

برنامه ریزی و خط مشی گذاری نوعه گردشگری

تألیف

دکتر رضا نوایی

سرشناسه	: نوی، رضا
عنوان و نام پدیدآور	: برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری توسعه گردشگری / تألیف رضا نوی؛ ویراستار سپیده طهماسبی.
مشخصات نشر	: تهران: مهکامه، ۱۳۹۸
مشخصات ظاهری	: ۴۰۵ ص.
شابک	: 9786008731665
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: گردشگری -- ایران -- سیاست دولت
موضوع	: Tourism -- Iran -- Government policy
موضوع	: گردشگری -- ایران -- برنامه‌ریزی
موضوع	: Tourism -- Iran -- Planning
موضوع	: گردشگری پایدار -- ایران -- برنامه‌ریزی
موضوع	: Sustainable tourism -- Iran -- Planning
موضوع	: گردشگری -- ایران -- بازاریابی
موضوع	: Tourism -- Iran -- Marketing
موضوع	: گردشگری زیست محیطی -- ایران
موضوع	: Ecotourism -- Iran
رده بندی کنگره	: G ۱۵۵ الف ۱۳۹۸ ۹
رده بندی دی‌سی	: ۳۲۸ ۷۹۱ ۹۵۵
شماره کتابشناسی	: ۵۶ ۱۵

نام کتاب: برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری توسعه گردشگری
مؤلف: دکتر رضا نوی

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

لیتوگرافی: نقش

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۸

تیراژ: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۵۴۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۷۳۱-۶۶-۵

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، چاپ‌ساز، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی آناهیتا، تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳-

۶۶۴۶۰۹۳۲

www.mahkameh.com

پست الکترونیکی: en_mahkame@yahoo.com

نماینده‌گی‌های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتاب‌فروشی رشد، تلفن: ۳- ۲۲۱۷۰۰۰ (۰۶۱۳)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتاب‌فروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتاب‌فروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نیش خلیلی، کتاب‌فروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتاب‌فروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublis

۱۵	پیشگفتار
۱۷	فصل اول: تاریخچه و سیر تحولات گردشگری
۱۸	تعریف گردشگری
۱۹	نخستین گردشگران تاریخ
۱۹	عهد باستان
۲۱	جاده‌های ابریه، آغاز زیرساخت برای گردشگری تاریخی
۲۳	جاده ابریشم، پل میان شرق و غرب
۲۴	دنیای کلاسیک نقش برگذا، در توسعه گردشگری باستانی
۲۷	قرون وسطی
۲۸	رنسانس
۲۹	انقلاب صنعتی
۳۱	تاریخچه گردشگری در ایران
۳۵	فصل دوم: تعاریف و اصطلاحات گردشگری
۳۶	گردشگری
۳۹	تعاریف و اصطلاحات گردشگری
۴۲	شاخص سفر
۴۲	صنعت سفر
۴۲	مسیر
۴۳	شاخص عملکرد گردشگری
۴۳	مرکز اطلاع رسانی گردشگری
۴۳	دسته‌بندی‌های انواع گردشگری
۴۷	طبقه‌بندی انواع گردشگری
۴۷	فصل‌های شلوغ و خلوت گردشگری و تاثیرات آن بر هزینه‌های سفر

۴۹	طبقه‌بندی گردشگری بر اساس مکان (مقصد)
۴۹	گردشگری روستایی
۵۰	گردشگری قومی و عشایری
۵۱	گردشگری شهری
۵۱	انواع گردشگری شهری
۵۲	طبقه‌بندی گردشگری بر اساس وسیله سفر
۵۲	طبقه‌بندی گردشگری بر اساس انگیزه سفر
۶۲	شاخه‌های مختلف طبیعت‌گردی
۶۳	گردشگری سلامت
۶۳	تاریخچه گردشگری سلامت
۶۵	زیر شاخه‌های گردشگری سلامت
۶۶	گردشگری سلامت در جهان
۶۹	انواع اقامتگاه‌ها
۷۹	رویکردهای اصلی در صنعت گردشگری
۸۵	فصل سوم: انواع منابع گردشگری
۸۶	منابع طبیعی
۸۸	منابع فرهنگی
۸۹	وقایع و رویدادها
۹۰	منابع فعالیت‌های گردشگری
۹۱	منابع خدماتی
۹۳	بررسی و ممیزی منابع گردشگری
۹۷	فهرستی از منابع فعالیتی
۱۰۰	کیفیت منابع
۱۰۱	منحصر بودن منابع
۱۰۲	جذابیت منابع

