



ریاست جمهوری
سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
معاونت گردشگری

گزارش شناخت و تعیین گردشگری کشور

شورای برنامه ریزی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
کمیته برنامه ریزی گردشگری

بخش اول و دوم

دفتر برنامه ریزی و حمایت از توسعه گردشگری

پاییز ۱۳۹۴

فهرست مطالب

مقدمه: مفاهیم گردشگری

بخش اول

۱. عملکرد گذشته، تبیین و تحلیل وضع موجود بخش

- ۱,۱. تصویر جایگاه بخش/ زیربخش در اقتصاد کلان
- ۱,۲. تعیین شاخص‌های مناسب گردشگری
- ۱,۳. تبیین و تحلیل وضع موجود بخش با استفاده از شاخص‌های تعیین شده
- ۱,۴. مقایسه بین‌المللی وضعیت بخش با کشورهای منتخب
- ۱,۵. تحلیل دلایل موفقیت و عدم موفقیت
- ۱,۶. ارزیابی تنگناها و چالش‌های فعلی بخش گردشگری
- ۱,۷. ساختارها، ظرفیت‌ها و محدودیت‌های حقوقی و قانونی

بخش دوم

۲. پیش‌بینی آینده، ظرفیت‌ها و چالش‌های پیش‌رو

- ۲-۱. پیش‌بینی وضعیت بخش در صورت ادامه وضع موجود
- ۲-۲. شناسایی شکاف وضعیت آتی بخش در صورت ادامه وضع موجود با وضعیت حاصل از تحقق سیاست‌های کلی (وضعیت مطلوب) در برنامه پنج‌ساله
- ۲-۳. تبیین و تحلیل شکاف وضعیت آتی بخش در صورت ادامه وضع موجود با کشورهای منتخب
- ۲-۴. پیش‌بینی تغییرات شرایط داخلی و منطقه‌ای و بین‌المللی و تحلیل تأثیر این تغییرات بر بخش و تبیین فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو و چالش‌های قابل پیش‌بینی آتی
- ۲-۵. ارزیابی نقاط قوت و ضعف بخش در مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهای آتی

مقدمه: مفاهیم گردشگری

سازمان ملل متحد، صنعت سفر و گردشگری را یکی از ده بخش اقتصادی با پتانسیل حرکت به سمت اقتصاد سبز و پایدار معرفی می‌کند، در بیانیه نهایی ریو (۲۰۱۲) تحت عنوان "آینده ای که ما خواهیم آن هستیم" صنعت گردشگری به عنوان یکی از بخش‌هایی معرفی شده است که قادر است نقش مهمی در تحقق سه بعد توسعه پایدار ایفا کند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳). امنیت به عنوان مهمترین و زیربنای ترین اصل در تدوین استراتژی توسعه گردشگری در جهان به شمار می‌آید. میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه ای تعریف شده وجود دارد، چراکه توسعه زیرساختهای جهانگردی تا حدود زیادی به سایر فعالیت های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت کننده، قوانین و مقررات (امنیت)، اطلاع رسانی، هماهنگی سازمان های مرتبط و گسترش حمل و نقل در امور جهانگردی وابسته است و هرگونه بروز ناامنی و بکارگیری خشونت در سطوح مختلف زیان های جبران ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. بعنوان مثال، یک شرکت سرمایه گذار بین المللی اگر در ارزیابی کارشناسی خود، محیط و مقصد مورد نظر را از نظر ویژگی امنیتی مناسب نیابد و امنیت مالی و جانی توریست را تامین نبیند قطعاً سرمایه خود را به آن منطقه منتقل نخواهد کرد. از طرفی، نقش و تاثیر صنعت جهانگردی در ترسیم امنیت ملی یک کشور چنان است که اکثر کشورهای توسعه یافته با وجود دارا بودن منابع کلان اقتصادی و درآمد، ترجیح می دهند بر روی صنعت توریسم متمرکز شوند. حضور مستقیم بازدیدکنندگان و گردشگران در یک کشور علاوه بر توسعه اقتصادی و تبادلات فرهنگی، آن کشور را به عنوان یک قطب امن گردشگری به جهانیان معرفی می‌کند. در این زمینه می‌توان به نقش ۱ دولت ها، ۲ برنامه ریزی، ۳ هویت فرهنگی ۴ عوامل سیاسی و اداری و ۵ شبکه راه ها به عنوان عناصر تأثیرگذار در امنیت گردشگران اشاره کرد.

الف) تعریف گردشگری

سازمان جهانی گردشگری با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی منتشر کرد:

«مجموعه فعالیت های فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود» (حیدری چپانه، رحیم. مبانی برنامه ریزی صنعت گردشگری. انتشارات سمت، ۱۳۸۹).

ب) تعریف گردشگر

گردشگر مسافری است که برای مدتی بیش از یک شب و کمتر از یک سال به منظور تفریح، تجارت دیدار اقوام و آشنایان و مقاصد دیگر در مکانی دور از محیط معمولی خود اقامت گردشگری از بعد تقاضا به سه شکل صورت می‌گیرد (لومسدن، ۱۳۸۰: ۲۲):

- ۱- گردشگران داخلی، به ساکنان یک کشور که فقط داخل آن کشور مسافرت می کنند، اطلاق میگردد.
- ۲- گردشگران خارجی به افرادی که ساکن یک کشور نیستند و به آن کشور مسافرت می کنند، اطلاق می شود.

افرادی مانند پيله وران، مهاجران موقت، مهاجران دایم، چادر نشین ها، مسافران عبوری، نیروهای مسلح و کارکنان در حال مأموریت دولت، در آمار گردشگری لحاظ نمی شوند (داس ویل، ۱۳۷۸: ۲۵-۲۳).

ج) گونه شناسی گردشگری

در سال ۱۹۳۶ بر اساس کتاب صنعت گردشگری، به کسی گردشگر گفته می شد که به هدف و کاری غیر از آنچه در موطن خود دارد، به کشوری دیگر وارد شده و در آن ج ا بخشی از درآمد خود را هزینه می کند. در تعریفی دیگر از گردشگر که از طرف سازمان ملل و بر اساس پیشنهاد کنفرانس بین المللی حمل و نقل و گردشگری ارائه شد اینطور آمده که: گردشگر یا بازدیدکننده کسی است که به منظور تفریح، استراحت و گذران تعطیلات، بازدید از نقاط دیدنی، انجام امور پزشکی - درمانی و معالجه، تجارت، ورزش، زیارت، دیدار از خانواده، مأموریت و شرکت در کنفرانس ها به کشوری غیر از کشور خود سفر می کند مشروط بر اینکه حداقل مدت اقامت از ۲۴ ساعت کمتر و از ۶ ماه (در دیگر تعاریف حداکثر اقامت را ۱۲ ماه متوالی میدانند) بیشتر نبوده و کسب درآمد هم مد نظر نباشد. با توجه به فعالیت های متنوع بشر و همچنین تنوع در بخش گردشگری انواع مختلفی از گردشگر و گردشگری را داریم که می توان در یک تقسیم بندی کلی آن ها را در موارد زیر گنجانند:

تفریحی، زیارتی، آموزشی، ورزشی، دیدار اقوام و دوستان، تجاری، درمانی، عبوری و یک روزه، دیدار اماکن تاریخی و مراکز هنری و فرهنگی. در واقع این تقسیم بندی از لحاظ انگیزه گردشگری و شناخت انگیزه گردشگر از سفر مورد توجه قرار می گیرد. از لحاظ تنوع، ۲۱ گونه از گردشگری را وجود دارد که جدول شماره ۱، به همراه مفهوم کلی آنها اشاره شده است.

جدول شماره ۱: گونه های مختلف گردشگری

ردیف	گونه گردشگری	ترجمه انگلیسی	مفهوم کلی
۱	اکوتوریسم	Eco Tourism	بازدید از محیط طبیعی، کسب تجربه دسته اول، کاهش اثرات منفی گردشگری و توسعه اقتصادجوامع محلی
۲	گردشگری فرهنگی	Cultural Tourism	دیدار از جاذبه های فرهنگی و تاریخی و آشنایی با آداب و رسوم و بازدید از نمایشگاه ها و موزه ها، ارکسترها، صنایع دستی و فرهنگ اقوام
۳	گردشگری تجاری	Business Tourism	سفرهایی که افراد برای شرکت در بازارهای مکاره، نمایشگاه های کالا و صنایع و یا سرکشی و بازدید از تأسیسات کارخانه ها و نظایر آنها می نمایند.
۴	گردشگری روستایی	Rural Tourism	بازدید از زمین و زراعت و محصولات زراعی و مناطق کمتر توسعه یافته و بی آلاینش و گردش در نقاط روستایی
۵	گردشگری مذهبی و زیارتی	Religious Tourism	جاذبه های مذهبی، زیارتگاه ها و اماکن مقدسه
۶	گردشگری حادثه جویی	Adventure Tourism	افرادی که بدون استفاده از وسایل و ابزار جدید با طبیعت روبه رو می شوند و از این کار لذت می برند. این گردشگران درصدد رفتن به مکان هایی هستند که بتوانند تجربه ای مخاطره آمیز کسب کنند.
۷	گردشگری سلامت	Health Tourism	رفتن به مکان هایی که فرد بتواند از خدمات درمانی بهره گیرد و این سفر همراه با خدمات ویژه می باشد و متضمن سلامتی افراد می باشد
۸	گردشگری عصر نوین	New Age Tourism	که در آن مسافران به امور معنوی (ماوراء الطبیعه) بپردازند و شامل سفر هایی با هدف فرهنگی، ورزش های یوگا
۹	گردشگری آموزشی	Educational Tourism	سفر های آموزشی در قالب مسافرتها برنامه ریزی شده و همراه با مطالب منظم جهت یادگیری
۱۰	گردشگری دریایی	Sea Going Tourism	مسافرت با کشتی های مسافرتی، رودخانه و کانال و قایق سواری ضمن دیدار از جاذبه های دریایی ممکن است همراه با فعالیت های ورزشی
۱۱	گردشگری سکونتی	Residential Tourism	گردشگری خانه ها، آپارتمان ها، ویلا ها و... را در بر می گیرد که اصولاً برای فعالیت های تفریحی و خوشگذرانی
۱۲	گردشگری کاروانی و اردو نشین	Camping & Caravan Tourism	امروزه ماشینها و وسایل مجهز برای این نوع گردشگری بوجود آمده است البته اردوگاه هایی هم وجود دارد که تسهیلات و خدماتی را به گردشگران کمپی ارائه می دهند.
۱۳	گردشگری نوستالژیک	Nostalgic Tourism	این نوع گردشگری مرتبط با اشخاصی است که از جاهایی دیدن می کنند که قبلاً در آن جا فعالیتی داشته اند.
۱۴	گردشگری جوانان	Youth Tourism	نوعی از گردشگری که تسهیلات و خدمات متوسط را به قیمت ارزان به جوانان ارائه می کند. مسافرخانه ها و خوابگاه ها برای اقامت و هزینه های کم حمل و نقل برای جوانان گردشگر وجود دارد

گردشگری سافاری و عکس گرفتن از حیوانات	Safari , Trekking & Mountain Tourism	گردشگری کوهستان، پیاده روی و سافاری	۱۵
در این نوع گردشگری دولت به افراد جامعه یارانه برای مسافرت پرداخت می کند و آن ها را به گردش ترغیب می کند این نوع گردشگری را همچنین ادارات با دادن مرخصی های با حقوق و حتی دادن کمک های مالی برای مسافرت کارکنان شان انجام می دهند	Social Tourism	گردشگری اجتماعی	۱۶
برخی از گردشگران برای رهایی از زندگی یکنواخت سراسر کار و مشغله خود در جستجوی زمان و مکانی هستند تا ملزم به انجام تمرینات ورزشی شوند.	Sport Tourism	گردشگری ورزشی	۱۷
مسافرت به منظور شرکت در اجلاس و مجامع بین المللی، کنگره ها و سمینار های سیاسی، جشن های ملی و مذهبی، مراسم ویژه سیاسی	Politic Tourism	گردشگری سیاسی	۱۸
گردشگری محصور نوعی از گردشگری است که عواملی از محیط زیست طبیعی را تحت شرایط خاص و کنترل شده نگهداری می کنند و در معرض دید گردشگر ها قرار می دهند.	Captive tourism	گردشگری محصور	۱۹
این نوع گردشگری به اشخاصی اشاره می کند که از محل تولد خودشان یا اجدادشان بازدید می کنند.	Ethnic Tourism	گردشگری قومی	۲۰
گردش در بیابان ها و نواحی کویری و دیدار از جاذبه های بیابانی و کویری	Desert Tourism	گردشگری بیابان	۲۱

مأخذ: وای گی، ۱۳۷۷.

بازدید از مناطق جنگی و آثار بجا مانده از عملیات آزاد سازی میهن و آشنا نمودن نسل جوان با مفاهیم دوران دفاع مقدس	War Tourism	گردشگری دفاع مقدس ^۱ (گردشگری جنگ)	۲۲
--	-------------	--	----

د) انواع تأسیسات گردشگری

بر اساس بند (ج) ماده (۱) «آیین نامه ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه بندی و نرخ گذاری تأسیسات گردشگری و نظارت بر آنها» مصوب ۱۳۹۴/۶/۴ تأسیسات گردشگری؛ واحدهایی که پس از اخذ مجوزهای لازم از سازمان و با رعایت قوانین و مقررات مربوط به شرح زیر تأسیس یا فعالیت می نمایند:

۱- هتل، متل و مهمانپذیر.

۲- مراکز اقامتی خود پذیرایی شامل هتل آپارتمان ها، زایرسراها و خانه مسافرها.

۳- اقامتگاه های بوم گردی و اقامتگاه های سنتی.

۴- مراکز تفریحی و سرگرمی گردشگری.

^۱ . Defense Holy Tourism

- ۵- مجتمع‌ها، اردوگاه‌ها و محوطه‌های گردشگری.
- ۶- مراکز گردشگری سلامت از قبیل مجتمع‌های سلامت تندرستی و آب‌درمانی و هتل بیمارستان.
- ۷- محیط‌ها و پارک‌های طبیعت گردی و گردشگری روستایی و عشایری.
- ۸- مراکز گردشگری ساحلی و دریایی.
- ۹- واحدهای پذیرایی و انواع غذاخوری‌های منفرد بین‌راهی موجود.
- ۱۰- تاسیسات اقامتی و پذیرایی واقع در مجتمع‌های خدمات رفاهی بین‌راهی.
- ۱۱- واحدهای پذیرایی واقع در پایانه (ترمینال) فرودگاه‌ها، پایانه‌های مسافربری زمینی برون شهری، دریایی و ریلی.
- ۱۲- واحدهای پذیرایی واقع در پایانه‌های مسافری مرزی کشور.
- ۱۳- سفره‌خانه‌های سنتی.
- ۱۴- مناطق نمونه گردشگری.
- ۱۵- دهکده‌های سلامت.
- ۱۶- دفاتر یا شرکت‌های خدمات مسافرتی و جهانگردی.
- ۱۷- اقامتگاه جوانان.
- ۱۸- پانسیون.

۱. عملکرد گذشته، تبیین و تحلیل وضع موجود بخش

۱.۱. تصویر جایگاه بخش/زیربخش در اقتصاد کلان

الف) گردشگری در برنامه های توسعه کشور

در نظام برنامه ریزی توسعه ایران که با اجرای نخستین برنامه عمرانی در سال ۱۳۲۷ در عمل شکل واقعی به خود می گیرد، نخست به دلیل آن که این صنعت از هیچ نهاد اداری پشتیبانی کننده مهمی در بدنه دولت برخوردار نبود، گردشگری جایگاهی نیز در برنامه توسعه اول و نداشت.

در واقع با ایجاد مدیریت جهانگردی و فرهنگ و هنر در سازمان برنامه و بودجه وقت (۱۳۴۷) امر برنامه ریزی در این خصوص آغاز گردید و این مدیریت با همکاری سازمان جلب سیاحان که در ۱۳۴۲ تأسیس شده بود به امر برنامه ریزی گردشگری اهتمام ورزیدند.

در برنامه سوم عمرانی (۱۳۴۶-۱۳۴۱) نیز اگر چه سرفصل خاصی برای گردشگری منظور نگردیده بود لیکن اقدامات مؤثری در جهت توسعه فضاها و امکانات گردشگری از قبیل هتل ها و رستورانهای شهری و بین راهی برداشته شد و موضوع امکانات نظارتی بر واحدهای بخش خصوصی جدی تر گرفته شد.

در برنامه عمرانی چهارم (۵۱ - ۱۳۴۶) پیش بینی گردید که تعداد گردشگران تا ۵۲۰ هزار نفر افزایش یابد و اقداماتی در جهت طولانی تر شدن مدت اقامت آنها حداقل تا ۸ روز پیش بینی شود، توسعه مسیرهای گردشگری در شمال کشور نیز مد نظر قرار گرفت.

در این برنامه اقداماتی همچون توسعه امکانات اقامتی، برنامه های تبلیغاتی و برنامه های آموزشی با اعتباری در مجموع ۶۷۶۰ میلیون ریال در نظر گرفته شد و نتایج برنامه نیز بسیار جالب توجه بود، چندان که تعداد گردشگران رقمی بیش از پیش بینی را نشان می داد و تعداد شبهای اقامت نیز از ۸ شب پیش بینی شده فراتر رفته و به ۱۶/۵ شب رسید.

در برنامه پنجم عمرانی پیش از انقلاب (۵۶ - ۱۳۵۲) ضمن تعقیب اهداف کمی و کیفی توسعه ای موضوع تمرکز زدایی و گسترش مشارکت بخش خصوصی در تأسیسات گردشگری، توجه به گردشگری داخلی و ایجاد تأسیسات اقامتی ارزان قیمت مدنظر قرار گرفت.

در نخستین برنامه پس از انقلاب (۷۲ - ۱۳۶۸)، صنعت گردشگری با هدف شناساندن فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی به جهانیان و صدور انقلاب اسلامی و آشنایی ایرانیان با تمدن سایر ملل مطرح گردید. از نظر سازمان برنامه، نکاتی از قبیل کمبود اعتبارات و مصالح، عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی مطابق انتظار برنامه توسعه و ضعف

مدیریت اجرایی بر عدم تحقق برخی اهداف کمی و خاتمه جنگ تحمیلی و افزایش ثبات و امنیت در کشور از مسائل تأمین کننده تحقق اهداف کمی دیگر نظیر تعداد گردشگران ورودی به حساب می آیند.

در برنامه دوم توسعه (۱۳۷۴-۱۳۷۸) موضوع تشویق سرمایه گذاران بخش خصوصی و واگذاری واحدهای نیمه تمام به بخش خصوصی، توسعه و تقویت تبلیغات و تلاش در جهت شناساندن ایران، فرهنگ ایرانی و جاذبه های آن در اولویت ویژه قرار گرفت. ایجاد تمرکز در امر برنامه ریزی و سیاستگذاری نیز از اهداف این برنامه به شمار می رفت

در برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۳) انتظار می رفت که در حدود چهار میلیون گردشگر به کشور وارد شوند. در این برنامه اقداماتی همچون ادغام سازمانهای میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی در جهت ایجاد هماهنگی بیشتر، آماده سازی و معرفی قطبهای گردشگری، تأکید بر جذب گردشگران کشورهای پیشرفته و صنعتی و افزایش گردشگران کشورهای اسلامی، ایجاد بستر مناسب جهت جلب و مشارکت بخشهای غیر دولتی، توسعه و بهبود آموزش نیروی انسانی، تبیین جایگاه میراث فرهنگی در تقویت هویت ملی، تلاش در جهت مستندسازی و پوشش دادن مجموعه آثار تاریخی کشور و نظایر آن مد نظر سیاستگذاران قرار گرفت که اهداف اساسی آن ایجاد اشتغال برای جوانان و زنان، ایجاد فرصتهای اقتصادی در نواحی روستایی، افزایش درآمد ارزی کشور، کمک به تقویت روابط خارجی کشور، کمک به ارتقای رفاه اجتماعی و بالاخره کسب اطمینان از توسعه پایدار گردشگری بود.

سرانجام برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۸۸) رو به سوی آن دارد که سهم بسیار ناچیز درآمد کشور از محل صنعت گردشگری در درآمد جهانی این صنعت به حدود ۲ درصد درآمد جهانی گردشگری برسد و در یک افق ۲۰ ساله ۵/۱ درصد گردشگران بین المللی به ایران سفر نمایند. در این راستا خصوصی سازی کامل صنعت گردشگری بجز بخشهای نظارتی و بازاریابی، لغو مقررات زاید، تمرکز بر بازارهای هدف، گسترش تبلیغات جهانی، افزایش سطح استانداردها و ایجاد توسعه سازمانهای غیر دولتی فعال در این زمینه مدنظر قرار گرفته است.

جدول شماره ۲ تاریخچه برنامه ریزی عمرانی کشور (قبل از انقلاب) در حوزه گردشگری

سال برنامه ریزی	برنامه ریزی گردشگری
۱	نخستین برنامه عمرانی در سال ۱۳۲۷ به دلیل آن که این صنعت از هیچ نهاد اداری پشتیبانی کننده مهمی در بدنه دولت برخوردار نبود، گردشگری جایگاهی نیز در برنامه توسعه اول و دوم نداشت.
۲	سالهای ۱۳۳۴ تا ۱۳۴۰ برنامه دوم عمرانی امر برنامه ریزی در خصوص جهانگردی آغاز گردید و این مدیریت با همکاری سازمان جلب سیاحان که در ۱۳۴۲ تأسیس شده بود به امر برنامه ریزی گردشگری اهتمام ورزیدند
۳	برنامه عمرانی سوم اجرا شده بین سالهای ۱۳۴۱ تا ۱۳۴۶ در برنامه سوم عمرانی نیز اگر چه سرفصل خاصی برای گردشگری منظور نگردیده بود لیکن اقدامات مؤثری در جهت توسعه فضاها و امکانات گردشگری از قبیل هتل ها و رستورانهای شهری و بین راهی برداشته شد و موضوع امکانات نظارتی بر واحدهای بخش خصوصی جدی تر گرفته شد
۴	برنامه عمرانی چهارم (۵۱ - ۱۳۴۶) پیش بینی گردید که تعداد گردشگران تا ۵۲۰ هزار نفر افزایش یابد و اقداماتی در جهت طولانی تر شدن مدت اقامت آنها حداقل تا ۸ روز پیش بینی شود، توسعه مسیرهای گردشگری در شمال کشور نیز مد نظر قرار گرفت
۵	برنامه پنجم عمرانی پیش از انقلاب (۵۶ - ۱۳۵۲) موضوع تمرکز زدایی و گسترش مشارکت بخش خصوصی در تأسیسات گردشگری، توجه به گردشگری داخلی و ایجاد تأسیسات اقامتی ارزان قیمت مدنظر قرار گرفت.

جدول شماره ۳ تاریخچه برنامه ریزی گردشگری جمهوری اسلامی ایران در حوزه سیاستگذاری گردشگری در برنامه های توسعه اقتصادی

۱	برنامه اول توسعه ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲	صنعت گردشگری با هدف شناساندن فرهنگ و تمدن ایرانی و اسلامی به جهانیان و صدور انقلاب اسلامی و آشنایی ایرانیان با تمدن سایر ملل مطرح گردید. از نظر سازمان برنامه، نکاتی از قبیل کمبود اعتبارات و مصالح، عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی مطابق انتظار برنامه توسعه و ضعف مدیریت اجرایی بر عدم تحقق برخی اهداف کمی و خاتمه جنگ تحمیلی و افزایش ثبات و امنیت در کشور از مسائل تأمین کننده تحقق اهداف کمی دیگر نظیر تعداد گردشگران ورودی به حساب می آیند.
۲	برنامه دوم توسعه ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸	در برنامه دوم توسعه موضوع تشویق سرمایه گذاران بخش خصوصی و واگذاری واحدهای نیمه تمام به بخش خصوصی، توسعه و تقویت تبلیغات و تلاش در جهت شناساندن ایران، فرهنگ ایرانی و جاذبه های آن در اولویت ویژه قرار گرفت. ایجاد تمرکز در امر برنامه ریزی و سیاستگذاری نیز از اهداف این برنامه به شمار می رفت
۳	برنامه سوم توسعه ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳	در برنامه سوم توسعه انتظار می رفت که در حدود چهار میلیون گردشگر به کشور وارد شوند. اقداماتی همچون ادغام سازمانهای میراث فرهنگی و ایرانگردی و جهانگردی در جهت ایجاد هماهنگی بیشتر، آماده سازی و معرفی قطبهای گردشگری، تأکید بر جذب گردشگران کشورهای پیشرفته و صنعتی و افزایش گردشگران کشورهای اسلامی
۴	برنامه چهارم توسعه ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸	برنامه چهارم توسعه رو به سوی آن دارد که سهم بسیار ناچیز درآمد کشور از محل صنعت گردشگری در درآمد جهانی این صنعت به حدود ۲ درصد درآمد جهانی گردشگری برسد و در یک افق ۲۰ ساله ۱٫۵ درصد گردشگران بین المللی به ایران سفر نمایند. در این راستا خصوصی سازی کامل صنعت گردشگری بجز بخشهای نظارتی و بازاریابی، لغو مقررات زاید، تمرکز بر بازارهای هدف، گسترش تبلیغات جهانی، افزایش سطح استانداردها و ایجاد توسعه سازمانهای غیر دولتی فعال در این زمینه مدنظر قرار گرفته است.
۵	برنامه پنجم توسعه ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴	در ماده های ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵۱، ۱۷۴ مقرراتی را درباره گردشگری بیان نموده است. مواردی همچون حمایت مالی از مراکز خصوصی برای انجام امور فرهنگی و گردشگری و نظارت بر این مراکز، ساماندهی امر زائران مشهد، قم و شیراز، تشکیل شورای معماری ایرانی - اسلامی و اقدام به تحقیق و پژوهش و اطلاع رسانی در مسائل فرهنگی و گردشگری مرتبط با معماری ایرانی - اسلامی را می توان از مهم ترین نکات مربوط به مبحث توریسم در قانون برنامه پنجم توسعه دانست. همچنین طبق ماده ۱۷۴، دولت مکلف شده است به منظور بهبود وضعیت روستاها در زمینه سیاستگذاری، برنامه ریزی راهبردی، نظارت و هماهنگی بین دستگاههای اجرائی، ارتقاء سطح درآمد و کیفیت زندگی روستاییان و کشاورزان و کاهش نابرابری های موجود بین جامعه روستایی، عشایری و جامعه شهری به حمایت از صنایع دستی و خدمات گردشگری با اولویت مراکز دهستان های دارای قابلیت توسعه اقدام کند. مهم ترین نکته درباره مفاد قانون پنجم توسعه این است که اولاً حجم موضوع در این قانون نسبت به قانون پنج ساله قبل بسیار کوچکتر بوده و ثانیاً کیفیت از توسعه این صنعت در این قانون باز هم نسبت به قانون قبل بسیار پایین تر است. برای مثال ماده ۱۰۴ برنامه چهارم که هنوز قابلیت اجرایی دارد، با تنظیم بندهای مختلف به حمایت از اقدامات و روش های متعدد در توسعه صنعت گردشگری پرداخته است اما با توجه به این که وضعیت گردشگری در کشور با توجه به این قواعد صریح هنوز با آنچه مطلوب است بسیار فاصله دارد، عدم توجه کمی و کیفی به این صنعت در برنامه پنجم روند اجرایی چند ساله اخیر را نیز با وقفه مواجه خواهد کرد.

