

## بررسی موانع توسعه سرمایه گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران

دکتر کامبیز فرقاندوست حقیقی \*

دکتر علی اصغر رضوانی \*\*

سید هادی هاشمی سلیمانی \*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۰۶/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۰۷/۲۵

### چکیده

صنعت گردشگری در ایران دارای مزیت نسبی بسیار بالایی است که در صورت دستیابی به جایگاه شایسته خویش می تواند به رشد اقتصادی، بهبود اشتغال، افزایش رفاه اجتماعی و موارد بسیار دیگری منجر گردد. در بسیاری از کشورها با ارائه یارانه و اعطاء معافیت مالیاتی به صنعت گردشگری، بخش خصوصی را به سرمایه گذاری در این قسمت ترغیب می نمایند. زیرا دولت ها با دریافت مالیات از سایر بخشهایی که جهانگردان در آن قسمت هزینه می کنند، یارانه پرداخت شده را بازیافت می نمایند. فعال نمودن و توسعه صنعت گردشگری، بی شک نیازمند مشارکت و همکاری های بخش خصوصی است. معهدا روشن است که بخش خصوصی در مشارکت خود بدنبال رسیدن به هدف

\* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات.

\*\* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

\*\*\* کارشناس ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

۱۳۰ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

سودآوری است و چون این هدف با وضعیت فعلی این صنعت در کشور تأمین نمی شود، رغبتی نیز از سوی این بخش برای سرمایه گذاری مشاهده نمی گردد.

سوال اساسی که این پژوهش بدنبال آن می باشد، این است که چه موانعی بر سر راه سرمایه گذاران بخش خصوصی، برای سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی ایران وجود دارد؟

شناخت بخش خصوصی از صنعت گردشگری، امکان سنجی و تحلیل هزینه منفعت، انجام تحقیقات لازم و تقاضای مناسب در صنعت گردشگری (تقاضایی که متأثر از امنیت، کارکنان آموزش دیده و تبلیغات می باشد) از جمله متغیرهای توضیحی هستند که به گمان محقق می توانستند بر روی میزان سرمایه گذاری در صنعت گردشگری (متغیر وابسته) مؤثر باشند. بنابراین در قالب فرضیه های پژوهش صورت-بندی شدند. جامعه آماری این پژوهش شامل سه گروه گردشگران، مدیران و کارکنان هتل ها و افراد مسئول در سازمان میراث فرهنگی استان های مازندران و گیلان می باشد. محدوده زمانی انجام این پژوهش از سال ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۸ شمسی و روش پژوهش قیاسی - استقرایی می باشد.

**واژه های کلیدی:** گردشگری، سرمایه گذاری، تحلیل هزینه منفعت، کارکنان آموزش دیده، تبلیغات.

## ۱- مقدمه

صنعت گردشگری در ایران دارای مزیت نسبی بسیار بالایی است که در صورت دستیابی به جایگاه شایسته خویش می‌تواند به رشد اقتصادی، بهبود اشتغال، افزایش رفاه اجتماعی و موارد بسیار دیگری منجر گردد. قرائن مشهود از قبیل افزایش روزهای تعطیل، درآمد، طول عمر، تکامل روز افزون صنعت هواپیمایی و راه آهن، گسترش ارتباطات جهانی، دورنمای جهانگردی و گسترش هر چه بیشتر آن را نوید می‌دهد. با انقلاب فناوری، جهانگردی عصر سنت نیز متحول شده و گردشگری عصر مدرن پدیدار گشته است. در قرن بیست و یکم گسترش و پیشرفت فناوری موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد گردد، ثروتش افزون شود و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود نماید. در واقع نیمه دوم قرن بیست و یکم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد. با ورود به عصر فناوری و اطلاعات، واژه ای به نام اوقات فراغت رنگ و بویی تازه به خود گرفته است.

امروزه در کشورهای پیشرفته صنعتی بحث بر این است که وقتی که انسان بتواند با ۳ روز کار، معیشت زندگی خود را تأمین نماید، ۴ روز باقیمانده در هفته را چگونه باید بگذراند و اینجاست که « تمدن فراغت » شکل می‌گیرد. این نوع کشورها برنامه ریزی می‌نمایند که گذران اوقات فراغت را آنچنان متنوع، وسیع و فراگیر نمایند که تمدن آینده را تحت تأثیر این تنوع بخشی، با عنوان تمدن فراغت قرار دهند و این دغدغه خاص کشورهای صنعتی است که اتوماسیون و خودکار شدن کار به سرعت در حال پیشرفت است، در حالیکه هنوز بحث متداول در مورد جهانگردی در کشورهای در حال توسعه، بحث اشتغال می‌باشد. بحث بر این است که از زمان فراغت یک عده، چگونه می‌توان برای عده دیگر شغل ایجاد کرد. گردشگری یکی از اشکال گذران اوقات فراغت و از جمله اشکال مولد آن می‌باشد. بحث رایج امروز دنیا به این سمت در حال حرکت است که چه مکان‌ها و چه پدیده‌هایی هنوز در دنیا وجود دارد که

۱۳۲ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

انسانها بیش از پیش، به دیدن آن رغبت نشان می دهند و حاضرند برای دیدن آن مخارجی را متحمل شوند و توقعات خود از قبیل شرایط اقامت، غذا و سایر موارد را به حداقل کاهش دهند، اما میخواهند آنچه می بینند بر ذهن آنان اثرگذار باشد.

سرمایه داری عصر مدرنیسم برای زمان استراحت و نحوه گذران اوقات فراغت انسان خسته شده از ماشین، برنامه ریزی اقتصادی می کند. به احتمال زیاد برترین مدیران قرن بیست و یکم، مدیران ارشد گردشگری خواهند بود. آنها باید بر اداره صنعتی حساس اشراف داشته باشند که از روابط بین الملل تا ساخت وسایل جزئی، مثلاً قاشق چای خوری در آن تأثیرگذار است.

سده پایانی هزاره دوم، عصر تکوین جاذبه های گردشگری بر مبنای هدف جذب گردشگر بود. ایجاد جاذبه های عظیم گردشگری همچون دیسنی لندها<sup>۱</sup> (در سراسر جهان)، دنیای آرزوها (استرالیا)، جزیره سنتوسا<sup>۲</sup> (سنگاپور)، تله کابین بزرگ مالزی، تله کابین زیبای نمک آبرود، مراکز تفریح و خرید (دوبی و جزیره کیش) از آن جمله اند.

