



دانشگاه پیام نور

مطالعات تطبیقی سیاست‌های گردشگری

www.ketab.ir

دکتر یزدان شیرمحمدی

سرشناسه	: شیرمحمدی، یزدان، ۱۳۵۹ -
عنوان و نام پدید آور	: مطالعات تطبیقی سیاست‌های گردشگری/تالیف یزدان شیرمحمدی.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص.
فروست	: دانشگاه پیام نور؛ ۲۵۹۶. گروه مدیریت؛ ۱/۱۲۳
شابک	: 0 - 0644 - 14 - 964 - 978
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: گردشگری و دولت - آموزش برنامه‌های
موضوع	: Tourism -- Government policy-- Programmed instruction
موضوع	: گردشگری و دولت - آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: Tourism -- Government policy -- Examinations, questions, etc. (Higher)
موضوع	: گردشگری - برنامه‌ریزی - آموزش برنامه‌ای
موضوع	: Tourism -- Planning -- Programmed instruction
موضوع	: گردشگری - برنامه‌ریزی - آزمون‌ها و تمرین‌ها (عالی)
موضوع	: Tourism -- Planning-- Examinations, questions, etc. (Higher)
موضوع	: گرد - گری - ایران - برنامه‌ریزی
موضوع	: Tourism-- Iran -- Planning
شناسه افزوده	: دانشگاه پیام نور
شناسه افزوده	: Payam Noor University
رده بندی کنگره	: G۱۵۵
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۷۳۱۲۹۰



دانشگاه پیام نور

اول شهریور ۱۳۹۸

مطالعات تطبیقی سیاست‌های گردشگری

مؤلف: دکتر یزدان شیرمحمدی

ویراستار علمی: دکتر غلامرضا طالقانی

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و توزیع دانشگاه پیام نور

شابک: ۰ - ۰۶۴۴ - ۱۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0644 - 0

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی‌های 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 خلاصه‌برداری، نشر و ترجمه، چاپ، فهرست، توزیع گسترده، تهیه CD و - این اثر یا بخشی از آن اعم از 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 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 - ۵۵۰۰۹۸۲۸

