

مدیریت گردشگری

اصول، مبانی و مفاهیم کاربردی

مؤلفان

مریم مرادی — مرجان فیاضی

مرادی، مریم، ۱۳۵۸ -

مدیریت گردشگری؛ اصول، مبانی و مفاهیم کاربردی / تألیف مریم مرادی، مرجان فیاضی. - مشهد: آستان قدس رضوی، شرکت به نشر، ۱۳۸۵.

۲۳۶ ص.: جدول، نمودار. - (انتشارات آستان قدس رضوی، شرکت به نشر؛ ۷۲۹)
شابک: ۹۶۴-۰۲-۰۵۴۳-۵ ISBN 964-02-0543-5

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیبا.

کتابنامه: ص. ۲۲۸-۲۳۳.

۱. جهانگیری - - مدیریت. الف. فیاضی، مرجان، ۱۳۵۸. ب. شرکت به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی). ج. عنوان.

۳۳۸/۴۷۹۱۰۶۸ G-۱۵۵/۱۱ م ۳۶

کتابخانه ملی ایران

م ۸۵-۷۹۷



به نشر
انتشارات آستان قدس رضوی

۷۲۹

مدیریت گردشگری

اصول، مبانی و مفاهیم کاربردی

مؤلفان: مریم مرادی، مرجان فیاضی

ویراسته حمیدرضا نگهبان

چاپ اول / ۱۳۸۵

۱۰۰۰ نسخه / وزیری

چاپ: کامیاب

شابک: ۹۶۴-۰۲-۰۵۴۳-۵

حق چاپ محفوظ است.

به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی)

دفتر مرکزی: مشهد، ص. پ ۹۱۳۷۵/۴۹۶۹، تلفن ۸۵۱۱۱۳۶-۷، نمابر ۸۵۱۵۵۶۰

دفتر تهران: ۸۸۹۶۰۶۲۰، ۸۸۹۶۲۳۰۱، نمابر ۸۸۹۶۵۹۸۲

آدرس اینترنتی: www.behnashr.com پست الکترونیک: publishing@behnashr.com

فصل اول - تعاریف و مفاهیم

تاریخچه سفر و جهانگردی (۱۱)، عهدباستان (۱۱)، قرون وسطی (۱۲)، رنسانس (۱۳)، انقلاب صنعتی (۱۴)، جهانگردی در عصر حاضر (۱۶)، مفهوم جهانگرد و جهانگردی (۱۶)، انواع و اشکال عمده توریسم (۱۹)، انواع جهانگردی با توجه به انگیزه سفر (۱۹)، جهانگردی از نظر محدوده جغرافیایی (۲۱)، جهانگردی از نظر نوع مسافرت (۲۲)، جهانگردی از نظر مکان مسافرت (۲۲)، جهانگردی از نظر نوع وسایط حمل و نقل (۲۳)، جهانگردی از نظر جاذبه های جهانگردی (۲۳)، جهانگردی از نظر جاذبه های طبیعی (۲۳)، جهانگردی از نظر جاذبه های انسانی - فرهنگی (۲۵)، جهانگردی از نظر زمان و مدت اقامت سفر (۲۵)، توریسم تابستانی (۲۶)، توریسم زمستانی (۲۸)، اوقات فراغت و گردشگری (۳۰)، فراغت و اوقات فراغت (۳۱)، اوقات فراغت در دوران جدید (۳۲)، نقش و کارکردهای اوقات فراغت (۳۳)، عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت (۳۳).

فصل دوم - جغرافیا و گردشگری

جایگاه گردشگری در جغرافیای انسانی (۳۷)، محدوده جغرافیای گردشگری (۴۱)، مفهوم جغرافیای گردشگری (۴۲)، عوامل محیطی و جغرافیایی گردشگری (۴۵)، محیط های طبیعی و صنعت گردشگری (۴۶)، آب و هوا و صنعت گردشگری (۴۸)، محیط های انسانی و صنعت گردشگری (۵۰)، محیط های روستایی و صنعت گردشگری (۵۲)، فهرست کانونها و قطبهای عمده توریستی جهان (۵۵).

۶۱

فصل سوم - پیامدهای گردشگری

پیامدهای اقتصادی (۶۱)، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی (۶۷)، چرخه جهانگردی و فرهنگ (۶۹)، پیامدهای سیاسی (۷۱)، پیامدهای زیست محیطی (۷۳).

