



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## موانع توسعه پایدار گردشگری در ایران

آریا آملی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی

دانشگاه غیرانتفاعی علامه قزوینی قزوین

### چکیده:

گردشگری به عنوان صنعتی پاک و سومین پدیده اقتصادی پویا و روبه توسعه پس از صنایع نفتی و خودروسازی، توجه بسیاری از کشورها را به خود جلب کرده است. این صنعت به عنوان یکی از صنایع درآمدزای جهان می تواند نقش مهمی در توسعه اقتصادی کشورها دارد. رونق یا کساد گردشگری در کشورها به عوامل مختلفی بستگی دارد. ایران با توجه به فرصت‌ها و قابلیت‌های بالقوه گردشگری، هنوز نتوانسته جایگاه مناسبی در میان دیگر کشورها در عرصه گردشگری داشته باشد. بررسی پیشینه مطالعات در این زمینه نشان می دهد که صنعت گردشگری در ایران دارای فرصت‌ها و محدودیت‌هایی می باشد. به همین منظور در این مقاله به بررسی موانع و محدودیت‌های توسعه پایدار گردشگری در ایران پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که محدودیت‌های زیرساختی، سیاسی و برنامه‌ریزی، اقتصادی، فرهنگی و مذهبی، اجتماعی، آموزشی و تحقیقاتی از جمله مهم‌ترین چالش‌های صنعت گردشگری در ایران هستند.

**کلید واژه‌ها:** گردشگری، توسعه پایدار گردشگری

### مقدمه:

امروزه صنعت گردشگری در اغلب کشورها به عنوان یکی از منابع مهم درآمدزایی و به منزله نمادی از هویت فرهنگی محسوب می شود.

صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که کشور ما نیز با توجه به اتکالی فراوان به درآمدهای نفتی و نرخ بالای بیکاری به شدت نیازمند فرصت‌های جدید شغلی برای جوانان است (غلامی و همکاران، ۱۳۹۴).

کشورهایی که بیشتر به توسعه اقتصادی خود می اندیشند به صنعت گردشگری و فراغت به عنوان یک ضرورت مهم توجه دارند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳:۳).

گردشگری یکی از پر رونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان است و اهمیت آن در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها به حدی است که اقتصاد دانان آن را صادرات نامرئی می نامند و از آن به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند (غلامی و همکاران، ۱۳۹۴). توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تأثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می انجامد (Perace, 1989).

ایران جزء ۱۰ کشور اول دنیا به لحاظ داشتن جاذبه‌های گردشگری است. کشور ایران از جنبه جاذبه‌های گردشگری، دارای انواع اقلیم‌ها، فضاها و فصل‌هاست و از جنبه آثار باستانی، مناطق تفریحی و زیبایی‌های طبیعی با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

برابری می‌کند. ولی به‌لحاظ جذب توریسم و رونق گردشگری (خصوصاً خارجی) و به تبع آن درآمد ارزی در جایگاه شایسته‌ای در دنیا قرار ندارد. این مقاله موانع و مشکلات صنعت گردشگری را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

## مبانی نظری

### ۱- گردشگری

انسان‌ها در طی تاریخ با اهداف و مقاصد خاصی مسافرت می‌کردند، برای انسان‌های اولیه این حرکت برای تأمین غذا و دوری از خطر و یافتن آب و هوای مناسب بود. با پیشرفت امکانات این اهداف به سوی تجارت و تفریح سوق پیدا کرد. در واقع گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، دریافت مالیات بیشتر، جذب ارز، تقویت زیرساخت‌های اجتماعی و عامل توسعه سایر صنایع به‌شمار می‌رود (کاظمی، ۱۳۸۷:۱).

گردشگری پدیده‌ای اجتماعی است و یکی از اشکال زندگی اجتماعی محسوب می‌شود. به همین دلیل توجه به جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی آن، مانند رفتار افراد و گروه‌ها در ارتباط با گردشگری و تأثیرات گردشگری بر جامعه بسیار مهم است. گردشگری، بر روابط میان جوامع و فرهنگ‌ها تأثیرهای عمیقی دارد و منشأ تغییر و تحولات و الگوبرداری‌های گوناگون است (ابوالفضل مشکینی و همکاران، ۱۳۹۵).

