

# سیاست‌های کردستانی کشورها

(مطالعه‌ای تطبیقی)

دکتر حمید ضرغام بروجنی

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

علی اصغر شالباغیان

عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

|                     |                                                        |
|---------------------|--------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | ضرغام بروجنی، حمید، ۱۳۲۹ - شالبافیان، علی اصغر، ۱۳۶۱ - |
| عنوان و نام پدیدآور | سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه‌ای تطبیقی).           |
| مشخصات نشر          | تهران: مهکامه، ۱۳۹۱.                                   |
| مشخصات ظاهری        | ۴۲۷ ص.                                                 |
| شابک                | 978-964-2827-63-3                                      |
| وضعیت فهرست نویسی   | فیا                                                    |
| موضوع               | گردشگری                                                |
| موضوع               | گردشگری - مدیریت                                       |
| موضوع               | گردشگری -- ایران                                       |
| رده‌بندی کنفره      | G۱۵۵/آ۱۵۲۳ ۱۳۹۱                                        |
| رده‌بندی دیوپی      | ۳۳۸/۴۷۹۱                                               |
| شماره کتابشناسی ملی | ۲۷۳۱۳۹۳                                                |

نام کتاب: سیاست‌های گردشگری کشورها (مطالعه‌ای تطبیقی)

ویراستار: معصومه اکبری

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طرح جلد: مسیحا ربیعی

حروف چینی: الوهاب

لیتوگرافی: نقش

چاپ و صحافی: اصلانی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۲

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۱۶۵۰۰۰ ریال

شماره شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۸۲۷-۶۳-۳

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، ترسیده به لبافی نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰ فکس: ۰۹۱۱۳۹۷۴۰۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتاب‌فروشی آگاه

تلفن: ۶۶۴۶۰۹۳۲ - ۶۶۴۶۷۳۲۳

cn\_mahkame@Yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- مشهد: کتابفروشی درخشش، تلفن: ۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱۱)

۲- شیراز: کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۶۴۷۳۷۸۱ (۰۷۱۱)

۳- اصفهان: کتابفروشی علم‌گستر، تلفن: ۲۲۱۹۹۷۸-۹ (۰۳۱۱)

۴- رشت: کتابفروشی وارسته، تلفن: ۳۳۳۲۶۴۴ (۰۱۳۱)

## فهرست مطالب

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| گزیده‌ای از بیانات مقام معظم رهبری در خصوص گردشگری | ۱۱  |
| پیشگفتار                                           | ۱۳  |
| بخش اول / مفاهیم پایه                              | ۱۹  |
| فصل ۱ / مطالعات تطبیقی؛ مفاهیم و کاربردها          | ۲۱  |
| مقدمه                                              | ۲۱  |
| نیاز به آموختن                                     | ۲۲  |
| چرا دیگران                                         | ۲۳  |
| سیاست تطبیقی                                       | ۲۵  |
| گام‌های ده‌گانه مورد نیاز برای تطبیق سیاست‌ها      | ۲۷  |
| گام اول: شناخت برنامه‌ها و درس‌ها                  | ۳۲  |
| گام دوم: آگاهی از مشکلات                           | ۳۸  |
| گام سوم: کجا در جست‌وجوی درس باشیم؟                | ۴۸  |
| گام چهارم: شناخت کارکرد یک برنامه                  | ۵۷  |
| گام پنجم: تبدیل روایت‌ها به یک مدل                 | ۶۶  |
| گام ششم: اقتباس درس - پیرایش مدل                   | ۷۲  |
| گام هفتم: آیا می‌توان درس را پذیرفت؟               | ۷۷  |
| گام هشتم: آیا می‌توان درس را به کار گرفت؟          | ۸۴  |
| گام نهم: افزایش شانس موفقیت                        | ۹۴  |
| گام دهم: نگاه به آینده - ارزیابی نتایج             | ۱۰۵ |

