



نقش سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی در توسعه گردشگری ایران

حسین نورآبادی^۱، رویا سبزه گر^۲

۱- مدرس گروه علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی زابل

۲- عضو هیئت علمی گروه اقتصاد دانشگاه آزاد اسلامی زابل

چکیده

صنعت گردشگری در ایران دارای مزیت نسبی بسیار بالایی است که در صورت دستیابی به جایگاه شایسته خویش می تواند به رشد اقتصادی، بهبود اشتغال، افزایش رفاه اجتماعی، بهبود تراز پرداختها و موارد بسیار دیگری منجر گردد. به گفته دبیرکل سازمان جهانی گردشگری، در سال های اخیر خاورمیانه بیشترین رشد را در زمینه گردشگری داشته است، اما جایگاه ایران در بازار بزرگ گردشگری کمتر از کشورهای استونی، قبرس، اروگوئه و حتی کشور کوچک بحرین است. و تنها در کمتر از یک درصد از بازار گردشگری جهان سهمیم است. در تبیین برخی موانع و عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در ایران، باید به مسائلی توجه نمود که در این بین، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه گذاری و کم توجهی و کمبود سرمایه گذاری دولت در این صنعت بیش از سایر عوامل قابل تامل و بررسی است. صنعت گردشگری به لحاظ شاخص ضریب فزاینده تولید و اشتغال بترتیب در رتبه سوم (بعد از صنایع غذایی و ساختمان) و رتبه چهارم (بعد از کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمان) و بر حسب شاخص درآمدزایی، پس از صنایع فلزات اساسی، رتبه دوم را داراست. این شاخصها بخوبی گویای مزیت صنعت گردشگری در ایران برای سرمایه گذاری است. اما عدم شناخت، فقدان مطالعات امکان سنجی یا تحلیل هزینه-منفعت در طرح های گردشگری، فقدان استفاده از نیروی انسانی کارآمد، تصورات منفی جهانگردان درباره شرایط امنیتی کشور، تبلیغات نامناسب، نارسایی های محل های استقرار، موانع حمل و نقل، خدمات فرودگاهی نامناسب، نقش ناکارآمد دولت و نهادهای دولتی مثل بانک ها مشکلاتی در سرمایه گذاری بخش خصوصی در توسعه گردشگری ایجاد نموده اند که با اتخاذ راهکارهای مناسب برای رفع هرکدام از موانع فوق و بکارگیری دانش حسابداری چه در زمینه اقلامی که در قالب صورت های مالی مانند ترازنامه یا سود و زیان ارائه می شوند و چه در زمینه اقلامی که قابلیت ارائه در قالب اعداد و ارقام را ندارد (حسابداری اجتماعی و ابعاد غیر مالی صنعت گردشگری که بر بعد مالی تأثیر می گذارند) و با لحاظ نمودن مسائل مرتبط با حسابداری زیست محیطی می توان بسترهای مناسب برای توسعه این صنعت را فراهم نمود.

واژگان کلیدی: سرمایه گذاری، بخش دولتی، بخش خصوصی، ضریب فزاینده تولید و اشتغال، صنعت گردشگری.

مقدمه

هزار گونه خزنده و آبی در ایران، درختان کهنسال، چشمه های آب معدنی، رشته کوه های البرز و زاگرس، بیابان های وسیع، ۵۰ دریاچه داخلی و بزرگ ترین دریاچه جهان، جنگل های انبوه، دومین دریاچه شور جهان (ارومیه) و آثار تاریخی بی شمار با ۶۰۰۰ سال سابقه تمدنی دارای ظرفیت عظیمی است تا با برنامه ریزی دقیق و کارشناسانه، درآمدی بیش از درآمد نفت را نصیب کشورمان بکند. (یعقوب زاده، ۱۳۸۸)

برای گسترش گردشگری باید استراتژی های اساسی تدوین شود، این امر میسر نمی شود مگر با شناخت کامل موانع موجود و ارائه راهکارها جهت از میان برداشتن آن موانع، فعال کردن NGOها^۲ (در زمینه توریسم)، تبیین نقش و اهمیت صنعت گردشگری برای همه سازمان ها و مردم از طریق اطلاع رسانی و آموزش های لازم و معرفی جاذبه های گردشگری ایران در برنامه های درسی، نگاه اصولی و هدفمند به توریسم، توجه به خواسته های گردشگران، ایجاد و ساخت فضاهای ارزان قیمت اقامتی و رفاهی، حفظ محیط زیست و جلوگیری از تخریب آن، ایجاد مراکز تفریحی و سیاحتی مثل باغ وحش، سیرک، شهربازی، پارک، فضای سبز و ... در شهرها و حاشیه شهرها، تلاش در جهت حفظ گونه های نادر گیاهی و جانوری، ارائه تسهیلات به سازمان های ایرانگردی و جهانگردی، سرمایه گذاری زیربنایی توسط بخشهای دولتی و خصوصی، ایجاد بازارچه های کالا، ایجاد دانشکده های هتلداری و گردشگری، آموزش و به کارگیری مهمانداران و راهنمایان جهانگردان، حفظ بافت قدیمی و سنتی در برخی محله های شهرها و برخی روستاها، چرا که امروزه بسیاری از جهانگردان خسته از زندگی ماشینی، علاقه مند به دیدار از چنین اماکنی هستند. (یعقوب زاده، ۱۳۸۸)

گسترش صنعت گردشگری علاوه بر نقش و تاثیر آن در ابراز هویت ملی و ایجاد امنیت اجتماعی، موجب ارتقای ابعاد وسیع اقتصادی از جمله ایجاد فرصت های شغلی، درآمدزایی، کاهش فقر و گسترش عدالت اجتماعی و رفاه در جامعه می شود و توسعه صنعت گردشگری مقدمه ای برای توسعه سرمایه گذاری دیگر بخش های اقتصادی است که لازمه آن حضور در زنجیره جهانی گردشگری و نظام های بزرگ سامان یافته است. به گفته دبیر کل سازمان جهانی گردشگری، در سال های اخیر خاورمیانه بیشترین رشد را در زمینه گردشگری داشته است، اما جایگاه ایران در

صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پربازده ترین فعالیتهای اقتصادی در دنیا است که بالاترین میزان ارزش افزوده را ایجاد می کند و بطور مستقیم و غیر مستقیم، سایر فعالیتهای اقتصادی و فرهنگی را تحت تاثیر قرار می دهد. گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می آید به طوری که بسیاری از آن به عنوان صنعت اول دنیا یاد می کنند. بسیاری از کشورها همچون اسپانیا، فرانسه و ایتالیا بخش اعظمی از درآمد ارزی خود را از طریق گردشگری به دست می آورند. گرچه گردشگری به تنهایی نمی تواند منجر به توسعه کشور شود ولی با ورود گردشگر به تدریج نیاز به تغییر و ایجاد امکانات برای اقامت، جابجایی و سایر فعالیتهای مربوطه، توسعه را نیز در پی خواهد داشت و در دراز مدت باعث افزایش امکانات و تاسیسات خواهد شد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۶ تعداد ۸۳۵ میلیون جهانگرد جابجا شده اند که این جهانگردان حدود ۸۰۰ میلیارد دلار هزینه کرده اند؛ این در حالی است که سهم ایران از صنعت گردشگری جهانی در سال ۲۰۰۶ کمتر از یک دهم درصد بوده است و علیرغم اینکه ایران، طبق نظر یونسکو یکی از ده کشور دارای جاذبه های گردشگری می باشد ولی آمار موجود گویای ضعف صنعت گردشگری کشور می باشد و نارساییهای موجود باعث عدم توفیق در جذب جهانگردان به میزان توانمندیهای کشور شده است.

در سال های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود و تنظیم موازنه بازرگانی و تراز پرداخت های بسیاری از کشورها شده است، رشد قابل توجه و چشمگیر گردشگری در پنجاه سال اخیر نشان دهنده اهمیت فراوان اقتصادی و اجتماعی این پدیده است. گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می کند، تراز پرداخت ها، که نشان دهنده معاملات بین المللی هر کشور است، را متوازن می سازد. لوئیس ترنر گردشگری را امیدبخش ترین و پیچیده ترین صنعتی می داند که جهان سوم با آن روبرو است و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد.» (لی، ۱۳۸۷) توسعه گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می شود، همچنین تاثیر به سزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه افزایش رفاه اجتماعی دارد. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ ها و تمدن ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملل و دول را متعادل تر و نزدیک تر می سازد. ایران با داشتن یک میلیون و ۲۰۰ هزار تپه و صد و پنجاه هزار اثر تاریخی و منابع متنوع طبیعی جزء ده کشور اول دارای جاذبه های توریستی دنیا و ۵ کشور اول در زمینه تنوع و جذابیت اکوتوریسم دنیا است. وجود بیش از ۸ هزار گونه گیاهی، ۵۰۰ گونه پرنده، ۱۶۰ گونه پستاندار و یک

² None Governmental Organization

بازار بزرگ گردشگری کمتر از کشورهای استونی، قبرس، اروگوئه و حتی کشور کوچک بحرین است. و تنها در کمتر از یک درصد از بازار گردشگری جهان سهم است. در تبیین برخی موانع و عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در ایران، باید مسائل زیر را مورد توجه قرار داد:

• فقدان پرواز مستقیم به مقصد ایران:

نبود پرواز مستقیم میان تهران و برخی شهرهای بزرگ حتی در اروپا، به عنوان یکی از موانع موجود برای سفر گردشگران خارجی به ایران است.

• وضعیت بازاریابی و تبلیغات گردشگری:

فراوانی مراکز تبلیغاتی و نداشتن سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی، یکی از موانع توسعه صنعت گردشگری محسوب می‌شود. در بازاریابی گردشگری، بازاریابان و دفاتر آژانس هیچ‌گونه نمایندگی از بخش دولتی یا دولت متبوع خود ندارند و هیچ‌گونه حمایت مالی نمی‌شوند و به محتوای بروشورها و سایت‌ها بسنده می‌کنند، در صورتی که آنها عمده‌ترین سهم را در توسعه گردشگری به عهده دارند.

• تدوین استانداردها و ضوابط فنی:

هر یک از اقامتگاه‌ها، هتل‌ها، مراکز سیاحتی و واحدهای ارائه‌کننده خدمات گردشگری باید با رویه‌های یکسان در کشور فعالیت کنند تا بتوانند خدمات مطلوب‌تر و با کیفیت داشته باشند.

• ضرورت شناخت ظرفیت‌ها و مناطق گردشگری:

شناسایی نکردن مناطق گردش پذیر، اماکن تاریخی، جاذبه‌های طبیعی و معرفی نشدن آنها در سایت‌های گردشگری جهانی، عارضه دیگر گردشگری ایران است که بتازگی حرکت‌های مثبتی در شناسایی و معرفی جاذبه‌های ایران انجام شده است.

• فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص:

فقدان نیروی انسانی کارآموده و متخصص امور جهانگردی در دفاتر ایرانگردی و جهانگردی و ناآگاهی و بی‌تجربگی کادر شاغل در مؤسسات جهانگردی از قبیل خدمتگزاران هتل‌ها، کارکنان آژانس و راهنمایان جهانگردی از دیگر موانع توسعه صنعت گردشگری در ایران است و می‌باید با آموزش پرسنل، مترجمان و تورگردانان خیره و حرفه‌ای در حوزه گردشگری، این مشکل را بر طرف کرد.

• جاذبه‌های دست‌ساز و مصنوعی:

مثل آسمانخراش‌های بزرگ، پل‌های طویل، تونل‌های زیرآب، آکواریوم‌های بزرگ دریایی و... تلفیق فناوری با جاذبه‌های طبیعی، جاذبه‌های دست‌ساز را خلق می‌کند که می‌تواند در جذب گردشگر موثر باشد.

• بلیغات منفی علیه ایران:

یکی دیگر از عوامل و موانع مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری، تبلیغات منفی برای مخدوش کردن چهره ایران و انزوای کشورمان در سطح بین‌المللی از سوی دیگر کشورهاست. در این زمینه می‌توان با همکاری سفرا و رایزنان فرهنگی، نسبت به معرفی درست چهره واقعی کشورمان اقدام کرد تا گردشگران بیشتری از کشورمان دیدن کنند. باید به این نکته اشاره کرد که وقتی گردشگران خارجی از ایران دیدن کنند، نظرشان به کلی درباره کشورمان تغییر می‌کند.

• حضور دستگاه‌های موازی در تشکیلات

گردشگری:

ناهماهنگی در همکاری بین سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی و همچنین وجود دستگاه‌های موازی از دیگر عواملی است که مانع توسعه صنعت گردشگری در کشورمان می‌شود. بنابراین باید از تعدد مراکز تصمیم‌گیری جلوگیری کرد و بیش از گذشته به تقویت سازمان اصلی متولی صنعت گردشگری پرداخت.

• عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری:

از دیگر موانع و عوامل مهم و مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری در کشور، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این صنعت به علت عدم سودآوری، حمایت ناکافی دولت و اقدامات سلیقه‌ای و محدودکننده از سوی برخی مقامات غیرمسئول می‌باشد. دولت باید با کاهش تصدیگری خود در صنعت گردشگری، به وظیفه تسهیل و رفع موانع سرمایه‌گذاری از سوی بخش خصوصی و افزایش منابع برای توسعه این بخش بپردازد.

• مکانیزاسیون و فناوری:

توریست باید بتواند از طریق اینترنت بلیت مقصد و هتلش را رزرو و از کارت اعتباری استفاده کند. اگر نتواند این کارها را انجام دهد انگیزه و اشتیاقی برای سفر نخواهد داشت. این موضوع باید به طور جدی از سوی همه دستگاه‌های گردشگری به انجام برسد. هر چند زیر ساخت‌های اولیه برای ورود به گردشگری الکترونیک مانند اتصال به بانکداری جهانی هنوز در کشور ایجاد نشده، اما نیروی انسانی آشنا به فناوری اطلاعات (IT) وجود دارد که تنها به مدیریت یکپارچه نیازمند است. گردشگری الکترونیک به دلیل دسترسی بیشتر و کم هزینه بودن آن، موجب شده است که مورد توجه مسئولان گردشگری کشورمان قرار گیرد.

• نبود برنامه ریزی و استراتژی:

نبود یک برنامه جامع و استراتژیک و همچنین مشخص نبودن هدفها و سیاستهای ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه اجرایی و همچنین غفلت از نقش رایزنان و وابستگان فرهنگی ایران در سفارتخانهها و عدم تحرک و نقش آفرینی سفرای کشورمان در کشورهای محل خدمتشان و نبود دفاتر نمایندگی و شعب خارجی بازاریابی یا نادیده گرفتن نقش ایرانیان مقیم کشورهای خارجی در جذب گردشگران و عدم استفاده از دیدگاهها و نظرات انجمنهای صنفی دفاتر خدمات مسافرتی، نقیصه‌ای در برنامه ریزی‌هاست که باید برای رفع آن کوشید.

• عدم پیوستگی و یکپارچگی خدمات:

در رتبه بندی کشورها از نظر جاذبه‌های گردشگری در جهان، داشتن بسیاری از منابع مورد توجه قرار می‌گیرد. اما این منابع باید به محصول تبدیل شود. در بازار رقابتی گردشگری چیزی که مطلوب همه است، پیوستگی و یکپارچگی خدمات است. باید این پیوستگی و یکپارچگی را به وجود بیاوریم تا بتوانیم محصولات و تنوع آنها را به گردشگرانی که خواهانش هستند، عرضه کنیم. به این ترتیب می‌توانیم حجم گردشگرانمان را افزایش دهیم.

عوامل دیگری از جمله: تکیه اقتصاد ملی کشور به درآمدهای نفتی و احساس استغنا از سایر درآمدها، نبود نگرش علمی به توسعه تجارت، بی‌توجهی به نقش چهره‌های شاخص بین‌المللی و افراد مشهور در جلب توجه افکار جهانی به کشورمان، عدم توجه به آرایش شهری، آراستگی ظاهری افراد، پاکیزگی معابر و ساختمانها، رعایت نکردن نظم اجتماعی و قوانین و مقررات هر کدام به تناسب خود از عوامل و موانع توسعه گردشگری محسوب می‌شوند.

در نتیجه باید از این فرصت‌ها و امکانات مناسب گردشگری در کشورمان با برنامه ریزی درست و درازمدت و رفع موانع موجود، همراه با به روز شدن فناوری در این زمینه، استفاده بهینه کرد تا صنعت گردشگری توسعه و جایگاه ایران در رتبه بندی سازمان جهانی گردشگری ارتقا یابد. (سلیمانی، جام جم آنلاین، ۱۳۸۷)

۲- بیان و اهمیت موضوع:

تنوع فعالیتهای مربوط به صنعت گردشگری باعث شده است تا رونق این بخش، اثرهای اقتصادی بالایی را برای اقتصاد کشور در مقایسه با سایر بخشهای اقتصادی ایجاد کند. علاوه بر این، مطالعات انجام شده نشان داده اند توسعه این صنعت نقش موثری در کاهش بیکاری و همچنین بهبود توزیع درآمد و افزایش درآمدهای دولت دارد. این

موضوع به خصوص از آن جهت که در کشور ما بیکاری بعنوان اصلی ترین مشکل اقتصادی کشور مطرح است، روز به روز بصورت جدی تری مورد توجه سیاستگذاران و برنامه ریزان کشور قرار گرفته و توسعه صنعت گردشگری کشور در حال تبدیل شدن به یک خواست ملی و همگانی است. در این بین ایجاد چنین فضایی بطور حتم باید همراه با هدایت منابع عمومی و همچنین فرصتهای اقتصادی به سمت این صنعت باشد. در این صورت بخش گردشگری برای سرمایه گذاران بخش غیردولتی به عنوان یک فرصت مناسب تلقی خواهد شد و با ورود به این بخش، ضمن تحقق اهداف ملی در زمینه ایجاد اشتغال و رشد و توسعه اقتصاد ملی، منافع سرشاری را نیز نصیب خود خواهند کرد. (سقای، ۱۳۹۰)

۲-۱- شاخصهای مزیت صنعت گردشگری در ایران:

با توجه به مزیت‌های صنعت گردشگری در ایران، بمنظور توسعه و بهبود شاخصهایی نظیر ضریب فزاینده تولید و اشتغال، درآمدزایی و ظرفیت رشد این صنعت نیاز به سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی خواهد بود. این شاخصهای مزیتی عبارتند از:

- ضریب فزاینده تولید و اشتغال: محاسبات انجام شده نشان داده‌اند که ضریب فزاینده تولید در صنعت جهانگردی ایران معادل ۱/۶ است که این رقم بدان معنا است که اگر یک واحد پولی توسط جهانگردان در ایران هزینه و وارد چرخه اقتصادی کشور شود، باعث ایجاد تولیدی به میزان ۱/۶ واحد پولی در بخش‌های مختلف اقتصادی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند، خواهد شد. مقایسه این اثر با ضریب فزاینده سایر بخشهای اقتصادی نشان می‌دهد که صنعت گردشگری ایران پس از صنایع غذایی (با ضریب ۲/۱۶) و ساختمان (با ضریب ۱/۷۲) در رتبه سوم در بین تمام بخش‌های اقتصاد ایران قرار دارد که نشان از قابلیت بالای صنعت یاد شده برای ایجاد رونق اقتصادی در کشور است. همچنین محاسبات انجام شده در مورد ضریب فزاینده اشتغال در بین بخشهای مختلف اقتصادی نشان می‌دهد قدرت اشتغال زایی صنعت گردشگری در ایران بعد از بخش‌های کشاورزی، صنایع غذایی و ساختمان در رتبه چهارم قرار دارد.

