



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال دوم، شماره‌ی ۵، تابستان ۱۳۹۲

صفحات ۹۴-۱۱۰

ارزیابی عوامل مؤثر بر ضعف و نارسایی قوانین حقوقی گردشگری در ایران با رویکرد تحلیل شبکه^۱

براتعلی خاکپور*

محمد قنبری**

احمد ارجمند***

محمد رضا عین صالحی****

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۴/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۲۳

چکیده

امروزه گردشگری یکی از منابع مهم درآمد کشورها به شمار می‌رود. با وجود این به منظور پویایی این فعالیت، تدوین قوانین حمایتی برای روشن شدن وضعیت حقوقی گردشگران بین‌المللیو گردشگران داخلی ضروری است. هرچند که حقوق گردشگری در ایران تحت عنوان قوانین و مقررات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری گردآوری شده است، اما با توجه به تحقیقات انجام شده، ضوابط مذکور دارای کاستی‌هایی است که نیاز به بازنگری و اصلاح دارند. این ضعف‌ها و نارسایی‌ها تحت تأثیر عوامل متعددی به وجود آمده است و مقاله‌ی حاضر در پی کشف این عوامل و تعیین میزان اثربخشی آن‌هاست. به منظور تعیین روابط و وابستگی‌های بین این معیارها از روش دیماتل استفاده شده است. بعد از به دست آوردن روابط و وابستگی میان معیارها نوبت به وزن‌دهی آن‌ها می‌رسد. این ارزش‌گذاری به صورت مقایسه‌ی زوجی انجام گرفته است. برای این کار تعداد ۵۷ پرسشنامه از سوی کارشناسان پاسخ داده شده و جمع‌آوری گردید. نتایج پرسشنامه از طریق مدل کپلند مورد محاسبه قرار گرفت. در ادامه

^۱Analytic Network Process

*دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد

**نویسنده مسئول - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه فردوسی مشهد و مشاور جوان معاونت خدمات و محیط زیست شهری شهرداری مشهد (M.ghanbari233@yahoo.com).

***دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه تهران

****دانش آموخته‌ی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه تهران

سوپرماتریس‌های مربوط به فرآیند تحلیل شبکه‌ای محاسبه و درنهایت وزن معیارها و زیرمعیارهای مورد نظر به دست آمد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که از میان سه معیار اصلی پژوهش عوامل ساختاری - مدیریتی، بیش‌ترین تأثیر را بر نارسایی قوانین گردشگری ایران دارند و بعد از آن عوامل اجرایی و محتوای قوانین اثربخش‌ترین عوامل هستند. همچنین از میان زیرمعیارهای مورد بررسی، تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تداخل وظایف سازمان‌های مرتبط بیشترین نقش را در نارسایی قوانین گردشگری دارد.

واژگان کلیدی: حقوق گردشگری، ضعف و نارسایی، فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)

مقدمه

فعالیت گردشگری مقوله‌ای چندوجهی و نسبتاً پیچیده به شمار می‌آید و مجموع کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی در فرآیند جذب، حمل‌ونقل، پذیرایی و کنترل گردشگران را در برمی‌گیرد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۳)؛ بنابراین مدیریت گردشگری همواره نیازمند رویکردی نظام‌گرا است (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵: ۸۵). دستیابی به تعادل و ثبات در حوزه‌ی فعالیت گردشگری که شامل عرضه (منابع و جاذبه‌های گردشگری) و تقاضا که همان گردشگران باشند، نیازمند تدوین قوانین و مقررات مناسب برای گردشگران است. همین امر باعث شده است که دولت‌ها با اتخاذ محدودیت‌ها و راه‌حلهایی، فعالیت گردشگری را در مسیر پایداری هدایت کنند (فروودی و شورجه، ۱۳۸۲: ۲۳). دولت متولی تدوین قوانین و مقررات مربوط به گردشگری و عامل اجرای آن محسوب می‌شود. اهمیت و ضرورت دخالت دولت‌ها در فعالیت گردشگری به قدری است که کم‌رنگ شدن این ضرورت می‌تواند بسیاری از طرح‌ها و شگردهای کلان و خرد گردشگری را با ناکامی مواجه سازد (علی‌پور و حیدری، ۲۰۰۵: ۴۸).

ورود گردشگران خارجی به هر کشور یا منطقه و توسعه گردشگری، بین‌المللی، ارتباط عمیقی با قوانین و ضوابطی دارد که از حقوق گردشگران حمایت کند. حتی ممکن است به دلیل حساسیت ناشی از فاصله از سرزمین اصلی خود، گردشگران انتظاراتی فراتر از خواسته‌های مردم جامعه میزبان از مدیران داشته باشند و این سطح انتظارات و خواسته‌ها، نهادهای دولتی و مدیریتی را مجاب به تدوین حقوق متنوع و خاص برای پاسخ به نیازهای گردشگران می‌کند. در صورتی که حقوق تعیین شده برای گردشگری متناسب با خواسته‌های گردشگران باشد و آسیب و تهدید برای قوانین داخلی آن کشور به حساب نیاید، ابزاری اثربخش برای توسعه‌ی فعالیت گردشگری شده و از آشفتگی و نارسایی‌های آن جلوگیری می‌کند. در کنار تدوین قوانین گردشگری باید به بعد اجرایی آن نیز توجه ویژه‌ای شود. تدوین و اعمال حقوق گردشگری، در واقع تلاشی است برای سرعت بخشیدن و هدفمند کردن فعالیت گردشگری؛ در حالی که در کشور ایران حقوق تدوین شده در بسیاری از موارد نه تنها به چرخش کار و فوریت بخشیدن به فعالیت‌های مربوط به توریسم کمک نمی‌کند؛ بلکه در بسیاری از موارد مانند نظام عملیاتی

گمرک و صدور ویزا مشکل‌آفرین نیز هستند (یوسفی‌پور، ۱۳۷۹: ۷۷). اهمیت توجه به این مسئله، نیاز مبرم به پویای فعالیت گردشگری، آن هم نه با اهداف اقتصادی و ایجاد درآمد، بلکه برای بازیابی جایگاه ایران در عرصه‌ی منطقه‌ای و بین‌المللی است. هرچند که قوانین گردشگری ایران، تحت عنوان «قوانین و مقررات سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری» گردآوری شده است اما بر اساس مطالعات انجام شده پژوهشگران و بررسی نگارندگان این مقاله این قوانین نیاز به بازنگری و اصلاح دارند. مقاله پیش‌رو در پی پاسخگویی به این سؤال است که چه عواملی اثربخشی حقوق تعیین شده در روند توسعه‌ی گردشگری در ایران را تحت تأثیر قرار داده و ضعف و نارسایی آن را باعث شده است؟ میزان تأثیرگذاری هر کدام از عوامل مورد نظر در نارسایی حقوق گردشگری ایران با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه (ANP) مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است.