|     |                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------|
| ۱۱۵ | فصل ۲ / خط مشی گذاری                                   |
| ۱۱۵ | مقدمه                                                  |
| ۱۱۷ | تعاریف و مفاهیم                                        |
| ۱۱۸ | انواع خط مشی                                           |
| ۱۲۰ | مدل های خط مشی گذاری عمومی                             |
| ۱۲۱ | مدل نهادی                                              |
| ۱۲۱ | مدل فرایندی                                            |
| ۱۲۳ | مدل عقلایی                                             |
| ۱۲۳ | مدل رضایت بخش                                          |
| ۱۲۳ | مدل جزئی - تدریجی                                      |
| ۱۲۵ | تعریف خط مشی گردشگری                                   |
| ۱۲۶ | هدف از خط مشی گذاری در گردشگری                         |
| ۱۲۷ | دلایل اهمیت خط مشی گردشگری                             |
| ۱۲۹ | موضوعات مورد بحث در خط مشی گذاری گردشگری               |
| ۱۲۹ | خط مشی ها و قوانینی که در خط مشی گردشگری اثر می گذارند |
| ۱۳۱ | نیروهای اثرگذار در خط مشی گردشگری                      |
| ۱۳۲ | مشخصه های خط مشی گردشگری                               |
| ۱۳۳ | گروه های ذی نفع و نقش آنها در خط مشی گذاری             |
| ۱۳۶ | اهمیت مشارکت حکومت ها در خط مشی گذاری گردشگری          |
| ۱۳۸ | نقش قدرت در خط مشی گذاری گردشگری                       |
| ۱۳۹ | مشارکت مردم در خط مشی گذاری گردشگری                    |
| ۱۴۱ | فرایند تدوین خط مشی گردشگری                            |
| ۱۴۴ | ارزیابی و نظارت بر خط مشی گذاری گردشگری                |
| ۱۴۶ | گام های ارزیابی خط مشی گردشگری                         |
| ۱۴۷ | ارائه الگوی توسعه پایدار گردشگری در ایران              |
| ۱۵۱ | نتیجه گیری                                             |
| ۱۵۲ | منابع                                                  |
| ۱۵۳ | فصل ۳ / تقسیم بندی کشورهای جهان                        |
| ۱۵۳ | ضوابط تقسیم بندی کشورها                                |

|     |                                     |
|-----|-------------------------------------|
| ۱۶۶ | مطالعه نظام گردشگری کشورها          |
| ۱۶۷ | تاریخچه مطالعات تطبیقی              |
| ۱۶۸ | روش‌های استاندارد در مطالعات تطبیقی |
| ۱۶۹ | روش‌های نو در مطالعات تطبیقی        |
| ۱۷۰ | منابع                               |

## بخش دوم / مطالعه سیاست‌های گردشگری دولت‌ها

|     |                     |
|-----|---------------------|
| ۱۷۷ | اتریش               |
| ۱۸۰ | اسپانیا             |
| ۱۹۱ | استرالیا            |
| ۲۰۳ | افریقای جنوبی       |
| ۲۱۶ | آلمان               |
| ۲۲۲ | اندونزی             |
| ۲۲۸ | انگلستان            |
| ۲۳۵ | ایالات متحده آمریکا |
| ۲۴۳ | برزیل               |
| ۲۵۲ | ترکیه               |
| ۲۵۸ | جمهوری خلق چین      |
| ۲۶۷ | روسیه               |
| ۲۷۲ | ژاپن                |
| ۲۷۸ | شیلی                |
| ۲۸۷ | فرانسه              |
| ۲۹۵ | کانادا              |
| ۳۰۴ | کره جنوبی           |
| ۳۱۵ | مصر                 |
| ۳۲۸ | مکزیک               |
| ۳۳۷ | هند                 |
| ۳۵۰ | یونان               |
| ۳۵۸ |                     |