## ۲- ویژگیهای سرمایه گذاری در صنعت گردشگری

۲-۱- سمت تقاضا در صنعت گردشگری به شدت تحت تأثیر عوامل غیر

اقتصادی قرار دارد: وقوع بی ثباتی های سیاسی، تروریسم و گسترش بیماری های خاص از جمله مسائلی هستند که می توانند به آسیب پذیری جدی صنعت جهانگردی یک منطقه منجر شوند. حتی یک خبر دروغ یا بزرگ نمایی یک خبر امنیتی در رسانه و یا اینترنت درآمدهای گردشگری کشوری را برای مدتی معین دچار کاهش شدید می کند، و یا وضعیت سهام هتل ها و غیره را در بازار بورس تنزل می دهد.

۲-۲- کالاها و خدمات تولید شده در صنعت گردشگری عمدتاً غیر قابل انبار

---

۱. Disney Lands

۲. Sentosa

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۳۳

**کردن هستند:** صنعت جهانگردی یک صنعت خدماتی است و خدمت را نمی‌توان در انبار نگهداری کرد. فی‌المثل اگر هتلی که ۴۰۰ اتاق دارد در یک شب ۳۵۰ اتاق آن اشغال شده باشد، ۵۰ اتاق دیگر را نمی‌تواند مانند یک کالا در انبار نگهداری کند تا بعداً مورد استفاده قرار دهد. یک فروشنده کالا معمولاً در صورتی که تقاضا برای خرید کالایش وجود نداشته باشد، آنها را در انبار نگهداری می‌کند و هزینه انبارداری و هزینه بهره را تقبل می‌کند تا بعداً نسبت به فروش کالاها اقدام نماید اما در خدمات جهانگردی وضعیت اینگونه نیست. در واقع ارزش اقتصادی ۵۰ اتاقی که بلا استفاده مانده است، دقیقاً صفر می‌باشد. بدین ترتیب روشن می‌شود که مسأله نوسان عرضه و تقاضا در جهانگردی بسیار حساس‌تر از سایر صنایع تولیدی است. زیرا ارزش اقتصادی خدماتی که تقاضا برای آنها وجود ندارد برابر صفر شده و زیان‌های هنگفتی را به صاحبان صنعت وارد می‌سازد (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳: ۵۱).

#### ۲-۳- جهانگردی یک صنعت فصلی است: در صنعت جهانگردی تلاش‌ها باید در

جهت کاهش نوسانات فصلی و دوره‌ای و یا متعادل کردن تقاضاها در زمان‌های مختلف باشد. شلوغ بودن بیش از حد یک هتل در فصلی از سال و خلوت بودن بیش از اندازه آن در فصلی دیگر مقرون بصرفه و صلاح نیست. البته در هنگام تهیه طرح‌های هتلداری، این موارد کاملاً مورد لحاظ قرار می‌گیرد تا درآمد اینگونه مکان‌ها در فصول پر رونق آنقدر باشد که کفایت تمام سال را نماید. در واقع تعیین ظرفیت بهینه یک هتل با در نظر گرفتن شرایط فصلی بودن کار، نرخ فصل اشتغال، فصل خالی بودن و حدی که به آن فول‌هاوس اطلاق می‌شود، صورت می‌پذیرد. همچنین قابلیت تبدیل هتل به مکان‌هایی برای برگزاری سمینارها و کنفرانس‌ها در فصول کم‌رونق و یا تبدیل هتل به بیمارستان در شرایط نامناسب مثل جنگ را نباید نادیده گرفت.

#### ۲-۴- گردشگری صنعتی چتری است: این ویژگی یکی از نقاط حساس صنعت

گردشگری تلقی می شود، زیرا نقصان در ارائه هر یک از کالاها و خدمات مذکور به ایجاد محدودیت در تقاضا برای سایر کالاها و خدمات این صنعت مبدل می شود. مثلاً اگر خدمات اقامتگاهی مناسبی در یک مقصد گردشگری عرضه نشود، کارایی سیستم حمل و نقل، ظرفیت خدمات غذایی، امکانات جاذبه های محلی و توانمندی دفاتر و واحدهای ارائه دهنده گردشگری همه و همه تا حدود بسیاری بی نتیجه می مانند. این درست نظیر آن است که قسمتی از یک چتر سوراخ شده باشد که کل آن را بی فایده می سازد (رنجبریان زاهدی، ۱۳۸۴: ۲۲).

همچنین کارکرد مناسب نهادها و هماهنگی نظام ها در یک جامعه یا تئوری کارکردگرایی<sup>۱</sup> در این صنعت از اهمیت فراوانی برخوردار است. به عنوان مثال اگر نهادهای مختلف اجتماعی مثل سازمان میراث فرهنگی، نیروی انتظامی، وزارت راه و ترابری، اداره محیط زیست و غیره نتوانند هماهنگی لازم را با هم برقرار نمایند، به صنعت گردشگری آسیب فراوانی وارد خواهند کرد.

**۲-۵- تأثیر شدید سیستم حمل و نقل بر این صنعت:** لازمه توجه به گسترش سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، اهمیت دادن به زیرساخت های لازم برای توسعه کشور، از جمله راه آهن می باشد. راه آهن بدون شک منظم ترین وسیله حمل و نقل است. در واقع جز در موارد بسیار استثنائی، تغییرات شرایط جوی بر آن بی اثر است و قطارها مجبور نیستند که به علت بدی هوا یا کمی دید مسیرشان را در طول راه عوض کنند. استهلاک کمتر ناوگان حمل و نقل ریلی نسبت به حمل و نقل جاده ای، ایمنی بالاتر نسبت به جاده، بهره وری بالاتر در مسیرهای طولانی، امکان تبدیل خطوط شبکه برقی و ارائه خدمات مناسب برای نظام دفاعی کشور در شرایط بحرانی از دیگر مزایای حمل و نقل ریلی می باشد. راه آهن به دلیل قیمت تمام شده بسیار ارزاتر و بهره گیری از مشاهده مناظر بیشتر توسط گردشگر در هنگام سفر، به عنوان مناسب ترین گزینه

---

۱. Functionalism

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۳۵

برای سفرهای گردشگری قابل تلقی است. مقامات و مسئولان راه آهن در اروپا خیلی زود متوجه این نکته شده و پیش قدم تأسیس هتل‌ها و تأسیسات مناسب در مسیرهای راه آهن شدند. احداث راه آهن در مناطق زیبا و کوهستانی اروپا از اولین اقداماتی بود که برای جلب و جذب جهانگردان نقاط مختلف دنیا بعمل آمد.

