

بسم الله الرحمن الرحيم

درآمدی بر صنعت گردشگری

تألیف

مرتضی بذرافشان

عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی بم

سرشناسه	بذرافشان، مرتضی، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	درآمدی بر صنعت گردشگری / تألیف مرتضی بذرافشان.
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	۲۳۹ص: مصور.
شابک	978-600-7127-38-4
وضعیت فهرست‌نویسی	فیفا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۲۳۷.
موضوع	گردشگری
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۴ ۳۸ ۱۱/۵۵ G
رده‌بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹۱
شماره کتابشناسی ملی	۳۹۲۵۵۴۹

نام کتاب: درآمدی بر صنعت گردشگری
تألیف: مرتضی بذرافشان
ناشر: مهکامه
ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
طرح جلد: حسین مبینی‌پور
ویراستار علمی: مریم صداقت (دانشجوی دکترای مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران)
صفحه‌آرا: الوهاب
لیتوگرافی: نقش
چاپ و صحافی: اصلانی
نوبت چاپ: چاپ اول / ۱۳۹۴
تیراژ: ۱۲۰۰
قیمت: ۱۲۵۰۰ ریال
شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۳۸-۴

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و پخش مهکامه
تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰ فکس: ۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

en_mahkame@Yahoo.com
www.mahkameh.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

- ۱- یزد: پردیس گردشگری هفت اقلیم، تلفن: ۳۶۳۰۵۳۴۸ (۰۳۵)
- ۲- مشهد: مؤسسه چشم‌انداز طوس پژوه، تلفن: ۳۸۴۳۴۶۶۶ (۰۵۱)
- ۳- شیراز: مؤسسه سازمان مدیریتی صنعتی، ۲۲۸۵۰۴۵ (۰۷۱۱)
- ۴- اصفهان: کتابفروشی چهارباغ، تلفن: ۳۲۳۳۸۸۵۶ (۰۳۱)
- ۵- کرمان: مؤسسه کریمان کویر کرمان، تلفن: ۳۲۱۱۶۴۱۲ (۰۳۴)

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱۱
فصل اول / میانی گردشگری	۱۳
۱.۱ مقدمه	۱۳
۱.۲ تعریف گردشگری	۱۴
۱.۳ انواع گردشگری	۱۶
۱.۴ واژه‌شناسی مسافر	۱۷
۱.۴.۱ طبقه‌بندی مسافران	۱۸
۱.۴.۲ گردشگر	۲۰
۱.۵ گردشگری از آغاز	۲۲
۱.۵.۱ اولین گردشگران	۲۲
۱.۵.۲ اولین جاده‌ها	۲۴
۱.۵.۲.۱ جاده ابریشم	۲۵
۱.۵.۳ اولین کشتی‌ها	۲۶
۱.۵.۴ اولین تورها	۲۶
۱.۵.۵ اولین آژانس‌های مسافرتی	۲۷
۱.۵.۶ اولین‌ها در حمل و نقل	۲۸
۱.۵.۶.۱ سفر با کالسکه	۲۸
۱.۵.۶.۲ مسافرت آبی	۲۹
۱.۵.۶.۳ مسافرت ریلی	۲۹
۱.۵.۶.۴ مسافرت با خودرو و وسایل موتوری	۳۰
۱.۵.۶.۵ مسافرت هوایی	۳۲
۱.۵.۷ اولین اقامتگاه‌ها	۳۳

۳۴	۱.۶ گونه‌شناسی گردشگری
۳۵	۱.۶.۱ گردشگری فرهنگی
۳۵	۱.۶.۲ گردشگری روستایی
۳۶	۱.۶.۳ اکوتوریسم
۳۷	۱.۶.۴ گردشگری شهری
۳۸	۱.۶.۵ گردشگری مذهبی
۳۹	۱.۶.۶ گردشگری ورزشی و ماجراجویانه
۴۰	۱.۶.۷ گردشگری تجاری
۴۱	۱.۶.۸ گردشگری الکترونیک
۴۳	۱.۶.۹ گردشگری سلامت
۴۴	۱.۶.۱۰ گردشگری ادبی
۴۵	۱.۶.۱۱ گردشگری خلاق

