باید راه حلی پیدا شود تا عبارات  $\left| \frac{W_B}{W_J} - a_{BJ} \right|$  و  $\left| \frac{W_J}{W_W} - a_{JW} \right|$  حداکثر نماید برای همه  $J$  هایی که

### ۱٫۳ روش بهترین- بدترین فازی

ویژگی برجسته روش بهترین- بدترین فازی این است که در مقایسه با بسیاری از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره موجود، نیاز به داده‌های مقایسه‌ای کمتر دارد و به نتایج پایدارتر منجر می‌شود. (Rezaei, 2015). گام‌های این روش عبارت‌اند از:

**گام اول: تعیین مجموعه شاخص‌های تصمیم‌گیری.**

در این گام شاخص‌ها به صورت  $\{C_1, C_2, \dots, C_n\}$  جهت تصمیم‌گیری تعریف می‌شود.

**گام دوم: تعیین بهترین و بدترین معیارها.** در این مرحله بهترین و بدترین معیار به‌طورکلی جهت تصمیم‌گیری توسط تصمیم‌گیرندگان تعیین



$$\sum_{j=1}^n R(W_j) = 1$$

$$l_j^m \leq m_j^w \leq u_j^w$$

$$l_j^w \geq 0$$

$$j=1,2,\dots,n$$

با حل مدل فوق، مقادیر بهینه  $W_1^*, W_2^*, \dots, W_n$  و  $\varepsilon^*$  به دست می‌آید (Rezaei, 2015).

استخراج گردید. در این مرحله، ۶۳ عبارت استخراج و در مرحله بعد، این عبارات را به کدهای اولیه تبدیل گردید. جدول ۱، نمونه‌ای از عبارات و کدهای استخراجی را نشان می‌دهد.

حداقل شده است و با توجه به غیر منفی بودن وزن‌ها و مجموع اوزان می‌توان مدل را به صورت زیر فرموله نمود:

$$\min \max \left\{ \left| \frac{W_B}{W_j} - a_{Bj} \right|, \left| \frac{W_j}{W_w} - a_{jw} \right| \right\}$$

$$s. t.$$

## ۴ یافته‌ها و بحث

به منظور تحلیل داده‌های گردآوری شده، با توجه به اصول و رهنمودهای روش تحلیل مضمون ابتدا مصاحبه‌ها به صورتی دقیق مورد بررسی قرار گرفته است. سپس عبارات مناسب از مصاحبه‌ها

جدول شماره یک- نمونه‌ای از مراحل اول و دوم تحلیل مضمون

کدهای اولیه	عبارات استخراج شده	ردیف
بررسی اثرات منفی کرونا بر صنعت	بحران کرونا، صنعت گردشگری را با مشکلات بسیار روبه‌رو ساخته است و ضررهای بسیار به این بخش وارد کرده است. چنانچه این آسیب‌ها مورد بررسی قرار نگیرد و چاره‌ای اندیشیده نشود، آینده صنعت را با مشکلات بسیار روبه‌رو خواهد کرد	۱
به روزرسانی طرح جامع گردشگری استان‌های کشور	یکی از مواردی که می‌بایست مورد توجه قرار گیرد این است که هر کدام از استان‌های کشور در سال‌های اخیر نسبت به تدوین برنامه‌های جامع توسعه گردشگری خویش اقدام کرده‌اند که این برنامه‌ها در بسیاری از ابعاد با طرح جامع کشور هماهنگ نمی‌باشد و این موضوع می‌بایست مورد بررسی قرار گیرد	۲
تحریک تقاضای داخلی	یکی از اقداماتی که می‌بایست در راستای حمایت از صنعت به عمل آید، توجه به بازار داخلی به منظور عبور از مشکلات ایجاد شده در بحران کرونا است	۳
.....	.....	.....
.....	.....	.....
توزیع متوازن منافع صنعت گردشگری	یکی از نقاط ضعف صنعت گردشگری کشور این است که امکانات و درآمدهای حاصل از آن به صورتی متوازن بین مناطق مختلف توزیع نمی‌گردد و این به دلیل ضعف زیرساختی است. حل این مشکل از موضوعاتی است که می‌بایست به عنوان یک اولویت در نظر گرفته شود.	۶۲
آموزش منابع انسانی	تجربه کرونا نشان داده است که چنانچه کارکنان فعال در این بخش از قابلیت‌هایی مناسب برخوردار باشند، در صورت بروز بحران، اثرات منفی آن می‌تواند کاهش یابد. بنابراین بهتر است دولت نسبت به آموزش منابع انسانی این بخش اقدامات مناسب انجام دهد.	۶۳

مضامین اولیه تبدیل گردید. جدول ۲، نمونه‌ای از کدگذاری در این مرحله را نشان می‌دهد.

