

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

برنامه ریزی توسعه گردشگری "رویکرد راهبردی"

مولفین

دکتر محمد حسین ایمانی خوشخو

سید علی حسینی

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۴

سرشناسه	ایمانی خوشخو، محمد حسین، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	برنامه‌ریزی توسعه گردشگری: رویکرد راهبردی/ مولفین محمد حسین ایمانی خوشخو، سعید داغستانی
مشخصات نشر	تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۲۹۲ص: مصور(رنگی)، جدول، نقشه (رنگی)، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۷۰۱-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیا
یادداشت	کتابنامه.
موضوع	گردشگری
موضوع	گردشگری - برنامه‌ریزی
موضوع	برنامه‌ریزی راهبردی
موضوع	گردشگری - ایران - برنامه‌ریزی
شماره زوده	داغستانی، سعید، ۱۳۵۹ -
شماره افزوده	سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی
رده ی کنگره	۱۳۹۳ الف ۹/G155/آ1
رده‌بندی دیوید	۳۳۸-۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	۳۷۴۷۱

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری "ویکرد راهبردی"

مولفین: دکتر محمد حسن ایمانی خوشخو - سعید داغستانی

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

چاپ اول - ۱۳۹۳

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۷۰۱-۷

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



سازمان انتشارات

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

مرکز پخش:

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

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.isba.ir پست الکترونیکی: info@isba.ir فروشگاه اینترنتی: www.Jdbook.ir

فهرست

صفحه	عنوان
۱۵	پیشگفتار
۲۱	بخش نخست: برنامه‌ریزی توسعه: تعاریف و نظریه‌ها
۲۳	فصل اول: مفاهیم - ابعاد
۲۳	مقدمه
۲۴	مباحث نظری
۲۴	روندهای گردشگری در جهان
۲۷	برنامه‌ریزی، توسعه و گردشگری
۳۱	اهمیت و ضرورت برنامه‌ریزی
۳۳	اجزای برنامه‌ریزی
۴۴	ماهیت محصول گردشگری
۴۷	تفاوت سیاستگذاری، برنامه‌ریزی راهبردی و عملیاتی
۴۹	فصل دوم: نظریه‌ها
۴۹	الگوواره‌ها و مکاتب برنامه‌ریزی توسعه
۵۰	الگوواره‌های برنامه‌ریزی توسعه
۵۰	۱. مدرنیسم
۵۱	۲. پست مدرنیسم (پسانوگرایی)
۵۳	۳. جهانی شدن
۵۵	مکاتب برنامه‌ریزی توسعه
۵۵	۱- مکتب خردگرایی
۵۵	برنامه‌ریزی گردشگری مبتنی بر توسعه اقتصادی
۵۶	برنامه‌ریزی متمرکز گردشگری
۵۶	برنامه‌ریزی جامع

۵۸	برنامه ریزی کالبدی - فضایی در جهانگردی
۶۰	۲- مکتب سیستمی
۶۳	برنامه ریزی ساختاری
۶۳	آمایش گردشگری
۶۴	برنامه ریزی راهبردی
۶۷	برنامه ریزی راهبردی - ساختاری و عملیاتی
۶۸	۳- مکتب مشارکتی
۶۸	برنامه ریزی پایدار
۷۰	برنامه ریزی فرآیندی
۷۱	نامه ریزی دموکراتیک
۷۱	برنامه ریزی گام به گام (خرد - خرد)
۷۲	سازار نظامی : برنامه ریزی گردشگری
۷۴	الف) نظامی : برنامه ریزی توسعه محور
۷۴	۱- برنامه ریزی توسعه بر اساس میزان مشارکت پذیری
۷۵	۲- برنامه ریزی توسعه گردشگری بر اساس افق برنامه ها
۷۶	۳- برنامه ریزی توسعه گردشگری مبتنی بر سطح (مکان)
۷۹	۴- برنامه ریزی توسعه گردشگری : نظر حد تفصیل
۸۶	۵- برنامه ریزی از بالا به پایین و العکس
۸۶	ب) برنامه ریزی بخشی و میان بخشی
۸۶	ج) برنامه ریزی اجتماعی - فرهنگی
۸۷	د) برنامه ریزی اقتصادی
۸۸	سوالات بخش اول
۸۸	الف) سوالات چهارگزینه ای
۹۳	ب) پرسش و پاسخ
۹۳	ج) تحقیق کنید
۹۵	بخش دوم: برنامه ریزی راهبردی گردشگری
۹۷	فصل سوم: مقدمه ای بر برنامه ریزی راهبردی
۹۷	برنامه ریزی راهبردی چیست؟
۹۸	سطوح برنامه ریزی راهبردی