فصل دوم / تقاضای گردشگری

۴۹	۲.۱ مقدمه
۵۰	۲.۲ تقاضا در گردشگری
۵۲	۲.۲.۱ عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری
۵۳	۲.۲.۲ روندها و تغییرات تقاضای گردشگری
۵۳	۲.۲.۲.۱ رشد جهانی
۵۴	۲.۲.۲.۲ گسترش جهانی
۵۴	۲.۲.۳ گرایش‌های کنونی تقاضای گردشگری
۵۴	۲.۲.۳.۱ جهانی‌سازی تقاضای گردشگری
۵۵	۲.۲.۳.۲ تمرکززدایی از تعطیلات سالانه
۵۵	۲.۲.۳.۳ توجه بیشتر به محیط‌زیست
۵۵	۲.۲.۳.۴ شیوه‌های در حال تغییر زندگی
۵۶	۲.۲.۳.۵ تعداد بیشتر گردشگران مستقل در برابر گردشگران گروهی
۵۷	۲.۳ رفتار گردشگران
۵۸	۲.۳.۱ اهمیت رفتار گردشگران
۵۹	۲.۳.۲ درک رفتار گردشگران
۶۰	۲.۴ انگیزه در گردشگری

۶۱	۲.۴.۱ عوامل مؤثر بر انگیزه گردشگران
۶۱	۲.۴.۱.۱ تجربه سفر
۶۲	۲.۴.۱.۲ متغیرهای اجتماعی - جمعیت شناختی
۶۲	۲.۴.۱.۳ ادراک از خود
۶۳	۲.۴.۲ شاخص‌های انگیزشی در گردشگری
۶۴	۲.۴.۳ مدل‌های انگیزشی در گردشگری
۶۴	۲.۴.۳.۱ مدل پلاگ
۶۸	۲.۴.۳.۲ مدل انگیزشی کشتی و رانشی
۷۱	۲.۴.۳.۳ تئوری کوهن
۷۲	۲.۴.۴ موانع تقاضا برای سفر

فصل سوم / عرضه گردشگری ۷۳

۷۳	۳.۱ مقدمه
۷۴	۳.۲ عناصر اصلی عرضه گردشگری
۷۶	۳.۲.۱ حمل و نقل
۷۸	۳.۲.۱.۱ حمل و نقل هوایی
۸۰	۳.۲.۱.۲ حمل و نقل ریلی
۸۱	۳.۲.۱.۳ حمل و نقل جاده‌ای
۸۳	۳.۲.۱.۴ حمل و نقل آبی
۸۴	۳.۲.۱.۵ سایر روش‌های حمل و نقل
۸۵	۳.۲.۲ اقامت
۸۷	۳.۲.۲.۱ تخت و صبحانه
۸۸	۳.۲.۲.۲ تفرجگاه‌های مالکیت زمانی
۸۹	۳.۲.۲.۳ کمپینگ و اردوگاه
۸۹	۳.۲.۲.۴ متل
۹۰	۳.۲.۲.۵ مسافرخانه
۹۰	۳.۲.۲.۶ زائرسرا
۹۰	۳.۲.۲.۷ خانه دوم
۹۱	۳.۲.۳ خدمات غذایی
۹۲	۳.۲.۳.۱ رستوران‌های سنتی