در مرحله بعد، ضمن مرور کدهای اولیه استخراج شده تلاش گردید این کدها به

### جدول شماره دو- نمونه‌ای از تبدیل کدهای اولیه به مضامین فرعی

ردیف	کدهای اولیه	مضامین فرعی
۱	بررسی اثرات منفی کرونا بر صنعت	مطالعه و شناسایی دقیق تأثیرات منفی بحران کرونا بر صنعت و کسب‌وکارهای گردشگری و ارائه برنامه‌های عملیاتی در راستای رفع آن‌ها
۲	به‌روزرسانی طرح جامع گردشگری استان‌های کشور	اصلاح و به‌روزرسانی طرح جامع گردشگری در تمامی استان‌های کشور هم‌راستا با طرح جامع گردشگری کشور
۳	تحریک تقاضای داخلی	تحریک تقاضای داخلی از طریق در نظر گرفتن یارانه سفر برای شهروندان در دوران پسا کرونا
.....	.....	.....
.....	.....	.....
۶۲	توزیع متوازن منافع صنعت گردشگری	توسعه زیرساخت‌های گردشگری در مناطق کم‌تر گردشگرپذیر به منظور کمک به پراکندگی مکانی گردشگران و توزیع متوازن تر منافع
۶۳	آموزش منابع انسانی	توان‌افزایی منابع انسانی فعال در صنعت گردشگری با توجه به تجارب حاصل از بحران کرونا به منظور پیشگیری و مقابله با بحران‌های احتمالی آینده

در جدول ۳ قابل مشاهده است، تمامی این موارد به عنوان زیرمجموعه مضمون فراگیر (اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری کشور) دسته‌بندی شده‌اند.

پس از آن مضامین شناسایی شد و ضمن شناسایی اشتراکات و افتراقات معنایی و در نظر گرفتن شبکه مضامین، این مضمون‌ها در قالب ۵ مضمون (اولویت) اصلی و ۲۵ مضمون (اولویت) فرعی دسته‌بندی شدند. همانگونه که

### جدول شماره سه- مضامین (اولویت‌های) اصلی و فرعی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری

مضمون فراگیر	مضامین (اولویت‌های) اصلی	مضامین (اولویت‌های) فرعی
اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری کشور	اولویت‌های مدیریتی	برگزاری منظم جلسات شورای عالی سیاست‌گذاری میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با حضور رئیس جمهور یا معاون اول رئیس جمهور و ایجاد هماهنگی بین متولیان (دولتی و خصوصی) صنعت گردشگری
		مطالعه و شناسایی دقیق تأثیرات منفی بحران کرونا بر صنعت و کسب‌وکارهای گردشگری و ارائه برنامه‌های عملیاتی در راستای رفع آن‌ها
		بهبود فضای کسب‌وکار به منظور ترغیب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان به ورود و فعالیت در این بخش
		اصلاح و به‌روزرسانی طرح جامع گردشگری کشور با توجه به شرایط و نیازهای دوران پسا کرونا
		اصلاح و به‌روزرسانی طرح جامع گردشگری در تمامی استان‌های کشور هم‌راستا با طرح جامع گردشگری کشور
		تدوین برنامه‌های مدیریت بحران و تقویت تاب‌آوری صنعت گردشگری با توجه به درس‌آموخته‌های بحران پاندمی کرونا با مشارکت کارشناسان و خبرگان فعال در صنعت

<p>حمایت مالی از کسب و کارهای گردشگری جهت برون رفت از مشکلات ایجاد شده در اثر بحران پاندمی کرونا (اعطای وام‌های بلندمدت و ارزان، بخشودگی مالیاتی، کاهش مالیات‌ها، اعطای کمک‌های مالی بلاعوض)</p>	<p>اولویت‌های حمایتی</p>	
<p>ایجاد هماهنگی بین بخش‌های مرتبط با صنعت گردشگری (مانند کسب و کارها، دولت، بانک‌ها و غیره) به منظور تسهیل فرآیند تصویب و اجرای قوانین حمایتی تحریک تقاضای داخلی از طریق در نظر گرفتن یارانه سفر برای شهروندان در دوران پسا کرونا</p>		
<p>تسهیل شرایط ورود گردشگران خارجی از مقصدهای ایمن از طریق الزامی کردن واکسن و تست کرونا در مبدأ و مقصد</p>		
<p>استفاده از سیستم‌های ردیاب برای پیگیری وضعیت سلامت گردشگران ورودی با الگوگیری از سایر مقصدها به منظور ایجاد اطمینان از حفظ سلامت و ایمنی گردشگران</p>		
<p>تقویت یگان حفاظت میراث جهت حفظ میراث فرهنگی کشور از خطرات و چالش‌های موجود</p>		<p>توسعه و تقویت زیرساخت‌ها</p>
<p>جذب سرمایه‌گذار به منظور بهبود و توسعه زیرساخت‌های مناسب جهت ارائه خدمات به گردشگران با توجه شرایط پسا کرونا</p>		
<p>تعیین ظرفیت تحمل سایت‌های مختلف در راستای توسعه پایدار گردشگری و کاهش ازدحام گردشگران با توجه به شرایط پسا کرونا و برنامه‌ریزی جهت مدیریت سایت‌ها با توجه به ظرفیت تعیین شده</p>		
<p>توسعه زیرساخت‌های گردشگری در مناطق کم‌تر گردشگرپذیر به منظور کمک به پراکندگی مکانی گردشگران و توزیع متوازن‌تر منافع</p>		
<p>تمرکز بر بازارهای هدف منطقه و کشورهای همسایه به منظور جذب گردشگر در ماه‌های اولیه دوران پسا کرونا</p>	<p>اولویت‌های بازاریابی</p>	
<p>انجام مطالعات بازار به منظور شناسایی نیازها و الگوهای تقاضای جدید و رو به تغییر گردشگران بازارهای هدف اصلی در دوران پسا کرونا</p>		
<p>معرفی کشور به عنوان مقصدی ایمن در پسا کرونا در بازارهای هدف تولید محتواهای تبلیغاتی در قالب فیلم، عکس، کتابچه‌های راهنمای گردشگری، پوستر و مانند آن به زبان بازارهای هدف</p>		
<p>توسعه برند گردشگری حلال و معرفی قابلیت‌های ایران در این خصوص در بازارهای هدف</p>		
<p>شناسایی کارکنان آسیب‌دیده در بحران کرونا در تمامی سطوح و سازمان‌ها و تلاش جهت رفع مشکلات آنان</p>		<p>اولویت‌های مدیریت منابع انسانی</p>
<p>توان‌افزایی منابع انسانی فعال در صنعت گردشگری با توجه به تجارب حاصل از بحران کرونا به منظور پیشگیری و مقابله با بحران‌های احتمالی آینده</p>		
<p>برگزاری دوره‌های آموزشی برای فعالین صنعت گردشگری (مدیران، کارکنان، راهنمایان، سرمایه‌گذاران، تورگردانان و غیره) با توجه به نیازها و شرایط صنعت در پسا کرونا</p>		
<p>آموزش و توسعه مهارت‌های دیجیتال و مرتبط با فناوریهای ارتباطی کارکنان دولتی و بخش خصوصی جهت انطباق با شرایط در حال تغییر ناشی از پیشرفت‌های فناوریهای ارتباطی و دیجیتال</p>		
<p>ایجاد شرایط اشتغال مناسب و برخورداری از بیمه بیکاری جهت شاغلین در صنعت همانند فعالین حوزه صنایع دستی</p>		

