فصلنامه علمی ـ پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری سال دهم ـ شماره ۳۰ ـ تابستان ۱۳۹٤
صفحات ۱ تا ۲٤

شبکه خط مشی گردشگری کشور

سامان جهاندیده *
حسین خنیفر **
نرگس فرزان ***

چکیده

گردشگری صنعتی است که وابستگی های متقابل در آن در حد قابل توجهی بالاست و ایجاد روابط مبتنی بر همکاری مانند شبکه ها در آن، بیش از آن‌که امری دلخواه باشد، الزامی مدیریتی است. این مقاله به دنبال احصای بازیگران شبکه خط مشی گردشگری و تبیین رابطه بین آنها و به عبارتی ترسیم شبکه خط مشی گردشگری در کشور می باشد. به منظور دستیابی به این هدف به ۱۵ نفر از افرادی که از خبرگی و تجربه بالایی در زمینه های خط‌مشی گذاری و گردشگری بودند، مراجعه شد و با استفاده از نسبت روایی محتوایی (CVR) شبکه خط مشی گردشگری کشور ترسیم گردید. در این شبکه ۳۵ نهاد و سازمان از ۱۱ حوزه مختلف، عضویت دارند و نحوه ارتباط بین آنها و رابط هر حوزه مشخص شده است. در این پژوهش از روش تحقیق ترکیبی استفاده شده است.

واژگان کلیدی: خط مشی‌گذاری‌گردشگری ، شبکه خط مشی گردشگری ، بازیگران شبکه ، ساختار شبکه .

---

* دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، ایران(نویسنده مسئول)
samanjahandideh@yahoo.com
** استاد، دانشکده مدیریت و حسابداری ،پردیس فارابی دانشگاه تهران، ایران
*** کارشناس ارشد علوم ارتباطات

تاریخ دریافت:۱۳۹۴/۵/۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۲/۴

مقدمه

در کشورهای صنعتی و همچنین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، به هنگام طراحی و تدوین برنامه ها و خط مشی های کلان کشور، به گردشگری به عنوان ابزاری موثر در ادامه روند توسعه، توجه ویژه ای می شود (رستمی و دیگران، ۱۳۹۳، ص۳۷). گردشگری صنعتی است که وابستگی های متقابل در آن در حد قابل توجهی بالاست و ایجاد روابط مبتنی بر همکاری مانند شبکه ها در آن، بیش از آن که امری دلخواه باشد، الزامی مدیریتی است (Scott et al, 2008, p.70). در بسیاری از کشورها، شبکه ها در حوزه گردشگری نسبت به سایر حوزه های اقتصاد ممکن است از اهمیت بیشتری برخوردار باشند. برای مثال بایکرداک[1] در سال ۱۹۹۶ در تحقیق خود روی ۱۵۰۰ شرکت و موسسه استرالیایی که در حوزه های مختلف اقتصاد فعالیت می کردند، دریافت که شبکه ها بیشتر در بخش خدمات گردشگری وجود دارند. در حقیقت گردشگری سیستمی است که در آن ارتباطات متقابل از اهمیت زیادی برخوردار می باشد و همکاری و هماهنگی بین سازمان های مختلف درون یک مقصد گردشگری است که محصول گردشگری را پدید می آورد (Bojork & Virtanen, 2005, pp.212-230) . شبکه ها مجموعه ای از سازمان ها و مراجع هستند که برای نیل به هدف هایی که به تنهایی قادر به رسیدن به آن نیستند، گرد هم می آیند. سازمان ها به این دلیل به شبکه ها می پیوندند که آن ها را قادر به مقابله با مسایل و مشکلات کلان و پیچیده می کند (Chisholm,1998).

در آینده، قدرت دانش اهمیت زیادی خواهد داشت. از طرفی دانش چه در سازمان و چه در جامعه به طور فزاینده ای در حال توزیع شدن است، لذا ساختار های سلسله مراتبی نمی توانند تضمین کننده موفقیت سازمان ها در راه نیل به اهداف خود باشند. از این رو توجه به ذینفعان مختلف و مشارکت آنها از طریق حاکمیت شبکه ای به عنوان روش مناسب و جایگزین معرفی شده است (Chaiton et al, 2002, p.5).

بهره‌گیری از شبکه های خط‌مشی‌گردشگری در فرایند خط مشی‌گذاری گردشگری، می‌تواند به میزان زیادی در راستای توسعه این صنعت سودآور، مفید واقع شود. به همین جهت، مقاله حاضر به دنبال احصای بازیگران شبکه و تبیین رابطه بین آنها می باشد.

1. Bickerdyke

ادبیات تحقیق

خط مشی[1] و خط مشی گذاری عمومی[2]

خط مشی عمومی را به شکل های مختلف و در قالب الفاظ متفاوت تعریف کرده‌اند. به طور ساده می‌توان گفت خط مشی عمومی تصمیمی است که در قبال یک مشکل عمومی اتخاذ می شود. اما باید در نظر داشت که خط مشی عمومی صرفاً اتخاذ تصمیم نیست بلکه فرایندی است شامل تمام اقداماتی که از زمان احساس مشکل شروع می شود و به ارزیابی نتایج حاصل از اجرای خط مشی ختم می گردد.

خط مشی‌گذاری چنان چه در مواقع بحرانی و یا برای عکس العمل در برابر وقایع غیر مترقبه نباشد، دفعتاً و فوری صورت نمی‌گیرد بلکه طی فرایندی پیچیده که متاثر از متغیرهای مختلفی می باشد، شکل می‌گیرد.(الوانی و شریف زاده، ۱۳۸۱، ص۲-۱۱). خط-مشی‌گذاری یکی از ارکان اصلی توسعه گردشگری است (رستمی و دیگران، ۱۳۹۳، ص۳۷).

خط مشی گذاری گردشگری

خط مشی گردشگری عبارت است از مجموعه ای قواعد، مقررات، رهنمودها، هدف های پیشبردی و توسعه‌ای و استراتژی‌هایی که ارایه‌کننده چارچوبی برای اتخاذ تصمیمات فردی و گروهی است، تصمیماتی که به صورت مستقیم بر توسعه بلند مدت گردشگری تاثیرگذار بوده و فعالیت های روزمره یک مقصد به واسطه آن انجام می‌گیرد (Goeldner& Ritchie, 2006, p.455). به بیان دیگر خط مشی گردشگری عبارت است از هر آنچه که حکومت‌ها می‌خواهند در رابطه با صنعت گردشگری انجام دهند یا ندهند (هال و جنکینز، ۱۳۸۹، ص۱۷). خط مشی گردشگری به مثابه فعالیتی اجتماعی بر این نکته متمرکز است که چگونه بازیگران مختلف عرصه گردشگری مانند نهادها، سازمان ها، گروه ها و افراد با یکدیگر پیوند می یابند. در اکثر کشورهای دنیا رویکرد بالا به پایین[3] در خط‌مشی گذاری گردشگری، که در آن دولت ها ابتکار عمل را در دست داشتند و تمرکزگرا بود، جای خود را تا حد زیادی به رویکرد پایین به بالا[4] داده است که ماهیت

1. Policy
2. Public Policy Making
3. Top-down
4. Bottom-up

غیر متمرکز دارد و شکلی از حکمرانی می باشد که در آن، جوامع محلی و حوزه‌های مختلف کسب و کار مسئولیت بیشتری یافته اند (Scott, 2011, p.23) .