۹۳	 ۳.۲.۳ کافه تریا
۹۳	 ۳.۲.۳ رستوران های فست فود
۹۳	 ۳.۲.۴ تجارت سفر
۹۴	 ۳.۲.۴.۱ سازمان های فرایند توزیع
۹۴	 ۳.۲.۴.۲ آژانس های مسافرتی
۹۷	 ۳.۲.۴.۳ سیستم توزیع جهانی
۹۸	 ۳.۲.۴.۴ عمده فروش تور
۱۰۰	 ۳.۲.۴.۵ واسطه های ویژه
۱۰۰	 ۳.۲.۴.۶ بنگاه های سفرهای تشویقی
۱۰۰	 ۳.۲.۴.۷ نمایندگان فروش هتل ها
۱۰۰	 ۳.۲.۴.۸ توزیع خودکار
۱۰۱	 ۳.۲.۵ رویدادها
۱۰۱	 ۳.۲.۵.۱ جشنواره ها
۱۰۳	 ۳.۲.۵.۲ جلسات ملاقات و همایش ها
۱۰۴	 ۳.۲.۵.۳ نمایشگاه های بین المللی
۱۰۵	 ۳.۲.۶ جاذبه ها
۱۰۸	 ۳.۳ روح مهمان نوازی
۱۰۹	 ۳.۴ آشنایی با تفسیر میراث طبیعی و فرهنگی
۱۱۰	 ۳.۴.۱ راهنمای تور و تفسیر
۱۱۱	 ۳.۴.۲ اصول پانزده گانه تفسیر میراث

۱۱۳ فصل چهارم / اثرات گردشگری

۱۱۳	 ۴.۱ مقدمه
۱۱۴	 ۴.۲ اثرات اقتصادی گردشگری
۱۱۴	 ۴.۲.۱ اثرات اقتصادی گردشگری بین المللی
۱۱۹	 ۴.۲.۱.۱ ده مقصد برتر گردشگری بین المللی
۱۲۱	 ۴.۲.۱.۲ اشتغال
۱۲۲	 ۴.۲.۱.۳ بهینه سازی
۱۲۴	 ۴.۲.۱.۴ اقتصاد محلی
۱۲۵	 ۴.۲.۱.۵ تراز پرداخت ها

- ۴.۲.۱.۶ سرمایه‌گذاری ۱۲۶
- ۴.۲.۱.۷ درآمدهای مالیاتی ۱۲۶
- ۴.۲.۱.۸ فشار تورمی ۱۲۷
- ۴.۲.۱.۹ ضرایب فزاینده اقتصادی ۱۲۸
- ۴.۲.۱.۱۰ توزیع گسترده منافع اقتصادی ۱۲۹
- ۴.۲.۱.۱۱ تغییرات ساختاری (وابستگی به گردشگری) ۱۳۱
- ۴.۲.۲ حساب اقماری گردشگری ۱۳۲
- ۴.۲.۳ خلاصه اثرات اقتصادی مثبت و منفی ۱۳۳
- ۴.۳ اثرات اجتماعی - فرهنگی ۱۳۶
- ۴.۳.۱ اثرات گردشگری بر فرد ۱۳۶
- ۴.۳.۲ اثرات گردشگری بر خانواده ۱۳۷
- ۴.۳.۳ اثرات گردشگری بر جامعه ۱۳۷
- ۴.۳.۳.۱ امنیت و جنایت ۱۳۸
- ۴.۳.۳.۲ رنجش ۱۳۸
- ۴.۳.۴ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و گردشگری ۱۴۱
- ۴.۳.۴.۱ الگوهای سفر از نظر سنی ۱۴۱
- ۴.۳.۴.۲ درآمد ۱۴۳
- ۴.۳.۴.۳ تحصیلات ۱۴۴
- ۴.۳.۵ گردشگری اجتماعی (بارانه‌ای) ۱۴۵
- ۴.۳.۶ خلاصه‌ای از اثرات اجتماعی - فرهنگی ۱۴۵
- ۴.۴ اثرات زیست‌محیطی ۱۴۷
- ۴.۴.۱ آیا گردشگری تهدیدی برای محیط محسوب می‌شود؟ ۱۴۸
- ۴.۵ پایداری در گردشگری ۱۵۱
- ۴.۵.۱ توسعه پایدار گردشگری ۱۵۱
- ۴.۵.۱.۱ همه مسئولیم ۱۵۲
- ۴.۵.۱.۲ برخی مفروضات توسعه پایدار گردشگری ۱۵۳
- ۴.۵.۱.۳ شاخص‌های گردشگری پایدار ۱۵۵
- ۴.۵.۲ اکوتوریسم ۱۵۶
- ۴.۵.۲.۱ مزایای اکوتوریسم ۱۵۹
- ۴.۵.۲.۲ آسیب‌ها و محدودیت‌های اکوتوریسم ۱۵۹