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

فهرست مطالب

پیشگفتار

سیزده

فصل اول: کلیات خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری

هدف کلی

هدف‌های یادگیری

مقدمه

۱-۱ تعریف سیاست‌گذاری

۲-۱ فرایند خط‌مشی‌گذاری عمومی

۳-۱ طبقه‌بندی انواع خط‌مشی‌ها

۱-۳-۱ طبقه‌بندی براساس نهاد شکل‌دهنده خط‌مشی

۲-۳-۱ طبقه‌بندی براساس نحوه ویرایش خط‌مشی

۳-۳-۱ طبقه‌بندی براساس اصل جدایی سیاست از اداره

۴-۱ خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری

۵-۱ مطالعات مدیریت تطبیقی در خط‌مشی‌گذاری جهانگردی

خلاصه فصل اول

خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول

سؤالات تشریحی فصل اول

فصل دوم: مدل‌های تدوین خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری

هدف کلی

هدف‌های یادگیری

مقدمه

۱-۲ مدل‌های اصلی تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی

۱-۱-۲ مدل عقلایی جامع خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری

۲-۱-۲ مدل جزئی - تدریجی خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری

۳۰	۲-۱-۳ مدل نهادی خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری
۳۱	۲-۱-۴ مدل آشفته (سطل زباله)
۳۲	۲-۱-۵ مدل فرایندی
۳۳	۲-۱-۶ مدل تصمیم‌گیری اجتماعی در صنعت گردشگری
۳۴	خلاصه فصل دوم
۳۵	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۳۷	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۳۹	فصل سوم: مدل‌های اجرای خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری
۳۹	هدف کلی
۳۹	هدف پای‌گذاری
۳۹	مقدمه
۴۲	۳-۱-۱ رایند اجرای سیاست‌گذاری عمومی
۴۳	۳-۱-۲ اساره‌های اجرای سیاست عمومی
۴۳	۳-۱-۲-۱ اجرا به مثابه یک فرایند خطی
۴۴	۳-۱-۲-۲ اجرا به مثابه نازی
۴۴	۳-۱-۲-۳ اجرا به مثابه شرایطی ای دستیابی اثربخش به اهداف
۴۴	۳-۱-۲-۴ اجرا به مثابه یک رایند ری رهبری سیاست
۴۵	۳-۱-۲-۵ اجرا به مثابه تئوری اقتضای
۴۵	۳-۱-۲-۶ اجرا به مثابه روابط بین سازمانی
۴۵	۳-۱-۲-۷ اجرا به مثابه تحلیل موردی
۴۵	۳-۱-۲-۸ اجرا به مثابه مدیریت سیستم‌ها
۴۶	۳-۱-۲-۹ اجرا به مثابه فرایند بوروکراتیک
۴۷	۳-۱-۲-۱۰ اجرا به مثابه توسعه سازمانی
۴۷	۳-۱-۲-۱۱ اجرا به مثابه تعارض و چانه‌زنی
۴۸	۳-۱-۲-۱۲ اجرا به مثابه عمل ارتباطی
۴۸	۳-۱-۲-۱۳ اجرا به مثابه تعامل زمینه‌ای
۴۹	۳-۱-۲-۱۴ اجرا به عنوان سازگاری متقابل سیاست‌ها
۴۹	۳-۲-۱ رویکردهای اجرای سیاست
۴۹	۳-۲-۱-۱ رویکرد بالا به پایین
۵۱	۳-۲-۱-۲ رویکرد پایین به بالا
۵۲	۳-۲-۱-۳ رویکرد ترکیبی
۵۲	۳-۲-۲ واقعیت‌های اجرای سیاست گردشگری
۵۷	۳-۲-۳ مدل‌های اجرای سیاست گردشگری
۵۸	۳-۲-۳-۱ مدل فرایندی اجرا سیاست
۶۱	۳-۲-۳-۲ مدل اجرا و پیچیدگی عمل مشترک
۶۲	۳-۲-۳-۳ مدل متغیرهای درگیر در فرایند اجرا

۶۲	۳-۵-۴ مدل چارچوب ائتلاف حمایتی
۶۴	۳-۵-۵ چارچوب ائتلاف حمایتی اصلاح شده
۶۵	۳-۵-۶ اهمیت نقش بازیگران اجرای سیاست‌های گردشگری از نظر محققان و دانشمندان معاصر
۶۷	خلاصه فصل سوم
۶۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۷۰	سؤالات تشریحی فصل سوم
۷۱	فصل چهارم: ارزیابی سیاست‌گذاری گردشگری
۷۱	هدف کلی
۷۱	هدف‌های یادگیری
۷۱	مقدمه
۷۳	۴-۱ ارزیابی خط‌مشی
۷۶	۴-۲ الگوی ارزیابی سیاست‌های گردشگری
۷۶	۴-۲-۱ الگوی ارزیابی هدف‌مدار (تایلر)
۷۷	۴-۲-۲ مدل سیب و شعله ایپول (EIPOL)
۷۹	۴-۲-۳ الگوی ارزیابی عادلانه / برابر ای یا اجرای عمل
۷۹	۴-۲-۴ الگوی ارزیابی هدف آزاد
۷۹	۴-۲-۵ الگوی رویکردهای تخصصی / نگاه‌انه در ارزیابی
۷۹	۴-۲-۶ الگوی ارزیابی مدافعه/ قضایی
۸۰	۴-۲-۷ الگوی ارزیابی مشارکتی
۸۰	۴-۳ رویکردهای ارزیابی خط‌مشی عمومی
۸۰	۴-۳-۱ رویکرد سیاسی
۸۱	۴-۳-۲ رویکرد محققانه و علمی
۸۱	۴-۳-۳ رویکرد حقوقی/ قضایی
۸۲	۴-۳-۴ رویکرد مدیریتی یا اداری
۸۳	۴-۴ انواع مراحل ارزیابی خط‌مشی گردشگری
۸۴	۴-۵ تحلیل سیاست
۸۴	۴-۶ چرخه ارزیابی خط‌مشی
۸۶	خلاصه فصل چهارم
۸۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۸۹	سؤالات تشریحی فصل چهارم
۹۱	فصل پنجم: سیاست‌های گردشگری در کشورهای موفق در قاره آمریکا
۹۱	هدف کلی
۹۱	هدف‌های یادگیری
۹۱	۵-۱ گردشگری در ایالات متحده