### ۲- گردشگری پایدار

گردشگری پایدار نوعی از گردشگری است که در راستای مدیریت منابع تجدید شونده اعم از انسانی و طبیعی باشد، به نحوی که هم نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیبایی شناختی گردشگران تأمین شود و هم یکپارچگی فرهنگی، فرآیندهای بوم شناختی ضروری، تنوع اکولوژیکی و سیستم‌های طبیعی حفظ گردد. توسعه گردشگری پایدار بر تأمین نیازهای توسعه اجتماع محلی، بهبود زنجیره عرضه تولیدات محلی، تشویق صنایع و حرفه‌های محلی، توسعه متناسب با ظرفیت زی محیطی و اجتماعی محلی و افزایش ثبات درآمد گردشگری تأکید دارد. دانستن اصول گردشگری پایدار و عمل به آنها، هم برای گردشگران و هم برای ارائه دهندگان گردشگری بسیار اهمیت دارد؛ چرا که به‌طور یکسان سبب افزایش کیفیت زندگی ساکنان، بازدیدکنندگان و کارکنان گردشگری میشود (کروبی و بذرافشان، ۱۳۹۵).

در تعریف گردشگری پایدار سه رکن مهم مورد تأکید قرار می‌گیرد که عبارتند از:

۱. کیفیت گردشگری پایدار: که میتواند تجربهای با کیفیت بالا به جهانگرد یا مسافر ارائه دهد. همچنین باعث می‌شود کیفیت زندگی جامعه میزبان نیز بهبود یابد و کیفیت محیط نیز حفظ شود.
۲. حفظ و دوام: گردشگری پایدار دوام منابع طبیعی را که اساس و پایه وجود آن بوده است و همچنین حفظ و دوام فرهنگ جامعه میزبان را که منشأ تجربیات ارزنده آن می‌شود، تضمین می‌کند
۳. تعادل: گردشگری پایدار بین نیازهای صنعت گردشگری، حمایت از محیط زیست و جامعه محلی نوعی تعادل و توازن برقرار می‌کند. گردشگری پایدار بین هدف‌های متقابل و مشترک گردشگران، مسافران، جامعه میزبان و مقصد یا محلی که پذیرای این افراد است نوعی همکاری و اشتراک مساعی به وجود می‌آورد. در حالی که در گذشته، این عوامل دارای هدف‌های متفاوت و گاهی متضاد بودند (غفاری و همکاران، ۱۳۹۷).



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

## پیشینه پژوهش:

پژوه‌های مختلفی در مورد صنعت گردشگری و موانع توسعه پایدار آن انجام شده است و پژوهشگران زیادی از زوایای مختلف این موضوع را مورد ارزیابی قرار داده‌اند. مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

کروبی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «موانع اجرای سیاست گردشگری در جمهوری اسلامی ایران: ارائه چارچوبی مفهومی» به ارائه الگویی که زمینه‌ساز حل مسئله سیاست‌گذاری و کمک به اجرای کاراگر سیاست گردشگری در شرایط جمهوری اسلامی ایران باشد پرداختند. برخی از مهم‌ترین نتایج این تحقیق: نهادینگی گفتمان توسعه گردشگری، شرایط آمادگی برای اجرا، انگیزه و تعهد به اجرا، هماهنگی و حمایت بیرونی و درونی و شرایط سیستم اداره عمومی کشور شناسایی شدند.

نوری و بلوچ در مقاله‌ای با عنوان «توسعه پایدار گردشگری در ایران، نیازها، مشکلات و موانع»، ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، زیست محیطی و سیاسی را مورد ارزیابی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که برای دستیابی به توسعه گردشگری به عواملی مانند ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری نیاز است در این فرآیند وجود مدیریتی توانا و انسجام و هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی حائز اهمیت است.

