



Original Research Paper

Identifying and Explaining the Dimensions of Stakeholders' Participation in the Formation of Sustainable Tourism Policies (Case Study: Tehran)

*Seyed Mostafa Taghavi*¹, *Karamollah Daneshfard*^{2*}, *Naser Mirsepassi*², *Nazanin Palevari*³

¹Department of Public Administration, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

²Department of Public Administration, Management and Economics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

³Department of Industrial Management, Management and Accounting, Yadgar Imam Khomeini Branch, Islamic Azad University, Shahre Ray, Iran

Key Words

Policy formation
Stakeholder participation
Sustainable tourism
Tehran city
Theme analysis

Abstract

Introduction: Today, tourism is one of the most profitable and prosperous business fields, which unfortunately has not achieved significant success in Iran in recent years. In this regard, the participation of various stakeholders in the long-term growth and development of the tourism industry is very important and vital, and the lack of effective role-playing of the stakeholders prevents the use of capacities and capabilities. Therefore, in this research, an attempt was made to identify and explain the dimensions of stakeholders' participation in the formation of sustainable tourism policies.

Materials & Methods: The current research is developmental-applicative in terms of purpose and is among mixed research. In the qualitative phase of the research, semi-structured interviews with experts and theme analysis techniques were used. The participants in this stage were 21 experts who were selected purposefully. Also, in the quantitative stage, in order to test the validity of the findings of the qualitative stage, confirmatory factor analysis method was used. For this purpose, 186 managers and experts in the field of tourism in Tehran municipality were asked for their opinions with a researcher-made questionnaire. The method of calculating the sample size was Cochran's formula and simple random

Results: The findings of the research showed that for the participation of stakeholders in the field of shaping sustainable tourism policies, five dimensions of recognition, attraction, foundation, support and guidance and nine components were identified. Also, the results of the quantitative section showed that the identified dimensions and components are confirmed.

Conclusion: Stakeholders' participation in shaping sustainable tourism policies has multiple dimensions, as a result of which valuable results are obtained.

* Corresponding Author's email: daneshfard@srbiau.ac.ir

Received: 31 January 2023; Reviewed: 6 March 2023; Revised: 10 May 2023; Accepted: 14 June 2023

(DOI): 10.70102/AEJ.2025.16.3.16

مقاله پژوهشی

شناسایی و تبیین ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار (مورد مطالعه: شهر تهران)

سیدمصطفی تقوی^۱، کرم‌الله دانش‌فرد^{۲*}، ناصر میرسیاسی^۲، نازنین پیله‌وری^۳

^۱ دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۳ گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، واحد یادگار امام خمینی (ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر ری، ایران

چکیده

کلمات کلیدی

مقدمه: امروزه، گردشگری یکی از پردرآمدترین و پررونق‌ترین زمینه‌های کسب و کار می‌باشد که متأسفانه در ایران در سالیان اخیر موفقیت قابل توجهی در این حوزه حاصل نشده است. در این راستا، مشارکت ذی‌نفعان مختلف در رشد و توسعه بلندمدت صنعت گردشگری بسیار مهم و حیاتی است و عدم نقش‌آفرینی مؤثر ذی‌نفعان مانع استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های می‌شود. از این رو، در این تحقیق تلاش شد ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار شناسایی و تبیین گردد.

شکل‌گیری خط‌مشی
مشارکت ذی‌نفعان
گردشگری پایدار
شهر تهران
تحلیل تم

مواد و روش‌ها: تحقیق حاضر از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی بوده و در زمره تحقیقات آمیخته است. در مرحله کیفی تحقیق از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل تم استفاده شد. مشارکت‌کنندگان در این مرحله ۲۱ نفر از خبرگان بودند که به شکل هدفمند انتخاب شدند. هم‌چنین، در مرحله کمی به منظور آزمون اعتبار یافته‌های مرحله کیفی، از روش تحلیل عاملی تاییدی استفاده شد. بدین منظور، از ۱۸۶ مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری در شهرداری تهران با پرسشنامه محقق ساخته نظرخواهی شد. روش محاسبه حجم نمونه فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ساده بود.

نتایج: یافته‌های تحقیق نشان داد که برای مشارکت ذی‌نفعان در زمینه شکل‌دهی به خط‌مشی‌های گردشگری پایدار، پنج بعد شناخت، جذب، بسترسازی، پشتیبانی و هدایتگری و نه مولفه شناسایی شد. هم‌چنین، نتایج بخش کمی نشان داد که ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده مورد تایید است.

بحث و نتیجه‌گیری: مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌دهی به خط‌مشی‌های گردشگری پایدار دارای ابعاد چندگانه است که تحقق آن می‌تواند نتایج ارزشمندی به همراه داشته است.

* پست الکترونیکی نویسنده مسئول: daneshfard@srbiau.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۱ بهمن ۱۴۰۱؛ تاریخ داوری: ۱۵ اسفند ۱۴۰۱؛ تاریخ اصلاح: ۲۰ اردیبهشت ۱۴۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۲۴ خرداد ۱۴۰۲

(DOI): 10.70102/AEJ.2025.16.3.16

مقدمه

هم چنین، به کارگیری سیاست‌های پایداری سعی در ایجاد منافع اقتصادی و زیست‌محیطی دارد و در عین حال، اثرات منفی فیزیکی و انسانی زیست‌محیطی و آسیب به جانوران و گیاهان را متعادل می‌کند (۱۱). البته، اهمیت سیاست‌های گردشگری پایدار در طول بحران طولانی مدت کووید ۱۹ آشکار شد (۱۲). اهمیت سیاست‌های گردشگری پایدار که هدف آن متعادل کردن اثرات مثبت و منفی گردشگری است، به‌ویژه در طول بحران کووید ۱۹ مشهود شده است (۱۱). بررسی‌ها نشان می‌دهد که از اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی، مدیریت و درگیرسازی ذی‌نفعان برای تحقق اهداف سازمانی و یافتن راهکارهای مناسب برای مواجهه با چالش‌های مشترک، در حوزه‌هایی نظیر مدیریت استراتژیک، مدیریت پروژه، حسابرسی اجتماعی و حاکمیت شرکتی مورد توجه جدی قرار گرفته است (۱۳). فرآیند خط‌مشی‌گذاری و حل مسائل عمومی، تنها فعالیتی دولتی نیست (هرچند معمولاً نقش نهادهای دولتی پررنگ‌تر است)؛ به همین دلیل، روش‌های شناسایی مسأله و یافتن راه حل برای آن، نیاز به مشارکت عمومی مردم، احزاب، گروه‌ها و نظایر آن دارد (۱۴). به گفته دانشمندان، اکثر حوزه‌های فعالیت سازمان‌یافته توجه کافی به مشارکت ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری و ایجاد توازن بین منافع مختلف ندارند (۱۵). عدم توجه به مشارکت ذی‌نفعان در تدوین خط‌مشی‌های عمومی در ایران، موجب شکل‌گیری خط‌مشی‌های ناکارآمد می‌شود که در حل مسائل عمومی ناتوان است (۱۶). هم‌چنین، تصور می‌شود که تحریک مشارکت ذی‌نفعان از طریق ایجاد و توسعه روابط مبتنی بر همکاری، در راستای تقویت اجرای حکمرانی مشارکتی است (۱۵). نرخ‌های بالای مشارکت ذی‌نفعان می‌تواند حکمرانی باکیفیت ایجاد کند که روند توسعه هماهنگ را در زمینه‌زنگی اجتماعی و پایداری ارتقاء می‌دهد (۱۷). هم‌چنین، مشارکت مکانیسمی مؤثر در کاهش ریسک سیاست‌های عمومی و مقوم اثر سیاست‌های ملی در آینده و کاتالیزور تغییر اجتماعی است (۹). خط‌مشی گردشگری فعالیتی اجتماعی است و بر این نکته متمرکز است که چگونه بازیگران مختلف عرصه گردشگری مانند نهادها، سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد با یکدیگر پیوند می‌یابند (۲۱). خط‌مشی‌گذاری گردشگری به‌دلایلی مانند نبود اجماع، عدم‌تجانس و عدم‌قطعیت پیچیدگی‌های زیادی دارد (۶). اخیراً ادبیات گردشگری به نقش جامعه در کلیه ابعاد توسعه پایدار توجه بسیاری معطوف داشته و مشارکت جامعه را در امور گردشگری، به عنوان یک چالش مهم در توسعه گردشگری پایدار برشمرده است (۱۸). ذی‌نفعان گردشگری به‌عنوان اعضای یک شبکه به هم پیوسته که در آن امکاناتی برای تعامل بین هر دو یا چند مؤلفه درون سامانه وجود دارد، تعریف می‌شوند (۱۹). ذی‌نفعان گردشگری به‌مثابه کنشگران در این صنعت نقش قابل توجهی در توسعه فعالیت‌های گردشگری از طریق مشارکت در ایجاد کارآفرینی،