۹۲	۱-۱-۵ گردشگری در اقتصاد ایالات متحده
۹۵	۲-۱-۵ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در ایالت متحده آمریکا
۹۷	۳-۱-۵ سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری در کشور ایالات متحده آمریکا
۱۰۰	۲-۵ گردشگری در کانادا
۱۰۰	۱-۲-۵ گردشگری در اقتصاد کانادا
۱۰۲	۲-۲-۵ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در کانادا
۱۰۴	۳-۲-۵ سیاست و برنامه‌های گردشگری کانادا
۱۰۸	خلاصه فصل پنجم
۱۰۹	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۱۱۰	سوالات تشریحی فصل پنجم
۱۱۱	فصل ششم: سیاست‌های گردشگری در کشورهای موفق در صنعت گردشگری در قاره اروپا
۱۱۱	هدف کلی
۱۱۱	هدف‌های یادگیرنده
۱۱۲	۱-۶ گردشگری در آلمان
۱۱۲	۱-۱-۶ نقش گردشگری در اقتصاد آلمان
۱۱۳	۲-۱-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در آلمان فدرال
۱۱۶	۳-۱-۶ سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری آلمان
۱۱۹	۲-۶ گردشگری در اتریش
۱۲۲	۱-۲-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در اتریش
۱۲۳	۲-۲-۶ برنامه‌ها و سیاست‌های گردشگری در اتریش
۱۲۵	۳-۶ گردشگری در اسپانیا
۱۳۰	۱-۳-۶ گردشگری در اقتصاد اسپانیا
۱۳۰	۲-۳-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در اسپانیا
۱۳۲	۳-۳-۶ سیاست و برنامه‌های گردشگری اسپانیا
۱۳۷	۴-۶ گردشگری در ایتالیا
۱۳۹	۱-۴-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در ایتالیا
۱۴۰	۲-۴-۶ برنامه‌ها و سیاست‌های گردشگری ایتالیا
۱۴۴	۵-۶ گردشگری در بریتانیا
۱۴۵	۱-۵-۶ گردشگری در اقتصاد بریتانیا
۱۴۷	۲-۵-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در بریتانیا
۱۴۸	۳-۵-۶ سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری بریتانیا
۱۵۳	۶-۶ گردشگری در فرانسه
۱۵۴	۱-۶-۶ اقتصاد گردشگری در فرانسه
۱۵۶	۲-۶-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در فرانسه
۱۵۷	۳-۶-۶ سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری فرانسه

۱۶۱	۷-۶ گردشگری در هلند
۱۶۱	۱-۷-۶ گردشگری در اقتصاد هلند
۱۶۲	۲-۷-۶ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در هلند
۱۶۴	۳-۷-۶ برنامه‌ها و سیاست‌های گردشگری هلند
۱۶۴	۴-۷-۶ سیاست‌گذاری در بخش مهمان‌داری هلند
۱۶۵	۵-۷-۶ سیاست‌گذاری در بخش بازاریابی هلند
۱۷۱	خلاصه فصل ششم
۱۷۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم
۱۷۵	سؤالات تشریحی فصل ششم
۱۷۷	فصل هفتم: سیاست‌های گردشگری در کشورهای موفق در صنعت گردشگری در آسیا و اقیانوسیه
۱۷۷	هدف کلی
۱۷۷	هدف‌های یادگیری
۱۷۷	۱-۷ گردشگری در ترکیه
۱۷۹	۱-۱-۷ گردشگری در اقتصاد ترکیه
۱۷۹	۲-۱-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در ترکیه
۱۸۱	۳-۱-۷ سیاست‌های گردشگری و برنامه‌ریزی ترکیه
۱۸۴	۲-۷ گردشگری در چین
۱۸۸	۱-۲-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در چین
۱۸۹	۱-۲-۷ سیاست‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری در چین
۱۹۲	۳-۷ گردشگری در فدراسیون روسیه
۱۹۳	۱-۳-۷ گردشگری در اقتصاد روسیه
۱۹۳	۲-۳-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در روسیه
۱۹۵	۳-۳-۷ طرح‌ها و سیاست‌های گردشگری روسیه
۱۹۸	۴-۷ گردشگری در ژاپن
۲۰۰	۱-۴-۷ گردشگری در اقتصاد ژاپن
۲۰۰	۲-۴-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در ژاپن
۲۰۲	۳-۴-۷ سیاست‌های و برنامه‌ها جهانگردی در ژاپن
۲۰۴	۵-۷ گردشگری هند
۲۰۷	۱-۵-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در هند
۲۱۰	۲-۵-۷ برنامه‌ها و خط‌مشی‌های گردشگری هندوستان
۲۱۲	۶-۷ گردشگری در استرالیا
۲۱۳	۱-۶-۷ صنعت گردشگری در اقتصاد استرالیا
۲۱۵	۲-۶-۷ مدیریت و بودجه صنعت گردشگری در استرالیا
۲۱۶	۳-۶-۷ سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری استرالیا
۲۱۹	۷-۷ تحلیل و استفاده از دستاوردهای گردشگری کشورها آسیایی برای گردشگری ایران
۲۲۰	خلاصه فصل هفتم