|     |                                                        |
|-----|--------------------------------------------------------|
| ۳۶۵ | بخش سوم / مطالعه سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران |
| ۳۶۸ | جمهوری اسلامی ایران                                    |
| ۳۶۸ | گردشگری در اقتصاد                                      |
| ۳۶۹ | ساختار گردشگری                                         |
| ۳۷۹ | ۱. معاونت گردشگری                                      |
| ۳۸۱ | ۱-۱. دفتر توسعه گردشگری، بازاریابی و تبلیغات           |
| ۳۸۲ | ۱-۱-۱. اداره گردشگری داخلی                             |
| ۳۸۳ | ۱-۱-۲. گروه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری خارجی          |
| ۳۸۳ | ۱-۱-۲-۱. اداره تورهای ورودی                            |
| ۳۸۶ | ۱-۱-۲-۲. اداره تورهای خروجی                            |
| ۳۸۷ | ۱-۱-۲-۳. کمیته آمار                                    |
| ۳۸۸ | ۱-۱-۳. گروه بازاریابی و تبلیغات                        |
| ۳۸۸ | ۱-۱-۳-۱. گروه بررسی و توسعه بازاریابی                  |
| ۳۹۲ | ۱-۱-۳-۲. گروه تبلیغات و اطلاع‌رسانی                    |
| ۳۹۲ | ۱-۱-۳-۳. گروه خانه‌های جهان‌گردی                       |
| ۳۹۲ | ۱-۲. دفتر امور مراکز، خدمات گردشگری و استانداردسازی    |
| ۳۹۳ | ۱-۳. ستاد دائمی تسهیلات سفرهای کشور                    |
| ۳۹۳ | ۲. معاونت سرمایه‌گذاری و تأمین منابع                   |
| ۳۹۴ | ۲-۱. دفترهای معاونت سرمایه‌گذاری و تأمین منابع         |
| ۳۹۴ | ۲-۱-۱. دفتر طرح‌های توسعه و تسهیلات                    |
| ۳۹۶ | ۲-۱-۲. دفتر امور مناطق نمونه گردشگری                   |
| ۴۰۰ | ۳. اداره کل کمیته ملی طبیعت‌گردی                       |
| ۴۰۲ | ۴. کانون ملی هماهنگی گردشگری کشور                      |
| ۴۰۵ | بودجه گردشگری                                          |
| ۴۰۷ | سیاست‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری                 |
| ۴۲۲ | نمایه آماری                                            |
| ۴۲۵ | منابع                                                  |

## گزیده‌ای از بیانات مقام معظم رهبری در خصوص گردشگری

### ایراد شده در جمع مسئولان استان فارس مورخ ۱۳۸۷/۲/۱۸

یکی از چیزهایی که در این استان مورد توجه است، و جا دارد که بیشتر مورد توجه قرار بگیرد، مسئله گردشگری است. اینجا به خاطر وجود حرم مطهر حضرت احمد بن موسی (علیه و علی ابیه و اخیه السلام) جنبه مضاعف گردشگری دارد. اینجا مزار است، زیارتگاه است. جاذبه‌های گردشگری در اینجا خیلی زیاد است. من تصورم این است که اگر مسئولین کشور و مسئولین استان بتوانند از همین مسئله گردشگری به شکل درست، با تبلیغات صحیح و با جهت‌گیری صحیح استفاده کنند، درآمد آن، استان را از همه معونه‌های دیگر بی‌نیاز می‌کند. مسئله گردشگری خیلی مهم است.

من همین‌جا اشاره بکنم به این بناهای باستانی مربوط به قبل از اسلام، تخت جمشید و بقیه آثاری که در این استان هست. انسان از دو نظر ممکن است به این مراکز باستانی نگاه کند؛ این‌ها را باید از هم تفکیک کرد. یک نگاه این است که این‌ها متعلق به جباران تاریخ بوده. هر کدامی که نگاه می‌کنیم، به یک نحوی به یکی از جباران تاریخ و طاغوت‌های بشری ارتباط پیدا می‌کند. بله، از این جهت نگاه منفی به این‌ها هست. غالب متدینین و انسان‌هایی که نفرت طبیعی از استبداد و از جباریت دارند، با این دید وقتی به این بناهای باستانی نگاه می‌کنند، طبعاً برای آن‌ها جاذبه‌ای ندارد. لیکن یک جنبه دیگر هم وجود دارد و آن این است که این بناها محصول سرپنجه هنرمند ایرانی است، محصول فکر راقی و روشن‌بین ایرانی است در سال‌ها و قرن‌ها پیش از این. این جنبه مثبت قضیه است. همه بناهایی که از لحاظ تاریخی - چه در اینجا، چه در اصفهان، چه در بقیه نقاط کشور - وجود دارد، از این قبیل است. درست است که جباران استفاده کردند، اما خالق و آفریننده این مجموعه‌ها کیست؟ ذهن ایرانی است،

سرانگشت هنرمند ایرانی است، روحیه بلندنظر ایرانی است، ابتکار و ذوق ایرانی است، این برای یک ملت افتخار است. با این دید وقتی نگاه بکنیم، مثبت است، چه تخت جمشید، چه بقیه مناطق دیگر. این‌ها را نشان بدهید.