۱۰۳	فصل چهارم: جاذبه‌های صنعت گردشگری
۱۰۴	تعریف جاذبه
۱۰۴	انواع جاذبه‌های گردشگری
۱۰۴	جاذبه‌های طبیعی
۱۰۵	جاذبه‌های تجاری
۱۰۵	جاذبه‌های تاریخی
۱۰۵	جاذبه‌های قومی و فرهنگی
۱۰۶	جاذبه‌های پزشکی
۱۰۷	رویدادهای خاص
۱۰۷	پارک‌ها
۱۰۸	مذهبی
۱۰۹	سایر جاذبه‌های گردشگری
۱۰۹	ورزش‌های زمستانی
۱۱۰	چشمه‌های آب گرم معدنی و حمامات و تفرجگاه‌های ساحلی
۱۱۳	فصل پنجم: سیاست‌گذاری توسعه گردشگری و اهداف سازمان‌ها
۱۱۴	خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری
۱۱۵	مراحل ارزیابی و خط‌مشی‌گذاری گردشگری
۱۱۷	سازمان‌ها و انجمن‌های گردشگری
۱۱۸	معرفی سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری
۱۱۸	سازمان بین‌المللی هواپیمائی کشوری (ایکائو)
۱۱۸	شورای جهانی سفر و گردشگری
۱۱۹	انجمن بین‌المللی حمل‌ونقل هوائی (یاتا)
۱۱۹	اتحادیه بین‌المللی هتل‌ها و رستوران‌ها
۱۲۰	فدراسیون بین‌المللی اتحادیه آژانس‌های مسافرتی
۱۲۰	اتحادیه جهانی آموزش حرفه‌ای جهانگردی
۱۲۰	شورای بین‌المللی موزه‌ها (ایکوم)
۱۲۲	سازمان جهانی گردشگری

۱۲۳	تاریخچه سازمان جهانی گردشگری
۱۲۴	سابقه حضور ایران در سازمان جهانی گردشگری
۱۲۴	خط مشی سازمان جهانی گردشگری
۱۲۵	وظایف سازمان جهانی گردشگری
۱۲۵	کشورهای عضو در سازمان جهانی گردشگری
۱۲۵	مهم‌ترین برنامه‌های سازمان جهانی گردشگری
۱۲۶	برنامه‌های عمومی سازمان جهانی گردشگری
۱۲۶	ساختار تشکیلاتی سازمان جهانی گردشگری
۱۲۷	انواع عضویت در سازمان جهانی گردشگری
۱۲۷	اقدامات سازمان جهانی گردشگری
۱۲۸	سازمان‌های توسعه گردشگری
۱۲۸	سازمان سفر بین‌المللی ایران
۱۲۹	فصل ششم: برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری
۱۳۰	گردشگری پایدار و اصول آن
۱۳۳	گردشگری پایدار به‌عنوان یک ابزار برای توسعه پایدار
۱۳۶	توسعه پایدار و گردشگری پایدار
۱۳۷	دلایل اثبات نقش گردشگری پایدار در توسعه کشورها
۱۴۴	دیپلماسی گردشگری
۱۴۵	مدیریت گردشگری
۱۴۶	روش کار مدیریت گردشگری
۱۴۷	مدیریت گردشگری، مدیریت پایدار منابع مقصد
۱۴۷	رویکردهای تکامل گردشگری پس از جنگ جهانی دوم
۱۴۸	تعیین ابعاد پایداری
۱۴۹	تعیین ارزش‌های توسعه پایدار
۱۴۹	اصول بنیادی گردشگری پایدار
۱۵۰	شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری
۱۵۳	مفهوم شاخص‌های پایداری گردشگری