مبانی نظری

حقوق گردشگری به مجموعه‌ای از قوانین و مقررات گفته می‌شود که در جهت تأمین، حفظ و صیانت از حقوق اولیه‌ی یک گردشگر به طور مدون شکل گرفته است. حقوق گردشگری، حقوق بنیادی و شالوده‌ی این فعالیت خدماتی را در بردارد و ترکیبی از تمام حقوق مادی و معنوی که یک گردشگر باید از آن بهره‌مند باشد را شامل می‌شود. (کاظمی، ۱۳۸۶: ۶۳). بنابراین جهت موفقیت در عرصه‌ی گردشگری ضمن توجه به ابعاد مادی نظیر زیرساخت‌ها، باید به سازه‌های معنوی آن که رعایت حقوق گردشگر و تدوین قوانین حقوقی مناسب گردشگری است نیز توجه شود.

حقوق حمایت از گردشگران در بسیاری از کشورها در حال تصویب شدن است. این قوانین برای حمایت از جهانگردان طراحی شده‌اند تا مؤسسات جهانگردی فاقد مدیریت و اصول اخلاقی از آن‌ها سوءاستفاده نکنند. همچنین این که مسئله‌ی قوانین حقوقی گردشگری دارای پیچیدگی‌های و تنوع بسیاری هستند. قانون حفاظت محیط زیست، سلامت و امنیت، حقوق کارمندان، حمایت مصرف‌کننده، قانون قراردادها، شرکت‌ها و غیره که در سیستم‌های حقوقی متفاوت هستند. می‌توان گفت سیستم حقوقی که حوزه‌ی گردشگری پوشش می‌دهد، چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، شامل قوانینی است که بر اساس سیستم‌های حقوقی ملی تغییر می‌کنند (بایسلامی، ۱۳۸۸: ۴-۲). سطوح عملکردی قوانین در گردشگری مانند سطوح برنامه‌ریزی آن متفاوت است که عبارتند از: ۱- محلی و منطقه‌ای: شامل، سلامت و امنیت، حقوق کارمندان، حمایت مصرف‌کننده؛ ۲- ایالتی (استانی): شامل قانون حفاظت محیط زیست؛ ۳- ملی: شامل قوانین مربوط به ویزا یا خروج اجناس به وسیله‌ی گردشگران (قوانین گمرکی)؛ ۴- بین‌المللی: شامل قوانینی است که سازمان جهانی گردشگری برای گردشگری مطرح می‌کند

یا قراردادهای حقوقی گردشگری که بین دو کشور برای توسعه‌ی گردشگری بسته می‌شود (کلارک^۱، ۱۹۹۷: ۳۱).

همان‌طور که مشخص است، قوانین حقوقی در یک جامعه در حوزه‌های مختلف در یک ساختار مدیریتی و بر اساس شرایط حاکم بر یک کشور تدوین شده‌اند و برای اجرا به سازمان‌های دولتی و خصوصی که در سلسله‌مراتب ساختار سازمانی آن حوزه قرار دارند ابلاغ می‌گردد؛ بنابراین ممکن است که ساختار نهادی و مدیریتی در حوزه‌ی مورد نظر به دلایل مختلف مانند عدم استقلال در قانون‌گذاری، عدم توانایی مدیران در تدوین قوانین حقوقی و غیره دچار کاستی‌هایی گردد. از طرف دیگر محتوای قوانین نیز ممکن است تحت قوانین مدنی و اجتماعی داخل یک جامعه و بدون توجه به قوانین بین‌المللی تعیین شده منظر قرار گیرد که در تعارض با قوانین بین‌المللی قرار می‌گیرد و سطح مطلوبیت قوانین کاهش پیدا خواهد نمود. همچنین اینکه نهاد‌های مسئول در زمینه‌ی اجرای قوانین تعیین شده ممکن است با چالش‌هایی مواجه شوند و قوانین مورد نظر به صورت مطلوب اعمال و اجرا نگردد.

پیشینه‌ی تحقیق

فرومند (۱۳۸۲) در پایان‌نامه‌ی خود به بررسی خلأهای قانونی موجود در حقوق گردشگری ایران پرداخته است و بیان می‌دارد که حقوق مربوط به گردشگری در ایران از جمله قوانین گمرکی، صدور روادید، بیمه، کار و غیره دارای کاستی‌های بوده است و باید مورد بازنگری قرار گیرد. افضلی و همکاران (۱۳۸۹) جایگاه حقوق گردشگران خارجی از نگاه اسلام و قوانین حقوقی جمهوری اسلامی ایران را مورد بحث قرار داده و به این نتیجه رسیده‌اند که قوانین گردشگری که ناشی از اندیشه‌ی اسلامی است با وجود عمق و غنای آنچندان با شرایط عصرکنونی سازگار نیست و نیاز به نوعی بازنگری در چارچوب فرهنگ بومی احساس می‌شود. غریبه (۱۳۹۰) به بررسی وضعیت حق آزادی گردشگران خارجی در کشور ایران پرداخته است. کلانتری (۱۳۸۹) به بررسی ارتباط فقه اسلامی با صنعت جهانگردی از دیدگاه حقوقی و ارزشی پرداخته است و بیان می‌دارد که مقررات و تشریفات فعالیت گردشگری نباید دست‌وپاگیر و خسته‌کننده باشد. از طرف دیگر نحوه‌ی برخورد کارکنان ذی‌ربط و چگونگی پذیرایی و رفتار شهروندان مسلمان با میهمانان خارجی باید مشخص و بر اساس اصول مهمان‌پذیری انجام گیرد. الطافی (۱۳۹۰) در مقاله خود ضرورت توجه به حقوق گردشگران را مورد بررسی قرار داده است و تدوین حقوق گردشگری در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی را گام اول رشد و توسعه‌ی گردشگری می‌داند.

