

به نام خدا

تجارت مهمان نوازی بین المللی

لری یو

م. ج. ان

دکتر محمد ابراهیم گریان
مهندس باطنی زفولی



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تهران ۱۳۹۸

سرشناسه	یو، لارنس
عنوان و نام پدیدآور	Yu, Lawrence
مشخصات نشر	تجارت مهمان نوازی بین المللی / نویسنده لری یو؛ مترجمان محمدابراهیم گوهریان، مهشید باطنی دزفولی.
مشخصات ظاهری	تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۸.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۶۸-۷۷۴-۷
وضعیت فهرست نویسی	فبا
یادداشت	عنوان اصلی: The international hospitality business : management and operations. c1۹۹۹.
موضوع	صنعت مهمانداری -- مدیریت
موضوع	Hospitality industry -- Management
موضوع	شرکت های چندملیتی -- مدیریت
موضوع	International business enterprises -- Management
شناسه افزوده	گوهریان، محمدابراهیم، ۱۳۳۱ - مترجم
شناسه افزوده	Goharian, M. E.
شناسه افزوده	باطنی دزفولی، مهشید، مترجم
شناسه افزوده	یوجاری صفت، مهناز، ۱۳۶۸ -، ویراستار
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگه	TX۹۱/۳
رده بنا	۶۴۷/۹۲۰۶۸
شماره کتابشناسی	۵۸۵۰۱۰۷



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

تجارت مهمان نوازی بین المللی

نویسنده: لری یو
مترجمان: دکتر محمدابراهیم گوهریان، مهشید باطنی دزفولی
سر ویراستار: مهناز یوجاری صفت

صفحه آرا: متین

طراح جلد: پاشا دارابی

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۸

قیمت: ۷۰,۰۰۰ تومان

تیراژ: ۳۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۶۸-۷۷۴-۷

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی می باشد»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نبش کوچه همدان، شماره ۱۲۰۴

توزیع و بخش: ۶۶۹۳۹۳۲۹ - ۰۲۱ / فروشگاه مرکزی: ۶۶۴۲۵۱۱۸ - ۰۲۱

واحد سفارش چاپ کتاب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

واحد نشر الکترونیک: ۶۶۴۳۹۲۰۲ - ۰۲۱ / digital.cppc.ir

به نام یگانه معبود ازلی و ابدی

پیشگفتار

گردشگری عبارت است از دانش، هنر و تجارت جذب، حمل، اسکان، اقامت، پذیرایی و تأمین خواسته گردشگران با گشاده‌رویی به‌منظور ایجاد خاطره‌ای خوش و به‌یادماندنی برای آنان در قبال دریافت هزینه از ایشان. از این‌رو، مقوله‌ای است که با رشته‌های مختلف علوم اجتماعی در ارتباط است و هر یک درکی متفاوت از گردشگری القا می‌کنند. در نتیجه، برای جامعه فرهنگی، پژوهشگران و متخصصان گردشگری کشور، مستندسازی علمی و جوه مختلف این فعالیت/ صنعت نوپا ضرورتی ملموس و اجتناب‌ناپذیری به‌شمار می‌رود. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های تجارت جهانی گوه‌ریان مسئولیت تدوین دیدگاه‌های ریشه‌ای در این زمینه را در قالب ۱۰ عنوان کتاب در زمینه گردشگری برعهده گرفته است.

این کتاب با نگاهی نقادانه و علمی، پویایی ارتباط درونی بین فرهنگ، گردشگری و اقتصاد در دوران جهانی‌سازی را تشریح و بررسی می‌کند. اکتشافات نظری، تحلیل‌های منطبق بر تحقیقات، تحلیل محتوای رویدادهای تاریخی، از منظر علمی، جنبه‌های گوناگون مجلدات این مجموعه را شامل می‌شود.

نگاهی سیستماتیک به این موضوع از مزایای این مجموعه است و انتظار می‌رود مبانی همه آنچه متخصصان، پژوهشگران و دست‌اندرکاران گردشگری نیاز به دانستن دارند دربر گیرد. علاوه بر این، دستیابی به آخرین یافته‌های روز در زمینه گردشگری علمی است که مدیریت مؤسسه را تشویق به تدوین مجموعه کرده است.