شبکه خط مشی[1]

واژه شبکه نخستین بار در ادبیات دانشگاهی توسط رادکلیف براون[2] در سال ۱۹۴۰ مطرح شد و جامعه شناسان به اهمیت آن به عنوان جنبه ای از زندگی اجتماعی پی بردند. شبکه، الگوی مفیدی را برای بررسی تعاملات روزانه و تفکر در مورد پویایی‌های جامعه ارایه می دهد. شبکه را می‌توان یک سیستم پیچیده در نظر گرفت که کارکرد آن ذخیره سازی، پردازش و توزیع اطلاعات می باشد. اساسی ترین ویژگی شبکه، وجود ارتباطات افقی تار عنکبوتی بین اجزای آن است که آن را از سایر ساختارهای بوروکراتیک متمایز می‌کند (Gilchrist, 2009, p.77).

رویکردهای سنتی به خط مشی‌گذاری بر این فرض استوار هستند که فرآیند خط مشی-گذاری متمرکز و سلسله مراتبی بوده و باید باشد. اما مفهوم شبکه های خط مشی[3] که از دهه ۷۰ مطرح شده، در صدد نشان دادن این موضوع است که چگونه بازیگران دولتی و غیردولتی در حوزه تصمیمات خاص و خط مشی عمومی بر یکدیگر اثر می‌گذارند (Hazlehurst, 2001)[4].

شبکه ها بر اساس روابط غیر رسمی و نه بر اساس نقش های رسمی، فعالیت می کنند و عضویت در آنها بیشتر جنبه داوطلبانه و مشارکتی دارد. در شبکه همکاری بین اعضا بیشتر بر مبنای اقناع[5] بوده و کمتر از اجبار و الزامات از پیش تعیین شده استفاده می شود. شبکه ها نه سازمان هستند و نه گروه. به کمک شبکه ها اعضا می توانند خوشه هایی[6] را شکل دهند که وظایف خاصی را عهده دار هستند و از استقلال نسبی برخوردارند. این شکل از سازمان را، تخصص گرایی منعطف[7] می نامند که حالتی از سیستم های بسیار پیچیده را نشان می- دهد و به ویژه جایی که نوآوری و خلاقیت یک مزیت به شمار می آید؛ حائز اهمیت است (Gilchrist,2009, p.50) . شبکه‌ها مراودات اجتماعی را تسهیل نموده و

1. Policy Network
2. Radcliff-Brown
6. Policy Network
4. Retrieved from https://digitalcollections.anu.edu.au/handle/10440/1192
5. persuation
6. Clusters
7. Flexible Specialisation

هزینه‌های مبادلاتی[1] را کاهش می دهند (Isett et all, 2011, pp.157-173). شبکه ها ظرفیت زیرساخت های جامعه مدنی را افزایش می دهند (Brannan & Stoker, 2006, p.94).

محققین اداره امور دولتی، از واژه شبکه‌های خط‌مشی، تعاریف متعددی ارایه نموده‌اند. اما با وجود این تعدد، هنوز در مورد شبکه‌های خط‌مشی، تعریفی که مورد قبول و پذیرش تمامی صاحبنظران باشد، ارایه نشده است. مجموعه ای از روابط اجتماعی رسمی و غیر-رسمی‌که اقدام مبتنی بر همکاری را بین دولت، صنعت و جامعه مدنی شکل می‌دهند (Burstein, 1991, pp.327-350)، ساختار وابستگی‌های متقابلی که بین سازمان‌ها یا بخش‌های مختلف ذینفع در یک تصمیم وجود دارد (O'Toole, 1997, pp.443-459)، روابط بین بازیگران و ذینفعان به هم وابسته‌ای که حول محور مشکلات و یا برنامه‌های خط‌مشی‌گذاری‌شکل‌می‌گیرند، (Kickert & Koppenjan, 1997, p.25)، ساختارهای به‌هم وابسته‌ای از ذینفعان که همراه با اعتماد متقابل و هنجارهای مشترک با هم ارتباط داشته و از طریق این ارتباط می‌توانند تصمیماتی توافقی در مورد رسیدن به اهداف خاصی را اخذ نمایند (Whitall, 2007,p.18)؛ از جمله تعاریف ارایه شده برای شبکه خط مشی می باشند.

شبکه های خط مشی کانال های ارتباطی گسترده ای را فراهم می آورند و اقدام جمعی را تسهیل می‌کنند (Gilchrist,2009, p.170)، هزینه‌های دسترسی مدیران به اطلاعات لازم را کاهش می‌دهند (Borzel, 1977, p. 240)، موجب مشارکت گروه‌های ذینفع و سازمان‌های اجرایی در خط‌مشی‌گذاری می‌شوند و بنابراین موجب افزایش اثربخشی دولت‌ها می‌گردند (Kickert & Koppenjan, 1997,p.۱۵۰) و از طریق مشارکت، باعث افزایش میزان پذیرش خط‌مشی‌ها در اجتماع شده و اجرای آن را تسهیل می‌نمایند (Hazlehhurst, 2001). همچنین در شبکه‌ها مشکلاتی بررسی می‌شود که هیچ‌یک از گروه‌ها به تنهایی نتوانسته‌اند آن‌ها را حل کنند (White et al, 2002, pp.255-269).

زمانی که خط مشی گذاری عمومی را توصیف می‌کنیم، واژه شبکه خط مشی ما را به مفاهیم منافع در هم تنیده شده، روابط بین سازمانی و حکمرانی رهنمون می‌سازد. (Rhodes, 2006, pp.423-45) شبکه‌های خط‌مشی از بازیگران مختلفی تشکیل شده‌اند و با یکدیگر در تعامل هستند تا بر خط‌مشی عمومی تاثیرگذارند ,Sabatier,1999)

1. Transactions Costs

(p.118 و به طور گسترده ای بر پویایی خط مشی و پیامدهای آن تاثیر دارند Henry et al,2011, pp.419-444). اقتدار[1] در نظام های سیاسی نوین، پراکنده شده است، چرا که منابع فنی، مالی و سیاسی در سطح جامعه پراکنده شده و در اختیار فرد و یا گروه خاصی نیست. تعارض[2]، همکاری[3] و روابط قدرت[4] سه جنبه مهم شبکه های خط مشی می باشد (Fischer,2013, p.6)[5].