ضرغام بروجنی و صداقت (۱۳۹۷) در مقاله‌ای تحت عنوان «مدل فرآیندی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران نظریه داده بنیاد با تأکید بر برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی»، با استفاده از اطلاعات موجود در برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، مدل توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران را طراحی کرده است که نویسنده مقاله این مدل را در انطباق کامل با اسناد جمهوری اسلامی می‌داند که قابلیت اجرا دارد.

دهقان‌فرد و قاسمی‌زاد (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب»، هشت عامل: موانع اقتصادی، موانع فرهنگی، موانع دولتی، موانع بهداشتی، موانع جغرافیایی، موانع تفریحی، موانع سیاسی و موانع رفاهی را شناسایی و بررسی کردند و در نهایت با مصاحبه با کارشناسان و گردشگران راهکارهای جذب گردشگر را ارائه دادند.

کروبی و بذرافشان (۱۳۹۵) در تحقیقی تحت عنوان «گونه‌شناسی ذی‌نفعان مناطق ساحلی در حمایت از پارادایم توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: شهر بابلسر)»، نگرش ساکنان از طریق مقیاس نگرش به گردشگری پایدار را مورد سنجش قرار دادند و در سه گروه که گروه اول بر پایداری اکولوژیکی تأکید می‌کردند و حامیان سرسخت نام داشتند، گروه دوم بر پایداری اجتماعی تأکید داشتند و حامیان متوسط بودند و گروه سوم بر مسائل اقتصادی تأکید داشتند و حامیان ضعیف نام گرفتند. نتایج نشان داد که هر سه گروه از پایداری زیست محیطی که در میانگین امتیازها تفاوت داشتند حمایت کرد.

## روش تحقیق:

این تحقیق از نوع مطالعات توصیفی تحلیلی بوده و برای به‌دست آوردن داده‌ها از کتابخانه، مقالات تخصصی و پژوهش‌های پیشین استفاده شده است.

## یافته‌ها:

سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارتند از: گردشگران و میهمانان (جامعه میهمان)، مردم منطقه یا میزبانان (جامعه میزبان)، ویژگی‌های مقصد یا جاذبه‌ها (منابع گردشگری) (محسنی، ۱۳۸۸). گردشگران در تعامل دو طرفه با جامعه میزبان و جاذبه‌ها به



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

اهداف گردشگری خود می‌پردازند. جامعه میزبان می‌تواند به عنوان یک جاذبه مهم برای گردشگران محسوب شود. اغلب جنبه‌های فرهنگی جامعه شامل صنایع دستی و کارهای هنری، همچنین فاکتورهای کمتر ملموس مانند موسیقی، رقص و جشنواره‌های مذهبی است که به عنوان جاذبه‌های مهم عمل می‌کنند.

ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، در بین ۱۰ کشور برتر جهان است. ایران با داشتن ۷۰۰ کیلومتر مرز آبی در دریای خزر و بیش از دوهزار کیلومتر در سواحل خلیج فارس و دریای عمان، همچنین مالکیت بیش از ۲۰ جزیره در خلیج فارس و قرار گرفتن در بین مدارات ۲۵ تا ۴۰ درجه عرض شمالی دارای طیف وسیعی از چشم‌اندازها و همچنین آب و هوای متفاوت است. جاذبه‌های گردشگری به پنج گروه ۱. جاذبه‌های طبیعی (اکوتوریسم) ۲. جاذبه‌های فرهنگی ۳. جاذبه مذهبی های ۴. جاذبه‌های اقتصادی ۵. جاذبه‌های ورزشی تقسیم می‌شوند (صیدایی و مقدم، ۱۳۸۹).