دیدگاه‌های بنیادی در خصوص عوامل تعیین کننده استراتژی.....	۱۰۱
فصل چهارم: فرآیندهای تدوین راهبردها.....	۱۰۵
۱- شناخت و تحلیل.....	۱۰۷
۱-۱- شناخت و تحلیل ویژگی‌های پایه محیطی.....	۱۰۷
۲-۱- بررسی و تحلیلهای اقتصادی.....	۱۱۵
۳-۱- بررسی و تحلیلهای اجتماعی - فرهنگی.....	۱۱۹
۴-۱- بررسی طرح‌های فرادست.....	۱۲۲
۵-۱- بررسی عوامل دولتی، قانونی و سیاسی.....	۱۲۵
۶-۱- عوامل تکنولوژیکی (فن آوری).....	۱۲۶
۷-۱- بررسی زیر ساختها.....	۱۲۷
۸-۱- بازار و قبا.....	۱۲۷
۹-۱- تسهیلات و خدمات گردشگری.....	۱۲۹
۱۰-۱- بررسی منابع جاذبه‌ها.....	۱۳۱
۱۱-۱- تجزیه و تحلیل.....	۱۳۳
۲- تدوین راهبردها.....	۱۳۵
مرحله صفر (شروع).....	۱۳۶
گام اول: شناسایی ماموریتها و اهداف.....	۱۳۶
گام دوم: تعیین چشم انداز.....	۱۴۱
مرحله ورود.....	۱۴۳
گام سوم: شناسایی فرصتها و تهدیدات خارجی.....	۱۴۳
گام چهارم: شناسایی قوتها و ضعفهای داخلی.....	۱۴۷
گام پنجم: تعیین اهداف.....	۱۵۱
مرحله مقایسه.....	۱۵۴
گام ششم: تشکیل ماتریسهای مقایسه.....	۱۵۴
۱- ماتریس تهدیدها، فرصتها، نقاط قوت و ضعف (SWOT).....	۱۵۴
۲- ماتریس داخلی و خارجی (IE).....	۱۵۹
مرحله تصمیم گیری.....	۱۶۱
گام هفتم: تصمیم گیری.....	۱۶۱
۳- تدوین برنامه‌های عملیاتی.....	۱۶۶