تفاوت شبکه و سازمان

شبکه ها نه سازمان هستند و نه گروه. در جدول ۱ تفاوت های شبکه و سازمان از برخی جهات مورد مقایسه قرار گرفته است:

جدول۱- تفاوت های شبکه و سازمان (Gilchrist,2009)

ویژگی مورد مقایسه	سازمان	شبکه
ماهیت پیوندها	رویه ها و خطوط پاسخگویی رسمی	روابط میان فردی
عضویت	تعریف شده بر اساس رابطه استخدامی	تصادفی و وابسته به آنچه که پیش خواهد آمد
گره ها	نقش ها، پست ها، واحدها، تیم ها	افراد، واحد سازمانی
نوع ساختار	غالباً بوروکراتیک و با اعمال کنترل از بالا	شبکه ای و غیر متمرکز
مرزها	تعریف شده، شکل‌گرفته از طریق پروتکل-های رسمی	غیر شفاف، نفوذ پذیر، هم پوشی های فراوان
تعاملات	مبتنی بر قوانین و مقررات	مبتنی بر عرف، پیشینه شخصی و وابستگی متقابل
مبنای مبادلات	قراردادها و دستورات	اعتماد و همیاری
عامل پیوستگی	اهداف توافق شده	ارزش ها و منافع مشترک

1. Authority
2. Conflict
3. Collaboration
4. Power Relations
5. Retrieved from www.icpublicpolicy.org

بازیگران شبکه

شبکه های خط مشی مختلف، بازیگران مختلفی دارند و شناسایی افراد و سازمان های گوناگونی که اعضای این شبکه ها هستند، مهم می باشد هرچند که مرزهای شبکه همیشه روشن و صریح نیست. اعضای شبکه را می توان به دو دسته کلی تقسیم کرد:

۱- بازیگران بخش عمومی[1]

این دسته جزو سازمان ها و کارکنان بخش عمومی محسوب شده و بر اساس قوانین می توانند در خط مشی گذاری نقش داشته باشند. آن‌ها اساساً در خط مشی گذاری و شبکه های خط مشی نقش مهمی دارند؛ در بحث ها و مذاکرات مشارکت کرده و در شکل - گیری تصمیم و یا دست کم در تصویب تصمیم گرفته شده نقش فعالی دارند.

۲- بازیگران بخش خصوصی[2]

گروه های فشار نظیر سازمان های کارفرمایی، اتحادیه های تجاری و گروه های طرفدار محیط زیست جزو این دسته هستند. همچنین گروه های مذهبی، روزنامه نگاران، محققان و تحلیل گران خط مشی از دیگر اعضای این دسته از بازیگران شبکه خط مشی می باشند (Compston,2009).

ابعاد شبکه

با مرور کارهای صاحب نظران مختلف در زمینه شبکه های خط‌مشی، می توان ابعاد مهم شبکه ها را به دو دسته تقسیم نمود (Wray, 2009): ۱. ابعاد ساختاری یا کمّی؛که معطوف به بازیگران و روابط بین‌آنها است مانند اندازه و تراکم شبکه. ۲. ابعاد غیر ساختاری یا کیفی؛ مانند جنبه های فرهنگی، روابط قدرت، اعتماد و قاعده بازی در شبکه.

شبکه ها و خط مشی گذاری شبکه ای در صنعت گردشگری

مفهوم شبکه در ادبیات گردشگری از دهه ۹۰ وارد شده است. همکاری دولت و بخش خصوصی در گردشگری، نشان از ایجاد تغییرات در تئوری و عمل حکمرانی دارد (Hall

1. Public Sector
2. Private Sector

(& Campos, 2014, p.5). در سال های اخیر از تئوری شبکه برای درک جنبه های معین توسعه مقاصد گردشگری و مدیریت، استفاده شده است. در این راستا، پژوهش‌ها در دو شاخه اصلی جریان یافته اند. جریان اول به شبکه استراتژیک سازمان ها می پردازد و این که چگونه ماهیت مراودات اجتماعی و مبادلات منابع، بر ایجاد نوآوری و کارایی اقتصادی اثر می‌گذارد. این جریان، از ادبیات بین سازمانی سرچشمه می‌گیرد و به میزان زیادی بر ساختار، ظرفیت ارتباطی شبکه ها در ایجاد مکمل های تجاری، سودآوری و هم افزایی تاکید دارد. جریان دوم پژوهش ها نیز بر ماهیت عمومی – خصوصی ذینفعان (بازیگران) و خط مشی گذاری و اجرای خط مشی ها در حوزه گردشگری تاکید دارد، هرچند که این دو جریان با یکدیگر بی ارتباط نیستند (Dredge, 2006).

خط مشی‌گذاری گردشگری به دلایلی مانند نبود اجماع[1]، عدم تجانس[2] و عدم قطعیت[3]، از پیچیدگی‌های زیادی برخوردار است. وجود طیف وسیعی از گردشگران و دامنه گسترده‌ای از خدمات متنوع، بر این پیچیدگی افزوده است. از این رو وجود ارتباطات چندگانه بین سازمان‌ها و برنامه‌های مختلف ضروریست (Stevenson et al, 2008, pp.732-750).

استفاده از شبکه های خط مشی در گردشگری به طور فزاینده ای در حال افزایش است. برای مثال دولت تایوان به منظور دستیابی به مزیت رقابتی[4] در حوزه خدمات پزشکی بین المللی با محوریت خدمات پیوند اعضاء و جراحی قلب و مغز و در راستای توسعه گردشگری پزشکی[5] خود، اقدام به همکاری گسترده‌ای با موسسات بخش خصوصی نموده است. فقط بین ماه های ژانویه تا آگوست ۲۰۱۲، بیش از ۶۰۰۰۰ توریست برای درمان به بیمارستان های تایوان مراجعه کرده اند (Liu, 2012, pp. 458–464).

در حقیقت بسیاری از مقاصد گردشگری شامل شبکه ای از عرضه کنندگان گردشگری می باشد و وجود چنین شبکه هایی مطلوبیت این مقاصد را افزایش داده است (Morrison et al, 2004, pp.197-202). شبکه‌هایی که در حوزه گردشگری ایجاد می شوند، نقش مهمی در یادگیری، ایجاد و توسعه استانداردها و حمایت های متقابل دارند. تسهیل شبکه‌سازی بین سازمانها و موسسات بخش گردشگری، نقش مهمی در

1. lack of Consensus
2. lack of Congruence
3. Uncertainty
4. Competitive Advantage
5. Medical Tourism

گردشگری پایدار دارد و دولتها نقش مهمی در این زمینه می توانند ایفا نمایند (UNEP, 2005, p.69).