به‌طور خلاصه، این مجموعه علاوه بر آن که بر مطالب خلاصه، آموختنی و پژوهشی سفر و گردشگری تأکید دارد می‌کوشد تا خواننده را با زوایای ناشناخته موضوع آشنا سازد.

دکتر حمزه ضرغام بروجنی

عضو هیئت علمی، دستگاه علامه طباطبائی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

ک	دریا نویسنده
م	پیشگفتار
س	تقدیر
۱	بخش اول: نظری اح بر صنعت مهمان نوازی
۳	فصل اول: صنعت مهمان نوازی به عنوان تجارتی بین المللی
۴	مقدمه
۴	تجارت بین المللی
۵	گرایش به سمت صنعت خدمات
۶	صنعت مهمان نوازی به عنوان صادرات خدمات
۸	درآمد صنعت خدمات
۹	مسافرت و مهمان نوازی بین المللی
۹	بازار مبدأ
۱۲	حمل و نقل بین المللی
۱۳	صنعت هواپیمایی بین المللی
۱۴	خدمات ریلی منطقه‌ای
۱۶	خدمات خطوط کشتیرانی تفریحی
۱۹	مقصد‌های پذیرنده
۲۳	انگیزه‌های گسترش جهانی
۲۳	گسترش فروش
۲۳	تنوع جغرافیایی
۲۴	تحصیل منابع و نیروی کار
۲۵	شهرت جهانی برند

فصل دوم: جغرافیای توسعه مهمان‌نوازی بین‌المللی..... ۲۷

مقدمه ۲۸

موقعیت جغرافیایی و زمان جهانی ۲۸

موقعیت مطلق و موقعیت نسبی ۳۱

مناطق جهان ۳۲

الگوهای مهمان‌نوازی و مسافرت منطقه‌ای در جهان ۳۴

مسافرت بین‌المللی در منطقه ۳۴

توسعه مهمان‌نوازی منطقه‌ای ۳۶

بین‌المللی‌ترین شرکت‌های هتل‌داری ۳۹

شرکت‌های بین‌المللی خدمات غذایی مهم ۴۷

سترش رقابت منطقه‌ای ۴۸

اروپا ۴۸

آمریکای شمالی ۵۱

آمریکای مرکزی، کاریبی و آنتیل ۵۱

خاورمیانه ۵۲

آفریقا ۵۲

آسیا و اقیانوسیه ۵۳

بخش دوم: تفاوت نظام‌های فرهنگ، سیاسی و اقتصادی ۵۷

فصل سوم: محیط فرهنگی ۵۹

مقدمه ۶۰

تعریف فرهنگ ۶۰

فرهنگ اکتسابی است ۶۱

ابعاد مختلف فرهنگ به هم مربوطاند ۶۱

فرهنگ مشترک است ۶۱

فرهنگ حد و مرز گروه‌های مختلف را تبیین می‌کند ۶۲

ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی ۶۲

ارزش‌های فرهنگی و تأثیر آنها بر مدیریت ۶۳

وابستگی‌های گروهی ۶۳

گروه‌بندی براساس سن ۶۳

گروه‌بندی براساس جنسیت ۶۴

گروه‌بندی براساس خویشاوندی ۶۵

فردگرایی و جمع‌گرایی ۶۶

۶۸.....	روابط رئیس و مرئوس
۷۰.....	تغییرپذیری و وفاداری
۷۱.....	کار و تفریح
۷۲.....	ارتباطات میان فرهنگی
۷۲.....	زبان گفتاری
۷۳.....	زبان نوشتاری
۷۳.....	زبان سکوت
۷۴.....	تماس چشمی
۷۴.....	لمس کردن
۷۵.....	حالات صورت
۷۶.....	رکات سر و دست
۷۷.....	مفهوم زمان
۷۸.....	فضای شخصی
۷۸.....	رنگ ها
۷۹.....	اعداد
۷۹.....	تعمیم فرهنگی
۸۰.....	یادگیری فرهنگ