- ۱۶۰..... ۴.۵.۲.۳ سال بین‌المللی اکوتوریسم
- ۱۶۱..... ۴.۵.۳ ظرفیت تحمل
- ۱۶۲..... ۴.۵.۳.۱ اصول اخلاقی برای گردشگران

فصل پنجم / سازمان‌های بین‌المللی و ملی..... ۱۶۳

- ۱۶۳..... ۵.۱ مقدمه
- ۱۶۴..... ۵.۲ سازمان‌های بین‌المللی
- ۱۶۵..... ۵.۲.۱ سازمان جهانی گردشگری
- ۱۶۸..... ۵.۲.۲ شورای جهانی مسافرت و گردشگری
- ۱۶۹..... ۵.۲.۳ سازمان بین‌المللی اسکال
- ۱۷۰..... ۵.۲.۴ انجمن بین‌المللی مسافرت هوایی
- ۱۷۱..... ۵.۲.۵ سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری
- ۱۷۱..... ۵.۲.۶ انجمن مسافرت آسیا - اقیانوسیه
- ۱۷۲..... ۵.۲.۷ کمیسیون مسافرت اروپا
- ۱۷۲..... ۵.۲.۸ سازمان‌های توسعه‌ای
- ۱۷۳..... ۵.۲.۸.۱ بانک بین‌المللی ترمیم و توسعه
- ۱۷۳..... ۵.۲.۸.۲ سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی
- ۱۷۴..... ۵.۲.۹ اتحادیه بین‌المللی هتل‌ها و رستوران‌ها
- ۱۷۵..... ۵.۲.۱۰ فدراسیون بین‌المللی اتحادیه آژانس‌های مسافرتی
- ۱۷۶..... ۵.۲.۱۱ فدراسیون جهانی راهنمایان گردشگری
- ۱۷۷..... ۵.۲.۱۲ اتحادیه جهانی آموزش حرفه‌ای گردشگری
- ۱۷۷..... ۵.۲.۱۳ یونسکو
- ۱۷۸..... ۵.۲.۱۴ ایکوم
- ۱۷۹..... ۵.۲.۱۵ ایکوموس
- ۱۷۹..... ۵.۲.۱۶ میراث جهانی یونسکو
- ۱۸۰..... ۵.۳ سازمان‌های ملی
- ۱۸۰..... ۵.۳.۱ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران
- ۱۸۲..... ۵.۳.۲ سازمان هواپیمایی کشوری
- ۱۸۳..... ۵.۳.۳ جامعه هتل‌داران ایران
- ۱۸۴..... ۵.۳.۴ کانون انجمن‌های صنفی کارگری راهنمایان گردشگری