۱۵۵	شاخص‌های گردشگری پایدار و WTO
۱۵۶	ظرفیت تحمل
۱۵۸	شاخص‌هایی برای توسعه گردشگری پایدار
۱۵۹	اهمیت اندازه‌گیری پایداری در اصول بلاجیو
۱۶۰	اصول بلاجیو برای توسعه پایداری
۱۶۰	نمونه‌های موفق در توسعه پایدار گردشگری
۱۶۱	معرفی سازمان بین‌المللی گردشگری پایدار
۱۶۲	مأموریت
۱۶۲	اهداف توسعه پایدار سازمان ملل
۱۶۳	کمپین ۱۰ بیون زندگی بهتر
۱۶۳	فعالیت در راه‌نای تأمین معیشت و بهبود زندگی مردم جهان
۱۶۴	حفاظت از مراتع و جنگل‌ها
۱۶۴	حفاظت از اقیانوس‌ها و دریاها
۱۶۵	مدیریت زباله و مصرف آب
۱۶۵	احترام به مردم و فرهنگ‌ها
۱۶۶	جلوگیری از تغییرات اقلیمی
۱۶۶	چگونگی موفقیت سازمان بین‌المللی گردشگری پایدار در اهداف خود
۱۶۷	مسئولیت مشترک
۱۶۸	برخی مفروضات توسعه‌ی پایدار گردشگری
۱۷۰	گزارش سازمان جهانی گردشگری از آخرین وضعیت جهانی توریسم
۱۷۱	کشورهای با بیشترین تعداد گردشگر ورودی در سال ۲۰۱۷
۱۷۱	سریع‌ترین رشد مقصدهای گردشگران در سال ۲۰۱۷
۱۷۱	ولخرج‌ترین گردشگران جهان
۱۷۲	جایگاه ایران در گزارش ۲۰۱۸
۱۷۳	چشم انداز آینده
۱۷۵	فصل هفتم: اثرات زیست‌محیطی صنعت گردشگری
۱۷۶	اثرات زیست‌محیطی گردشگری
۱۷۶	اثرات مثبت گردشگری بر محیط‌زیست

۱۷۸	حفاظت از نواحی طبیعی حائز اهمیت
۱۷۹	حفاظت از سایت‌های تاریخی و باستانی
۱۷۹	بهبود کیفیت زیست‌محیطی
۱۷۹	ارتقای محیط‌زیست
۱۸۰	بهبود زیرساخت‌ها
۱۸۰	افزایش آگاهی‌های محیطی
۱۸۱	بررسی آثار و پیامدهای منفی گردشگری بر روی محیط‌زیست
۱۹۱	تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم رفت‌وآمد وسایط نقلیه خارج از جاده بر روی اکوسیستم
۱۹۳	راهکارهای کاهش اثرات زیست‌محیطی
۱۹۵	فصل هشتم: اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۱۹۶	اثرات فرهنگی گردشگری
۱۹۹	اثر تظاهری
۲۰۰	بحث اثرات
۲۰۱	اثرات مثبت فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۲۰۵	اثرات منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری
۲۱۷	کج رفتاری
۲۱۷	اثر نمایشی
۲۱۸	فرهنگ پذیری
۲۱۹	کالایی شدن فرهنگ
۲۲۱	تأثیرات گردشگری بر افراد
۲۲۵	فصل نهم: اثرات اقتصادی و سیاسی گردشگری
۲۲۶	تأثیرات اقتصادی گردشگری
۲۲۷	اثر اقتصادی گردشگری از منظر بین‌المللی
۲۲۸	رویکردهای کلان اقتصادی در صنعت توریسم
۲۳۰	گردشگری و سرمایه‌گذاری
۲۳۱	گردشگری و اشتغال

۲۳۶	اثرات صنعت گردشگری در اقتصاد محلی
۲۴۰	اثر تکاثری در اقتصاد گردشگری
۲۴۱	ضریب تکاثری اشتغال
۲۴۲	ضریب تکاثر درآمدی
۲۴۳	کشش درآمدی تقاضا
۲۴۳	کشش متقابل تقاضا
۲۴۳	سیاستگذاری اقتصادی
۲۴۴	رقابت و تمرکز
۲۴۵	فشار تورم
۲۴۵	افزایش درآمد مالیاتی
۲۴۶	حساب اقماری گردشگری
۲۴۸	تأثیرات اقتصادی گردشگری داخلی و بین‌المللی بر جوامع
۲۵۱	تأثیرات سیاسی گردشگری
۲۵۱	بحران‌های سیاسی- اجتماعی و اثرات آن بر درآمد حاصل از گردشگری
۲۵۲	تأثیر بحران تروریسم بر گردشگری
۲۵۵	تروریسم و ناامنی در مقابل تروریسم
۲۵۹	فصل دهم: اکوتوریسم
۲۶۰	اکوتوریسم
۲۶۰	تاریخچه اکوتوریسم
۲۶۱	تعریف اکوتوریسم از منظر انجمن جهانی اکوتوریسم در سال ۱۹۹۱
۲۶۱	انواع اکوتوریسم
۲۶۲	اکوتوریسم عاملی بر تغییر رفتار و نگرش
۲۶۳	مناطق چهارگانه حفاظت محیط‌زیست
۲۶۴	اثرات مثبت اکوتوریسم
۲۶۴	تأثیرات مثبت اقتصادی
۲۶۵	تأثیرات مثبت زیست‌محیطی
۲۶۵	تأثیرات مثبت اجتماعی - فرهنگی