امروزه اشباع دالان‌های هوایی از یک طرف، مخارج سنگین احداث بزرگراه‌های اتومبیل‌رو از طرف دیگر و بخصوص زمان زیادی که برای رفتن از مراکز شهرها به فرودگاه‌ها لازم است، متخصصین را در کشورهای صنعتی بر آن داشته است که دوباره به راه آهن روی آورند. به عنوان مثال خط توکایدو شهرهای توکیو، کیوتو و ازاکا را به یکدیگر وصل می‌کند و قطارها در روی آن با سرعت حداکثر ۳۶۰ و سرعت تجاری ۲۷۰ کیلومتر در ساعت رفت و آمد می‌کنند. در روی خط جدید پاریس-آتلانتیک نیز قطارها با سرعت تجاری ۳۰۰ کیلومتر در ساعت در حرکتند. علاوه بر این قطارهای سریع با عبور از تونل زیر مانش فاصله بین پاریس و لندن را به ۳ ساعت کاهش داده‌اند (مهرآذین، ۱۳۷۹:۲).

## ۲-۶- بلند بودن مدت زمان بازگشت سرمایه: سرمایه‌گذاری در صنعت

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

## ۲-۷- افزایش شرکت‌های بزرگ چندملیتی: بهبود و گسترش سرمایه‌گذاری در

۱۳۶ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

صنعت گردشگری، زمینه ای مناسب برای تشکیل شرکت های بزرگ و مشارکت های چند ملیتی را فراهم خواهد نمود. لذا ماهیت اصلی شرکت های چند ملیتی و تاثیرات مثبت و منفی عملکرد فعالیت های اینگونه شرکت ها در صحنه اقتصاد جهانی به ویژه در ارتباط با کشورهای توسعه نیافته را همواره باید مد نظر قرار داد. نمونه های بارز این شرکت ها در صنعت گردشگری هیلتون<sup>۱</sup>، شرایتون<sup>۲</sup>، کنتیننتال<sup>۳</sup> و در صنایع دیگر سینگر<sup>۴</sup>، استاندارد اویل<sup>۵</sup>، رویال داچ شل<sup>۶</sup>، ایترنشنال هاروستر<sup>۷</sup>، وستینگهاوس الکترونیک<sup>۸</sup> و ژیلت<sup>۹</sup> می باشند.

### مقایسه ای بین مزایا و معایب صنعت جهانگردی

جدول شماره ۱ مزایا و معایب صنعت جهانگردی را ارائه می دهد:

جدول ۱- مقایسه بین مزایا و معایب صنعت جهانگردی

مزایای جهانگردی	معایب جهانگردی
درآمد زایی و افزایش درآمد ناخالص ملی، تنوع فعالیت های بخش اقتصاد	درآمد جهانگردی فصلی می باشد. همچنین وابستگی شدید به درآمد توریسم و تک محصولی شدن همانند کشور تایلند خطرناک است.
اشتغال زایی همانند رستوران ها، کافه ها، آژانس ها و غیره	افزایش کارکنان غیر ماهر فصلی و با حداقل دستمزد.
کم هزینه و پرسود	سودجویی برخی افراد با تأسیس شرکت های صوری و اقدام به کلاهبرداری.

۱. Hilton
۲. Sheraiton
۳. Continental
۴. Singer
۵. Standard Oil
۶. Royal Dutch Shell
۷. International Harvester
۸. Westinghouse Electronic
۹. Gillette



بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۳۷

صنعت بی دودکش	میزان مصرف سوخت های فسیلی مراکز جهانگردی را نباید نادیده گرفت.
احساس مباحات به فرهنگ خودی	اثرات نامطلوب فرهنگی اجتماعی و سست شدن احساس هویت فرهنگی.
گردشگری به عنوان ابزاری برای گفتگوی تمدن ها	نوع جدیدی از استعمار.
بهبود و توسعه زیرساخت ها	فشار وارده بر وسایل حمل و نقل و بطور کلی بر عوامل زیر ساخت منطقه از قبیل تأمین آب، فاضلاب، تاکسی، خدمات پلیس و ترمینال های مسافری.
حفاظت و بهبود محیط زیست	تخریب و آلودگی های محیطی، تخریب پوشش گیاهی و آلودگی سواحل.
تسهیل فرایند نوگرایی و فراهم شدن تسهیلات جهانگردی و تفریحی هم برای ساکنان محلی و هم برای گردشگران و بطور کلی افزایش رفاه عمومی	اثرات منفی بر جمعیت مهمان پذیر و رقابت بمنظور بهره بردن از خدمات معمول با گردشگران.
استفاده لازم از زمین های ساحلی نامناسب برای امور کشاورزی در امور گردشگری	سوداگری و افزایش نرخ زمین و عدم تخصیص زمین به اهداف مهم تری از قبیل خانه سازی، احداث مدارس و یا فضای سبز
توسعه و نگهداری موزه ها، سالن های تئاتر، تأمین ارز خارجی مورد نیاز، مطرح شدن منطقه و ارائه تصویر مطلوب در جهان	سرقت از موزه ها و انهدام بسیاری از آثار باستانی توسط گردشگران، توسعه منطقه از صدقه سر جهانگردان و...

ادامه جدول ۱

منبع: یافته های پژوهشگر

## ۷- فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی ۱: عدم آگاهی یا شناخت بخش خصوصی از صنعت گردشگری، باعث کاهش تمایل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این بخش گردیده است.

فرضیه اصلی ۲: به دلیل عدم انجام مطالعات امکان‌سنجی و تحلیل هزینه منفعت،

۱۳۸ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

سرمایه گذاری های انجام شده در بخش گردشگری با موفقیت همراه نبوده و به سبب آن موجب کاهش تمایل سرمایه گذاران بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این بخش گردیده است.