(منبع: یافته‌های پژوهش)

متخصصان است. جدول ۴ بهترین و بدترین اولویتهای اجرایی را نشان می‌دهد که توسط ۱۰ متخصص مشخص شده است. برای نمونه اولویتهای اصلی آورده شده است.

پس از شناسایی اولویتهای اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری، گام بعدی شناسایی بهترین و بدترین اولویتهای اجرایی در قالب اولویتهای اصلی و فرعی با استفاده از نظر

جدول شماره چهار- ترجیحات خبرگان از با اهمیت‌ترین و کم اهمیت‌ترین اولویتهای اجرایی اصلی و فرعی

S5	S4	S3	S2	S1	اولویتهای اجرایی اصلی	با اهمیت‌ترین / کم اهمیت‌ترین	متخصصان
S52	S41	S32	S21	S13	S1	Best	E1
S51	S45	S33	S24	S15	S2	Worst	
S51	S45	S34	S24	S16	S1	Best	E2
S52	S43	S32	S21	S12	S3	Worst	
S54	S42	S32	S21	S11	S1	Best	E3
S55	S43	S31	S25	S16	S4	Worst	
S54	S42	S32	S21	S11	S1	Best	E4
S51	S41	S31	S22	S16	S3	Worst	
S55	S41	S31	S24	S13	S2	Best	E5
S54	42	S32	S23	S11	S3	Worst	
S52	S41	S32	S21	S12	S2	Best	E6
S54	S44	S33	S25	S15	S1	Worst	
S54	S44	S34	S24	S13	S4	Best	E7
S55	S45	S31	S21	S15	S1	Worst	
S52	S41	S33	S21	S13	S2	Best	E8
S54	S42	S31	S24	S14	S3	Worst	
S52	S41	S34	S23	S13	S2	Best	E9
S54	S42	S31	S25	S14	S3	Worst	
S54	S42	S34	S22	S13	S3	Best	E10
S52	S44	S33	S25	S15	S4	Worst	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

مدل مربوطه فرموله شده است و در نهایت با حل-کردن مدل با استفاده از نرم‌افزار لینگو وزن‌های بهینه فازی به دست آمد که در جدول ۵ وزن‌های بهینه مربوط به اولویتهای اجرایی اصلی قابل مشاهده است.

پس از شناسایی بهترین و بدترین اولویتهای اجرایی اصلی و فرعی بر اساس اهمیت آنها، از متخصصان خواسته شد که بهترین و بدترین ابعاد را نسبت به سایر ابعاد با استفاده از مقیاس زبانی مقایسه کنند. بعد از مقایسه ابعاد و معیارها، برای به دست آمدن وزن‌های فازی بهینه ابعاد و معیارها،



### جدول شماره پنج- وزن های بهینه فازی

وزنها															
S5			S4			S3			S2			S1			
u	m	l	u	m	L	u	m	l	u	m	l	u	m	L	متخصان
0.2447	0.2215	0.1810	0.2447	0.2215	0.1810	0.1062	0.1028	0.0954	0.0811	0.0811	0.0772	0.4039	0.3836	0.3431	E1
0.1968	0.1811	0.1753	0.1256	0.1256	0.1256	0.0993	0.0993	0.0993	0.1968	0.1811	0.1711	0.4731	0.4103	0.3475	E2
0.1571	0.1482	0.1253	0.0893	0.0855	0.0774	0.1571	0.1482	0.1253	0.2501	0.2337	0.1814	0.4048	0.4048	0.3506	E3
0.2702	0.2314	0.1792	0.1691	0.1463	0.1236	0.0889	0.0851	0.0762	0.1691	0.1463	0.1236	0.3977	0.3977	0.3753	E4
0.2459	0.2336	0.1726	0.1393	0.1368	0.1134	0.1045	0.0968	0.0844	0.3303	0.3303	0.2667	0.2459	0.2336	0.1726	E5
0.2311	0.2160	0.1676	0.2311	0.2160	0.1676	0.1452	0.1370	0.1158	0.3742	0.3742	0.3241	0.0826	0.0791	0.0715	E6
0.3218	0.2795	0.2254	0.4064	0.3641	0.3130	0.1525	0.1102	0.1069	0.1736	0.1581	0.1450	0.0846	0.0846	0.0846	E7
0.2339	0.2116	0.1652	0.2339	0.2116	0.1806	0.0792	0.0788	0.0713	0.3766	0.3766	0.3390	0.1487	0.1355	0.1148	E8
0.2461	0.2133	0.1655	0.2461	0.2133	0.1655	0.0815	0.0781	0.0706	0.3695	0.3695	0.3451	0.1576	0.1352	0.1143	E9
0.2299	0.2148	0.1833	0.0821	0.0786	0.0711	0.3721	0.3721	0.3223	0.2299	0.2148	0.1833	0.1444	0.1362	0.1151	E10
0.2378	0.2151	0.1740	0.1968	0.1800	0.1519	0.1387	0.1308	0.1167	0.2551	0.2466	0.2156	0.2543	0.2401	0.2089	میانگین

