

دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال چهارم، شماره هشتم، پاییز و زمستان ۱۳۹۵

صص ۷۷-۵۱

چارچوب تدوین سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران

حمید ضرغام بروجنی^۱، دانشیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی تهران
مرتضی بذرافشان، عضو هیأت علمی گروه جهانگردی و هتلداری مجتمع آموزش عالی بم

پذیرش نهایی: ۹۵/۱۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۴/۲۰

چکیده

این مقاله می‌کوشد با توجه به سیاست‌های گردشگری برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور و سیاست‌های گردشگری مذکور در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، چارچوبی برای تدوین سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران معرفی کند. برای این کار از خبرگان گردشگری (مشمول بر جامعه دانشگاهی مرتبط با موضوع، کارشناسان ارشد سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری) در قالب پرسش‌نامه‌ای متشکل از ۱۵ سوال با طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت درباره سیاست‌های بخش، نظرخواهی شد. پاسخ‌های این خبرگان، پس از انجام آزمون لازم برای تعیین تناسب آن‌ها برای تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی (با استفاده از نرم‌افزارهای اس.پی.اس.اس و لیزرل) تحلیل گردید. به اتکای نتایج، چهارچوبی متشکل از سیاست‌های اقتصادی - حمایتی، سیاسی - امنیتی، توسعه - بازاریابی و فرهنگی ارائه شد که می‌تواند برای سیاست‌گذاری‌های آتی (به‌ویژه برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و رسیدن به اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ مورد استفاده قرار گیرد. یافته‌ها هم‌چنین نشان می‌دهد که از نظر خبرگان در فرآیند تدوین سیاست‌های گردشگری، سیاست‌های توسعه - بازاریابی دارای بالاترین اولویت هستند. در این تحقیق اولویت اهمیت شاخص‌های هر یک از سیاست‌های پیشنهادی گردشگری نیز مشخص گردیده است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، سیاست‌گذاری، برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه، سند چشم‌انداز ۱۴۰۴.

مقدمه

دست یابی به منافع اقتصادی، محیطی و اجتماعی گردشگری، مستلزم درک ماهیت تکوینی صنعت گردشگری از گذشته تا امروز، اتخاذ بهترین تصمیمات ممکن برای وضعیت کنونی و در نظر داشتن روندهای فکری برای آینده این صنعت است. به هر حال، تدوین برنامه‌ها و رهنمودهای مشخص برای مدیریت و آینده‌نگری صنعت گردشگری ضرورتی غیرقابل اجتناب است؛ مگر این که امیدوار باشیم همه چیز به صورت اتفاقی بر وفق مراد به وقوع بپیوندد (ادگل سر^۱ و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶-۲۷).

به عبارت دیگر برای پایداری صنعت گردشگری در آینده، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کارآمد و اثربخش امروز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. سیاست‌گذاران، متصدیان برنامه‌ریزی و دیگر ذی‌نفعان باید روندهای در حال ظهور صنعت گردشگری را شناسایی کنند و اقداماتی را که منجر به رشد منظم و ارتقای کیفیت محصولات این صنعت و در نهایت بهره‌مند شدن گردشگران و جامعه محلی می‌شود، در دستور کار خود قرار دهند.

گردشگری هر جامعه‌ای متأثر از عوامل پیچیده و درهم‌بافته سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و هم‌چنین ویژگی‌های جغرافیایی است که دیگران را مجذوب خود می‌کند. پایه‌های اصلی سیاست‌گذاری در این عرصه به ویژگی‌های تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی هر کشوری برمی‌گردد (سعیدی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۴).

تعریف دقیق گردشگری به دلیل دخالت بخش‌های مختلف، با چالش‌های متعددی در زمینه توسعه سیاست روبه‌رو است. اصولاً سیاست گردشگری باید مجموعه‌ای از رهنمودها را ارائه کند که در ترکیب با هدف‌های برنامه‌ریزی باعث شکل‌گیری مدلی از راهکارها برای تصمیم‌گیری مناسب شوند. این رهنمودها، به‌ویژه در فرآیند تدوین سیاست نمود می‌یابند. در جهان امروز، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی از بخش‌های جدانشدنی زندگی بشر محسوب

1. Edgel Sir

می‌شوند؛ تا سیاست وجود نداشته باشد و هدفی تنظیم نشود و راهی برای رسیدن به آن مشخص نگردد، انجام هر کار دیگری ناممکن به نظر می‌رسد.

سیاست‌گذاری از موضوعات نسبتاً جوان و نوپای عرصه صنایع و امور گوناگون است و هنوز با تناقضات بسیاری روبه‌رو است. در گردشگری، کار دشوارتر است؛ زیرا از سایر عرصه‌ها، جدیدتر است و هنوز در تعاریف پایه با دشواری‌هایی روبه‌روست (ضرغام بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۲: ۱۲۶). سیاست گردشگری را می‌توان سبک یا شیوه‌ای از فعالیت تعریف کرد که از میان متغیرهای مختلف انتخاب شده و در شرایط معین برای راهنمایی و اتخاذ تصمیم در زمان حال و آینده مورد استفاده قرار می‌گیرد (ادگل سر و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۹).

در جمهوری اسلامی ایران، سیاست‌های گردشگری را می‌توان بندها و ماده‌های مرتبط در برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ دانست. بررسی این سیاست‌ها نشان‌دهنده نوعی همگونی و وحدت رویه در تدوین آن‌ها است، اما داشتن چارچوبی برای تدوین سیاست‌های گردشگری در بستر سیاست‌های جامع اقتصادی و توجه به رابطه متقابل سیاست‌های گردشگری با دیگر زمینه‌ها و به طور کلی داشتن روش-شناسی سیاست‌گذاری گردشگری می‌تواند پاسخگوی نیاز به سیاست‌های گردشگری جامع‌تر و کاربردی‌تر باشد. در این تحقیق سعی شده است با در نظر گرفتن سیاست‌های گردشگری برنامه پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، چارچوبی برای تدوین سیاست‌های گردشگری در آینده پیشنهاد گردد.

ضرورت تحقیق

بررسی اهمیت مطالعه سیاست‌گذاری به صورت کلی می‌تواند زمینه را برای درک بهتر اهمیت این تحقیق فراهم سازد. هال^۱ سه دلیل برای اهمیت مطالعه سیاست‌گذاری بیان کرده

1. Hall

است: ۱. شناخت ماهیت و چهارچوب سیاست گذاری و اثرات آن ها (رویکرد چرخه سیاست گذاری)؛ ۲. ارائه اطلاعات درباره راه حل های موجود برای مشکلات کاربردی و متعاقب آن گنجاندن این اطلاعات در فرآیند سیاست گذاری (رویکرد علمی)؛ ۳. درک منافع و ارزش های تأثیرگذار در فرآیندهای برنامه ریزی و سیاست گذاری (رویکرد اجتماعی) (۲۰۰۸: ۱۰).