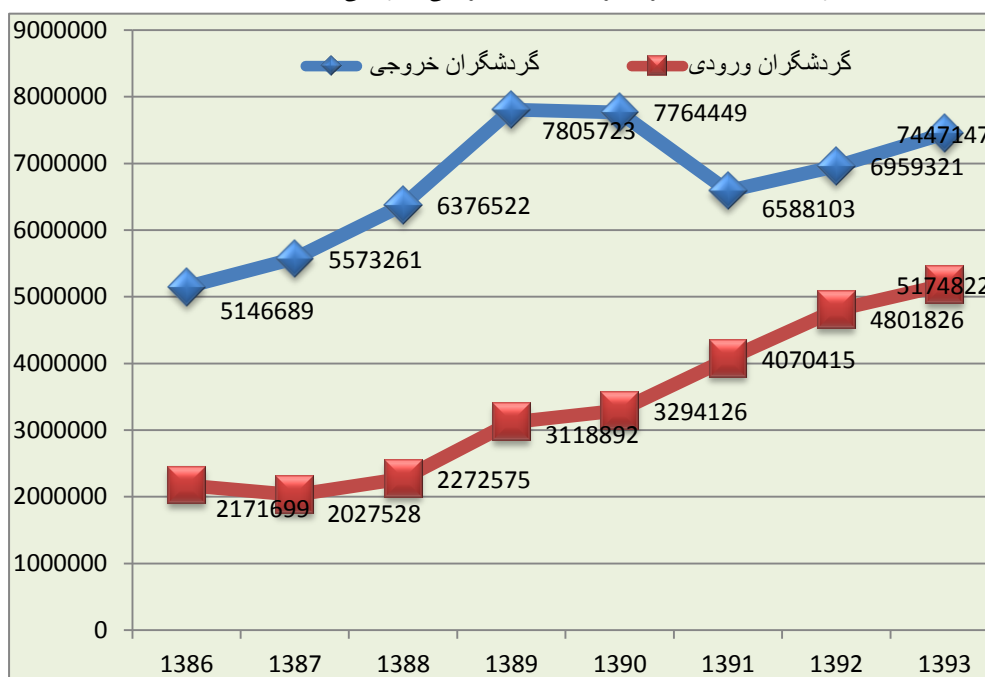
مأخذ: محمد زاهدی، وبلاک صنعت گردشگری

وجه ممیزه برنامه های توسعه گردشگری در سالهای پس از انقلاب را می باید بر توسعه گردشگری در جهت معرفی ویژگی های فرهنگی جامعه اسلامی و نیز توسعه گردشگری بر مبنای گردشگری مذهبی دانست. در بعد گردشگری سیاست های مدنظر بیشتر جلب گردشگران فرهنگی و نیز گردشگران کشورهای اسلامی را مدنظر قرار داده است که البته شواهد حاصل از نتایج آماری حکایت از آن دارد که به دلایل گوناگون انتظارات و پیش بینی ها در خصوص تعداد گردشگران، افزایش مدت اقامت و نیز مجموع مبالغ هزینه شده از سوی گردشگران عمدتاً تحقق نیافته است.

ب) گردشگری ورودی و خروجی

رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران به عنوان یکی از راهکارهای مهم در رهایی از اقتصاد تک محصولی مبتنی بر نفت و کمک به توزیع عادلانه درآمدها در کشور باید بیش از پیش مورد توجه برنامه ریزان و سیاست گزاران قرار گیرد. در چنین شرایطی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ضمن مغتنم شمردن فرصت پیش آمده در چارچوب برنامه پنج ساله ششم توسعه کشور برای تمهید مقدمات لازم جهت توسعه همه جانبه این صنعت در کشور بر آن است تا با آسیب شناسی برنامه های بالادستی گذشته و با اتکا به رویکرد مثبت دولت یازدهم به مقوله گردشگری، راهکارهای عملی مورد نیاز برای نیل به این مهم را بررسی و مورد توجه قرار دهد. آمار گردشگران ورودی از تعداد ۲۱۷۱۶۹۹ نفر در سال ۱۳۸۶ با نرخ سالانه ۱۳ درصد به ۵۱۷۴۸۲۲ نفر در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است. همچنین گردشگری خروجی از کشور در سال ۱۳۸۶ تعداد ۵۱۴۶۶۸۹ نفر بوده است که با نرخ رشد سالانه ۵ درصد به ۷۴۴۷۱۴۷ نفر افزایش یافته است که معادل ۹,۹ درصد کل جمعیت کشور، در قالب گردشگر خروجی از مقاصد گردشگری جهان بویژه از کشورهای همسایه و منطقه بازدید نموده اند (مأخذ: منتخب آمار گردشگران بین المللی ایران، ۱۳۹۴).

نمودار شماره ۱- آمار گردشگران ورودی و خروجی کشور طی سال های ۱۳۸۶-۱۳۹۳



ج) تأثیرات گردشگری بر درآمد ملی

گردشگری فعالیت اقتصادی پر دامنه ای است که شامل صدها بنگاه اقتصادی می شود. از جمله شرکت های هواپیمایی، خطوط حمل و نقل، آژانس های مسافرتی، اسکان، رستوران ها، و مراکز گردهمایی و همایش ها را می توان نام برد. می توان به خدمات پذیرایی از گردشگران و بخش هایی از مغازه های خرده فروشی، فروشگاه های غذایی و پمپ بنزین نیز اشاره کرد. از این رو اقتصاد گردشگری در بر گیرنده انبوهی از برکنش های اقتصادی همچون توری به هم تنیده شکل دهنده جریانی از عرضه و تقاضاست. براساس گزارش WTTC، سهم مستقیم سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۴، ۲۳۷ هزار و ۱۲۱ میلیارد ریال (۲/۳ درصد از کل تولید ناخالص داخلی) بوده است (گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۵).

میزان این تأثیر بستگی به نوع سرمایه گذاری و جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد. مثلاً در صورتی که توسعه آن از طریق سرمایه خارجی صورت گیرد، سود حاصل از این سرمایه گذاری و پرداخت حق الزحمه کارکنان خارجی مبالغ قابل توجهی ارزش غیر ماندگار در کشور را شامل می شود که به کشورهای دیگر انتقال می یابد مبادلات خارجی قدرت خرید بالاتری را در بازار بین المللی برای کشوری که دارای پول کم ارزش است مهیا می کند، چون که ممکن است ارزش خارجی ابزاری برای خرید کالاهایی باشد که در محل نمی توانند تولید کنند. گردشگری با توانایی تولید ارزش خارجی می تواند بعنوان یک فعالیت جدید در بعضی از کشورهای در حال توسعه، شکل یافته و توسعه پیدا کند. برای مثال کشور کنیا نمونه ای از کشورهایی است که درصد بالایی از درآمد ناخالص ملی (در سال

۱۹۸۹، ۹۰ درصد) آن از محل ارز مسافران و گردشگران تأمین می‌شود که به این کشور مسافرت می‌کنند و این رقم در تراز پرداخت‌ها نقش بسیار مهمی دارد.

(د) تأثیرات گردشگری بر اشتغال

اصولاً اشتغال در صنعت گردشگری دارای اشکال مختلفی است که عبارتند از:

(الف) اشتغال مستقیم: همانند اشتغال در هتل‌ها، رستوران‌ها و...

(ب) اشتغال غیرمستقیم: که در بخشهای عرضه‌کننده کالا همانند تولیدات کشاورزی، شیلات و صنایع دستی می‌باشد.

(ج) اشتغال بالقویی: شامل کسانی است که از درآمد افرادی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در صنعت گردشگری فعالیت می‌کنند، پشتیبانی می‌شوند.

(د) اشتغال در بخش ساختمان: شامل افرادی است که در بخش احداث تأسیسات و زیرساخت‌های گردشگری فعالیت می‌کنند (ابراهیمی، ۱۳۷۶: ۴۹۳)

با توجه به اینکه گردشگری یک فعالیت خدماتی کارگر بر است، عامل مناسبی در ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی ساده بدون تخصص و کارگران نیمه ماهر به شمار می‌رود. بطوریکه در برخی کشورهای در حال توسعه بیش از ۵۰ درصد نیروی کار فعال، در فعالیت‌هایی اشتغال دارند که مستقیماً و یا بطور غیرمستقیم به گردشگری مربوط است. این قبیل کشورها معمولاً تک محصولی هستند. در کشور ما که فعالیت گردشگری بسیار محدود است، نیروی مشغول به کار در آن کمتر از ۵ درصد جمعیت فعال کشور را تشکیل می‌دهد. هزینه ایجاد فرصت‌های شغلی ناشی از توسعه گردشگری با دیگر بخش‌های اقتصادی قابل مقایسه نیست، زیرا بستگی به سطح خدمات حرفه‌ای این صنعت دارد. مثلاً هزینه ایجاد یک فرصت شغلی در تأسیسات اقامتی، بسته به آنکه یک هتل ۵ ستاره باشد یا یک مهمانپذیر یک ستاره کاملاً متفاوت است. بنابراین در انتخاب نوع گردشگری مطلوب باید به حداکثر اشتغال میسر با در نظر گرفتن سطح تکنولوژی کشور و امکانات موجود توجه شود. در سال ۱۳۹۳ (۲۰۱۴) گردشگری به طور مستقیم ۴۱۳ هزار شغل (۱/۸ درصد از کل مشاغل) ایجاد کرده است. و در مجموع مشاغلی که به طور مستقیم و غیرمستقیم، ۵/۳ درصد از کل مشاغل (یک میلیون و ۲۲۳ هزار و ۵۰۰ شغل) را شامل می‌شده است (مرکز پژوهش‌های مجلس، گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۵).

تأثیر مثبت دیگر گردشگری می‌تواند ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و نیز افزایش اشتغال زنان و جوانان در فعالیت‌های مرتبط با این صنعت می‌باشد.

(ه) تأثیر بر قیمت‌ها

تأثیر صنعت گردشگری بر سطح عمومی قیمت کالا و خدمات بستگی به جایگاه این صنعت در اقتصاد ملی دارد. افزایش حضور گردشگران در یک ناحیه، انگیزه مناسبی برای توسعه تأسیسات گردشگری بوسیله



سرمایه گذاران غیربومی است. این امر عامل مناسبی برای افزایش قیمت زمین در قطب‌های سیاحتی به شمار می‌رود. افزایش قیمت زمین در مناطق سیاحتی، موجب افزایش قیمت زمین در تمام کشور خواهد شد که نه تنها گردشگران، بلکه متقاضیان بخش‌های کشاورزی، صنعتی و اجتماعی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. کمبود برخی کالاهای مصرفی ساکنین محلی (مانند نان، گوشت، برنج و میوه که عرضه آنها غیرقابل انعطاف است) نیز از تبعات حضور گردشگران به شمار می‌آید. نتیجه این افزایش تقاضا، تورمی است که در تمام کشور انعکاس می‌یابد. این تورم را می‌توان با کاهش تقاضای گردشگری، افزایش تولیدات ملی یا افزایش واردات بوسیله ارزی که مصرف کنندگان خارجی برای آنها می‌پردازند مهار کرد. خطر تورم ناشی از توسعه گردشگری، ضرورت برنامه‌ریزی مؤثر برای مدیریت توسعه بخش گردشگری را آشکارتر می‌سازد.

(و) تأثیر بر بودجه عمومی

بهسازی و توسعه تأسیسات زیربنایی بزرگترین فشار را بر بودجه عمومی کشور وارد می‌سازد. طرفداران توسعه گردشگری عقیده دارند که گردشگری از زیربناهای موجود استفاده می‌کند، تا حدی این عقیده معتبر است. تأسیسات گردشگری، بندر، فرودگاه، جاده، ارتباطات راه دور، شبکه توزیع آب سالم، برق، گاز، دفع زباله و خدمات بهداشتی را شامل می‌شود که برای توسعه و بهبود آنها به ناچار انجام بسیاری از خدمات عمومی به تعویق می‌افتد، به همین دلیل لازمه تأمین توقعات گردشگران کشورهای صنعتی، ارتقای کیفیت و استانداردهای این تأسیسات و تجهیزات به سطح آن کشورهاست. توسعه این قبیل تأسیسات بسیار هزینه‌بر است، ولی موجب آسایش مردم، افزایش سطح زندگی و توقعات آنان می‌شود سایر جنبه‌ها و اثرات اقتصادی گردشگری بر جامعه میزبان را در جدول زیر مشاهده می‌شود.

جدول شماره ۴: آثار اقتصادی گردشگری

نوع اثر	جنبه‌های مثبت	جنبه‌های منفی
اقتصادی	- افزایش درآمدزایی ارزی	- تورم، افزایش عمومی قیمت‌ها
	- ایجاد فرصت‌های شغلی	- اشتغالات فصلی و بیکاری
	- تحرک سرمایه‌های مالی	- افزایش قیمت زمین
	- جلب سرمایه‌های خارجی	- توسعه بخش خدمات و تحلیل تولید کالایی
	- بهسازی و توسعه تأسیسات زیربنایی	- کاهش خدمات عمومی همگانی
	- موازنه پرداخت‌های بین‌المللی	- توسعه نامتعادل منطقه
	- توسعه صادرات غیر نفتی	- وابستگی به بازار سایر کشورهای
	- به کارگیری توان‌های موجود محلی	
	- توسعه منطقه‌ای	

مأخذ: ضرغام، ۱۳۷۵

ز) آثار اجتماعی و فرهنگی

مقصود از اثرات اجتماعی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم جامعه میزبان گردشگر رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم اهالی و ساکنان آن دیار و گردشگران صورت می‌گیرد و مقصود از اثرات فرهنگی تغییراتی است که در هنر، عادات، رسوم و معماری مردم ساکن جامعه میزبان رخ می‌دهد. این تغییرات بلندمدت‌تر است و در نتیجه رشد و توسعه صنعت گردشگری (گردشگری) رخ خواهد داد. از آنجا که نتیجه یا ره‌آورد صنعت گردشگری موجب تغییراتی در زندگی روزانه و فرهنگ جامعه میزبان می‌شود، اصطلاح «اثرات اجتماعی- فرهنگی» را به معنای تغییراتی بکار می‌برند که در تجربه‌های روزانه ارزشها، شیوه‌ی زندگی و محصولات هنری و فکری جامعه میزبان رخ می‌دهد (وای.گی.چاک، ۱۳۷۷). به هر حال توسعه و گسترش گردشگری در یک منطقه و یا یک ناحیه، موجب تغییرات اجتماعی و فرهنگی آن منطقه گردیده و می‌بایست جهت جلوگیری از آثار منفی و نیز تقویت آثار مثبت آن در جامعه میزبان مورد بررسی و ملاحظه قرار گیرند.

بدین منظور جان لی (۱۹۹۶) سه راه کلی و مکمل را برای بررسی تأثیر گردشگری بر شرایط اجتماعی فرهنگی کشورهای جهان سوم را ارائه می‌دهد که می‌توان آن را برای بررسی این تأثیرات در سطوح مختلف مورد استفاده قرار داد (شکل مورد نظر). شیوه اول، برخورد گردشگر و میزبان به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می‌کشد. شیوه دوم، که عبارت است از دیدگاه کار کردن عناصر مختلف جامعه‌ی جهانی سومی که ممکن است تغییری را به عنوان پیامد مستقیم گردشگری- نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت- تجربه شد. سومین دیدگاه جنبه‌های تغییر فرهنگی را در نظر می‌گیرد که ناشی از نفوذ گردشگر در بازنگرایی مهارتها و رسوم سنتی است مانند صنایع دستی و... می‌باشد (شکل مورد نظر) (لی جان، ۱۳۷۸).

در مجموع، این سه شکل تأثیر اجتماعی تا حد زیادی بر هم منطبق‌اند و همان‌طور که مانسیول و وال خاطر نشان می‌سازند، تشخیص آنها از یکدیگر عملاً مشکل است، به خصوص شناسایی تمایز میان مطالعات اجتماعی و فرهنگی مشکل است، اما تشخیص میان تحقیقات مربوط به مباحث علم و مشترک انسان نظیر جنایت با سلامتی و تحقیقات مربوط به مواردی که رفتار انسانی را محدود می‌کند، مفید است (لی، جان، ۱۳۷۸).

به هر حال تجربیات گوناگون نشان داده که گردشگری فرهنگ و جامعه میزبان گردشگر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گردشگری از میراث فرهنگی منطقه حفاظت می‌کند و همچنین زمینه‌ی حفظ و ارتقای الگوهای فرهنگی در زمینه‌های موسیقی، رقص، تئاتر، لباس، هنر و صنایع دستی، آداب و رسوم، سبک زندگی و سبک معماری که از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری است که به وسیله‌ی گسترش گردشگری زمینه‌ی حفظ و ارتقای آنها را فراهم می‌سازد. امروز در بسیاری از کشورهای آسیایی، آفریقایی، آمریکای لاتین یا خاورمیانه، صنعت تور گردشگری به فنون و تولید اقلام بسیار زیادی از کالاها و صنایع دستی رونقی دوباره بخشیده است.

کشور ما (و تقریباً همه کشورهای جهان سوم) نسبت به اثرات فرهنگی، اجتماعی توسعه گردشگری بسیار حساس‌اند. هنوز گردشگران از کشورهای صنعتی توسعه یافته که دارای فرهنگ و شیوه زندگی کاملاً متفاوت با فرهنگ کشور ما هستند، موجب اصطکاک و تنش بین مردم و گردشگران خواهد شد. این برخوردها که به طرق مختلف و اشکال ظریف آشکار می‌شود، در پاره‌ای مناطق باعث رنجش خارجی‌ان و یا احساس عقب‌ماندگی فرهنگی اتباع کشور شده، در هر صورت به دفع جهانگرد خارجی از سوی مردم منجر می‌گردد. در دوران توسعه گردشگری در صورتی که خط مشی جداسازی گردشگران و خودکفایی اقتصادی بخش گردشگری به همراه آموزش ظریف تحمل اجتماعی پیگیری نشود، اینگونه تناقضات فرهنگی در بخش‌های بین مردم و گردشگران اجتناب‌ناپذیر است. یکی از مقاصد برنامه‌ریزی و سیاستگذاری گردشگری ممانعت از اینگونه درگیری‌ها و کنترل تبعات فرهنگی حضور گردشگران خارجی است. برای تأمین این منظور معمولاً یکی از دو شیوه زیر مورد استفاده قرار می‌گیرد:

۱- تمرکز تأسیسات و تجهیزات گردشگری در نقاط دور از مناطق پرجمعیت باعث می‌شود تا از این طریق از مواجهه‌های فرهنگی‌های متفاوت مردم و گردشگران (مثلاً پوشش آنان، نحوه استفاده از دریا، الگوی مصرف و...) جلوگیری به عمل آید. اما این راه حل خود موجب مشکلاتی از قبیل ایجاد منطقه اقتصادی فعالی، جدا از محیط اجتماعی و اقتصادی بومی می‌گردد. به علاوه تمرکز تأسیسات و تجهیزات تفریحی به حالتی که استفاده از آن برای مردم بومی میسر نباشد، صورت ناخوشایندی از حضور گردشگران است. به همین خاطر چنین شیوه‌ای شاید بتواند برای منطق کم جمعیتی که بالقوه امکان توسعه گردشگری دارند مفید باشد.

۲- ترکیب و پذیرش انواع خاصی از گردشگران بین‌المللی به منظور جذب مشتریان کم‌زحمت‌تر و پر درآمدتر به طوری که دریافتی حاصل از این عده بی‌قلیل عدم حضور تعداد کثیری جهانگرد معمولی را جبران می‌کند. توفیق در اجرای این سیاست انتخاب اصلح را پیشنهاد دارد و مستلزم وجود تجهیزات، خدمات و محیط‌های استثنایی است که در اغلب مناطق با امکانات موجود در کشور و یا برنامه‌های مصوب توسعه اجتماعی - اقتصادی آن مناطق انطباق ندارد. مع الوصف برخی کشورها این خط مشی را دنبال کرده و در اجرای آن توفیقاتی نیز بدست آورده‌اند جدول ذیل جنبه‌های مثبت و منفی حضور گردشگران در حوزه آثار را به نمایش می‌گذارد.

جدول شماره ۵: آثار فرهنگی - اجتماعی گردشگری

نوع اثر	جنبه‌های مثبت	جنبه‌های منفی
فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> - بهبود کیفیت زندگی - افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی - بهبود کیفیت خدمات اجتماعی - بهبود درک و تصور در مورد فرهنگها و جوامع دیگر - گسترش تبادلات فرهنگی - تسهیل در ملاقات با گردشگران - حفاظت از وجهه فرهنگی جامعه میزبان - القای احساس افتخار از داشته‌های فرهنگی خود 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش اثرات سوء فرهنگی و اخلاقی - القای حس عقب ماندگی فرهنگی، مالی به ساکنین - ایجاد احراف در فرهنگ محلی

مأخذ: ضرغام، ۱۳۷۵

ح) آثار زیست محیطی

رابطه بسیار نزدیکی بین گردشگری و محیط زیست وجود دارد که سه شکل آن به شرح زیر است:

- ۱- بعضی از اشکال محیط زیست فیزیکی جاذبه‌هایی برای گردشگران محسوب می‌شوند.
 - ۲- تسهیلات و زیربنای گردشگری بخشی از محیط زیست ساخته شده را تشکیل می‌دادند.
 - ۳- توسعه گردشگری و استفاده گردشگران از یک ناحیه اثرات زیست محیطی ایجاد می‌کند.
- اثرات زیست محیطی گردشگری عمدتاً به این دلیل است که در محیط‌هایی که حساس و شکننده هستند، این فعالیت، توسعه یافته است. مانند جزایر کوچک، سواحل، نواحی کوهستانی، نواحی مرتفع، کنار سایت‌های تاریخی و باستانی، زیرا این نوع مکان‌ها منابع مهم و جاذبه‌های گردشگری توریست را شکل می‌دهند.
- حضور گردشگران در کشورها مانند یک شمشیر دولبه است از یک سو عاملی است که موجب حفاظت از ثروت‌های طبیعی و یادمان‌های باستانی و مذهبی کشور می‌شود و از سوی دیگر عامل تخریب و حتی نابودی منابع است. لذا در توسعه حضور گردشگران بین‌المللی لزوماً باید تشویق اثرات مثبت و محدودسازی آثار منفی این توسعه حضور را مطمع نظر داشت: گردشگری به حفاظت و حراست از منابع طبیعی کمک می‌کند. مثلاً برای حفاظت از پوشش گیاهی و حیات وحش، مناطق حفاظت شده، پارک‌های ملی و منطقه‌ای ایجاد می‌شود. به علاوه حضور گردشگران خارجی علاقه‌مند به این منابع موجب بیداری مردم نسبت به ارزش میراث طبیعی کشور اشکال مختلف بهره‌برداری از آنها خواهد شد. از این رو توسعه گردشگری بین‌المللی بسیار مثبت و ارزنده است. به علاوه اینکه در مقایسه با سایر منابع به ویژه تولیدات کارخانه‌ای آلودگی کمتری به دنبال دارد و نیز دلیل موجهی برای بهسازی محیطی نقاط و چشم‌اندازهایی است که تا پیش از این توسعه، به دست فراموشی سپرده شده بودند. بنابراین در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، گردشگری بدون در دست داشتن خط مشی مشخص یا برنامه معین حراست و

بهسازی محیط زیست توسعه یافته است. دلیل این امر احتمالاً کمبود منابع مالی و یا عدم آگاهی از زیانهای احتمالی حاصل از توسعه حضور گردشگران است. آثار منفی حضور گردشگران بر محیط زیست عمدتاً عبارت است از: خسارت‌هایی که گردشگران بر عناصر مختلف زیست محیطی که یک منبع مهم گردشگری است وارد می‌آورند. مانند تخریب زیستگاه‌های حیات وحش کشور، تخریب چشم‌اندازهای طبیعی (ناشی از زیاده‌روی در ایجاد تأسیسات اقامتی و پذیرایی در مناطق زیبای ساحل دریا و رودخانه‌ها یا چشم‌اندازهای طبیعی)، تخریب یادمان‌های باستانی (سرقت یا خرابکاری در ساختمان‌هایی که دارای حفاظ نیستند)، آلودگی‌های هوای شهرها، آب رودخانه‌ها و دریاها به مناطق زیرزمینی (ناشی از تراکم آمد و شد بازدیدکنندگان در یک منطقه و نقض امکانات تخلیه یا تصفیه فاضلاب و دفع اصولی زباله‌ها).

جدول شماره ۶: آثار محیطی گردشگری

نوع اثر	جنبه‌های مثبت	جنبه‌های منفی
زیست محیطی	<ul style="list-style-type: none"> - حفاظت از منابع طبیعی - ایجاد مناطق حفاظت شده و پارک‌های ملی - آگاهی مردم نسبت به ارزش ثروت طبیعی - بهسازی محیط زیست و چشم‌اندازهای طبیعی 	<ul style="list-style-type: none"> - تخریب مناطق طبیعی - تخریب ایستگاه‌های حیات وحش و پوشش گیاهی - آلودگی آب، هوا، صوتی و... - تخریب یادمانهای باستانی

مأخذ: ضرغام، ۱۳۷۵

به دلیل اهمیت محیط‌های حفاظت شده در صنعت گردشگری سازمان جهانی گردشگری و برنامه محیط زیست سازمان ملل متحد عوامل اثرگذار بر پارک‌ها و مناطق حفاظت شده را شناسایی کرده و اثرات آنها را بر محیط‌های یاد شده به شرح جدول شماره ۴- ارائه داده است.

