

پست از پیش

شناخت صنعت گردشگری

Charles R. Goeldner

J. R. Brent Ritchie

www.ketab.ir

ترجمه

دکتر حمید ضرغام بروجنی

(عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

مرتضی بذرافشان

(عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی بم)

حمید ایوبی یزدی

سرشناسه	گولدنر، چارلز آر. Goeldner, Charles R
عنوان و نام پدیدآور	شناخت صنعت گردشگری / [چارلز. آر. گولدنر، ج. آر. برنت ریچی] ترجمه: حمید ضرغام بروجنی، مرتضی بذرافشان و حمید ایوبی یزدی
مشخصات نشر	تهران: مهکامه، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	۴۷۱ ص.: جدول، مصور و نمودار.
شابک	978-600-7127-04-7
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	عنوان اصلی: Tourism: Principles, Practices, Philosophies, 11th.ed
موضوع	گردشگری
شناسه افزوده	ریچی، ج. آر. برنت
شناسه افزوده	Ritchie, J. R. Brent
شناسه افزوده	ضرغام بروجنی، حمید ۱۳۲۹، مترجم
شناسه افزوده	بذرافشان، مرتضی ۱۳۶۳، مترجم
شناسه افزوده	ایوبی یزدی، حمید ۱۳۶۲، مترجم
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۲ ۷۶/۱۱-۱۵۵ G
رده‌بندی دیویی	۳۳۸/۴۷۹
شماره کتابشناسی ملی	۳۳۵۱۲۶۵

نام کتاب: شناخت صنعت گردشگری
ترجمه: حمید ضرغام بروجنی، مرتضی بذرافشان و حمید ایوبی یزدی
ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی
طرح جلد: حسین مبینی‌پور
ویراستار: صدیقه صادقی مکی
حروف چینی: الوهاب
لیتوگرافی: باختر
چاپ و صحافی: گوهراندیشه
نوبت چاپ: هفتم/ ۱۴۰۱
تیراژ: ۵۰۰ نسخه
قیمت: ۱۳۵۰۰ تومان

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۰۴-۷

کلیه حقوق چاپ و نشر این کتاب مطابق با «قانون حقوق مؤلفان و مصنفان مصوب ۱۳۴۸» برای ناشر محفوظ و منحصراً متعلق به نشر مهکامه می‌باشد. لذا هر گونه استفاده از کل یا قسمتی از این کتاب (از قبیل هر نوع چاپ، فتوکپی، اسکن، عکس برداری، نشر الکترونیکی، هر نوع انتشار به صورت اینترنتی، سی‌دی، دی‌وی، فیلم، فایل صوتی یا تصویری و غیره) بدون اجازه کتبی از نشر مهکامه ممنوع بوده و متخلفین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

انتشارات مهکامه: ناشر تخصصی گردشگری و هتلداری

نشر و پخش: تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به بلافی‌نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه دوم

فکس: ۶۶۹۶۱۵۰۹

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳ - ۶۶۴۹۷۰۵۰ - ۶۶۹۶۱۵۰۹

واتساپ: ۰۹۰۳۲۶۷۴۸۴۴

همراه: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱

www.mahkameh.com

اصلاحات و الحاقات احتمالی، در سایت انتشارات مهکامه:

en_mahkame@yahoo.com

پست الکترونیکی:

telegram.me/mahkamepublisher

تلگرام:

