

به نام خدا

گردشگری

Tourism

مؤلفین:

Charles R. Goeldner

J.R. Brent Ritchie

مترجم:

دکتر علی پارسائیان

سرشناسه : گولدنر، چارلز آر. Goeldner, Charles R.
عنوان و نام پدیدآور : گردشگری / مولفین چالز آر. گلدنر، جی. آر. برنت ریچی؛ مترجم علی پارسائیان.
مشخصات نشر : تهران : آیلار، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری : ۶۵۶ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک : 978-600-198-103-6

وضعیت فهرست نویسی : فیپا
یادداشت : عنوان اصلی: Tourism : principles, practices, philosophies, c2012.
شناسه افزوده : ریچی، ج. آر. برنت Ritchie, J. R. Brent
شناسه افزوده : پارسائیان، علی، ۱۳۲۲ - مترجم - Parsayan, Ali
رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ ۵۸۷۵ / آ۱ ۵۱۵۵ G
رده بندی بویی : ۴۷۹/۳۳۸
شماره کتاب اساسی ملی : ۵۳۵۷۳۰۱

نام کتاب : گردشگری
مؤلفین : Charles R. Goeldner - J. R. Brent Ritchie
مترجم : علی پارسائیان
ناشر : آیلار
چاپ و صحافی : فنی دانشجو
صفحه آرایي : سید کمال برزنجی
نوبت چاپ : اول - ۱۳۹۸
تیراژ : ۲۵۰ نسخه
قیمت : ۹۵۰۰۰ تومان

شابک : ۶-۱۰۳-۱۹۸-۶۰۰-۹۷۸
ISBN: 978-600-198-103-6

دفتر مرکزی کتاب آیلار
انقلاب - خیابان شهید منیری جاوید (اردیبهشت) - خیابان شهدای ژاندارمری شرقی - شعبه ۱۴۶
(ساختمان آیلار)
تلفن: ۰۱۲۵۵۰۶۶۰ - دورنگار: ۶۶۴۹۴۴۳۱
فروشگاه شماره ۱ (کتاب آیلار)
انقلاب - روبروی دبیرخانه دانشگاه تهران - بازارچه کتاب
فروشگاه شماره ۲ (کتاب آیلار)
کریمنخان زند - مابین ایرانشهر و خردمند جنوبی - شماره ۱۳۲
تلفن: ۰۱-۸۸۳۱۹۷۴۰

این اثر مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است، هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا پخش یا الکترونیک عرضه کند تحت پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

این کتاب با عنوان Tourism : Principles, Practices, Philosophies از ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۲ دوازده بار چاپ شده و پس از آن تجدید چاپ نشده است. این آخرین چاپ کتاب است و نویسندگان کتاب در مقدمه گفته‌اند: تا چند سال پیش مسافرت به فضا رؤیای چند نفر پیشگام در این راه نبود و در زمان کنونی بخش عمده‌ای از «مسافرت» در روزنامه‌ها را به خود تخصیص داده است.

میلیاردها نفر برای پیش‌خرید بلیت سفرهای فضایی چک‌هایی با عددهای بسیار بزرگ می‌کشند و مسافران عادی هم مجذوب آخرین هواپیماهایی می‌شوند که در مسیرهای دور دست پرواز می‌کنند. (Airbus A 380) که برخی از آنها توان حمل حدود ۸۰۰ مسافر را دارند، شرکت بوئینگ هم آرام ننشسته و هواپیمای بزرگ (Boeing 787 Dreamliner) تولید کرده است. بیشتر برنامه‌ریزان صنعت گردشگری به تغییرات رخ داده در فناوری توجه خاصی کرده‌اند.

این صنعت ناگزیر است در برابر این چالش‌ها و فرصت‌ها واکنش‌های مناسب نشان دهد (بوئیه این هزینه‌های سفر هم پیوسته، افزایش می‌یابد) اگر چه اصول صنعت گردشگری تغییر نکرده است و با توجه بروز مسئله‌هایی در سیستم‌های اقتصادی و رشد و توسعه این صنعت، باید شرایط حاکم بر سیستم اقتصادی و صنعت گردشگری پیوسته مورد ارزیابی قرار داد. از سوی دیگر، صنعت گردشگری (بزرگ‌ترین صنعت در دنیا) گسترش می‌یابد و توسعه کشورهای نوپا (مانند چین، هند، برزیل و روسیه) باعث شده میلیون‌ها نفر خدمت سفر به نقاط دور دست شوند.

