

۲۱۲۸۷۶

سیاستگذاری توریسم در ایران

مؤلف : دکتر علی نامدار



سرشناسه : نامدار، علی، ۱۳۶۰ -
 Namdar, Ali
 عنوان و نام پدیدآور : سیاستگذاری توریسم در ایران/ مولف علی نامدار.
 مشخصات نشر : تهران: حافظ پژوه، ۱۳۹۹.
 مشخصات ظاهری : ۲۵۲ ص.: جدول، نمودار.
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۰۶۲۲-۲ : ۲۵۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست : فیا
 موضوع : گردشگری - ایران -- برنامه‌ریزی
 موضوع : Tourism-- Iran -- Planning
 موضوع : گردشگری - ایران
 موضوع : Tourism -- Iran
 رده بندی کدرب : G۱۵
 رده بندی دیویی : ۳۳۸/۳۹۱۰۹۵۵۲ :
 شماره کتابشناسی ملی : ۶۱۰۰۰۶۸

نام کتاب : سیاستگذاری توریسم در ایران
 مولف : دکتر علی نامدار
 ناشر : انتشارات حافظ پژوه
 نوبت چاپ : اول - تابستان ۱۳۹۹
 تیراژ : ۵۰۰ جلد
 قیمت : ۴۵۰۰۰۰ ریال
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۶۰۶-۲۲-۲

حق چاپ محفوظ و مخصوص مولف می باشد

تلفن انتشارات : ۰۹۱۲۳۲۱۱۰۷۸-۴۴۲۴۱۷۵۰

فهرست مطالب

۱.....	مقدمه
۵.....	فصل اول:
۵.....	ادبیات مفهومی
۶.....	سیاستگذاری عمومی: نگرشی کلی
۷.....	نقش ایدئولوژی در سیاستگذاری
۸.....	نظریه انتخاب: عمومی: سیاست به عنوان تصمیم‌گیری جمعی از سوی اشخاص ذینفع
۱۰.....	مدل‌های سیاستگذاری عمومی
۱۵.....	فرآیند سیاستگذاری عمومی
۱۶.....	بازیگران و کنشگران عرصه سیاستگذاری
۱۶.....	الف: کنشگران رسمی سیاستگذاری عمومی
۱۷.....	ب: کنشگران غیر رسمی سیاستگذاری عمومی
۲۲.....	گردشگری
۲۲.....	تعریف و ویژگی‌های گردشگری
۲۴.....	وقایع گردشگری
۲۵.....	انواع گردشگری
۲۶.....	اثرات گردشگری
۵۰.....	سیاستگذاری گردشگری
۵۴.....	گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری
۵۵.....	مفهوم گروه ذینفع
۵۷.....	انواع ذینفعان
۶۲.....	مدل‌های مدیریت ذینفعان
۶۵.....	آسیب‌شناسی سیاستگذاری گردشگری

۶۶	تجزیه و تحلیل سیاستگذاری گردشگری بر اساس تکنیک SWOT
۷۱	نتیجه‌گیری فصل اول
۷۳	فصل دوم:
۷۳	عناصر گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری
۷۶	عناصر گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری
۸۲	متصدیان تور (تورگردانان)
۸۶	مراکز اقامتی و پذیرایی
۸۸	انواع باس‌هاست اقامتی
۹۴	رستوران و رستوران‌داری
۹۸	دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی
۱۰۳	حمل و نقل
۱۰۵	حمل و نقل دریایی
۱۰۷	حمل و نقل هوایی
۱۱۱	حمل و نقل ریلی
۱۱۲	حمل و نقل جاده‌ای
۱۱۶	نتیجه‌گیری فصل دوم
۱۱۹	فصل سوم:
۱۱۹	سیاستگذاری گردشگری
۱۲۰	اهمیت مطالعات سیاستگذاری گردشگری
۱۲۱	فرایند سیاستگذاری
۱۲۸	ارزیابی و آسیب‌شناسی در سیاستگذاری گردشگری
۱۲۹	فواید آسیب‌شناسی سیاستگذاری در گردشگری
۱۳۲	سیاستگذاری گردشگری و توسعه پایدار
۱۳۴	سیاستگذاری گردشگری و اقتصاد
۱۳۷	نقش گردشگری در گسترش روابط بین‌المللی