جاذبه‌های گردشگری کشور ما بسیار گرانبهاست. آثار باستانی، اماکن دینی و مقدسه، منابع طبیعی، صنایع دستی، آب‌های معدنی و درمانی، غارها، جنگل‌ها و آبشارها، صید و شکار، کویر نوردی و دریانوردی، کوهنوردی، جاذبه‌های معنوی و ادبی و هنرهای نمایشی، تجسمی، موزه‌ها، بازی‌های محلی و هنرهای بومی، موسیقی‌های محلی و سنتی، فرهنگ و آداب و رسوم اقوام مختلف کشور، سوغات و هدایا و نیز جاذبه‌های مذهبی و زیارتگاه‌ها و اماکن مقدس که هر ساله تعداد زیادی از جهان‌گردان را به سوی خود جذب می‌کنند (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹). از نظر سازمان جهانی گردشگری، مذهب یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های سفر شناخته شده است. گردشگران مذهبی، گردشگران فرهنگی‌ای هستند که برای زیارت اماکن، آثار و یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی، آموزش‌های دینی و گذراندن اوقات فراغت به مکان‌ها و مراکز مذهبی سفر می‌کنند. برای بسیاری از زائران، سفر به زیارتگاه به مهمی خود زیارتگاه و یا حتی مهمتر از آن است، چرا که زیارت نه تنها سفر خارجی، بلکه مسافرتی درونی و معنوی است. کشور ما دارای اماکن مذهبی زیادی است که پتانسیل بالایی در زمینه‌های جذب گردشگر مذهبی دارد (معصوم‌زاده و شیرافکن لمسو، ۱۳۹۶).

## موانع توسعه پایدار گردشگری در ایران

### موانع زیرساختی

نظام حکومت مرکزی در ایران منجر به توسعه زیرساختی نامتوازن می‌شود. از یک‌سو، شهرهای بزرگ مثل تهران، اصفهان، مشهد و تبریز توسعه یافته و مدرن هستند، از سوی دیگر، شهرها و مناطق دیگر محروم و در حاشیه قرار گرفتند. نتایج مطالعات نوبخت و پیروز (۱۳۸۷)، محرابی و همکاران (۱۳۹۱) و لطفی و همکاران (۱۳۹۲) نشان می‌دهد که، ضعف امکانات رفاهی و اقامتگاهی نظیر هتل‌ها، رستوران‌ها، سرویس‌های بهداشتی، شبکه حمل و نقل هوایی، ریلی و زمینی عدم توزیع فضایی مناسب آنها در پهنه سرزمینی ایران یکی دیگر از موانع توسعه صنعت گردشگری در ایران می‌باشد. به علاوه، سیستم مالی و بانکی ایران باتوجه به گردشگری، به‌خصوص مورد نیاز گردشگری بین‌المللی، توسعه یافته نمی‌باشد. تعداد کمی مراکز ارز وجود دارد و تقریباً هیچ خدماتی برای امکانات بین‌المللی پول از جمله کارت اعتباری، دستگاه خودپرداز ارز و بانکداری الکترونیکی وجود ندارد (حامدی، ۲۰۱۰:۴۰).

### موانع سیاسی و برنامه‌ریزی

موانع سیاسی را می‌توان به دو مانع سیاست خارجی و داخلی تقسیم کرد؛ طبق تحقیق ویسی و مهماندوست (۱۳۹۳) عامل عامل سیاسی خارجی تأثیر معناداری به‌عنوان مانع توسعه بر صنعت گردشگری ایران دارد. تحریم‌های اقتصادی علیه ایران از جانب شورای امنیت سازمان ملل، اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا، ایران هراسی و ناامن جلوه دادن ایران در رسانه‌های خارجی و تضاد و



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

اختلافات ایدئولوژیک ایران با کشورهای همسایه و وجود جنگ، ناامنی و تروریسم در مرزها و کشورهای همسایه ایران مانع توسعه گردشگری بین‌المللی در ایران شده است. و از سوی دیگر عامل سیاسی داخلی و نگرش‌های ایدئولوژیک تأثیر معناداری به‌عنوان مانع توسعه بر صنعت گردشگری ایران دارد. به‌گونه‌ای که عدم باور مقامات و نهادهای تصمیم‌گیر ملی ایران به فواید گردشگری و به‌طبع آن عدم حمایت جدی اسناد بالادستی از گردشگری، نگاه تردیدآمیز و امنیتی به حوزه گردشگری، نگرش ضدغریبی و بی‌توجهی به گردشگری ساحلی و اکوتوریسم به‌عنوان پرتقاضاترین گونه گردشگری در جهان، مانع توسعه گردشگری بین‌المللی در ایران شده است.