- درآمدزایی: مطالعات انجام شده نشان داده‌اند قدرت درآمدزایی صنعت گردشگری برای عوامل تولید در ایران پس

بسیاری از ظرفیت‌های بالقوه آن هنوز مورد بهره برداری قرار نگرفته، حکایت دارد. روند ورود گردشگران خارجی طی سال‌های گذشته نیز تأیید کننده این موضوع است به طوری که تعداد گردشگران ورودی از ۷۰ هزار نفر در سال ۱۳۶۷ به ۱/۷ میلیون نفر در سال ۱۳۸۸ رسیده است که نشان‌دهنده نرخ رشد متوسط ۱۲۰ درصد در سال است.

- توسعه صنعت گردشگری علاوه بر رونق تولید و ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، اثرهای مثبت دیگری نیز در سطح کلان دارد. از آن جمله می‌توان به: افزایش عواید دولت اشاره کرد به طوری که افزایش تولید در بخش‌های مختلف که در اثر توسعه گردشگری ایجاد شده است، باعث افزایش مالیات‌های غیر مستقیم دولت خواهد شد. علاوه بر این تحقیقات نشان می‌دهد که توسعه صنعت گردشگری باعث کاهش نابرابری توزیع درآمد می‌شود. بهبود تراز پرداخت‌ها نیز از دیگر آثار مثبت توسعه صنعت گردشگری خواهد بود.

۲-۲- سرمایه گذاری دولتی در صنعت گردشگری:

دولت ایران در قوانین بودجه ای خود، برنامه های تشویق گردشگری داخلی، توسعه زیرساختهای مورد نیاز گردشگری و جذب گردشگران ورودی به کشور را در دستورکار خود قرار داده و اعتبارات و هزینه هایی را به این برنامه ها اختصاص داده که طی سه سال اخیر بشرح زیر بوده است:

از صنایع فلزات اساسی در رتبه دوم قرار دارد. این امر می‌تواند نشان‌دهنده اهمیت توسعه این صنعت برای صاحبان عوامل تولید از جمله صاحبان سرمایه و کار باشد. از لحاظ بخشی، بیشترین سهم از درآمد ایجاد شده در اثر توسعه صنعت گردشگری به ترتیب نصیب هتل‌ها، رستوران‌ها، صنایع پوشاک و چرم و کشاورزی خواهد شد. از لحاظ سهم عوامل تولید از درآمد حاصل از توسعه گردشگری (در فعالیت هتل و رستوران) به ترتیب ۴۷ درصد مربوط به سود سرمایه و حدود ۱۴ درصد مربوط به نیروی انسانی است. این شاخص‌ها به خوبی گویای مزیت صنعت گردشگری کشور برای سرمایه‌گذاری است

- ظرفیت رشد: همانگونه که در بررسی شاخص‌های قبلی ملاحظه شد صنعت گردشگری ایران در کنار بخش‌هایی از اقتصاد ایران نظیر صنایع غذایی، ساختمان و ... از قابلیت بالایی برای ایجاد رونق اقتصادی و اشتغال‌زایی برخوردارند و می‌تواند به عنوان موتور رشد اقتصاد ایران عمل کنند، اما با این حال باید توجه کرد که این قابلیت بخش‌های مختلف در شرایطی بروز خواهد کرد که امکان ایجاد رشد در آنجا وجود داشته باشد. این امر در مورد بخش‌هایی مانند صنایع غذایی، ساختمان و کشاورزی در آینده چندان امیدوار کننده نیست و عملکرد گذشته آنها و وضعیت موجود از برتری آشکار صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت بکر و جدید که

جدول ۱: هزینه و اعتبارات برنامه های گردشگری در بودجه سنواتی (میلیون ریال)

اعتبارات سرمایه ای			هزینه عمومی			برنامه
۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	۱۳۹۰	۱۳۸۹	۱۳۸۸	
۰	۰	۰	۱۵۱۴۷۵	۱۵۵۰۰۰	۱۰۱۳۵۸	تشویق گردشگری داخلی
۹۷۸۵۵۰	۱۰۴۰۷۸۳	۷۶۸۰۰۰	۰	۰	۰	توسعه زیرساختهای مورد نیاز گردشگری
۰	۰	۰	۱۲۵۰۰۰	۱۲۲۰۰۰	۹۷۶۰۰	جذب گردشگران ورودی به کشور

ماخذ: قوانین بودجه سنواتی (لوايح بودجه سالهای ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰)

- ناکارآمدی زیرساختهای اقتصادی گردشگری
- عدم تخصیص اعتبارات ارزی و ریالی کافی
- فقدان تعامل موثر واحدهای تصمیم گیر اقتصادی با مراکز سیاسی و فرهنگی
- عدم مشوق ها و تضمین های لازم جهت گسترش سرمایه گذاری بخش خصوصی
- فقدان نیروی انسانی موثر و کارآمد در بخشهای اقتصادی گردشگری.(شجاعی، ۱۳۸۶)

همانطور که در جدول فوق ملاحظه می شود هزینه های دولتی و اعتبارات در بخش گردشگری طی این سه سال یک روند افزایشی داشته و امید است با ادامه این روند و همچنین ترغیب بخش خصوصی به سرمایه گذاری ، بتوان موانع اقتصادی و غیراقتصادی توسعه این صنعت را مرتفع نمود. عمده ترین موانع اقتصادی عبارتند از:

- توجه ویژه با درآمدهای نفتی و افزایش و ادامه روند رو به رشد بهای نفت

جدول ۲: اعتبارات تملک دارایی های سرمایه ای بخش گردشگری کشور در قوانین بودجه سنواتی (میلیون ریال)

