

به نام خدا

رفابت پذیری در سیستم منطقه‌ای باتأکید بر گردشگری

تألیف:

محمد رسولی

سرشناسه

رسولی، محمد، ۱۳۶۷-	:	عنوان و نام پدیدآور
Rasoli, Mohammad	:	مشخصات نشر
رقابت‌پذیری در سیستم منطقه‌ای با تأکید بر گردشگری / تألیف: محمد رسولی.	:	مشخصات ظاهری
مشهد: سخن گستر، ۱۳۹۸.	:	شابک
۲۵۵ ص.	:	وضعیت
978-600-247-856-6	:	یادداشت
فیبا	:	موضوع
۲۵۵-۲۴۵	:	موضوع
گردشگری	:	موضوع
Tourism	:	موضوع
عمران منطقه‌ای- ایران -- طرح و برنامه‌ریزی	:	موضوع
Regional planning -- Iran -- Design	:	موضوع
گردشگری -- مدیریت	:	موضوع
Tourism -- Management	:	موضوع
گردشگری -- آمار و آمارگیری	:	موضوع
Tourism -- Marketing	:	موضوع
G155	:	رده‌بندی کنگره
۳۳۸/۴۷۹۱	:	رده‌بندی دیویی
۵۷۹۹۰۱۷	:	شماره کتابشناسی ملی

رقابت‌پذیری در سیستم منطقه‌ای با تأکید بر گردشگری

محمد رسولی

چاپ اول / ۱۳۹۸

چاپخانه: چاپ سینتا

نسخه: ۰۰

صفحه‌آرایی: نفیسه اسماعیلی

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۷۸۵۶-۶۴

۴۵۰۰۰ تومان



ناشر: سخن گستر

مشهد، خیابان ابن سینا بین ابن سینا ۱ و ۳ ساختمان اطبا

تلفن: ۰۵۱-۳۸۴۳۹۹۵۵

مقدمه

همواره در برنامه‌های توسعه‌ای کشورهای مختلف، توسعه منطقه‌ای در مسیر رسیدن به توسعه ملی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و با رشد سریع جهانی شدن در دنیای کنونی این مسئله اهمیت ویژه‌ای نیز یافته است. در راستای دستیابی به توسعه، موضوع رقابت‌پذیری منطقه‌ای ایده جدیدی است که از دهه ۱۹۹۰ میلادی توجه بسیاری به آن شده و کشورهای زیادی نیز از آن جهت تحریک توسعه منطقه‌ای بهره برده‌اند.

توجه به این مسئله با برانگیز است که در چند دهه گذشته نگاه صرف اقتصادی به توسعه باعث پیامدهای جدی از انبذیری در تمام احاد حیاتی شده است. این مسئله باعث نگاه احتیاطانه‌تر و تغییر نگرش به روند توسعه شده است. گردشگری یکی از مسائلی است که برای آینده‌ای تاوم با پایداری قابل توجه بوده است.

صنعت در حال تغییر گردشگری، نیازمند به بقا و رقابت دارد؛ رقبا به طور روزافزون به عرصه گردشگری وارد می‌شوند. عرصه‌کنندگان می‌بایست به مشتریان نزدیک‌تر شوند و شرکت‌ها مجبورند تا مهارت‌ها و منابع خود را با بازار هماهنگ سازند. از سوی دیگر، اتخاذ رویکرد پایداری در بحث رقابت‌پذیری و در راستای تحقق پایدار گردشگری در مقصدها، امری ضروری است. و دیگر مقصد گردشگری، بازیگران اصلی، گردشگران و طیف وسیعی از ذی‌نفعان داخلی اعم از ساکنین محلی، کسب و کارهای درجه یک را شامل می‌شود و تنها در نظر گرفتن گردشگر، مقصد و رقبا بدون توجه به ذی‌نفعان محلی، نمی‌تواند ضامن پایداری رقابت‌پذیری باشد.

