

## نقش بازیگران کلیدی در حکمروایی گردشگری الکترونیکی در ایران

محمد رضا رضوانی<sup>۱</sup>، مهدیه صباغ پور آذریان<sup>۲</sup>، سعید شفیعی<sup>۳</sup>

تاریخ وصول: ۹۵/۲/۱۱ - تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۷

### چکیده

حکمروایی رویه ایست که با تمام گستردگی‌ها نهایتاً رسالت ارتقاء کیفیت خدمات دولت به شهروندان را در چارچوب شاخص‌هایی مانند شفافیت، عدالت، مشارکت، اثربخشی و انعطاف پذیری به دوش می‌کشد. هدف این پژوهش بررسی نقش بازیگران کلیدی گردشگری الکترونیکی ایران در تحقق حکمروایی الکترونیکی می‌باشد لذا شاخص‌های حکمروایی خوب به تفکیک بازیگران اصلی حوزه گردشگری الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفتند. روش این پژوهش از نظر جهت‌گیری از نوع کاربردی با صبغه کیفی و دارای استراتژی پیمایشی است. لذا ضمن مرور و تحلیل مبانی نظری، مراجعه به اسناد کتابخانه‌ای و با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی به مصاحبه‌های اکتشافی پرداخته شد و مصاحبه‌ها تا اشباع نظری محقق ادامه یافتند. نتایج تحقیق که در قالب مدل تحلیلی ارائه شده است نشانگر تاثیر مشروط، حالت منفعل و در مواردی تاثیر محدود دولت، خدمات رسان‌های الکترونیکی و مصرف‌کنندگان الکترونیکی ایران بر رویه‌های حکمروایی خوب می‌باشد. نتایج نشان داد که هر چند قوانین مناسبی برای دستیابی به حکمروایی خوب وجود دارد اما ذات بین بخشی بودن گردشگری و نبود نگاهی یکپارچه و راهبردی، اجرا نشدن کامل استعدادهای موجود در قوانین و نهادهای پیش‌بینی شده، تضاد منافع و قدرت بازیگران در کسب منافع عمومی زمینه دسترسی به حکمروایی خوب را با چالش روبرو کرده است.

**واژگان کلیدی:** حکمروایی خوب، بازیگران، گردشگری الکترونیکی، حکمروایی الکترونیکی، قوانین و

مقررات

۱- استاد دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، rezvani@ut.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ (نویسنده مسئول)، sabaghpour@usc.ac.ir

۳- دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، s.shafia@usc.ac.ir

## مقدمه

امروزه وظیفه حکومت‌ها صرفاً محدود به اتخاذ و اجرای تصمیمات نمی‌باشد، بلکه ایجاد پیوستگی بین فعالیت‌های طیف وسیعی از بازیگران در شرایط متغیر و پیچیده جهان را نیز شامل می‌شود. لذا حکومت‌ها برای بقا، علیرغم حکم راندن، مستلزم به مذاکره و تامین نظرات گروه‌های مختلف نیز می‌باشند (اسبرن و گابلر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۲). ظهور مفهومی چون حکمروایی دلایل متعددی دارد. رسانه با قدرتی بی‌مثال و روز افزون و با ابزاری همچون شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و فروم‌ها سطح آگاهی اعضای جامعه محلی را افزایش داده است، لذا ارتقاء آگاهی جامعه محلی منجر به مطرح شدن مطالبات جدیدتری در جهت پیشرفت و جبران کاستی‌های موجود می‌گردد. بنابراین بازیگران، بیش از پیش به رسمیت شناخته می‌شوند و به طبع حق مشارکت، تصمیم‌گیری و یا اجرایی آنها در امور افزایش می‌یابد. از طرفی حکومت‌ها برای دفع فشارهای مضاعف ناشی از شرایط رقابتی مستلزم تکمیل وظایف خود از طریق برون‌سپاری و واگذاری به سازمان‌های غیر دولتی بصورت پیمانی یا قراردادی شده و خود نقش تسهیلگر و یا نظارت‌کننده بر روند امور را ایفا می‌کنند، چنین وضعیتی بستگی کامل به شرایط رقابت موجود نیز دارد (کولبچ<sup>۲</sup>، ۷۸: ۲۰۰۲).

مطالعات نشان می‌دهد که پدیده گردشگری در عین حال که متاثر از رویه‌های حکمروایی است بر تحقق حکمروایی نیز تاثیر می‌گذارد (سازمان جهانی گردشگری<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳)، زیرا بازیگران حوزه گردشگری بطور اجتناب‌ناپذیری در فرآیند حکمروایی دخیل می‌باشند و از طرفی جدایی‌ناپذیری گردشگری از اوقات فراغت، آن را بعنوان بخش عظیمی از زندگی افراد متبلور می‌سازد. لذا با پیشرفت تکنولوژی، گردشگران هوشیار تر از قبل در جهت رفع نیازهای خود قدم بر می‌دارند و این نشانگر ضرورت تجلی حکمروایی در صنعت گردشگری می‌باشد.

1- Osborne, D. and Gaebler

2 - Colebatch, H. K.

3- UNWTO

پس از انقلاب فناوری اطلاعات و آغاز ورود صنایع مختلف به حوزه الکترونیکی، گردشگری نیز از این قاعده مستثنا نبود بلکه با توجه به ویژگی خدمات محوری صنعت گردشگری، کسب و کارهای این صنعت بواسطه ارائه خدمات رزرواسیون حمل و نقل، اقامتی و تعریف بسته‌های تور آنلاین و ... جزو پیشگامان حوزه الکترونیکی محسوب می‌گردند، لذا گردشگری الکترونیکی به مثابه ابزاری از جنس رسانه است و با هدف تسهیلگری در خدمات رسانی و نهایتاً تحقق مولفه‌های پایداری بستر را برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار گردشگری فراهم می‌کند. وقتی مقوله پایداری مطرح می‌شود، کلید واژه‌هایی چون مشارکت جامعه محلی در تصمیم‌گیری، حفظ و نگهداشت منابع، پاسخگویی بهینه، ارتقاء کیفیت زندگی و به حداقل رساندن اثرات منفی محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی به میان می‌آیند. از طرفی همسویی بسیار واضح اهداف گردشگری پایدار با رویه‌های حکمروایی را می‌توان دلیل اهمیت روز افزون مباحث حکمروایی در گردشگری قلمداد کرد و حوزه الکترونیکی را ابزار تحقق حکمروایی خوب دانست (کریم اوقلو و سیراسی<sup>۱</sup>، ۳۵-۲۶: ۲۰۰۸).

### مبانی نظری

#### مفهوم حکمروایی

در طی دهه ۱۹۹۰ میلادی، حکمروایی به یکی از واژه‌های محوری علوم اجتماعی، علوم سیاسی و جغرافیای انسانی تبدیل شد اما تعریف سنتی از این واژه تفاوت چشمگیری با تعاریف مدرن آن دارد، بطوریکه در تعاریف سنتی، حکمروایی به اعمال اقتدار یا فرآیند حکومت بر امور کشور تقلیل یافته است اما با گذشت زمان این مفهوم دال بر کنش، شیوه و یا سیستم اداره تلقی می‌شود که در آن مرزهای بین سازمان‌ها، بخش‌های عمومی و خصوصی در هم تنیده شده است. لذا جوهره حکمروایی را می‌توان روابط متقابل و دو سویه و تعامل بین و درون حکومت، بخش‌های خصوصی، مردم و سایر نیروهای غیر حکومتی دانست (برک پور و

1- Kerimoglu E. and Ciraci H.

اسدی، ۱۸۸: ۱۳۸۸). با توجه به گستردگی مفهوم حکمروایی، محققان و برنامه‌های سازمانهای مرجع تعاریف متعددی از این واژه ارائه نموده اند که با مقایسه و تحلیل آنها میتوان به درک درست تری از این مفهوم رسید.

جدول شماره ۱ - تعاریف حکمروایی برگرفته از متون فارسی و انگلیسی

محقق	تعریف حکمروایی
۱ آکلیر <sup>۱</sup> ، ۲۰۰۰	حکمروایی هنر حکومت کردن و بهترین راه مدیریت منفعت عمومی است.
۲ برنامه محیط زیست سازمان ملل <sup>۲</sup> ، ۲۰۱۴	حکمروایی سرآغازی است برای دستیابی به توسعه پایدار جوامع انسانی، که موجب پاسخگویی، مسئولیت پذیری، مشارکت و ارتباطات دوسویه می‌شود.
۳ سازمان جهانی گردشگری	حکمروایی یک فرایند هدایتی است که دارای ساختارهای نهادی و فنی می‌باشد و بر پایه اصول، هنجارها، رویه‌ها و شیوه تصمیم‌گیری جمعی استوار است و برای دستیابی به اهداف مشترک و همزیستی مسالمت آمیز به تعاملات، هماهنگی و همکاری با ارگان‌های دولتی و غیر دولتی می‌پردازند.
۴ سرینواس <sup>۳</sup> ، ۱۹۹۲	حکمروایی مدیریت آگاهانه ساختارهای حکومتی، با قصد تقویت حوزه عمومی می‌باشد.
۵ برنامه توسعه سازمان ملل متحد <sup>۴</sup> ، ۱۹۹۹	حکمروایی شامل مکانیسم‌ها، فرایندها و نهادهایی است که از طریق آنها شهروندان و گروه‌های مردم، خواسته‌های خود را بیان می‌کنند و شامل دولت، بخش خصوصی و سازمان‌های اجتماع محلی است. در این سه حوزه نیاز به طراحی نهادهای حکمروایی در جهت توسعه پایدار انسانی به منظور کاهش فقر، اشتغال‌زایی، حفظ محیط زیست و پیشرفت زنان می‌باشد.
۶ موسسه امور مالی و	حکمروایی فرایندی است که طی آن بخش دولتی با مشارکت بخش‌های خصوصی و مردمی تلاش بر انجام امور می‌کند و این منجر به رفتارهایی

- 1- Auclair
- 2- UNEP
- 3- Srinivas
- 4- UNDP

	حسابداری دولتی انگلیس <sup>۱</sup> ، ۲۰۰۷	صادقانه، عدالت محور، شفاف، پاسخگو و به موقع می شود.
۷	مهتا <sup>۲</sup> ، ۱۹۹۸	حکمروایی شامل دولت می شود اما با دربرگرفتن بخش خصوصی و اجتماع محلی از آن فراتر می رود. دولت محیط سیاسی و قانونی مساعد را فراهم می سازد، بخش خصوصی شغل و درآمد ایجاد می کند و اجتماع محلی با بسیج گروه ها و مشارکت در فعالیت های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تسهیل گری می نماید.
۸	مک کلولین <sup>۳</sup> ، ۱۹۷۳	حکمروایی شامل شبکه های غیر رسمی نیز میشود. شبکه های غیر رسمی و مردمی زمانی که شبکه های رسمی در کار فرو می مانند، وارد عمل می شوند.
۹	جانستون، جی، ۱۳۸۲	حکمروایی به مثابه شبکه های بین سازمانی خود سازمان ده می باشد.
۱۰	برک پور، ۳۷: ۱۳۸۱	حکمروایی به مثابه یک سیستم است که شامل دولت و عملکردهای آن می گردد اما با در بر گرفتن بخش خصوصی و اجتماع محلی از آن فراتر می رود، بنابراین می توان حکمروایی را فرایندی دانست که متضمن نظام بهم پیوسته ایست که شامل حکومت و اجتماع می گردد.
۱۱	ابراهیم زاده و اسدیان، ۱۳۹۲	در تعریف حکمروایی سه بعد مشهود است، بعد سیاسی (پایبندی حکومت به مصالح همگانی و دموکراسی)، بعد هنجاری (مدیریت کارآمد در جهت پیشبرد ارزشهای اجتماعی افراد و گروه ها) و بعد فنی-اداری (توانمندی بروکراتیک).
۱۲	شکوهی، رهنما، قاسم پور، ۱۳۹۳	حکمروایی فرایندی مستمر از تطبیق و هم سو سازی منافع متضاد و متفاوت افراد و گروه هاست، این فرایند شامل نهادهای رسمی و غیر رسمی و نیز سرمایه اجتماعی شهروندان می باشد.