فهرست مطالب

پیشگفتار مترجمین	۱۵
مقدمه مؤلفین	۱۷
فصل اول / چشم‌انداز گردشگری	۱۹
مقدمه	۲۰
سفر بخیر	۲۰
تعریف گردشگری	۲۱
تعاریف سازمان جهانی گردشگری	۲۴
ایالات متحده	۲۶
کانادا	۲۶
انگلستان	۲۷
استرالیا	۲۷
طبقه‌بندی مسافران	۲۷
اجزای گردشگری و مدیریت گردشگری	۳۰
گردشگر	۳۱
منابع طبیعی و محیط	۳۱
محیط انسان‌ساخت	۳۱
بخش‌های عملیاتی صنعت گردشگری	۳۳
روح مهمان‌نوازی	۳۵
برنامه‌ریزی، توسعه، پیشبرد و سازمان‌های واسطه	۳۷
اهمیت برنامه‌ریزی یک‌پارچه مشارکتی و توسعه	۳۸
فرایندها، فعالیت‌ها و برایندهای گردشگری	۳۸
کارراه گردشگری	۳۹
رویکردهای اصلی در مطالعات گردشگری	۴۰
رویکرد سازمانی	۴۰

۴۱	رویکرد محصول محور
۴۱	رویکرد تاریخی
۴۱	رویکرد مدیریتی
۴۲	رویکرد اقتصادی
۴۲	رویکرد جامعه‌شناختی
۴۲	رویکرد جغرافیایی
۴۳	رویکردهای بین رشته‌ای
۴۵	رویکرد سیستمی
۴۵	اهمیت اقتصادی
۴۸	ده مقصد برتر
۵۱	هزینه و فایده گردشگری

فصل دوم / گردشگری در طول تاریخ..... ۵۷

۵۸	مقدمه
۵۹	اولین گردشگران
۶۲	جاده‌های اولیه
۶۴	جاده ابریشم
۶۵	دنایای کلاسیک
۶۹	اولین کشتی‌ها
۷۰	چین
۷۱	پلینزی‌ها
۷۱	اروپایی‌ها
۷۳	گران‌د تور
۷۴	امریکا
۷۵	جاذبه‌های گردشگری دیروز و امروز
۷۶	چشمه‌های آب معدنی و حمام‌ها و تفرجگاه‌های ساحلی
۷۷	اولین تأثیرات اقتصادی
۷۸	اولین آژانس‌های مسافرتی
۷۸	سیر تاریخی حمل و نقل
۷۹	سفر با کالسکه
۷۹	مسافرت آبی
۷۹	مسافرت ریلی
۸۰	مسافرت با خودرو و وسایل موتوری

۸۱.....	مسافرت هوایی.....
۸۴.....	تأسیسات اقامتی.....
۸۴.....	وقایع نگاری مسافرت.....

فصل سوم / سازمان های ملی و منطقه ای و جهانی..... ۹۷

۹۸.....	مقدمه.....
۹۹.....	سازمان های بین المللی.....
۹۹.....	سازمان جهانی گردشگری.....
۱۰۳.....	شورای جهانی مسافرت و گردشگری.....
۱۰۵.....	سازمان بین المللی اسکال.....
۱۰۵.....	انجمن بین المللی مسافرت هوایی.....
۱۰۶.....	سازمان بین المللی هواپیمایی کشوری.....
۱۰۷.....	سازمان های توسعه ای (ملی و بین المللی).....
۱۰۷.....	سازمان توسعه و همکاری های اقتصادی.....
۱۰۸.....	سازمان های بین المللی منطقه ای.....
۱۰۸.....	انجمن مسافرت آسیا - اقیانوسیه.....
۱۰۸.....	کمیسیون مسافرت اروپا.....
۱۰۹.....	سازمان های ملی.....
۱۰۹.....	دفتر صنایع مسافرت و گردشگری.....
۱۱۰.....	تحقیقات.....
۱۱۱.....	توسعه و ترویج.....
۱۱۲.....	همکاری در صادرات.....
۱۱۲.....	خط مشی.....
۱۱۴.....	کمیسیون گردشگری کانادا.....
۱۱۴.....	سازمان گردشگری استرالیا.....
۱۱۵.....	سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران.....
۱۱۷.....	جامعه.....

فصل چهارم / حمل و نقل..... ۱۲۳

۱۲۴.....	مقدمه.....
۱۲۷.....	صنعت حمل و نقل هوایی.....
۱۲۸.....	هواپیماهای کم هزینه.....
۱۳۳.....	مقررات زدایی، پیوستگی، ادغام.....

