



سال چهارم، شماره دوم (پیاپی ۱۳)، تابستان ۱۴۰۴، صص. ۱۳۱-۱۷۰
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۰/۰۰ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۰/۰۰

مقاله پژوهشی

تبیین جامعه‌شناختی نقش قراردادهای اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری

نیلوفر زمانیان

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گرایش اقتصاد و توسعه واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

طلیحه خادمیان

استادیار گروه علوم اجتماعی واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

عبدالرضا ادهمی

دانشیار و عضو هیئت علمی گروه علوم اجتماعی واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

این پژوهش به بررسی و تبیین جامعه‌شناختی نقش قراردادهای اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری (تحلیل نظری) می‌پردازد. این پژوهش به روش آمیخته اکتشافی انجام شده که در بخش کیفی با رویکرد داده‌بنیاد و کدگذاری داده‌های گردآوری شده از مصاحبه متمرکز با ۲۰ نفر از صاحب‌نظران با نمونه‌گیری نظری تا اشباع نظری نسبت به احصای ابعاد اصلی اقدام شده است. در بخش کمی با استفاده از روش پیمایشی و گردآوری اطلاعات با پرسش‌نامه محقق‌ساخته از تعداد ۳۴۱ نفر از جامعه آماری به‌عنوان حجم نمونه که به روش تصادفی ساده انتخاب شده‌اند اقدام شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها به‌صورت تلفیقی بخش کمی و کیفی صورت پذیرفته است. براساس یافته‌ها قراردادهای اقتصادی موجب توسعه زیرساخت‌ها شده است و سرمایه‌گذاری کشورهای خارجی ازجمله چین در پروژه‌هایی مانند هتل‌سازی و حمل‌ونقل، ظرفیت پذیرش گردشگران را تا ۱ میلیون نفر افزایش داده است؛ اما معافیت‌های مالیاتی برای شرکت‌های خارجی موجب نارضایتی کسب‌وکارهای محلی و ایجاد شکاف رقابتی شده است و ورود گردشگران به تغییر الگوی مصرف در مناطق گردشگری منجر شده است. درنهایت در خصوص نقش این قراردادها در توسعه صنعت گردشگری باید گفت مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۴۸۸ است که نشان می‌دهد بین متغیر مستقل (قراردادهای اقتصادی) و متغیر وابسته پژوهش همبستگی متوسط و مستقیمی وجود دارد و ۲۴/۱ درصد از کل توسعه صنعت گردشگری وابسته به متغیر مستقل تحقیق (قراردادهای اقتصادی) است. بنابراین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته ۲۴/۱ درصد است. می‌توان گفت قراردادهای اقتصادی بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر دارد.

کلیدواژه‌ها: تحلیل نظری، قراردادهای اقتصادی، توسعه، صنعت گردشگری

شابا الکترونیک: ۳۰۴۱-۹۹۷۲ ♦ شورای عالی نظریه‌پردازی، نقد و مناظره ♦ فصلنامه نظریه‌پردازی راهبردی



<https://Theory.sndu.ac.ir/> E-ISSN: 3041-9972



صحت مطالب بر عهده نویسنده مقاله است و باینگر دیدگاه دانشگاه عالی دفاع ملی نیست.



مقدمه

صنعت گردشگری نوعی صنعت خدماتی است که ترکیبی از بخش‌های اقتصادی مختلف است که به ارائه خدماتی هم چون مسکن و اقامت، غذا، نوشیدنی، حمل‌ونقل و خدمات تفریحی می‌پردازد و با صنعت توزیع و خدمات فروش اجناس و خدمات همکاری می‌کند. این صنعت در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی بر وضعیت اقتصادی جهان داشته است، به گونه‌ای که امروزه یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود. گردشگری برای ایران که وابستگی شدیدی به درآمدهای نفتی دارد، می‌تواند به عنوان راهی برای رهایی از وابستگی به درآمدهای نفتی و خروج از اقتصاد تک‌محصولی باشد. با توجه به تجربه موفق بسیاری از کشورها در زمینه رشد صنعت گردشگری و اهمیت آن در رشد و توسعه اقتصادی، شناخت و تبیین عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در کشور مسئله‌ای اساسی است. ایران نیز با دارا بودن پتانسیل‌های اقلیمی، جغرافیایی، تاریخی، فرهنگی و ... موقعیت بسیار مناسبی جهت توسعه صنعت گردشگری دارد به‌ویژه اینکه دارای جزایر و سواحل بسیار مناسبی جهت پذیرش توریسم است. یکی از مناطقی که در کشور پتانسیل‌های بسیار مناسبی برای کمک به توسعه صنعت گردشگری دارد نوار ساحلی کشور و جزایر از جمله جزیره کیش است که مقصد بسیاری از گردشکاران داخلی و خارجی است. این جزیره در شهرستان بندر لنگه، استان هرمزگان در جنوب ایران واقع در خلیج فارس است. جمعیت جزیره حدود ۳۵ هزار نفر است و سومین مقصد پربازدید تعطیلات در خاورمیانه پس از دبی و شرم‌الشیخ است. این جزیره دارای ۹۱/۵ کیلومتر مربع مساحت است و از شمال به ایران، از شرق به تنگه هرمز، از جنوب به کشور امارات متحده عربی و از غرب به کشورهای بحرین، قطر و عربستان منتهی می‌شود. کیش در خلیج فارس در ۱۹ کیلومتری از سرزمین اصلی ایران واقع شده است و با شکلی تقریباً بیضوی، دارای مساحت ۹۱ کیلومتر مربع و محیطی ۴۰ کیلومتری است. در امتداد ساحل کیش صخره‌های مرجانی و جزایر کوچک فراوانی قرار دارند. کیش دارای آب‌وهوای نیمه استوایی بسیار خشک است. کیش به



دلیل وجود منطقه آزاد تجاری، مراکز تفریحی و تجاری، جاذبه‌های گردشگری و هتل‌های فراوان یکی از مقاصد عمده گردشگری در ایران به شمار می‌رود.

براساس آنچه بیان شد جزیره کیش به‌عنوان یکی از مناطق تأثیرگذار در کشور در حوزه صنعت گردشگری نیازمند توجه بیشتر و برنامه‌ریزی دقیق و علمی برای توسعه این صنعت است. این جزیره در چند سال اخیر مورد توجه بسیاری از کشورها از جمله کشور چین برای سرمایه‌گذاری به‌ویژه در حوزه گردشگری قرار گرفته است و قراردادهای اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های خارجی زیادی به‌ویژه از سوی کشور چین در این جزیره اجرا و منعقد شده است. در این میان نکته اساسی این است که این قراردادهای اقتصادی بین ایران و چین که در چند سال اخیر افزایش قابل توجهی داشته‌اند چه میزان در توسعه صنعت گردشگری در جزیره کیش مؤثر بوده است از مسائل اساسی بوده که باید در قالب پژوهش علمی مورد بررسی قرار گیرد. کرمی‌پور (۱۴۰۲) در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری به نقش تأثیرگذار فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری اقتصادی سایر کشورها اشاره می‌کند و رابرت دال (۲۰۱۹) با بیان اهمیت صنعت گردشگری در توسعه همه‌جانبه کشورها به نقش قراردادهای اقتصادی و سرمایه‌گذاری خارجی در افزایش گردشگران توجه می‌کند. بنابراین از عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در کشور می‌توان به این قراردادهای اقتصادی با کشور چین اشاره نمود. در این میان در خصوص وضعیت کنونی جزیره کیش به لحاظ وضعیت گردشگری با تجربه زیسته محقق در این جزیره می‌توان گفت که وضعیت بسیاری از اماکن شهر مانند فروشگاه‌ها و پاساژها و فرودگاه و امکانات ساحلی و به‌ویژه رستوران‌ها و کافه‌ها و هتل‌ها بسیار مطلوب است؛ اما برخی از کلوپ‌های ورزشی و تفریحی به‌ویژه در سواحل مناسب نبوده و دستگاه‌ها و امکانات آن‌ها کهنه و قدیمی شده‌اند و با سایر مناطق و جزایر در کشور تفاوت محسوسی ندارند. در مقایسه با سواحل سایر کشورهای هم‌جوار عربی نیز می‌توان گفت این جزیره به دلیل داشتن سواحل مرجانی دارای کیفیت بالاتری از آن‌ها است و این یک پتانسیل خوب برای جذب بیشتر گردشگران است ولی می‌توان گفت که به لحاظ امکانات تفریحی از مناطقی مانند دبی دارای سطحی پایین‌تر است. حال آنکه در چند سال

اخیر بازار چینی‌ها در جزیره کیش راه‌اندازی و موجب جذب نیرو کار زیادی از بومیان این جزیره در این بازار شده است و بسیاری از اجناس بی‌کیفیت چینی نیز در این بازار عرضه می‌گردد. از سوی دیگر در دهه اخیر قراردادهای زیادی در حوزه‌های مختلف بین ایران و چین منعقد شده است که مهم‌ترین آن‌ها برنامه ۲۵ ساله همکاری‌های مشترک ایران و چین است. این برنامه که با اختصار سند همکاری ایران و چین نامیده می‌شود یک توافق سیاسی، استراتژیک و اقتصادی میان جمهوری اسلامی ایران و جمهوری خلق چین برای سرمایه‌گذاری در صنعت نفت ایران، شرکت ملی صادرات گاز ایران، شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران، زیرساخت‌های ایران و همکاری نظامی، امنیتی، فرهنگی و قضایی است. توسعه گردشگری ایران یکی از موضوعاتی است که در برنامه همکاری‌های جامع (۲۵ ساله) ایران و چین به آن اشاره شده و اهداف و اقدامات اجرایی سند راهبردی که به شکل مستقیم به صنعت گردشگری اشاره شده است. در حوزه گردشگری نیز در فوریه ۲۰۲۳ سند همکاری اقتصادی و فرهنگی قابل ملاحظه‌ای فی‌مابین دو کشور امضا شد و یکی از این اسناد برنامه اجرایی همکاری‌های گردشگری دو کشور بوده که موضوعات مربوط به توسعه همکاری‌های گردشگری از طریق بخش‌های خصوصی دو کشور از مفاد اصلی آن است. ازجمله اینکه توسعه گردشگری در برخی از شهرهای کشور با داشتن امکانات و پتانسیل بالای جذب گردشگری مانند جزیره کیش در این قراردادها مد نظر بوده است. با توجه به اینکه توسعه صنعت گردشگری در جزیره کیش منجر به تقویت بسیاری دیگر از بخش‌های کشور در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می‌گردد اینکه این قراردادهای اقتصادی بین ایران و چین در این جزیره چه نقشی بر توسعه صنعت گردشگری در آنجا به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری و توریستی کشور داشته است، مسئله‌ای اساسی بوده که باید مورد بحث و بررسی علمی قرار گیرد تا با احصای نتایج علمی بتوان کمک شایانی به برنامه‌ریزان و دولتمردان در کشور به‌منظور بهبود وضعیت گردشگری و توسعه آن و ایجاد ارزش افزوده اقتصادی و ارزآوری در جزیره کیش نمود. بنابراین در این پژوهش این مسئله مورد بحث و



بررسی علمی قرار می‌گیرد که تبیین جامعه‌شناختی نقش قراردادهای اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری (تحلیل نظری) چگونه است؟

۱. مبانی نظری

۱-۱. مفهوم و ابعاد توسعه صنعت گردشگری

گردشگری مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به‌منظور استراحت و تفریح یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به‌منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود در طی این مدت موقتی و گذرا است. بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کنند مشمول این تعریف نمی‌شوند. مفهوم توریسم و گردشگری با مفاهیمی همچون سیروسفر، گذران اوقات فراقت، از شهری به شهر دیگر رفتن و یا زیاد سفر کردن درآمیخته است که معمولاً این حرکت و جابه‌جایی به‌منظور آشنایی با ملل دیگر و شناخت و کسب آگاهی و یا امور تجاری و مذهبی انجام می‌گرفته است؛ البته مفهوم جهانگردی در دنیای قدیم و جدید تغییراتی یافته است زیرا در دنیای قدیم جهانگردی شامل فعالیت‌های خاصی همچون زیارت، سفرهای تجاری و بازرگانی، سفرهای ماجراجویانه سیاسی و اقتصادی بوده که در مقیاس اندک انجام می‌شده است؛ اما امروزه جهانگردی به‌عنوان یک مسئله مهم فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی در سطوح ملی، جهانی مد نظر است که دارای اثرات مثبت و منفی است. از گردشگری در منابع مختلف تعاریفی ارائه شده که در اینجا به چند نمونه آن‌ها اشاره می‌کنیم: به مجموعه مسافرت‌هایی که از یک نقطه مبدأ و مقصد بدون انگیزه اقامت طولانی انجام گیرد فعالیت توریستی گویند. انگیزه فعالیت توریستی درواقع می‌تواند استراحت، تفریح و تجارت باشد (فیض بخش، ۱۳۵۵: ۱۵).

