



اصول و روش برنامه‌ریزی

دکتر یزدان شیرمحمدی دکتر اصغر حیدری سعید داغستانی
پگاه شیرمحمدی

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه ملی، که یک واجب دینی است.^۱

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پر بار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه مطالعه هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان، تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاورد انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

۱. پیام مقام معظم رهبری به مناسبت آغاز هفته کتاب ۷۲/۱۰/۴

سوره‌ای که بر آن فرستاده عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «إِقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

یازده

پیشگفتار

۱	فصل اول: تعاریف، مفاهیم، تاکتیک‌ها، اصول برنامه‌ریزی و اجزای صنعت گردشگری
۱	هدف کلی
۱	هدف‌های یادگیری
۲	مقدمه
۳	۱-۱ مفهوم برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۵	۲-۱ برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری
۷	۳-۱ برنامه‌ریزی فرایند تولید محصول در صنعت گردشگری
۸	۴-۱ اجزای برنامه‌ریزی صنعت گردشگری
۹	۵-۱ اصول برنامه‌ریزی جاذبه‌ها و فعالیت‌های گردشگری
۱۲	۱-۵-۱ جاذبه‌های طبیعی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۱۵	۲-۵-۱ گردشگری سلامت در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۱۶	۳-۵-۱ گردشگری پزشکی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۱۷	۴-۵-۱ گردشگری تندرستی به‌عنوان جاذبه در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۱۸	۶-۱ گردشگری فرهنگی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۰	۱-۶-۱ سایت‌های باستانی، تاریخی و فرهنگی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۰	۲-۶-۱ الگوهای فرهنگی خاص در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۱	۷-۱ گردشگری رویدادها در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۲	۸-۱ هنرها و صنایع دستی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۳	۹-۱ نواحی شهری جالب در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۴	۱-۹-۱ موزه‌ها و سایر تسهیلات فرهنگی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۵	۲-۹-۱ جشنواره‌های فرهنگی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۶	۱۰-۱ گردشگری ادبی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۹	۱۱-۱ جاذبه‌های ویژه در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۲۹	۱-۱۱-۱ پارک‌های موضوعی، پارک‌های سرگرمی و سیرک‌ها

۳۰	۱-۱۱-۲ خرید در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۰	۱-۱۱-۳ سخنرانی‌ها، کنفرانس‌ها و گردهمایی‌ها در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۱	۱-۱۲ تسهیلات و خدمات گردشگری به‌عنوان جاذبه در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۱	۱-۱۲-۱ هتل‌ها و مجتمع‌های تفریحی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۱	۱-۱۲-۲ غذا در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۲	۱-۱۲-۳ گردشگری مذهبی در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۳۳	۱-۱۲-۴ هزینه‌های سفر به مقاصد
۳۴	۱-۱۳ فنون پیمایش و ارزیابی جاذبه‌ها در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۳۴	۱-۱۳-۱ شناسایی و توصیف جاذبه‌ها در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۳۵	۱-۱۳-۲ تکنیک ماتریس ارزیابی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۳۵	۱-۱۴ پیمایش خدمات و امکانات گردشگر در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۳۶	۱-۱۴-۱ اقامتگاه
۳۶	۱-۱۴-۲ تسهیلات و خدمات گردشگری
۴۰	۱-۱۴-۳ زیرساخت‌ها
۴۲	خلاصه فصل اول
۴۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول
۴۶	خودآزمایی تشریحی فصل اول
۴۹	فصل دوم: سیر تحولات اندیشه‌ای علمی برنامه‌ریزی
۴۹	هدف کلی
۴۹	هدف‌های یادگیری
۴۹	مقدمه
۵۰	۲-۱ جایگاه برنامه‌ریزی در دوران باستان
۵۰	۲-۱-۱ برنامه‌ریزی در ایران باستان
۵۲	۲-۱-۲ جایگاه برنامه‌ریزی در تمدن اسلامی
۵۳	۲-۱-۳ جایگاه برنامه‌ریزی در غرب
۵۳	۲-۲ الگوواره‌ها توسعه برنامه جهانگردی
۵۵	۲-۲-۱ برنامه‌ریزی در عصر مدرنیسم
۵۶	۲-۲-۲ برنامه‌ریزی در عصر پست‌مدرنیسم
۵۷	۲-۲-۳ برنامه‌ریزی در جهانی‌شدن
۵۸	۲-۳ برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت توسعه گردشگری
۵۹	۲-۴ رویکردهای برنامه‌ریزی
۵۹	۲-۴-۱ رویکرد بستریسم یا بدون برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۵۹	۲-۴-۲ برنامه‌ریزی کالبدی - فضایی در جهانگردی
۶۲	۲-۴-۳ برنامه‌ریزی سیستمی گردشگری
۶۴	۲-۴-۴ برنامه‌ریزی ساختاری گردشگری
۶۵	۲-۴-۵ رویکرد برنامه‌ریزی متمرکز توسعه گردشگری

