



## The role of Political Relations Between Countries in The Development of Tourism: A Case Study of Iran and Oman

### ARTICLE INFO

#### Article Type

Research Article

#### Authors

Omid Mostafavi Rad, PhD\*,  
Islamic Azad University,  
Central Tehran Branch

Omid Mostafavi Rad, PhD  
student in Political  
Geography, Islamic Azad  
University, Central Tehran  
Branch

#### Correspondence\*

Address: Geography  
Department,  
Email: mrym.sourena@gmail.  
com

#### Article History

Received: 21 April 2020  
Accepted: 06 July 2020

### ABSTRACT

Politics is a product of geography and tourism, which is one of the geopolitical foundations of Iran, has not been unaffected by politics and has had many vicissitudes in proportion to political developments and political relations with the world in Iran and after the victory of the Islamic Revolution. Iran, with all its historical, cultural and natural attractions in recent years, has been able to achieve a relative success in this field, and the efforts and attention of tourism industry activists, the expansion of mass communication network, government facilitation policies and attention to infrastructure, education and welfare have been among the most important reasons. Undoubtedly, the political relations of the countries have not been ineffective in the development of tourism cooperation, and the security, welfare, educational, as well as strengthened historical, cultural and territorial commonalities between the two countries have been effective in expanding these tourist exchanges. For this purpose, the required data for the research have been collected from the content of upstream laws and programs of the Islamic Republic of Iran by documentary method. The results show that the more countries have strengthened political relations, the more they are developed in tourism. This is, of course, clear in the case of Iran and Oman, which have been studied on a case-by-case basis. At the same time, if more infrastructure, welfare and advertising facilities are developed, they will enjoy more prosperity.

**Keywords:** Political Relations, Tourism Development, Iran, Oman.

## نقش مناسبات سیاسی کشورها بر توسعه‌ی گردشگری فی ما بین (مطالعه‌ی موردی: ایران و عمان)

امید مستوفی راد \* Ph.D.

دانشجوی دکتری جغرافیای سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، تهران.

### چکیده

سیاست زائیده و محصول جغرافیاست و مقوله‌ی گردشگری که از بنیان‌های ژئوپلیتیکی کشور ایران است بی‌تأثیر از نهاد سیاست نبوده و متناسب با تحولات سیاسی و روابط سیاسی با کشورهای جهان در ایران و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی از فراز و فرود زیادی برخوردار بوده است. کشور ایران با همه‌ی جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی‌اش در سال‌های اخیر توانسته است به یک توفیق نسبی در این زمینه دست یابد که تلاش و توجه فعالان صنعت گردشگری، گسترش شبکه‌ی ارتباطات جمعی، سیاست‌های تسهیل‌کنندگی دولت‌ها و توجه به زیرساخت‌های آموزشی و رفاهی از مهم‌ترین دلایل آن بوده است. بدون شک روابط سیاسی کشورها در توسعه‌ی همکاری‌های گردشگری بی‌تأثیر نبوده و هر چقدر زمینه‌های امنیتی، رفاهی و آموزشی و همچنین اشتراکات تاریخی، فرهنگی و سرزمینی بین دو کشور تقویت شده باشد در گسترش این تبادلات توریستی موثر بوده است. بدین منظور به روش اسنادی، داده‌های مورد نیاز تحقیق از محتوی قوانین و برنامه‌های بالا دستی جمهوری اسلامی ایران جمع‌آوری شده است. این نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که هر چقدر کشورها از تحکیم روابط سیاسی بیشتری برخوردار باشند توسعه‌ی گردشگری در آن‌ها نمود بیشتری داشته است. که البته در مورد دو کشور ایران و عمان که به صورت موردی مطالعه شده است، به خوبی نمایان است. ضمن اینکه در صورت توسعه‌ی بیش‌تر امکانات زیرساختی، رفاهی و تبلیغاتی از رونق بیشتری برخوردار خواهند شد.

