

# تحلیلی بر ساختار تشکیلاتی سازمان متولی گردشگری در ایران

منوچهر جهانیان<sup>۱</sup>

عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ

بهادر غلامی

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی دانشگاه تهران

سعید خلیلی

کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۰/۰۱

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۰۷/۲۲

## چکیده

در هر جامعه‌ای بنا بر سیاست‌های کلان و راهبردهای توسعه‌ای ممکن است سازمان‌ها با ساختارهای متفاوتی شکل بگیرند که هر یک بخشی از اهداف توسعه را تحقق بخشند. در این بین صنعت گردشگری فعالیتی خدماتی است که برای ارایه این خدمات سازمان‌های زیادی را درگیر می‌کند. صنعت گردشگری امروزه در ردیف صنایع پر درآمد و پاک و کم هزینه دنیا قرار دارد. کشور ایران از یک طرف دارای جاذبه‌های طبیعی و باستانی و تاریخی است و از طرف دیگر جمعیت جوان آن رو به افزایش است و از این رو توجه بیش از پیش به این صنعت می‌تواند زمینه رسیدن به اشتغال کامل، افزایش درآمد ارزی، معرفی تمدن و فرهنگ ایرانی به جهانیان، تعامل گسترده و سازنده با کشورهای دنیا و درهم شکستن مرزهای قومی و اقلیتی را فراهم کند. اما ایران نتوانسته است در این زمینه توسعه لازم را داشته باشد که یکی از دلایل اصلی آن سازمان متولی گردشگری در کشور می‌باشد. چرا که کشور ایران چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از انقلاب جایگاه ثابتی در مورد نهادهای تصمیم‌گیری گردشگری نداشته است و در هر دوره زمانی بسته به اهداف و سیاستهای حکومتی نهادهای متعددی تشکیل منتزع و ادغام شده‌اند که این خود می‌تواند از عوامل تاثیرگذار بر رکورد برنامه‌های سازمانی باشد. در این تحقیق با دیدی تحلیلی-انتقادی به بررسی سازمان متولی گردشگری پرداخته می‌شود.

**واژگان کلیدی:** توسعه، سازمان و نهاد، میراث فرهنگی، گردشگری

## ۱- مقدمه

امروزه صنعت گردشگری از دو جهت عمده حائز اهمیت بسیار است؛ نخست موجبات آشنایی ملل با یکدیگر، فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها، گویش‌ها و... را فراهم می‌نماید. دوم اینکه از نظر اقتصادی بعنوان یک تأمین کننده درآمد محسوب می‌شود. از این رو کشورهای مختلف جهان در سایه برخورداری از امکانات گوناگون و حتی با ایجاد جاذبه‌های متنوع، در پی جذب گردشگران به سوی خویش هستند (غفاری، ۱۳۸۱: ۲۵) مطابق آخرین گزارش‌های سازمان جهانی جهانگردی صنعت گردشگری مهمترین کالای صادراتی و منبع درآمد کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته بوده و با نرخ رشد سریع در سال‌های اخیر، پس از صنعت نفت مهمترین منبع درآمد ارزی کشورها است. کشورهای پیشرفته در سال‌های گذشته به شدت و با سرعتی زیاد ضمن مهیا ساختن زیر ساخت‌های خود میزان گردشگرپذیری و درآمد زائی خود را به سطح بالایی ارتقاء داده‌اند. کشور باستانی و کهن ایران علیرغم اینکه از نظر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی جزء ۱۰ کشور برتر جهان می‌باشد. اما متأسفانه در استفاده از این مزایا و مواهب جایگاه مناسبی را ندارد و نسبت به سی سال گذشته خود چهار برابر در جهت عکس (منفی) از لحاظ درآمدهای گردشگری و تعداد توریسم پذیری تنزل یافته است.

کشور ایران چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از انقلاب جایگاه ثابتی در مورد نهادهای تصمیم‌گیری گردشگری نداشته است و در هر دوره زمانی بسته به اهداف و سیاستهای حکومتی نهادهای متعددی تشکیل منتزع و ادغام شده‌اند که این خود می‌تواند از عوامل تاثیرگذار بر رکورد برنامه‌های سازمانی باشد. تغییرات متوالی در حیطه ریاست سازمان و ادغام سازمانهای میراث فرهنگی کشور و ایرانگردی و جهانگردی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور با اختیارات و وظایف متفاوت در سال ۱۳۸۲ تاثیرات زیادی را در پیشبرد اهداف سازمان میراث فرهنگی داشته است (صمدرندی، ۱۳۸۲: ۴۵). این سازمان پس از ادغام سه دستگاه مختلف و گسترش وظایف و ماموریتهای جدید با مشکلات زیادی روبه رو بوده است که حل آنها زمان و اعتبارات کلانی نیاز دارد ولی اگر برنامه‌ها و فعالیتهای سازمان چه در مرحله تاسیس ساختار و تشکیلات جدید و چه در مرحله انجام و گسترش وظایف مطابق با اهداف فرابخشی و فراگیر برنامه توسعه نباشد آن اقدامات قابل پذیرش و ارزشگذاری نخواهد بود، زیرا آنچه امروزه نیاز کشور در همه بخش‌ها و حوزه‌هاست؛ هم سویی با اهداف توسعه است (گزارش مجلس ۱۳۸۷: ۳) متن حاضر با بررسی ساختار سازمان متولی گردشگری و مروری اجمالی بر تاریخچه پر فراز و نشیب آن از گذشته تاکنون در پی آن است تا با بررسی عملکرد ارگانهای ذیربط میزان تاثیر آنها را با بیان نقاط قوت و ضعف در توسعه گردشگری مشخص نماید.

## ۲- روش تحقیق

این تحقیق به روش توصیفی - تحلیلی و انتقادی انجام شده است. اطلاعات و آمار مورد نیاز جهت انجام تحقیق با استفاده از روش کتابخانه‌ای و اینترنتی و مصاحبه‌ای گردآوری شده است. تحلیل مطالب نیز به روش کیفی و انتقادی می‌باشد.

## ۳- مبانی نظری

## ۳-۱- گردشگری (توریسم)

واژه توریسم در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمانی معادل گردشگری در زبان فارسی است (رهنمایی، ۱۳۷۸: ۷). واژه «توریسم» از دو بخش ترکیب یافته است: «تور» به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و «ایسم» پسوندی که اشاره به مکتب یا اندیشه‌ای فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد. بنابراین، توریسم یعنی مکتبی که پایه فکری آن سیاحت و گردشگری است، ریشه یونانی این واژه «تورینست» است که از یونان به اسپانیا، سپس به فرانسه و از آنجا به انگلیس وارد شده است (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۵). واژه گردشگری یا توریسم نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در جلسه‌ای انگلیسی به نام اسپریتینیک مارگازین آمد (محللاتی، ۱۳۸۰: ۳). در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت (بزی، ۱۳۸۶: ۱۸۶). اولین نوشته‌ها راجع به گردشگری در دایره‌المعارف گردشگری و مسافرت، بر ابعاد تاریخی این پدیده تمرکز داشته‌اند. در لغت نامه دهخدا جهانگردی و گردشگری به معنای عمل و شغل جهانگرد و سیاحت و در فرهنگ معین به مفهوم در اقطار عالم سفرکردن، آمده است. آرتور بورمن در سال ۱۹۳۱ جهانگردی را چنین تعریف کرده است: در جهانگردی مجموعه مسافر نهایی را در بر می‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا اینکه به منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد، بدیهی است کسانی که اقدام به مسافرت‌های شغلی منظمی بین محل کار و زندگی خود می‌کند مشمول این تعریف نمی‌شود (رضوانی، ۱۳۸۲، ۱۵). جهانگردی از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که با بوجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد (محللاتی، ۱۳۸۰: ۱۵۰). یکی از شناخته‌ترین تعاریف، تعریفی است که توسط کنفرانس سازمان ملل متحد در زمینه سفر، گردشگری در سال ۱۹۶۳ بیان شد و بعداً توسط اتحادیه بین‌المللی سازمان‌های رسمی سفر که پیش ساخت انجمن جهانی گردشگری بود، مورد قبول قرار گرفت. این تعریف اذعان می‌دارد که گردشگر هر فردی است که از کشوری غیر از کشور محل اقامت خود، به هر دلیل غیر از پیگیری کاری که بخاطر آن دستمزد می‌گیرد، بازدیدی نماید، یک بازدید کننده، گردشگری است که شب را اقامت می‌کند و یا مسافری است که بازدید خود را در روز انجام می‌دهد با این وجود، یک اشکال عمده این تعریف آن است که گردشگری داخلی که در بیشتر کشورها بیشترین سهم گردشگری را به خود اختصاص می‌دهد شامل نمی‌شود (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴). گردشگری فعالیت پیچیده محسوب می‌شود و دارای ابعاد متنوع و جزو علوم بین‌رشته‌ای است. از این رو شناخت ابعاد آن از حیثه یک تخصص خاص خارج بوده و مشارکت متخصصین در رشته‌های گوناگون از جمله: جغرافیا، روانشناسی، مدیریت، حقوق، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، معماری، شهرسازی محیط زیست، کشاورزی، بازاریابی و... را می‌طلبد (معصومی، ۱۳۸۵: ۱۵). مطابق نظر سازمان گردشگری که وابسته سازمان ملل است، گردشگری بزرگترین صنعت فعال در جهان است. شورای جهانی سفر و گردشگر اعلام کرد تا سال ۱۹۹۰ گردشگری ۵/۵٪ تولید ناخالص ملی جهانی را تشکیل خواهد داد. همان‌طور که دیان سودجیچ با صراحت در کتاب

خود با عنوان شهر ۱۰۰ مایلی بیان کرده است، گردشگری بعنوان نیروی برای تحول اجتماعی، گردشگری همان تأثیر انقلاب صنعتی را داشته است (بونی فیس، ۱۳۸۰: ۱۶).