فرضیه اصلی ۳: عدم انجام تحقیقات لازم برای توسعه صنعت گردشگری باعث کاهش جلب سرمایه گذاران بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این بخش گردیده است.  
فرضیه اصلی ۴: عوامل زیر موجب کاهش تقاضا برای خدمات جهانگردی، و به سبب آن موجب کاهش تمایل سرمایه گذاران بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در این بخش گردیده است.

فرضیه های فرعی اخیر عبارتند از:

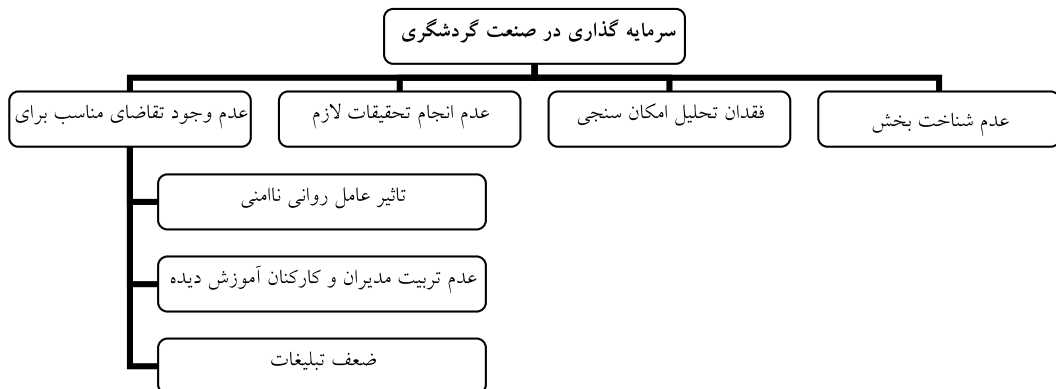
فرضیه فرعی ۱: تاثیر عامل روانی ناامنی یا فقدان محیطی با شرایط امنیتی مساعد در کشور باعث کاهش جلب گردشگر گردیده است.

فرضیه فرعی ۲: عدم تربیت مدیران و کارکنان آموزش دیده در صنعت گردشگری باعث کاهش تقاضا در این بخش گردیده است.

فرضیه فرعی ۳: ضعف تبلیغات و فقدان شناخت درست جاذبه های طبیعی و تاریخی کشور به افراد داخلی و خارجی باعث کاهش تقاضا در این بخش گردیده است.

به منظور تبیین صحیح روابط میان متغیرها در قالب مدل مفهومی شکل ۱ روابط

نشان داده شده است:



بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۳۹

شکل ۱- ساختار تحقیق

## ۸- روش پژوهش، جامعه و نمونه آماری

روش پژوهش در تحقیق حاضر قیاسی-استقرایی است. در تدوین فرضیات از روش قیاسی و برای تأیید یا عدم تأیید فرضیات از روش استقرایی (میدانی) استفاده شده است. همچنین برای جمع آوری اطلاعات در زمینه تئوری و مبانی اساسی پژوهش، از روش کتابخانه ای استفاده شده است. این پژوهش از سه جامعه آماری غیر همگن به صورت زیر تشکیل شده است:

گردشگران در استان های مازندران و گیلان.

مدیران و کارکنان هتل ها، متل ها، هتل آپارتمان، تأسیسات ساحلی، دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی و سایر مکان های تفریحی در استان های مازندران و گیلان. افراد مسئول در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در استان های مازندران و گیلان.

با توجه به اینکه متغیرهای این پژوهش کیفی هستند و همچنین حجم جامعه آماری N آن مشخص است از رابطه ۱ برای تعیین حجم نمونه استفاده شد:

$$n = \frac{Nt^2 s^2}{Nd^2 + t^2 s^2} \quad \text{رابطه (۱)}$$

در این فرمول  $s^2 = p \cdot q$  که  $p$  برابر نسبت موفقیت (تأیید) و  $q$  برابر نسبت شکست (رد) فرضیه می باشد و با در نظر گرفتن نسبت موفقیت (تأیید) فرضیه ها ( $p$ ) و شکست (رد) فرضیه ها ( $q$ ) هر کدام به میزان ۵۰٪ و سطح اطمینان ۹۵ درصد ( $t=1.96$ ) و میزان خطای نمونه گیری یا خطای مورد پذیرش ۱۲ درصد، ۶۷ نفر گردشگر، ۶۷ نفر مدیران و کارکنان هتل ها و ۳۲ نفر افراد مسئول در سازمان میراث فرهنگی به عنوان نمونه های آماری از جامعه های مذکور استخراج شده است. پرسشنامه تدوین شده برای این پژوهش شامل نه پرسش بسته عمومی جهت

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۴۱

شناخت کلی پاسخ دهندگان و ۵۰ پرسش بسته اختصاصی در ارتباط با فرضیات پژوهش و یک پرسش باز در طرح دیدگاه‌ها و نقطه نظر پاسخ دهندگان بوده است. برای تعیین نحوه تهیه و تنظیم پرسشنامه سعی گردید از شیوه‌هایی که به نتایج مطلوب منجر می‌شود، استفاده گردد. متداول‌ترین شکل پاسخ مورد استفاده، مقیاس‌های درجه‌بندی است. بر اساس مقیاس درجه‌بندی (طیف چندگزینه‌ای) از پاسخ دهندگان خواسته می‌شود که از یک درجه‌بندی برای بیان رضایت، اعتقاد، توافق و... خود له یا علیه یک مسئله استفاده کنند. بنابراین برای این کار از طیف مقیاس شش درجه‌ای که در آن پاسخ‌گوئی به سوالات پرسشنامه به صورت نظری ندارم، بسیار مخالف، مخالف، تاحدودی موافق، موافق و بسیار موافق می‌باشد، استفاده شده است. جهت تبدیل پاسخ‌ها از کیفی به صورت کمی، برای هر یک از گزینه‌های فوق از اعداد ۰، ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ جهت امتیازبندی استفاده شده است. ذکر این نکته ضروری است که پژوهشگر با افزودن گزینه "نظری ندارم" به طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت سعی نموده است از دریافت پاسخ‌هایی که پاسخ دهندگان در آن زمینه اطلاعی ندارند دوری جوید.

اگر سوال‌ها ابزار معرف و ویژگی‌ها و مهارت‌های ویژه‌ای باشد که محقق قصد اندازه‌گیری آن را دارد، آزمون دارای روایی است. در این پژوهش سعی شده است تا معانی اصطلاحات به روشنی تعریف شود، به گونه‌ای که هر اصطلاح برای تمامی پاسخ دهندگان مفهومی واحد داشته باشد.

