

## Compilation of organizational and extra-organizational requirements for the extension of fisheries tourism in the coastal areas of the Caspian Sea

Jaber Pariab<sup>1</sup>, Enayat Abbasi<sup>2\*</sup> and Shahla Choobchian<sup>3</sup> 

1. Assistant Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, University of Zabol and PhD graduate, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

2. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

3. Associate Professor, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

\* Corresponding Author, [Enayat.abbasi@modares.ac.ir](mailto:Enayat.abbasi@modares.ac.ir)

Received Date:  
13/11/2024

Revise Date:  
21/03/2025

Accepted Date:  
18/05/2025

Published Date:  
21/09/2025

### Article Info Abstract

Research Paper  
Volume 3, Issue 1, Spring and Summer, 2025  
Pages 12-34

The specific potentials of the fisheries sector and on the other hand the benefits of the tourism industry have caused fisheries tourism to be emphasized as a new strategy in the field of fisheries and world tourism. To develop a sustainable framework of fisheries tourism that both improves the local economy and protects marine ecosystems, the existence of some infrastructure related to fisheries tourism is necessary as prerequisites for the development of fisheries tourism. Because infrastructure development guarantees the long-term sustainability of this emerging sector. Therefore, this research has been conducted to collect the organizational and extra-organizational requirements necessary for the development of fisheries tourism in the coastal areas of the Caspian Sea, focusing on the interaction between local stakeholders, regulatory frameworks and sustainable practices. In terms of purpose, this research is applied, in terms of information analysis, descriptive-analytical, in terms of research approach, inductive, in terms of strategy, content analysis, and in terms of nature, it is among qualitative researches. The statistical population in this research were 26 subject matter experts and key informants in different departments. To select the participants in this research, the purposeful sampling method and the snowball sampling technique were used. The method of data collection in this research is a semi-structured interview in two forms, individual and group, which was conducted using research protocols. The results of the research showed that organizational adaptability, organization dynamics, extension intervention, organization strategies and organization structure are the most important organizational requirements for fisheries tourism extension. Also, in the dimension of extra-organizational requirements, organizational interactions, cultural interactions, market, support, facilities and public services, rules and regulations, economic security and financial affairs, were identified as the most important categories.

**Keywords:** Fisheries tourism, Income diversification, Organizational requirements, extra-organizational requirements, Coastal areas.

#### Cite this article:

Pariab, J., Abbasi, E., & Choobchian, S. (2025). Compilation of organizational and extra-organizational requirements for the extension of fisheries tourism in the coastal areas of the Caspian Sea. *Journal of Rural Development and Extension Studies*, 3(1), 12-34.

 <https://doi.org/10.30470/jrdes.2025.2045694.1042>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0/License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

## Extended Abstract

### Introduction

Many agricultural communities have changed the type of their on-farm activities for economic survival, and one option for farmers is to combine agriculture with recreational activities, including tourism. To develop a sustainable framework of fisheries tourism that both improves the local economy and protects marine ecosystems, the existence of some infrastructure related to fisheries tourism is essential as a prerequisite for the development of this type of tourism. Because the development of infrastructure ensures the long-term viability of this emerging sector. The existence of adequate infrastructure to support fisheries tourism activities is crucial. Therefore, this research seeks to answer the fundamental question of what are the organizational and supra-organizational requirements for promoting fisheries tourism in the Caspian Sea coastal areas?

### Methodology

This research is classified as qualitative research in terms of its applied purpose, data collection method, interview, descriptive-analytical in terms of its data analysis method, inductive in terms of its research approach, and content analysis in terms of its implementation method. The statistical population of this research consisted of 26 experts. Purposeful sampling and snowball sampling techniques were used to select participants in this research. After conducting 26 interviews, data saturation was achieved. Data collection in this research was carried out using a semi-structured interview method. Qualitative content analysis was used to analyze the data collected in this research. The research tool in semi-structured interviews included a voice recorder and researcher notes.

### Results and discussion

#### A. Categorization and Ranking of Organizational Implications of Fisheries Tourism

Organizational implications of promoting fisheries tourism consist of five categories; Organizational adaptability, organizational dynamics, promotion interventionism, organizational strategies, and organizational structure. The results show that the category of

"organizational structure" with an overall average importance of 4.26 has the most importance among all categories of organizational requirements of fisheries tourism. "Organizational adaptability" with an average overall importance score of 4.16 is "organizational strategies" with an average overall importance score of 3.88, "promotion interventionism" with an average overall importance score of 3.72 are in the next position of the identified categories of organizational requirements.

#### B. Categorization and Ranking of Extra-Organizational Implications of Fisheries Tourism

The results of the research findings and the categorization of concepts extracted from the interviews conducted in this study show that the extra-organizational implications of promoting fisheries tourism consist of eight categories: organizational, cultural, market, support interactions, public facilities and services, laws and regulations, economic security, and financial affairs.

The results show that the economic security category, with an overall average importance of 4.62, has the highest importance among all the categories of extra-organizational implications of fisheries tourism. "Laws and regulations" with an average overall importance score of 4.39, "Cultural" with an average overall importance score of 4.12, "Support" with an average overall importance score of 4.06, "Organizational interactions" with an average overall importance score of 4.05, "Public facilities and services" with an average overall importance score of 4.04, "Market" with an average overall importance score of 4.01, and "Financial matters" with an average overall importance score of 3.71 are in the last place of the identified categories of extra-organizational requirements.

### Conclusion and suggestions

According to the results of the research, in order to change the organization's leadership toward promoting fisheries tourism, the organization's mission should be modified in order to pay attention to fisheries tourism. Paying attention to the audience and their

needs can lead to the modification of the organization's mission. Another organizational requirement for promoting fisheries tourism identified in this research is the role of promotion intervention. Developing an exploitation system in various areas of investment in fisheries tourism improves the role of promotion intervention. Finally, to promote fisheries tourism, there is a need for a dynamic organization that, by identifying environmental opportunities, supporting and developing calculated risks in the field of fisheries tourism, and organizing fisheries activists to attract their maximum participation, will develop fisheries tourism as part of the organization's activities.

The results of this study showed that the trans-organizational requirements include economic security, laws and regulations, cultural requirements, support requirements, organizational interactions, public facilities and services, and financial affairs. It is natural that investment and activity in any industry and project requires economic security. Without economic security, the investment risk is extremely high. In addition to being able to provide economic security, appropriate laws and regulations for promoting fisheries tourism are emphasized in this study as another trans-organizational requirement for promoting fisheries tourism. The results of the study showed that cultural infrastructure is the third category of extra-organizational requirements for promoting fisheries tourism in the coastal areas of the Caspian Sea. Another part of the extra-organizational requirements of fisheries tourism is "support". The preparation and formulation of macro and national fisheries tourism policies is a very important support for promoting fisheries tourism in the coastal areas of the Caspian Sea. The fifth part of the extra-organizational requirements of fisheries tourism is "organizational interactions". Promoting fisheries tourism will definitely not be possible without interaction between the trustee and various related organizations.

Another requirement that should be considered in the path of promoting fisheries tourism is "market." Finally, another extra-organizational requirement for promoting fisheries tourism is "financial matters". Considering the experiences of different

countries in the field of fisheries tourism, the entry of the private sector into investing in the fisheries tourism sector is one of the key factors and the success of fisheries tourism.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

### **Conflict of Interest**

Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all interview participants for collecting data.

## تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر

جابر پاریاب<sup>۱</sup>، عنایت عباسی<sup>۲\*</sup> و شهلا چوپچیان<sup>۳</sup>

۱. استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه زابل و دانش آموخته دکتری ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس، ایران.

۲. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

۳. دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۰۶/۳۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۲/۲۸

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۰۱/۱۰

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۸/۲۳

### اطلاعات مقاله چکیده

پتانسیل‌های خاص بخش شیلات و از طرف دیگر مزایای صنعت گردشگری، موجب شده است که گردشگری شیلات به‌عنوان یک استراتژی جدید در حوزه شیلات و گردشگری جهان مورد تأکید قرار گیرد. گردشگری شیلات یک رویکرد نوآورانه است که فعالیت‌های ماهیگیری را با گردشگری ادغام می‌کند و یک راه اقتصادی پایدار برای جوامع ساحلی فراهم می‌کند. برای توسعه یک چارچوب پایدار از گردشگری شیلات که هم اقتصاد محلی را بهبود بخشد، و هم از اکوسیستم‌های دریایی محافظت کند، وجود برخی زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری شیلات به عنوان پیش‌نیازهای توسعه این نوع از گردشگری ضروری است. چراکه توسعه زیرساخت‌ها، دوام طولانی مدت این بخش نوظهور را تضمین می‌کند. لذا این پژوهش با هدف گردآوری استلزامات سازمانی و فراسازمانی ضروری برای توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، با تمرکز بر تعامل بین ذینفعان محلی، چارچوب‌های نظارتی و شیوه‌های پایدار انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی؛ از نظر چگونگی تحلیل اطلاعات، توصیفی-تحلیلی؛ از نظر رویکرد پژوهشی، استقرایی؛ از نظر استراتژی، تحلیل محتوا؛ و از نظر ماهیت، در زمره پژوهش‌های کیفی قرار دارد. جامعه آماری در این پژوهش ۲۶ متخصص از خبرگان موضوعی و مطلعان کلیدی در بخش‌های مختلف بودند. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه نیمه ساختارمند به دو شکل انفرادی و گروهی است که با استفاده از پروتکل‌های پژوهش انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد که مهم‌ترین استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات؛ انطباق‌پذیری سازمانی، پویایی سازمان، مداخله‌گری ترویج، راهبردهای سازمان و ساختار سازمان است. همچنین تعاملات سازمانی، تعاملات فرهنگی، بازار، حمایتی، امکانات و خدمات عمومی، قوانین و مقررات، امنیت اقتصادی و امور مالی، به‌عنوان مهم‌ترین مقولات استلزامات فراسازمانی، شناسایی شدند.

**کلید واژه‌ها:** گردشگری شیلات، متنوع‌سازی درآمدی، استلزامات سازمانی، استلزامات فراسازمانی، مناطق ساحلی.

دوره ۳، شماره ۱، بهار و تابستان ۱۴۰۴  
مقاله پژوهشی  
صص ۱۲-۳۴

\*نویسنده مسئول: [Enayat.abbasi@modares.ac.ir](mailto:Enayat.abbasi@modares.ac.ir)

ارجاع به این مقاله: پاریاب، جابر؛ عباسی، عنایت؛ و چوپچیان، شهلا. (۱۴۰۴). تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، دو فصلنامه تحقیقات ترویج و توسعه روستایی ۳(۱)، ۱۲-۳۴.

 <https://doi.org/10.30470/jrdes.2025.2045694.1042>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0/License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

## مقدمه

محققان در سراسر دنیا تاکنون راهبردهای مختلفی را برای رهایی جوامع در حال توسعه از فقر و تنگدستی ارائه کرده‌اند. یکی از این استراتژی‌ها، متنوع‌سازی درآمدی است (Barrett & Reardon, 2000; Ellis & Freeman, 2004; Agyeman *et al*, 2016; Mastrorillo *et al*, 2016; Khan & Hossain, 2018; Mishra & Singh, 2019; Davis *et al*, 2020; Kumar & Singh, 2021; Zhou *et al*, 2022; Nawaz & Iqbal, 2023). بسیاری از جوامع کشاورزی برای بقای اقتصادی، نوع فعالیت‌های در مزرعه خود را تغییر داده‌اند و یکی از گزینه‌ها برای کشاورزان، ترکیب کشاورزی با فعالیت‌های تفریحی از جمله گردشگری است (Sharpley & Vass, 2006). اگرچه گردشگری ممکن است تأثیرات منفی بر روستاها و سبک‌های زندگی روستایی بگذارد، اما به‌طور گسترده‌ای ابزاری برای توسعه روستایی محسوب می‌شود. با این وجود بررسی ادبیات نشان می‌دهد که مطالعات متنوع‌سازی درآمد در کشورهای در حال توسعه در گذشته بیشتر بر جوامع کشاورزی متمرکز شده است و جوامع ماهیگیری را نادیده گرفته است (Reardon *et al*, 1992; Reardon, 1997; Abdulai and Delgado, 1999; Woldenhanna and Oskam, 2001; Barrett *et al*, 2000; 2001; Abdulai and CroleRees, 2001; Adugna, 2006; Wouterse and Taylor, 2008). تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی و بازار کار و همچنین فراهم آوردن درآمد اضافی برای خانواده‌های ماهیگیری مزیت‌هایی است که صنعت گردشگری می‌تواند برای یک منطقه به همراه داشته باشد. همچنین گردشگری می‌تواند موجب پایداری فعالیت ماهیگیری شود. در واقع، گردشگری یکی از معدود صنایعی است که حتی در زمان‌های بحران اقتصادی نیز در حال رشد است (Gonzalez & Pineiro Antelo, 2020; Franco *et al*, 2020). تکیه بر فعالیت‌های سنتی مانند ماهیگیری می‌تواند به جذب بازدیدکنندگانی که در جستجوی یک تجربه منحصر به فرد هستند، کمک کند و نوعی از گردشگری را که پایدارتر است و به جامعه محلی کمک می‌کند، ایجاد کند (Farnet, 2014). گردشگری شیلات نه تنها از اقتصادهای محلی حمایت می‌کند، بلکه آگاهی زیست محیطی و تلاش‌های حفاظتی را نیز تقویت می‌کند. با اجازه دادن به گردشگران برای شرکت در شیوه‌های ماهیگیری سنتی و لذت بردن از غذاهای دریایی محلی، جوامع می‌توانند میراث فرهنگی خود را در عین ترویج روش‌های ماهیگیری پایدار ارتقا دهند (Jacob & Witman, 2006). تحقیقات نشان می‌دهد که گردشگری شیلاتی موفق می‌تواند با ایجاد معیشت جایگزین برای ماهیگیران، فشار بر منابع دریایی را کاهش دهد و در نتیجه به پایداری ذخایر ماهی و اکوسیستم‌های دریایی کمک کند (Liontakis & Vassilopoulou, 2022). توسعه مؤثر گردشگری شیلات به همکاری میان سهامداران مختلف از جمله ماهیگیران محلی، برگزارکنندگان تورهای گردشگری، سازمان‌های دولتی و سازمان‌های اجتماعی بستگی دارد. مشارکت دادن این گروه‌ها تضمین می‌کند که دیدگاه‌های متنوع در فرآیندهای برنامه‌ریزی گنجانده شود تا حس مالکیت و تعهد به شیوه‌های پایدار تقویت گردد (منقلو و مینگوتو، ۲۰۱۶). گردشگری شیلات در حالی که راه حل کاملی برای چالش‌های پیش روی جوامع ماهیگیری نیست، می‌تواند شرایط زندگی در مناطق ساحلی را بهبود بخشد و مدیریت بهتر منابع را ارتقا دهد (Liontakis, & Vassilopoulou, 2022).