۶۵	۲-۴-۶ آمایش گردشگری
۶۶	۲-۴-۷ برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری
۶۷	۲-۴-۸ برنامه‌ریزی راهبردی - ساختاری و عملیاتی
۶۹	۲-۴-۹ برنامه‌ریزی جامع گردشگری
۷۰	۲-۴-۱۰ برنامه‌ریزی توسعه براساس میزان مشارکت‌پذیری
۷۲	۲-۴-۱۱ سایر نظام‌های برنامه‌ریزی گردشگری
۷۳	۲-۵ برنامه‌ریزی توسعه گردشگری براساس افق برنامه‌ها
۷۳	۲-۶ برنامه‌ریزی توسعه گردشگری مبتنی بر سطح
۷۳	۲-۶-۱ برنامه‌ریزی بین‌المللی
۷۴	۲-۶-۲ برنامه‌ریزی ملی
۷۴	۲-۶-۳ برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۷۵	۲-۶-۴ برنامه‌ریزی محلی یا زیرمنطقه‌ای
۷۷	۲-۷ برنامه‌ریزی توسعه گردشگری از نظر حد تفصیل
۷۷	خلاصه فصل دوم
۸۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۸۱	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۸۳	فصل سوم: آشنایی با برنامه‌ریزی توسعه
۸۳	هدف کلی
۸۳	هدف‌های یادگیری
۸۳	مقدمه
۸۴	۳-۱ مفاهیم برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۸۸	۳-۲ منابع و واژه‌شناسی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۸۸	۳-۳ برنامه‌ریزی توسعه گردشگری چیست؟
۹۰	۳-۴ تکنیک‌های معاصر در برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۹۲	۳-۵ فرایند کلی برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی
۹۳	۳-۶ برخی ملاحظات خاص در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۹۵	۳-۷ فرایند برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۹۶	۳-۷-۱ تعیین اهداف بلندمدت مقصد گردشگری برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۱۰۱	۳-۷-۲ مقایسه عوامل داخلی و خارجی مقاصد گردشگری
۱۰۱	۳-۷-۳ ابزارهای بررسی و انتخاب برنامه‌های توسعه مقاصد گردشگری
۱۰۳	۳-۷-۴ تدوین برنامه‌های توسعه مقاصد گردشگری (تنظیم سیاست و برنامه)
۱۱۰	۳-۷-۵ تعیین برنامه‌های عملیاتی
۱۱۴	۳-۷-۶ اجرا
۱۱۴	خلاصه فصل سوم
۱۱۷	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۱۱۸	خودآزمایی تشریحی فصل سوم

۱۱۹	فصل چهارم: کاربرد انواع برنامه‌ریزی در گردشگری و اجرا
۱۱۹	هدف کلی
۱۱۹	هدف‌های یادگیری
۱۱۹	مقدمه
۱۲۰	۱-۴ برنامه‌ریزی راهبردی چیست؟
۱۲۲	۲-۴ مفاهیم مرتبط با برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری
۱۲۲	۱-۲-۴ مدیریت راهبردی گردشگری
۱۲۲	۲-۲-۴ برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری
۱۲۴	۳-۴ عوامل داخلی صنعت گردشگری
۱۲۵	۴-۴ سطوح برنامه‌ریزی راهبردی
۱۳۰	۵-۴ فرایندهای تدوین راهبردها
۱۳۳	۶-۴ شناخت و تحلیل ویژگی‌های پایه محیطی
۱۳۶	۷-۴ بررسی و تحلیل‌های اقتصادی
۱۳۸	۸-۴ بررسی و تحلیل‌های اجتماعی - فرهنگی
۱۴۰	۹-۴ بررسی طرح‌های فرادست
۱۴۲	۱۰-۴ بررسی عوامل دولتی، قانونی و سیاسی
۱۴۲	۱۱-۴ عوامل تکنولوژیکی (فناوری)
۱۴۳	۱۲-۴ بررسی زیرساخت‌ها
۱۴۴	۱۳-۴ بازار و رقبا
۱۴۵	۱۴-۴ تسهیلات و خدمات گردشگری
۱۴۷	۱۵-۴ بررسی منابع و جاذبه‌ها
۱۴۸	۱۶-۴ تجزیه و تحلیل
۱۶۹	خلاصه فصل چهارم
۱۷۱	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۱۷۳	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۱۷۵	فصل پنجم: انواع برنامه‌ریزی اشکال توسعه گردشگری و استانداردهای توسعه گردشگری
۱۷۵	هدف کلی
۱۷۵	هدف‌های یادگیری
۱۷۶	مقدمه
۱۷۶	۱-۵ گردشگری شهری
۱۷۸	۱-۱-۵ شهرهای جهانی
۱۷۹	۲-۱-۵ پایتخت‌ها
۱۷۹	۳-۱-۵ پایتخت‌های فرهنگی
۱۸۰	۴-۱-۵ شهرهای میراث
۱۸۱	۵-۱-۵ شهرهای هنری
۱۸۱	۶-۱-۵ شهرهای خلاق

