

رقابت پذیری مقصد گردشگری بارویکرد توسعه پایدار



تألیف:

دکتر محمد حسین اسمانی خوشخو
عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ

دکتر زهرا نادعلی پور
عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ

انتشارات دانشگاه علم و فرهنگ

سرشناسه: ایمانی خوشخو، محمدحسین، ۱۳۳۹-
عنوان و نام پدیدآور: رقابت‌پذیری مقصد گردشگری با رویکرد توسعه پایدار/ تالیف محمدحسین ایمانی خوشخو، زهرا نادعلی پور.
مشخصات نشر: تهران: دانشگاه علم و فرهنگ، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری: ۱۸۰ ص: مصور، جدول، نمودار -. (انتشارات دانشگاه علم و فرهنگ؛ ۲۰)

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷-۱۴۰-۹-۴
موضوع: ۱. گردشگری—ایران—جنبه های اجتماعی. ۲. گردشگری پایدار
شناسه افزوده: الف. نادعلی پور، زهرا، ۱۳۶۰- ب. دانشگاه علم و فرهنگ ج. عنوان
رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۹۱
رده بندی کنگره: G ۱۵۵/آ۱ الف ۹ ۱۳۹۷
شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۶۸۴۰۰

رقابت‌پذیری مقصد گردشگری با رویکرد توسعه پایدار

مولفین: محمدحسین ایمانی خوشخو، زهرا نادعلی پور

ناشر: انتشارات دانشگاه علم و فرهنگ

نظارت بر فرایند چاپ: شمس‌الدین رضا احمدی میرقائد

ویراستار ادبی: دکتر علی کبریا رانف

طرح جلد: هادی خستوان

صفحه‌آرا: زهره ابراهیمی آتانی

چاپ: نشر رصد علم

نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۷-۱۴۰-۹-۴

انتشارات دانشگاه علم و فرهنگ؛ ۲۰

"مسئولیت صحت مطالب کتاب با نویسنده/ مترجم است"

"این اثر مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. چنانچه فردی تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مولف (ناشر) نشر و پخش یا عرضه نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت."



۱۳	پیش‌گفتار
۱۵	فصل اول: درامدی بر رقابت‌پذیری
۱۵	مقدمه
۱۴	رقابت
۱۸	دریت مطلق
۲۱	مزیت نسبی
۲۲	رقابت‌پذیری در گردشگری
۲۵	رقابت‌پذیری مقصد
۲۹	ابعاد رقابت‌پذیری مقصد
۳۰	رقابت اقتصادی
۳۰	رقابت سیاسی
۳۱	رقابت اجتماعی - فرهنگی
۳۱	رقابت تکنولوژیک
۳۲	رقابت زیست‌محیطی
۳۲	جمع‌بندی
۳۴	فصل دوم: رقابت‌پذیری مقصد: دو دهه تحقیق
۳۴	مقدمه
۳۴	دو دهه تحقیق پیرامون رقابت‌پذیری مقصد
۴۷	تحقیقات پیرامون ادراک گردشگران از رقابت‌پذیری مقصد
۵۰	جمع‌بندی
۵۲	فصل سوم: رقابت‌پذیری مقصد و توسعه پایدار
۵۲	مقدمه
۵۲	توسعه پایدار گردشگری
۵۵	رقابت‌پذیری مقصد از منظر توسعه پایدار
۵۷	ذی‌نفعان و رقابت‌پذیری مقصد