در ایران، ادغام شیلات و گردشگری می‌تواند مزایای اجتماعی-اقتصادی، به ویژه در امتداد سواحل دریای خزر را به همراه داشته باشد. موقعیت جغرافیایی ایران، با دسترسی به دریای خزر، خلیج فارس و خلیج عمان، از طیف متنوعی از گونه‌های آبی و تولید قابل توجه شیلات پشتیبانی می‌کند (Harlioglu & Farhadi, 2017). در حالی که کل تولید شیلات در ایران افزایش یافته است، با رشد سریع آبی پروری، هنوز پتانسیل برای توسعه بیشتر وجود دارد (کریم پور و همکاران، ۲۰۱۳; Harlioglu & Farhadi, 2017). با این حال، گسترش فعالیت‌های گردشگری در مناطق ساحلی به‌ویژه حاشیه دریای خزر نگرانی‌های زیست‌محیطی را در پی داشته است. ایجاد توازن در توسعه گردشگری با حفاظت از محیط زیست برای حفظ جذابیت این مناطق و تضمین شیوه‌های گردشگری پایدار بسیار مهم است (Mola *et al*, 2012). مدیریت مؤثر، مقررات و همکاری ذینفعان برای به حداکثر رساندن مزایای ادغام شیلات و گردشگری و در عین حال به حداقل رساندن اثرات منفی زیست محیطی ضروری است.

وجود زیرساخت‌های کافی برای حمایت از فعالیت‌های گردشگری شیلات حیاتی است. این شامل امکاناتی مانند اقامتگاه‌ها، مراکز

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

غذاخوری با ارائه غذاهای دریایی محلی، و نقاط دسترسی برای فعالیتهای ماهیگیری است. سرمایه‌گذاری در شبکه‌های حمل و نقل نیز برای تسهیل حرکت گردشگران به سایت‌های ماهیگیری ضروری است (Pariab et al, 2024). ایجاد یک چارچوب نظارتی قوی برای مدیریت پایدار شیوه‌های ماهیگیری و در عین حال حفاظت از تنوع زیستی دریایی نیز حیاتی است. سیاست‌ها باید گردشگری مسئولانه را ترویج داده و از حقوق ماهیگیران محلی از طریق دستورالعمل‌های روشن در مورد سهمیه‌های ماهیگیری، صدور مجوز و اقدامات حفاظت از محیط زیست محافظت کنند (Alipour et al, 2017). بازاریابی مؤثر برای جذب گردشگران به طرح‌های گردشگری شیلات بسیار مهم است. برجسته کردن تجربیات منحصر به فرد - مانند روش‌های سنتی ماهیگیری یا جشنواره‌های آشپزی با غذاهای دریایی محلی - می‌تواند علاقه و مشارکت را افزایش دهد. برنامه‌های آموزشی با هدف افزایش مهارت‌های ماهیگیران محلی در مدیریت مهمان‌نوازی و خدمات به مشتریان می‌تواند کیفیت تجارب توریستی را به طور قابل توجهی بهبود بخشد. طرح‌های ظرفیت‌سازی می‌تواند جوامع را برای مشارکت فعال در توسعه گردشگری شیلات توانمند کند. اجرای شیوه‌های پایدار برای حفظ تعادل اکولوژیکی در مناطق ساحلی ضروری است. این شامل ترویج تکنیک‌های ماهیگیری سازگار با محیط زیست و آموزش گردشگران در مورد تلاش‌های حفاظت از دریا می‌شود. ابزارهای نظارتی باید برای ارزیابی تأثیر گردشگری شیلات بر اکوسیستم‌های دریایی به طور مستمر ایجاد شود (Pariab et al, 2024؛ پارباب و همکاران، ۱۴۰۲).

توسعه گردشگری شیلات نیازمند رویکردی جامع است که هم نیازهای سازمانی و هم برون سازمانی را برطرف کند. با تقویت همکاری بین ذینفعان، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد چارچوب‌های نظارتی و ارتقای پایداری، این بخش می‌تواند به طور قابل توجهی به شکوفایی اقتصادی جوامع ساحلی و در عین حال حفظ منابع ارزشمند دریایی کمک کند. بینش به‌دست‌آمده از مطالعات اخیر بر ضرورت استراتژی‌های هدفمند برای استفاده از پتانسیل کامل گردشگری شیلات در سطح جهان تأکید می‌کند. بررسی ادبیات علمی در مورد گردشگری شیلات، شناخت فزاینده‌ای از پتانسیل آن برای تقویت اقتصادهای محلی و در عین حال ترویج شیوه‌های پایدار در مناطق ساحلی را نشان می‌دهد. گردشگری شیلات، نشان دهنده همگرایی ماهیگیری تفریحی و گردشگری است که تجربیات منحصر به فردی را ارائه می‌دهد که بر سنت‌های ماهیگیری محلی و تنوع زیستی دریایی سرمایه‌گذاری می‌کند. بر اساس مطالعات اخیر مولینا گارسیا و همکاران، و موزومدر و همکاران، این بخش می‌تواند به طور قابل توجهی به پایداری اقتصادی جوامع ساحلی با ارائه منابع درآمدی جایگزین برای ماهیگیران و ترویج میراث فرهنگی محلی کمک کند (MolinaGarcia et al, 2015; Mozumder et al, 2018). یک یافته کلیدی در مطالعات متعدد بر اهمیت همکاری سهامداران در اجرای موفقیت‌آمیز طرح‌های گردشگری شیلات تأکید می‌کند. درگیر کردن ماهیگیران محلی، اپراتورهای گردشگری، سازمان‌های دولتی و سازمان‌های اجتماعی برای ایجاد یک استراتژی منسجم که به نیازها و نگرانی‌های همه طرف‌های درگیر رسیدگی می‌کند، برای پایداری طولانی مدت گردشگری شیلات بسیار مهم و ضروری است (Gomei & Bellia, 2019).

نتایج پژوهش افندی و همکاران در سال ۲۰۱۹ نشان داد که استراتژی‌های بازاریابی موثر برای جذب گردشگران به طرح‌های گردشگری شیلات بسیار مهم است. تأکید بر تجربیات منحصر به فرد - مانند شرکت در روش‌های سنتی ماهیگیری یا جشنواره‌های آشپزی با غذاهای دریایی محلی - می‌تواند علاقه و مشارکت را افزایش دهد (Effendi et al, 2019). توسعه کمپین‌های بازاریابی هدفمند می‌تواند به جایگاه گردشگری شیلات به عنوان گزینه‌ای جذاب کمک کند. گونزالس و پینرو آنتلو، نشان دادند که برنامه‌های آموزشی با هدف افزایش مهارت‌های ماهیگیران محلی در مدیریت مهمان‌نوازی و خدمات به مشتریان می‌تواند کیفیت تجارب توریستی را به طور قابل توجهی بهبود بخشد (Gonzalez & Pineiro Antelo, 2020). با تجهیز سهامداران محلی به مهارت‌های لازم، می‌توان تجربه کلی گردشگری را افزایش داد و در عین حال غرور جامعه را به سنت‌های محلی تقویت کرد. بررسی ادبیات همچنین نشان می‌دهد که اقدامات پایدار باید در توسعه گردشگری شیلات برای حفاظت از اکوسیستم‌های دریایی ادغام شود. این شامل ترویج تکنیک‌های ماهیگیری سازگار با محیط زیست و آموزش گردشگران در مورد تلاش‌های حفاظتی است (Gomei & Bellia, 2019).

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

بنابراین بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری شیلات موفق به یک رویکرد چند وجهی نیاز دارد که استلزامات سازمانی و برون سازمانی را دربرمی‌گیرد. با تقویت همکاری بین ذینفعان، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد چارچوب‌های نظارتی و ارتقای پایداری، این بخش می‌تواند به طور قابل توجهی به شکوفایی اقتصادی جوامع ساحلی و در عین حال حفظ منابع ارزشمند دریایی کمک کند. بینش به‌دست‌آمده از مطالعات اخیر بر نیاز به استراتژی‌های هدفمند برای استفاده از پتانسیل کامل گردشگری شیلات در سطح جهان تأکید می‌کند. بنابراین این پژوهش بدنبال پاسخ به این سوال اساسی است که ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، چه استلزامات سازمانی و استلزامات فراسازمانی را نیاز دارد؟

## روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، به لحاظ شیوه گردآوری داده‌ها، مصاحبه، از نظر چگونگی تحلیل اطلاعات، توصیفی - تحلیلی، از نظر رویکرد پژوهشی استقرایی و از نظر استراتژی (روش اجرا)، تحلیل محتوا و از نظر ماهیت، در زمره پژوهش‌های کیفی قرار دارد. جامعه هدف در این پژوهش خبرگان موضوعی و مطلعان کلیدی در بخش‌های مختلف بودند که با در نظر داشتن سه معیار مرتبط بودن به موضوع مورد بررسی و داشتن تجربه لازم در زمینه مورد پژوهش و بهره‌مندی از دانش ویژه پیرامون موضوع مورد پژوهش انتخاب شدند. در نهایت جامعه آماری این تحقیق از ۲۶ متخصص تشکیل شد که عبارت بودند از: ۱- کارشناسان سازمان شیلات ایران (۸ نفر)، ۲. کارشناسان اداره کل شیلات در استان‌های مازندران و گلستان (۳ نفر) ۳- کارشناسان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۷ نفر) ۴- اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان و دانشگاه گیلان (۳ نفر) ۵. کارشناسان مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور (۲ نفر) ۵. راهنمای تورهای گردشگری (۲ نفر) و ۶. اعضای هیأت مدیره تعاونی‌های پره صیادی (۱ نفر). برای انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد. بر این اساس، ابتدا پژوهش با تعداد محدودی از افراد آغاز و در ادامه از افراد مورد مصاحبه تقاضا شد متخصصان و مطلعان کلیدی دیگری که از شرایط و معیارهای لازم برای شرکت در این پژوهش برخوردار بودند را معرفی کنند. حجم نمونه تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت. در نهایت پس از انجام ۲۶ مصاحبه، اشباع داده‌ها به‌دست آمد. روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه نیمه ساختارمند به دو شکل انفرادی و گروهی است که با استفاده از پروتکل‌های پژوهش انجام شد. پروتکل مورد استفاده در این پژوهش از دو بخش اصلی تشکیل شده است: بخش اول مربوط به مشخصات تکنیکی مصاحبه می‌باشد که شامل موارد مختلفی شامل قالب و نوع مصاحبه، نحوه انتخاب مشارکت‌کنندگان و سایر مشخصات (مانند مکان و زمان مصاحبه و عوامل تأثیرگذار بر مصاحبه) می‌باشد. بخش دوم پروتکل نیز شامل پرسش‌های مصاحبه به شرح زیر می‌باشد: ۱. زیرساخت‌های درون سازمانی گردشگری شیلات کدامند؟ و ۲. زیرساخت‌های برون سازمانی گردشگری شیلات کدامند؟ مصاحبه‌ها با طرح کلی پژوهش و محورهای کلی با پرسیدن این چند پرسش از مصاحبه شونده‌گان آغاز شد و سپس بر اساس پاسخ‌های آن‌ها، پرسش‌های فرعی برای رسیدن به جزئیات بیشتر و دقیق‌تر در هر یک از محورها مطرح شدند. در طول فرایند مصاحبه، بدون آنکه جهت خاصی به گفته‌های مصاحبه شونده‌ها داده شود، سعی شد به ایده‌های افراد مورد مصاحبه، در حوزه مورد مطالعه دست یافت. همچنین در طی مصاحبه تلاش شد با سؤال‌های فرعی، درکی دقیق‌تر و عمیق‌تر از گفته‌های شرکت‌کنندگان حاصل شود. در زمان انجام مصاحبه، تلاش شد با پرسیدن سؤال‌های راهنما صحت برداشت از گفته‌های مصاحبه شونده‌گان کنترل شود. لازم به ذکر است، مصاحبه‌ها به دو شکل حضوری و تلفنی انجام شد. مدت زمان انجام مصاحبه بین ۲۵ تا ۵۰ دقیقه بود.