اگرچه این موارد، دلایل جامعی برای مطالعه سیاست گذاری تلقی می شوند، اما به تنهایی نمی توانند مطالعات سیاست گذاری گردشگری را توجیه کنند. به هر حال، سیاست گذاری گردشگری، اغلب به دلیل اهمیت آن در فراهم آوردن شرایط موفقیت یک مقصد گردشگری مورد توجه قرار می گیرد. از این نظر، نقش مهم آن حصول اطمینان از مسیر حرکت بلندمدت آتی است که مدیران یک مقصد خاص برای تحصیل هدفها پیگیری می کنند (گلدنر و ریچی^۱، ۲۰۰۹: ۴۱۶-۴۱۵). به طور معمول، سیاست گذاری گردشگری باید به دنبال ایجاد شرایطی باشد که همکاری میان ذی نفعان گردشگری را تسهیل و مورد حمایت قرار دهد. بنابراین، سیاست گذاری گردشگری کارکردهای زیر را موجب می شود:

۱. قوانین بازی را تعریف می کند؛ اصولی که چهارچوب فعالیت متصدیان گردشگری را مشخص می کند.
۲. فعالیتها و رفتارهای مورد قبول بازدیدکنندگان را تنظیم می کند.
۳. مسیر و راهکاری رایج را برای تمام ذی نفعان گردشگری مقصد مشخص می سازد.
۴. باعث اتفاق آرا درباره راهبردها و اهداف خاص یک مقصد مشخص می شود.
۵. چهارچوبی را فراهم می آورد که به موجب آن می توان به بحث های بخش دولتی و خصوصی پیرامون نقش و کمک بخش گردشگری به اقتصاد و به طور کلی جامعه پرداخت.

1. Goeldner & Ritchie

۶. شرایطی را به وجود می آورد که به موجب آن، گردشگری می تواند به گونه ای مؤثرتر به دیگر بخش های اقتصادی متصل گردد (گلدنر و ریچی، ۲۰۰۹: ۴۱۶-۴۱۵).

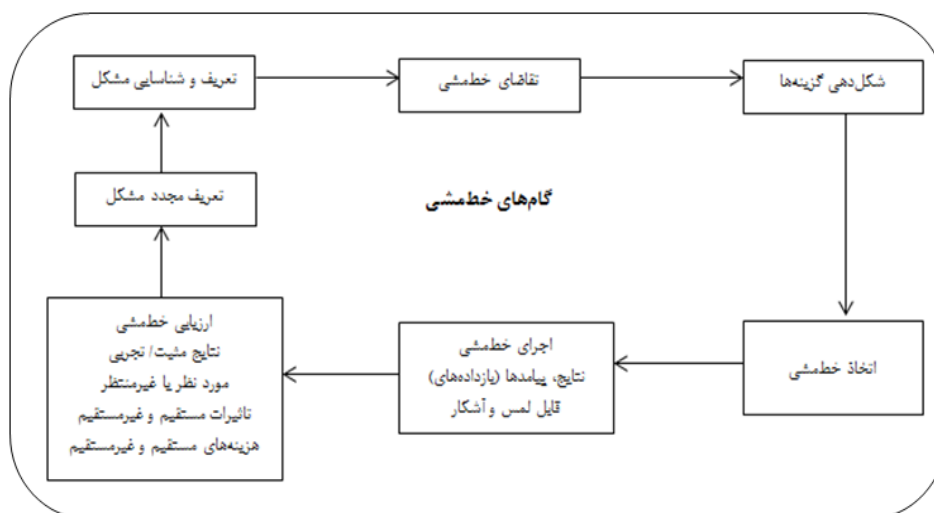
از سوی دیگر، سیاست گذاری گردشگری، اهداف سیاسی و فعالیت های برنامه ریزی گردشگری را در مجموعه ای از رهنمودها ادغام می کند و جهت را برای حرکت رو به رشد نشان می دهد. بدون وجود چنین رهنمودهایی، ممکن است آینده گردشگری به طور قابل ملاحظه ای کم عایدی تر از آن چیزی که انتظار می رود، به نظر برسد (ادگل سر و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۷). بنابراین تبعیت از الگوی مناسب سیاست گذاری گردشگری می تواند شرایط را برای تدوین و اجرای بهینه سیاست های گردشگری در قالب برنامه های بلندمدت اقتصادی فراهم آورد.

سیاست گذاری گردشگری

درباره سیاست گذاری گردشگری، در کشور ما تحقیقات قابل اتکای زیادی انجام نشده است. در حوزه تحلیل سیاست و عوامل مؤثر بر اجرای آن، حتی در سطح جهانی نیز شمار تحقیقات، بسیار اندک است. «قطعاً بررسی و هم پیوندسازی ادبیاتی چنین پیچیده و غیرمنسجم، کاری بسیار دشوار است؛ زیرا تعیین حیطه مطالعات برنامه ریزی، سیاست گذاری و تحلیل گردشگری بسیار دشوار است» (اسکات^۱، ۲۰۱۱: ۶).

اصل اساسی در هر سیاست گردشگری، حصول اطمینان از این موضوع است که یک کشور (منطقه یا ناحیه) تا حد امکان از مواهب اجتماعی و اقتصادی گردشگری سود جوید (ادگل سر و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۹). کوکران^۲ و همکاران گام های سیاست گذاری را در هفت مرحله تعریف کرده اند (نک: شکل ۱). تمرکز اصلی تحقیق پیش رو، مرحله اتخاذ (تدوین) سیاست است.

1. Scott
2. Cochran



شکل ۱. گام‌های سیاست‌گذاری عمومی

منبع: برگرفته از کوکران و کار، ۲۰۰۶: ۸

سابقه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری در ایران جدای از سابقه برنامه‌ریزی توسعه در گستره ملی نیست. در واقع سیاست‌های گردشگری ایران همان مواد و بندهای ذکر شده در برنامه‌های توسعه‌اند. درباره سیاست‌های سایر بخش‌ها نیز این نکته صادق است و می‌تواند دلیلی برای تأیید این موضوع باشد که سیاست‌های گردشگری ایران همان مواد مرتبط موجود در برنامه‌های توسعه پنج‌ساله هستند. سطوح جغرافیایی، دوره زمانی و زمینه برنامه‌ریزی صنعت گردشگری کشور، به تفکیک پیش و پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در جدول ۱ جمع‌بندی شده‌اند:

دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال چهارم، شماره هشتم، پاییز و زمستان ۱۳۹۵ ۵۷

جدول ۱. مشخصات اسناد برنامه‌ای مرتبط با صنعت گردشگری کشور (پیش و پس از انقلاب اسلامی)