۸۳..... فصل چهارم: نظام های سیاسی

۸۴.....	مقدمه
۸۴.....	تفاوت در نظام های سیاسی
۸۵.....	نظام سیاسی مردم سالار
۸۶.....	نظام سیاسی استبدادی
۸۸.....	الزامات تجارت بین الملل
۸۹.....	گذار به سمت مردم سالاری
۹۱.....	روابط بین الملل بین دولت های ملی
۹۲.....	سیاست گردشگری ملی
۹۳.....	طرح توسعه گردشگری ملی
۹۵.....	قانون گذاری و تنظیم گردشگری
۹۵.....	سرمایه گذاری های تصدی گرایانه دولت
۹۶.....	ارتقای گردشگری
۹۶.....	توسعه زیربنایی
۹۷.....	نگرانی های زیست محیطی

۹۷.....	توافق گردشگری ملی.....
۹۸.....	سیاست و اخلاق تجاری.....
۱۰۰.....	ملی‌گرایی.....
۱۰۱.....	ارزیابی خطر سیاسی.....
۱۰۱.....	انواع خطرات سیاسی.....
۱۰۳.....	ارزیابی خطر سیاسی.....
۱۰۴.....	بینه خطرهای سیاسی.....
۱۰۵.....	فصل پنجم: نظام‌های اقتصادی
۱۰۶.....	مقدمه.....
۱۰۶.....	نظام‌های اقتصادی متفاوت.....
۱۰۶.....	اقتصاد بازار سرمایه‌داری.....
۱۰۸.....	اقتصاد سرمایه‌داری.....
۱۰۹.....	اقتصاد مختلط.....
۱۰۹.....	اصلاحات اقتصادی در چین، ویتنام و کوبا.....
۱۱۲.....	سطح توسعه اقتصادی.....
۱۱۴.....	اطلاعات اقتصادی مفید.....
۱۱۴.....	مصرف شخصی.....
۱۱۵.....	هزینه‌های نیروی کار.....
۱۱۶.....	تورم.....
۱۱۶.....	ارزیابی خطرهای اقتصادی.....
۱۱۸.....	بعد اقتصادی گردشگری و مهمان‌نوازی.....
۱۱۸.....	زمین، کار، سرمایه.....
۱۲۰.....	اثر اقتصادی و تأثیر فزاینده.....
۱۲۲.....	سیاست‌های اقتصادی درخصوص توسعه گردشگری.....
۱۲۳.....	بخش سوم: ساختارهای سازمانی و راهبردهای توسعه
۱۲۵.....	فصل ششم: انتخاب شیوه ورود به بازار و توسعه سازمانی
۱۲۶.....	مقدمه.....
۱۲۶.....	شیوه‌های ورود به بازار.....
۱۲۷.....	مالکیت انحصاری.....
۱۲۸.....	سرمایه‌گذاری‌های مشترک.....
۱۳۰.....	حق امتیاز.....

۱۳۳.....	شرکت‌های قرارداد مدیریت
۱۳۷.....	اتحاد راهبردی
۱۴۰.....	کنسرسیوم‌ها
۱۴۴.....	کدام راهبرد ورودی را باید انتخاب کرد
۱۴۵.....	ساختارهای سازمانی مهمان‌نوازی
۱۴۹.....	فصل هفتم: توسعه و طراحی هتل
۱۵۰.....	مقدمه
۱۵۰.....	طرح توسعه هتل
۱۵۳.....	توسعه زیربنایی
۱۵۴.....	آب و فاضلاب
۱۵۵.....	آب
۱۵۶.....	نیرو
۱۵۷.....	ارتباطات
۱۵۸.....	فاضلاب
۱۵۹.....	انهدام زباله‌های جامد
۱۵۹.....	طراحی هتل
۱۶۱.....	بیانیه اثرات زیست‌محیطی
۱۶۲.....	ساخت هتل
۱۶۲.....	هزینه زمین
۱۶۳.....	خطرات زیست‌محیطی
۱۶۵.....	نواحی ساحلی و پست
۱۶۶.....	دامنه تپه‌ها
۱۶۶.....	زلزله
۱۶۷.....	استفاده از مصالح ساختمانی محلی
۱۶۸.....	هزینه و کیفیت ساخت
۱۶۸.....	رویه توسعه تفریح‌گاه زیست‌محیطی
۱۷۵.....	بخش چهارم: ساختارهای سازمانی و راهبردهای توسعه
۱۷۷.....	فصل هشتم: محیط حقوقی
۱۷۸.....	مقدمه
۱۷۸.....	نظام‌های حقوقی مهم
۱۷۹.....	نظام حقوقی عرفی