جدول شماره ۷: اثرات بالقوه صنعت گردشگری بر محیط‌های حفاظت شده: انواع اثرات منفی بازدیدکنندگان که باید کنترل شوند

عامل	اثر بر محیط	توضیح
شلوغی	تنش‌های محیطی، رفتار حیوانات تغییر می‌کند.	تشنج، پایین آمدن کیفیت محیط، باید از طریق تصویب قوانین و مقررات حدود و مرزها را مشخص کرد.
توسعه بیش از حد	توسعه روستاهای شلوغ و کثیف، ساختن تعداد زیادی ساختمان‌های بی‌قواره	توسعه نامناسب روستاها و ایجاد شهرک‌های نامناسب (از نظر محیط زیست)
نوع تفریح و گردش: قایق موتوری ماهیگیری گردش با پای پیاده	محیط وحش را برهم می‌زند محیط وحش را برهم نمی‌زند مخدوش کردن محیط وحش	به هنگام تخم‌گذاری حیوانات آسیب می‌رساند. آلودگی صدا رقابت با محیط طبیعی فرسایش خاک در اثر استفاده بیش از حد محیط
آلودگی: سر و صدا (رادیو....) آشغال تخریب عمدی	مخدوش کردن صداها طبیعی تیره و تار کردن مناظر طبیعی معتاد کردن حیوانات وحشی به مصرف آشغال و برانداختن نسل برخی از حیوانات	ایجاد تشنج و ناآرامی برای حیات وحش و سایر میهمانان صدمه‌های بهداشتی و ویران کردن زیبایی‌های طبیعی
غذا دادن به حیوانات وحشی	تغییر دادن رفتار، برای مسافرات و گردشگری خطر آفرین است.	از بین بردن نسل حیوانات وحشی
وسایل نقلیه سرعت رانندگی در خارج از مسیر	کشتن حیوانات وحشی خسارت رساندن به درختان، گیاهان و خاک	تغییر زیست محیطی، ایجاد گرد و خاک، صدمه زدن به حیوانات وحشی
متفرقه جمع‌آوری سوغات جمع‌آوری هیزم جاده‌سازی کانال‌سازی برای عبور از آب آوردن حیوانات و درختان بیگانه به محیط	از بین بردن مناظر طبیعی مخدوش کردن فرآیندهای طبیعی کشتن حیوانات و جانوران کوچک از بین بردن ساختارهای طبیعی و اصلی تمرکز غیرعادی حیوانات وحشی خسارت زدن به گیاهان رقابت با انواع حیوانات وحشی	صدف، گیاهان کمیاب و شاخ حیوانات دخالت در مسیر و جریان انرژی طبیعی صدمه زدن به زیبایی‌های طبیعی جابجایی خاک ابهام عمومی

مأخذ: WORLD.TOURISM.ORGANIZATION

۱,۲. تعیین شاخص مناسب در بخش گردشگری

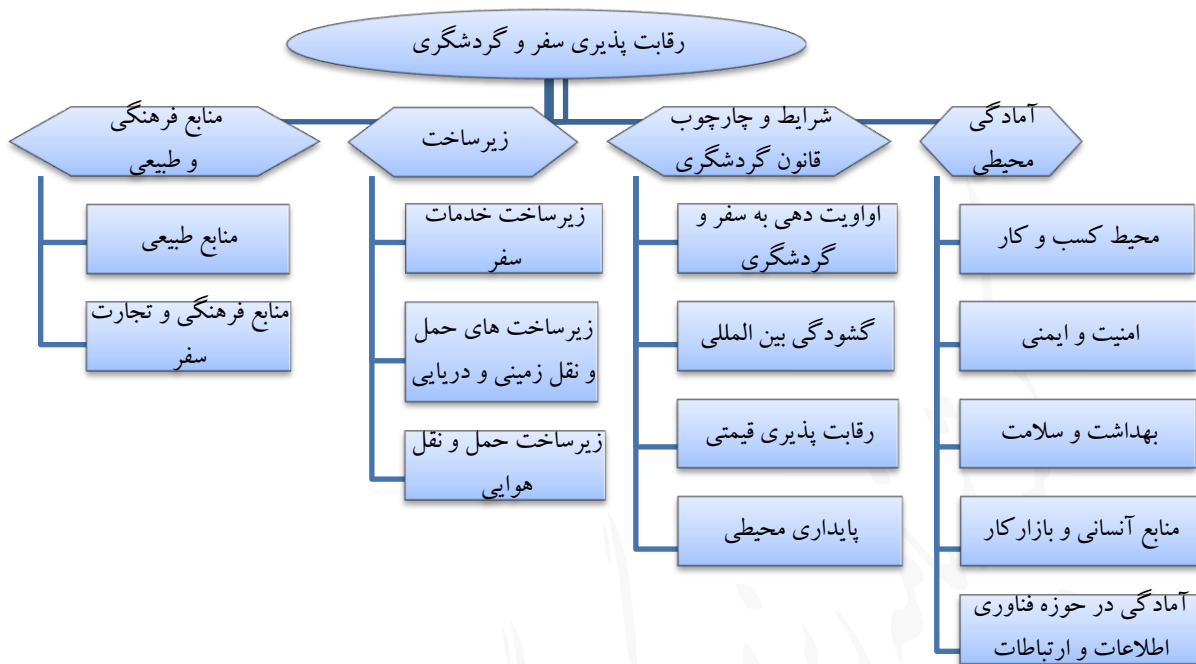
استفاده از ملاک‌ها و اصولی که خصوصیات کیفی سیاست‌ها و برنامه‌ها در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سایر حوزه‌ها را در قالب داده‌های کمی ارایه دهد، با استفاده از شاخص‌هایی صورت می‌گیرد. شاخص‌ها ابزارهای ارزشمندی برای مبادله اطلاعات، نگرش‌ها و عقاید و ارزش‌های هر جامعه محسوب می‌شوند. مهمترین ویژگیهای شاخص‌های مطلوب می‌توان موارد زیر را برشمرد (کهن، گوئل، ۱۳۷۶):

- شاخص‌ها باید بر پایه‌های علمی و نظری صحیح استوار شده و بر این مبنا طراحی شوند.
- بیان‌کننده کل واقعیت‌ها و پدیده‌ها باشند
- اعداد شاخص به طور صریح و بدون نیاز به تحلیل و تفسیر، باید تحولات یک پدیده را نشان دهند.

به همین دلیل طی سال‌های گذشته تدوین شاخص‌ها در حوزه‌های مختلف برای اندازه‌گیری و سنجش عملکرد کشورها خصوصا حوزه‌های اقتصادی بسط و گسترش یافته و مدت‌های طولانی است که در سطوح ملی و بین‌المللی ملاک مقایسه کشورها محسوب می‌شوند. با توجه به نقش و اهمیت بخش سفر و گردشگری در اقتصاد، مجمع جهانی اقتصاد به طور ویژه، شاخص‌هایی برای ارزیابی گردشگری کشورها تعریف کرده است.

هدف از شاخص رقابت پذیری سفر و گردشگری (TTCI) اندازه‌گیری مجموعه عوامل و سیاست‌هایی است که توسعه صنعت گردشگری را در کشورهای مختلف جذاب می‌نماید نمودار شماره ۲ اجزای تشکیل دهنده زیر شاخه‌های رقابت پذیری سفر و گردشگری را نمایش می‌دهد (مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۴).

نمودار شماره ۲: اجزای تشکیل دهنده زیر شاخه های رقابت پذیری سفر و گردشگری



ارکان گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری را میتوان بدین صورت شرح داد:

محیط کسب و کار^۱، این رکن به بررسی این موضوع که تا چه حد کشور با اخذ سیاست های صحیح

منجر به ایجاد فضای مطلوب برای فعالیت شرکتها شده است، می پردازد.

امنیت و ایمنی^۲، امنیت یکی از عوامل موثر بر رقابت پذیری سفر و گردشگری به شمار می آید. گردشگران از انتخاب مناطق پرخطر به عنوان مقصد سفر خود امتناع می ورزند. از این رو در این رکن به بررسی هزینه ناشی از جرائم و خشونت های رایج و میزان اعتماد به خدمات پلیس برای مقابله با این جرائم پرداخته شده است.

بهداشت و سلامت^۳، دسترسی به آب تصفیه شده و فاضلاب بهداشتی برای ایجاد راحتی و حفظ سلامت مسافران ضروری است. به علاوه مسافر باید اطمینان خاطر داشته باشد که در صورت بیمار شدن، کشور میزبان توانایی درمان و مراقبت از وی را دارد. تعداد پزشکان و تخت های بیمارستانی در این مورد میتواند شاخص خوبی به شمار رود. شیوع بیماری هایی نظیر مالاریا و ایدز نه تنها کیفیت عملکرد نیروی فعال در گردشگری را تحت تأثیر قرار می دهد، میتواند دلسردی گردشگران را نیز در پی داشته باشد.

^۱ . Business Environment

^۲ . Safety and Security

^۳ . Health and Hygiene

منابع انسانی و بازار کار^۱، منابع انسانی با کیفیت، تضمین میکند که صنعت به همکاران مورد نیاز خود دسترسی دارد. اجزای این رکن مشخص میکند که در درجه اول چگونه کشورها از طریق آموزش مهارتهای نیروی کاری خود را بهبود میبخشند و در درجه بعد چگونه برای این نیروها از طریق بازار کار کارآمد جایی میکنند.

آمادگی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات^۲، اگرچه به کارگیری اینترنت در تنظیم برنامه سفر، رزرو سفر و محل اقامت، نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری را پررنگ ساخته است، این حوزه بهعنوان عاملی مهم برای تمامی صنایع بهشمار میرود. ازاینرو، این رکن تحت بعد مرتبط با محیط کلان طرح شده است.

اولویت دهی به سفر و گردشگری^۳، این رکن به بررسی عواملی نظیر میزان هزینه کرد دولت در حوزه گردشگری و سفر، اثربخشی بازاریابی و برندینگ کشور و به موقع و کافی بودن اطلاعات مرتبط با اطلاعات این حوزه میپردازد که خود شاخصهایی هستند که میزان توجه و اهمیت کشور به صنعت گردشگری را نشان می دهند.

کشودگی بین المللی^۴، لازمه رقابت پذیری در گردشگری، دسترسی به حدی از آزادی بین المللی و تسهیلات سفر است. این کشودگی بین المللی به شاخص های مرتبط با این موضوع نظیر لزوم اخذ ویزا توسط گردشگران می پردازد.

رقابت قیمتی^۵، قیمت پایین سفر نه تنها برای گردشگران جذاب است می تواند مشوق خوبی برای سرمایه گذاران نیز به حساب آید. ازاینرو، رکن حاضر با سنجش شاخص هایی نظیر مالیات های هوایی، برابری قدرت خرید، قیمت سوخت و غیره به ارزیابی قیمت سفر در کشور می پردازد.

پایداری محیطی^۶، اهمیت محیط طبیعی در ایجاد محیطی جذاب برای گردشگری غیرقابل انکار است. ازاینرو، سیاست ها و عواملی که پایداری محیطی را بهبود می بخشند، مزیتی مهم در تضمین جذابیت یک مقصد در آینده به شمار می روند.

زیرساخت حمل و نقل هوایی^۱، ارتباطات هوایی به منظور دسترسی آسان به کشورها و انتقال در داخل آنها ضروری است. ازاینرو رکن حاضر به بررسی کمیت و کیفیت حمل و نقل هوایی داخلی و بین المللی می پردازد.

۱. Human Resources and Labour Market

۲. ICT Readiness

۳. Prioritization of Travel and Tourism

۴. International Openness

۵. Price Competitiveness

۶. Environmental Sustainability

زیرساخت حمل و نقل زمینی و بنادر^۲، حمل و نقل آسان و مناسب به مراکز تجاری و گردشگری، از عوامل کلیدی مؤثر بر بخش گردشگری است.

زیرساخت خدمات گردشگری^۳، دسترسی به اقامت و امکانات سرگرمی کافی و مناسب از مزیت های رقابتی در حوزه گردشگری به شمار می رود.

منابع طبیعی^۴، کشورهای دارای سرمایه های طبیعی مسلماً از مزیت رقابتی بالایی در حوزه گردشگری برخوردار هستند.

منابع فرهنگی و تجارت سفر^۵، منابع فرهنگی، یکی دیگر از عوامل مهم در رقابتپذیری گردشگری به شمار می آید.

۱.۳. تبیین و تحلیل وضع موجود بخش با استفاده از شاخص های تعیین شده

الف) رقابت پذیری سفر و گردشگری

مجمع جهانی اقتصاد کشورهای جهان را در ۴ حوزه، ۱۴ رکن اصلی و ۹۰ گویه^۶ مورد بررسی قرار داده است. «آمادگی محیطی»، «شرایط و چارچوب قانونی گردشگری»، «زیرساخت» و «منابع فرهنگی و طبیعی»، ۴ حوزه اصلی بوده اند. در سال ۲۰۱۵، ایران رتبه ۹۷ام را در بین ۱۴۱ کشور جهان بر اساس شاخص های «رقابت پذیری سفر و گردشگری» به دست آورده است. در میان ارکان، ایران بهترین عملکرد متعلق به رکن رقابت پذیری قیمتی با رتبه ۱، و ضعیف ترین عمل کرد در اولویت دهی به سفر و گردشگری با رتبه ۱۳۱ و سپس رکن محیط کسب و کار و رکن زیرساخت خدمات گردشگری هر دو بار رتبه ۱۱۱ تعلق دارد. در زیر مجموعه هر کدام از این ارکان گویه هایی قرار دارد. در میان گویه ها ایران در میان کل کشورهای جهان با رتبه ۱، کم ترین سطح شیوع ایدز را داراست. هم چنین رتبه ۳ در گویه مالیات بر بلیط و هزینه های فرودگاهی از برترین نقاط قوت ایران بوده اند. از سوی دیگر ایران در بحث میزان تخت های بیمارستانی و میزان مشارکت کارکنان زن، جایگاه ۱۴۰م یعنی جایگاه یکی مانده به آخر را بین کشورهای جهان دارا بوده است. اولویت صنعت گردشگری برای دولت با رتبه ۱۳۵ و میزان آموزش کارکنان با رتبه ۱۳۴، از دیگر ضعیف ترین گویه های ایران بوده اند.

۱. Air Transport Infrastructure

۲. Ground and Port Infrastructure

۳. Tourist Service Infrastructure

۴. Natural Resources

۵. Cultural Resources and Business Travel

۶. Supillar/Individual Indicator

جدول شماره ۸: رتبه و تمره ارکان و ابعاد ایران در گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۴

منابع فرهنگی و طبیعی		زیر ساخت		شرایط و چارچوب قانون گردشگری				آمادگی محیطی					بعد /حوزه			
منابع طبیعی		زیر ساخت خدمات سفر		زیر ساخت های حمل و نقل زمینی و دریایی	زیر ساخت حمل و نقل هوایی	پایداری محیطی	رقابت پذیری قیمتی	گشودگی بین المللی	اواریت دهی به سفر و گردشگری	اطلاعات و ارتباطات	آمادگی در حوزه فناوری	منابع آنسانی و بازار کار	بهداشت و سلامت	امنیت و ایمنی	محیط کسب و کار	ارکان
37	98	119	76	93	115	1	116	130	98	114	93	96	119	رتبه		
2.5 9	2.4 8	2.6 1	3.2 8	2.2 2	3.4 7	6.6 3	2.1 4	3.3 5	3.3 6	2.9 5	4.7 1	4.8 9	3.8 5	نمره		
57		105			96				98					رتبه		
2.53		2.7			3.89				4.16					نمره		

ماخذ: مجمع جهانی اقتصاد، گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۵

هر چند رتبه گردشگری ایران در مجامع بین المللی اقتصادی از میان ۱۴۱ کشور، رتبه نزدیک به ۱۰۰ رادارد اما رتبه های اقتصادی، تمام ظرفیت گردشگری کشورمان نیست. فضای گردشگری ایران بشدت انسان محور و بشردوستانه است و از این حیث دارای رتبه عالی در نزد گردشگرانی است که حداقل یکبار به ایران آمده اند (ماخذ:).

ب) تعداد واحدهای اقامتی و پذیرایی کشور

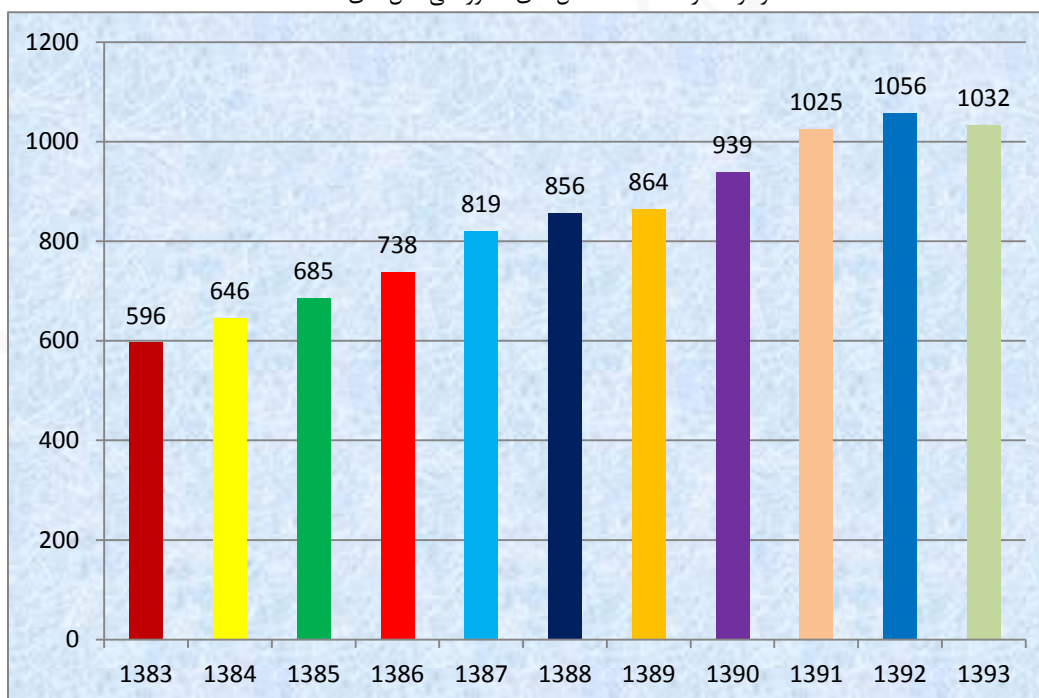
بر اساس آمار مندرج در جدول شماره ۶ در سال ۱۳۸۳ تعداد هتل های کشور ۵۹۶ واحد بوده است که در سال ۱۳۹۳ به ۱۰۳۲ واحد افزایش یافته است. تعداد هتل آپارتمان ها از ۲۱۳ واحد در سال ۱۳۸۳ به ۵۴۷ واحد رسیده است. مهمانپذیرها از ۱۴۹۳ واحد در سال ۸۳ به ۱۴۳۶ واحد کاهش یافته است که علت آن تخریب جمعی از واحدها، جهت طرح توسعه و بازسازی پیرامون حرم مطهر رضوی می باشد. واحدهای پذیرایی بین راهی نیز از ۲۰۷۸ واحد در سال ۸۳ به ۲۳۰۲ واحد افزایش یافته است. تا سال ۱۳۸۹ واحد های اقامتی تحت عنوان پانسیون مورد آمارگیری قرار نگرفته است و از این سال که آنها را از هتل ها جدا کردند حدود ۱۳۷ واحد بوده که در پایان سال ۱۳۹۳ به ۲۳۳ واحد افزایش یافته است. همچنین از سال ۱۳۹۳ یکی از انواع تأسیسات گردشگری اقامتی تحت عنوان مجتمع اقامتی نیز وارد آمار شده است که تعداد آنها ۹۶ می باشد.

جدول شماره ۹: تعداد واحدهای اقامتی و پذیرایی کشور از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳

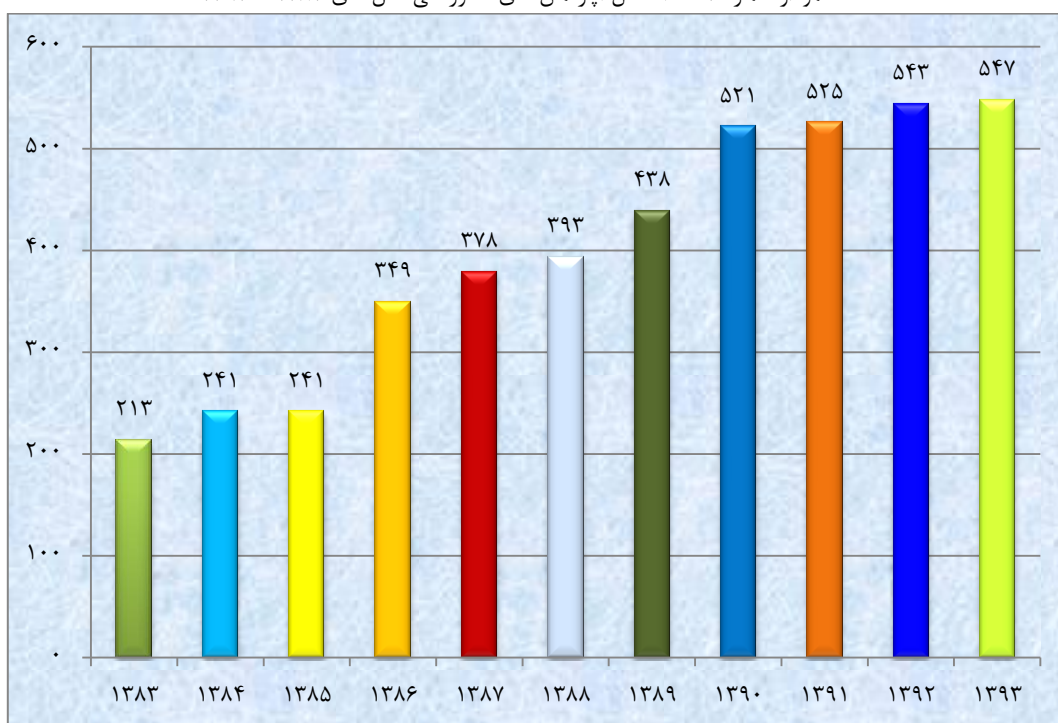
سال	هتل	هتل آپارتمان	مهمانپذیر	پذیرایی بین راهی	پانسیون	مجتمع اقامتی	جمع
1383	596	213	1493	2078	0	0	4380
1384	646	241	1500	2074	0	0	4461
1385	685	241	1500	2068	0	0	4494
1386	738	349	1505	2059	0	0	4651
1387	819	378	1481	2032	0	0	4710
1388	856	393	1332	1974	0	0	4555
1389	864	438	1540	1973	137	0	4952
1390	939	521	1613	2295	201	0	5569
1391	1025	525	1508	2157	222	0	5437
1392	1056	543	1437	2191	244	0	5471
1393	1032	547	1436	2302	233	96	5646

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، معاونت گردشگری، ۱۳۹۴

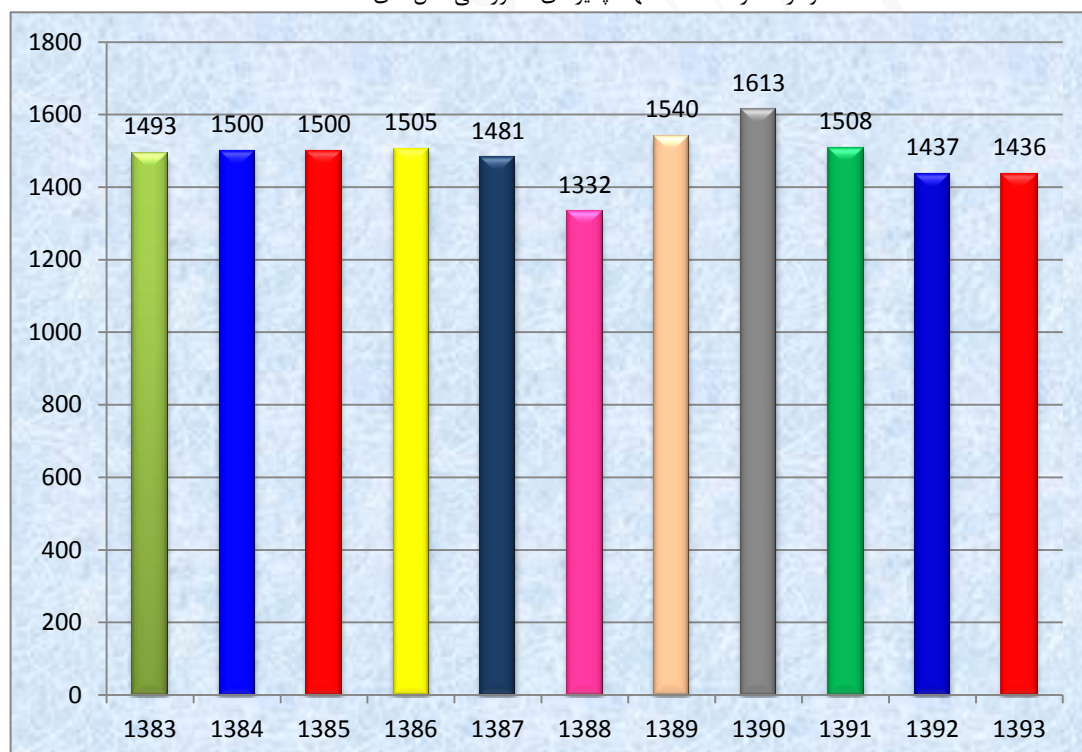
نمودار شماره ۳: تعداد هتل های کشور طی سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳



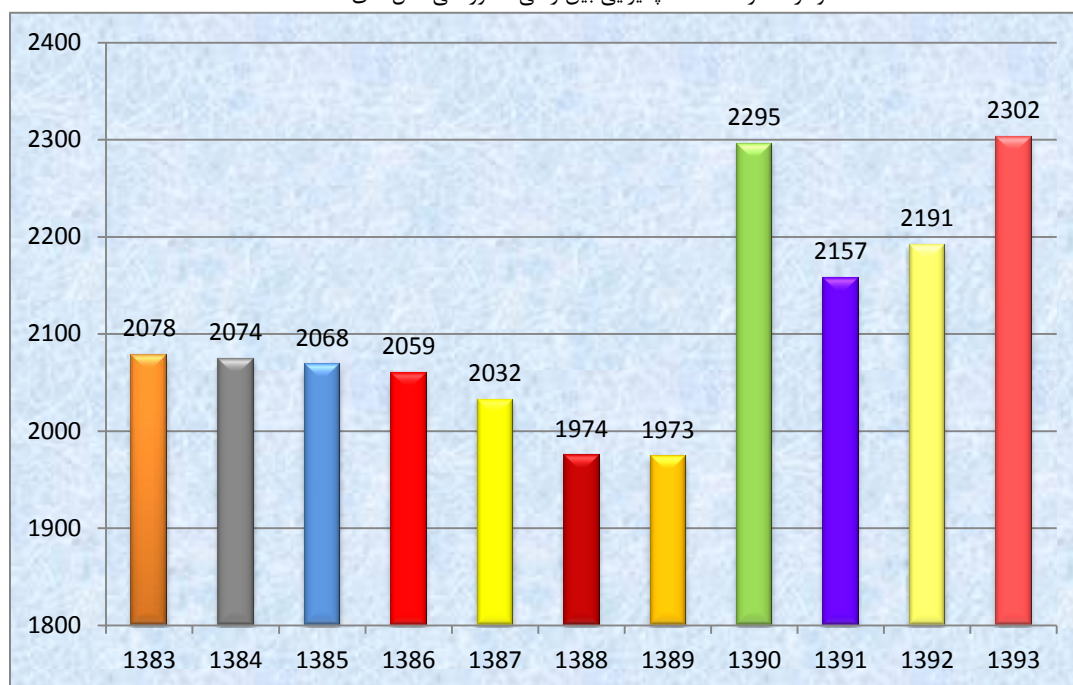
نمودار شماره ۴: تعداد هتل آپارتمان های کشور طی سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳



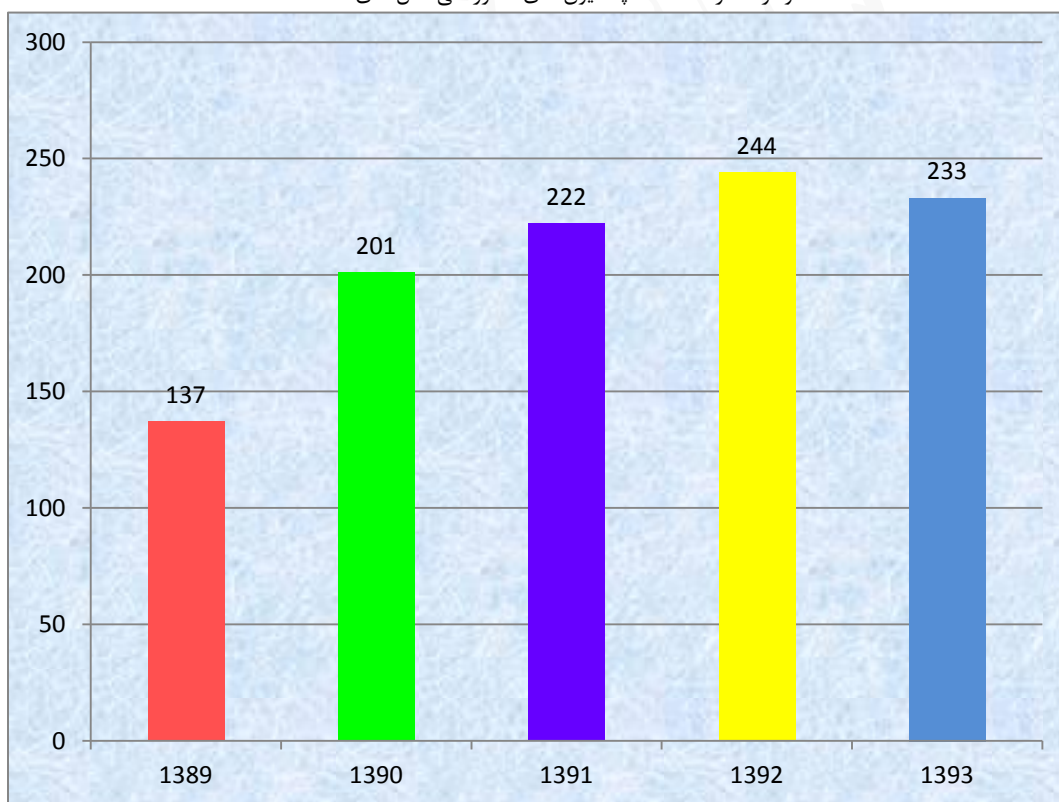
نمودار شماره ۵: تعداد مهمانپذیرهای کشور طی سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳



نمودار شماره ۶: تعداد پذیرایی بین راهی کشور طی سال های ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳



نمودار شماره ۷: تعداد پانسیون های کشور طی سال های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳



همانطور که در جدول شماره ۶ و نمودارهای شماره ۳ تا شماره ۷ نشان داده شده است برخی از واحدهای اقامتی و پذیرایی به دلیل اینکه در سال های گذشته تعریف واحدی از آنها نشده بوده است آمار دقیق و مشخصی نداشته اند که به طور مثال در بخش تعداد هتل واحدهای پانسیون و متل نیز مد نظر بمروده است. همچنین به دلیل تغییرات اغلب در حد تعمیرات داخلی برخی از واحدهای اقامتی و پذیرایی از لیست ارائه خدمات در برخی از سال ها حذف شده که باعث کم شدن تعداد آنها می شود.