«گیلوی»^۱ یکی از کارشناسان برجسته اقتصادی اروپا جهانگردی را این‌چنین تعریف نموده است تمام افرادی که کشور خود را به قصد کشوری دیگر ترک نمایند و کمتر از یک سال

در خارج اقامت نموده و برای هزینه اقامت خود هیچ‌گونه درآمدی در کشور مورد بازدید نداشته باشند جهانگرد شناخته می‌شوند.

همچنین در یکی از نخستین کتبی که در مورد جهانگردی در سال ۱۹۳۳ انتشار یافت جهانگرد به کسی اطلاق می‌شد که دو شرط درباره او مصداق داشته باشد. اول آنکه از محل اقامت خود برای مدتی کمتر از یک سال دور بوده دوم اینکه در محل جدید کسب درآمد ننماید (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۲۰)

توریسم براساس تعریف سازمان جهانی توریسم به کلیه فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به‌منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها برای مدت کمتر از یک سال می‌روند به‌این ترتیب محدوده توریسم از مسافرت‌هایی که صرفاً به‌منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد بسی فراتر می‌رود. در تعریفی که سازمان ملل ارائه کرده است توریست فردی است که بیش از یک روز و کمتر از یک سال در محلی غیر از محل اصلی اقامت خود بماند. این تعریف سفرهای تجاری و بازرگانی را شامل می‌شود؛ اما سفرهای مرتبط با کارکنان نظامی، دیپلمات‌ها، مهاجران و دانشجویان را در برنمی‌گیرد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴)

در کتاب گردشگری شهری گردشگری این‌گونه تعریف شده است. گردشگری فعالیتی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط عادی خود انجام می‌دهد این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (موحد، ۱۳۸۶: ۱۴).

در تعریف دیگر اریک کوهن گردشگر را مسافر داوطلب و موقت که امید لذت بردن از یک تجربه متنوع و تازه طی یک سفر دو سفره نسبتاً طولانی و غیرتکراری را دارد تعریف می‌کند (لی، ۱۳۷۸: ۵).

گردشگری یا توریسم، سفر به قصد لذت بردن یا کسب‌وکار است؛ همچنین به معنی تئوری و عمل سیاحت‌گری، تجارت، جذب، اسکان و سرگرمی گردشگران و تجارت مرتبط



به برگزاری تور است. گردشگری به مجموعه فعالیتی گفته می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرایند شامل هر فعالیتی که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد می‌شود. این فرایند شامل هر فرایندی از قبیل برنامه‌ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می‌شود. همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به‌عنوان بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را نیز در برمی‌گیرد (میراحمدی، ۱۳۹۸: ۱۱۹). همچنین صنعت گردشگری، نوعی صنعت خدماتی است که ترکیبی از بخش‌های اقتصادی مختلف است که به ارائه خدماتی هم چون مسکن و اقامت، غذا، نوشیدنی، حمل‌ونقل و خدمات تفریحی می‌پردازد و با صنعت توزیع و خدمات فروش اجناس و خدمات همکاری می‌کند (حشمتی، ۱۴۰۰: ۲۵).

۲-۱. نظریه‌های توسعه گردشگری

۱-۲-۱. دیدگاه لیپر

«لیپر»^۱ (۲۰۲۲) مدل خود را در به‌عنوان یک چهارچوب سازماندهی شده در بسیاری از مسائل گردشگری پیشنهاد کرده است وی بسیاری از مسائل گردشگری را با توجه به فعالیت‌های آن در نظر گرفته و بخش‌های صنعت را مجاز به استقرار می‌سازد و عامل جغرافیایی را در کل سفر اجتناب‌ناپذیر، پیش‌بینی کند. او سه عنصر اصلی را در سیستم گردشگری مؤثر می‌داند.

۱. گردشگران/گردشگر در این سیستم یک فاعل است؛

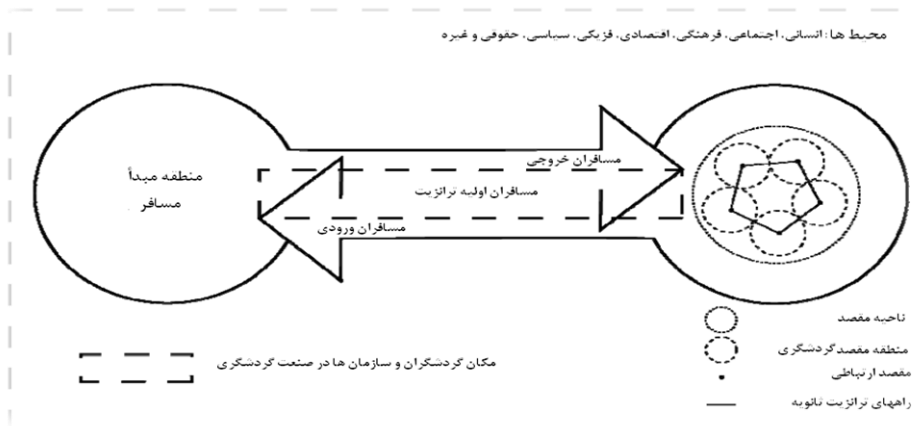
۲. عوامل جغرافیایی: شامل منطقه تولیدکننده مسافر (فشار برای برانگیختن سفر)؛

منطقه مقصد گردشگر (علت وجودی برای گردشگری) و منطقه حمل‌ونقل

(مکان‌های میانی برای رسیدن به مقصد)؛

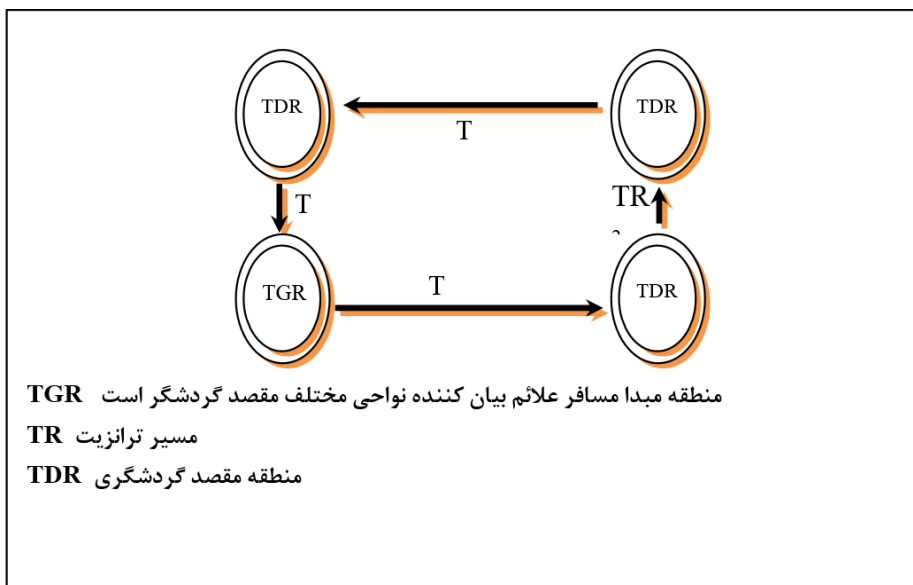
۳. صنعت گردشگری: مشتمل بر دامنه‌ای از تجارت‌ها و سازمان‌های درگیر در توزیع محصول گردشگری هستند. هر یک از عناصر و عوامل سیستم گردشگری لیپر نه تنها برای توزیع محصول گردشگری بلکه برای شرایط معاملاتی و آثار گردشگری و البته زمینه‌های متفاوتی که در گردشگری اتفاق می‌افتد، با یکدیگر در تقابل اند (کوپر و دیگران، ۲۰۲۲: ۴-۶).

مدل ارائه شده از طرف لیپر بر پایه نظریه سیستمی است؛ این مدل در طبقه‌بندی مدل‌های نظری- سیستم گردشگری کل از گونه تشریحی است.



شکل ۱: چرخه مستقیم دوسویه گردشگری به عنوان سیستم گردشگری کل

منبع: Leiper, 2022:53



شکل ۲: سیستم گردشگری (ناحیه محور مسافر، مبدأ و مقصد گردشگر) - مدل لیپر

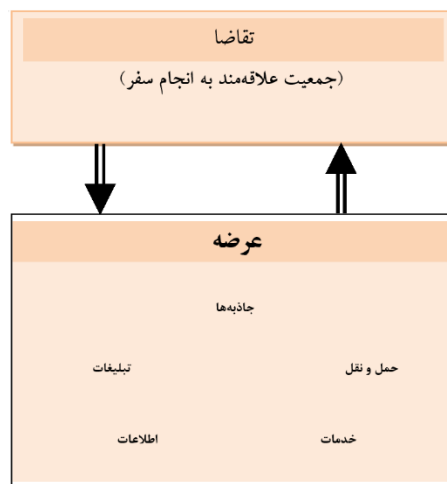
منبع: Leiper, 1990:23

۱-۲-۲. دیدگاه گان

«گان»^۱، سیستم گردشگری را مبتنی بر دو بخش عرضه و تقاضا می‌داند؛ در بخش تقاضا، جمعیت علاقه‌مند و متمکن به انجام سفر و گردش (اعم از بازارهای داخلی و بین‌المللی) قرار گرفته و در بخش عرضه، بر روی عناصر و بخش‌های اصلی همچون جاذبه‌ها، حمل‌ونقل، خدمات، اطلاعات و تبلیغات و وضعیت اقتصادی مانند (خدمات مسکن و اقامت، خدمات حمل‌ونقل و خدمات تفریحی) تأکید دارد؛ هر یک از این عناصر در تعامل و ارتباط متقابل با یکدیگر قرار داشته و سیستم گردشگری یک مکان را تشکیل می‌دهند؛ وی تأکید خاصی بر روی عناصر عرضه در سیستم گردشگری یک مکان دارد و موفقیت و پویایی گردشگری در یک مکان را در سایه تعامل، همکاری، ارتباط متقابل، کارایی و موفقیت عناصر متعدد و پیچیده بخش عرضه همانند جاذبه‌ها، مراکز اقامتی، حمل‌ونقل، اطلاعات و تبلیغات می‌داند.