۱۸۱.....	نظام حقوقی مدنی
۱۸۴.....	نظام حقوق سوسیالیستی
۱۸۶.....	نظام حقوق اسلامی
۱۸۷.....	قوانین و سازمان های بین المللی
۱۸۹.....	موافقت نامه فروش خدمات
۱۹۲.....	حل و فصل مناقشات بین المللی
۱۹۵.....	فصل نهم: مدیریت مالی
۱۹۶.....	مقدمه
۱۹۶.....	بازار مبادلات ارز
۱۹۹.....	دستر قرارداد های تبادل ارز
۱۹۹.....	قرارداد سروس
۲۰۰.....	قرارداد معافیت
۲۰۱.....	قرارداد اختیار
۲۰۱.....	قرارداد معاوضه
۲۰۲.....	تبدیل پذیری ارز
۲۰۲.....	محدودیت های تبادل ارز از جانب دولت
۲۰۴.....	بازارهای مالی بین المللی
۲۰۷.....	بازار ارز اروپایی
۲۰۹.....	بازار قرضه بین المللی
۲۱۰.....	اثرات تبادل ارز
۲۱۰.....	اثر مبادله
۲۱۱.....	اثر اقتصادی
۲۱۲.....	اثر انتقال
۲۱۲.....	مدیریت خطر تبادل ارز
۲۱۴.....	بودجه بندی سرمایه
۲۱۵.....	سرمایه اولیه
۲۱۵.....	تقاضای مصرف کننده
۲۱۶.....	قیمت
۲۱۶.....	هزینه های متغیر
۲۱۶.....	هزینه ثابت
۲۱۶.....	مدت زمان طرح
۲۱۷.....	ارزش اسقاط دارایی

۲۱۷	محدودیت‌های انتقال وجه
۲۱۷	قوانین مالیات
۲۱۸	نرخ تبادل ارز
۲۱۸	نرخ لازم بازگشت سرمایه

فصل دهم: حسابداری و مالیات‌بندی بین‌الملل ۲۲۱

۲۲۲	مقدمه
۲۲۳	حسابداری بین‌الملل
۲۲۴	الگوهای حسابداری عمومی
۲۲۵	الگوی انگلیسی - آمریکایی
۲۲۵	الگوی فرانسوی
۲۲۵	الگوی آمریکای جنوبی
۲۲۶	الگوی اقتصادی مختلط
۲۲۶	هماهنگی استانداردهای حسابداری
۲۲۹	حسابداری برای معیارهای ارز
۲۲۹	معاملات صادرات و واردات
۲۳۱	روش‌های انتقال در صورت‌های مالی
۲۳۲	ارز به‌عنوان ارز عملی
۲۳۳	دلار آمریکا به‌عنوان ارز عملی
۲۳۳	تعیین روش انتقال مناسب
۲۳۵	مالیات‌بندی بین‌المللی
۲۳۶	انواع مالیات
۲۳۶	مالیات بر درآمد شرکت
۲۳۷	مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی
۲۳۷	قوانین انتقال ضرر به قبل یا بعد
۲۳۸	معافیت از تعهدات مالیاتی
۲۳۹	قوانین آمریکا درخصوص مالیات‌بندی بین‌المللی
۲۴۰	مالیات‌دهندگان آمریکایی در خارج
۲۴۱	گزارش مالیاتی برای شرکت‌های آمریکایی
۲۴۱	برنامه‌ریزی مالیات بین‌المللی