پیشینه تحقیق

در زمینه شبکه خط مشی گردشگری و خط مشی گذاری شبکه ای در این حوزه، تحقیق و تالیفی تا کنون در کشور وجود نداشته است. برخلاف داخل کشور، در خارج پیرامون این حوزه تحقیقات و تالیفات نسبتاً زیادی صورت گرفته است که در ادامه به چند نمونه از آنها اشاره می شود.

تایلر و دینان (Tyler & Dinan, 2001) در مطالعه ای به تبیین مفهوم شبکه های خط مشی در گردشگری پرداختند و اذعان داشتند تئوری شبکه باید به عنوان یکی از مهمترین رویکردهای مطالعه گردشگری مطرح شود. درج و واگان (Dredge & Vaughan, 2014) به مطالعه ویژگی های شبکه خط مشی گردشگری پرداختند و تاکید کردند ویژگی های شبکه به عنوان مثال روابط قدرت درون شبکه، بر پویایی دانش[1] اثر می-گذارد. انگلونی(Angeloni, 2013) در مقاله‌ای به بررسی طرح راهبردی توسعه گردشگری که اخیراً در ایتالیا به تصویب رسیده است، می پردازد. او علیرغم انتقادهایی که به این طرح وارد می‌کند، ایجاد شبکه های گردشگری و افزایش ارتباطات مؤثر بین نهادها و سازمان های مرتبط با گردشگری در ایتالیا را از جمله نقاط قوت طرح راهبردی مذکور می داند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر یک تحقیق ترکیبی می باشد که در آن از روش های کیفی و کمّی استفاده شده است. برای احصای نهادها و سازمان های مرتبط با گردشگری در کنار مطالعه متون مرتبط، با افراد صاحبنظر مصاحبه به عمل آمده و حاصل آن احصای ۳۵ نهاد و سازمان است که با حوزه گردشگری مرتبط می باشند. همچنین برای تعیین ارتباط حوزه‌های مختلف مرتبط با گردشگری با یکدیگر و نیز ارتباط نهادها و سازمان های احصاء شده

1. Knowledge Dynamic

مرتبط با گردشگری با حوزه های مذکور، از نسبت اعتبار محتوایی[1] (CVR) استفاده شده که در زمره روش های کمّی به حساب می آید.

سؤال های تحقیق

سؤال۱- بازیگران اصلی شبکه خط‌مشی گردشگری، کدام نهادها و سازمان ها باید باشند؟

سؤال۲- رابطه بین بازیگران شبکه خط‌مشی گردشگری (نهادها و سازمان های ذیربط) و به عبارتی ساختار کلی شبکه چگونه باید باشد؟

ابزار گرداوری داده ها

ابزار اصلی گردآوری داده ها دو پرسشنامه در قالب دو ماتریس ۱۱×۱۱ (ماتریس ارتباط حوزه های مختلف با یکدیگر) و ۳۵×۱۱ (ماتریس ارتباط نهادها و سازمان های مختلف با حوزه های مرتبط با گردشگری) می باشد.

جامعه و نمونه آماری

این مقاله برگرفته از رساله دکتری می باشد که تحت عنوان «ارایه مدلی برای خط مشی-گذاری شبکه ای در حوزه گردشگری» در دانشگاه تهران در سال ۱۳۹۴ انجام شده است. جامعه آماری تحقیق مذکور خبرگان و کارشناسان ۳۵ نهاد و سازمان مرتبط با گردشگری هستند که در زمینه موضوع تحقیق به نوعی صاحب نظر می باشند و تعداد آنها ۶۸۰ نفر تخمین زده شده است. از این تعداد نظر ۱۵ نفر از افرادی که از خبرگی و تجربه بالایی در زمینه های خط‌مشی گذاری و گردشگری برخوردار بودند برای تکمیل دو ماتریس۱۱×۱۱ و ۳۵×۱۱ که اساس کار این مقاله می باشد، به عنوان نمونه آماری ملاک عمل قرار گرفت. ترکیب نمونه آماری مطابق جدول ۲ می باشد:

1. Content Validity Ratio

جدول۲- ترکیب نمونه آماری

موقعیت دانشگاهی یا اجرایی فرد خبره	تعداد افراد
استاد و دانشیار در رشته خط مشی گذاری عمومی	۲ نفر
استاد و دانشیار در رشته گردشگری	۳ نفر
مدیر ارشد دولتی حوزه خط مشی گذاری گردشگری	۸ نفر
کارآفرین در حوزه گردشگری	۲ نفر
تعداد کل خبرگان مصاحبه شونده	۱۵ نفر

پاسخ به سؤالهای تحقیق

پاسخ به سؤال۱) مطالعه متون مرتبط و مصاحبه با افراد صاحبنظر منجر به شناسایی ۳۵ نهاد و سازمان مرتبط با گردشگری گردید. در جدول شماره ۳ اسامی این نهادها و سازمان ها و کدهایی که به آن‌ها تخصیص داده شده مشخص گردیده است:

جدول۳- نهادها و سازمان های مرتبط با حوزه های مختلف مربوط به گردشگری

کد	نهاد/سازمان	کد	نهاد/سازمان
۱	نیروی انتظامی	۱۹	وزارت امور خارجه
۲	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	۲۰	قوه قضاییه
۳	جامعه تورگردانان ایران	۲۱	وزارت آموزش و پرورش
۴	وزارت امور اقتصادی و دارایی	۲۲	سازمان آموزش فنی و حرفه ای
۵	وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی	۲۳	جمعیت هلال احمر ج.ا.ا
۶	وزارت راه و شهرسازی	۲۴	شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی
۷	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	۲۵	شهرداری کلان شهرها
۸	صدا و سیمای ج.ا.ا	۲۶	مجلس شورای اسلامی
۹	سازمان حفاظت محیط زیست	۲۷	شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری
۱۰	سازمان حج و زیارت	۲۸	وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
۱۱	مرکز آموزش هواپیمایی ج.ا.ا	۲۹	NGO ها
۱۲	اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران	۳۰	کمیته ملی آیکوم
۱۳	وزارت کشور	۳۱	کمیسیون ملی یونسکو
۱۴	جامعه هتلداران ایران	۳۲	سازمان اوقاف و امور خیریه
۱۵	وزارت صنعت، معدن و تجارت	۳۳	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی

۱۶	وزارت اطلاعات	۳۴	انجمن صنفی بیمارستان های خصوصی
۱۷	سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور	۳۵	شورای شهر کلان شهرها
۱۸	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی		

پاسخ به سؤال۲) همان طور که اشاره شد برای تعیین ارتباط حوزه های مختلف مرتبط با گردشگری با یکدیگر و نیز ارتباط نهادها و سازمان های احصاء شده مرتبط با گردشگری با حوزه های مذکور، از نسبت اعتبار محتوایی (CVR) استفاده شده است. از آنجا که برای رسیدن به هدف مورد نظر، ۱۵ نفر از خبرگان مورد سؤال قرار گرفتند، لذا با توجه به جدول لاوشه، نسبت های محاسبه شده می‌بایست بالای ۰/۴۹ بوده تا حاکی از وجود ارتباط بین حوزه های مختلف مرتبط با گردشگری و همچنین وجود ارتباط بین نهادها و سازمان های مورد نظر با این حوزه ها باشند. در این راستا دو ماتریس ۱۱×۱۱ (ماتریس ارتباط حوزه های مختلف با یکدیگر) و ۳۵×۱۱ (ماتریس ارتباط نهادها و سازمان های مختلف با حوزه های مرتبط با گردشگری) تهیه شد و در اختیار خبرگان قرار گرفت. به عنوان مثال اگر خبره ای اعتقاد داشت که بین حوزه حمل و نقل و گردشگری با حوزه سلامت و گردشگری می بایست ارتباط وجود داشته باشد، علامت تاییدی خود را در خانه ماتریس مورد نظر قرار می داد.

