

۲۱-۵۹۸۱

به نام خدا

توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی

بیک لاوز

ترجمار

مهندس امید توهریان

مهمین خالصی



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

تهران ۱۳۹۹

سرشناسه	لاز، اریک، ۱۹۴۵ - م. Laws, Eric
عنوان و نام پدیدآور	توسعه خدمات گردشگری و مهمان نوازی / اریک لاوزا مترجمان امید گوهریان، مهین خالصی؛ ویراستار مهرناز بوجاری صفت.
مشخصات نشر	تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	۲۱۰ ص. ۵/۲۱ × ۱۴/۱۴، م. ۹۷۸-۹۶۴-۶۶۸۸۲۰-۱
شابک	
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: Improving tourism and hospitality services, ۲۰۰۴.
موضوع	گردشگری
موضوع	Tourism
موضوع	صنعت مهمانداری
موضوع	Hospitality industry
موضوع	مصرف کنندگان -- رضایت
موضوع	Consumer satisfaction
شناسه افزوده	گوهریان، امید، ۱۳۶۶ - مترجم
شناسه افزوده	خالصی، مهین، ۱۳۴۳ - مترجم
شناسه افزوده	بوجاری صفت، مهرناز، ۱۳۶۸ -، ویراستار
شناسه افزوده	شرکت چاپ و نشر بازرگانی
رده بندی کنگ	G1۵۵
بندی	۹۱۰/۶۸
شماره	۶۱۳۱۲۷۷



شرکت چاپ و نشر بازرگانی

وابسته به مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی

نویسنده: اریک لاوزا

مترجمان: مهندس امید گوهریان، مهین خالصی

سر ویراستار: مهرناز بوجاری صفت

طراح جلد: پاشا دارابی

صفحه آرا: زهرا سید صالحی

چاپ اول: بهار ۱۳۹۹

شمارگان: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۳۴،۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۶۶۸-۸۲۰-۱

لینتوگرافی، چاپ و صحافی: شرکت چاپ و نشر بازرگانی

«کلیه حقوق محفوظ و مخصوص شرکت چاپ و نشر بازرگانی می‌باشد»

نشانی: تهران، خیابان کارگر شمالی، نیش کوجه همدان، شماره ۱۲۰۴

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

واحد سفارش چاپ کتاب: ۶۶۴۳۹۲۰۶ - ۰۲۱

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

WWW.CPPC.ir / WWW.1CPPC.ir

فروشگاه‌های اینترنتی



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 گشاده‌روی به منظور ایجاد خاطره‌ای خوش و به‌یادماندنی برای آنان در قبال دریافت هزینه از ایشان. از این رو، مقوله‌ای است که با رشته‌های مختلف علوم اجتماعی در ارتباط است و هر یک دارای متفاوت از گردشگری اتفاق می‌کنند. در نتیجه، برای جامعه فرهنگی، پژوهشگران و متخصصان سفر، سگری کشور، مستندسازی علمی وجوه مختلف این فعالیت/ صنعت نو با ضرورتی ملموس و اجتناب‌ناپذیر به‌شمار می‌رود. مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های تجارت جهانی گوهریان مسئولیت تدوین دیدگاه‌های علمی در این زمینه را در قالب ۱۰ عنوان کتاب در زمینه گردشگری برعهده گرفته است.

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

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

به‌طور خلاصه، این مجموعه علاوه‌بر آن که بر مطالب علمی، آموزشی و پژوهشی سفر و گردشگری تأکید دارد می‌کوشد تا خواننده را با زوایای ناشناخته موضوع آشنا کند.

دکتر حسن سرشار، بروجنی

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

ج	پیشگفتار
۱	مقدمه
۳	فصل ۱: کیفیت خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی
۵	مقدمه
۷	زمینه تدارک خدمات گردشگری - معاصر
۸	ناکامی‌های خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی
۱۰	مطالعات موردی
۱۳	تحلیل کیفیت خدمات گردشگری
۱۶	نتیجه‌گیری
۱۷	فصل ۲: تحقیقات کیفیت گردشگری و مهمان‌نوازی
۱۹	مقدمه
۲۲	ویژگی‌های متمایزکننده خدمات گردشگری
۲۵	چالش کنترل خدمات
۲۶	کوتاهی در کنترل خدمات
۲۸	تجربه‌های خدماتی - لحظه تصمیم‌گیری
۲۹	ساختارهای نظری برای گردشگری و تحقیق در خدمات مهمان‌نوازی
۲۹	ابعاد نظری سیستم‌ها
۳۰	سیستم صنعت گردشگری
۳۴	نظریه سیستم‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری
۳۵	تحقیقات کیفی و مطالعات موردی
۳۶	مطالعات موردی مسائل خدمات
۳۷	نتیجه‌گیری
۳۹	فصل ۳: تحلیل تجربه‌های خدماتی در گردشگری و مهمان‌نوازی
۴۱	مقدمه