1. Gunn

گاهی به نظر می‌آید بعضی از عناصر و یا بخش‌های گردشگری اهمیت، کارایی و اثربخشی سایر یا هر ترتیبی را در این خصوص نادیده می‌گیرند. به عبارتی دیگر هر عنصری و یا بخشی از ساختار درونی سیستم (عوامل عرضه) مانند صاحبان توسعه اقامتگاه‌های مسافران (هتل‌ها، متل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، خانه‌ها ویلاهای اجاره‌ای، کمپ‌ها، محل خواب واحدهای پذیرایی و ...) مؤسسات و آژانس‌های مسافری، تأسیسات گردشگری و ... از نگاه خودش به گردشگری نزدیک‌تر است؛ اما تأثیر عوامل خارجی (عوامل محیطی - بیرونی سیستم اعم از فرصت‌ها و تهدیدها) و دیگر عناصر و بخش‌های نیز بر پویایی عملکرد سیستم گردشگری حائز اهمیت است؛ درواقع گردشگری تنها از هتل‌ها و خطوط هوایی و دیگر بخش‌ها به صورت مجزا تشکیل نشده است، بلکه کلیتی از اجزای مختلف و عمده‌ای است که با همدیگر ارتباط نزدیک و متقابل دارند. هر یک از این اجزا عهده‌دار حرکت و پیشرفت در سیستم (عرضه و تقاضا) گردشگری است؛ درون این شاخه‌های کلی جزئیات و عناصری است که هم برنامه‌ریزان و هم مدیران باید برای کسب موفقیت آن‌ها تلاش کنند (گان، ۲۰۲۰: ۴۷). مدل ارائه شده از طرف گان با توجه به دو دسته مدل‌های بنیادین گردشگری در طبقه‌بندی مدل‌های فرایند مدیریت و برنامه‌ریزی از گونه تئوری سیستم‌ها است.



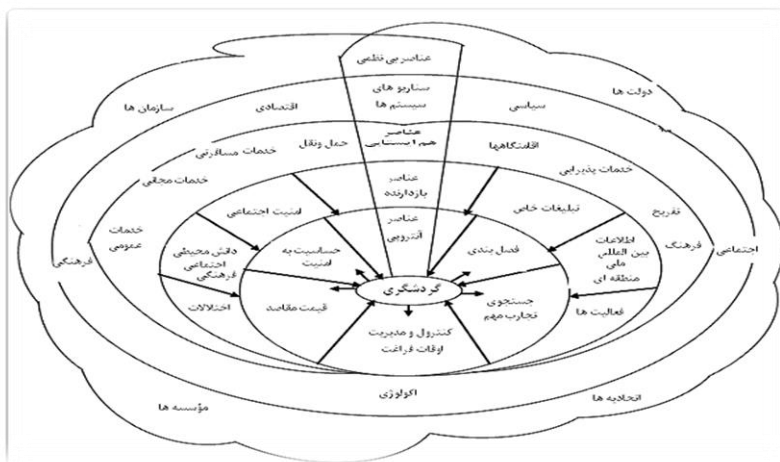
شکل ۳: سیستم گردشگری (دیدگاه گان)

منبع: Gunn, 2020: 34

۱-۲-۳. دیدگاه «بریونز»، «تجیدا» و «مورالس»^۱

آن‌ها طی مقاله‌ای با عنوان «به‌طرف تکامل سیستم مفهومی گردشگری» در سال ۲۰۱۹ به تبیین و تکاملی سیستم استنتاجی گردشگری براساس نگرش نو و انطباق با شرایط جدید و بی‌نظمی‌های جدید و مسئله اقدامات فرهنگی و اجتماعی پرداخته‌اند. در این مدل عناصر آنتروپی، بازدارنده، هم‌ایستایی (همگن)، سناریوهای سیستم و عناصر بی‌نظمی با جزئیات خود به‌صورت چتری و حلقه‌های تودرتو از مرکز (گردشگری)، سیستم گردشگری را تشکیل داده که عناصر آن‌ها با همدیگر دارای ارتباط متقابل دارند. در این مدل به‌طور نسبی تمامی عناصر مؤثر و تشکیل‌دهنده گردشگری اعم از امکانات فرهنگی و اجتماعی حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، خدمات ترابری و مسافرتی، خدمات پذیرایی، خدمات عمومی و مجانی، تفریح، فرهنگ و ... را مورد بررسی قرار داده و به درک مفاهیم ذهنی و واقعیت‌های بیرونی با توجه به ارزش و اهمیت عناصر گردشگری پرداخته است (برونز و همکاران، ۲۰۱۹: ۸۷).

مدل ارائه شده زیر بر پایه نظریه سیستمی پرورانه شده است؛ این مدل در طبقه‌بندی مدل‌های نظری-سیستم گردشگری کل از گونه پیش‌بینی‌کننده است.



شکل ۴: دیدگاه بریونز، تجیدا و مورالس

Briones.J,Tejeida.P,Morales.M,2019: 9 منبع:

۱-۲-۴. دیدگاه «کاسپار»^۱

کاسپار گردشگری را همانند سیستمی باز مشتمل بر ساختار داخلی اعم از زیر سیستم‌های موضوعی و فرعی با سیستم فرادست متشکل محیط‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فناوری و اکولوژی که دارای ارتباط متقابل با یکدیگر هستند، محسوب می‌کند؛ وی عقیده داشت، نباید ساختار داخلی سیستم جدای از محیط فرادست در معنا و مفهوم آن بررسی شود؛ همین واقعیت که انسان در کانون رویداد گردشگری قرار دارد، ما را وادار می‌سازد که از بررسی بخشی و گسسته چشم‌پوشی کنیم. ما باید خودمان را از اندیشه تک‌بعدی‌نگر، رها ساخته و درصدد برآیم حتی‌الامکان به‌طور یکپارچه به مسائل بپردازیم. از نظر او در حوزه محیط اقتصادی مواردی همچون خدمات مسکن و اقامت، خدمات حمل‌ونقل، خدمات تفریحی و اقدامات فرهنگی و اجتماعی تأثیرگذارند. مدل کاسپار براساس طبقه‌بندی بنیادین مدل‌های گردشگری در زمره مدل‌های نظری- سیستم کل و از گونه تشریحی است (مؤمنی، ۱۴۰۳: ۱۱۷).

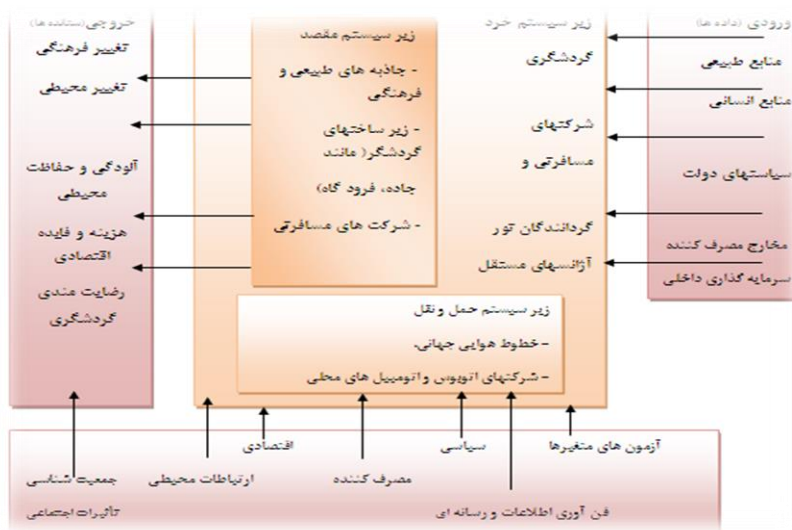
۱-۲-۵. دیدگاه «هولدن»^۲

هولدن از جمله اندیشمندانی است که گردشگری را به‌عنوان یک سیستم مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد. او با به‌نمایش گذاشتن عناصر مختلف سیستم گردشگری، اهمیت داده‌های سیستم گردشگری در چشم‌انداز محیطی، منابع انسانی و طبیعی را متذکر و برجسته می‌نماید. وی معتقد است درون سیستم گردشگری سه بخش زیرسیستم، یعنی زیرسیستم مقصد، گردشگر و حمل‌ونقل اهمیت داشته که یکدیگر را پوشش داده و به یکدیگر نیز وابسته‌اند. در زیرسیستم مقصد، جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی برای جذب گردشگری مهم است که منجر به خروجی سیستم می‌شود. داده‌های خروجی سیستم وابسته به درآمد و علاقه گردشگران است که تغییرات فرهنگی و محیطی جامعه را به دنبال خواهد داشت (هولدن، ۲۰۱۷: ۸).

-
1. Kaspar
 2. Holden



مدل ارائه شده از طرف هولدن بر پایه نظریه سیستمی است؛ این مدل در طبقه‌بندی مدل‌های نظری- سیستم‌های کل از گونه پیش‌بینی‌کننده و اثرات اکولوژیکی است.



شکل ۵: سیستم گردشگری، چشم‌انداز محیطی (دیدگاه هولدن)

منبع: Holden, 2017: 9

۱-۲-۶. دیدگاه اقتصادی توسعه گردشگری

گردشگری قبل از هر چیز مسئله اقتصادی است. ساماندهی فضای جغرافیایی در امر مبادله آزاد گردشگری شکل می‌گیرد و تجارت مسافرت بر پایه سرمایه‌داری و سودآوری انجام می‌شود، از این‌رو گردشگری در فرایندی عرضه و تقاضا جلوه‌هایی از توسعه را نشان می‌دهد. دیدگاه اقتصادی مسائل سرمایه‌داری، عرضه و تقاضا، بازاریابی و دیالکتیک مرکز- پیرامون و پیرامون- مرکز، مسائل کار و کارگری و دیالکتیک سرمایه‌داری را مورد بحث قرار می‌دهد. در تقاضای گردشگری توجه به سه موضوع در یک کشور اهمیت اساسی دارد: توزیع عادلانه درآمد ملی، سطح فرهنگ و رفاه جامعه و میزان امنیت در آینده از آن جمله‌اند. تقاضای گردشگری با توزیع عادلانه درآمد همبستگی دارد، یعنی اگر درآمد ملی یک کشور به‌طور

عادلانه‌ای بین کل جمعیت آن کشور توزیع شود در آن زمان می‌توان با توجه به سهم سرانه از درآمد ملی به شدت یا ضعف تقاضای گردشگری پی برد (قره نژاد، ۱۴۰۳: ۷۲).

مسئله فعالیت‌های اقتصادی کشورهای خارجی در مناطق گردشگری نقش بسزایی در توسعه گردشگری پایدار دارد. در متون اقتصادی از پنج نوع تسهیلات در زمینه عرضه در گردشگری یاد می‌شود: جذابیت‌ها که می‌توان آن‌ها را به جذابیت‌های طبیعی و انسانی تقسیم کرد، حمل و نقل که رابطه تنگاتنگی با توسعه گردشگری دارد، تسهیلات تجاری و خصوصی، خدمات که بانک‌ها، مراکز پزشکی و خدمات انتظامی - امنیت را در برمی‌گیرد و زیرساخت‌ها که جاده، راه‌آهن، فرودگاه، نیروی برق، کانال‌های فاضلاب و نظیر این‌ها را شامل می‌شود (لی، ۲۰۲۰: ۴۶).

به‌طور کلی قابلیت‌های گردشگری را در زمینه اقتصادی می‌توان در قالب جریان سرمایه بازشناخت که برای اقتصادهای ملی اهمیت بالایی دارد. تحرک‌پذیری اقتصاد گردشگری سبب کسب ارز خارجی، فروش محصولات داخلی و گسترش بازارهای صادراتی می‌شود. گردشگری به لحاظ دارا بودن قابلیت تحرک در تولید، توزیع و ایجاد خدمات گوناگون، سرعت بخشیدن به گردش پول و سرانجام ایجاد اشتغال یکی از مهم‌ترین منابع تولید کشورهای است و می‌توان به نفع اقتصاد ملی کشور میزبان، از آن بهره گرفت (عباس نژاد، ۱۴۰۲: ۶۲).