برای نمونه پاسخ ها نشان داد که از ۱۵ نفر خبره مورد نظر، ۱۲ نفر معتقد بودند که بین حوزه حمل و نقل و گردشگری با حوزه سلامت و گردشگری باید رابطه وجود داشته باشد. لذا نسبت اعتبار محتوایی برای این مورد (این خانه از ماتریس ۱۱×۱۱) به شکل زیر محاسبه شد:

$$\frac{12-\frac{15}{2}}{\frac{15}{2}}=0/6$$

از آنجا که ۰/۶ بزرگتر از ۰/۴۹ می باشد، لذا ضرورت ارتباط بین این دو حوزه تایید می‌شود. در جدول۴ نسبت روایی محتوایی ارتباط حوزه های مختلف مربوط به گردشگری با یکدیگر مشخص شده اند.

جدول ٤- نسبت روایی محتوایی (CVR) ارتباط حوزه های مختلف مربوط به گردشگری

ردیف	حوزه ها	CVR
۱	امنیت – آموزش	– ۰/۳۳
۲	امنیت – خدمات	۰/۸۷
۳	امنیت – اقتصاد	۰/۸۷
۴	امنیت – سلامت	۰/۷۳
۵	امنیت – حمل و نقل	۰/۷۳
۶	امنیت – سیاستگذاری	۰/۶۰
۷	امنیت – رسانه	۰/۷۳
۸	امنیت – محیط زیست	۰/۸۷
۹	امنیت – فرهنگ و مذهب	۰/۶
۱۰	آموزش – خدمات	۰/۷۳
۱۱	آموزش – اقتصاد	–۰/۴۷
۱۲	آموزش – سلامت	– ۰/۰۷
۱۳	آموزش – حمل و نقل	– ۰/۴۷
۱۴	آموزش – سیاستگذاری	۰/۷۳
۱۵	آموزش – رسانه	۰/۸۷
۱۶	آموزش – محیط زیست	۰/۴۷
۱۷	آموزش – فرهنگ و مذهب	– ۰/۳۳
۱۸	خدمات – اقتصاد	۰/۸۷
۱۹	خدمات – سلامت	۰/۸۷
۲۰	خدمات – حمل و نقل	۰/۶
۲۱	خدمات – سیاستگذاری	۰/۸۷
۲۲	خدمات – رسانه	۰/۷۳
۲۳	خدمات – محیط زیست	۰/۶
۲۴	خدمات – فرهنگ و مذهب	۰/۷۳
۲۵	اقتصاد – سلامت	۱
۲۶	اقتصاد – حمل و نقل	۰/۷۳
۲۷	اقتصاد – سیاستگذاری	۰/۷۳
۲۸	اقتصاد – رسانه	۰/۳۳
۲۹	اقتصاد – محیط زیست	۰/۲
۳۰	اقتصاد – فرهنگ و مذهب	۰/۸۷
۳۱	سلامت – حمل و نقل	۰/۶
۳۲	سلامت – سیاستگذاری	۱
۳۳	سلامت – رسانه	۰/۷۳

ردیف	حوزه ها	CVR
۳۴	سلامت – محیط زیست	- ۰/۸۷
۳۵	سلامت - فرهنگ و مذهب	- ۰/۷۳
۳۶	حمل و نقل - سیاستگذاری	۰/۶
۳۷	حمل و نقل - رسانه	- ۰/۴۷
۳۸	حمل و نقل – محیط زیست	۰/۳۳
۳۹	حمل و نقل - فرهنگ و مذهب	۰/۸۷
۴۰	سیاستگذاری - رسانه	۰/۶
۴۱	سیاستگذاری – محیط زیست	۰/۷۳
۴۲	سیاستگذاری - فرهنگ و مذهب	۰/۸۷
۴۳	رسانه – محیط زیست	۰/۸۷
۴۴	رسانه - فرهنگ و مذهب	۰/۷۳
۴۵	شهر و روستا - رسانه	۰/۶
۴۶	شهر و روستا – محیط زیست	۰/۲
۴۷	شهر و روستا – فرهنگ و مذهب	- ۰/۰۶
۴۸	شهر و روستا – محیط زیست	- ۰/۷۳
۴۹	شهر و روستا - آموزش	۰/۳۳
۵۰	شهر و روستا - خدمات	۰/۷۳
۵۱	شهر و روستا - اقتصاد	- ۰/۴۷
۵۲	شهر و روستا - سلامت	- ۰/۰۷
۵۳	شهر و روستا – حمل و نقل	۰/۶
۵۴	شهر و روستا – سیاستگذاری	۰/۸۷

در جدول ۵ نیز نسبت روایی محتوایی ارتباط نهادها و سازمان ها با حوزه های مختلف مربوط به گردشگری آورده شده است. بر این اساس چنان چه در خانه مربوط به یک نهاد و یک حوزه، برای مثال بین نهاد دارای کد ۱ که همان نیروی انتظامی است با حوزه امنیت، CVR بالاتر از ۰/۴۹ باشد، یعنی از نظر خبرگان، نیروی انتظامی می بایست در کارگروه یا حوزه امنیت و گردشگری عضویت داشته باشد.