۱۸۲	۷-۱-۵ شهرهای خلاق در ایران
۱۸۴	۸-۱-۵ شهرهای ورزشی
۱۸۴	۹-۱-۵ شهرهای فوق مدرن
۱۸۵	۲-۵ فرایند برنامه‌ریزی گردشگری شهری
۱۸۵	۱-۲-۵ بازاریابی و پیشبرد شهرهای گردشگری
۱۸۶	۲-۲-۵ ملاحظات در برنامه‌ریزی شهرهای گردشگری
۱۸۸	۳-۲-۵ برنامه‌ریزی فضاهای شهری
۱۸۹	۴-۲-۵ مدیریت مقصد در گردشگری شهری
۱۹۰	۵-۲-۵ مشکلات خاص در برنامه‌ریزی گردشگری شهری
۱۹۱	۶-۲-۵ برنامه‌ریزی برندینگ شهری
۱۹۳	۷-۲-۵ گردشگری روستایی
۱۹۴	۸-۲-۵ انواع گردشگری روستایی
۱۹۶	۹-۲-۵ گردشگری مبتنی بر مجتمع‌های تفریحی
۱۹۷	۱۰-۲-۵ برنامه‌ریزی مجتمع‌های تفریحی
۱۹۹	۱۱-۲-۵ معیارهای مکان‌یابی جهت ایجاد مجتمع‌های تفریحی
۲۰۰	۱۲-۲-۵ ارزیابی زیست‌محیطی سایت و ارتباطات در سطح جامعه محلی
۲۰۷	خلاصه فصل پنجم
۲۰۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۲۱۰	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم
۲۱۱	فصل ششم: سیاست‌گذاری گردشگری و کاربرد انواع مدل‌ها در برنامه‌ریزی گردشگری
۲۱۱	هدف کلی
۲۱۱	هدف‌های یادگیری
۲۱۱	مقدمه
۲۱۳	۱-۶ ارتباط سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در برنامه‌ریزی‌های گردشگری
۲۱۵	۲-۶ مدل‌های توسعه گردشگری
۲۱۶	۱-۲-۶ مدل‌های توسعه گردشگری مدل رنجش داکسی
۲۱۷	۲-۲-۶ مدل چرخه حیات مقصد باتلر در صنعت گردشگری
۲۲۱	۳-۲-۶ مدل تخریب خلاق (CD) میشل
۲۲۴	۴-۲-۶ مدل خوشه گردشگری
۲۲۸	۳-۶ شاخص‌های نوآوری در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری
۲۲۹	۱-۳-۶ شاخص کلان نوآوری
۲۳۳	خلاصه فصل ششم
۲۳۴	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل ششم
۲۳۶	خودآزمایی تشریحی فصل ششم
۲۴۱	پاسخنامه
۲۴۳	منابع

پیشکش به حضرت دوست که هر آنچه داریم از اوست.

پیشگفتار

برنامه‌ریزی در راستای توسعه گردشگری فرایندی بسیار پیچیده و تودرتو است. در قرن حاضر برنامه‌ریزی در همه ابعاد خود متحول شده است. عوامل متعددی مانند جهانی و منطقه‌ای شدن^۱ اقتصاد و سیاست، هوش مصنوعی، تکیه بر سرمایه‌های اجتماعی، افزایش رقابت، تکیه بر دانش و اطلاعات، محیط‌های پرتلاطم، کوتاه شدن چرخه عمر محصولات و خدمات، ارائه محصولات و خدمات جدید، لزوم بهره‌وری بالا و متغیرهای فراوان دیگر بر فرایند تدوین، اجرا و ارزیابی برنامه‌های گردشگری اثر گذاشته است. کتاب پیش رو پاسخی است به پرسش‌های بسیاری که درباره مفهوم برنامه‌ریزی - آن هم در بخش بزرگ گردشگری - در ذهن به وجود می‌آید. در این کتاب به این مهم اشاره می‌شود که نگاه به برنامه‌ریزی می‌بایست نگرشی مبتنی بر برنامه‌ریزی غیرخطی چندعامله / متغیره باشد؛ چرا که هر گونه ساده‌انگاری و عدم درک پیچیدگی‌های این موضوع، برنامه‌ریزی و پیشرفت 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. هرگونه بی‌برنامگی و عقب‌ماندگی از برنامه‌های توسعه، حاصلی جز مشکلات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و سست کردن جریان توسعه و پیشرفت مقاصد گردشگری را به همراه نخواهد داشت.

با وجود آنکه مفاهیم مربوط به برنامه‌ریزی در دهه ۱۹۳۰ میلادی به این سو شکل گرفته است و به تناسب به بخش گردشگری هم ورود نموده است، نقطه عطف برنامه‌ریزی گردشگری را می‌توان دهه ۱۹۷۰ میلادی دانست که جهان با پدیده گردشگری انبوه روبرو بود و می‌بایست برای مشکلات به وجود آمده راه‌حل‌های اساسی و عملیاتی پیشنهاد می‌داد. با وجود تدوین حجم انبوه منابع؛ این منابع به زبان فارسی ترجمه نشده است و جامعه و دانشگاه کشور از این مهم برخوردار نشده‌اند.

به‌طور کلی در این نوشتار پیش‌رو تلاش کرده‌ایم کلیه مفاهیم مربوط به برنامه‌ریزی گردشگری و اصول آن را جمع‌آوری و دسته‌بندی نماییم و تا حد امکان ابعاد گوناگون آن را بشکافیم. در جای جای کتاب به این مهم اشاره نموده‌ایم که جهان پارادایم‌ها و نظریه‌های مختلفی را تجربه نموده است و البته هزینه‌های هنگفتی نیز داده است و در عین حال که ما برای هر پارادایم و نظریه، تاریخی را ذکر می‌نماییم؛ اما در عمل این موارد با یکدیگر هم‌پوشانی‌های تاریخی و علمی بسیاری دارند و در نهایت تلاش شده است از انواع برنامه‌ریزی‌ها به‌صورت مختصر به برنامه‌ریزی راهبردی اشاره گردد.