زمان مصاحبه (ساعت)	نوع مصاحبه	میانگین سابقه (سال)	مدرك تحصیلی	جنسیت	تخصص	تعداد	سازمان
۶	حضورى	۱۸	۴ دکتری ۳ ارشد ۱ لیسانس	۶ مرد ۲ زن	صید و بنادر ماهیگیری، بهبود کیفیت، فراوری و توسعه بازار آبیان، فناوری اطلاعات و تحول اداری، مطالعات و احداث بنادر صیادی، برنامه‌ریزی و تولید آبی‌پروری	۸ نفر	سازمان شیلات ایران
۲/۵	حضورى و تلفنى	۱۶	دکتری	۲ مرد ۱ زن	پایش صنایع شیلاتی و توسعه بازار، ترویج شیلات و آبیان، فراوری و بهبود کیفیت	۳ نفر	ادارات کل شیلات استان‌های مازندران و گلستان
۵	حضورى	۱۱	۵ دکتری ۳ ارشد	۳ زن ۴ مرد	مطالعات، آموزش و برنامه‌ریزی گردشگری، بازاریابی و توسعه گردشگری داخلی، بازاریابی و توسعه گردشگری خارجی، سرمایه‌گذاری زیرساخت و مناطق نمونه گردشگری	۷ نفر	وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی
۱/۵	تلفنى	۱۴	دکتری	۲ مرد ۱ زن	بهبود کیفیت، فراوری و توسعه بازار آبیان	۳ نفر	دانشگاه <sup>۱</sup>
۳	حضورى	۳۰	دکتری	مرد	ترویج یافته‌های نوین شیلات	۲ نفر	مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور
۱	تلفنى	۱۰	۱ ارشد ۱ لیسانس	۱ مرد ۱ زن	اکوتوریسم و طبیعت گردی	۲ نفر	تورهای گردشگری
۱	حضورى	۱۲	لیسانس	مرد	صید پره، پرورش ماهی در قفس	۱ نفر	تعاونی‌های پره

منبع: یافته‌های تحقیق

به منظور تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش از تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته شد. بر اساس نظریه شی‌به و شانون (Hsieh Shannon, 2005)، رویکردهای عمده تحلیل محتوای کیفی شامل تحلیل محتوای جهت‌دار یا هدایت شده<sup>۲</sup>، تحلیل محتوای قراردادی<sup>۳</sup> و تحلیل محتوای تجمعی<sup>۴</sup> هستند (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، تبریزی، ۱۳۹۳). با توجه به نبود چارچوب مشخص و از پیش تعیین شده برای کدگذاری محوری نشانه‌ها، در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از رویکرد تحلیل محتوای متعارف بهره گرفته شد.

<sup>۱</sup>. اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، و دانشگاه گیلان

<sup>۲</sup>. Directed Content Analysis

<sup>۳</sup>. Conventional Content Analysis

<sup>۴</sup>. Summative Content Analysis

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

همچنین کدگذاری داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه‌ها به جهت افزایش دقت بدون استفاده از نرم‌افزار انجام شد. ابزار پژوهش در مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته شامل دستگاه ضبط صوت و یادداشت‌برداری‌های پژوهشگر بود. کلیه مصاحبه‌ها ضبط شده و متن هر مصاحبه پیاده‌سازی و کدگذاری شد. به‌طور کلی، تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر آن‌ها از طریق کدگذاری در دو مرحله کدگذاری باز و کدگذاری محوری انجام شد. در این پژوهش ابتدا مصاحبه‌ها ضبط و ثبت شده و پس از پیاده‌سازی چندین بار خوانده شد تا تحلیلگر اطلاعات کلی نسبت به نظرات پاسخگویان کسب کنند. در گام اول، ابتدا متن هر مصاحبه دو بار مرور شد و هر جمله یا پاراگرافی که از آن مفهوم مرتبط با مؤلفه‌های پژوهش استنباط می‌شد در قالب واحد معنایی استخراج شد؛ در گام دوم، هر یک از واحدهای معنایی گام قبلی (جمله یا پاراگراف) با حفظ مفهوم خود در قالب عبارت‌های مختصر بیان شدند (تلخیص واحد معنایی)؛ در گام سوم، به هر کدام از واحدهای معنایی تلخیص شده یک برچسب مفهومی که بیانگر معنای آن بود، داده شد (کدگذاری)؛ در گام چهارم، کدهایی که دارای قرابت معنایی و مفهومی یکسان بودند در یک مقوله قرار گرفتند و برای هر مقوله یک نام مختصر انتخاب شد.

همچنین طی فرآیند انجام پژوهش، و به منظور رعایت اخلاق پژوهشی، قبل از شروع مصاحبه‌ها، هماهنگی‌های لازم با مصاحبه شونده‌گان از طریق تماس تلفنی و ارسال قبلی سؤالات و پرسش‌های مصاحبه طی نامه‌ای به مصاحبه شونده‌گان به عمل آمده و رعایت امانت و تعهد محقق در جهت حفظ نظرات آنان مورد تایید قرار گرفته است. برای مشخص شدن میزان اهمیت هر کدام از مفاهیم استخراج شده از مرحله اول مصاحبه، گام دوم انجام گردید. در این مرحله از کارشناسان درخواست شد تا میزان اهمیت هر کدام از مفاهیم استخراج شده از کدگذاری بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه‌ای (۱= خیلی کم، ۲= کم، ۳= متوسط، ۴= زیاد و ۵= خیلی زیاد) مشخص کنند.

## یافته‌ها

### الف. مقوله‌بندی و رتبه‌بندی استلزامات سازمانی گردشگری شیلات

نتایج یافته‌های پژوهش و مقوله‌بندی مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده در این پژوهش نشان می‌دهد که استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات از پنج مقوله تشکیل شده است؛ انطباق‌پذیری سازمانی، پویایی سازمان، مداخله‌گری ترویج، راهبردهای سازمان و ساختار سازمان.

نتایج همچنین نشان می‌دهد که مقوله «ساختار سازمان» با میانگین کلی میزان اهمیت ۴/۲۶، بیشترین اهمیت را در بین تمامی مقوله‌های استلزامات سازمانی گردشگری شیلات دارا می‌باشد. مفاهیم «قوانین و مقررات» با میانگین اهمیت ۴/۸۶، «سیستم تشویق» با میانگین اهمیت ۴/۴۴ و مفهوم «اصلاح ساختار» با میانگین اهمیت ۴/۴۰، بالاترین میزان اهمیت را در بین مفاهیم مرتبط با ساختار سازمان به خود اختصاص دادند. نتایج ارائه شده در جدول ۲ همچنین نشان می‌دهد که مفاهیم «استقلال مالی»، «وضوح اقتدار»، «تسهیل مجوز کاربرد اراضی» و «تسهیل مجوز به‌سازی امکانات» نیز از دیگر مفاهیم این مقوله هستند که همگی میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴ را کسب نموده‌اند. با توجه به نمره میانگین کلی اهمیت مقوله ساختار سازمان، می‌توان گفت «ساختار سازمان» از اهمیت بسیار بالایی در استلزامات سازمانی گردشگری شیلات برخوردار است.

مقوله دوم استلزامات سازمانی گردشگری شیلات، «انطباق‌پذیری سازمانی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۱۶ در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات سازمانی قرار داد. مفاهیم شناسایی شده در مقوله انطباق‌پذیری سازمانی را مفاهیم «معرفی جذابیت‌ها» با میانگین ۴/۲۹، «برنامه‌های جدید» با میانگین ۴/۲۴، «سازگاری با تغییرات» با میانگین ۴/۰۸ و «پاسخگویی» با نمره ۴/۰۳ تشکیل می‌دهند که همگی با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی برخوردار هستند. میانگین کلی این مقوله نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله انطباق‌پذیری سازمانی در استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

مقوله سوم استلزامات سازمانی گردشگری شیلات، «راهبردهای سازمان» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۱۳ با فاصله اندکی از میانگین کلی اهمیت مقوله قبل در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات سازمانی قرار داد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

شده در این مقوله به ترتیب «اصلاح ماموریت» با میانگین ۴/۷۲، «مخاطب محوری» با میانگین ۴/۴۵، «اصلاح رسالت» با میانگین ۴/۴۲، «مدیریت استراتژیک» با میانگین ۴/۳۳، «بازار محوری» با میانگین ۴/۳۲، «بهره‌گیری از فناوری‌های نوین» با میانگین ۴/۲۰، «متنوع‌سازی مخاطب» با میانگین ۴/۰۸، و «زنجیره تأمین» با میانگین ۴/۰۲، هستند که همگی با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «راهنمای سازمان» در استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

مقوله چهارم استلزامات سازمانی گردشگری شیلات، «مداخله‌گری ترویج» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۳/۸۸ در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات سازمانی قرار داد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «به روز بودن دانش و مهارت» با میانگین ۴/۴۳، «تدوین نظام بهره‌برداری» با میانگین ۴/۳۸ و «پژوهش» با میانگین ۴/۰۱ هستند که این مفاهیم با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی در بین مفاهیم مربوط به مقوله «مداخله‌گری ترویج» برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «مداخله‌گری ترویج» در استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

پنجمین و آخرین مقوله استلزامات سازمانی گردشگری شیلات شناسایی در این پژوهش، «پویایی سازمان» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۳/۷۲ در جایگاه آخر مقوله‌های شناسایی شده استلزامات سازمانی قرار داد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «شناسایی فرصت‌های محیطی» با میانگین ۴/۷۵ و «کاهش ریسک» با میانگین ۴/۵۲، هستند. این مفاهیم با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی در بین مفاهیم مربوط به مقوله «پویایی سازمان» برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «پویایی سازمان» در استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

جدول ۲ مقوله‌بندی و رتبه‌بندی استلزامات سازمانی گردشگری شیلات

رتبه	انحراف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	تعریف	کد/مفهوم	مقوله
۱	۰/۸۲	۴/۸۶	۲۲	تدوین چارچوب‌های قانونی مورد نیاز برای ارائه هر فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات	قوانین و مقررات	ساختار سازمان
۲	۰/۶۹	۴/۴۴	۲۰	سیستم تشویق کارکنان ارائه‌دهنده طرح‌های صیادی چندکارکردی به بهره‌برداران	سیستم تشویق	
۳	۰/۷۵	۴/۴۰	۱۸	اصلاح ساختارهای اداری به سمت حمایت از گردشگری شیلات	اصلاح ساختار	
۴	۰/۵۹	۴/۳۹	۹	استقلال فعالیت‌های آموزشی و غیرکالایی سازمان شیلات از بودجه	استقلال مالی	
۵	۰/۵۷	۴/۳۰	۱۹	وضوح اقتدار و مسئولیت‌های افراد در سازمان شیلات برای توسعه برنامه گردشگری شیلات	وضوح اقتدار	
۶	۰/۶۹	۴/۳۰	۸	همکاری در اعطای مجوزهای لازم برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری شیلات در اراضی تحت اختیار سازمان شیلات	تسهیل مجوز کاربرد اراضی	

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پاریاب و همکاران

رتبه	انحراف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	تعریف	کد/مفهوم	مقوله
۷	۱/۰۱	۴/۲۸	۶	همکاری و تسهیل در اعطای مجوزهای لازم برای بهسازی کومه‌های صیادی جهت اسکان گردشگران شیلاتی	تسهیل مجوز به‌سازی امکانات	انطباق‌پذیری سازمانی
۸	۱/۰۰	۳/۹۸	۹	تهیه آمار و اطلاعات در زمینه گردشگری شیلات	بانک اطلاعاتی	
۹	۰/۸۳	۳/۴۵	۸	بازآفرینی واحدهای سازمانی با هدف توسعه گردشگری شیلات	بازآفرینی واحدهای سازمانی	
		۴/۲۶	میانگین کل			
۱	۰/۷۴	۴/۲۹	۱۴	شناسایی مناطق مستعد ارائه‌کننده فعالیت‌های گردشگری شیلات در مناطق ساحلی	معرفی جذابیت‌ها	
۲	۱/۰۳	۴/۲۴	۱۶	تولید و معرفی برنامه‌های جدید در زمینه گردشگری شیلات	برنامه‌های جدید	
۳	۰/۷۵۰	۴/۰۸	۱۷	سازگاری سازمان با تغییرات اقتصادی اجتماعی بهره‌برداران	سازگاری با تغییرات	
۴	۰/۶۷۴	۴/۰۳	۱۴	توانایی سازمان در پاسخگویی به نیازهای شیلات چندکارکردی	پاسخگویی	
		۴/۱۶	میانگین کل			
۱	۰/۵۹	۴/۷۲	۱۶	اصلاح ماموریت سازمان در راستای گردشگری شیلات	اصلاح ماموریت	
۲	۰/۸۰	۴/۴۵	۱۶	توجه به مخاطب در سازمان شیلات	مخاطب‌محوری	
۳	۰/۶۹	۴/۴۲	۱۴	اصلاح رسالت سازمان در راستای گردشگری شیلات	اصلاح رسالت	
۴	۰/۷۰	۴/۳۳	۱۳	مدیریت استراتژیک	مدیریت استراتژیک	
۵	۰/۴۸	۴/۳۲	۱۵	توجه به بازار در سازمان شیلات (به جای تولیدمحوری)	بازار محوری	
۶	۱/۰۳	۴/۲۰	۳	برنامه‌ریزی برای استفاده از فناوری‌های نوین از قبیل هوش مصنوعی، ارزهای دیجیتال و متاورس در توسعه گردشگری شیلات	بهره‌گیری از فناوری‌های نوین	
۷	۰/۷۴	۴/۰۸	۱۱	برنامه‌ریزی برای افزایش مخاطبین متنوع برنامه‌های ترویجی سازمان شیلات	متنوع‌سازی مخاطب	
۸	۰/۷۹	۴/۰۲	۱۱	توجه به زنجیره تأمین شیلات	زنجیره تأمین	
۹	۰/۶۳	۳/۹۵	۱۸	تأکید بر متنوع‌سازی فعالیت‌ها	متنوع‌سازی فعالیت‌ها	
۱۰	۰/۹۴	۳/۰۹	۵	توسعه بروندهای غیرکالایی شیلات	بروندهای غیرکالایی	