۱۷۴	تدوین بودجه‌های توسعه
۱۷۴	پروفايل کلی پروژه‌ها
۱۷۵	ارزیابی زیست محیطی
۱۷۶	کنترل و ارزیابی
۱۸۰	سوالات بخش دوم
۱۸۰	الف) سوالات چهارگزینه‌ای
۱۸۴	ب) پرسش و پاسخ
۱۸۵	ج) تحقیق کنید
۱۹۱	بخش سوم: پیوست‌ها
	پیوست ۱: مروری بر سیر تحول طرح‌های توسعه و عمران در سطوح ملی و منطقه‌ای
۱۹۳	روندهای توسعه‌ای در ایران
۱۹۵	تاریخچه برنامه‌ریزی گردشگری در ایران
۱۹۷	الف- برنامه‌های توسعه گردشگری قبل از انقلاب اسلامی
۱۹۷	الف-۱- برنامه‌های توسعه گردشگری در برنامه اول و دوم توسعه کشور
۱۹۷	الف-۲- برنامه‌های توسعه گردشگری در برنامه سوم
۱۹۸	الف-۳- برنامه‌های توسعه جهانگردی در برنامه چهارم
۱۹۸	الف-۴- برنامه‌های توسعه جهانگردی در برنامه پنجم
۲۰۰	ب- برنامه‌های توسعه گردشگری بعد از انقلاب اسلامی
۲۰۰	ب-۱- برنامه‌های توسعه جهانگردی در برنامه اول
۲۰۳	ب-۲- برنامه‌های توسعه جهانگردی در برنامه دوم
۲۰۴	ب-۳- برنامه‌های توسعه گردشگری در برنامه سوم توسعه
۲۰۵	ب-۴- برنامه‌های توسعه گردشگری در برنامه توسعه چهارم
۲۰۷	ب-۵- برنامه‌های توسعه گردشگری در برنامه پنجم توسعه
۲۱۰	مروری بر رویدادهای اثرگذار بر برنامه‌ریزی گردشگری در جهان
۲۱۳	پیوست دو: برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری استان اصفهان
۲۱۴	مراحل برنامه‌ریزی راهبردی
۲۱۴	مرحله صفر (شروع)
۲۱۴	تدوین چشم انداز گردشگری استان اصفهان

۲۱۴	بیانیه مأموریت بخش گردشگری استان اصفهان
۲۱۵	تبیین اهداف
۲۱۶	مرحله ورودی
۲۲۱	ماتریس ارزیابی عوامل خارجی بخش گردشگری استان اصفهان (EFE)
۲۲۴	ارزیابی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌های) بخش گردشگری استان اصفهان
۲۳۰	جدول ۳۵: بررسی عوامل مالی (با ضریب اهمیت ۰.۱۵)
۲۳۰	ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بخش گردشگری استان اصفهان (IFE)
۲۳۳	مرحله مقایسه
۲۳۳	تشکیل ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف (SWOT)
۲۳۶	تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (IE)
۲۳۸	مرحله تصمیم‌گیری
۲۳۹	ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM)
۲۵۲	استراتژی‌های بخش گردشگری استان اصفهان
۲۵۳	۱- استراتژی‌های بازاریابی و فعالیتهای گردشگری
۲۵۷	۲- استراتژی‌های پیمانکاری و خدمات گردشگری
۲۶۸	۶- استراتژی‌های نیروی انسانی
۲۷۵	پیوست سه: شرح خدمات مطالعات راهبردی توسعه گردشگری
۲۷۵	الف: نمونه شرح خدمات (۱): مطالعات راهبردی توسعه گردشگری استان
۲۷۷	ب: نمونه شرح خدمات (۲): طرح راهبردی توسعه گردشگری شهری
۲۷۷	الف- مروری بر راهبردها، طرح‌ها و برنامه‌های موجود
۲۷۷	الف - ۱- بررسی طرح‌ها و برنامه‌های موجود شهر
۲۷۷	الف - ۲- ارزیابی و تحلیل طرح‌ها
۲۷۷	ب- مشارکت و مشورت با دست‌اندرکاران و گروه‌های ذی‌نفع
۲۷۷	ب - ۱- تدوین برنامه مشارکت دست‌اندرکاران شامل:
۲۷۷	ب - ۲- تسهیل مشارکت از طریق برگزاری کارگاه‌ها
۲۷۸	ج- مطالعات موضوعی
۲۷۸	ج - ۱- مطالعه الگوی فضایی فعالیتهای اقتصادی
۲۷۸	د- تدوین چشمانداز گردشگری در شهر
۲۷۹	ه- زمینه استراتژی‌های توسعه سفر و گردشگری

و- تهیه و تدوین برنامه اجرایی توسعه گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی

۲۷۹.....