## موانع اقتصادی

عامل اقتصادی تأثیر معناداری به‌عنوان مانع توسعه بر صنعت گردشگری ایران دارد. تورم شدید اقتصادی و نوسانات نرخ ارز، اتکای زیاد بودجه عمومی دولت به اقتصاد تک‌محصولی نفت و بی‌توجهی به سایر منابع ارزی نظیر گردشگری و عدم واگذاری مراکز مهم گردشگری به بخش خصوصی و عدم حمایت از آنان مانع توسعه گردشگری در ایران شده است.

طبق تحقیق کروی و همکاران (۱۳۹۹) روابط اقتصادی ما با جهان خارج طی چهار دهه گذشته حول محور نفت بوده است، ما نفت خام را که در آن ارزش افزوده بسیار اندکی وجود دارد به خارج صادر کرده‌ایم و در برابر کالاهای مورد نیاز خود را که اغلب دارای ارزش افزوده زیادی بوده را به داخل وارد کرده‌ایم و تا زمانی که این چرخه وجود دارد نمی‌توان خیلی به ایجاد و تولید محصولات و خدمات ارزش افزوده و رقابتی خوش‌بین بود، به‌علاوه پایین آمدن درآمدهای دولت از نفت تا حد زیادی سرمایه‌گذاری دولت در امور زیربنایی مانند تقویت خطوط هوایی را کاهش داده که این هم به‌نوبه خود بر توسعه پایدار گردشگری اثر منفی دارد و شرایط اقتصادی مبتنی بر نفت توجهات را برای توسعه بخش خدمات و به‌طور ویژه گردشگری کم‌رنگ ساخته است.

## موانع فرهنگی و مذهبی

برساس مطالعه‌ای که رسول‌زاده اقدام و همکاران (۱۳۹۵) انجام دادند مسائل مذهبی موجبات مشروط‌سازی ورود گردشگران می‌شود، خصوصاً خانم‌ها که در بدو ورود باید از نظر حجاب ضوابطی داشته باشند و این ضوابط و قواعد قیود گردشگران می‌شود. این قیود و محدودیت‌ها سبب می‌گردد کمتر جذب سفر به ایران بشوند. از طرفی با وجود پتانسیل‌های گردشگری که به‌صورت طبیعی سراسر این کشور را فراگرفته‌اند، نمی‌توان گفت تمامی جوامع محلی برای خوش‌آمدگویی و استقبال از گردشگران آماده هستند. جوامع محلی از گردشگری و تغییرات ناشی از آن استقبال نمی‌کنند یا حتی در بدترین حالت رفتار آن‌ها به‌صورت خصمانه باشد. این نگرش را می‌توان به‌عنوان نتیجه‌ای از کمبود اطلاعات و آموزش‌های مرتبط با گردشگری و تأثیر مثبت آن بر توسعه منطقه به‌شمار آورد. به‌علاوه، نکته قابل توجه این است که اغلب جوامع محلی را «افراد غیرسهیم در گردشگری» تشکیل داده و به‌علت ضعف عمومی جامعه مدنی و فقدان سازمان‌های غیردولتی، به آن‌ها به‌ندرت تغییر را می‌پذیرند.