۱-۲-۷. دیدگاه اجتماعی فرهنگی

فرهنگ در نمادهایی از جلوه‌های گوناگون، انعکاس زندگی دیرینه در انسان‌های امروزی است. فرهنگ بازتابش زندگی دیرینه در تربیت بومی است که جوامع بدان خو می‌گیرند و در دوره‌های مختلف و تحت تأثیر عوامل گوناگون صور مختلف می‌یابند ولی هسته نژادی و سنتی خود را همچنان حفظ می‌کند. فرهنگ در باورهای امروزی پوششی از نو شذگی را به نمایش می‌گذارد. فرهنگ به‌عنوان یک نظام ارتباطی بین مردم با جلوه‌های مختلفی از آداب و رسوم، میراث و دیگر تولیدات مادی و زیباشناختی شکل می‌گیرد و واقعیت وجودی جامعه را بیان می‌کند. از این چشم‌انداز، مردم، با فرهنگی که دارند به جهان طبیعی و انسانی



خود شکل ویژه‌ای می‌بخشند. فرهنگ در این دیدگاه در یک کلیت به هم پیوسته می‌تواند چشم‌اندازهای متفاوتی را شکل دهد که در یک کشش‌پذیری اجتماعی جلوه‌هایی از تفاوت را در جهان به نمایش می‌گذارد. پذیرش گردشگران در یک منطقه از نظر فرهنگی و اجتماعی، در قالب احیای آداب و رسوم و سنت‌ها شکل می‌گیرد و بازدید گردشگران از این جوامع به یک تجربه و خاطره گردشگری منتهی می‌گردد (پاپلی یزدی سقایی، ۱۴۰۱: ۸۶).

۱-۲-۸. دیدگاه زیست‌محیطی

توسعه گردشگری در فضاهای جغرافیایی علاوه بر آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، آثار زیست‌محیطی نیز دارد. این آثار در صورت عدم پیگیری راهبردها، استانداردها و ارزیابی‌های مشخص و روشن در زمینه توسعه گردشگری دارای جنبه‌های تخریبی بسیاری در ابعاد محیط انسانی و طبیعی است، هرچند از دیگر سو گردشگری می‌تواند در صورت پایبندی به پایداری در مفهوم بومی کردن زمینه‌ساز حفاظت از محیط زیست شود. از دیدگاه زیست‌محیطی توجه به فواید گردشگری نباید مانع از پرداختن به جنبه‌های نامطلوب این پدیده گردد. مطالعات سازمان ملل در مورد تأثیر گردشگری بر کشورهای در حال توسعه نشان از آن دارد که با وجود اینکه گردشگری موجب شکوفایی اقتصادی کشورها می‌زبان گردیده و مبادلات فرهنگی را بین کشورهای مختلف قوت بخشیده است ولی از طرف دیگر موجب خلل‌های اجتماعی و زیست‌محیطی نیز شده است (ایدینگتن، ۲۰۲۳: ۵۸).

پرداختن به گردشگری در مفاهیمی از پایداری الزامی است. این امر سبب آن شده است که برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران امور گردشگری، با دیدی وسیع در ترسیم راهبردهای توسعه گردشگری، دیدگاه زیست‌محیطی را در زمینه پایداری محیط زیست در ابعاد انسانی و طبیعی در نظر گیرند و بدین ترتیب مفاهیمی چون توسعه پایدار، گردشگری پایدار و گردشگری بومی وارد ادبیات توسعه گردشگری شود (پاپلی و سقایی، ۱۴۰۲: ۱۰۲).

۱-۲-۹. دیدگاه توریسم به عنوان یک صنعت

اسمیت استدلال می‌کند که بهتر است گردشگری را به عنوان مجموعه‌ای از چندین صنعت مرتبط در نظر بگیریم. بحث حول و حوش این موضوع است که بخش‌های تأمین‌کننده در صنعت گردشگری تنها عامل مؤثر و نقش‌آفرین آن نیستند. مثلاً بخش حمل و نقل، خدمات کامپیوتری و حمل بار را ارائه می‌کند. باینکه این سازمان‌ها کمکی که گردشگر به کار آن‌ها می‌کند اطلاع دارند؛ اما این عامل تنها دلیل استمرار فعالیت‌های آن‌ها نیست. نکته حائز اهمیت این است که مقاصد گردشگری در حقیقت مصرف‌کننده منابع طبیعی مانند مناظر دیدنی، آثار تاریخی و فرهنگی بومی بوده و می‌توان آن‌ها را رقیبی برای مناطق مختلف دانست. این مقاصد همچنین کمابیش از امکانات زیربنایی که در دسترسی اهالی بومی و گردشگران قرار می‌گیرند، همچون راه‌سازی و سیستم‌های فاضلاب نیز بهره‌مند شدند. بنابراین بهره‌برداری از امکانات عمومی در صنعت گردشگری یک عامل بسیار مهم است (لومسدن، ۲۰۲۴: ۳۱).

۱-۲-۱۰. دیدگاه شتاب‌گرایی

از آغاز شکل‌گیری توریسم توده‌ای بوستریسم شتاب‌گرایی وجه غالب در برنامه‌ریزی و توسعه توریسم محسوب می‌شد. بوستریسم یک گرایش ساده شده‌ای است که توسعه توریسم را ذاتاً خوب و به نفع شهروندان می‌داند در چهارچوب این گرایش توجه کمی به پتانسیل منفی آثار اجتماعی، محیطی و اقتصادی توریسم می‌شود و در عوض منابع طبیعی و فرهنگی به عنوان اشیائی که باید به خاطر نوعی از توسعه توریسم مورد استثمار قرارگیرد مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. بنابراین بوستریسم، می‌تواند به عنوان شکلی غیر از برنامه‌ریزی توصیف شود (تیز مغز، ۱۴۰۰: ۷۷).

۱-۲-۱۱. نظریه کلاسیک آدام اسمیت

یکی از اقتصاددانان کلاسیک، تحقق تقسیم کار را عاملی جهت شروع توسعه اقتصادی می‌پندارد. به نظر او تحقق تقسیم کار در جامعه باعث افزایش بازدهی تولید و در نتیجه افزایش



درآمد ملی خواهد شد. بنابراین به نظر این اقتصاددان کلاسیک، چنانچه جوامع بخواهند در مسیر توسعه اقتصادی گام بردارند، باید تقسیم کار را تحقق بخشند. تقسیم کار بدین معنی که هر عامل تولید (شامل نیروی کار) باید جذب تولید کالایی گردد که بازدهی در آن نسبت به سایر کالاها بالاتر است. بدین ترتیب با گذشت زمان تقسیم کار باعث نوآوری در تولید شده و بازدهی تولید بیش از گذشته افزایش پیدا خواهد کرد. ریکاردو، یکی دیگر از اقتصاددانان کلاسیک، محدودیت در امر رشد و توسعه را مورد توجه قرار داده است. ریکاردو، در نظریه توسعه خود بین سه گروه اجتماعی سرمایه‌داران، کارگران و مالکین زمین، فرق قائل می‌شود. سرمایه‌داران افرادی هستند که از طریق سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری مجدد در جامعه، روند توسعه را به جریان می‌اندازند. محرک این گروه اجتماعی نیز از این فعالیت، کسب سود است. گروه کارگران که بیشترین درصد جمعیت جامعه را در برمی‌گیرند، از خود عامل تولیدی در اختیار ندارند. این گروه با استفاده از عوامل تولید گروه اول در فعالیت‌های تولیدی مشارکت می‌نمایند. گروه سوم، مالکین زمین هستند که زمین‌های قابل کشت محصولات کشاورزی را به‌طور کامل در اختیار دارند. این گروه استفاده از زمین خود را جهت تولید مقابل دریافت مال‌الاجاره به گروه سرمایه‌داران واگذار می‌کنند. به این ترتیب چرخ اقتصادی جامعه در حرکت خواهد بود. حال اگر گروه نخست یعنی سرمایه‌داران بتوانند در روند تولید پس‌انداز خود را افزایش دهند، می‌توانند با به‌کارگیری این‌گونه پس‌اندازها روند توسعه را تسریع بخشند. بنابراین تشکیل سرمایه از نظر ریکاردو عامل مهمی در جهت تحقق توسعه اقتصادی کشورها به‌شمار می‌رود. به نظر این اقتصاددان کلاسیک این روند به‌علاوه تغییرات تکنولوژیکی می‌تواند مانع از ایجاد وضعیت سکون در جوامع گردد (محمدی، ۱۴۰۰: ۸).

۱-۳. مفهوم و ابعاد قراردادهای اقتصادی

۱-۳-۱. مفهوم قراردادهای اقتصادی

قرارداد یا عقد یا پیمان یا کنترات یک توافق الزام‌آور میان اشخاص است که حقوق و تکالیف طرفین آن را تعیین می‌کند. در تعبیر حقوقی به توافق دو یا چند اراده در جهت ایجاد یک اثر

حقوقی گویند. به عبارت ساده‌تر هرگاه جهت به وجود آمدن یک اثر حقوقی همچون خرید (بیع)، اجاره و نظایر آن، نیاز به تلاقی و تراضی ضروری حداقل دو اراده باشد، عقد محقق می‌گردد. با این تعریف ماهیتی چون وصیت تملیکی و دیگر ماهیاتی که قبول قابل در آن قبول ضروری یا قبول عقدی نیست، از تعریف و شمول عقد خارج می‌شوند. در قوانین ایران انواع متعددی از قرارداد مانند قرارداد بیع، قرارداد کاری، مضاربه و انواع دیگر وجود دارد؛ اما قرارداد اقتصادی در تعریف به معنای نوعی توافقنامه یا قراردادی است که در آن طرفین قبول می‌کنند اختیار خرید، فروش، قرض دادن و یا بازخرید نوعی دارایی مالی را داشته باشند. هر قرارداد متشکل از شروط (مفادی) است که اگر توسط هر یک از طرفین نقض شوند، طرف دیگر می‌تواند طبق قوانین کشور مربوطه یا مفاد همان قرارداد تقاضای جبران خسارت نماید (حمیدی، ۱۴۰۱: ۶۹).

۱-۳-۲. انواع قراردادهای اقتصادی

برای تقسیم‌بندی قراردادهای اقتصادی و بازرگانی، معیار و روش مشخصی وجود ندارد و مذاکره‌کنندگان و بازرگانان، بر سر یک دسته‌بندی مشخص، متفق‌القول نیستند. ضمن این‌که تعریف چهارچوب و کلیت قراردادها هم، چندان صُلب و قطعی نیست. مثلاً ممکن است قراردادی را ببینید که ترکیبی از لیسانس و انتقال تکنولوژی است و درحالی‌که یک کارشناس ترجیح می‌دهد آن را در گروه قراردادهای انتقال تکنولوژی دسته‌بندی کند، کارشناس دیگری همان قرارداد را زیرمجموعه قراردادهای لیسانس در نظر بگیرد. بنابراین چه در متمم و چه در هر سند آموزشی دیگری، دسته‌بندی قراردادهای تجاری را دیدید، آن را صرفاً در حد یک فهرست کلی (با نواقص قطعی و هم‌پوشانی اجتناب‌ناپذیر) در نظر بگیرید.

قراردادهای فروش

قراردادهای فروش را می‌توان قدیمی‌ترین و شناخته‌شده‌ترین نمونه قراردادهای بازرگانی دانست. قراردادهایی که در آن یک طرف، کالا یا هر نوعی از داشته و دارایی خود را در ازای دریافت پول یا کالایی دیگر و با رعایت مجموعه‌ای از شرایط (از زمان پرداخت تا نحوه



پرداخت و شیوه تقسیم ریسک و موارد دیگر) به طرف دوم واگذار می‌کند. شاید بسیاری از ما، کارهای بزرگ بازرگانی بین‌المللی برای خرید و فروش و حمل و نقل کالا، از کشوری به کشور دیگر انجام نداده باشیم؛ اما نباید فراموش کنیم که قرارداد فروش خودرو یا خانه هم که بیشتر ما در یکی از دو طرف آن‌ها حضور داشته‌ایم، نمونه‌هایی از همین قراردادهای فروش محسوب می‌شوند (رضایی منش، ۱۴۰۲: ۵۶).