امروزه، گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه در جهان مطرح شده و در حال حاضر، بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنعت در حال رشد جهان شناخته شده است (۱). از دهه ۱۹۵۰، گردشگری (اقتصاد گردشگری) یکی از پویاترین صنایع در حال توسعه در اقتصاد جهانی و اقتصادهای ملی بوده که در سال ۲۰۱۹ سهم ۱۰ درصدی در تولید جهانی و سهم بیش از ۹ درصدی در بازار کار داشته است (۲). هم‌چنین، برای بنای تازه گردشگری، حضور شهروندان پا به پای مدیران و کارگزاران و سیاست‌گذاران محلی گردشگری لازم است. مطلوب‌ترین شیوه مدیریت در دنیایی که فشردگی زمان و مکان بر آن غالب است، شیوه توسعه مشارکت میان شهروندان، بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد است (۳). امروزه، توجه زیادی به پایداری معطوف شده است، زیرا نسل‌های جدید بیش‌تر نگران جامعه پایدار و مسائل زیست‌محیطی هستند. از این‌رو، رفتارهای مصرف‌کننده به‌طور فزاینده‌ای پایدار شده است (۴). هم‌چنین، توسعه پایدار به معنای برآوردن نیازهای نسل حاضر بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای برآوردن نیازهای خود است. این مفهوم شامل منابع اجتماعی، اقتصادی و طبیعی است که برای تأمین منابع معیشت در دسترس هستند (۵). از طرفی، محققان بر نیاز به تمرکز بر مسائل پایداری هم‌زمان با توسعه استراتژی‌هایی در گردشگری تأکید می‌کنند که شامل حفاظت از محیط زیست، مشارکت سهامداران و رویکردی یکپارچه است که منابع طبیعی، زیست‌محیطی و تاریخی را به هم مرتبط می‌کند (۶). با حفظ محیط زیست، حفظ منابع طبیعی، ایجاد اشتغال، ارتقای تنوع فرهنگی و شناخت ارزش‌های فرهنگی می‌توان از طریق گردشگری به رشد اقتصادی پایدار دست یافت. مفهوم پایداری گردشگری به تدریج در سطح جهانی در حال رشد است و به یک جنبه غالب در تجارت مدرن تبدیل می‌شود؛ زیرا شرکت‌ها باید خواسته‌های ذی‌نفعان در مورد مدیریت زیست‌محیطی را برآورده کنند (۶). گردشگری پایدار منجر به دستیابی به تأثیر اقتصادی مثبت بدون تأثیر منفی فعالیت‌های انسانی بر منابع طبیعی می‌شود (۷). مدیریت توسعه گردشگری پایدار باید درجه رضایت بالایی از نیازهای گردشگران را برآورده کند، تجربه قابل توجهی را برای مصرف‌کنندگان ایجاد کند، آگاهی آن‌ها را نسبت به مسائل پایداری افزایش دهد و شیوه‌های گردشگری پایدار را در بین آن‌ها ترویج کند (۸). گردشگری پایدار به‌عنوان رویکردی برای تحقق توسعه پایدار در زمینه گردشگری تلقی می‌شود (۹). مفهوم گردشگری پایدار بدون شک به مفهوم وسیع‌تری از توسعه پایدار اشاره دارد که در کلی‌ترین مفهوم بر نیاز به مدیریت منطقی منابع طبیعی، اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی تأکید دارد (۱۰).

اشتغال و گسترش فرصت‌های شغلی متنوع دارند (۲۰). به عبارت دیگر، ترویج و توسعه کسب و کارهای گردشگری مستلزم مشارکت تمامی ذی‌نفعان در این صنعت است (۲۱). در پژوهش Fallahi و Raunghi، شش چالش نگرش سیاسی متخصصان، ساختار متمرکز، مأموریت و اهداف متمایز، مقاومت در مقابل اصلاحات، سلطه نخبگان و هزینه‌های بالای مشارکت به‌عنوان موانع ساختاری گردشگری اجتماع محور در ایران شناسایی شدند (۱۸). یافته‌های پژوهش Bahadri و همکاران، نیز نشان داد که ابعاد روان‌شناختی (ویژگی‌های شخصیتی، نگرش فردی افراد)، اجتماعی- فرهنگی (باورها و اعتقادات، سرمایه اجتماعی، فرهنگ‌سازی، ارزش‌ها)، اقتصادی (تسهیلات اقتصادی، تعاون اقتصادی، وضعیت اقتصادی، مشارکت در اقتصاد)، نهادی-سیاسی (قوانین و مقررات، حیطه قدرت، اراده سیاسی، دیپلماسی خارجی، تشکل نهادی)، محیطی- جغرافیایی (موقعیت مکانی، کالبد محیطی، موقعیت زمانی) و تکنولوژیک (زیرساخت فناوری) بر مشارکت ذی‌نفعان در توسعه کارآفرینی گردشگری موثر است (۲۱). براساس یافته‌های مطالعه Fallahi و همکاران مهم‌ترین موانع فرهنگی گردشگری اجتماع محور در ایران شامل ناکارآمدی رسانه‌های جمعی، فقدان حس تعلق، ظرفیت محدود فرهنگی، تفاوت در ارزش و هنجار، بی‌اعتمادی و تعاملات محدود، ابهام و بی‌علاقگی، فقدان صداقت اعضا، فقدان مهارت‌های تعاملی و قطبی شدن جامعه هستند (۱۸). Fatahi و همکاران، در پژوهشی به این نتیجه رسیدند که شش عامل آموزش، مدیریت، برنامه‌ریزی، اطلاع‌رسانی، احساس مالکیت، اجتماعی بر مشارکت گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست تاثیرگذار است (۲۲). همچنین، نتایج Zargham Borojni و Sadaqat تایید کرد که همکاری و مشارکت ذی‌نفعان یکی از عوامل تاثیرگذار بر توسعه پایدار گردشگری است (۲۳). Khosravi و همکاران نیز در پژوهشی به بررسی مقایسه‌ای ابعاد اکوتوریسم جانوری در منطقه الوند از نظر بازاریابان گردشگری و کارشناسان محیط‌زیست پرداختند. براساس یافته‌ها، ابعاد اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی ابعادی بودند که هر دو گروه در آن اختلاف نظر داشتند و تنها در بعد محیط‌زیست اکوتوریسم جانوری نظرات دو گروه یکسان بود. کارشناسان محیط‌زیست حضور متعدد گردشگران سازمان‌یافته در قالب تورهای گردشگری را برای منطقه از نظر اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی را به نفع منطقه و محیط‌زیست جانوری نمی‌دانستند. در مقابل بازاریابان گردشگری بر این باور بودند که نگه‌داشت منطقه حفاظت شده الوند نیازمند سرمایه‌گذاری‌ها و هزینه‌هایی است که اکوتوریسم جانوری می‌تواند این امر را ممکن سازد نهایتاً، نتایج پژوهش زمانی و همکاران نشان داد که بازدیدکنندگان با حفاظت از محیط‌زیست، دریافت مالیات بر ارزش افزوده از سوی دولت برای حفاظت از اکوسیستم و گونه‌های گیاهی و جانوری منطقه، مشارکت مردم

بومی و در حمایت و حفاظت از زیستگاه‌ها و احیای آن، آموزش و آگاهی زیست‌محیطی، توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع انسانی موافق هستند (۲۵). Spadaro و همکاران در پژوهش نشان دادند که عوامل موثر بر مشارکت ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی یک مقصد گردشگری پایدار و رقابتی، شامل اعتماد، مالکیت، کیفیت برنامه‌ریزی، نوآوری و پایداری مداخلات است (۲۶). یافته‌های تحقیق Reindrawati نیز نشان داد که محدودیت‌های مشارکت اجتماعی در برنامه‌ریزی گردشگری در کشورهای در حال توسعه شامل سه گروه اصلی عملیاتی، ساختاری و فرهنگی هستند. محدودیت‌های عملیاتی شامل عدم دسترسی به اطلاعات، فقدان ساختارهای تصمیم‌گیری کارآمد، فقدان بسترهای بحث و گفتگو، فقدان دانش و عدم شفافیت و پاسخگویی است. محدودیت‌های ساختاری شامل عدم دسترسی به کارشناسان برنامه‌ریزی، توسعه ضعیف جامعه، کمبود بودجه، فقدان آموزش و سیاست و حکمرانی نامناسب است. در نهایت، موانع فرهنگی شامل عدم آگاهی جامعه، بی‌اعتمادی، اختلاف قدرت، توزیع نابرابر هزینه‌ها و منافع و تضاد منافع است (۲۷). Sánchez-Oro Sánchez و همکاران در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که برای این که گردشگری پایدار باشد، ذی‌نفعان باید در فرآیند تصمیم‌گیری استراتژیک مشارکت کنند (۲۶). Wondirad و همکاران، در پژوهشی نشان دادند که مقاصد با منابع ضعیف و دورافتاده و عدم توانمندسازی و مشارکت جامعه، اکوتوریسم را تضعیف می‌کند و بقای بلندمدت اکوسیستم‌ها و خود جوامع را به خطر می‌اندازد (۲۹). نهایتاً، یافته‌های تحقیق Raišienė و همکاران نیز گویای آن است که مکانیسم‌های نهادی، رویه‌ای و مدیریتی برای ایجاد توازن در مشارکت همه گروه‌های ذینفع در فعالیت‌های دارای منافع مشترک مورد نیاز است (۱۵). یکی از مناطق گردشگرپذیر کشور در سال‌های اخیر که پذیرای شمار زیادی از گردشگران داخلی و خارجی بوده، شهر تهران می‌باشد. بنابراین، برنامه‌ریزی مناسب و علمی در صنعت گردشگری این شهر می‌تواند آن را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز گردشگری کشور ایران تبدیل کند. تاکنون بحث گردشگری در شهر تهران چندان به‌طور جدی مورد پیگیری قرار نگرفته، اما در چندسال اخیر این بحث با جدیت بیش‌تری توسط مسئولان مطرح شده است. البته، با وجود این که در شهر تهران بسیاری از فعالان حوزه گردشگری دانشگاه‌ها، آژانس‌های گردشگری، انجمن‌های تخصصی، سازمان‌های مردم‌نهاد، بخش خصوصی و ... فعالیت می‌کنند، تاکنون کم‌تر از مشارکت آن‌ها در زمینه سیاستگذاری توسعه گردشگری استفاده شده است. با توجه به این نکته که صنعت گردشگری از منابع مهم کسب درآمد ارزی است و تاکنون در شهر تهران از قابلیت‌های شگرف گردشگری، درآمدزایی شایسته‌ای ایجاد نشده است. بدون شک در نظر گرفتن همه عوامل و عناصر تعیین