واژگان کلیدی: روابط سیاسی، توسعه‌ی گردشگری، ایران، عمان.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۱۶

نویسنده مسئول: [mrym.sourena@gmail.com](mailto:mrym.sourena@gmail.com)

سیاست در معنای عام هرگونه راهبرد و روش و مشی برای اداره یا بهتر کردن هر امری از امور (چه شخصی، چه اجتماعی) است و در اصطلاح اموری است که مربوط به دولت و مدیریت و تعیین شکل و مقاصد و چگونگی فعالیت دولت باشد.

روابط سیاسی کشورها بر پایه‌ی بنیان‌های ژئوپلیتیکی و متأثر از ایدئولوژی سیاسی حاکم آن کشورها قرار دارد.

صنعت گردشگری متأثر از عوامل زیادی است که از آن جمله می‌توان به روابط سیاسی بین دو کشور اشاره کرد.

مسئله‌ی تحقیق این است که مناسبات سیاسی کشورها چه تأثیری بر توسعه‌ی صنعت گردشگری دارد که در این میان به‌طور مشخص دو کشور جمهوری اسلامی ایران و عمان مورد بررسی و تحقیق قرار گرفته است.

روش انجام تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی و تحلیل محتوی بوده است. داده‌های مورد نیاز تحقیق از نهادهای مرتبط (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی)، سازمان جهانی جهانگردی و... اخذ شده است.

روابط سیاسی ایران و عمان به دهه‌ی هفتاد میلادی می‌رسد زمانی که سلطان قابوس رهبر این کشور قدرت را به دست گرفت این کشور از همان زمان تلاش می‌کرد سیاست میانه‌ای را با همسایگان و سایر کشورهای جهان در پیش گیرد. مولفه‌های هویت بخش عمان اشتراکات عمیقی با ایران شیعی دارند که موجب شده تا رویکرد خارجی این کشور احساس قرابت بیشتری با ایران شیعی در قیاس با دیگر همسایگان کند.

این اشتراکات متأثر از ایدئولوژی، قومیت و خصیصه‌های تاریخی و فرهنگی است که از روزگاران قدیم ارتباطی محکم و تنگاتنگ با ایرانیان داشته است. که البته در این میان مدیریت معتدل سلطان قابوس به‌عنوان پادشاه این کشور و مدیریت مشترک تنگه‌ی هرمز و اتخاذ دیدگاه مستقل این کشور در میان کشورهای شورای همکاری خلیج فارس در طول نزدیک به نیم قرن گذشته، تأثیر بسیار خوبی در تحکیم روابط سیاسی دو کشور داشته است.

خیلی از کشورها علیرغم اشتراکات تاریخی، سرزمینی و طبیعی، تفاوت‌های زیادی از نظر توجه به این صنعت پر رونق دارند و یکی از دلایل آن شکل سیاست‌گذاری و برنامه ریزی کشورها است چرا که رونق یا رکود گردشگری خارجی بستگی به نگرش تصمیم گیرندگان کلان کشور در حوزه‌ی روابط سیاسی، برنامه‌های توسعه و قوانین و اسناد فرادستی دارد که میزان اهمیت و ضرورت آن را مشخص می‌کند.

در تعریف گردشگری تعاریف زیادی وجود دارد که به نمونه‌هایی از آن‌ها می‌پردازم:

### مقدمه:

کارآمدی در برنامه ریزی توسعه، تولید، خدمات، بازاریابی و اهداف پایدار و رشد آینده‌ی گردشگری نشان می‌دهد.

حیدری چپانه و همکاران: (۱۳۹۳) معتقدند که سیاست‌های گردشگری در ایران به ندرت برخاسته از الگوهای رایج آن بوده و بیش‌تر تحت تاثیر مولفه‌های سیاسی بوده است.

براساس بررسی‌ها در پیشینه‌ی تحقیق در پژوهش‌های خارجی بر اهمیت و جایگاه سیاست‌گذاری در توسعه‌ی صنعت گردشگری تاکید شده است و تفاوت سطح صنعت گردشگری در میان کشورها را ناشی از سیاست‌گذاری می‌دانند اما در تحقیقات داخلی ضمن این‌که بر اهمیت این صنعت تاکید شده است اما این موضوع براساس قوانین و اسناد کشوری مورد بررسی دقیق قرار نگرفته است. تحقیق حاضر تلاشی در این باره می‌باشد.

