

کتابخانه

خدمات صنعت گردشگری

محمد زاهدی

دانشگاه پیام نور

دکتر بهرام رنجبریان

دانشگاه اصفهان

رنجبریان، بهرام، ۱۳۳۵ -

خدمات صنعت گردشگری / بهرام رنجبریان، محمد زاهدی.....

اصفهان : کنکاش، ۱۳۸۴

۲۶۴ ص

ISBN:964-6329-27-6

فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیپا

۱. جهانگردی..الف. زاهدی، محمد، ب، عنوان ،

۳۳۸/۴۷۹۱

G ۱۵۵/ ۱۱، ۹

۵۷۷۰ - ۸۴ م

کتابخانه ملی ایران

نام کتاب: خدمات صنعت گردشگری

مؤلفین: دکتر بهرام رنجبریان - محمد زاهدی

ناشر: انتشارات کنکاش

نوبت چاپ: اول ۱۳۸۴

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: گلبن

چاپ: کنکاش - کمالی نژاد

قیمت: ۲۷۰۰ تومان

آدرس: اصفهان سه راه حکیم نظامی - چاپ و نشر کنکاش

۰۳۱۱-۶۲۵۸۰۴۹

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار:
۱۱	فصل اول: صنعت گردشگری
۱۱	۱-۱ تعاریف
۱۴	۱-۲ محصولات صنعت گردشگری
۱۹	فصل دوم: تورگردان‌ها
۲۲	مبانی اقتصادی تورگردانان
۲۳	۱- مسئله حمل و نقل
۲۵	۲- مسئله اقامت
۲۶	۳- تنوع در ارائه خدمات تورگردانان
۲۷	۴- توسعه بازار
۲۸	انواع تورگردانان
۲۸	۱- تورگردانان بازار انبوه
۲۸	۲- تورگردانان تخصصی
۲۹	۳- تورگردانان داخلی
۳۰	۴- تورگردانان تورهای ورودی
۳۱	ماهیت تورگردانی
۳۱	فصلی بودن فعالیت تورگردانی
۳۲	سایر فعالیت‌های درآمدزا
۳۳	تورگردانان عرضه کننده بسته‌های سفر غیر درستی

۳۴ عملیات تورگردانی Piggy Back

۳۵ برنامه ریزی، بازاریابی و اجرای تور

۵۱ فصل سوم: دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی

۵۲ ماهیت واسطه گری در صنعت گردشگری

۵۳ منافع حاصل از وجود دفاتر خدمات مسافرتی

۵۴ ساختار کانال توزیع

۵۵ عملیات دفاتر خدمات مسافرتی

۵۸ مقررات حقوقی حاکم بر فعالیت دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی

۶۹ فصل چهارم: صنعت حمل و نقل

۷۰ حمل و نقل های هوایی

۷۱ برنامه های حمل و نقل هوایی

۷۲ خدمات زمان بندی شده

۷۵ خدمات هواپیمای چارتر (خارج از برنامه)

۷۶ خدمات تاکسی هوایی

۷۷ نقش واسطه ها در صنعت خدمات هواپیمایی

۷۷ مقررات حاکم بر حمل و نقل هوایی

۸۲ وسایل حمل و نقل آبی

۸۲ خطوط اقیانوس پیما

۸۴ گشت های دریایی

۸۶ کشتی های گذرگاهی

۸۷ وسایل حمل و نقل مسیرهای آبی داخلی

۸۸ راه آهن

۸۹ مسافرت با اتوبوس

۹۱	 اتومبیل‌های شخصی
۹۲	 شرکت‌های کرایه اتومبیل

۹۳..... فصل پنجم: صنعت هتلداری و خدمات اقامتی

۹۶	 عوامل مهم در صنعت هتلداری / میهمانخانه‌داری
۱۰۱	 طبقه‌بندی واحدهای اقامتی
۱۰۲	 انواع تأسیسات اقامتی
۱۱۰	 معیارهای درجه‌بندی هتل‌ها
۱۱۹	 هتلداری و مدیریت هتل‌ها
۱۲۳	 شاخص کیفیت در زمینه هتل‌داری
۱۲۷	 نقش کارکنان هتل‌ها در کیفیت خدمات قابل ارائه به مشتری حراست در هتل‌ها

۱۳۱..... فصل ششم: رستوران و خدمات پذیرایی

۱۳۲	 تعریف و انواع رستوران
۱۳۶	 فضای رستوران
۱۳۹	 طراحی نمای رستوران
۱۴۰	 تابلو رستوران
۱۴۱	 محوطه پارکینگ
۱۴۲	 نورپردازی فضای بیرونی و داخلی
۱۴۴	 کنترل دما و رطوبت
۱۴۴	 رنگ آمیزی
۱۴۵	 مبلمان
۱۴۶	 منوی رستوران
۱۴۷	 موسیقی
۱۴۷	 ارزیابی رضایت مشتری