^۱Clark

روش شناسی

فرآیند تحلیل شبکه‌ای یکی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره^۱ است و در مجموعه مدل‌های جبرانی قرار می‌گیرد (فرجی سبکبار و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳۱). همه‌ی عناصر در شبکه می‌توانند به هر نحوی به هم مرتبط شوند و شبکه می‌تواند بازخوردها و روابط وابستگی بین و درون خوشه‌ها را با هم ترکیب کند (گارسیا و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۶) و فرآیند تحلیل شبکه‌ای می‌تواند وابستگی بین فاکتورها را بر پایه‌ی استقلال بین فاکتورها اندازه‌گیری کند (بهبودی و کیانی، ۱۳۸۹: ۲۶). علت موفقیت این روش، همبستگی بسیار نتایج آن با دنیای واقعی و پیچیدگی‌های آن است. با توجه به اینکه معیارها در دنیای واقعی، معمولاً وابسته به یکدیگر هستند، رهیافت‌های سنتی در این باره به شکل مناسبی قابل استفاده نیستند، به همین دلیل ساعتی فرآیند تحلیل شبکه‌ای را برای به دست آوردن مجموعه‌ای از وزن‌های مناسب برای معیارها، معرفی می‌کند (قدسی پور، ۱۳۸۴: ۸۹). فرآیند شبکه‌ای تحلیل، دارای مراحل ساختار سلسله‌مراتبی از معیارها و زیر معیارها، شبکه‌ی ارتباطات و همبستگی بین معیارها و بازخوردهای بین عناصر و خوشه‌ها است (شیبا^۲ و همکاران، ۲۰۰۷: ۱۵۰۲). به‌طور کلی سه دلیل رویکرد مدون این شیوه در تعیین اولویت‌ها (به دلیل استفاده از مقیاس نسبی بر اساس قضاوت کارشناسان به جای یک مقیاس مطلق)، توانایی این شیوه در اندازه‌گیری معیارهای محسوس و ملموس و ناملموس و پذیرش آسانتر نتایج این فرآیند از سوی مدیران و تصمیم‌گیران، به دلیل سادگی نسبی و رویکرد شهودی آن (اردگماس^۳ و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۳)، کاربرد این روش در پژوهش حاضر را توجیه می‌کند.

همانند روش AHP^۴ زیرمعیارهایی در هر خوشه به نسبت اهمیتشان در جهت شرط‌های کنترلی آن‌ها مقایسه می‌شوند. خود خوشه‌ها نیز به سهم خودشان در هدف، مقایسات زوجی می‌شوند. وابستگی درونی بین عناصر نیز باید به صورت جفتی مورد آزمون قرار گیرند و تأثیر هر زیرمعیار بر دیگری به وسیله‌ی یک بردار ویژه نمایش داده می‌شود (نجفی، ۱۳۸۹: ۶۷). بخش نهایی مربوط به تشکیل سوپرماتریس^۵ است. یک سوپرماتریس در حقیقت یک ماتریس جزءبندی شده است که در آن هر بخش از ماتریس، رابطه‌ی میان دو گره یا عنصر را در کل مسئله‌ی تصمیم‌گیری نشان می‌دهد (سوری و دیدم، ۲۰۰۶: ۲۴). تمامی تعاملات میان عناصر سطوح تصمیم‌گیری به وسیله‌ی مقایسات زوجی در روش سوپرماتریس ارزشیابی می‌شود. اما

^۱Multi Attribute Decision Making (MADM)

^۲Sheeba

^۳Erdogmus

^۴Analytic Hierarchical Process

^۵Super matrix

در هنگام وارد کردن مقایسات زوجی میان عناصر سطوح تصمیم‌گیری در سوپرماتریس، اغلب جمع ستون‌ها بیشتر از ۱ می‌شود که به آن سوپرماتریس اولیه^۱ می‌گویند. با ضرب کردن وزن هر یک از خوشه‌ها در عناصر متناظر با آن‌ها، سوپرماتریس وزنی به دست می‌آید. نهایتاً برای دستیابی به وزن نهایی آلترناتیوهای مسئله و معیارهای تصمیم‌گیری و حل مسئله، سوپرماتریس حددار باید محاسبه شود (دری و حمزه‌ای؛ ۱۳۸۹: ۸۱).

به طور کلی فرآیند پژوهش، طی چهار مرحله انجام شده است. مرحله اول تعیین متغیرها و معیارهای مناسب با موضوع مورد بررسی است که از طریق مرور مطالعات پیشین و مصاحبه با ۱۵ نفر از کارشناسان شاغل در بخش معاونت حقوقی سازمان میراث فرهنگی و دریافت جمع نظر خبرگان در زمینه‌ی حقوق و گردشگری تعیین گردیده است. به این ترتیب به‌منظور ارزیابی نارسایی‌های قوانین گردشگری در ایران، معیارها و زیر معیارهای درگیر با موضوع مورد بررسی تعیین و دسته‌بندی شدند. معیارهای اصلی این پژوهش شامل عوامل نهادی- ساختاری، محتوایی و اجرایی می‌شود که به همراه زیر معیارهای مورد نظر در جدول ۱ بیان شده‌اند.



¹Initial super matrix

جدول (۱): معیارها و زیرمعیارهای مورد بررسی

اجرائی E	محتوایی C	ساختاری - نهادی S
E۱- عدم وجود یک سازمان متولی به منظور اجرای قوانین	C۱- تدوین قوانینگردشگری در ایران بر اساس آموزه‌های دینی	S۱- تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تداخل وظایف سازمان‌های مرتبط
E۲- وجود فساد در میان سازمان مجری قوانین و مقررات گردشگری	C۲- تنوع و تکثر قوانین مربوط به گردشگری	S۲- جابه‌جایی مکرر مدیران سازمان‌های گردشگری
E۳- مبهم بودن قوانین و مقررات و کندی کار در امور مربوط به توریسم مانند صدور ویزا و ...	C۳- کهنه و قدیمی بودن قوانین گردشگری ایران و عدم به روزرسانی آن‌ها با توجه به نیازهای جامعه	S۳- عدم مشارکت بخش خصوصی و بخش دولتی و فقدان هماهنگی کامل بین این دو بخش در زمینه‌ی تدوین و اجرای قوانین گردشگری
E۴- هزینه‌بر بودن اجرای قوانین و مقررات گردشگری		S۴- عدم برنامه‌ریزی و آینده‌نگری در مورد تدوین قوانین گردشگری
E۵- عدم نظارت سازمان‌های زیربط در مورد اجرای قوانین و ضوابط گردشگری		S۵- عدم توانایی و مهارت مدیران در تدوین قوانین و مقررات گردشگری
E۶- مشخص نبودن هدف‌ها و سیاست‌های کلی کشور در زمینه‌ی ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه‌ی اجرایی		S۶- ناکارآمد بودن سیاست‌گذاری‌ها در زمینه‌ی گردشگری
E۷- تعارض قوانین گردشگری در ایران با قوانین موجود در سایر کشورها		

ماخذ: نگارندگان، ۱۳۹۱

شناسایی وابستگی و ارتباطات بین معیارهای و زیرمعیارها مشخص شده به منظور تحلیل و نتیجه‌گیری از مدل مرحله‌ی بعدی کار است. این روابط و وابستگی‌ها می‌تواند دوطرفه یا یک-طرفه باشد. به منظور تعیین روابط و وابستگی‌های بین این معیارها از پرسش‌نامه و روش دیماتل استفاده شده است. روش دیماتل می‌تواند وابستگی متقابل بین عناصر سیستم را از طریق دیاگرام علی شناسایی کند. به طور کلی برای ارتباطات موجود میان عناصر و مؤلفه‌های پژوهش، مدل ANP به تشکیل ماتریس‌های مقایسه‌ی زوجی و محاسبه‌ی بردارهای ویژه^۱ متناظر با هر یک از ماتریس‌های مقایسه‌ی زوجی می‌پردازد و سپس آن‌ها را در جایگاهی مناسب در سوپرماتریس قرار می‌دهد و به حل مدل می‌پردازد؛ بنابراین استفاده از این تکنیک در