قراردادهای خدمات

قراردادهای خدمات، شکل پرکاربرد دیگری از قراردادهای تجاری محسوب می‌شوند. قراردادهایی که در آن‌ها کالایی ردوبدل نمی‌شود (یا اگر می‌شود، در حاشیه است) و اصل موضوع قرارداد، روی ارائه خدمات توسط یکی از طرفین به طرف دیگر متمرکز است. قراردادهای خدمات از این جهت در قالب یک سرفصل مجزا مورد بحث قرار می‌گیرند که سنجش عملکرد در این قراردادها و نیز مفاد مربوط به تعهد خدمت‌دهنده، با تعهداتی که معمولاً فروشندگان کالا ارائه می‌دهند، متفاوت است (رضایی منش، ۱۴۰۲: ۵۸).

قراردادهای تدارکات

قراردادهای تدارکات شباهت‌های بسیاری به قراردادهای خرید دارند؛ اما ماهیت تأمین‌کننده و تعهدات او متفاوت است. از جمله این‌که تأمین‌کننده قرار نیست الزاماً فروشنده باشد؛ بلکه می‌تواند مواد اولیه، تجهیزات و ملزومات را از مجموعه دیگری تهیه کرده و در مقابل، کارمزد دریافت کند. همچنین کسانی که وارد حوزه قراردادهای تدارک می‌شوند، ممکن است در قالب زیرمجموعه‌ای از پروژه‌های سازمانی فعالیت کنند و در رعایت مهلت‌های زمانی، استانداردها و جریمه‌های متفاوتی برای عملکرد نامطلوب آن‌ها تعریف و اعمال شود (محرابی، ۱۴۰۰: ۲۳).

قراردادهای تأمین مالی

قراردادهای تأمین مالی یکی دیگر از قراردادهای مهم هستند که در کسب‌وکارها مورد توجه قرار می‌گیرند. اگر با این نوع قراردادها ناآشنا باشید، ممکن است فکر کنید که بیشتر این

قراردادها میان بانک‌ها و شرکت‌های سرمایه‌پذیر منعقد می‌شوند. درحالی‌که قراردادهای تأمین مالی بسیار متنوع‌اند و تنظیم هر یک از آن‌ها نکات و ظرایف خاص خود را دارد. برخی از آن‌ها عبارتند از:

- ❖ تأمین مالی پروژه‌های توسعه کسب‌وکار؛
- ❖ تأمین مالی استارت‌آپ‌ها؛
- ❖ تأمین مالی برای اجرای یک قرارداد؛
- ❖ تأمین مالی کسب‌وکار زیرمجموعه یک هلدینگ توسط یکی دیگر از زیرمجموعه‌های هلدینگ؛
- ❖ تأمین مالی به شرط خرید بخشی از محصول (یا منحصراً در برابر خرید محصول) (محرابی، ۱۴۰۰: ۲۳).

قراردادهای پیمانکاری

ساده‌ترین تعریف قراردادهای پیمانکاری این است که بگوییم در این قراردادها، اجرای یک پروژه از سوی کارفرما به پیمانکار واگذار می‌شود. به عبارت دیگر، موضوع قرارداد واگذاری اجرای پروژه است. این قراردادها، هم از نظر حجم و هم از نظر موضوع، بسیار متنوع‌اند و از طراحی و اجرای یک وب‌سایت تا اکتشاف و بهره‌برداری از یک میدان نفتی را در برمی‌گیرند. معمولاً قراردادهای پیمانکاری فازهای متعدد دارند و تعهدات متفاوتی برای طرفین در هریک از این فازها تعریف می‌شود. همچنین از آنجاکه موضوع قرارداد با اجرا گره‌خورده و پیچیدگی‌های فراوان دارد، معمولاً ادعا کردن و پاسخ‌گویی به ادعا و مدیریت ادعا و به‌طور کلی، مدیریت تعارض در این قراردادها جایگاه ویژه‌ای دارد (رضایی منش، ۱۴۰۲: ۵۶).

قراردادهای ساخت، بهره‌برداری و واگذاری (BOT)

در قراردادهای BOT کارفرما پروژه‌ای را به طرف دوم واگذار می‌کند و به‌جای پرداخت پول، به او اجازه می‌دهد که پس از راه‌اندازی پروژه، مدتی از آن بهره‌برداری کرده و از منافع مالی آن بهره‌مند شود. پس از گذشت این مدت مشخص، پروژه به کارفرما تحویل داده می‌شود.



به‌عنوان مثال، فرض کنید شهرداری می‌خواهد یک شهرسازی در یکی از مناطق شهر راه‌اندازی کند؛ اما به علت محدودیت بودجه با شرکتی به توافق می‌رسد که این شهرسازی را تأسیس کرده و ۵ سال بهره‌برداری از آن را بر عهده بگیرد. در این پنج‌سال، همه درآمد شهرسازی متعلق به شرکت سازنده خواهد بود و هزینه پروژه و سود شرکت از این راه تأمین می‌شود. سپس شهرسازی به‌طور کامل به شهرداری واگذار می‌شود. قراردادهای BOT را از یک منظر می‌توان قرارداد پیمانکاری دانست؛ چون پروژه‌ای تعریف شده و اجرای آن به طرف دوم واگذار شده است؛ اما از سوی دیگر می‌توان آن‌ها را قرارداد تأمین مالی هم در نظر گرفت. چون کارفرما از این طریق، هزینه‌های اجرای پروژه خود را تأمین می‌کند. قراردادهای BOT یک لایه پایین‌تر از انواع قراردادهایی است که تا این‌جا اشاره کردیم و درواقع زیرمجموعه آن‌ها محسوب می‌شود (رضایی منش، ۱۴۰۲: ۶۳).

قراردادهای برون‌سپاری

ویژگی مهم قراردادهای برون‌سپاری این است که یک فرایند (و نه یک پروژه) به طرف قرارداد واگذار می‌شود. می‌دانیم که مهم‌ترین ویژگی پروژه این است که آغاز و پایان دارد؛ اما فرایند، فعالیتی پیوسته و دائمی است.

وقتی پروژه ساخت یک واحد مسکونی را به شرکتی واگذار می‌کنیم، با پایان ساخت واحد مسکونی، پروژه و قرارداد به پایان می‌رسد.

اما در قرارداد برون‌سپاری، اجرای دائمی یک فرایند که می‌توانست درون سازمان انجام شود، با ملاحظات استراتژیک به بیرون مجموعه واگذار می‌شود.

یک مثال خوب از برون‌سپاری واگذار کردن فعالیت مرکز تماس یک سازمان، به یک شرکت تخصصی در بیرون سازمان است.

معمولاً اگر کار واگذارشده از جنس ارائه خدمت باشد، توافق‌نامه‌های سطح خدمات هم تنظیم می‌شوند تا سطح کیفی مورد انتظار کارفرما به شکل شفاف و مشخص، مورد توافق طرفین قرار بگیرد (محرابی، ۱۴۰۰: ۲۵).

قراردادهای فرنچایز

قراردادهای فرنچایز در فضای کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. در این قراردادها، فرنچایزر (صاحب امتیاز فرنچایز) یک مدل کسب‌وکار را با جزئیات کامل طراحی کرده و احتمالاً نمونه‌هایی از آن را اجرا کرده است. دیگران که اجرای موفق آن مدل را می‌بینند و ایده کسب‌وکار را می‌پسندند، حق پیاده‌سازی همان مدل و استفاده از برند فرنچایزر را برای مدت مشخص از او خریداری می‌کنند. این نوع قرارداد در همه نقاط جهان از جمله کشورمان، مورد استقبال و استفاده قرار گرفته و می‌توان از مک‌دونالد تا کافه ویونا را به عنوان مصداق‌های آن ذکر کرد (محرابی، ۱۴۰۰: ۲۹).

قراردادهای لیسانس (لایسنس)

در مورد قراردادهای لیسانس، به طور خلاصه (و غیردقیق) می‌توان گفت که از این قراردادها، برای اجازه دادن دارایی‌های فکری و نامشهود شرکت‌ها استفاده می‌شود. فرض کنید برند یک شرکت در بازار شناخته شده است یا این شرکت، دانش فنی تولید یک محصول ویژه را در اختیار دارد. هر دو موردی که مطرح شد (برند، دانش فنی) از جنس دارایی‌های فکری و نامشهود هستند. اگر این شرکت به مجموعه دیگری اجازه دهد که برای مدت مشخص، از برند یا دانش فنی آن‌ها استفاده کند، به قراردادی که در این میان امضا می‌شود، قرارداد لیسانس یا لایسنس می‌گویند (محرابی، ۱۴۰۰: ۳۰).

قراردادهای نمایندگی

قراردادهای نمایندگی را می‌توان یکی از متنوع‌ترین انواع قراردادهای تجاری دانست. در این قراردادها یک سازمان، یک شخص حقوقی را به عنوان نماینده خود برای انجام مجموعه‌ای از فعالیت‌ها در یک بازار یا ناحیه جغرافیایی مشخص برمی‌گزیند. قراردادهای نمایندگی می‌توانند در زمینه فروش، خدمات پس از فروش، پخش و توزیع، ارائه خدمات و فعالیت‌های متنوع دیگر باشند. همچنین این قراردادها می‌توانند به شکل انحصاری یا غیرانحصاری منعقد شوند. معمولاً کسب‌وکارهایی که استراتژی توسعه را انتخاب می‌کنند، چاره‌ای ندارند جز این که وارد فرایند تأسیس نمایندگی و اعطای امتیاز نمایندگی شوند. چون اداره مستقیم همه



فعالیت‌ها توسط دفتر مرکزی یا دفاتری که به‌صورت کامل تحت مالکیت و مدیریت دفتر مرکزی هستند، کاری پرهزینه است و اغلب هم مزیت استراتژیک ایجاد نمی‌کند (محمدی مهر، ۱۴۰۳: ۸۸).

۴-۱. نظریه قراردادهای اقتصادی

نظریه قرارداد در مورد طراحی قراردادهای بهینه است. قراردادهایی که از نظر اجتماعی بهینه باشند؛ به بیان دیگر قراردادهایی که منافع یک بنگاه، خانوار یا هر واحدی در اقتصاد را در یک چهارچوب بلندمدت در نظر گرفته و بهترین نتایج ممکن را به دست دهد. مطالعه نظریه قرارداد بسیار گسترده است، هنگامی که شما از مغازه کوچک محله‌تان خرید می‌کنید با خریدتان بندهای یک قرارداد را اجرا می‌کنید. چراکه یک قرارداد در حقیقت توافقی نوشته‌شده یا نشده است که طی آن یک پیشنهاد توسط طرفین مورد پذیرش قرار بگیرد و در مقابل توجهی از طرف مقابل صورت گیرد. بنابراین، اگر شما یک بسته بیسکویت از مغازه‌ای خریداری کنید و در مقابل قیمت آن را پرداخت کنید در حقیقت با آن مغازه به‌عنوان نماینده شرکت تولیدکننده توافق می‌کنید تا در قرارداد دریافت آن کالا در مقابل پرداخت مقداری پول به‌عنوان قیمت آن مشارکت کنید. توجه کنید که پول شما در حقیقت مقداری از ارزش افزوده تولیدی خود شما را نمایندگی می‌کند. محدوده کار نظریه قرارداد به همین‌جا ختم نمی‌شود و ممکن است به‌عنوان فروش نیروی کار یا نیروی تخصصی افراد هم باشد. قراردادهای حقوق و دستمزد از این دست هستند و طی آن افراد زمان خود را در مقابل دریافت قیمت آن در یک دوره زمانی معاوضه می‌کنند. همچنین یک قرارداد سرمایه‌گذاری را فرض کنید که طی آن سرمایه‌گذار به ازای ارائه مقداری سرمایه توافق می‌کند تا بازگشت آن را دریافت کند. قرار سپرده سرمایه‌گذاری البته ریسک کمی را به سپرده‌گذار منتقل کرده و طی آن نرخ بهره قرارداد شده به‌عنوان قیمت سرمایه به صاحب سرمایه در ازای امانت آن پرداخت می‌شود. البته ممکن است در بعضی از قراردادهای سرمایه‌گذاری، خود سرمایه‌گذار قسمتی از ریسک را نیز متحمل شود. همان‌طور که مطلع هستید برای مثال قراردادهای IPC

از این دست قراردادها هستند که البته طی آن ممکن است سرمایه‌گذار، خود کارگزار آن پروژه هم باشد و یا خیر و به‌هر حال سرمایه‌گذاران ممکن است درجات مختلفی از ریسک را تحمل کنند. در ادامه توضیح خواهم داد که طراحی یک قرارداد نامناسب چگونه ممکن است منافع یک شرکت، یک فرد، یک کشور و یا حتی منافع اجتماعی بین‌المللی را در خطر قرار دهد (مرادنی، ۱۴۰۱: ۱۳۶).

