

# سیاست‌گذاری گردشگری در کشورهای اسلامی

مؤلفان:

دکتر سید یحیی صفوی

(رئیس هیأت علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع))

دکتر حمزه صفوی

(عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۵

|                     |                                                                                |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| سرناسه              | : صفوی، سید بحی، ۱۳۳۱.                                                         |
| عنوان و نام پدیدآور | : سیاست‌گذاری گردشگری در کشورهای اسلامی / مولفان سید بحی صفوی - سید حمزه صفوی. |
| مشخصات نشر          | : تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۵.                                  |
| مشخصات ظاهری        | : ۴۱۲ ص:، جدول، نمودار.                                                        |
| شابک                | : ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۹۳۵-۶                                                            |
| وضعیت فهرست نویسی   | : نیا                                                                          |
| یادداشت             | : کتابنامه                                                                     |
| موضوع               | : گردشگری- کشورهای اسلامی Tourism- Islamic countries                           |
| موضوع               | : گردشگری- برنامه‌ریزی Tourism- Planning                                       |
| شناسه افزوده        | : صفوی - سید حمزه، ۱۳۶۰                                                        |
| شناسه افزوده        | : سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی                                                |
| رده‌بندی کنگره      | : ۱۳۹۵ ص ۷ / ۱۵۵ G                                                             |
| رده‌بندی دیویی      | : ۳۳۸ / ۴۷۹۱۰۹۷۶۷۱                                                             |
| شماره کتابشناسی ملی | : ۴۳۱۰۲۵۶                                                                      |

## سیاست‌گذاری گردشگری در کشورهای اسلامی

مولفان: سید بحی صفوی (عضو هیات علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع))

ویراستار: سید حمزه صفوی (عضو هیات علمی دانشگاه تهران)

محقق: سیما رفسنجانی نژاد - احمد علی ستاروند

ویراستار علمی: دکتر میترا راه نجات

ویراستار ادبی: زهرا علیپور

طرح جلد: خورشید فروتن

مستند آرایه: نیک سایگان

صاحب اثر: مؤسسه آینده پژوهی جهان اسلام ([www.iifws.com](http://www.iifws.com))

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی - مؤسسه آینده پژوهی جهان اسلام

چاپ: اول - ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲۴۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۹۳۵-۶

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه نماید مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



مؤسسه آینده پژوهی جهان اسلام



سازمان انتشارات

نشانی سازمان انتشارات: تهران - خیابان انقلاب اسلامی - خیابان قزوین - خیابان شهدای ژاندارمری - پلاک ۷۲، تلفن: ۶۶۹۵۲۹۲۸

مرکز پخش:

خیابان انقلاب - بین فلسطين و چهارراه ولیعصر - جنب مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران - تلفن: ۶۶۲۸۷۶۲۵

پایگاه اطلاع‌رسانی: [www.isba.ir](http://www.isba.ir) پست الکترونیکی: [info@isba.ir](mailto:info@isba.ir) فروشگاه اینترنتی: [www.Jdbook.ir](http://www.Jdbook.ir)

ایمیل مؤلف: [safavi@ut.ac.ir](mailto:safavi@ut.ac.ir)

## فهرست

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| ۱۱ | مقدمه.....                                                  |
| ۱۵ | بخش اول: تعریف مفهوم گردشگری.....                           |
| ۱۷ | فصل اول: مفاهیم و باختر.....                                |
| ۱۷ | ۱- تعریف مفهوم گردشگری.....                                 |
| ۱۹ | ۲- انواع گردشگری.....                                       |
| ۲۸ | ۳- گردشگری در هزاره سوم.....                                |
| ۳۰ | ۴- جمع‌بندی.....                                            |
| ۳۳ | فصل دوم: جایگاه گردشگری در برنامه ریزی و سیاست‌های ملی..... |
| ۳۳ | مقدمه.....                                                  |
| ۳۴ | ۱- تعاریف و مشخصه‌های سیاست‌گذاری گردشگری.....              |
| ۳۶ | ۲- نقش دولت در سیاست‌گذاری گردشگری.....                     |
| ۳۹ | ۳- رویکردهای مختلف دولت در زمینه سیاست‌گذاری گردشگری.....   |
| ۴۰ | ۴- وظایف دولت‌ها در زمینه سیاست‌گذاری گردشگری.....          |
| ۴۱ | ۵- موضوعات مورد بحث در سیاست‌گذاری گردشگری.....             |
| ۴۲ | ۶- طبقه‌بندی ابزارهای سیاست‌گذاری گردشگری.....              |
| ۴۳ | ۷- سطوح برنامه‌ریزی گردشگری.....                            |
| ۵۰ | ۸- جمع‌بندی.....                                            |
| ۵۳ | فصل سوم: گردشگری؛ آمیزه‌ای از اقتصاد، سیاست و فرهنگ.....    |
| ۵۳ | ۱- گردشگری و اقتصاد.....                                    |
| ۵۶ | ۲- گردشگری و فرهنگ.....                                     |
| ۵۷ | ۱-۲ اثرات مثبت فرهنگی و اجتماعی گردشگری.....                |
| ۵۸ | ۲-۲ اثرات منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری.....                |
| ۶۰ | ۳- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی کشورها در ایجاد صلح.....   |
| ۶۱ | ۴- جمع‌بندی.....                                            |