ز- مشخص کردن فرایند اجرا و نظارت بر آن.....

۲۷۹.....

ح- آموزش و ظرفیت‌سازی.....

منابع و مآخذ.....

۲۸۱..... الف) فارسی

۲۸۷..... ب) لاتین

www.ketab.ir

پیشگفتار

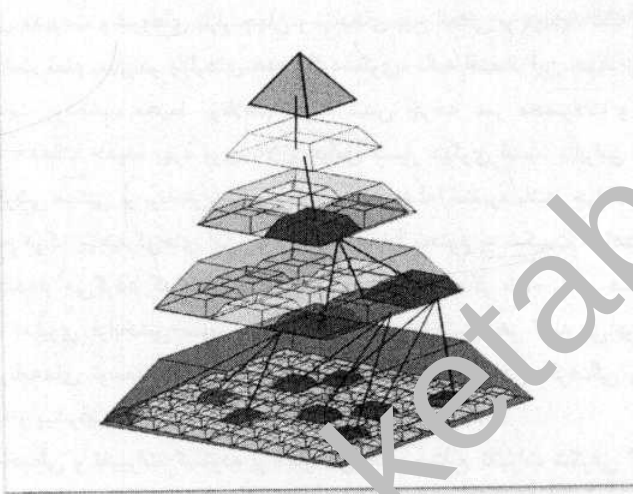
توسعه گردشگری فرآیندی پیچیده و متأثر از عوامل متعددی همچون، جهانی و منطقه‌ای شدن، برتری مدیریت و نیروهای بازار جهان و نهادهای بین‌المللی بر دولتها، تکیه بر سرمایه‌های اجتماعی، رقابت تمام عیار در بازارهای هدف گردشگری، تکیه اقتصاد این حوزه بر پایه دانش و اطلاعات، رقابت پرشتاب، محیط پرتلاطم، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و خدمات، آرایه محصولات و خدمات جدید، بهره‌وری بالا و عوامل بسیار دیگری است. بنابراین نگاه به توسعه می‌بایست نگرشی مبتنی بر برنامه‌ریزی غیر خطی چند عامله/متغیره باشد. چرا که هر گونه ساده انگاری و عدم درک پدیدارهای این موضوع، توسعه را محتوم به شکست خواهد نمود. موضوع هنگامی پیچیده‌تر می‌گردد که قصد تبیین و تشریح مفاهیم ذکر شده را در صنعتی نوپا، بین بخشی و به تعبیری فرابخشی - صنعت گردشگری - داشته باشیم. هر گونه بی‌برنامگی و عقب ماندگی از برنامه‌های توسعه، ناشی از شکلات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و سست کردن جریان توسعه و پیشرفت مقاصد گردشگری است که همراه نخواهد داشت.

پویایی محیطی و تغییرات گسترده اکثر حوزه‌ها و صنایع تأثیرات شگرفی گذاشته است و گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نبوده. به بیان دیگر، این صنعتی است که صنایع امروزی دامنای خود را با رویدادهایی تغییر شکل یافته در درون و بیرون محیط کسب و کار می‌یابند و می‌بایست براساس آنها خود را تغییر دهند و با آن وفق یابند. مفهومی که آن را به نام "بقا" می‌شناسیم. بدین صورت حضور و عدم حضور یک کشور، مقصد، شهر و یا یک سازمان در دنیای پویا و دینامیکی مانند گردشگری و هتلداری نیازمند شیوه‌هایی است که در نهایت توسعه و پیشرفت را تضمین نماید و ضمن ایجاد شناختی صحیح از محیط پیرامونی، انعطاف قابل قبولی به فعالیتها و تصمیمات بداند. همچنین این موضوع منجر به ساماندهی رابطه بین دو سطح فعالیت‌های داخلی و خارجی - داخلی و خارجی - برای یک کشور - خواهد شد.