### مبانی نظری:

کشور عمان با رهبری سلطان قابوس به دلیل نقشی که در بحران‌های دهه‌های اخیر در خاورمیانه داشت به سوئیس خاورمیانه معروف شده است در این بین همیشه نقش سلطان قابوس به‌عنوان میانجی در موضوعاتی که با ایران در ارتباط بود پر رنگ توصیف می‌شد و از زمانی که حکومت را به‌دست گرفت با وجود همه‌ی فراز و فرودها همواره رابطه‌ی بسیار خوبی با ایران داشت. حتی در دوران جنگ عراق علیه ایران علیرغم فشارهای سیاسی کشورهای متخاصم علیه ایران، اعلام بی‌طرفی نمود و حتی از بهبود روابط با تهران ابراز تمایل کرد و نیز در جنگ نفتکش‌ها جانب ایران را گرفت و با آمریکا همکاری نکرد.

به‌طور کلی در نیم قرن گذشته کشور عمان همواره نقش غیرقابل انکاری در سیاست خارجی ایران داشته و جهت کاهش تنش‌های منطقه‌ای در خاورمیانه بسیار کوشیده است.

"سیاست خارجی ایران نیز پس از انقلاب اسلامی ۵۷ عمدتاً براساس ارزش‌گذاری‌های نظام دینی شکل گرفت و تغییر ماهیت داد و در جهت اتخاذ سیاست مستقل برای تامین منافع بین‌المللی‌اش حرکت کرد و کوشید تا خود را خارج از استراتژی‌ها و رویکردهای بلوک شرق و بلوک غرب تعریف کند. در این راستا همکاری و مشارکت با حکومت‌های منطقه خاورمیانه در جهت شکل دهی به ترتیبات امنیتی در اولویت قرار گرفت." [22].

تاکید می‌شود دو کشور ایران و عمان همواره از روابط مشترک، دیپلماتیک، اقتصادی و نظامی نزدیکی برخوردار بوده‌اند به‌طوری که به جز سه سال اول انقلاب اسلامی همواره

لغت گردشگری Tourism از کلمه‌ی Tour به‌معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Turns به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدا و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است. [12]

در فرهنگ لغت لانگمن گردشگری به‌معنای مسافرت و تفریح برای سرگرمی معنا شده است. [11]

به سفری که در آن مسافرتی به مقصدی انجام می‌گیرد و سپس بازگشتی به محل سکونت در بر دارد، اطلاق می‌شود. [17].

تعریف کمیسیون آمار ملل متحد در سال ۱۹۹۳ که توسط سازمان جهانی جهانگردی ارائه شده است: جهانگردی عبارت است از مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک‌سال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند. [6].

این تحقیق به دنبال ارزیابی و تحلیل مفاد و محتوی مرتبط با مناسبات سیاسی دو کشور عمان و ایران در سیاست‌گذاری‌ها، اسناد و قوانین فرادستی ایران است تا به اهمیت مناسبات سیاسی، به‌منظور تقویت گردشگری خارجی پی ببرد.