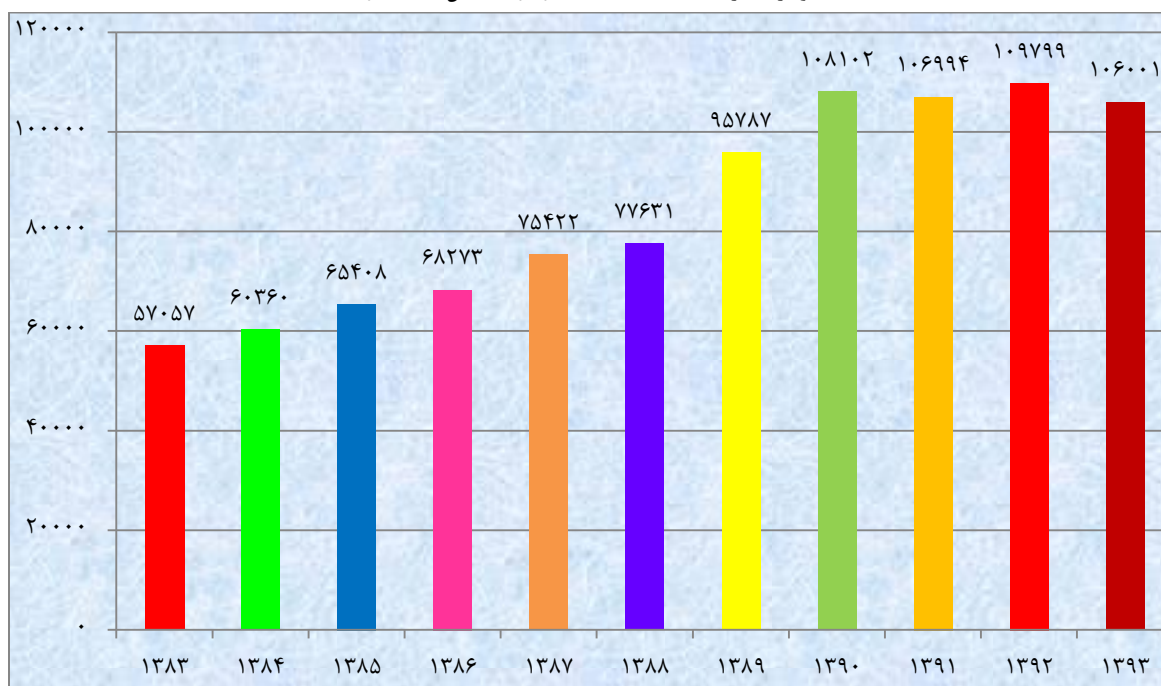
ج) تعداد تخت های واحدهای اقامتی و پذیرایی

یکی شاخص هایی که در ماندگاری گردشگر در مقصد تأثیر بسیار مهمی دارد تعداد تخت های موجود در تأسیسات اقامتی و پذیرایی می باشد در سال های گذشته تعداد کل تخت های کشور طی دوره ده ساله حدود یک نیم برابر شده و از ۱۴۱۰۷۱ تخت در سال ۱۳۸۳ به تعداد ۲۳۱۳۹۸ تخت افزایش یافته است. که بیشترین تخت ها مربوط به هتل ها بوده است. در سال ۱۳۹۰ پانسیون ها به انواع تأسیسات گردشگری اضافه گردیده که تعداد ۷۸۴۷ تخت را دارا بوده اند. در سال ۱۳۹۳ اضافه شدن مجتمع های اقامتی (به تعداد ۶۹۰۴ تخت) مسبب افزایش تعداد کل تخت های کشور شده اند.

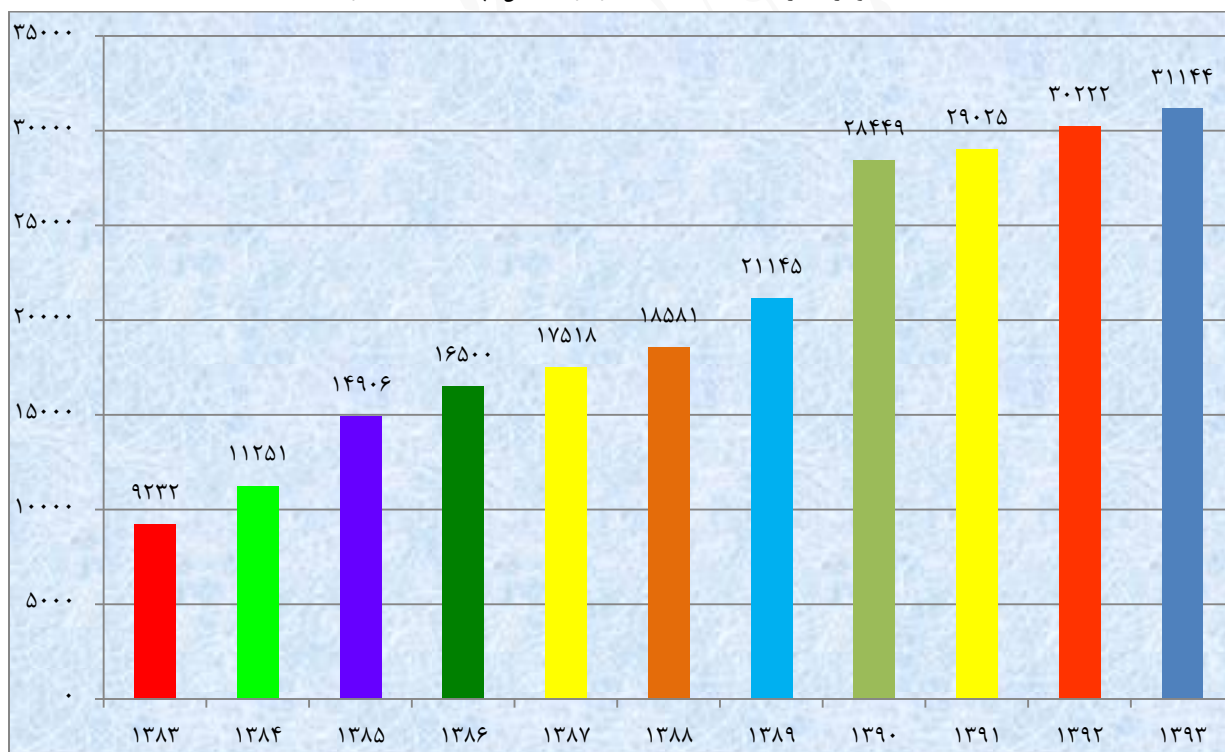
جدول ۱۰: تخت های واحدهای اقامتی و پذیرایی کشور ۱۳۸۳-۱۳۹۳

سال	هتل	هتل آپارتمان	مهمانپذیر	پانسیون	مجتمع اقامتی	جمع
1383	57057	9232	74782	0	0	141071
1384	60360	11251	75268	0	0	146879
1385	65408	14906	75158	0	0	155472
1386	68273	16500	74441	0	0	159214
1387	75422	17518	72316	0	0	165256
1388	77631	18581	26081	0	0	122293
1389	95787	21145	78459	0	0	195391
1390	108102	28449	84452	0	0	221003
1391	106994	29025	79400	7847	0	223266
1392	109799	30222	72555	14068	0	226644
1393	106001	31144	73259	14090	6904	231398

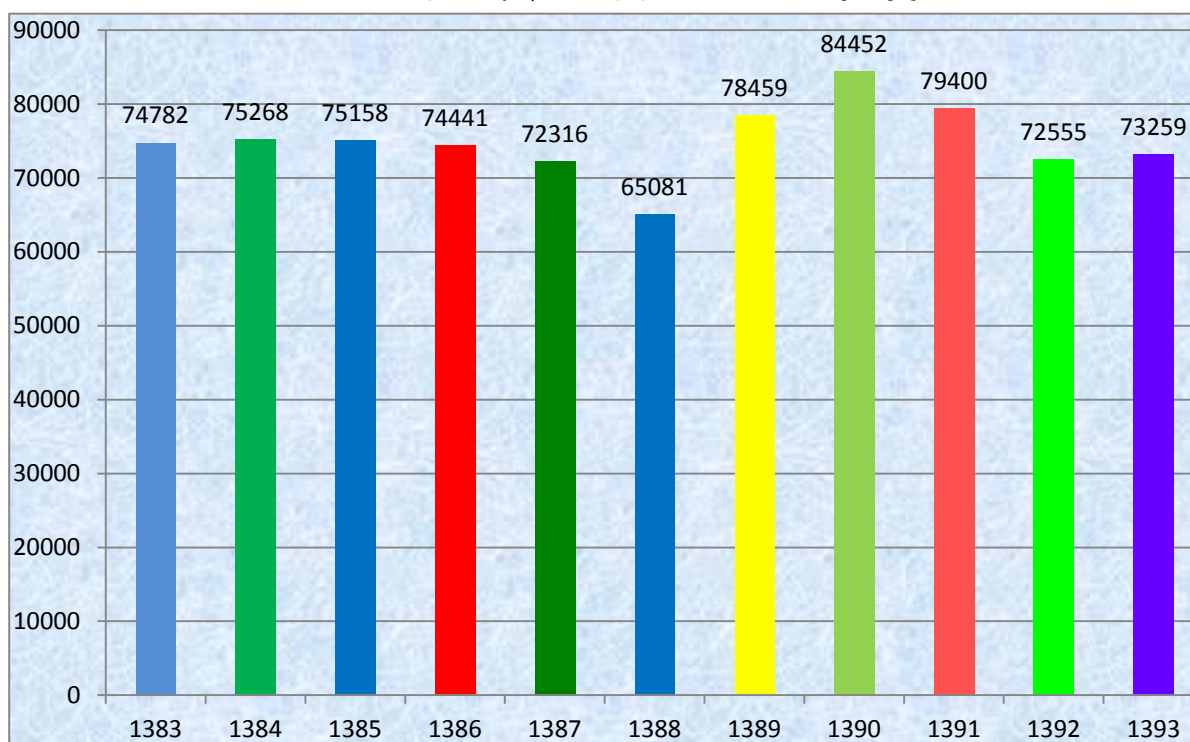
نمودار شماره ۸: تعداد تخت های موجود در هتل های کشور از سال ۱۳۸۳-۱۳۹۳



نمودار شماره ۹: تعداد تخت های موجود در هتل آپارتمان های کشور از سال ۱۳۸۳-۱۳۹۳



نمودار شماره ۱۰: تعداد تخت های موجود در مهمانپذیرهای کشور از سال ۱۳۸۳-۱۳۹۳



همانطور که در نمودار شماره ۸، ۹ و ۱۰ نشان داده شده است و در قسمت های قبلی نیز توضیح داده شد در سال ۱۳۹۳ تعدادی از مهمانپذیرهای استان خراسان رضوی به منظور تعمیرات و تجهیزات از لیست سرویس خارج شده است که در کاهش تعداد تخت های این نوع از واحدهای اقامتی و پذیرایی تأثیر بسزایی داشته است.

د) تعداد اتاق های موجود در تأسیسات اقامتی کشور

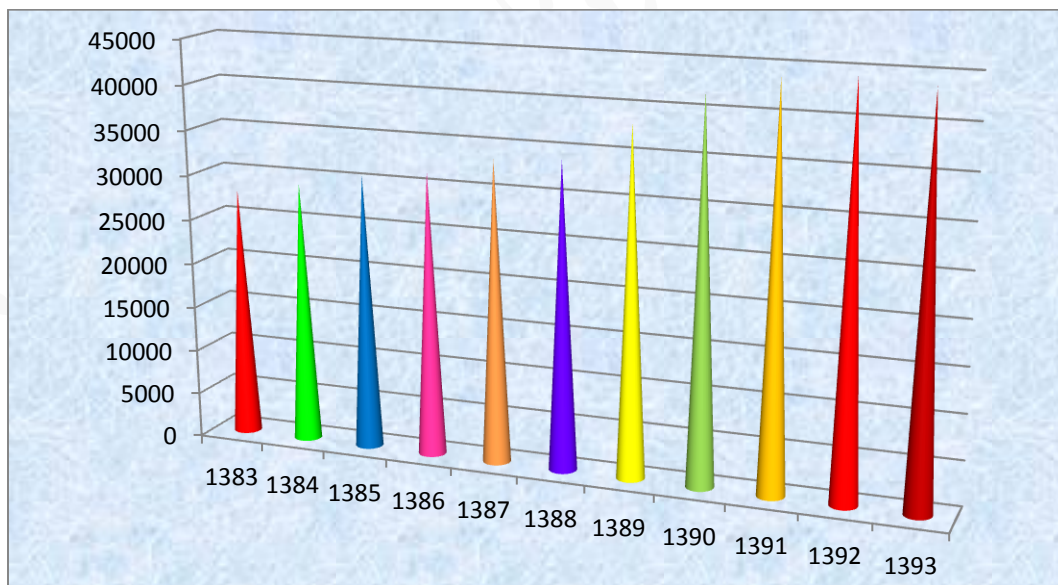
بر اساس آخرین آمار و اطلاعات موجود تعداد کل اتاق های موجود در تمامی واحدهای اقامتی کشور از ۶۰۲۱۵ اتاق در سال ۱۳۸۳ به ۸۳۸۳۴ اتاق در سال ۱۳۹۳ افزایش یافته است که نمودارهای شماره ۶، ۷ و ۸ پراکنش اتاق ها بر اساس نوع واحد اقامتی را نشان می دهد.

جدول شماره ۱۱: تعداد اتاق های واحدهای اقامتی کشور از سال ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۳

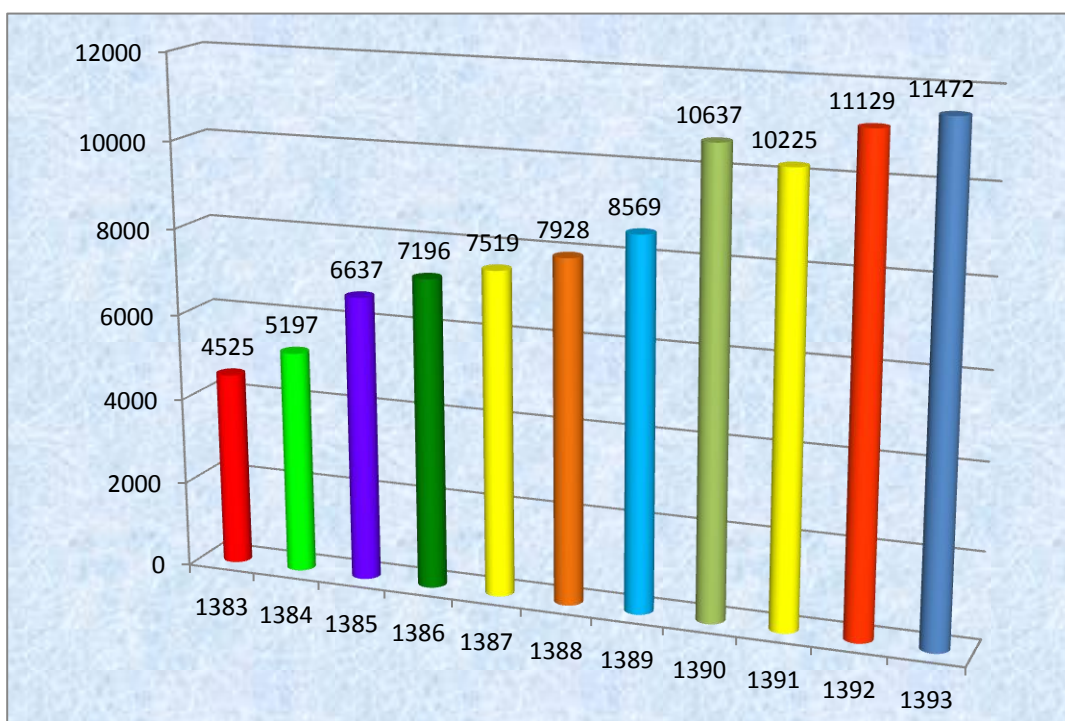
سال	هتل	هتل آپارتمان	مهمانپذیر	پانسیون	مجتمع اقامتی	جمع
1383	27835	4525	27855	0	0	60215
1384	29178	5197	28081	0	0	62456
1385	30680	6637	27882	0	0	65199
1386	31653	7196	27596	0	0	66445
1387	33534	7519	26981	0	0	68034
1388	34044	7928	24353	0	0	66325
1389	38445	8569	30479	0	0	77493
1390	42062	10637	29143	0	0	81842
1391	43853	10225	28011	1567	0	83656
1392	44618	11129	25674	2995	0	84416
1393	43823	11472	23191	2945	2403	83834

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، معاونت گردشگری، ۱۳۹۴

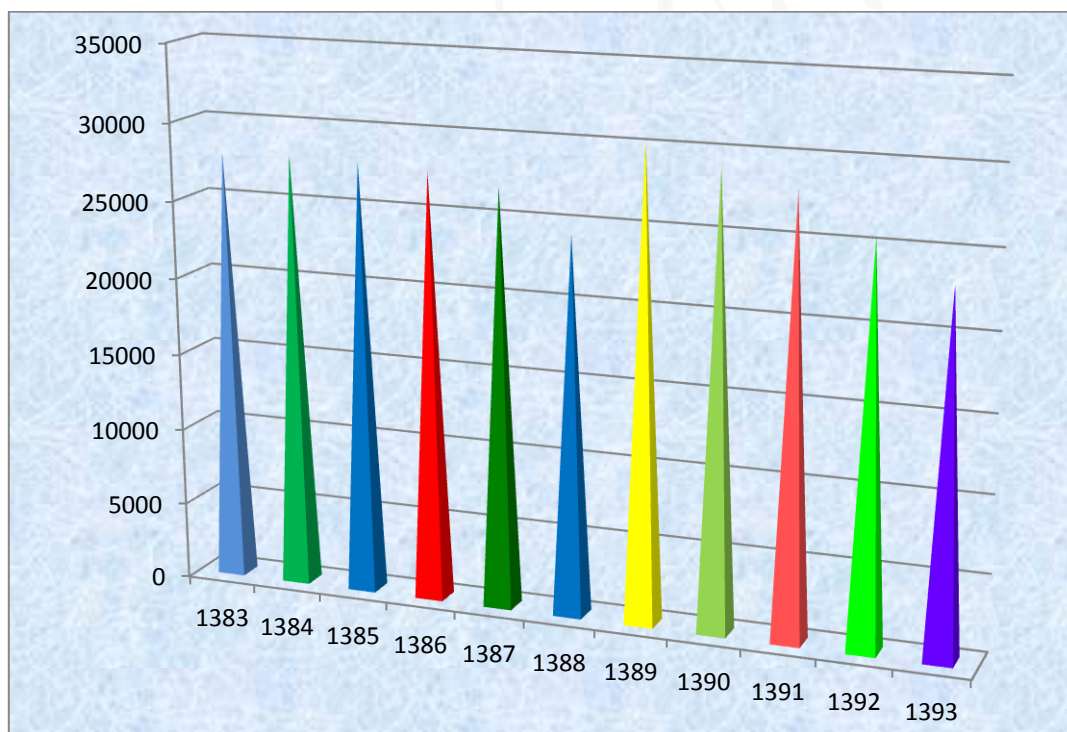
نمودار شماره ۱۱: تعداد اتاق های موجود در هتل های کشور طی سال های ۱۳۸۳- ۱۳۹۳



نمودار شماره ۱۲: تعداد اتاق موجود در هتل آپارتمان های کشور ۱۳۸۳-۱۳۹۳



نمودار شماره ۱۳: تعداد اتاق موجود در مهمانپذیرهای کشور ۱۳۸۳-۱۳۹۳



۱,۴. مقایسه بین المللی وضعیت گردشگری با کشورهای منتخب

بر اساس شاخص های آخرین گزارش «رقابت پذیری سفر و گردشگری»، ایران در میان ۱۴۱ کشور، جایگاه ۹۷ ام را دارد. در میان ارکان ایران، بهترین عملکرد متعلق به رکن رقابت پذیری قیمتی (با رتبه ۱) و ضعیف ترین عملکرد در ارکان به رکن اولویت دهی به سفر و گردشگری (رتبه ۱۳۰) و سپس رکن محیط کسب و کار و رکن زیرساخت خدمات گردشگری (هر دو با رتبه ۱۱۹) تعلق دارد. در میان گویه ها، شیوع ایدز (رتبه ۱)، مالیات بر بلیط و هزینه های فرودگاهی (رتبه ۳) و میزان ثبت نام در مدارس ابتدایی (رتبه ۵) را می توان به عنوان برترین نقاط قوت دانست. از سوی دیگر گویه های تخت های بیمارستانی و میزان مشارکت کارکنان زن (هر دو با رتبه ۱۴۰) اولویت صنعت گردشگری برای دولت (رتبه ۱۳۵) میزان آموزش کارکنان (رتبه ۱۳۴) جزء ضعیف ترین گویه های ایران به شمار می روند. در میان رقبای خاورمیانه و شمال آفریقا، امارات متحده عربی، قطر و بحرین به ترتیب سه رتبه برتر در میان ۱۶ کشور منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا را دارند. کشور ایران در منطقه، رتبه ۱۲ ام را به خود اختصاص داده است. این در حالی است که رتبه نخست منطقه (امارات متحده عربی) در مقیاس جهانی در جایگاه ۲۴ ام قرار گرفته است. ایران با نمره ۶,۶۳ از لحاظ رقابت پذیری قیمتی در منطقه نیز برتر است. پایین ترین نمره در میان رکن های ایران در منطقه، رکن گشودگی بین المللی ۲,۱۴ است که رقم آن به میانگین منطقه ۲,۱۸ نزدیک و هنوز از بهترین عملکرد جهانی ۵,۲۵ فاصله دارد. توجه به مولفه های فوق می تواند اتخاذ سیاست های صحیح در حوزه گردشگری موثر باشد، امری که با در اولویت قرار گرفتن گردشگری در سیاست های کلی برنامه ششم (بند «۵۱») هم اکنون یک ضرورت به شمار می رود.