منظور از پایایی، ثبات واحد اندازه‌گیری است. بدین معنی که ابزار اندازه‌گیری در شرایط یک‌سان تا چه میزان، نتایج یکسانی بدست می‌دهد. میزان پایایی کل پرسشنامه این پژوهش بوسیله نرم‌افزار (SPSS) نسخه ۱۶ و از روش آلفای کرونباخ محاسبه شده است که معادل ۰/۹۰ می‌باشد و با توجه به اینکه درجه پایایی، در تحقیقات علوم انسانی بالاتر از ۰/۷۰ بیانگر پایا بودن ابزار سنجش است، پایایی پرسشنامه قابل قبول است.

### ۹- تجزیه و تحلیل پرسش ها و فرضیه ها

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل پرسش ها و فرضیات از آزمون کای ۲ و رابطه (۲) استفاده شده است. از طریق این آزمون بررسی گردید که فراوانی مشاهده شده (Fo) یک سان و یا متفاوت با فراوانی مورد انتظار (Fe) می باشد. در صورتی که تمایز آنها کوچک باشد فرضیه صفر قابل دفاع است در غیر این صورت فرض صفر H0 رد می شود و یا دلیل کافی برای رد فرضیه پژوهش H1 یافت نشده است.

$$\chi^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe} \quad \text{رابطه (۲):}$$

جدول ۲- تابع آماره محاسبه شده برای فرضیات پژوهش

فرضیات پژوهش	کای دو محاسبه شده برای گروه گردشگران	کای دو محاسبه شده برای گروه مدیران و کارکنان هتل ها	کای دو محاسبه شده برای گروه کارکنان میراث فرهنگی
فرضیه ۱	۵۵۹.۴	۳۱۸.۶	۱۰۰
فرضیه ۲	۳۱۳.۶	۳۷۱.۱	۱۱۸.۱
فرضیه ۳	۲۳۹.۴	۲۰۶.۸	۶۶.۶
فرضیه ۴	۲۲۲.۸	۱۳۶	۱۰۰.۴
فرضیه ۵	۴۹۲	۳۳۷.۱	۱۳۴.۱
فرضیه ۶	۶۱۷.۳	۵۲۱.۲	۱۴۴

منبع: یافته های پژوهشگر

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۴۳

با توجه به جدول ارائه شده (جدول شماره ۲) می‌توان ملاحظه کرد که کای دو محاسبه شده در تمامی گروه‌ها، از کای دو جدول کوانتیل با درجه آزادی پنج (۱۱.۰۷) بزرگتر می‌باشد. لذا در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت که عدم آگاهی یا شناخت بخش خصوصی، عدم انجام مطالعات امکان‌سنجی و تحلیل هزینه منفعت، عدم انجام تحقیقات لازم برای توسعه صنعت گردشگری، فقدان محیطی با شرایط امنیتی مساعد در کشور، عدم تربیت مدیران و کارکنان آموزش دیده در صنعت گردشگری و ضعف تبلیغات موجب کاهش تمایل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این بخش گردیده و یا در واقع دلیل کافی برای رد فرضیات پژوهش یافت نشده است.

همچنین برای رتبه بندی فرضیات پژوهش از آزمون‌های کروسکال-والیس ۱ و آزمون فریدمن ۲ استفاده شده است.

در آزمون کروسکال-والیس سعی می‌شود که وضعیت یک متغیر در بین چند گروه مقایسه و ارزیابی شود. برای اجرای این آزمون، باید نمرات افراد به ترتیب صعودی و یا نزولی مرتب و سپس به آنها رتبه داده شود و افرادی که دارای نمره مساوی باشند، میانگین رتبه به آنها تعلق خواهد گرفت. آماره کروسکال-والیس از طریق فرمول ذیل و با نماد  $H$  به صورت رابطه (۳) محاسبه می‌شود (حسینی، ۱۳۸۲: ۱۲۵):

رابطه (۳):

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{i=1}^k \frac{R_i^2}{n_j} - 3(N+1)$$

در این جدول  $R$  رتبه افراد،  $\sum R_i$  مجموع رتبه‌ها و  $R_i$  میانگین رتبه هر گروه را

---

۱. Kruskal- Wallis

۲. Friedman

نشان می دهد.

بر اساس نتایج حاصله از آزمون کروسکال والیس، گردشگران بر عدم شناخت سرمایه گذاران از صنعت گردشگری تاکید بیشتری داشته اند، پس از آن مدیران و کارکنان هتل ها و در نهایت کارکنان میراث فرهنگی آن را تایید کرده اند. در مورد فرضیه دوم (عدم مطالعات امکان سنجی و تحلیل هزینه منفعت) و فرضیه سوم (عدم انجام تحقیقات لازم در مورد صنعت گردشگری) کارکنان میراث فرهنگی تایید بیشتری نسبت به دو گروه دیگر بر این قضیه داشته اند. در مورد فرضیه چهارم (فقدان امنیت در محیط های گردشگری) و فرضیه پنجم (عدم تربیت کارکنان آموزش دیده) کارکنان میراث فرهنگی با تاکید بیشتر، پس از آن گردشگران و در آخر مدیران و کارکنان هتل ها آن را موثر قلمداد کرده اند و در مورد فرضیه ششم (عدم تبلیغات مناسب) گردشگران رتبه اول، کارکنان میراث فرهنگی رتبه دوم و مدیران و کارکنان هتل ها رتبه سوم را از نظر شدت تایید کسب کرده اند.