شود، تحقیق کاربردی است. هم‌چنین، چون این تحقیق مبانی علمی در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری را با توجه به مشارکت ذی‌نفعان توسعه می‌دهد و ابعاد مختلف آن را تعیین می‌کند، توسعه‌ای می‌باشد. در مرحله کیفی تحقیق، از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته و تکنیک تحلیل تم براساس دیدگاه Braun و Clarke (۳۰) استفاده شد. از نگاه آن‌ها، فرآیند تحلیل تم زمانی آغاز می‌شود که تحلیلگر، الگوهای معنی و موضوعاتی که جذابیت بالقوه دارند را مدنظر قرار می‌دهد. این تحلیل شامل یک رفت و برگشت مستمر بین داده‌ها و خلاصه‌های کدگذاری شده و تحلیل داده‌هایی است که ایجاد می‌شوند (۳۰). مشارکت‌کنندگان در مرحله کیفی شامل خبرگان دانشگاهی و اجرایی در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری بودند. روش انتخاب مشارکت‌کنندگان نیز به شکل هدفمند و براساس میزان دانش و تخصص افراد بوده است. خبرگان دانشگاهی مشارکت‌کننده، شامل هفت نفر بودند که دارای تحصیلات کارشناسی و ارشد و دکترا در زمینه گردشگری بودند و هم‌چنین، در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری فعالیت پژوهشی انجام داده بودند. خبرگان اجرایی نیز، ۱۴ نفر از مدیران و خبرگان شهرداری تهران بودند که دارای حداقل ۱۰ سابقه کاری در زمینه‌های مرتبط با گردشگری بوده و حداقل مدرک کارشناسی ارشد در رشته مدیریت و رشته‌های مرتبط داشتند. مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته براساس پروتکلی که سوالاتی که با همفکری اساتید راهنما و مشاور و با توجه به خلاء تحقیقاتی موجود آماده گردید، انجام گرفت. مصاحبه‌ها در بازه زمانی ۷۰-۴۵ دقیقه‌ای و در محل کار خبرگان انجام گرفت. پروتکل مصاحبه شامل سوالات زیر است:

سوال ۱: وضعیت مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار است؟ سوال ۲: چرا مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار اهمیت دارد؟ سوال ۳: از دیدگاه شما، مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار چه مولفه‌هایی دارد؟ سوال ۴: با چه اقداماتی می‌توان مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار را ارتقاء داد؟ در مرحله کمی تحقیق، از روش تحلیل عاملی تاییدی و نرم‌افزار Smart PLS برای تایید اعتبار نتایج مرحله کیفی استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌ها در این مرحله پرسشنامه محقق ساخته بود که در آن از طیف ۵ تایی لیکرت استفاده گردید. روایی پرسشنامه توسط ۵ نفر از خبرگان به تایید رسید و پایایی آن مقدار ۰/۸۲۷ محاسبه شد که مقداری قابل قبول است. هم‌چنین، جامعه آماری در این مرحله، مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری در شهرداری تهران بودند. با توجه به حجم جامعه ۱۸۶ نفر، تعداد نمونه با روش کوکران حدود ۱۲۶ نفر محاسبه گردید. روش نمونه‌گیری نیز در این مرحله از نوع تصادفی ساده بود. مشخصات افراد نمونه در جدول ۱ ارائه گردیده است.

کننده در شکل‌گیری خط‌مشی می‌تواند به اجرای مؤثر آن کمک کند. به عبارت دیگر، مشارکت دادن تمام بازیگران اجرای حکم در شکل‌گیری آن امری ضروری و مهم می‌باشد. مبحث اساسی و مهم این پژوهش این موضوع می‌باشد که چه عواملی در الگوی مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار (مورد مطالعه شهر تهران) تاثیرگذار است. تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری حجم عظیمی از انرژی و منابع مالی و انسانی بخش گردشگری کشور را به خود اختصاص داده است، درحالی‌که خروجی این حجم از سرمایه‌گذاری بسیار ناچیز می‌باشد. پاسخگویی به این سوالات در درک مشارکت ذی‌نفعان در سیاست‌گذاری است. این درحالی است که در مبحث مشارکت ذی‌نفعان در خط‌مشی‌گذاری در نظر گرفتن عوامل اولیه کفایت نمی‌کند. با توجه به این نکته که صنعت گردشگری از منابع مهم کسب درآمد ارزی است و هم‌چنین با توجه به قابلیت‌های شگرف گردشگری ایران، درآمدزایی شایسته‌ای تاکنون نداشته است. هم‌چنین، جمع‌بندی مبانی نظری و تحقیقات پیشین گویای آن است که اگرچه اکثر تحقیقات انجام گرفته بر اهمیت مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری تاکید کرده‌اند، اما مبانی علمی و کاربردی در زمینه مشارکت ذی‌نفعان محدود است و محققان پیشین تنها به ارائه تعدادی از رهنمودها و پیشنهادات کلی اکتفا کرده‌اند. هم‌چنین، در تحقیقات پیشین الگویی عملیاتی و بومی که بتواند رهنمودهای اجرایی برای مشارکت اتربخش ذی‌نفعان در حوزه‌های مختلف گردشگری را ارائه دهد، کم‌تر دیده می‌شود. از این رو، به منظور پرکردن خلاء تحقیقاتی موجود و دانش‌افزایی در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری، هدف این تحقیق شناسایی و تبیین ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری در شهر تهران است. نوآوری این مطالعه شناسایی ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار با تمرکز بر شهر تهران می‌باشد که در تحقیقات گذشته مغفول مانده است. هم‌چنین، سوالات تحقیق عبارتند از: ابعاد و مولفه‌های مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار کدامند؟ نتیجه اعتبارسنجی مدل مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار چگونه است؟

مواد و روش‌ها

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تبیین ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی- توسعه‌ای و در زمره تحقیقات آمیخته است. با توجه به این که نتایج پژوهش می‌تواند برای ارتقای شرایط مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری در شهر تهران استفاده