سطح جغرافیایی	دامنه زمانی	زمینه برنامه‌ریزی	قبل از انقلاب اسلامی	بعد از انقلاب اسلامی
ملی - منطقه‌ای	۲۰ ساله	برنامه‌ریزی فضایی کلان آمایش سرزمین	استراتژی بلندمدت آمایش سرزمین	اهداف ملی برای دوره ۱۳۶۲-۸۲
ملی	۵ ساله	برنامه‌ریزی اجتماعی - اقتصادی	برنامه‌های پنج‌ساله سوم، چهارم، پنجم و ششم عمرانی (۱۳۴۲-۴۶)، (۵۱-۱۳۴۷) (۱۳۵۲-۵۶)، (۶۱-۱۳۵۷)	-
ملی - منطقه‌ای	۱۵ ساله	گردشگری	طرح جامع توسعه جهانگردی در ایران (۱۳۵۲-۶۸)	-
ملی - منطقه‌ای	۵ ساله	اجتماعی - اقتصادی	مطالعات اقتصادی - اجتماعی گروه بتل (۱۳۵۲-۵۶)	-
ملی	۵ ساله	اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی	-	برنامه‌های پنج‌ساله اول، دوم، سوم، چهارم و پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸-۷۳)، (۱۳۷۴-۷۸)، (۱۳۷۹-۸۳)، (۱۳۸۴-۸۸)، (۱۳۸۹-۹۳)
ملی	۲۰ ساله		-	سند چشم انداز ۱۴۰۴

منبع: بذرافشان، ۱۳۹۱: ۶۱.

سیاست های گردشگری در برنامه پنج ساله پنجم توسعه کشور

مهم ترین سیاست های گردشگری بر اساس ماده های مختلف برنامه پنج ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران به شرح زیر قابل جمع بندی است:

- ماده ۱۳: به سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی اجازه داده می شود نسبت به موارد زیر اقدام نماید:

الف) صدور مجوز فعالیت و حمایت از ایجاد مراکز و مؤسسات تخصصی در زمینه میراث فرهنگی از قبیل امور موزه ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی در چهارچوب آیین نامه ای که به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.
ب) صدور مجوز تأسیس و حمایت از مؤسسات خصوصی و تعاونی برای اعمال نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری.

ج) حمایت مالی از راه اندازی موزه های تخصصی از سوی مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی و بخش خصوصی.

د) حمایت مالی و معنوی از مالکیت و حقوق قانونی مالکان بناها و آثار و اشیای تاریخی منقول برای حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آن ها.

و) شناسایی و حمایت از آثار فرهنگی - تاریخی ایران و حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و منطقه به عنوان میراث فرهنگی.

تبصره: برای مرمت و احیای بافت ها و بناهای تاریخی - فرهنگی، رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در شورای عالی شهرسازی و معماری ایران و نمایندگان آن سازمان در کمیسیون های ماده (۵) قانون تأسیس شورای عالی شهرسازی و معماری ایران مصوب ۱۳۵۱/۱۲/۲۲ و اصلاحات بعدی تهران و شهرستان ها عضویت می یابند.

- ماده ۱۷۴: حمایت از گسترش کشاورزی صنعتی و صنایع روستایی با اولویت توسعه خوشه ها و زنجیره های صنعتی - کشاورزی کوچک و متوسط که بخش اعظم نهاده ها و عوامل

تولید آن در جغرافیای روستایی وجود دارد و هم‌چنین صنایع دستی و خدمات گردشگری و ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان‌های دارای قابلیت توسعه.

- ماده ۱۸۱: دولت حمایت مالی و حقوقی لازم را از استقرار صنایع و شکل‌گیری تعاونی‌های مرزنشینان و واگذاری زمین‌های مستعد کشاورزی و استفاده حداکثری از منابع طبیعی و گردشگری در مناطق مرزی برای ارتقا و تقویت اقتصادی و معیشت مرزنشینان با رعایت ملاحظات تأمین امنیت پایدار مناطق مرزی به عمل می‌آورد.

سند چشم‌انداز و توسعه بخش میراث فرهنگی و گردشگری کشور

سیاست‌های کلان بخش میراث فرهنگی و گردشگری ذکر شده در سند چشم‌انداز توسعه (۱۳۸۴-۱۴۰۴) به شرح زیر است (مصوب جلسه مورخ ۸۳/۷/۴ شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری):

۱. اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور و وظیفه‌ای است همگانی، دولت به عنوان مسئول حاکمیت و سیاست‌گذار، مقدمات قانونی اجرای این وظیفه را در عرصه‌های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی فراهم می‌سازد.
۲. ارائه ارزش‌های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین‌المللی برای ابقا و ارتقای هویت فرهنگی جامعه.
۳. بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری با بهره‌گیری از ظرفیت‌های آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای کشور.
۴. توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش‌های فرهنگی جامعه، ظرفیت‌های میراث فرهنگی و محیط زیست برای تأمین نیازهای جامعه ایرانی، تحکیم وحدت و وفاق ملی، افزایش تفاهم بین‌المللی و معرفی چهره ایران اسلامی.
۵. افزایش گردشگری داخلی و دستیابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران و استفاده از همه ظرفیت‌ها با اولویت جذب

گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی برای افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال.

۶. اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی.

۷. رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران.

مبانی نظری

برخی از تحقیقات خارجی و داخلی در زمینه سیاست گذاری گردشگری به شرح زیر قابل بررسی است:

اراتای کروتواوشو^۱ و بیل برامول^۲ در پژوهشی با عنوان «اجرای سیاست گردشگری و جامعه» (۲۰۱۰) اجرای سیاست گردشگری با استفاده از رویکرد رابطه‌ای جامعه‌محور را بررسی کردند. با استفاده از این رویکرد آن‌ها به بررسی سیاست گردشگری در چهارچوب اجتماعی آن با تمرکز بر تعاملات دوسویه که اجرای سیاست گردشگری در تایلند را تحت تأثیر قرار می‌دهد، پرداختند. یافته‌های آن‌ها نشان داد اجرای سیاست گردشگری شامل برخی روابط و چانه‌زنی‌ها بر سر قدرت بین بازیگرانی است که منافع خود را دنبال می‌کردند.

ایستول و فونت^۳ (۲۰۱۶) در مقاله خود با عنوان «سیاست گردشگری اروپا: سیر تکاملی و ساختار» به بررسی فرآیند سیاست گذاری گردشگری کمیسیون اروپا تا سال ۲۰۱۰ پرداختند. نتایج مطالعات آن‌ها نشان داد که نبود رهبری در فرآیند ارائه خدمت و توجه بیش از حد به اقدامات پیشبردی، از رایج ترین مشکلات موجود است و نیز مدل جامع، پویا و انعطاف پذیری برای گردشگری وجود ندارد.