بایدها و نبایدها در مورد کارکنان رستوران ها ۱۴۹

فصل هفتم: جاذبه‌های گردشگری ۱۵۳

تعریف جاذبه گردشگری ۱۵۵

جاذبه‌های طبیعی ۱۵۵

جاذبه‌های مصنوعی ۱۶۳

مدیریت گردشگری در جاذبه‌ها ۱۶۶

فصل هشتم: وقایع گردشگری ۱۶۹

جشنواره‌های هنری ۱۷۳

بازی‌های المپیک و مسابقات ورزشی ۱۷۵

نمایشگاه‌های بین‌المللی ۱۷۷

یادمان‌های تاریخی ۱۷۸

مراسم آئینی - مذهبی ۱۷۹

سایر وقایع ۱۸۱

مدیریت جشنواره‌ها و رویدادها گردشگری ۱۸۲

- هدف گذاری ۱۸۲

- انتخاب موضوع ۱۸۳

- انتخاب نام ۱۸۴

- انتخاب زمان ۱۸۴

فصل نهم: راهنمایان تور ۱۸۷

راهنمای تور کیست؟ ۱۸۷

ویژگی‌های راهنمای تور ۱۸۹

ویژگی‌های فردی راهنما ۱۸۹

صلاحیت‌ها و ویژگی‌های تخصصی ۱۹۳

وظایف اصلی یک راهنمای تور	۱۹۷
ماهیت شغل راهنمای تور	۲۰۰
آفات راهنمایی تور	۲۰۰

فصل دهم: بازاریابی در صنعت گردشگری ۲۰۳

بازاریابی گردشگری و گذران اوقات فراغت	۲۰۴
برنامه ریزی بازاریابی	۲۰۵
ساختار برنامه بازاریابی	۲۰۷
۱- اهداف کلی بنگاه یا مقصد گردشگری	۲۰۸
۲- تجزیه و تحلیل محیط بازار	۲۰۸
۳- معرفی جامعه و فعالیت مورد نظر	۲۱۱
۴- شناخت و بخش بندی بازار	۲۱۲
۵- تعیین اهداف برای هر یک از بخش های بازار	۲۱۳
۶- تعیین استراتژی ها و آمیخته های بازاریابی هر بخش	۲۱۴
۷- تعیین بودجه بازاریابی	۲۲۰
۸- اجرای برنامه بازاریابی	۲۲۱
۹- ارزیابی	۲۲۱

فصل یازدهم: انتخاب رسانه تبلیغاتی ۲۲۳

رسیدن به هدف مشترک با شیوه های متفاوت	۲۲۴
بروشورها	۲۲۵
خبرنامه ها	۲۲۶
مجلات	۲۲۶
روزنامه	۲۲۸
تلویزیون	۲۲۹

۲۳۰	تلویزیون‌های کابلی
۲۳۱	رادیو
۲۳۲	از کدام رسانه باید استفاده شود؟
۲۳۲	سرنخ‌هایی برای دسترسی به رسانه‌ها

فصل دوازدهم: طراحی مؤثر بروشورهای گردشگری

۲۳۵	هدف از طراحی بروشورها چیست؟
۲۳۶	مخاطب شما چه کسی است؟
۲۳۶	چگونه می‌توان با مشتری ارتباط ایجاد کرد؟
۲۳۸	ارائه یا چاپ یک تصویر زیبا از محل خود در بروشور
۲۳۸	جلد بروشور
۲۳۹	مطالب داخل بروشور
۲۴۲	صفحه پشت بروشور
۲۴۳	نکاتی در مورد مطالب چاپی

فصل سیزدهم: صنعت گردشگری و فناوری اطلاعات

۲۴۷	گردشگری و فناوری اطلاعات
۲۵۳	کاربرد تکنولوژی اطلاعات در زیر بخش‌های صنعت گردشگری
۲۵۴	فناوری اطلاعات و خطوط هوایی
۲۵۶	نقش تکنولوژی اطلاعات در صنعت هتل‌داری
۲۵۸	پیشرفت در فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر تورگردانان
۲۵۹	پیشرفت در فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر بنگاه‌های خدمات مسافرتی و جهانگردی
۲۶۰	آثار پیشرفت در فناوری اطلاعات بر مقاصد گردشگری

فهرست منابع

پیشگفتار:

گردشگری که به درستی صنعت قرن بیست و یکم نام گرفته است واجد ویژگی‌های خاصی است که آن را از سایر فعالیت‌های اقتصادی متمایز می‌سازد. گردشگری فعالیتی چند وجهی است و یکی از پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری با توجه به موقعیت جغرافیایی است. زیرا متقاضی در سرزمینی و محصول در مقصدی دیگر قرار گرفته‌اند و تمامی تلاش بر آن است که با رسانیدن گردشگر به مقصد مورد نظر، او در طول سفر تجربه‌ای به یاد ماندنی و جذاب مطابق سلیقه خویش کسب نماید.