در این کتاب سعی شده است عوامل رقابت‌پذیر در توسعه منطقه‌ای با تاکید بر گردشگری تحلیل و بررسی شوند. برای این منظور این کتاب در سه بخش تهیه شده است که در بخش اول این کتاب به بررسی مقدماتی توسعه، منطقه، و توسعه منطقه‌ای پرداخته شده است. در بخش دوم به بحث رقابت‌پذیری ورد پیدا شده و نظریات رایج در این زمینه ایراد گردیده و در نهایت مدل‌ها و شاخص‌های رقابت‌پذیری بیان شده‌اند. در نهایت در بخش سوم که فصل آخری این کتاب بوده است به مسئله گردشگری پرداخته شده و عوامل موثر در رقابت‌پذیری گردشگری به تفصیل مورد بحث قرار گرفته شده است.

فهرست مطالب

۳	مقدمه
۱۱	بخش اول: توسعه - منطقه
۱۲	مفهوم توسعه
۱۵	توسعه پایدار
۱۷	منطقه
۱۸	انواع مناطق
۱۹	۱- منطقه جغرافیایی
۱۹	۲- منطقه برنامه‌ریزی
۲۰	۳- منطقه کار کردی
۲۰	۴- منطقه همگن
۲۱	سیاست‌گذاری منطقه‌ای
۲۲	نابرابری منطقه‌ای
۲۲	نابرابری منطقه‌ای و ضرورت برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۲۳	برنامه‌ریزی منطقه‌ای
۲۴	آمایش سرزمین
۲۴	توسعه منطقه‌ای
۲۶	- توسعه‌ی پایدار منطقه‌ای
۲۷	- برنامه‌ریزی منطقه‌ای و ضرورت آن
۳۶	سابقه برنامه‌ریزی منطقه‌ای در جهان
۳۶	بریتانیا
۳۸	ایالات متحده آمریکا
۴۰	فرانسه
۴۱	گزیده‌ای از کشورهای جنوب (در حال توسعه)
۴۱	برزیل
۴۲	مالزی

- ۴۳..... سابقه برنامه‌ریزی منطقه‌ای در ایران
- ۴۳..... پیش از انقلاب اسلامی
- ۴۸..... برنامه‌های توسعه پس از انقلاب اسلامی ایران
- ۵۰..... استراتژی، برنامه‌ریزی استراتژیک و نیاز به تفکر استراتژیک
- ۵۳..... - برنامه‌ریزی استراتژیک منطقه‌ای
- ۵۷..... نظریه‌های برنامه‌ریزی توسعه منطقه‌ای
- ۵۷..... نظریه قطب رشد
- ۵۹..... نقد نظریه قطب رشد
- ۵۹..... نارسائی‌ها، قطب رشد
- ۶۰..... نظریه مرکز - پیرامون
- ۶۱..... نظریه میزدال
- ۶۴..... نظریه رشد متعادل اقتصادی
- ۶۴..... تعریف رشد متعادل اقتصادی
- ۶۵..... انتقادات وارد بر نظریه رشد متعادل اقتصادی
- ۶۷..... بخش دوم: رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۶۸..... مفهوم رقابت پذیری
- ۷۰..... رفاه اقتصادی خدادادی و رفاه اقتصادی خلق شده
- ۷۱..... مفاهیم و تعاریف رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۷۱..... رقابت پذیری در سطح بنگاه یا از دیدگاه اقتصاد خرد
- ۷۲..... رقابت پذیری در سطح ملی یا از دیدگاه اقتصاد کلان
- ۷۲..... رقابت پذیری در سطح منطقه‌ای یا از دیدگاه اقتصاد نیمه کلان
- ۷۴..... رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۷۵..... دلایل رواج مفهوم رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۷۶..... همجواری جغرافیای اقتصادی و رقابت پذیری
- ۷۷..... مناطق به مثابه مکان تخصصی کردن صادرات
- ۷۹..... مناطق به مثابه منبع بازده‌های فزاینده
- ۸۲..... مبانی نظری رقابت پذیری منطقه‌ای: ریشه‌یابی مفهوم در مکاتب اقتصادی
- ۸۶..... مدل‌های رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۸۶..... مدل الماس مزیت رقابتی پورتر
- ۸۹..... مدل هرمی رقابت پذیری منطقه‌ای
- ۹۱..... مدل مبانی مزیت رقابتی منطقه‌ای، کی‌تسون

