

اقتصاد گردشگری

ترجمه و تألیف:

دکتر محمدرضا فرزین

نمونه هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی



سرشناسه: فرزین، محمدرضا، ۱۳۴۴ -
 عنوان و نام پدید آور: اقتصاد گردشگری/ترجمه و تالیف محمد فرزین؛ زیر نظر معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبائی
 مشخصات نشر: تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۳۹۸
 مشخصات ظاهری: ۳۷۰ ص.
 فروست: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی؛ ۵۱۷
 شابک: ۵-۳۴۹-۲۱۷-۹۶۴-۹۷۸-۴۵۰۰۰ تومان
 وضعیت فهرست نویسی: فیبا
 موضوع: گردشگری -- جنبه‌های اقتصادی
 موضوع: Tourism -- Economic aspects
 شناسه افزوده: دانشگاه علامه طباطبائی
 رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۸ ف ۱/۱ G۱۵۵
 رده‌بندی دیوئی: ۳۳۸/۴۲۹
 شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۱۷۴۲۹

اقتصاد گردشگری

ترجمه و تألیف:

مهرم پدرفه روزین

زیر نظر معارفت پژوهش دانشگاه

شابک: ۵-۳۴۹-۲۱۷-۹۷۸

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی	ویراستار: فریبا محمودی
سر ویراستار: دکتر آزیتا مانی اتوشه	صفحه‌آرا: فریده دیوباد
نماینه‌ساز: جدیل نژاد	طراح جلد: رسول خسروی بیگی
ناظر فنی: سامان یوی	مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی؛ تهران، بزرگراه شهید همت، دهکده المپیک، میدان ورزش
صندوق پستی: ۱۵۸۱۵/۳۴۸۷	تلفن مرکز انتشارات: ۴۴۷۳۷۶۵۵
قیمت: ۴۵۰۰۰ تومان	شمارگان: ۲۰۰
	چاپ اول ۱۳۹۸

فهرست مطالب

مقدمه	۱
فصل اول: تقاضای گردشگری	۱۱
مقدمه	۱۱
۱-۱- انتخاب بهینه در تقاضای گردشگری	۱۲
۱-۱-۱- حساسیت تقاضای گردشگری نسبت به سایر کالاها و خدمات	۱۳
۱-۲- اثرات تغییرات در درآمد و قیمت بر تقاضای گردشگری	۱۵
۱-۲-۱- تقاضای گردشگری در طول زمان	۱۹
۳-۱- کشش تقاضای گردشگری	۲۲
۱-۳-۱- کشش و درآمد کل	۲۴
۲-۳-۱- کشش درآمدی تقاضا	۲۷
۳-۳-۱- کشش متقاطع تقاضا	۲۹
۴-۳-۱- کشش بازاریابی تقاضا	۳۱
۴-۱- الگوهای تقاضا	۳۱
۱-۴-۱- توصیف داده‌ها	۳۳
۲-۴-۱- تصریح الگو	۳۵
۳-۴-۱- متغیر وابسته	۳۷

۳۹.....	۱-۴-۴- انتخاب متغیرهای توضیحی.....
۴۹.....	۱-۴-۵- روش برآورد.....
۵۲.....	۱-۵-۵- پیش‌بینی تعداد گردشگران ورودی با استفاده از تجزیه و تحلیل سری زمانی.....
۵۵.....	۱-۵-۱- رویکردهای اقتصادسنجی به سری زمانی.....
۵۵.....	۱-۵-۲- فنون اقتصادسنجی.....
۶۰.....	خلاصه و جمع‌بندی.....
۶۲.....	سؤالات متن.....
۶۳.....	منابع.....
۶۵.....	فصل دوم: عرضه گردشگری.....
۶۵.....	مقدمه.....
۶۶.....	۱-۲- ساختار بازار و گردشگری.....
۶۶.....	۱-۱-۲- بازار رقابت کامل و گردشگری.....
۶۸.....	۲-۱-۲- بازار انحصار کامل و گردشگری.....
۶۹.....	۳-۱-۲- رقابت انحصاری و گردشگری.....
۷۱.....	۴-۱-۲- انحصار چندجانبه و گردشگری.....
۷۴.....	۲-۲- رویکرد سرعت (SCP).....
۷۷.....	۱-۲-۲- ارزیابی کاربرد رویکرد سرعت در بازارهای گردشگری.....
۷۸.....	۲-۲-۲- عملکرد در رویکرد سرعت.....
۷۹.....	۳-۲-۲- سیاست دولت در رویکرد سرعت.....
۸۰.....	۳-۲- صرفه‌جویی و عدم صرفه‌جویی به مقیاس و صرفه‌های ناشی از اسبوع تولید.....
۸۲.....	۴-۲- زنجیره تأمین گردشگری و ساختار بنگاه.....
۸۲.....	۱-۴-۲- ادغام عمودی.....
۸۴.....	۲-۴-۲- ادغام افقی.....
۸۷.....	۳-۴-۲- ائتلاف‌های راهبردی.....
۸۸.....	۵-۲- نظریه بازی‌ها.....