¹Dematel

²Eigenvector Methods

محاسبه‌ی ارتباط داخلی میان عناصر به تعدادی زیادی ماتریس مقایسه‌ی زوجی نیاز خواهد داشت. این امر منجر به پیچیدگی و صرف زمان برای حل مسأله می‌شود. در برخورد با این محدودیت می‌توان از تکنیک دیماتل بهره گرفت. در واقع دیماتل در مقایسه با ANPI به ماتریس‌های مقایسه‌ی زوجی کمتری جهت محاسبه‌ی ارتباط داخلی میان عناصر و مؤلفه‌ها نیاز دارد که این امر، کاهش حجم محاسبات و سطح پیچیدگی عملیات را در پی خواهد داشت. علیرغم این مزیت، دیماتل قادر به تشکیل سوپرماتریس و رتبه‌بندی گزینه‌ها نیست، در مقابل ANP از چنین توانایی برخوردار است (صفایی قادیکلایی و اکبر زاده، ۱۳۸۶، ۶). به عبارت دیگر، دیماتل فرآیندی است که با استفاده از پرسشنامه‌های تکمیل شده، میزان و یک‌طرفه یا دوطرفه بودن ارتباطات بین معیارها را تعیین می‌کند.

برای این کار ابتدا کل معیارها به صورت جدول ماتریسی درآمد و از طریق پرسشنامه به ۵۷ نفر از کارشناسان ارائه شد. در این جدول وزن‌دهی برای تعیین وابستگی‌ها بر اساس مقیاس ۵-۱ انجام گرفته است. نتایج پرسشنامه پس از اینکه در نرم‌افزار Excel نرمالیزه شد، به منظور به دست آوردن ماتریس روابط کل در نرم‌افزار Matlab پردازش و درنهایت با استفاده از برنامه‌ی Excel نتایج نهایی به دست آمد. به این ترتیب نتایج ارتباطات به دست آمده از فرایند دیماتل، بر این معیارها و خوشه‌ها اعمال و جهت وزن‌دهی اولیه مهیا شد. بعد از به دست آوردن روابط و وابستگی میان معیارها نوبت به وزن‌دهی آن‌ها می‌رسد. این ارزش‌گذاری به صورت مقایسه‌ی زوجی و با نرم‌افزار Super Decisions انجام می‌گیرد. در مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره، همیشه مقایسات زوجی بر اساس یک معیار مستقل صورت می‌گیرد که معیار کنترلی نامیده می‌شود. البته یک معیار یا زیرمعیار تنها زمانی می‌تواند معیار کنترلی باشد که در فرآیند دیماتل اثربخشی آن مشخص شده باشد.

در صورتی که ارزش اولیه‌ی عناصر را که با فرآیند دیماتل به دست آمده است، در نرم‌افزار Super Decisions وارد نمائیم، خود نرم‌افزار مقایسات زوجی بین خوشه‌ها و عناصر را محاسبه می‌کند و ارائه می‌دهد. در این مرحله خروجی نرم افزار به صورت جداول ماتریسی مختلفی است که جهت ارزش‌گذاری نهایی باید توسط کارشناسان پاسخ داده شود. مبنای قضاوت در این امر مقایسه‌ای، مقیاس ۱ تا ۹ است که به وسیله‌ی ساعتی رایج شده است. در این مرحله نیز همان تعداد (۵۷ نفر) به پرسشنامه مذکور پاسخ داده‌اند. نتایج این پرسشنامه با استفاده از روش کپلند^۱ مورد محاسبه قرار گرفته است. این روش تعیین می‌کند که کدام یک از دامنه‌ی مقادیر بین ۱ تا ۹ برای یکی از معیارها، به عنوان ارزش منتخب کارشناسان تعیین شود. پس از تعیین ارزش نهایی هر مقایسه، وزن‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها، در نرم-

^۱Copeland

افزار Super Decisions وارد شد و در نهایت با توجه به این ارزش‌ها، نرم‌افزار وزن نهایی را از طریق فرآیند سوپرماتریس و نرمال‌سازی آن بر اساس وزن خوشه‌ها، محاسبه‌ی نهایی شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش، شامل کارشناسان شاغل در معاونت حقوقی و مدیران سازمان میراث فرهنگی و معاونت گردشگری و همچنین برخی از اساتید حقوق دانشگاه تهران بوده‌اند که در مراحل مختلف پژوهش به پرسشنامه‌ها پاسخ گفته‌اند.

یافته‌های تحقیق

بر اساس روش پژوهش پس از تعیین معیارها و زیرمعیارهای اصلی و اثرگذار در ضعف و نارسایی قوانین گردشگری ایران و تعیین روابط بین معیارها از طریق پرسشنامه، بین آن‌ها بر مبنای درجه‌ی اهمیت مقایسه‌ی زوجی صورت گرفت و ضرایب اولیه‌ی هر معیار و زیر معیارهای آن تعیین گردید (جدول ۲). به دنبال مقایسه‌ی زوجی، فرآیند کار با تشکیل سوپرماتریس و تعیین بردارهای اولویت ادامه پیدا کرد. محاسبه‌ی سوپرماتریس در سه سطح انجام گرفته است که در ادامه به ترتیب آورده شده‌اند. اما قبل از آن مقایسه‌ی زوجی خوشه‌ها محاسبه شده است.

جدول (۲): مقایسه‌ی زوجی و وزن خوشه‌ها

وزن نهایی	وزن نسبی	اجرائی	محتوایی	ساختاری- مدیریتی	criteria
۰/۱۸۴	۰/۳۵۶	۳	۲	۱	ساختاری- مدیریتی
۰/۰۹۸	۰/۱۳۱	۰/۳۳	۱		محتوایی
۰/۱۴۰	۰/۲۳۲	۱			اجرائی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۳): سوپر ماتریس غیر زونی