۲۲۲	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۲۲۴	سؤالات تشریحی فصل هفتم

فصل هشتم: سیاست‌های گردشگری ایران

۲۲۷	هدف کلی
۲۲۷	هدف‌های یادگیری
۲۲۷	۸-۱ تاریخچه گردشگری در ایران
۲۲۸	۸-۲ سیاست‌های جهانگردی ایران
۲۲۸	۸-۲-۱ سیاست‌های جهانگردی در برنامه اول و دوم قبل از انقلاب (۱۳۴۱-۱۳۲۷)
۲۳۰	۸-۲-۲ سیاست‌های جهانگردی در برنامه سوم قبل از انقلاب (۱۳۴۶-۱۳۴۱)
۲۳۰	۸-۲-۳ سیاست‌های جهانگردی در برنامه چهارم قبل از انقلاب (۱۳۵۱-۱۳۴۶)
۲۳۱	۸-۲-۴ سیاست‌های جهانگردی در برنامه پنجم قبل از انقلاب (۱۳۵۶-۱۳۵۲)
۲۳۲	۸-۲-۵ نتیجه‌گیری در مورد برنامه توسعه گردشگری قبل از انقلاب
۲۳۲	۸-۲-۶ سیاست‌های جهانگردی در برنامه اول بعد از انقلاب (۱۳۷۲-۱۳۶۸)
۲۳۳	۸-۲-۷ سیاست‌های جهانگردی در برنامه دوم بعد از انقلاب
۲۳۴	۸-۲-۸ برنامه سوم توسعه بعد از انقلاب (۱۳۸۳-۱۳۷۹)
۲۳۵	۸-۲-۹ برنامه چهارم توسعه بعد از انقلاب (۱۳۸۸-۱۳۸۳)
۲۳۵	۸-۲-۱۰ برنامه پنجم توسعه بعد از انقلاب (۱۳۹۳-۱۳۸۸)
۲۳۷	۸-۲-۱۱ برنامه ششم توسعه بعد از انقلاب (۱۴۰۰-۱۳۹۶)
۲۳۸	۸-۲-۱۲ جمع‌بندی از عملکرد برنامه‌های توسعه بعد از انقلاب در ایران
۲۳۹	۸-۳ وضعیت صنعت گردشگری در ایران در سال‌های اخیر
۲۴۰	۸-۳-۱ تشکیل سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
۲۴۰	۸-۳-۲ اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات
۲۴۰	۸-۳-۳ شورای جهانگردی (۱۳۲۰)
۲۴۰	۸-۳-۴ اداره امور جهانگردی (۱۳۳۳)
۲۴۱	۸-۳-۵ شورای عالی جهانگردی (۱۳۴۰)
۲۴۱	۸-۳-۶ سازمان جلب سیاحان (۱۳۴۲)
۲۴۱	۸-۳-۷ وزارت اطلاعات و جهانگردی (۱۳۵۳)
۲۴۲	۸-۳-۸ معاونت امور سیاحتی و زیارتی وزارت ارشاد اسلامی (۱۳۵۷)
۲۴۲	۸-۳-۹ سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۳۷۰)
۲۴۲	۸-۳-۱۰ جامعه راهنمایان ایرانگردی و جهانگردی
۲۴۳	۸-۴ ادغام سازمان ایرانگردی و جهانگردی و سازمان میراث فرهنگی (۱۳۸۲)
۲۴۳	۸-۵ ساختار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۸۵)
۲۴۵	۸-۵-۱ معاونت گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری
۲۴۶	۸-۵-۲ معاونت صنایع دستی و هنرهای سنتی
۲۴۹	۸-۵-۳ معاونت توسعه مدیریت