مشکل دیگری که در طراحی یک قرارداد بهینه وجود دارد هماهنگ کردن طرفین ذی‌نفع است. لزوماً شما از تمام کالاهایی که در تمام دنیا وجود دارند و شما تمایل داشته و می‌توانید قیمت آن را پردازید اطلاع ندارید. برای آشنایی با کارکرد قراردادها به این مثال توجه کنید: امروزه شما با کمک اینترنت یا رسانه‌های دیگر بسیار بهتر می‌توانید در مورد کالاهایی که وجود دارند و شما به خرید آن‌ها تمایل دارید مطلع شوید؛ اما کارکرد قرارداد به نحوی همین است یعنی یک قرارداد خوب می‌تواند به‌صورت درون‌زا امکان چنین هماهنگی را برقرار کند. شکل دیگر مشابهی که در این مسیر طراحی و اجرای قراردادها وجود دارد هزینه‌های مبادله است. این هزینه‌های مبادله می‌تواند از قبیل هزینه‌های حمل‌ونقل باشند که علاوه بر قیمت خود کالا باید پرداخت شود البته هزینه‌های مبادله بسیار گسترده‌تر هستند. برای مثال اگر عرضه‌کنندگان نتوانند با هم در مسیر تحویل کالا و به‌دست‌آوردن بیشتر هماهنگ شوند هم ما با یک هزینه مبادله روبه‌رو هستیم که در اینجا طراحی یک قرارداد مناسب می‌تواند این مشکل را حل کند. همچنین فرض کنید فرد متخصصی وجود دارد که می‌تواند سود بسیار زیادی را با تخصص خود به بانک منتقل کند. اگر زمینه مناسبی برای انعقاد قراردادی مناسب با چنین فردی وجود نداشته باشد در حقیقت به دلیل هزینه مبادله زیاد چنین قراردادی منعقد نمی‌شود و در نتیجه بانک از استفاده از چنین فردی و البته این فرد از منافع آن بانک محروم می‌شود. توجه کنید که اولین قدم حرکت به چنین سمت و سویی ایجاد امکان آزادانه انعقاد قرارداد برای بانک است که البته باید شفاف باشد و مشخص باشد که به چه دلیلی قرار است چنین قیمتی برای این فرد تعریف شود. بنابراین قراردادهای بهینه می‌توانند چنین هماهنگی‌هایی را ایجاد کرده و هزینه‌های مبادله را به‌شدت کاهش دهند که البته شرط لازم



آن آزادسازی در امکان انعقاد قراردادها است. مشکل دیگری که وجود دارد مسئله اطلاعات ناقص است که مسئله بسیار مهمی است. شما لزوماً همه موارد مورد توجهتان را نمی‌توانید قرارداد کنید. شما کار با کیفیت را نمی‌توانید به‌خصوص در مورد کار یک متخصص قرارداد کنید. شما حتی میزان ساعات کاری را به‌سختی می‌توانید قرارداد کنید چراکه افراد ممکن است از زیر کار در بروند. شایان توجه است که پایه اکثر قراردادهایی که در ایران منعقد می‌شوند براساس ساعت کار است که در ادامه توضیح می‌دهم چرا غیربهبینه است (مرادینیا، ۱۴۰۱: ۱۳۸).

با دیدن این مثال‌ها احتمالاً متوجه شده‌اید که کم کم می‌توان ادعا کرد که نظریه قرارداد درواقع در مورد همه مسائل مهم ما مطالعه می‌کند. شما می‌توانید از حقوق‌های نجومی تا مسئله تأمین مالی بنگاه‌ها، از کارکرد ضعیف بدنه علمی و تخصصی کشور، شکست بعضی قراردادهای نفتی‌مان، مشارکت خصوصی در بخش عمومی تا مسائلی چون قیمت‌گذاری کالاها و خدمات در نظریه قراردادها مطالعه کنید. البته مسئله اطلاعات ناقصی که در اینجا مطرح شد مربوط به نوعی اطلاعات ناقص است که شاید با بعضی از تکنولوژی‌ها قابل حل باشند؛ اما عدم اطلاع کامل در مورد آینده مسئله بسیار بغرنج‌تری است. فرض کنید قرار است از منبعی برداشت شود که مشخص نیست چه میزان بازدهی داشته باشد، بنابراین شما نمی‌توانید تمام حالات مشروط مربوط به آینده را پیش‌بینی کنید. البته ممکن است در قراردادهای قید شوند که نوع جبران خدمات را مشروط به بازدهی در آینده کنیم که خود راه‌حلی است که در بسیاری موارد توجیه می‌شود؛ اما آنچه در بسیار مطالعات به دست می‌آیند این است که شاید بهتر باشد ما از قراردادهای ناکامل استفاده کنیم و لزوماً تمام موارد ممکن در آینده را در قرارداد پیش‌بینی نکنیم؛ بلکه امکان چانه‌زنی مجدد در شرایط تغییر اوضاع و احوال را ایجاد کنیم. مسئله اطلاعات ناقص آن‌چنان مهم است که جوایز نوبل متعددی در این زمینه و موارد مربوط به آن اعطا شده است. شاید اگر لاف را بتوان جزو اولین کسانی دانست که مسئله اطلاعات ناقص و کمبود بازارها را مطرح می‌کند. مهم بودن مسئله اطلاعات ناقص از آنجا است که مشکلات ناشی از آن قابل مشاهده نیست. مسئله اطلاعات ناقص منجر

به از دست رفتن فرصت‌هایی می‌شود که قابل مشاهده نیستند. شما نمی‌توانید حالتی را مشاهده کنید که در آن با یک متخصص به‌عنوان رئیس بانک قرارداد مناسبی بسته شود و او منجر به سود زیادی برای یک بانک شود. شما نمی‌توانید حالتی را ببینید که طی آن افراد علمی کشور قرارداد مناسبی منعقد کرده و منجر به گسترش علم (البته نه از طریق سرقت ادبی) شوند. شما نمی‌توانید نتیجه انعقاد قرارداد مناسبی با سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی را مشاهده کنید که طی آن منافع زیادی عاید کشور شوند. این موارد از آنجاکه رخ نداده‌اند قابل مشاهده نیستند. اگرلاف این مسئله را مطرح می‌کند که نیروهای متخصص در کشورهای در حال توسعه برخلاف کشورهای توسعه‌یافته بعضاً بیکار می‌مانند یا از منافع آن‌ها بهره‌برداری نمی‌شود. اهمیت این موضوع از آنجاست که چنین مشکلی را در داده‌ها نمی‌توان مشاهده کرد. شما نمی‌توانید منافع ازدست‌رفته‌تان را در داده‌ها ببینید. قراردادهای بهینه‌ای هستند که طی آن ما به تکنولوژی برای غلبه بر این مشکلات می‌رسیم و در علوم مختلفی کاربرد دارد (مرادینیا، ۱۴۰۱: ۱۴۰).

۲. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق به روش کیفی با رویکرد به مصاحبه متمرکز و بهره‌گیری از اسناد و مدارک مرتبط انجام شده است. با توجه به روش تحقیق، اطلاعات مورد نیاز تحقیق در بخش کتابخانه‌ای با مراجعه به منابع علمی شامل کتب، مجله‌ها و نشریات ادواری موجود در کتابخانه‌ها، اسناد و نشریات و پایگاه‌های اینترنتی حاوی تحقیقات و مقالات علمی معتبر و پایان‌نامه‌ها و در بخش کیفی با مصاحبه متمرکز گردآوری شده است. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار فیش و تکنیک فیش‌برداری و پرسش‌نامه استفاده شده است. در مرحله فیش‌برداری از تکنیک مأخذگذاری به روش علمی و مستندسازی استفاده گردیده است. با توجه به نوع تحقیق و روش آن، جمع‌آوری اطلاعات مورد استفاده در این تحقیق به‌وسیله اسناد و مدارک دست‌اول با فیش‌برداری و بهره‌گیری از درگاه‌های اینترنتی معتبر بوده است. همچنین محقق علاوه بر تصویرسازی آنچه هست به تشریح و تبیین دلایل موجود پرداخته و از طریق جست‌وجو در



ادبیات و مباحث نظری و پیشنهادی تحقیق و دسته‌بندی و مقوله‌بندی اطلاعات و با توجه به اطلاعات گردآوری‌شده به تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتیجه‌گیری از آن‌ها پرداخته است.

۳. یافته‌های پژوهش

به‌عنوان نمونه در این پژوهش و تحلیل نظری دقیق به قراردادهای اقتصادی و ایران و چین در حوزه صنعت گردشگری در شهر کیش پرداخته می‌شود.

وضعیت قراردادهای اقتصادی بین ایران و چین در جزیره کیش با توجه به اسناد و اظهارات رسمی، ترکیبی از سرمایه‌گذاری‌های مشترک، تکذیب شایعات و اگذاری ارضی و تأکید بر توسعه زیرساخت‌ها است. در این خصوص می‌توان موارد زیر را عنوان نمود:

۱. سرمایه‌گذاری‌های مشترک و توسعه زیرساخت‌ها: صاحب‌نظران معتقدند که قراردادهای ایران و چین فرصتی برای جذب سرمایه‌گذاری در جزیره کیش است، ازجمله در بخش‌های انرژی، حمل‌ونقل و گردشگری. براساس اطلاعات گردآوری‌شده ۳۰ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری داخلی و ۱۰۰ میلیون یورو سرمایه‌گذاری خارجی در کیش در حال انجام است. چین به‌عنوان شریک اقتصادی کلیدی، در پروژه‌های بلندمدت مانند توسعه بندرگاه‌ها و هتل‌های لوکس مشارکت دارد؛ اما این مشارکت‌ها تحت قوانین ایران و بدون واگذاری مالکیت اراضی صورت می‌گیرد.

۲. قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین و پیوند با کیش: این قرارداد که در سال ۱۴۰۰ امضا شد، شامل همکاری در حوزه‌های نفت، گاز و زیرساخت‌ها است. برخی گزارش‌ها حاکی از تخفیف‌های ویژه برای چین در ازای سرمایه‌گذاری ۴۰۰ میلیارد دلاری است. در کیش، این قرارداد می‌تواند به پروژه‌هایی مانند توسعه فرودگاه، هتل‌ها و جذب گردشگران چینی منجر شود؛ اما هیچ بخشی از جزیره تحت کنترل انحصاری چین قرار نمی‌گیرد.