جدول شماره ۱۲: مقایسه رتبه ایران در ارکان مختلف با کشورهای اول تا سوم

ردیف	عنوان	رتبه اول	رتبه دوم	رتبه سوم	رتبه ایران
1	محیط کسب و کار	سنگاپور	هنگ کنگ	قطر	119
2	امنیت و ایمنی	فنلاند	قطر	امارات متحده عربی	96
3	بهداشت و سلامت	اتریش	آلمان	لیتوانی	93
4	منابع انسانی و بازار کار	سوئیس	ایسلند	سنگاپور	114
5	آمادگی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات	فنلاند	هنگ کنگ	دانمارک	98
6	اواویت دهی به سفر و گردشگری	مالت	موریس	قبرس	130
7	گشودگی بین المللی	سنگاپور	شیلی	نیوزیلند	116
8	رقابت پذیری قیمتی	ایران	مصر	اندونزی	1
9	پایداری محیطی	سوئیس	ایرلند	فنلاند	115
10	زیرساخت حمل و نقل هوایی	کانادا	ایالات متحده آمریکا	امارات متحده عربی	93
11	زیرساخت های حمل و نقل زمینی و دریایی	هنگ کنگ	سنگاپور	هلند	76
12	زیرساخت خدمات سفر	اتریش	قبرس	ایتالیا	119
13	منابع طبیعی	برزیل	استرالیا	ایالات متحده آمریکا	98
14	منابع فرهنگی و تجارت سفر	اسپانیا	فراسه	ایتالیا	37

ماخذ: مجمع جهانی اقتصاد، گزارش رقابت پذیری سفر و گردشگری ۲۰۱۵

در ایران سیاست های توسعه ی صنعت گردشگری، به جای هم سونمودن شرایط داخلی، مقاصد و جاذبه ها و محصولات گردشگری با شرایط جهانی این صنعت، سعی در هم سو کردن گردشگری بین المللی با شرایط داخلی خود دارد. با اینکه مؤلفه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیاری از کشورهای در حال توسعه و مسلمان، به مثابه ی یک چالش مهم در برابر توسعه ی گردشگری در این کشورها ظاهر شده است؛ اما اغلب آن ها تجارب متفاوتی در حوزه ی گردشگری دارند. عربستان و ترکیه از جمله ی این کشورها هستند که علی رغم داشتن اشتراکات فراوان با ایران، تجارب نسبتاً موفق در این زمینه

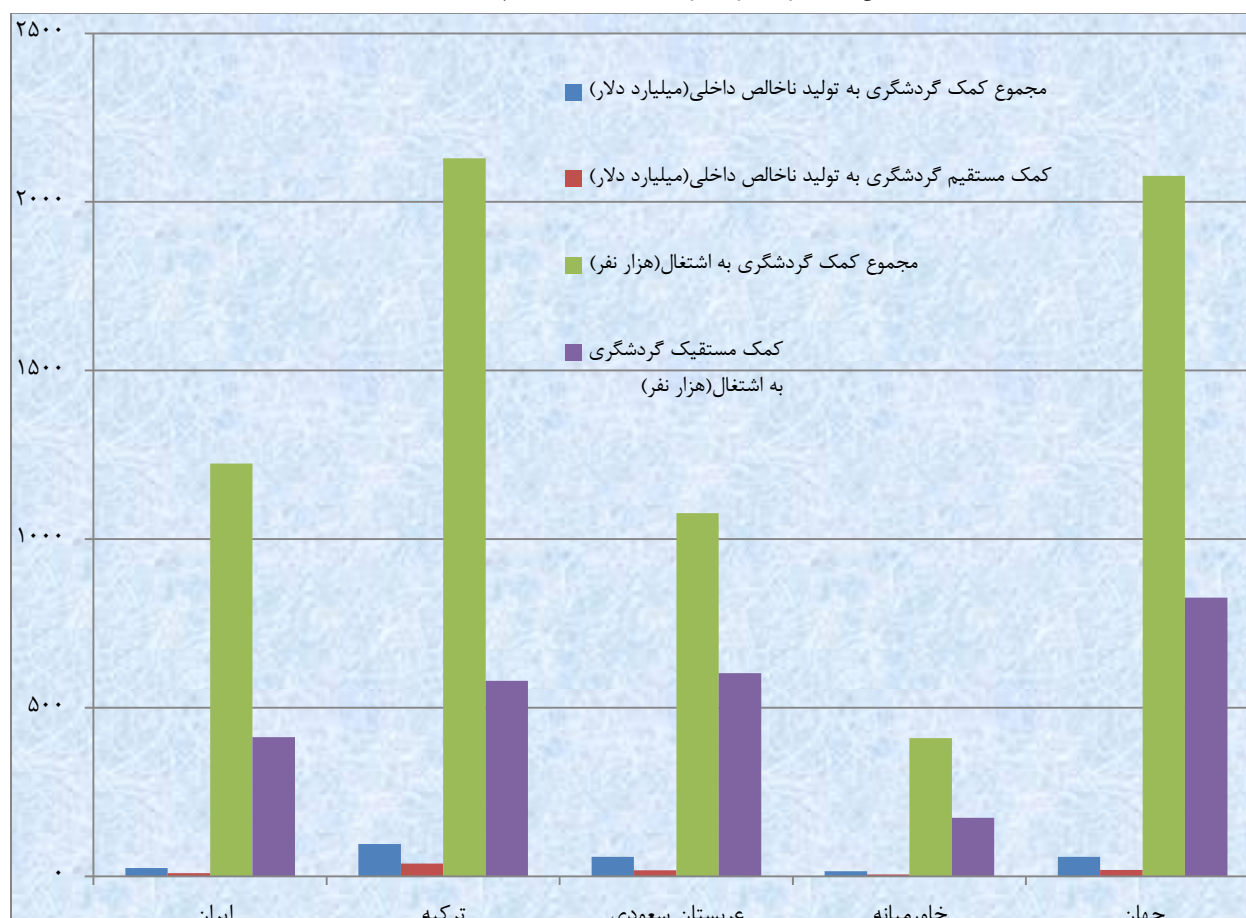
دارند. جدول ذیل برخی از مهم ترین ویژگی های اقتصادی و نیز گردشگری کشورهای ایران، ترکیه، عربستان در مقایسه با خاورمیانه و جهان را نشان می دهد.

جدول شماره ۱۳: جدول مقایسه شاخص های گردشگری ایران با کشورهای منتخب، خاورمیانه و جهان

عنوان	ایران			ترکیه			عربستان سعودی			متوسط خاورمیانه			متوسط جهان		
	2013	2014	درصد پیش بینی رشد ۲۰۱۵	2013	2014	درصد پیش بینی رشد ۲۰۱۵	2013	2014	درصد پیش بینی رشد ۲۰۱۵	2013	2014	درصد پیش بینی رشد ۲۰۱۵	2013	2014	درصد پیش بینی رشد ۲۰۱۵
مجموع کمک گردشگری به تولید ناخالص داخلی (میلیارد دلار)	22.4	25.1	6.1	101.2	95.8	3	31.9	58.1	6.1	12.9	15.4	4.6	55	58.3	3.7
کمک مستقیم گردشگری به تولید ناخالص داخلی (میلیارد دلار)	8.2	9.1	6.6	37.4	37.6	2.8	12.7	18.2	6.2	4.9	5.7	4.8	18	19.4	3.7
مجموع کمک گردشگری به اشتغال (هزار نفر)	1184	1224	5.1	2318	2130	3.7	392	1077	7.7	344	410	4.4	2017	2077	2.6
کمک مستقیم گردشگری به اشتغال (هزار نفر)	415	412.8	4.4	588	579.8	5.9	168	602.8	7.8	134	173.4	4.5	800	827	2

مأخذ: Word Development Indicators 2015, The Word Bank

نمودار شماره ۹- مقایسه شاخص های گردشگری ایران با کشورهای منتخب، خاورمیانه و جهان در سال ۲۰۱۴



کشور ترکیه در سال ۲۰۰۴ برنامه «استراتژی توسعه گردشگری ترکیه تا سال ۲۰۲۳» را تدوین نموده است، شاخص های گردشگری در سال ۲۰۰۴ از جمله تعداد گردشگران ورودی ۱۷,۵ میلیون نفر، تعداد تخت ۴۸۰,۰۰۰، سرمایه گذاری در بخش گردشگری ۳۵ میلیارد دلار در سال، سهم سرمایه گذاری ۱۵ درصد دولتی، ۱۵ درصد خارجی و ۷۰ درصد بخش خصوص ترکیه بوده است. قابل ذکر است که در همین سال درآمدهای ترکیه از حوزه گردشگری ۱۲ میلیارد دلار در سال بوده است. و هدف گذاری آنها برای صدمین سال تأسیس کشور ترکیه یعنی ۲۰۲۳ ۶۰ میلیون گردشگری ورودی بوده است که تا سال ۲۰۱۴ طی ۱۰ سال بیش از ۶۰ درصد هدف گذاری تحقق پیدا کرده است (TST). جدول شماره ۱۴ مقایسه صنعت گردشگری ایران و ترکیه در یک نگاه کلی در سال ۲۰۱۴ را نشان می دهد.

جدول شماره ۱۴: مقایسه صنعت گردشگری ایران و ترکیه در یم نگاه کلی در سال ۲۰۱۴

موضوع مقایسه	ایران	ترکیه
جمعیت (میلیون نفر)	۷۶	۷۵
سرانه GDP (دلار)	۴۹۴۱	۱۰۸۰۷
رتبه از نظر جاذبه های گردشگری	۱۵	۲۸
رتبه در جذب گردشگر	۴۸	۶
سهم گردشگری از تولید ناخالص ملی (درصد)	۲,۲	۴,۶
تعداد گردشگران ورودی (میلیون نفر)	۵,۲	۴۰,۵
سهم اشتغال مستقیم در بخش گردشگری (درصد)	۱,۸	۹,۱
سرمایه گذاری سالانه در بخش گردشگری (میلیارد دلار)	۱,۹	۱۴
تعداد هتل ها	۱۱۰۰	بیش از ۱۱۰۰۰

مأخذ: مهندسین مشاور امکو، اقتباس از آمارهای سازمان جهانی گردشگری

قابل ذکر می باشد تنها در آنتالیا ۳۵۰۰۰۰ تخت اقامتی وجود دارد و بر اساس برنامه استراتژی توسعه گردشگری ترکیه تا سال ۲۰۲۳ در ۵ سال آینده ۷۷۰۰ تخت (۱۳۰) هتل چهار و پنج ستاره در ترکیه ایجاد خواهد شد. (TST).

۱,۵. تحلیل دلایل موفقیت و عدم موفقیت

۱,۵,۱. عوامل موفقیت

بر اساس آمار موجود روند رشد گردشگران ورود به کشور طی سال های گذشته با رشد ۱۳ درصد مواجه بوده است این در حالی است رشد جهانی گردشگری ۳,۸ و منطقه جنوب آسیا ۴,۸ درصد در سال بوده است. که می توان علت های مختلفی برای آن برشمرد ولی با توجه به شاخص های اشاره شده در بخش رقابت پذیری سفر و گردشگری مهمترین عامل قیمت پایین بوده است به طوری که کشور ما در سطح جهان ارزان محسوب می شود در رتبه اول را بخود اختصاص داده است.

عامل دیگری را که می توان در این قسمت به آن اشاره کرد منابع بسیار عظیم میراث فرهنگی، طبیعی و صنایع دستی نام برد که نقش بسیار اساسی در جذب گردشگری دارند.

۱,۵,۲. عوامل عدم موفقیت

یکی از دلایل عدم موفقیت گردشگری مالکیت دولتی و شبه دولتی تاسیسات گردشگری است. بیش از ۲۰۰ واحد اقامتی و پذیرایی کشور در اختیار دستگاه های دولتی و شبه دولتی است که به صورت مستقیم و غیر مستقیم از بوجه عمومی کشور تغذیه خواهند کرد. این واحدها از سوی این دستگاه ها مورد تایید و حمایت می باشد.

کیفیت ارائه خدمات در این گونه واحدها در مقایسه با واحدهایی با مالکیت خصوصی پایین و سطح بهره وری اندک است.

- غالب این واحدها به دلیل دولتی بودن آن در مقابل دستگاه های نظارتی پاسخگو نبوده و بدین لحاظ بدبینی را از نظر کیفیت خدمات در بین مردمی که از این واحدها استفاده می کنند ایجاد کرده اند، بطوریکه گردشگران خارجی و داخلی کیفیت خدمات در هتل های پنج ستاره ایران را در سطح سه ستاره می دانند .

عمر زیاد این واحدها که اکثراً در قبل از پیروزی انقلاب اسلامی احداث شده اند باعث فرسودگی آنان شده که این موضوع در کنار عدم توجه به استفاده از کارکنان آموزش دیده سطح کیفیت ارائه خدمات را بشدت پایین آورده است .

تغییر مدیریت های پی در پی در سازمان های دولتی و به کار گیری افراد بی تجربه در حوزه های مدیریتی این واحدها باعث ناکارآمدی و به حذر رفتن سرمایه ها و موقعیت های کاری شده که اکثر این واحدها با ضرر و زیان سالانه مواجه شده اند. برای توجیه این ضرر و زیان اعلام می کنند که ما غیر انتفاعی هستیم و این مراکز را برای رفاه کارکنان وزارتخانه یا سازمان وابسته به آن احداث کرده ایم .

ارزان فروشی از دیگر مواردی است که شرکت های دولتی و شبه دولتی به دلیل در اختیار داشتن منابع مالی و تاسیساتی کافی برای از میدان خارج کردن رقبا در بخش خصوصی به کار می گیرند. این موضوع در بخش فروش تورهای گردشگری به گردشگران خارجی به یک معضل جدی تبدیل شده است.

سازمان های نیمه خصوصی (شبه دولتی) خود را در مقابل بازار پاسخگو نمی دانند، زیرا ماهیتاً «غیرانتفاعی» محسوب می شوند. این سازمان ها با دسترسی به منابع دولتی قادرند هزینه های سرمایه گذاری خود و همچنین سایر عوامل اثرگذار مانند تورم کارمند، عدم کارایی، ضعف مدیریت، مهارت پائین در ارائه خدمات و زیان های عملیاتی واحدهای تحت مدیریت خود را جبران کنند.

به دلیل ارتباطات دولتی و حجم بالای سرمایه این شرکت ها و موسسات، دسترسی آنان به تسهیلات بانکی در مقایسه با بخش خصوصی بسیار ساده تر بوده و آنان مشکلی از قبیل سپردن وثیقه و ارائه تضمین های مورد نیاز بانک ها ندارند .

این سازمان ها برای دریافت اجازه استفاده از ماهواره و کانال های تلویزیونی خارجی در واحدهای خود و یا پخش موسیقی دلخواه خود با هیچگونه مشکلی روبرو نمی شوند و از شمول بسیاری از مقررات که در مورد واحدهای خصوصی اعمال می شود معاف و مصون بوده و لذا در مقایسه با بخش خصوصی از قدرت رقابت بیشتری برخوردارند.

عدم اجرای بند ز ماده (۱۶۰) قانون برنامه توسعه کشور مبنی بر ممنوعیت ایجاد، اداره هرگونه مهمانسرا، زائرسرا، مجتمع مسکونی، رفاهی، درمانی، فضاهای ورزشی و تفریحی و نظایر آن، توسط کلیه دستگاه های اجرایی کشور.

عدم اجرای بند ز ماده (۱۶۰) قانون برنامه چهارم توسعه کشور مبنی واگذاری کلیه تأسیسات و خدمات یا بهره برداری از آنها به بخش غیر دولتی، حداکثر تا پایان سال سوم برنامه چهارم.

عدم وجود نظام جامع آماری در حوزه گردشگری و استخراج اثرات درآمدهای این صنعت بر سایر بخش های اقتصادی و فرهنگی کشور.

در حال حاضر سهم درآمدهای گردشگری در اقتصاد کشور کمتر از نیم درصد در نظر گرفته شده است. بدیهی است که در این شرایط وقتی سهم این صنعت به این اندازه ناچیز در نظر گرفته شده است، یک عزم جدی برای توسعه و رونق صنعت گردشگری در کشور وجود نخواهد داشت.

رویکرد درآمدهای اقتصادی دولت متکی به اقتصاد نفتی است تا درآمدهای گردشگری لذا موانع اجرایی و عملیاتی پیش روی سرمایه گذاران که تأمین کنندگان زیرساخت های برنامه های توسعه صنعت گردشگری هستند، همچنان باقی است.

کم آگاهی و ناآگاهی دولت مردان، تصمیم گیران، برنامه ریزان و برنامه نویسان توسعه کشور از اثرات اقتصادی و فرهنگی و سیاسی توسعه گردشگری کشور.

مشروط کننده های فرهنگی و اعتقادات مذهبی

هراس از اثرات مخرب گردشگری بر فرهنگ

پنجاه های نادرست جامعه در مورد گردشگران

پایین بودن سطح اطلاعات آگاهی مردم در زمینه گردشگری

تفاوت در فرآیندهای اجتماعی و نحوه گذران اوقات فراغت

عدم شناخت سلیقه های گردشگران
نامشخص بودن اهمیت گردشگری برای بسیاری از مردم
عدم تبلیغ مناسب در زمینه های جاذبه های گردشگری ایران
استفاده از درآمدهای نفتی که منجر به رقابت نابرابر میان بخش خصوصی و دولتی شده است.
عدم اجرای تخفیفات قانونی برای انواع تأسیسات گردشگری
عدم حمایت دولت از دفاتر مسافرتی و خدماتی
غیرمنسجم بودن قوانین موجود و نبود قانون نظام جامع گردشگری کشور
نبود برنامه جامع توسعه گردشگری کشور در سطوح ملی و استانی
نبود سامانه نظارتی قانونی و مدون
نبود قانون جامع و ضوابط و استانداردهای روشن برای تأسیس و اداره زیرساخت های گردشگری
متناسب نبودن برخی از قوانین و مقررات با نیازهای روز و رویکرد جدید جامعه به بخش گردشگری و
به طور کلی نبود محمل های قانونی تسهیل کننده برای بخش گردشگری در زمینه استفاده از قابلیت ها
و جاذبه های متنوع طبیعی کشور
ناکارآمدی قوانین و مقررات موجود برای تأمین تسهیلات مالی مورد نیاز بخش گردشگری، به ویژه
گردشگری طبیعی
نبود قوانین و مقررات متناسب با فن آوری ها، روشها و ابزارهای نوین و پیشرفته بهره برداری

۲.۱. چالش ها و تنگناهای گردشگری کشور

با توجه به قابلیت ها و ظرفیت های گردشگری در ایران، بخش گردشگری از جمله بخش های پایه در اقتصاد ایران است که توسعه آن موجبات توسعه بسیاری از دیگر فعالیت های اقتصادی را فراهم می نماید. تنوع فعالیت های مربوط به گردشگری باعث شده است تا رونق این بخش، اثرات اقتصادی بالایی را برای اقتصاد کشور در مقایسه با سایر بخش های اقتصادی ایجاد نماید. علاوه بر این توسعه این بخش، نقش موثری در کاهش بیکاری و همچنین بهبود توزیع درآمد و افزایش درآمدهای دولت دارد. قوانین، مقررات و دستورالعمل و رویه های نا سازگار و بعضاً قدیمی و ناکارآمد در حوزه صنعت گردشگری، همواره به عنوان چالش ها و تنگناهای جدی در این بخش عمل کرده است. همه فعالان حوزه گردشگری کشور می پذیرند که وقتی گردشگری ایران با همه استعداد اقتصادی و فرهنگی اش قرار نیست بار اصلی اقتصاد کشور را به دوش بکشد و بخش کوچکی از این زحمت را به عهده دارد:

- ۱- دلیلی وجود ندارد که همه دستگاه های کشور تمام و کمال در خدمت این حوزه باشند چون باید اهتمام آنها به بخش های اصلی اقتصاد کشور باشد.
 - ۲- دلیلی ندارد که منابع فراوان مالی کشور در خدمت این حوزه قرار گیرد زیرا اولویت استفاده از منابع حق بخش های اصلی اقتصاد کشور است.
 - ۳- دلیلی ندارد که دستگاه های دیپلماسی سیاسی و امنیتی کشور مطابق میل این حوزه عمل نماید، چون در بسیاری موارد تقاضای صنعت گردشگری در مغایرت با سایر برنامه ریزی های کشور قرار دارد.
- اما گردشگری برای کشور لازم و حیاتی است. زیرا سفر، بخش مهمی از زندگی مردم است و جمعیت هفتاد و چند میلیونی خودمان نیازمند به سفر کردن هستند و البته گروهی از گردشگران خارجی که با همه اوصاف علاقمند سفر به ایرانند. از این منظر باید تلاش کرد که امکانات مورد نیاز صنعت گردشگری متناسب با تقاضای گردشگری داخلی و گردشگران خارجی تأمین شود تا مردم بتوانند به سهولت از امکانات گردشگری کشور متناسب با شأن و منزلتشان بهره ببرند و خدمات گردشگری در سطح استانداردهای جهانی به آنها عرضه شود. لذا با توجه به تأکید مقام معظم رهبر در این گزارش با در نظر گرفتن محدودیت ها، جایگاه و نیازهای صنعت گردشگری کوشیده است موانع و مشکلات بخش خصوصی در صنعت گردشگری کشور را مورد بررسی قرار داده تا شناسایی این مشکلات زمینه رفع موانع و حل مشکلات را فراهم نماید. به همین منظور موانع و محدودیت های موجود در این بخش بر اساس دسته بندی مختلف به شرح زیر ارائه شده است:
- تبلیغات گسترده و جنگ رسانه ای برای شهرت ایران در سطح جهان به عنوان یک کشور توسعه نیافته، محدود و ناامن که در آن با گردشگران برخوردهای خطرناک و محدود کننده صورت می گیرد. این تبلیغات باعث کاهش ورود گردشگران خارجی به ایران شده و هتل های بزرگ کشور را در تنگنای مالی قرار داده است.
 - تحریم های بی رحمانه اقتصادی گسترده که مانع دسترسی کشور به امکانات پیشرفته صنعتی شده و توان تولید خدمات با کیفیت در صنعت گردشگری را تضعیف کرده است. این موضوع به ویژه در بخش، جذب سرمایه گذاران گردشگری و حمل و نقل هوایی به وضوح قابل مشاهده است.
 - عدم استقبال گردشگران خارجی برای سفر به ایران موجب ایجاد رکود در تولید صنایع دستی و هنرهای سنتی کشور، عدم سرمایه گذاری جدید و بیکاری شاغلان در این حوزه شده است.
 - تحریم های اقتصادی امریکا بر علیه ایران منجر به عدم استفاده و کاربرد کارت های اعتباری بین المللی و انتقال پول از طریق سیستم الکترونیک به ایران شده است.
 - کشور ما در مقایسه با سایر کشورها به لحاظ فرهنگی، اجتماعی و قانونی تفاوت های اساسی دارد و جامعه ما هم به لحاظ فرهنگی و هم به لحاظ قانونی پایینند به هنجارهایی است که در جهان فقط اختصاص به کشور ما

دارد. هنجارهایی مثل نوع پوشش خانم‌ها که رعایت کردن آن برای همه افراد جامعه حتی گردشگران خارجی الزامی است و عدم وجود تفریحاتی مثل تفریحات ساحلی، کلوب‌های شبانه و محدودیت در اغذیه و اشره گردشگران، دایره مشتریان گردشگری کشور را هر چه بیشتر محدودتر می‌کند اگر چه تاکنون نظریه‌های متفاوتی درباره تمرکز روی گردشگران مسلمان که اینگونه هنجارها از اعتقادات دینی و مذهبی ایشان است یا تبدیل حجاب خانم‌ها از تحدید به فرصت و تبلیغ آن به عنوان یک جاذبه گردشگری و مسائل دیگری از این دست تاکنون وجود داشته است، لیکن عملاً و به تجربه ثابت شده که هیچ یک از این پیشنهادها در عمل نمی‌تواند تحول جدی در بازار گردشگری کشور داشته باشد. مسلمانان در سراسر جهان به گونه‌ای که ایران به حجاب پایبند است، اعتقادی به آن ندارند. آنها با رعایت دستورات دینی و سنت‌های خود از انواع تفریحات و اغذیه و اشره استفاده می‌کنند.

- بازار گردشگری و اقتصاد توریسم در سراسر جهان بر پایه گردشگرانی استوار است که از توان مالی کافی برای سفر به دیگر نقاط مختلف جهان برخوردارند و اغلب این گردشگران ساکن کشورهای هستند که از اقتصادهای کلان و پیشرفته‌ای برخوردارند و متأسفانه اغلب این کشورها معتقد به مذاهب دیگری هستند که بنا به اعتقادات دینی ایشان هنجارهای قانونی کشور ما برای آن محدودیت به حساب می‌آید.

- با وجود محدودیت‌های ایجاد شده برای گردشگران خارجی، مقاصد بهتری برای گردشگران مسلمان در جهان وجود دارد که مزیت‌های نسبی فوق‌العاده‌ای نسبت به کشور ما دارند. مقاصدی همانند مالزی، ترکیه، سوریه و عربستان. کشور عربستان به دلیل استقرار خانه کعبه و مدینه‌النبی بیشترین سهم از بازار گردشگری زیارتی را به خود اختصاص داده است و حتی یکی از مقاصد بسیار مهم برای مردم کشور ما است.

- صنعت گردشگری بایستی خود را با موانع و محدودیت‌های موجود (فارغ از ارزش‌گذاری روی عناوین این محدودیت‌ها) تطبیق دهند و این به طور حتم بازار آنها را محدود کرده و عملاً بخش عمده‌ای از بازار بین‌المللی را از دست خواهند داد.

۷,۱. ساختارها، ظرفیت ها و محدودیت های حقوقی و قانونی

۷,۱,۱. ساختارها

یکی از مهمترین وظایف سازمان های گردشگری، مداخله در هماهنگ نمودن تمام بخش ها و تشکیلات مختلفی است که مستقیم یا غیر مستقیم با گردشگری سروکار دارند مانند هماهنگ نمودن فعالیت های آژانس ها و هتل ها، تهیه برنامه های تبلیغاتی گردشگری و ارائه برنامه خاصی جهت توسعه و تکامل صنایع و هنرهای دستی، تشویق بخش خصوصی به سرمایه گذاری در گردشگری و... می باشد.