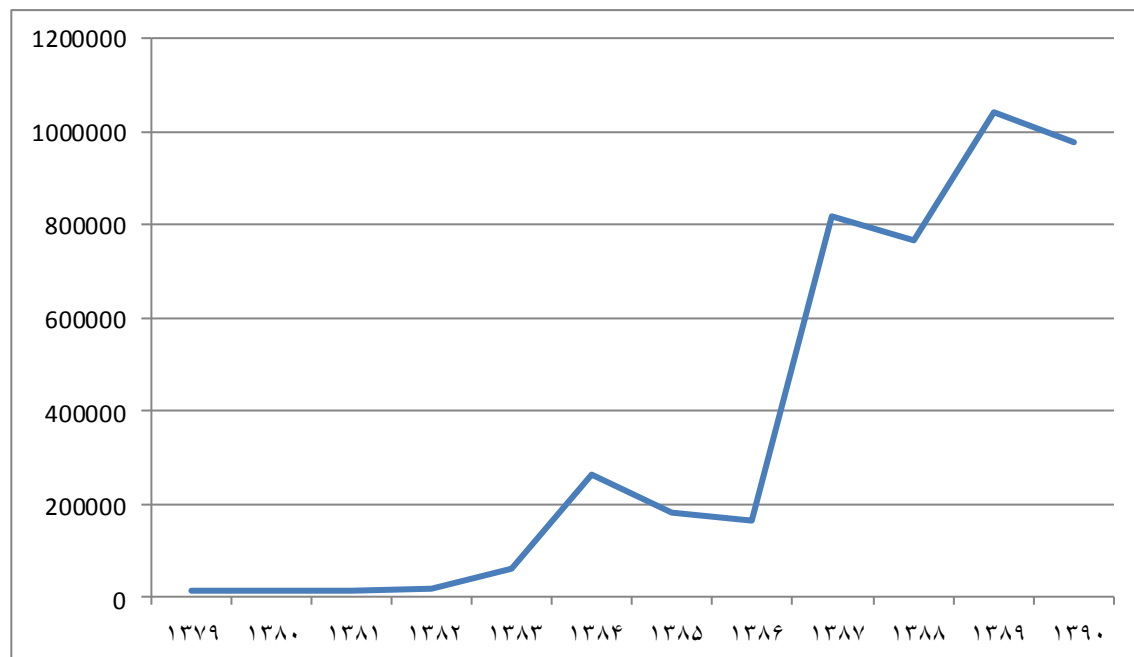
سال	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	۱۳۸۲	۱۳۸۳	۱۳۸۴	۱۳۸۵	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۸	۱۳۹۰
تملك دارایی سرمایه ای	۱۴۵۰۰	۱۴۵۰۰	۱۴۶۰۰	۱۸۵۰۰	۵۸۹۰۰	۲۶۳۰۰۰	۱۸۰۰۰۰	۱۶۵۵۰۰	۸۲۰۰۰۰	۷۶۸۰۰۰	۱۰۴۰۷۸۳	۹۷۸۵۵۰
كمكهای فنی و اعتباری	۱۳۰۰	۱۳۰۰	۱۳۰۰	۱۳۰۰	۱۳۰۰	۳۰۰۰۰	۳۰۰۰۰	۲۰۰۰۰	۳۵۰۰۰	۳۵۰۰۰	۳۸۰۰۰	۳۵۰۰۰

ماخذ: قوانین بودجه سنواتی

این رقم از ۱۶۵ میلیارد ریال در سال قبل (۱۳۸۶) به ۸۵۵ میلیارد ریال رسیده که نشان دهنده ۳۶۰ درصد رشد است و در سال ۱۳۸۸ به ۱۰۴ میلیون ریال رسیده است و امید است این روند افزایشی در دوره های بعدی نیز تداوم یابد. علاوه بر این در ماده ۱۱ قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری پیش بینی شده است تا حداقل ۱۰ درصد از اعتبارات مربوط به فاینانس مندرج در قوانین بودجه سنواتی باید به بخش گردشگری و میراث فرهنگی اختصاص یابد که برآورد می شود سالانه به طور متوسط یک میلیارد دلار را شامل شود. همچنین تسهیلات مربوط به وجوه اداره شده و کمک های فنی و اعتباری به صورت یارانه به بخش غیردولتی که اقدام به ایجاد تأسیسات گردشگری می کنند، اختصاص خواهد یافت.

در سال های اخیر تلاش شده تا منابع دولتی بیشتری برای ایجاد زیر ساخت های مورد نیاز توسعه صنعت گردشگری اختصاص یابد به طوری که در جدول شماره دو ملاحظه می شود با آنکه تا سال ۱۳۸۲ اعتبارات تملک دارایی های سرمایه ای ملی بخش گردشگری رشد چندانی نداشته است اما در سال های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ به ترتیب معادل ۲۲۰ و ۳۴۶ درصد رشد کرده است که این امر نشان دهنده ارتقای جایگاه این بخش در سیستم برنامه ریزی کشور است. البته در سال های ۱۳۸۵ و ۱۳۸۶ اعتبارات یاد شده اندک کمی کاهش یافته اند که این امر به دلیل عدم جذب منابع تخصیص یافته توسط سازمان یاد شده بوده است. با این حال، در سال ۱۳۸۷ دوباره شاهد یک ارتقای بزرگ در اعتبارات سرمایه ای این بخش هستیم به طوری که

نمودار ۱: روند تغییرات تملک دارایی سرمایه ای بخش گردشگری در بودجه سنواتی ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۰



- انجام مطالعات دقیق و شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در نقاط مختلف کشور.
- ارائه اطلاعات شفاف و دقیق در خصوص شرایط کلی حاکم بر بخش گردشگری کشور.
- تولید بسته‌های سرمایه‌گذاری حاوی اطلاعات لازم از پروژه‌های مورد نظر برای سرمایه‌گذاری شامل مشخصات جغرافیایی، وضعیت زیرساخت‌ها، شرایط بازار و ارزیابی اقتصادی.
- به کارگیری اعتبارات دولتی به عنوان مکمل سرمایه‌های خصوصی برای ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز.
- تلاش برای تسهیل مراحل اخذ مجوزهای لازم از مراجع قانونی.
- تسهیل اعطای وام‌های بانکی با نرخ بهره پایین.
- همدلی و همراهی با سرمایه‌گذاران در مراحل اجرایی سرمایه‌گذاری و تلاش برای کاهش حواشی و درگیری‌های اداری. (سقای، ۱۳۹۰)