بنابر تعریف، گردشگر کسی است که به منظوری غیر از کسب درآمد برای مدت بیش از یک شب و کمتر از یک سال از سرزمین موطن خود به مقصدی وارد شده است. او در طی این فرآیند پیش از هر چیز از زندگی متعارف خود جدا می‌شود و به سرزمینی با زمینه فرهنگی احتمالاً متفاوتی از آن خود وارد می‌گردد و می‌کوشد تا از آنچه در پیرامونش می‌گذرد و قرار دارد بهره جوید، با این همه در طی انجام سفر و نیز طی مدت اقامت در سرزمین مقصد نیازمندی‌هایی دارد که باید برآورده سازد. سفری لذت بخش نیازمند برنامه‌ریزی و تدارک است. علاقمند به سفر باید نخست از مقصدهای پیش‌رو برای سفر کردن آگاهی یابد و لازمه این موضوع حضور عرضه‌کنندگان مقاصد و برنامه‌های گردشگری در بازار و معرفی خود است. از طرف دیگر باید راهنمایی و اطلاعات لازم در اختیار مسافر بالقوه قرار گیرد و با تحریک زوایای گوناگون فکری او و تطبیق برنامه‌هایی با سلیقه و خواسته‌ها و به تناسب بودجه او این مسافر بالقوه را به مشتری‌ای بالفعل مبدل ساخت.

آنگاه باید برنامه‌ای برای سفر در اختیار او قرارداد، اسبابی مناسب سفر، تمهیدی مناسب اقامت، غذایی شایسته صرف، تفریحی منطبق با روحیه او و جاذبه‌هایی که بتواند آنچه را در پی‌اش

جستجو می‌کرده است با در اختیار داشتن آنها و تجربه کردن آنها به کف آرد و سفر به خاطره‌ای خوش و قابل تجدید برایش بدل شود.

خدمات صنعت گردشگری شرح این داستان است. آنجا که بازاریاب به معرفی یک مقصد و جاذبه گردشگری یا یک رویداد خاص می‌پردازد، دفتر خدمات مسافرتی که بسته سفر یا تهیه بلیط و ذخیره جا در مقصد را بر عهده می‌گیرد، راهنمایی که در مقصد انتظار شما را می‌کشد، اقامتگاهی که در آن می‌آساید و رستورانی که در آن غذا می‌خورید، اجزای صنعت گردشگری هستند.

هدف این کتاب معرفی این فعالیت‌ها و آگاهی از پاره‌ای قواعد حاکم و نکات مهمی است که متقاضیان سفر و نیز متولیان این فعالیت‌ها باید از آن آگاه باشند. از این رو مخاطب اثر حاضر در هر دو سوی بازار صنعت گردشگری حضور دارد و مطالعه آن به درکی بهتر از رابطه میان متقاضیان سفر و متولیان آن خواهد انجامید. از این رو ساختار کتاب بر مبنای معرفی صنعت سفر و اجزای مختلف آن شکل گرفته است.

پس از مقدمه‌ای که به معرفی اجمالی صنعت گردشگری می‌پردازد، عناصر سمت عرضه این صنعت همچون تدارک کنندگان سفر (تورگردانان)، عرضه کنندگان به مشتری (دفاتر خدمات مسافرتی و جهانگردی)، جابجایی مشتری میان مبدأ و مقصد (حمل و نقل)، اقامت و تغذیه، راهنمایان مقصد، عناصر جذاب مقصد (جاذبه‌ها، رویدادهای گردشگری)، شیوه‌های ارتباط با مشتری (بازاریابی، انتخاب رسانه و بروشورهای گردشگری) و سرانجام تحولات آتی این صنعت در قبال پیشرفت در فناوری اطلاعات خواهند آمد.

انتظار آن داریم که مطالعه کتاب حاضر برداشته‌های فعالین صنعت گردشگری کشور بیفزاید و علاقمندان به این صنعت را تا سر حد امکان با موضوعات اساسی مرتبط با زیربخش‌های آن آشنا سازد.

محمد زاهدی
دانشگاه پیام نور

دکتر بهرام رنجبریان
دانشگاه اصفهان