

۱۳۵۲۴۶۴

جستارهای فلسفی

کروشنکری ترکیبی نو

ترجمه

دکتر فضیله دادور (خانی)، دانشیار دانشگاه تهران
دکتر ناصر بیات، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم انتظامی

احدا... فتاحی

دکتر ابراهیم رستگار

سرشناسه	: پیج، استیون، ۱۹۶۳-م.
عنوان و نام پدیدآور	: Page, Stephen : گردشگری ترکیبی نو / [استفان پیج، جوان کنل]؛ ترجمه فضیله دادور (خانی)... [و دیگران].
مشخصات نشر	: تهران: مهکامه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۴۰۸ص: مصور (بخشی رنگی)، جدول.
شابک	: 978-600-7127-35-3
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: Tourism : a modern synthesis, 3rd ed, 2009.
یادداشت	: ترجمه فضیله دادور (خانی)، ناصر بیات، احدا... فتاحی، ابراهیم رستگار.
موضوع	: گردشگری
شناسه افزوده	: کانل، جوان
شناسه افزوده	: Connell, Joanne
شناسه افزوده	: دادور، فضیله، ۱۳۴۴-
شناسه افزوده	: dadvar, fazileh
رده‌بندی دهکده	: ۱۳۹۴ پ۸۶/۱۱/۱۵۵G
رده‌بندی دیوپی	: ۹۱۰/۲۰۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۹۱۵۶۱۴

نام کتاب: گردشگری ترکیبی نو
ترجمه: فضیله دادور (خانی)، ناصر بیات، احدا... فتاحی، ابراهیم رستگار
ناشر: مهکامه
ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
طرح جلد: حسین مبینی پور
صفحه آرا: الوهاب
لیتوگرافی: نقش
چاپ و صحافی: اصلاتی
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۴
تیراژ: ۷۰۰
قیمت: ۲۱۰۰۰۰ ریال
شماره شابک: ۳-۷۱۲۷-۶۰۰-۹۷۸

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه النوری، پلاک ۸، طبقه دوم،
نشر و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰ فکس: ۶۶۴۹۶۱۵۰۹-۰۲۱-۹۱۲۴۹۷۴۰

en_mahkame@Yahoo.com
www.mahkameh.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی های شهرستان:

- ۱- مشهد: کتابفروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)
- ۲- شیراز: کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱۳)
- ۳- اصفهان: کتابفروشی چهارباغ، تلفن: ۳۲۳۳۸۸۵۶ (۰۳۱)
- ۴- یزد: کتابفروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۲۷۴۷۵ (۰۳۵)
- ۵- رشت: کتابفروشی مژده، تلفن: ۳۳۲۲۳۶۳۷ (۰۱۳)

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۱	مقدمه مترجمان
۱۳	فصل اول / مقدمه‌ای بر گردشگری: مفاهیم، مضامین، مفاهیم و موضوعات
۱۵	مقدمه
۱۶	گردشگری: فعالیتی جهانی
۲۴	مشکلات موجود در مطالعه گردشگری
۲۵	گردشگری به عنوان یک حوزه مطالعاتی
۲۸	گردشگری به عنوان نظام یکپارچه
۳۰	تعریف گردشگری
۳۳	تعاریف تخصصی گردشگری
۴۰	جهانی شدن و تولید و مصرف گردشگری
۴۴	نتیجه‌گیری
۴۶	پرسش و بحث
۴۶	منابع
۴۹	فصل دوم / سیر تحول و توسعه گردشگری
۵۱	مقدمه
۵۳	گردشگری، تاریخ و گذشته: اهمیت و تجزیه و تحلیل آن
۵۹	ریشه‌های گردشگری مدرن
۶۲	ظهور توده‌ای و انبوه گردشگری بومی و گردشگاه‌های کنار دریا
۶۶	توسعه گردشگاه‌های ساحلی در زمان و فضا: مدل چرخه حیات گردشگاه‌های ساحلی
۶۸	گردشگری در قرن بیستم: ۱۹۳۹-۱۹۰۰
۷۵	گردشگری در قرن بیستم: ۱۹۷۰-۱۹۴۵
۷۶	گردشگری در قرن بیستم: پس از ۱۹۷۰
۷۷	بین‌المللی شدن و جهانی شدن هر چه بیشتر گردشگری
۷۹	تحولات تکنولوژیکی
۷۹	پشتوانه‌های قانونی
۸۰	عوامل سیاسی و اقتصادی