-
1. Oratain Krutwaysho
 2. Bill Bramwell
 3. Estol and Font

چن^۱ و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی جنبه‌های مفهومی سیاست‌های گردشگری تایوان از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۰ پرداختند و سیستم ارزیابی را پیشنهاد کردند. سیستم پیشنهادی آن‌ها از چهار مؤلفه و ۱۴ شاخص تشکیل شده بود. چهار مؤلفه تأثیرگذار عبارت بودند از: ۱. منابع گردشگری، ۲. محیط صنعت، ۳. محیط اجتماعی - اقتصادی و ۴. محیط ایمن. ۱۴ شاخص مربوط نیز عبارتند از:

۱. منابع طبیعی: ضرورت حفظ، نگهداری و محافظت از منابع طبیعی درحالی‌که نیازهای گردشگران نیز تامین گردد؛
۲. اکولوژی: ضرورت حصول اطمینان از توسعه پایدار گردشگری با استفاده از تکنیک‌های مناسب حفاظت اکولوژیکی؛
۳. فعالیت‌های فرهنگی: ضرورت ارائه تسهیلات و برگزاری رویدادها و جشنواره‌هایی که باعث تقویت درک فرهنگی می‌گردد؛
۴. نوآوری: ضرورت یکپارچه‌سازی ماهیت خلاقیت و فرهنگ در سیاست گردشگری؛
۵. منابع انسانی: توسعه منابع انسانی؛
۶. اجرای سیاست: ضرورت تسهیل اجرای سیاست هم‌راستا با برنامه‌های طرح‌ریزی شده؛
۷. تبادل اطلاعات: ضرورت افزایش تبادل اطلاعات برای ارتقای درک فرهنگی بین صنایع و گردشگران؛
۸. رقابت: ضرورت ارتقای وضعیت رقابتی با کمینه کردن کنترل اسنادی^۲؛
۹. بازاریابی: ضرورت انجام بازاریابی استراتژیک برای حصول اطمینان از وضعیت مناسب صنعت گردشگری تایوان در جهان؛
۱۰. اصلاح قوانین مرتبط: ضرورت اصلاح قوانین بر اساس رویه جهانی؛

1. Chen

2. Document Control

۱۱. توسعه محلی: ضرورت توسعه مجدد روستاها از طریق سیاست ملی؛
۱۲. ایمنی و امنیت: ضرورت تنفیذ قوانین کارآمد برای حصول اطمینان از ایمنی و امنیت ساکنان و گردشگران؛
۱۳. کاهش فجایع: ضرورت ایجاد سیستم مناسب برای کاهش فجایع؛
۱۴. دسترسی: ضرورت ارتقای سیستم حمل و نقل.
- تانگ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان «سیر تاریخی سیاست‌های توسعه گردشگری چین (۱۹۴۹-۲۰۰۳)، رویکردی کیفی» به بررسی ۳۷۹ سند سیاست‌گذاری گردشگری که دولت چین و سایر سازمان‌های مرتبط در طول سال‌های ۱۹۴۹ تا ۲۰۱۳ تدوین کرده‌اند، پرداخته است.
- حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیلی بر سیاست‌گذاری گردشگری در ایران» به سطح‌بندی اولویت‌های سیاست‌گذاری گردشگری ایران پرداختند. آن‌ها با نظرخواهی از متخصصان گردشگری، مهم‌ترین اولویت‌های سیاست‌گذاری توسعه گردشگری ایران را بهبود سیاست‌های بین‌المللی، مشارکت و فعالیت در سازمان‌های بین‌المللی، توسعه سیاسی و بهبود نظام اداری ایران دانستند. به اعتقاد آن‌ها تأثیر فراگیر مؤلفه‌های سیاسی مسلط بر گردشگری و اقتصاد متکی به نفت، موجب کم‌رنگ شدن و در نهایت نادیده انگاشتن گردشگری به عنوان یک بخش مهم اقتصادی شده است.
- در مقاله‌ای با عنوان «موانع سیاست‌گذاری گردشگری از نظر نخبگان»، سعیدی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی کمبودها و موانع فیزیکی موجود در راه توسعه گردشگری پرداختند. آن‌ها از روش مطالعه کیفی و تحلیل روایت‌های نخبگان استفاده کردند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که موانعی همچون نبود زیرساخت‌های فیزیکی و عدم سرمایه‌گذاری لازم و همچنین موانع ارزشی، فرهنگی و اجتماعی بر سر راه توسعه گردشگری وجود دارد. نتایج یافته‌های آن‌ها بیش از هر چیز تناقض نظرات موافقان و مخالفان گردشگری و وجود شکاف عمیق بین گروه‌های صاحب‌نظر را نشان داده است.

ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر اجرای خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران از دیدگاه پژوهشگران دانشگاهی» به بررسی بعد اجرای سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران پرداختند. نتایج تحقیقات آن‌ها نشان داد که هفت عامل توجه به ویژگی‌های رفتاری و شخصیتی مجریان، نظام اداری و بوروکراسی، هدف‌گذاری و تدوین صحیح خط‌مشی، تخصص و مهارت مجریان، گروه‌های هدف و استفاده‌کنندگان، حمایت از سوی مراجع قانونی - حقوقی و انتخاب ابزار مناسب و منابع لازم برای اجرای خط‌مشی، از عوامل تأثیرگذار در اجرای خط‌مشی‌های گردشگری هستند.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-پیمایشی است و ضمن توصیف متغیرها برای ارائه مدلی برای تدوین سیاست‌های بخش گردشگری کشور، سیاست‌های برنامه پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سند چشم‌انداز بیست ساله را با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار داده است. خبرگان حوزه گردشگری (استادان مرتبط دانشگاه، دانش‌آموختگان ارشد و دکترای رشته گردشگری با حداقل یک سال سابقه فعالیت اجرایی مرتبط، مدیران ارشد سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و کارشناسان ذی‌ربط معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی رئیس جمهور) جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند.

با توجه به نوع مطالعه، لازم است حداقل ۷۵ نمونه بررسی شود. از سوی دیگر در تحقیقاتی که با استفاده از نرم‌افزار لیزرل انجام می‌شوند، حجم نمونه را می‌توان بر اساس تعداد پارامترها به دست آورد. حجم نمونه ایده‌آل با توجه به نسبت پارامتر ۲۰ به ۱ است (نسبت‌های ۱۰ به ۱ و ۵ به ۱ نیز پیشنهاد شده‌اند). تعداد کمتر از ۱۰۰ نمونه نیز در صورتی

که مدل بسیار ساده باشد، می تواند مفید باشد (کلین^۱، ۲۰۱۱: ۱۲). بنابراین، به کمک پرسش نامه ای متشکل از ۱۵ سوال با طیف ۵ گزینه ای لیکرت (از بسیار کم اهمیت تا بسیار مهم) از این خبرگان در مورد متغیرهای تحقیق نظر خواهی شد.