منبع: نگارندگان

- 1- CIPFA
- 2- Mehta
- 3- Mcloughlin

بطور کلی، برخی محققین مفهوم حکمروایی را نزدیک به حکومت و دیگران آنرا هم تراز با مفهوم دموکراسی می‌دانند. در تحلیل تعاریف حکمروایی علاوه بر اشارات متعدد به ماهیت سیستمی و فرایند محوری حکمروایی، کلیدواژه‌هایی چون ارتباطات دو سویه، مشارکت با اجتماع محلی، توسعه پایدار، شبکه‌های غیر رسمی و منافع عمومی به چشم می‌خورد، این امر محققان را بخصوص در حوزه توسعه پایدار علاقمند به شناسایی نحوه تحقق حکمروایی به بهترین شیوه ممکن می‌سازد. تاکنون مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته همواره در جستجوی مولفه‌های حکمروایی، انواع حکمروایی و چگونگی پیاده سازی آن، نتایجی حاصل نموده اند. این در صورتی است که نقش پلتفرم الکترونیکی در تحقق حکمروایی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین گردشگری بعنوان پدیده ای بین رشته ای و خدمات محور که بخش‌های دولتی، خصوصی و اجتماع محلی را در برمی گیرد و همواره به دنبال تحقق پایداری، ارتقاء کیفیت پاسخگویی و جلب رضایت گردشگران می‌باشد، نگاهی اثربخش تر به حکمروایی دارد زیرا در سطح مدیریتی به دنبال اهدافی هم جهت با رویه‌های حکمروایی است. از طرفی انتقال چشمگیر فرایندهای خدماتی گردشگری به فضای مجازی و الکترونیکی شدن اغلب فرآیندهای گردشگری مانند رزرو وسیله حمل و نقل، رزرو اقامتگاه در مقصد گردشگری، جستجوی اطلاعات پیرامون مقاصد گردشگری، سودجستن از بازخورهای گردشگران با تجربه و ... موجب بهینه سازی فرایند خدمات رسانی در گردشگری، صرفه جویی در هزینه‌ها و زمان، آگاهی بخشی و تسریع انجام امور گشته است. لذا موجب ایجاد میزانی از رضایت عمومی می‌شود. این پژوهش در نظر دارد با شناسایی بازیگران موثر در حوزه گردشگری الکترونیکی الگویی جهت تحقق حکمروایی خوب در این راستا پیشنهاد دهد. هدف از ارائه الگوی پیشنهادی جلب توجه مدیران نسبت به گره‌گاه‌های موجود در گردشگری الکترونیکی می‌باشد که مانع تحقق حکمروایی خوب می‌شوند.

## حکمروایی خوب و گردشگری الکترونیکی

اگر حکمروایی را یک سیستم بدانیم که دارای فرایندهایی می‌باشد، با توجه به اینکه سیستم دارای آنتروپی است برای منفی کردن آنتروپی نیاز به سلسله اقداماتی است که آن "حکمروایی خوب" می‌باشد. حکمروایی خوب گرایشی است در بطن حکمروایی که با هدف اثربخشی به عملکرد نظام حکمروایی به تعریف و تاکید بر مولفه‌هایی چون مشارکت پذیری، پاسخگویی، شفافیت، قانونمندی، محاسبه پذیری و عدالت محوری می‌پردازد. واضح است وجود چنین شاخص‌هایی در مقوله حکمروایی خوب نشانگر ویژگی‌های برجسته یک حکومت دموکراتیک نیز می‌باشد، در چنین حکومتی افزایش اعتماد شهروندان به دولت و رضایت عمومی در اولویت قرار دارد لذا حکومت مذکور خود را مستلزم به تحقق حکمروایی خوب در سطح گسترده می‌نماید (ابراهیم زاده و اسدیان، ۱۳۹۲). همچنین حکمروایی خوب حالتی از حکمروایی است که منجر به پایداری محیطی و سرمایه گذاری یک سیستم سیاسی و دولتی است که در جهت فراهم سازی بستر پاسخگویی به نیازهای شهروندان به شیوه ای دموکراتیک، مشارکتی و شفاف ایجاد می‌شود (بلتران و نورفینی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).

لذا براساس برنامه توسعه سازمان ملل<sup>۲</sup> (۱۹۹۹) حکمروایی در بهترین حالت خود مستلزم به داشتن چهار بعد است که سه بعد اقتصادی، سیاسی و مدیریتی با هدف تصمیم گیری‌های سازمانی، دولتی و رسمی هدایت می‌شوند و بعد چهارم که بعد سیستمی است در جهت تسهیلگری روند اعمال تصمیمات حائز اهمیت می‌باشد؛ لذا در بعد چهارم حکمروایی خوب اشاره به پایه گذاری سیستمی حکمروایی در جهت ارتقاء فرصت‌های برابر، امنیت، آزادی عمل و توسعه می‌شود بطوریکه نهادهای اجتماعی محور قرار می‌گیرند. چنانچه در بخش اول مبانی مرور شد، اهداف گردشگری پایدار در راستای رویه‌های حکمروایی خوب می‌باشند و این مهم

---

1- Beltran S., Noferini A.,

2- United Nations Development Program (UNDP)

اهمیت عملکرد گردشگری به عنوان یکی از صنایع پیشرو در ایجاد و توسعه شاکله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور را رقم می‌زند، به طوری که میزان تحقق شاخص‌های حکمروایی خوب در خلال خدمات گردشگری که با اوقات فراغت شهروندان در ارتباط است، می‌تواند قدمی در جهت ارتقاء رضایت عمومی افراد و همسویی مردم با حکومت شود. به همین منظور شاخص‌های نشان داده شده (جدول ۲) پس از مطالعات گسترده پیرامون حکمروایی خوب استخراج و با دید گردشگری الکترونیکی تعریف شده‌اند.

جدول شماره ۲- شاخص‌های استخراج شده حکمروایی خوب از مطالعات

منبع	تعریف	شاخص‌های حکمروایی خوب	
UNTWO (2013), CIPFA (2007), CIPFA (2014), Eagles P. F. J. (2008), Glover, T. D. (1998), Jatamane T., Bussabong C., (2013), Johnston M., (2003), Kurts M. J., Schrank A. (2007), Michael R. (2011), World Bank (2010), Anello E.(2008), Gisselquist R. M. (2012)	خروجی یک نظام حقوقی که با تکیه بر انصاف و عدالت سعی در رفع اختلافات و تعارضات بین افراد و سازمان‌ها دارد و به همگان توانایی یکسانی برای همکاری، بهره‌مندی از زیرساخت‌های الکترونیکی، کسب درآمد و منتفع‌گشتن از جریان‌های اقتصادی گردشگری به‌مراه دارد.	برابری، عدالت و انصاف	۱
UNTWO (2013), CIPFA (2007), CIPFA (2014), Eagles P. F. J. (2008), Glover, T. D. (1998)	قابلیت به انجام رساندن وظایف و استفاده از زیرساخت‌های الکترونیکی گردشگری در دسترس با هدف ارتقاء بازده مثبت و به حداقل رساندن اتلاف زمان و منابع با استفاده از اینترنت بطوری که پیامد قابل اندازه‌گیری و سنجش باشد	کارایی	۲



<p>UNTWO (2013), CIPFA (2007), Eagles P. F. J. (2008), Glover, T. D. (1998), Michael R. (2011)</p>	<p>میزان تاثیرات مثبت ناشی از انتقال رویه‌های مدیریتی به فضای الکترونیکی، تسهیلگری در انجام امور برای کارکنان گردشگری، سنجش اثربخشی بسیار پیچیده و دشوار است</p>	<p>۳ اثربخشی</p>
<p>CIPFA (2007), Jatamane T., Bussabong C., (2013), Johnston M., (2003), Michael R. (2011), UN (2007), O'Reilly E., (2009), World Bank (2010), IFAD (1999), Gisselquist R. M. (2012)</p>	<p>مقامات و مدیران حوزه گردشگری الکترونیکی که طبق قوانین رفتار می‌کنند، قادر به پذیرفتن تبعات تصمیمات و عملکرد خود باشند و در قبال عملکرد سیستم الکترونیکی تحت کنترل خود پاسخگو باشند</p>	<p>۴ مسئولیت پذیری و پاسخگویی</p>
<p>UNTWO (2013), CIPFA (2007), CIPFA (2014), Eagles P. F. J. (2008), Glover, T. D. (1998), Johnston M., (2003), J., Schrank A. Kurts M (2007), Michael R. (2011), UN (2007), O'Reilly E., (2009), World Bank (2010), IFAD (1999), Gisselquist R. M. (2012)</p>	<p>عملکردها در تمامی رویه‌های الکترونیکی به نحوی روشن و شفاف تعریف شوند. شفافیت در حدی باشد که با وجود حفظ امنیت و حریم شخصی، همگان از چگونگی‌ها و بازخور فعالیت‌ها آگاه باشند</p>	<p>۵ شفافیت</p>
<p>UNTWO (2013), UNEP (2014), CIPFA (2007), CIPFA J., (2014), Kurts M Schrank A. (2007), UN (2007), World Bank (2010), Anello E. (2008)</p>	<p>همکاری و مشارکت شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها و امور اجرایی حوزه گردشگری الکترونیکی، برای دستیابی به اهداف مشترک و منتفع شدن از مزایا و منافع بطور جمعی.</p>	<p>۶ مشارکت</p>
<p>UNTWO (2013), CIPFA (2007), CIPFA (2014), Michael R. (2011), UN</p>	<p>عملکرد مطابق قانون در روند امور اجرایی گردشگری در پلتفرم مجازی،</p>	<p>۷ قانونمندی</p>

(2007), IFAD (1999), Gisselquist R. M. (2012)	متعهد بودن به قوانین الکترونیکی، مسائل امنیتی و اخلاقی و عدم تعرض به حریم شخصی مشتریان الکترونیکی		
CIPFA (2014), Michael R. (2011), UN (2007), Anello E. (2008), Gisselquist R. M. (2012)	عملکرد یکپارچه بخش‌های مختلف گردشگری الکترونیکی در ارتباط با هم، به طور پیوسته و یکپارچه، متناسب و همسوی با تغییرات محیطی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی	انعطاف پذیری و یکپارچگی	۸

منبع: نگارندگان

### اهمیت شناسایی بازیگران حوزه مطالعاتی

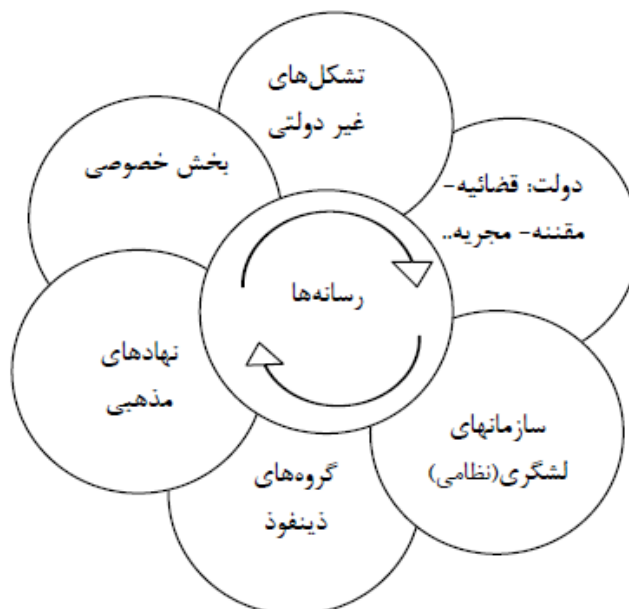
با توجه به توسعه هر چه بیشتر گردشگری در عرصه الکترونیکی، فرایندهای انجام امور در بخش‌های عمومی و خصوصی تغییراتی بنیادین یافته است. فضای الکترونیکی که با اتصال شبکه‌های عظیمی از گروه‌های بازیگران زمینه تعاملات آنها را فراهم می‌سازد، موجب تقویت شاخص‌هایی می‌گردد که با شاخص‌های حکمروایی خوب هم جهت هستند، بطوریکه فضای الکترونیکی به مثابه ابزاری شناخته می‌شود که بستر را برای مشارکت، پاسخگویی، شفافیت و عدالت محوری هر چه بیشتر فراهم می‌سازد تا جایی که حکومت‌های هوشمند با استفاده از الکترونیکی کردن فرایندها در امور مختلف، به ارتقاء مولفه‌های حکمروایی خوب می‌پردازند. در حوزه گردشگری، درک چگونگی تحقق حکمروایی خوب توسط ابزار الکترونیکی دارای پیچیدگی‌های بسیاری است که این پیچیدگی‌ها با تحلیل بازیگران موثر در حوزه گردشگری الکترونیکی قابل فهم خواهد بود. تاکنون تحقیقی در زمینه شناسایی بازیگران گردشگری الکترونیکی صورت نگرفته است، اما با نگاهی بر بازیگران حوزه الکترونیکی فعال در گردشگری این امر میسر خواهد بود.