برنامه‌ریزی برای توسعه (به‌خصوص برای سفر و گردشگری) از ظرافتهای عجیب و گاه پیچیده‌ای برخوردار است. آنچنان‌که تار و پود گردشگری به اجتماع، فرهنگ، اقتصاد، سیاست و... تنیده شده است که تغییر در هر یک از آنها می‌تواند اثر مستقیمی بر گردشگری داشته باشد. البته این موضوع تحقیق در این رابطه را مشکل می‌سازد.

شاید راه حل این نکته در تغییر نگرش نهفته باشد. به نظر می‌رسد بایستی نگاه‌ها از تفکر دو بعدی و به اصطلاح ماتریسی به نگرش شبکه‌ای و چند بعدی تغییر یابد. بخشی نگری آفت توسعه به شمار می‌رود، امری که هم اکنون گرفتار آن شده‌ایم.

شکل ۱: تفکر شبکه‌ای



نظامهای برنامه‌ریزی توسعه گردشگری متأثر و متأثرکننده تغییرات شگرف دنیای امروز اشکال مختلفی به خود دیده است. هر چند به واسطه دنباله در پس گسترش این موضوع در بستر زمان نمی‌توان تفکیک مناسبی بین این تغییرات قائل بود اما این تغییرات نگرش‌ها را می‌توان به سه دسته کلان تقسیم‌بندی نمود. خردگرایی^۱ در برنامه‌ریزی، نگرش بایستی^۲ و برنامه‌ریزی مشارکتی. نوشتار پیش رو متعلق به موج دوم برنامه‌ریزی، که آن را به نام مکتب سیستمی می‌شناسیم، است. یکی از روشهای نیل به اهداف توسعه مبتنی بر نگرشهای سیستمی، برنامه ریزی راهبردی است که اگر بدرستی تهیه و اجرا شود منافع متعددی- مانند بهره‌مندی از فواید اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، تکنولوژیک، زیست‌محیطی و غیره- را برای مجریانش به همراه خواهد داشت.

در واقع در فرآیند برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، می‌توان از شیوه‌های کل‌نگر برای دستیابی به منافع متعدد این بخش بهره برد و از طریق آن حدود و زمینه‌های مداخله دولت را در این صنعت تعیین نمود. بطوری که حدود، اختیارات و عملکرد- اثربخشی و کارایی- بخش خصوصی نیز در

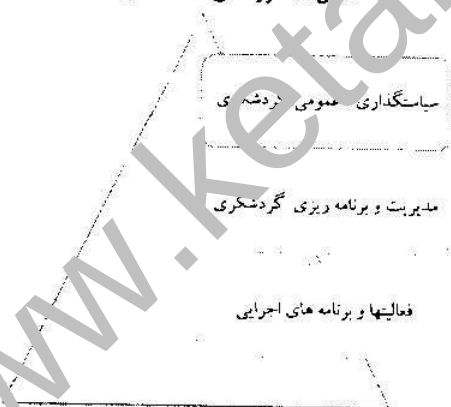
1. Rationalism
2. System Theory

محدوده‌های غیرعقلایی به اسارت گرفتار نشود. بدین معنی که درست است که برنامه‌ریزی در ابتدا ماهیتی دولتی دارد اما می‌توان از طرق مختلفی بخش خصوصی را نیز در این زمینه‌ها فعال نمود. پس از تدوین سیاستهای کلان گردشگری که مفهوم آن در مباحث سیاستگذاری جهانگردی مطرح می‌گردد، اکنون در مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه، نیاز به اهداف و راهبردهایی است که منجر به خلق طرح‌های اجرایی مبتنی بر واقعیت شود.

با توجه به اینکه برنامه ریزی گردشگری در ابتدای مسیر حرکت خود می‌باشد، حوزه‌های مختلف فعالیت، تعاریف مفاهیم اساسی و ضروری توسعه و الزامات آن، هنوز شکل و انسجام لازم را نیافته است. لذا ضرورت دارد در ابتدای امر به چند نکته اساسی اشاره گردد:

۱. به منظور تفکیک حوزه‌های مختلف از یکدیگر، شکل زیر در سراسر نوشتار پیش رو ملاک عمل قرار خواهد گرفت. بدین وسیله حوزه‌های سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و اجرا را از یکدیگر تفکیک می‌نماییم.