جدول۵- نسبت روایی محتوایی (CVR) ارتباط نهادها و سازمان ها با حوزه های مختلف مربوط به گردشگری

کد نهاد	فرهنگ و مذهب	محیط زیست	رسانه	سیاستگذاری	حمل و نقل	سلامت	اقتصاد	خدمات	آموزش	امنیت	شهر و روستا
۱	-0.47	-0.87	-0.33	-0.60	0.87	-0.60	-0.73	0.33	-0.87	1.00	-0.73
۲	-0.87	-0.87	-1.00	-1.00	-0.60	-0.73	-0.87	-0.47	1.00	-1.00	-1.00
۳	0.33	-0.33	0.07	-0.07	-0.73	0.47	-0.60	1.00	-0.20	0.20	-0.33
۴	-0.47	-0.87	-0.87	-0.20	-0.33	0.33	1.00	-0.20	-1.00	-0.73	-0.60
۵	-1.00	-1.00	-1.00	-0.73	0.73	1.00	-0.87	-0.87	-0.07	-1.00	-0.73
۶	-1.00	-0.60	-1.00	-0.73	1.00	-1.00	-0.33	-0.87	-1.00	-0.87	0.60
۷	0.60	0.73	0.60	1.00	0.60	0.60	0.73	0.87	0.73	0.60	0.73
۸	-0.07	0.07	0.87	-1.00	-0.73	-0.33	-0.47	-0.87	0.20	-0.73	0.20
۹	-1.00	1.00	0.07	-0.47	-0.73	-1.00	-0.87	-0.87	-0.33	-0.33	0.33
۱۰	1.00	-0.20	-0.33	-0.07	-0.33	-1.00	-0.47	-0.60	-0.73	-0.87	-1.00
۱۱	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.60	-0.87	-1.00	-0.73	0.60	-1.00	-1.00
۱۲	-0.60	-0.87	-1.00	0.47	-0.33	-0.47	0.73	-0.73	-1.00	-1.00	-0.47
۱۳	-1.00	-0.73	-0.87	-1.00	-0.60	-1.00	-0.73	-0.87	-1.00	0.87	1.00
۱۴	0.47	-0.73	0.20	0.07	-0.73	0.47	-0.47	0.87	-0.47	-0.87	0.47
۱۵	0.07	-0.87	-0.07	0.33	-0.47	-0.33	0.87	0.33	-0.87	-1.00	-0.87
۱۶	-0.73	-1.00	-0.73	-1.00	-1.00	-0.87	-0.60	-0.87	-1.00	0.73	-0.73
۱۷	-0.60	-0.33	-1.00	0.60	-0.87	-0.73	0.73	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00

کد نهاد	فرهنگ و مذهب	محیط زیست	رسانه	سیاستگذاری	حمل و نقل	سلامت	اقتصاد	خدمات	آموزش	امنیت	شهر و روستا
۱۸	1.00	-1.00	0.47	-0.33	-1.00	-1.00	-0.87	-0.60	0.20	-1.00	-0.87
۱۹	0.60	-1.00	-0.87	0.33	-1.00	0.73	-0.87	0.73	-1.00	0.60	-1.00
۲۰	-0.47	-0.60	-0.73	-1.00	-1.00	-0.87	-0.87	-0.73	-1.00	0.87	-0.73
۲۱	-0.73	-0.60	-0.33	-1.00	-0.73	-0.47	-0.73	-0.87	0.87	-1.00	-0.87
۲۲	-0.73	-0.73	-0.87	-1.00	-0.87	-0.60	-0.87	0.07	0.73	-1.00	-0.33
۲۳	-1.00	-1.00	-0.87	-1.00	-0.60	0.60	-1.00	-1.00	-0.87	-0.87	-0.87
۲۴	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	0.73	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.73	-0.07
۲۵	-0.07	-0.20	-0.33	-1.00	0.47	-0.73	-0.87	-0.47	-0.60	0.07	0.87
۲۶	-0.87	-0.87	-1.00	1.00	-0.60	-0.73	0.20	-1.00	-1.00	-0.47	-1.00
۲۷	0.20	0.07	-0.07	0.87	-0.60	0.33	0.47	-0.33	-0.47	-0.73	-0.20
۲۸	-0.73	-1.00	0.73	-1.00	-0.73	-0.87	-0.73	-0.47	-0.60	-1.00	0.33
۲۹	-1.00	0.60	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.60	-0.73	-0.87	-0.87	0.07
۳۰	0.87	-0.87	0.20	0.07	-1.00	-0.73	-0.07	0.07	-0.33	-0.87	0.47
۳۱	0.73	-0.87	-0.07	-0.20	-1.00	-0.60	0.20	0.07	-0.33	-0.87	0.20
۳۲	0.60	-1.00	-0.73	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-0.87	-1.00	-1.00	-0.73
۳۳	0.60	-1.00	-0.33	-0.73	-1.00	-1.00	-1.00	-0.87	-0.87	-1.00	-0.60
۳۴	-1.00	-0.87	-1.00	-0.87	0.87	-1.00	-0.60	-0.73	-1.00	-1.00	-0.47
۳۵	-1.00	0.33	0.20	0.07	0.47	-0.33	-0.47	0.20	-0.87	-1.00	0.60

در جدول ۶ نیز حوزه های مرتبط با گردشگری، نهادها و سازمان های ذیربط (بازیگران شبکه خط‌مشی گردشگری)، رابط یا نماینده هر کدام از حوزه ها و ارتباط هر حوزه با حوزه های دیگر، مشخص گردیده است:

جدول٦- حوزه های مرتبط با گردشگری و بازیگران شبکه خط‌مشی گردشگری

حوزه ها	نهادها و سازمان های مرتبط (اعضای کارگروه)	نماینده (رابط)	ارتباط با سایر حوزه ها
امنیت و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ وزارت کشور ▪ نیروی انتظامی ▪ وزارت اطلاعات ▪ وزارت امور خارجه ▪ قوه قضاییه	نیروی انتظامی	✓ خدمات ✓ اقتصاد ✓ سلامت ✓ فرهنگ و مذهب ✓ حمل و نقل ✓ رسانه ✓ سیاستگذاری
آموزش و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ▪ وزارت آموزش و پرورش ▪ سازمان آموزش فنی و حرفه ای ▪ مرکز آموزش هواپیمایی ج.ا.ا	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	✓ خدمات ✓ رسانه ✓ سیاستگذاری
خدمات و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ جامعه هتلداران ایران ▪ جامعه تورگردانان ایران ▪ وزارت امور خارجه	جامعه تورگردانان ایران	✓ امنیت ✓ آموزش ✓ اقتصاد ✓ سلامت ✓ حمل و نقل ✓ محیط زیست ✓ فرهنگ و مذهب ✓ رسانه ✓ شهر و روستا ✓ سیاستگذاری
اقتصاد و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	وزارت امور اقتصادی و	✓ سلامت ✓ امنیت