### پیشینه‌ی تحقیق:

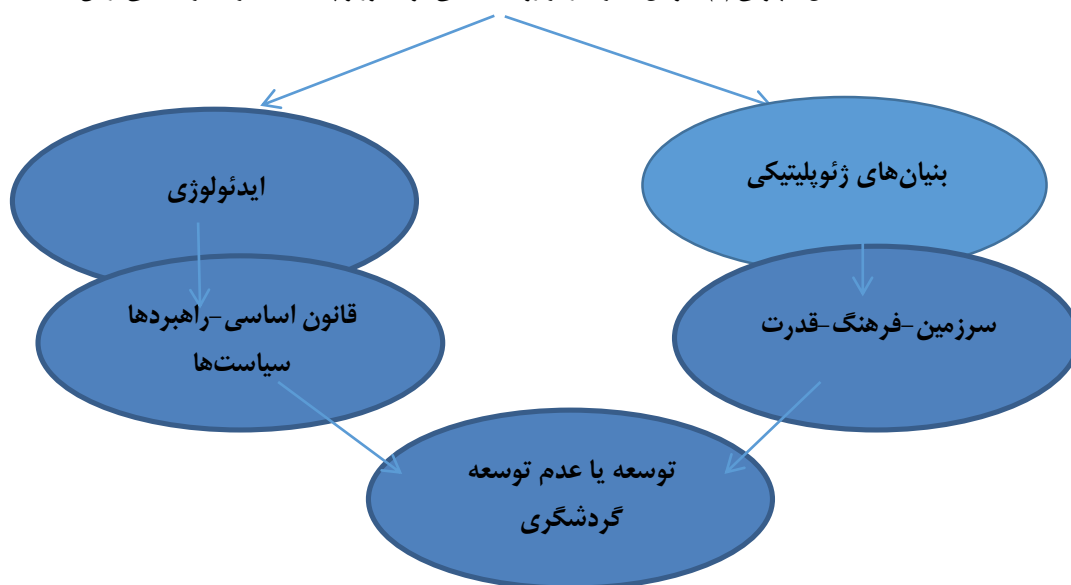
در حوزه‌ی صنعت گردشگری ایران مطالب و مقالات زیادی نگاشته شده است. اما پژوهش‌های بسیار کمی در مورد روابط سیاسی کشورها و تاثیر آن‌ها بر توسعه‌ی گردشگری انجام گرفته است.

در بررسی تطبیقی گردشگری بین دو کشور کره شمالی و کره جنوبی که توسط کیم و همکاران (۲۰۰۷) که دارای سرزمین، زبان، فرهنگ و تاریخ مشابهی هستند، انجام شده آمده است: که گردشگری پر رونق کره جنوبی در مقابل ضعف گردشگری کره شمالی ناشی از ایدئولوژی سیاسی سیاست‌گذاری‌های متفاوت دو کشور است که البته این مقایسه در پژوهش‌های مشابهی از جونز و همکاران (۲۰۱۰) بین دو کشور لیبی و تونس و نیز پنی وان (۲۰۱۳) بین دو کشور هنگ کنگ و ماکائو انجام گرفته است که نتایج مشابهی به دست آمده است.

اجل و همکاران (۲۰۰۸) معتقدند: سیاست‌گذاری گردشگری، روش پیشرفت فعالیت‌ها، رهنمون‌ها، دستورات، اصول و مجموعه‌ی طرز عمل‌ها در چارچوب اخلاقی، مسئله‌ی محوری است که اراده‌ی جامعه یا ملت را به بهترین نحو برای

از روابط مطلوبی برخوردار بوده‌اند و در وقایع و بحران‌های مختلف بین ایران و کشورهای عربی به‌عنوان میانجی ساکت عمل کرده است.

مدل مفهومی (۱): عوامل تاثیرگذار بر روابط سیاسی دو کشور و پیامدهای گردشگری ناشی از آن



### روش تحقیق:

این تحقیق از نوع کیفی است که داده‌های آن به شیوه‌ی کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری شده است. این جمع آوری از متون و قوانین ایران نظیر: قانون اساسی، اسناد وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به دست آمده است. پس از تدوین چارچوب نظری تحقیق، سعی شده است داده‌های مورد نیاز پژوهش از مفاد و قوانین و بخشنامه‌ها با اولویت جایگاه اسناد فرادستی و در دوره‌ی زمانی پس از انقلاب اسلامی سال ۵۷، گزارش‌های معتبر منتشر شده از منابع موثق، پژوهش‌های مرتبط استخراج گردد و بعد مورد تحلیل و تفسیر کیفی قرار گیرد.

### یافته‌های تحقیق:

بی تردید ایران از نظر سیاسی، تاریخی، فرهنگی، طبیعی و مذهبی اشتراکات فراوانی (حداقل در نیم قرن گذشته) با کشور عمان دارد به‌طوری که در بسیاری از مناقشات منطقه‌ای و جهانی حداقل رویکردی جانبدارانه از ایران داشته است و در جهت رفع بسیاری از اختلافات پیش آمده‌ی ایران با کشورهای اروپایی و آمریکایی تلاش کرده است.

در سال‌های اخیر به‌واسطه‌ی رویکرد سیاسی ایران به مقوله‌ی صنعت گردشگری و اهمیت‌های فراوان اقتصادی آن تعاملات دو کشور در مسیر رشد صنعت گردشگری و توجه به

آن بیش‌تر شده است.