۴۱	رویدادها در تجربه‌های گردشگران
۴۵	تقویت‌کننده‌ها و تضعیف‌کننده‌های رضایت
۴۶	مراحل وقایع و رویدادهای خدماتی
۴۶	طبقه‌بندی نیازهای مصرف‌کننده در تحلیل مواجهه او با خدمت
۴۷	روش‌های تحقیق در مورد شکاف مصرف‌کننده
۴۹	روش خاطره‌نگاری و محدودیت‌های آن
۴۹	کمترین تفاوت‌های محسوس
۵۰	نظریه تحلیل محتوا
۵۱	روش رویدادهای بحرانی
۵۵	کیفیت از تجربه‌های خدماتی و طراحی خدمات
۵۵	نتیجه‌گیری
۵۷	فصل ۴: سیستم‌های ارائه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی
۵۹	مقدمه
۵۹	جنبه‌های فنی سیستم‌های خدماتی
۶۳	ملاحظات سبکی
۶۶	معیارهای اجرای
۶۷	خطاهای طراحی
۶۹	طراحی اولیه خدمات
۷۱	برنامه‌ریزی خدمات گردشگری
۷۳	توسعه طرح کلی خدمات
۷۴	طرح کلی خدمات به‌مثابه یک ابزار تحقیق
۸۲	طراحی ادراکی
۸۶	نکاتی درباره پیامد تغییر سازمانی
۸۸	نتیجه‌گیری
۸۹	فصل ۵: کیفیت خدمات و رضایت گردشگر
۹۱	مقدمه
۹۱	تعریف‌های کیفیت
۹۳	مشکلات مربوط به کیفیت خدمات
۹۷	فاصله بین انتظارات و تجربه‌های خدماتی
۹۸	الگوی کیفیت خدمات
۹۹	الگوی کیفیت خدمات و گردشگری
۱۰۱	بحث و گفتگو در مورد الگوی کیفیت خدمات
۱۰۲	نارضایتی از خدمات

۱۰۳.....	هزینه‌های مدیریت کیفیت خدمات
۱۱۱.....	نتیجه‌گیری
۱۱۳.....	فصل ۶: بازاریابی خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی
۱۱۵.....	مقدمه
۱۱۵.....	الگوی بازاریابی خدمات
۱۱۶.....	اهمیت انتخاب گزینه‌های تأثیرگذار بر مصرف‌کننده
۱۱۸.....	خدمات اصلی و جانبی
۱۲۲.....	بسته‌های خدماتی
۱۲۳.....	تفاوت‌گذاری در خدمات گردشگری
۱۲۵.....	تعیین موقعیت بازار برای خدمات گردشگری
۱۲۷.....	ادعاهای غیرآمن خدماتی
۱۳۱.....	مسئله در قبال‌گذاری خدمات گردشگری
۱۳۲.....	قیمت‌گذاری گسترده کلی
۱۳۳.....	قیمت‌گذاری عملی
۱۳۴.....	دیربخت‌نام‌کردن برای تو
۱۳۵.....	واکنش به عرضه خدمت با ن
۱۳۶.....	نسبیت‌های قیمت به‌مثابه لامتی کیفیت محصول
۱۳۸.....	کاستن سطوح قیمت و وسیع کردن تقاضا بازار
۱۳۹.....	وفاداری مشتری
۱۴۰.....	ملاحظه بیشتر در تصمیمات خرید گردشگر: دخالت مصرف‌کننده
۱۴۳.....	زمان در تجربه خدمات گردشگر
۱۴۶.....	نتیجه‌گیری
۱۴۷.....	فصل ۷: توسعه سیستم‌های خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی
۱۴۹.....	مقدمه
۱۵۰.....	مدیریت خدمات
۱۵۲.....	ارتباط خدماتی دوتایی و چندتایی
۱۵۱.....	مشارکت مشتری در خدمات
۱۵۴.....	مواجهه با خدمات
۱۵۷.....	عملکرد سرویس: بحث بعدی
۱۵۹.....	نظریه تولید خدمات
۱۶۰.....	کنترل کیفیت
۱۶۰.....	معیارهای خدمات
۱۶۱.....	کنترل کیفیت در خدمات گردشگری