۸۱	افزایش مصرف جامعه [گردشگری]
۸۱	تغییر تولیدات
۸۲	پیوند تاریخ و گردشگری: افزایش گردشگری میراث گذشته
۸۳	نتیجه گیری
۸۵	پرسش و بحث
۸۵	منابع
۸۷	فصل سوم / شناخت تقاضای گردشگری
۸۹	مقدمه
۹۲	عناصر تقاضای گردشگری
۹۲	تقاضای فزاینده / مؤثر / واقعی
۹۳	تقاضای نهفته
۹۴	عدم تقاضا
۹۴	سایر جنبه های تقاضا
۹۵	عوامل تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری در نواحی تولیدکننده گردشگر
۹۵	عوامل تعیین کننده اقتصادی
۹۷	عوامل تعیین کننده اجتماعی
۹۸	عوامل تعیین کننده سیاسی
۹۹	عوامل تأثیرگذار بر تقاضا در نواحی مقصد گردشگری
۹۹	عوامل اقتصادی
۹۹	عوامل مرتبط با عرضه
۱۰۰	عوامل سیاسی
۱۰۰	دیگر عوامل اثرگذار بر تقاضای گردشگری
۱۰۰	تلاش های تبلیغاتی در مقصد
۱۰۱	بهداشت، سلامت و موضوعات امنیتی
۱۰۲	ملاحظات در خصوص زمان و هزینه
۱۰۲	تغییرات فصلی
۱۰۳	سنجش تقاضای گردشگری: آمارهای گردشگری
۱۰۴	آمارهای گردشگری چگونه اندازه گیری می شوند و چگونه به کار می روند؟
۱۰۵	گردشگری بین المللی و داخلی: آمارها و نگرش ها
۱۰۹	سنجش تقاضا: مشکلات و چالش ها
۱۱۳	اندازه گیری تقاضای گردشگری بین المللی
۱۱۷	بنیان های تقاضا در گردشگری داخلی
۱۲۰	نتیجه گیری
۱۲۱	پرسش و بحث
۱۲۱	منابع
۱۲۳	فصل چهارم / درک گردشگر به عنوان مصرف کننده
۱۲۵	مقدمه

۱۲۶	انگیزش و تصمیم‌گیری در گردشگری
۱۲۹	گردشگر به عنوان یک مصرف‌کننده
۱۳۱	انگیزه‌های گردشگر
۱۳۲	رویکردهای نظری و مفهومی در انگیزش گردشگری
۱۳۲	نظریه سلسله مراتب نیازها از مازلو
۱۳۳	عوامل رانش و کشش
۱۳۴	دیدگاه دان درباره انگیزش گردشگری
۱۳۶	نگاه گردشگر
۱۳۷	نقش‌های گردشگر
۱۴۰	نردبان حوزه مسافرت
۱۴۰	اندیشه‌های رایج درباره نقش‌های گردشگر
۱۴۳	عوامل تأثیرگذار بر انگیزش گردشگری
۱۴۳	سن
۱۴۴	چرخه زندگی خانواده
۱۴۷	جنسیت
۱۴۹	ناتوانی
۱۵۱	ملیت و هویت ملی
۱۵۲	گردشگری و کار
۱۵۳	درآمد و طبقه اجتماعی
۱۵۳	طبقه
۱۵۵	انگیزه گردشگری و بخش‌بندی بازار گردشگری
۱۵۶	بخش‌بندی بر پایه هدف مسافرت
۱۵۶	بخش‌بندی روان گرافیکی
۱۶۰	بخش‌بندی رفتار گرایانه
۱۶۱	نتیجه‌گیری
۱۶۲	پرسش و بحث
۱۶۲	منابع
۱۶۵	فصل پنجم / شناخت و مدیریت عرضه گردشگری
۱۶۷	مقدمه
۱۶۸	عرضه چیست؟
۱۷۰	عوامل تعیین‌کننده در عرضه گردشگری
۱۷۴	تأثیر شرکت‌های فراملی جهانی
۱۷۶	رقابت کامل
۱۷۷	بازار رقابتی
۱۷۷	انحصار چندجانبه
۱۷۸	انحصار کامل
۱۷۹	زنجیره عرضه گردشگری
۱۸۱	مدیریت عرضه گردشگری