این است که بازیگر عمدتاً اصلی نهادهای دولتی هستند و از ظرفیت و توانمندی فعالان بخش خصوصی و متخصصان حوزه گردشگری کم‌تر استفاده می‌شود. این یک خلاء بزرگ و ریشه‌ای است. خبره دیگری این گونه پاسخ داد: ایران کشوری با تنوع جاذبه‌ها و ظرفیت‌های گردشگری است. تعداد زیادی از افراد و نهادهادر زمینه‌های گردشگری در کشور فعالیت می‌کنند و هریک دارای پتانسیل خاصی هستند. رشد و توسعه گردشگری بدون نقش‌آفرینی موثر کلیه افراد و نهادهای ذینفع نمی‌تواند به سرمنزل مقصود برسد و باید هرگونه سیاستگذاری در این حوزه با مشارکت تمام ذی‌نفعان و با توجه خواسته‌های و انتظارات آن‌ها باشد. دو خبره دیگر این گونه به این سوال پاسخ دادند: تجارب کشورهای موفق جهان در زمینه گردشگری نشان می‌دهد که بدون بهره‌گیری از ظرفیت کلیه ذی‌نفعان نمی‌توان به توسعه گردشگری امیدوار بود. سیاست‌های تدوین شده در زمینه گردشگری عمدتاً به دلیل غالب بودن نگاه صرفاً دولتی از کیفیت لازم و قدرت اجرایی لازم برخوردار نیستند و معمولاً در مرحله اجرا با عدم استقبال از سوی ذی‌نفعان روبه‌رو می‌شود. برای بهبود شکل‌گیری خط‌مشی‌ها لازم است نگاه چندبعدی با لحاظ کردن دغدغه‌های ذی‌نفعان مختلف حاکم شود. سوال ۲: از دیدگاه شما، مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری چه مولفه‌هایی دارد؟ یکی از خبرگان در پاسخ به این سوال این گونه جواب داد: گردشگری ذی‌نفعان متعددی دارد که اهداف و منافع آن متفاوت است. یک طرف افراد و نهادهای گردشگری هستند که دغدغه آن‌ها بیشتر در زمینه اهداف شناساندن و توسعه گردشگری است. در سوی دیگر فعالان خصوصی هستند که بیش‌تر منافع مالی را دنبال می‌کنند. در طرف دیگر، نهادها و سازمان‌های محلی هستند که اگرچه منافع مالی برای آن اهمیت زیادی دارد، اما دغدغه‌های محلی را نیز دنبال دارد. ایجاد تعادل بین منافع ذی‌نفعان که گاهی در تضاد با هم است، کاری چالش برانگیز و دشوار است. دو خبره دیگر نیز این گونه پاسخ دادند: مسائل گردشگری زمانی واقع بینانه‌تر دیده می‌شود و جوانب مختلف آن بررسی می‌گردد که از نگاه ذی‌نفعان مختلف بررسی گردد و دغدغه‌ها و انتظارات هرکدام از آن‌ها در حل مسائل گنجانده شود. نمی‌توان انتظار داشت ذی‌نفعان خط‌مشی‌های تحمیلی و درموردی در تعارض با منافعشان را بپذیرند و از آن استقبال کنند. آگاهی بخشیدن و توجیه کردن ذی‌نفعان در مورد خط‌مشی‌های تدوین شده حتی اگر خواسته‌های آن‌ها را به طور کامل تامین نکند می‌تواند باعث درگیری بیش‌تر ذی‌نفعان و تضمین مشارکت آن‌ها در اجرایی شدن خط‌مشی‌ها باشد. حتی با توجیه کردن می‌توان امیدوار بود در آینده ذی‌نفعان مشارکت خود را در تدوین و اجرای خط‌مشی‌ها حفظ کنند.

جدول ۱: مشخصات افراد نمونه

جنسیت	
زن	۲۲
مرد	۱۰۴
تحصیلات	
کارشناسی	۳۲
کارشناسی ارشد	۶۸
دکتری	۲۶
سابقه کاری	
زیر ۱۰ سال	۲۹
بین ۱۰ تا ۲۰ سال	۳۹
بین ۲۰ تا ۳۰ سال	۳۸
بیش از ۳۰ سال	۲۶

نتایج

در این پژوهش، به منظور گردآوری داده‌ها برای شناسایی ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. به منظور تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل تم استفاده شد که گام‌های طی شده براساس نظر Clarke و Braun (۲۰۰۳) به صورت زیر است.

گام اول - آشنایی با داده‌ها: گام اول بررسی داده‌ها است. داده‌های این پژوهش براساس محتوای مطرح شده توسط خبرگان در مصاحبه‌های گردآوری شده است. به منظور اطمینان از این که تمام داده‌ها به شکل دقیق استخراج شده است، محتوای مصاحبه‌ها دو بار و در فاصله زمانی ۱۵ روزه بررسی شد. البته، در مواردی نیز که در مورد مطلب مطرح شده توسط خبرگان ابهام وجود داشت، برای رفع ابهام با آن‌ها تماس برقرار شد تا آن‌ها منظور خود را شفاف و صریح بیان کنند. پس از یادداشت‌برداری از محتوای مصاحبه‌ها، محقق به بررسی و بازخوانی چندباره یادداشت‌ها پرداخت و محتوای آن‌ها را به طور دقیق بررسی کرد و محتوای یادداشت‌برداری شده را با مطالب مطرح شده توسط خبرگان انطباق داد؛ این فرآیند تا زمانی ادامه داشت که محقق توانست تسلط کاملی بر محتوای مصاحبه‌ها پیدا کند و امکان استخراج داده جدیدی وجود نداشت. در این قسمت، چند نمونه پاسخ خبرگان به سوالات مطرح شده در مصاحبه‌ها ارائه شده است. سوال ۱: چرا مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری اهمیت دارد؟ یکی از خبرگان در پاسخ به این سوال این گونه جواب داد: هریک از ذی‌نفعان دارای ظرفیت و توانمندی است. عدم مشارکت هریک از ذی‌نفعان به معنی عدم بهره‌مندی از قسمتی از ظرفیت‌های موجود است. آن چه امروز می‌بینیم در زمینه گردشگری

پس از بررسی محتوای مطرح شده توسط هر خبره، برای هر مطلب مطرح شده که به یک موضوع خاص اشاره دارد، یک کد استخراج می‌کرد. در ادامه، چند نمونه متن مصاحبه و کدهای استخراج شده مشارکت‌ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری در جدول ۲ آمده است.

گام دوم- ایجاد کدهای اولیه: پس از استخراج داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و پس از تسلط کامل بر محتوای آن‌ها، محقق به شناسایی کدهای اولیه مطرح شده توسط خبرگان پرداخت. کد یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌نماید که به نظر تحلیلگر جالب و با اهمیت به نظر می‌رسد (۳۰). روش کار به این شکل بود که محقق

جدول ۲: نمونه‌ای از متن مصاحبه‌ها و کدهای شناسایی شده برای مشارکت‌ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری

کد شناسایی شده	متن مصاحبه
گردآوری مشخصات ذی‌نفعان	این که ذی‌نفعان گردشگری دقیقاً چه کسانی هستند و جایگاه و نقش آن‌ها چیست، مسأله‌ای است که آگاهی کاملی در مورد آن وجود ندارد. حتی در مورد این که چه ذی‌نفعان و در چه حدی باید در خط‌مشی‌گذاری گردشگری دخالت کنند، آگاهی محدودی وجود دارد.
تعیین توانمندی‌های ذی‌نفعان	نه تنها باید ذی‌نفعان به‌طور کامل شناخته شوند، بلکه توانمندی‌ها و ظرفیت‌های آن‌ها نیز باید تعیین گردد. مثلاً، یک فعال گردشگری با ۳۰ سال سابقه و تجربه بالا با یک فرد تازه‌کار در یک رده قرار نگیرند.
ایجاد پایگاه داده ذی‌نفعان	باید پایگاه داده‌ای ایجاد شود که تمام ذی‌نفعان گردشگری و توانمندی‌ها و قابلیت‌های آن‌ها و نیز تجارب و سوابق آن‌ها مستندسازی گردد تا بتوان درک درستی از شرایط و ظرفیت‌های موجود به‌دست آورد.
به روز رسانی اطلاعات ذی‌نفعان	خیلی از داده‌هایی که از ذی‌نفعان گردشگری وجود دارد تاریخ گذشته و مربوط به سالیان قبل است. مثلاً، کسی که ۱۰ سال پیش یک آژانس گردشگری داشته و الان فعالیت ندارد، هنوز در پایگاه داده به عنوان یک آژانس فعال شناخته می‌شود.
تحلیل قدرت و جایگاه ذی‌نفعان	فراتر از داده‌ها و اطلاعات کاری ذی‌نفعان، باید درک درستی از میزان قدرت هر ذینفع وجود داشته باشد.
تعیین ذی‌نفعان کلیدی	در سیاست‌گذاری معمولاً باید نقش پررنگ‌تری به ذی‌نفعان کلیدی داد. مثلاً، یک شرکتی که فعالیت گسترده‌ای دارد و یا یک فردی که قدرت راینی بین‌المللی زیادی دارد، باید بیش‌تر درگیر شوند و نظرات آن‌ها دیده شود.
تعیین دامنه و محدوده فعالیت ذی‌نفعان	این که همه ذی‌نفعان را در یک سطح ببینیم و بخواهیم به یک اندازه از مشارکت آن‌ها استفاده کنیم، درست نیست. باید با توجه به ظرفیت و توانمندی ذی‌نفعان و نیز زمینه فعالیت آن‌ها محدوده‌ای برای مشارکت تعیین کرد.
گسترش تعاملات رو در رو	دیده می‌شود که برخی ذی‌نفعان گردشگری نفوذ بیش‌تری در سیاست‌گذاری دارند و برخی دیگر، نفوذ کم‌تری دارند. باید زمینه ارتباطات رو در رو بین همه ذی‌نفعان فراهم شود تا همه نقش‌آفرین باشند.

