



دانشگاه گیلان نور

اصول برنامه ریزی و مدیریت گردشگری

www.ketab.ir

دکتر اصغر حیدری

پگاه شیرمحمدی

دکتر یزدان شیرمحمدی

سعید داغستانی

عنوان و نام پدید آور	اصول برنامه ریزی و مدیریت گردشگری/ یزدان شیرمحمدی ... [و دیگران]
مشخصات نشر	ویراستار علمی محمدمهدی پرهیزگار؛ تهیه و تولید مرکز انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران؛ دانشگاه پیام نور، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۲۴۰ ص؛ مصور، نقشه.
فروست	دانشگاه پیام نور؛ ۲۸۸۸. گروه مدیریت؛ ۱۳۹۲.
شابک	978 - 964 - 14 - 0939 - 7
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	یزدان شیرمحمدی، اصغر حیدری، سعید داغستانی، پگاه شیرمحمدی.
یادداشت	کتابنامه: ص. [۲۱۵] - ۲۲۶؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	گردشگری
موضوع	Tourism
موضوع	گردشگری - بازاریابی
موضوع	Tourism - Marketing
موضوع	گردشگری - مدیریت
موضوع	Tourism - Management
شناسه افزوده	شیرمحمدی، یزدان، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده	پرهیزگار، محمدمهدی، ۱۳۴۴ - ویراستار
شناسه افزوده	دانشگاه پیام نور
شناسه افزوده	Payam Noor University
شناسه افزوده	دانشگاه پیام نور؛ انتشارات
رده بندی کنگره	G1۵۵
رده بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	۸۵۴۰۰۶۵
اطلاعات رگورد کتابشناسی	فیبا



دانشگاه پیام نور

چاپ: اول
شمارگان: ۱۰۰
قیمت: (ریال) ۳۹۰,۰۰۰

اصول برنامه ریزی و مدیریت گردشگری

مولفان: دکتر یزدان شیرمحمدی - دکتر اصغر حیدری - سعید داغستانی - پگاه شیرمحمدی

ویراستار علمی: دکتر محمدمهدی پرهیزگار

تهیه و تولید: مرکز انتشارات دانشگاه پیام نور

شابک: ۹۷۸ - ۹۶۴ - ۱۴ - ۰۹۳۹ - ۷

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0939 - 7

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش
آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید

(کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، کپی یا خلاصه برداری، نشر و ترجمه، چاپ، توزیع گسترده، تهیه CD و ... این اثر یا بخشی از آن متن، طرح پشت و روی جلد و بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند.)

آدرس فروشگاه مرکزی چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور: تهران، خیابان شهید رجایی،

نرسیده به تقاطع آزادگان، جنب ورزشگاه یادآوران، تلفن: ۵۵۵۰۲۱۰۴ - ۵۵۰۰۹۸۳۸

سایت فروش اینترنتی: <http://digibook.pnu.ac.ir>

فهرست مطالب

پیشگفتار	یازده
فصل اول: مفاهیم برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری و نقش برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری	۱
هدف کلی	۱
هدف‌های یادگیری	۱
مقدمه	۲
۱-۱ مفاهیم عام در برنامه‌ریزی	۵
۲-۱ رویکردها و فنون معاصر در برنامه‌ریزی	۷
۱-۲-۱ سامانه داده‌های جغرافیایی (GIS)	۱۰
۳-۱ منابع و واژه‌شناسی برنامه‌ریزی گردشگری	۱۳
۴-۱ تاریخچه صنعت گردشگری در دنیا	۱۵
۵-۱ مسافرت و گردشگری اولیه	۱۵
۶-۱ سفر قرون وسطی	۱۷
۷-۱ سفر در زمان رنسانس تا جنگ جهانی دوم	۱۸
۸-۱ توسعه جدید گردشگری در دنیا	۱۹
۹-۱ روندهای گردشگری قرن بیست و یکم	۲۳
۱۰-۱ انگوهای کلیدی و چشم‌انداز گردشگری بین‌المللی	۲۵
۱۱-۱ نقش برنامه‌ریزی در توسعه صنعت گردشگری	۲۶
۱۲-۱ اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری	۲۹
۱۳-۱ تهیه برنامه‌های گردشگری	۳۰
خلاصه فصل اول	۳۴
خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول	۳۶
خودآزمایی تشریحی فصل اول	۳۸