۵۸.....	انواع ذی‌نفعان گردشگری.....
۵۹.....	جامعه محلی و رقابت‌پذیری مقصد.....
۶۰.....	کسب‌وکارهای گردشگری و رقابت‌پذیری مقصد.....
۶۲.....	سازمان‌های مدیریت مقصد و رقابت‌پذیری مقصد.....
۶۴.....	عملکرد ذی‌نفعان و رقابت‌پذیری مقصد.....
۶۶.....	عملکرد جامعه محلی.....
۶۷.....	ملک کسب‌وکارها.....
۶۸.....	عملکرد سازمان‌های مدیریت مقصد.....
۷۱.....	نگرش با و ادوات ذی‌نفعان داخلی نسبت به اثرات گردشگری.....
۷۵.....	ادراک گردشگران از جاییت مقصد.....
۷۷.....	گرایش‌های زیست‌محیطی ذی‌نفعان.....
۷۹.....	وفاداری گردشگر.....
۸۴.....	جمع‌بندی.....
۸۵.....	فصل چهارم: رقابت‌پذیری گردشگری ایران
۸۵.....	مقدمه.....
۸۵.....	جایگاه رقابت‌پذیری در برنامه‌های کلان.....
۸۷.....	جایگاه جهانی ایران از منظر شاخص‌های رقابت‌پذیری.....
۸۸.....	شاخص جهانی رقابت‌پذیری سفر و گردشگری.....
۹۰.....	جایگاه ایران از منظر شاخص جهانی رقابت‌پذیری سفر و گردشگری.....
۹۳.....	شاخص جهانی رقابت‌پذیری پایدار.....
۹۵.....	جایگاه ایران از منظر شاخص جهانی رقابت‌پذیری پایدار.....
۹۹.....	جمع‌بندی.....
۱۰۰.....	فصل پنجم: الگویی برای رقابت‌پذیری پایدار مقصد
۱۰۰.....	مقدمه.....
۱۰۰.....	تبیین روابط میان عوامل اثرگذار بر رقابت‌پذیری پایدار مقصد.....
۱۰۲.....	نظریه‌ها، چارچوب‌ها و راهبردهای تفسیرکننده.....
۱۰۲.....	نظریه نشووناسیک پیرامون رقابت.....
۱۰۴.....	چارچوب رقابت‌پذیری ریجی و کراچ.....
۱۰۵.....	راهبرد پورتر.....

۱۰۸	راهبرد گیلبرت
۱۰۹	راهبرد پون
۱۱۲	نظریه‌های تفسیرکننده ادراک و تصویر ذهنی مقصد
۱۱۲	نظریه گشتالت
۱۱۳	نظریه شکل‌گیری تصویر مقصد
۱۱۴	نظریه‌های تفسیرکننده برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
۱۱۵	نظریه‌های قالب در توسعه و ارتباط آن‌ها با گردشگری
۱۱۶	۱- پارادایم رگرایی
۱۱۶	۲- پارادایم وابستگی
۱۱۷	۳- پارادایم نتولید الیس اقتصادی
۱۱۸	۴- پارادایم توسعه جایگزین
۱۱۸	جمع‌بندی نظریه‌های تفسیرکننده
۱۲۱	الگوها و مدل‌های رقابت‌پذیری مقصد
۱۳۰	الگویی مفهومی برای رقابت‌پذیری مقصد
۱۳۴	پایداری اقتصادی
۱۳۴	پایداری اجتماعی - فرهنگی
۱۳۵	پایداری اکولوژیکی
۱۳۶	پایداری سیاسی
۱۳۶	مدیریت مقصد و سیاست گردشگری پایدار
۱۳۸	سمت تقاضا: رضایت و رفتار گردشگر
۱۴۱	بررسی ابعاد هم‌پوشان
۱۶۲	جمع‌بندی
۱۶۳	منابع و مآخذ
۱۶۳	منابع فارسی
۱۶۴	منابع لاتین
۱۷۷	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی
۱۷۹	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی

پیش‌گفتار

در طول دو دهه اخیر، حوزه گردشگری به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی، مورد توجه گسترده محققان و نویسندگان داخلی قرار گرفته است و در حوزه‌های مختلف شاهد تألیف و یا ترجمه کتب متعدد در زمینه گردشگری بوده‌ایم. در این میان، موضوع رقابت‌پذیری مقصد یکی از موضوعاتی است که در داخل کشور و از نقطه نظر تحقیقات دانشگاهی، کمتر بدان پرداخته شده است. ریشه است که در جهان رقابتی امروز و در شرایط محیطی پیچیده‌ای که پیش روی صنعت گردشگری قرار دارد، موضوع رقابت‌پذیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ از سوی دیگر، امروزه لحاظ پایداری در تمامی جنبه‌های توسعه و اساساً در تمامی فعالیت‌های بشری که مستلزم استفاده از منابع، مداخله در طبیعت و درگیری با جوامع و تعامل با محیط‌زیست است، امری لازم و ضروری است. اهمیت موضوعات مرتبط با توسعه پایدار، به‌طور روزافزون مورد توجه و تأکید است. علاوه بر این، یکی از موضوعاتی که امروزه در بحث عملکرد مقصدهای گردشگری مطرح است، بحث رقابت‌پذیری و توانایی مقصدها برای بقای در محیط رقابتی امروز است. از آنجا که تا مدت‌ها معیار رقابت‌پذیری در گردشگری، افزایش تعداد گردشگران، رشد تقاضا و معیارهای کمی دیگر از این دست بوده است، به بیانی بهتر، رویکرد به رقابت‌پذیری رویکردی رشدگرا و کمی‌نگر بوده است، و نیز به دنبال بروز مشکلات و معضلات زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی در مقصدهای گردشگری در دو دهه اخیر، از سوی محققان در سراسر دنیا، توجه بسیاری معطوف به بحث پایداری و پرداختن به دغدغه‌های مطالعات رقابت‌پذیری گردشگری شده است. مقصدها برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری، می‌بایست از منابع و مزیت‌های رقابتی خود در زمینه گردشگری، بهترین استفاده را داشته باشند. نکته دیگر این که، رقابت‌پذیری یک مقصد گردشگری، می‌بایست پایدار باشد. همان‌گونه که محققان نیز اظهار داشته‌اند بسیاری از تعریف‌های موجود از رقابت‌پذیری عمدتاً بر مبنای قابلیت‌های یک سازمان و آنچه ارائه می‌دهد نسبت به رقبا است و از این دیدگاه، پایداری معیاری است که پتانسیل یک سازمان را برای حفظ یا بهبود موقعیت رقابتی خود در چشم

مشتریان و سهام‌داران توصیف می‌کند، و در عین حال سازمان توانایی کنش و واکنش در یک محیط رقابتی در حال تغییر را نیز دارد و مزیت رقابتی تنها تا زمانی می‌تواند پایدار باشد که این پتانسیل، در حد بالا باقی بماند. در مورد مقصدها نیز می‌توان چنین استدلال مشابهی را به کار برد. در یک مقصد گردشگری، بازیگران اصلی، گردشگران و طیف وسیعی از ذی‌نفعان داخلی از ساکنین محلی، کسب‌وکارها و دولت‌ها را شامل می‌شود و تنها در نظر گرفتن گردشگر، مقصد و رقبا، بدون توجه به ذی‌نفعان داخلی، نمی‌تواند ضامن بقای رقابت‌پذیری و به عبارت دیگر، پایداری رقابت‌پذیری شود.

کتاب حاضر که حاصل مطالعات گسترده نویسندگان در حوزه رقابت‌پذیری گردشگری بوده و بخشی از دستاوردهای پژوهشی نویسندگان در قالب کار بر روی رساله دکتری با موضوع «ارائه مدل رقابت‌پذیری پایدار مقصد گردشگری» در دانشگاه علم و فرهنگ می‌باشد، تلاش دارد تا با اتخاذ رویکردی جدید در ایجاد پیوند میان رقابت‌پذیری مقصد از یک‌سو و توسعه پایدار مقصد از سوی دیگر، چارچوبی مفید برای بررسی و ارزیابی رقابت‌پذیری واقعی مقصدها با رویکرد به توسعه پایدار ارائه دهد.

در پایان، امید است که این مجموعه، منبعی مفید برای پژوهشگران، اساتید، دانشجویان و علاقه‌مندان حوزه گردشگری و سایر حوزه‌های مرتبط باشد. نهایتاً، مولفان امیدوارند که با بهره‌گیری از نظرات و پیشنهادهای خوانندگان و صاحب‌نظران گرامی، در آینده نقایص و کاستی‌های موجود رفع گردد.

مؤلفان

بهار ۱۳۹۷