این سازمان هزینه انجام مطالعه ای را از سوی شرکت پیش بینی‌های اقتصادی واراتون متقبل شد که بر اساس آن تولید ناخالص کل گردشگری در سال ۱۹۳۳ تقریباً معادل ۳/۲ تریلیون دلار، یعنی در حدود ۶٪ محصول ناخالص ملی در جهان برآورد شده است. در این مطالعه آمده است که گردشگری رشدی تقریباً دو برابر محصول ناخالص ملی در سطح جهان داشته و حدود ۱۲۷ میلیون نفر مشغول فعالیت در این صنعت هستند (فرزین، ۱۳۸۳: ۳). اهمیت اقتصاد صنعت توریسم و سفر، همچنان با افزایش وسیع تعداد مسافران، از ۲۵ میلیون نفر در فاصله سال‌های ۱۹۵۰ میلادی، به ۹۰۳ میلیون در سال ۲۰۰۷ میلادی با میانگین رشد سالانه آن بالغ بر ۶/۵٪، بیش از پیش آشکارتر می‌گردد (www. wto.com). در نهایت در سال ۲۰۰۸ میزان توریست بین الملل به ۹۲۴ میلیون نفر رسیده بود که نسبت به سال ۲۰۰۷ میلادی رشد ۲٪ را نشان می‌دهد (www.Unwto. com).

گردشگری صادرات عمده ۸/۳٪ از کشورهای در حال توسعه را تشکیل می‌دهد و برای یک سوم از آنها صادرات اساسی محسوب می‌گردد. با گذشت زمان و طرح تئوری‌های جهانی شدن، جامعه مدنی و گفتگوی تمدن‌ها این صنعت اهمیت بیشتری یافته و رسالت سنگین‌تری بر عهده دارد. نوع جدیدی از گردشگری الکترونیک اخیراً در آمریکا و اروپا مطرح گردیده که شاید بتوان آن را مسافرت الکترونیکی نامید (معصومی، ۱۳۸۵: ۹۱).

#### ۴- پیشینه تاریخی سازمان متولی گردشگری در ایران (سازمان میراث فرهنگی و گردشگری فعلی)

برای بررسی پیشینه تاریخی این نهاد لازم است که موضوع را در دو برهه مشخص تاریخی مورد مطالعه قرار دهیم یکی مرحله قبل از انقلاب اسلامی و دیگری تحولات تاریخی پس از انقلاب

#### ۱-۴- قبل از انقلاب اسلامی

در سال ۱۳۰۶ هتل قرن بیستم و سپس کافه نادری (مهمانخانه نادری) در تهران تاسیس شد. در تاریخ ۱۳۰۷/۳/۷ توسط بلدیة تهران مقررات و ضوابط تاسیس کافه و رستوران وضع گردید که به موجب آن طرز بنای کافه و شرایط تاسیس قهوه خانه یا اجناس آن و حدود وظایف کافه‌دار و صاحب رستوران بطور نسبتاً دقیقی تعیین و احصاء گردیده است در همین سال بلدیة تهران دوره‌های تربیت پیش خدمت دایر و زیر نظر یک معلم ایتالیایی و با همکاری دو گارسن قدیمی در محل مهمانخانه فردوسی طی سه دوره آموزش آشپزی خاص تشکیل داده است در همین سال در ۸ اسفند ۱۳۱۴ بلدیة تهران مبادرت به وضع آیین نامه نرخ فروش اغذیه و ماکولات در مهمانخانه‌ها و رستوران نموده است. از سال ۱۳۱۵ موسسه مهمانخانه‌ها با بهره برداری از مهمانخانه‌های دربند، گچسر، چالوس و رامسر فعالیت هتل داری خود را آغاز کرده است و سپس مهمانخانه‌های بابلسر، شاهی و آمل ایجاد شده است. بعداً در جریان جنگ جهانی کافه‌های زیادی در تهران ایجاد شد از جمله کافه‌های کتینانتال در خیابان اسلامبول و کافه لقانظه در میدان بهارستان عمارت نظامیه و سپس گراند هتل در خیابان لاله زار ایجاد شد (زمانی فراهانی، همیرا، صنعت گردشگری و خدمات مسافرتی: ۲۹) در سال ۱۳۱۴ اداره ای در وزارت کشور به نام (اداره جلب سیاحان

خارجی و تبلیغات) تاسیس شد که اهم فعالیت آن تهیه و انتشار کتابچه‌های کوچک راهنما برای راهنمایی سیاحان و جهانگردان در مورد مراکز تاریخی ایران بود. در همین سال کلوپ یا کجکع اتومبیل و نیز کانون جهانگردان ایران تشکیل و در سال ۱۳۱۷ خورشیدی طی نامه شماره ۴ به ثبت رسیده است. در سال ۱۳۱۹ نخستین آژانس جهانگردی به نام آژانس ایران تور در تهران تاسیس شده است. بعد از شهریور ۱۳۲۰ اداره مذکور به شورای عالی جهانگردی تغییر نام داده و در وزارت کشور تشکیل می‌شد و امور اداری آن را اداره سیاسی وزارت کشور اداره می‌کرد. در سال ۱۳۳۳ مجدداً اداره امور جهانگردی در وزارت کشور تشکیل شد و بعضی از اقدامات زیربنایی از قبیل تهیه و تدوین قوانین مربوط به ورود و خروج اتباع بیگانه را انجام داد (ناطق‌الهی، ۱۳۸۸: ۱۰-۱).

در سال ۱۳۳۷ موسسه مهمانخانه‌ها برای تامین کادر ماهر و تحصیل کرده مورد نیاز خود مبادرت به تاسیس کلاهی آموزش هتل داری زیر نظر یک متخصص سوئسی و بعضی مدیران مهمانخانه‌ها نمود این دوره یکساله بود و ۶۰ نفر در آن شرکت داشتند و برای کارآموزی عملی نیز در رستوران فرودگاه مهرآباد کسب تجربه می‌کردند. در سال ۱۳۴۰ شورای عالی جهانگردی مرکب از ۱۲ نفر از نمایندگان وزارتخانه‌ها و موسسات دولتی و سه نفر از اشخاص بصیر در جهانگردی تشکیل شد که وظیفه آن تعیین خط مشی و برنامه‌های اجرایی اداره امور جهانگردی وزارت کشور بود و بر امور جهانگردی در سطح عالی نظارت داشت. در سال ۱۳۴۲ (سازمان جلب سیاحان) به موجب مصوب مورخ ۱۳۴۲/۱/۱۷ هیات وزیران تاسیس شد. اهم وظایف این سازمان عبارت بود از: الف) ایجاد، احیاء و یا اصلاح تاسیسات جهانگردی با استفاده از اعتبارات مربوط از طریق ایجاد دفاتر اطلاعات و راهنمایی و همکاری با وزارتخانه‌ها و موسسات دیگر.

ب) فراهم نمودن تسهیلات لازم برای سیاحان خارجی و داخلی از طریق ایجاد دفاتر اطلاعات و راهنمایی و همکاری با وزارتخانه‌ها و موسسات دیگر.

ج) نظارت در تاسیس و اداره مهمانخانه‌ها و مهمانسراها و درجه‌بندی آنها با همکاری سایر سازمان‌های مربوطه

## ۲-۴- پس از انقلاب اسلامی

در سال ۱۳۵۷ پس از پیروزی انقلاب وزارت اطلاعات و جهانگردی به وزارت ارشاد ملی تغییر نام داد و امور ایرانگردی و جهانگردی زیر نظر معاونت گردشگری و توسط واحدهای تابعه آن معاونت اداره می‌شد. بعداً در سال ۱۳۵۸ شرکت سهامی گشت‌های ایران و شرکت سهامی خانه‌های ایران، شرکت سهامی سازمان جهانگردی برای ورزش‌های زمستانی و شرکت تا سهامی تاسیسات جهانگردی در هم ادغام گردید در سال ۱۳۵۹ وزارت ارشاد ملی به (ارشاد اسلامی) تغییر نام پیدا کرد و عنوان (معاونت جهانگردی) این وزارتخانه هم تحت تاثیر تغییر سیاست جهانگردی به معاونت (سیاحتی و زیارتی) تغییر و واحدهای مربوط به آن هم در دفتر ایرانگردی و جهانگردی متمرکز شد. در سال ۱۳۶۵ وزارت فرهنگ و هنر با وزارت ارشاد اسلامی ادغام و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تشکیل شد (۱۳۶۵/۱۲/۱۲) در ۱۳۷۰/۷/۷ قانون توسعه ایرانگردی و جهانگردی تصویب و به موجب ماده ۲ این

قانون (شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی) تشکیل و تعیین و ترسیم سیاست ایرانگردی و جهانگردی و ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌های ذیربط به این شورا واگذار شد (همان).