نویسندگان کتاب چاپ دوازدهم را به گونه طرح‌ریزی کرده‌اند که تغییرات رخ داده در این صنعت مورد بررسی قرار گیرد و از زاویه اصول اصلی صنعت گردشگری، نیازها مورد توجه قرار دادند.

متن کتاب برای دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه‌ها تهیه شده است. (بوئیه دانشجویان رشته گردشگری) ولی بسیاری از افراد مشغول در این صنعت (در بخش‌های مختلف اقتصادی) و سازمان‌های دولتی هم می‌توانند از آن استفاده کنند.

مترجم کتاب انتظار دارد استادان و دانشجویان دیدگاه‌های اصلاحی خود را به انتشارات ارائه نمایند.

فهرست مطالب

بخش اول: مروری بر گردشگری

فصل اول: دورنمایی از گردشگری ۱۳

مقدمه ۱۴

گردشگری چیست؟ ۱۵

بخش‌های اصلی تشکیل دهنده گردشگری و مدیریت گردشگری ۲۴

اثرهای اقتصادی مسافرت و گردشگری ۴۲

منابع و هزینه‌های گردشگری ۵۰

خلاصه ۵۴

پرسش ۵۵

فصل دوم: گردشگری طی چندین سده ۵۷

مقدمه ۵۸

نخستین جاذبه‌های گردشگری ۷۳

نخستین اثرهای اقتصادی ۷۵

نخستین آژانس‌های مسافرتی ۷۵

تاریخچه سیستم حمل و نقل ۷۶

اقامتگاه ۷۹

تاریخچه سفر ۷۹

خلاصه ۸۶

پرسش ۸۷

فصل سوم: فرصت‌های شغلی ۸۹

مقدمه ۹۰

پیش‌بینی شغل ۹۰

۹۱.....	شرایط لازم برای گرفتن شغل.....
۹۲.....	توانایی های شغلی.....
۱۰۱.....	مدیریت تشکیلات روابط عمومی، استادیوم و مرکز همایش ها.....
۱۰۵.....	کارآموزی (آموزش ضمن خدمت).....
۱۰۷.....	سایر سازمان های ارائه کننده اطلاعات برای مسیرهای شغلی.....
۱۰۸.....	خلاصه.....
۱۰۸.....	پرسش.....

بخش دوم: شوه ای که گردشگری سازمان می یابد؟

۱۱۱.....	فصل چهارم: سازمان ها در سطح ملی و منطقه ای.....
۱۱۲.....	مقدمه.....
۱۱۳.....	سازمان های بین المللی.....
۱۲۳.....	سازمان های توسعه (در سطح ملی و بین المللی).....
۱۲۵.....	سازمان های منطقه ای در سطح بین المللی.....
۱۲۶.....	کمیسئون اروپایی مسافرت.....
۱۳۹.....	سازمان های منطقه ای.....
۱۴۰.....	سازمان های محلی و ایالتی.....
۱۴۱.....	آموزش و سازمان های آموزشی.....
۱۴۳.....	خلاصه.....
۱۴۳.....	پرسش.....
۱۴۵.....	فصل پنجم: سیستم حمل و نقل.....
۱۴۶.....	مقدمه.....
۱۴۹.....	صنعت هواپیمایی.....
۱۵۸.....	صنعت راه آهن.....
۱۶۲.....	صنعت اتوبوسرانی.....
۱۶۶.....	خودروهای تفریحی.....
۱۷۱.....	صنعت کشتیرانی.....
۱۷۶.....	سایر روش های مسافرت.....
۱۷۸.....	خلاصه.....
۱۸۰.....	پرسش.....

فصل ششم: پذیرایی از میهمانان و ارائه خدمات مربوطه..... ۱۸۱

۱۸۲.....	مقدمه.....
۱۸۲.....	صنعت اقامتگاهی.....
۱۹۹.....	صنایع غذایی.....
۲۰۵.....	همایش‌ها.....
۲۱۳.....	خلاصه.....
۲۱۴.....	پرسش.....

فصل هفتم: فرآیند توزیع: سازمان‌ها..... ۲۱۵

۲۱۶.....	مقدمه.....
۲۱۸.....	آژانس مسافری.....
۲۳۳.....	اینترنت.....
۲۳۶.....	آینده.....
۲۳۷.....	آژانس‌های مسافرتی عمده فروش.....
۲۳۸.....	عمده‌فروش‌های سفرهای گروسی (تور).....
۲۴۰.....	ساختار عمده‌فروش‌های مجموعه محصولات صنعت گردشگری (تور).....
۲۴۲.....	شرکت‌های عرضه‌کننده تورهای داخلی.....
۲۴۳.....	نیروهای متخصص چالشگر.....
۲۴۳.....	شرکت‌های ایجادکننده انگیزه.....
۲۴۴.....	انتخاب کانال توزیع.....
۲۴۵.....	خلاصه.....
۲۴۶.....	پرسش.....