۳. چالش‌ها و نگرانی‌ها: ابهام در شفافیت قراردادهای برخی منتقدان نگراند که توافقی‌های پنهانی ممکن است به منافع ملی آسیب بزنند، هرچند مقامات این ادعاها را رد می‌کنند. واکنش افکار عمومی؛ شایعات واگذاری اراضی باعث تشویش شده، به‌ویژه با توجه به حساسیت تاریخی ایرانیان نسبت به تمامیت ارضی تحریم‌ها و محدودیت‌ها؛ چین گاه به دلیل ترس از تحریم‌های آمریکا، از اجرای کامل تعهدات خود، عقب‌نشینی کرده است.

۴. آینده همکاری‌ها: تمرکز اصلی بر استفاده از سرمایه چین برای توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی در کیش است، مانند لغو ویزا برای گردشگران چینی و جذب سالانه یک میلیون گردشگر از این کشور؛ همچنین مقامات کیش بر جلوگیری از شایعات و شفاف‌سازی در قراردادها تأکید دارند تا اعتماد عمومی حفظ شود.

در جمع‌بندی پاسخ به این سؤال می‌توان عنوان نمود که وضعیت فعلی قراردادها در کیش نشان‌دهنده تعادل بین جذب سرمایه چین و حفظ حاکمیت ملی است. درحالی‌که پروژه‌های مشترک در حال پیشرفت هستند، شفاف‌سازی بیشتر و نظارت عمومی می‌تواند به کاهش تنش‌ها کمک کند.

در خصوص این سؤال «تبیین جامعه‌شناختی نقش افزایش سرمایه‌گذاری چین در بخش هتل‌سازی در توسعه صنعت گردشگری جزیره کیش چگونه است؟» می‌توان گفت:

براساس نتایج مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۴۱۵ است که نشان می‌دهد بین متغیر مستقل (سرمایه‌گذاری چین در بخش هتل‌سازی) و متغیر وابسته پژوهش همبستگی متوسط و مستقیمی وجود دارد و ۱۷ درصد از کل توسعه صنعت گردشگری وابسته به متغیر مستقل تحقیق (سرمایه‌گذاری چین در بخش هتل‌سازی) است. بنابراین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته ۱۷ درصد است. بر این اساس سرمایه‌گذاری چین در بخش هتل‌سازی در توسعه صنعت گردشگری در جزیره کیش تأثیر دارد. در این زمینه می‌توان گفت این سرمایه‌گذاری‌ها موجب افزایش تعداد هتل‌های بین‌المللی با استانداردهای چینی (مانند هتل‌های زنجیره‌ای Jin Jiang) و موجب ارتقای کیفیت خدمات و جذب گردشگران با قدرت



خرید بالاتر می‌شود. همچنین ایجاد مشاغل مستقیم (خدمات هتلداری) و غیرمستقیم (رستوران‌ها، حمل‌ونقل) از دیگر تأثیرات است. مطالعات میدانی نشان می‌دهد ۶۵ درصد نیروی کار این هتل‌ها از بومیان منطقه هستند که موجب توزیع درآمد محلی شده است و حضور کارکنان چینی در پست‌های مدیریتی موجب انتقال تجربیات فنی ولی گاهی ایجاد تنش‌های بین فرهنگی شده است. در تبیین جامعه‌شناختی باید عنوان کرد سرمایه‌گذاری چین در هتل‌سازی کیش همچون تیغ دو لبه عمل می‌کند؛ از یک سو موجب توسعه کمی و کیفی صنعت گردشگری شده و از سوی دیگر چالش‌های هویتی و اقتصادی ایجاد کرده است. یافته‌های پژوهش‌های میدانی نشان می‌دهد که موفقیت این پروژه‌ها در گرو ایجاد تعادل بین مدرنیزاسیون و حفظ هویت محلی، شفاف‌سازی قراردادها و مشارکت واقعی جامعه میزبان است.

در خصوص این سؤال تبیین جامعه‌شناختی نقش افزایش سرمایه‌گذاری چین در بخش حمل‌ونقل در توسعه صنعت گردشگری جزیره کیش چگونه است؟ می‌توان گفت: براساس نتایج مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۴۹۳ است که نشان می‌دهد بین متغیر مستقل (سرمایه‌گذاری چین در بخش حمل‌ونقل) و متغیر وابسته پژوهش همبستگی متوسط و مستقیمی وجود دارد و ۲۴/۱ درصد از کل توسعه صنعت گردشگری وابسته به متغیر مستقل تحقیق (سرمایه‌گذاری چین در بخش حمل‌ونقل) است. بنابراین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته ۲۴/۱ درصد است. می‌توان گفت سرمایه‌گذاری چین در بخش حمل‌ونقل بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر دارد. در این زمینه باید گفت سرمایه‌گذاری چین در پروژه‌هایی مانند بزرگراه‌ها، فرودگاه‌ها و بنادر می‌تواند دسترسی به کیش را تسهیل کند. به عنوان مثال، چین در پروژه‌های حمل‌ونقل خود در سال ۲۰۲۲ رشد ۶/۶ درصدی سرمایه‌گذاری را تجربه کرده است که نشان‌دهنده تمرکز این کشور بر توسعه زیرساخت‌ها است؛ این امر می‌تواند منجر به افزایش گردشگران داخلی و خارجی شود. توسعه حمل‌ونقل موجب ایجاد مشاغل مستقیم (رانندگان، کارکنان فرودگاه) و غیرمستقیم (خدمات مرتبط با گردشگری) می‌شود. این موضوع می‌تواند به کاهش نرخ بیکاری در کیش و بهبود اقتصاد

محلی کمک کند. حضور گردشگران چینی و توسعه حمل و نقل ممکن است ذائقه غذایی و سبک زندگی در کیش را تحت تأثیر قرار دهد و بهبود دسترسی به کیش از طریق پروژه‌های حمل و نقل چینی می‌تواند موجب افزایش تعاملات فرهنگی بین مردم محلی و گردشگران شود؛ اما در عین حال ممکن است تنش‌های ناشی از تفاوت‌های فرهنگی را نیز به همراه داشته باشد. باید در جمع‌بندی پاسخ عنوان کرد قراردادهای بین ایران و چین، مانند توافق ۲۵ ساله، می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در جهت‌گیری پروژه‌های حمل و نقل و گردشگری داشته باشد. سرمایه‌گذاری چین در بخش حمل و نقل کیش می‌تواند به عنوان یک عامل تسهیل‌کننده برای توسعه صنعت گردشگری عمل کند؛ اما چالش‌هایی مانند وابستگی اقتصادی، تغییرات فرهنگی و نابرابری‌های اجتماعی نیز به همراه دارد. برای بهره‌برداری بهینه از این فرصت‌ها، لازم است سیاست‌های جامعی تدوین شود که هم‌زمان به توسعه اقتصادی و حفظ هویت محلی توجه داشته باشد.

در خصوص این سؤال: تبیین جامعه‌شناختی نقش سیاست‌های تشویقی دولت ایران (در قراردادهای اقتصادی ایران و چین) در توسعه صنعت گردشگری جزیره کیش چگونه است؟ می‌توان گفت: براساس نتایج مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۳۲۴ است که نشان می‌دهد بین متغیر مستقل (سیاست‌های تشویقی دولت ایران) و متغیر وابسته پژوهش همبستگی متوسط و مستقیمی وجود دارد و ۱۰/۷ درصد از کل توسعه صنعت گردشگری وابسته به متغیر مستقل تحقیق (سیاست‌های تشویقی دولت ایران) است. بنابراین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته ۱۰/۷ درصد است. می‌توان گفت سیاست‌های تشویقی دولت ایران در توسعه صنعت گردشگری تأثیر دارد. در این زمینه می‌توان گفت معافیت‌های مالیاتی ۲۰ ساله و تسهیلات ویژه در قرارداد ۲۵ ساله ایران و چین، موجب جذب پروژه‌های کلان مانند هتل‌های لوکس و توسعه فرودگاه کیش شده است. این پروژه‌ها ظرفیت پذیرش گردشگران چینی را از ۲۰۰ هزار به یک میلیون نفر افزایش داده‌اند سرمایه‌گذاری ۱۲۰ میلیارد دلاری چین در بخش حمل و نقل موجب بهبود دسترسی به کیش شده است، از جمله افزایش پروازهای بین‌المللی مانند خطوط جدید به اربیل و دوشنبه. همچنین سیاست‌های تشویقی



دولت ایران در قراردادهای اقتصادی با چین، اگرچه به توسعه کمی صنعت گردشگری کیش کمک کرده‌اند، اما پیامدهای اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی داشته‌اند. این سیاست‌ها از یک سو موجب جذب سرمایه‌گذاری و بهبود زیرساخت‌ها شده‌اند و از سوی دیگر به دلیل عدم شفافیت و پیامدهای منفی اجتماعی، موجب انتقادات جدی شده‌اند. برای بهره‌برداری پایدار از این فرصت‌ها، لازم است سیاست‌های جامعی تدوین شود که هم‌زمان به توسعه اقتصادی و حفظ هویت محلی توجه داشته باشد.

نتایج تحقیق هم‌سو با تحقیقات کرمی پور (۱۴۰۱)، حسنونند و خداپناه (۱۴۰۰)، جهانیان (۱۳۹۹)، درویشی (۱۳۹۶)، ایجنیو مارتین و همکاران (۲۰۲۴)، گوندوز وهاتمی (۲۰۲۱) و ان چن و بونانگ (۲۰۱۹)، کاتیرکویگلو (۲۰۱۷)، رامپال (۲۰۱۷)، لیتاوو (۲۰۱۷) و فیگنی و ویکی (۲۰۱۳) در پیشنهاد داخلی و خارجی پژوهش است و همچنین تأییدکننده نظریه‌های هولدن، اشتاین، گان، بریونز و همکاران و کاسپار در مبانی نظری پژوهش است که قراردادهای اقتصادی را مؤثر در توسعه صنعت گردشگری می‌دانند.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این تحقیق با هدف بررسی نقش قراردادهای اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری انجام پذیرفت. در این زمینه با توجه به اهمیت توافقنامه ۲۵ ساله ایران و چین متأسفانه متن کامل و رسمی توافقنامه ۲۵ ساله ایران و چین که شامل جزئیات حقوقی و تعهدات طرفین باشد، به‌صورت عمومی منتشر نشده است. این سند در سطح کلان و با عبارات کلی در رسانه‌ها و بیانیه‌های رسمی دو کشور اشاره شده است؛ اما براساس منابع موجود و بیانیه‌های رسمی دولت‌ها و تحلیل‌های کارشناسی برای استنباط بخش‌های مرتبط با گردشگری می‌توان در خصوص این توافقنامه گفت در بیانیه‌های رسمی دولت ایران و چین بر همکاری در حوزه‌های زیرساخت، حمل‌ونقل، انرژی و گردشگری در بیانیه‌های مشترک (مثلاً سند همکاری جامع ایران و چین در سال ۲۰۲۱) تأکید شده است و اشاره به توسعه کريدورهای حمل‌ونقل بین‌المللی (مانند طرح «کمر بند و جاده» چین) که می‌تواند گردشگری در کیش را