**روی مسئله گردشگری حتماً بایستی کار شود.** هم در زمینه مزارات، که بهترینش را شما در این جا دارید، هم به وسیله مفاخر ادبی و هنری ما که شما عالی‌ترینش - یعنی حافظ و سعدی - را این جا دارید، هم در زمینه آنچه که در گذشته تاریخ وجود داشته است.

### ایراد شده در جمع مسئولان استان خراسان شمالی مورخ ۱۳۹۱/۷/۲۵

... مسئله دیگری که در گزارش‌هایی که قبل از سفر به دستم رسید و با دقت مطالعه کردم و توجه بنده را جلب کرد، بعد هم دیدم در اظهارات مسئولین و دوستان و نخبگان استان هم تکرار می‌شود. مسئله گردشگری در این استان است. جاذبه‌های گردشگری در این استان زیاد است؛ هم جاذبه‌های طبیعی، هم جاذبه‌های تاریخی، هم منطقه زیبا و طبیعت زیبای این جا. آن طور که به من گزارش کردند، قلعه‌ای که نزدیک اسفراین است، شبیه بنای معروف ارگ بم است که از خارج برای بازدید آن می‌آمدند. چرا این جا کسی نمی‌آید؟ چرا معرفی نشده؟ چرا نمی‌شناسند؟ در حالی که این جا در دسترس‌تر است. این جا شما از این مسیر، در هر سال میلیون‌ها عبورکننده دارید - حالا آمارها مختلف است؛ بعضی می‌گویند بیست میلیون، بعضی می‌گویند پانزده میلیون - که زائرین مشهد از این جا عبور می‌کنند. خوب، اگر چنانچه وسایلی فراهم شود، نه همه این جمعیت، بلکه بخشی از آن، یک روز در این استان توقف کنند، ببینید چه تأثیر عظیمی در وضعیت استان خواهد گذاشت. این طور نیست که شما بخواهید مسافر و گردشگر را از مرکز شهر یا از گوشه و کنار کشور بکشانید به یک نقطه دور دست. اینجا دور دست نیست؛ این جا در معرض عبور و مرور کاروان‌های زیارتی است. یک روز، یک شبانه‌روز، نه همه این مسافرین، بعضی از این‌ها، در این شهر بمانند و بروند از مراکز طبیعی این جا، از همین مراکز تاریخی این جا بازدید کنند. شما ببینید چه تحولی در کسب و کار و زندگی این منطقه به وجود خواهد آمد. بنابراین، این هم یک اولویت است.

### اهمیت گردشگری

گردشگری موفق و پایدار در کشورهای در حال توسعه نقطه مرکزی اتکای توسعه اقتصادی است، برای کشور ارز آور است و به ویژه برای نادرها و مناطق فقیر درآمد و اشتغال ایجاد می کند، در کاهش ناداری و درهم شکستن نابرابری ها نقشی مؤثر دارد، بزرگ ترین صنعت و کارفرمای جهان است - به استناد آمار سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، این صنعت حدود ۲۲۰ میلیون نفر را در سراسر جهان مشغول به کار کرده، از هر ده شغل ایجاد شده در جهان یک شغل مربوط به گردشگری است - برای ۸۳ درصد کشورهای در حال توسعه، گردشگری مهم ترین صادرات و مهم ترین منبع درآمد ارز خارجی است. بخش گردشگری ۹/۶ درصد GDP جهانی را تولید می کند و سومین تجارت خدمات در جهان به شمار می رود. گردشگری بخشی رو به رشد است و آینده نگری ها نشان از توسعه آتی آن در آینده دارد.