حوزه ها	نهادها و سازمان های مرتبط (اعضای کارگروه)	نماینده (رابط)	ارتباط با سایر حوزه ها
	▪ وزارت صنعت، معدن و تجارت ▪ وزارت امور اقتصادی و دارایی ▪ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور ▪ اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران	دارایی	✓ حمل و نقل ✓ فرهنگ و مذهب ✓ خدمات ✓ سیاستگذاری
سلامت و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ▪ جمعیت هلال احمر ج.ا.ا ▪ وزارت امور خارجه ▪ انجمن صنفی بیمارستانهای خصوصی	وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی	✓ امنیت ✓ اقتصاد ✓ حمل و نقل ✓ رسانه ✓ خدمات ✓ سیاستگذاری
حمل و نقل و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ نیروی انتظامی ▪ وزارت راه و شهرسازی ▪ وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ▪ شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی	وزارت راه و شهرسازی	✓ امنیت ✓ خدمات ✓ سلامت ✓ فرهنگ و مذهب ✓ اقتصاد ✓ شهر و روستا ✓ سیاستگذاری
سیاستگذاری و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ مجلس شورای اسلامی ▪ سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور ▪ شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	✓ امنیت ✓ آموزش ✓ اقتصاد ✓ سلامت ✓ حمل و نقل ✓ محیط زیست ✓ فرهنگ و مذهب ✓ شهر و روستا ✓ رسانه

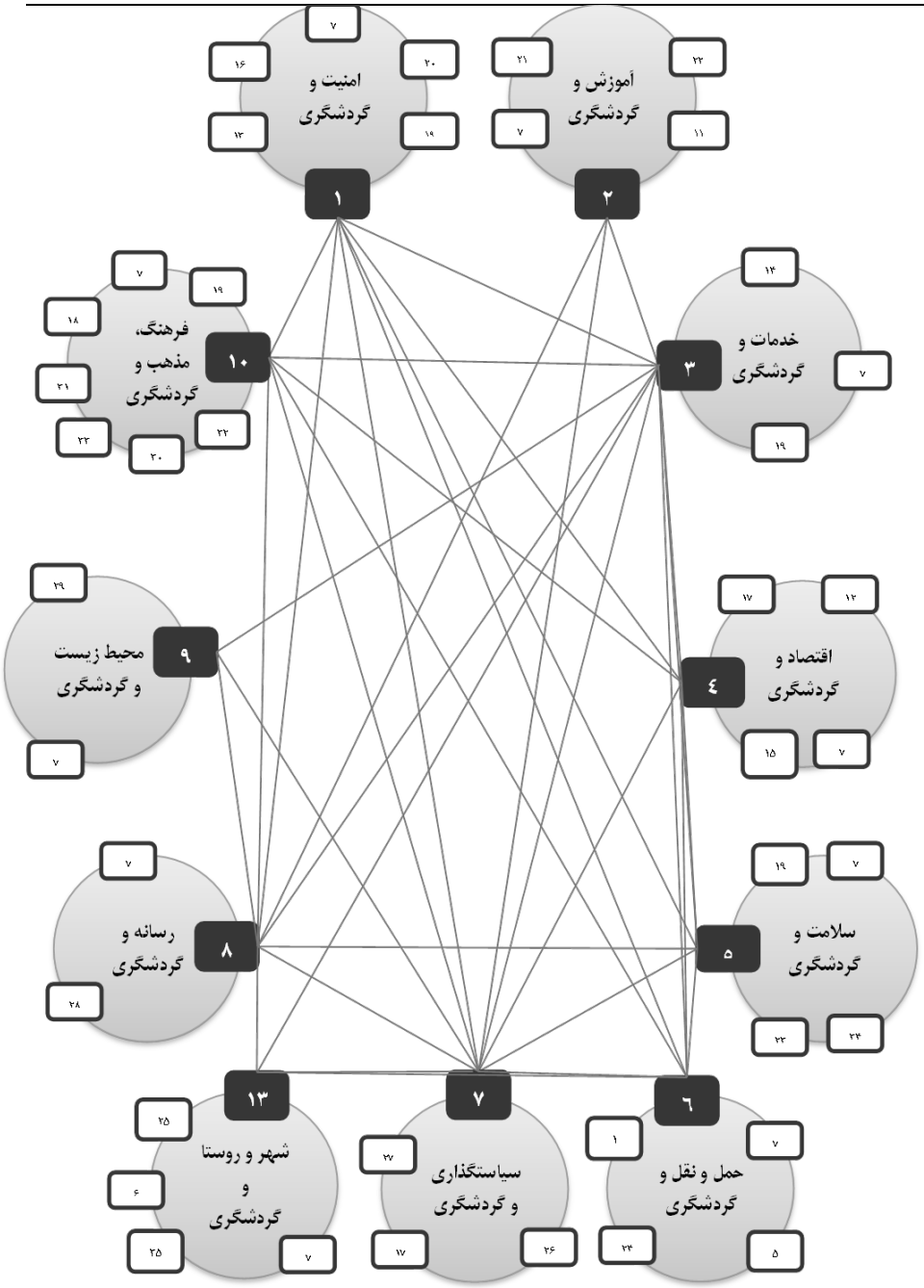
حوزه ها	نهادها و سازمان های مرتبط (اعضای کارگروه)	نماینده (رابط)	ارتباط با سایر حوزه ها
			✓ خدمات
رسانه گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ صدا و سیمای ج.ا.ا ▪ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	صدا و سیمای ج.ا.ا	✓ امنیت ✓ آموزش ✓ خدمات ✓ شهر و روستا ✓ سلامت ✓ محیط زیست ✓ فرهنگ و مذهب ✓ سیاستگذاری
محیط زیست و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ سازمان حفاظت محیط زیست ▪ NGO ها	سازمان حفاظت محیط زیست	✓ رسانه ✓ خدمات ✓ سیاستگذاری
فرهنگ، مذهب و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ سازمان اوقاف و امور خیریه ▪ سازمان حج و زیارت ▪ سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی ▪ وزارت امور خارجه ▪ کمیته ملی آیکوم ▪ کمیسیون ملی یونسکو ▪ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	سازمان حج و زیارت	✓ امنیت ✓ اقتصاد ✓ حمل و نقل ✓ رسانه ✓ خدمات ✓ سیاستگذاری
شهر و روستا و گردشگری	▪ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ▪ وزارت کشور ▪ شهرداری کلان شهرها ▪ شورای شهر کلان شهرها ▪ وزارت راه و شهرسازی	وزارت کشور (سازمان شهرداری ها و دهیاری های کشور)	✓ رسانه ✓ خدمات ✓ حمل و نقل ✓ سیاستگذاری

نهایتاً ساختار شبکه خط مشی گردشگری مطابق شکل ۱ ارایه می‌گردد. همان طور که در این شکل دیده می‌شود، شبکه خط مشی گردشگری مشتمل بر ۱۱ حوزه و ۳۵ نهاد و سازمان عضو این شبکه می باشد. هر حوزه رابطی دارد که ارتباط آن حوزه با حوزه های دیگر را برقرار می‌سازد. به عنوان مثال در حوزه امنیت و گردشگری، نیروی انتظامی ارتباط این حوزه را با حوزه های خدمات، اقتصاد، سلامت، فرهنگ و مذهب، حمل و نقل، رسانه و سیاستگذاری برقرار می سازد.