جدول ۳

ضعف تبلیغات	عدم تربیت کارکنان آموزش دیده	فقدان امنیت	فقدان تحقیقات	فقدان امکان سنجی	عدم شناخت	
۱	۲	۲	۳	۳	۱	گردشگران
۳	۳	۳	۲	۲	۲	مدیران و کارکنان هتل ها
۲	۱	۱	۱	۱	۳	کارکنان میراث

منبع: یافته های پژوهشگر



بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۴۵

جدول ۴ - رتبه بندی فرضیات پژوهش با استفاده از آزمون کروسکال والیس

رتبه میانگین	تعداد	گروه
۸۱.۸۷	۶۷	گردشگران
۶۹.۶۲	۶۷	مدیران و کارکنان هتل ها
۶۲.۶۱	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل
۶۹.۶۶	۶۷	گردشگران
۷۷.۱۵	۶۷	مدیران و کارکنان هتل ها
۸۵.۰۰	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل
۷۳.۰۱	۶۷	گردشگران
۷۴.۴۲	۶۷	مدیران و کارکنان هتل ها
۸۲.۰۴	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل
۷۷.۶۵	۶۷	گردشگران
۴۴.۰۴	۶۷	مدیران و کارکنان هتلها
۹۹.۹۳	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل
۷۵.۲۹	۶۷	گردشگران
۷۰.۵۷	۶۷	مدیران و کارکنان هتل ها
۸۹.۵۰	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل
۷۸.۳۷	۶۷	گردشگران
۷۰.۰۷	۶۷	مدیران و کارکنان هتل ها
۷۷.۱۴	۱۴	کارکنان میراث فرهنگی
۱۴۸	۱۴۸	جمع کل

منبع: یافته های پژوهشگر

۱۴۶ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

همچنین در این تحقیق از آزمون فریدمن برای بررسی این سوال به کار رفت که رتبه بندی هر یک از عوامل و مولفه ها در این پژوهش چگونه می باشد. در جدول ۵ رتبه بندی هر یک مؤلفه ها توسط آزمون فریدمن در گروه های مختلف از جامعه آماری ارائه شده است. از رتبه میانگین حاصل شده از جدول ذیل این نتیجه به دست می آید که هر سه گروه گردشگران، مدیران و کارکنان میراث فرهنگی، ضعف تبلیغات را در رتبه اول، فقدان انجام مطالعات امکان سنجی و تحلیل هزینه منفعت را در رتبه دوم و عدم تربیت مدیران و کارکنان آموزش دیده را در رتبه سوم قرار داده اند. همچنین کارکنان میراث فرهنگی برای فرضیه فقدان محیطی با شرایط امنیتی مساعد در مقایسه با عدم شناخت بخش خصوصی از صنعت گردشگری، رتبه بالاتری (رتبه چهارم) نسبت به سایر گروه ها قائل شده اند و بقیه گروه ها فقدان امنیت را در رده پنجم و عدم شناخت را در رتبه پنجم قرار داده اند. همچنین همه گروه ها فقدان تحقیقات لازم را به عنوان اولویت ششم تلقی کرده اند.

جدول ۲-۴- رتبه های مدیران و کارکنان هتل ها

	رتبه متوسط
F <sub>۱</sub>	۳.۱۴
F <sub>۲</sub>	۴.۷۰
F <sub>۳</sub>	۱.۱۳
F <sub>۴-۱</sub>	۲.۶۳
F <sub>۴-۲</sub>	۴.۰۱
F <sub>۴-۳</sub>	۵.۴۰

منبع: یافته های پژوهشگر

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۴۷

جدول ۳-۴- رتبه های کارکنان میراث فرهنگی

	رتبه متوسط
F۱	۲.۷۱
F۲	۴.۸۹
F۳	۱.۰۷
F۴-۱	۳.۰۰
F۴-۲	۴.۰۴
F۴-۳	۵.۲۹

جدول ۴-۱- رتبه های گردشگران

	رتبه متوسط
F۱	۳.۶۱
F۲	۴.۱۷
F۳	۱.۱۷
F۴-۱	۲.۷۲
F۴-۲	۴.۰۷
F۴-۳	۵.۲۵

جدول ۵- رتبه بندی مؤلفه ها توسط آزمون فریدمن در گروه های مختلف از جامعه آماری

رتبه از نظر کارکنان میراث	رتبه از نظر مدیران	رتبه از نظر گردشگران	فرضیات تحقیق
۱	۱	۱	ضعف تبلیغات
۲	۲	۲	فقدان امکان سنجی یا تحلیل هزینه منفعت
۳	۳	۳	عدم تربیت مدیران و کارکنان آموزش دیده
۵	۴	۴	عدم شناخت بخش خصوصی
۴	۵	۵	فقدان امنیت
۶	۶	۶	فقدان تحقیقات

منبع: یافته های پژوهشگر

### ۱۰- محدودیت های پژوهش

از جمله محدودیت هایی که در انجام این پژوهش وجود داشته است، عدم تمایل کارکنان سازمان میراث فرهنگی استان های گیلان و مازندران برای تکمیل پرسشنامه بوده است. لذا پژوهشگر از ۳۲ نمونه لازم برای این دسته از جامعه آماری، تنها ۱۴ نمونه بدست آورده است.

همچنین بدلیل آنکه امکان دستیابی به گردشگر خارجی در قلمرو مکانی تحقیق به راحتی امکان پذیر نبوده است، لذا از نظرات افراد داخلی و برداشتهای آنها استفاده شده است.

دزدی و کلاهبرداری آژانس های مسافرتی، هتل ها و غیره بخش خصوصی از گردشگران، از جمله مواردی است که باعث کاهش تقاضای گردشگران برای ورود به یک منطقه توریستی می گردد که از دیدگاه موضوع مورد لحاظ قرار نگرفته و می تواند به عنوان محدودیت های پژوهش به حساب آید.

### ۱۱- پیشنهادات مربوط به یافته های پژوهش

امروزه مفاهیم جدیدی در سیستم های حسابداری مطرح شده است که تنها بر ارزیابی های مالی و مفاهیم مبتنی بر اطلاعات حسابداری تاکید ندارد. در واقع یک واحد اقتصادی برای رشد و توسعه نباید تنها به ابعاد مالی توجه نماید بلکه در کنار ابعاد مالی لازم است به فرایندها و رویه های داخلی، مشتریان، یادگیری و رشد (مدیریت منابع انسانی سازمان) و بسیاری از موارد دیگر نیز توجه نماید. واضح است که یک بنگاه گردشگری خواهان دسترسی به نتایج مالی مطلوب است و برای دسترسی به این نتایج می بایست از رضایت و حمایت مشتریان برخوردار باشد. به عنوان مثال با یادگیری و رشد کارکنان، بهبود در فرایندهای کسب و کار ایجاد می شود، که این امر موجب ارتقاء کیفیت خدمات و رضایت مشتریان خواهد شد و بدین دلیل در مشتریان راضی، نوعی وفاداری ایجاد می شود که نتایج مالی قابل توجهی را نصیب واحد

بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۴۹

اقتصادی خواهد کرد. در واقع این ابعاد غیر مالی هستند که بر نتایج مالی تأثیر می‌گذارند. وجود امنیت در یک منطقه گردشگری، داشتن کارکنان خوش برخورد و مؤدب، انتخاب روش مناسب تبلیغاتی، شناخت سرمایه‌گذاران از صنعت گردشگری و انجام تحقیقات لازم برای توسعه صنعت گردشگری از ابعاد غیر مالی خاص این صنعت هستند که به شدت بر نتایج مالی تأثیر می‌گذارند. لذا در تحقیقات گردشگری نه تنها باید به ارزیابی‌های مالی مانند تحلیل هزینه منفعت که بر اطلاعات حسابداری متکی می‌باشد توجه نمود، بلکه بر ابعاد غیر مالی قضیه نیز که در بالا ذکر شد توجه خاص مبذول داشت.

حسابداری محیط زیست و حساب خواهی از مدیران صنعت گردشگری در این زمینه از دیگر مسائلی است که در مباحث جهانگردی مطرح است. در واقع مدیران هر سازمان در قبال سهامداران و افراد جامعه مسئول می‌باشند. آنها می‌باید پاسخ دهند که با منابع سازمان چه کرده‌اند. آیا آنها در مقابل هزینه‌هایی که بر جامعه تحمیل کرده‌اند بر مطلوبیتی از آن افزوده‌اند؟ آلودگی‌هایی که در محیط زیست به جای نهاده‌اند، پوشش‌های گیاهی که تخریب نموده‌اند و سواحلی را که آلوده نموده‌اند، برای ترمیم آن چه کرده‌اند و در ازای آن چه چیزی به جامعه اعطاء نموده‌اند؟ همچنین پاسخ به حسابداری مسائل اجتماعی و حساب خواهی از مدیران در قبال اثرات نامطلوب فرهنگی اجتماعی (مانند سست شدن هویت فرهنگی، افزایش سرقت، جرم و جنایت در شهرهای گردشگر پذیر و...) که صنعت جهانگردی بر جای می‌گذارد و هیچ‌گاه در قالب صورت‌های مالی ارائه نمی‌شود، از دیگر موضوعات مرتبط می‌باشد. در واقع بخشهایی از خسارتها یا منافع که اجتماع از صنعت گردشگری می‌پذیرد، بدلیل محدودیت‌های حسابداری، قابلیت ارائه در قالب اعداد و ارقام مندرج صورت‌های مالی همانند ترازنامه یا سود و زیان را ندارد تا در قبال آن پرسشی مطرح گردد و پاسخی دریافت شود. بنابراین توجه به جنبه‌های اجتماعی و زیست محیطی صنعت گردشگری، در هنگام تهیه صورت‌های مالی برای بنگاه‌های شاغل در این بخش از مواردی است که همواره باید مد نظر قرار گیرد.

## ۱۲- نتیجه گیری

سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی به دلیل پتانسیل بالای اقلیمی کشور، از گزینه های مناسبی می باشد که نیازمند توسعه زیرساخت های اقتصادی، فراهم نمودن شرایط اجتماعی مناسب و بهبود روابط سیاسی با سایر کشورها است. عدم شناخت، فقدان مطالعات امکان سنجی یا تحلیل هزینه منفعت در طرح های گردشگری، فقدان استفاده از نیروی انسانی کارآمد، تصورات منفی جهانگردان درباره شرایط امنیتی کشور، تبلیغات نامناسب، نارسایی های محل های استقرار، موانع حمل و نقل، خدمات فرودگاهی نامناسب، نقش ناکارآمد دولت و نهادهای دولتی مثل بانک ها از عمده ترین مشکلات این صنعت بشمار می رود. همچنین لازمه توسعه صنعت گردشگری، توجه به مزایای بخش حمل و نقل ریلی در بسیاری زمینه ها نظیر حمل و نقل انبوه مسافر و بار، عمر صنعتی بالا، قابلیت صرفه جویی در هزینه های سوخت و حفظ محیط زیست را برشمرد. مجموعه این عوامل، راه آهن را عملاً به یک اهرم قوی حمل و نقل مبدل کرده و توسعه پایدار کشور در گرو تحقق اهداف توسعه حمل و نقل ریلی بوده، ضمن آنکه از لحاظ اجتماعی نیز در جوامع نقش بسزایی دارد. با اتخاذ راه کارهای مناسب برای رفع هرکدام از موانع فوق و بکارگیری دانش حسابداری چه در زمینه اقلیمی که در قالب صورت های مالی مانند ترازنامه یا سود و زیان ارائه می شوند و چه در زمینه اقلیمی که قابلیت ارائه در قالب اعداد و ارقام را ندارد (حسابداری اجتماعی و ابعاد غیر مالی صنعت گردشگری که بر بعد مالی تأثیر می گذارند) و با لحاظ نمودن مسائل مرتبط با حسابداری زیست محیطی می توان بسترهای مناسب برای توسعه این صنعت را فراهم نمود.

## منابع

- آتش پنجه، بایندر، (۱۳۸۶)، " بررسی نقش امنیت در توسعه گردشگری"، ماهنامه تخصص میراث فرهنگی، گردشگری و هتل داری، خرداد و تیر.
- الوانی، مهدی، زهره دهدشتی، (۱۳۷۳)، " اصول و مبانی جهانگردی"، ناشر:

- بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۵۱
- معاونت اقتصادی و برنامه ریزی بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
- احتشامی، منوچهر، (۱۳۸۲)، "راه آهن در ایران"، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- برنس، ورنر، ژی. ام. هاورانک، ترجمه سیداحمد میر مطهری، (۱۳۸۴)، "ارزیابی طرح‌های اقتصادی"، نشر نیک نگار لاهیجان.
- بیضایی، طیب، (۱۳۷۶)، "مسایل و نارسایی‌های گردشگری در ایران"، مجموعه مقالات نخستین همایش جهانگردی جمهوری اسلامی ایران.
- پاپلی یزدی، (۱۳۸۵)، محمد حسین، گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- پاکزاد، فریبرز، (۱۳۴۵)، "مبانی سنجش و گزینش طرح‌های سرمایه‌گذاری"، تهران: وزارت برنامه و بودجه.
- حسینی، سید یقوب، (۱۳۸۲)، "آمار ناپارامتریک روش تحقیق و نرم افزار آماری spss 10"، انتشارات دانشگاه علامه.
- داس ویل، راجر، (۱۳۷۹)، "مدیریت جهانگردی"، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، دفتر پژوهش‌های بازرگانی.
- دیاکونوف، میخائیلویچ، (۱۳۶۴)، "تاریخ ایران باستان"، ترجمه روحی ارباب، تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- رضوانی، علی اصغر، (۱۳۷۴)، "جغرافیا و صنعت توریسم"، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوم.
- رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی، (۱۳۸۴)، "شناخت گردشگری"، انتشارات چهارباغ.
- رهنمایی، محمد تقی، (۱۳۷۷)، "بخش خصوصی دلهره بازگشت سرمایه"، ماهنامه گردشگری، سال اول، شماره ۲.
- رهنمایی، محمد تقی، (۱۳۷۸)، "شهر مطلوب جهانگردان"، ماهنامه گردشگری،

۱۵۲ ..... پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی

سال اول، شماره سوم.

زمانی زنوزی، ایرج، (۱۳۶۸)، " خلاصه ای از گزارش تحقیقاتی نقش توریسم در ایران"، چاپ مدیریت ارشاد و فرهنگ و هنر.

سلطانی، محمد علی، (۱۳۷۴)، " اهمیت توسعه توریسم در جهان سوم"، مقالات برگزیده سمینار اصفهان و جاذبه های ایرانگردی و جهانگردی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، اصفهان.

شایگان، داریوش، (۱۳۵۶)، " آسیا در برابر غرب"، انتشارات امیر کبیر. عبدلی فرد، فریدون، (۱۳۸۳)، " چاپارخانه و راه های چاپاری در ایران"، تهران: انتشارات هیرمند، جلد اول.

فرانسوا، آشه، (۱۳۷۹)، " کتاب جهانگردی شرکت های فراملیتی و هویت فرهنگی"، ترجمه: شهناز شفیع خانی، تهران: انتشارات سلمان، چاپ اول. فیض بخش، هوشنگ، (۱۳۵۵)، " صنعت جهانگردی در ایران و جهان"، تهران: انتشارات موسسه عالی خدمات جهانگردی.

طاهری، شهنام، (۱۳۷۸)، " ارزیابی اقتصادی طرح ها"، انتشارات کویر، چاپ دوم. عراقی، حمید رضا، (۱۳۵۶)، " اصول بازاریابی و مدیریت امور بازار"، تهران: انتشارات توسکا.

کارگر، بهمن، (۱۳۸۶)، " توسعه شهرنشینی و صنعت گردشگری در ایران"، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح، چاپ اول.

لی، جان، (۱۳۷۸)، " گردشگری و توسعه در جهان سوم"، ترجمه دکتر عبدالرضا رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین، شرکت چاپ و نشر بازرگانی. مهرآذین، هاشم، (۱۳۷۹)، " راه آهن اروسازی و برقی کردن"، انتشارات پرتو نگار، چاپ سوم.

محب علی، داوود، (۱۳۷۷)، " شوک نهایی"، ماهنامه جهانگردان، شماره ۱۰. مطالعات جهانگردی، (تابستان ۸۳)، نشریه دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه



بررسی موانع توسعه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت جهانگردی ایران ..... ۱۵۳

علامه طباطبائی، شماره ۵.

منشی زاده، رحمت الله، (۱۳۷۶)، "جهانگردی"، انتشارات منشی.

مهرآذین، هاشم، (۱۳۷۹)، "راه آهن، روسازی و برقی کردن"، انتشارات پرتو نگار،

چاپ سوم.

مطالعات جهانگردی طرح منطقه ای گیلان و مازندران، گروه مطالعات جغرافیایی

انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات و شهرسازی و معماری وزارت مسکن و شهر

سازی (شهریور ۱۳۶۸).

مجدیان، داود، (۱۳۸۲)، "ارزیابی طرحهای فنی - اقتصادی - مالی"، انتشارات

سازمان مدیریت صنعتی، چاپ دوم.

محلای، صلاح الدین، (۱۳۸۰)، "درآمدی بر جهانگردی"، تهران، دانشگاه شهید

بهشتی.

موحد، علیرضا، (۱۳۷۴)، "پایان نامه بررسی عوامل موثر در عدم تمایل بخش

خصوصی برای سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی ایران"، رشته مدیریت بازرگانی

دانشگاه علامه.

نورایمانی، سعید، (۱۳۷۶)، "نقش صنعت جهانگردی در رشد اقتصادی ایران"،

رشته علوم اقتصادی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.

نیاکان، علی، (۱۳۸۳)، "راهنمای مطالعه بازار و بازاریابی در امکان سنجی طرحهای

صنعتی"، انتشارات پژوهاک کیوان.

سایت ها

<http://damavand.gov.ir/damavand/tourism.asp#date 87/03/04>.

<http://hotel.madeinchina.com/policies/Financial-Management-Positioning-For-Hotel-Industry--08.shtml date 87/03/18>.

<http://iranianuk.com/article.php?id=23734 date 87/02/01>.

<http://magiran.com/npview.asp?ID=1496224 date 86/08/12>.

[http://www.aftab.ir/articles/social/tourism/c4c1186993097\\_sport\\_tourism\\_p1.php date 87/02/09](http://www.aftab.ir/articles/social/tourism/c4c1186993097_sport_tourism_p1.php date 87/02/09).

پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی ..... ۱۵۴

[http://www.burj-al-arab.com/ask\\_our\\_concierge/faq/date](http://www.burj-al-arab.com/ask_our_concierge/faq/date)  
87/03/16.

<http://www.chtn.ir> date 86/07/10.

<http://www.ebtekarnews.com/Ebtekar/Article.aspx?AID=1139#7>  
630 date 86/10/10.

<http://www.ibna.ir/vdcdfs0f.yt0x56a22y.html> date 87/02/17.

[http://www.kishtpc.com/Kish%20Industry\\_p\\_advan.htm](http://www.kishtpc.com/Kish%20Industry_p_advan.htm) date  
87/02/18.

<http://www.trco.ir/documents/document/11596/11696/evin-hotel.aspx>  
date 87/03/04.