## موانع اجتماعی

نتایج تحقیق کروی و همکاران (۱۳۹۹) نشان می‌دهد که متأسفانه فرهنگ و روحیه ایجاد ارزش افزوده و فرهنگ کارآفرینی و خلق ارزش و ثروت در جامعه در میان نیروهای انسانی و مردم به‌ویژه در میان نیروهای جوان در سطح پایینی قرار دارد. از طرفی، فرهنگ کار تیمی و کارکردن در کنار هم و تحمل کار گروهی در میان ایرانی‌ها اط نظر تعدادی از مصاحبه‌شونده‌ها در سطح پایینی ارزیابی



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

می‌شود. همچنان که اجرای برنامه توسعه گردشگری نیازمند کار کردن سازمان‌ها و افراد مختلف از بخش‌های مختلف کنار هم هست و نیاز است که یک فرهنگ تعامل بین بخشی و یک تقسیم کاری بین سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی حادث گردد.

## موانع نهادی و سازمانی

موانع نهادی و سازمانی تأثیر معناداری به‌عنوان مانع توسعه بر صنعت گردشگری ایران دارد. در این بخش سوء مدیریت، کمبود نیروهای متخصص، تعدد نهادهای تصمیم‌گیر و عدم وحدت رویه و عدم هماهنگی میان آنها و همچنین ضعف بازاریابی و عدم تبلیغات یا تبلیغات نامناسب و کمبود خدمات آنلاین نظیر صدور ویزا، رزرو بلیط، هتل و ... مانع توسعه گردشگری در ایران شده است.

## موانع آموزشی و تحقیقاتی

محسنی (۱۳۸۸) بخشی از موانع آموزشی و تحقیقاتی را فقدان آموزش مستمر و متناوب جهت تربیت کادر فنی، اجرایی و آموزشی و همچنین فقدان نظام تحقیقاتی مؤثر و کارا به‌منظور شناخت نیازهای استراتژیک بخش صنعت گردشگری می‌داند. براساس پژوهش غفاری و همکارانش (۱۳۸۱:۲۲۴)، اگر هر صنعتی، افراد متخصص و ماهر در راه‌اندازی اهدافش نداشته باشد و از پژوهش و تحقیق برای پیش‌برد و گسترش بهره‌ای نبرده باشد، محکوم به فناست که باید از آموزش و پرورش در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز و توسعه صنعت سود جوید و آن را به‌سوی یک رشد واقعی رهنمون نماید.

## نتیجه‌گیری:

یکی از ضرورت‌های نوین در توسعه پایدار، صنعت توریسم و گردشگری است و به همین اندازه یکی از ضرورت‌های مدیریت مؤثر در صنعت گردشگری، رویکرد نظام‌گرا به فعالیت گردشگری است. برای گسترش صنعت گردشگری در ایران باید در ابتدا امکانات و زیرساخت‌ها را بهبود بخشید و سپس با برنامه‌ریزی، تبلیغات اقدام به جذب گردشگر کرد. در این تحقیق موانع مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری ایران مورد ارزیابی قرار گرفت. پس از بررسی ادبیات موضوع عوامل زیرساختی، سیاسی و برنامه‌ریزی، اقتصادی، فرهنگی و مذهبی، اجتماعی، آموزشی و تحقیقاتی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری شناخته شدند.

چالش‌های صنعت گردشگری کشور را تنها نمی‌توان ناشی از نارسایی‌های موجود در سیستم و تشکیلات ارگانی دانست، بلکه عدم تطابق فرهنگ بین جامعه اسلامی ایران با بسیاری از کشورهای جهان از عمده چالش‌های موجود در این صنعت است. برای گسترش صنعت گردشگری در ایران ابتدا باید امکانات و زیرساخت‌ها را بهبود بخشید و سپس با برنامه‌ریزی اقدام به جذب گردشگر کرد. با توجه به اهمیت نقش صنعت گردشگری در کاهش مشکلات مختلف در کشورها، برنامه‌ریزی و توسعه برای ارتقاء صنعت گردشگری در ایران عموماً به دلیل اتکای بیش از حد وب بی‌دردسر به درآمدهای نفتی در حاشیه قرار گرفته است. از نظر بسیاری از کارشناسان مورد مطالعه در این تحقیق، مدیریت گردشگری که عمدتاً امری فرهنگی و اقتصادی است، با سیاست تداخل یافته و مدیران سیاسی بر امور گردشگری دخالت دارند که این امر موجب تضعیف و پایین آمده بهره‌وری در حوزه گردشگری شده است.