فصل هشتم: جاذبه‌ها و مکان‌های تفریحی..... ۲۴۷

۲۴۸.....	مقدمه.....
۲۴۸.....	جاذبه‌ها.....
۲۵۵.....	تفریح.....
۲۵۶.....	پارک‌ها.....
۲۶۵.....	جشن‌های ورزشی.....
۲۶۶.....	سفر برای خرید.....
۲۶۸.....	خلاصه.....
۲۶۹.....	پرسش‌ها.....

بخش سوم: دک رفتار مسافر

۲۷۳	فصل نهم: انگیزه برای رفتن به سفرهای تفریحی
۲۷۴	مقدمه
۲۷۴	در کانون توجه قرار دادن مشتری
۲۸۵	نیاز به یک تئوری
۲۹۲	ارائه الگوهای انگیزه
۲۹۳	خلاصه
۲۹۵	پرسش
۲۹۷	فصل دهم: سفر به ۲ دوره‌های دیگر با هدف شناخت فرهنگ و افزودن بر غنای زندگی
۲۹۸	مقدمه
۲۹۸	اهمیت
۳۰۲	سفر برای بازدید از سرزمین‌های دیگر
۳۰۴	رؤیای سفرهای تفریحی
۳۰۵	فعالیت‌های ترویجی
۳۰۸	مردم‌نگاری (جغرافیای انسان)
۳۰۹	پراکندگی مقصدهای مسافران
۳۱۳	سایر جاذبه‌ها
۳۲۱	گردشگری و صلح
۳۲۷	خلاصه
۳۲۸	پرسش
۳۲۹	فصل یازدهم: جامعه‌شناسی گردشگری
۳۳۰	مقدمه
۳۳۰	اثر سفر بر فرد
۳۳۱	اثرهای سفر بر خانواده
۳۳۱	اثرهای سفر بر جامعه
۳۳۶	مسافرت و ویژگی‌های زندگی
۳۴۵	سفرهای همیاران
۳۴۷	اثرهای سفر بر جامعه
۳۴۹	سفرهای خارجی
۳۵۴	موانع بر سر راه سفر

۳۵۷	 خلاصه
۳۵۸	 پرسش

بخش چهارم: گردشگری: عرضه تقاضا، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و توسعه

فصل دوازدهم: بخش‌ها یا ارگان اصلی تشکیل دهنده صنعت گردشگری و عرضه اقلام مورد نیاز این صنعت .. ۳۶۱

۳۶۲	 مقدمه
۳۶۵	 منابع طبیعی
۳۶۷	 محیط ساخت و دست بشر
۳۶۹	 بخش عملیاتی
۳۷۵	 روحیه میهمان‌نوازی و منابع فرهنگی
۳۸۱	 ایجاد توازن بین عرضه تقاضا
۳۹۱	 خلاصه
۳۹۲	 پرسش

فصل سیزدهم: پیش‌بینی تقاضا .. ۳۹۳

۳۹۴	 مقدمه
۳۹۴	 تقاضا اهمیت دارد. چرا؟
۳۹۴	 میزان تقاضا برای محصولات صنعت گردشگری در یک فصل
۳۹۸	 تعیین میزان تقاضا
۴۰۱	 روش‌های پیش‌بینی تقاضا
۴۰۹	 خلاصه
۴۱۰	 پرسش

فصل چهاردهم: اثرهای صنعت گردشگری بر سیستم اقتصادی .. ۴۱۱

۴۱۲	 مقدمه
۴۱۳	 اثر صنعت گردشگری بر سیستم اقتصادی: از دیدگاه بین‌المللی
۴۱۶	 مقایسه درآمدهای ناشی از مسافران بین‌المللی با مسافران درون مرزی
۴۱۹	 بازده مطلوب
۴۲۸	 اثر تراز پرداخت‌ها
۴۳۲	 نسبت‌های اقتصادی
۴۵۲	 خلاصه
۴۵۵	 پرسش