در راه اندازی تأسیسات گردشگری و زیرساخت های مربوط به آن در ایران علاوه بر اشخاص حقوقی و حقیقی (فعالان و سرمایه گذاران بخش خصوصی) دستگاه ها و نهادهای دولتی متعددی نیز دخالت دارند و ایجاد اینگونه زیرساخت ها لزوماً در گرو اقداماتی است که از سوی این دستگاه ها صورت می گیرد. این اقدامات طیف متنوعی را در بر می گیرد که دامنه شمول آن ها از تصویب قوانین و مقررات در نهادهای مربوطه (مجلس شورای اسلامی و هیأت وزیران) آغاز می شود و تا دستگاه ها و نهادهای مختلفی که وظایف مربوط به صدور مجوزها و نظارت بر اجرای فعالیت ها - هم در دوره اجرای پروژه و هم در دوره بهره برداری - را عهده دارند امتداد می یابد. فهرست این نهادها و دستگاه ها در سطوح ملی و استانی به شرح زیر است:

جدول شماره ۱۴: فهرست دستگاه ها و نهادهای دولتی و غیردولتی مرتبط با موضوع گردشگری

فهرست ذینفعان گردشگری جمهوری اسلامی ایران		
ردیف	نام نهاد	مثال های یی از چگونگی تأثیر گذاری در حوزه گردشگری
۱	وزارت کشور	تنظیم مقررات و تامین امنیت گردشگران
۲	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	فرهنگ سازی برای توسعه گردشگری
۳	وزارت آموزش و پرورش	فرهنگ سازی برای توسعه گردشگری، تربیت بخشی از نیروی انسانی صنعت گردشگری
۴	وزارت اطلاعات	نظارت بر ورود و خروج اتباع خارجی
۵	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری	تربیت بخشی از نیروی انسانی صنعت گردشگری
۶	وزارت امور خارجه	قوانین و مقررات، صدور ویزا و انجام فعالیت های تفریحی در خارج از کشور
۷	وزارت راه و شهرسازی	ایجاد زیر ساخت ها، تدوین استانداردهای ایجاد تاسیسات و امکانات
۸	وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی	تعریف استانداردهای بهداشتی برای مسافران و جامعه میزبان، متولی اصلی گردشگری پزشکی
۹	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	رسیدگی به امور کارکنان در صنعت گردشگری
۱۰	وزارت ورزش و جوانان	سیاست گذاری و اجرای برنامه های گردشگری ورزشی
۱۱	وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	تاسیسات و زیر ساخت های ارتباطی
۱۲	وزارت اقتصاد و دارایی	سیاست گذاری جهت حمایت از بخش گردشگری
۱۳	وزارت نیرو	کمک به بهره برداری از سدها در راستای اهداف گردشگری
۱۴	وزارت صنعت، معدن و تجارت	کمک به توسعه بنگاه های گردشگری و حمایت از حقوق مصرف کنندگان گردشگری
۱۵	شورای عالی انقلاب اسلامی	سیاست گذاری فرهنگی
۱۶	مجلس شورای اسلامی	قانون گذاری جهت رونق صنعت گردشگری و نظارت بر اجرای قوانین مربوط
۱۷	قوه قضائیه	بررسی دعاوی حقوقی مرتبط با اتباع بیگانه، عرضه کنندگان گردشگری، ابنیه تاریخی
۱۸	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	سیاست گذاری، مدیریت و هدایت امور مربوط به گردشگری

۱۹	معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری (سازمان مدیریت و برنامه ریزی سابق)	تعیین مشاوران ذی صلاح برای اجرای طرح توسعه گردشگری
۲۰	سازمان امور عشایر ایران	حمایت از جامعه عشایر به عنوان بخشی از جذابیت های فرهنگی کشور
۲۱	سازمان تعاون روستایی	حمایت از مشارکت جامعه محلی روستایی در حوزه گردشگری
۲۲	سازمان حمل و نقل و پایانه ها	مدیریت و نظارت بر خدمات حمل و نقل برون شهری
۲۳	سازمان هواپیمایی کشوری	تسهیل ورود و خروج مسافران هوایی بین مرزی
۲۴	سازمان صدا و سیما	اطلاع رسانی در مورد گردشگری و ارتقای فرهنگ سفر در کشور و ایجاد تصویر مناسب از کشور
۲۵	سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی	کمک به جذب گردشگری فرهنگی از طریق دفاتر فرهنگی خارج کشور
۲۶	سازمان امور مالیاتی	تنظیم مالیات بر عرضه کنندگان گردشگری
۲۷	سازمان توسعه تجارت	ارائه جوایز صادراتی به آژانس های مسافرتی و تور گردانان
۲۸	سازمان زمین شناسی	تهیه داده های اطلاعات برنامه ریزی برای گردشگری
۲۹	سازمان سرمایه گذاری و کمک های اقتصادی و فنی	تسهیل سرمایه گذاری مستقیم خارجی در بخش گردشگری
۳۰	سازمان جنگل ها ، مراتع و آبخیزداری	حاکمیت بر منابع طبیعی کشور
۳۱	سازمان حفاظت محیط زیست	کمک به توسعه پایدار گردشگری، تعیین مناطق مناسب برای توسعه گردشگری
۳۲	شورای عالی مدیریت و برنامه ریزی اقتصادی	سیاست گذاری اقتصادی
۳۳	شورای عالی عشایر ایران	رسیدگی به وضع عشایر و کوچ نشینان کشور
۳۴	شورای برنامه ریزی توسعه استان	سیاست گذاری های استانی
۳۵	گمرک ایران	تسهیل مقررات ورود و خروج کالا در کشور
۳۶	شرکت خدمات فرودگاهی	مدیریت و نظارت بر خدمات حمل و نقل هوایی
۳۷	شرکت های بیمه تجاری	ارائه انواع بیمه ها برای آسایش خاطر مسافران در طول مسافرت

۳۸	شرکت های حمل و نقل ریلی	مدیریت و نظارت بر خدمات حمل و نقل برون شهری ریلی
۳۹	شرکت های حمل و نقل هوایی	ارائه خدمات مناسب به مسافران در طول سفر
۴۰	شرکت های حمل و نقل زمینی	ارائه خدمات مناسب به مسافران در طول سفر
۴۱	بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	تسهیل تبادلات ارزی با بانک های سایر کشورها، سیاست های پولی تاثیر گذار بر گردشگری
۴۲	شهرداری کلانشهرها	
۴۳	شوراهای اسلامی شهر و روستاها	

مأخذ: شالباغیان، ۱۳۹۳.

۷.۱.۲. ظرفیت های قانونی

دولت ها می توانند در قبال سیاستگذاری گردشگری بی تفاوت، کاملاً اثرگذار و یا میانه رو باشد. حالت بی تفاوتی زمانی است که دولت نه گردشگری را تشویق می کند و نه مانع آن می شود در این حالت دولت کشور را توسعه می دهد و کاری به گردشگری ندارد مثلاً با ایجاد یک فرودگاه ناخواسته به سیستم حمل و نقل کمک کرده است. وقتی که دولتها کاملاً اثرگذار باشند در این حالت سیاست های خوب را مشخص می کند، قوانین را اصلاح می کند، زیرساخت ها را بهبود می بخشد، بودجه برای گردشگری تخصیص می دهد و... در کشوری که می خواهد گردشگری را توسعه دهد دولت بایستی نقشی فعال داشته باشد. در جایی که گردشگری در آغاز راه است، دولت بایستی نقش فعال در راه اندازی گردشگری داشته باشد و تسهیلات را برای رونق گردشگری در آن مقصد فراهم آورد و پس از رونق گردشگری بهتر است، دولت حالت میانه رو در زمینه گردشگری اتخاذ کند و اجازه بیشتری به بخش خصوصی بدهد (Inskeep, 1991: 170).

مداخله دولت ها در امور گردشگری واقعی انکار ناپذیر است. این صنعت قادر نیست بدون مداخله دولت ها به بقای خود ادامه دهد زیرا تنها دولت ها هستند که توان تامین ثبات سیاسی، امنیت، وضع قوانین و چارچوب های مالی مورد نیاز این بخش ها، فراهم آوری زیرساخت ها، مذاکره و توافق با سایر دولت ها در راستای مسائلی چون شکل مهاجرت یا پروازها و فرود در قلمرو ملی و... را دارد (بنادروش، ۱۳۸۲: ۲۳). اقداماتی که دولت ها بطور کلی در زمینه گردشگری در کشورها بعمل می آورند بطور خلاصه از این قرارند:

تهیه قوانین و مقررات:

مقررات فرهنگی: مقررات نگهداری و حفظ آثار و گنجینه های هنری و باستان ی، تاسیس موزه و نگهداری اشیاء هنری و باستانی، موسسات فرهنگی - تحقیقاتی، برگزاری جشن ها و جشنواره ها و نمایشگاه ها و....

مقررات صنعتی و تأسیساتی: مقرراتی در مورد تأسیسات گردشگری و دیگر صنایعی که برای گردشگری بوجود آمده اند مانند قوانین مربوط به ساختمان و درجه بندی هتل ها، رستوران ها، قیمت گذاری غذاها، خرید و فروش کالای مورد نیاز گردشگران، نحوه ارائه خدمات توسط مدیریت هتل ها و....

مقررات حمل و نقل: قوانین مربوط به حمل و نقل بعلت رابطه مستقیم حمل و نقل با گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است. کنترل بهای بلیط وسایل نقلیه از جمله سیاست های مهم گردشگری کشورها محسوب می شود. به همین لحاظ دیده شده در اغلب کشورها، برای جذب گردشگر بیشتر، تسهیلات خاصی در امر تهیه بلیط بالاکس بلیط راه آهن ملحوظ می دارند. امور مربوط به شرکتهای اتوبوسرانی، هواپیمایی، کشتی های مسافربری، راه آهن، قیمت تورهای گردشگری و نحوه فعالیت آن ها، رابطه آژانس ها با هتل ها و....

مقررات مالی و ارزی: از نظر پولی و مالی، سیستم آزاد یا محدود ارزی ممکن است در بعضی کشورها اعمال گردد و اثرات بد یا خوبی در امر گردشگری بر جای گذارد. آزادی یا محدودیت مبادلات مستقیم در هر کشوری طبعاً با وضع کلی اقتصادی و موازنه ارزی پرداخت های خارجی آن کشور بستگی دارد. دولت ها برای مبادلات ارزی قوانین خاصی تدوین کرده اند که تا سرحد امکان با ایجاد سرعت و سهولت در این امر، برای گردشگران تسهیلات فراهم گردد.

مقررات گمرکی: از طرف دیگر مقررات خاصی لازم است که انجام اموری مانند بازبینی چمدان های مسافران و سایر امور گمرکی در چارچوبی معین مشخص گردیده و حداقل تشریفات لازم در این خصوص اعمال شود. لغو مالیات ها و عوارضی که گردشگران موظف به پرداخت آن هستند تاثیر زیادی در افزایش تعداد گردشگر دارد.

قوانین مربوط به تسهیلات گردشگری: مقررات ورود و خروج گردشگران، گذرنامه، روادید و اقامت، بازدید از اماکن باستانی و تاریخی، عکسبرداری از اماکن و دیدنی های کشور میزبان، شرایط رفت و آمدهای داخلی و مسافرت به مراکز گردشگری، بهداشت، رسیدگی به شکایات، قوانین و علایم راهنمایی و رانندگی (دیبایی، ۱۳۷۱: ۶۴)

انجام تبلیغات گردشگری

تبلیغات یکی از مؤثرترین وسایلی است که می توان از طریق آن اقدام به جلب گردشگران نمود. طبق توصیه "اتحادیه بین المللی سازمان های رس می جهانگردی" که در حال حاضر به سازمان جهانی گردشگری تغییر نام داده است، سازمان های ملی گردشگری باید حداقل ۳ تا ۵ درصد از کل بودجه خود را به منظور انجام تبلیغات گردشگری اختصاص دهند.

انواع تبلیغات گردشگری بطور کلی به دو دسته تقسیم می شوند:

تبلیغات خارجی: به منظور بدست آوردن بازارهای کشورهای ص ادر کننده گردشگر و ترغیب آنها به بازدید از کشور تبلیغ کننده.

تبلیغات داخلی: معرفی جاذبه های گردشگری کشور به افراد کشور متبوع و ترغیب آنها به مسافرت داخلی (دیباچی ۱۳۷۱: ۶۷).

بررسی ها نشان می دهد که در شرایط حاضر بیش از ۳۰ قانون، آئین نامه و دستورالعمل جهت تسهیل در ایجاد زیرساخت های گردشگری توسط نهادهای قانونی به تصویب رسیده و در مسئولیت اجرایی آنها به عهده بیش از ۲۸ دستگاه و نهاد اجرایی کشور محول گردیده است. فهرست این نهادها و ارتباط آنها با قوانین و مصوبات فوق در جدول ۱۵ درج شده، اصل این مصوبات نیز در قالب پیوست و به تفکیک فصول جداگانه، ارائه شده اند. با توجه به چند بعدی بودن بخش گردشگری و تنوع موارد مرتبط با این بخش، مصوبات قانونی و مقرراتی مربوط به آنها نیز از تنوع وافر برخوردار است. مصوبات فوق موضوعات متعددی چون سیاستگذاری و برنامه ریزی، تأمین منابع پایه و زیرساختی، نظام اجرایی و تأمین منابع مالی، نظام بهره برداری و نظام نظارتی این بخش را پوشش می دهند. در جدول شماره ۱۶ فهرستی از مصوبات و موضوعات اصلی مرتبط با بخش گردشگری از این منظر ارائه شده است.

جدول شماره ۱۵: ظرفیت های قوانین و مقررات مرتبط با بخش گردشگری بر حسب دستگاه ها و نهادهای اصلی

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
۱	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	<p>اساسنامه سازمان میراث فرهنگی کشور (مصوب ۱۳۶۷/۴/۲۸)</p> <p>قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷)</p> <p>قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)</p> <p>قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷)</p> <p>قانون الحاق مواردی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت مصوب (۱۳۸۴/۷/۱۳)</p> <p>قانون مربوط به حریم آثار و ابنیه تاریخی</p> <p>قانون اصلاح مواردی از قانون مالیات های مستقیم (مصوب ۱۳۷۶/۱۱/۲۶)</p> <p>آیین نامه اجرایی ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه بندی و نرخ گذاری تأسیسات گردشگری و نظارت بر فعالیت آن ها (مصوب ۱۳۶۸/۳/۲ و اصلاحیه ۱۳۸۴/۴/۲۸)</p> <p>آیین نامه اجرایی نحوه تشکیل و اداره مناطق نمونه گردشگری (مصوب ۱۳۸۳/۹/۲۹)</p> <p>آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)</p> <p>آیین نامه اجرایی قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب سال ۱۳۷۰)</p> <p>قانون برنامه سوم توسعه</p> <p>ماده (۵۰) تنفیذ شده در ماده (۱۰۳) قانون برنامه چهارم توسعه</p> <p>مواد (۱۰) گانه آن</p> <p>دستورالعمل اجرایی آیین نامه ماده (۸) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در مورد محوه ایجاد و اداره مناطق نمونه گردشگری (بی تا)</p> <p>تصویب نامه شماره ۲۸۰۶۳ تا ۳۱۱۹۴ هـ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۲۶ هیأت وزیران</p>	<p>- تبصره (۱) مواد (۶۹) و (۸۸)</p> <p>- مواد (۲۴) و (۲۵)</p> <p>- تبصره (۷) ماده (۱۳۲)</p>

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
		<p>مصوبه تاریخ ۱۳۸۷/۱/۱۳ شورایعالی شهرسازی و معماری ایران</p> <p>آیین نامه اجرایی بند (ی) ماده (۶۹) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۴/۱۱/۳۰)</p> <p>قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)</p>	<p>- اصلاحیه ماده (۷)</p> <p>- بند (ز) ماده ۱۴۵</p>
۲	سازمان حفاظت محیط زیست	<p>قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست (مصوب ۱۳۵۳/۳/۲۸ و اصلاحیه ۱۳۷۱/۸/۲۴)</p> <p>آیین نامه اجرایی ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه، تفهید شده در ماده (۲۰) قانون برنامه چهارم توسعه قانون برنامه چهارم توسعه</p> <p>آیین نامه اجرایی بند (ی) ماده (۶۹) قانون برنامه چهارم توسعه و اصلاحیه آن</p> <p>آیین نامه طبیعت گردی</p> <p>قانون شکار و صید</p> <p>قانون حفاظت و بهره برداری از منابع آبرزی جمهوری اسلامی ایران</p> <p>قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت</p> <p>قانون برنامه سوم توسعه</p> <p>قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۴/۱/۱۳)</p> <p>آیین نامه اجرایی قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۹/۶/۱۶)</p> <p>مصوبه تاریخ ۱۳۸۷/۳/۱۳ شورایعالی شهرسازی و معماری ایران</p> <p>مصوبه شماره ۲۴۹ شورایعالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۸)</p>	<p>- ماده (۱۷) جزء (۱) بند (الف) ماده (۳) و بند (دو) ماده (۶) و ماده (۸) و جزء (۱) و تبصره زیر جزء (۳) بند (الف) ماده (۳)</p> <p>- ماده (۴) و تبصره زیر آن و ماده (۵)</p> <p>- تبصره زیر ماده (۶۳)، بند (ی) ماده (۶۹) و بند (ز) ماده (۱۴۵)</p> <p>- اصلاحیه ماده (۷)</p> <p>مواد (۳)، (۴)، (۵)، (۶)، (۷)، (۸) و (۹)</p> <p>مواد (۴) و (۲۷)</p> <p>مواد (۶)، (۱۷)، (۱۸) و (۱۹)</p> <p>ماده (۶۴)</p> <p>ماده (۱۰۵) تفهید شده در ماده (۷۱) قانون برنامه چهارم</p> <p>مواد (۲۲) و (۲۳)</p> <p>جزء (۱) بند (ب) ماده (۲)</p> <p>-</p> <p>- تبصره زیر ماده (۴)</p>

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
۳	وزارت جهاد کشاورزی	<p>مصوبه تاریخ ۱۳۸۷/۳/۱۳ شورای عالی شهرسازی و معماری ایران</p> <p>مصوبه شماره ۲۴۹ شورای عالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۸)</p> <p>اصلاحیه بند (خ) ماده (۱) آیین نامه مربوط به بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیل ها، مرداب ها، برکه های طبیعی و شبکه های آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۸۶/۱۲/۱۳)</p> <p>آیین نامه اجرایی موضوع تبصره زیر جزء (۳) بند (الف) ماده (۳) قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست</p> <p>مصوبه شماره ۲۳۷ شورای عالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۱/۳/۲۱)</p> <p>آیین نامه اجرایی قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۹/۶/۱۶)</p>	<p>- تبصره زیر ماده (۴)، ماده (۲) جزء های (۲)، (۳) و (۴) بند (ج) ماده (۳) و ماده (۴)</p> <p>- جزء (۱) بند (خ) ماده (۱)</p> <p>- جزء (۱) بند (ب) ماده (۲)</p>
		<p>لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت (مصوب ۱۳۵۸)</p> <p>قانون نحوه واگذاری و احیاء اراضی در حکومت جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۵۸/۶/۲۵)</p> <p>آیین نامه اجرایی لایحه قانونی اصلاح لایحه قانونی واگذاری و احیاء اراضی در حکومت جمهوری اسلامی (مصوب ۱۳۵۹/۲/۳۱)</p> <p>قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین (مصوب ۱۳۷۳/۳/۲۸)</p> <p>آیین نامه اجرایی ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه، تنفیذ شده در ماده (۲۰) قانون برنامه چهارم توسعه</p> <p>ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه</p> <p>قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳)</p>	<p>- ماده (۱) تبصره (۴) ماده (۵) و ماده (۱۱)</p> <p>- ماده (۱۸)</p> <p>- مواد (۲۵)، (۲۶) و (۳۲)</p> <p>- مواد (۷۵) و (۸۴)</p> <p>- ماده (۴) و تبصره زیر آن و ماده (۵) تبصره (۱) ماده (۶) و تبصره (۲) جزء (ب) بند (۲) ماده (۷)</p> <p>- بندهای (الف) و (ب)</p> <p>- ماده (۲۲)</p>

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
		<p>قانون اصلاحی قانون حفظ کاربری اراضی زراعی و باغ ها (مصوب ۱۳۷۴/۳/۳۱ و اصلاحیه ۱۳۸۵/۸/۱)</p> <p>آیین نامه اجرایی قانون اصلاح حفظ کاربری اراضی و باغ ها (مصوب سال ۱۳۸۶)</p> <p>قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۵۴/۴/۲۹)</p> <p>قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)</p> <p>آیین نامه اجرایی تبصره (۲) ماده (۲) قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۸۷/۱/۱۴)</p> <p>آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)</p> <p>قانون حفاظت و بهره برداری از منابع آبی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۷۴/۶/۱۴)</p> <p>قانون مربوط به حریم اراضی مجاور راه ها و شهرها</p>	<p>- ماده (۲) و تبصره (۲)</p> <p>- مواد (۱) و (۳)</p> <p>- تبصره (۲) ماده (۲)، مواد (۷) و (۹)</p> <p>- تبصره زیر ماده (۶۳) بند (ی) ماده (۶۹) و بندهای (ح)، (ط) و (ی) ماده (۱۱۴) و بند (ز) ماده (۱۴)</p> <p>- مواد (۲) و (۳)</p> <p>- مواد (۳)، (۴)، (۵)، (۶) و (۷)</p> <p>- مواد (۶)، (۱۷)، (۱۸) و (۱۹)</p>
۴	وزارت نیرو	<p>قانون تعیین حریم دریاچه احدثی در پشت سدها (مصوب ۱۳۴۴/۴/۲۷)</p> <p>قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۵۴/۴/۲۹)</p> <p>قانون توزیع عادلانه آب (مصوب ۱۳۶۱/۱۲/۱۶)</p> <p>لایحه قانونی رفع تجاوز از تأسیسات آب و برق کشور (مصوب ۱۳۵۹/۴/۳)</p> <p>آیین نامه حریم مخازن، تأسیسات آبی، کانال های عمومی آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۷۱/۴/۲۴)</p> <p>آیین نامه مربوط به بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیل ها، مرداب ها، برکه های طبیعی و شبکه های آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۷۹/۸/۱۶ و اصلاحیه ۱۳۸۲/۱۲/۱۳)</p> <p>آیین نامه اجرایی تبصره (۲) ماده (۲) قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۸۷/۱/۱۴)</p> <p>آیین نامه مربوط به اجرای ماده (۱) قانون تعیین حریم دریاچه احدثی پشت سدها (مصوب ۱۳۴۶/۷/۲۲)</p>	<p>- ماده (۱)</p> <p>- تبصره (۲) ماده (۲)، مواد (۷) و (۹)</p> <p>- تبصره های (۱) و (۲) ماده (۲)</p> <p>- مواد (۹) و (۱۰)</p> <p>- مواد هشتگانه آن</p> <p>- بند (خ) ماده (۱) و اصلاحیه جزء (۱) آن و تبصره الحاقی به ماده (۲) آئین نامه</p> <p>- مواد (۲) و (۳)</p> <p>- مواد (۱)، (۲) و (۶)</p>

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
		آیین نامه اجرایی ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه تنفیذ شده در ماده (۲۰) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۷۹/۹/۲۷) دستورالعمل چگونگی تصرف و تملک اراضی و املاک واقع در محدوده دریاچه ها، سدها و اراضی رقوم های بالاتر از آن (ابلاغیه ۱۳۷۶/۵/۴) دستورالعمل تعیین حریم کیفی آب های سطحی موضوع تصویب نامه ۱۳۸۲/۱۲/۱۸ هیأت وزیران قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)	- ماده (۴) و تبصره زیر آن و ماده (۵) - بندهای (۲)، (۳) و (۹) - بند (ز) ماده (۱۴۵)
۵	سازمان جنگل ها و مراتع و آبخیزداری	قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳) قانون حفاظت و بهره برداری از جنگل ها و مراتع (مصوب ۱۳۴۶/۵/۲۵ و اصلاحیه ۱۳۴۸/۱/۲۰) اصلاحیه آیین نامه اجرایی بند (ی) ماده (۶۹) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۴/۱۱/۳۰) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)	- ماده (۶) و تبصره زیر آن - ماده (۲۲) - ماده (۳)، بندهای (۵) و (۶) ماده (۴) و مواد (۳۱)، (۳۲)، (۳۳)، (۳۴)، (۳۵) و (۳۶) - اصلاحیه ماده (۷) - بند (ز) ماده (۱۴۵)
۶	وزارت راه و شهرسازی	لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت (مصوب ۱۳۵۸) قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳) مصوبه تاریخ ۱۳۸۷/۳/۱۳ شورای عالی شهرسازی و معماری ایران قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)	- ماده (۱)، تبصره (۴) ماده (۵) و ماده (۱۱) - ماده (۶) و تبصره زیر آن - ماده (۲۲) - تبصره زیر ماده (۶۳) و بند (ز) ماده (۱۴۵)

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
۷		قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۳)	- تبصره زیر ماده (۲۵)
		قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) قانون مربوط به حریم شبکه راه های روستایی و شبکه راه های ارتباطی بین شهری قانون مربوط به حریم اراضی مجاور راه ها و شهرها قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)	- جزء (۹) بند (الف) ماده (۲۸) و تبصره زیر ماده (۶۳) - - - بند (ز) ماده (۱۴۵)
۸	وزارت کشور	قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۳) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)	- تبصره زیر ماده (۲۵) - بند (ز) ماده (۱۴۵) -
۹	بانک ها	قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳) قانون برنامه سوم توسعه (مصوب ۱۳۷۹/۱/۱۷)	- ماده (۵) - بند (د) ماده (۱) - ماده (۲۴) - ماده (۱۶۴) و ماده (۵۰) تنفیذ شده در ماده (۱۰۳) قانون برنامه چهارم توسعه
۱۰	شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری	قانون تشکیل میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷) آیین نامه اجرایی نحوه تشکیل و اداره مناطق نمونه گردشگری (مصوب ۱۳۸۳/۹/۲۹) تصویب نامه شماره ۲۸۰۶۳ ت ۳۱۱۹۴ هـ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۲۶ هیأت وزیران	- مواد (۸) و (۹) - تبصره (۱) ماده (۶۹) - بند (ت) ماده (۱) و مواد (۲)، (۳) و (۴) -
۱۱	وزارت امور اقتصادی و دارایی	قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) قانون اصلاح موادی از قانون مالیات های مستقیم (۱۳۷۶/۱۱/۲۶)	- مواد (۳)، (۴) و (۸) - تبصره (۷) ماده (۱۳۲)

ردیف	نام دستگاه	عنوان قانون، آیین نامه مرتبط	مواد قانونی
		قانون تشویق و حمایت سرمایه گذاران خارجی (مصوب ۱۳۸۱/۳/۴) قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه و آیین نامه اجرایی آن	- ماده (۳) و مواد (۷) تا (۱۸) - ماده (۷)
۱۲	شهرداری ها	قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت (مصوب ۱۳۵۸)	- ماده (۶) - ماده (۱) تبصره (۴) ماده (۵) و ماده (۱۱)
۱۳	سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی رییس جمهور)	قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) قانون برنامه سوم توسعه قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت	- تبصره زیر ماده (۶۳) و بند (ز) ماده (۱۴۵) - ماده (۱۰۵) تنفیذ شده در ماده (۷۱) قانون برنامه چهارم توسعه - ماده (۲۵)