فصل دوم: پیشینه برنامه‌ریزی گردشگری، آشنایی با رویکردها، سطوح برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری

۳۹

هدف کلی

۳۹

هدف‌های یادگیری

۳۹

مقدمه

۳۹

۱-۲ پیشینه برنامه‌ریزی گردشگری

۴۰

۲-۲ آشنایی با رویکردهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری

۴۱

۱-۲-۲ رویکرد بسترسم یا بدون برنامه‌ریزی توسعه گردشگری

۴۱

۲-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی متمرکز توسعه گردشگری

۴۱

۳-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی جامع توسعه گردشگری

۴۳

۴-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی کالبدی - فضایی توسعه گردشگری

۴۳

۵-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی سیستمی توسعه گردشگری

۴۴

۶-۲-۲ رویکرد آمایش سرزمین در توسعه گردشگری

۴۶

۷-۲-۲ آمایش سرزمین و گردشگری

۴۶

۸-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی - ساختاری و عملیاتی توسعه گردشگری

۵۲

۹-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی پایدار توسعه گردشگری

۵۶

۱۰-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی فرایندی توسعه گردشگری

۵۹

۱۱-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی دموکراتیک توسعه گردشگری

۶۰

۱۲-۲-۲ رویکرد برنامه‌ریزی گام به گام (خرد - کلان) توسعه گردشگری

۶۰

۱۳-۲-۲ رویکرد بودجه‌بندی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری

۶۱

۳-۲ برنامه‌ریزی محلی، ملی و منطقه‌ای گردشگری

۶۱

خلاصه فصل دوم

۶۲

خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم

۶۳

خودآزمایی تشریحی فصل دوم

۶۵

فصل سوم: مدیریت راهبردی گردشگری

۶۷

هدف کلی

۶۷

هدف‌های یادگیری

۶۷

مقدمه

۶۸

۱-۳ مراحل برنامه‌ریزی راهبردی از منظر ادوارد اینسکیپ

۷۰

۱-۱-۳ تعیین اهداف

۷۳

۲-۱-۳ پیمایش

۷۴

۳-۱-۳ تجزیه و تحلیل و تلفیق

۷۵

۴-۱-۳ تنظیم سیاست و برنامه

۷۶

۵-۱-۳ پیشنهادات

۷۶

۶-۱-۳ اجرا و نظارت

۷۷

پیشکش به حضرت دوست که هر آنچه داریم از اوست.

پیشگفتار

توسعه صنعت گردشگری بدون وجود یک نظام کارآمد برنامه‌ریزی امری بعید و دور از ذهن به نظر می‌رسد. با توجه به ماهیت پیچیده گردشگری، ضرورت برنامه‌ریزی در این صنعت بر هیچ‌یک از کارشناسان این رشته پوشیده نیست. برنامه‌ریزی فرایندی است هوشمندانه که طی آن مدیر یک نظام، اهداف را برای زمان مورد نظر تعیین و با توجه به محدودیت‌های موجود و قابل پیش‌بینی، راهبردها و چهارچوب‌های تصمیم‌گیری برای نیل به اهداف تعیین‌شده را در طی برنامه مشخص می‌کند.