۲۶۶	اثرات منفی اکوتوریسم
۲۶۶	تأثیرات منفی اقتصادی
۲۶۶	تأثیرات منفی زیست‌محیطی
۲۶۷	تأثیرات منفی اجتماعی - فرهنگی
۲۶۸	اصول اکوتوریسم
۲۶۸	رشد اکوتوریسم
۲۶۹	جایگاه اکوتوریسم در بازار توریسم
۲۷۰	منشور جهانی اخلاقیات گردشگری
۲۷۴	گردشگری مبتنی بر طبیعت و اکوتوریسم در عصر پسامدرن
۲۷۵	گردشگری مبتنی بر طبیعت
۲۸۰	اکوتوریسم در ایران
۲۸۲	فصل یازدهم: بازاریابی و تبلیغات
۲۸۲	در صنعت گردشگری
۲۸۳	بازاریابی و تبلیغات
۲۸۵	موفقیت در رقابت
۲۸۵	محیط بازاریابی گردشگری
۲۸۶	آمیخته بازاریابی گردشگری
۲۸۹	نقش تبلیغات در توسعه صنعت گردشگری
۲۹۲	هفت S بازاریابی گردشگری
۲۹۵	استراتژی‌های بودجه‌بندی تبلیغات
۲۹۶	برنامه جامع بازاریابی بین‌المللی
۲۹۷	روش‌های تعیین بودجه در تبلیغات
۲۹۸	مزیت رقابتی تبلیغات
۲۹۹	مفهوم بازاریابی
۳۰۱	محصولات گردشگری
۳۰۲	قیمت‌گذاری گردشگری
۳۰۳	ترویج محصولات گردشگری

۳۰۳	توزیع مکان گردشگری
۳۰۴	برندسازی محصول
۳۰۵	اهمیت برندسازی گردشگری
۳۰۶	برندسازی مقاصد گردشگری
۳۰۹	تبلیغات
۳۰۹	پست مستقیم
۳۱۰	اینترنت
۳۱۰	پست الکترونیک
۳۱۱	تبلیغات چاپی
۳۱۱	رادیو تلویزیون
۳۱۲	تبلیغات محلی
۳۱۲	بازاریابی اینترنتی
۳۱۴	بلاگ
۳۱۴	رسانه اجتماعی
۳۱۵	ویکی
۳۱۵	پادکست
۳۱۶	انتشارات
۳۱۷	استراتژی‌های مجازی برای بازاریابی گردشگری
۳۲۰	فصل دوازدهم: گردشگری الکترونیک
۳۲۱	گردشگری الکترونیک
۳۲۲	تعریف گردشگری الکترونیکی
۳۲۶	اینترنت
۳۲۸	تجارت الکترونیک
۳۲۹	روند فناوری اطلاعات در گردشگری
۳۳۲	محدودیت‌ها
۳۳۲	گردشگری پسامدرن با اینترنت
۳۳۴	اینترنت اشیا، گردشگری و فرصت‌های پیش رو
۳۳۵	چرخه مدیریت رضایت مشتری در گردشگری الکترونیک

فصل سیزدهم: پیشینه تاریخی گردشگری در ایران	۳۳۶
آمار و ارقام گردشگری در ایران	۳۳۶
جایگاه ایران در شاخص رقابت‌پذیری گردشگری	۳۴۲
عامل مؤثر بر آینده گردشگری ایران	۳۴۴
موانع رشد و توسعه صنعت گردشگری در ایران	۳۴۷
مشکلات گردشگری در ایران	۳۵۵
چگونگی توسعه گردشگری در ایران	۳۶۲
راهکارهای توسعه گردشگری در ایران	۳۶۶
ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری	۳۶۸
راهکارها- پیشنهاد در بهبود گردشگری داخلی	۳۷۲
آسیب‌های گردشگری در ایران	۳۷۶
گردشگری مذهبی در ایران	۳۷۹
گردشگری سلامت در ایران	۳۸۱
پتانسیل‌های گردشگری سلامت در ایران	۳۸۴
گردشگری ورزشی در ایران	۳۸۵
نمونه سؤالات تست گردشگری	۳۸۸۸
پاسخنامه سؤالات تست گردشگری	۳۸۸۹۸
منابع و مأخذ	۳۹۹