به طور کلی، محدودیت‌های دسترسی به منابع اهمیت تسلط بر آن را افزایش می‌دهد که این مهم منجر به شکل‌گیری نظام قدرت خواهد شد. نظامی که در آن افراد یا گروهی از آنها با

توجه به توانایی‌ها، تمایلات و ابزارهای خود، برای دستیابی به قدرت، اقدام به کنش می‌کنند. این کنش‌ها می‌تواند به صورت مستقیم یا به صورت غیرمستقیم منجر به کسب منفعت یا خلع منفعت از سایرین شود (شفیعا، ۱۳۸۹). اینجا قدرت می‌تواند هر چیزی باشد، یک کالا، یک فرایند یا حتی فرصت‌های اطلاعاتی خاص. بازیگران یا بازیگران در شبکه‌ای از ارتباطات به صورت تعاملی در ارتباط قرار می‌گیرند و تحولات مختلف اجتماعی، اقتصادی، محیطی و... را تحت تاثیر قرار می‌دهند. اما در بستر حکمروایی، این بازیگران یا بازیگران دارای اهمیت بالایی هستند. زمانی که رسیدن به حکومتی خوب، تنها با استقرار یک حکومت یا دولت محقق نمی‌شود و شبکه‌ی تعاملات بازیگران برای دستیابی به این مهم حائز اهمیت است. لذا حکمروایی خوب در ارتباط شبکه‌ای بین بازیگران محقق می‌شود، نه سبک سلسله‌مراتبی. در اینجا آنچه حائز اهمیت است، ارتباطات منعطف، افقی، ساده و آسان و در عین حال نامتمرکز است. چیزی که در دنیای واقع میان عناصر دخیل در حکمروایی بایستی رخ دهد (الوانی، ۱۳۸۸).

معقول است در جهت شناسایی بازیگران موثر حوزه گردشگری الکترونیکی، نخست با نگاه حکمروایی خوب به بررسی برخی از دسته بندی‌های موجود از بازیگران پرداخته، سپس با نگاهی عمیق‌تر تقسیم بندی‌های مختلف از بازیگران گردشگری الکترونیکی را مورد توجه قرار داد. برخی از محققان، با ارائه دسته‌بندی‌هایی منطقی امکان تحلیل پذیری آثار بازیگران بر حیطه‌های تحقیقی را فراهم سازند. در برخی تحقیقات بازیگران به پنج گروه اصلی حوزه دولت در سطح ملی، حوزه دولت در سطح محلی، حوزه غیررسمی و بخش خصوصی، حوزه مردمی، بازیگران حوزه عمومی تقسیم شده‌اند (کاظمیان و سعیدی رضوانی، ۱۳۸۱). در حالی که مطالعه‌ای دیگر، بازیگران به دسته بندی در هم پیچیده‌ای تقسیم شده‌اند. در این دسته بندی چهار محور اصلی خانوارها، دولت، بخش خصوصی و قدرت سنتی به صورت اضلاع یک مستطیل می‌باشند که از تداخل بین آنها، بازیگران بین بخشی ساخته شده‌اند (پیران، ۱۳۷۹). همچنین از دید حکمروایی خوب بازیگران به صورت حلقه‌ای به شش بخش خصوصی، تشکل‌های غیردولتی، دولت، سازمان‌های لشگری و نظامی، گروه‌های ذی‌نفوذ و نهادهای

مذهبی قابل تقسیم هستند که در میانه‌ی آنها رسانه‌ها در نقش بازتاب‌کننده و ابزار اطلاع‌رسانی بعنوان هسته بین بخش‌های مختلف ظاهر می‌شود (الوانی، ۱۳۸۸).



شکل شماره ۱ - گروه‌های کنشگر حکمروایی خوب (الوانی، ۱۳۸۸)

از طرفی، با نگاه سیستمی به گردشگری می‌توان الگوی تعاملی صنعت گردشگری را به صورت شبکه‌ای بهم پیوسته از بازیگران در نظر گرفت که شامل دولت مبدأ، دولت میزبان، مردم بومی، جاذبه‌ها، شبکه حمل و نقل، زیرساخت‌ها، خدمات، موسسات آموزشی، سازمان‌های گردشگری و فرد گردشگر می‌شود (زاهدی، ۱۳۸۵). دید سیستمی امکان نگاه تحلیلی به بخش‌های مختلف در گردشگری را بصورت جداگانه، در ارتباط با هم و همچنین بصورت فرایندی که از دل دروندادها آغاز و به بروندادهایی ختم می‌شود، فراهم می‌نماید. تاکنون دسته‌بندی‌های متفاوتی از بازیگران با نگرش‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند، لذا شناسایی بازیگران موثر در حوزه الکترونیکی امری پیچیده می‌نماید که لایه‌های مختلفی دارد.

## پیشینه تحقیق

در حقیقت تمامی صنایع در چارچوب حکمروایی فعالیت می‌کنند و اصول حکمروایی به میزانی مشخص در آنها به اجرایی می‌گردد. لذا عملکرد هر کدام از صنایع بطور مستقیم در تحقق حکمروایی خوب اثر گذار بوده و متعاقبا دستیابی به مزیت رقابتی در صنایع مختلف بستگی زیادی به میزان همسویی عملکرد آنها با مولفه‌های حکمروایی خوب دارد (موسسه اور مالی و حسابداری دولتی انگلیس<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷). به ادعای برخی مطالعات استمرار در پایبندی به برخی اصول حکمروایی خوب مانند حفظ یکپارچگی، مشارکت شهروندی، عدالت و برابری اجتماعی و پاسخگویی منجر به پایداری می‌شود (میشل آر<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱ و بانک جهانی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰ و برنامه محیط زیست سازمان ملل<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). همچنین سازمان ملل تحقق اصول حکمروایی خوب را برابر با خدمات رسانی مطلوب که منجر به رضایت شهروندان می‌شود، می‌داند (سازمان ملل متحد<sup>۵</sup>، ۲۰۰۷) و اصل مشارکت را مهم‌ترین اصل حکمروایی خوب معرفی می‌کند. از طرفی شماری از تحقیقات (پائول و ایگلز<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸ و سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳ و موسسه امور مالی و حسابداری دولتی انگلیس، ۲۰۰۷)، بر شباهت و نزدیکی دو مولفه کارایی و اثربخشی در حکمروایی خوب تاکید کرده و استفاده این دو شاخص را بعنوان یک مولفه نیز تایید می‌کنند. همچنین مطالعات نشان می‌دهد مبانی قدیمی تر پیرامون مقوله حکمروایی خوب تنها بر اصولی همچون برابری، شفافیت، پاسخگویی و قانونمندی تاکید دارند اما با گذشت زمان و پیشرفت تکنولوژی ظهور مولفه‌هایی چون مشارکت شهروندی، انعطاف پذیری و یکپارچگی در مبانی جدید تر در دهه‌های اخیر به چشم می‌خورد که این نشانگر توسعه مفاهیم حکمروایی خوب

1- CIPFA

2- Michael R.

3- World Bank

4- UNEP

5- United Nations

6- Paul F.J. and Eagles

متناسب با توسعه الکترونیکی جوامع می‌باشد (فرخنده زاده و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳).

تحولاتی که بواسطه توسعه فناوری اطلاعات در صنایع خدمات محور در حال رخداد است، غیر قابل انکارند (لادن و تریور<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). الکترونیکی شدن عملکرد صنایع خدماتی مانند گردشگری بیش از هر چیز ارتقاء کیفی خدمات رسانی را به دنبال داشته است (صادقی و نوروزی، ۱۳۸۰) به طوریکه براساس ماهیت فناوری اطلاعات، خدمات در کوتاه‌ترین زمان، بصورت دقیق تر و فراگیر در نقاط جغرافیایی با فواصل متعدد، بر پایه تعامل دوسویه، در اوج غنای اطلاعاتی و براساس استانداردهای تعریف شده جهانی ارائه می‌شوند و واضح است که خصوصیات پلتفرم الکترونیکی به خودی خود زمینه را برای جلب رضایت بیشتر شهروندان و تحقق دموکراسی فراهم می‌کند (همان). ازین رو مطالعه تاثیر رویه‌های الکترونیکی در تحقق حکمروایی در قالب حکمروایی الکترونیکی گسترش یافت (ریلی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳). حکمروایی الکترونیکی می‌تواند در خلال هر خدمات‌رسانی الکترونیکی تعریف و اعمال شود و سمت و سوی جدیدی به کیفیت ارائه خدمات ادراک شده توسط کاربران الکترونیکی ببخشد (کلیف<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳). از طرفی در صنایع پیچیده ای مانند گردشگری که تعدد بازیگران و قدرت حقیقی آنان تعریف کننده و جهت دهنده اصول حکمروایی می‌باشند، ضرورت تحلیل قدرت بازیگران بخصوص در عرصه الکترونیکی که بدون حد و مرز است و دایره‌ی وسیعی از بازیگران را شامل می‌شود، بیش از پیش مشهود است. بررسی و مطالعه بازیگران هر حوزه در چهار بخش شناسایی، تحلیل قدرت، میزان مشارکت و تحوه مدیریت قابل انجام است و آنچه مشخصا در تحلیل قدرت بازیگران اهمیت دارد رویه نگرشی آنان و نحوه اثرگذاری یا اثرپذیری است که با توجه به جزئیات رفتار و عملکرد آنان قابل درک و بررسی می‌گردد

---

1- Farkhondehzadeh et Al.

2- Laudon K.C. and Traver C.G.

3- Riley T.B.

4- Clift, S.

(نیلسون<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). تا کنون مطالعات محدودی به شناسایی بازیگران گردشگری الکترونیکی پرداخته اند (فرخنده زاده و همکاران، ۲۰۱۳ و شورای گردشگری انگلیس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲). اما پژوهشی که علاوه بر شناسایی بازیگران موثر به تحلیل قدرت بازیگران گردشگری الکترونیکی در جهت تحقق حکمروایی خوب پردازد، به چشم نمی خورد. همچنین در ایران مطالعاتی به شناسایی بازیگران گردشگری پرداخته اند اما هنوز بازیگران عرصه الکترونیکی مشخصا تعریف و تبیین نشده اند.

### مدل تحلیلی تحقیق

با توجه به اینکه یکی از ابزارهای با اهمیت برنامه ریزان و مدیران، تحلیل قدرت بازیگران و تفسیر نوع تعاملات بین آنها است. هر یک از گروه‌های بازیگر به واسطه علایق، خصوصیات و شرایط، از قدرت متمایز و ابزارهای مختلفی برخوردار است، لذا تحلیل تاثیرات آنها بدون توجه به این مولفه‌ها غیر ممکن است. لذا رویکرد شش گام تحلیلی تحلیل بازیگران به صورت زیر مورد استفاده قرار گرفت تا این مهم محقق شود:

- شناخت اولیه ی سیستم مورد مطالعه و درك اهداف و رویه‌ها.
- شناخت بازیگران کلیدی
- استنتاج علایق، خصوصیات و شرایط انگیزشی بازیگران
- شناسایی سبک تعامل بین بازیگران<sup>۳</sup>
- سنجش قدرت و عملکرد بالقوه بازیگران
- سنجش گزینه‌های ممکن و اتخاذ رویکرد برای پیشرفت (مایرز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵)

1- Nielson

2- English Tourism Council

۳- انواع تعریف شده ی تعامل بین بازیگران شامل، منع تعامل، تعامل مشروط، تعامل محدود، تعامل فعالانه می‌باشد

4- Mayers, J.