از دهه ۱۹۸۰ برنامه‌ریزی گردشگری برای مناطق کمتر یا بیشتر توسعه‌یافته جهان الزام‌آور شده است. این مسئله، بازبینی بسیاری از برنامه‌ها و طرح‌های قدیمی و به‌روز رسانی آن‌ها را دربرمی‌گیرد. امروزه برنامه‌ریزی گردشگری در بسیاری کشورها و مناطق با امید توسعه کنترل‌شده، دنبال می‌شود. سازمان جهانی گردشگری در گزارشات، به دفعات از اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری خود اشاره می‌کند. سازمان جهانی گردشگری، به عنوان یک سازمان اجرایی برای برنامه عمران سازمان ملل مطالعات برنامه‌ریزی گردشگری را برای بسیاری از کشورها و مناطق جهان آماده کرده است. این برنامه‌های جدید نسبت به گذشته، تأثیر زیادتری بر روی عوامل فرهنگی - اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری دارند، همچنین در این مطالعات بر روی مفهوم توسعه پایدار، براساس تجزیه و تحلیل دقیق منابع و نظارت بر توسعه تأکید شده است. تکنیک‌های پیمایش و تجزیه و تحلیل بسیار ارتقاء یافته‌اند و درک درستی از مفاهیم برنامه‌ریزی و استانداردهای توسعه ایجاد شده است. اکنون تمرکز بیشتر بر یافتن

راه‌هایی است که برنامه‌ها از طریق آن‌ها به مرحله اجرا درآیند، در این راستا مدیران در صنعت گردشگری به دلیل ویژگی‌های منحصر به فرد بخش گردشگری دامنه وظایف بسیار گسترده و بیشتری را برعهده می‌گیرند. آنان بایستی نسبت به سیاست‌های کلان اثرگذار بر فعالیتشان تا هدایت و مدیریت منابع انسانی مجموعه خود، آگاهی و احاطه کاملی داشته باشند. این امر بیشتر به دلیل تنوع و گستردگی ارکان به وجود آورنده صنعت گردشگری است. به طور کلی مدیران وظایفی مانند برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت و کنترل، تصمیم‌گیری، سازمان‌دهی، هدایت، انگیزه و کنترل منابع انسانی، مالی و اطلاعاتی یک سازمان یا یک مجموعه را برای رسیدن به اهداف خود به طور مؤثر برعهده دارند. می‌توان گفت مدیریت یک فاکتور علمی و هنر فردی است و با رشد جوامع یا رشد صنعت، نیاز به مدیریت در همه ابعاد بیشتر می‌شود و این دانش و فناوری‌های نوین است که مدیریت در بخش گردشگری را در همه ابعاد تغییر داده است؛ بنابراین در کتاب پیش رو تلاش شده است به تمامی این تحولات اشاره گردد.

استقرار نظام‌های مدیریت مبتنی بر دانش در هر کجای صنعت گردشگری نه تنها به آمادگی و شرایط پذیرش درون صنعت بستگی دارد، بلکه تدوین برنامه‌های راهبردی ضرورتی تاکتیکی است. موفقیت و یا شکست نظام مدیریتی در بخش گردشگری به استقرار مدیریت مبتنی بر دانش و راهبردهای منتج از آن و همچنین استوار برپایه توانمندی‌های محوری کلیت یک صنعت قرار دارد. از این رو مدیران صنعت گردشگری بایستی به تمامی ابعاد مدیریت و برنامه‌ریزی آگاهی داشته باشند و بدانند که بر نظام‌های برنامه‌ریزی چه رفته است و اکنون جهان بر کدام نقطه ایستاده است؟ و ما در کدام نقطه؟ باید بدانیم تمام تئوری‌ها، نظریه‌ها، سیاست‌ها و راهبردها به امر مهمی مانند «برنامه‌ها» و «نقشه اجرایی» منتهی می‌شوند که این مهم در تدوین کتاب پیش رو مدام مدنظر قرار گرفته است. در محیط کاملاً تغییر شکل یافته عصر حاضر، مدیریت گردشگری مبتنی بر علم و دانش، از اجزای لاینفک و بنیادی راهبردهای عملیات است. این مهم به بخش گردشگری کمک خواهد کرد تا در بستر یادگیری مداوم و استقرار نظام‌های مدیریت مبتنی بر دانش، فرصت‌های جدید پیش رو را بشناسند و چالش‌های پیش روی را به خوبی اداره کنند. ارتقای میزان انعطاف‌پذیری و فرایندهای درونی صنعت گردشگری و گشایش پنجره‌های نو و جدید در تعالی این بخش در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین دانش‌مدار نهفته است.