به اعتقاد کارشناسان، توسعه گردشگری فرایندی فراگیر، چندبخشی، پیچیده و متأثر از عوامل فراوانی است. تغییرات گسترده فناوری، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، پویایی محیطی و تحولات متعدد بر اکثر حوزه‌ها و صنایع جهان تأثیرات شگرفی گذاشته است و گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نبوده است. با افزایش پیش‌بینی‌ناپذیری محیط، برنامه‌ریزی صنعت گردشگری نیز سخت‌تر و پیچیده‌تر و در عین حال شکننده‌تر شده است. عدم موفقیت برنامه‌های گردشگری خود گواه این مدعا است. با نگاهی دقیق‌تر به وضعیت برنامه‌ریزی در جهان پیش‌بینی‌ناپذیر کنونی محیط، اهمیت در نظر گرفتن اثر پروانه‌ای بیش از پیش هویداتر می‌شود. اثر پروانه‌ای نام پدیده‌ای است که به دلیل حساسیت سیستم‌های آشوبناک به شرایط اولیه ایجاد می‌شود. این پدیده به این اشاره می‌کند که تغییری کوچک در یک سیستم آشوبناک چون جو سیاره زمین (مثلاً بال‌زدن پروانه) می‌تواند، باعث تغییرات شدید (وقوع طوفان در کشوری دیگر) در آینده شود. اثر پروانه‌ای به این معناست که تغییر جزئی در شرایط اولیه می‌تواند به نتایج وسیع و پیش‌بینی‌نشده در ستاده‌های یک سیستم منجر شود و این نکته مبنای نظریه آشوب است. در نظریه آشوب یا بی‌نظمی اعتقاد اندیشمندان و

برنامه‌ریزان توسعه بر آن است که در تمامی پدیده‌ها، نقاطی وجود دارند که تغییری اندک در آن‌ها باعث تغییرات عظیم خواهد شد و در این رابطه سیستم‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و سازمانی، همچون سیستم‌های جوی از اثر پروانه‌ای برخوردارند و برنامه‌ریزان توسعه گردشگری باید با آگاهی از این نکته مهم به تحلیل و تنظیم مسائل مربوط بپردازند. به همین دلیل است که صنایع امروزی باید دائماً خود را با رویدادهای متغیر هر روزه انطباق دهند.

در واقع این کتاب می‌کوشد مفاهیمی را عرضه کند که دانشجویان گرامی را با مفاهیم مهم اصول و مبانی برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری در محیط پویای امروزی آشنا کند. فصل اول این کتاب شامل تعاریف، مفاهیم، تاکتیک‌ها، اصول برنامه‌ریزی و اجزای صنعت گردشگری می‌باشد. همچنین پیمایش و ارزیابی توصیف انواع جاذبه‌ها و تکنیک ماتریس ارزیابی انواع جاذبه‌ها در این فصل تشریح شد. در انتهای فصل اول مفهوم گردشگری سلامت، گردشگری پزشکی، گردشگری فرهنگی و گردشگری رویدادها مورد بررسی قرار گرفته است. در فصل دوم این کتاب سیر تحولات اندیشه‌ای علمی برنامه‌ریزی توضیح داده شد و جایگاه برنامه‌ریزی در دوران باستان، در تمدن اسلامی و در غرب بیان شد. در این فصل همچنین الگوواره‌های توسعه برنامه جهانگردی و انواع روش‌های برنامه‌ریزی مورد تحلیل قرار گرفت. در فصل سوم کتاب نیز برنامه‌ریزی راهبردی و ابزارهای بررسی و انتخاب استراتژی مقاصد گردشگری شامل استراتژی‌های SO، استراتژی‌های WO، استراتژی‌های ST، استراتژی‌های WT تحلیل شد، همچنین در این فصل راهبردهای توسعه اقتصادی مقاصد گردشگری، راهبردهای توسعه جاذبه‌ها، راهبردهای توسعه تسهیلات و خدمات مقاصد گردشگری، راهبردهای تأمین و سازماندهی نیروی انسانی، راهبردهای توسعه محیطی و زیست محیطی مقاصد گردشگری مورد کنکاش قرار گرفت. در فصل چهارم نیز به صورت عملی کاربرد انواع برنامه‌ریزی گردشگری ارائه شد. در این فصل سطوح برنامه‌ریزی، مدیریت و فرایندهای راهبردی گردشگری در اجرا توضیح داده شد. در فصل پنجم کتاب اشکال مختلف توسعه گردشگری شامل؛ انواع گردشگری شهری، برنامه‌ریزی برند شهری، انواع گردشگری روستایی و برنامه‌ریزی برند گردشگری روستایی و برنامه‌ریزی مجتمع‌های تفریحی بیان شده است. در فصل ششم کاربرد انواع

مدل‌ها در برنامه‌ریزی گردشگری شامل؛ مدل توسعه گردشگری، مدل رنجش داکسی، مدل چرخه حیات مقصد باتلر، مدل تخریب خلاق (CD) میشل و مدل خوشه گردشگری آمده است. همچنین در فصل ششم تعریف سیاست‌گذاری و ارتباط آن با برنامه‌ریزی توسعه گردشگری و شاخص‌های نوآوری در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری آورده شده است. در خاتمه از همه خوانندگان گرامی درخواست می‌شود، هرگونه پیشنهاد و انتقادی پیرامون کتاب را دریغ نرزنند و هر ایراد و پیشنهادی را به آدرس y.shirmohammadi@gmail.com ارسال فرمایند و ما نیز مجدانه از این آیه از قرآن پیروی خواهیم کرد **فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ.**

مؤلفان

تیرماه ۱۴۰۰

فصل اول

تعاریف، مفاهیم، تاکتیک‌ها، اصول برنامه‌ریزی و اجزای صنعت گردشگری

هدف کلی

این فصل با هدف آشنایی شما با پیشینه، انواع رویکردها و سطوح مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری تهیه و تنظیم گردیده است.

هدف‌های یادگیری

- با مطالعه این فصل شما می‌توانید با مفاهیم زیر آشنا شوید:
۱. مفهوم برنامه‌ریزی جهانگردی را توضیح دهید.
 ۲. فرایند تولید محصول در صنعت گردشگری را تشریح کنید.
 ۳. با اجزای برنامه‌ریزی صنعت گردشگری آشنا شده و آن را تحلیل نمایید.
 ۴. گردشگری سلامت به‌عنوان یکی از انواع گردشگری را تعریف و ابعاد مختلف آن را توضیح دهید.
 ۵. تسهیلات و خدمات گردشگری به‌عنوان جاذبه شرح دهید.
 ۶. با انواع زیرساخت‌های و روساخت‌ها صنعت گردشگری آشنا شوید.