جذب، بسترسازی، پشتیبانی و هدایتگری شناسایی شد. براساس یافته‌ها، مشارکت ذی‌نفعان شامل ابعاد شناسایی ذی‌نفعان، توسعه بستر مشارکت ذی‌نفعان، ارتباط موثر با ذی‌نفعان، حمایت از ذی‌نفعان، ترغیب ذی‌نفعان، تاکید بر مشارکت حداکثری ذی‌نفعان، ایجاد ساختار مشارکت ذی‌نفعان، مسأله‌شناسی از نگاه ذی‌نفعان و همراستایی بین ذی‌نفعان است. شبکه مضامین در شکل ۱ قابل ملاحظه است. پس از انجام تحلیل تم، به منظور اعتبارسنجی مدل مرحله کیفی، ۱۲۶ نفر از مدیران و خبرگان گردشگری در شهرداری تهران با ابزار پرسشنامه نظرخواهی انجام گرفت. داده‌های حاصل ابتدا برای تحلیل عاملی تاییدی ابعاد شناخته‌شده مشارکت ذی‌نفعان تجزیه و تحلیل شدند. در ابتدا به منظور انجام تحلیل عاملی تاییدی، باید اطمینان حاصل شود که نمونه‌ها کفایت لازم را دارند. برای اطمینان از کفایت نمونه‌گیری، آزمون بارتلت انجام شد و شاخص KMO محاسبه شد. نتایج بررسی کفایت نمونه‌گیری در جدول ۴ ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، شاخص KMO که بزرگ‌تر از ۰/۶ و نزدیک به عدد ۱ است و ضریب معنی‌داری آزمون بارتلت کوچک‌تر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار و مدل عاملی مناسب است.

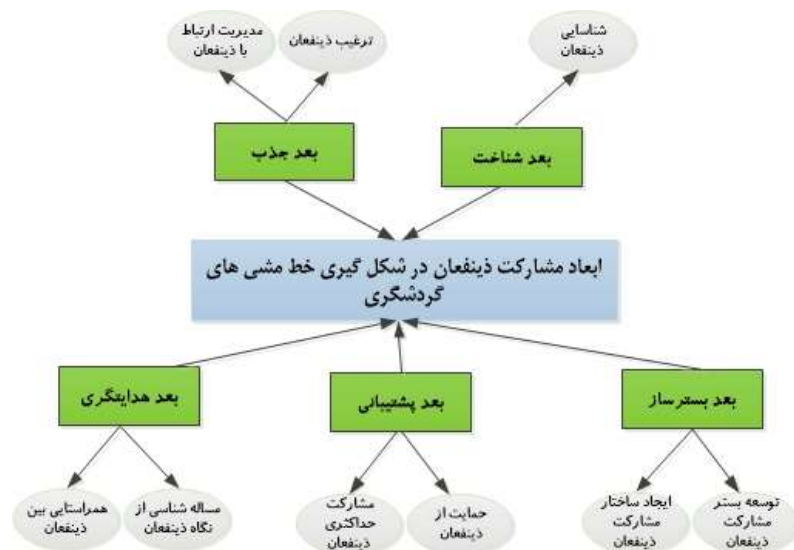
گام ۳- جستجوی تم‌ها: پس از این که کدهای اولیه شناسایی شده و با بررسی دقیق محقق و انطباق با مصاحبه‌ها نهایی شدند (مضامین پایه)، در مرحله بعد، کدهایی که از نظر محتوا با هم یکسان بوده و با هم اشتراک داشتند، توسط محقق ادغام شدند و مضامین سازمان‌دهنده را شکل دادند. در ادامه نیز، مولفه‌هایی که از نظر محتوایی دارای اشتراک بودند، با هم ادغام شده و مضامین فراگیر را ایجاد کردند.

گام ۴- بازبینی تم‌ها: در این گام، پس از این که تم‌ها شناسایی شدند و نقشه آن‌ها ترسیم شد، نقشه تم‌ها بررسی گردید که نشان داد دارای ساختاری قابل قبول و مطلوب است.

گام ۵- تعریف و نام‌گذاری تم‌ها: پس از این که دسته‌بندی تم‌ها نهایی گردید، نسبت به نام‌گذاری آن‌ها اقدام شد. پس از شناسایی کدهای اولیه، کدهایی که از نظر مفهومی با هم اشتراک داشتند ادغام شدند و مضامین پایه و سازمان‌دهنده شناسایی شدند. نتایج تحلیل تم مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری در جدول ۳ قابل مشاهده است. براساس یافته‌های تحقیق، ابعاد مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری شامل ابعاد شناخت،

جدول ۳: نتایج تحلیل تم مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
	بعد شناخت	شناسایی ذی‌نفعان	گردآوری مشخصات ذی‌نفعان، تعیین توانمندی‌های ذی‌نفعان، ایجاد پایگاه داده ذی‌نفعان، به روز رسانی اطلاعات ذی‌نفعان، تحلیل قدرت و جایگاه ذی‌نفعان، تعیین ذی‌نفعان کلید و تعیین دامنه و محدوده فعالیت ذی‌نفعان
	بعد جذب	ارتباط موثر با ذی‌نفعان	نظرخواهی و مشورت با ذی‌نفعان، تاکید بر خردگرایی جمعی، اطلاع رسانی مستمر به ذی‌نفعان، رسیدگی به خواسته‌ها و انتظارات ذی‌نفعان، رسیدگی به شکایات ذی‌نفعان و پاسخگویی به ذی‌نفعان
	بعد بسترسازی	توسعه بستر مشارکت ذی‌نفعان	همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد، استفاده حداکثری از ظرفیت بخش خصوصی، مشارکت دادن نخبگان، بهره‌گیری از ظرفیت ذی‌نفعان محلی، زمینه‌سازی مشارکت شهروندان، میدان دادن به شرکت‌های دانش بنیان و فن‌اور و مشارکت دادن کلیه نهادها و سازمان‌های درگیر
مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری	بعد بسترسازی	ایجاد ساختار مشارکت ذی‌نفعان	گسترش تعاملات رو در رو، ایجاد اتاق‌های فکر، ایجاد بستر الکترونیک برای تعاملات، برگزاری سمینارها و جلسات دوره‌ای، ایجاد کانال‌های رسمی ارتباط با ذی‌نفعان، بهره‌گیری از ظرفیت کانال‌های غیررسمی و توسعه ارتباطات الکترونیک با ذی‌نفعان (از جمله شبکه‌های اجتماعی)
	بعد پشتیبانی	حمایت از ذی‌نفعان	تعریف ضوابط و قواعد مشارکت ذی‌نفعان، تعریف مکانیزم‌های مشارکت ذی‌نفعان، رفع موانع بوروکراتیک مشارکت ذی‌نفعان، تعریف زمینه‌های مشارکت برای هریک از ذی‌نفعان و شفاف سازی فرآیندهای مشارکت ذی‌نفعان
	بعد هدایتگری	همراستایی بین ذی‌نفعان	پشتیبانی قانونی از ذی‌نفعان، حراست از منافع ذی‌نفعان، رفع موانع مشارکت ذی‌نفعان، تسهیل قوانین برای مشارکت ذی‌نفعان، دانش‌افزایی ذی‌نفعان و آموزش و توسعه ذی‌نفعان
	بعد هدایتگری	مسئله شناسی از نگاه ذی‌نفعان	ارائه مشوق برای مشارکت ذی‌نفعان، پرهیز از رفتارهای نمایشی در مشارکت دادن ذی‌نفعان، توجه و پیگیری جدی مطالبات ذی‌نفعان، عمل‌گرایی در رابطه با دغدغه‌های ذی‌نفعان، احترام به ذی‌نفعان، ارتقای اعتماد با ذی‌نفعان و توجیه و متقاعد کردن ذی‌نفعان
	بعد هدایتگری	مسئله شناسی از نگاه ذی‌نفعان	شناسایی و تاکید بر منافع مشترک ذی‌نفعان، مدیریت تعارضات ذی‌نفعان، تعریف اهداف و چشم‌انداز مشترک برای ذی‌نفعان، هم‌افزایی بین ذی‌نفعان، اعتمادسازی بین ذی‌نفعان و تقویت همدلی و انسجام بین ذی‌نفعان
	بعد هدایتگری	مسئله شناسی از نگاه ذی‌نفعان	بررسی عوارض و آثار مساله برای هریک از ذی‌نفعان، بررسی جوانب مساله از نگاه ذی‌نفعان، شناسایی دغدغه‌های ذی‌نفعان در مورد مسائل، مساله‌یابی از طریق ذی‌نفعان، تاکید بر شواهد در مورد مسائل ذی‌نفعان و تاکید بر توافق حداکثری ذی‌نفعان در شناخت مسائل



شکل ۱: شبکه مضامین مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری

مقادیر همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر باشد. Larcker و Fornell (۳۱) این طور بیان کردند که روایی واگرا وقتی قابل قبول است که AVE برای هر سازه بیش تر از واریانس اشتراکی بین آن سازه و سازه‌های دیگر (مربع مقدار ضرایب همبستگی بین سازه‌ها) در مدل است. جدول ۷، ماتریس سنجش روایی تشخیصی را ارائه داده است.