در این مطالعه سیستم مورد بررسی گردشگری الکترونیکی در کشور ایران است که با توجه به خصوصیات و مشخصه‌های آن و به واسطه‌ی گرایش به استنتاج وضعیت عملکرد بالفعل، صرفاً گام‌های سه‌گانه اول فوق مورد استفاده قرار گرفت و موضوع تعامل و شرایط بالقوه‌ی این بازیگران مد نظر قرار گرفت. در جدول ۳ مدل تحلیلی تحقیق براساس مطالعات صورت گرفته و مبانی موجود توسط نگارندگان طراحی شد.

جدول شماره ۳ - شناسایی و تحلیل منابع قدرت بازیگران کلیدی گردشگری الکترونیکی ایران

ابعاد	مولفه‌ها	تحلیل منابع قدرت
دولت (تسهیلگر زیرساختی)	رسانه جمعی	نهادهای دولتی به لحاظ خصوصیات قدرت در ایران دارای قدرت متمرکز می‌باشند. از آن جهت که اقدامات پیش‌گیرانه و عکس‌العملی در قبال پدیده‌های جدیدی مثل فضای مجازی با سرعت نسبتاً پایینی صورت می‌گیرد لذا بخش دولتی نسبت به این موارد از قدرت قانون گذاری بر اساس شناخت نسبی عمل می‌نماید. مرجعیت قانونی و توانایی‌های اجرایی بخش دولتی نوعی از قدرت قانونی و رسمی را در این بخش ایجاد نموده است.
	زیرساخت‌های الکترونیکی	
بازیگران کلیدی گردشگری الکترونیکی در ایران	جاذبه‌ها	جاذبه‌ها یکی از عوامل ایجاد کشش پذیری در مقصد گردشگری هستند. اطلاع‌رسانی و آگاهی از جزئیات جاذبه‌ها در مراحل مختلف گردشگری (قبل، بعد و حین سفر) با ابزار الکترونیکی و آنلاین زمینه را برای رونق بخشی آن فراهم می‌کند. در این بخش قدرت مالکیت بخش دولتی به واسطه‌ی پشتوانه‌ی حقوقی وجود دارد.
	خدمات رسانه‌ای الکترونیکی (تسهیلگر خدماتی)	با توجه به عدم توسعه یافتگی گردشگری الکترونیکی و اولویت داشتن سبک گردشگری سنتی، جایگاه خاص قدرتی برای این گروه بازیگر دیده نشده و اقدامات آنها صرفاً بر اساس منافع و کسب سود می‌باشد. مگر در مواردی که سطحی از مشارکت یا شکل‌گیری اتحادیه مشاهده شود که در این شرایط قدرت قیمت گذاری و کنترل بازار وجود خواهد داشت.
	اقامتی	
	آژانس‌ها	



<p>با توجه به سیستم‌های الکترونیکی تعریف شده برای عرضه‌ی محصولات این بخش و نبود رقابت بالا بین بخش‌ها، عرضه کنندگان اصلی عموماً انحصاری یا نیمه انحصاری هستند، نوعی از انحصار و تسلط بر بازار گردشگری الکترونیکی وجود دارد. لذا قدرت شرکت‌های عرضه کننده اصلی در تعریف استانداردها و نظام تامین الکترونیکی گردشگری اثرگذار است.</p>	شرکت‌های حمل و نقل		
<p>هر چند قدرت تبلیغات دهان به دهان مقوله‌ی با اهمیت به حساب می‌آید اما فقدان سیستم منسجم و متمرکز الکترونیکی که امکان انعکاس نظرات گردشگران را فراهم سازد، از قدرت این بخش کاسته است. بنابراین این گروه در فضای الکترونیکی از قدرت اطلاع رسانی و آگاه سازی سایرین کمتر برخوردار است. از سویی در پاره ای از موارد که فروشنده خلف وعده می‌نماید امکان اعتراض به مراجع قضایی و پیگیری قانونی مطالبات وجود دارد.</p>	گردشگر	مصرف کننده نهایی الکترونیکی	
<p>اعتبار حرفه ای و تخصصی این گروه در ارائه پیشنهادات و نظرات علمی است. این قدرت صرفاً از نوع تخصصی است و ضمانت اجرایی ندارد.</p>	نهادهای خصوصی و متخصصان علمی		

منبع: نگارندگان

در مدل تحلیلی تحقیق، سه دسته از بازیگران دولت، خدمات رسان‌ها و مصرف کنندگان در حوزه گردشگری الکترونیکی مورد شناسایی واقع شده اند. این تقسیم بندی که از مرور مبانی تحقیق استنتاج می‌شود به دو گروه تسهیلگر اشاره دارد. اولین گروه به عنوان تسهیلگری زیرساختی شناخته می‌شود که دولت است به طوری که تمامی ارگان‌ها، انجمن‌ها، مراکز و سازمان‌های دولتی، وزارتخانه‌ها و بانک مرکزی (جدول ۶) درون این بخش جای می‌گیرند، تمامی بازیگران دولتی مذکور بستر را برای ارائه خدمات الکترونیکی شهروندی در حوزه گردشگری محیا می‌سازند و زیرساخت‌های اولیه که ضرورت بنای خدمات الکترونیکی برای شهروندان می‌باشد طبق عملکرد و تصمیمات بازیگران دولتی ایجاد و توسعه می‌گردد. گروه دوم مدل اشاره به خدمات رسان‌های الکترونیکی دارد. خدمات رسان‌ها که شامل هر دو بخش

عمومی و خصوصی می‌شود، بخش عمومی در این تقسیم بندی از آن جهت که مستقما و بر تسهیلگری خدماتی دلالت دارد، نقشی در تصمیم گیری‌های کلان زیر ساختی ندارد و صرفا اجرایی است، متمایز از گروه‌های اول بازیگران در مدل می‌گردد. بازیگران این گروه را می‌توان مشخصا آژانس‌های مسافرتی، شرکت‌های حمل و نقل، هتل‌ها و مراکز اقامتی دانست. همچنین گروه سوم شناسایی شده از بازیگران حوزه الکترونیکی را مصرف کننده‌های الکترونیکی تشکیل می‌دهند که شامل زیر گروه‌هایی از گردشگران، نهادهای خصوصی و متخصصان علمی که متقاضی کالای نهایی که همان خدمات الکترونیکی می‌باشد، می‌گردد؛ زیرا این خدمات الکترونیکی نیازی از آنها برآورده می‌سازد و بستر را برای تحقق حکمروایی خوب فراهم می‌سازد. هدف از طراحی مدل تحقیق این است که انتظار می‌رود با توجه به ماهیت خدمات الکترونیکی که ناخودآگاه ایجاد شفافیت، قانونمندی و ارتقاء اعتماد و رضایت مصرف کنندگان می‌شود، سه گروه بازیگران حوزه گردشگری الکترونیکی کشور، عملکردی همسوی با تحقق حکمروایی خوب داشته باشند که این مهم در فاز تحلیل تحقیق عمیقا مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

### روش تحقیق

این پژوهش با توجه به پیاز فرایند تحقیق از نظر جهت گیری از نوع کاربردی، از نظر دسته بندی از نوع کیفی، از نظر نوع کتابخانه ای، از نظر استراتژی از نوع پیمایشی، از نظر اهداف اصلی تحقیق از نوع توصیفی و با استفاده از شیوه‌های مصاحبه، مطالعه مستندات و مدارک صورت گرفته است (دانائی فرد، الوانی و آذر، ۱۳۹۲). با توجه به اینکه هدف پژوهش شناسایی بازیگران کلیدی در حکمروایی گردشگری الکترونیکی در ایران است، و این موضوع تا به حال در این زمینه سابقه‌ای نداشته است، مفاهیم کلیدی تحقیق از مبانی نظری استخراج گردید و بازیگران

کلیدی با استفاده از مصاحبه با خبرگان مورد شناسایی قرار گرفت. لذا جدول شماره ۴ روش‌های استفاده شده برای این بخش‌ها را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴ - روش‌های استفاده شده برای انجام این پژوهش

موضوعات تحقیق	روش استفاده شده
حکمروایی	با استفاده از متون موجود در مورد حکمروایی پرداخته شد. به جدول (۱) مراجعه شود.
حکمروایی خوب و گردشگری الکترونیکی	با توجه به نیاز به ترجمه‌ی مولفه‌های حکمروایی خوب در گردشگری الکترونیکی پس از گردآوری تعاریف حکمروایی خوب، با استفاده از نظرات خبرگان این مفهوم در قالب گردشگری الکترونیکی به تفکیک مولفه‌ها نگارش یافت. به جدول (۲) مراجعه شود.
بازیگران گردشگری الکترونیکی ایران	با توجه به عدم کفایت و نزدیکی مطالعات موجود در این حیطه با مراجعه به قوانین و مقررات تجارت الکترونیک گروهی از بازیگران استخراج گردید که در جدول (۳) موجود است. پس از آن با مراجعه به مبانی نظری و با استفاده از نظر خبرگان مدل تحلیلی بازیگران الکترونیکی ایران مطابق جدول (۴) استخراج گردید.
نتیجه‌گیری و جمع بندی	از تقابل بین مولفه‌های حکمروایی خوب و بازیگران شناسایی شده و با استفاده از طیف چهار گانه انتخاب شده و ارتقا یافته کاظمیان و جلیلی (۱۳۹۴) وضعیت شاخص‌های حکمروایی خوب مورد بررسی قرار گرفت.

منبع: نگارندگان

افزودنی است به واسطه‌ی اینکه این پژوهش به نیازهای بومی و وضعیت اجتماعی گروه‌های موثر بر گردشگری الکترونیکی پرداخته است، مقالات و مطالعات غیر بومی، صرفاً در ساخت ابعاد، مورد استفاده قرار گرفت و برای زیر مولفه‌ها و شاخص‌ها، نظرات خبرگان و پیمایش‌های انجام شده به کار گرفته شد. اما در بخش‌هایی از این مطالعه برای بررسی صحت یافته‌ها یا

هدایت محققین به مستندات قانونی و علمی از خبرگان استفاده گردید<sup>۱</sup>. اما تخصص و تعداد خبرگانی که در این پژوهش همکاری داشتند به شرح جدول (۵) می‌باشد.

جدول شماره ۵- مشخصات خبرگان این تحقیق

تخصص خبره	تعداد مصاحبه	خروجی نظر خبرگان به تفکیک
کسب و کارهای گردشگری الکترونیکی (مدیران فنی، مدیران وبسایت‌های گردشگری و...)	۳ نفر	ارائه دیدگاه‌های اجرایی
بازیگران بخش دولتی (نماد اعتماد، پلیس فتا، سازمان میراث فرهنگی و...)	۴ نفر	ارائه راهنمایی‌های قانونی و اجرایی
آشنایان با مفاهیم گردشگری الکترونیکی و حکمروایی (اساتید دانشگاه و نویسندگان مقالات)	۳ نفر	دستیابی به منابع و مآخذها
مجریان تجارت الکترونیک ایران	۲ نفر	شناخت بسترهای تجارت الکترونیک
آشنایان با قوانین و مقررات کشور	۲ نفر	شناخت قوانین قابل تحلیل و مرتبط

منبع: نگارندگان

۱- صحبت‌های خبرگان به صورت صوتی ضبط و نهایتاً در بخش‌های مختلف تحقیق مورد استفاده قرار گرفت.