مقدمه

برای برنامه‌ریزی تعاریف بسیاری وجود دارد. برخی آن را امری دولتی جهت هماهنگی تصمیمات اقتصادی و برخی آن را در غالب مفاهیم مدیریتی و از وظایف یک مدیر می‌دانند. با توجه به تعدد نگرش‌ها به مفهوم برنامه‌ریزی در زیر به برخی از تعاریف براساس نگرش‌های مختلف اشاره می‌شود:

۱. برنامه‌ریزی عبارت است از تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه کارهایی باید انجام گیرد.
 ۲. برنامه‌ریزی عبارت است از تعیین هدف و یافتن یا پیش‌بینی کردن راه تحقق آن.
 ۳. برنامه‌ریزی عبارت است از تصور و طراحی وضعیت مطلوب در آینده و یافتن و پیش‌بینی کردن راه‌ها و وسایلی که رسیدن به آن را فراهم کند (گان و گت‌ور: ۱۳۹۶).
- تعریف به نسبت جامعی از سیریل هودسن^۱ در این رابطه وجود دارد که برنامه‌ریزی را ارائه طریق برای انجام فعالیت‌های آینده که متضمن نتایج معین با هزینه مشخص و دوره زمانی معلوم است، عنوان کرده است (سارکر^۲، ۲۰۱۰: ۲۲۶). نوری نائینی (۱۳۷۱) برنامه‌ریزی را روشی آگاهانه جهت دستیابی به اهداف مشخص و با لحاظ کردن محدودیت‌ها در گذر زمان تعریف می‌کند. عناصر آگاهی، روشمند بودن، هدف‌ها، محدودیت‌ها و زمان جزء ابعاد مهمی هستند که در تعریف برنامه‌ریزی از دیدگاه وی قرار دارند. برنامه‌ریزی هدایت فعالیت‌های انسانی به سمت اهداف مشخص و به مفهوم کنترل فعالیت‌های اقتصادی است (لشکری، ۱۳۸۸: ۲۹۶). برخی از صاحب‌نظران برنامه‌ریزی را تصمیم‌گیری برای پیشبرد آنچه باید انجام شود، زمان تحقق آن، چگونگی و توسط چه کسی محقق‌شدن امور، مبتنی بر ارزیابی نتایج حاصله می‌دانند. اینسکیپ (۱۳۹۸) در کتاب برنامه‌ریزی گردشگری مطرح کرده است که به دلیل افزایش اهمیت اجتماعی - اقتصادی گردشگری، این بخش به صورت بخش جدایی‌ناپذیر زندگی معاصر درآمده و بیشتر کشورها گردشگری را به عنوان عامل مهمی در برنامه‌های توسعه خود جای داده‌اند. بخش خصوصی به این روندها و تمایلات پاسخ داده و با سرمایه‌گذاری در پروژه‌های توسعه گردشگری پیش قدم بوده است. وی برنامه‌ریزی را در مفهوم عام کلمه این گونه تعریف کرده است که؛ «برنامه‌ریزی به عنوان

1. Cyril L. Hudson

2. Sarkar

سازمان‌دهی آینده (گاهی به‌عنوان یک فرایند سازمان‌دهی) برای دستیابی به مجموعه‌ای از اهداف خرد تعریف می‌شود. در برنامه‌ریزی، عبارت «دارای قابلیت پیش‌بینی» از جایگاه مهمی برخوردار است، چراکه برنامه‌ریزی تلاش دارد تصویری از آینده پیش‌بینی شده را ترسیم کند. البته با توجه به اینکه بسیاری از عوامل برنامه‌ریزی را نمی‌توان به طور دقیق پیش‌بینی کرد، براین اساس در اغلب موارد سیمای کلی از آینده ترسیم می‌شود. یکی دیگر از نظریه‌پردازان در این زمینه گان است. وی در کتاب برنامه‌ریزی گردشگری (۲۰۲۰) عنوان کرده است که جهانگردی می‌تواند زندگی مردم را غنی بخشد، اقتصاد را بهبود دهد و در عین حال نسبت به محیط نیز حساس باشد و از آن محافظت کند و با کمترین اثرات منفی در یک جامعه گنجانده شود؛ اما یک مجموعه فکری جدید، مستلزم برنامه‌ریزی و طراحی بهتر و مناسب‌تری از توسعه جهانگردی و به‌خصوص تناسب بهتر بخش‌های آن در کنار یکدیگر است (ایمانی خوشخو، داغستانی: ۱۳۹۸). درنهایت برنامه‌ریزی طبق نظر وی به‌شکل زیر تعریف شده است: «برنامه‌ریزی فعالیتی چندبعدی و در جستجوی یکپارچگی عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روان‌شناسی، انسان‌شناسی و فناوری است و با گذشته، حال و آینده مرتبط است»؛ بنابر درکی که از برنامه‌ریزی کسب شد، برنامه‌ریزی در گردشگری را مجموعه فعالیت‌هایی که به‌منظور هدایت عقلایی تصمیم‌گیری در تمامی امور مربوط به توسعه گردشگری در ابعاد زمانی بلند، میان و کوتاه‌مدت برای بهره‌برداری منطقی و هماهنگ از امکانات، منابع، تجهیزات و تأسیسات فعال در بخش گردشگری در راستای تأمین نیازمندی‌های اساسی کشور و جامعه میزبان انجام می‌پذیرد، تعریف می‌کنیم (گان و گت‌ور^۱: ۲۰۲۰؛ ۶).