فصل یازدهم: مدیریت منابع انسانی ۲۴۳

۲۴۴	مقدمه
۲۴۴	گرایش‌های فرهنگی

۲۴۷	استخدام
۲۴۷	منابع مدیران
۲۴۹	منابع کارکنان خدمات
۲۵۱	گزینش
۲۵۱	گزینش مدیران مهاجر
۲۵۲	گزینش کارکنان خدمات
۲۵۳	آموزش
۲۵۴	آموزش قبل از عزیمت برای مدیران مهاجر
۲۵۵	آموزش برای مدیران و کارکنان محلی
۲۵۷	انگیزش
۲۵۹	نیایی و نکرد
۲۶۱	حقوق بر مهاجر
۲۶۱	حقوق بایه
۲۶۲	پاداش خدمات - رجه
۲۶۲	کمک هزینه‌های فوق‌العاده
۲۶۳	مالیات‌بندی
۲۶۴	مزایا
۲۶۵	حقوق کارکنان
۲۶۷	مدیریت و اتحادیه‌های کارگری
۲۶۸	خاتمه استخدام
۲۶۹	فصل دوازدهم: بازاریابی مهمان‌نوازی بین‌المللی
۲۷۰	مقدمه
۲۷۰	برنامه‌ریزی راهبردی بازاریابی
۲۷۱	نظام اطلاعاتی مدیریت بین‌الملل
۲۷۲	آمیزه بازاریابی مهمان‌نوازی
۲۷۳	ویژگی‌های محصول - خدمت
۲۷۵	نظام توزیع جهانی
۲۷۸	پرداخت کمیسیون پگاسوس (شرکت تهاتری هتل سابق)
۲۷۹	راهبرد ارتباطات
۲۷۹	موانع ارتباطات بین‌الملل
۲۸۰	اثرات منبع
۲۸۰	سطوح هیاهو

۲۸۱.....	مسیرهای ارتباطی.....
۲۸۱.....	تالیفات.....
۲۸۲.....	ارتقای آنلاین.....
۲۸۴.....	فروش شخصی.....
۲۸۶.....	ارتقای فروش.....
۲۸۷.....	روابط عمومی.....
۲۸۸.....	راهبرد قیمت گذاری.....
۲۸۸.....	کشش قیمت تقاضا.....

فصل ۱۰: زده: دین و مدیریت خدمات غذایی..... ۲۹۱

۲۹۲.....	عدمه.....
۲۹۲.....	اثربخشی بر رژیم غذایی.....
۲۹۳.....	مسئله.....
۲۹۳.....	کاتولیک، روم.....
۲۹۴.....	کلیسای ارتودکس، شرقی.....
۲۹۴.....	ادونتیست‌های روز هفتم.....
۲۹۴.....	مورمون.....
۲۹۵.....	اسلام.....
۲۹۶.....	بودائیسم.....
۲۹۷.....	هندوئیسم.....
۲۹۹.....	شینتوئیسم.....
۳۰۰.....	آشپزی منطقه‌ای در رستوران‌های هتل.....
۳۰۲.....	انواع خدمات سرو غذا.....
۳۰۲.....	سرو غذا با گاری دستی.....
۳۰۲.....	سرو غذا با سینی.....
۳۰۲.....	سرو غذا با بشقاب.....
۳۰۳.....	سرو به سبک خانوادگی.....
۳۰۳.....	خدمات مجالس.....
۳۰۳.....	خدمات بوفه.....
۳۰۴.....	منبع‌یابی محصولات.....
۳۰۵.....	تغییر فهرست غذایی.....
۳۰۷.....	دیگر ابعاد عملیاتی و توسعه‌ای.....
۳۰۸.....	تشریفات غذاخوری و سرو غذا.....

بخش پنجم: توسعه آتی و فرصت‌های شغلی.....	۳۱۱
فصل چهاردهم: چشم‌اندازها و فرصت‌ها.....	۳۱۳
مقدمه.....	۳۱۴
گردشگری جهان در قرن بیست‌ویکم.....	۳۱۴
نیروهای شکل‌دهنده آینده صنعت مهمان‌نوازی.....	۳۱۶
کنترل ظرفیت.....	۳۱۷
ایمنی و امنیت.....	۳۱۸
دارایی‌ها و سرمایه.....	۳۱۹
فناوری.....	۳۲۰
بهره‌وری.....	۳۲۲
کسب‌وکار خدمات غذایی.....	۳۲۳
مدیریت مهمان‌نوازی.....	۳۲۴
بین‌المللی شدن.....	۳۲۹