اساسنامه شورای عالی و جهانگردی در ۱۳۷۰/۱۲/۲۵ و آیین نامه تشکیلات دبیرخانه شورای عالی ایرانگردی و جهانگردی در ۱۳۷۲/۱۲/۱۰ تصویب گردید در سال ۱۳۷۶ با تجدید نظر در اهداف و وظایف حوزه معاونت امور سیاحتی و زیارتی سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی این دویخس در یکدیگر ادغام و سازمان (ایرانگردی و جهانگردی) به وجود آمد. در سال ۱۳۸۲ قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در جلسه مورخ ۱۳۸۲/۱۰/۲۳ مجلس شورای اسلامی تصویب و در ۱۳۸۲/۱۱/۱۴ به تائید شورای نگهبان رسیده است، به موجب ماده یک این قانون سازمان‌های میراث فرهنگی کشور و ایرانگردی و جهانگردی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتزع و از ادغام آنها سازمان جدیدی با نام میراث فرهنگی و گردشگری و جهانگردی با کلیه اختیارات و وظایفی که سازمان‌های مذکور به موجب قوانین و مقررات مختلف دارا بوده‌اند و کلیه امکانات و اموال و نیروی انسانی زیر نظر رییس جمهور تشکیل شده است که در حال حاضر کلیه وظایف و اختیارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را در امور میراث فرهنگی و جهانگردی به عهده دارد. مدتی بعد نیز سازمان صنایع دستی از وزارت بازرگانی منتزع و به موجب تصویب نامه هیات وزیران به سازمان میراث فرهنگی و گردشگری اضافه شد و موجب گردید نام این سازمان به سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری تغییر کند (<http://www.ichto.ir>).

## ۵- ساختار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

### ۱-۵- اساسنامه سازمان

قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در جلسه علنی روز سه شنبه ۲۳ دی ماه ۱۳۸۲ مجلس شورای عالی به تصویب رسید و توسط رئیس جمهوری برای اجراء به نهاد ریاست جمهوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی ابلاغ شد که این قانون مشتمل بر ۱۲ ماده و ۷ تبصره بوده است.

### ۲-۵- ماهیت حقوقی سازمان

در قانون تشکیل این سازمان به ماهیت حقوقی سازمان اشاره‌ای نشده است و صرفاً از آن به عنوان سازمانی نام برده شده است که زیر نظر رئیس جمهور است و طبق ماده ۲ قانون مرقوم براساس اساسنامه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کشور مصوب ۱۳۶۷/۴/۲۸ و قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی مصوب ۱۳۷۰/۷/۷ اداره می‌شود.

### ۳-۵- وظایف و اختیارات سازمان

در قوانین و مقررات مختلف از جمله قانون تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و قانون توسعه جهانگردی و اساسنامه‌های سازمان‌های میراث فرهنگی کشور و سازمان ایرانگردی و جهانگردی سابق و سازمان صنایع دستی و وظایف و اختیارات فراوانی برای این سازمان ذکر شده است که طبق مندرجات ماده ۴ اساسنامه پیشنهادی سازمان قریب به ۶۰ مورد احصاء گردیده است.

#### ۴-۵- اهداف سازمان

- ۱- دستیابی به شناخت جامع، متوازن و عمیق از گستره جغرافیائی و تاریخی، حضور و نفوذ فرهنگ و تمدن ایرانی- اسلامی در حوزه میراث فرهنگی (ملموس و ناملموس) و هنرهای سنتی.
- ۲- معرفی فرهنگ و تمدن غنی و ظرفیتهای فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور و بهره گیری از مزیتها و ظرفیتهای آن برای تثبیت و ارتقاء جایگاه تمدن ایران در جهان.
- ۳- تعامل هدفمند و سازنده بین المللی با تاکید بر کشورهای اسلامی در بخش میراث فرهنگی، طبیعی، صنایع دستی و گردشگری.
- ۴- توسعه نظام مدیریتی- حقوقی یکپارچه، کارآمد و متکی بر مشارکت جامعه ذینفعان در بخش میراث فرهنگی (ملموس و ناملموس)، طبیعی، صنایع دستی و گردشگری متکی بر اصول اخلاقی، ارزشهای ملی- اسلامی و منطبق بر معیارهای علمی، فنی و مقتضیات جغرافیائی، تاریخی و فرهنگی کشور.
- ۵- تقویت و تعمیق رابطه جامعه با موارث و دارائیهای طبیعی و فرهنگی و ارتقا آگاهیهای عمومی برای افزایش سرمایه اجتماعی بخش میراث فرهنگی (ملموس و غیرملموس)، طبیعی و صنایع دستی و گردشگری.
- ۶- توسعه ظرفیتها و ارتقاء قابلیتهای موجود در زمینههای میراث فرهنگی (ملموس و ناملموس)، طبیعی، هنر و دانش سنتی و فناوری بومی، صنایع دستی و گردشگری.
- ۷- توسعه ظرفیت منابع انسانی دانش پایه، ماهر و مسئولیت پذیر در بخش دولتی و غیردولتی، خصوصی و جوامع محلی.
- ۸- ایجاد نظام اقتصادی کارآمد، رقابت پذیر، باثبات، متوازن، رشد مستمر و پرشتاب بر پایه مزیتهای نسبی فرهنگی و طبیعی کشور با مشارکت بخش غیردولتی و بخش خصوصی داخلی و خارجی.
- ۹- توسعه نظام فراگیر و کارآمد تولید و توزیع صنایع دستی در سطح ملی و بین المللی.
- ۱۰- شناخت، پژوهش و مستندسازی، معرفی آموزش و ترویج، حفاظت، احیا و بهره برداری خردمندانه از میراث فرهنگی (ملموس و ناملموس)، طبیعی، هنرهای سنتی و صنایع دستی کشور.
- ۱۱- اهتمام ملی و تقویت حس مسئولیت عمومی و جلب مشارکت همگانی در حمایت و صیانت، حفاظت، احیا و بهره برداری خردمندانه از میراث فرهنگی، طبیعی، تنوع فرهنگی، تنوع منظر زیستی کشور.
- ۱۲- دستیابی به جایگاه واقعی کشور بعنوان یکی از قطبهای گردشگری جهانی از طریق توسعه کمی و کیفی گردشگری ملی، تنوع محصول و تطابق بازار با آن، ارتقاء کیفیت و استانداردسازی خدمات گردشگری و تسهیل سفر (<http://www.ichto.ir>).

#### ۶- معاونت گردشگری

با توجه به عوامل یاد شده، جلب جهانگردان بین المللی و کسب درآمد حاصل از آن جایگزین مناسبی برای صنعت نفت و خارج شدن از صنعت تک محصولی و رویکرد به صادرات غیر نفتی است.

در این راستا در تاریخ ۲۳ دیماه ۱۳۸۲ طی تصویب قانونی مرکب از ۱۲ ماده و هفت تبصره سازمان میراث فرهنگی و سازمان ایرانگردی و جهانگردی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی منتزع و از ادغام آنها «سازمان میراث فرهنگی و گردشگری» تشکیل گردید.

در اواخر سال ۱۳۸۴ شورای عالی اداری طرح ادغام سازمان صنایع دستی با سازمان میراث فرهنگی و گردشگری را تصویب نهایی رساند. براساس این تصویب نامه سازمان صنایع دستی با هدف توسعه صنایع دستی کشور و ایجاد هماهنگی با سیاست‌های توسعه گردشگری با تمام وظایف و اختیارات از وزارت صنایع و معادن جدا شده و در سازمان یاد شده ادغام می‌شود، که بنام «سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری» شناخته می‌شود.

### ۱-۶- وظایف معاونت گردشگری

از میان ۶۰ مورد وظایف تعریف شده برای سازمان حدود ۲۷ مورد مربوط به اختیارات و وظایف معاونت گردشگری می‌باشد که در زیر به مواردی از آن اشاره می‌کنیم:

۱- سیاستگذاری، برنامه‌ریزی، هماهنگی، تعیین خط مشی‌ها و اولویت‌ها در انطباق با برنامه‌های توسعه کشور بررسی و مطالعه در زمینه بهبود، توسعه و ترویج صنعت گردشگری داخلی و خارجی

۲- بررسی و ابلاغ استانداردها، ضوابط، مقررات و نظام نامه‌های ناظر بر احداث، ایجاد، اداره، توسعه و انحلال مراکز اقامتی، هتل‌ها، مهمانسراها، مجتمع‌های پذیرائی، آژانس‌های خدماتی و مسافرتی و سایر مراکز و مجامع مرتبط با فعالیتهای گردشگری

۳- سیاست گذاری و هدایت فعالیت‌ها برای ارتباط با سایر کشورها بالاخص کشورهای اسلامی منطقه

۴- برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران خارجی، ایجاد تسهیلات و رفع موانع، صدور روادیدها در مبادی ورودی کشور، ارائه اطلاعات و خدمات رفاهی لازم در سفارت خانه‌ها با همکاری واحدهای ذیربط

۵- ایجاد هماهنگی لازم با دستگاهها و نهادهای ذیربط برای تأمین امنیت، برگزاری تورها و ارایه سایر خدمات به گردشگران خارجی در طول اقامت

۶- بررسی طرح‌ها و راهکارهای تشویقی و ترغیبی به منظور توسعه گردشگری داخلی و بازدید از امکانات و جاذبه‌های سیاحتی و زیارتی کشور

۷- هماهنگی و برقراری ارتباط و مبادلات با وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، مؤسسات، نهادها و سایر تشکلهای داخل کشور به منظور معرفی، اطلاع‌رسانی، بسط و توسعه گردشگری داخلی

۸- برنامه‌ریزی به منظور ایجاد تسهیلات و زمینه‌های مناسب برای برگزاری تورهای تخصصی (ورزشی، بهداشتی، علمی و...)