۱۶۲.....	ایزو ۹۰۰۰.....
۱۶۳.....	حسابرسی‌های کیفیت.....
۱۶۴.....	اثرات منفعتی کنترل کیفیت خدمات.....
۱۶۵.....	مسئله خدماتی یا بحران خدماتی؟.....
۱۶۶.....	تجربه‌آموزی از شکایت‌ها.....
۱۶۷.....	وقفه‌های خدمات.....
۱۶۹.....	درک توقعات مسافر در حین مدیریت تأخیر.....
۱۷۱.....	بررسی تأخیر از سوی مدیریت.....
۱۷۴.....	هزینه‌های کنترل کیفیت.....
۱۷۵.....	نتیجه‌گیری.....
۱۷۷.....	فصل ۸: مدیریت سازمان‌های گردشگری و مهمان‌نوازی.....
۱۷۹.....	مهمان‌نوازی.....
۱۷۹.....	توسعه خدمات تفریحی، اول یا دوم.....
۱۸۱.....	مدیریت شرکت‌های خدماتی.....
۱۸۴.....	جوسازمانی.....
۱۸۸.....	تحقیقات بازاریابی.....
۱۸۹.....	فرهنگ‌های سازمانی و طراحی خدمات.....
۱۹۱.....	همبستگی در صنعت گردشگری.....
۱۹۵.....	حدود کنترل مدیریت.....
۱۹۷.....	ملاحظات دیگر.....
۱۹۸.....	نتیجه‌گیری.....

مقدمه

پس از چندین دهه رشد سریع در صنعت گردشگری، این صنعت به نقطه اوج توسعه خود رسیده است؛ به گونه‌ای که با صنایع بزرگ رفاهی و بین‌المللی باید به رقابت برخیزد. گردشگری بین‌المللی نه تنها به عنوان عامل رشد فرهنگی مطرح است، بلکه مهم‌ترین فعالیت اقتصادی جهان به‌شمار می‌رود. در عرصه جهانی امروز هر کالایی ممکن است موضوع دادوستد قرار بگیرد، حتی فرهنگ و اندیشه. کمربخش‌های اقتصادی دارای قابلیت در حد صنعت گردشگری هستند که بتوانند ارزش افزوده، اشتغال و ارز را با چند هزینه پائینی تولید کنند. در حال حاضر، گردشگری به مهم‌ترین فعالیت اقتصادی جهان تبدیل شده از خاستگاه ارزی بر خوردار است. برای این منظور مؤسسه‌های تجاری حرفه‌ای باید مهارت‌ها و روش‌های خود را با توجه به فرهنگ خود با محیط جدید بازار تطبیق دهند. نظر به اهمیت روزافزون تأمین زیرساخت‌ها و طرق صادرات غیرنفتی به‌منظور توسعه کشور، گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل تولید ارز، توسعه آن و همچنین تطبیق و وضع قوانین مربوطه با توجه به فرهنگ بومی و ملی کشور ضروری به‌نظر می‌رسد.

از این رو، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های کتابخانه‌ای گوهریان با تأکید بر رسالت و مأموریت سازمانی خود مبنی بر افزایش دانش علمی و فنی موجود در حوزه صنعت گردشگری، برنامه‌ای تدوین کرده است که با عملی کردن آن‌ها از طریق فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، در راه تعالی و پیشرفت کشور گام مؤثر بردارد.

این مؤسسه به‌منظور توسعه جامع صنعت گردشگری بین‌المللی، اقدام به تدوین ۱۰ عنوان کتاب در زمینه گردشگری خواهد نمود.

از این رو، امید است این کوشش مورد توجه جامعه علمی و کارشناسی و کارگزاران فعالان تجارت، اقتصاد، گردشگری، چه در بخش خصوصی و چه در بخش دولتی، قرار گیرد. همچنین، امید است این مؤسسه با دریافت نظریه‌های ارزشمند و سودمند شما درباره این کتاب‌ها و سایر فعالیت‌های مؤثر به اطلاعات و انتقادهای مؤثر و سازنده و اصلاحی دست یابد.

با آرزوی ایرانی سرافراز و اقتصادی قوی، با کارشناسان و فعالان تجاری سربلند و رفیع در عرصه‌های ملی و جهانی.

محمدابراهیم گوهریان

مدیرعامل مؤسسه