رتبه	انحراف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	تعریف	کد/مفهوم	مقوله
		۴/۱۳			میانگین کل	
۱	۱/۰۳	۴/۴۳	۱۰	به روز بودن دانش و مهارت فنی در زمینه گردشگری شیلات	به روز بودن دانش و مهارت	مداخله گری ترویج
۲	۰/۹۴	۴/۳۸	۱۷	تدوین نظام بهره برداری در حوزه های مختلف سرمایه گذاری در گردشگری شیلات	تدوین نظام بهره برداری	
۳	۰/۷۴	۴/۰۱	۱۵	پیوند تحقیقات بنیادی-کاربردی در زمینه توسعه گردشگری شیلات	پژوهش	
۴	۰/۶۴	۳/۹۰	۱۴	تنوع بخشی برنامه های ترویجی به سمت گردشگری شیلات	تنوع بخشی برنامه های ترویجی	
۵	۰/۹۳	۳/۸۴	۱۳	بستر سازی برای بروز خلاقیت کارکنان در راستای متنوع سازی به سمت گردشگری شیلات	خلاقیت	
۶	۰/۷۴	۳/۷۹	۱۲	توجه به مدیریت کسب و کارهای گردشگری شیلات	مدیریت کسب و کار	
۷	۱/۰۰	۳/۵۸	۴	بازنگری مداخلات آموزش و ترویج در بخش شیلات	ترویج و آموزش	
۸	۱/۰۱	۳/۲۰	۵	تدوین استاندارد برای تهیه منابع راهنمای گردشگری شیلات	استاندارد سازی	
		۳/۸۸			میانگین کل	
۱	۱/۰۹	۴/۷۵	۱۴	شناسایی فرصت های محیطی جهت توسعه گردشگری شیلات به عنوان بخشی از فعالیت های سازمان	شناسایی فرصت های محیطی	پویایی سازمان
۲	۰/۸۳	۴/۵۲	۱۹	حمایت و توسعه ریسک های حساب شده در زمینه گردشگری شیلات	کاهش ریسک	
۳	۰/۵۸	۳/۹۸	۱۲	سازماندهی فعالان حوزه شیلات جهت جلب مشارکت حداکثری آن ها در توسعه گردشگری شیلات	سازماندهی ذی مدخلان	
۴	۰/۷۳	۳/۷۹	۶	دغدغه شناخت مسائل و مشکلات صیادان در سازمان	شناخت مسائل و مشکلات	
۵	۱/۱۰	۳/۳۴	۷	حمایت سازمان از پروژه های نو در مقیاس کوچک و تجربی در زمینه گردشگری شیلات	حمایت از نوآوری	
۶	۰/۸۴	۳/۲۵	۷	واکاوی روش ها و فرایندهای جدید به منظور توسعه گردشگری شیلات	فرایندهای جدید	
۷	۰/۶۰	۳/۱۰	۹	مدیریت تعارض با گروه های مختلف بهره بردار	مدیریت تعارض	

رتبه	انحراف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	تعریف	کد/مفهوم	مقوله
۸	۰/۹۳	۳/۰۴	۶	تلاش برای شناسایی نیازها و انتظارات جدید مخاطبان از سازمان شیلات		شناسایی نیازها و انتظارات
						میانگین کل
						۳/۷۲

### ب. مقوله‌بندی و رتبه‌بندی استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات

نتایج یافته‌های پژوهش و مقوله‌بندی مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های انجام شده در این پژوهش نشان می‌دهد که استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات از هشت مقوله تشکیل شده است؛ تعاملات سازمانی، فرهنگی، بازار، حمایتی، امکانات و خدمات عمومی، قوانین و مقررات، امنیت اقتصادی و امور مالی.

نتایج نشان می‌دهد که مقوله امنیت اقتصادی با میانگین کلی میزان اهمیت ۴/۶۲، بیشترین اهمیت را در بین تمامی مقوله‌های استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات را دارا می‌باشد. مفاهیم «ثبات اقتصادی» با میانگین اهمیت ۴/۷۳، «ثبات در سیاست‌ها» با میانگین اهمیت ۴/۶۳، و «نرخ ارز» با میانگین اهمیت ۴/۵۲ مفاهیم تشکیل‌دهنده مقوله امنیت اقتصادی هستند که همگی با نمره اهمیت بیشتر از ۴ از اهمیت فوق‌العاده‌ای در این مقوله از بخش استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات برخوردار هستند.

مقوله دوم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «قوانین و مقررات» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۳۹ در جایگاه بعدی قرار داد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در مقوله «قوانین و مقررات» شامل «چارچوب‌های قانونی» با میانگین ۴/۶۰ و «تسهیل اعطای مجوزها» با میانگین ۴/۵۹، و «مجوز صدور گواهینامه» با میانگین ۴/۴۱ هستند که با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نشان‌دهنده اهمیت بسیار بالای مقوله «قوانین و مقررات» در استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

مقوله سوم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «فرهنگی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۱۲ در جایگاه بعدی قرار داد. مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «فرهنگ‌سازی» با میانگین ۴/۲۵ و «تعاون و مشارکت» با میانگین ۴/۰۰ هستند که هر دو مفهوم با میانگین نمره اهمیت ۴ و بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «فرهنگی» در استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

مقوله چهارم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «حمایتی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۰۶ در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات فراسازمانی قرار داد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «سیاست‌های کلان و ملی» با میانگین ۴/۴۸، «مشوق‌های زیست‌محیطی» با میانگین ۴/۱۰ و «حمایت‌های فراسازمانی» با میانگین ۴/۰۵ و «تسهیلات» با میانگین ۴/۰۰ هستند که این مفاهیم با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت بالایی در بین مفاهیم مربوط به مقوله «حمایتی» برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «حمایتی» در استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

پنجمین مقوله استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات شناسایی در این پژوهش، «تعاملات سازمانی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۰۵ از دیگر مقوله‌های شناسایی شده استلزامات فراسازمانی است که با میانگین اهمیت کلی بیش از ۴، از اهمیت بالایی برخوردار است. همان‌گونه که در جدول آمده است این مقوله ۲۶ مفهوم کلیدی استخراج شده از داده‌های پژوهش را در خود جای داده است. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «تعامل با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات» با میانگین نمره اهمیت ۴/۶۰، «تعامل با وزارت میراث، گردشگری و صنایع دستی» با میانگین نمره اهمیت ۴/۵۸، «تعامل با بانک‌ها» با میانگین نمره اهمیت ۴/۵۱، «تعامل با وزارت جهاد کشاورزی» با میانگین نمره اهمیت ۴/۴۸، «ارتباطات علمی» با میانگین نمره اهمیت ۴/۴۳، «تعامل با سازمان

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

بیمه» با میانگین نمره اهمیت ۴/۴۰، «تعامل با آژانس‌های گردشگری» با میانگین نمره اهمیت ۴/۳۳، «تعامل با جامعه هتل‌داران» با میانگین نمره اهمیت ۴/۳۰، «تعامل با معاونت گردشگری (برگزاری دوره‌های آموزشی)» با میانگین نمره اهمیت ۴/۲۵، «تعامل با معاونت گردشگری (برگزاری جشنواره‌های مرتبط)» با میانگین نمره اهمیت ۴/۲۰، «سازمان مردم‌نهاد» با میانگین نمره اهمیت ۴/۱۸، «تعامل با نیروی انتظامی» با میانگین نمره اهمیت ۴/۱۵، «تعامل با مجامع علمی» با میانگین نمره اهمیت ۴/۱۴، «تعامل با بهره‌برداران» با میانگین نمره اهمیت ۴/۱۰، «تعامل با سازمان مردم‌نهاد» با میانگین نمره اهمیت ۴/۰۷، «تعامل با وزارت امور خارجه» با میانگین نمره اهمیت ۴/۰۳، و «تعامل با بوم‌گردی‌ها» با میانگین نمره اهمیت ۴/۰۰، هستند که با کسب میانگین نمره ۴ و بیشتر از مهم‌ترین مفاهیم مقوله تعاملات سازمانی در استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات را به خود اختصاص دادند.

مقوله ششم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «امکانات و خدمات عمومی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۰۴ در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات فراسازمانی قرار دارد. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «خدمات عمومی» با میانگین ۴/۸۶، «حمل و نقل» با میانگین ۴/۵۸، «دفاتر گردشگری» با میانگین ۴/۵۰، «بانک» با میانگین ۴/۲۰ و «اسکله‌های گردشگری» با میانگین ۴/۰۰ هستند که این مفاهیم با میانگین نمره اهمیت ۴ و بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی در بین مفاهیم مربوط به مقوله «امکانات و خدمات عمومی» برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بسیار بالای مقوله «امکانات و خدمات عمومی» در استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

مقوله هفتم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «بازار» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۴/۰۱ در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات فراسازمانی قرار داد و از دیگر مقوله‌های بسیار مهم استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات است. مهم‌ترین مفاهیم شناسایی شده در این مقوله به ترتیب «توسعه بازار» با میانگین ۴/۱۲، و «متوازن‌سازی عرضه و تقاضا» با میانگین ۴/۰۳، هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نشان می‌دهد که مقوله «بازار» از مقوله‌های بسیار مهم در بعد استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

هشتمین و آخرین مقوله استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «امور مالی» است که با میانگین نمره اهمیت کلی ۳/۷۱ در جایگاه آخر مقوله‌های شناسایی شده استلزامات فراسازمانی قرار داد. این مقوله دارای هشت مفهوم شناسایی شده است که مهم‌ترین این مفاهیم در این مقوله «سرمایه‌گذاری» با میانگین ۴/۳۴ و «تسهیلات/ اعتبارات» با میانگین ۴/۲۹، هستند. این مفاهیم با میانگین نمره اهمیت بیشتر از ۴، از اهمیت زیادی در بین مفاهیم مربوط به مقوله «امور مالی» برخوردار هستند. میانگین اهمیت کلی این مقوله نیز نشان‌دهنده اهمیت بالای مقوله «امور مالی» در استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات است.

جدول ۳. مقوله‌بندی و رتبه‌بندی استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات

مقوله	کد/مفهوم	استلزامات فراسازمان	فراوانی اشاره شده	میانگین	انحراف معیار	رتبه
امنیت اقتصادی	ثبات اقتصادی	ثبات اقتصادی	۲۴	۴/۷۳	۰/۴۹	۱
	ثبات در سیاست‌ها	ثبات در سیاست‌ها و تصمیمات اقتصادی مرتبط به گردشگری	۳۳	۴/۶۳	۰/۵۷	۲
	نرخ ارز	ثبات نرخ ارز	۱۸	۴/۵۲	۰/۹۶	۳
	میانگین کل		۴/۶۲			
	چارچوب‌های قانونی	تهیه و تدوین قوانین و مقررات لازم برای گردشگری شیلات	۱۸	۴/۶۰	۰/۶۹	۱

رتبه	انحارف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	استلزامات فراسازمان	کد/مفهوم	مقوله
۲	۰/۵۳	۴/۵۹	۲۲	ساده‌سازی فرایند کسب مجوزهای لازم برای برگزاری تورها و هر فعالیت گردشگری شیلات که نیاز به مجوز دارد.	تسهیل اعطای مجوزها	قوانین و مقررات
۳	۰/۵۸	۴/۴۱	۱۹	تعامل با معاونت گردشگری جهت صدور گواهینامه آموزشی گردشگری شیلات برای فراگیران دوره‌های آموزشی گردشگری شیلات	مجوز صدور گواهینامه	
۴	۰/۷۹	۳/۹۷	۵	ضرورت تطبیق برنامه‌های گردشگری شیلات در راستای مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی (ICZM <sup>۱</sup> )	مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی	
				۴/۳۹	میانگین کل	
۱	۰/۶۴	۴/۲۵	۱۵	فرهنگ‌سازی در جهت نگرش و رفتار مناسب جوامع محلی نسبت به پذیرش گردشگر به منظور جلوگیری از تنش و تعارض	فرهنگ‌سازی	فرهنگی
۲	۰/۸۲	۴/۰۰	۱۱	ایجاد تعاون و افزایش مشارکت گروه‌های محلی در فعالیتهای گردشگری شیلات	تعاون و مشارکت	
				۴/۱۲	میانگین کل	
۱	۰/۶۳	۴/۴۸	۱۲	تهیه و تدوین سیاست‌های کلان و ملی گردشگری شیلات	سیاست‌های کلان و ملی	حمایتی
۲	۰/۶۶	۴/۱۰	۱۶	تعیین مشوق‌های محیط زیستی و مدیریت پایدار منابع دریایی	مشوق‌های زیست‌محیطی	
۳	۱/۰۱	۴/۰۵	۹	حمایت سازمان‌های بالادستی از گردشگری شیلات	حمایت‌های فراسازمانی	
۴	۰/۶۸	۴/۰۰	۱۲	ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی (زمین، ماشین‌آلات و...) با تمهیدات خاص (ارزانتربودن، قسطی و...)	تسهیلات	
۵	۰/۸۵	۳/۶۸	۱۵	اعطای پروانه‌های بهره‌برداری بلندمدت به ارائه‌دهندگان گردشگری شیلات	پروانه بهره‌برداری	
				۴/۰۶	میانگین کل	
۱	۰/۵۸	۴/۶۰	۱۸	ارتباط با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در راستای ارتباطات اینترنتی	تعامل با وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	تعاملات سازمانی
۲	۰/۸۹	۴/۵۸	۲۵	تعامل با وزارت میراث، گردشگری و صنایع دستی برای استفاده از تجربیات در زمینه گردشگری صنایع دستی	تعامل با وزارت میراث، فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی	
۳	۰/۶۹	۴/۵۱	۱۵	ارتباط با بانک‌ها جهت تأمین تسهیلات مورد نیاز گردشگری شیلات	تعامل با بانک‌ها	
۴	۱/۰۹	۴/۴۸	۱۷	تعامل با بخش‌های مختلف وزارت جهاد کشاورزی	تعامل با وزارت جهاد کشاورزی	
۵	۰/۵۹	۴/۴۳	۱۴	ارتباط با محافل علمی جهت متنوع‌سازی فعالیت‌های کالایی و غیرکالایی شیلات	ارتباطات علمی	