پیشگفتار

امروزه صنعت گردشگری، یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع محسوب می‌شود؛ به‌طوری‌که در بسیاری از کشورهای جهان، این صنعت، منبع اصلی درآمد ارزی، اشتغال‌زایی، ایجاد عدالت اجتماعی، رشد فرهنگی، افزایش سطح رفاه و نیز میدانی برای رشد بخش خصوصی و وسیله‌ای برای توسعه ساختار زیربنایی است. گردشگری یکی از مهم‌ترین صنایع جهان است که به سرعت در حال رشد و توسعه بوده و می‌توان آن را پدیده قرن بیستم دانست که در قرن ۲۱ از صنایع پیشرو دنیا خواهد بود. با توجه به تأثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی، این صنعت می‌تواند به‌عنوان موتور محرکه اقتصاد باشد و در مقابل، رشد اقتصادی نیز می‌تواند بر توسعه گردشگری مؤثر باشد.

در دنیای امروز، ارتقاء گردشگری، خود مستلزم ایجاد شرایط ویژه ساختاری، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است. تنها پیشینه‌ی کهن، میراث تاریخی و فرهنگی، اماکن مذهبی و سرگرمی و نظایر این‌ها برای موفقیت هر منطقه در توسعه گردشگری کافی نیست، بلکه نیازمند وجود زیرساخت‌های مناسب، امنیت عاقلانه و مدبرانه در عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... می‌باشد.

موضوع‌بندی رشته‌های گردشگری، رابطه‌ی نزدیکی با این سرمایه‌گذاران جامعه‌ی میزبان و دانشگاه‌ها پدید می‌آورد که می‌تواند به توسعه‌ی گردشگری به‌عنوان یک رشته و حرفه در جامعه منجر شود و رابطه‌ی مطلوبی بین کارفرماها و موسسات آموزش عالی پدید آورد. خروجی برنامه‌های آموزشی باعث ایجاد رقابت برای موقعیت‌های شغلی خواهد شد.

سابقه‌ی آموزش گردشگری در ایران به سال ۱۳۱۴ و تأسیس اداره جیب دیاجان باز می‌گردد و نیز می‌توان به تأسیس مدرسه عالی مهمانداری و هتلداری به ترتیب در سال‌های ۱۳۴۲ و ۱۳۴۵ اشاره کرد. با توسعه روزافزون صنعت گردشگری در کشورها، رشته مدیریت جهانگردی در دانشگاه‌های کشورمان نیز از سال ۱۳۷۴ در مقطع کارشناسی و سال ۱۳۸۳ در مقطع کارشناسی ارشد تأسیس شد.

آنچه سبب رشد و توسعه‌ی پایدار صنعت گردشگری در هر کشور می‌گردد، تربیت دانشجویان و دانش‌آموختگانی است که با کسب تخصص‌های لازم از این صنعت، بتوانند برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های گردشگری را به بهترین نحو در سازمان‌های ذی‌ربط ایفا کنند. لذا در این راستا در سال‌های اخیر، تعداد محدودی از دانشگاه‌های کشورمان در مقطع دکتری رشته گردشگری نیز شروع به پذیرش دانشجو نموده‌اند و به لطف پروردگار در آینده‌ای نزدیک شاهد رشد هرچه بیشتر پژوهشگران، مدرسان و مدیران در حوزه توسعه صنعت گردشگری خواهیم بود.

در کتاب حاضر، مباحث مربوط به مفاهیم اساسی و سیر تحولات گردشگری، منابع و جاذبه‌ها، صنعت گردشگری، خط‌مشی‌گذاری و اهداف سازمان‌ها و برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری، اثرات زیست‌محیطی، فرهنگی- اجتماعی و سیاسی- اقتصادی گردشگری، اکوتوریسم (طبیعت‌گردی)، بازاریابی و تبلیغات در گردشگری و سیاست‌گذاری گردشگری در ایران، مورد نقد و بررسی قرار گرفته شده است، که منبع درسی برای دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد رشته گردشگری در گرایش‌های برنامه‌ریزی توسعه، بازاریابی و رشته اکوتوریسم بوده و نیز منبع مهمی در کنار دکتری گردشگری می‌باشد.

در طبقه‌بندی مطالب این کتاب، که شش بخش برای این رده که عناوین و سرفصل‌های کلیدی و اساسی رشته گردشگری به رشته تحریر درآید، بدین‌وسیله گامی کوچک در حوزه برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشورمان برداشته شده است، لذا پذیرای نظرات و پیشنهادات اساتید و پژوهشگران محترم جهت ارتقای کیفی این مجموعه در شهرهای آینده خواهیم بود.

رضا نوایی

مدرس و پژوهشگر