با همه این ها، گردشگری بخش فصلی و آسیب پذیر اقتصاد است. تقاضای خدمات گردشگری نه تنها به رفتار غیرمنتظره اقتصاد جهانی بستگی دارد، بلکه به شدت به رویدادهای پیش بینی نشده سیاسی و خطرات سلامتی واکنش نشان می دهد. در سال های اخیر، بسیاری از مقصدهای گردشگری در کشورهای در حال توسعه تبدیل به هدف حمله های تروریستی شده اند. علاوه بر این ها، گردشگری متکی به منابع طبیعی و فرهنگی حساس است. این منابع بر اثر تلاش های نادرست برای توسعه، به سرعت تخریب شده، موجد مسائل اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی خواهند شد. وابستگی یک سویه به گردشگری، استفاده بی رویه از منابع (آب، خاک، هوا، اقلیم، تنوع زیستی، منظر)، از دست دادن هویت/ تفاوت فرهنگی، درگیری ناخوشایند جوامع محلی، افزایش رنجش و

تنفر، افزایش جرم و جنایت، بیش‌اشباعی و از دست دادن کیفیت خدمات در مناطق مقصد از تبعات توسعهٔ بد برنامه‌ریزی شده است.

## شکل‌گیری این کتاب

یک راه برای مواجهه با این تهدیدها و دستیابی به توسعهٔ پایدار گردشگری، استفاده از تجارب دیگر کشورهاست، اما درنظر گرفتن مجموعه ملاحظات و ظرایف مرتبط با موضوع، نشان از لزوم دقت در به کارگیری این تجارب دارد. درایت ستودنی تنظیم‌کنندگان برنامهٔ درسی رشته، برای گنجاینیدن درس مطالعات تطبیقی سیاست‌های گردشگری دولت‌ها نیز به جهت نبود منبع درسی مناسبی که هدف‌های پیش‌بینی شده را پوشش دهد، ناکام مانده بود.

برای پاسخ به این نیاز، با بهره‌گیری از همکاری‌های صمیمانه و تلاش بیش از حد انتظار خانم فاطمه شکاری جست‌وجوی گسترده‌ای در منابع و پژوهش‌های مرتبط انجام شد؛ متون دست اول (رساله‌ها، پایان‌نامه‌ها، نشریات دولتی و...)، متون دست دوم (کتاب‌ها، فصلنامه‌ها و...) علاوه بر متون دست سوم (موتورهای جست‌وجو، پایگاه داده‌ها، تارنماهای موجه علمی و...) برای این منظور بررسی شدند؛ و با توجه به مستندات اسناد بالادستی (سند چشم‌انداز، برنامهٔ ملی توسعهٔ گردشگری و برنامهٔ پنجم توسعهٔ کشور) پیش‌نویس کتاب آماده شد. حضور آقای شالبافیان سبب شد محتوای کتاب به گونه‌ای تکامل یابد که علاوه بر دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد، کتاب حاضر برای همهٔ دست‌اندرکاران بخش گردشگری نیز شایان استفاده باشد.

## دربارهٔ محتوای مطالب کتاب

همچنان که ملاحظه خواهید کرد، کتاب از سه بخش مستقل و مکمل تشکیل شده است. در بخش اول (شامل سه فصل) اصول و قواعد مطالعهٔ تطبیقی و خط‌مشی‌گذاری گردشگری بررسی شده‌اند و شرحی از تقسیم‌بندی کشورها ارائه شده است. بخش دوم کتاب به بررسی سیاست‌های گردشگری کشورهای منتخب می‌پردازد. در مورد هر کشور ابتدا در قالب جدولی، برخی شاخص‌های مؤثر در تدوین سیاست‌های

گردشگری و سپس سیاست‌های گردشگری آن کشور بررسی می‌شود. در این خصوص لازم است به چند نکته اشاره شود:

♦ منبع اصلی تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های کشورهای کتاب منتشر شده از سوی سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۱</sup> با عنوان OECD Tourism Trends and Policies 2010 بوده و در برخی موارد با مراجعه به تارنمای سازمان گردشگری کشور مربوط، در پاورقی توضیحات تکمیلی آورده شده است.