۱-۱ مفهوم برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی

درخصوص مفهوم توسعه بایستی عنوان کرد که این مفهوم طی چند دهه اخیر از انحصار دیدگاه‌های رشد اقتصادی و انگاره دنیای سرمایه‌گذاری، خارج شده است و دیگر هدف توسعه، افزایش مصرف سرانه و تولید ناخالص ملی و درآمد سرانه نیست (دهکردی و هاشمیان اصفهانی، ۱۳۸۵: ۶۱). دیدگاه‌های عدالت اجتماعی، خودتکایی و تعادل‌های

بوم‌شناسانه با مفهوم نوین توسعه پیوند یافته‌اند. همچون بسیاری از مفاهیم علوم انسانی تعریف واحد و مشخصی از توسعه نمی‌توان ارائه کرد.^۱ برخی توسعه را نوگرایی و مدرن‌شدن به معنی تغییر زندگی انسان و تغییر خود انسان و برخی توسعه را بهبود همه‌جانبه ابعاد مختلفی مانند سطح و میزان محصول و درآمد ملی، شرایط تولید، سطح زندگی، شرایط و محیط کار و نهادها و سیاست‌ها می‌دانند. سازمان ملل متحد (۱۹۹۱) توسعه را فرایندی می‌داند که از طریق تعامل و مشارکت دولت و ملت جهت بهبود اوضاع اقتصادی اجتماعی و فرهنگی کشورها به وجود می‌آید. برخی توسعه را تغییر تدریجی از حالت ابتدایی به سوی حالت تکامل یافته هم از بعد کمی و هم از بعد کیفی، یا کشف چگونگی حرکت‌های تکاملی پدیده‌های اجتماعی و سرعت‌بخشیدن به حرکت و پویایی آنان در روند روبه پیشرفت تعریف کرده‌اند (الوانی، ۱۳۸۹: ۱۰-۱۲). بر شالوده همین نگرش، تعریف توسعه را می‌توان چنین دانست:

روندی است فراگیر درجهت افزایش توانایی‌های انسانی - اجتماعی برای پاسخگویی به نیازها، ضمن آنکه نیازها پیوسته در پرتو ارزش‌های فرهنگی جامعه و بینش‌های پایدار جهان، پالایش یابند. این گونه توسعه، نیازهای کنونی را بدون کاهش توانایی نسل‌های آتی در برآوردن نیازهایشان، برآورده می‌کند و توسعه‌ای پایدار است (طالشی، ۱۳۸۵: ۴۱). به هر حال می‌توان توسعه گردشگری را فرایندی تعریف کرد که طی آن کلیه جنبه‌های مرتبط با این بخش، شرایط عملکردی، کارآمدی و اثربخشی نهادها، جامعه میزبان، بازدیدکنندگان، اقامتگاه‌ها، زیرساخت‌ها، جاذبه‌ها و فعالیت‌ها و... به‌طور بنیادین و اساسی در مسیر بهبود و پیشرفت قرار گیرد. با توجه به تعاریف ذکر شده برنامه‌ریزی توسعه گردشگری را می‌توان مجموعه تفکرات و اقدامات درباره آینده، کنترل آن، تصمیم‌گیری یکپارچه و تنظیم روش‌های رسمی به‌منظور تدوین و ترسیم نتیجه‌ای روشن از صنعت گردشگری و هتل‌داری دانست. بایستی برای عوامل درگیر در توسعه گردشگری برنامه داشت تا بتوان فعالیت‌های آن‌ها را هماهنگ کرد، مطمئن شد که در یک مسیر حرکت می‌کنند و آینده را مدّ نظر دارند و در نهایت عقلایی عمل می‌کنند. روند توسعه می‌بایست مردم محلی (جامعه میزبان) و افزایش توان اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و سیاسی آن‌ها را مدّ نظر داشته باشد (توجه به جنبه

۱. مطالعه بیشتر: سن، آمارتیا. (۱۳۸۵)، «توسعه یعنی آزادی»، ترجمه محمدسعید نوری نائینی، تهران، نشر نی.

انسانی توسعه) و منابع را به گونه‌ای به مصرف برساند تا علاوه بر نیاز کنونی، نیازهای نسل‌های آتی نیز برآورده شود (ایمانی خوشخو، داغستانی: ۱۳۹۸: ۴۷).