۹- برنامه‌ریزی به منظور شناخت بازارهای هدف و بررسی روش‌ها و مکانیسم‌های ارتقاء منابع درآمد سازمان از محل صنعت گردشگری داخلی و خارجی



- ۱۰- اعمال سیاستهای حمایتی، هدایتی و نظارتی از مؤسسات، سازمانها و اشخاص حقیقی و حقوقی جهت بهبود و توسعه کیفی و کمی خدمات گردشگری
- ۱۱- کنترل و اعمال نظارت‌های لازم در خصوص صدور مجوزها و نحوه اداره و ارائه خدمات توسط مراکز و مجتمع‌های اقامتی و پذیرائی و دفاتر خدماتی و مسافرتی
- ۱۲- ایجاد پایگاهها و بانک‌های اطلاعاتی در خصوص شرایط، استانداردها و مشخصات مراکز اقامتی و پذیرائی، آژانس‌های مسافرتی و خدماتی، مبادلات ارزی، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، موزه‌ها
- ۱۳- اتخاذ تدابیر لازم برای عضویت مؤثر در مجامع بین المللی مرتبط با صنعت گردشگری
- ۷- نگاهی به وضعیت گردشگری ایران

کشورهای پیشرفته به خوبی نیاز به سفر در آدمی را درک کرده‌اند و با تبلیغات گسترده برای افزایش جذب گردشگر به هر دری می‌زنند تا تحولی شگرف، پایدار و باثبات در اقتصاد خود ایجاد کنند. از آنجایی که انسان‌ها سفر را منجی خود در تنگناهای یکنواخت زندگی می‌دانند و میل سفر به دور دست‌ها و ماجراجویی آرزویی است که برای بشر انتهایی ندارد، در نتیجه پدیده توریسم می‌تواند یکی از منابع نامحدود و پولساز برای کشورها باشد.

سازمان جهانی شورای سفر (WTTC) در گزارشی که توسط کارشناسان این شورا و به کمک دانشکده اقتصاد دانشگاه آکسفورد تهیه می‌کند، سالانه گزارشی در بازه‌های زمانی ده ساله تهیه و وضعیت گردشگری و اثرات اقتصادی آن در ۱۸۱ کشور دنیا را بررسی می‌کند. نتایجی که در ادامه ارائه می‌شوند، برگرفته از گزارش سازمان جهانی شورای سفر می‌باشد. نگاهی به آمارهای جهانی درباره وضعیت گردشگری ایران و جهان، نشان می‌دهد که در این صنعت در کجا ایستاده ایم و تا نقطه مطلوب چقدر فاصله داریم. بنابر آخرین گزارشهای این سازمان که آمار وضعیت گردشگری کشورها را از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ میلادی پیش بینی نموده، ایران در سال ۲۰۱۰ میلادی رشد ۳/۹ درصدی در صنعت گردشگری دارد. بر اساس همین گزارش وضعیت گردشگری ایران تا سال ۲۰۲۰ با رکورد مواجه می‌شود و این عدد به ۳/۸ درصد می‌رسد.

جدول شماره ۱: مقایسه رشد واقعی تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری در سالهای ۲۰۱۰ و ۲۰۲۰

۲۰۲۰	۲۰۱۰	
۲.۵ درصد	۰.۱ درصد	خاورمیانه
۴.۴ درصد	۵.۰ درصد	جهان
۸.۳ درصد	۹.۳ درصد	ایران

منبع: Data as collected by UNWTO 2011

اما در سال ۲۰۱۰ میلادی، درآمد حاصل از گردشگر ورودی به ایران به حدود ۲/۴ میلیارد دلار می‌رسد که ۲/۵ درصد از صادرات کل ایران را تشکیل می‌دهد. طبق پیش بینی سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰ میلادی این مبلغ به ۵/۱ میلیارد دلار می‌رسد و ۲/۴ درصد از کل صادرات ایران را تشکیل می‌دهد. در سال گذشته میلادی، ۳/۲ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌های کشور که معادل ۳/۴ میلیارد دلار است در بخش گردشگری انجام شده و در سال ۲۰۲۰ میلادی این آمار به رقم ۲/۸ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها و معادل ۷/۶ میلیارد دلار می‌رسد. یکی از

ویژگی‌های بارز صنعت گردشگری، تاثیر مستقیم و غیرمستقیم این صنعت در اشتغال زایی است. در ایران ۵۹۸ هزار نفر به واسطه صنعت گردشگری در سال ۲۰۱۰ مشغول به کار شده‌اند. این صنعت نوپا در ایران، توانسته ۸/۳ درصد از کل مشاغل کل کشور را به خود اختصاص دهد.

جدول شماره ۲: بررسی روند درآمدزایی، سرمایه‌گذاری و اشتغال زایی حاصل از گردشگری

۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۰	۲۰۰۹	
۲.۴ درصد صادرات کشور (میلیارد دلار)	۱۱.۶ درصد صادرات کشور (۲۴.۳ میلیارد دلار)	۲.۵ درصد (۲.۴ میلیارد دلار)	۱۱.۷ درصد صادرات کشور (۱۰.۳ میلیارد دلار)	درآمد حاصل از گردشگر ورودی به ایران
۲.۸ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها معادل ۷.۶ میلیارد دلار	۲.۶ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها معادل ۹ میلیارد دلار	۳.۲ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها معادل ۳.۴ میلیارد دلار	۳.۷ درصد از کل سرمایه‌گذاری‌ها معادل ۴ میلیارد دلار	میزان سرمایه‌گذاری
۲ درصد از کل مشاغل معادل ۷۲۶ هزار و ۵۹۸ شغل از هر ۱۴.۱ شغل یکی مرتبط با گردشگری	۲.۶ درصد از کل مشاغل معادل ۷۷۱ هزار و ۶۱۸ شغل	۱.۶ درصد از کل مشاغل معادل ۵۹۴ هزار شغل از هر ۱۳.۵ شغل یکی مرتبط با گردشگری	۸.۳ درصد از کل مشاغل معادل ۵۹۸ هزار شغل	میزان اشتغال زایی به طور مستقیم

منبع: Data as collected by UNWTO 2011

همین آمار نشان می‌دهد که توجه به این صنعت خاموش می‌تواند آتش زیر خاکستر اقتصاد کشور را شعله ور کند. طبق پیش بینی‌های سازمان جهانی شورای سفر و با توجه به پیش بینی رکود صنعت گردشگری ایران در سال ۲۰۲۰ میلادی، این صنعت ۱۰ سال بعد ۷۲۶ هزار و ۵۹۸ نفر را مشغول به کار می‌کند که متاسفانه این رقم در ایران تنها دو درصد از کل مشاغل کشور را به خود اختصاص خواهد داد. بنا به این گزارش تولید ناخالص داخلی ایران از گردشگری در سال ۲۰۱۰ میلادی ۸/۴ درصد است که معادل ۳۳.۷ میلیارد دلار بوده و بر اساس پیش بینی‌ها این عدد در سال ۲۰۲۰ به ۸ درصد و به رقمی معادل ۸۱.۸ میلیارد دلار می‌رسد. همچنین رشد واقعی ناخالص داخلی ایران از گردشگری ۳/۹ درصد بوده که در ۱۰ سال آینده به ۳/۸ می‌رسد.

جدول شماره ۳: بررسی روند تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری و رشد واقعی آن

۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۱۰	۲۰۰۹	
۸ درصد	۸.۱ درصد	۸.۴ درصد	۸.۲ درصد	تولید ناخالص داخلی ایران از گردشگری
۳.۸ درصد	۴.۳ درصد	۳.۹ درصد	۷.۳ درصد	رشد واقعی ناخالص داخلی ایران از گردشگری

منبع: Data as collected by UNWTO 2011

در رده بندی انجام شده در بین ۱۸۱ کشور بررسی شده در گزارش سازمان جهانی شورای سفر، تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری کشور ایران از نظر اندازه خالص در رتبه ۳۰، نسبت به اقتصاد ملی در رتبه ۹۵ و از نظر رشد اقتصادی در رتبه ۱۳۷ قرار گرفته است.

جدول شماره ۴: رتبه اقتصاد گردشگری ایران در جهان در بین ۱۸۱ کشور

سال	پیش بینی رشد تولید ناخالص داخلی	نسبت به اقتصاد ملی با توجه به درصد تورم	اندازه خالص تولید ناخالص داخلی
۲۰۰۹	۲۸	۹۹	۱۰۰
۲۰۱۰	۳۰	۹۵	۱۳۷

منبع: Data as collected by UNWTO 2011

ایران همچنین در بین ۱۲ کشور منطقه خاور میانه هم از نظر اندازه خالص در رتبه ۳، نسبت به اقتصاد ملی در رتبه ۸ ی از نظر رشد اقتصادی در رتبه ۹ قرار گرفته است. البته رشد اقتصادی کشورها با توجه به درصد تورم آن‌ها سنجیده می‌شود.