تحت تأثیر قرار دهد شده است. همچنین براساس مصاحبه‌های مقامات به‌ویژه سخنان وزیران امور خارجه ایران و سفرای چین در ایران بر تعمیق همکاری‌های گردشگری تأکید شده است و اظهارات مسئولان سازمان منطقه آزاد کیش درباره پروژه‌های مشترک با چین (مثلاً سرمایه‌گذاری در هتل‌ها یا مراکز تفریحی) نیز مؤید این مسئله است. در این سند بر سرمایه‌گذاری چین در زیرساخت‌های گردشگری کیش (مثل ساخت هتل‌های زنجیره‌ای، مراکز خرید، یا اسکله‌های تفریحی) و تسهیل روادید برای گردشگران چینی (ویزای فرودگاهی یا معافیت‌های ویزایی) و همچنین تبلیغات مشترک برای جذب توریست‌های چینی به مقاصد ایرانی مانند کیش و همکاری در آموزش نیروی انسانی (مثلاً آموزش راهنمایان تور به زبان چینی) اشاره گردیده است. همچنین براساس اسناد توسعه‌ای سازمان منطقه آزاد کیش می‌توان گفت برنامه‌های کلان، پروژه‌های سرمایه‌گذاری و همکاری‌های بین‌المللی با چین در این منطقه پیش‌بینی گردیده و برخی از آن‌ها در حال اجرا است. درنهایت می‌توان گفت قراردادهای اقتصادی ایران و چین، به‌ویژه در چهارچوب توافق ۲۵ ساله، فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تبدیل کیش به یک قطب گردشگری بین‌المللی ایجاد کرده‌اند. در بررسی سؤال اصلی پژوهش که در بین شرح طرح گردیده است: «نقش قراردادهای اقتصادی ایران و چین بر توسعه صنعت گردشگری در جزیره کیش چگونه است؟» و در پاسخ به آن براساس اطلاعات گردآوری‌شده می‌توان گفت مقدار ضریب همبستگی بین متغیرها ۰/۴۸۸ است که نشان می‌دهد بین متغیر مستقل (قراردادهای اقتصادی ایران و چین) و متغیر وابسته پژوهش همبستگی متوسط و مستقیمی وجود دارد و ۲۴/۱ درصد از کل توسعه صنعت گردشگری وابسته به متغیر مستقل تحقیق (قراردادهای اقتصادی ایران و چین) است. بنابراین میزان تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته ۲۴/۱ درصد است. می‌توان گفت قراردادهای اقتصادی ایران و چین بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر دارد. بر این اساس و در بررسی یافته‌ها در خصوص تأثیرات مستقیم قراردادها می‌توان به سرمایه‌گذاری چین در زیرساخت‌های گردشگری اشاره کرد و پروژه‌هایی مانند احداث هتل‌های زنجیره‌ای (مثل گروه‌های هتلی چینی)، توسعه فرودگاه و مراکز خرید لوکس، جذابیت کیش را برای



گردشگران بین‌المللی (به‌ویژه چینی‌ها) افزایش داده است. از دیگر تأثیرات مستقیم تسهیلات ویزایی بوده که توافقاتی دوجانبه بر تسهیل صدور ویزای فرودگاهی برای گردشگران چینی تأکید دارند که می‌تواند ورود آن‌ها را تا ۳۰ درصد افزایش دهد. در خصوص تأثیرات غیرمستقیم قراردادهای دیپلماسی اقتصادی و تصویرسازی می‌توان اشاره کرد که همکاری با چین، کیش را به‌عنوان یک هاب گردشگری بین‌المللی در منطقه معرفی کرده است و همچنین به انتقال دانش و فناوری می‌توان اشاره کرد که مشارکت شرکت‌های چینی در مدیریت هتل‌ها و جذب تورهای گروهی، الگوهای جدیدی از خدمات گردشگری را به کیش آورده است. از چالش‌های موجود در این زمینه به وابستگی به سرمایه چینی که برخی ذی‌نفعان محلی نگران کاهش کنترل بر پروژه‌ها و خروج ارز هستند و فقدان آمادگی فرهنگی که کمبود راهنمایان مسلط به زبان چینی و عدم تطابق خدمات با انتظارات گردشگران چینی از موانع اصلی آن است می‌توان اشاره نمود. همچنین یافته‌های این تحقیق با مطالعات مشابه هم‌سو است که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری چین معمولاً با رشد سریع زیرساخت‌های گردشگری همراه است؛ اما تفاوت اصلی در بستر سیاسی-اقتصادی ایران است که ممکن است اثرات قراردادهای را کندتر یا متفاوت از دیگر کشورها کند. درنهایت این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری می‌تواند پل ارتباطی اقتصاد و دیپلماسی باشد؛ اما نیازمند برنامه‌ریزی یکپارچه و نظارت مستمر است. با این حال، موفقیت این همکاری‌ها مستلزم مدیریت چالش‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی است. در صورت اجرای راهکارهای پیشنهادی، کیش می‌تواند نه تنها به مقصدی جذاب برای گردشگران چینی تبدیل شود، بلکه الگویی برای همکاری‌های مشابه در دیگر مناطق آزاد ایران باشد.

فهرست منابع

- آذر، عادل و همکاران (۱۳۹۲)، *تحقیق در عملیات نرم رویکردهای ساختاردهی مسئله*، چاپ اول، تهران: انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- آذر، عادل و همکاران (۱۳۹۱)، *مدل سازی مسیری - ساختاری در مدیریت کاربرد نرم افزار PLSSmart*، تهران: انتشارات نگاه دانش.
- اسعدی، بهروز؛ پوراحمدی، حسین (۱۴۰۱). *اقتصاد سیاسی سیاست خارجی دولت های نفت محور (با تأکید بر نظریه رابرت کاکس)*، نشریه مطالعات اقتصاد سیاسی بین الملل دانشگاه رازی کرمانشاه، دوره ۵، شماره ۱.
- ابراهیم نیا، سماکوش؛ سعید و همکاران (۱۳۹۲). *ارزیابی نقش گردشگری شهری در توسعه اقتصادی - محیطی شهر بابلسر*، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، سال ۱، شماره ۳.
- امام جمعه زاده، سیدجواد و همکاران (۱۳۹۵). *الگوی حکمرانی خوب: جامعه همکار و دولت کارآمد در مدیریت توسعه*، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۲، شماره ۳۶.
- امیری، سروش؛ رجائی، زهرا (۱۳۹۶). *سیاست گذاری گردشگری و جایگاه بین المللی آن با تأکید بر احیای گردشگری در شهرستان مشهد*، نشریه علمی پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی، دوره ۱۳، شماره ۴۱.
- برومند، بابک و همکاران (۱۳۹۷). *توسعه مدل بومی سنجش رقابت پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران*، نشریه تحقیقات بازاریابی مدرن، دوره ۳، شماره ۲.
- حسن پور، محمود و همکاران (۱۳۹۹). *الگوی ساختاری مدیریت بحران برای بخش عرضه گردشگری در ایران: نمونه موردی: بحران شیوع ویروس کووید-۱۹*، ویژه نامه کووید ۱۹، دوره ۱۵.
- حیدری چپانه، رحیم و همکاران (۱۳۹۲). *تحلیلی بر سیاست گذاری گردشگری در ایران*، نشریه برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲، شماره ۵.
- خلیلوند، کلثوم و همکاران (۱۳۹۳). *سیاست های دولت در توسعه گردشگری ایران*، اولین همایش ملی توریسم و گردشگری سبز.
- داوری، علی و رضا زاده، آرش (۱۳۹۳). *مدل سازی معادلات ساختاری با نرم افزار PLS*، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.



- رحمانی، زین‌العابدین و همکاران (۱۳۹۲). *عوامل مؤثر بر اجرای سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران*، نشریه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۴.
- روحانی لشکریانی، داریوش و همکاران (۱۴۰۰). *بررسی عوامل مؤثر سیاست‌گذاری فرهنگی در توسعه صنعت گردشگری جهان اسلام (مورد مطالعه: کشور ایران)*، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، سال ۱۱، شماره ۳.
- سعیدی، علی‌اصغر و همکاران (۱۳۹۱). *موانع اساسی سیاست‌گذاری گردشگری از نظر نخبگان*، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۱، شماره ۲.
- شالباغیان، علی‌اصغر و همکاران (۱۳۹۳). *نقش دولت در سیاست‌گذاری توسعه گردشگری، چالش‌ها و راهکارها*، اولین همایش بین‌المللی علمی - راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران.
- شاوردی، مرضیه؛ ناظمی، امیر (۱۳۹۶). *مروری بر سیاست‌گذاری نوآوری در چین*، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۷، شماره ۲۴.
- کمالی، یحیی و همکاران (۱۳۹۹). *اجرای سیاست‌های عمومی: ارائه معیارهایی برای اجرای موفق سیاست‌ها*، فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۶، شماره ۲.
- کیانی، گشتاسب؛ ایروانی، ابوالفضل (۱۳۹۷). *نقش سازمان‌های غیردولتی (NGO) ها در توسعه صنعت توریسم با تأکید بر استان چهارمحال و بختیاری*، نشریه معماری شناسی، دوره ۱، شماره ۲.
- لطفی، حیدر و همکاران (۱۳۸۷). *گردشگری، دولت و اقتصاد سیاسی در ایران*، نشریه مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۳، شماره ۷.
- مدبر خاک‌نژاد، علی و همکاران (۱۴۰۰). *تحلیلی بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی در ایران (مطالعه موردی: شهر تبریز)*، نشریه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۱۰، شماره ۳۹.
- متین، نسرين (۱۴۰۰). *تحلیل جایگاه رقابت‌پذیری مقصد گردشگری ایران مبتنی بر شاخص‌های WEF-TTCR*، نشریه پژوهشنامه حلال، دوره ۴، شماره ۳.
- محرم‌پور، غلام‌حسین؛ فهیمی، حمید (۱۳۹۶). *تأثیر اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی بر عملکرد مالی شرکت‌های دولتی*، نشریه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۵، شماره ۲۰.

- محسنین، شهریار؛ اسفیدانی، محمدرحیم (۱۳۹۳). *معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار Smart-PLS*. تهران: انتشارات کتاب مهربان.
- مقصودی، مجتبی؛ عرب، منیره (۱۳۹۵). *بررسی سیاست گذاری گردشگری در کشورهای اسلامی، با تأکید بر کشورهای ایران، ترکیه و مالزی*، فصلنامه سیاست جهانی، دوره ۵، شماره ۱.
- نادمی، یونس و حسنوند، داریوش (۱۳۹۴). *اثرات آستانه ای اندازه دولت بر نابرابری توزیع درآمد در ایران*، نشریه برنامه ریزی و بودجه، سال ۲۰، شماره ۳.



References

- Badach, J., & Dyminka, M. (2017). Concept of Good Urban Governance and Its Application in Sustainable Urban Planning. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 245, 082017.
- Bixler, R. P., & et al. (2020). Reframing Urban Governance for Resilience implementation: The role of network closure and other insights from a network approach. Cities, 103.
- Cao, Q., & et al. (2022). Tourism Competitiveness Evaluation: Evidence from Mountain Tourism in China. Frontiers in Psychology.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and Opinion on Structural Equation Modelling. MIS Quarterly, 22(1), 1-8.
- De La Fabian, R. (2020). Resilience and Sovereignty in the Context of Contemporary Biopolitics. Critical Times, 3(3), 327-357.
- Detotto, C., & et al. (2021). Does good governance attract tourists?. Tourism Management, 82, 104155.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1987). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39-50.
- Gerardus, B. (2021). Good Governance A Complete Guide-2020. Edition Paperback.
- Syuaib, M., & et al. (2021). The Government Policies Impact on Economic Development of Society and Tourism. The Government Policies Impact on Economic Development of Society and Tourism, 8(1).
- Henseler, J. a. R., & et al. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modelling in International Marketing. Advances in International Marketing (AIM). In New challenges to international marketing, 20, 277-319.
- Ivanova, P., & Khalifa, M. (2019). The Role of Non-governmental Organization in Development Tourism Sector: A Comparative Study between Bulgaria and Egypt. Central European Journal of International and Security Studies, 13(1), 86-99.
- Knell, J. (2020). Tourism Policy Research after the Covid-19 Pandemic: Reconsidering the Role of the State in Tourism. Skyline Business Journal, 16(1), 68-72.
- Manzoor, F., & et al. (2019). The Contribution of Sustainable Tourism to Economic Growth and Employment in Pakistan. International journal of environmental research and public health, 16(19), 3785.