با توجه به اینکه بخش پایه‌ی مباحث این تحقیق از مطالعات کتابخانه‌ای گردآوری شده بود، مصاحبه‌های اکتشافی و تکمیلی با خبرگان در جهت دستیابی به اشباع نظری مورد استفاده قرار گرفت. منظور از اشباع نظری عدم اکتشاف مفاهیم و مقوله‌های جدید در حین تحقیق است. به بیانی مصاحبه‌کننده پس از تعدادی مصاحبه متوجه شود که موضوعات جدیدی به یافته‌های پیشین تحقیق اضافه نشده است و می‌تواند کار را اشباع شده فرض کند (خاکی، ۱۳۹۲). لذا با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی یا زنجیره‌ای که در فرایند تحقیق افراد با ارزش برای مصاحبه مورد شناسایی قرار می‌گیرند تا زمینه‌ی اشباع نظری محقق شود، انتخاب مصاحبه‌شونده‌ها صورت گرفت (فلیک و جلیلی، ۱۳۸۸). در روش گلوله برفی واحدهای جمع‌آوری داده‌های جدید به عنوان مکمل واحدهای پیشین مورد استفاده قرار می‌گیرند و محقق برای انتخاب نفرات مناسب بعدی از شرکت‌کنندگان در مصاحبه راهنمایی می‌گیرد (ابوالمعالی‌حسینی، ۱۳۹۰). آنچه در ابتدا مد نظر قرار گرفت دسته‌بندی ۵ گروه خبره با خصوصیات مطرح شده در جدول شماره ۵ است. نفرات ابتدایی از هر گروه توسط محققان مورد شناسایی قرار گرفته و از آنها مصاحبه‌های نیمه ساختارمند صورت گرفتند و بر اساس نظر آنها نفر دوم معرفی شد. در دو گروه مجریان و آشنایان به قوانین به دلیل مشخص بودن مبانی مد نظر و نبود دانش ضمنی خاص، اشباع نظری در مصاحبه به سرعت رخ داد. اما در سایر موارد نمونه‌گیری‌ها به نفرات سوم و بیشتر نیاز شد.

### یافته‌های تحقیق

#### بازیگران گردشگری الکترونیکی در ایران

در راستای شناسایی بازیگران گردشگری الکترونیکی ایران با استفاده از تحلیل محتوای مفاد قانونی موجود و مصاحبه با خبرگان اجرایی و دانشگاهی، در مرحله نخست با مراجعه به سازمان‌های مرجع بازیگران گردشگری بطور کلی شناسایی شده و در گام بعدی، آن دسته از بازیگران گردشگری که مستقیماً در روند خدمات الکترونیکی دخیل هستند مورد توجه این پژوهش قرار گرفته‌اند. طبق مصاحبه صورت گرفته شناخت ستاد هماهنگی خدمات سفر در ایران که بطور کلی شامل هجده نهاد دولتی اثرگذار در حوزه گردشگری می‌باشد حائز اهمیت

است، زیرا نشانگر میزان قدرت ارگان‌های دولتی در فراهم نمودن زیر ساخت‌های گردشگری ایران است. این ستاد شامل نهادهای دولتی (۱) سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، (۲) وزارت صنعت، معدن و تجارت، (۳) سازمان صدا و سیما، (۴) پلیس راهور ناجا، (۵) شرکت فرودگاه‌های کشور، (۶) سازمان هواپیمایی کشوری، (۷) سازمان جوانان جمعیت هلال احمر، (۸) جمعیت هلال احمر، (۹) وزارت راه و شهرسازی، (۱۰) وزارت راه آهن، (۱۱) وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، (۱۲) سازمان مناطق آزاد، (۱۳) کانون اتومبیل رانی و جهانگردی، (۱۴) سازمان هواشناسی، (۱۵) سازمان فرهنگ و ارشاد اسلامی، (۱۶) وزارت دادگستری، (۱۷) وزارت کشور و آموزش و پرورش و (۱۸) سازمان حفاظت از محیط زیست می‌شود. لذا با توجه به شرایط موجود در فضای الکترونیکی ایران و بازیگران گردشگری این حیطه، دولت ایران به عنوان تسهیلگر نقش مهمی در تامین زیرساخت را برعهده دارد. این زیر ساخت نقش مهمی در کیفیت خدمات الکترونیکی و جریان فعالیت‌های مذکور دارد. لذا جهت شناسایی و تحلیل وظایف بازیگران موثر در گردشگری الکترونیک ایران و همچنین اشاره به تاثیر آنها در تحقق اصول حکمروایی خوب، مروری به قوانین و مقررات مربوطه و مصاحبه با خبرگان این حیطه، امکان دستیابی به نتایج مطلوب را فراهم خواهد ساخت. جدول (۳) به استناد برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی ایران دسته بندی متفاوتی از بازیگران الکترونیکی ایران بر پایه وظایف کلیدی و غیر مستقیم مرتبط حوزه گردشگری الکترونیکی ارائه می‌دهد.

## جدول شماره ۶ - تحلیل وظایف بازیگران مرتبط با گردشگری الکترونیکی در برنامه جامع توسعه

## تجارت الکترونیکی

ماده قانونی	بازیگران کلیدی	بازیگران غیر مستقیم	فعالیت محوله
۱	معاونت حقوقی و امور مجلس ریاست جمهوری	هیأت دولت (دریافت کننده لوایح قانونی)	تنظیم لوایح قانونی فضای تبادل اطلاعات
۲ و ۳ و ۵ و ۷ و ۱۶	وزارت دادگستری	قوه قضاییه وزارت بازرگانی	تدوین قانون آیین دادرسی خاص تجارت الکترونیکی
		بانک مرکزی وزارت کشور وزارت امور خارجه	تدوین قانون خاص در زمینه صلاحیت برای تجارت الکترونیکی و مواد راجع به استرداد، همکاری متقابل در جرایم خاص <sup>۱</sup> فضای تبادل اطلاعات
			مواد قانونی فنون و ابزارهای پیشگیری برای جرایم

۱. قوانین جرایم خاص در تاریخ ۱۳۸۸/۳/۲۰ توسط مجلس شورای اسلامی تصویب شده است و بر اساس فصل ششم، ماده ۲۲ قانون جرایم رایانه ای قوه قضاییه موظف بوده است حداکثر پس از یک ماه از تاریخ تصویب این قوانین به تایید شورای نگهبان، کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه را در محل دادستانی کل کشور تشکیل دهد. اعضای کارگروه مصادیق محتوای مجرمانه را وزیر یا نماینده وزارتخانه های آموزش و پرورش، ارتباطات و فناوری اطلاعات، دادگستری، اطلاعات، علوم تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، رئیس سازمان صدا و سیما و فرمانده نیروی انتظامی، یک نفر خبره در فناوری اطلاعات و ارتباطات به انتخاب کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی و یک نفر از نمایندگان عضو کمیسیون قضائی و حقوقی به انتخاب کمیسیون قضائی و حقوقی تشکیل می دهند. ریاست کارگروه به عهده دادستان کل کشور می باشد. با توجه به ماده ۲۱ قانون جرایم رایانه ای، مصادیق محتوای مجرمانه شامل موارد زیر می شود: محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی، محتوا علیه مقدسات اسلامی، محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی، محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و عمومی، محتوای که برای ارتکاب جرایم رایانه ای به کار می رود، محتوا مجرمانه مربوط به امور سمعی و بصری و مالکیت معنوی، محتوای که تحریک، ترغیب و یا دعوت به ارتکاب جرم می کند (پلیس فتا، ۱۳۸۸).

خاص فضای تبادل اطلاعات به منظور مبارزه با جرایم خاص فضای تبادل اطلاعات			
رعایت استانداردهای عدالت کیفری			
تدوین قانون مسوولیت کیفری برای اشخاص حقیقی - حقوقی			
شناسایی نظریه‌های جدید مسوولیت و تصویب قانون برای جرایم ناشی از عمد مطابق کدهای رفتاری، کدهای کیفری فضای تبادل اطلاعات و امثال آن			
تدوین قواعد رفع تعارض قوانین جدید به عنوان قانون آیین دادرسی خاص تجارت الکترونیکی از جمله قواعد داوری و واسطه‌گری برخط برای تسهیل در حل و فصل اختلافات ناشی از تجارت الکترونیکی			
تدوین حقوق جزای ماهوی شامل به رسمیت شناختن مسوولیت کیفری اشخاص حقوقی در محیط تجارت الکترونیکی و جرایم جاسوسی صنعتی، افشای اسرار، کلاهبرداری (اشکال خاص)، کارت اعتباری، بانکداری الکترونیکی، حق مؤلف برای همخوانی با استانداردهای حقوق جزا و امکان مبارزه موثر با جرایم عصر صنعتی و فراصنعتی			
تدوین و اصلاح مواد مربوط به استرداد مجرمان و تنظیم معاهدات دو یا چند جانبه برای ایجاد مبارزه با جرایم در سطح بین‌المللی و امکان هماهنگی با استانداردهای بین‌المللی			
ایجاد مدل دادرسی و مجازات برای اشخاص توقیف شده، مصادره، تفتیش و توقیف جریان جنایت، همکاری متقابل، نیابت قضایی در حوزه تجارت الکترونیکی			



آموزش استراتژی‌ها و کاربرد تجارت الکترونیکی برای قضات و کادر دادرسی در سرفصل‌هایی چون تعریف‌های بین‌المللی جرایم و بزه‌های رایانه‌ای، احراز هویت، روشهای تعیین مسیر و رهگیری داده‌ها در وب و شبکه‌های رایانه‌ای، اصول رمزگذاری و رمزگشایی در بسته‌های اطلاعاتی			
اصلاح قوانین مخابراتی برای همخوان کردن مصوبات نهادهای ذیربط در عرصه فعالیت تامین‌کنندگان خدمات اینترنتی و محتوا	وزارت دادگستری قوه قضاییه وزارت اطلاعات	وزارت ارتباطات و فناوری	۴ و ۶ و ۲۲ و ۲۴ و ۲۷ و
تدوین قانون جامع و خاص حمایت از داده / حریم خصوصی در مخابرات و الزام به رعایت ایمنی خاص توسط کاربران تجارت الکترونیکی	بانک مرکزی وزارت بازرگانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	اطلاعات	۳۸
حمایت از طراحی و پیاده‌سازی ابزارهای ایمن‌سازی تجارت الکترونیکی، انجام تحقیقات نظام‌مند و هماهنگ در زمینه تولید ابزارهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری ارایه‌دهنده سرویس‌های پایه‌ای (مانند دیواره آتش، سیستم‌های تشخیص نفوذی و...) و تشویق دستگاه‌ها و سازمان‌ها به بهره‌گیری از ابزارهای ایمن‌سازی تجارت الکترونیکی تولید داخل	وزارت صنعت و معدن		
افزایش ۲۰ درصدی ضریب نفوذ کاربران اینترنت با ارتقاء نرخ نفوذ تلفن در کشور را در خطوط تلفن ثابت به ازای حداقل ۳۸ خط برای هر ۱۰۰ نفر و در زمینه تلفنهای همراه ۲۰ خط همراه به ازای هر صد نفر به منظور تامین نیازهای توسعه تجارت الکترونیکی			