۹۲.....	خلاصه و جمع بندی
۹۳.....	سوالات
۹۴.....	منابع
۹۵.....	فصل سوم: قیمت گذاری در گردشگری
۹۵.....	مقدمه
۹۶.....	۱-۳- اهداف قیمت گذاری
۹۷.....	۲-۳- قیمت گذاری براساس تحلیل رقبا
۹۸.....	۱-۲-۳- رهبری در هزینه
۹۸.....	۲-۲-۳- جایز در محصول
۹۹.....	۳-۲-۳- تمرکز
۱۱۰.....	۴-۳- قیمت گذاری براساس ساختار بازار
۱۱۱.....	۱-۴-۳- تعیین قیمت در حالت کامل
۱۱۲.....	۲-۴-۳- تعیین قیمت در انحصار کامل
۱۱۳.....	۳-۴-۳- تعیین قیمت در رقابت انحصاری
۱۱۴.....	۴-۴-۳- تعیین قیمت در انحصار چندجانبه
۱۱۸.....	۱-۵-۳- قیمت گذاری یکدست
۱۱۹.....	۲-۵-۳- انواع تبعیض قیمت
۱۲۵.....	۶-۳- انواع دیگر روش های قیمت گذاری در گردشگری
۱۲۵.....	۱-۶-۳- رهبری مسلط قیمت
۱۲۷.....	۲-۶-۳- رهبری قیمت بارومتریک
۱۲۷.....	۳-۶-۳- بسته بندی
۱۲۹.....	۴-۶-۳- گره زدن
۱۳۰.....	۵-۶-۳- قیمت گذاری فرازباری
۱۳۱.....	۶-۶-۳- قیمت گذاری انتقالی
۱۳۲.....	۷-۶-۳- قیمت گذاری موضع یابی

۱۳۲	۸-۶-۳- قیمت گذاری سرشیری
۱۳۳	۹-۶-۳- قیمت گذاری نفوذی
۱۳۳	۱۰-۶-۳- قیمت گذاری اعتباری
۱۳۴	۱۱-۶-۳- قیمت گذاری روان‌شناختی
۱۳۴	۱۲-۶-۳- قیمت گذاری قیمت تمام‌شده
۱۳۵	۷-۳- قوانین و مقررات در مورد قیمت گذاری
۱۳۵	۱-۷-۳- قیمت گذاری فریب‌دهنده
۱۳۶	۲-۱-۳- قیمت گذاری تخریبی و تنبیهی
۱۳۷	خارصه و جمع‌بندی
۱۳۹	سؤالات
۱۴۱	منابع
۱۴۳	فصل چهارم: نقش دولت در سیاست‌های فراغت و گردشگری
۱۴۳	مقدمه
۱۴۵	۲-۴- نقش دولت
۱۴۶	۱-۲-۴- دفاع ملی
۱۴۶	۲-۲-۴- قوانین و مقررات
۱۴۷	۳-۲-۴- ناکارآمدی بازار
۱۶۳	۳-۴- مباحث اجتماعی، سیاسی دخالت دولت
۱۶۳	۱-۳-۴- برابری، بشردوستی
۱۶۷	۲-۳-۴- مدیریت و توسعه اقتصادی
۱۶۸	۳-۳-۴- کسب و کار پیش‌بینی نشده
۱۶۸	۴-۳-۴- عرف
۱۶۹	۴-۴- موضوعات دیگری در مبحث بازار در تقابل با دولت
۱۶۹	۱-۴-۴- سودده یا زیان‌ده
۱۷۰	۲-۴-۴- ناکارآمدی دولت / اندازه دولت

۱۷۱	۴-۴-۳- تأمین کننده یا تسهیل کننده؟
۱۷۲	۴-۴-۴- زمینه جهانی شدن
۱۷۷	خلاصه و جمع بندی
۱۷۹	سؤالات
۱۸۰	منابع
۱۸۱	فصل پنجم: مالیات گذاری در گردشگری
۱۸۱	مقدمه
۱۸۲	۵-۱- مالیات گردشگری و اهمیت آن
۱۸۸	۵-۱-۱- اخذ هزینه استفاده از منابع عمومی
۱۸۹	۵-۱-۲- تخصیص درآمدهای حاصل از مالیات های گردشگری
۱۹۰	۵-۱-۳- مالیات صنعت گردشگری
۱۹۰	۵-۱-۴- مالیات های وراثت
۱۹۲	۵-۲- اصول مالیات گذاری مناسب
۱۹۲	۵-۲-۱- برابری (انصاف)
۱۹۳	۵-۲-۲- کارایی
۱۹۶	۵-۲-۳- نظام اجرای کارآمد
۱۹۶	۵-۳- مالیات برای اصلاح آثار بیرونی محیطی
۱۹۹	۵-۴- ارتباط میان رشد اقتصادی و کیفیت محیط زیست
۲۰۴	۵-۴-۱- استدلال هایی به نفع مالیات بر گردشگری
۲۰۴	۵-۴-۱- عرضه سرمایه گذاری عمومی
۲۰۶	۵-۴-۲- بسط و متنوع ساختن پایه مالیاتی
۲۰۷	۵-۴-۳- فرسایش پایه مالیاتی
۲۰۷	۵-۴-۴- مالیات های صادراتی برای افراد غیرمقیم
۲۱۰	۵-۴-۵- مالیات های ترویج مقاصد گردشگری
۲۱۲	۵-۵- استدلال هایی علیه مالیات بر گردشگری