۱۸۵	استراتژی‌های کسب و کار گردشگری و مسائل عرضه
۱۹۶	نتیجه‌گیری
۱۹۷	پرسش و بحث
۱۹۸	منابع

فصل ششم / فناوری اطلاعات و ارتباطات، و گردشگری الکترونیک

۲۰۱	مقدمه
۲۰۳	کاربرد ICTs در مدیریت عرضه گردشگری
۲۰۵	مصرف‌کننده و ICTs: کانال‌های پخش
۲۰۷	از سیستم‌های رزرو رایانه‌ای تا سیستم‌های پخش جهانی در گردشگری
۲۱۰	گردشگری و اینترنت: انقلاب گردشگری الکترونیک
۲۱۴	شناخت انقلاب گردشگری الکترونیک
۲۱۷	موانع افزایش استفاده مصرف‌کنندگان از گردشگری آنلاین
۲۱۹	سیستم‌های مدیریت مقصد
۲۲۲	آینده تکنولوژی تور
۲۲۴	نتیجه‌گیری
۲۲۵	پرسش و بحث
۲۲۶	منابع

فصل هفتم / میانجی‌های مسافرتی، مجریان سفرهای گردشگری و ...

۲۲۹	مقدمه
۲۳۱	گرداننده گردشگری
۲۳۴	کسب و کار گرداندگی تور
۲۳۶	وضع مقررات اداره تور
۲۳۸	روندهای موجود در بازار تعطیلات اروپا: پیوستگی، یکپارچگی و تمرکز
۲۳۸	نقش مصرف‌کننده "جدید" و روندهای آینده در اجرای تور
۲۴۶	اجرای تور و مصرف‌گرایی
۲۴۸	کسب و کار اجرای تور: توسعه برشور تعطیلات
۲۴۹	آژانس‌های مسافرتی و خرده‌فروشی
۲۵۲	سیر تکامل آژانس‌های مسافرتی
۲۵۴	آژانس‌های مسافرتی: نقش‌ها و فعالیت‌ها
۲۵۵	آژانس‌های مسافرتی کسب و کار
۲۶۰	انقلاب خدمات مسافرتی آنلاین و آینده آژانس‌های مسافرتی
۲۶۱	نتیجه‌گیری
۲۶۴	پرسش و بحث
۲۶۵	منابع

فصل هشتم / حمل و نقل گردشگری

۲۶۷	مقدمه
۲۶۹	مفهوم حمل و نقل و گردشگری

۲۷۴	شیوه‌های گردشگری سفر: مروری جهانی
۲۷۵	حمل و نقل زمینی
۲۷۵	خودرو
۲۷۸	حمل و نقل اتوبوس‌های گردشگری
۲۸۲	دوچرخه سواری
۲۸۶	مسافرت ریلی
۲۹۰	حمل و نقل آبی
۲۹۰	کشتی‌های تفریحی بزرگ
۲۹۳	قایق‌های تفریحی در آبراهه‌های داخلی
۲۹۵	حمل و نقل هوایی
۲۹۸	تسهیل مقررات و محدودیت‌های هواپیمایی: جهانی شدن و همکاری
۳۰۰	ساختار بخش حمل و نقل هوایی
۳۰۲	مدیریت عملکرد و خطوط هوایی
۳۰۴	تسهیلات پایانه‌ها و سفرهای گردشگری
۳۰۷	نتیجه‌گیری
۳۰۹	پرسش و بحث
۳۰۹	منابع
۳۱۱	فصل نهم / جاذبه‌های گردشگری
۳۱۳	مقدمه
۳۱۴	تحول جاذبه‌های گردشگری
۳۱۵	تعریف جاذبه‌های گردشگری
۳۱۸	طبقه‌بندی از جاذبه‌ها
۳۱۸	محیط طبیعی
۳۱۹	مالکیت
۳۱۹	ادراک
۳۲۰	سیاست درآمدزایی
۳۲۰	جاذبه
۳۲۱	اندازه و ظرفیت
۳۲۲	ترکیب
۳۲۲	درجه ثبات
۳۲۵	درک مفهوم جاذبه‌های گردشگری
۳۳۰	عوامل تأثیرگذار بر موفقیت جاذبه‌های گردشگری
۳۳۲	مسائل و موضوعات مربوط به مدیریت جاذبه‌های گردشگری
۳۳۳	مدیریت برنامه‌ریزی
۳۳۴	اثرات محیطی
۳۳۶	فصلی بودن
۳۳۸	تعداد بازدیدکنندگان
۳۴۰	برنامه‌ریزی جاذبه‌ها و مقاصد گردشگری