<p>توسعه منابع و سهولت دسترسی به نرم افزار و سخت افزار ویژه ی تجارت الکترونیکی برای ذینفعان عمومی و متخصصین، آموزش افراد و افزایش سرمایه گذاری در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات</p>			
<p>پشتیبانی از کاربرد برنامه های متن باز در سازمان های دولتی و شرکت های بزرگ خصوصی و پشتیبانی از حقوق مالکیت معنوی مورد نیاز آن</p>			
<p>حمایت از ایجاد و توسعه صنعت مهندسی نرم افزار مبتنی بر راه حل های متن باز مانند اعطای تسهیلات و وام های کم بهره، برگزاری جشنواره ها و نمایشگاه های ویژه نرم افزارهای متن باز، طراحی لوگوهای ملی و اعطای آن به نرم افزارهای متن باز که کیفیت بالای آن گواهی شده است.</p>			
<p>طراحی و به بهره برداری رساندن سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان / مشترکین</p>			
<p>تنظیم مدل قراردادی برای مبادلات فرامرزی تجارت الکترونیکی</p>	<p>وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و وزارت دادگستری</p>	<p>وزارت بازرگانی</p>	<p>۸ و ۹ و ۱۱ و ۱۲</p>
<p>تدوین الگوی داوری در دعاوی تجارت الکترونیکی برای کاهش دعاوی حقوقی با اعمال حداقل استانداردهای حقوقی در عرصه تجارت الکترونیکی</p>	<p>قوه قضائیه و وزارت آموزش و پرورش و وزارت علوم تحقیقات و فناوری</p>		<p>۱۴ و ۱۸ و ۲۳ و ۲۵</p>
<p>تدوین الگوی قراردادی حل اختلاف برای دعاوی در الگوهای بنگاه به بنگاه (B2B) و بنگاه به مشتری (B2C) به منظور ساده و شفاف سازی روند حل و فصل اختلافات</p>	<p>فناوری صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی</p>		<p>۲۸</p>

<p>تدوین و ابلاغ استانداردهای موضوع بند ط ماده ۳۳ قانون برنامه‌ی چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در حوزه‌های امنیت سیستم‌های کاربردی تجارت الکترونیکی، فرایندهای محیط تجاری، تبادل اسناد، واسطه‌های اطلاع‌رسانی، پیغام، کد گذاری کالا و خدمات</p>	<p>دبیرخانه شورای عالی اطلاع رسانی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور</p>		
<p>راه‌اندازی سیستم کتابخانه جامع فرایندهای تجاری مشترک الکترونیکی در صنایع ذینفع</p>			
<p>راه‌اندازی سیستم مدیریت اسناد تجاری بر اساس استاندارد اسناد تجاری الکترونیکی سازمان ملل متحد</p>			
<p>اصلاح استانداردها و توصیه‌های ارایه شده در زمینه تجارت الکترونیکی به شرکت‌های تجاری</p>			
<p>توسعه تسهیلات آموزشی از طریق رسانه‌های گروهی، و تشویق و تسهیل برای تولید فرآورده‌ها و خدمات فرهنگی و برگزاری مسابقه‌ها و جشنواره‌های استانی و ملی برای خانوارها به منظور افزایش سطح آگاهی عمومی نسبت به مباحث مختلف تجارت الکترونیکی</p>			
<p>افزایش آگاه‌سازی عمومی در آحاد مردم، با هدف فراگیری کاربرد اینترنت با محورهای شناساندن تاثیر تجارت الکترونیکی بر ارتقای وضعیت اقتصادی خانوار، آشنایی با ابزارها و رویه‌های به کارگیری تجارت الکترونیکی و ایجاد انگیزه برای چیرگی بر مقاومت خانوارها در برابر تغییر در فرهنگ خرید نسبت به برگزاری مسابقه‌ها و جشنواره‌های استانی و ملی</p>			

<p>تدوین و اجرای برنامه‌های آموزشی دوره‌های آن ویژه بازرگانان و اصناف با سطوح تحصیلات زیردپلم، دپلم و دانشگاهی در سرفصل‌های مبانی اینترنت، مبانی تجارت الکترونیکی، سیستم‌های نقطه پایانی فروش (POS)، رمزیننه (بارکد) امنیت اطلاعات و مباحث حقوقی</p>			
<p>فراهم‌سازی امکان مبادلات فرامرزی با استناد به امضای دیجیتال نسبت به تدوین قراردادها و معاهدات دو یا چندجانبه برای شناسایی بین‌المللی مراجع صدور گواهی دیجیتال</p>			
<p>توسعه برنامه‌های نرم‌افزارهای متن‌باز تجارت الکترونیکی و غنی‌سازی محتوای فارسی خدمات ارتباطی و مخابراتی</p>			
<p>ایجاد مرکز داده (Data Center) بخش بازرگانی و تجارت الکترونیکی کشور برای گردآوری و پردازش سیستم‌های اطلاع‌رسانی کاربردی تجارت الکترونیکی و ارائه خدمات اصلی پشتیبانی تجارت الکترونیکی</p>			
<p>تدوین و اجرای نظام پرداخت الکترونیکی به منظور کامل شدن چرخه تجارت الکترونیکی و توسعه بانکداری الکترونیکی</p>	<p>وزارت بازرگانی شبکه بانکی کشور</p>	<p>بانک مرکزی</p>	<p>۱۰ و ۲۶ و ۳۶</p>
<p>اجرای سیستم‌های پرداخت الکترونیکی و راه اندازی سیستم جامع اتاق پایاپای وجوه الکترونیکی<sup>۱</sup></p>			

۱. وظیفه اصلی این اتاق، تسویه خودکار بدهی‌ها و بستانکاری‌های مستقیم میان بانکهای کشور به نمایندگی از سوی مشتریان است. این امر بویژه در مورد حجم زیادی از تراکنش‌های مالی که هر یک ارزش کم تا متوسط دارند باعث کاهش حجم چک و پول نقد در گردش میان بانک‌ها برای تراکنش‌های مالی با ارزش کم و متوسط می‌شود (برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی کشور، ۱۳۸۴).

(ACH) و راه اندازی سیستم تسویه ناخالص آنی جامع عملیات بین بانکی <sup>۱</sup> (RTGS)			
ایجاد و راه اندازی نظام بانکداری جامع اینترنتی به منظور کاهش هزینه عملیاتی، اصلاح و بهبود کار آیی بخش بانکی، ارائه خدمات جدید بانکی، بهبود نحوه ارائه خدمات به مشتریان			
آموزش مفاهیم، مهارتها و منافع تجارت الکترونیکی در مدارس کشور، تدوین و تهیه مطالب آموزشی ویژه توسعه مهارت های وب، آموزش کاربردهای مقدماتی تجارت الکترونیکی در مواردی مانند اصول پرداخت الکترونیکی، سیستم های نقطه پایانی فروش (POS)، رمزیننه (بارکد) و آشنایی با مسایل ایمنی، حریم شخصی و حقوق تجارت الکترونیکی	وزارت بازرگانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	وزارت آموزش و پرورش	۱۷
ایجاد رشته ها و گرایش های مرتبط با تجارت الکترونیکی در مقاطع کارشناسی و تحصیلات تکمیلی	وزارت بازرگانی	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	۱۹
تدوین، اجرا و توسعه دوره های آموزشی برخط با همکاری دانشگاه های معتبر خارجی به منظور گسترش آموزش های الکترونیکی از راه دور در مقاطع مختلف تحصیلی با اولویت رشته های مدیریت، اقتصاد و حقوق			

۱. این سیستم برخط خدمات آنی و غیرقابل استرداد مالی را به بانک ها و نیز میان بانک و مشتریانش ارائه می کند و برای پیشگیری از اعمال بار زیاد تراکنش به این سیستم، لازم است در ۳ سال نخست حداقل مبلغ تراکنش برخط ۱۰ میلیون ریال مقرر شود (برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی کشور، ۱۳۸۴).

تشویق و تسهیل سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی آموزش‌های تجارت الکترونیکی در قالب دوره‌های کوتاه مدت و میان مدت توسط موسسات آموزشی خصوصی	وزارت بازرگانی وزارت آموزش و پرورش	وزارت کار و امور اجتماعی	۲۰
سنجش و ارزیابی دوره‌های سطح آمادگی و کارایی تجارت الکترونیکی در کشور و کارایی زیرساختها و گسترش بهره‌برداری از تجارت الکترونیکی در میان بنگاهها و جامعه برپایه سنجش پارامترهای علمی مانند الگوی رفتار کاربران در وب، حجم معاملات تجاری، شمار و حجم دعاوی، نقاط ضعف و قدرت، توانمندسازها، حجم و تغییرات شاخص بهای آگهی-های تجاری، شناسایی الگوی تغییر در نوع خرید کالا و خدمات از دیدگاه برخط و غیربرخط بودن معامله، شمار سایت‌های تازه انتشار یافته تجارت الکترونیکی و سایت‌های متروک	وزارت بازرگانی	مرکز آمار ایران	۲۱
بررسی، مطالعه و سیاستگذاری روش ارائه خدمات نوین بیمه‌ای در چارچوب استانداردهای تجارت الکترونیکی از طریق خودکارسازی سیستم بیمه همراه با راه‌اندازی مرکز داده متمرکز و سیستم جامع پشتیبانی بیمه‌ای و طراحی و راه‌اندازی پورتال جامع بیمه ارائه انواع خدمات برخط بیمه‌ای		بیمه مرکزی ایران	۳۰
ارتقاء بهره‌وری در عملیات مبادی ورودی و خروجی کشور از طریق تبدیل این مبادی به یک مرکز پشتیبانی منطقه‌ای گمرک ایران و انجام عملیات ترخیص کالا از گمرکات کشور حداکثر در ۲۴ ساعت، مطالعه و بررسی مناطق مشکل‌زا و مهندسی مجدد فرایندهای گمرکی در کشور		گمرک ایران	۳۱

<p>ایجاد شفافیت و انسجام در کلیه فرایندهای مالیاتی خودکار در چارچوب استانداردهای تجارت الکترونیکی از طریق مطالعه، بررسی و تعیین چگونگی نحوه اخذ مالیاتهای تکلیفی، نقل و انتقال و تدوین قانون مربوطه و تسهیل در امر مدیریت اخذ مالیاتها</p>		<p>وزارت امور اقتصادی و دارایی</p>	۳۲
<p>عضویت در یکی از بازارهای معاملات الکترونیکی تجهیزات صنایع نفت و گاز و پتروشیمی پیاده سازی سیستم خرید الکترونیکی<sup>۱</sup> به منظور فرایند خرید، افزایش نقدینگی، حمایت از تولیدکنندگان داخلی و جلوگیری از تاخیر در اجرای طرحها تا پایان شهریور ماه سال ۱۳۸۵</p> <p>ایجاد و راه اندازی بورس الکترونیکی نفت به منظور کاهش ریسک معاملات، استفاده از فرصتهای جدید در معاملات کاهش هزینه معاملات و حضور فعال در معاملات بین المللی نفت و گاز تا پایان سال ۱۳۸۵</p>		<p>وزارت نفت</p>	۳۳
<p>ارتقای درگاه (پورتال) موجود اطلاعات گردشگری به منظور تسهیل دسترسی به اطلاعات جامع، ایجاد فعالیت های مشترک بازاریابی و درک بهتر نیازهای گردشگران</p> <p>ایجاد و راه اندازی پایگاه اطلاعات گردشگری به منظور تأمین داده های منسجم و معتبر در بخش گردشگری، از میان بردن فعالیت های موازی، ایجاد منبع واحد اطلاعات برای طرح های برخط گردشگری</p>		<p>سازمان میراث فرهنگی و گردشگری</p>	۳۴

راه‌اندازی مرکز تماس <sup>۱</sup> در قطب‌های گردشگری کشور، گسترش سیستم‌های ذخیره‌ی برخط جا در هتلها و گسترش ارتباط آنها به سیستم‌های بین‌المللی			
گسترش گردشگری الکترونیکی و توسعه طرح‌های لازم برای گسترش سیستم‌های ذخیره برخط بلیت در شرکت‌های هواپیمایی، موسسات حمل و نقل جاده-ای، ریلی و دریایی داخلی و گسترش ارتباط آنها به سیستم‌های بین‌المللی	سازمان میراث فرهنگی و گردشگری	وزارت راه و ترابری	۳۵

منبع: نگارندگان (استناد به برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی ایران: ۱۳۸۴، ۱۵-۱)