۲۵۱

۲۵۲

۲۵۵

۲۵۷

۲۵۹

خلاصه فصل هشتم

خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هشتم

سؤالات تشریحی فصل هشتم

پاسخنامه

منابع

www.ketab.ir

پیشکش به حضرت دوست که هر آنچه داریم از اوست.

پیشگفتار

صنعت گردشگری را بزرگ ریسر صنعت جهان نام نهادند. در آستانه هزاره سوم روزبه روز بر ابعاد و پیچیدگی های این صنعت اضافه می شود و اهمیت آن هویداتر می شود. آنچه مبرهن می نمایید، این است که گردشگری صنعتی فرابخشی، فراوجهی است که با علوم و صنایع مختلف ارتباط تنگنگی دارد. اقتصاددانان بر وجوه اقتصادی این صنعت تأکید کرده اند، جغرافی دانان این صنعت را بدیده جغرافیایی در نظر گرفته اند، جامعه شناسان و مردم شناسان تعاملات انسانی این صنعت را برجسته ساخته اند و باستان شناسان، جاذبه های تاریخی و کارشناسان محیط زیست - جاذبه های محیطی طبیعی را مبنای توسعه این صنعت می دانند. در این میان کشور ایران قابلیت های منحصر به فردی در صنعت گردشگری دارد. کشور ایران دارای منابع و جاذبه های گردشگری زیادی است که قابلیت سرمایه گذاری زیادی را دارند. دارا بودن تمام ویژگی های تاریخی و فرهنگی و طبیعی مانند کوه، کویر، جنگل و دریا در کنار یکدیگر، ایران را به موزه های طبیعی با کلکسیون از جاذبه ها تبدیل کرده است. در میان جدول عناصر شیمایی مندلیف عنصری را نمی توان یافت که در این خاک یافت نشود. تنوع پوشش گیاهی در ایران به گونه ای است که ۷۰ درصد کل گونه های گیاهی جهان در ایران یافت می شود و از این تعداد ۲۵۲۰ نوع گونه بومی و منحصر به ایران وجود دارد. علاوه بر آن وجود مناطق حفاظت شده (۱۱ پارک ملی، ۴ اثر طبیعی، ۲۵ پناهگاه

حیات وحش و ۴۸ منطقه حفاظت شده) ۱۶۰ گونه از پستانداران که معادل کل گونه‌های قاره اروپا است، ۵۰۰ نوع پرنده، ۲۷۰ نوع ماهی، غارها، تالاب‌ها، رودخانه‌ها و دریاچه‌ها و جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی منحصربه‌فرد تنها گوش‌های از جاذبه‌های این مرزوبوم را تشکیل می‌دهد (تقی‌زاده انصاری، ۱۳۸۳: ۱۱۶). این کتاب می‌کوشد مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری در صنعت گردشگری با رویکرد تحلیلی و تطبیقی عرضه دارد. اذعان می‌دارد ابعاد سیاست‌گذاری به‌ویژه در صنعت گردشگری بسیار پیچیده‌تر از آنچه است که عرضه شده است و در این مقدمه رباعی از خیام می‌تواند گره‌گشایی ما در این نصوص باشد.