<sup>۱</sup> . Integrated Coastal Zone Management (ICZM)

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

رتبه	انحرف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	استلزامات فراسازمان	کد/مفهوم	مقوله
۶	۰/۶۴	۴/۴۰	۲۱	همکاری با سازمان بیمه برای بیمه کسب و کارهای گردشگری شیلات شامل بیمه مسئولیت، بیمه ادوات و ابزار و بیمه میهمانان	تعامل با سازمان بیمه	
۷	۰/۸۴	۴/۳۳	۱۸	ارتباط با آژانس‌های گردشگری	تعامل با آژانس‌های گردشگری	
۸	۰/۴۸	۴/۳۰	۹	همکاری و تعامل با سازمان هتل‌داری	تعامل با جامعه هتل‌داران	
۹	۰/۹۰	۴/۲۵	۲۲	تعامل با معاونت گردشگری جهت برگزاری دوره‌های آموزشی گردشگری شیلات	تعامل با معاونت گردشگری	
۱۰	۰/۶۷	۴/۲۰	۱۸	تعامل با معاونت گردشگری جهت برگزاری جشنواره‌های مرتبط با گردشگری شیلات جهت معرفی ظرفیت‌ها گردشگری شیلاتی مناطق ساحلی	تعامل با معاونت گردشگری	
۱۱	۰/۶۹	۴/۱۸	۱۲	ایجاد سازمان‌های مردم‌نهاد گردشگری شیلات	سازمان مردم‌نهاد	
۱۲	۰/۶۶	۴/۱۵	۱۲	تعامل با عوامل انتظامی جهت تأمین امنیت اجتماعی و انتظامی گردشگران شیلاتی	تعامل با نیروی انتظامی	
۱۳	۱/۰۵	۴/۱۴	۱۰	تعامل با دانشگاه‌ها، دانشکده‌های کشاورزی و دامپزشکی	تعامل با مجامع علمی	
۱۴	۰/۷۵	۴/۱۰	۱۱	نوزایی ارتباط بین سازمان و گروه‌های بهره‌بردار محلی و پره‌های صیادی	تعامل با بهره‌برداران	
۱۵	۰/۷۰	۴/۰۷	۱۷	ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد جهت توسعه گردشگری	تعامل با سازمان مردم‌نهاد	
۱۶	۰/۹۴	۴/۰۳	۱۱	ارتباط با وزارت امور خارجه جهت توسعه مخاطبان برنامه‌های گردشگری شیلات	تعامل با وزارت امور خارجه	
۱۷	۰/۵۸	۴/۰۰	۲۰	تعامل و همکاری با بوم‌گردی‌های موجود جهت اسکان از گردشگران شیلاتی	تعامل با بوم‌گردی‌ها	
۱۸	۰/۶۹	۳/۹۵	۸	تعامل با شهرداری‌ها	تعامل با شهرداری	
۱۹	۰/۸۴	۳/۸۳	۸	تعامل با دهیاری‌ها	تعامل با دهیاری‌ها	
۲۰	۰/۷۸	۳/۷۰	۸	همکاری با سازمان محیط زیست جهت استقرار پایگاه‌های محیط‌بانی و حل تضادهای احتمالی با گردشگری شیلات	تعامل با سازمان محیط زیست	
۲۱	۰/۴۹	۳/۶۹	۲۳	تعامل با سازمان منابع طبیعی برای بهره‌گیری از اراضی مناسب گردشگری شیلات	تعامل با سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری	
۲۲	۰/۵۸	۳/۶۰	۱۱	ارتباط با بنگاه‌های خصوصی جهت توسعه گردشگری شیلات	تعامل با بنگاه‌های خصوصی	
۲۳	۰/۸۴	۳/۶۰	۷	ارتباط با سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی جهت بهره‌مندی از تجربیات در زمینه ترویج گردشگری شیلات	تعامل با سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی	
۲۴	۱/۱۱	۳/۵۵	۷	تعامل با سازمان فنی و حرفه‌ای برای پرورش نیروهای مورد نیاز گردشگری شیلات	تعامل با سازمان فنی و حرفه‌ای	

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پاریاب و همکاران

رتبه	انحراف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	استلزامات فراسازمان	کد/مفهوم	مقوله
۲۵	۱/۰	۳/۴۱	۵	همکاری با سازمان تبلیغات اسلامی جهت کمک به تهیه چارچوب‌های مقررات گردشگری شیلات		تعامل با سازمان تبلیغات اسلامی
۲۶	۱/۰۲	۳/۴۰	۶	مشارکت با سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی		تعامل با سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی
						میانگین کل
						۴/۰۵
۱	۰/۸۰	۴/۸۶	۱۹	توسعه خدمات عمومی در مقاصد گردشگری شیلات (آب آشامیدنی سالم، برق و گاز، انرژی و...)		خدمات عمومی
۲	۰/۵۸	۴/۵۸	۲۳	پایانه‌های حمل و نقل		حمل و نقل
۳	۱/۱۰	۴/۵۰	۱۰	توسعه دفاتر گردشگری و تورهای مسافرتی		دفاتر گردشگری
۴	۰/۶۴	۴/۲۰	۱۷	توسعه زیرساخت‌های بانکی در مقاصد گردشگری شیلات		بانک
۵	۰/۴۹	۴/۰۰	۶	توسعه اسکله‌ها برای گردشگرانت شیلات		اسکله‌های گردشگری
۶	۰/۶۲	۳/۸۴	۱۸	خدمات و امکانات عمومی بین راهی (امدادخودروها، جایگاه سوختگیری، نمازخانه، سرویس بهداشتی)		خدمات بین‌راهی
۷	۰/۸۴	۳/۴۶	۱۲	توسعه مراکز تأمین غذاهای شیلاتی		تأمین غذا
۸	۰/۹۳	۳/۴۳	۱۴	توسعه بهداشت درمانی در مقاصد گردشگری شیلات		بهداشت و درمان
						میانگین کل
						۴/۰۴
۱	۰/۴۴	۴/۱۲	۲۵	توسعه بازار و شبکه عرضه محصولات و خدمات گردشگری شیلات		توسعه بازار
۲	۰/۶۳	۴/۰۳	۱۴	متوازن‌سازی عرضه و تقاضای گردشگری شیلات		متوازن‌سازی عرضه و تقاضا
۳	۰/۸۹	۳/۹۰	۱۸	ایجاد سازوکارهای دسترسی به بازار مناسب محصولات گردشگری و تولیدات محلی و بومی		بازاریابی
						میانگین کل
						۴/۰۱
۱	۰/۵۹	۴/۳۴	۱۴	ترغیب بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شیلات		سرمایه‌گذاری
۲	۰/۷۴	۴/۲۹	۱۶	تخصیص تسهیلات و اعتبارات به منظور توسعه گردشگری شیلات		تسهیلات/ اعتبارات
۳	۰/۴۷	۳/۸۵	۱۵	اعطای مشوق‌های اقتصادی و معافیت‌های مالیاتی برای پروژه‌های گردشگری شیلات		معافیت‌های مالیاتی
۴	۰/۸۶	۳/۸۰	۹	سرمایه‌گذاری و حمایت بخش دولتی، خصوصی و بخش تعاون در توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری شیلات		حمایت مالی
۵	۱/۰۱	۳/۷۸	۸	ارائه تسهیلات برای مناسب‌سازی منازل صیادان جهت اسکان گردشگران شیلات		تسهیلات محل اسکان

امکانات و خدمات عمومی

بازار

امور مالی

رتبه	انحارف معیار	میانگین	فراوانی اشاره شده	استلزامات فراسازمان	کد/مفهوم	مقوله
۶	۰/۶۹	۳/۷۴	۸	ارائه تسهیلات برای تجهیز قایق‌های مناسب گردشگری شیلات	تسهیلات تجهیز قایق	
۷	۰/۸۸	۳/۰۴	۹	ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری گردشگری شیلات	قیمت‌گذاری	
۸	۰/۶۲	۲/۹۰	۷	اعطای یارانه جهت گسترش و راه‌اندازی کسب و کارهای گردشگری شیلات	نظام یارانه هوشمند	
۳/۷۱					میانگین کل	

### بحث و نتیجه‌گیری

بررسی تجربیات کشورهای پیشرو در زمینه گردشگری شیلات نشان می‌دهد که یکی از عوامل اصلی توسعه گردشگری شیلات در این کشورها، سیاست‌های اتخاذ شده در این زمینه بوده است. ایجاد قوانین جدید در زمینه گردشگری شیلات و همچنین تغییر قوانین به سمت تسهیل توسعه گردشگری شیلات در کشورهای پیشرو بسیار کارساز بوده است. در کنار این قوانین بایستی برخی استلزامات و پیش‌نیازهایی در ساختار و کارکرد سازمان شیلات به‌عنوان سازمان متولی گردشگری شیلات ایجاد شود تا روند توسعه و ترویج مدل گردشگری شیلات تسهیل گردد. علاوه بر سازمان شیلات، پیش‌نیازها و استلزاماتی نیز در سایر سازمان‌های مرتبط با توسعه گردشگری شیلات جهت تسهیل گردشگری شیلات مورد نیاز خواهد بود که باید به دقت شناسایی شوند. ترویج گردشگری شیلات فرایندی است که شامل انجام فعالیت‌های آموزشی، ترویجی، مشارکتی و اجرایی برای دادن آگاهی‌های لازم به منظور ایجاد تغییرات لازم در دانش، نگرش، مهارت و رفتار حرفه‌ای صیادان درباره گردشگری شیلات می‌شود تا با توانمندسازی صیادان زمینه رشد و توسعه گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر صورت پذیرد.

با وجود وقوع تغییر و تحول در دیدگاه‌های مدیریتی و همچنین ظهور مباحث نوین در ترویج در سطح دنیا، ساختار سازمانی سازمان شیلات ایران، همچنان هم‌راستا با الگوها و رهیافت‌های سنتی، مسیر سازمانی خود را طی می‌کند. نتایج پژوهش محمودی و همکاران نشان داد که ساختار سازمانی ترویج ایران، ساختاری نسبتاً غیرارگانیک و عمودی است که ارتباطات ضعیف سازمانی با سازمان‌ها و نهادهای دخیل در توسعه کشاورزی چندکارکردی دارد. در زمینه توسعه منابع انسانی و راهبرد و خط‌مشی سازمانی مدنظر در این سازمان نیز تأکید بر تولیدگرایی داشته و چندکارکردی نیست (محمودی و همکاران، ۱۳۹۳). این راهبرد البته در بیشتر ساختار سازمان‌ها در کشور نیز وجود دارد و تاکنون علی‌رغم تمامی مزایای راهبردهای بازارمحور یا مخاطب‌محور، تلاشی جهت جایگزینی این راهبردها با راهبردهای تولیدمحور در بخش کشاورزی، انجام نشده است. سازمان‌های متولی شیلات نیز از این قضیه مستثنی نیستند و رویکردهای جدید به‌ویژه در بخش شیلات کشور با توجه به مسائل و مشکلات فراوان پیش‌روی این بخش در سال‌های اخیر به شدت مورد نیاز است. تاکنون تولیدمحوری در اکثر محورهای راهبردی سازمان شیلات مورد تأکید بوده است. بنابراین در صورتی که اهداف کلان متولیان شیلات به سمت بهبود عملکرد سازمانی و سازگاری با تغییرات ایجاد شده در سطح جهانی باشد، ضرورت تغییر در ساختار آن ضرورت دارد.

تجربیات دنیای امروزه نشان می‌دهد که امروزه سازمان‌های متولی شیلات کشور بایستی جهت‌گیری‌های خود را از تک‌کارکردی و تولیدگرایی به چندکارکردی و فراتولیدگرایی، افزایش ارتباطات سازمانی با نهادها و سازمان‌های مرتبط، و توسعه منابع انسانی درون و برون سازمانی در راستای توسعه متنوع‌سازی نظام‌های بهره‌برداری را مورد تأکید و توجه قرار دهد (محمودی و همکاران، ۱۳۹۳). بنابراین ترویج گردشگری شیلات، در درجه اول نیازمند برخی استلزامات در سازمان‌های متولی این امر از جمله سازمان شیلات است که در این

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

پژوهش تحت عنوان استلزامات سازمانی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج یافته‌های پژوهش نشان داد که مهم‌ترین استلزامات سازمانی جهت ترویج گردشگری شیلات، ساختار سازمان، انطباق پذیری سازمانی، راهبردهای سازمان، مداخله‌گری ترویج و پویایی سازمان هستند. ساختار سازمان که بیشترین اهمیت را در بین تمامی مقوله‌های استلزامات سازمانی گردشگری شیلات را دارا می‌باشد، از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که جهت بسترسازی ترویج گردشگری شیلات در سازمان باید مورد توجه قرار گیرد. نتایج پژوهش نشان داد که تدوین چارچوب‌های قانونی مورد نیاز برای ارائه هر فعالیت‌ها و جذابیت‌های گردشگری شیلات، عنصر کلیدی در بهبود ساختار سازمان به سمت گردشگری شیلات است. همچنین به‌کارگیری سیستم تشویق کارکنان ارائه‌دهنده طرح‌های صیادی چندکارکردی به بهره‌برداران موجب افزایش انگیزه کارکنان و دست‌اندرکاران به سمت نوآوری‌های سازمانی خواهد بود. علاوه بر این اصلاح ساختارهای اداری به سمت حمایت از گردشگری شیلات و استقلال فعالیت‌های آموزشی و غیرکالایی سازمان شیلات از بودجه تسریع توسعه گردشگری شیلات در کشور را در پی خواهد داشت. از طرف دیگر وضوح اقتدار و مسئولیت‌های افراد در سازمان شیلات برای توسعه برنامه گردشگری شیلات، موجب ارتقای بهره‌وری سازمان می‌شود. علاوه بر این در راستای ارتقای ساختار سازمانی با همکاری در اعطای مجوزهای لازم برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری شیلات در اراضی تحت اختیار سازمان شیلات، و همکاری و تسهیل در اعطای مجوزهای لازم برای به‌سازی کومه‌های صیادی جهت اسکان گردشگران شیلاتی بخش مهمی از موانع سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری شیلات حذف خواهد شد. تهیه آمار و اطلاعات در زمینه گردشگری شیلات و بازآفرینی واحدهای سازمانی با هدف توسعه گردشگری شیلات از دیگر فعالیت‌هایی هستند که از نظر متخصصان امر می‌تواند بهبود ساختار سازمان در راستای ترویج گردشگری شیلات را تسریع کند.