تمام شاخص‌ها و داده‌های فوق‌الذکر، ضمن تأیید قابلیت‌های صنعت گردشگری، مبنی بر روشن بودن افق‌های سرمایه‌گذاری در این صنعت است. با این حال باید توجه کرد که حوزه فعالیت‌های مربوط به صنعت گردشگری بسیار گسترده است و ورود به هر یک از عرصه‌های آن مستلزم شرایط متفاوتی از لحاظ میزان سرمایه مورد نیاز، نیروی انسانی، دوره مورد انتظار برای بازده اقتصادی و میزان ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران است. بنابراین با توجه به شرایط، اهداف و امکانات هر یک از علاقه‌مندان، باید استراتژی مناسبی برای نحوه ورود و نوع فعالیت مناسب در کوتاه و دراز مدت برای آنها طراحی شود. در این راستا نقش دولت در نحوه ورود و فعالیت موفقیت‌آمیز بخش خصوصی بسیار تعیین‌کننده است. زیرا اگر شرایط مناسب و واقع‌گرایانه‌ای بر این صنعت حاکم نباشد، امکان شکست سرمایه‌گذاری‌ها و ایجاد دل‌سردی در بین سایر صاحبان سرمایه وجود خواهد داشت. بنابراین به نظر می‌رسد شایسته است موارد زیر از سوی دولت لحاظ شود:

- رصد مداوم شرایط حاکم بر بخش گردشگری و تلاش برای ایجاد ثبات در بخش.

یا کشور محل اقامت خود جهت آماده شدن برای سفرخرج می کنند.(سلیمانی،۱۳۸۷)

مقایسه ای بین مزایا و مضرات صنعت گردشگری

مزایای گردشگری	معایب گردشگری
درآمدزایی و افزایش درآمد ناخالص ملی، تنوع فعالیت های بخش اقتصاد	درآمد جهانگردی فصلی می باشد . همچنین وابستگی شدید به درآمد توریسم و تک محصولی شدن همانند کشور تایلند خطرناک است.
اشتغال زائی همانند رستوران ها، کافه ها، آژانسها و غیره	افزایش کارکنان غیر ماهر فصلی و با حداقل دستمزد
کم هزینه و پرسود	سودجویی برخی افراد با تأسیس شرکت های صوری و اقدام به کلاهبرداری
صنعت بی دود	میزان مصرف سوخته های فسیلی مراکز جهانگردی راناباید نادیده گرفت
احساس مباحثات به فرهنگ خودی	اثرات نامطلوب فرهنگی اجتماعی و سست شدن احساس هویت فرهنگی
گردشگری به عنوان ابزاری برای گفتگوی تمدنها	نوع جدیدی از استعمار
بهبود و توسعه زیرساختها	فشار وارده بر وسایل حمل و نقل و بطور کلی بر عوامل زیر ساخت منطقه از قبیل تأمین آب، فاضلاب، تاکسی، خدمات پلیس و ترمینالهای مسافری
حفاظت و بهبود محیط زیست	تخریب و آلودگیهای محیطی، تخریب پوشش گیاهی و آلودگی سواحل
تسهیل فرایند نوگرایی و فراهم شدن تسهیلات جهانگردی و تفریحی هم برای ساکنان محلی و هم برای گردشگران و بطور کلی افزایش رفاه عمومی	اثرات منفی بر جمعیت مهمان پذیر و رقابت بمنظور بهره بردن از خدمات معمول با گردشگران
استفاده لازم از زمینهای ساحلی نامناسب برای امور کشاورزی در امور گردشگری	سوداگری و افزایش نرخ زمین و عدم تخصیص زمین به اهداف مهمتری از قبیل خانه سازی، احداث مدارس و یا فضای سبز

۲-۳- سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت گردشگری:

صنعت گردشگری از گزینه های مناسبی است که بدلیل پتانسیل بالای اقلیمی کشور، جای توسعه و رشد بیشتری دارد . در بسیاری از کشورها با ارائه یارانه و اعطاء معافیت مالیاتی به صنعت گردشگری، بخش خصوصی را به سرمایه گذاری در این قسمت ترغیب می نمایند . زیرا دولت ها با دریافت مالیات از سایر بخش هایی که جهانگردان در آن قسمت هزینه می کنند، یارانه پرداخت شده را باز یافت می نمایند. فعال نمودن و توسعه صنعت گردشگری، بی شک نیازمند مشارکت و همکاریهای بخش خصوصی است . معهدا روشن است که بخش خصوصی در مشارکت خود بدنبال رسیدن به هدف سودآوری است و چون این هدف با وضعیت فعلی این صنعت در کشور تأمین نمی شود، رغبتی نیز از سوی این بخش برای سرمایه گذاری مشاهده نمی گردد. سرمایه گذاری با تحلیل بازار مرتبط است و تا هنگامی که درآمدی متصور نباشد، هزینه ای انجام نخواهد شد . درآمد صنعت جهانگردی از ورود گردشگران به یک منطقه حاصل می شود و ورود گردشگر به یک منطقه تابع عواملی همانند قیمت، امنیت، امکانات متنوع تفریحی و رفاهی، کیفیت خدمات ارائه شده، وضعیت حمل و نقل (علی الخصوص خطوط ریلی)، شرایط اقتصادی و اجتماعی و ... می باشد . البته قیمت در میزان جذب گردشگر در یک منطقه به عنوان عامل مؤثر قلمداد می شود، اما به عنوان عامل نهایی مطرح نمی باشد.

عمده ترین فعالیت های اقتصادی که حول محور این صنعت انجام می گیرد و بازخورد آن بر اقتصاد داخلی و بین المللی تأثیر بسیار دارد عبارت اند از سرمایه گذاری های ساختمانی - عمرانی (هتل، جاده، فرودگاه، اسکله سازی، ساخت انواع وسایل حمل و نقل، هواپیما، کشتی، کشتی های تفریحی، واگن قطار، اتومبیل، آماده سازی پیستهای اسکی، سواحل دریاها و غیره)، ساخت محیط های استقرار موقت برای کاروان ها و گروه های گردشگر، صنایع تجهیز کننده رستوران ها، صنایع غذایی، مرمت و نگهداری از آثار باستانی ، سرمایه گذاری های مربوط به اطلاعات و اطلاع رسانی (سایت های رایانه ای - اینترنتی، نشریات اعم از کتاب، روزنامه، بروشور، نقشه، راهنمای گردشگری - مسافرتی و غیره) ، مخارج مخابرات و پست (خرید سیم کارت، مخارج تلفن، پست)، وسایل اقامتی (کمپینگ و چادر) ، وسایل ورزشی (وسایل اسکی، غواصی، شنا) ، وسایل محافظتی بدن (انواع کرمهای ضد آفتاب، ژلها و سایر داروها)، درآمد های عظیم نظام بانکی از جابجایی پول، و درآمدهای عظیم بیمه و تهیه سایر اسناد بین المللی که گردشگران در کشورهای مبدأ