۱-۲ برنامه‌ریزی در صنعت گردشگری

به اعتقاد بسیاری از متفکرین و صاحب‌نظران تنها روشی که می‌تواند بر محدودیت‌های اصلی توسعه گردشگری و تضمین رشد پایدار فائق آید و کلیدی برای تغییر شرایط و حرکت به سمت وضع مطلوب باشد، برنامه‌ریزی است. هرچند مسائل مربوط به برنامه‌ریزی و اثربخشی آن‌ها مباحث بسیاری را در محافل علمی ایجاد کرده و برخی نسبت به اثربخشی آن تردید کرده‌اند. چشم‌انداز، راهبردها و برنامه‌های اجرایی منتج و محصول برنامه‌ریزی هستند. به همین دلیل است که برخی از متفکرین مانند هنری میتزبرگ^۱ (۲۰۱۰) معتقدند که اگر به راهبرد به عنوان یک برنامه نگاه شود با زمانی که به عنوان یک الگو به آن نگریسته شود، تعریف آن متفاوت خواهد بود. در اولی راهبرد نگاه روبه جلو دارد و در دومی نگاه به رفتارهای گذشته برنامه‌ریزی در کلیه سطوح، برای دستیابی به توسعه و مدیریت موفق امری اساسی است. تجربه در بسیاری از نواحی گردشگری پذیر جهان این امر را به اثبات رسانیده است که در بلندمدت روش برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری می‌تواند بدون ایجاد مشکلات عمده، منافع بسیاری را در برداشته و به حفظ و افزایش رضایت بازار منجر شود. برنامه‌ریزی برای کشورها و مقاصدی که هنوز با تعداد زیادی از گردشگر مواجه نیستند، رهنمودهای ضروری برای گسترش آن را فراهم می‌کند. در برخی نواحی که اکنون امر گردشگری در آن‌ها روبه افول است، برای تجدید حیات این بخش و توفیق آتی آن مورد نیاز خواهد بود. برنامه‌ریزی گردشگری فواید و منافع زیر را به همراه دارد (ایمانی خوشخو، داغستانی: ۱۳۹۸). برنامه‌ریزی گردشگری به تعیین چشم‌انداز و اهداف کلی توسعه جهانگردی کمک می‌نماید. جهانگردی در صدد انجام چیست؟ و چگونه این اهداف را می‌تواند محقق کند؟ (سازمان جهانی جهانگردی: ۱۳۹۰).

با کمک برنامه‌ریزی، تلاش می‌شود تا پیوندهای بخش گردشگری با سیاست‌های توسعه کلان و الگوی توسعه کشور یا منطقه و دیگر بخش‌های اقتصادی ایجاد شود. گردشگری فعالیتی پیچیده، چندبخشی و پراکنده است که عوامل متعددی مانند؛ عوامل

سیاسی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، کشاورزی، شیلات، بخش تولید، حمل و نقل، مردم محلی و بسیاری بخش‌های دیگر را شامل می‌شود. برنامه‌ریزی و هماهنگی توسعه، برای اطمینان یافتن از توسعه و هماهنگی، تمامی این عناصر را به‌منظور ارائه خدمات به گردشگران و جامعه محلی ضروری می‌داند. گردشگری منافع اقتصادی مستقیم و غیرمستقیمی ایجاد می‌کند که می‌توان آن‌ها را با برنامه‌ریزی منسجم و دقیق بهینه کرد. بدون برنامه‌ریزی نه تنها ممکن است این منافع به‌طور کامل محقق نشود، بلکه امکان دارد مشکلات اقتصادی جدیدی نیز پدیدار شوند. گردشگری منافع و مسائل اجتماعی - فرهنگی گوناگونی ایجاد می‌کند. از برنامه‌ریزی می‌توان برای بهینه‌سازی منافع و جلوگیری یا کاهش مشکلات و به‌ویژه برای تدوین سیاست‌های توسعه بهینه گردشگری به‌منظور جلوگیری از مشکلات اجتماعی و استفاده از گردشگری به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف فرهنگی استفاده کرد. هرگونه توسعه (مانند توسعه جاذبه‌ها، امکانات، تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری) و افزایش روند ورود گردشگران به یک کشور یا مقصد گردشگری، اثرات مثبت و منفی متعددی بر محیط فیزیکی وارد می‌کند. در این رابطه می‌توان با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی دقیق، نوع و سطح بهینه‌ای از گردشگران که موجب تخریب محیط زیست نشوند و به‌عنوان ابزاری برای حصول به اهداف زیست محیطی مورد استفاده قرار گیرند را مورد استفاده قرار داد.

امروزه توسعه انواع مختلف گردشگری، به‌ویژه گردشگری پایدار قابل توجه می‌کند، اما برنامه‌ریزی نوع مناسب گردشگری می‌تواند موجب اطمینان یافتن از این موضوع شود که منابع طبیعی و فرهنگی گردشگری به‌درستی حفظ شده و در فرایند توسعه نابود و تخریب نمی‌شوند. همانند هر نوع اقدامی برای توسعه جدید، اشکال توسعه گردشگری نیز بر اثر عواملی همچون تغییر روندهای بازار و سایر شرایط در طول زمان تغییر می‌یابد. از برنامه‌ریزی می‌توان برای ارتقاء و تجدید حیات گردشگری موجود یا نواحی گردشگری که به‌درستی توسعه نیافته‌اند، استفاده کرد. همچنین از طریق فرایند برنامه‌ریزی می‌توان نواحی جدید گردشگری را به‌طور انعطاف‌پذیر طراحی کرد. توسعه گردشگری به منابع انسانی ماهر و شایسته نیاز دارد که دوره‌های آموزشی و کارورزی تخصصی را طی کرده باشند. برآوردن نیازهای نیروی انسانی به طرح‌ریزی و برنامه‌ریزی دقیق و در بعضی موارد به تسهیلات آموزشی ویژه‌ای نیاز دارد (ایمانی خوشخو، داغستانی: ۱۳۹۸).