۵.۳.۵ جامعه راهنمایان ایرانگردی و جهانگردی..... ۱۸۴

۵.۳.۶ انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی ایران..... ۱۸۵

فصل ششم / برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری..... ۱۸۷

۶.۱ مقدمه..... ۱۸۷

۶.۲ برنامه‌ریزی گردشگری..... ۱۸۸

۶.۲.۱ اهمیت برنامه‌ریزی گردشگری..... ۱۸۹

۶.۲.۲ فرایند کلی برنامه‌ریزی..... ۱۹۰

۶.۲.۳ رویکردهای برنامه‌ریزی..... ۱۹۱

۶.۲.۴ سطوح برنامه‌ریزی..... ۱۹۲

۶.۲.۴.۱ سطح ملی..... ۱۹۳

۶.۲.۴.۲ سطح منطقه‌ای..... ۱۹۳

۶.۲.۴.۳ سطح محلی..... ۱۹۳

۶.۲.۴.۴ سطح پروژه..... ۱۹۳

۶.۲.۵ ذی‌نفعان (بازیگران فرایند توسعه)..... ۱۹۴

۶.۲.۶ برنامه‌ریزی گردشگری در ایران..... ۱۹۵

۶.۳ بازاریابی گردشگری..... ۱۹۵

۶.۳.۱ بخش‌بندی بازار هدف..... ۱۹۷

۶.۳.۲ آمیخته بازاریابی..... ۱۹۸

۶.۳.۳ توسعه و برنامه‌ریزی محصول..... ۲۰۱

۶.۳.۴ معرفی..... ۲۰۲

۶.۳.۵ رشد..... ۲۰۲

۶.۳.۶ بلوغ..... ۲۰۳

۶.۳.۷ اشباع..... ۲۰۳

۶.۳.۸ زوال..... ۲۰۳

۶.۳.۹ برندسازی..... ۲۰۴

۶.۳.۱۰ قیمت‌گذاری..... ۲۰۴

۶.۴ مدیریت منابع انسانی..... ۲۰۷

۶.۴.۱ کارکردهای مدیریت منابع انسانی..... ۲۰۸

۶.۴.۲ نقش آموزش در صنعت گردشگری..... ۲۰۸

۶.۴ کارراهه گردشگری ۲۱۰

فصل هفتم / گردشگری در آینده ۲۱۱

۷.۱ مقدمه ۲۱۱

۷.۲ چشم‌انداز گردشگری در سال ۲۰۲۰ ۲۱۲

۷.۳ نیروهای تأثیرگذار در آینده گردشگری ۲۱۳

۷.۳.۱ اقتصاد ۲۱۳

۷.۳.۲ سیاست ۲۱۴

۷.۳.۳ محیط ۲۱۵

۷.۳.۴ فناوری ۲۱۶

۷.۴ هتل‌ها در آینده ۲۱۸

۷.۵ سفرهای هوایی در آینده ۲۱۹

۷.۶ مدیریت بحران در آینده ۲۲۰

۷.۷ گردشگران در آینده ۲۲۱

۷.۷.۱ ظهور جامعه دانش‌محور و نیروی کار ۲۲۲

۷.۷.۲ تغییرات جمعیت‌شناختی ۲۲۴

۷.۷.۳ بازار گردشگری چین ۲۲۵

۷.۷.۴ ثبات و امنیت ۲۲۵

۷.۷.۵ مهاجرت انبوه ۲۲۶

۷.۷.۶ گردشگری ابدی ۲۲۶

۷.۷.۷ ظهور گردشگری افراطی، ماجراجویی، مصائب یا تاریخ ۲۲۷

۷.۷.۸ از اقتصاد خدماتی تا اقتصاد مبتنی بر تجربه ۲۲۷

۷.۷.۹ سیر تکاملی فراغت و اوقات فراغت ۲۲۸

۷.۸ محصولات گردشگری در آینده ۲۲۹

۷.۸.۱ زمان و پول ۲۳۰

۷.۹ مدیریت اثربخش در آینده ۲۳۲

۷.۱۰ تقابل گردشگری و نفت در آینده ۲۳۳

منابع

۲۳۵

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرًى ظَاهِرَةً وَقَدَّرْنَا فِيهَا السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لِيُبَيِّنَ لَكُمْ آيَاتُنَا
آمَنِينَ (سبا: ۱۸)

و میان آن‌ها و شهرهایی که در آنجا پر نعمت و بربرکت گردانیم باز قریه‌هایی (نزدیک بهم) قرار دادیم و با فاصله کوتاه و سیرسفری معین و آن‌ها را گفتیم که در این ده و شهرهای نزدیک بهم شبان و روزان با ایمنی مسافرت کنید.