	S					C			E							
	S ₁	S ₂	S ₃	S ₄	S ₅	C ₁	C ₂	C ₃	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	E ₅	E ₆	E ₇	
S	S ₁	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۲۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۷۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۰۲	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۲۵	/۰۴۱	/۰۰۰	
	S ₂	/۰۴۱۲	/۰۰۰	/۰۸۷	/۲۵۱	/۱۱۲	/۱۶۲	/۶۹۱	/۰۴۱	/۰۰۰	/۰۰۳	/۰۰۰	/۰۲۰	/۰۰۰	/۱۴۶	/۰۰۰
	S ₃	/۱۹۸	/۰۸۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۶۴	/۲۲۹	/۰۰۰	/۰۰۱	/۱۱۹	/۰۰۰	/۰۸۸	/۱۲۹	/۰۰۶	/۰۰۹	/۰۰۰
	S ₄	/۰۰۰	/۱۱۹	/۰۶۵	/۰۰۰	/۰۸۵	/۰۰۰	/۰۲۴	/۰۰۰	/۲۳۴	/۰۰۰	/۰۰۵	/۲۳۹	/۰۰۰	/۲۱۷	/۰۰۰
	S ₅	/۱۵۵۴	/۲۱۸	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۲۰	/۰۰۰	/۲۱۲	/۰۰۰	/۰۵۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۱۵
C	C ₁	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۴۱	/۰۲۲	/۰۲۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۲۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۲۱	/۰۰۰	/۱۵۱۲	/۰۸۹
	C ₂	/۰۰۰	/۱۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۵۱	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۹	/۲۰۸	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۸۹	/۶۱۱	/۰۰۰	
	C ₃	/۰۴۴۲	/۰۰۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۴۱۲	/۱۰۱	/۰۸۸	/۰۰۹	/۰۰۰	/۲۰	/۱۵۹	/۱۶۰	/۰۷۸	/۱۴۵	/۰۰۹
E	E ₁	/۳۶۹	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۶۸	/۴۱۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۶۹۱	/۸۰۹	/۰۰۰	/۰۴۸	/۰۰۰	
	E ₂	/۰۰۰	/۳۷۵	/۳۷۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۵۱	/۰۱۷	/۰۰۰	/۱۲۹	/۰۰۰	/۲۰۰	/۰۰۰	/۱۰۲	
	E ₃	/۰۰۰	/۰۱۱	/۰۱۲	/۰۰۰	/۳۰۲	/۰۱۱	/۰۰۰	/۱۵۹۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۰۶	/۰۷۹	/۱۰۹	/۰۰۸
	E ₄	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۰۹	/۰۲۳	/۱۱۷	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۱۵
	E ₅	/۳۱۱	/۰۰۰	/۱۸۷	/۰۰۰	/۰۲۴	/۰۰۰	/۱۸۷	/۰۰۰	/۰۶۵	/۵۰۱	/۰۰۰	/۴۲۶	/۰۰۰	/۰۲۵	/۰۰۰
	E ₆	/۰۵۴	/۲۵۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۸۸۱	/۱۲۷	/۰۲۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۶۳	/۰۹۸	/۰۵۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۸۰۰
	E ₇	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۰۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۸۹	/۰۱۴	/۰۰۰	/۰۰۸	/۲۲۴	/۰۰۰	/۰۲۲	/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۴): سوپر ماتریس وزنی

	S					C			E							
	S ₁	S ₂	S ₃	S ₄	S ₅	C ₁	C ₂	C ₃	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	E ₅	E ₆	E ₇	
S	S ₁	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۵۹	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۰۱	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۱۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۷۶	/۰۱۹	/۰۰۰
	S ₂	/۱۲۱	/۰۰۰	/۰۹۸	/۲۳۴	/۱۱۲	/۰۷۸	/۰۴۱۲	/۰۴۱	/۰۰۰	/۰۰۲	/۰۰۰	/۰۰۸	/۰۰۰	/۰۶۳	/۰۰۰
	S ₃	/۰۹۸	/۰۲۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۶۴	/۱۰۰	/۰۰۰	/۰۰۱	/۰۵۸	/۰۰۰	/۰۵۲	/۰۹۸	/۰۰۲	/۰۰۳	/۰۰۰
	S ₄	/۰۰۰	/۲۱۵	/۰۵۰	/۰۰۰	/۰۸۵	/۰۰۰	/۰۱۲	/۰۰۰	/۱۴۶	/۰۰۰	/۰۰۲	/۱۵۹	/۰۰۰	/۱۱۴	/۰۰۰
	S ₅	/۲۲۱	/۱۹۸	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۴۰	/۰۰۰	/۲۲۷	/۰۰۰	/۰۲۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۸
C	C ₁	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۱۳	/۰۱۰	/۰۳۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۸۹	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۸۴	/۰۰۰	/۲۱۹	/۰۴۱	
	C ₂	/۰۰۰	/۰۳۴	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۵۱	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۳	/۱۸۹	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۴۶	/۳۰۸	/۰۰۰	
	C ₃	/۱۰۹	/۰۰۱	/۰۰۰	/۰۲۰	/۰۱۰	/۰۲۲	/۰۰۱	/۰۰۰	/۰۶	/۱۰۱	/۱۱۶	/۰۵۲	/۰۸۷	/۰۰۳	/۰۰۰
E	E ₁	/۱۴۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۰۱	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۱۲	/۰۲۷	/۰۰۰	/۰۱۸	/۰۰۰	
	E ₂	/۰۰۰	/۲۱۴	/۲۱۴	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۲۴	/۰۰۳	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۴۹	/۰۰۰	/۰۱۳	/۰۰۰	/۰۸۴	
	E ₃	/۰۰۰	/۰۰۲	/۰۲۱	/۰۰۰	/۰۰۲	/۱۰	/۰۰۰	/۱۶۹	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۰۳	/۰۲۲	/۰۶۳	/۰۰۳	
	E ₄	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۰۲	/۰۰۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۲۱	/۰۱۱	/۰۷۸	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۲۲
	E ₅	/۱۲۷	/۰۰۰	/۱۱۸	/۰۰۰	/۰۲۴	/۰۰۰	/۰۹۸	/۰۰۰	/۰۲۳	/۳۱۰	/۰۰۰	/۱۸۹	/۰۰۰	/۰۱۲	/۰۰۰
	E ₆	/۰۲۱	/۲۱۲	/۰۰۰	/۰۰۰	/۲۸۸۱	/۰۹۸	/۰۱۴	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۴۱	/۰۳۵	/۰۲۵	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۴۴
	E ₇	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۱۱۶	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۰۰	/۰۲۹	/۰۰۵	/۰۰۰	/۰۰۳	/۱۱۴	/۰۰۰	/۰۰۹	/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

پرتال جامع علوم انسانی

جدول (۵): سوپر ماتریس حدی

	S					C			E								
	S ₁	S ₂	S ₃	S ₄	S ₅	C ₁	C ₂	C ₃	E ₁	E ₂	E ₃	E ₄	E ₅	E ₆	E ₇		
S	S ₁	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	۰/۲۵۴	
	S ₂	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	
	S ₃	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴	۰/۰۶۴
	S ₄	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹	۰/۱۱۹
	S ₅	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸	۰/۰۷۸
C	C ₁	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	۰/۱۹۹	
	C ₂	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	۰/۰۸۱	
	C ₃	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	۰/۰۵۵	
E	E ₁	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	۰/۱۲۹	
	E ₂	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	۰/۰۲۷	
	E ₃	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	
	E ₄	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	۰/۰۹۲	
	E ₅	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	۰/۱۹۱	
	E ₆	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱	
	E ₇	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	۰/۰۹۸	