۹۲	مدل کلاه رقابت پذیری
۹۲	مدل سه عاملی هاگینز
۹۳	مدل کارولی
۹۴	مدل چندبخشی (MISA) استیمسون
۹۵	شاخص‌هایی سنجش رقابت پذیری منطقه‌ای
۱۰۱	تمرکزگرایی
۱۰۳	- اثرات تمرکزگرایی
۱۰۶	- راه‌های تمرکززدایی
۱۰۸	سند استراتژی توسعه منطقه‌ای RDS
۱۰۸	- هدف نقش جایگاه و حیطه کار کردی RDS
۱۱۱	- چارچوب فضایی RDS
۱۱۲	اجرای استراتژی
۱۱۵	- تجارب
۱۱۵	سند استراتژی توسعه منطقه‌ای RDS ایرلند شمالی ۲۰۳۵
۱۱۸	سند استراتژی توسعه منطقه‌ای (RDS) آلمان ۲۰۰۵-۲۰۱۵
۱۲۰	- سند استراتژی توسعه منطقه‌ای (RDS) کردستان عراق
۱۲۲	شاخص‌های رقابت پذیری منطقه‌ای از دیدگاه اروپایی
۱۲۶	عوامل تعیین کننده موفقیت در رقابت پذیری منطقه‌ای
۱۲۷	تعیین کننده‌های رقابت پذیری منطقه‌ای
۱۲۹	رویکردهای مرتبط با رقابت پذیری
۱۲۹	رویکرد مبتنی بر منابع
۱۳۰	رویکرد مبتنی بر بازار
۱۳۱	رویکرد مبتنی بر توان خلاقیت و نوآوری
۱۳۲	رویکرد سنتی به رقابت پذیری (تجزیه و تحلیل زنجیره ارزش)
۱۳۳	ارکان رقابت پذیری
۱۳۴	رکن اول: نهادها
۱۳۵	رکن دوم: زیرساخت‌ها
۱۳۶	رکن سوم: محیط اقتصاد کلان
۱۳۶	رکن چهارم: بهداشت و آموزش ابتدایی
۱۳۷	رکن پنجم: آموزش عالی
۱۳۷	رکن ششم: کار آیی بازار کالا
۱۳۸	رکن هفتم: کار آیی بازار نیروی کار

- رکن هشتم: سطح توسعه‌ی بازار مالی ۱۳۹
- رکن نهم: آمادگی در حوزه‌ی فناوری ۱۳۹
- رکن دهم: اندازه‌ی بازار ۱۴۰
- رکن یازدهم: پیشرفته بودن بنگاه‌هایی تجاری ۱۴۰
- رکن دوازدهم: نوآوری ۱۴۱
- ارتباط درونی ارکان دوازده گانه‌ی رقابت‌پذیری ۱۴۲
- تقسیم‌بندی کشورها براساس سطوح توسعه ۱۴۴
- بخش سوم: گردشگری و رقابت‌پذیری منطقه‌ای ۱۵۱
- گردشگری ۱۵۲
- توریسم ۱۵۲
- واژه‌شناسی توریسم ۱۵۲
- ۱- جهانگردی ۱۵۲
- ۲- گردشگری ۱۵۳
- گونه‌شناسی گردشگری ۱۵۴
- تاریخچه گردشگری در ایران ۱۶۰
- گردشگری از منظر دین و اخلاق ۱۶۴
- صنعت گردشگری و اهمیت آن ۱۶۵
- اهمیت و نقش صنعت گردشگری ۱۶۷
- ارزیابی میزان قابلیت درآمدزایی گردشگری ۱۶۷
- توسعه گردشگری و افزایش درآمد و رونق اقتصاد ملی ۱۶۹
- ارزیابی میزان قابلیت اشتغال‌زایی گردشگری ۱۶۹
- توسعه گردشگری و ثبات سیاسی و اقتصادی ۱۷۱
- احیای فرهنگ و غرور ملی ۱۷۱
- اجزاء و بخش‌های صنعت گردشگری ۱۷۲
- مقصد گردشگری ۱۷۳
- اجزاء اصلی مقصد گردشگری ۱۷۳
- جاذبه‌ها ۱۷۴
- امکانات رفاهی ۱۷۴
- دسترسی ۱۷۴
- تصویر ذهنی ۱۷۵
- قیمت ۱۷۵