## بخش دوم: گردشگری مذهبی..... ۶۳

فصل اول: گردشگری در آینه مذهب..... ۶۵

۱- گردشگری و مذهب..... ۶۵

۲- تاریخچه گردشگری مذهبی و زیارت در جهان..... ۶۷

۳- گردشگری از منظر آیات و روایات..... ۶۸

۴- ویژگی‌های گردشگری مذهبی..... ۷۴

۵- اقسام گردشگری مذهبی..... ۷۵

۵-۱ گردشگری میراث دینی (زیارتی)..... ۷۵

۵-۲ گردشگری حلال..... ۷۶

۵-۳ گردشگری مسیحی..... ۸۳

۵-۴ گردشگری تانخ (جنگ)..... ۸۳

۵-۵ گردشگری معنایی..... ۸۴

۵-۶ گردشگری درمانی..... ۸۵

۵-۷ گردشگری اسلامی..... ۸۶

۵-۷-۱ احکام و حدود گردشگری اسلامی..... ۸۹

۵-۷-۲ مؤلفه‌های میراث تمدن اسلامی..... ۹۳

فصل دوم: وضعیت گردشگری در کشورهای اسلامی..... ۱۰۱

۱- طبقه‌بندی کشورهای اسلامی..... ۱۰۱

۲- موقعیت جغرافیایی کشورهای اسلامی..... ۱۰۲

۳- میراث جهانی ثبت‌شده در کشورهای اسلامی..... ۱۰۳

۴- اقدامات انجام شده به منظور توسعه گردشگری اسلامی..... ۱۰۵

۵- درآمد گردشگری کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی..... ۱۰۶