شکل ۲: حوزه‌های مختلف توسعه



سیاستگذاری عمومی گردشگری مبتنی بر ایدئولوژی‌ها، ارزشها و هنجارها، آراسته فرهنگی و ... نخستین مرحله و نقطه آغازین توسعه خواهد بود. این موضوع بایستی در مباحث و سرفصلهای خود - مانند دروسی همچون سیاستگذاری یا خط مشی گذاری عمومی جهانگردی- به تفصیل مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. در سیاستگذاری، حکومتها و دولتها به توسعه یا عدم توسعه آری یا خیر می‌گویند. بدون شک اگر دولتی قصد و نیت توسعه بخش گردشگری را نداشته باشد، تحقق هر تصمیم و برنامه‌ای را ناممکن خواهد کرد.

۲. خردگرایی از ۱۹۲۰ تا ۱۹۶۰ نقش پررنگی در برنامه‌ریزی داشته است. نگرش سیستمی از ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰ بر اکثر برنامه‌های توسعه سایه می‌افکند و از ۱۹۸۰ تا کنون برنامه‌ریزی‌ها شکل و شمایل دموکراتیک یا مشارکتی به خود گرفته است. کتاب پیش رو متعلق به موج دوم برنامه‌ریزی توسعه گردشگری است. بر این اعتقاد استواریم که هیچ راه میان‌بری برای طی کردن سریع مراحل توسعه وجود ندارد. توسعه زمان‌بر، قاعده‌مند، خردگرا، فرآیندمحور، ادامه‌دار، دقیق و آزمون‌شده است.^۱ می‌توان در دست‌یابی به آن تسریع نمود اما از فرآیندش تخلف نمی‌توان کرد. بایستی زمینه‌های فکری و چارچوب‌های علمی آن تدوین و به‌بوته آزمون گذاشته شود تا دولتمردان و بخش‌اجرای توان‌پذیرش‌الگوهای جدید توسعه را کسب نمایند. گذشته از این، هیچ‌یک از صریق‌های برنامه‌ریزی از بین نمی‌رود بلکه کم‌رنگ‌تر می‌شود و بستر را برای روش‌های برنامه‌ریزی جدیدتر باز می‌سازد. به‌طور مثال، هنوز هم در بسیاری از نقاط جهان بخصوص در کشورهای جهان سوم لرح‌های جامع^۲ توسعه گردشگری تهیه می‌شود.^۳ در حال حاضر برنامه‌ریزی راهبردی بسیار مورد استقبال بوده و همی گردشگری قرار گرفته و این روش طی سالیان متمادی به پختگی لازم رسیده است. هرچند که برای آن در کشورهایی همانند کشور ما با برخی مشکلات روبرو است اما تدوین پایه‌های علمی این موضوع در این بخش ضروری به نظر می‌رسد.

۳. برخی از مسائل کلان سیاست‌گذاری، اجتماعی - فرهنگی، نظریه‌ها و تئوری‌های صرف را باید به صورت پیش‌فرض حل و اثبات نمود و به منظور تدام بحث از برخی از آنها عبور نمود. بدین معنی که در تدوین کتاب، فرض بر این گذاشته شده است که نظام سیاسی، جامعه میزبان و گروه‌های ذی‌نفع و ذی‌نفوذ خواست و تبادل‌خرد را برای توسعه گردشگری اظهار داشته و مخالفت صریحی با توسعه این بخش ندارند. در غیر این صورت، ادامه مباحث توسعه و برنامه‌ریزی بی‌معنی خواهد بود. همچنین برخی از نظریه پردازان معتقد هستند که اساساً نیازی به برنامه‌ریزی بلندمدت نیست و ساز و کارهای اقتصاد و بازار آزاد، توان محیطی و تکنولوژیک، منابع انسانی و فضای رقابت و کسب و کار، منابع موجود و... در نهایت نظام و سامانه‌ها به‌درد نیاز خود را ایجاد می‌نمایند و توسعه گردشگری از تقابل این پدیده‌ها خواهد گردید. اگر به‌درد به این امر باشیم دیگر نیازی به مطالعه، بررسی و یادگیری برنامه‌ریزی نخواهیم داشت.