با توجه به جدول فوق، در قوانین الکترونیکی ایران بر آموزش عموم مردم، کارشناسان و مسئولان جهت استفاده درست از سیستم‌های الکترونیکی به چندین ارگان ذیربط تاکید ویژه ای شده است. همچنین لزوم ارتقاء امنیت الکترونیکی، ایجاد بانکداری الکترونیکی و ضرورت تدوین قوانین و استانداردهای جدید با توجه به شرایط ویژه فضای مجازی در دستورالعمل قرار گرفته است و به سازمان‌ها و وزارت خانه‌های مربوطه خطاب گشته است. اما در مبانی موجود داخلی و بین‌المللی تقسیم بندی واضحی از بازیگران گردشگری الکترونیکی به چشم نمی‌خورد، اما مطالعاتی پیرامون بازیگران حوزه الکترونیکی صورت گرفته که بر آن اساس می‌توان بازیگران این حوزه را در سطحی کلان تر در نظر گرفت. از طرفی با نگاهی جامع می‌توان بازیگران الکترونیکی را به سه گروه دولت، خدمات رسان‌های الکترونیکی و مصرف کننده نهایی تقسیم نمود (فرخنده زاده و همکاران، ۲۰۱۳). بطوری که دولت کنترل و نظارت بر قوانین را از طریق سازمان‌های بخش عمومی بر عهده دارد و زیر ساخت‌های مورد نیاز بخش خصوصی را فراهم می‌نماید، خدمات رسان‌های الکترونیکی که شامل آن دسته از سازمان‌های خدماتی می‌شوند که خدمات الکترونیکی خود را از طریق اینترنت با ابزاری چون وب‌سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها، وبلاگ‌ها، فروم‌ها و ... در اختیار مصرف کنندگان قرار داده و تسهیل‌گری می‌نمایند و در نهایت مصرف کننده نهایی الکترونیکی که مشخصا به گردشگری گفته می‌شود که خدمات الکترونیکی دریافت می‌کند. لذا براساس مبانی مرور شده، در روند شناسایی بازیگران موثر در



گردشگری الکترونیکی ایران با سه بعد اصلی دولت، خدمات رسان‌های الکترونیکی و همچنین مصرف‌کننده نهایی الکترونیکی مواجه می‌شویم. این در صورتی است که هر یک از ابعاد مشخص شده نیز دارای مولفه‌ها و زیر مولفه‌هایی می‌باشند که در جدول ۷ قابل مشاهده است. پس از بررسی خصوصیات بازیگران، وضعیت بازیگران به تفکیک شاخص‌ها بررسی و جهت گیری آنها نسبت به شاخص‌های حکمروایی خوب مورد اشاره می‌شود. در این بخش از چهار طیف تعریف شده ی تعامل برای ارزیابی وضعیت بازیگران نسبت به حکمروایی خوب استفاده گردید. لذا منفعل بودن<sup>۱</sup>، تاثیر مشروط<sup>۲</sup>، تاثیر محدود<sup>۳</sup> و تاثیر فعالانه<sup>۴</sup> به شاخص‌های حکمروایی، به عنوان طیف استاندارد مورد استفاده قرار گرفت.

---

۱. بی تاثیر بودن یا بی توجهی نسبت به مولفه‌های حکمروایی خوب.

۲. داشتن زمینه‌های قانونی و نبود شواهد و ظرفیت‌های اجرایی لازم نسبت به مولفه‌های حکمروایی خوب.

۳. داشتن زمینه‌های قانونی و وجود شواهد ضمنی یا انتخابی اجرایی نسبت به مولفه‌های حکمروایی خوب.

۴. داشتن زمینه‌های قانونی و اجرایی لازم نسبت به مولفه‌های حکمروایی خوب.

جدول شماره ۷ - مدل تحلیل قدرت بازیگران گردشگری الکترونیکی در تحقق حکمروایی خوب

جمع بندی				شاخص های حکمروایی خوب								بازیگران گردشگری الکترونیکی ایران		
↓	←	↑	→	بیش راهبردی	پذیرا بودن و پاسخ ده بودن	کارایی و اثربخشی	عدالت و انصاف	جهت گیری توافقی	مسئولیت پاسخگویی	شفافیت	قانونمندی	مشارکت شهروندی	بخش دولتی	بخش دولتی
۰	۲	۶	۱	→	↑	↑	↑	↑	↑	←	↑	←		
۰	۱	۶	۲	→	→	↑	↑	↑	↑	↑	←	↑	زیر ساخت	
۰	۰	۶	۳	→	↑	↑	→	↑	↑	↑	↑	→	اقامتی	خدمات رسانه ای الکترونیکی
۰	۰	۶	۳	→	↑	↑	→	↑	↑	↑	↑	→	آژانس ها	
۰	۰	۶	۳	→	↑	↑	→	↑	↑	↑	↑	→	شرکت های حمل و نقل	
۰	۱	۳	۵	→	→	→	↑	→	→	←	↑	↑	گردشگر	مصرف کنندگان الکترونیکی
۰	۰	۴	۵	→	→	→	↑	→	→	↑	↑	↑	نهادهای خصوصی	
۰	۰	۴	۵	→	→	→	↑	→	→	↑	↑	↑	متخصصان علمی	
۰	۴	۴۱	۲۷	→	۸	۴	۳	۳	۳	۰	۰	۳	جمع بندی	
					۰	۴	۵	۵	۵	۶	۷	۴	↑	
					۰	۰	۰	۰	۰	۲	۱	۱	←	
					۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	↓	

منبع: نگارندگان

این تحقیق نشان می دهد که وضعیت بازیگران گردشگری الکترونیکی در تحقق حکمروایی خوب به شکلی است که حدود ۵۶ درصد در وضعیت تاثیر مشروط ۳۷ درصد منفعل و صرفا حدود ۷ درصد در وضعیت تاثیر محدود می باشند. هر چه از سمت بخش دولتی به سمت بخش

خدمات رسان‌های الکترونیکی و مصرف‌کنندگان الکترونیکی حرکت می‌شود پراکنندگی تاثیر محدود، کمتر شده و به چگالی منفعل بودن افزوده می‌شود. قابل استنتاج است که این مهم به واسطه ی الزامات قانونی که در بخش دولتی وجود دارد و در سایر بخش‌ها کمتر مشاهده می‌شود، صورت می‌گیرد. عملاً بخش دولتی به واسطه وظیفه متولی‌گری و تسهیلگری بر مبنای قوانین و مقررات، تنظیم شده است که بسترهای لازم اما اولیه ی تحقق حکمروایی خوب را فراهم می‌سازد. در این میان شواهد نشان می‌دهد که موضوع شفافیت و قانونمندی از شاخص‌های حکمروایی خوب در وضعیت نسبتاً مطلوبتری قرار دارد. در حالی که نبود دید راهبردی و فقدان پذیرا بودن و پاسخ‌ده نبودن وضعیت مطلوبی ندارند. این مهم بدلیل استفاده ابزاری از فضای الکترونیکی صرفاً جهت اطلاع‌رسانی یک طرفه و یا فروش غیررقابتی محصولات گردشگری حاصل شده است.

از طرفی بنگاه‌های گردشگری نیز فضای مجازی را ابزار اطلاع‌رسانی خود قرار داده‌اند و از زیرساخت‌ها و امکانات بخش دولتی برای این مهم بهره‌برداری می‌کنند. این در حالیست که قوانین و مقررات خوبی برای ایجاد شفافیت و پاسخگویی وجود دارد اما بسنده کردن به حداقل‌های اجرایی و نیمه فعال بودن نهاد نظارتی باعث شده تا پاسخ‌دهی الکترونیکی نسبت به مشتریان در سطح مطلوبی نباشد. با توجه به مصاحبه‌های انجام شده مشخص است که در مواردی که قوانین مناسب وجود دارد، موضوع اجرایی شدن یا محقق‌سازی اهداف موجود مرتبط با قوانین مذکور با چالش روبرو است. موضوعاتی مثل نماد اعتماد یا حضور پلیسی فعال به نام فتا در فضای وب به عنوان یک نقطه ی قوت بازار گردشگری الکترونیکی به حساب می‌آید که همچنان نیازمند شناخت و به کارگیری فعال‌تر این قابلیت‌ها برای دستیابی به حکمروایی خوب می‌باشد.

همچنین داشتن دید راهبردی و جهت‌گیری توافقی از شاخص‌های حکمروایی خوب و از جمله مواردی است که به واسطه نبود دیدی جامع و یکپارچه نسبت به مقوله گردشگری الکترونیکی در سطح پایینی قرار دارد. قوانین و مقررات بخشی و صرفاً بر اساس نیازهای موضوعی و موضعی با نگاه به بخش‌های مختلف کسب و کار الکترونیکی و نبود نهادی جهت دهنده به مسائل گردشگری الکترونیکی باعث شده نگاه راهبردی و توافقی مشاهده نگردد. از

سویی دسترسی انحصاری گروه‌های خاص به بخش‌های متولی و تعیین کننده‌ی قیمت‌ها، کُشش بالای بازار گردشگری ایران و نبود نظام قیمت گذاری مشخص و واحد و لذا نبود شفافیت، نابسامانی و تفرق بین خدمات رسان‌های الکترونیکی موجود در فرایند گردشگری الکترونیکی باعث می‌شود که استعدادهای الکترونیکی موجود به صورت کامل بالفعل نگردند. خبرگان اجرایی گردشگری الکترونیکی حتی شرایط پیش از تحریم‌ها و قیمت‌های نابسامان دلار را بهانه ای برای آشفتگی بیش از پیش قیمت‌های موجود در سامانه‌های گردشگری دانستند. اما به نظر عدم شفافیت قیمت‌های محصولات گردشگری و عدم دسترس پذیری همگانی به اطلاعات مورد نیاز گردشگران که از خصوصیات ذاتی محصولات این صنعت است را می‌توان دلیل اصلی این مدعا دانست. همچنین یکی از کاربردهای موجود در نظام گردشگری الکترونیکی مهیا سازی فضایی جامع و مورد اعتماد برای تبادل دیدگاه‌ها و شکل گیری تبلیغات دهان به دهان است. این مهم در دهه‌های اخیر توسط کشورهای دیگر به شکل نرم افزارها و وبگاه‌هایی قدرتمند به شکلی کاملاً موثر و پویا هدایت شده است اما نبود سیستمی متمرکز که این امکان را برای گردشگران ایرانی فراهم ساخته و بستر شفافیت و مسئولیت پاسخگویی را مهیا سازد به عنوان یک خلا در گردشگری الکترونیکی ایران قابل مشاهده است.

### نتیجه گیری

حکمرمایی خوب نتیجه‌ی مطلوب حکومتی دموکراتیک است که در آن شهروندان به صورت مشارکتی و شفاف امکان دسترسی به اطلاعات را دارا می‌باشند و امنیت، اعتماد و توسعه‌ی پایدار را محقق می‌سازند. فضای الکترونیکی به عنوان ابزاری با قابلیت‌های تحقق حکمرمایی خوب و ارتقاء رضایت مصرف کنندگان خدمات و شهروندان به طور عام در دهه‌های اخیر بسیاری از کسب و کارهای امروزی را از خود متاثر نموده است. در این میان گردشگری شکلی تعاملی و پویا به خود گرفته که آن را گردشگری الکترونیکی می‌دانند. گردشگری الکترونیکی به صورت ذاتی می‌تواند بستر ساز محقق سازی شاخص‌های حکمرمایی خوب را فراهم سازد اگر جهت‌گیری‌های قانونی و اقدامات اجرایی مجریان امر زمینه‌ساز این مهم گردد. در این پژوهش که با هدف بررسی نقش بازیگران کلیدی گردشگری الکترونیکی ایران در محقق

سازی حکمروایی خوب صورت گرفته بود شاخص‌های حکمروایی خوب به تفکیک بخش‌های مختلف بازیگر مورد توجه قرار گرفت. بخش‌های دولت، خدمات رسان‌های الکترونیکی و مصرف‌کنندگان به عنوان بازیگران اصلی حوزه گردشگری الکترونیکی با استفاده از تحلیل قوانین و مقررات و مصاحبه با خبرگان اجرایی و دانشگاهی این حیطه مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که هر چند قوانین و مقررات مناسب، تسهیلگرانه و مناسبی برای دستیابی به حکمروایی خوب وجود دارد اما ذات بین بخشی بودن گردشگری و نبود نگاهی یکپارچه و راهبردی، اجرا نشدن کامل استعدادهای وجود در قوانین و نهادهای پیش‌بینی شده، تضاد منافع و قدرت بازیگران در کسب منافع عمومی، ضعف در احیای شفافیت و دسترسی گروه‌های خاص به اطلاعات، زمینه‌ی دسترسی به حکمروایی خوب را با چالش روبرو کرده است. در این میان بخش دولتی به واسطه‌ی ساختار تعریف شده بوروکراسی اداری و وجود قوانین و مقررات، بیشتر از سایر بخش‌های بازیگران قابلیت‌های قانونی تحقق حکمروایی خوب را دارا می‌باشد. در طرف دیگر خدمات رسان‌های الکترونیکی به واسطه‌ی گرایش زیاد به کسب سود و نبود نهادی منسجم برای نظارت موجب می‌شود تا وضعیت تاثیر مشروط بر مولفه‌های حکمروایی خوب به سایر عوامل برتری داشته باشد.