اگرچه در سال‌های گذشته به‌واسطه‌ی شرایط سیاسی ایران و شیوه‌ی تعاملاتش با کشورهای دنیا و نیز تبلیغات منفی و جهت دار رسانه‌ای غرب این صنعت در ایران از توجه کمتری هم در داخل و خارج و نیز نبود امکانات و زیرساخت‌های لازم کم فروغ بود اما به‌نظر می‌رسد این تغییر رویکرد طی چند سال گذشته خصوصاً با کشورهایی که مواضع سیاسی مشترک و قرابت تاریخی و فرهنگی مشترک داریم رو به رشد بوده است. مناسبات سیاسی کشورها که یکی از مهم‌ترین دستاوردهای آن مقوله‌ی امنیت می‌باشد گزینه‌ی خوبی را برای گردشگران دو کشور فراهم خواهد کرد که علاوه بر امکانات رفاهی و زیرساختی کشور مقصد، در افزایش سفر و بهره‌مندی از آن موثر خواهد بود.

بررسی قوانین، اسناد و مکاتبات در حوزه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نشان می‌دهد که صنعت گردشگری ایران علیرغم داشتن تمامی آیت‌های روابط سیاسی مطلوب با کشور عمان در اولویت برنامه‌های سیاسی و اقتصادی کشورمان نبوده است و به‌دلیل فقدان یا عدم حمایت نهادهای بالا دستی از صنعت گردشگری تاکنون موفقیت زیادی در توسعه این صنعت ایجاد نشده است. اگرچه زمینه‌های همکاری زیادی در این راستا به‌واسطه مناسبات سیاسی خوب بین دو کشور برقرار است.

جدول ۱ تا ۶ میزان موفقیت در توسعه گردشگری دو کشور ایران و عمان به نسبت میانگین جهانی را ( با توجه به میزان روابط سیاسی آن‌ها با سایر کشورهای دنیا و همچنین میزان جمعیت، وسعت، جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، پیشینه و امکانات و خدمات گردشگری و...) نشان می‌دهد. [7]

جدول (۱): تاثیر مستقیم گردشگری بر اشتغال

تاثیر مستقیم گردشگری بر اشتغال		
کشور	رتبه	هزار شغل
ایران	۳۵	۴۷۶
عمان	۱۱۴	۵۳,۳
میانگین جهانی	-	۸۴۵,۸

جدول (۲): تاثیر مستقیم گردشگری در تولید ناخالص ملی

تاثیر مستقیم گردشگری در تولید ناخالص ملی		
کشور	رتبه	ارزش (میلیارد دلار)
ایران	۳۸	۱۰,۱
عمان	۸۳	۱,۸
میانگین جهانی	-	۱۸,۵

جدول (۳): سهم مستقیم گردشگری در اشتغال

سهم مستقیم گردشگری در اشتغال		
کشور	رتبه	سهم (درصد)
ایران	۱۵۸	۱,۹
عمان	۱۱۹	۲,۷
میانگین جهانی	-	۳,۶

جدول (۴): سهم مستقیم گردشگری در تولید ناخالص ملی

سهم مستقیم گردشگری در تولید ناخالص ملی		
کشور	رتبه	سهم (درصد)
ایران	۱۳۳	۲,۵
عمان	۱۲۹	۲,۵
میانگین جهانی	-	۳

جدول (۵): تاثیر مستقیم گردشگری بر رشد ناخالص ملی

تاثیر مستقیم گردشگری بر رشد تولید ناخالص ملی		
کشور	رتبه	درصد رشد (۲۰۱۶ نسبت به ۲۰۱۵)
ایران	۷	۶,۷
عمان	۹	۶,۶
میانگین جهانی	-	۳,۳

جدول (۶): تاثیر مستقیم گردشگری بر رشد اشتغال

تاثیر مستقیم گردشگری بر رشد اشتغال		
کشور	رتبه	درصد رشد (۲۰۱۶ نسبت به ۲۰۱۵)
ایران	۲۰	۴,۲
عمان	۱۴	۵,۱

۱،۹	-	میانگین جهانی
-----	---	---------------

مهم همسایگی و نقش مهم‌شان در کنترل تنگه‌ی حیاتی و استراتژیک هرمز، می‌توانند با توجه بیشتر به توسعه‌ی زیر ساخت‌های گردشگری متناسب در افزایش تعداد گردشگران فی ما بین موثر باشند. اگرچه در حال حاضر نیز تعداد گردشگران ورودی به دو کشور قابل توجه است.