۳۴۰	تنوع: نمونه گردشگری مبتنی بر صنعت
۳۴۲	نوسازی و نوآوری
۳۴۳	اثرات بهره‌برداری‌های اقتصادی
۳۴۵	آینده جاذبه‌های گردشگری
۳۴۶	مدیریت: ایجاد درآمد
۳۴۷	بازاریابی
۳۴۹	توسعه محصول: ایجاد مقصدهای جذب گردشگری در سطح جهانی
۳۵۰	ادراکات و ارتباطات
۳۵۳	نتیجه‌گیری
۳۵۴	پرسش و بحث
۳۵۵	منابع
۳۵۹	فصل دهم / گردشگری، خدمات اقامتگاهی و مهمان‌نوازی
۳۶۱	مقدمه
۳۶۲	صنعت مهمان‌نوازی
۳۶۳	تعریف قلمرو صنعت مهمان‌نوازی
۳۶۵	خدمات اقامتگاهی
۳۷۲	جهانی شدن و بخش خدمات اقامتگاهی
۳۷۴	هتل‌های زنجیره‌ای
۳۷۶	مدیریت هتل
۳۷۹	عملکرد اجرایی هتل‌ها
۳۸۱	ویژگی‌های بخش اقامتگاهی
۳۸۳	طبقه‌بندی بخش اقامتگاهی
۳۸۳	اقامتگاه‌های سرویس‌دهنده
۳۸۳	هتل‌ها
۳۸۹	استراحتگاه و محل اقامت
۳۹۰	بخش اقامتگاهی ارزان قیمت
۳۹۲	نگرانی‌های محیط زیستی
۳۹۳	بخش اقامتگاهی بدون ارائه سرویس
۳۹۴	آردوهای جمعی
۳۹۵	خدمات مهمان‌نوازی بدون اقامتگاه
۴۰۰	مسائل جاری در مدیریت مهمان‌نوازی
۴۰۴	نتیجه‌گیری
۴۰۵	پرسش و بحث
۴۰۶	منابع

شناخت گردشگری

گردشگری پدیده‌ای جهانی است که از سال‌های بعد از ۱۹۴۵ رشد فزاینده‌ای را، به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته جهان تجربه می‌کند. برای کمک به تبیین این موضوع که چگونه، کجا و چرا گردشگری در طول سال‌ها رشد یافته و اهمیت و کارایی آن در جهان مدرن چیست، چهار بخش نخست کتاب این معانی را در بر گرفته است. بنابراین ما می‌توانیم با تعریف، شناخت و درک پدیده‌ای جهانی به نام «گردشگری» آغاز کنیم.

در بخش نخست مشکلات زیادی که در تعریف پدیده گردشگری وجود دارد مورد بحث قرار گرفته و همچنین روش‌هایی که در مطالعه گردشگری به ما در شناخت ابعاد و اندازه رشد گردشگری در مقیاس جهانی کمک می‌کند توضیح داده شده است. رشته مطالعاتی که به نام گردشگری شناخته می‌شود، به گونه‌ای به خواننده معرفی شده تا وی به خوبی بفهمد چگونه افراد مختلف با تخصص‌های متفاوت به مطالعه گردشگری می‌پردازند. بخش بعدی به گسترش پدیده گردشگری طی روندی تاریخی می‌پردازد و برخی از عوامل مؤثر در تسریع رشد، گسترش و یا رکود گردشگری در مکان‌های مختلف طی دوره‌های زمانی مشخص می‌پردازد. مورد بحث قرار می‌دهد. بعلاوه، یک چشم‌انداز تاریخی ماهیت پویا و در حال تغییر فعالیت گردشگری را مورد تأکید قرار می‌دهد؛ چارچوب زمانی که گردشگری می‌تواند رشد یابد یا با رکود مواجه شود را برجسته می‌نماید؛ سلیقه‌های در حال تغییر مشتریان گردشگری را نشان می‌دهد؛ مدل‌های رایج سفر کردن و ظهور رقابت میان مکان‌های گردشگری را شرح می‌دهد. همچنین پیوستگی و دگرگونی در فعالیت گردشگری و روند تغییرات تقاضا را مورد تأکید قرار می‌دهد. موضوعات مربوط به تقاضا در بخش سوم مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ به طور خاص این نکته که تغییر و تحولات در توسعه گردشگری چگونه از عوامل مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تأثیر پذیرفته‌اند و چه تأثیری بر میزان تقاضا برای خدمات مربوطه دارد مورد تأکید قرار گرفته