(منبع: یافته‌های پژوهش)

نشان داده است که نرخ ناسازگاری قضاوت خبرگان از یک صدم کمتر و بنابراین از اعتبار لازم برخوردار است (جدول ۶).

برای بررسی اعتبار و اطمینان مقایسات زوجی به دست آمده از قضاوت‌های خبرگان، نرخ ناسازگاری (CR) آن‌ها محاسبه می‌شود. نتایج

### جدول شماره شش- نرخ ناسازگاری اولویت‌های اجرایی

K	CI	CR
0.7321	8.04	0.0911

در نهایت با به دست آمدن وزن هر معیار و بعد، نهایی به دست آمده است. وزن نهایی ابعاد و معیارها در جدول ۷ آورده شده است.

در نهایت با به دست آمدن وزن هر معیار و بعد، نهایی به دست آمده است. وزن نهایی ابعاد و معیارها در جدول ۷ آورده شده است.

جدول شماره هفت- نتایج بخش کمی (رتبه‌بندی اولویت‌های اجرایی اصلی و فرعی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری)

rank	Final Crisp Wights	Final Fuzzy Weights			Fuzzy Weights (Relative)			Solutions	rank	Crisp Wights	Fuzzy Weights			Main Dimensions	
		u	m	l	u	m	l				u	m	l		
7	0.0458	0.0534	0.0464	0.0358	0.2098	0.1934	0.1714	S11	2	0.2373	0.2543	0.2401	0.2089	S1	مدیریتی
12	0.0431	0.0495	0.0443	0.0319	0.1947	0.1843	0.1525	S12							
2	0.0567	0.0643	0.0580	0.0441	0.2527	0.2417	0.2109	S13							
23	0.0276	0.0324	0.0280	0.0211	0.1273	0.1167	0.1010	S14							
22	0.0277	0.0323	0.0284	0.0202	0.1270	0.1183	0.0968	S15							
18	0.0373	0.0439	0.0381	0.0275	0.1724	0.1587	0.1316	S16							
1	0.0663	0.0746	0.0679	0.0519	0.2924	0.2753	0.2405	S21	1	0.2428	0.2551	0.2466	0.2156	S2	حمایتی
3	0.0500	0.0582	0.0512	0.0372	0.2280	0.2076	0.1725	S22							
11	0.0448	0.0517	0.0457	0.0341	0.2027	0.1855	0.1582	S23							
10	0.0450	0.0516	0.0459	0.0348	0.2022	0.1860	0.1612	S24							
17	0.0376	0.0427	0.0384	0.0289	0.1675	0.1558	0.1339	S25							
24	0.0252	0.0294	0.0256	0.0193	0.2120	0.1959	0.1656	S31	5	0.1298	0.1387	0.1308	0.1167	S3	زیرساختی
15	0.0385	0.0455	0.0391	0.0294	0.3279	0.2985	0.2514	S32							
25	0.0247	0.0289	0.0250	0.0193	0.2086	0.1907	0.1655	S33							
13	0.0419	0.0485	0.0426	0.0321	0.3500	0.3259	0.2748	S34							
5	0.0462	0.0550	0.0471	0.0336	0.2794	0.2617	0.2214	S41	4	0.1781	0.1968	0.1800	0.1519	S4	بازاریابی
16	0.0384	0.0463	0.0389	0.0284	0.2352	0.2164	0.1873	S42							
21	0.0280	0.0339	0.0285	0.0202	0.1721	0.1583	0.1332	S43							
20	0.0351	0.0427	0.0356	0.0252	0.2172	0.1980	0.1659	S44							
21	0.0313	0.0368	0.0318	0.0238	0.1870	0.1769	0.1565	S45							
19	0.0365	0.0451	0.0371	0.0254	0.1897	0.1724	0.1457	S51	3	0.2120	0.2378	0.2151	0.1740	S5	منابع انسانی
4	0.0468	0.0555	0.0481	0.0331	0.2333	0.2236	0.1900	S52							
6	0.0459	0.0575	0.0468	0.0306	0.2418	0.2178	0.1758	S53							
9	0.0453	0.0535	0.0464	0.0329	0.2249	0.2158	0.1889	S54							
14	0.0388	0.0484	0.0393	0.0275	0.2035	0.1825	0.1580	S55							

(منبع: یافته‌های پژوهش)

اولویت‌های اجرایی دولت به منظور توسعه صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران اجرا گردید. همان‌گونه که شکل ۲ نشان می‌دهد، بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر پیشنهاد می‌شود اولویت‌های اجرایی دولت در صنعت گردشگری کشور در ۵ بعد اصلی مورد توجه قرار گیرند.