۳- فقدان مطالعات امکان سنجی یا تحلیل هزینه - منفعت^۲ در طرح های گردشگری

بدلیل بلندمدت بودن برگشت سرمایه در فعالیت های مرتبط با صنعت توریسم و اهمیت بالای ارزیابی پروژه های سرمایه گذاری و تحلیل هزینه منفعت در این صنعت، بسیاری از سرمایه گذار یهائی انجام شده در این بخش، بدلیل عدم اجرای طرح با ابعاد و مقیاس کوچکتر، قبل از پیاده سازی طرح اصلی، منجر به عدم ارزیابی مناسب از وضعیت موجود منطقه گشته و موجبات شکست طرح را فراهم نموده است. عدم مطالعه بازار، فقدان بررسی و تحلیل میزان و روند تقاضا، مشخص نبودن بازار هدف، شرایط اقتصادی، نوسانات بازار و ابهامات اساسی در پیش بینی های آتی باعث شده است تا بنگاه های شاغل در این بخش نتوانند ظرفیت سازی بهینه ای را جهت ارائه خدمات گردشگری فراهم نموده، در نتیجه فعالیت اینگونه بنگاه ها با سودآوری مناسب همراه نباشد.

۴- مشکلات بانک ها و مراکز مالی کشور

متأسفانه شبکه بانکی کشور فاقد سرعت و ارائه خدمات، بدون مبادله مستقیم پول می باشد. در حالیکه ایجاد شرایط خرید و فروش با کارت اعتباری برای جهانگردان یکی از نیازهای اساسی و تعیین کننده در میزان خرید جهانگرد بشمار می رود.

۵- عدم پرداخت تسهیلات مالی با نرخ مناسب به بخش خصوصی

عدم پرداخت تسهیلات مالی با نرخ پایین و اقساط طویل المدت به بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در صنعت گردشگری از دیگر مشکلات این صنعت بشمار می باشد.

۶- نقش ناکارآمد دولت در صنعت گردشگری

بر خلاف بسیاری از کشورهایی که با اقتصاد آزاد اداره می شوند و منابع تولید ثروت در دست بخش خصوصی است، در ایران بزرگترین سرمایه گذار و یا متولی منابع ثروتی و سرمایه ای کشور است. به همین دلیل دولت به بزرگترین کارفرمای کشور نیز تبدیل شده است. بسیاری از منابع تولید کننده ثروت ملی مانند نفت، گاز، صنایع سنگین، شیلات، حمل و نقل هوایی، راه آهن، تجارت خارجی، بانک ها، جنگل، آب، برق، معادن و ... عمدتاً در اختیار دولت است. نقش تعیین کننده و عمدتاً انحصاری دولت در برخورداری از منابع ثروت، باعث شده که بخش خصوصی تنها در واحدهای کوچک امکان فعالیت یابد و یا اینکه به فعالیت های دلالتی و واسطه گری کشانده شود. طی این روند بخش خصوصی در ایران میدان مطمئنی برای

توسعه و نگهداری موزه ها ، سالنهای تئاتر ، تأمین ارزش خارجی مورد نیاز، مطرح شدن منطقه و ارائه تصویرمطلوب در جهان	سرقت از موزه ها و انهدام بسیاری از آثار باستانی توسط گردشگردان، توسعه منطقه از صدقه سر جهانگردان و ...
---	--

۳-مشکلات سرمایه گذاری در صنعت گردشگری :

همانطور که در مطالب قبلی گفته شد با افزایش سرمایه گذاری بخش دولتی و خصوصی می توان از پتانسیلهای بالقوه گردشگری در ایران بنحو بهینه استفاده نمود اما سرمایه گذاری در این صنعت با موانع و مشکلاتی مواجه است که تحقق و دستیابی به اهداف فوق الذکر را کند و یا حتی متوقف می کند.

در این بخش از تحقیق سعی شده است این مشکلات مورد واکاوی قرار گرفته و در صدد ارائه راهکارهایی برای مرتفع نمودن آن برآمد تا از این طریق بتوان تمایل به سرمایه گذاری در این صنعت را بالا برده و از منافع اقتصادی و غیراقتصادی آن در جهت بهبود سطح زندگی افراد و بطور کلی بهبود شاخصهای توسعه ای در ایران بهره جست. این مشکلات عبارتند از:

۱-بلند بودن مدت زمان بازگشت سرمایه

سرمایه گذاری در صنعت گردشگری مبالغ زیادی را می طلبد و سال های زیادی لازم است تا سرمایه گذاری انجام شده باز یافت شود. لذا نسبت هزینه های ثابت به سایر هزینه ها بالا بوده به تناسب آن ضریب ریسک سرمایه گذاری افزایش خواهد یافت. حفظ نقدینگی یا سرمایه در گردش در یک حجم مطلوب، از شرایط لازمه برای بقاء یک بنگاه می باشد. در واقع یک بنگاه گردشگری باید دارای چنان قابلیت انعطاف مالی باشد که در صورت بروز تنگناهای مالی و یا رخدادهای غیر مترقبه توان حرکت و ادامه حیات اقتصادی خود را همواره حفظ نماید.

۲-عدم شناخت سرمایه گذاران از صنعت گردشگری

عدم معرفی جاذبه ها و بسترهای مناسب سرمایه گذاری در صنعت گردشگری توسط دولت، فقدان یک منبع جامع اطلاع رسانی جهت معرفی جاذبه های گردشگری در سطح کشور، عدم شناخت امکانات بالقوه و بسترهای موجود در صنعت گردشگری توسط بخش خصوصی باعث شده است، تمایل چندانی برای سرمایه گذاری در این بخش وجود نداشته باشد.

³ Benefit-Cost Analyse

مطالعات شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، ایجاد زیرساخت‌های لازم از محل اعتبارات دولتی، تولید بسته‌های سرمایه‌گذاری حاوی اطلاعات لازم و دقیق مورد نیاز برای اتخاذ تصمیم صحیح برای ورود به بخش، تسهیل شرایط اخذ مجوزهای لازم از مراجع قانونی، تسهیل اعطای وام‌های بانکی و در نهایت همراهی و همدلی با سرمایه‌گذار در مراحل مختلف سرمایه‌گذاری برای کاهش موانع اجرایی و درگیری‌های اداری می‌باشد.