جدول ۷: ماتریس سنجش روایی تشخیصی

ابعاد	شناخت	جذب	بسترسازی	پشتیبانی	هدایتگری
شناخت	۰/۸۲۲				
جذب	۰/۳۱۷	۰/۷۸۱			
بسترسازی	۰/۳۹۷	۰/۳۱۲	۰/۷۶۹		
پشتیبانی	۰/۲۶۸	۰/۳۱۵	۰/۲۸۶	۰/۷۸۷	
هدایتگری	۰/۱۹۸	۰/۲۲۳	۰/۲۷۴	۰/۲۰۸	۰/۸۱۹

همان گونه که در جدول فوق قابل مشاهده است، در مورد روایی تشخیصی، نتایج نشان داد که مربع ضرایب همبستگی محاسبه شده بین متغیرهای مکنون به صورت دو به دو، کم تر از مقدار میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای تک تک متغیرهای مکنون می باشد. بنابراین، ابزار تحقیق از اعتبار تشخیصی مناسبی برخوردار است و هر دسته از مولفه‌های مربوط به متغیرهای مکنون مختلف (ابعاد مشارکت ذی‌نفعان)، به طور مستقل موضوع متفاوتی را اندازه‌گیری می کند. نهایتاً، فرضیه‌های مربوط به مدل تحلیل عاملی آزمون شد. ابتدایی ترین معیار برای سنجش رابطه بین سازه‌ها در تحلیل عاملی تاییدی، اعداد معنی داری t می باشد. اگر مقدار آماره t خارج از بازه (۱/۹۶- تا ۱/۹۶+) قرار گرفت، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد و اگر مقدار محاسبه شده آماره t داخل این بازه قرار گیرد، در نتیجه ضریب مسیر برآورد شده معنی دار نیست و فرضیه مربوط به آن رد می گردد. در شکل ۲ مقدار محاسبه شده t برای همه متغیرها بیش تر از مقدار ۱/۹۶ شده است. از این رو، رابطه بین متغیرها و متغیر مورد نظر معنی دار است و بنابراین این متغیرها تبیین کننده مناسبی برای متغیر مورد نظر هستند. هم چنین، در شرایط تخمین استاندارد بارهای عاملی، هر چه مقدار بار عاملی بزرگ تر و به عدد یک نزدیک تر باشد، به این معنی است که متغیر مشاهده شده بهتر می تواند متغیر مکنون یا پنهان را تبیین کند. اگر بار عاملی کم تر از مقدار ۰/۴ است، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و کنار گذاشته می شود. همان طور که در شکل ۳ نشان داده شده است، بار عاملی همه سوالات بالاتر از ۰/۵ است؛ بنابراین، این شاخص‌ها تبیین کننده مناسبی برای متغیر مورد نظر است. برای برازش مدل تحقیق، هفت شاخص برازش مدل برای متغیرهای مکنون محاسبه شده که در جدول ۸ ارائه شده است. همان طور که در جدول ۸ ملاحظه می شود، شاخص‌ها قابل قبول است.

جدول ۴: آزمون بار تلت و شاخص KMO

آزمون KMO		۰/۸۵۱
مقدار χ^2	۸۹۵/۱۵۰	
درجه آزادی	۲۵	
سطح معنی داری (Sig)	۰/۰۰۰	

بعد از تایید کفایت حجم نمونه، شرایط روایی و پایایی باید بررسی شود. به منظور بررسی پایایی، مقدار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه گردید که مقادیر محاسبه شده برای سازه‌های مکنون مدل در جدول ۵ قابل مشاهده است. مقادیر پایایی در صورتی که بالاتر از ۰/۷ باشد، قابل قبول است. همان گونه که در جدول ۵ قابل مشاهده است، تمام سازه‌های مدل از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مناسبی برخوردار هستند.

جدول ۵: مقادیر آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی

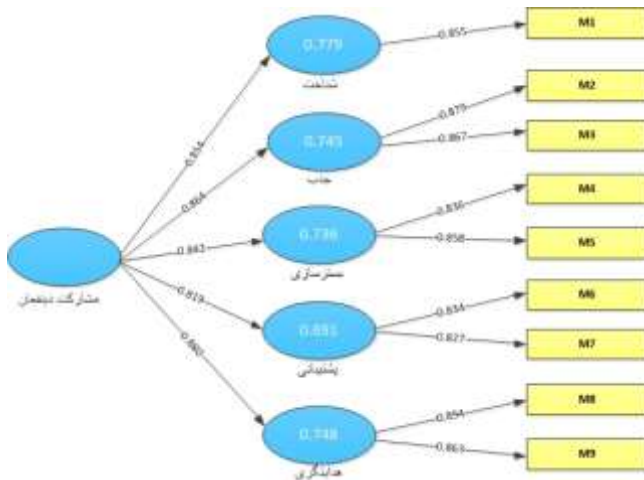
پایایی	شناخت	جذب	بسترسازی	پشتیبانی	هدایتگری
آلفای کرونباخ	۰/۸۶	۰/۸۴	۰/۸۰	۰/۸۶	۰/۸۳
پایایی ترکیبی	۰/۸۸	۰/۸۷	۰/۸۳	۰/۸۷	۰/۸۵

هم چنین، مقادیر مربوط به روایی در دو قسمت روایی همگرا و واگرا (تشخیصی) محاسبه شد. معیار AVE یکی از شاخص‌های روایی همگرا محسوب می شود که نشان دهنده میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده بین هر سازه با شاخص‌های خود می باشد. به بیان ساده تر، AVE مقدار همبستگی یک سازه با شاخص‌های آن را نشان می دهد که هر چه مقدار این همبستگی بالاتر باشد، برازش نیز بیش تر خواهد بود. Fornell و Larcker (۳۱) معیار AVE را برای برآورد روایی همگرا ارائه دادند و بیان کردند که مقدار AVE بالاتر از مقدار ۰/۵ بیانگر روایی همگرای قابل قبول می باشد. همان طور که در جدول ۶ قابل مشاهده است، مقدار AVE برای تمام سازه‌های مدل از مقدار ۰/۵ بالاتر است و روایی همگرای سازه‌های مدل مناسب است.

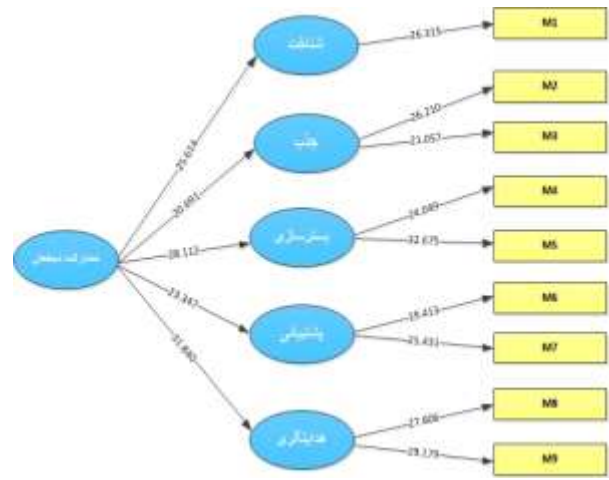
جدول ۶: مقادیر شاخص AVE

متغیرها	شاخص AVE
شناخت	۰/۷۲
جذب	۰/۷۰
بسترسازی	۰/۶۹
پشتیبانی	۰/۶۳
هدایتگری	۰/۷۴

روایی تشخیصی نیز، نشان دهنده وجود همبستگی جزئی بین شاخص‌های یک سازه و شاخص سازه‌های دیگر است. بدین منظور، ریشه دوم مقادیر واریانس شرح داده شده هر سازه، باید بزرگ تر از



شکل ۳: مدل اندازه‌گیری برازش شده مشارکت ذینفعان با تحلیل عاملی تأییدی در حالت تخمین استاندارد



شکل ۴: مدل اندازه‌گیری برازش شده مشارکت ذینفعان با تحلیل عاملی تأییدی در حالت معنی‌داری

جدول ۸: شاخص‌های برازش مدل

مقدار مناسب	هدایتگری	پشتیبانی	بسترسازی	جذب	شناخت	
کم‌تر از ۵	۲/۶۹	۳/۵۸	۴/۱۹	۲/۹۸	۳/۸۲	χ^2/df
کم‌تر از ۰/۰۸	۰/۰۷	۰/۰۶	۰/۰۴	۰/۲۹	۰/۰۶	میانگین مجذور خطاهای مدل (RMSEA)
نزدیک به صفر	۰/۱۶	۰/۰۶	۰/۱۶	۰/۱۰	۰/۱۲	متوسط باقی‌مانده‌ها
نزدیک به یک	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۹۰	۰/۸۵	۰/۸۷	ارزیابی مقدار نسبی واریانس و کوواریانس (GFI)
بزرگ‌تر از ۰/۹	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۴	مقادیر CFI
بزرگ‌تر از ۰/۸	۰/۹۱	۰/۸۸	۰/۸۴	۰/۸۸	۰/۸۶	مقادیر NFI
بزرگ‌تر از ۰/۹			۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۹۵	مقادیر NNFI