بدون شک روابط سیاسی کشورها در توسعه‌ی همکاری‌های گردشگری بی‌تاثیر نبوده و هر چقدر زمینه‌های امنیتی، رفاهی و آموزشی و همچنین اشتراکات تاریخی، فرهنگی و سرزمینی بین دو کشور تقویت شده باشد در گسترش این تبادلات توریستی موثر بوده است.

#### پیشنهادها:

۱- در جهت تقویت توسعه گردشگری بین کشورهای دارای روابط سیاسی مطلوب، نماینده‌ای ویژه از وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در کشور مقصد به منظور پیش‌برد اهداف و برنامه ریزی‌های مرتبط حضور داشته باشد.

۲- تعامل بیش از پیش نمایندگان وزارت گردشگری با وزارت امور خارجه به منظور بررسی اوضاع سیاسی دو کشور در چارچوب جلسات و برنامه‌هایی ثمربخش و مطلوب.

۲- لزوم تقویت مناسبات سیاسی با کشورهایی که با آنان اشتراکات تاریخی، فرهنگی، طبیعی و... داریم.

#### تشکر و قدردانی: قدردانی از راهنمایی‌های ارزشمند اساتید

محترم آقایان دکتر فرهاد حمزه و دکتر محمد اخباری اساتید محترم دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز و همچنین "سرکار خانم مریم پوردهقان کارشناس مسئول تحلیل توصیفی و اطلاعات رفاه اجتماعی" که در جمع آوری منابع و تهیه مقاله از کمک‌های فراوان ایشان استفاده کردم.

**تاییدیه‌های اخلاقی، تعارض منافع:** تمامی منابع استناد شده در این مقاله از مقالات و کتب معتبر به چاپ رسیده بوده که استفاده از آن‌ها برای عموم بلامانع بوده است.

**سهام نویسندگان و منابع مالی/حمایت‌ها:** این مقاله توسط نویسنده اصلی به نگارش در آمده است.

#### منابع:

۱. تاریوردی حسن و قایم پناه صمد ۱۳۹۶، عوامل موثر در گسترش روابط ایران و عمان در دهه اخیر (۱۳۸۴-۱۳۹۴) ( فصل‌نامه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۱۵۱-۱۷۷

#### تجزیه و تحلیل

بررسی‌ها نشان می‌دهد اگر چه مسئله‌ی گردشگری طی سال‌های بعد از پیروزی انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از اشتغال‌زاترین و پرسودترین صنعت جهانی در اولویت توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان ایران نبوده است اما در سایه‌ی روابط مطلوب و پایدار سیاسی با کشورها همواره مورد توجه طرفین قرار داشته که در صورت داشتن زمینه‌ها و توسعه‌ی زیر ساخت‌های رفاهی و امنیتی متناسب با کشور مقابل می‌تواند از افزایش نسبی و چند برابری نسبت به گذشته برخوردار گردد که البته این موضوع در مورد کشور عمان با سوابق و پیشینه‌ی مشترک تاریخی، فرهنگی و طبیعی و البته روابط سیاسی پایدار بسیار مشهود خواهد بود.

اقدام مجلس شورای اسلامی در دوره‌ی یازدهم و ارتقای سازمان میراث فرهنگی به وزارت‌خانه از نشانه‌های تقویت این حوزه و توجه بیشتر دولت به مقوله‌ی گردشگری است که باعث نظارت و توجه بیشتر در راستای رونق این صنعت جهانی و پراهمیت خواهد بود.

اما در این تعامل دو سویه کشور عمان نیز از گردشگری ایران بی‌بهره نبوده است و با ایجاد خطوط هوایی مناسب با ظرفیت مسافران و همچنین ایجاد مراکز گردشگری و آژانس‌های توریستی استفاده‌ی لازم را در راستای این همکاری‌های دو جانبه کسب نموده است.