جدول شماره ۵: رتبه ایران در بین ۱۲ کشور خاورمیانه

سال	رتبه ایران تولید ناخالص داخلی حاصل از گردشگری	رتبه ایران از لحاظ اقتصاد ملی	رتبه ایران از لحاظ رشد اقتصادی
۲۰۰۹	۲	۷	۷
۲۰۱۰	۳	۸	۹

منبع: Data as collected by UNWTO 2011

کشورهایی که توانسته‌اند در صنعت گردشگری کارنامه موفقی از خود به جا بگذارند، علاوه بر معرفی کشور خود به گردشگران در آمد سرشاری از این صنعت نصیب‌شان می‌شود.

سال ۲۰۱۰ میلادی در جهان، یک هزار و ۲۴۱ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در بخش توریسم انجام شد که این رقم معادل ۰۲ / ۹ درصد از کل سرمایه‌گذاری جهان است. این رقم تا سال ۲۰۲۰ به ۲/۷۵۷ میلیارد دلار خواهد رسید که ۰۴ / ۹ درصد از کل سرمایه‌گذاری در جهان را تشکیل می‌دهد. تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری در سال گذشته میلادی ۲ / ۹ درصد از کل تولید ناخالص داخلی بوده که نسبت به ۱۰ سال گذشته رشد نیم درصدی داشته و این رقم معادل ۵۷۵۱ میلیارد دلار بوده است. طبق پیش بینی‌های سازمان جهانی شورای سفر در سال ۲۰۲۰ میلادی تولید ناخالص داخلی جهان از گردشگری به مبلغی معادل ۱۱/۱۵۱ میلیارد دلار می‌رسد که نسبت به سال ۲۰۱۰ رشد ۴ / ۴ درصدی خواهد داشت و نسبت اقتصاد گردشگری به ۶ / ۹ درصد کل تولید ناخالص جهان افزایش می‌یابد.

بر اساس آخرین آمار این سازمان در حال حاضر از هر ۱۲.۳ شغل در سراسر دنیا یک شغل مربوط به صنعت جهانگردی است. در سال ۲۰۱۰، صنعت گردشگری ۱ / ۸ درصد از کل مشاغل جهان را به خود اختصاص داده و اکنون ۲۳۵ میلیون و ۷۵۸ هزار نفر به واسطه این صنعت مشغول به کار هستند. پیش بینی‌های این سازمان در ۱۰ سال آینده نشان می‌دهد که ۲ / ۹ درصد از کل مشاغل دنیا مرتبط با صنعت گردشگری خواهد بود و ۳۰۳ میلیون و ۱۹ هزار شغل مرتبط با گردشگری به وجود می‌آید.

گرچه گردشگری ایران توانسته در اقتصاد ملی سهم قابل توجهی را به دست بیاورد و در رتبه بندی، چهار پله صعود کند اما رقبای این کشور آنچنان عمل کرده‌اند که توانسته‌اند گوی سبقت را در رشد تولید ناخالص داخلی از گردشگری بریابند و موجب سقوط ۳۷ پله ای ایران در جهان شوند. در منطقه خاورمیانه رقبای سرسختی مانند لبنان و اردن، جایگاه ایران را در گردشگری منطقه اشغال کرده‌اند به طوری که لبنان با ۳۷.۶ درصد رشد در تولید ناخالص داخلی از گردشگری، برای کسی جای نقد نگذاشته است. اردن، مصر، سوریه، ترکیه، عربستان نیز به ترتیب به دنبال این کشور هستند و سعی در گرفتن گوی سردمداری توریسم منطقه خاورمیانه دارند. شورای جهانی سفر و گردشگری در آخرین گزارش‌های خود مربوط به بررسی اثرات اقتصادی توریسم در ۱۸۱ کشور جهان از جمله ایران تا سال ۲۰۲۰ وضعیت نامطلوبی را برای آینده گردشگری ایران پیش بینی نموده است بطوری که در ۱۰ سال آینده

ایران در رتبه‌های آخر این رده بندی و تنها بالاتر از سوریه می‌ایستد نتیجه ای بسیار روشن و منطقی از آمار و ارقام نشانگر آن است که وضعیت گردشگری ایران در سال‌های آینده چندان مطلوب نخواهد بود. صنعت توریسم در سال‌های اخیر از رشد چشمگیری برخوردار گردیده است و نقش مهمی در زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد و تحریک رشد اقتصادی ملی و بین‌المللی ایفا می‌کند به طوری که در سال ۲۰۰۹ میلادی درآمد حاصل از جهانگردی بین‌المللی از مرز یک تریلیون دلار آمریکا- یا به عبارت دیگر سه میلیارد دلار آمریکا در هر روز- فراتر رفت (گزارش سالانه سازمان جهانی جهانگردی در سال ۲۰۱۰).

#### ۸- تجزیه و تحلیل

کشور ایران چه در دوران قبل از انقلاب و چه بعد از انقلاب جایگاه ثابتی در مورد نهادهای تصمیم‌گیری گردشگری نداشته است و در هر دوره زمانی بسته به اهداف و سیاست‌های حکومتی نهادهای متعددی تشکیل منتزع و ادغام شده‌اند که این خود می‌تواند از عوامل تاثیرگذار بر رکورد برنامه‌های سازمانی باشد. سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان سازمان تازه متولد شده‌ای که دوران ابتدائی خود را سپری می‌کند، به طور رسمی مسوولیت سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و انجام عملیات اجرایی مرتبط با توسعه گردشگری را عهده‌دار است. در این تحقیق سعی ما بر این بوده که به بررسی سازمان متولی گردشگری پرداخته شود.

تنوع بخشیدن به اقتصاد و بالا بردن شاخص‌های توسعه انسانی، رفع مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبروست و هر یک از کشورهای و در هر سطحی از توسعه در تلاش هستند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور بیابند و در این میان کشورهایی که به تنوع بخشی اقتصادی روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه ای برهانند و در جستجوی شناخت مزیت‌ها (پتانسیل‌ها) یا خلق مزیت‌ها هستند یکی از این مولفه‌ها، صنعت توریسم است که اغلب کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی از این مزیت‌ها بهره‌مند هستند، آن را در برنامه توسعه ملی خود گنجانده‌اند تا از این طریق بتوانند فرآیند توسعه ملی خود را تکامل بخشند (جان لی، ۲۰۱۱: ۳۷۸) در این بین هر چند جاذبه‌های تاریخی، باستانی و طبیعی ایران نسبت به کشورهایمانند امارات متحده عربی و ترکیه که در حال حاضر عنوان کشور توریستی را یدک می‌کشند و گوی سبقت را از ما ربوده‌اند بسیار فراوان تر است. اما جاذبه‌های گردشگری تنها یکی از معیارهای ورود گردشگر به یک کشور است و تبلیغات، تسهیلات و سیاست‌های کلی در یک کشور هر کدام می‌توانند سهم عمده ای در جذب گردشگر داشته باشند. در زمینه بررسی ساختار تشکیلاتی سازمان متولی گردشگری باید اذعان نمود که موانع و مشکلات زیادی برای تحقق برنامه‌های اشاره شده و توسعه بخش گردشگری به عنوان یک صنعت تاثیر گذار وجود دارد. با توجه به بررسی‌های انجام شده و سطوح تشکیلاتی اشاره شده و وظایف بخش‌ها و نهادهای مرتبط این سازمان در رابطه با توسعه گردشگری موانع موجود بر سر راه توسعه و سیاستگذاری گردشگری را می‌توان به شرح زیر ارایه کرد:

- عدم شکل‌گیری یک سازمان یا نهاد متمرکز در سیاستگذاری و ادراه‌گردشگری
- تنوع مراکز تصمیم‌گیری و در نتیجه تداخل سیاستها و تصمیمات
- عدم شبکه آموزشی مناسب
- عدم دستیابی به وفاق و اجماع کلان در مقاصد و خواسته‌های گردشگری
- عدم وجود دیدگاه نظام‌مند
- وجود تداخلات فراوان در وظایف هر معاونت
- عدم نظام مدیریتی هدفمند
- مشکلات مربوط به منابع سرمایه‌ای و بودجه‌ای
- نبود اساتید و آموزش‌های دانشگاهی در رشته گردشگری
- عدم برخورداری و تبعیت از یک الگوی جامع سیاستگذاری
- مشکلات مربوط به منابع سرمایه‌ای و بودجه‌ای
- عدم برگزاری سمینارها و جشنواره‌های گردشگری بین‌المللی
- تغییر و جابه‌جایی متناوب ساختارها و مراکز سیاستگذاری گردشگری
- عدم همکاری مناسب با افراد محلی و بخش خصوصی
- نبود تعاملات مناسب میان مدیران بخش‌ها
- مورد بعدی که می‌توان به آن ذکر کرد در بحث مربوط به دفتر امور بین‌الملل می‌باشد که روابط و تبلیغات بسیار محدود و ناقصی را در مورد امور بین‌الملل دارا می‌باشد که با راه‌اندازی شبکه‌های خارجی و بکارگیری همه واحدها یک مجموعه واحد فعالی را می‌توان تشکیل داد در خصوص جذب گردشگران خارجی.
- در بحث مربوط به معاونت سرمایه‌گذاری و طرح‌ها این مورد را می‌توان متذکر شد که در این بخش طرح‌های مختلف گردشگری بدون هماهنگی با سایر معاونت‌ها تصویب و به اجرا در می‌آیند که با ایجاد زیرگروه در هر یک از بخش‌ها می‌توان به ساماندهی انواع مختلف طرح‌ها پرداخت و ساماندهی کرد.
- در بحث مربوط به تبلیغات مجازی کلیه بخش‌ها به صورت خیلی ضعیفی فعالیت کرده و در طراحی شبکه‌های مختلف مجازی که در این دوره بسیار می‌تواند در معرفی در سطح گسترده عمل کند ضعیف کار کرده و با این اوصاف با طراحی شبکه‌های مختلف مجازی با زبان‌های مختلف می‌توان کمک شایانی به این بخش کرد.
- در بخش مربوط به دفتر توسعه گردشگری این انتقاد را می‌توان وارد کرد که باید گردشگری داخلی و خارجی از یکدیگر جدا شده و به صورت مستقل عمل کنند تا به اهداف که هر کدام دارند با برنامه‌ریزی مربوط به هر کدام عملکرد مناسبتری را داشته باشند این مورد را می‌توان پیشنهاد کرد که ستاد تسهیلات سفرهای کشور به دفتر گردشگری داخلی و دفتر توسعه گردشگری به دفتر گردشگری داخلی تفکیک شده و به صورت مستقل کار کنند.