جدول ۱۶: ظرفیت های قوانین و مقررات مربوط به بخش گردشگری بر حسب موضوع

ردیف	موضوع	مواد قانونی
۱	واگذاری زمین و اراضی	<p>ماده (۱۷) قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست (مصوب ۱۳۵۳/۳/۲۸ و اصلاحیه ۱۳۷۱/۸/۲۴)</p> <p>اصل (۴۵) قانون اساسی (مصوب ۱۳۵۸ با اصلاحات ۱۳۶۸)</p> <p>ماده (۱) تبصره (۴) ماده (۵) و ماده (۱۱) لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت (مصوب ۱۳۵۸)</p> <p>ماده (۱۸) قانون نحوه واگذاری و احیاء اراضی در حکومت جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۵۸/۶/۲۵)</p> <p>مواد (۲۵)، (۲۶) و (۳۲) آیین نامه اجرایی لایحه قانونی اصلاح لایحه قانونی واگذاری و احیاء اراضی در حکومت جمهوری اسلامی (مصوب ۱۳۵۹/۲/۳۱)</p> <p>ماده (۶) و تبصره زیر آن از قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷)</p> <p>مواد (۷۵) و (۸۴) قانون وصول برخی از درآمدهای دولت و مصرف آن در موارد معین (مصوب ۱۳۷۳/۲/۲۸)</p> <p>بتدهای (۲) و (۳) دستورالعمل چگونگی تصرف و تملک اراضی و املاک واقع در محدوده دریاچه ها، سدها و اراضی رقوم های بالاتر از آن (تاریخ ابلاغ ۱۳۷۶/۵/۴)</p> <p>ماده (۴) و تبصره زیر آن و ماده (۵) آیین نامه اجرایی ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه، تنفیذ شده در ماده (۲۰) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوبه شماره ۱۳۸۳/۶/۱۱)</p> <p>ماده (۲۲) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳)</p>
۲	تغییر کاربری اراضی زراعی و باغ ها	<p>ماده (۲) و تبصره (۲) قانون اصلاحی قانون حفظ کاربری اراضی زراعی و باغ ها (مصوب ۱۳۷۴/۳/۳۱ و اصلاحیه ۱۳۸۵/۸/۱)</p> <p>بتدهای (۲) و (۹) دستورالعمل چگونگی تصرف و تملک اراضی و املاک واقع در محدوده دریاچه سدها و اراضی رقوم های بالاتر از آن (تاریخ ابلاغ ۱۳۷۶/۵/۴)</p> <p>مواد (۱) و (۳) آیین نامه اجرایی قانون اصلاح حفظ کاربری اراضی زراعی و باغ ها (مصوب سال ۱۳۸۶)</p>
۳	حریم دریاچه احداثی در پشت سدها	<p>ماده (۱) قانون تعیین حریم دریاچه احداثی در پشت سدها (مصوب ۱۳۴۴/۴/۲۷)</p> <p>مواد (۱)، (۲) و (۶) آیین نامه مربوط به اجرای ماده (۱) قانون تعیین حریم دریاچه احداثی پشت سدها (مصوب ۱۳۴۶/۷/۲۲)</p> <p>مصوبه تاریخ ۱۳۸۷/۳/۱۳ شورای عالی شهرسازی و معماری ایران</p>
۴	حریم رودخانه، مرداب ها و	<p>تبصره (۱) ماده (۲) قانون توزیع عادلانه آب (مصوب ۱۳۶۱/۱۲/۱۶)</p>

ردیف	موضوع	مواد قانونی
	برکه های طبیعی	بند (خ) ماده (۱) آیین نامه مربوط به بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیل ها، مرداب ها، برکه های طبیعی و شبکه های آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۷۹/۸/۱۶) اصلاحیه بند (خ) ماده (۱) و تبصره الحاقی به ماده (۲) آیین نامه مربوط به بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیل ها، مرداب ها، برکه های طبیعی و شبکه های آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۱۳)
۵	حریم اراضی مستحدث و ساحلی	تبصره (۲) ماده (۲)، مواد (۷) و (۹) قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۵۴/۴/۲۹) تبصره زیرماده (۴) مصوبه شماره ۲۴۹ شورای عالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۸) تبصره زیرماده (۶۳) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) مواد (۲) و (۳) آیین نامه اجرایی تبصره (۲) ماده (۲) قانون اراضی مستحدث و ساحلی (مصوب ۱۳۸۷/۱/۱۴)
۶	حریم کیفی آب های سطحی	جزء (۱) اصلاحیه بند (خ) ماده (۱) آیین نامه مربوط به بستر و حریم رودخانه ها، انهار، مسیل ها، مرداب ها، برکه های طبیعی و شبکه های آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۱۳) دستورالعمل تعیین حریم کیفی آب های سطحی موضوع تصویب نامه شماره ۵۸۹۷۷/ت/۲۹۱۰۱ هـ تاریخ ۱۳۸۲/۱۲/۱۸ هیأت وزیران
۷	حریم مخازن و تأسیسات آبی	مواد (۹) و (۱۰) لایحه قانونی رفع تجاوز از تأسیسات آب و برق کشور (مصوب ۱۳۵۹/۴/۳) تبصره (۲) ماده (۲) قانون توزیع عادلانه آب (مصوب ۱۳۶۱/۱۲/۱۶) مواد هشتگانه آیین نامه حریم مخازن، تأسیسات آبی، کنال های عمومی آبرسانی، آبیاری و زهکشی (مصوب ۱۳۷۱/۴/۲۴)
۸	واگذاری اراضی جنگلی	ماده (۳)، بندهای (۵) و (۶) ماده (۴) از فصل دوم و مواد (۳۱)، (۳۲)، (۳۳)، (۳۴)، (۳۵) و (۳۶) از فصل پنجم قانون حفاظت و بهره برداری از جنگل ها و مراتع (مصوب ۱۳۴۶/۵/۲۵) قانون اصلاح قانون حفاظت و بهره برداری از جنگل ها و مراتع - مواد پیش گفته - مصوب (۱۳۸۴/۱/۲۰) بندهای (۱) تا (۶) تفاهم نامه دوجانبه بین وزارت جهاد کشاورزی و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، پیش نویس (موضوع نامه شماره ۱۶۶۸-۸۷۲/۶۰ تاریخ ۱۳۸۷/۷/۳۰ معاون سرمایه گذاری و طرح های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری)
۹	مراتع	بند (ب) ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه، تنفیذ شده در ماده (۲۰) قانون برنامه چهارم

ردیف	موضوع	مواد قانونی
		توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) تبصره (۱) ماده (۶) و تبصره (۲) جزء (ب) بند (۲) ماده (۷) آیین نامه اجرایی ماده (۱۰۸) قانون برنامه سوم توسعه (مصوب ۱۳۷۹/۹/۶)
۱۰	طبیعت گردی (متمرکز یا غیرمتمرکز)	بند (ی) ماده (۶۹) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) مواد (۴)، (۵) و (۶) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲) اصلاحیه ماده (۷) آیین نامه اجرایی بند (ی) ماده (۶۹) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۴/۱۱/۳۰)
۱۱	شکار و صید	مواد (۴) و (۲۷) قانون شکار و صید (مصوب خرداد ۱۳۴۶) جزء (۱) بند (الف) ماده (۳) و بند (و) ماده (۶) و ماده (۸) قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست (مصوب ۱۳۵۳/۳/۲۸ و اصلاحیه ۱۳۷۱/۸/۲۴) مواد (۶)، (۱۷)، (۱۸) و (۱۹) قانون حفاظت و بهره برداری از منابع آبی جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۷۴/۶/۱۴) ماده (۶۴) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷) مواد (۸) و (۹) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)
۱۲	مناطق چهارگانه	بند (الف) و تبصره زیر جزء (۳) این بند از ماده (۳) و ماده (۱۶) قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست (مصوب ۱۳۵۳/۳/۲۸ و اصلاحیه ۱۳۷۱/۸/۲۴) آیین نامه اجرایی موضوع تبصره زیر جزء (۳) بند (الف) ماده (۳) قانون حفاظت و بهسازی محیط زیست تبصره زیر بند (ب) ماده (۴) و بند (ب) ماده (۵) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)
۱۳	ارزیابی زیست محیطی	تبصره زیر ماده (۲۵) قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۳) مصوبه شماره ۲۳۷ شورای عالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۱/۳/۲۱) ماده (۲)، جزءهای (۲)، (۳) و (۴) بند (ج) ماده (۳) و ماده (۴) مصوبه شماره ۲۴۹ شورای عالی حفاظت محیط زیست (مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۸) ماده (۱۰۵) قانون برنامه سوم توسعه تنفیذ شده در ماده (۷۱) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) ماده (۷) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)
۱۴	تعیین ضوابط و استانداردها	بند (د) ماده (۱۰۴) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) تبصره (۲) ماده (۶) آیین نامه اجرایی ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه بندی و نرخ گذاری تأسیسات گردشگری و نظارت بر فعالیت آن ها (مصوب ۱۳۶۸/۳/۲ و اصلاحیه ۱۳۸۴/۴/۲۸)

ردیف	موضوع	مواد قانونی
		<p>ماده (۳) آیین نامه اجرایی نحوه تشکیل و اداره مناطق نمونه گردشگری (مصوب ۱۳۸۳/۹/۲۹)</p> <p>ماده (۵) دستورالعمل اجرایی آیین نامه ماده (۸) قانون تشکیل و اداره مناطق نمونه گردشگری (بی تا)</p> <p>بند (د) ماده (۳) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲)</p>
۱۵	آلودگی هوا	<p>مواد (۲۲) و (۲۳) قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۴/۲/۱۳)</p> <p>جزء (۱) بند (ب) ماده (۲) آیین نامه اجرایی قانون نحوه جلوگیری از آلودگی هوا (مصوب ۱۳۷۹/۶/۱۶)</p>
۱۶	تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری	<p>اساسنامه سازمان میراث فرهنگی کشور (مصوب ۱۳۶۷/۴/۲۸)</p> <p>قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷)</p> <p>ماده (۱) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)</p>
۱۷	وظایف و اختیارات شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری	<p>تبصره (۱) ماده (۶۹) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷)</p> <p>ماده (۴) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)</p> <p>تصویب نامه شماره ۲۸۰۶۳ ت ۳۱۱۹۴ هـ تاریخ ۱۳۸۳/۵/۲۶ هیأت وزیران</p>
۱۸	توسعه گردشگری و ارتقای جایگاه آن	<p>ماده (۸۸) قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۲۷)</p> <p>بند های (ح)، (ط) و (ی) ماده (۱۱۴) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)</p> <p>بند (۳۱) ماده (۱) ضوابط ملی آمایش سرزمین (مصوب ۱۳۸۳/۸/۶)</p> <p>ماده (۲۵) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۷/۱۳)</p>
۱۹	اجازه تأسیس مناطق نمونه گردشگری	<p>ماده (۸) قانون تشکیل میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)</p> <p>بند (ث) ماده (۱) و مواد (۲)، (۳) و (۴) آیین نامه اجرایی نحوه تشکیل و اداره مناطق نمونه گردشگری (مصوب ۱۳۸۳/۹/۲۹)</p> <p>بند های (۴) و (۱۴) ماده (۳) تفاهم نامه چند جانبه (پیشنهادی) موضوع نامه شماره ۱۶۶۸- ۸۷۲/۶۰ تاریخ ۱۳۸۷/۷/۳۰ معاون سرمایه گذاری و طرح های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری</p>
۲۰	نحوه ایجاد و اداره مناطق نمونه گردشگری	<p>مواد (۱۲) گانه دستورالعمل اجرایی آیین نامه ماده (۸) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در مورد نحوه ایجاد و اداره مناطق نمونه گردشگری (بی تا)</p>
۲۱	ممنوعیت ایجاد هرگونه مجتمع های رفاهی، تفریحی به وسیله دولت	<p>بند (ز) ماده (۱۴۵) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)</p>

ردیف	موضوع	مواد قانونی
۲۲	درجه بندی و نرخ گذاری تأسیسات گردشگری	مواد (۲۶) گانه آیین نامه اجرایی ایجاد، اصلاح، تکمیل، درجه بندی و نرخ گذاری تأسیسات گردشگری و نظارت بر فعالیت آن ها (مصوب ۱۳۸۴/۵/۱۰ و اصلاح آن)
۲۳	جلب و حمایت سرمایه گذاری (داخلی و خارجی)	مواد گوناگون به ویژه (۳) و (۷) از فصل سوم، (۸)، (۹) و (۱۰) از فصل چهارم و مواد (۱۱) تا (۱۸) از فصل پنجم قانون تصویق و حمایت سرمایه گذاری خارجی (مصوب ۱۳۸۱/۳/۴) ماده (۸) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴) ماده (۷) قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه و آیین نامه اجرایی آن
۲۴	ارایه تسهیلات اعتباری و بانکی	ماده (۵) قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) ماده (۱۳۱) قانون برنامه سوم توسعه تنفیذ شده در ماده (۲۹) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) بند (د) ماده (۱) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱) بندهای (ط) و (ی) ماده (۳) آیین نامه طبیعت گردی (مصوب ۱۳۸۴/۵/۲) ماده (۲۴) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (مصوب ۱۳۸۴/۱۳۷)
۲۵	مجوز استفاده از منابع خارجی (فاینانس)	ماده (۱۱) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)
۲۶	تسهیلات برای گردشگران خارجی	مواد (۳) و (۴) قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) مواد (۱۲) گانه آیین نامه اجرایی قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب سال ۱۳۷۰) ماده (۱۶۴) قانون برنامه سوم توسعه (مصوب ۱۳۷۹/۱/۱۷) ماده (۹) قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری (مصوب ۱۳۸۲/۱۱/۱۴)
۲۷	معافیت حقوق و عوارض دولتی (مالیاتی، گمرکی و سودبانکی)	مواد (۳)، (۴) و (۸) قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب ۱۳۷۰/۷/۷) بندهای (الف) و (ب) ماده (۱۲) آیین نامه اجرایی قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی (مصوب سال ۱۳۷۰) تبصره (۷) ماده (۱۳۲) قانون اصلاح موادی از قانون مالیات های مستقیم (مصوب ۱۳۷۶/۱۱/۲۶) ماده (۵۰) قانون برنامه سوم توسعه، تنفیذ شده در ماده (۱۰۳) قانون برنامه چهارم توسعه (مصوب ۱۳۸۳/۶/۱۱)
۲۸	حریم بخش های زیربنایی	قانون مربوط به حریم آثار و ابنیه تاریخی قانون مربوط به حریم اراضی مجاور و راه ها و شهرها قانون مربوط به حریم تأسیسات و تصفیه خانه فاضلاب

ردیف	موضوع	مواد قانونی
		قانون مربوط به حریم خطوط و تأسیسات مخابراتی قانون مربوط به حریم شبکه راه های روستایی و شبکه راه های ارتباطی بین شهری

۲،۱،۳. محدودیت های حقوقی و قانونی

در قوانین و آیین نامه های موجود که بطور مستقیم و غیرمستقیم با بخش گردشگری مرتبط می باشند، به دلائلی چون سیطره دیدگاه بخشی بر روح قوانین و آیین نامه ها و نیز عدم جامعیت لازم در تعریف حوزه و دامنه شمول گردشگری (بی توجهی و یا اهمیت نیافتن گردشگری طبیعی در مقاطع وضع قوانین و تصویب آیین نامه ها) و از همه مهمتر بی توجهی به نقش و جایگاه مردم در این قوانین، وضعیت به گونه ای است که دستگاه های بخشی همچون سازمان حفاظت محیط زیست، وزارت نیرو، سازمان جنگلها و مراتع و وزارت کشاورزی و سایر دستگاههای ذیربط دیگر تحت تأثیر دل نگرانی های بخشی و اختیارات قانونی بلامنازعی که دارند، به سادگی می توانند از واگذاری منابع محیطی و طبیعی تحت اختیار خود به زیر ساختهای گردشگری سرباز زنند. رویکرد غیر منعطف فوق، اقدامات گسترده دولت و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری را در ارتقاء جایگاه گردشگری تا حدودی عقیم گذاشته است و برغم وجود تکالیف قانونی برای دستگاه های مزبور و مکلف نمودن آنها به واگذاری اراضی مورد نیاز به متقاضیان، اجرای بسیاری از طرح های گردشگری که مجوزهای لازم را نیز دارند، با همه تلاش های سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری متوقف مانده است. هر چند که تغییر محیط قانونی قبلی، از رویکردی یک جانبه نگر به رویکردی چندجانبه - که مقوله حفظ و احیاء و بهره برداری عقلانی و مبتنی بر توسعه پایدار از مولفه های اصلی آن باشد، مستلزم اصلاح و روزآمدسازی قوانین و مقررات مربوط به حوزه گردشگری از یک سو و تدوین قانون جامع گردشگری کشور از سوی دیگر است، اما برای رفع موانع مقطعی موجود، اصلاح و تکمیل برخی از قوانین و آیین نامه ها بشرح زیر پیشنهاد می شود:

- در مواد ۵ و ۸ در قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی مصوب ۱۳۷۰ مجلس شورای اسلامی، قانون نهادها و ارگانهای دولتی را موظف نموده است که با تعرفه صنعت نسبت به این بخش، عوارض و سایر حقوق دولتی از جمله تعرفه ها را تعریف نماید که عملاً این مهم صورت نپذیرفته است و عملاً در تعرفه های آب، برق، مالیات، گاز، نرخ بیمه کارکنان و نظایر آن هنوز بهره برداران با تعرفه های تجاری نسبت به پرداخت آنها اقدام می نمایند.
- در ماده ۶ قانون، سازمان جنگلها، زمین شهری، شهرداریها و غیره موظف به واگذاری زمین با قیمت منطقه ای شده اند ولی عملاً این ماده قانون اجرا نمی شود و دلیل آنها هم اینست که در

اولویت های سازمانها و ارگانهای مربوطه این قانون پیش بینی نشده و می بایست به قیمت کارشناسی در صورتی که زمین اختصاص یابد محاسبه گردد که عملاً خلاف قانون است.

- در مقررات صادرات و واردات و سایر مقررات برای حمایت صنعت عملاً شامل این بخش نمی شود. بطوریکه زمانی که دولت بودجه ای را برای خروج از بحران برای صنعت در نظر می گیرد تاسیسات گردشگری را شامل نمی شود و یا زمانیکه دولت برای صنعت و بدهی های صاحبان صنایع، استمهال در نظر گرفته این بخش را شامل نمی شود که بنظر می رسد احتیاج به رفع اشکال اساسی دارد.

- درخصوص نرخ حق بیمه: علیرغم تاکید قانون در ماده ۸ و با توجه به آیین نامه اجرایی قانون مصوب هیئت محترم وزیران که بطور شفاف موارد مورد نظر قانون گذار را تشریح نموده و مطابق بند «ب» مصوب شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری که تاسیسات ایرانگردی و جهانگردی را از نظر هزینه های سوخت، آب و برق و تلفن و بیمه و غیره اعم از انشعاب و مصرف مشمول تعرفه بخش صنایع نموده است ولی متأسفانه شورای عالی بیمه طبق ماده ۳۵ و بر اساس بخشنامه ۴ درآمد سازمان تامین اجتماعی، گردشگری و هتلداری را شامل دستمزد مقطوع نموده و بر خلاف قانون، گردشگری را صنعت نمی داند و با درجه بندی هتل ها و نرخ گذاری بر اساس سمت هایی که خود پدید آورده اند حق بیمه دریافت می نمایند و در صورت ندادن لیست و حق بیمه مطابق قانون، سازمان بیمه اجتماعی، هتل ها را شامل ۱۲٪ و بیشتر جریمه می نمایند و حق بیمه را براساس ۳۰٪ با جبر دریافت می نمایند که کلاً خلاف قانون است و ارتباط دستمزدها را مطابق پرداخت آنها و براساس قوانین کار که کلیه بخش صنعت پرداخت می نمایند را در مورد گردشگری قبول ندارند.

- درخصوص آیین نامه اجرایی قانون توسعه صنعت: مطابق ماده ۱۲ آیین نامه اجرایی، تاسیسات ایرانگردی و جهانگردی و دفاتر خدمات مسافرتی و سایر تاسیسات مشابه از جمله موسسات داخل تاسیسات جهانگردی از نظر پرداخت عوارض صدور پروانه ساختمانی مشمول تعرفه بخش صنایع می باشند و شهرداریها موظفند عوارض مقرر را فارغ از نوع پروانه و کاربری زمین براساس تعرفه بخش صنایع و با معافیت از عوارض عرصه غیر از عوارض نوسازی در مورد ساختمان محاسبه و دریافت نمایند. تبصره: شهرداریها موظفند برای افزایش زیربنای تاسیسات ایرانگردی و جهانگردی عوارض مقرر را بر اساس تعرفه بخش صنعت و با حداکثر محاسبه و دریافت نمایند. ولی بر خلاف قانون مطابق بخشنامه وزارت کشور به استانداری ها ۱۴۰/۵۲/۳/۳۴ مورخ ۷۴/۸/۷ «مطابق ضوابط

مندرج در طرحهای تفضیلی شهر، احداث تاسیسات گردشگری در اراضی، کاربری خدمات جهانگردی و پذیرایی و همچنین در کاربری تجاری امکان پذیر است» بنابراین این بخشنامه خلاف تصویب نامه و ضمناً بند «ب» ماده ۱۲ و تبصره بند «الف» که مسئله حداکثر تخفیف و فارغ از نوع کاربری قید گردیده می باشد هر چند که مجلس محترم تصویب نموده که عوارض بصورت تقسیط ظرف ۱۰ سال دریافت نمایند ولی این امر درخصوص پرداخت است ولی میزان عوارض بر اساس قانون رعایت نمی شود.

- درخصوص شمول و عدم شمول قانون نظام صنفی: پس از اتمام زمان مصوبه مجلس در سال ۱۳۶۰ که به مدت ۳ سال تاسیسات گردشگری از شمول قانون نظام صنفی مستثنی شده بودند این اختلاف بین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و وزارت بازرگانی همیشه باعث بروز مشکلاتی گردیده است و هم اکنون نیز این اختلاف وجود دارد بطوریکه وزارت بازرگانی مطابق ماده ۹۱ قانون نظام صنفی تاسیسات گردشگری را مشمول قانون نظام صنفی می داند و سازمان مطابق ماده ۲ قانون اعتقاد دارد که از آنجائیکه گردشگری، خاص می باشد از شمول قانون مستثنی است و این بحث هم اکنون هم ادامه دارد در صورتی که این مغایرت مرتفع گردد تکلیف بهره برداران شفاف و مشخص خواهد گردید و تشکل ها سامان پیدا خواهند نمود.
- مالیات بر ارزش افزوده: با توجه به قانون و ماده ۱۰ آیین نامه مالیات ارزش افزوده که عقد اجاره در اموال غیر منقول را شامل قانون نمی داند و اصولاً تقویم خوردن هزینه تجهیزات و تاسیسات با توجه به عمر مفید آنها از بدو سرمایه گذاری در هتل بصورت سالیانه امکان پذیر نمی باشد مکاتبات متعددی از طرف بخش خصوصی و سازمان صورت پذیرفته است که تاسیسات گردشگری با توجه به اجاره اتاق مشمول قانون ارزش افزوده نمی باشند ولی تاکنون این مشکل حل نشده و بهره برداران بلامتکلیف مانده اند البته هم اکنون بخشنامه برای هتلهای ۳ ستاره به بالا ابلاغ شده است.
- استانداردهای کیفی: با توجه به مصوبه شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری و زمانهایی که توسط سازمان در این خصوص اعلام گردیده عملاً بند ۳ تصویب نامه درخصوص استانداردسازی اجرا نشده است و این امر با درجه بندی کمی تاسیسات مخلوط شده و عملاً پروانه بهره برداری برای تاسیسات صادر نگردیده است. بنابراین حل این مشکل می تواند با تفکیک این دو از همدیگر صورت پذیرد. همانطوریکه مقررات بیان نموده، ضوابط معماری و مهندسی در سال ۱۳۴۶ ابلاغ گردید و در سال ۱۳۷۶ مجدداً با اصلاحاتی ابلاغ شده است که می بایست این ضوابط بازننگری و

براساس سیاست های سازمان در زمینه سرمایه گذاری و ساخت و سازهای جدید تنظیم گردد و سپس مورد تصویب قرار گیرد.

- درخصوص مناطق نمونه گردشگری: طبق آیین نامه مصوب شورای عالی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، قیمت زمین در این آیین نامه بر چه اساسی است، مشخص نشده است. بنابراین سازمانهای واگذارنده، دستورالعمل درخصوص قیمت منطقه ای یا کارشناسی و غیره ندارند لازم است این امر در آیین نامه های بعدی مورد توجه قرار گیرد. از آنجاییکه برنامه زمان بندی مشخصی برای پاسخ استعلامات و مجوزها موجود نمی باشد این امر بعضاً در بعضی از سازمانها و ارگانها بسیار طولانی است که زمانبندی مناسب با حضور دستگاههای ذیربط می تواند این مشکل را حل نماید.
- درخصوص تسهیلات دولت برای بخش صنعت؛ از آنجاییکه بسیاری از سازمانها و ارگانها تاسیسات گردشگری را علیرغم تاکید قانون بر صنعتی بودن آنها، صنعت نمی دانند در هیچکدام از برنامه های دولت برای حمایت صنعت، اسمی از تاسیسات گردشگری نمی باشد بطوریکه مقررات صادرات و واردات و بطور مثال بودجه ای که هم اکنون دولت برای صنایع تخصیص داده و یا استمهال بدهیهای صنایع شامل این بخش نمی شود که می بایست این امر بطور جدی مرتفع گردد و ابهام برطرف شود.

بخش دوم:

۲. پیش بینی آینده، ظرفیت ها و چالش های پیش رو

برنامه چشم انداز بلند مدت گردشگری سازمان جهانی گردشگری بر اساس ارزیابی توسعه گردشگری از دهه ۱۹۹۰ شروع شده و طی دو دهه تا ۲۰۱۰ با تجزیه و تحلیل عوامل اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، محیطی و تکنولوژی که وضعیت گردشگری در گذشته شکل داده است و انتظار می رود در آینده نیز در این بخش ها تأثیر داشته باشد. تعداد گردشگران ورودی در سراسر جهان به طور متوسط با نرخ رشد ۳/۳ درصد رشد طی دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰ به ۱۸۰۹ میلیون نفر افزایش یابد. از گذشته های دور تا کنون توریسم در ایران از اوج و حضیض های زیادی برخوردار بوده است. با شروع تحول شیوه تولید به شیوه پیش سرمایه داری و فراهم شدن زمینه ادغام این کشور در نظام سرمایه داری جهانی، و در عین حال زمینه های شکل گیری یکپارچگی روز افزون بازار داخلی، گسترش ارتباطات و راههای میان شهر و روستا، تغییر الگوی مصرف جامعه، ایجاد و گسترش صنایع در کشور و غیره باعث گردید امکان شکل گیری تشکیلات نسبتاً منسجم گردشگری نیز در ایران فراهم شود.