برای جمع آوری داده ها، ۱۴۰ پرسش نامه در بین اعضای جامعه آماری توزیع گردید. ۱۰۶ پرسش نامه تکمیل شده برای تجزیه و تحلیل قابل استفاده بودند. ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان (نظیر سن، جنسیت، تحصیلات و غیره) که به صورت خلاصه در جدول ۲ قابل ملاحظه است، نشان می دهد نمونه مورد بررسی با جامعه تحقیق (از منظر کلی) انطباق دارد.

جدول ۲. ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

شغل	رشته تحصیلی		تحصیلات			سن					جنسیت		طبقه
	مربوط	غیرمربوط	دیپلم	کارشناسی ارشد	کارشناسی	بالای ۴۸	۴۳-۴۸	۳۵-۴۲	۲۹-۳۴	۲۳-۲۸	زن	مرد	
فراتانی	۶۳	۲۱	۱۱	۸۳	۱۲	۵	۳	۱۵	۳۱	۵۲	۴۸	۵۷	
درصد (%)	۶۸	۲۱	۱۰	۷۸	۱۱	۶	۳	۱۴	۲۹	۴۹	۴۶	۵۴	

منبع: یافته های پژوهش

آزمون تناسب داده ها برای تحلیل عاملی

برای بررسی تناسب داده ها و انجام تحلیل عاملی از آزمون کی-ام^۲ و بارتلت^۲ استفاده شد. همان گونه که در جدول ۳ نشان داده شده است، سطح معناداری ۰,۰۰ و میزان تقریبی به دست آمده برای آزمون کای دو، ۰/۸۱۵ بوده است.

1. Kline

2. KMO & Bartlett

جدول ۳. آزمون کی. ام. ا و بارتلت

	اندازه متناسب نمونه‌گیری کایزر- می-یر- اولکین ^۱	۰/۸۱۵
آزمون جامعیت بارتلت ^۲	تقریب به دست آمده برای آماره کای دو	۵۰۲/۶۳۲
	درجه آزادی	۱۰۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به مقادیر جدول ۳، داده‌ها از برازش خوبی برای آزمون تحلیل عاملی برخوردارند.

پایایی پرسش‌نامه

با توجه به نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۴۳ بوده است. این مقدار، نشان‌دهنده پایایی نسبتاً بالای پرسش‌نامه است.

تحلیل عاملی سیاست‌های گردشگری

سیاست‌های گردشگری کشور در برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و سند چشم‌انداز بیست ساله ۱۴۰۴ به عنوان متغیرهای این تحقیق در نظر گرفته شدند. دلیل در نظر گرفتن سیاست‌های هر دو برنامه هم‌پوشانی زمانی برنامه پنجم توسعه با سند چشم‌انداز بیست ساله و نیز اندک بودن تعداد سیاست‌های گردشگری برنامه پنج‌ساله پنجم است. به هر حال، ۱۵ مؤلفه در جدول ۴، به‌عنوان متغیرهای تحلیل عاملی در نظر گرفته شدند.

دلیل انتخاب این اسناد در پژوهش حاضر آن است که موارد ذکر شده در سند چشم‌انداز و برنامه پنج‌ساله، مرجع اصلی سیاست‌های گردشگری به‌شمار می‌روند. از آنجایی که این موارد بازه زمانی ۲۰ ساله (سند چشم‌انداز) را در بر می‌گیرد و مشتمل بر اهم موارد مدنظر

1. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.
2. Bartlett's Test of Sphericity

حاکمیت است، بررسی آن‌ها در چهارچوب تحلیل عاملی و ارائه یک مدل، می‌تواند الگویی برای سیاست‌گذاری‌های آتی باشد.

جدول زیر ضرایب اشتراک اولیه^۱ و ضرایب اشتراک استخراج شده^۲ را پس از تحلیل عاملی اکتشافی نشان می‌دهد. سیاست‌های گردشگری پس از قرار گرفتن در طبقه‌بندی‌های مختلف با توجه به ویژگی‌هایی که داشتند و با کسب نظر خبرگان، به شرح جدول ۴ نام‌گذاری شدند:

جدول ۴. مقادیر تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی

مقدار β	مقدار t	درصد واریانس	بار عاملی شاخص‌ها بر مؤلفه‌ها				سیاست‌ها	نام‌گذاری عامل‌ها
			۴	۳	۲	۱		
۰/۵۳	۵/۲۹	۳۲/۳۹۹	۰/۰۳۸	۰/۰۶۲	۰/۱۰۸	۰/۶۹۷	حمایت مالی مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی و بخش خصوصی برای راه-اندازی موزه‌های تخصصی	سیاست‌های اقتصادی - حمایتی
۰/۴۴	۴/۳۷		۰/۲۲۹	-۰/۱۳۶	۰/۰۴۷	۰/۶۵۸	حمایت مالی و معنوی از مالکیت و حقوق قانونی مالکان بناها و آثار و اشیای تاریخی منقول برای حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آن‌ها	
۰/۷۱	۶/۷۸		۰/۰۵۹	۰/۴۸۵	۰/۰۴۱	۰/۶۵۰	صدور مجوز فعالیت و حمایت از ایجاد مراکز و مؤسسات تخصصی در زمینه میراث فرهنگی از قبیل امور موزه‌ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی	

1. Initials
2. Extractions

ادامه جدول ۴

مقدار β	مقدار t	درصد واریانس	بار عاملی شاخص‌ها بر مؤلفه‌ها				سیاست‌ها	نام‌گذاری عامل‌ها
			۴	۳	۲	۱		
۰/۶۳	۶/۰۲		۰/۱۶۹	۰/۲۵۷	۰/۲۲۹	۰/۷۶۳	صدور مجوز تأسیس و حمایت از مؤسسات خصوصی و تعاونی برای اعمال نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری	سیاست‌های اقتصادی - حمایتی
۰/۶۳	۶/۰۰	۱۲/۱۸۶	۰/۷۶۷	-۰/۰۱۳	۰/۰۱۷	۰/۳۳۳	اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی	سیاست‌های سیاسی - امنیتی
۰/۷۱	۷/۳۵		۰/۸۶۸	۰/۱۳۰	۰/۰۳۲	-۰/۰۱۴	فراهم آوردن مقدمات لازم از سوی دولت در راستای اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور در عرصه‌های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی این آثار	
۰/۶۶	۶/۷۲		۰/۵۳۲	۰/۲۷۲	۰/۲۴۶	۰/۳۱۸	استفاده حداکثری از منابع طبیعی و گردشگری در مناطق مرزی برای ارتقای معیشت مرزنشینان با رعایت ملاحظات تأمین امنیت پایدار مناطق مرزی	
۰/۵۲	۵/۰۷	۸/۶۵۳	۰/۱۰۰	۰/۴۲۳	۰/۵۳۴	۰/۱۴۹	رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران	سیاست‌های توسعه - بازاریابی
۰/۵۶	۵/۵۲		۰/۰۵۹	۰/۰۰۱	۰/۷۸۲	۰/۰۴۱	توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش‌های فرهنگی جامعه، ظرفیت‌های میراث فرهنگی و محیط زیست	
۰/۵۷	۵/۶۵		۰/۲۰۳	۰/۲۲۲	۰/۶۶۷	-۰/۰۱۵	استفاده از همه ظرفیت‌ها با اولویت جذب گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی برای افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال	