با توجه به پیشینه تحقیق نیل به اصول حکمروایی خوب در گرو حضور دولت‌ها در پلتفرم الکترونیکی است، همچنین یافته‌های تحقیق دال بر این حقیقت هستند که با وجودیکه بستر الکترونیکی موجود برای گردشگری ایران علیرغم استعدادهای قابلیت‌های تحقق حکمروایی خوب به شکل جزیره‌ای است و صرفاً به ابزاری برای کسب منفعت تبدیل شده است. در این میان بخش دولتی تنها به عنوان تامین‌کننده حداقل‌های لازم را فراهم نموده است و مصرف‌کنندگان نهایی در شرایط مشکل و بروز مسائل غیر منتظره ناچار به طی مراحل طولانی و غیرشفافی هستند. رسانه‌ها به عنوان ایجادکننده‌ی جریان و چرخش اطلاعات وظیفه‌ی آگاه‌سازی بازیگران و ارتقاء مسئولیت پاسخگویی را برعهده دارند اما بدلیل ضعف در امکانات تعامل دو جانبه بین تامین‌کنندگان دولتی، بخش زیرساخت و مصرف‌کنندگان این بخش صرفاً به انتقال اطلاعاتی می‌پردازد که جنبه‌ی تبلیغاتی دارد. لذا هر چند در مجموع حدود ۵۶ درصد از بازیگران نسبت به شاخص‌های حکمروایی خوب در وضعیت تاثیر مشروط می‌باشند و تنها

حدود ۷ درصد در موقعیت تاثیر محدود هستند، قابلیت‌های توسعه و بهبود شاخص‌های حکمروایی خوب در فضای گردشگری الکترونیکی برقرار است. برای نایل شدن به این مهم پیشنهاد می‌شود، مرکزیتی جامع و بین بخشی با تخصص گردشگری الکترونیکی تشکیل گردد و موضوعات گردشگری با دیدی یکپارچه و کل نگر مورد بررسی قرار گیرد. فضای انعکاس نظرات و انتقادات گردشگران به صورت کاملاً شفاف و بدون ملاحظه گری برقرار شود و آگاه سازی گردشگران الکترونیکی از حقوق خود مورد توجه قرار گیرد. همچنین موضوع نماد اعتماد آنگونه که دارای ظرفیت قانونی است، به کار گرفته شود و درگاه‌های خدمات دهنده غیرمجاز که از طریق سازمان میراث و پلیس فتا مورد بررسی قرار می‌گیرند با جدیت بیشتری به سمت قانونی شدن هدایت شوند.

## منابع

- ابراهیم زاده، عیسی، اسدیان، مرتضی (۱۳۹۲)، تحلیل و ارزیابی میزان تحقق پذیری حکمروایی خوب شهری در ایران، نشریه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه ای، دوره ۳، شماره ۶، ص ۱۸-۲۷.
- ابوالمعالی حسینی، خدیجه. (۱۳۹۰)، پژوهش کیفی از نظریه تا عمل. تهران: نشر علم.
- الوانی، سید مهدی، (۱۳۸۸)، حکمرانی خوب شبکه ای از کنشگران جامعه مدنی، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، دوره ۱، شماره ۱، ص ۱-۵.
- برک پور، ناصر (۱۳۸۱)، گذار از حکومت شهری به حاکمیت شهری، رساله دکتری شهرسازی، دانشگاه تهران، ص ۱۸۸.
- برنامه جامع توسعه تجارت الکترونیکی ایران (۱۳۸۴)، معاونت برنامه ریزی و امور اقتصادی، وزارت بازرگانی جمهوری اسلامی ایران، ص ۱۵-۱.
- پلیس فتا (۱۳۸۸)، مجرای اطلاع رسانی اینترنتی پلیس فتا، برگرفته از <http://www.cyberpolice.ir/page/42981>
- پیران، پرویز. (۱۳۷۹)، اداره مردمی شهرها و ضرورت آن در ایران، فصلنامه معماری و فرهنگ، دوره ۲، شماره ۷، ص ۴-۷.
- جانستون، جی. (۱۳۸۲)، فرهنگ جغرافیای انسانی: حکمروایی، ترجمه ناصر برک پور، انتشارات سازمان شهرداری‌ها، ماهنامه شهرداری‌ها، شماره ۵۲، ص ۱۸۹.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۲). روش تحقیق گرانددی در مدیریت (با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی). تهران: فوژان.
- دانائی فرد، حسن، الوانی، سیدمهدی، و آذر، عادل. (۱۳۹۲). روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار.
- شفیعا، سعید. (۱۳۸۹)، رابطه ظرفیت اجتماعی ساکنان سکونتگاه‌های غیررسمی با توسعه پایدار محله ای، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی، ص ۵۵-۱۸۰.

شکوهی؛ محمد، رهنما، محمد رحیم، گوهری قاسم پور، نسرین (۱۳۹۳)، مطالعه تطبیقی شاخص‌های حکمروایی خوب شهری در کلان شهرهای ایران، کنفرانس مدیریت و برنامه ریزی شهری، دانشگاه مشهد، ص ۱۸-۳

فلیک، اووه، و جلیلی، هادی. (۱۳۸۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. تهران: نشر نی.

کاظمیان، غلامرضا؛ جلیلی، سید مصطفی، (۱۳۹۴)، تحلیل قدرت ذی نفعان کلیدی در فرایند سیاستگذاری طرح جامع تهران (۱۳۷۸-۱۳۹۰)، نامه معماری و شهرسازی، شماره ۱۵، ۱۵۸-۱۳۹

کاظمیان، غلامرضا؛ سعیدی رضوانی، نوید. (۱۳۸۱). *امکان سنجی واگذاری وظایف جدید به شهرداری‌ها، جلد دوم، سازمان شهرداری‌ها*.

Auclair, C. and A. Jackohangoc (2009), *Good Urban Governance: Towards an Effective Private Sector Engagement.*, UN-Habitat, Nairobi. p. 15

Beltran S., Noferini A. (2010), *Committee of the Regions' White Paper on Multi-Level Governance; Some Comments*, GPL, 2010.

CIPFA (2007), *Delivering Good Governance in Local Government Framework*, CIPFA Publication, ISBN: 9781845081164, 2007.

CIPFA (2014), *International Framework: Good Governance in The Public Sector*, Published by IFAC, ISBN: 978-1-60815-181-3, July 2014.

Colebatch, H. K. (2002), *Policy*, Open University Press, Philadelphia, USA.

Eloy Anello (2008), *A Framework for Good Governance in the Public Pharmaceutical Sector*, World Health Organization Publication, Working Draft for Field Testing and Revision, Oct 2008.

Farkhondehzadeh A., Robat Karim M. R., Roshanfekar M., Azizi J., Hatami F. L., (2013), *E-Tourism: The role of ICT in Tourism Industry*, *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, Vol. 2, No. 3, P. 566-573, 2013.

Glover, T. D. (1998), *Reinventing Local Government: Consequences of Adopting a Business Model to Deliver Public Leisure Services*. *Journal of the Applied Recreation Research*, 23(4), 339-366.

IFAD (1999), *Good Governance: An Overview*, Document #35370, Sixty-Seventh Session, Sep 1999.



Jatamane T., Bussabong C., (2013), Factors Affecting the Achievement of Good Governance in HRM: The Empirical Study of Local Governments in Southern Part of Thailand, *International Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 4, No. 7, July 2013.

Johnston M., (2003), *Good Governance: Rule of Law, Transparency and Accountability*, Department of Political Sciences, Colgate University Publication, 2003.

Kerimoglu E., Ciraci H. (2008), *Sustainable Tourism Development and a Governance Model for Frig Valley*, Istanbul Technical University, Journal of ITU A|Z, Vol. 5, No. 2, P. 22-43, 2008.

Laudon K.C., Traver C.G (2014), *E-Commerce 2014: Business, Technology, Socirty*, Tenth Edition, Pearson Publication

Marcus J. Kurts and Andrew Schrank (2007), Growth and Governance: Models, Measures, and Mechanisms, *Journal of Politics*, ISSN: 0022-3816, Vol. 69, No. 2, P. 538-554, May 2007.

Mayers, J. (2005) *stakeholders power analysis*, International Institute Environment and Development, London.

Mclaughlin, B. (1973), *Control and Urban Planning*, London: Faber and Faber. 1973.

Mehta (1998), *Urban Governance: Lessons from Best Practices in Asia*. Occasional Paper, No. 40.

Michael R. (2011), *Principles of Good Governance at Different Water Governance Levels*, Paper Presented in Delft, Netherlands, March 22th, 2011.

Nielsen C. (2010) Stakeholder Analysis, *Proceedings of the 7th International Conference on Intellectual Capital, knowledge Management and Organisational Learning*, ISBN: 1906638853

O'Reilly E., (2009), *Guide to Principles of Good Governance*, Publication of British and Irish Ombudsman Association, Oct 2009.

Osborne, D. and Gaebler, T (1992), *Reinvestigating Government*, Addison-Wesley Publication. Co, 1992

Paul F. J. Eagles (2008), Investigating Governance Within The Management Models Used in Park Tourism, *Proceeding of the Conference of Tourism and Travel Research Association*, Canada, 2008.

R. A. W. Rhodes (1996), *Political Studies*, Volume 44, Issue 4, p. 652-667, September 1996.

Rashel M. Gisselquist (2012), *Good Governance as a Concept, and Why This Matters for Development Policy*, UNU-Wider Publication, ISBN: 978-92-9230-493-5, No. 2012/30.

Srinivas, H. (1996), *Urban Environmental Governance*, www.soc.titech.ac.jp

UN (2007), *Good Governance Practices for the Protection of Human Rights*, Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, 2007.

UNDP (1999), *Reinventing Global Governance for Humanity and Equity*, Chapter five, Oxford University Press Publication, 1999.

UNEP (2014), *Integrated Governance: A New Model of Governance for Sustainability*, UNEP Report, June 2014.

UNESCAP. (2001). *What is Good Governance?* Retrieved from unescap:<http://www.unescap.org/pdd/prs/ProjectActivities/Ongoing/gg/governance.asp>.

UNTWO (2013), *Governance for the Tourism Sector and Its Measurement*, Issue Paper Series, Oct 2013.

World Bank (2010), *A Corporate Governance Model: Building Responsible Boards and Sustainable Businesses*, Global Corporate Governance Forum Publication, 2010.

Clift, S. (2003) *E-Governance to E-Democracy*, Progress in Australia and New Zealand toward Information Age Democracy <http://www.publicus.net/articles/edempublikenetwork.html>

Riley, T.B. (2003), *E-government vs. E-governance: Examining the Difference in a Changing Public Sector Climate*, The Commonwealth Secretariat and Government Telecommunications and Information Services, Public Works and Government Services, Canada.

Palvia S.C., Sharma S. (2007), *E-government and E-governance: Definitions/Domain Framework and Status Around the World*, Journal of E-Government, Computer Society of India, 2007.

English Tourism Council (2002), *E-Tourism in England: A Strategy for Modernising English Tourism Through E-Business*, Published by the English Tourism Council, 2002