♦ در خصوص ترکیب کشورهایی که سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری آن‌ها برای بررسی انتخاب شده‌اند تلاش شد ترکیب کشورهای انتخاب شده به گونه‌ای باشد که بتواند خواننده را توانمند از تجارب مقصدهای پیشرو و سابقه‌دار<sup>۲</sup> و مقصدهای در حال ظهور<sup>۳</sup> آگاه کند. در عین حال، برخی شاخص‌های کلان، نظیر موقعیت جغرافیایی کشورها، نیز مورد توجه بوده است. به منظور جلوگیری از تطویل این مجموعه و نیز به دلیل شباهت ماهیتی سیاست‌های گردشگری برخی از کشورها با یکدیگر، همانند آن‌ها آوردن تجارب برخی از کشورها صرف نظر شده است.

در موارد بسیاری سعی شده است تا کلیدواژه محل بحث زیرنویس شود تا اگر فهم مترجمان صحیح نبوده، خوانندگان عزیز دچار اشتباه نشوند.

♦ به نظر می‌رسد علت این که برخی مطالعات تطبیقی انجام شده درباره سیاست‌های گردشگری کشورها ناکارآمد است و بهره‌مندی از تجارب دیگران عملاً میسر نیست، غفلت از این مهم است که پیش‌نیاز فهم و بهره‌گیری از سیاست‌های دیگر کشورها آگاهی از بافت و زمینه‌ای است که صنعت گردشگری هر کشور در آن قرار دارد. در واقع ناآگاهی از چنین بافت و زمینه‌ای دو خطر به همراه دارد: نخست این که این ناآگاهی ممکن است زمینه ایجاد نگاهی خوش‌بینانه را فراهم کند؛ به نحوی که الزاماً هر سیاست و برنامه‌ای که برای یک کشور موفقیت به همراه داشته است برای دیگران نیز نتایج خوبی به

1. Organization of Economic Cooperation and Development
2. Traditional Destinations
3. Emerging Destinations
4. Context

همراه خواهد داشت و باید از آن بهره جست. غافل از آن که به تبع تفاوت بافت یا زمینه هر کشور، اجرای سیاست مذکور الزاماً سودمند نخواهد بود. دوم، این ناآگاهی ممکن است زمینه پیدایش نگاهی بدبینانه را فراهم آورد؛ زیرا ناموفق بودن یک سیاست یا برنامه در یک کشور، سودمندی آن سیاست و برنامه را در دیگر شرایط نیز زیر سؤال می‌برد و از اصل نفی می‌کند. لذا توجه به شرایط زمینه‌ای در حقیقت پیش‌نیاز فهم صحیح سیاست‌ها و برنامه‌ها تلقی می‌شود و مانع از تعمیم نابه‌جای تجارب موفق و یا ناموفق دیگران خواهد شد.

این بافت با زمینه از شاخص‌های کلان یک کشور تشکیل شده است که صنایع در زمینه آن‌ها به فعالیت می‌پردازند. جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های صنایع با توجه به چگونگی این شاخص‌ها تنظیم می‌شود. صنعت گردشگری هم مانند دیگر صنایع، متأثر از شاخص‌های کلان کشور است. بنابراین، سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری باید در هماهنگی، همسویی و انطباق با این شاخص‌ها تنظیم شوند. در این صورت، فهم صحیح سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری کشورها، مستلزم آگاهی از شاخص‌هایی است که در هنگام تدوین سیاست‌ها و برنامه‌ها مورد توجه بوده است.

♦ درخصوص فرایند تهیه جدول‌های ابتدایی، که زمان زیادی صرف تهیه آن‌ها شد، نیز باید ذکر شود که ابتدا انبوه شاخص‌های مختلف یک کشور تهیه شدند.<sup>۱</sup> سپس طی چند مرحله بررسی و کاهش شاخص‌هایی که به نظر می‌رسید ارتباط بیشتر و نزدیک‌تری با گردشگری دارند انتخاب شدند؛ برای مثال بودجه کشور در این جدول‌ها آورده شد تا خواننده بتواند ضمن بررسی بودجه گردشگری یک کشور، از میزان توجه دولت به بخش گردشگری و میزان استفاده این بخش از بودجه دولتی تصویر مناسبی به دست آورد. همچنین می‌توان به لزوم دانستن موقعیت جغرافیایی و همسایگان یک کشور در تحلیل بازارهای اصلی گردشگری یا اقلیم آن، که مشخصاً در سیاست‌های گردشگری کشور اثرگذارند، اشاره کرد.