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در دنیای حاضر به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه پایدار مقصدهای مختلف در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره (George et al., 2021; Oh, 2005) و نیاز به برنامه‌ها و سیاست‌هایی مشخص و علمی در این راستا (Kozak & Buhalis, 2019)، پژوهش حاضر به منظور شناسایی



صنعت، از توانمندی لازم برای بهینه‌سازی ارزش گردشگری از مجرای تصمیمات و برنامه‌های اجرا شده برخوردار باشد (Ismail et al., 2014). بر اساس نتایج، دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری ایران می‌تواند ۶ اقدام را به عنوان اولویت‌های مدیریتی در دستور کار خود قرار دهد. این اقدامات به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: بهبود فضای کسب‌وکار به منظور ترغیب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان به ورود و فعالیت در این بخش، برگزاری منظم جلسات شورای عالی سیاست‌گذاری میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با حضور رئیس جمهور یا معاون اول رئیس جمهور و ایجاد هماهنگی بین متولیان (دولتی و خصوصی) صنعت گردشگری، مطالعه و شناسایی دقیق تأثیرات منفی بحران کرونا بر صنعت و کسب‌وکارهای گردشگری و ارائه برنامه‌های عملیاتی در راستای رفع آن‌ها، تدوین برنامه‌های مدیریت بحران و تقویت تاب‌آوری صنعت گردشگری با توجه به درس‌آموخته‌های بحران پاندمی کرونا با مشارکت کارشناسان و خبرگان فعال در صنعت، اصلاح و به‌روزرسانی طرح جامع گردشگری در تمامی استان‌های کشور هم‌راستا با طرح جامع گردشگری کشور و اصلاح و به‌روز-رسانی طرح جامع گردشگری کشور با توجه به شرایط و نیازهای دوران پساکرونا.

نتایج همچنین حاکی از این است که دولت می‌تواند مدیریت منابع انسانی را به عنوان سومین اولویت در دستور کار قرار دهد. اهمیت منابع انسانی و مدیریت آن در توسعه صنعت گردشگری در مطالعاتی بسیار مورد تأکید قرار گرفته است و اندیشمندان وجود منابع انسانی آموزش دیده، توانمند و شایسته را یکی از عوامل کلیدی موفقیت در این صنعت دانسته (Baum, 2016) و سیاست‌ها و اقدامات مدیریت منابع انسانی را نقطه آغاز فعالیت‌ها در این صنعت معرفی کرده‌اند (Baum & Kokkranikal, 2003). در این راستا ۵ اقدام اصلی را می‌توان در صدر اولویت‌های اجرایی دولت قرار داد که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: توان‌افزایی منابع

خبرگان صنعت گردشگری، مهم‌ترین اولویت دولت را راهکارهای حمایتی معرفی کرده‌اند. بررسی پژوهش‌های پیشین نیز نشان می‌دهد با توجه به تأثیرات منفی و صدمات سنگین وارد شده به صنعت گردشگری کشور در دوران بحران کرونا، حمایت از صنعت گردشگری و کسب‌وکارهای فعال در آن به منظور بازیابی توان رقابتی از اهمیت بسیار برخوردار است (باقری و همکاران، ۱۴۰۰). در این راستا، دولت می‌تواند ۵ اقدام اصلی را در صدر اولویت‌های خود قرار دهد که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: حمایت مالی از کسب‌وکارهای گردشگری جهت برون‌رفت از مشکلات ایجاد شده در اثر بحران پاندمی کرونا (اعطای وام‌های بلندمدت و ارزان، بخشودگی مالیاتی، کاهش مالیات‌ها، اعطای کمک‌های مالی (بلاعوض)، ایجاد هماهنگی بین بخش‌های مرتبط با صنعت گردشگری (مانند کسب‌وکارها، دولت، بانک‌ها و غیره) به منظور تسهیل فرآیند تصویب و اجرای قوانین حمایتی، تسهیل شرایط ورود گردشگران خارجی از مقصدهای ایمن از طریق الزامی کردن واکسن و تست کرونا در مبدأ و مقصد، تحریک تقاضای داخلی از طریق در نظر گرفتن یارانه سفر برای شهروندان در دوران پساکرونا و استفاده از سیستم‌های ردیاب برای پیگیری وضعیت سلامت گردشگران ورودی با الگویی از سایر مقصدها به منظور ایجاد اطمینان از حفظ سلامت و ایمنی گردشگران.

نتایج نشان می‌دهد که راهکارهای مدیریتی می‌تواند به عنوان دومین اولویت دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری مورد توجه قرار گیرد. درواقع، مدیریت می‌تواند به عنوان یکی از مهم‌ترین و اثرگذارترین عناصر و نیز به عنوان متولی اصلی برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری مطرح باشد. صاحب‌نظران حوزه گردشگری نیز بر این باورند که توسعه گردشگری و بهره‌مندی از قابلیت‌های آن نیازمند توسعه سیستمی از مدیریت است که ضمن توجه به چالش‌ها و مسائل مرتبط با



مطالعات بازار به منظور شناسایی نیازها و الگوهای تقاضای جدید و رو به تغییر گردشگران بازارهای هدف اصلی در دوران پسا کرونا، تولید محتوای تبلیغاتی در قالب فیلم، عکس، کتابچه‌های راهنمای گردشگری، پوستر و مانند آن به زبان بازارهای هدف، توسعه برند گردشگری حلال و معرفی قابلیت‌های ایران در این خصوص در بازارهای هدف، معرفی کشور به عنوان مقصدی ایمن در پسا کرونا در بازارهای هدف.