۱۳۵.....	هواپیماهای جدید.....
۱۳۶.....	رشد.....
۱۳۷.....	انجمن حمل و نقل هوایی آمریکا.....
۱۳۹.....	حمل و نقل ریلی.....
۱۴۰.....	آمتراک.....
۱۴۱.....	خطوط ریلی پرسرعت.....
۱۴۳.....	اتوبوس گردشگری.....
۱۴۴.....	خدمات اتوبوسرانی زمان‌بندی‌شده و منظم و در مسیرهای معین.....
۱۴۵.....	چارتر و تورها.....
۱۴۶.....	روندها.....
۱۴۶.....	خودرو.....
۱۴۷.....	وسایل نقلیه تفریحی.....
۱۴۹.....	بزرگراه‌ها و راه‌های فرعی خوش‌منظره.....
۱۵۰.....	خودروهای اجاره‌ای.....
۱۵۱.....	تاکسی و خدمات لیموزین.....
۱۵۲.....	سازمان‌ها و باشگاه‌های خودرو.....
۱۵۳.....	صنعت کشتی‌های تفریحی.....
۱۵۶.....	برنامه‌های سفر با کشتی‌های تفریحی در سراسر جهان.....
۱۵۶.....	امنیت.....
۱۵۶.....	ادغام.....
۱۵۸.....	انجمن بین‌المللی خطوط کشتی‌های تفریحی.....
۱۵۹.....	سایر روش‌های حمل و نقل.....

فصل پنجم / مهمان‌نوازی و خدمات مرتبط..... ۱۶۳

۱۶۵.....	مقدمه.....
۱۶۷.....	اقامت.....
۱۷۰.....	رتبه‌بندی.....
۱۷۲.....	روندها.....
۱۷۴.....	تخت و صبحانه.....
۱۷۵.....	تفرجگاه‌های مالکیت زمانی.....
۱۷۹.....	کمپ و اردوگاه.....
۱۷۹.....	سازمان‌های اقامتی.....
۱۸۰.....	منابع اطلاعاتی اقامتگاه‌ها.....

صنعت خدمات غذایی.....	۱۸۱
خدمات غذایی اولیه.....	۱۸۱
فهرست‌های غذایی (منوها).....	۱۸۵
گردشگری آشپزی.....	۱۸۶
سازمان‌های رستورانی.....	۱۸۶
برنامه‌ریزی جلسات ملاقات.....	۱۸۷
جلسات ملاقات و همایش‌ها.....	۱۸۷

فصل ششم / سازمان‌های فرایند توزیع..... ۱۹۵

مقدمه.....	۱۹۶
آژانس‌های مسافرتی.....	۱۹۸
آژانس مسافرتی چیست؟.....	۱۹۹
شرکت اطلاع‌رسانی خطوط هوایی.....	۱۹۹
دنیای در حال تغییر آژانس‌های مسافرتی.....	۲۰۰
آژانس‌های مسافرتی در برابر اینترنت.....	۲۰۳
کسب و کار آژانس‌های مسافرتی.....	۲۰۴
انواع ترکیبات سفر.....	۲۰۷
فروشنده‌گان سفر مستقل و مستقر در منازل.....	۲۰۸
آینده آژانس‌های مسافرتی.....	۲۰۹
سازمان‌های آژانس مسافرتی.....	۲۱۱
سیستم توزیع جهانی.....	۲۱۲
اینترنت.....	۲۱۴
تجارت الکترونیک.....	۲۱۵
محدودیت‌ها.....	۲۱۹
فراتر از اینترنت.....	۲۱۹
ادغام‌کنندگان.....	۲۲۰
عمده‌فروش تور.....	۲۲۱
واسطه‌های ویژه.....	۲۲۴
بنگاه‌های سفرهای تشویقی.....	۲۲۵
انجمن‌های صنفی مسافرت.....	۲۲۵
نمایندگان فروش هتل‌ها.....	۲۲۵
توزیع خودکار.....	۲۲۵
انتخاب کانال‌ها.....	۲۲۶