پیشگفتار

«اکنون که شما در حال مطالعه این کتاب هستید، سفرتان برای شناخت ماهیت گردشگری آغاز شده است. با فرض صحت ادعاهای پیش‌گویان و آینده‌نگران، شما در حال مطالعه بزرگ‌ترین صنعت جهان‌اید.» این جمله مقدمه کتاب «شناخت صنعت گردشگری، اصول، رویه‌ها و رویکردها» تألیف گلدنر و ریچی (۲۰۱۱) است که با همکاری استاد عزیزم جناب آقای دکتر حمید ضرغام بروجنی و آقای حمید ایوبی یزدی آن را ترجمه و منتشر کردیم. این کتاب در سال ۱۳۹۲ به چاپ رسید و تاکنون منبع درسی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بوده است. استقبال ویژه از این کتاب از سوی موسسات آموزشی جهت تدریس درس شناخت صنعت گردشگری دوره‌های راهنمایان ایرانگردی و جهانگردی و مدیر فنی دفاتر خدمات مسافرتی و همچنین دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی مختلف نشان از تأثیرگذاری محتوای علمی این کتاب بود و باعث شد این کتاب در مدت کمتر از ۲ سال به چاپ چهارم برسد. نسخه انگلیسی کتاب گلدنر در سال ۲۰۱۱ به ویرایش یازدهم رسیده بود. تجربه تدریس کتاب نامبرده در این مدت و پیشنهادات سایر دوستان و اساتیدی که این کتاب را مطالعه و تدریس کرده بودند، این احساس را به وجود آورد که محتوای کتاب می‌بایست، برای استفاده بیشتر علاقه‌مندان به‌ویژه افرادی که قصد دارند به حرفه راهنمای تور مشغول شوند، به زبان ساده‌تر بیان شود و از مثال‌های داخلی و بومی استفاده گردد. لذا با مشورت دوستان و انتشارات مهکامه و با پایه قرار دادن این کتاب («شناخت صنعت گردشگری، اصول، رویه‌ها و رویکردها») نگارش کتاب کنونی را آغاز کردم. حاصل کار کتابی است که در ۷ فصل و با ارجاع به سایر کتاب‌ها و مقالات گردشگری تألیف و تدوین شده است. به نظر می‌رسد که نقطه قوت این کتاب پیروی از سرفصل‌های پیشنهادی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، کسب نظر خبرگان

و اساتید و استفاده از مثال‌های داخلی در تعریف و تشریح مفاهیم و همزمان حفظ رویه باشد. در پایان بر خود لازم می‌دانم از تمامی اساتید دوران تحصیلم، اساتید دانشگاه علامه طباطبائی، که هنوز هم شاگرد کوچک آن‌ها محسوب می‌شوم، تشکر کنم و از عزیزانی که در فرایند آماده شدن این کتاب بنده را همراهی کردند و نظرات ارزشمند آن‌ها بر غنای مطالب افزود سپاسگزاری نمایم. در این فرایند نکات، پیشنهادات و تذکرات کلیدی خانم مریم صداقت (دانشجوی دکترای مدیریت گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی تهران)، ساراسادات مکیان (دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی) و آقای آرش نورآقایی (رئیس کانون انجمن صنفی راهنمایان گردشگری و راهنمای برتر گردشگری) بسیار راهبردی و راهگشا بود. همچنین از مدیریت محترم انتشارات مهکامه سرکارخانم قنبری که با پیگیری‌های ویژه خود باعث تسریع فرایند تهیه و چاپ کتاب شدند، کمال تشکر را دارم. و بالاخره با پذیرش ضعف‌ها و اشتباهات احتمالی از اساتید گرامی، کارشناسان ارجمند، پژوهشگران و دانشجویان محترم و راهنمایان گردشگری عزیز تقاضا دارم تا نظرات ارزشمند خود را از طریق رایانامه bazarafshan@bam.ac.ir و یا تماس با انتشارات مهکامه در اختیار ما قرار دهند.

مرتضی بذرافشان

تابستان ۱۳۹۴