سازمان‌های متولی علاوه بر بهبود ساختار سازمان، بایستی سایر استلزامات سازمانی گردشگری شیلات را نیز فراهم کنند. انطباق پذیری سازمانی در جایگاه بعدی مقوله‌های شناسایی شده استلزامات سازمانی قرار داد. با شناسایی مناطق مستعد ارائه‌کننده فعالیت‌های گردشگری شیلات در مناطق ساحلی و تولید و معرفی برنامه‌های جدید در زمینه گردشگری شیلات، سازمان‌های متولی تا حد زیادی می‌توانند به سمت انطباق پذیری سازمانی حرکت کنند. سازگاری سازمان با تغییرات اقتصادی اجتماعی بهره‌برداران از دیگر فعالیت‌هایی است که موجب انطباق‌پذیری در سازمان خواهد شد. همچنین سازمان باید در راستای پاسخگویی به نیازهای شیلات چندکارکردی بکوشد.

نتایج بررسی تجارب کشورهای پیش‌رو در زمینه گردشگری شیلات نشان می‌دهد که در طراحی و توسعه پروژه‌های گردشگری شیلات در اسپانیا از رویکرد پایین به بالا استفاده شده است، یعنی از جوامع ماهیگیر به سمت ادارات دولتی. با توجه به دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا در این راستا، باید اهمیت ذینفعان مختلف درگیر در طراحی پروژه‌های شرکت‌کننده در مطالعه تأکید شود (BOE, 2010). همچنین برنامه‌ها و استراتژی‌های گردشگری در گالیسیا اسپانیا در دهه گذشته، موجب شده است که گردشگری دریایی و گردشگری شیلاتی در میان محصولات گردشگری اولویت‌دار گالیسیا باشند (Gonzalez & Pineiro Antelo, 2020).

بنابر نتایج پژوهش، برای تغییر در راهبردهای سازمان به سمت ترویج گردشگری شیلات در گام نخست باید مأموریت سازمان در راستای توجه به گردشگری شیلات اصلاح شود. توجه به مخاطبان و نیازهای آنان می‌تواند موجب اصلاح رسالت سازمان گردد. به‌کارگیری مدیریت استراتژیک در سازمان‌های متولی و توجه به بازار در سازمان شیلات (به جای تولیدمحوری) موجب ارتقای راهبردهای سازمان برای گردشگری شیلات می‌شود. بنابر یافته‌های پژوهش، بهره‌گیری از دانش روز مانند برنامه‌ریزی برای استفاده از فناوری‌های نوین از قبیل هوش مصنوعی، ارزش‌های دیجیتال و متاورس، نقش انکارناپذیری در تسریع توسعه گردشگری شیلات خواهد داشت. بنابراین تغییر راهبردهای سنتی سازمان به سمت فناوری کاملاً ضروری است. در راستای بهبود راهبردهای سازمان همچنین می‌توان به برنامه‌ریزی برای افزایش مخاطبین متنوع برنامه‌های ترویجی سازمان شیلات، توجه به زنجیره تأمین شیلات، تأکید بر متنوع‌سازی فعالیت‌ها و توسعه برون‌دادهای غیرکالایی شیلات اشاره کرد.

از دیگر استلزامات سازمانی ترویج گردشگری شیلات شناسایی شده در این پژوهش نقش مداخله‌گری ترویج است. جهت ارتقای نقش

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

مداخله‌گری ترویج باید به دانش و مهارت فنی به‌روز در زمینه گردشگری شیلات مجهز بود. تدوین نظام بهره‌برداری در حوزه‌های مختلف سرمایه‌گذاری در گردشگری شیلات باعث بهبود نقش مداخله‌گری ترویج می‌شود. همچنین با پیوند تحقیقات بنیادی - کاربردی در زمینه توسعه گردشگری شیلات و تنوع بخشی برنامه‌های ترویجی به سمت گردشگری شیلات ترویج نقش مداخله‌گری خود را به‌خوبی انجام خواهد داد. ترویج لازم است با بسترسازی مناسب، خلاقیت کارکنان در راستای متنوع‌سازی به سمت گردشگری شیلات را فعال کند. از دیگر نقش‌های مداخله‌ای ترویج می‌توان به توجه به مدیریت کسب و کارهای گردشگری شیلات، بازنگری مداخلات آموزش و ترویج در بخش شیلات و تهیه استاندارد کیفی برای تهیه منابع مورد نیاز گردشگری شیلات اشاره کرد.

در نهایت برای ترویج گردشگری شیلات، نیاز به سازمانی پویا وجود دارد تا با شناسایی فرصت‌های محیطی، حمایت و توسعه ریسک‌های حساب شده در زمینه گردشگری شیلات، و سازماندهی فعالان حوزه شیلات جهت جلب مشارکت حداکثری آنها، موجب توسعه گردشگری شیلات به‌عنوان بخشی از فعالیت‌های سازمان شود. علاوه بر این یک سازمان پویا بایستی دغدغه شناخت مسائل و مشکلات صیادان و سایر گروه‌های وابسته را داشته باشد، از پروژه‌های نو در مقیاس کوچک و تجربی در زمینه گردشگری شیلات حمایت کند، و روش‌ها و فرایندهای جدید را به منظور توسعه گردشگری شیلات واکاوی کند. با توجه به برخی تضاد منافع در بین گروه‌های بهره‌بردار، سازمان شیلات پویا بایستی بر مدیریت تعارض تأکید داشته باشد و برای شناسایی نیازها و انتظارات جدید مخاطبان از سازمان شیلات تلاش کند. برنامه‌ریزی برای به حداقل رساندن تضاد منافع گروه‌های مختلف مرتبط با گردشگری شیلات، یکی از اساسی‌ترین بخش‌های ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است. این نتایج با یافته‌های مطالعات ذیل، هم‌راستا و هم‌سو است: (رعیت‌پناه و همکاران، ۱۳۹۹؛ کریمی و همکاران، ۱۳۹۲؛ یوسفی و همکاران، ۱۳۹۵؛ مرادی و همکاران، ۱۳۹۹؛ Nwokorie and Adiukwu, 2020; Gomei and Bellia. 2019; Lopez et al. 2019; Refinda, 2017; Asadi, 2011; Moradi et al, 2017; Vartiak, 2016; Morgan et al, 2011; (Kemelgor, 2002; Gebremedhin et al, 2012).

بخش دوم استلزامات ترویج گردشگری شیلات مربوط به استلزامات فراسازمانی است. زیرساخت‌هایی که در ارتباط با سایر بخش‌ها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری باید فراهم باشد تا شاهد توسعه ترویج گردشگری شیلات در کشور باشیم. نتایج این پژوهش نشان داد که این استلزاماتی فراسازمانی شامل امنیت اقتصادی، قوانین و مقررات، استلزامات فرهنگی، استلزامات حمایتی، تعاملات سازمانی، امکانات و خدمات عمومی و امور مالی هستند.

طبیعی است که سرمایه‌گذاری و فعالیت در هر صنعت و پروژه‌ای نیازمند امنیت اقتصادی است. بدون امنیت اقتصادی، ریسک سرمایه‌گذاری به شدت بالا است. امنیت اقتصادی، وضعیت با ثباتی از شرایط و ساختار فعلی، هم‌چنین افق معلوم و روشنی از آینده است که در آن فرد، جامعه، سازمان و دولت احساس رهایی از خطر کرده و به‌طور بهینه می‌توانند به تولید، توزیع و مصرف ثروت بپردازند. به عبارت دیگر، یک جامعه را زمانی می‌توان از لحاظ اقتصادی ایمن دانست که ثبات در آن جامعه وجود داشته و خانوارها و بنگاه‌ها به‌عنوان مهم‌ترین نهادهای اقتصاد و بازار بتوانند در محیط رقابتی سالم و با میزان اطلاعات یکسان به بهینه‌سازی رفتار خود بپردازند. امنیت اقتصادی اصولاً ایجاد و تثبیت یک بستر، جهت انجام فعالیت‌های اقتصادی است که بدون وجود آن عملاً فعالیت‌های اقتصادی شکل سالم خود را از دست داده و تخصیص بهینه منابع صورت نمی‌پذیرد. تکلیف دولت تسهیل و تسریع فعالیت‌های اقتصادی است؛ یعنی رفع موانع موجود از سر راه فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد امنیت اقتصادی یعنی ثبات و تسهیل و تسریع که منجر به مشارکت بیشتر بخش خصوصی خواهد شد. نتایج این پژوهش نشان داد که ثبات اقتصادی، ثبات در سیاست‌ها و تصمیمات اقتصادی مرتبط به گردشگری و ثبات نرخ ارز، سه مؤلفه مهم و تأثیرگذار بر امنیت اقتصادی مورد نیاز جهت ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است. بنابراین ترویج گردشگری شیلات به‌شکل ویژه و توسعه فعالیت‌های اقتصادی به شکل عام زمانی می‌تواند مورد انتظار باشد که جامعه از امنیت اقتصادی نسبی برخوردار باشد. سازمان‌های مختلفی از جمله سازمان‌های قانون‌گذار، نقش ویژه‌ای در بهبود شرایط امنیت اقتصادی کشورها دارند.

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

قوانین و مقررات مناسب ترویج گردشگری شیلات علاوه بر اینکه می‌تواند موجب امنیت اقتصادی شود، خود به‌عنوان یکی دیگر استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات مورد تأکید در این پژوهش است. یکی از مهم‌ترین استلزامات ترویج گردشگری شیلات تهیه و تدوین قوانین و مقررات لازم برای اجرای گردشگری شیلات است. تجربه بسیاری از کشورهای پیش‌رو در زمینه شیلات نشان می‌دهد تدوین قوانین و مقررات و روبه‌های شفاف برای فعالیت‌های مختلف (به‌عنوان مثال صدور مجوزهای لازم) اولین گام در جهت ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر، است. این موضوع در برخی کشورهای دنیا موجب ایجاد اختلال در سرعت توسعه گردشگری شیلات شده است. مثلاً گفته شده است مدیریت گردشگری شیلات در اروپا توسط چارچوب‌های حقوقی پیچیده و پراکنده به دلیل وجود چندین اداره (محلی، منطقه‌ای، ملی و اروپایی) با مسئولان مختلف برای بررسی تأیید صلاحیت‌های مختلف (به‌عنوان مثال، صدور مجوز) با مشکل مواجه است (Cardona and Morales-Nin, 2013). همچنین فقدان یک سیستم یکپارچه صدور مجوز در فرانسه، تعیین تعداد واقعی گردشگران شیلاتی را دشوار کرده است (Bellanger and Levrel, 2017). با تعریف مقرراتی برای ساده‌سازی فرایند کسب مجوزهای لازم برای برگزاری تورها و هر فعالیت گردشگری شیلات که نیاز به مجوز دارد، مسیر ترویج گردشگری شیلات هموارتر خواهد شد. تعامل با معاونت گردشگری جهت صدور گواهینامه آموزشی گردشگری شیلات برای فراگیران دوره‌های آموزشی گردشگری شیلات نیز از دیگر فعالیت‌هایی است که تحت عنوان قوانین و مقررات می‌تواند به تسهیل و پیشبرد گردشگری شیلات کمک شایانی نماید. البته وضع و یا تغییر هر قانون و مقرراتی نیازمند بررسی‌های دقیق جهت هم‌راستایی با سایر قوانین بالادستی دارد. به‌عنوان مثال برای یکپارچه‌سازی فرایند تصمیم‌گیری در مناطق ساحلی و دخالت دادن همه بخش‌های درگیر، به منظور سازگاری و توازن در بهره‌برداری و استفاده از منابع ساحلی، برنامه‌ای تحت عنوان مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی وجود دارد. هدف مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی، ایجاد توازن میان منافع حاصل از توسعه اقتصادی و استفاده انسان از سواحل، حفاظت، نگهداری و بازسازی سواحل، به حداقل رسانیدن خسارات جانی و مالی در سواحل و کسب منافع مترتب بر دسترسی و بهره‌گیری همگانی از سواحل است که به نوبه خود نیازمند هماهنگی و همکاری سازمان‌ها و ادارات مختلف دولتی در سطوح ملی و منطقه‌ای است که دارای وظایف و مسئولیت‌هایی در رابطه با سواحل هستند. بنابراین یکی از ضروریات ترویج برنامه‌های گردشگری شیلات به‌عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی-اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر، تطبیق برنامه‌های گردشگری شیلات در راستای مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی است.