در نهایت، توسعه و تقویت زیرساخت‌ها نیز آخرین و پنجمین اولویت دولت از دیدگاه مشارکت‌کنندگان در مطالعه بوده است. زیرساخت‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه صنعت گردشگری و بهره‌مندی جوامع میزبان از قابلیت‌های گردشگری دارند و از طرف اندیشمندان حوزه گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه صنعت گردشگری مورد توجه قرار گرفته‌اند (Ismagilova et al., 2015). دولت در راستای توسعه و تقویت زیرساخت‌های صنعت گردشگری کشور می‌تواند ۴ اقدام اصلی را در اولویت قرار دهد. این اقدامات به ترتیب عبارت‌اند از: توسعه زیرساخت‌های گردشگری در مناطق کم‌تر گردشگرپذیر به منظور کمک به پراکندگی مکانی گردشگران و توزیع متوازن‌تر منافع، جذب سرمایه‌گذار به منظور بهبود و توسعه زیرساخت‌های مناسب جهت ارائه خدمات به گردشگران با توجه شرایط پسا کرونا، تقویت یگان حفاظت میراث جهت حفظ میراث فرهنگی کشور از خطرات و چالش‌های موجود و تعیین ظرفیت حمل سایت‌های مختلف در راستای توسعه پایدار گردشگری و کاهش ازدحام گردشگران با توجه به شرایط پسا کرونا و برنامه‌ریزی جهت مدیریت سایت‌ها با توجه به ظرفیت تعیین شده.

انسانی فعال در صنعت گردشگری با توجه به تجارب حاصل از بحران کرونا به منظور پیشگیری و مقابله با بحران‌های احتمالی آینده، برگزاری دوره‌های آموزشی برای فعالین صنعت گردشگری (مدیران، کارکنان، راهنمایان، سرمایه‌گذاران، تورگردانان و غیره) با توجه به نیازها و شرایط صنعت در پسا کرونا، آموزش و توسعه مهارت‌های دیجیتال و مرتبط با فناوریهای ارتباطی کارکنان دولتی و بخش خصوصی جهت انطباق با شرایط در حال تغییر ناشی از پیشرفت‌های فناوری‌های ارتباطی و دیجیتالی، ایجاد شرایط اشتغال مناسب و برخورداری از بیمه بیکاری جهت شاغلین در صنعت همانند فعالین حوزه صنایع دستی و شناسایی کارکنان آسیب‌دیده در بحران کرونا در تمامی سطوح و سازمان‌ها و تلاش جهت رفع مشکلات آنان.

بررسی دیدگاه خبرگان صنعت گردشگری همچنین نشان می‌دهد دولت می‌تواند اقدامات مرتبط با بازاریابی را به عنوان چهارمین اولویت مورد توجه قرار دهد. بررسی روندهای موجود در صنعت نیز نشان می‌دهد رقابت فزاینده شکل‌گرفته در دوران اخیر در ارتباط با کسب و حفظ سهم بیشتری از بازار رو به رشد در صنعت گردشگری، به‌کارگیری فنون و ابزارهای بازاریابی را به عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت مطرح کرده است (Kozak & Buhalis, 2019). اندیشمندان بسیاری نیز بر اهمیت بازاریابی به عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه صنعت گردشگری تأکید کرده‌اند (Dolnicar & Leisch, 2008; Sharma & Hazarika, 2017). تحلیل داده‌ها همچنین بیانگر این است که دولت در راستای بازاریابی صنعت گردشگری کشور می‌تواند ۵ اقدام اصلی را در صدر اولویت‌های خود قرار دهد که به ترتیب عبارت‌اند از: تمرکز بر بازارهای هدف منطقه و کشورهای همسایه به منظور جذب گردشگر در ماه‌های اولیه دوران پسا کرونا، انجام



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

شکل شماره دو- اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری کشور

## ۵ نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت برنامه‌ریزی و تعیین اولویت‌های اجرایی در راستای توسعه صنعت گردشگری در دنیای رقابتی امروز به‌ویژه در دوران پسا کرونا، پژوهش حاضر به منظور شناسایی اولویت‌های اجرایی دولت در راستای توسعه صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه فعالین و خبرگان صنعت گردشگری کشور طراحی و اجرا گردید. نتایج حاصل نشان می‌دهد مهم‌ترین اقدامات دولت در صنعت گردشگری کشور می‌بایست در ۵ بعد (اولویت) اصلی مورد توجه قرار گیرند که به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: اولویت‌های حمایتی، اولویت‌های مدیریتی، اولویت‌های مدیریت منابع انسانی، اولویت‌های بازاریابی و اولویت‌های مربوط به توسعه و تقویت زیرساخت‌ها. نتایج حاصل از مطالعه حاضر می‌تواند کاربردهایی عملی و نیز رهنمودهایی پژوهشی به دنبال داشته باشد. علاوه بر مدیران کلان صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)، مدیران و سیاست‌گذاران منطقه‌ای و استانی نیز می‌توانند نتایج حاصل را در راستای برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری مورد توجه قرار دهند. در این راستا، به مدیران و سیاست‌گذاران صنعت گردشگری کشور در سطوح ملی و منطقه‌ای پیشنهاد می‌گردد به هنگام برنامه‌ریزی توسعه صنعت گردشگری راهکارهای شناسایی شده در این مطالعه را به ترتیب اهمیت مورد توجه قرار دهند. در این راستا، برخی از پیشنهادها (مدیریتی) مبتنی بر یافته‌های پژوهش عبارت‌اند از:

- ✓ اعطای وام‌های بلندمدت و ارزان، بخشودگی مالیاتی، کاهش مالیات‌ها، اعطای کمک‌های مالی (بلاعوض)
- ✓ بهبود فضای کسب‌وکار به منظور ترغیب سرمایه‌گذاران و کارآفرینان به ورود و فعالیت در این بخش
- ✓ جذب سرمایه‌گذار به منظور بهبود و توسعه زیرساخت‌های مناسب جهت ارائه خدمات به گردشگران با توجه شرایط پسا کرونا
- ✓ توان‌افزایی منابع انسانی فعال در صنعت گردشگری با توجه به تجارب حاصل از بحران کرونا به منظور پیشگیری و مقابله با بحران‌های احتمالی آینده
- ✓ انجام مطالعات بازار به منظور شناسایی نیازها و الگوهای تقاضای جدید و رو به تغییر گردشگران بازارهای هدف اصلی در دوران پسا کرونا
- ✓ برگزاری منظم جلسات شورای عالی سیاست‌گذاری میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با حضور رئیس‌جمهور یا معاون اول رئیس‌جمهور و ایجاد هماهنگی بین متولیان (دولتی و خصوصی) صنعت گردشگری
- ✓ تقویت یگان حفاظت میراث جهت حفظ میراث فرهنگی کشور از خطرات و چالش‌های موجود
- ✓ برگزاری دوره‌های آموزشی برای فعالین صنعت گردشگری (مدیران، کارکنان، راهنمایان، سرمایه‌گذاران، تورگردانان و غیره) با توجه به نیازها و شرایط صنعت در پسا کرونا
- ✓ آموزش و توسعه مهارت‌های دیجیتال و مرتبط با فناوریهای ارتباطی کارکنان

- ✓ مطالعه و شناسایی دقیق تأثیرات منفی بحران کرونا بر صنعت و کسب‌وکارهای گردشگری و ارائه برنامه‌های عملیاتی در راستای رفع آن‌ها
- ✓ حمایت مالی از کسب‌وکارهای گردشگری جهت برون‌رفت از مشکلات ایجاد شده در اثر بحران پاندمی کرونا



### سهم نویسندگان در پژوهش

سهم تمام نویسندگان در نگارش مقاله برابر بوده است و در همه قسمت‌ها مشارکت داشتند.

### تضاد منافع

نویسنده (نویسندگان) اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

### تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکت‌شان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

دولتی و بخش خصوصی جهت انطباق با شرایط در حال تغییر ناشی از پیشرفت‌های فناوری‌های ارتباطی و دیجیتال.

سایر پژوهشگران نیز می‌توانند با استفاده از مدل ارائه‌شده در پژوهش حاضر نسبت به طراحی و اجرای مطالعاتی به منظور سنجش اقدامات دولت در سطوح ملی و منطقه‌ای اقدام نمایند. مطالعات آینده همچنین می‌تواند به منظور شناسایی عوامل زمینه‌ای مؤثر بر اجرای هر کدام از اولویت‌های شناسایی‌شده در پژوهش حاضر طراحی و اجرا گردند.

### حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسؤل، این مقاله حامی مالی نداشته است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- Abbas, E. W., Jumriani, J., Syaharuddin, S., Subiyakto, B., & Rusmaniah, R. (2021). Portrait of Tourism Based on River Tourism in Banjarmasin. *The Kalimantan Social Studies Journal*, 3(1), 18-26.
- ahmadi, H., Asarian, M., & Izadi, Z. (2022). Identifying and prioritizing tourism macro-environmental threats during Covid-19. *Journal of Tourism Planning and Development*, 11 (41), 149-170. [In Persian]
- Akama, J. S. (2002). The role of Government in the development of tourism in Kenya. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 1-14.
- Aminian, N., & Seyed Naghavi, M. (2018). Presenting Pattern of Good Governance of Tourism in Iran. *Tourism Management Studies*, 13(42), 27-102. [In Persian]
- Anika, J.J., Khan, M.Y.H., Hassan, A. (2020). The Role of Local Government in Tourism Development: Evidence from Kuakata, Bangladesh. In: Rahman, M.SU., Hassan, A. (eds) *Tourism Policy and Planning in Bangladesh*. Springer, Singapore.
- Baum, T (2016). *Human resource issues in international tourism*. Elsevier.
- bagheri, M., Mobasheri, A., nikbakht, A. (2021). Identify and prioritize strategies for promoting tourism and hospitality businesses in post-COVID-19. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 103-127. [In Persian]
- Baum. T and Kokkranikal (2003). *Human resource Development for Competitiveness and Sustainability: a case Study of Indian Tourism*. in kusluvan. S (Eds), *Managing Employee Attitudes and Behaviors in Tourism and Hospitality Industry*, New york, nova Science Publishers, Inc.
- Bhatia, A. K. (2006). *Tourism development: Principles and practices*. New Delhi: Sterling Publishers Private Limited.
- Braun. V and Clarke. V (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), pp. 77-101.
- Braun. V and Clarke. V (2012). Thematic analysis, in Cooper. H, Camic. P. M, Long. D. L, Panter. A. T, Rindskopf. D and Sher. K. J (Eds), *APA handbook of research methods in psychology*, Vol. 2: Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological, pp. 57-71, Washington, DC: American Psychological Association.
- Casais. B, Fernandes. J and Sarmento. M (2020). Tourism innovation through relationship marketing and value co-creation: A study on peer-to-peer online platforms for sharing accommodation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 51-57.
- Dolnicar. S and Leisch. F (2008). Selective marketing for environmentally sustainable tourism. *Tourism Management*, 29, 672-680.
- Ernawati, D. P. (2019). *Development of the Tourism Industry as the Motor of Economic Growth in Indonesia*.