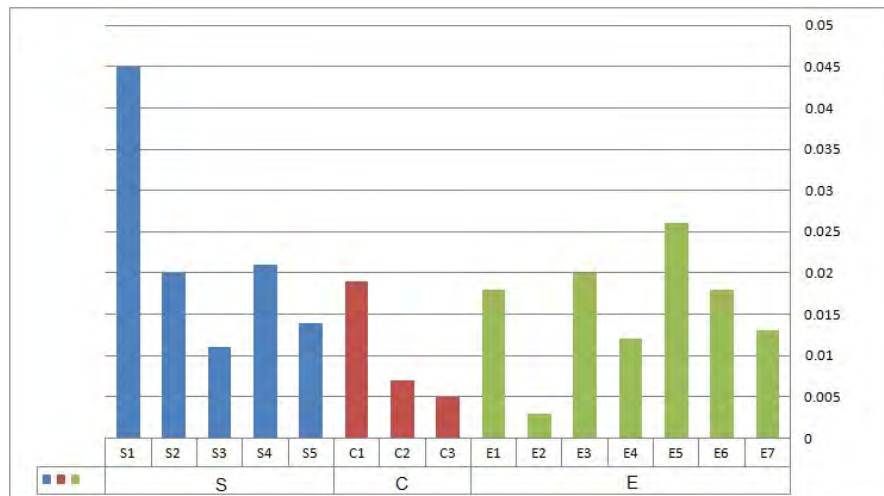
منبع: محاسبات تحقیق حاضر

در نهایت برای به دست آوردن ضریب نهایی هر زیر معیار، باید ضرایب به دست آمده از جدول سوپر ماتریس حدی را بر وزن خوشه‌ها، ضرب کرد.

جدول (۶): ضریب نهایی عوامل موثر در ضعف و نارسایی قوانین گردشگری

معیار	زیر معیار	وزن نسبی (سوپر ماتریس حدی)	ارزش خوشه‌ها (جدول ۲)	ارزش نهایی
ساختاری - مدیریتی S	S ₁	۰/۲۵۴	۰/۱۸۴	۰/۰۴۵
	S ₂	۰/۱۱۲	۰/۱۸۴	۰/۰۲۰
	S ₃	۰/۰۶۴	۰/۱۸۴	۰/۰۱۱
	S ₄	۰/۱۱۹	۰/۱۸۴	۰/۰۲۱
	S ₅	۰/۰۷۸	۰/۱۸۴	۰/۰۱۴
محتوایی C	C ₁	۰/۱۹۹	۰/۰۹۸	۰/۰۱۹
	C ₂	۰/۰۸۱	۰/۰۹۸	۰/۰۰۷
	C ₃	۰/۰۵۵	۰/۰۹۸	۰/۰۰۵
اجرائی E	E ₁	۰/۱۲۹	۰/۱۴۰	۰/۰۱۸
	E ₂	۰/۰۲۷	۰/۱۴۰	۰/۰۰۳
	E ₃	۰/۱۴۷	۰/۱۴۰	۰/۰۲۰
	E ₄	۰/۰۹۲	۰/۱۴۰	۰/۰۱۲
	E ₅	۰/۱۹۱	۰/۱۴۰	۰/۰۲۶
	E ₆	۰/۱۳۱	۰/۱۴۰	۰/۰۱۸
	E ₇	۰/۰۹۸	۰/۱۴۰	۰/۰۱۳

منبع: محاسبات تحقیق حاضر



شکل (۱): ضریب نهایی زیر معیارهای مورد بررسی

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۱

نتیجه‌گیری

در چارچوب بررسی‌های صورت‌گرفته با استفاده از فرآیند تحلیل شبکه‌ای، از میان سه معیار اصلی مورد بررسی به ترتیب عوامل ساختاری - مدیریتی، عوامل اجرایی و عوامل محتوایی نقش اصلی را در ضعف و نارسایی قوانین مربوط به گردشگری ایفا می‌کنند. اگرچه بین هر یک از این معیارها و نارسایی قوانین گردشگری یک رابطه‌ی مستقیم و معنادار وجود دارد؛ با این همه بر اساس یافته‌های پژوهش عوامل ساختاری - مدیریتی اثربخش‌ترین عامل بر ضعف و نارسایی قوانین گردشگری است. همچنین بر اساس وزن‌های به دست آمده برای زیر معیارهای هر معیار، گزینه‌ی S₁ یعنی تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تداخل وظایف سازمان‌های که جزء معیار ساختاری - مدیریتی است، با ارزش ۰/۰۴۵ بیشترین تأثیر را در ضعف قوانین گردشگری دارد. بعد از آن گزینه‌ی E₅ یعنی عدم نظارت سازمان‌های زیر ربط در مورد اجرای قوانین و ضوابط گردشگری که جزء خوشه‌ی اجرایی است، بیشترین تأثیر را در کاستی‌های قوانین گردشگری دارد. همچنین تحلیل‌ها بیانگر آن است که زیر معیار C₃ یعنی کهنه و قدیمی بودن قوانین گردشگری ایران و عدم به‌روزرسانی آن‌ها با توجه به نیازهای جامعه که زیر-مجموعه‌ی خوشه‌ی محتوایی است، کمترین اثر را در ضعف قوانین گردشگری دارد.

بررسی انجام‌شده نشان می‌دهد که ساختار قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری در کشور ایران در زمینه‌ی تدوین قوانین گردشگری ناکارآمد است. تعدد مراکز تصمیم‌گیری و ناهماهنگی و

تداخل وظایف بین سازمان‌های مختلف یکی از مهم‌ترین مشکلات مربوط به قوانین گردشگری ایران است که هم باعث اتلاف وقت و سرمایه می‌شود و هم بعضاً با تداخل در کار یکدیگر عملاً اجرای هر برنامه‌ای را با مشکل مواجه می‌سازد. در ایران ۲۵ سازمان و ارگان مختلف در زمینه‌ی گردشگری نقش ایفا می‌کنند. با توجه به اینکه هر یک از سازمان‌های مربوطه، دارای دستور-العمل و وظایف و اهدافی هستند، به نظر می‌رسد ادغام این سازمان‌ها و سپردن وظایف آن‌ها به یک سازمان مستقل، می‌تواند تا حدود زیادی مشکلات مربوط به تدوین و اجرای قوانین گردشگری در ایران را حل نماید. فقدان ساختار اداری منسجم رشد و توسعه‌ی این فعالیت را مختل ساخته و در بسیاری از موارد موجب اشکال در روند کار بوده است. برای مثال ساختار موجود در ارائه‌ی یک شیوه‌ی ثابت و قانون‌مند که وضعیت هر ارگان و حوزه‌ی اختیارات آن را مشخص سازد ناتوان بوده است. در نتیجه این ساختار در زمینه‌ی تدوین یک قانون مشخص برای حمایت از گردشگران ناموفق عمل کرده است. بنابراین؛ هرچند که وظیفه‌ی اصلی سیاست‌گذاری و تدوین قوانین در کشور بر عهده‌ی مجلس است، اما نقش پررنگ یک سازمان مستقل در امر گردشگری باعث هدفمند شدن این قوانین و ضمانت اجرایی آن‌ها می‌شود.