بحث

و همراستایی بین آنان است. در گام بعد، به منظور آزمون یافته‌های مرحله کیفی در شهرداری تهران از روش تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. بدین منظور با ابزار پرسشنامه از مدیران و کارشناسان گردشگری در شهرداری تهران نظرخواهی به عمل آمد. یافته‌ها نشان داد که ابعاد و مولفه‌های شناسایی شده موردتأیید است. نهایتاً، نتایج تحقیق نشان داد که موفقیت در جلب مشارکت ذینفعان و استفاده از ظرفیت آن‌ها نیاز به توجه به ابعاد پنج‌گانه شناسایی شده دارد. در مجموع، مشارکت ذینفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری پایدار دارای ابعاد چندگانه است که تحقق آن می‌تواند نتایج ارزشمندی به همراه داشته است. براساس یافته‌ها، نخستین بعد شناسایی شده مربوط به شناخت ذینفعان است. برای مشارکت مؤثر ذینفعان، باید در مورد آن‌ها و قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی که دارند، شناخت وجود داشته باشد تا بتوان آن‌ها را به شکلی هدفمند در سیاست‌گذاری درگیر کرد. شناخت ناکافی نه تنها باعث عدم بهره‌گیری درست از تمامی ظرفیت‌های ذینفعان شده، بلکه باعث نارضایتی و حتی تعارض بین آن‌ها می‌شود. دیگر بعد شناسایی شده مربوط به جذب ذینفعان

در این تحقیق تلاش شد ابعاد مشارکت ذینفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری در شهر تهران شناسایی گردد. در ابتدای تحقیق، مبانی نظری و تحقیقات پیشین بررسی شد و الگوی مفهومی تحقیق ایجاد شد. در گام بعد، از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته با خبرگان و تکنیک تحلیل تم استفاده شد. پس از انجام مصاحبه با خبرگان، محتوای آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت و با انجام مراحل کدگذاری، کدهای اولیه شناسایی شد. سپس با ادغام کدها، مضامین پایه و سازمان‌دهنده استخراج شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که برای مشارکت ذینفعان در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری پنج بعد شناخت، جذب، بسترسازی، پشتیبانی و هدایتگری و نه مولفه شناسایی شد. هم‌چنین، مولفه‌های شناسایی شده شامل شناسایی ذینفعان، مدیریت ارتباط با ذینفعان، ترغیب ذینفعان، توسعه بستر مشارکت ذینفعان، ایجاد ساختار مشارکت ذینفعان، حمایت مؤثر با ذینفعان، مشارکت حداکثری ذینفعان، مساله‌شناسی از نگاه ذینفعان

ابعاد و مولفه‌های مشارکت ذی‌نفعان، در جهت ارتقای دانش علمی موجود در زمینه شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری اقدام کند. براساس نتایج به‌منظور توسعه گردشگری پایدار و بهبود خط‌مشی‌گذاری در این حوزه، بهره‌گیری از مشارکت موثر ذی‌نفعان می‌تواند اثربخش باشد. هم‌چنین، نتایج تحقیق نشان داد که مشارکت ذی‌نفعان به عنوان یکی از حلقه‌های مقفوده شکل‌دهی به خط‌مشی‌ها در گردشگری پایدار، پدیده‌ای چندبعدی و پیچیده است که البته تحقق آن نیازمند توجه به تمامی جوانب موجود و تلاش در جهت اجرای مطلوب آن‌ها است. در مجموع، در این تحقیق عدم مشارکت موثر ذی‌نفعان و محدود شدن خط‌مشی‌گذاری در زمینه گردشگری به‌عنوان یکی از معضلات صنعت گردشگری شناسایی شد که برای غلبه بر آن رویکردی علمی و نظام‌مند در این تحقیق ارائه گردید. یافته‌های تحقیق حاضر دارای ظرفیت عملیاتی شدن به دلیل نگاه کاربردی در زمینه مشارکت ذی‌نفعان است که تحقیقات پیشین فاقد این نگاه عملیاتی و کاربردی بودند و تنها به ارائه مجموعه‌ای از رهنمودها و قواعد کلی اکتفا می‌کردند. در مجموع، تحقیق حاضر در مقایسه با تحقیقات پیشین جامع‌تر و عمیق‌تر بوده و یکی از حوزه‌های مغفول مانده در خط‌مشی‌گذاری یعنی مشارکت ذی‌نفعان را مدنظر قرار داده و منجر به دانش‌افزایی در این زمینه شده است. در تحقیقات آتی پیشنهاد می‌گردد الگوی مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌دهی به خط‌مشی‌ها در سایر حوزه‌ها مانند بخش سلامت، نظام مالیاتی و ایجاد گردد. هم‌چنین، پیشنهاد می‌گردد محققان آتی به بحث مشارکت ذی‌نفعان در سایر مراحل خط‌مشی‌گذاری از جمله اجرای خط‌مشی‌های گردشگری بپردازند. محدودیت مهم پژوهش حاضر این است که نتایج تحقیق محدود به شهر تهران است و قابل تعمیم به سازمان‌های دیگر نیست. هم‌چنین، دیگر محدود این است که ذی‌نفعان فقط خبرگان دانشگاهی و اجرایی نیستند و افراد و گروه‌های دیگری از جمله دریافت‌کنندگان خدمات گردشگری نیز می‌توانند به‌عنوان ذی‌نفعان پژوهش معرفی شوند. نهایتاً، تحقیق حاضر ضمن دانش‌افزایی در زمینه مشارکت ذی‌نفعان، دیدگاه بومی و کاربردی در این زمینه ارائه داده است و نتایج تحقیق می‌تواند توسط اساتید، دانشجویان، پژوهشگران، مدیران و ... مورد استفاده قرار گیرد. نهایتاً، پیشنهادات کاربردی تحقیق به شرح زیر است: پیشنهاد می‌گردد بستر رسمی و غیررسمی لازم برای مشارکت ذی‌نفعان فراهم شود و سعی شود تا حد امکان تعامل دوسویه و مستمر باشد. هر اقدامی که بتواند ذی‌نفعان را در خط‌مشی‌گذاری بیش‌تر درگیر کند، می‌تواند زمینه را برای بهبود خط‌مشی‌گذاری گردشگری فراهم کند. پیشنهاد می‌گردد ذی‌نفعان گردشگری شناسایی شده و بانک اطلاعاتی جامع از آن‌ها تهیه گردد. هم‌چنین، بانک اطلاعاتی ذی‌نفعان به‌طور دوره‌ای به‌روز رسانی شود. پیشنهاد می‌گردد بستر قانونی

است. برای این بعد دو مولفه ترغیب ذی‌نفعان و مدیریت ارتباط با ذی‌نفعان شناسایی شد. علاوه بر شناخت کامل، باید ارتباط مؤثر و مستمر با ذی‌نفعان گردشگری ایجاد شود و از کانال‌های رسمی و مجازی برای ارتباط هرچه بیشتر تر ذی‌نفعان استفاده شود و آن‌ها ترغیب شوند تا حد امکان منابع و ظرفیت‌های خود را در سیاست‌گذاری و اجرای سیاست‌های گردشگری به کار گیرند. بعد سوم مربوط به بسترسازی مشارکت ذی‌نفعان است که شامل دو مولفه توسعه بستر و ایجاد ساختار مشارکت ذی‌نفعان است. ایجاد بستر و نیز ساختار مشارکت ذی‌نفعان اقدام دیگری است که باید مورد توجه قرار گیرد. این‌که ذی‌نفعان را شناسایی کنیم و آن‌ها را ترغیب کنیم، ولی زمینه مشارکت آن‌ها را فراهم نکنیم، نه تنها باعث سرخوردگی آن‌ها می‌شود، بلکه مانعی بر سر راه اقدامات آینده نیز هست. بعد چهارم مربوط به پشتیبانی از ذی‌نفعان است. این بعد شامل دو مولفه حمایت از ذی‌نفعان و مشارکت حداکثری آن‌ها است. ذی‌نفعان مختلف باید در مراحل مختلف مورد حمایت قرار گیرند و شرایط مشارکت آن‌ها فراهم گردد. هم‌چنین، باید تلاش شود تا حدممکن سعی بر مشارکت حداکثری ذی‌نفعان باشد تا در مراحل اجرا و پیاده‌سازی خط‌مشی‌ها نسبت به آن‌ها تعهد بیش‌تری وجود داشته باشد. نهایتاً، بعد پنجم مربوط به هدایت‌گری ذی‌نفعان است. برای این بعد دو مولفه مساله‌شناسی از نگاه ذی‌نفعان و همراستایی بین ذی‌نفعان شناسایی شد. همراستا کردن منافع ذی‌نفعان و تأکید بر منافع و نقاط مشترک باعث می‌شود این همبستگی و همگرایی بیش‌تر باشد. البته، نکته مهم در اینجا تأمین منافع ذی‌نفعان و تأکید بر منافع جمعی به‌جای منافع فردی است. هم‌چنین، باید مسائل و مشکلات گردشگری و نیز سیاست‌ها از نگاه ذی‌نفعان و براساس دغدغه‌های آنان تعیین شود. متأسفانه در کشور بیش‌تر در سیاست‌گذاری نگاه از بالا به پایین حاکم است و اغلب سیاست‌ها براساس نظرات مدیران دولتی اتخاذ می‌شود و برای اجرا به ذی‌نفعان ابلاغ می‌شود و ذی‌نفعان کم‌تر دخالتی در این زمینه دارند. قطعاً، یکی از دلایل ضعف گردشگری در ایران نگاه دولتی و فقدان مشارکت مؤثر ذی‌نفعان است. در تحقیقات پیشین از جمله Spadaro و همکاران (۲۶)، Reindrawati (۲۷)، Sánchez-Oro Sánchez و همکاران (۲۸)، Raišienė و همکاران (۱۵)، Bahadri و همکاران (۲۱)، Fallahi و Raunghi (۱۸) و Sadaqat و Borojni (۲۳)، اگرچه بر اهمیت مشارکت ذی‌نفعان در خط‌مشی‌گذاری تأکید شده و حتی رهنمودهایی در این زمینه بیان شده، اما تحقیق حاضر توانسته دیدگاهی جامع و کاربردی از ابعاد مشارکت ذی‌نفعان متناسب با شرایط بومی موجود در شهر تهران ارائه دهد. نتایج تحقیق حاضر ضمن این‌که با اکثر تحقیقات گذشته همراستا است، اما فراتر از تحقیقات گذشته توانسته ضمن شناسایی