♦ اگرچه در مرحله جمع‌آوری اطلاعات سعی شد تا از آخرین اطلاعات موجود

۱. منبع اصلی تهیه شاخص‌های جدول هر کشور World Fact Book بوده است.

برای هر شاخص استفاده شود، اما عموم این شاخص‌ها در کوتاه‌مدت تغییر مهمی که در سیاست‌های گردشگری تأثیر اساسی بگذارند، نخواهند داشت؛ برای مثال می‌توان به شاخص‌هایی نظیر مساحت، موقعیت و ناهمواری اشاره کرد که طی زمان تغییر نمی‌یابند یا برخی دیگر نظیر ساختار سنی، نرخ رشد جمعیت، ترکیب تولید ناخالص داخلی که در بازه‌های بلندمدت تغییر می‌یابند. همچنین تغییر برخی دیگر از شاخص‌ها نظیر سرانه تولید ناخالص داخلی، درصد بیکاری، میزان نفوذ اینترنت، در کوتاه‌مدت، چندان چشمگیر نخواهد بود.

♦ در مورد هر کشور در وهله نخست شاخص‌های کلان جغرافیایی، سیاسی، جمعیت‌شناختی، اقتصادی، ارتباطات و حمل‌ونقل آورده شده و سپس سیاست‌ها و برنامه‌های آن کشور بررسی شده‌اند.

بخش سوم کتاب، که به بررسی سیاست‌های گردشگری در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد، ساختاری مشابه بخش دوم دارد به این معنا که ابتدا شاخص‌های مؤثر در تدوین سیاست‌های گردشگری در قالب جدول آورده شده، سپس گردشگری در اقتصاد، ساختار گردشگری، بودجه گردشگری، سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری و نهایتاً نمای آماری گردشگری در ایران آورده شده است.

مخاطبان کتاب حاضر از حیث هدف استفاده متنوع‌اند. این کتاب از سویی می‌تواند برای پاسخ‌گوی نیاز آموزشی دانشجویان باشد و از سوی دیگر می‌تواند راهنمای عملی برای فعالان بخش خصوصی و نهادهای حاکمیتی در امر گردشگری محسوب شود. با وجود این، پیش‌نیاز استفاده حداکثری از این کتاب برای مخاطبان فوق و همچنین عامل بازدارنده از ساده‌انگاری‌های ناصواب، تسلط به مفاهیم پایه مدیریتی (خصوصاً مبانی سازمان و مدیریت و مدیریت بازاریابی)، اقتصادی (خصوصاً اقتصاد خرد و اقتصاد کلان) برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و نیز آشنایی با نهادهای ذی‌نفع و قوانین و مقررات بخش گردشگری در ایران است.

همکاری‌های صمیمانه آقای سیدمهدی سیدعبداللهی و خانم ندا زرنبدیان (دانشجویان دانشگاه سمنان)، که در آماده‌سازی جدول‌های کشورها و بازخوانی مطالب کمک‌های ارزنده‌ای کردند، موجب تشکر و تقدیر است.

تلاش بسیار شد تا کتابی خالی از اشتباه تقدیم حضور اندیشمندان ارجمند شود، اما تحصیل این هدف نیازمند ارشادات و راهنمایی‌های ارزشمند شماست تا در آینده لغزش‌ها، کوتاهی‌ها و اشتباه‌های آن اصلاح شوند. امید بسیار داریم که از کوتاهی‌های ما درگذرید و با اظهارنظرهای خود هدایتمان کنید.

و السلام علی من اتبع الهدی

دکتر حمید ضرغام بروجنی، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

علی اصغر شالبافیان، عضو هیئت علمی دانشگاه سمنان

ashalbafian@semnan.ac.ir

اسفند ۱۳۹۱