برنامه‌ریزی، فرایندی برای رسیدن به اهداف است. بسته به فعالیت‌ها، هر برنامه می‌تواند که بلندمدت، میان‌مدت یا کوتاه‌مدت باشد. برای مدیرانی که در جستجوی حمایت‌های بیرونی هستند، برنامه‌ریزی، مهم‌ترین و کلیدی‌ترین و آسان‌ترین سند برای رشد است. برنامه‌ریزی می‌تواند، نقش مهمی در کمک به جلوگیری از اشتباهات یا تشخیص فرصت‌های پنهان بازی کند. برنامه‌ریزی به پیش‌بینی آینده و ساختن آینده تا حدودی قابل تصور کمک می‌کند. برنامه‌ریزی پلی است بین آنجایی که هستیم و آنجایی که می‌خواهیم برویم. برنامه‌ریزی به آینده می‌نگرد. برنامه‌ریزی یا طرح‌ریزی یعنی اندیشیدن از پیش. متخصصین از زوایای متعدد برای برنامه‌ریزی تعاریف متعددی ارائه کرده‌اند. برنامه‌ریزی، نوعی پدیده عینی اجتماعی است و خصوصیت‌های ویژه خود را دارد؛ در عین حال، یک رویداد منحصر به فرد نیست که دارای یک ابتدا و انتهای مشخص باشد، بلکه یک فرایند مستمر و دائمی و منعکس‌کننده تغییرات و درصدد رسیدن به اهداف است. در سازمان‌های پیچیده امروزی، بدون برنامه‌ریزی‌های دقیق، امکان ادامه حیات نیست و برنامه‌ریزی، مستلزم آگاهی از فرصت‌ها و تهدیدهای آتی و پیش‌بینی شیوه مواجهه با آن‌ها است. اهداف برنامه‌ریزی به شرح زیر پیش‌بینی آینده: برنامه آینده‌نگر، برنامه ساختن و شکل دادن به آینده: برنامه آینده‌ساز، برنامه برای انتخاب یک شکل خاص برای آینده است.

۱-۳ برنامه‌ریزی فرایند تولید محصول در صنعت گردشگری

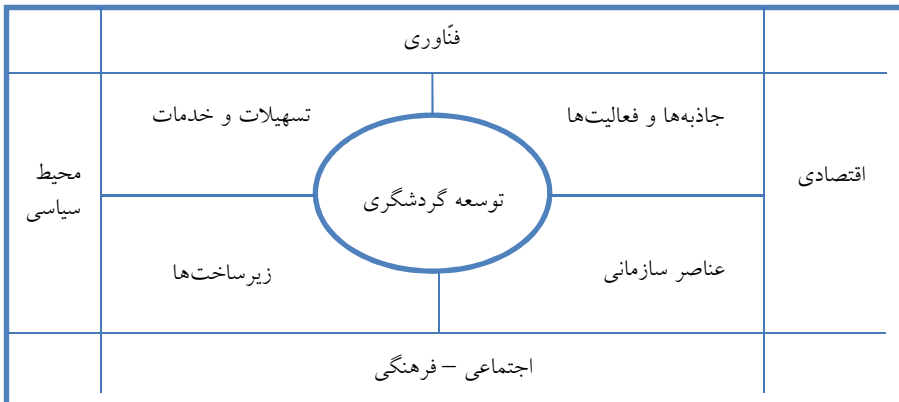
گولندر و ریتچی گردشگری را مجموعه‌ای از فرایندها، فعالیت‌ها و ستاده‌های خروجی از تعامل و ارتباط بین گردشگران، عرضه‌کنندگان خدمات و محصولات گردشگری، دولت، جامعه میزبان و محیط پیرامونی می‌دانند که گردشگران را جذب کرده و پذیرای آن‌ها هستند (گولندر و ریتچی، ۲۰۰۳: ۵). برنر گردشگری را پدیده‌ای چندوجهی می‌داند که به بررسی جابه‌جایی (حرکت) انسان به سمت مقصدی غیر از محل سکونت معمولش و اقامت وی در آنجا می‌پردازد و پدیده‌ای متشکل از عناصر پویا، عناصر ایستا و غیرمستقیم است (برنر، ۱۳۸۵: ۵۶). سیر تکامل تعریف و مفهوم گردشگری در جدول (۲-۲) و فرایند تولید محصول گردشگری در جدول (۲-۳) آمده است (ضیایی، تراب احمدی: ۱۳۹۱).

جدول ۱-۱. فرایند تولید محصول گردشگری (ضیایی و تراب احمدی: ۱۳۹۱: ۲۷)

داده‌های اولیه (منابع)	داده‌های میانی (امکانات و تسهیلات)	ستانده میانی (خدمات)	ستانده محصول نهایی (تجارب)
زمین	پارک‌ها	اطلاع‌رسانی	تفریح
نیروی کار	تفرجگاه‌ها	خدمات راهنمایی	روابط اجتماعی
آب	ناوگان حمل‌ونقل	عملکردهای عملی	آموزش و یادگیری
تولیدات	موزه‌ها	سوغات	آرامش
کشاورزی	فروشگاه‌ها	همایش	روابط تجاری
سوخت	مراکز همایش	اقامت	خاطره
مواد ساختمانی	هتل‌ها	غذا و نوشیدنی	فستیوال و رویدادها
ساخت‌وساز	رستوران‌ها		
سرمایه	کرایه اتومبیل		

۱-۴ اجزای برنامه‌ریزی صنعت گردشگری

اساس شناخت و درک برنامه‌ریزی گردشگری آگاهی از اجزا و مؤلفه‌های توسعه صنعت گردشگری و ارتباط آن‌ها با یکدیگر است. طبقه‌بندی‌های مختلفی از این عناصر در ادبیات گردشگری وجود دارد، اما مبنای این طبقه‌بندی‌ها اغلب یکسان است (ضیایی، تراب احمدی: ۱۳۹۱). شکل شماره ۱-۱ این موضوع را به تصویر کشیده است؛ که در ادامه این فصل این اجزای را تشریح می‌کنیم، در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری پیمایش و جمع‌آوری اطلاعات از این اجزا بسیار مهم است (گولدنر و ریتچی^۱: ۲۰۰۳: ۵).



نمودار ۱-۱. اجزای برنامه‌ریزی گردشگری