11. **Schönherr, S., Peters, M. and Kuščer, K., 2023.** Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures. *Journal of Destination Marketing & Management*. 27: 100762.
12. **Kuščer, K., Eichelberger, S. and Peters, M., 2023.** Tourism organizations' responses to the COVID-19 pandemic: An investigation of the lockdown period. *Current Issues in Tourism*. 25(2): 247-260.
13. **Goldar, Z., Amiri, M., Qolipour Sote, R. and Moazzami, M., 2016.** Designing a conceptual framework for stakeholder involvement in public policy. *Audit Knowledge*. 17(66): 81-105. (In Persian)
14. **Abbasi, H. and Daneshfard, K., 2021.** Model of citizens' participation in the first stage of public policy (identification of public issues). *Interdisciplinary Studies of Strategic Knowledge*. 11(42): 247-270. (In Persian)
15. **Raišienė, A.G., Podvezko, A. and Bilan, Y., 2018.** Feasibility of stakeholder participation in organizations of common interest for agricultural policy making. *Polish Journal of Management Studies*. 18(1): 277-295.
16. **Sheikh Baglo, Z., Timuranjad, K., Giorian, H. and Abbaszadeh, S., 2019.** Presenting the model of stakeholders' participation in public policy making in the Food and Drug Organization of the Ministry of Health, Treatment and Medical Education. *Culture and Health Promotion*. 4(4): 488-498. (In Persian)
17. **Vitalisova, K., Svidronova, M.M. and Muthova, N.J., 2021.** Stakeholder participation in local governance as a key to local strategic development. *Cities*. 118: 103363.
18. **Fallahi, A. and Raunghi, M., 2022.** Identifying and ranking the mutual influence of structural barriers of community-oriented tourism in Iran. *Geography and Environmental Sustainability*. 12(2): 1-15. (In Persian)
19. **Lee, T. and Hsieh, H., 2016.** Indicators of sustainable tourism: A case study from Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*. 67: 779-787.
20. **Tsephe, N.P. and Obono, S.E., 2013.** A theoretical framework for rural tourism motivation factors. *International Journal of Economics and Management Engineering*. 7(1): 273-278.
21. **Bahadri, R., Qaderi, I., Karroubi, M. and Hosseini, A., 2022.** Identifying the dimensions and components of stakeholders' participation in the development of tourism entrepreneurship. *International Business Administration*. 5(2): 285-304. (In Persian)
22. **Fatahi, N., Ebrahimi Jamnani, L. and Zulfali Porfar, F., 2021.** Investigating and analyzing the causes of participation of citizens and tourists in environmental protection (case study: Mahmoud Abad city). *Karafan*. 18(2): 111-132. (In Persian)
23. **Zargham Borojni, H. and Sadaqat, M., 2022.** The paradigmatic model of sustainable development of tourism (based on extrapolating the foundation's data from the Supreme Leader's statements). *Islamic Revolution Cultural Guard*. 7(16): 167-208. (In Persian)
24. **Zamani, N., Hatami, J., Shobeiri, M. and Kaboodvandpour, S., 2022.** Estimating the value of ecotourism and the status of education, environmental and socio-economic factors affecting it. *Journal of Animal Environment*. 14(3): 329-336. (In Persian)
25. **Khosravi, A., Fathi, M.R. and Karimi Zarchi, M., 2021.** A comparative study of dimensions of animal ecotourism from the perspective of tourism marketers and environmental experts (case of Alvand Khomein

لازم برای مشارکت ذی‌نفعان در خط‌مشی‌گذاری ایجاد شود و حتی برای آنان در کنار حق اظهارنظر و بیان دیدگاه‌ها، حق رأی نیز ایجاد شود تا انگیزه و انرژی بالاتری برای مشارکت داشته باشند. پیشنهاد می‌گردد برنامه‌ای بلندمدت برای توسعه گردشگری با محوریت مشارکت ذی‌نفعان ایجاد شود و نحوه نقش آفرینی هریک از ذی‌نفعان تعیین شود. البته، تدوین این سند نیز با مشارکت کلیه ذی‌نفعان انجام پذیرد. پیشنهاد می‌گردد ذی‌نفعان گردشگری با اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویجی هم از نظر دانش و هم از نظر مهارت‌های لازم برای نقش آفرینی موثر در فرآیند خط‌مشی‌گذاری توانمند شوند. پیشنهاد می‌گردد از مدیرانی که تجارب موثقی در زمینه تعامل و ارتباط موثر با ذی‌نفعان دارند و نیز به دموکراسی در سیاست‌گذاری باور دارند در زمینه گردشگری استفاده شود تا بتوانند در جهت جلب مشارکت حداکثری ذی‌نفعان اقدام کنند. پیشنهاد می‌گردد از ظرفیت شرکت‌های دانش بنیان و نخبگان و هم‌چنین اساتید دانشگاهی برای ارتقای نگاه علمی در زمینه خط‌مشی‌گذاری گردشگری استفاده شود.

منابع

1. **Shibaninia, K., Abdullahi, S. and Mohammadzadeh, M., 2021.** An overview of tourism and its effects; a step towards sustainable development. *Human and Environment*. 58: 199-211. (In Persian)
2. **Panasjuk, A. and Ewa, W., 2021.** Social aspects of tourism policy in the European Union: The example of Poland and Slovakia. *Economies*. 9: 16.
3. **Javanmardi, N., Izadi, J. and Jalali, R., 2017.** Planning and policy development of the tourism industry based on the role of the pillars of efficient local government in Iran. *Tourism Research and Sustainable Development*. 1(3): 85-110. (In Persian)
4. **Newsome, D., 2020.** The collapse of tourism and its impact on wildlife tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*. 7: 295-302.
5. **Dubois, L.E. and Dimanche, F., 2021.** The futures of entertainment dependent cities in a post-COVID world. *Journal of Tourism Futures*. 7: 364-376.
6. **Palazzo, M., Gigauri, I., Panait, M.C., Apostu, S.A. and Siano, A., 2022.** Sustainable tourism issues in European countries during the global pandemic crisis. *Sustainability*. 14: 3844.
7. **Brezoi, A.G., 2020.** Ethics and corporate social responsibility in the current geopolitical context. *Econ. Insights-Trends Chall*. 7: 45-52.
8. **Streimikiene, D., Svagdiene, B., Jasinskas, E. and Simanavicius, A., 2021.** Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*. 29(1): 259-271.
9. **Butowski, L., 2021.** Sustainable tourism: A human centered approach. *Sustainability*. 13: 1835.
10. **Butowski, L., 2019.** Tourist sustainability of destination as a measure of its development. *Current Issues in Tourism*. 22: 1043-1061.

- Protected Area). *Journal of Animal Environment*. 13(3): 423-434. (In Persian)
26. **Spadaro, I., Pirlone, F., Bruno, F., Saba, G., Poggio, B. and Bruzzone, S., 2023.** Stakeholder participation in planning of a sustainable and competitive tourism destination: The Genoa Integrated Action Plan. *Sustainability*. 15: 5005.
 27. **Reindrawati, D.Y., 2023.** Challenges of community participation in tourism planning in developing countries. *Cogent Social Sciences*. 9(1): 2164240.
 28. **Sánchez-Oro Sánchez, M., Castro-Serrano, J. and Robina-Ramírez, R., 2021.** Stakeholders' participation in sustainable tourism planning for a rural region: Extremadura case study (Spain). *Land*. 10: 553.
 29. **Wondirad, A., Tolkach, D. and King, B., 2020.** Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*. 78: 104024.
 30. **Braun, V. and Clarke, V., 2006.** Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*. 3: 77-10.
 31. **Fornell, C. and Larcker, D., 1981.** Evaluating structural equation modeling with unobserved variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18(1): 39-50.