از آنجا که توسعه صنعت گردشگری در ایران و ورود گردشگران خارجی به کشورمان، علاوه بر حل مشکل بیکاری و افزایش رشد اقتصادی، باعث گشایش مسایل سیاسی ناشی از ضعف تعامل با دنیای خارج نیز می‌گردد، باید مردم و مسئولان به فکر ارتقای جایگاه



# 5<sup>th</sup> International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

21 November 2022 | Penang, Malaysia

کشورمان در سطح بین الملل باشند که این امر، نیازمند تعامل مشترک میان مسئولان و مردم است که با افزایش فرهنگ توریست-پذیری، علاوه بر درآمدهای ارزی که عاید کشور می‌گردد، تبلیغات بسیار مثبتی برای کشورمان در جامعه جهانی به وجود خواهد آمد.

## منابع

- کروبی، م، و همکاران. (۱۳۹۹). موانع اجرای سیاست گردشگری در ج.ا.ایران: ارائه چارچوبی مفهومی. نقل شده در سایت: <http://tourismjournal.umz.ac.ir>
- ضرغام بروجنی، حمید، صداقت، مریم. (۱۳۹۷). مدل فرایندی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره سوم.
- دهقانفرد، س، قاسمیزاد، ع. (۱۳۹۶). شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۶، شماره ۱۰، صص ۱۹۴-۷۸.
- کروبی، م، بذرافشان، ش. (۱۳۹۵). گونه شناسی ذینفعان مناطق ساحلی در حمایت از پارادایم توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: شهر بابلسر)، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۴۸، دوره ۴.
- رسول‌زاده مقدم، ص، و همکاران. (۱۳۹۵). فرصت‌ها و محدودیت‌های صنعت گردشگری در ایران. مطالعات جامعه‌شناسی. سال هشتم، شماره سی‌ام، صص ۶۳-۸۰.
- قرهی، ن، قهساره اردستانی، ا. (۱۳۹۵). توسعه پایدار گردشگری ایران: مفهوم، فرصت‌ها و چالش‌ها. همایش ملی منابع طبیعی و توسعه پایدار در زاگرس مرکزی
- باقری، م، زارعی متین، ح. (۱۳۹۴). تبیین راهکارهای ارتقای صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران، مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۱۳، دوره ۳، صص ۹۲۵-۹۴۴.
- ویسی، ه، مهماندوست، خ. (۱۳۹۳). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری بین‌المللی در ایران با تأکید بر گردشگری ورودی. فصلنامه ژئوپلیتیک. سال یازدهم، شماره اول، صص ۱۳۵-۱۵۶.
- محسنی، ر، ع. (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: کارکردها و چالش‌ها و راهکارها. فضای جغرافیایی. سال نهم، شماره ۲۸، صص ۱۴۹-۱۷۱.
- غفاری، ه، و دیگری. (۱۳۸۱). صنعت توریسم در ایران: چالش‌ها و راهکارها. اطلاعات سیاسی-اقتصادی. شماره ۱۸۵ و ۱۸۶، صص ۲۱۸-۲۲۵.

## Abstract:

Tourism as a clean industry and the third dynamic and developing economic phenomenon, after the oil and automobile industries has attracted the attention of many countries. This industry, as one of the world's income-generating industries, can play an important role in the economic development of countries. The boom or bust of tourism in countries depends on various factors. Considering the opportunities and potential capabilities of tourism, Iran has not yet been able to have a suitable position among other countries in the field of tourism. Investigating the background of studies in this field shows that the tourism industry in Iran has opportunities and limitations. Though, in this article, the obstacles and limitations of the sustainable development of tourism in Iran have been investigated. The results show that infrastructural, political and planning, economic, cultural and religious, social, educational and research limitations are among the most important challenges of the tourism industry in Iran.

**Key words:** Tourism, sustainable development of tourism