منابع و مآخذ

- ۱- الوانی، مهدی، دهدشتی، زهره، 1373، اصول و مبانی جهانگردی، ناشر: معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی
- ۲- برنس، ورنر، ژ. ام. هاورانک ترجمه میر مطهری، سید احمد، 1384، ارزیابی طرح‌های اقتصادی، نشر نیک نگار لاهیجان
- ۳- رهنمایی، محمد تقی، 1377، بخش خصوصی دلپره بازگشت سرمایه، ماهنامه گردشگری، سال اول، شماره دوم
- ۴- رهنمایی، محمد تقی، 1378، شهر مطلوب جهانگردان، ماهنامه گردشگری، سال اول، شماره سوم
- ۵- سقایی، مهدی، ۱۳۹۰، معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور، نشریه برنامه، هفته نامه ۲۸۳
- ۶- سلیمانی، هوشنگ، ۱۳۸۷، جام جم آنلاین
- ۷- شجاعی، منوچهر، نوری، نورالدین، ۱۳۸۶، بررسی سیاست‌های دولت در صنعت گردشگری و آرایه الگوی توسعه پایدار در صنعت گردشگری کشور، نشریه دانش مدیریت، شماره ۷۸
- ۸- فرقاندوست حقیقی، کامبیز، هاشمی سلیمانی، سید هادی، ۱۳۸۷، بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران، مجموعه مقالات دومین کنفرانس بین المللی توسعه نظام تأمین مالی در ایران
- ۹- لی، جان (۱۳۷۸) گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضارکن الدین افتخاری، شرکت چاپ و نشر بازرگانی
- ۱۰- موحد، علیرضا، 1374، پایان نامه بررسی عوامل موثر در عدم تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی ایران، رشته مدیریت بازرگانی دانشگاه علامه
- ۱۱- نورایمانی، سعید، 1376، نقش صنعت جهانگردی در رشد اقتصادی ایران (تحلیلی از شرایط کنونی و افقهای آینده)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

فعالیت نیافته و خصلتی بسیار محافظه کارانه پیدا کرده است. بخش‌های غیردولتی مانند نهادها، مؤسسات موقوفه نیز اگر در فعالیت‌های اقتصادی میدان عملی پیدا کرده اند، به این دلیل است که با استفاده از نفوذ خود توانسته اند حریم دولت را عقب رانده و یا در میدان‌های غفلت آن به فعالیت بپردازند. درحالیکه دولت باید تنها، سیاستگذار و هدایت کننده باشد نه اینکه در حین ایفای این نقش، تأمین مالی و سرمایه‌گذاری را نیز بر عهده گیرد. (رهنمایی، ۱۳۷۷)

۷- سایر موارد

اتکاء شدید به درآمدهای حاصل از نفت خام، فقدان سرویس‌های بهداشتی مناسب در راهها، فقد ان مراکز ارائه غذای با کیفیت در نقاط مختلف کشور از جمله موانع دیگری است که در مسیر توسعه این صنعت قرار دارد.

۴- نتیجه گیری و پیشنهادها:

سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی بدلیل پتانسیل بالای اقلیمی کشور، از گزینه‌های مناسبی می‌باشد که نیازمند توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، فراهم نمودن شرایط اجتماعی مناسب و بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها می‌باشد. عدم شناخت، فقدان مطالعات امکان‌سنجی یا تحلیل هزینه-منفعت در طرح‌های گردشگری، فقدان استفاده از نیروی انسانی کارآمد، تصورات منفی جهانگردان درباره شرایط امنیتی کشور، تبلیغات نامناسب، نارسایی‌های محل‌های استقرار، موانع حمل و نقل، خدمات فرودگاهی نامناسب، نقش ناکارآمد دولت و نهادهای دولتی مثل بانک‌ها از عمده‌ترین مشکلات این صنعت بشمار می‌رود. با اتخاذ راهکارهای مناسب برای رفع هرکدام از موانع فوق و بکارگیری دانش حسابداری چه در زمینه اقلیمی که در قالب صورت‌های مالی مانند ترازنامه یا سود و زیان ارائه می‌شوند و چه در زمینه اقلیمی که قابلیت ارائه در قالب اعداد و ارقام را ندارد (حسابداری اجتماعی و ابعاد غیر مالی صنعت گردشگری که بر بعد مالی تأثیر می‌گذارد) و با لحاظ نمودن مسائل مرتبط با حسابداری زیست محیطی می‌توان بسترهای مناسب برای توسعه این صنعت را فراهم نمود.

از سوی دیگر، توسعه صنعت گردشگری علاوه بر آنکه منافع سرشاری را برای اقتصاد ملی در سطح کلان از جمله در افزایش تولید ناخالص ملی، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، افزایش عواید دولتی و کاهش نابرابری درآمدی در کشور خواهد داشت، بلکه فرصت‌های کم نظیری را در اختیار صاحبان سرمایه برای سرمایه‌گذاری به وجود می‌آورد و دارای مزایای آشکاری در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی است. با این حال باید توجه کرد که جلب سرمایه‌گذاران به بخش گردشگری باید به صورت حساب‌شده انجام شود. این امر مستلزم ایجاد بسترهای مناسب از جمله تثبیت شرایط و مقررات حاکم، انجام



اولین همایش ملی گردشگری، اقتصاد و بازاریابی
The First National Symposium on Tourism, Economy & Marketing
دانشگاه آزاد اسلامی زابل - ۲۶ و ۲۷ بهمن ماه ۱۳۹۰



۱۲- یضایی، طیبه، ۱۳۷۶، مسایل و نارسایی های گردشگری در ایران،
مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی جمهوری اسلامی
ایران

۱۳- یعقوب زاده، رحیم (۱۳۸۸)، گردشگری فرهنگی و ارائه راهکارها،
تهران، مرکز تحقیقات استراتژیک و دانشگاه آزاد، چاپ اول

استفاده از سایتهای زیر

۱۴- <http://magiran.com/npview.asp?ID=1496224>.

۱۵- <http://www.aftab.ir/articles/social/tourism>.

۱۶- <http://www.spac.ir/Portal/Home/>

۱۷- <http://www.jamejamonline.ir/search.aspx>