۷۷

فصل چهارم - خدمات گردشگری

خدمات اقامتی (۷۸)، تاریخچه هتلداری در جهان (۷۸)، تاریخچه تأسیسات اقامتی در ایران (۷۹)، خدمات اقامتی در ایران (وضعیت فعلی) (۸۴)، مالکیت تأسیسات اقامتی کشور (۸۶)، کلیاتی از هتلداری (۸۷)، انواع تأسیسات اقامتی (۹۲)، انواع اتاق در هتل (۹۶)، خدمات پذیرایی (۹۹)، رستوران و رستوران داری (۱۰۲)، فهرست (منوی) غذا (۱۰۵)، انواع واحدهای خدمات پذیرایی (۱۰۶)، خدمات حمل و نقل مسافری (۱۰۸)، وسایل آمد و رفت (نگاهی کلی) (۱۱۲)، همبستگی جهانگردی و صنعت هواپیمایی (۱۱۸)، شرکت های خدمات مسافرتی و جهانگردی (۱۱۸)، خدمات وابسته به جهانگردی (۱۱۹)، خدمات گمرکی و عوارض (۱۲۱)، خدمات بانکی و تسهیلات ارزی (۱۲۲)، خدمات بیمه و امداد پزشکی (۱۲۳).

۱۲۵

فصل پنجم - بازاریابی گردشگری

تعریف بازاریابی (۱۲۵)، تعریف بازاریابی گردشگری (۱۲۶)، مدیریت بازاریابی گردشگری (۱۲۶)، محیط بازاریابی (۱۲۹)، تحقیقات بازاریابی (۱۳۰)، برنامه ریزی بازاریابی (۱۳۱)، پیش بینی تقاضا (۱۳۲)، تقسیم بندی بازار و انتخاب بازار هدف (۱۳۵)، خط مشی های ارتباطی، تبلیغات و پیشبرد فروش (۱۳۸)، پوسترها، بروشورها و کتابچه های راهنمای سفر (۱۳۹)، بازاریابی مستقیم و فروشندگی شخصی (۱۴۱)، تبلیغات ترویج و پیشبرد فروش (۱۴۲)، خط مشی های قیمت گذاری (۱۴۳)، خط مشی های کانال توزیع (۱۴۶)، بازاریابی الکترونیکی و گردشگری (۱۴۹).

۱۵۳

فصل ششم - اقتصاد گردشگری

تعریف اقتصاد گردشگری (۱۵۳)، عرضه و تقاضا در اقتصاد گردشگری (۱۵۵)، مطلوبیت مصرف گردشگری (۱۶۰)، جهانی شدن و گردشگری (۱۶۲)، ویژگیهای جهانی شدن (۱۶۳)، ابزارهای جهانی شدن (۱۶۴)، ابعاد جهانی شدن و تورسیم (۱۶۵).

۱۶۹

فصل هفتم - سازمان های گردشگری

انواع سازمان های گردشگری (۱۷۰)، سازمان جهانی جهانگردی (۱۷۱)، سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (۱۷۲)، سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری (۱۷۳)، اتحادیه بین المللی هواپیمایی (یاتا) (۱۷۴)، شورای جهانگردی و مسافرت های جهانی (۱۷۴)، اتحادیه هواپیمایی بین کشورهای حوزه اقیانوس آرام و سایر سازمان های منطقه ای (۱۷۵)، بانک بین المللی ترمیم و توسعه (۱۷۷)، قرارداد عمومی تجارت در ارائه خدمات (۱۷۸)، سازمان ایرانگردی و جهانگردی (۱۸۱).

۱۸۵

فصل هشتم - تکنولوژی اطلاعات و گردشگری

انواع تجارت الکترونیک (۱۸۸)، مزایای تجارت الکترونیک (۱۸۸)، گردشگری الکترونیک (۱۸۹)، سایت اینترنتی گردشگری الکترونیک (۱۹۳)، بایست الکترونیک (۲۰۰)، روندهای آینده صنعت گردشگری ناشی از توسعه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات (۲۰۱)، کاربرد تکنولوژی اطلاعات در صنعت هواپیمایی (۲۰۲)، نگهداری جا (۲۰۲)، خدمات قبل از پرواز مسافران (۲۰۳)، فناوری اطلاعات و کاربردهای آن در حمل و نقل دریایی (۲۰۳).