۶- شاخص‌های ارزیابی صنعت گردشگری..... ۱۰۸

۶-۱ شاخص تحلیل تأثیرات اقتصادی سفر و گردشگری..... ۱۰۸

۶-۲ شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری..... ۱۰۹

۶-۲-۱ مقایسه شاخص رقابت‌پذیری گردشگری در برخی از کشورهای اسلامی..... ۱۱۲

۷- جمع‌بندی..... ۱۱۳

## بخش سوم: الگوهای موفق گردشگری در کشورهای اسلامی..... ۱۱۵

فصل اول: گردشگری در مالزی..... ۱۱۷

۱- انواع گردشگری در مالزی..... ۱۱۸

۲- انواع گردشگری مذهبی در مالزی..... ۱۲۳

۳- شاخص‌های گردشگری اسلامی در مالزی..... ۱۳۰

۴- احکام و حدود گردشگری اسلامی در مالزی..... ۱۴۰

|     |                                                         |
|-----|---------------------------------------------------------|
| ۱۴۱ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد مالزی                        |
| ۱۴۳ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری           |
| ۱۴۴ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی مالزی                  |
| ۱۴۵ | ۸- رویکرد دولت مالزی در زمینه گردشگری                   |
| ۱۴۶ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در مالزی              |
| ۱۴۶ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در مالزی             |
| ۱۴۸ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری مالزی بر روی نقشه               |
| ۱۴۸ | ۱۲- جمع‌بندی                                            |
| ۱۵۵ | فصل دوم: گردشگری در امارات متحده عربی                   |
| ۱۵۶ | ۱- انواع گردشگری در امارات                              |
| ۱۶۱ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در امارات                        |
| ۱۶۴ | ۳- انواع گردشگری اسلامی در امارات                       |
| ۱۷۲ | ۴- وضعیت احکام، حدود گردشگری اسلامی در امارات           |
| ۱۷۲ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد امارات                       |
| ۱۷۸ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری           |
| ۱۷۸ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی امارات                 |
| ۱۷۹ | ۸- رویکرد دولت امارات در زمینه گردشگری                  |
| ۱۷۹ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در امارات             |
| ۱۸۰ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در امارات متحده عربی |
| ۱۸۲ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری بر روی نقشه                     |
| ۱۸۲ | ۱۲- جمع‌بندی                                            |
| ۱۸۷ | فصل سوم: گردشگری در ترکیه                               |
| ۱۸۸ | ۱- انواع گردشگری ترکیه                                  |
| ۱۹۵ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در ترکیه                         |
| ۲۰۰ | ۳- گردشگری اسلامی ترکیه                                 |
| ۲۰۷ | ۴- احکام و حدود گردشگری اسلامی در ترکیه                 |
| ۲۰۷ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد ترکیه                        |
| ۲۰۹ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری در ترکیه  |
| ۲۱۰ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی ترکیه                  |
| ۲۱۰ | ۸- رویکرد دولت ترکیه در زمینه گردشگری                   |
| ۲۱۱ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در ترکیه              |
| ۲۱۲ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در ترکیه             |
| ۲۱۳ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری ترکیه روی نقشه                  |
| ۲۱۴ | ۱۲- جمع‌بندی                                            |

|     |                                                              |
|-----|--------------------------------------------------------------|
| ۲۱۹ | فصل چهارم: گردشگری در اندونزی                                |
| ۲۲۰ | ۱- انواع گردشگری در اندونزی                                  |
| ۲۲۵ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در اندونزی                            |
| ۲۳۰ | ۳- انواع گردشگری دینی در اندونزی                             |
| ۲۳۷ | ۴- تأثیر گردشگری بر اقتصاد کشور                              |
| ۲۳۹ | ۵- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری                |
| ۲۴۰ | ۶- رویکرد دولت اندونزی در زمینه گردشگری                      |
| ۲۴۰ | ۷- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در اندونزی                 |
| ۲۴۰ | ۸- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در اندونزی                 |
| ۲۴۲ | ۹- معرفی مناطق گردشگری روی نقشه                              |
| ۲۴۲ | ۱۰- جمع‌بندی                                                 |
| ۲۴۵ | فصل پنجم: گردشگری در عربستان سعودی                           |
| ۲۴۶ | ۱- انواع گردشگری در عربستان                                  |
| ۲۵۰ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در عربستان                            |
| ۲۵۶ | ۳- انواع گردشگری اسلامی در عربستان                           |
| ۲۶۴ | ۴- وضعیت احکام و حدود گردشگری اسلامی در عربستان              |
| ۲۶۵ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد عربستان                           |
| ۲۶۸ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری در عربستان     |
| ۲۶۸ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی عربستان                     |
| ۲۶۹ | ۸- رویکرد دولت عربستان در زمینه گردشگری                      |
| ۲۷۰ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در عربستان                 |
| ۲۷۱ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری عربستان                   |
| ۲۷۲ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری عربستان روی نقشه                     |
| ۲۷۳ | ۱۲- جمع‌بندی                                                 |
| ۲۷۷ | فصل ششم: گردشگری در مراکش                                    |
| ۲۷۸ | ۱- انواع گردشگری مراکش                                       |
| ۲۸۴ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در مراکش                              |
| ۲۸۹ | ۳- انواع گردشگری اسلامی در مراکش                             |
| ۲۹۶ | ۴- وضعیت احکام و حدود گردشگری اسلامی                         |
| ۲۹۷ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد مراکش                             |
| ۲۹۹ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری بر جامعه مراکش |
| ۳۰۰ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی مراکش                       |
| ۳۰۰ | ۸- رویکرد دولت مراکش در زمینه گردشگری                        |
| ۳۰۱ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در مراکش                   |