نتیجه گیری و پیشنهاد

صنعت گردشگری امروزه یکی از بزرگترین و پیچیده‌ترین بخش‌های اقتصادی دنیا به‌شمار می‌رود. در قیاس با سایر فعالیت‌های اقتصادی، صنعت گردشگری در محیطی به اجرا درمی‌آید که نیروهای مختلفی در شکل‌گیری آن مؤثرند. ساختار منحصر به فرد این صنعت خود مؤید اثراتی است که بخش‌های گوناگون می‌توانند بر آن بگذارند، زیرا از جمله ویژگی‌های صنعت مزبور این است که در بخش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی مشاهده می‌شود و اثرات اجتماعی و فرهنگی بر جای می‌گذارد. بنابراین موجودیت صنعت گردشگری ایجاب می‌کند که بین نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌های دخیل در امر گردشگری، هماهنگی و همکاری‌های معنی‌دار و شفافی وجود داشته باشد.

بر اساس یافته های تحقیق، در کشور ما ۳۵ نهاد و سازمان به نوعی در گردشگری اثرگذار هستند و می بایست تمهیداتی اندیشید تا بتوانند در یک شبکه منسجم خط‌مشی گردشگری مطابق آن چه که در این تحقیق ترسیم شده است، با یکدیگر به تعامل و تبادل منابع ایده‌ها بپردازند. در هر صورت آن چه مسلم است این است که جهت تحقق اهداف سند چشم‌انداز در حوزه گردشگری یعنی ورود سالیانه ۲۰ میلیون نفر گردشگر خارجی به کشور، زمان تغییر رویکرد تصمیم گیری و سیاستگزاری در این حوزه که بیشتر متمایل به رویکرد سلسله مراتبی و بخشی (جزیره‌ای) است فرا رسیده و به کار گیری رویکرد شبکه-ای در عمل و تشکیل شبکه خط‌مشی گردشگری، می تواند به میزان زیادی در راستای توسعه این صنعت سودآور، راه گشا باشد.



شکل ۱- ساختار شبکه خط‌مشی گردشگری

منابع

الوانی، سید مهدی و شریف زاده، فتاح (۱۳۸۱). *فرایند خط مشی گذاری عمومی*. چاپ دوم؛ انتشارات دانشگاه علامه طبا طبایی.

رستمی، قهرمان؛ پوراحمد، احمد و هادیلو، حمید (۱۳۹۳). *گردشگری و جهانی شدن*. چاپ اول، انتشارات جهاد دانشگاهی.

هال، کالین و جنکینز، جان (۱۳۸۹). *خط مشی گذاری گردشگری*. ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی؛ انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی؛ چاپ چهارم.

Björk, P., & Virtanen, H. (2005). What tourism project managers need to know about co-operation facilitators. Scandinavian *Journal of Hospitality and Tourism*, 5(3), 212-230.

Bórzel, T. A. (1997). Policy Networks. A New Paradigm for European Governance.

Brannan, T., John, P., & Stoker, G. (2006). *Re-energizing citizenship: strategies for civil renewal*: Palgrave Macmillan.

Burstein, P. (1991). Policy domains: Organization, culture, and policy outcomes. *Annual Review of Sociology*, 327-350.

Chaiton, A., Dibbits, T., Paquet, G., Roy, J., & Wilson, C. (2002). THE COLLABORATIVE CHALLENGES OF REGIONAL GOVERNANCE. Centre on Governance, University of Ottawa.

Chisholm, R. F. (1998). *Developing network organizations: Learning from practice and theory*: Addison-Wesley Reading, MA.

Compston, H. (2009). Policy networks and policy change: putting policy network theory to the test: Palgrave Macmillan.

Dredge, D. (2006). Networks, conflict and collaborative communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 562.

Dredge, D., McLeod, M., & Vaughan, R. (2014). Tourism-planning network knowledge dynamics. Knowledge Networks and Tourism, 9.

Fischer, Manuel. (2013). Policy network structures, institutional context, and policy change. Post- doctoral researcher, Swiss institute for aquatic science and technology, department for environmental social sciences.

Gilchrist, A. (2009). The well-connected community: a networking approach to community development: Policy Press.

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2006). Tourism: Principles, practices, philosophies: John Wiley & Sons.

Hall , C. Michael and Campos, Maria .(2014). Public Administration and Tourism – International and Nordic Perspectives Introduction to the special issue. SJPA, 18(1).

Hazlehurst, D. (2001). Networks and policy making: from theory to practice in Australian social policy: Australian National University. Discussion Paper No.83.

Henry, A. D., Lubell, M., & McCoy, M. (2011). Belief systems and social capital as drivers of policy network structure: The case of California regional planning. *Journal of public administration research and theory*, 21(3), 419-444.

Isett, K. R., Mergel, I. A., LeRoux, K., Mischen, P. A., & Rethemeyer, R. K. (2011). Networks in public administration scholarship: Understanding where we are and where we need to go. *Journal of public administration research and theory*, 21(suppl 1), i157-i173.

Kickert, W. J., Klijn, E.-H., & Koppenjan, J. F. M. (1997). Managing complex networks: strategies for the public sector: Sage.

Liu, I.-C. (2012). The research of medical tourism policy network in Taiwan. Sociology Mind, 2(04), 458–464.

Morrison, A., Lynch, P., & Johns, N. (2004). International tourism networks. International *Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(3), 197-202.

O'Toole, L. J. (1997). The implications for democracy in a networked bureaucratic world. *Journal of public administration research and theory*, 7(3), 443-459.

Rhodes, R. Moran, M and Goodin, R. (2006). Policy Network Analysis. The Oxford Handbook of Public Policy, pp. 423-45.

Sabatier, P. A., & Jenkins-Smith, H. C. (1999). The advocacy coalition framework: An assessment. Theories of the policy process.

Scott, N. (2011).Tourism policy: A strategic review: Goodfellow Publishers.

Scott, N., Cooper, N. S. R. B. C., & Baggio, R. (2008). Network analysis and tourism: Channel View Publications.

Stevenson, N., Airey, D., & Miller, G. (2008). Tourism Policy Making:: The Policymakers' Perspectives. Annals of Tourism Research, 35(3), 732-750.

Tyler, D. & Dinan, C. 2001, 'The role of interested groups in England's emerging tourism policy network', Current Issues in Tourism, vol. 4, nos.2-4, pp. 210-252.

UNEP, U. (2005). Making tourism more sustainable: a guide for policy makers. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, France and Madrid.

Whitall, D. (2007). Network analysis of a shared governance system. Doctor of philosophy in public administration and policy, Portland state university.

White, L. (2002). Connection matters: Exploring the implications of social capital and social networks for social policy. Systems Research and Behavioral Science, 19(3), 255-269.

Wray, M. (2009). Policy communities, networks and issue cycles in tourism destination systems. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(6), 673-690.