#### نتیجه گیری

روابط مطلوب سیاسی بین کشورها به‌واسطه‌ی ایجاد امنیت که حاصل تعاملات سیاسی است در توسعه‌ی گردشگری فی مابین بسیار موثر است.

در این میان نمی‌توان نقش پررنگ تبلیغات و اطلاع رسانی در زمینه‌ی جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی کشور مقصد را نادیده گرفت.

فراهم ساختن زیر ساخت‌های رفاهی اعم از حمل و نقل، ویزای سریع، استراحت‌گاه‌های مناسب، تغذیه‌ی ارزان و... امکان جذب گردشگر را بیشتر خواهد کرد.

همچنین شناخت علاقمندی گردشگران طرفین به حوزه‌های مرتبط مانند گردشگری زیارتی، فرهنگی، علمی، طبیعی و تاریخی می‌تواند بسترهای مناسبی را ایجاد نماید و تمرکز فعالان گردشگری دو کشور را برای ایجاد زیر ساخت‌های مناسب افزایش دهد.

دو کشور ایران و عمان با داشتن روابط سیاسی مطلوب و دارا بودن اشتراکات تاریخی، مذهبی و فرهنگی و نیز گزینه

- Report ,2013
18. Webster dictionary 1973 p 1218
  19. [www.cbi.ir](http://www.cbi.ir)
  20. [www.amar.org.ir](http://www.amar.org.ir)
  21. [www.mcth.ir](http://www.mcth.ir)
  22. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
  23. <http://WWW.wttc.org/datagateway>
  24. <http://www.worldbank.org/en/country/iran>
۲. چمنکار، محمد جعفر ۱۳۸۶، روابط ایران و عمان در دوره پهلوی دوم، نشریه علوم انسانی و اجتماعی تبریز، شماره ۲۵، صص ۳۶ - ۶۸
  ۳. حیدری چپانه، رحیم و دیگران ۱۳۹۲، "تحلیلی بر سیاست گذاری گردشگری در ایران" - برنامه ریزی و توسعه گردشگری. سال دوم - شماره ۵ - صص ۱۱ تا ۳۲
  ۴. دهقانی فیروز آبادی، سید جلال و فیروزی، علیرضا ۱۳۹۱، "دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران در دوران اصولگرایی"، روابط خارجی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۷۱-۱۱۰، تابستان
  ۵. دهقانی فیروز آبادی، سید جلال ۱۳۸۸، "سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران"، تهران، سمت
  ۶. داس ویل، راجر ۱۳۹۳، "مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار"، مترجم اعرابی، سید محمد و ایزدی، داود، انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ پنجم
  ۷. کریمی دستنایی طاهره ۱۳۹۵، آثار اقتصادی سفر و گردشگری در ایران، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
  ۸. مجیدی محمد رضا ۱۳۸۹ "سیاست گردشگری خارجی در ایران": جستجوی الگوی مطلوب. فصل نامه سیاست، سال ۴۰، شماره ۴، صص ۲۵۷ تا ۲۷۲
  ۹. ویسی هادی، بررسی سیاست گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالا دستی جمهوری اسلامی ایران، فصل نامه پژوهشی مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، شماره ۲۵، دوره ۷، زمستان ۱۳۹۶، صفحات ۹۳ تا ۱۱۲.
  10. Edgell. DL, Allen. M.D.,Smith.G & Swanson.G.R 2008.Tourism policy and planning: Yesterday. Today and Tomorrow. Elsevier.
  11. Jones. E,2010 "Arab Politics and Tourism: Political Change and Tourism in the Great Socialist People's Lybia Arab Jamahirya". In: Tourism and Political Change.
  12. Longman dictionary 1991 p 3046.3047
  13. Oxford dictionary 1970 p 189
  14. Penny Wan.Y.K.2013, "A Comparison of the Governance of Tourism Planning in the Two Special Administrative Regions SARs of China- Hong Kong and Makao". Tourism management. vol 36. pp.164-177.
  15. Travel & Tourism Economic Impact 2016, IRAN
  16. The Travel & Tourism Competitiveness Report ,2015
  17. The Travel & Tourism Competitiveness