۱. مطالعه بیشتر:

سریع‌القلم، محمود. (۱۳۹۰)، "عقلانیت و توسعه یافتگی ایران"، تهران، نشرفرزان روز.

2. Comprehensive planning

۳. مطالعه بیشتر در خصوص برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در جهان سوم:

شارپلی، تلفر، ریچارد و دیوید. (۱۳۹۱)، "برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه"، ترجمه حمید ضرغام و همکاران، تهران، نشر مه‌کامه.

۴. پیش فرض دیگری که بر این نوشتار حاکم است این است که خوانندگان گرامی با مفاهیمی مانند ادبیات حاکم بر مدیریت و برنامه‌ریزی جهانگردی، شناخت صنعت جهانگردی، فن آوری اطلاعات، کنترل کیفیت، حسابداری مدیریت و ... از قبل آشنایی اولیه داشته باشند. این امر بخصوص در فصول پایانی نمود بیشتری داشته و مینا بر این امر استوار شده است که از توضیحات اضافی در متن خودداری گردد و تنها برای مطالعه بیشتر منابع مشخصی ارایه شود.

کتاب پیش رو موضوع توسعه گردشگری را با محوریت و رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی تبیین نموده است. این کتاب مشتمل بر سه بخش به شرح زیر است:

- بخش اول کتاب از دو فصل تشکیل شده است. فصل اول شامل؛ روندهای گردشگری، اهمیت و ضرورت، مبروری توسعه، اجزاء تشکیل دهنده نظام برنامه‌ریزی و ماهیت محصول گردشگری می‌باشد و ارزش شده است تا مفاهیم مذکور در صنعت گردشگری و هتلداری تبیین و تعریف گردد. در فصل دوم، نظریاتی مربوط به برنامه‌ریزی توسعه، الگوواره‌ها و مکاتب آن مورد بررسی قرار گرفته است و تقسیم‌بندی‌های هر یک به تفصیل ارایه شده است. همچنین در خلال آن برای هر یک از شاخه‌های ذکر گردیده است. در انتهای این بخش جایگاه برنامه‌ریزی راهبردی در میان انواع برنامه‌ریزی مشخص شده است.
- در بخش دوم، برنامه‌ریزی راهبردی و برآیندای تدوین راهبردها در فصول سه و چهار شرح داده شده است. اجزای هر یک به تفصیل مورد بحث قرار گرفته و برای آن گامهای مشخصی تعیین شده است.
- به منظور جلوگیری از ایجاد هر گونه خلل در انسجام کتاب، مباحث تاریخی و سیر تحول برنامه‌ریزی به همراه نمونه موردی به آخر کتاب و به عنوان پیوست ارایه گردیده است. پیوست اول برنامه‌های توسعه گردشگری را در متن برنامه‌های عمران توسعه کشور دنبال می‌نماید و پیوست دوم برای نمونه برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری استان اصفهان را ارایه نموده است. در نهایت برای نمونه دو نوع شرح خدمات برای طرح‌های مطالعاتی راهبردی ارایه شده است.

۱. رویکرد در معنی لغوی به معنی راه و روش مناسب، راهی که به مقصد مشخصی رهنمون گردد است. در این نوشتار رویکرد همان معنی مطابق با اصل را دنبال می‌نماید یعنی راه و روشی که ما را به مقصد مشخصی برساند.