است. شناخت گردشگری به طور اجتناب‌ناپذیری مستلزم پرداختن به مباحثی همچون آمارهای گردشگری و ابزارهای اندازه‌گیری آن است که توسط سازمان‌های مختلف نظیر سازمان گردشگری جهانی^۱، تهیه می‌شود. این سازمان‌ها تحولات گردشگری در گستره جهانی را تحت نظر داشته و مستندسازی می‌کنند. در بخش ۴، این موضوع که چگونه گردشگران به طور فردی یا گروهی تجربه‌ای از گردشگری را دنبال می‌کنند مورد تحلیل قرار می‌گیرد، و بر پرسش بنیادین زیر، که در کانون بررسی‌های پژوهشگران و بازاریابان بخش گردشگری جای می‌گیرد، تمرکز می‌شود: چه چیز (یا چیزهایی) گردشگر را برای سفر به یک مقصد یا مکان خاص بر می‌انگیزد؟ موضوع اصلی این مباحث پاسخ به این سؤال است که چرا مردم در تعطیلات به سفر می‌روند و چرا انواع خاصی از فعالیت‌های مربوط به اوقات فراغت را انتخاب می‌کنند. در این ارتباط، مفاهیم و دیدگاه‌هایی که توسط پژوهشگران مطرح می‌شود، به توضیح طیف گسترده‌ای از عوامل و شرایطی که منجر به شکل‌گیری انگیزه گردشگران می‌شود می‌پردازد. بنابراین، در مجموع دسته‌بندی بخش‌ها طیف گسترده‌ای از موضوعات در زمینه گردشگری و تقاضای گردشگری را در برمی‌گیرد، و به مطالعه نحوه توسعه مکان‌هایی که با رشد فزاینده تقاضای گردشگری مواجه‌اند، می‌پردازد. همچنین گردشگر به عنوان منبع تقاضا شناخته می‌شود که اشکال خاصی از تقاضا را شکل می‌دهد.

مقدمه مترجمان

گردشگری به مفهوم امروزی آن دارای ویژگی‌هایی است که در بستر تحولات مدرن شکل گرفته است. در واقع از دیدگاه جغرافیایی طی تحولات پدید آمده در ساختار سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع، شرایط نوینی بر فضای جغرافیایی در سطوح مختلف جهانی تا محلی حاکم شد. در بستر این شرایط، توسعه تکنولوژیکی، دگرگونی ساختار اقتصاد، رشد و توسعه اشتغال در بخش صنعت و خدمات و در مقابل کاهش سهم بخش کشاورزی از اقتصاد جوامع، افزایش سطح آموزش و تخصصی شدن نیروی کار، افزایش جمعیت و رشد شهرنشینی، کاهش نسبت جمعیت روستایی در مقایسه با جمعیت شهری، رشد نهادها و قوانین مدنی، دموکراتیک شدن ساختار بسیاری از جوامع به اشکال و درجات مختلف، تصویب قوانین کار، افزایش درآمد و اوقات فراغت مردم، دگرگونی در انواع زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی، توسعه امکانات حمل و نقل و ماشینی شدن آن، ورود انواع رسانه‌های جمعی به زندگی مردم، پدید آمدن فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و رشد و توسعه روزافزون آنها و سایر تحولات مدرن به‌طور کلی به دگرگونی در ابعاد سبک زندگی انسان‌ها انجامید؛ که یکی از مهمترین آنها تغییر در شیوه گذران اوقات فراغت و تفریح و سرگرمی، به‌ویژه در جوامع شهرنشین بود. به‌طوری که افزایش "درآمد" و "گذران اوقات فراغت" به عنوان دو محرک اصلی گردشگری زمینه مناسب برای جابجایی و مسافرت مردم به مکان‌هایی بیرون از محل کار و سکونت دائمی، فراهم کرد. بر این پایه، الگوهای مختلفی از مسافرت و جابجایی انسان‌ها در قلمرو فضای جغرافیایی شکل گرفت که یکی از بارزترین نمودهای آن شکل‌گیری و رشد و توسعه اشکال متنوع گردشگری است. مجموعه تحولات یاد شده از نیمه سده بیستم میلادی رشد انبوه بخش گردشگری را در پی داشت، و در مقایسه با دیگر بخش‌های اقتصادی رشد سریعی در قلمرو اقتصاد جهانی بدست آورد، تا جایی که امروزه به عنوان یک عامل کلیدی برای پیشرفت و توسعه به‌ویژه در زمینه اقتصادی شناخته می‌شود. در نتیجه طی دهه‌های اخیر رقابت فزاینده‌ای میان کشورهای جهان