- در مورد بخش آموزش به این مورد می‌توان اشاره کرد که بحث آموزش در همه موارد از بخش‌های مهم و اساسی بوده و در این رابطه با ایجاد بخش آموزش در همه معاونت‌ها و همکاری این بخش‌ها با یکدیگر و برگزاری دوره‌های بروز رسانی و آموزش‌های آزاد می‌تواند نقش موثری را توسعه این بخش بعمل آورد. سازمان‌های گردشگری نیز به لحاظ ماهیت و نوع خدماتی که بایستی ارائه دهند از حساسیت ویژه‌ای برخوردار هستند و بر این گونه سازمان‌ها باید به روز باشد و همچنین اطلاعات خود را مدام تکمیل و به روز کنند، آموزش‌های لازم را سریعاً فرا گرفته حتی یک لحظه از تغییرات و تحولات بین‌المللی غافل نشوند. سازمان‌های گردشگری بایستی بر اصل مشارکت عمومی کارکنان خود تاکید داشته باشند زیرا کار و فعالیت توسط آنان است که انجام می‌گیرد.

در این بخش مهمترین عوامل عدم توسعه گردشگری در ایران از نظر سازمان متولی تشریح می‌گردد:

#### ۱-۸- عدم وجود یک سازمان و وزارت خانه مستقل

در حال حاضر، بیشتر صاحب‌نظران معتقدند که توریسم باید به شیوه‌ای منسجم، کنترل شده و پایدار و بر مبنای برنامه‌ریزی مؤثر توسعه یافته و اداره گردد. به این ترتیب، توریسم منافع قابل ملاحظه اقتصادی را بدون ایجاد مشکلات جدی اجتماعی و زیست محیطی برای ناحیه در پی خواهد داشت، علاوه بر این منابع توریسم برای استفاده آتی نیز حفظ می‌گردد. اولین و مهم‌ترین بحثی که می‌توان مطرح کرد مربوط به این موضوع می‌باشد که با توجه به اینکه ایران از نظر میراث فرهنگی، فرهنگی و گردشگری در رتبه‌های برتر جهان قرار دارد و جزو ۵ کشور برتر دنیا می‌باشد اما از نظر جذب گردشگر و درآمدهای حاصل از آن همانطور که در مبنای نظری آورده شد جزو کشورهای کمتر توسعه یافته به حساب می‌آییم و از طرفی دیگر کشورهای نظیر مالزی و ترکیه... که از نظر دارا بودن میراث فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری هر چند شاید کمتر از ایران نباشند اما از نظر جذب گردشگر از این کشورها سطح پایبندی را دارا می‌باشد، شاید از دلایلی که می‌تواند بر این موضوع دلالت داشته باشد ساختار تشکیلاتی و مدیریتی است که بر سازمان‌های متولی این امر دخالت دارند در نتیجه بسیار ضروری می‌باشد که به این موضوع توجه اساسی داشت و با توجه به تجربیات کشورهای موفق در این زمینه ساختار مناسبی را برای گردشگری کشور طراحی کرد. نهادهای متولی گردشگری برای مدیریت در صنعت گردشگری باید دارای ساختار سازمانی مناسب باشند که بتواند تمامی ابعاد آن را به صورت بهینه پوشش دهد. دولت‌ها معمولاً در مدیریت گردشگری باید سطوح مختلفی را در نظر بگیرند که از نظر اعمال مدیریت با یکدیگر هماهنگ و هم سو باشند این سطح ممکن است از سطح بین‌المللی شروع شود و به یک روستای دور افتاده بیانجامد.

سازمانهایی که متولی امور مربوط به گردشگری هستند هر کدام بر مبنای سیاست و راهبردهای خود امور مرتبط با گردشگری را برنامه‌ریزی، آماده سازی و اجرا می‌کنند. دولت مرکزی برای انجام وظایفش در زمینه گردشگری باید یک اداره ملی گردشگری تاسیس کند یک سازمان یا وزارت گردشگری اگر این بخش در حال حاضر یک فعالیت عمده در کشور است یا انتظار می‌رود به یک فعالیت عمده تبدیل شود این وزارتخانه فقط برای گردشگری باشد یا وزارتخانه مزبور ممکن است یک وزارت مختلط باشد و گردشگری را با برخی از عملکردهای مرتبط دیگر جمع

کند. اگر وزارتخانه وزارت منفرد است این امر در ساختار دولت به گردشگری اهمیت و اولویت می‌دهد حکومت‌های منطقه‌ای نیز غالباً سازمان‌های گردشگری خودشان را تاسیس می‌کنند (سازمان جهانی گردشگری ۱۳۷۹: ۶). هرچند گردشگری به‌عنوان یک صنعت نوپا، نیازمند حمایت‌های همه‌جانبه دولت و دستگاه‌های وابسته به آن است، راهبرد دولت در خصوص چگونگی حمایت، بسیار حائز اهمیت است؛ چراکه هرگونه بی‌توجهی و حتی حمایت‌های بدون برنامه از صنعت گردشگری در یک مقصد، ممکن است آثار منفی در طرز نگرش ساکنان به توسعه این صنعت داشته باشد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۱۰۱). مهم‌ترین موضوعی که از مصاحبه با کارشناسان و مسئولان بدست آمده است بر این موضوع تاکید داشتند که معاونت گردشگری در سایر کشورها به صورت مستقل کار کرده و به عنوان وزارتخانه و یا سازمان مستقل عمل می‌کند در حالی که در ایران بحث مربوط به گردشگری در بین سازمان‌های مختلف جابه‌جا شده و نتوانسته است جایگاه ثابت و مناسبی را برای خود مهیا کند با این وجود تشکیل سازمانی مستقل برای گردشگری می‌تواند نقش بسیار مهمی را در کمک به رشد و توسعه این صنعت در ایران کمک فراوانی کند.

## ۲-۸- تغییرات سریع مدیریتی و عدم تخصص آنها در زمینه گردشگری و ادراک بی‌عدالتی در بین کارکنان سازمان

سازمان متولی گردشگری در ایران یکی از سازمان‌های است که بیشترین تغییرات مدیریتی را دارا می‌باشد. بطوری که در چند سال اخیر بارها شاهد این تغییرات بوده ایم و عمر مدیریت آنها در بیشتر موارد به ۶ ماه هم نرسیده است. این تغییرات زیاد مدیریتی در اکثر مواقع با عدم تخصص این مدیران در عرصه گردشگری هم همراه بوده است. عدم ثبات مدیریتی و عدم تخصص آنها یکی از موانع اصلی در عدم توسعه گردشگری و زیرساخت‌های آن در ایران می‌باشد. یکی از مهمترین تاثیرات این امر ادراک بی‌عدالتی کارکنان سازمان می‌باشد که در زیر به آن اشاره می‌شود:

در این بین کارایی و توسعه هر سازمان تا حد زیادی به کاربرد صحیح نیروی انسانی بستگی دارد (اسماعیلی، ۱۳۸۰: ۶۰). چرا که گرچه سازمان‌ها به شکل‌های مختلف و بر پایه هدف‌های گوناگون تأسیس و سازمان دهی می‌شوند، اما بدون تردید تمامی آنها برپایه تلاش‌های روانی و جسمانی نیروی انسانی که ارکان اصلی آن به حساب می‌آید، اداره و هدایت می‌گردند (هومن، ۱۳۸۱: ۲۶). در دنیای کنونی نیروی انسانی مهمترین عامل رشد و ماندگاری و مهمترین مزیت رقابتی سازمان‌ها به شمار می‌رود. اما چه نیروی انسانی؟ نیروی انسانی تحلیل رفته، فرسوده و ناراضی یا نیروی انسانی شاداب، پراکنده و درگیر در کار (welbourne, 2007: 6). در این بین هنگامی که افراد نگرش مثبتی را نسبت به کار، مدیریت، واحد و یا کل سازمانی را که در آن مشغول به کارند داشته باشند، انگیزه آنان جهت انجام بهتر کار، بیش تر می‌شود و عکس این قضیه نیز صادق است. نگرش افراد متأثر از ادراکات آنان نسبت به میزان رعایت عدالت در سازمان می‌باشد (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۸: ۸۱). عدالت همان استانداردهایی است که افراد به وسیله آن می‌توانند در مورد برآورده شدن نیازهایشان در محیط طبیعی قضاوت کنند (Folger&Cropanzano, 1998: 25).