هر کس ز من ز علم محروم نشد کم ماند ز اسرار که معلوم نشد
هفتاد و دو سال فکر کردم شب و روز معلوم شد که هیچ معلوم نشد

فصل اول این کتاب، کلیات خط‌مشی‌گذاری و تعریف سیاست‌گذاری و فرایند و طبقه‌بندی خط‌مشی‌گذاری پرداخته است. در فصل دوم مدل‌های تدوین خط‌مشی‌گذاری در صنعت گردشگری شامل مدل عقلایی، مدل تصمیم‌گیری اجتماعی، مدل نهادی خط‌مشی‌گذاری، مدل آشفته، مدل فرایندی، مدل تصمیم‌گیری بحرانی و مدل جزئی - تدریجی تحلیل شده است. در فصل سوم استعاره‌های اجرای سیاست عمومی مانند اجرا به‌مثابه یک فرایند خطی، اجرا به‌مثابه بازی، اجرا به‌مثابه شرایطی برای دستیابی اثربخش به اهداف، اجرا به‌مثابه یک فرایند دوری رهبری سیاست، اجرا به‌مثابه تئوری اقتضایی، اجرا به‌مثابه روابط بین سازمانی، اجرا به‌مثابه تحلیل موردی، اجرا به‌مثابه مدیریت سیستم‌ها، اجرا به‌مثابه فرایند بوروکراتیک، اجرا به‌مثابه توسعه سازمانی، اجرا به‌مثابه تعارض و چانه‌زنی، اجرا به‌مثابه عمل ارتباطی، اجرا به‌مثابه تعامل زمینه‌ای، اجرا به‌عنوان سازگاری متقابل سیاست‌ها، اجرا به‌عنوان محتوی نهادی (سطوح) به‌طور مختصر توضیح داده شده است. در ادامه شرایط اجرای اثربخش سیاست و رویکردهای اجرای سیاست ذکر شده است. در انتهای این فصل مدل فرایندی اجرا، مدل اجرا و پیچیدگی عمل مشترک، مدل متغیرهای درگیر در فرایند اجرا، مدل چارچوب ائتلاف حمایتی اجرا بیان شده است. در فصل چهارم الگوی ارزیابی

سیاست‌های گردشگری مانند الگوی ارزیابی هدف‌مدار (تایلر^۱)، مدل سیب و شبکه ایپول، الگوی سیمای ارزیابی، الگوی ارزیابی، الگوی ارزیابی تعادلی، الگوی ارزیابی هدف - آزاد، الگوی رویکردهای تخصصی / کارآگاهانه در ارزیابی، الگوی ارزیابی مدافعه و الگوی ارزیابی مشارکتی ذکر شده است. در انتهای این فصل نیز رویکردهای ارزیابی خط‌مشی عمومی و چرخه ارزیابی خط‌مشی آمده است. در فصل پنجم و ششم و هفتم این کتاب سیاست‌های گردشگری در کشورها و سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری و مدیریت و بودجه‌بندی و ساختار گردشگری در کشورهای مختلف دنیا شامل ایالات متحده آمریکا، کانادا، آلمان، اتریش، اسپانیا، استرالیا، ایتالیا، بریتانیا، ترکیه، چین، روسیه، فرانسه، ژاپن، هلند، هند ذکر شده است. در فصل هشتم سیاست‌های گردشگری ایران بررسی شده است. ابتدا تاریخچه گردشگری در ایران و سیاست‌های جهانگردی ایران و عملکرد آن سیاست‌ها در قبل و بعد از انقلاب اسلامی تجزیه و تحلیل شده است. در ادامه وضعیت صنعت گردشگری در ایران در سال‌های اخیر و روند گردشگری با سال ۲۰۱۴ براساس آمارهای شورای جهانی سفر و گردشگری ذکر شده است. در انتها مقایسه بین‌المللی شاخص‌های گردشگری ایران کشور بخش با کشورهای منتخب سال گذشته در زمینه سیاست ساختار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری از ابتدای سلسله‌دستی تا به امروز بیان شده است.

در انتها از همه صاحب‌نظران، اساتید و دانش‌جویان و مخاطبان محترم خواهشمند است، هرگونه پیشنهاد و انتقادی پیرامون کتاب را درج نمایند و هر ایراد و پیشنهادی را به آدرس y.shirmohammadi@gmail.com ارسال فرمایند. ما نیز مجدانه از این آیه از قرآن پیروی خواهیم کرد فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْمَعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ الْأَمْرَ الْأَشَدَّ.

یزدان شیرمحمدی

مردادماه ۱۳۹۶