علاوه بر موارد ذکر شده، توسعه و پیشرفت گردشگری شیلات به زیرساخت‌های ضروری دیگری نیز نیازمند است، ولی اکثر کشورهای جهان سوم در ابتدای حرکت به سمت توسعه، بر روی صنایع سنگین سرمایه‌گذاری کرده که با این زیرساخت لازم همسو نبوده است. از این‌رو، توسعه موفقیت‌آمیز، به یکپارچگی نظام موجود (سنتی) با نظام جدید و استفاده از فن‌آوری مناسب نیاز دارد. بنابراین جدا شدن از آنچه در گذشته برقرار شده و جایگزینی آن با دیدگاه‌های نو و جدید، نمی‌تواند دیدگاه جامعی باشد. رخدادهای ناموفق در طرح‌های توسعه نشان داده که یکپارچگی فرهنگ و توسعه اقدامی ضروری است تا موجب قطع ارتباط مردم با گذشته، صنعت، هویت فرهنگی و ریشه‌های تاریخی خود نشود. تحقیقات در زمینه توسعه نشان می‌دهند که یکی از اقدامات بسیار اساسی، ایجاد توانایی در خودیاری و خودتوسعه‌ای است که مردم بومی در بلندمدت بتوانند امور جامعه را با موفقیت و اتکاء به خود، انجام دهند (نجف‌بیگی، ۱۳۸۵).

نتایج پژوهش نشان داد که زیرساخت‌های فرهنگی، سومین مقوله استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است. یکی از مهم‌ترین ضروریات ترویج گردشگری شیلات از دیدگاه خبرگان شرکت‌کننده در این پژوهش، فرهنگ‌سازی در جهت نگرش و رفتار مناسب جوامع محلی نسبت به پذیرش گردشگر به منظور جلوگیری از تنش و تعارض است. علاوه‌براین ایجاد تعاون و افزایش مشارکت گروه‌های محلی در فعالیت‌های گردشگری شیلات از دیگر گزینه‌های مورد تأکید خبرگان در این پژوهش است.

دیگر بخش استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «حمایتی» است. تهیه و تدوین سیاست‌های کلان و ملی گردشگری شیلات، حمایت بسیار مهمی از ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر است. سازمان‌های متولی مرتبط، با تعیین مشوق‌هایی در راستای محیط زیست پایدار و مدیریت پایدار منابع دریایی، می‌توانند به شکل مناسبی نقش حمایتی خود را ایفا کنند. توسعه گردشگری

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

شیلات همچنین نیاز به حمایت سازمان‌های بالادستی از این روش گردشگری دارد. در این صورت با ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی (زمین، ماشین‌آلات و...) با تمهیدات خاص (ارزان تر بودن، قسطی و...) و همچنین اعطای پروانه‌های بهره‌برداری بلندمدت به ارائه‌دهندگان گردشگری شیلات، می‌توان به توسعه گردشگری شیلات در آینده نزدیک امیدوار بود.

نتایج پژوهش نشان داد که پنجمین بخش استلزامات فراسازمانی گردشگری شیلات، «تعاملات سازمانی» است. ترویج گردشگری شیلات بدون تعامل بین متولی با سازمان‌های مختلف و متنوع مرتبط، قطعاً ممکن نخواهد بود. این تعامل با بخش‌های مختلف و مداخله‌گران صنعت گردشگری شیلات از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در راستای بهبود ارتباطات اینترنتی در صنعت گردشگری گرفته تا تعامل با وزارت میراث، گردشگری و صنایع دستی برای استفاده از تجربیات در زمینه گردشگری برگزاری دوره‌های آموزشی گردشگری شیلات و معرفی ظرفیت‌ها گردشگری شیلاتی مناطق ساحلی، ارتباط با بانک‌ها جهت تأمین تسهیلات مورد نیاز گردشگری شیلات، تعامل با بخش‌های مختلف وزارت جهاد کشاورزی، ارتباط با محافل علمی جهت متنوع‌سازی فعالیت‌های کالایی و غیرکالایی شیلات، همکاری با سازمان بیمه برای بیمه کسب و کارهای گردشگری شیلات شامل بیمه مسئولیت، بیمه ادوات و ابزار و بیمه میهمانان، ارتباط با آژانس‌های گردشگری، و سازمان هتل‌داری خواهد بود. علاوه بر این ایجاد سازمان‌های مردم‌نهاد گردشگری شیلات از دیگر فعالیت‌های مورد نیاز است که از طریق تعامل با سازمان‌های مردم‌نهاد حاصل خواهد شد. همچنین تأمین امنیت اجتماعی و انتظامی گردشگران شیلاتی از طریق تعامل با عوامل انتظامی، دسترسی به دانش جدید با تعامل با مجامع علمی، نوزایی ارتباط بین سازمان و بهره‌برداران با تعامل با گروه‌های بهره‌بردار محلی و پره‌های صیادی، بدست خواهد آمد.

در همین راستا افتخاری و رمضان‌نژاد (۱۳۹۷) در پژوهشی که به تحلیل ظرفیت ارتباطات سازمان‌های متولی مقاصد گردشگری ساحلی پرداخته‌اند، توسعه گردشگری ساحلی را به‌عنوان مقوله‌ای بین‌بخشی و با توجه درگیری سازمان‌های مختلفی در توسعه آن، نیازمند همکاری و هماهنگی سازمان‌ها با یکدیگر دانسته‌اند. به گفته این محققان ایجاد هماهنگی و همکاری سازنده بین سازمان‌ها مختلف نیازمند وجود ظرفیت ارتباطات سازمانی است. وجود ارتباطات مؤثر و صحیح، همواره یکی از عوامل مهم توفیق در سازمان برشمرده شده است. تجارب نشان داده اگر ارتباطات صحیح در سازمان و بین سازمان‌ها برقرار نباشد، گردش امور مختل می‌شود. بدون وجود یک سیستم ارتباطی مؤثر وظایف مدیران (هماهنگی، برنامه‌ریزی، سازماندهی، کنترل و...) و نیز وظایف سایر کارکنان قابل تحقق نیست. به دیگر سخن، در صورت فقدان چنین سیستمی امکان اداره سازمان امکان‌پذیر نخواهد بود.

از ظرفیت ارتباطات به‌عنوان تلاش‌های مشترکی یاد می‌شود که فاصله بین سازمان‌ها را کاهش می‌دهد. ویژگی‌های کلیدی آن عبارتند از: اشتراک‌گذاری اطلاعات و شرکت در گفتگوی سازنده، توانایی توسعه تعاملات بهتر میان مشارکت‌کنندگان، درک مشترک از مسائل، به رسمیت شناختن منافع مشترک، تصمیم‌گیری براساس دانش ذی‌مدخلان مختلف و تمرکز بر یادگیری (Innes and Booher, 2003). با توجه به چندبخشی بودن توسعه گردشگری و نیاز به حضور تمام ذی‌مدخلان در مراحل توسعه، مدل گردشگری دربرگیرنده ارتباطات درون‌سازمانی و بین‌سازمانی. نتایج پژوهش افتخاری و رمضان‌نژاد (۱۳۹۷) نشان می‌دهد که ارتباطات در قالب ارتباط درون‌سازمانی، بین‌سازمانی (دولتی)، بخش خصوصی، سازمان‌های غیردولتی، گردشگران و روستائیان نقش تعیین‌کننده‌ای در توسعه گردشگری ساحلی دارد.

علاوه بر این ارتباط با سازمان‌های مردم‌نهاد جهت توسعه گردشگری، ارتباط با وزارت امور خارجه جهت توسعه مخاطبان برنامه‌های گردشگری شیلات، تعامل و همکاری با بوم‌گردی‌های موجود جهت اسکان از گردشگران شیلاتی، تعامل با شهرداری‌ها و دهیاری‌ها، همکاری با سازمان محیط زیست جهت استقرار پایگاه‌های محیط‌بانی و حل تضادهای احتمالی با گردشگری شیلات، تعامل با سازمان منابع طبیعی برای بهره‌گیری از اراضی مناسب گردشگری شیلات، ارتباط با بنگاه‌های خصوصی جهت توسعه گردشگری شیلات، ارتباط با سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج جهت بهره‌مندی از تجربیات در زمینه ترویج گردشگری شیلات، تعامل با سازمان فنی و حرفه‌ای برای پرورش نیروهای مورد نیاز گردشگری شیلات، همکاری با سازمان تبلیغات اسلامی جهت کمک به تهیه چارچوب‌های مقررات

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

گردشگری شیلات، مشارکت با سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، از دیگر استلزامات مربوط به تعاملات سازمانی ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر هستند.

موفقیت یک مقصد گردشگری وابسته به جذب گردشگران و جذب گردشگر وابسته به رضایت آنان از مقصد است. لذا، متولیان در مقصد باید ارتباط مستمر با گردشگران برقرار کنند تا از مشکلاتی که در مقاصد وجود دارد اعم از نارسایی در زیرساخت‌ها و امکانات تفریحی- رفاهی و غیره آگاهی یابند و در جهت برطرف کردن آن‌ها اقدام نمایند تا رضایت گردشگران نسبت به مقصد افزایش یابد. رضایت بالا از یک مقصد در بازگشت دوباره گردشگر به مقصد و معرفی آن به سایرین نقش بسزایی دارد (افتخاری و رمضان‌نژاد، ۱۳۹۷). بنابراین علاوه بر استلزاماتی که تاکنون ذکر شد، توسعه صنعت گردشگری به شکل عمومی و گردشگری شیلات به شکل اختصاصی نیازمند استلزامات دیگری نیز است که تحت عنوان «امکانات و خدمات عمومی» در این پژوهش مورد بررسی و شناسایی قرار گرفته است. یکی از اساسی‌ترین استلزامات توسعه گردشگری توسعه خدمات عمومی در مقاصد گردشگری شیلات از جمله آب آشامیدنی سالم، برق و گاز و... است. ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر همچنین نیازمند پایانه‌های حمل و نقل مناسب، دفاتر گردشگری و تورهای مسافرتی، زیرساخت‌های بانکی در مقاصد گردشگری شیلات، اسکله‌ها برای گردشگران شیلات، خدمات و امکانات عمومی بین راهی نظیر امداد خودروها، جایگاه سوختگیری، نمازخانه، سرویس بهداشتی، مراکز تأمین غذاهای شیلاتی و خدمات بهداشت درمانی در مقاصد گردشگری شیلات است.

از دیگر استلزاماتی که در مسیر ترویج گردشگری شیلات باید مورد توجه قرار گیرد، «بازار» است. توسعه بازار و شبکه عرضه محصولات و خدمات گردشگری شیلات نقش بی‌بدیلی در پایداری فعالیت‌های گردشگری شیلات دارد. لازم است که بازار عرضه و تقاضای گردشگری شیلات متوازن باشد تا هم موجب رضایت گردشگران شود، هم از فصلی بودن این صنعت جلوگیری شود، و هم مانع از فشار بیش از حد بر منابع در مقصد گردد. علاوه بر این ایجاد سازوکارهای دسترسی به بازار مناسب محصولات گردشگری و تولیدات محلی و بومی نقش بسیار مهمی در ترویج و توسعه خدمات و محصولات گردشگری شیلات می‌شود.

در نهایت، از دیگر استلزامات فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات، «امور مالی» است. با توجه به تجربیات کشورهای مختلف در زمینه گردشگری شیلات، ورود بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شیلات یکی از عوامل کلیدی و موفقیت گردشگری شیلات است. بنابراین با راهکارهای مختلف باید مسیر ورود بخش خصوصی به صنعت گردشگری شیلات را هموار نمود. تخصیص تسهیلات و اعتبارات به منظور توسعه گردشگری شیلات، اعطای مشوق‌های اقتصادی و معافیت‌های مالیاتی برای پروژه‌های گردشگری شیلات، سرمایه‌گذاری و حمایت بخش دولتی، خصوصی و بخش تعاون در توسعه فرصت‌های کارآفرینی گردشگری شیلات، از دیگر مسائلی است که در استلزامات امور مالی گردشگری شیلات می‌گنجد. علاوه بر اینها با توجه به اصول گردشگری، ارائه تسهیلات برای مناسب‌سازی منازل صیادان جهت اسکان گردشگران شیلات و ارائه تسهیلات برای تجهیز قایق‌های مناسب گردشگری شیلات، از دیگر ضروریات گردشگری شیلات است. همچنین در این بخش باید به ارزش‌گذاری و قیمت‌گذاری گردشگری شیلات و اعطای یارانه جهت گسترش و راه‌اندازی کسب و کارهای گردشگری شیلات بخوبی پرداخته شود. به‌طور کلی، نتایج به‌دست آمده در بخش زیرساخت‌های فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات با تحقیقات و مطالعاتی در زمینه زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری هم‌سو است. از جمله این مطالعات می‌توان به پژوهش‌های ذیل اشاره کرد: رعیت‌پناه و همکاران، ۱۳۹۹؛ مرادی و همکاران، ۱۳۹۹؛ نجفی و همکاران، ۱۳۹۴؛ Gomei and Bellia, 2019; Lopez et al. 2019; Refinda, 2017; Asadi, 2011; Vartiak, 2016; Berth, 2015; Kemelgor, 2002; Gebremedhin et al, (2012).

یکی از عوامل مهم و اساسی در افزایش تعداد گردشگران یک مقصد، وجود تسهیلات و خدمات است. سازمان‌های متولی گردشگری با محدودیت منابع مالی مواجه هستند و از طرفی توسعه مقاصد گردشگری در کنار سایر امور سازمانی‌شان در اولویت‌های سرمایه‌گذاری آن‌ها قرار ندارد. یکی از راهکارها جهت تأمین منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در این مقاصد، ورود بخش خصوصی است. یکی از دلایل

تحقیقات ترویج و توسعه روستایی، دوره ۳، شماره ۱، ۱۲-۳۴، بهار و تابستان ۱۴۰۴.

عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها، کم‌توجهی به جلب مشارکت بخش خصوصی از طرف سازمان‌های دولتی است و از طرفی در صورت تمایل ورود بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری با مشکلات زیادی برای دریافت مجوز از سازمان‌های مختلف مواجه است. برای تسهیل روند سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ظرفیت ارتباطات با بخش خصوصی و همکاری بین سازمان‌ها نقش بسزایی دارد (افتخاری و رمضان‌نژاد، ۱۳۹۷). همچنین بر اساس جهت‌گیری مالی عمومی، اقتصاد گردشگری شیلات باید توسط ابزارهای سیاست مالی مانند اولویت‌های مالیاتی، یارانه‌های مالی و تضمین‌ها حمایت شود. حمایت مالی باید اهرمی برای ارتقای صنعت گردشگری شیلات و صنایع مرتبط باشد. مشوق‌های مالیاتی بایستی توسط دولت اجرا شود. مؤسساتی که در مناطق ساحلی به پروژه‌های گردشگری شیلات اشتغال دارند از معافیت یا تخفیف مالیات بر درآمد بهره‌مند شوند. بخش از درآمد حاصل از شرکت‌ها و کارخانه‌های صنعتی در مناطق ساحلی به توسعه گردشگری شیلات و پروژه‌های حفاظت از محیط زیست، پروژه صرفه‌جویی در انرژی و آب، انتقال فناوری، اختصاص یابد. پروژه‌های گردشگری شیلات در راستای سیاست‌های توسعه‌ای هر مقصد (شهر و روستا) باشد. ایجاد صندوق‌های توسعه گردشگری می‌تواند به گسترش کانال‌های تأمین مالی و جذب منابع مالی داخلی و خارجی گردشگری شیلات کمک کند.

در نهایت اگرچه این تحقیق به تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ترویج گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر می‌پردازد، اما محدودیت‌های پژوهش در این زمینه به وضوح ناشی از عدم عملیاتی شدن گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر ایران است. تحلیل‌های ارائه شده در این مقاله عمدتاً بر اساس داده‌های حاصل از نظرات متخصصان نزدیک به حوزه گردشگری شیلات شکل گرفته است. به همین دلیل، یافته‌های این پژوهش ممکن است با نظرات و تجربیات متخصصان در آینده، زمانی که گردشگری شیلات به طور کامل در ایران پیاده‌سازی شود، متفاوت یا مشابه باشد. این موضوع نشان‌دهنده نیاز به تحقیقات بیشتر و جمع‌آوری داده‌های میدانی در شرایط واقعی است تا بتوان به نتایج دقیق‌تری دست یافت.

## حامی مالی

بنا به اظهار نظر نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

## سهام نویسندگان در پژوهش

سهام و نقش هر سه نویسنده در مقاله حاضر به یک نسبت می‌باشد

## تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

## تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه مشارکت‌کنندگان در مصاحبه برای جمع‌آوری داده‌ها، تشکر و قدرانی می‌نمایند.

## منابع

- پاریاب، جابر؛ عباسی، عنایت؛ صدیقی، حسن؛ چوپچیان، شهلا؛ و حسین‌زاده‌صحافی، همایون (۱۴۰۲). [بررسی تمایل صیادان عضو تعاونی‌های پره برای مشارکت در گردشگری شیلات در مناطق ساحلی دریای خزر](#). مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲(۴)۵۴، ۷۸۸ - ۷۶۱.
- رعیت‌پناه، غلامرضا؛ مجردی، غلامرضا؛ کرمی‌دهکردی، اسماعیل؛ و امیری لاریجانی، بهمن (۱۴۰۱). [شناسایی مؤلفه‌های نهادینه‌سازی خدمات ترویج بازارمحور با رویکرد زنجیره ارزش برنج در مناطق روستایی مازندران](#). روستا و توسعه، ۲۴(۴)، ۲۳-۴۶.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ و رمضان‌نژاد، یاسر (۱۳۹۷). [تحلیل ظرفیت ارتباطات سازمان‌های متولی مقاصد گردشگری ساحلی \(مطالعه موردی: مقاصد روستایی استان گیلان\)](#). آمایش فضا و ژئوماتیک، ۲۲(۲)، ۱۸۷-۱۶۷.
- کریمی، آصف؛ ملک محمدی، ایرج؛ رضوانفر، احمد؛ و احمدپورداریانی، محمود (۱۳۹۲). [طراحی مدل کارآفرینی سازمانی ترویج کشاورزی در زمینه توسعه پایدار کشاورزی](#). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۴، شماره ۱، صص ۹۳-۷۷.

تدوین استلزامات سازمانی و فراسازمانی ... / پارباب و همکاران

محمودی، مریم (۱۳۹۲). [طراحی الگوی ترویج کشاورزی چندکارکردی در استانهای حاشیه دریای خزر](#). رساله دکتری، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس.

مرادی، حشمت؛ پورسعید، علیرضا؛ واحدی، مرجان؛ و آرایش، محمدباقر (۱۳۹۹). [طراحی مدل توسعه بومگردی روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه](#). گردشگری و توسعه، دوره ۱. شماره ۱. صفحات ۴۶-۲۵.

نجفبیگی، رضا (۱۳۸۵). [فرهنگ و توسعه در کشورهای جهان سوم](#). مجله علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت، شماره ۶۸.

یوسفی، حمیدرضا؛ مشعلی، بهزاد؛ و منتی، حسین (۱۳۹۶). [بررسی امکان اجرای الگوی مربی‌گری در آموزش منابع انسانی سازمان امور مالیاتی کشور براساس نظریه داده بنیاد](#). پژوهشنامه مالیات، ۲۵(۳۴)، ۲۳۳-۲۵۷.

Abdulai, A., and Crole-Rees, A. (2001). [Determinants of income diversification amongst rural households in southern Mali](#). *Food Policy*, 26 (4): 437-452.

Abdulai, A., and Delgado, C.L. (1999). [Determinants of nonfarm earnings of farm based husbands and wives in Northern Ghana](#). *American Journal of Agricultural Economics*, 81(1): 117-130.

Adugna, L. (2006). [The dynamics of income diversification in Ethiopia: evidence from panel data](#). Department of Economics, University of Massachusetts Boston, unpublished paper.

Alipour, H., Olya, H. G., Hassanzadeh, B., & Rezapouraghdam, H. (2017). [Second home tourism impact and governance: Evidence from the Caspian Sea region of Iran](#). *Ocean & Coastal Management*, 136, 165-176.

Anonymous. (2012). [\[Regulatory Administrative Act 278/2012, Regarding ferry and other passenger vessels.\] Regulations 2012. No. 4585/27-7-2012 \(Cyprus\). \[In Greek.\]](#)

Barrett, C. B. Bezuneh, M. Clay, D. C., and Reardon, T. (2001). [Heterogeneous Constraints, Incentives, and Income Diversification Strategies in Rural Africa](#).

Barrett, C. B., & Reardon, T. (2000). [Asset, Activity, and Income Diversification Among African Agriculturalists](#). *The Journal of Development Studies*.

BOE (2010). [Disposiciones Generales Comunidad Autonoma De Galicia](#). *Boletin Oficial Del Estado*. N. 30 Jueves 4 de febrero de 2010 Sec. I. P. 9816.

Davis, B., et al. (2020). [Diversifying Livelihoods to Reduce Vulnerability: Evidence from Rural Africa](#). *Food Security*.

Effendi, I., Elizal, E. and Jupendri, J. (2019). [Identification of Marine Ecotourism Objects on Pulau Jemur, Riau Province, Indonesia](#). *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, 348(1): 12-32.

Ellis, F., & Freeman, H. A. (2004). [Rural Livelihoods and Poverty Reduction Strategies in Four African Countries](#). *The Journal of Development Studies*.

FARNET. (2014). [Guide n° 8: Marketing the local catch](#). European Commission, Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries, Director-General.

Franco, I. C., Suárez, M. A., & García, A. P. (2020). [Marine Tourism as an option for sustainable local development based on female empowerment](#). *Cuadernos de turismo*, (46), 649-652.

Gebremedhin, B., Jemaneh, S., Hoekstra, D., and Anandajayasekeram, P. (2012). [A guide to market-oriented extension services with special reference](#)

Gomei M., Bellia R. (2019). [WWF Principles for Sustainable Fishing Tourism](#). WWF Mediterranean Marine Initiative, Rome, Italy. 20 pp.

Gonzalez, R. C. L., & Pineiro Antelo, M. D. L. A. (2020). [Fishing tourism as an opportunity for sustainable rural development—The case of Galicia, Spain](#). *Land*, 9(11), 437.

Harlioglu, M. M., & Farhadi, A. (2017). [Iranian fisheries status: an update \(2004–2014\)](#). *Fish Aqua J*, 8(۲)

Hsieh HF, Shannon SE. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qual Health Res*. 2005 Nov;15(9):1277-88.

Innes, J. and Booher, D. (2003). [The Impact of Collaborative Planning on Governance Capacity](#). Institute of Urban and Regional Development, University of California, Berkeley, Working Paper 2003-03. Paper prepared for presentation at the Annual Conference of the Association of Collegiate Schools of Planning, Baltimore, November.

Jacob, S., & Witman, J. (2006). [Human ecological sources of fishing heritage and its use in and impact on coastal tourism](#). In BURNS, R.; ROBINSON, K. *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium, New York* (pp. 394-402).

- Karimpour, M., Harlioglu, M. M., Khanipour, A. A., Abdolmalaki, S., & Aksu, Ö. (2013). [Present status of fisheries in Iran](#). *Journal of Fisheries Sciences*. com, 7(2), 161.
- Kemelgor, B.H. (2002). [A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected selected farms in the Netherland and the USA](#). *Journal of entrepreneurship and Regional Development*, 14: 67-87.
- Liontakis, A., & Vassilopoulou, V. (2022). [Exploring fishing tourism sustainability in North-Eastern Mediterranean waters, through a stochastic modelling analysis: An opportunity for the few or a viable option for coastal communities?](#). *Ocean & Coastal Management*, 221, 106118 .
- MAREMED, 2013, [Fishing Tourism and Priority Axis 4 of the EFF on Sustainable Development of Fisheries Areas and Fisheries Local Action Groups, REGIONE MARCHE, FINAL REPORT](#)
- Meneghello, S., & Mingotto, E. (2016). [Promoting sustainable development through fisheries-related tourism experiences. Benefits from the integration between fisheries and tourism in Venetian coastal areas](#). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 11(3), 447-457.
- Moksness, E., Gjøsæter, J., Lagailarde, G., Mikkelsen, E., Olsen, E., Sandersen, H. and Volstad, J. (2011). [Effects of fishing tourism in a coastal municipality: A case study from Risør, Norway](#). *Ecological Society*, 16.
- Mola, F., Shafaei, F., & Mohamed, B. (2012). [Tourism and the environment: issues of concern and sustainability of southern part of the Caspian Sea Coastal Areas](#). *Journal of Sustainable Development*, 5(3), 2.
- Molina Garcia, A.; García Aranda, C. 2015. [Análisis Económico de la Diversificación Pesquera y Acuicola](#).
- Moradi, M.A., Sakhdari, K.A. and Saniei, S. (2017). [Influence of institutional factors on the rate of international entrepreneurship in developing countries](#). *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(2): 339-358. (Persian)
- Morgan, S. L., Marsden, T., Miele, M. and Morley, A. (2010). [Agricultural Multifunctionality and farmers' entrepreneurial skills: A study of Tuscan and Welsh farmers](#). *Rural Studies*. 26(2010), 116-129.
- Mozumder, M. M. H., Uddin, M. M., Schneider, P., Islam, M. M., and Shamsuzzaman, M. M. 2018. [Fisheries-based ecotourism in Bangladesh: Potentials and challenges](#). *Resources*, 7(4): 61 .
- Nwokorie, E. C. and Adiukwu, I. K. (2020). [Hospitality and Tourism Entrepreneurship: Administrative Barriers in Imo State, Nigeria](#). *International Scientific Journal turizam*, 24(1), 13-32.
- Pariab, J., Abbasi, E., Sadighi, H., Choobchian, S., & Hosseinzadeh Sahafi, H. (2024). [Identifying attractive fisheries-tourism activities in the Caspian Sea coastline: using delphi technique](#). *Journal of Agricultural Science and Technology*, 26(1), 41-56.
- Reardon, T., Delgado, C., and Matlon, P. (1992). [Determinants and effects of income diversification amongst farm households in Burkina Faso](#). *The Journal of Development Studies*, 28(2): 264-296.
- Refinda, G. (2017). [The Development of Facilities and Infrastructure to Support Sustainable Coastal Tourism in Belitung Regency](#). *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 1(1): 40-47.
- Sharpley, R., & Vass, A. (2006). [Tourism, agriculture and rural development: The case of farm-based tourism in the UK](#). *Tourism*.
- Vartiak, L. (2016). [Identification of internal and external factors affecting business excellence](#). In 8th International Conference Company Diagnostics, controlling and logistics.
- Woldenhanna, T. and Oskam, A. (2001). [Income diversification and entry barriers: evidence from the Tigray region of Northern Ethiopia](#). *Food Policy*, 26 (4): 351-365.
- Wouterse, F., and Taylor, J. E. (2008). [Migration and income diversification: Evidence from burkinafaso](#). *World development*, 36(4): 625-640.
- Zhou, Y., et al. (2022). [Income Diversification Strategies and Their Impact on Household Welfare in Rural China](#). *China Agricultural Economic Review*.