۱۷۵	منابع انسانی
۱۷۵	مدیریت مقصدهای گردشگری
۱۷۸	مدیریت اثر بخش مقصد
۱۷۹	ابعاد رقابت گردشگری
۱۸۱	مزیت نسبی گردشگری
۱۸۱	- مزیت‌های نسبی برونزای گردشگری
۱۸۱	- مزیت نسبی درون‌زای گردشگری
۱۸۲	رقابت‌پذیری در گردشگری
۱۸۲	ماهیت مزیت نسبی و رقابتی در گردشگری
۱۸۳	رقابت‌پذیری ضد
۱۸۴	ابعاد رقابت‌پذیری مقصد
۱۸۵	رقابت اقتصادی
۱۸۵	رقابت سیاسی
۱۸۶	رقابت اجتماعی - فرهنگر
۱۸۶	رقابت تکنولوژیک
۱۸۶	رقابت زیست محیطی
۱۸۷	توسعه پایدار گردشگری
۱۸۹	- رقابت‌پذیری مقصد و توسعه پایدار
۱۹۰	نقش ذینفعان در رقابت‌پذیری مقصد
۱۹۲	انواع ذینفعان گردشگری
۱۹۲	جامعه محلی و رقابت‌پذیری مقصد
۱۹۳	- کسب‌وکارهای گردشگری و رقابت‌پذیری مقصد
۱۹۴	- سازمان‌های مدیریت مقصد و رقابت‌پذیری مقصد
۱۹۶	عملکرد و رقابت‌پذیری مقصد
۱۹۸	عملکرد کسب‌وکارها
۱۹۸	عملکرد سازمان‌های مدیریت مقصد
۲۰۱	نگرش‌ها و ادراکات ذینفعان نسبت به اثرات گردشگری
۲۰۳	ادراک گردشگران از جذابیت مقصد
۲۰۵	گرایش‌ات زیست محیطی ذینفعان
۲۰۶	وفاداری گردشگر
۲۰۸	استراتژی‌های رقابت‌پذیری مقصد
۲۰۸	الف- راهبرد رقابت‌پذیری ریچی و کراچ

- ب- استراتژی پورتر ۲۰۹
- ج- استراتژی گیلبرت ۲۱۱
- استراتژی پون ۲۱۲
- نظریه‌های تفسیرکننده ادراک و تصویر ذهنی مقصد ۲۱۵
- نظریه گشتالت ۲۱۵
- نظریه‌ی شکل‌گیری تصویر مقصد ۲۱۶
- نظریه‌های مسیرکننده برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری ۲۱۷
- رهیافت‌های مختلف به برنامه‌ریزی توسعه گردشگری ۲۱۷
- نظریه‌های غالب در تئوری ارتباط آن‌ها با گردشگری ۲۱۸
- ۱- پارادایم نوگرا ۲۱۸
- ۲- پارادایم وابستگی ۲۱۹
- ۳- پارادایم نفولیبیرالیسم اقتصادی ۲۱۹
- ۴- پارادایم توسعه جایگزین ۲۲۰
- الگوها و مدل‌های مرتبط با رقابت‌پذیری مقصد ۲۲۰
- جایگاه رقابت‌پذیری در گردشگری ایران ۲۲۸
- جایگاه ایران از نظر شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری ۲۳۰
- رقابت‌پذیری پایدار مقصد ۲۳۲
- مدیریت مقصد و سیاست گردشگری پایدار ۲۳۴
- رضایت و رفتار گردشگر ۲۳۵
- معرفی و انسجام عوامل کلیدی موفقیت مقصد گردشگری ۲۴۳
- منابع ۲۴۵