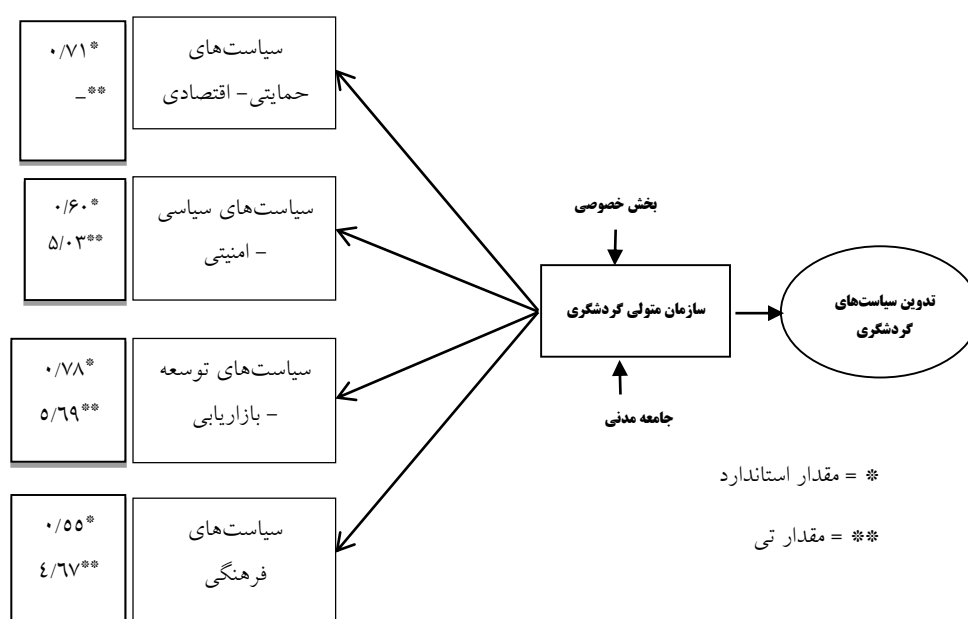
ادامه جدول ۴

مقدار β	مقدار t	درصد واریانس	بار عاملی شاخص ها بر مؤلفه ها				سیاست ها	نام گذاری عامل ها
			۴	۳	۲	۱		
۰/۳۷	۳/۶۱		-۰/۰۸۷	۰/۱۳۲	<u>۰/۷۴۲</u>	۰/۱۹۸	افزایش گردشگری داخلی و دست یابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران	
۰/۵۷	۵/۸۸		-۰/۰۸۷	۰/۱۳۲	<u>۰/۷۴۲</u>	۰/۱۹۸	حمایت از توسعه خوشه های گردشگری؛ توسعه صنایع دستی و خدمات گردشگری؛ ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان های دارای قابلیت توسعه	
۰/۸۰	۸/۳۶	۶/۹۲۵	۰/۱۴۶	<u>۰/۶۵۷</u>	۰/۲۰۵	-۰/۰۷۵	ارائه ارزش های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین المللی برای ابقا و ارتقای هویت فرهنگی جامعه	سیاست های فرهنگی
۰/۷۵	۸/۳۶		۰/۰۲۹	<u>۰/۷۶۲</u>	۰/۱۹۵	۰/۱۷۵	شناسایی و حمایت از آثار فرهنگی - تاریخی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و منطقه به عنوان میراث فرهنگی	
۰/۸۲	۹/۴۴		۰/۰۵۹	<u>۰/۵۶۷</u>	-۰/۰۳۸	۰/۴۷۹	بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری با بهره گیری از ظرفیت های آموزشی، فرهنگی و رسانه ای کشور	

منبع: یافته های پژوهش

مؤلفه‌های تدوین سیاست‌های گردشگری

با توجه به یافته‌ها، برای تدوین سیاست‌های گردشگری، چهارچوبی متشکل از چهار مؤلفه «سیاست‌های اقتصادی - حمایتی»، «سیاست‌های سیاسی - امنیتی»، «سیاست‌های توسعه - بازاریابی» و «سیاست‌های فرهنگی» مورد تأیید قرار گرفت که به همراه مقادیر استاندارد و t در شکل ۱ نشان داده شده است:



شکل ۱. چهارچوب تدوین سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران

منبع: یافته‌های پژوهش

شاخص‌های برازش الگوی فوق در جدول ۵ قابل ملاحظه است. این ارقام نشان می‌دهد مدل ارائه شده از برازش خوبی برخوردار است. شاخص‌های برازش مدل برای تحلیل عاملی تأییدی پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی، تعیین شده‌اند.

جدول ۵. شاخص های برازش مدل تدوین سیاست های گردشگری

شاخص برازش	معیار مقبولیت	آماره های ارائه شده
χ^2 (Chi Square)	$\chi^2 \leq 3df$	$\chi^2 = 50,23$ $df = 43$
χ^2/df	$\chi^2/df \leq 3$	۱,۱۶
RMSEA ^۱	RMSEA ≤ 0.08	۰,۰۴

منبع: یافته های پژوهش

مقادیر تی (t) و استاندارد (β) مدل نهایی چهارچوب تدوین سیاست های گردشگری جمهوری اسلامی ایران در جدول ۶ آورده شده اند. مطابق این جدول، بالاترین مقدار t مربوط به سیاست های توسعه - بازاریابی است.

جدول ۶. مقادیر تی و استاندارد چهارچوب تدوین سیاست های گردشگری

عوامل	مولفه	مقادیر t	مقادیر استاندارد β
سیاست های گردشگری	سیاست های اقتصادی - حمایتی	-	۰/۷۲
	سیاست های سیاسی - امنیتی	۵/۰۳	۰/۶۰
	سیاست های توسعه - بازاریابی	۵/۶۹	۰/۷۸
	سیاست های فرهنگی	۴/۶۷	۰/۵۵

منبع: یافته های پژوهش

یافته ها

سیاست گذاری گردشگری، یک فعالیت سیاسی متأثر از ساختارهای رسمی دولت است. سیاست گردشگری، مجموعه ای از دستورالعمل ها را برای تمام کسانی که مستقیم و غیرمستقیم درگیر گردشگری هستند، با تعیین اهداف بلندمدت، هدف های عملیاتی، اولویت ها و اقدامات برای توسعه آینده گردشگری فراهم می کند.

1. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

در سال‌های اخیر رویکرد به تجزیه و تحلیل تأثیر اقتصادی سیاست‌های گردشگری دست‌خوش یک تغییر عمیق در روش شده است. برخلاف تأکید پیشین به مدل داده - ستانده برای تعیین مقادیر ضریب تکاثری و تعیین اثرات (مثبت و منفی) شوک تقاضای گردشگری بر متغیرهای اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی، ارزش افزوده و اشتغال، برای تخمین نتیجه خالص اقتصاد کلان و اثرات صنعت برای تجزیه و تحلیل سیاست گردشگری، مدل تعادل عمومی قابل محاسبه^۱ مورد استناد قرار می‌گیرد.

در جمهوری اسلامی ایران موضوع اصلی بیشتر پژوهش‌هایی که تاکنون در زمینه سیاست‌گذاری گردشگری منتشر شده بر آسیب‌شناسی و اجرای سیاست‌ها متمرکز بوده است. در این تحقیقات به نبود چهارچوب مناسب برای سیاست‌گذاری گردشگری علاوه بر نبود زیر ساخت‌های کالبدی و نظری اشاره شده است. این موضوع نشان می‌دهد که تدوین سیاست‌های صریح و روشن، یکی از الزامات فرآیند سیاست‌گذاری و اجرای اثربخش آن است. بنا بر درک این ضرورت، سیاست‌های گردشگری برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاست‌های گردشگری سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ برای رسیدن به چهارچوبی جامع برای تدوین سیاست‌های گردشگری مورد واکاوی و تحلیل قرار گرفتند.

در این مقاله، سه موضوع بنیادی بررسی شد:

۱- ارائه چارچوبی برای درک سیاست‌گذاری در گردشگری؛

۲- کشف ماهیت و اهمیت سیاست‌گذاری در فرآیند توسعه گردشگری؛

۳- توضیح مؤلفه‌های اصلی در سیاست‌گذاری گردشگری.

برای رسیدن به مقصود، با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی، متغیرها گروه‌بندی شدند؛ سپس از تحلیل عاملی تأییدی برای تحکیم دست‌آوردهای اولیه استفاده شد. از نتیجه این تحلیل‌ها چهار مؤلفه برای مرحله تدوین سیاست‌ها تعیین شد. این چهار مؤلفه (همان‌گونه که در جدول ۶ نشان داده شده‌اند) عبارتند از: مؤلفه‌های اقتصادی - حمایتی، سیاسی -

1. Computable General Equilibrium (CGE)

امنیتی، توسعه- بازاریابی و فرهنگی. اولویت نخست از نظر خبرگان، مؤلفه توسعه- بازاریابی است. اولویت شاخص های هر کدام از این عوامل نیز در جدول ۷ مشخص شده است. با توجه به این جدول می توان به اهمیت پیاده سازی هر یک از این سیاست ها پی برد. علاوه بر این، برای سیاست گذاری و برنامه ریزی برنامه های آتی، به ویژه برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نیز توجه به این اولویت بندی حایز اهمیت است:

جدول ۷. اولویت بندی شاخص های الگوی تدوین سیاست های گردشگری

اولویت شاخص ها	سیاست ها	اولویت عامل ها	عامل ها
۳	حمایت مالی مؤسسات یا نهادهای عمومی غیردولتی و بخش خصوصی برای راه اندازی موزه های تخصصی	مقدار ثابت	سیاست های اقتصادی - حمایتی
۴	حمایت مالی و معنوی از مالکیت و حقوق قانونی مالکان بناها، آثار و اشیای تاریخی منقول برای حفظ، صیانت و کاربرد مناسب آنها	مقدار ثابت	
	صدور مجوز فعالیت و حمایت از ایجاد مراکز و مؤسسات تخصصی در زمینه میراث فرهنگی از قبیل امور موزه ها، مرمت آثار فرهنگی و تاریخی، کارشناسی اموال تاریخی و فرهنگی		۲
۲	صدور مجوز تأسیس و حمایت از مؤسسات خصوصی و تعاونی برای اعمال نظارت بر مراکز اقامتی، پذیرایی، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری		
۳	اولویت دادن به توسعه مبادلات گردشگران با کشورهای اسلامی و کشورهای حوزه فرهنگ ایرانی	۲	سیاست های توسعه بازاربایی
۱	فراهم آوردن مقدمات لازم از سوی دولت در اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور در عرصه های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی این آثار		
۲	استفاده حداکثری از منابع طبیعی و گردشگری در مناطق مرزی برای ارتقای معیشت مرزنشینان با رعایت ملاحظات تأمین امنیت پایدار مناطق مرزی		
۱	حمایت از توسعه خوشه های گردشگری، توسعه صنایع دستی و خدمات گردشگری و ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان های دارای قابلیت توسعه	۱	

ادامه جدول ۷

اولویت شاخص‌ها	سیاست‌ها	اولویت عامل‌ها	عامل‌ها
۳	توسعه پایدار گردشگری با رعایت ارزش‌های فرهنگی جامعه، ظرفیت‌های میراث فرهنگی و محیط زیست		سیاست‌های توسعه - بازاریابی
۲	استفاده از همه ظرفیت‌ها با اولویت جذب گردشگران زیارتی، فرهنگی و طبیعی برای افزایش تولید ناخالص داخلی و توسعه اشتغال		
۴	رعایت حقوق و تأمین امنیت گردشگران		
۵	افزایش گردشگری داخلی و دستیابی به سهم مناسب از بازار جهانی گردشگری با تنوع بخشی به بازار گردشگری ایران		
۲	ارائه ارزش‌های مستتر در میراث فرهنگی کشور در سطح ملی و بین‌المللی برای بقا و ارتقای هویت فرهنگی جامعه	۳	سیاست‌های فرهنگی
۳	شناسایی و حمایت از آثار فرهنگی تاریخی حوزه فرهنگی ایران موجود در کشورهای همسایه و منطقه به عنوان میراث فرهنگی		
۱	بالا بردن سطح فرهنگ عمومی در عرصه میراث فرهنگی و گردشگری با بهره‌گیری از ظرفیت‌های آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای کشور		

منبع: یافته‌های پژوهش

با استناد به جدول ۷ (بنا بر اطلاعات به دست آمده از خبرگان بخش گردشگری کشور) می‌توان گفت عامل «سیاست‌های توسعه - بازاریابی گردشگری» دارای بالاترین رتبه اهمیت است و پس از آن سیاست «حمایت از توسعه خوشه‌های گردشگری، توسعه صنایع دستی و خدمات گردشگری و ایجاد و توسعه بازارهای محلی با اولویت مراکز دهستان‌های دارای قابلیت توسعه» بالاترین اولویت را دارند.

