

**دگرگونی صنعت گردشگری
همگام با تحولات نظام سرمایه‌داری**

www.ketab.ir

تالیف:

سجاد فردوسی

سرشناسه	فردوسی، سجاد، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور	دگرگونی صنعت گردشگری همگام با تحولات نظام سرمایه‌داری /
مشخصات نشر	تالیف سجاد فردوسی.
مشخصات ظاهری	تهران: گنجور ، ۱۴۰۰.
شابک	۱۲۸ ص.
وضعیت فهرست نویسی	۴۰۰۰۰۰ ریال ۰-۳۵-۷۸۵۴-۶۲۲-۹۷۸:
موضوع	فیفا
موضوع	گردشگری -- بازاریابی
موضوع	Tourism -- Marketing
موضوع	فوردگرایی
موضوع	Fordism
موضوع	سرمایه‌داری
موضوع	Capitalism
رده‌بندی کنگره	G۱۵۵
رده‌بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	۸۴۷۶۳۷۰
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیفا

 نشر گنجور	
نام اثر:	دگرگونی صنعت گردشگری همگام با تحولات نظام سرمایه‌داری
تالیف:	سجاد فردوسی
ناشر:	گنجور
صفحه‌آرا:	سجاد فردوسی
طراح جلد:	سجاد فردوسی
نوبت چاپ:	اول - ۱۴۰۰
شمارگان:	۵۰۰
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵۴-۳۵-۰
قیمت:	۴۰۰۰۰۰ ریال
نشانی: تهران، میدان انقلاب، ابتدای کارگر جنوبی، کوچه شهدای ژاندارمری، پلاک ۱۲۷، تلفن ۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳ - ۰۲۱۶۶۴۹۱۰۵۶ www.ganjoorpub.ir	

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: مقدمه
۱۱	مقدمه
۱۶	اهمیت بازاریابی در صنعت گردشگری
۲۳	فصل دوم: نظام سرمایه‌داری و تحولات آن
۲۳	نظریه فوردیسم
۲۸	نظریه پسافوردیسم (از اواسط ۱۹۷۰ تاکنون)
۳۷	فصل سوم: دگرگونی صنعت گردشگری همگام ...
۳۷	گردشگری در دوره پیش‌فوردیسم
۴۱	گردشگری در دوره فوردیسم
۴۹	گردشگری در دوره پسافوردیسم
۶۳	فصل چهارم: رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری ...
۶۳	رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر ...
۷۳	ارزیابی رفتار عرضه و تقاضای گردشگری
۹۷	منابع

پیشگفتار

همواره برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری، مستلزم توجه به مسئله عرضه و تقاضا است. در این میان، به طور خاص حوزه بازاریابی گردشگری متکی بر شناخت ویژگی‌های بخش عرضه و تقاضا می‌باشد. مطالعات و پژوهش‌های انجام‌یافته حاکی از آن است که رفتار عرضه و تقاضای گردشگری به موازات تحولات نظام سرمایه‌داری از فوردیسم تا پسافوردیسم، دچار تغییر شده است. آگاهی نسبت به الگوی رفتاری عرضه و تقاضای گردشگری، زمینه‌ای را فراهم می‌آورد که هدایت‌کننده توسعه گردشگری در مناطق مختلف خواهد بود. از این رو، نویسنده در کتاب حاضر سعی نموده است که دگرگونی‌های صنعت گردشگری را که به موازات تحولات نظام سرمایه‌داری شکل یافته است را مورد بحث قرار دهد. کتاب حاضر در قالب چهار فصل تنظیم شده است؛ به نحوی که، در فصل اول به عنوان مقدمه، به کلیاتی در باب گردشگری و نظام سرمایه‌داری و همچنین اهمیت بازاریابی در صنعت گردشگری پرداخته شده است. در فصل دوم، تحولات نظام سرمایه‌داری در قالب عصر فوردیسم و پسافوردیسم مورد اشاره قرار گرفته است. فصل سوم، متمرکز بر دگرگونی‌های صنعت گردشگری همگام با تحولات نظام سرمایه‌داری است که در قالب سه دوره پیش‌فوردیسم، فوردیسم، و پسافوردیسم، به آن

پرداخته شده است. در فصل چهارم، ابتدا مدلی برای رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری ارائه شده و در ادامه به منظور عملیاتی نمودن مدل مذکور، به صورت میدانی در قالب یک مطالعه موردی، به ارزیابی این مدل پرداخته شده است.

در کتاب حاضر، این امر به طور جدی مدنظر بوده است که مطالب مورد استفاده به نحو مناسب، به منبع اصلی ارجاع داده شوند. لذا از خوانندگان استدعا دارم که در صورت مشاهده موردی مغایر با امر فوق، نویسنده کتاب حاضر را مطلع ساخته که در چاپ‌های بعدی، مورد اصلاح قرار گیرد.

با سپاس

سجاد فردوسی

s.ferdowsi@atu.ac.ir