۲۰۵

پیوست ۱ - نظامنامه جهانی اخلاق در گردشگری

دردتدارك هزاره سوم (۲۰۵)، نظامنامه جهانی اخلاق (۲۰۷)، نظامنامه جهانی اخلاق در گردشگری (۲۱۶)، سازوکار مصالحه در دادرسی دعاوی (۲۱۸).

۲۲۱

پیوست ۲ - اصول منشور گردشگری فرهنگی

۲۲۷

پیوست ۳ - آدرس برخی سایت های مرتبط با گردشگری

۲۳۰

منابع

پیشگفتار

گردشگری در ۵۰ ساله اخیر به شکل یکی از مهمترین پدیده های انسانی معاصر درآمده است؛ پدیده ای که آثار شگرفی بر جوامع انسانی گذاشته و چشم اندازهای جغرافیایی را کاملاً دگرگون ساخته است. هرچند گردشگری ویشه ای عمیق در تاریخ بشریت دارد، اما به صورت امروزی و با تأثیرات کنونی، پدیده ای نو و برخاسته از تمدن درخشان صنعتی است که جنبه های بی شمار زندگی جوامع و افراد را تحت تأثیر خود قرار داده است. امروزه برای از بین بردن خستگی جسمی و روحی ناشی از زندگی ماشینی در شهرها، مشاهده تمدن های گذشته، آشنایی با فرهنگها و باورهای گوناگون جوامع دیگر و در یک جمله خداشناسی و کسب معرفت از طریق شناخت مردم و رسیدن به درک عظمت و قدرت شگرف آفرینش خالق هستی، جهانگردی یکی از مؤثرترین و کاراترین روشهای موجود است. علاوه بر این گردشگری راهی برای بالا رفتن سطح فرهنگ عمومی، ایجاد صلح و تفاهم و دوستی در سطح بین المللی و راهی برای گفتگوی تمدن ها و فرهنگ ها است. جهانگردی علاوه بر آن که اثر مهمی بر روح و فرهنگ مسافران و مردم مناطق و کشورهای مسافرپذیر دارد، بر اقتصاد جهانی نیز تأثیر می گذارد و با انتقال ثروت از بخش غنی و ثروتمند جهان به کشورهای فقیر و تولید مشاغل گوناگون، شکفتگی و توسعه کشورها را موجب می گردد.

اهمیت جهانگردی به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان سبب شده است که مجمع عمومی سازمان ملل متحد روز ۲۹ سپتامبر (۵ مهرماه) هر سال را «روز جهانی جهانگردی»

اعلام نماید.

با توجه به گسترش دامنه نفوذ آثار گردشگری بر تمامی زوایای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی زندگی انسان، کتاب حاضر تلاشی است برای آموزش اصول و مبانی تئوریک مدیریت گردشگری؛ به این امید که دانشجویان، کارشناسان و دستداران جهانگردی را با مبانی دانش امروزی آن آشنا سازد و در نهایت سهمی ناچیز در اعتلای دانش و فرهنگ کشور عزیزمان «ایران» داشته باشد.

در خاتمه بر خود لازم می‌دانیم از کلیه دوستان و عزیزانی که ما را در کلیه مراحل تدوین، تألیف، چاپ و نشر این کتاب همراهی کرده و زحمات و حمایت‌های بی‌دریغ خویش را نثار ما نموده‌اند؛ بویژه مدیریت محترم و پرسنل پرتلاش انتشارات به نشر، دوستان خوبمان در کتابخانه دانشکده علوم اداری و اقتصادی دانشگاه فردوسی سرکار خانم‌ها ضیایی و نیکزاد، سرکار خانم میرزاده و جناب آقای بهرامی؛ تشکر و قدردانی نماییم.

همچنین بجاست یادى کنیم از معلم اخلاق، آزادگی و انسان دوستی زنده‌یاد «پروفسور حسین شکوئی» که یاد و نام و خاطره‌اش در قلب‌های دانشجویان و دستدارانش همیشه جاودان است؛ روحش شاد و راهش پاینده.

مسلماً این کتاب خالی از کاستی، اشکال و نقص نیست، لذا پذیرای نظرات، پیشنهادات و انتقادات سازنده اساتید، دانشجویان و صاحب‌نظران عزیز هستیم.

«همت‌م بدرقه راه کن ای طایر قدس که درازست ره مقصد و من نو سفرم»

مرجان فیاضی - مریم مرادی