بر سر بهره‌مندی بیشتر از گردش مالی ناشی از گردشگری در فضای اقتصاد جهانی شکل گرفته‌اند و در این راستا دولت‌ها سیاست‌ها و برنامه‌های متنوعی را به کار گرفته‌اند.

در ایران علی‌رغم گذشت چندین دهه از رشد مطالعات آکادمیک گردشگری در جهان، به‌ویژه در کشورهای توسعه یافته‌تر، مطالعات گردشگری از اواخر دهه ۱۳۷۰ به تدریج مورد توجه قرار گرفت و به تدریج با رشد فزاینده‌ای روبرو گردید. رشته‌های علمی دانشگاهی چون مدیریت جهانگردی، جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری در چارچوب این روند در دانشگاه‌های مختلف کشور راه‌اندازی شده‌اند. همچنین طی این دوره مقالات علمی و کتاب‌های تخصصی حوزه مطالعات گردشگری با رشد روزافزونی مواجه بوده است. با این وجود همچنان خلاء کتاب‌هایی با اعتبار آکادمیک و جامعیت علمی لازم برای تدریس واحدهای درسی در مراکز دانشگاهی کشور وجود دارد. کتاب "گردشگری ترکیبی نو" از جمله منابع جامع و ارزشمندی است که توسط دو تن از افراد برجسته در حوزه مطالعات گردشگری در چارچوب ۲۷ فصل با رویکرد آموزشی تدوین شده است. هر فصل از کتاب به طور مجزا یکی از موضوعات کلیدی در بخش گردشگری را مورد بحث قرار می‌دهد، ضمن اینکه پیوستگی و انسجام مناسب در فصل‌بندی کتاب به دقت رعایت شده است. این جلد از ترجمه کتاب دربردارنده ۱۰ فصل است و به ترتیب کلیات آن عبارت است از: مبانی، مفاهیم و موضوعات اساسی در گردشگری؛ سیر تحول و توسعه گردشگری؛ تقاضای گردشگری؛ مصرف در گردشگری؛ مدیریت عرضه گردشگری؛ فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ و گردشگری الکترونیک؛ حمل و نقل گردشگری؛ جاذبه‌های گردشگری؛ گردشگری، خدمات اقامتگاهی و مهمان‌نوازی. در مجموع این جلد از ترجمه کتاب در سطوح تحصیلات پایه و تحصیلات تکمیلی قابل بهره‌برداری است و بیشتر متناسب با آن دسته از واحدهای درسی است که شناخت مبانی گردشگری، اصول و مبانی نظری گردشگری، و شناخت موضوعات اساسی در توسعه گردشگری را دنبال می‌کنند، مانند: مبانی جغرافیای گردشگری، جغرافیای جهانگردی، اقتصاد گردشگری، اصول برنامه‌ریزی گردشگری، گردشگری و اصول مهمان‌پذیری. نظرات، پیشنهادات، و انتقادات علمی صاحب نظران و استادان حوزه مطالعاتی، پیرامون ترجمه انجام شده، در ادامه کار و همچنین تجدید چاپ این جلد از کتاب، می‌تواند به رفع ایرادات احتمالی و بهبود کیفی آن یاری رساند. شایان ذکر است که فصول ۱۱ تا ۲۷ کتاب حاضر همچنان در دست ترجمه می‌باشد و امید می‌رود در جلد بعدی به زودی راهی بازار نشر گردد.

با احترام

مترجمان

خرداد ماه ۱۳۹۴