|     |                                                              |
|-----|--------------------------------------------------------------|
| ۳۰۲ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مراکش                     |
| ۳۰۳ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری بر روی نقشه                          |
| ۳۰۳ | ۱۲- جمع‌بندی                                                 |
| ۳۰۹ | فصل هفتم: گردشگری در اردن                                    |
| ۳۱۰ | ۱- انواع گردشگری در اردن                                     |
| ۳۱۳ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در اردن                               |
| ۳۲۰ | ۳- انواع گردشگری اسلامی در اردن                              |
| ۳۲۸ | ۴- وضعیت احکام و حدود گردشگری اسلامی در اردن                 |
| ۳۲۹ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد اردن                              |
| ۳۳۳ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری                |
| ۳۳۴ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی کشور مورد نظر               |
| ۳۳۴ | ۸- رویکرد دولت اردن به زمینه گردشگری                         |
| ۳۳۵ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در اردن                    |
| ۳۳۶ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در اردن                   |
| ۳۳۷ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری بر روی نقشه                          |
| ۳۳۷ | ۱۲- جمع‌بندی                                                 |
| ۳۴۱ | فصل هشتم: گردشگری در کشور مصر                                |
| ۳۴۲ | ۱- انواع گردشگری در مصر                                      |
| ۳۴۶ | ۲- انواع گردشگری مذهبی در مصر                                |
| ۳۵۱ | ۳- انواع گردشگری اسلامی در مصر                               |
| ۳۵۹ | ۴- احکام و حدود گردشگری اسلامی در مصر                        |
| ۳۵۹ | ۵- تأثیر گردشگری بر اقتصاد مصر                               |
| ۳۶۵ | ۶- اثرات مثبت و منفی فرهنگی و اجتماعی گردشگری                |
| ۳۶۵ | ۷- رابطه میان گردشگری و وجهه ملی مصر                         |
| ۳۶۶ | ۸- رویکرد دولت مصر در زمینه گردشگری                          |
| ۳۶۶ | ۹- معرفی نهادهای مرتبط با گردشگری در کشور مصر                |
| ۳۶۷ | ۱۰- شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری مصر                       |
| ۳۶۹ | ۱۱- معرفی مناطق گردشگری بر روی نقشه                          |
| ۳۶۹ | ۱۲- جمع‌بندی                                                 |
| ۳۷۷ | بخش چهارم: عوامل تأثیرگذار بر رشد گردشگری در کشورهای اسلامی  |
| ۳۸۰ | ۱- ملزومات و زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری در کشورهای اسلامی |
| ۴۰۲ | ۲- چشم‌انداز ۲۰۳۰ گردشگری                                    |
| ۴۰۴ | ۳- نقش گردشگری اسلامی در شکل‌گیری همگرایی بین کشورهای مسلمان |

## مقدمه

گردشگری پدیده‌ای است که از دیر زمان در جوامع انسانی وجود داشته است و به تدریج در طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی و اجتماعی - اکولوژیکی کنونی خود رسیده است. دنیایی که ما امروز در آن زندگی می‌کنیم بیشتر از گذشته نیاز به همدلی و ارتباطات انسانی دارد؛ چرا که در بسیاری ابعاد، ارتباطات الکترونیکی جایگزین ارتباطات انسانی شده و گردشگری، فرصت مناسبی است که این خلأ ارتباطی را پر کند. با رواج گردشگری، افکار و عقاید به راحتی در دورترین نقاط دنیا انتشار می‌یابد و بر اندیشه‌های مقابل تأثیر گذارده و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرند. همچنین مرزهای جغرافیایی کارکرد سابق خود را از دست داده و از این رو روابط برای شکل‌گیری فرهنگ جهانی مهیا شده است.

گردشگری کم‌هزینه‌ترین ابزاری است که می‌تواند میان میان یک منطقه و پیروان یک دین با سخت‌ترین فرهنگی فراوان، در عین حفاظت از منافع ملی هر کشور، و مدت به وجود آورد و قادر است فرصت‌هایی برای برقراری مبادلات فرهنگی میان گردشگران و مردم محل فراهم سازد تا بدین ترتیب دو طرف با فرهنگ یکدیگر بیشتر آشنا شوند و به تدریج به فرهنگ هم استرام دارند. مبادلات فرهنگی حاصل از گردشگری موجب وسیع‌تر شدن افق اندیشه طرفین، کاهش پیش‌داوری‌ها و نزدیک‌تر شدن انسان‌ها به یکدیگر می‌شود. همچنین گردشگری به درک بیشتر فرهنگ‌های متنوع جهان و توسعه فرهنگی کمک می‌کند. بر اساس این دیدگاه، توسعه گردشگری راهی به سوی تبادل و تعامل فرهنگی و ارتباط بین اقوام و ملل گوناگون که امکان توسعه فرهنگی و شکوفایی اقتصادی و اجتماعی را فراهم می‌سازد (رحیمی مقدم، ۱۳۹۲: ۴۲).