۲.۱. پیش بینی وضعیت گردشگری

رهبر معظم انقلاب اسلامی در بند پنجاهم سیاست های ابلاغی برای تدوین برنامه ششم توسعه کشور خواهان "پنج برابر شدن تعداد ایرانیگردان خارجی به تعداد فعلی" شده اند. با این ابلاغیه حصول به اهداف کمی برنامه در "سه گزینه" در پیش روی برنامه نویسان قرار گرفته است:

الف: بر اساس نرخ رشد متوسط منطقه جنوب آسیا در گزارشات سازمان UNWTO معادل ۵

درصد

ب: بر اساس سند چشم انداز بیست ساله کشور با نرخ رشد متوسط ۵,۱۳ درصد

ج: بر اساس سیاست ابلاغی مقام معظم رهبری برای برنامه ششم معادل ۳۰ درصد

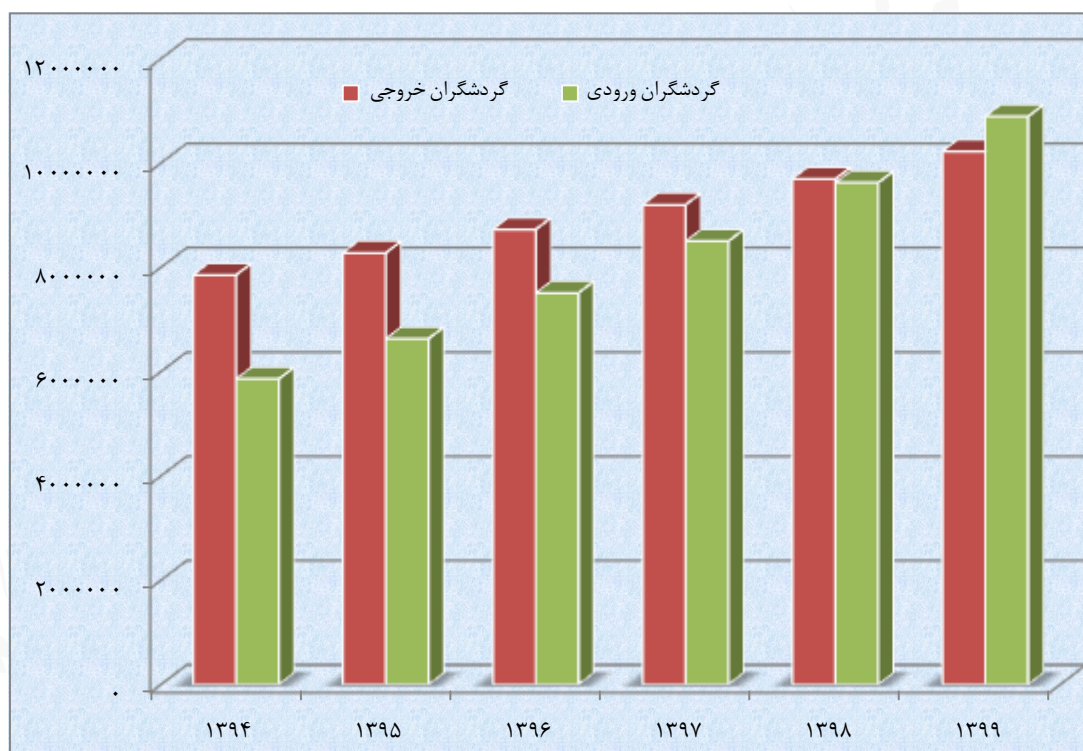
بر اساس بررسی آمارهای سال های گذشته همانطور که قبلاً بیان شد نرخ رشد گردشگران ورودی از سال ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۳ حدود ۱۳ درصد سالانه بوده است که چنانچه با این نرخ رشد ثابت افزایش داشته باشد تا پایان برنامه ششم توسعه کشور به تعداد ۱۰۸۹۲۳۲۰ نفر افزایش خواهد یافت. همچنین در همین دوره تعداد گردشگران خروجی با نرخ رشد سالانه ثابت حدود ۵ درصد سالانه به ۱۰۲۲۱۸۳۳ نفر افزایش خواهد یافت.

جدول شماره ۱۷: پیش بینی وضعیت گردشگری ایران تا پایان برنامه ششم توسعه کشور (بر اساس سند چشم انداز)

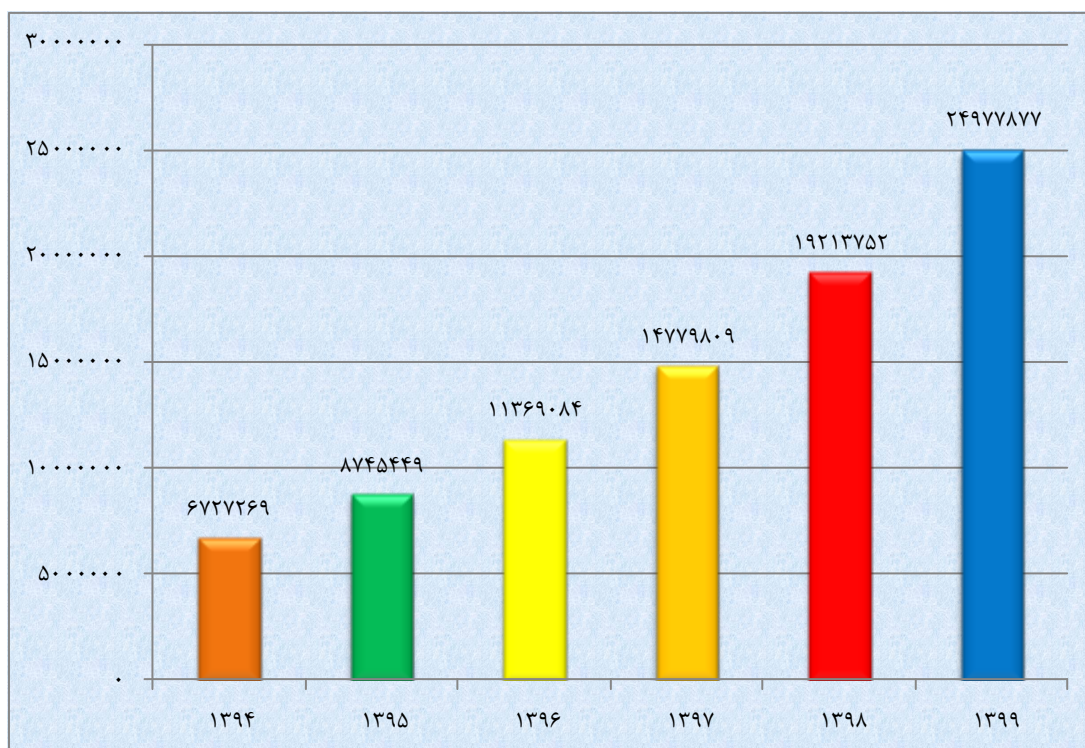
سال	خروجی	ورودی
1394	7850785	5858228
1395	8276300	6631886
1396	8724878	7507717
1397	9197769	8499213
1398	9696291	9621650
1399	10221833	10892320

مأخذ: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۴

نمودار شماره ۱۰- پیش بینی وضعیت گردشگری ایران تا پایان برنامه ششم توسعه کشور (بر اساس سند چشم انداز)



نمودار شماره ۱۱- پیش بینی وضعیت گردشگری ایران تا پایان برنامه ششم توسعه کشور (بر اساس سیاست های ابلاغی)



۲,۲. ظرفیت ها

به منظور پیش بینی تعداد تخت اقامتی مورد نیاز در افق برنامه ششم (۱۳۹۹)، به تعیین تعداد تخت اقامتی در دو سطح ملی و بین المللی پرداخته شده است با توجه به اینکه تعداد گردشگران بین المللی ورودی به کشور ۵ برابر (۲۵ میلیون نفر) در سال پیش بینی شده است، و با فرض اینکه ۹۰ درصد از این تعداد در مراکز اقامتی ساکن شوند (۱۰ درصد مابقی در اقامتگاه های غیر رسمی اسکان خواهند یافت)، سالانه حدود ۲۲.۵ میلیون گردشگر خارجی مقیم در مراکز اقامتی خواهیم داشت. از طرفی در حال حاضر متوسط شب اقامت گردشگران خارجی حدود ۴.۵ شب برآورد می شود. با توجه به این امر و با احتساب افزایش مدت زمان حضور گردشگران، در صورتیکه این میزان ظرف ۵ سال آینده به ۵ شب برسد، اقامت شبانه گردشگران ورودی در کشور به میزان ۱۱۲۵۰۰۰۰۰ شب اقامت در سال خواهد رسید. همچنین با محاسبه سود متعارف برای هتلداران و در نظر ضریب اشغال ۰,۷ (۷۰ درصد به عنوان ضریب اشغال با سود دهی بهینه) برای مراکز اقامتی کشور در افق برنامه (در حال حاضر ضریب اشغال هتل ها در حدود ۵۲ درصد است)، تعداد کل تخت های مورد نیاز برای گردشگران ورودی در سال ۱۳۹۹ به صورت زیر محاسبه میشود:

$$112500000 / (0.7 * 365) = 440313$$

تعداد تقریبی تخت مورد نیاز برای گردشگرای ورودی

با اساس آخرین آمار موجود در نوروز ۱۳۹۳ (بعنوان شاخص بالاترین حجم سفر در سال) تنها ۸ درصد از گردشگران داخلی در مراکز اقامتی کشور اسکان یافته اند و با پیش بینی بهبود شاخص های اقتصادی و افزایش رفاه عمومی در سال ۱۳۹۲ برآورد گردیده است ۱۶ درصد اتبا کشور حداقل یک با در سال از مراکز اقامتی استفاده کنند. با پیش بینی ۸۳ میلیون نفر جمعیت برای سال ۱۳۹۹ و میانگین اقامت ۲٫۵ شب (متوسط اقامتی کنونی ۲ شب است) و با احتساب ضریب اشغال ۷۰ درصدی برای هتل ها، کل تخت مورد نیاز برای گردشگران داخلی در سال ۱۳۹۹ به صورت زیر محاسبه می شود:

$$۸۳ \quad 13280000 = 0.16 * \text{نفر}$$

$$33200000 = 13280000 * 2.5 \text{ شب اقامت در سال}$$

$$۳۳۲۰۰۰۰۰ \quad 129940 (0.7 * 365) * \text{تخت مورد نیاز گردشگران داخلی}$$

بنابراین محاسبات انجام شده فوق تعداد کل تخت مورد نیاز در سال ۱۳۹۹ برابر با:

لازم به ذکر است از این تعداد ۲۳۱۳۹۸ تخت موجود است. پس از تعیین تعداد مورد نیاز کل کشور، موضوع توزیع مناسب تخت ها در میان نواحی مختلف کشور بسیار مهم می باشد. بدین منظور برای توزیع تخت در میان قطب ها لازم است نسبت به تعریف شاخصی تحت عنوان «شاخص اقامت» برای قطب اقدام شود.^۱

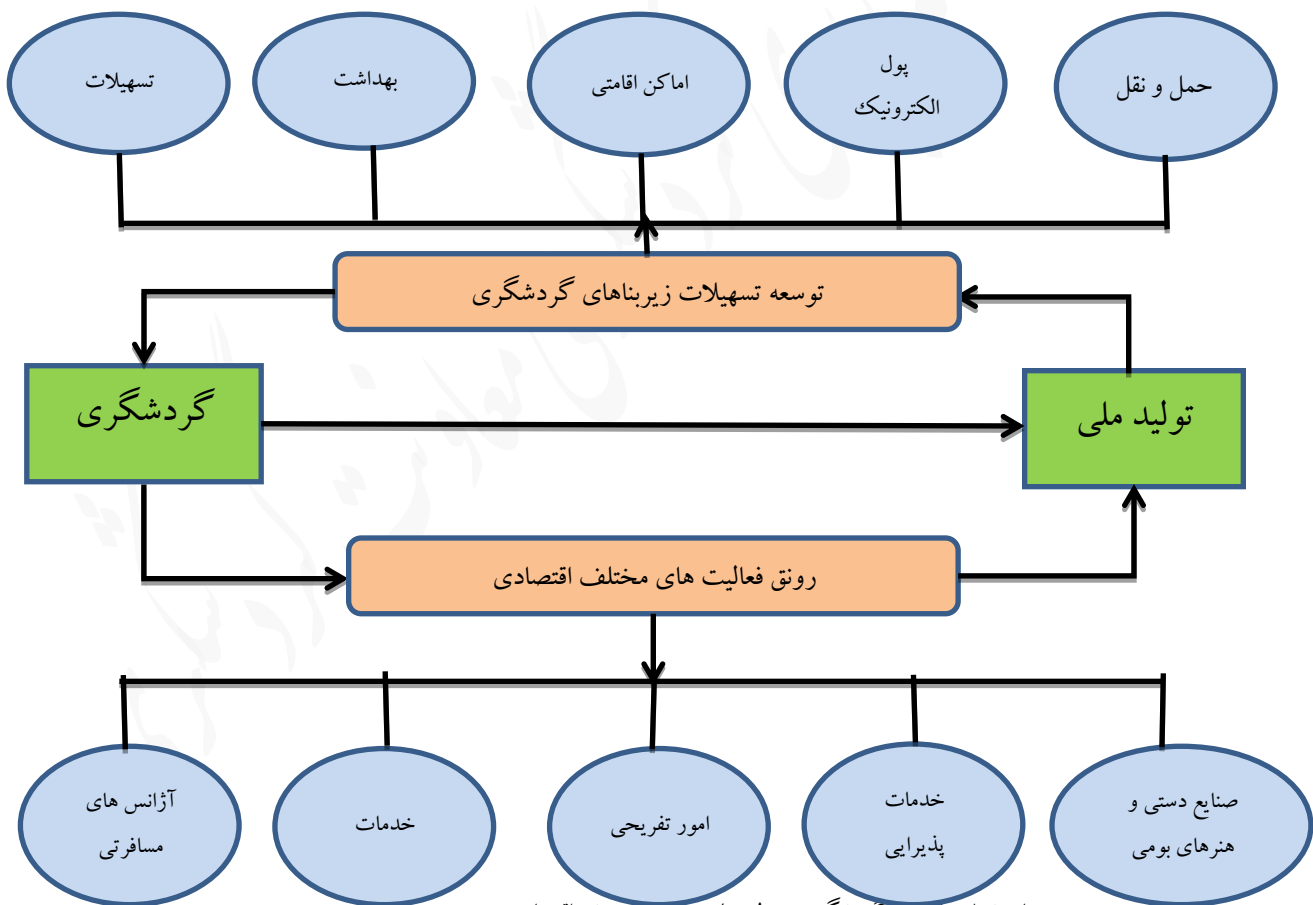
۱.۱. چالش های پیش رو (تبیین نقاط ضعف، قوت، فرصت ها و تهدیدها)

گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شناخته شده است، به طوری که رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجهند، از اهمیت بالایی برخوردارند. از طرف دیگر گردشگری می تواند به عنوان یک صنعت اقتصادی توانمند تأثیر بسیار زیادی بر تولید ملی و اشتغال کشور در سالهای آتی داشته باشد. از آن جهت که در کشور ما کاهش تولید ملی و در پی آن افزایش بیکاری به عنوان اصلی ترین مشکل اقتصادی کشور مطرح است، روز به روز صنعت گردشگری به صورت جدیتری 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. از این رو صنعت گردشگری را میتوان به عنوان یک چشم انداز برای اقتصاد کشور نیز دانست. هدف از ارزیابی نقاط قوت، ضعف و فرصت، تهدید صنعت گردشگری ایران با تأثیرگذاری

۱. مطالعات طرح توسعه گردشگری ایران، مهندسین مشاور امکو، ۱۳۹۴ (قابل ذکر است طرح پیشنهادی در حال تدوین و می باشد).

بر تولید ملی و اشتغال با تکنیک SWOT اتخاذ تصمیمات و احکام برنامه ای در برنامه ششم با توجه به نقاط ضعف داخلی و تهدیدهای بیرونی است. SWOT به تحلیل نقش عوامل درونی (ضعف و قوت) و بیرونی (فرصت ها و تهدیدها) در مدیریت صنعت گردشگری ایران می پردازد. بر اساس موارد ذکر شده در بندهای قبلی گزارش مشخص شد که گردشگری ایران، دارای پتانسیل های مناسبی برای افزایش تولید ملی و اشتغال کشور را دارد، از این رو باید با شناسایی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران خارجی، شرایط لازم برای ورود گردشگران خارجی و افزایش تعداد گردشگران داخلی را فراهم کنیم تا بتوان از این طریق گام مفیدی برای رشد اقتصادی کشور برداشت.

صنعت گردشگری میتواند تأثیر مهمی بر رشد تولید ملی، افزایش اشتغال، افزایش درآمدهای مرتبط با مکان های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشور داشته باشد. از این رو گردشگری به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر تولید ملی تأثیر میگذارد. نمایه شماره این تأثیرات را نشان می دهد (بهروز، ۱۳۹۲:).



نمایه شماره ۱ رابطه گردشگری و تولید ملی در راستای رشد اقتصادی



نمایه شماره ۲ تأثیر گذاری صنعت گردشگری بر تولید ملی کشور

با توجه به موارد اشاره شده در موضوعات قبلی که نقش گردشگری در ارتقاء تولید ملی و اشتغال کشور را عنوان یک چشم انداز و افق آینده بسیار تأثیر گذار نشان می دهد و به عنوان یک ابزار بسیار قوی می تواند بر اقتصاد کشور اثرات مثبتی را به دنبال داشته باشد برای توسعه گردشگری باید شرایط لازم برای جذب گردشگران خارجی و داخلی را فراهم کرد. از این رو باید ابتدا عوامل اثر گذار بر رفتار گردشگران را بیان کرد که در جدول شماره ۱۸ بیان شده است.

جدول شماره ۱۸: عوامل اثرگذار بر رفتار گردشگران

عوامل اثرگذار	عوامل پیش از سفر	عوامل پس از سفر
اقتصادی	۱. درآمد ۰. تورم ۳. نرخ ارز ۴. مالیات ۵. مهاجرت	۱. رقابت پذیری قیمتی کالا و خدمات ۰. اثر مالیات ۳. اثر تورم
سیاسی	۱. سیاستهای بازاریابی کشور ۰. توافقات آسمان باز ۳. ظرفیت (فرودگاه، آب و بهداشت) ۴. جهانی سازی ۵. تلقی از میزان سلامت و امنیت	۱. مالیات بر کالا و خدمات ۰. تجربه سفر همراه با سلامت و امنیت
اجتماعی	۱. حساسیت محیطی اجتماعی - ۰. ساختار خانواده ۳. معروفیت به دلیل داشتن آب هوای خاص ۴. ذائقه	۱. انتخاب های موجود کالا و خدمات ۰. تجربه عمومی سفر (مثلاً کیفیت) ۳. تجربه بر اساس آب و هوا یا فصلها ۴. تضاد/تفاهم فرهنگی
زیرساختها	۱. محیط چشم انداز طبیعی ۰. خطوط هوایی کم هزینه ۳. اینترنت ۴. تکنولوژی سیار به عنوان جانشینی برای سفر کاری	۱. آسانی سفر در طول مسافرت ۰. سیستمهای یک پارچه

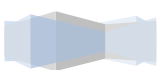
تحلیل عواملی درونی (ضعف و قوت) و بیرونی (فرصت ها و تهدیدها) صنعت گردشگری کشور در تأثیرگذاری بر تولید ملی و ایجاد اشتغال در راستای رسیدن به هدف کمی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری مبنی بر ۵ برابر تعداد گردشگران خارجی بازدید کننده از کشور و در نتیجه تأثیر آنها بر رسیدن به رشد اقتصادی ۸ درصد تعیین شده در سیاست های کلی تدوین برنامه توسعه کشور اشاره خواهد شد. باید اذعان داشت که رسیدن به عهده کمی تعیین شده دور از دسترس نیست بلکه نیاز به برنامه های اجرایی مشخص و منظمی دارد که می توان با استفاده از روش تحلیلی SWOT و مشکلات شناسایی شده تنظیم کرد.

<p>W: نقاط ضعف)</p> <p>۱ - استفاده محدود از روشهای توسعه و مدیریت پایدار در زمینه اطلاع رسانی درباره ارزشهای فرهنگی و طبیعی جاذبهها و مکانهای مهم گردشگری فرهنگی و طبیعی که نتیجه آن کاهش ارزش دارایی های ارزنده طبیعی و فرهنگی بوده است.</p> <p>۲ - تاسیسات، تجهیزات و وسایل مورد استفاده از جمله وسایل حمل و نقل، هتلها، تفرجگاهها و نظیر آن به طور کلی فرسوده شدهاند و بسیاری از آنها باید از رده خارج شوند یا به طور اساسی مرمت شوند. بعضی از واحدهای اقامتی نیز باید از نو ساخته شوند.</p> <p>۳ - استاندارد خدمات ارائه شده توسط نیروی انسانی به طور کلی پایین است و بیانگر توجه نکردن به ارزش و اهمیت مشتری، سیاستهای ضعیف استخدامی و همچنین آموزش ضعیف، محدود و نامناسب نیروی انسانی است.</p> <p>۴ - ارزشها و هنجارهای فرهنگی، گردشگرانی که ایران می تواند جذب کند محدود ساخته است.</p> <p>۵ - سیاستها و مقررات جاری از جمله در مورد هواپیمایی کشوری، قانون کار، قانون اتحادیه ها و تشکل های صنفی، قانون سرمایه گذاری، موفق نبودن در خصوصی سازی صحیح خدمات گردشگری، همراه با فضایی که عموماً نسبت به فعالیت های بخش خصوصی با دیده تردید و سوءظن می نگرد و این تصور که بخش دولتی همه چیز را بهتر تشخیص میدهد، مانع از توسعه صنعت گردشگری شده است.</p> <p>۶ - عدم آشنایی با چگونگی بهره برداری از ظرفیت های موجود در جاذبه های کشور.</p> <p>۷ - عدم اختصاص اعتبارات جهشی در راستای اجرای طرح قطب گردشگری کشور</p>	<p>S: نقاط قوت)</p> <p>۱ - توسعه مشاغل در بخش خدمات و گردشگری و ایجاد منبع درآمدی برای مردم کشور.</p> <p>۲ - وجود مکانها و فضاهای دارای پتانسیل برای سرمایه گذاری.</p> <p>۳ - شبکه حمل و نقل و خدمات گردشگری نسبتاً مناسب.</p> <p>۴ - در دسترس بودن خدمات همگانی.</p> <p>۵ - سرمایهگذارهای کلان در بخش اقامت و پذیرایی و پاسخگویی به تقاضای گردشگران.</p> <p>۶ - رشد هزینه تفریحات، سرگرمی و خدمات فرهنگی در سبد مصرفی خانوارها.</p>	<div data-bbox="1089 218 1390 470"> <p>عوامل درونی</p> </div> <div data-bbox="1127 953 1390 1184"> <p>عوامل بیرونی</p> </div>
---	---	---

<p>WO: (استراتژی)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱ - معرفی جاذبه های گردشگری ایران در فضای داخلی کشور و فضای بین المللی. ۲ - ترغیب و تشویق مردم و بخش های مختلف خصوصی و خارجی برای سرمایه گذاری کلان در حوزه گردشگری. ۳ - افزایش حمل و نقل هوایی، ریلی و آبی همراه با کیفیت بالا در کشور. ۴ - افزایش تعداد مراکز اقامتی و پذیرایی با کیفیت بالا از جمله هتل های ۴ و ۵ ستاره در سطح کشور بر اساس جاذبه ها و نیازهای مناطق کشور 	<p>SO: (استراتژی)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱ - تخصیص درصد بالای اعتبار در بودجه کشور برای حوزه گردشگری. ۲ - تقویت خدمات عمومی در کشور به خصوص در نقاط استراتژیک گردشگری. ۳ - ترغیب افراد برای بالا بردن سهم گردشگری در هزینه های خانوار. 	<p>O: (فرصت ها)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱. کمک به تقویت روابط ایران با سایر کشورها، به عنوان بخشی از استراتژی اقتصادی در راستای ارتباطات «نولید ملی» ۲. به کارگیری اطلاع رسانی الکترونیک و استفاده از روشهای نوین تجارت الکترونیک برای بازاریابی و معرفی محصولات به مشتریان. ۳. بهره گیری از تاسیسات، خدمات و سیستم های مدیریتی کارآمدتر و کم هزینه تر. ۴. توسعه فرودگاه های بین المللی تهران و کلانشهرها و ساماندهی خطوط هوایمایی کشور. ۵. ایجاد فرصت اقتصادی در مناطق روستایی کشور. ۶. بهره گیری از قدرت سنتی ایران به عنوان یک کشور تجاری به منظور ایجاد یک بخش خصوصی نیرومند و پرتحرک در زمینه گردشگری. ۷. سیاست های توسعه کشور بر توسعه و تجهیز شبکه های زیربنایی متناسب با اولویتها. ۸. بر برگزاری فعالیت های گردشگری ۹. مطالعه مناطق و آثار ثبت شده از طرف یونسکو ۱۰. ارتقاء محتوا و کیفیت جاذبه ها و توسعه مناسبات بازرگانی گردشگری.
<p>WT: (استراتژی)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱ - معرفی پتانسیل گردشگری سراسر کشور از طریق فضاهای رسانه ای، سایبری، بروشور تبلیغاتی و.... ۲ - ایجاد یک صلح پایدار در مناسبات خارجی از طریق ارائه تسهیلات نسبتاً مشترک در گردشگری طرفین. ۳ - توجه به اهداف کشور بر اساس سند چشم انداز برای نیل به رسید به اهداف گردشگری در حوزه اشتغال و تولید ملی کشور. 	<p>WT: (استراتژی)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱ - تقویت فضای سایبری کشور از طریق افزایش سرعت اینترنت، تولید تجهیزات الکترونیکی پیشرفته در کشور. ۲ - بررسی زیر بنایی کشور برای رفع بلاهای طبیعی از طریق تقویت نظارت و تقویت هلال احمر و امداد کشور. ۳ - ارائه تسهیلات اقتصادی به بخش خصوصی برای ورود به عرصه سرمایه گذاری در حوزه گردشگری. 	<p>T: (تهدیدها)</p> <ol style="list-style-type: none"> ۱ ناتوانی در اجرا، پیگیری و حفظ اصول و روش های توسعه پایدار در ارتباط با اثرات گردشگری بر محیط طبیعی، اجتماعی فرهنگی و اقتصادی. ۲ اثرات ناشی از بلایای طبیعی مانند زمین لرزه، سیل و خشکسالی که مستقیماً تولید ملی را تحت تأثیر قرار می دهد. ۳ ادامه شرایطی که موجب دلسردی و روگردانی بخش خصوصی از مشارکت در صنعت گردشگری می شود. ۴ اختلافات و درگیریهای منطقه ای.

ماخذ: یافته های گزارش

بر اساس مدل SWOT مشکلاتی کلیدی و اساسی در حوزه گردشگری، از جمله عدم سهم و اعتبار کافی برای حوزه گردشگری و عدم معرفی کافی پتانسیل های گردشگری کشور و فقدان یک گردشگری الکترونیکی در کشور مورد بررسی قرار گرفت. و راهکارهایی برای رفع این مشکلات بیان



گردید که در ماتریس راهبردی اشاره شده اند. نکته ای دیگر در مدل SWOT وجود نقاط قوت گردشگری ایران در راستای تولید ملی و اشتغال همچون؛ توسعه مشاغل در بخش خدمات و گردشگری و ایجاد منبع درآمدی برای مردم کشور و پتانسیل بالای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی کشور، است که زمینه ی اشتغال و رشد اقتصادی را برای کشور به ارمغان می آورد.