به نظرافلاطون عدالت وقتی حاصل می‌شود که هرکسی به کاری که شایسته آن است بپردازد. به همان گونه انسان عادل نیز انسانی است که اجزای سه گانه روح او (غضب، شهوت و عقل) تحت فرمانروایی عقل هماهنگ باشند (مرامی، ۱۳۷۸: ۶۹). در این بین عدالت در سازمان یا عدالت سازمانی بیان گر ادراک کارکنان از رفتار منصفانه سازمان است (Wong et al, 2006). ادراک بی عدالتی اثرات مخربی بر روحیه کار جمعی دارد، زیرا اهتمام نیروی انسانی و انگیزش کارکنان را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد. بی عدالتی و توزیع غیر منصفانه دستاوردها و ستادهای سازمان، روحیه کارکنان را تضعیف می‌کند و روحیه تلاش و فعالیت آنها را تنزل می‌دهد. بنا براین، رعایت عدالت رمز بقا و پایداری جریان توسعه و پیشرفت سازمان و کارکنان آن است (سید جوادین و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۵). هرچه سطح درگیری شغلی کارکنان یک سازمان بالاتر باشد، اثربخشی آن نیز افزایش خواهد یافت. به منظور افزایش سطح درگیری شغلی، باید در مورد تعیین کننده‌های آن نگاهی واقع گرایانه و همه جانبه داشته باشیم. در میان دیدگاه‌های مختلف در مورد درگیری شغلی واقع گرایانه‌ترین دیدگاه آن است که این مفهوم تابعی است از شخصیت و فضای سازمانی (Elankumaran, 2004). نوشته‌ها و پژوهش‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که درگیر شدن کارکنان در کار تحت تأثیر عوامل مختلف فردی، شغلی و سازمانی است (خنیفرودیگران، ۱۳۸۹، ص ۱۷۷). از جمله مهمترین عوامل سازمانی که ممکن است درگیر شدن در کار را تحت تأثیر قرار دهد، میزان ادراک کارکنان از انصاف و عدالت در محیط کاری است (Saks, 2006). با توجه به اهمیتی که درگیری شغلی در پیشرفت و موفقیت سازمان‌ها دارد، لازم است اقداماتی که سازمان‌ها انجام می‌دهند. بطور کلی عدالت برانگیزاننده ی مهمی برای کارکنان است و زمانی که افراد احساس بی عدالتی کنند اخلاق آنها نیز سقوط می‌کند. در این موقع بیشتر کارکنان مایلند کار را ترک کنند و حتی ممکن است در مقام مقابله با سازمان برآیند. در عوض رفتار مناسب و عادلانه موجب پرورش استعدادها و افزایش تعهد و تمایل به باقی ماندن در سازمان‌ها می‌شود و کمک باری به افزایش رفتارهای وحدت گرایانه انسانی می‌کند که فراتر از رفتار رسمی مورد نظر سازمان در هر مقامی است (افجه، ۱۳۹۰).

### ۳-۸- عدم تخصص کارکنان سازمان در زمینه گردشگری و کمبود تحصیلات تخصصی و عالی

امروزه دستیابی به اهداف سازمان‌ها تا حد زیادی در گرو عملکرد مناسب و صحیح کارکنان و دارا بودن تحصیلات تخصصی است. این امر در سازمان‌های متولی گردشگری از اهمیت بیشتری برخوردار است و کارایی و کارآمدی این سازمان‌ها پیوند نزدیکی با این امر دارد. عدم درک صحیح پیچیدگی و ابعاد مختلف مفهوم گردشگر، باعث خواهد شد که اکثر سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه نتوانند به شکل مناسبی پتانسیل‌ها و جایگاه رقابتی مناطق مقصدی را تحلیل کنند. بنابراین، شناخت گردشگران، خصوصاً برای کشورهای در حال توسعه، یک ضرورت به حساب می‌آید. از سوی دیگر، صنعت گردشگری یک روند دائمی است و تجارت‌های مرتبط یا گردشگری باید بتوانند خود را با تقاضاهای پیوسته در حال تغییر بازارهای جهانی وفق دهند. به صورت کلی، گردشگری مبین تقاضای کالایی ناهمگن و مرکب توسط سطوح مختلف افرادی است با ادراک و نیازهای گوناگون. متفاوت. بر این



اساس، هر مقصد گردشگری، با توجه به منابع طبیعی و مصنوعی که در اختیار دارد، و همچنین با در نظر داشتن نوع جاذبه‌ها و سیاست‌ها، برای گونه‌ی خاصی از گردشگران مناسب‌تر است (Brau et al, 2009).

#### ۴-۸- عدم وجود زیر ساخت‌ها و ارائه خدمات مناسب به گردشگران

امروزه پدیده گردشگری به لحاظ درآمدزایی فراوان آن، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه‌گذاری زیادی را به این بخش اختصاص دهند (Tremblay, 2006, 34). جلب و جذب گردشگر به منظور بازدید از مکان‌های دیدنی و آثار ملی باستانی به سرمایه‌گذاری بسیاری در زمینه آماده سازی مکان‌های مورد بازدید، احداث جاده‌های مطلوب قابل دسترسی، هتل‌ها، وسایل نقلیه مناسب و نظایر اینها نیازمند است (Jiang, 2008, 23). عوامل زیربنایی یا زیربناها یکی از ارکان اساسی فعالیت گردشگری برشمرده می‌شود. وجود این بناها برای موفقیت گردشگری اهمیت بسزایی دارد امکانات اقامتی یا هتل‌ها از جمله زیربناهای مهم در گردشگری هستند برای موفقیت در این فعالیت به تسهیلات اقامتی باید پاسخگوی تقاضای مسافران باشد این تسهیلات اهمیت زیادی در توفیق برنامه‌های توسعه گردشگری در هر منطقه دارد در صورتی که کیفیت و کمیت خدمات و تسهیلات اقامتی کاهش یابد تقاضا برای گردشگری خارجی کاهش یافته در نتیجه به گردشگری لطمه بسیاری وارد خواهد آمد. در دسته‌بندی دیگری از زاویه تنگناها موانع توسعه گردشگری در ایران به عواملی مانند: موانع فرهنگی قانونی و سازمانی - سیستم حمل و نقل - امکانات تأسیساتی - رفاهی و تسهیلاتی - امور گمرکی - صدور روادید - بانک و بیمه - خدمات پستی و ارتباطات جهانگردی - دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی نیز اشاره شده است. اکثر دسته بندی‌هایی که در پژوهش‌ها صورت گرفته است بیشتر به موانع و مشکلات مزبور و یا سخت افزاری و با نگاهی گذرا به بخش نرم افزاری پرداخته و مشکل صنعت جهانگردی را از این نگاه مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است. عمده‌ترین فعالیت‌های اقتصادی که حول محور این صنعت انجام می‌گیرد و بازخورد آن بر اقتصاد داخلی و بین‌المللی تأثیر بسیار دارد عبارت‌اند از سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی - عمرانی (هتل، جاده، فرودگاه، اسلکه سازی، ساخت انواع وسایل حمل و نقل، هواپیما، کشتی، کشتی‌های تفریحی، واگن قطار، اتومبیل، آماده سازی پیست‌های اسکی، صنایع غذایی، تعمیرات و نگهداری از آثار باستانی، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به تولید و تصفیه نفت، و سایر انرژی‌ها در رابطه با گردشگری، سرمایه‌گذاری‌های مربوط به اطلاعات و اطلاع رسانی (سایت‌های رایانه ای - اینترنتی، نشریات اعم از کتاب، روزنامه، بروشور، نقشه، راهنمای گردشگری، مسافرتی و غیره) مخارج مخابرات و پست (خرید سیم کارت، مخارج تلفن، پست) وسایل اقامتی (مانند کمپینگ و چادر) وسایل ورزشی (وسایل اکسی، غواصی، شنا) وسایل محافظتی بدن (انواع کرم‌های ضد آفتاب، ژل‌ها و داروهای دیگر و...) درآمدهای عظیم نظام بانکی از جابه جایی پول، و درآمدهای عظیم بیمه و تهیه سایر اسناد بین‌المللی که گردشگران در کشورهای مبدأ یا کشور محل اقامت خود جهت آماده شدن برای سفر خرج می‌کنند، و مخارج پلیس و نیروهای امنیتی در رابطه با گردشگری که اینها معمولاً جزء درآمدهای مستقیم گردشگری محاسبه نمی‌شوند. معمولاً درآمد صنعت گردشگری از میزان ارزی که گردشگران وارد کشور دیگر می‌کنند سنجیده می‌شود.

ایران از نظر دارا بودن جاذبه‌های گردشگری در ردیف ۱۰ کش.ر اول جهان قرار دارد به نحوی که دارای جاذبه‌های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فذهنگی و طبیعی است. اما توسعه فعالیت‌های گردشگری در ایران همواره با آسیب‌های به لحاظ ساخت‌های اجتماعی، اقتصادی، نهادی و به ویژه ساخت‌های کالبدی نظیر شبکه راه‌های مناسب، آب، برق، شبکه‌های ارتباطی، واحدهای کوچک اقامتی، رستوران‌ها و اماکن غذا خوری سنتی و مدرن، استراحت گاه‌های بین راهی، فروشگاه‌های صنایع دستی، مراکز هنری، موزه‌ها و آژانس‌های اتومبیل روبرو می‌باشد. که این نقاط دچار نارسایی‌های عدیده می‌باشند. بطوری که در برخی از نقاط امکان ارائه حداقل امکانات رفاهی برای گردشگران وجود ندارد. از این رو ظرفیت‌های موجود منجر به شکل‌گیری فعالیت‌های جدید و متعاقب آن پویایی اقتصادی مستعد گردشگری نگردیده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۲: ۵۶).