۴۵۷	فصل پانزدهم: گردشگری: سیاست، ساختار، محتوا و فرآیندها
۴۵۸	مقدمه
۴۵۹	ارائه تعریفی از سیاست گردشگری
۴۶۳	کانون توجه سیاست گردشگری: رقابت و پایداری در مقصد گردشگران
۴۶۴	مدیریت گردشگری در مقصد: پارامترهای اصلی
۴۷۹	فرآیند تدوین سیاست‌های گردشگری
۴۸۵	جامه عمل پوشاندن به سیاست
۴۸۶	تدوین سیاست برای رویا رویارویی با بحران‌ها
۴۹۰	خلاصه
۴۹۱	پرسش
۴۹۳	فصل شانزدهم: گردشگری، برنامه‌ریزی توسعه و مسئله‌های مطرح در جامعه
۴۹۴	مقدمه
۴۹۴	برنامه‌ریزی در مقصد گردشگری: رقابتی بودن و توسعه پایدار
۴۹۷	ماهیت برنامه‌ریزی گردشگری
۴۹۸	رابطه بین برنامه‌ریزی برای گردشگری و تدوین سیاست‌های گردشگری
۵۰۴	برای گردشگری باید برنامه‌ریزی کرد، چرا؟
۵۰۷	فرآیند برنامه‌ریزی
۵۱۰	توسعه گردشگری: هدف‌ها
۵۱۱	موانع بر سر راه توسعه سازمان‌های
۵۱۲	توسعه گردشگری: عوامل سیاسی
۵۱۵	توسعه توانایی‌های بالقوه گردشگری
۵۲۲	خلاصه
۵۲۳	پرسش‌ها
۵۲۵	فصل هفدهم: گردشگری و محیط زیست
۵۲۶	مقدمه
۵۲۷	آیا گردشگری محیط زیست را تهدید می‌کند؟
۵۳۲	تعیین مسیر برای دستیابی به گردشگری پایدار
۵۴۴	دستیابی به گردشگری پایدار: چالش‌ها
۵۵۱	گردشگری با تمرکز بر طبیعت: عبارت‌ها و اصطلاحات فنی متداول
۵۵۷	تلاش سازمان‌های فعال در صنعت گردشگری
۵۶۰	خلاصه

۵۶۱.....	پرسش.....
----------	-----------

بخش پنجم: مبانی بازاریابی و تحقیق در بازاریابی

۵۶۵.....	فصل هیجدهم: تحقیق درباره گردشگری و مسافرت.....
۵۶۶.....	مقدمه.....
۵۶۷.....	انواع تحقیق در گردشگری.....
۵۷۲.....	فرآیند تحقیق درباره مسافران یا گردشگران.....
۵۷۶.....	داده‌های دست دوم.....
۵۷۹.....	تحقیق کیفی.....
۵۸۱.....	تحقیق کمی: روش‌های اصلی.....
۵۸۸.....	چه کسانی درباره سفر و گردشگری تحقیق می‌کنند؟.....
۵۹۲.....	آخرین دست آورده.....
۵۹۵.....	اتحادیه پژوهشگران فعال در زمینه مسافرت و گردشگری.....
۵۹۷.....	خلاصه.....
۵۹۸.....	پرسش.....

۵۹۹.....	فصل نوزدهم: بازاریابی برای محصولات صنعت گردشگری.....
۶۰۰.....	مقدمه.....
۶۰۰.....	بازاریابی چیست؟.....
۶۰۲.....	مفهوم واژه "بازاریابی".....
۶۰۳.....	عوامل یا متغیرهای تشکیل دهنده بازاریابی.....
۶۳۰.....	بخش‌بندی بازار.....
۶۳۶.....	برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های بازاریابی: گردشگری.....
۶۳۸.....	بازاریابی: فعالیت‌های مشترک.....
۶۳۹.....	خلاصه.....
۶۴۰.....	پرسش.....

بخش ششم: چشم‌انداز گردشگری

۶۴۳.....	فصل بیستم: آینده گردشگری.....
۶۴۴.....	مقدمه.....
۶۴۵.....	گردشگری در هزاره سوم.....

۶۴۶	پیش‌بینی صنعت گردشگری در دنیا (برای سال ۲۰۲۰).....
۶۴۶	ماهیت رشد آینده.....
۶۴۸	تفریح، گردشگری و جامعه در هزاره سوم.....
۶۴۹	واقعیت جدید: افق‌های جدید، نیروهای جهان.....
۶۶۴	گردشگران آینده.....
۶۷۰	در جستجوی ثبات و امنیت.....
۶۷۱	گردشگری ناشی از مهاجرت.....
۶۷۲	مدیریت اثربخش بر آینده.....
۶۷۳	خلاصه.....
۶۷۵	پرسش.....