درباره عامل سیاست‌های فرهنگی نیز «فراهم آوردن مقدمات لازم از سوی دولت برای اهتمام به امر میراث فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور در عرصه‌های پژوهش، صیانت، احیا و معرفی این آثار» دارای بالاترین اولویت است. اولویت سایر سیاست‌های مدل پیشنهادی، در جدول ۷ قابل ملاحظه است.

بنابر یافته‌های این تحقیق، موارد زیر برای سیاست‌گذاری گردشگری جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد می‌گردد:

۱. بررسی و تدوین سیاست‌های جامع گردشگری در بستر سیاست‌های جامع اقتصادی: با توجه به رابطه متقابل سیاست‌های گردشگری با دیگر زمینه‌ها (مانند آموزش، رفاه اجتماعی، اشتغال، درآمدزایی و ...) و گسترش حوزه گردشگری (فراتر از محدوده اقامتگاه‌ها و مراکز خدماتی) به تمام حوزه‌های مرتبط با این صنعت (از جمله حمل‌ونقل و انرژی)، می‌تواند نارسایی‌های ناشی از فقدان سیاست‌های جامع گردشگری را مرتفع سازد.

۲. وجود مراجع متعدد قانون‌گذاری و دستگاه‌های اجرایی، به‌عنوان عاملی بازدارنده در اجرای اثربخش سیاست‌ها نه تنها در بخش گردشگری، بلکه در دیگر بخش‌ها تلقی می‌گردد. لذا ضروری است سیاست‌گذاری بخش گردشگری متمرکز شود تا امکان توسعه و اجرای هم‌پیوند و هماهنگ سیاست‌های گردشگری کشور میسر گردد.

۳. با تکیه بر چهارچوب ارائه شده برای تدوین سیاست‌های گردشگری، توجه به سیاست‌های توسعه -بازاریابی که از نظر خبرگان دارای بالاترین درجه اهمیت است، باید در رأس توجه مسئولان و سیاست‌گذاران بخش گردشگری کشور قرار گیرد.

۴. برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، وجود مدیریتی واحد، کارآمد و منسجم، ضروری است. مهم‌ترین وظیفه این مدیریت، ایجاد هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی است. این مدیریت با توجه به مدل نهایی تحقیق حاضر می‌تواند در زمینه بازاریابی و توسعه، نقش مؤثرتری ایفا کند.

منابع

ادگل سر، دیوید ال؛ ماریا دل ماسترو، آلن؛ اسمیت، گینگر؛ سوانسون، جیسون آر. (۱۳۹۲). خط‌مشی - گذاری در صنعت گردشگری - دیروز، امروز، فردا. ترجمه: حمید ضرغام بروجنی و مرتضی بذرافشان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

بذرافشان، مرتضی. (۱۳۹۱). «عوامل مؤثر بر اجرای اثربخش خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبایی تهران.

حیدری چپانه، رحیم؛ رضاطبع ازگمی، سیده خدیجه؛ سلطانی، ناصر؛ معتمدی‌مهر، اکبر. (۱۳۹۲). «تحلیلی بر سیاست‌گذاری گردشگری در ایران». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال دوم. صص ۱۱-۳۲.

رزقی رستمی، علیرضا. (۱۳۸۳). «آسیب‌شناسی اجرای خط‌مشی‌های صنعتی کشور و ارائه الگوی پیشنهادی». رساله دکتری رشته مدیریت صنعتی (گرایش خط‌مشی). دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

سعیدی، علی اصغر؛ بهشتی، سیدمحمد؛ رضوانی، رضا. (۱۳۹۱). «موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری از نظر نخبگان». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. پاییز ۱۳۹۱. صص ۳۳-۵۶.

ضرغام بروجنی، حمید؛ بذرافشان، مرتضی. (۱۳۹۳). «بررسی عوامل مؤثر بر اجرای اثربخش خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران؛ از دیدگاه پژوهشگران دانشگاهی». فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال سوم. شماره ۹. صص ۳۱-۵۱.

ضرغام بروجنی، حمید؛ شالبافیان، علی‌اصغر. (۱۳۹۲). سیاست‌های گردشگری کشورها، مطالعه‌ای تطبیقی. تهران: نشر مهکامه.

قلی‌پور، رحمت‌الله. (۱۳۸۷). تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

الوانی، سیدمهدی. (۱۳۸۹). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

Clin, K. (2000). Defining the Implementation Problem: Organisation Management Versus Cooperation. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 10(3), 511-571.

Cochran, M., & Carr, C. (2006). *American Public Policy*. Thomson Wadsworth.

- Dodds, R., & Butler, R. (2010). Barriers to Implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations. *An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 35-53.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2007). *Tourism Policy and Planning*. Milton, Queensland: Wiley.
- Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (2009). *Tourism Principle, Practices, Philosophies* (Eleventh Edition ed.). John Wiley & Sons Inc.
- Kline, Rex B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press. New York, London. Third Edition
- Lai, K., Li, Y., & Feng, X. (2006). Gap between Tourism Planning and Implementation: A Case of China. *Tourism Management*, 27, 1171-1180.
- Lewis, D., & Wallace, H. (1984). *Policies into Practice: National and International Case Studies in Implementation*. Heinemann Educational Books, Exeter.
- Makinde, T. (2005). Problems of Policy Implementation in Developing Nations: The Nigerian Experience. *J. Sco. Sci*, 11(1), 63-69.
- Matland, R. (1995). Synthesising the Implementation Literature: the Ambiguity - Conflict Model of Policy Implementation. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 5(2), 145-175.
- Sabatier, P. A., & Mazmanian, D. (1980). A Framework for Analysis. *Policy Study Journal*, 8, 538-660.
- Van Meter, D., & Van Horn, C. (1975). *The Policy Implementation Process: A Conceptual Framework*. Wadsworth.
- Yuksel, A., Yuksel, F., & Culha, O. (2011). Ministers' Statements: A Policy Implementation Instrument for Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Cochran, M., & Carr, C. (2006). *American Public Policy*. Thomson Wadsworth.
- Scott, N. (2011) *Tourism Policy: A Strategic Review*. Contemporary Tourism Reviews. The School of Tourism, The University of Queensland, Australia.
- Chen, Y. C., Liu, C. H., Kuo, C. L., Tzeng, G. H., & Lee, M. H. (2010). Setting the Tourism Delimitation on Policy Development by a Hybrid MCDM Model. Paper Presented in 2010 Asia Tourism Forum.
- Krutwaysho, O., & Bramwell, B. (2010). Tourism Policy Implementation and Society. *Annals of tourism Research*, 37(3), 45-63.

Tang, X. (2016). The historical evolution of China's tourism development policies (1949-2013) - A quantitative research approach, *Tourism Management*, 1-11.

Estol, J. and Xavier, F. (2016). European tourism policy: Its evolution and structure. *Tourism Management*, 52, 230-241.