گردشگری ضرورتاً در صلح مشارکت نمی‌کند، ولی دارای پتانسیل زیادی برای انجام این امر از راه‌های مختلف است. گردشگری دری است به سوی جهان، ابزاری برای دیپلماسی عمومی و توسعه بین‌الملل و پاسخ قدرتمندی برای چالش‌های جهانی و تروریسم است. گردشگری پیام‌آور دوستی و



تفاهم بین مردمان جوامع مختلف است و موجب پیوند آنان با یکدیگر می‌شود. بر اساس نظر ربو گردشگری توانایی ظاهرشدن به‌مثابه ابزاری برای صلح جهانی را دارد (ضرغام بروجنی، ۱۳۹۱: ۳۷-۳۲). گردشگری تأثیر فراوانی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور دارد. گردشگری را به لحاظ اهمیت اقتصادی، به‌عنوان صنعت بدون دود می‌نامند. لویس ترنر گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبه‌روست و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (کاظمی، ۱۳۸۵: ۷-۳). این صنعت به‌ویژه برای کشورهایی که اقتصاد تک‌محصولی دارند مثلاً وابسته به فروش نفت هستند بسیار کارساز است. گردشگری بین‌المللی بیشترین عایدی را ایجاد می‌کند و نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد برای دولت و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر دنیا داشته است. امروزه صنعت گردشگری به اندازه‌ی در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند.

کشورهای اسلامی به دلیل برخورداری از موقعیت‌های متنوع جغرافیایی، آثار تمدنی و باستانی چند هزار ساله، پراکندگی و توزیع جمعیتی در اقصای نقاط جهان و قاره‌ها و تنوع و گستردگی شرایط اقلیمی و همچنین غنای فرهنگی از جایگاه و صریحت بالایی در حمایت از گردشگری داخلی و بین‌المللی برخوردارند. در این بین تعدادی از کشورهای اسلامی با اعمال برخی محدودیت‌ها، سوء مدیریت‌ها، سیاست‌گذاری‌های غلط و تحجر فرهنگی عملکرد موفق در برخورد توجیهی را به لحاظ توسعه صنعت گردشگری و سرمایه‌گذاری در این حوزه نداشته‌اند. در مقابل کشورهای چونی ترکیه، مالزی و حتی کشورهای کوچکی مانند امارات و اردن سهمی مناسب، درخور روبرو شدن از صنعت گردشگری را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین سؤال اصلی که در این کتاب مطرح است این است که کشورهای اسلامی که در صنعت گردشگری موفق بوده‌اند و در عین حفظ میراث تاریخی و فرهنگی، درآمد گردشگری آن‌ها سهم قابل توجهی از تولید ناخالص ملی کشورشان را تشکیل می‌دهد از چه راهکارهایی جهت توسعه صنعت گردشگری بهره می‌گیرند؟

در این کتاب، به‌منظور شناسایی و شناساندن راه رسیدن به اهداف صنعت گردشگری، بررسی راهکارهای توسعه گردشگری در کشورهای ترکیه، اردن، عربستان، مصر، امارات، مراکش، اندونزی و مالزی در دستور کار قرار گرفته و متناظر با این شناخت، راهکارهایی مناسب برای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی ارائه گردیده است. بنابراین پژوهش حاضر، مبتنی بر شناسایی راهکارهای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی به کمک مطالعه تطبیقی و روش اسنادی است.

کتاب پیش‌رو، نسبت به سایر کتاب‌های موجود در حوزه گردشگری، دارای مزیت‌هایی است که به‌طور خلاصه به آن‌ها اشاره می‌شود:

- بررسی الگوهای موفق گردشگری در کشورهای اسلامی در یک مجموعه
  - توصیف جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری کشورهای اسلامی براساس طبقه‌بندی انواع گردشگری
  - مانند گردشگری فرهنگی، طبیعی، سلامت، ورزشی، تجاری و بازرگانی، الکترونیکی و انواع گردشگری مذهبی
  - بررسی عملکرد گردشگری کشورها براساس آمار و گزارش‌های سازمان‌های جهانی
  - تحلیل اثرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری در کشورهای موردنظر
  - بررسی ابعاد محدود گردشگری اسلامی
  - تحلیل نقش و رویکرد دولت‌ها به عنوان نهاد سیاست‌گذار و بررسی ظرفیت‌های ساختاری و الگوهای برنامه‌ریزی
  - معرفی مقاصد گردشگری روی نقشه کشور
  - بررسی نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت گردشگری در آن کشور
  - ارائه راهکارهایی مناسب برای توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی
- در این مجموعه، تلاش شده است تا ابعاد توصیف و تحلیلی گردشگری توانان با یکدیگر مورد بررسی قرار گیرد تا ضمن معرفی آثار و جاذبه‌های مختلف گردشگری، به بررسی ساختار سیاست‌گذاری و برنامه‌های توسعه گردشگری کشورها پرداخته شود تا بتوان با شناخت الگوهای موفق گردشگری درصدد برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در سطح بین‌المللی، منطقه‌ای و محلی کشور عزیزمان برآییم.
- در بخش اول کتاب، تعاریف و مفاهیم نظری مرتبط با گردشگری مورد بحث قرار خواهد گرفت. در فصل اول با توجه به تنوع تعاریف گردشگری به بیان تعاریف مختلف این مفهوم می‌پردازیم و انواع مختلف گردشگری از جمله گردشگری فرهنگی، مذهبی، بوم‌شناختی، ورزشی، سلامت، عدالت‌جویانه و الکترونیکی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در فصل دوم با عنوان جایگاه گردشگری در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های ملی، به بررسی تعاریف و مشخصه‌های سیاست‌گذاری گردشگری و نقش دولت در سیاست‌گذاری گردشگری می‌پردازیم. صنعت گردشگری بدون مداخله دولت‌ها قادر نیست به بقای خود ادامه دهد زیرا تنها دولت‌ها هستند که توان تأمین ثبات سیاسی، امنیت، وضع قوانین و منابع مالی موردنیاز این بخش را دارند و تنها دولت‌ها قادرند خدمات و امکانات لازم و زیرساخت‌های اساسی را

فراهم کنند. همچنین با توجه به اینکه گردشگری، متأثر از عوامل پیچیده و درهم‌تنیده اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است در فصل سوم تأثیرات مثبت و منفی بخش‌های مذکور بر روی یکدیگر بیان خواهد شد.

در بخش دوم کتاب، به بیان مفاهیم مرتبط با گردشگری مذهبی و گردشگری اسلامی می‌پردازیم و تاریخچه کوتاهی از گردشگری مذهبی و زیارت در جهان ارائه می‌شود. بهره‌برداری صحیح و سالم از صنعت گردشگری در کشورهای اسلامی باید با الهام از قرآن و ارزش‌های اسلامی همراه باشد و نخستین شرط موفقیت آن این است که زمینه‌های جذب گردشگری مذهبی را بر اساس آیات قرآنی و روایات اسلامی فراهم آوریم و در چارچوب قوانین مذهبی و آداب‌ورسوم اسلامی، این صنعت را فعال و پویا سازیم.

به منظور درک ابعاد و نواحی خاص‌های گردشگری در کشورهای اسلامی در بخش سوم به معرفی الگوهای موفق گردشگری در کشورهای اسلامی خواهیم پرداخت. در این بخش، هشت کشور مالزی، امارات متحده عربی، ترکیه، اندونزی، عربستان سعودی، مراکش و اردن به‌عنوان کشورهای موفق معرفی شده‌اند. در هر فصل، پس از معرفی هر کشور، به طبقه‌بندی آثار و جاذبه‌های گردشگری آن کشور براساس انواع گردشگری فرهنگی، طبیعی، سلامت، ورزشی، تجاری و بازرگانی، الکترونیکی و انواع گردشگری مذهبی پرداخته خواهد شد. در ادامه تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری مورد بررسی قرار خواهد گرفت و پس از تحلیل شاخص‌ها و رقابت‌پذیری سفر و گردشگری در آن کشور، به رویکرد و نقش دولت در گردشگری اشاره خواهد شد. در بخش پایانی، پس از معرفی مناطق گردشگری بر روی نقشه، تلاش شده است تا نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت گردشگری در آن کشور مورد تحلیل قرار گیرد.

در بخش چهارم عوامل تأثیرگذار بر رشد گردشگری از جمله ملزومات، برنامه‌ریزی و زیرساخت‌های موردنیاز گردشگری و حوادث سیاسی تأثیرگذار بر گردشگری در کشورهای اسلامی از جمله حوادث ۱۱ سپتامبر و بهار عربی مورد بررسی قرار گرفته است.