مبهم بودن و عدم شفافیت قوانین تدوین‌شده نیز بر مشکلات فوق افزوده است؛ به طور مثال در مورد صدور ویزا، هرچند وقت یک‌بار قوانین جدید به اجرا در می‌آید که خود از مشکلات گردشگری به حساب می‌آید. وجود قوانین محدودکننده و نبود قوانین حمایتی از جهانگردانی که وارد ایران می‌شوند نیز، زمینه‌ی ناکارآمدی این قوانین را فراهم کرده است. بر این اساس قوانین مربوط به حوزه‌ی گردشگری باید تدوین یا بازنگری شود و در کنار این تدوین و بازنگری قانون، فرهنگ‌سازی نیز صورت بگیرد. در حال حاضر مشخص نیست وقتی شخصی به عنوان توریست وارد کشور می‌شود، از چه حقوقی و تکالیفی برخوردار است. آیا عنصر خارجی بودنش می‌تواند از لحاظ حقوقی وصف اضافه‌ای برای وی در نظر بگیرد و یا از حقوق هنگامی شهروندان برخوردار است؟ البته باید توجه داشته باشیم که صرف قانون‌گذاری برای حمایت از توریسم نمی‌تواند رشد صنعت جهانگردی و گردشگری را باعث شود. از سوی دیگر اعمال هرگونه محدودیت یا اعطای امتیاز به توریست، نیازمند تصویب قانونی است. واقعیت این است که در حال حاضر برای اعطای مزیت یا ایجاد محدودیت برای جهانگردان هیچ قانون مکتوبی وجود ندارد و تا زمانیکه مقررات مشخص درباره‌ی وضعیت جهانگردان به تصویب نرسد، آنان از حقوقی همپایه‌ی سایر شهروندان ایرانی برخوردارند. همچنین یکی دیگر از دلایل عدم تمایل جهانگردان برای حضور در ایران، بروکراسی دست‌وپاگیر حاکم در کشور است؛ بنابراین الگوهای آسیب‌شناسی قوانین در برنامه‌ی تحول و توسعه‌ی گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. تعرض به جهانگردان اقدامی علیه امنیت ملی است و وقوع اتفاقی برای جهانگردان به دلیل عدم تأمین امنیت، مسئولیت بین‌المللی ایجاد می‌کند. وظیفه‌ی حفظ امنیت توریست بر عهده‌ی

دولت است؛ زیرا دولت متولی اصلی قانون‌گذاری و اجرای آن به شمار می‌آید؛ بنابراین باید لایحه‌ای از سوی دولت برای حمایت از حقوق جهانگردانی که وارد کشور می‌شوند، تدوین شود. ریشه‌ی مشکلات در مورد حمایت نشدن و تضییع حق جهانگردان به قوانین برمی‌گردد. احقاق برخی حقوق جهانگرد با قوانین در تعارض است، به همین دلیل اکثر جهانگردان ترجیح می‌دهند که به کشورهای دیگر سفر کنند تا ایران. سالانه هزاران گردشگر خارجی از امکان دیدنی ایران بازدید می‌کنند؛ ولی بر اساس قوانین جمهوری اسلامی ناچارند که در زمان حضور در ایران پوشش روسری و مانتو داشته باشند. بر اساس مطالعات همین امر یکی از مهم‌ترین دلایل عدم حضور گردشگران در ایران به شمار می‌آید. روشن است که برای توسعه گردشگری کشور این قوانین تا حدودی باید بازنگری شوند و شرایط حضور گردشگران در ایران باید مهیا شود. البته باید در بازنگری قوانین سابق و وضع مقررات جدید به‌طور متعادل رفتار کرد تا هم موجبات جلب جهانگردان را فراهم بیاوریم و هم از نظم عمومی و میراث فرهنگی خودمان حفظ و حراست نماییم. دولت ایران نباید به نوع رفتار دول بیگانه با اتباع ایرانی توجه داشته باشد و در پی انتقام بر آید؛ بلکه به‌طور منطقی سیاست مناسبی را اتخاذ کند. اگر قرار باشد مکان یا جامعه‌ای شاهد رشد و توسعه‌ی جهانگردی باشد، باید سطوح مختلف سیاسی، اجرایی و نیز سازمان‌های ذی‌ربط در تمام سطوح با هم هماهنگ باشند؛ به ویژه در جهانگردی و رشد و توسعه آن، این مسئله اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ بنابراین باید سیستم قانون‌گذاری عزم جدی در تعریف راهکارهای عملی ورود به مقوله‌ی حقوق گردشگران را داشته باشد تا پس از آن مجریان قوانین و مقررات بتوانند بدون دغدغه قوانین تدوین‌شده را اعمال کنند.

پیشنهادات

- در نهایت پیشنهاداتی جهت بسترسازی در زمینه حقوق گردشگری برای توسعه‌ی این بخش از فعالیت اقتصادی ارائه می‌گردد:
- ۱- پذیرش تغییر و تحولات بین‌المللی به منظور وارد شدن در عرصه‌ی رقابت جهانی و تغییر دیدگاه‌ها و نگرش‌های موجود در زمینه‌ی گردشگری؛
 - ۲- ایجاد نظام مدیریتی کارآمد و با حاکمیت قانون، به منظور سرعت بخشیدن به فرآیندها به صورت فراملی و برون‌گرا و جمع‌گرا در راستای تدوین قوانین حمایتی برای گردشگران و سمت و سو بخشیدن به این سیستم مدیریتی از روش سنتی و غیرکارآمد به الگویی مؤثر و غیر-سلیقه‌ای؛
 - ۳- برنامه‌ریزی جهت آموزش و ارتقای سطح آگاهی مسئولان و مدیران مرتبط با گردشگری در زمینه‌ی حقوق گردشگران در سطوح بین‌المللی و همچنین بسترسازی فرهنگی، اطلاع‌رسانی، شناسایی موانع فرهنگی و همچنین ارائه‌ی آموزش‌های لازم به مردم جامعه‌ی میهمان و میزبان؛

۴- تدوین قوانین و مقررات مربوط به گردشگران بر اساس قوانین و مقررات بین‌المللی، نهادهای حقوق بشر، کنوانسیون‌ها و غیره در صورتی که آسیب و تهدیدی برای قوانین داخلی کشور در پی نداشته باشد؛