- International Journal of Science and Society*, 1(4), 145-153.
- Ezeani, J. E. (2015). Strategies for development: The role of planning in tourism. Retrieved on April 2, 2015, from <http://www.enugustatetourismboard.com/p.php?>
- George, A. T., Jiang, M., & Delacy, T. (2021). A case study on impacts of community participation in tourism planning and destination management in Kerala, India. *Tourism Planning and Development in South Asia*, 5.
- Harrison, J., Galland, D., & Tewdwr-Jones, M. (2021). Regional planning is dead: Long live planning regional futures. *Regional Studies*, 55(1), 6-18.
- Heidarzadeh, K. Najafi, K., & Hosseini, S. (2017). The Impact of Tourism Services Quality on Tourism Destination Loyalty, Considering the Mediating Role of the Tourism Destination Image and the Tourists Satisfaction. *Tourism Management Studies*, 12(40), 115-153. [In Persian]
- Iranian Hoteliers Association (2020). Remarks by the Secretary of the National Tourism Organizations in a meeting with the President. Retrieved from: <http://hoteldaran.com/fa..>
- Ismagilova, G, Safiullin, L and Gafurov, I (2015). "Using historical heritage as a factor in tourism development", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 157 - 162.
- Ismail, N, Masron, T and Ahmad, A (2014). *Cultural Heritage Tourism in Malaysia: Issues and Challenges*, SHS Web of Conferences 12, 010 59, 2- 8.
- Jenkins, C. L. (2020). The role of government in the tourism sector in developing countries: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 203-206.
- Khan, R. E. A. ., Ahmad, T. I. ., & Haleem, J. . (2021). The Governance and Tourism: A Case of Developing Countries. *Asian Journal of Economic Modelling*, 9(3), 199-213.
- Khan, A., Bibi, S., Lorenzo, A., Lyu, J., & Babar, Z. U. (2020). Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective. *Sustainability*, 12 (4), 1618.
- Kozak, M and Buhalis, D (2019). "Cross-border tourism destination marketing: Prerequisites and critical success factors", *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 1-9.
- lak, B., rezaei noor, J., houseini, E., & khousravi, S. (2016). Identification of factors affecting the choosing of knowledge management strategy in IRIPF. *Resource Management in Police Journal of the Management Dept*, 4(15), 11-30. [in Persian]
- Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Butterworth-Heinemann, An imprint of Elsevier.
- Matiku, S. M., Zuwarimwe, J., & Tshipala, N. (2021). Sustainable tourism planning and management for sustainable livelihoods. *Development Southern Africa*, 38(4), 524-538.

- Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism management*, 26(1), 39-44.
- Rezaei, J. (2015). Best-worst multi-criteria decision-making method. *Omega*, 53, 49-57.
- Roday, S., Biwal, A., & Joshi, V. (2010). *Tourism operations and management*. Oxford: University Press.
- 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]
- Shamsoddini, A., Derakhshan, E., Karimi, B. (2017). The effect of empowerment of human resources in tourism development Case Study: Kohgiluyeh & Boyer-Ahmad province. *Regional Planning*, 6(24), 89-100. [In Persian]
- Sharma. M and Hazarika. D. D (2017). *Tourism Marketing in India: A Case Study*. *Pacific Business Review International*, 10 (5), 83- 91.
- Sheikhi, D., Pazoki, M. (2017). Assessing and Prioritizing the Factors Affecting Rural Tourism Marketing Using the Marketing Mix Model (A Case Study: Jozan District, Malayer Township). *Journal of Rural Research*, 8(3), 488-501. [In Persian]
- Sigalat-Signes. E, Calvo-Palomares. R, Roig-Merino. B and García-Adán. I (2019). Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination Reality or territorial marketing?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1-9.
- Sojasi Qeidari H, Mahmoodi H. The role of cultural-historical attractions of rural destinations in tourism development: A case study of Mashhad and Binalud Counties. *scds*. 2018; 7 (1) :113-141. [In Persian]
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271.
- Tien, N. H., Viet, P. Q., Duc, N. M., & Tam, V. T. (2021). Sustainability of tourism development in Vietnam's coastal provinces. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(5), 579-598.
- UNESCO World Heritage Centre (2020). *World Heritage List*, available at: <https://whc.unesco.org/en/list/?order=country>.
- United Nations World Tourism Organization (2012), *Tourism in the Green Economy - Background Report*, available at: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284414529>.
- Vaezi, R., Chekin, M., Aslipour, H. (2018). Policy-Making Challenges in the Field of Health Tourism in Iran. *Tourism Management Studies*, 13(41), 1-40. [In Persian]
- Veicy, H. (2017). Critical Evaluation of the Tourism Policy in National Basic Documents and Laws of Iran. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 5 (19), 160-180. [In Persian]



Vogel, L., Rau, W., Baker, P., & Ashby, D. (2013). Patton, M. (2002). Qualitative research and evaluation methods (3<sup>rd</sup> ed.). Thousand Oaks.

Wariboko, O. P. C. (2016). Tourism Planning and Development. In Kilani, A., & Onu, B. O. (Eds.). Religio-cultural Tourism Promotion and Hospitality.

University of Port Harcourt Press Limited, 24-38.

World Travel and Tourism Council (2020). Iran: 2019 Annual Research: Key Highlights. available at:

<https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/country-data/>.