### نتیجه گیری

صنعت توریسم در قرن بیست و یکم به یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی در جهان تبدیل شده و توانسته است بارشد و گسترش روزافزون خود علاوه بر ایجاد اشتغال، ارزش افزوده و درآمد پایدار برای کشورها، زمینه ساز روابط گسترده بین المللی در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گردد و به عنوان یکی از بسترهای مستعد جهت تبادل اطلاعات علمی، فرهنگی و نیز زمینه ای مساعد جهت گفتگوی فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و گسترش صلح و همزیستی بین‌المللی گردد.

در این بین ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری جزء ۱۰ کشور برتر جهان محسوب می‌شود. با توجه به این امر، صنعت گردشگری باید در اولویت‌های توسعه قرار گیرد؛ چراکه با وجود ضریب اشتغال زایی بالا در این بخش، مطمئنا باعث رشد پرشتاب اقتصادی به همراه بهبود توزیع درآمد کشور خواهدشد. زیرا ایران با داشتن هزاران اثر تاریخی قابل احیا و مجموعه عای ماندگاری چون تخت جمشید، پاسارگاد، بیستون، تخت سلیمان، سلطانیه و... که در فهرست آثار جهانی به ثبت رسیده‌اند، زمینه بسیار مساعدی برای توسعه این صنعت در کشور دارد. اما ایران نتوانسته است در این زمینه به اهداف خود برسد. یکی از دلایل این امر سازمان متولی گردشگری می‌باشد. که در این تحقیق به بررسی انتقادی آن پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد با تشکیل ساختار تشکیلاتی مناسب، ایجاد یک وزارتخانه و سازمان مستقل گردشگری، ثبات مدیریت، استفاده از افراد متخصص و تحصیل کرده و ... برای امر گردشگری می‌توان گامی مهم و موثر را جهت افزایش جذب گردشگر و درآمدهای حاصل از آن برداشت.

### منابع

- ارزیابی عملکرد سازمان میراث فرهنگی و گردشگری در برنامه چهارم توسعه، سایت مجلس اردستانی زهرا، بررسی تأثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، ۱۳۸۸
- اسماعیلی، کوروش (۱۳۹۰). «تعهد سازمانی»، ماهنامه تدبیر، سال دوازدهم، شماره ۱۱۲.
- افجه، سیدعلی اکبر (۱۳۹۰). «مبانی فلسفی و تئوری‌های رهبری و رفتار سازمانی»، تهران: انتشارات سمت.
- برنامه‌ریزی ملی و منطقه ای جهانگردی، ترجمه محمود عبدالله زاده، سازمان جهانی جهانگردی ۱۳۷۹
- بونی فیس، پریسیلا، مدیریت گردشگری فرهنگی، ترجمه محمود عبدالله زاده، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۰

بزی، خدارحم، توریسم و نقش و جایگاه آن در توسعه پایدار، مجموعه مقالات همایش ملی توانمندیها، موانع و راهکارهای توسعه گردشگری استان سمنان، ۱۳۸۶.

پاپلی یزدی، م. ح و سقایی، م (۱۳۸۲) گردشگری و تبارشناسی، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۶۸. جان، لی، «گردشگری و توسعه در جهان سوم»، ترجمه رکن‌الدین افتخاری و معصومه‌السادات صالحی امین، انتشارات چاپ و نشر بازرگانی، تهران

خنیفر، حسین و علی نقی امیری و غلامرضا جندقی و هادی احمدی آرم و سید مجتبی حسینی فرد (۱۳۸۹). «درگیر شدن درکار و رابطه آن با عدالت سازمانی در چهارچوب نظریه مبادله اجتماعی و فرهنگی»، مدیریت فرهنگ سازمانی، شماره ۲۱، سال هشتم، ۱۷۷-۲۰۰.

حقیقی، محمد علی و احمدی، ایمان و رامین مهر، حمید(۱۳۸۸) بررسی تاثیر عدالت سازمانی بر عملکرد کارکنان، مدیریت فرهنگ سازمانی، سال هفتم، شماره بیستم، پاییز و زمستان، صص: ۷۹-۱۰۱.

زاهدی، شمس‌السادات(۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست). چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

رضوانی، علی اصغر(۱۳۸۲) جغرافیا و صنعت توریسم، پیام نور، چاپ پنجم، تهران. سازمان جهانی جهانگردی (۱۳۷۹). «آنچه مدیران جهانگردی لازم است بدانند» ترجمه عباس مهرپویا. نشر معاونت تحقیقات آموزش و برنامه‌ریزی. تهران

سیدجوادین، سیدرضا، محمدمهدی فراچی و غزاله طاهری عطار، (۱۳۸۷) شناخت نحوه تأثیرگذاری ابعاد عدالت سازمانی بر جنبه‌های گوناگون رضایت شغلی و سازمانی، مجله مدیریت بازرگانی، دوره ۱، شماره ۱.

صمدی رندی، یونس؛ مجموعه قوانین و مقررات سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشور، ۱۳۷۱

ستاره‌های که زیر غبار بی توجهی رنگ می‌بازند. برگرفته از سایت <http://www.irane1404.com>

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری <http://www.ichto.ir>

شهیدی، محمد شریف(۱۳۸۸) بررسی تئیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۶.

رهنمایی، محمد تقی(۱۳۸۷). توانهای محیطی ایران، انتشارات وزارت و مسکن و شهرسازی، تهران.

گزارش مقایسه گردشگری بین‌المللی ورودی به کشور در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۸۹، معاونت گردشگری ۲۲- کاظمی، مهدی(۱۳۸۵). مدیریت گردشگری، سمت،

گزارش پیش‌بینی روند ورود گردشگران بین‌المللی به کشور، معاونت گردشگری مهرماه ۱۳۹۰

گزارش عملکرد و دستاوردهای گردشگری کشور(۱۳۹۰). معاونت گردشگری.

معصومی، مسعود(۱۳۸۵) ماهیت گردشگری، انتشاراتپیک کوثر، تهران.

محلای، صلاح‌الدین(۱۳۸۰) درآمدی بر جهانگردی، دانشگاه شهید بهشتی.

معرفی؛ چیزی که میراث فرهنگی ایران کم دارد. برگرفته از سایت <http://www.irane1404.com>

ناطق‌الهی، فریدون(۱۳۸۸) مجموعه قوانین و مقررات صنعت ایرانگردی و جهانگردی

هومن، حیدر علی (۱۳۸۱). «تهیه و استاندارد ساختن مقیاس سنجش رضایت شغلی»، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.

- Elankumaran, S (2004), "personality, organizational climate and job involvement: an empirical study", journal of human values, 10(2), 117-130
- Meyer, J.P & Allen, N.J, (1997). Commitment in the workplace. Thousand Oaks. CA: Sage.
- Jiang, j, (2008), Evaluation of the potential of ecotourism to contribute local sustainable development: a case study of tengtou village, china, Massey University, New Zealand.
- Saks, A. M (2006), "Antecedent and Consequences of employee engagement", journal of managerial psychology, 21.
- Tremblay, P, (2006) Desert tourism scoping study, Desert Knowledge CRC, Report 12 Australia, Charles Darwin
- Welbourne, T (2007), "Engagement: Beyond The Fad and into The executive suit", Leader to Leader, 44.
- Wong, Y.T., Ngo, H.Y., Wong, C.S (2006), "perceived organizational justice, Trust, and OC: A study of Chinese workers in joint ventures and state-owned Enterprises", journal of world Business, 4, 344-353.
- [HTTP://www. wto.com](http://www.wto.com)
- [HTTP: //www. Unwto. Com](http://www.Unwto. Com)



## **An Analysis of the structure of the organization responsible tourism In Iran**

**Manouchehr Jahanian\***

Faculty Member, University of Science & Culture, Tehran, Iran

**Bahador Golami**

Ph.D. student in Political Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

**Saeid Khalili**

M.A. in Geography & Tourism Planning

---

### **Abstract**

In any society on macro policies and development strategies may be formed organizations with different part of the development goals and Structures. It is a service activity in the tourism industry for many organizations involved in providing services to involve. Today's lucrative tourism industry and clean lines are the least expensive. Iran has one of the natural attractions and ancient history and the young population is increasing and hence more and more attention in the industry can achieve full employment, increase foreign exchange earnings Introducing Iranian culture to the world, extensive and constructive engagement with the world, and provides breaking boundaries and ethnic minorities. But Iran is not developing this area one of the main reasons would be the organization responsible for tourism in the country. The country in the period before the revolution and after the revolution in a fixed position in the decision-making bodies is not tourism. In each period, depending on the goals and policies of the government and various institutions have been merged to form an abstraction that could be a factor affecting an organization's records in this paper an analytical view - a critical review of the organization is responsible tourism.

***Keywords: Development, Organizations & Institutions, Cultural heritage, Tourism***

---

Received Date: 14 October 2014 Accepted Date: 22 December 2014

---

\* (Corresponding author) jahanian@usc.ac.ir