۵- بررسی و شناسایی کدهای اخلاقی گردشگری در سطح دنیا و تدوین کدهای اخلاقی گردشگری کشور در جهت کدهای اخلاقی گردشگری بین‌المللی، با توجه به شرایط فرهنگی و محیطی ایران که قابل ارائه در عرصه‌ی بین‌المللی باشد؛

۶- رعایت حقوق و برابری امنیت جانی و مالی گردشگران خارجی به وسیله‌ی پلیس گردشگری، گسترش فرهنگ جهانگردی و گردشگری در کشور و ارائه‌ی آموزش‌های لازم به مردم برای برخورد مناسب با گردشگران؛

۷- تدوین نظام جامع حقوق گردشگری کشور به‌منظور حذف مقررات محدودکننده و دست‌وپا-گیر و جایگزینی قوانین پویا و اصلاح ساختار اداری در کشور؛

۸- هماهنگی سطوح مختلف سیاسی، نهادی و مدیریتی و اجرایی سازمان‌های زیربند در زمینه‌ی تدوین و اجرای قوانین گردشگری و اطلاع قوانین و مقررات در جهت رفع تداخل میان وظایف نهادهای نظارت، بازرسی و اجرایی و اثربخشی و کارایی قوانین گردشگری.

منابع

۱) الطافی، رمضان. (۱۳۹۰). ضرورت توجه به حقوق گردشگران، ماهنامه‌ی هتل، شماره‌ی ۱۳، ۲۲-۱۴.

۲) الوانی، مهدی و پیرزو بخت، معصومه. (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۳) افضل‌ی، رسول، فرجی، امین و شعبانی‌فرد، محمد. (۱۳۸۹). جایگاه حقوق گردشگران خارجی از نگاه اسلام و قوانین حقوقی جمهوری اسلامی ایران، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، تهران، شماره ۷۵، ۱۴۰-۱۱۹.

۴) بایسلامی، غلام‌حیدر (۱۳۸۸). جزوه درسی حقوق گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

۵) بهبودی، نغمه و کیانی، اکبر. (۱۳۸۹). بررسی و اولویت‌بندی مناطق گردشگری سیستان با استفاده از مدل فرآیند تحلیل شبکه‌ای (ANP)، مجله‌ی میراث گردشگری، شماره‌ی ۳، ۵۴-۳۴.

۶) پوراحمد، احمد و فرجی ملائی، امین و عظیمی، آزاده. (۱۳۸۹). تقاضای توریسم و سناریوی تحول قیمت در چارچوب هدفمند کردن یارانه‌ها، مجموعه مقالات همایش ملی تأثیر هدفمند کردن یارانه‌ها بر توسعه‌ی صنعت گردشگری کشور، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

۷) دری، بهروز و حمزه ای، احسان. (۱۳۸۹). تعیین استراتژی پاسخ به ریسک در مدیریت ریسک به وسیله تکنیک ANP (مطالعه موردی: پروژه توسعه میدان نفتی آزادگان شمالی)، مدیریت صنعتی، دوره ۲، شماره ۴، ۹۲-۷۵.

۸) صفایی قادیکلایی، عبدالحمید و اکبرزاده، زین‌العابدین. (۱۳۸۶). ارائه‌ی رویکرد ترکیبی ANP و Dematel جهت ارزیابی مقایسه‌ی عملکرد استراتژی‌های زنجیره‌ای تامین ناب، چابک و ناب - چابک، هشتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، تهران.

۹) غریبه، علی. (۱۳۹۰). حق گردشگری و حقوق عمومی گردشگران خارجی، فصلنامه‌ی علمی-پژوهشی فضای جغرافیایی، شماره‌ی ۳۵، ۲۰۸-۱۸۵.

۱۰) فرجی سبکبار، سلمانی، حسنعلی، سلمانی، محمد، فریدونی، فاطمه، کریمزاده، حسین و رحیمی، حسن (۱۳۸۹). مکان‌یابی محل دفن بهداشتی زباله‌ی روستایی با استفاده از مدل فرآیند شبکه‌ای تحلیل (ANP): مطالعه موردی نواحی روستایی شهرستان قوچان، فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۴، شماره ۱.

۱۱) فرومند، لادن. (۱۳۸۲). نگرشی بر حقوق گردشگری در ایران، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

۱۲) فرهودی، رحمت‌الله و شوره، محمود. (۱۳۸۲). برآورد ظرفیت گردشگری معبد آناهیتا در کنگاور، فصلنامه‌ی مطالعات گردشگری، شماره‌ی ۷، ۵۷-۶۹.

۱۳) قدسی پور، سید حسن (۱۳۸۴). فرآیند تحلیل سلسله مراتبی AHP، تهران، مرکز نشر دانشگاه صنعتی امیرکبیر.

۱۴) کاظمی، مهدی. (۱۳۸۶). مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت.

۱۵) کلانتری، علی اکبر. (۱۳۸۹). فقه و صنعت جهانگردی، فصلنامه‌ی فقه، شماره‌ی ۱۴، ۸۷-۵۴.

۱۶) یوسفی‌پور، غلامرضا. (۱۳۷۹). بررسی نقش صنعت گردشگری در توسعه‌ی اقتصادی و راه‌های گسترش آن، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد، دانشگاه امام صادق (ع).

17) Alipour, R. and Habib, H. (2005). Tourism in Iran, a Paper presented to: tourism: state of the art II, **International scientific conference**, University of Strathclyde, Glasgow, 27-30.

18) Cevriye G., and Didem G.(2007). Analytic Network Process in Supplier Selection: A Case Study: An Electronic Firm, **Applied Mathematical Modeling**, 31(1)1, PP: 2475-2486.

19) Clark j, (1997). **Coastal Zone Management Handbook. Boca Raton: Tourism and Tourism space, Gareth Shaw**, Sage publication.

20) Erdogmus, S., H. Aras & E. Koc. (2006). Evaluation of Alternative Fuels for Residential Heating in Turkey Using Analytic Network Process (ANP) with Group Decision-making, **Renewable & Sustainable Energy Reviews**, 10, PP: 269-279.

21) Garcia, Melon Mónica, Tomás Gómez-Navarro, Silvia Acuña-Dutra; (2009). An ANP Approach to Assess the Sustainability of Tourist Strategies for the Coastal NP of Venezuela; **5th International Vilnius Conference**, EURO Mini Conference “Knowledge-Based Technologies and OR Methodologies for Strategic Decisions of Sustainable Development” (KORS-2009), September 30–October 3, Vilnius, LITHUANIA. PP:324-339.

22) Sheeba K, Mohd Nishat F; (2007). An Analytic Network Process Model for Municipal Solid Waste Disposal Options, **Waste Management**, 28 (2008), PP: 1500–1508.