سیاستگذاری گردشگری به عنوان یک نظام هماهنگ	۱۳۹
ارکان سیاستگذاری گردشگری	۱۴۰
فرآیند سیاستگذاری گردشگری	۱۴۱
سطوح سیاستگذاری گردشگری	۱۴۲
سیاستگذاری گردشگری در سطح بین‌المللی	۱۴۲
سیاستگذاری درون ناحیه‌ای	۱۴۳
سیاستگذاری در سطح ملی	۱۴۴
سیاستگذاری در سطح محلی	۱۴۶
سیاستگذاری در مقصد	۱۴۷
عناصر گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری	۱۴۸
نقش و قلمرو دولت در سیاستگذاری گردشگری	۱۴۸
انواع سیاستگذاری دولتی	۱۵۱
جایگاه ذینفعان غیردولتی در سیاستگذاری گردشگری	۱۵۴
گروه‌های ذینفع و سیاستگذاری عمومی	۱۵۴
شیوه نفوذ گروه‌های ذینفع	۱۵۸
شبکه‌های گروه‌های ذینفع	۱۵۹
جایگاه گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری	۱۶۱
نقش ساختار سازمانی در سیاستگذاری گردشگری	۱۶۶
سیاست‌ها و انگیزه‌های سرمایه‌گذاری گروه‌های ذینفع در گردشگری	۱۶۸
سیاستگذاری گردشگری در ایران	۱۶۹
سیاست‌های کلان گردشگری	۱۶۹
الف) دیدگاه مقام معظم رهبری در رابطه با گردشگری	۱۶۹
ب) برنامه‌های توسعه پنج‌ساله	۱۷۲
ج) سند چشم‌انداز توسعه	۱۷۶
نتیجه‌گیری فصل سوم	۱۷۹

۱۸۱	 فصل چهارم:
۱۸۱	 آسیب‌شناسی نقش گروه‌های ذینفع در فرآیند سیاستگذاری گردشگری
۱۸۲	 سیاستگذاری گردشگری در ایران و نقش گروه‌های ذینفع در آن
۱۸۶	 قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به گروه‌های ذینفع در حوزه گردشگری
۲۰۷	 گروه‌های ذینفع و سیاستگذاری گردشگری در ایران بر اساس تحلیل SWOT
۲۱۸	 آسیب‌شناسی نقش گروه‌های ذینفع در سیاستگذاری گردشگری ایران
۲۳۶	 نتیجه‌گیری
۲۳۸	 منابع و مآخذ

گردشگری فعالیتی است که در آن افراد برای مقاصد تفریحی یا اقتصادی، به خارج از مکان زندگی خود مسافرت می‌کنند و خدمات و کالاهایی را برای مسافرتین فراهم می‌آورد و شامل مخارجی است که بازدیدکنندگان متقبل پرداخت آنها شده و یا آنکه حضور آنها موجب پیدایش چنین هزینه‌هایی می‌شود. امروزه جهانگردی به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا، جایگاه ویژه‌ای در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را به خود اختصاص داده است. به طوری که در بیش از ۱۵۰ کشور، گردشگری یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است؛ و در ۶۰ کشور رتبه اول را به خود اختصاص داده است، تعداد کل گردشگران از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۷۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته و پیش بینی می‌شود که این عدد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۵۶ میلیارد نفر برسد. این صنعت دربردارنده تمامی پدیده‌ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات گردشگری، دولت‌ها و جوامع میزبان، در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است. صنعت گردشگری نتایج و دستاوردهای عمده‌ای را نیز دربردارد که از آن جمله می‌توان به جنبه اشتغال‌زایی و تأثیر آن بر کارکردهای توسعه‌ای و اقتصادی اجتماعی در منطقه یا کشور اشاره داشت. رانندگی بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند، لذا امروزه به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزش و هرچند ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است. به طوری که امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به طور وسیعی به خصوص در کشورهای در حال توسعه پذیرفته شده و در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است. در حال حاضر برخلاف گذشته که افراد معدودی می‌توانستند در فایند گردشگری مشارکت داشته باشند، افزایش روزافزون تعداد گردشگران، گویای تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز است، همین امر ضریب تأثیرگذاری گردشگری را افزایش داده است (موحیدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲). سویی دیگر، در سال‌های اخیر انگیزه‌های جهانگردی نیز دستخوش تحول اساسی شده و اغلب توریست‌ها افراد تشکیل می‌دهند که گریزان از آلودگی شهرهای بزرگ، به دنبال طبیعت بکر و هوای پاک، سر به کوه و جنگل و دریا می‌نهند. با این وجود سال‌هاست دامنه گردشگری، از میدان محصور مکان‌های باستانی به محیط طبیعی رخت کشانده، و در این میان نقش سواحل به عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری، اهمیتی روزافزون یافته است (شیعه و اشلیکی، ۱۳۸۹: ۱۵۶). از این رو برنامه‌ریزی، هدایت و توسعه صنعت گردشگری به عنوان یکی از منابع بسیار مهم کسب درآمد و ایجاد اشتغال که دارای تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی فوق‌العاده‌ای نیز می‌باشد به عنوان یک نیاز مطرح می‌شود.