۲۱۲	۵-۵-۱- انقباض فعالیت اقتصادی
۲۱۴	۵-۵-۲- مقابله به مثل کردن
۲۱۴	۵-۵-۳- نشان دار کردن مالیات گردشگری ویژه
۲۱۶	خلاصه و جمع بندی
۲۱۸	سؤالات
۲۱۹	منابع
۲۲۱	فصل ششم: رقابت پذیری مقصد
۲۲۱	مقدمه
۲۲۷	۶-۲-۱- الگوی پون
۲۲۷	۶-۲-۲- هبردها رقابتی در سطح بازیگران صنعت
۲۲۹	۶-۲-۲- راهبردهای مربوط به مقاصد گردشگری
۲۲۹	۶-۳-۱- الگوی مفهومی پونی و سراج (رویکرد گردشگری پایدار)
۲۳۰	۶-۳-۱- محیط کلان
۲۳۱	۶-۳-۲- محیط (خرد) رقابتی
۲۳۱	۶-۳-۳- منابع و جاذبه های محوری
۲۳۲	۶-۳-۴- منابع و عوامل پشتیبان
۲۳۳	۶-۳-۵- عوامل تقویت کننده
۲۳۴	۶-۳-۶- خط مشی، برنامه ریزی و توسعه مقصد
۲۳۵	۶-۳-۷- مدیریت مقصد
۲۴۸	۶-۴- تحلیل اهمیت - عملکرد در رقابت پذیری
۲۵۱	۶-۵-۱- رقابت پذیری مقصد در بخش قیمت
۲۵۲	۶-۵-۱- شاخص قیمت بسته های گردشگری
۲۵۲	۶-۵-۲- قیمت های بسته گشت
۲۵۲	۶-۵-۳- شاخص بیگ مک
۲۵۳	۶-۵-۴- برابری قدرت خرید

۲۵۴	۵-۵-۶- شاخص جامع رقابت پذیری قیمت مقصد
۲۵۸	۶-۵-۶- شاخص وزنی تجارت گردشگری
۲۵۹	۶-۶- شاخص رقابت پذیری مسافرت و گردشگری (TICI)
۲۷۳	خلاصه و جمع بندی
۲۷۵	سؤالات
۲۷۶	منابع
۲۷۹	فصل هفتم: تحلیل هزینه- فایده
۲۷۹	مقدمه
۲۸۰	۱-۷- هزینه فایده در گردشگری
۲۸۱	۲-۷- اثرات بیرون و گردشگری
۲۸۲	۱-۲-۷- اثرات بیرونی عمومی
۲۸۳	۲-۲-۷- اثرات بیرونی خاص
۲۸۶	۳-۷- کاربردهای تحلیل هزینه فایده
۲۸۶	۱-۳-۷- تحلیل هزینه سرمایه
۲۸۶	۲-۳-۷- تحلیل گزینه خط مشی
۲۸۷	۳-۳-۷- خلاصی یا حفظ دارایی های موجود
۲۸۷	۴-۳-۷- فرار ارزیابی یک طرح یا برنامه
۲۸۸	۴-۷- هشت گام اصلی در اجرای تحلیل هزینه فایده
۲۸۸	۱-۴-۷- محدوده و اهداف تحلیل را مشخص کنید
۲۸۹	۲-۴-۷- گزینه ها را مورد توجه قرار دهید
۲۸۹	۳-۴-۷- اثرات را مشخص کنید
۲۹۰	۴-۴-۷- هزینه ها و فایده ها مرتبط را ارزش گذاری کنید
۳۰۶	۵-۴-۷- تزییل فایده ها و هزینه های آینده
۳۰۹	۶-۴-۷- کاربرد قواعد تصمیم
۳۱۷	۵-۷- سایر موضوعات تحلیل هزینه فایده

۳۰۸	۱-۵-۷- قیمت‌های سایه‌ای
۳۲۱	۲-۵-۷- دوباره شماری
۳۲۱	۳-۵-۷- آثار توزیعی در آمد
۳۲۳	۶-۷- تحلیل‌های اثربخشی هزینه
۳۲۶	۷-۷- تحلیل هزینه - فایده اجتماعی و کاربرد آن در گردشگری
۳۳۰	۸-۷- معایب تحلیل هزینه - فایده
۳۳۱	خلاصه و جمع‌بندی
۳۳۴	سؤالات
۳۳۶	منابع
۳۳۷	نمایه
۳۳۷	نمایه موضوعی
۳۵۱	نمایه اسامی