پیشگفتار مترجمین

با رشد رشته مدیریت گردشگری در کشورمان، کتاب‌های مختلفی توسط مترجمین و مولفین گردشگری به چاپ رسیده است. در این بین به نظر می‌رسد تعداد کتاب‌های مرتبط با شناخت صنعت گردشگری که با عناوین مختلف به چاپ رسیده‌اند، بیش از سایر مباحث می‌باشد. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت کتاب شناخت صنعت گردشگری برای واحدهای دانشگاهی و دوره‌های آموزشی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌باشد. از طرف دیگر، با وجود این که امروزه شاهد نشر کتاب‌های تخصصی‌تر گردشگری هستیم، اما به نظر می‌رسد که هنوز ادبیات گردشگری در ایران نیازمند توسعه، ترجمه و تدوین منابع جدید است.

کتاب شناخت صنعت گردشگری، اصول، رویه‌ها و رویکردها که توسط گلندر و ریچی در حال حاضر به ویرایش دوازدهم خود نیز رسیده است، بنا به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران گردشگری ایران و جهان یکی از کامل‌ترین و جامع‌ترین کتاب‌های گردشگری محسوب می‌شود. این کتاب مهم‌ترین مفاهیم گردشگری را مورد بررسی قرار می‌دهد، چه چیز باعث می‌شود گردشگری امکان‌پذیر شود و چگونه گردشگری می‌تواند به عنوان عاملی مهم برای رفاه هر ملتی تلقی شود. نوشتار این کتاب گسترده و مطابق با شرایط جهانی بوده و به بررسی اصول، رویه‌ها و رویکردهایی از گردشگری می‌پردازد که می‌توانند باعث موفقیت هر مقصدی شوند. در ویرایش یازدهم این کتاب (۲۰۰۹)، توجه بیشتری به اثرات جهانی گردشگری در دو مقوله اقتصادی و اجتماعی شده است.

به اعتقاد نویسندگان، این کتاب برای موفقیت در گردشگری اجزای متنوعی باید با یکدیگر و به صورت یکپارچه ترکیب شوند تا تجربه مثبتی از سفر ایجاد شود. متن اصلی این کتاب به شش بخش تقسیم شده است که در هر بخش اجزای مختلفی از گردشگری و کاربرد و اهمیت آنها در قالب بیست فصل مختلف بررسی شده‌اند. با توجه به حجم زیاد این مطالب و با در نظر گرفتن سرفصل‌های آموزشی و با علم به این که هم اکنون کتاب‌های ارزشمندی توسط صاحب‌نظران کشورمان در ارتباط با برخی از فصول این کتاب به چاپ رسیده‌اند، تصمیم

مترجمین بر آن شد تا برخی از فصول این کتاب ترجمه نشوند. فصل ۳ (فرصت‌ها و کارراهه گردشگری)، فصل ۹ (انگیزه سفرهای تفریحی)، فصل ۱۰ (گردشگری فرهنگی و بین‌المللی، ابزاری برای بهبود شرایط زندگی)، فصل ۱۳ (اندازه‌گیری و پیش‌بینی تقاضا)، فصل ۱۵ (خطمشی‌گذاری گردشگری)، فصل ۱۶ (برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری) و فصل ۱۸ (تحقیقات سفر و گردشگری)، فصل‌هایی از کتاب اصلی بوده‌اند که ترجمه نشده‌اند.

به طور کلی، در سیزده فصلی که از این کتاب ترجمه شده است، مترجمین تلاش کرده‌اند که مفاهیم و اصطلاحات مطرح شده را در عین در نظر گرفتن متن اصلی و وفاداری به آن به صورتی روان و دقیق ترجمه و رویه کتاب اصلی را نیز حفظ کنند. در فصل اول و دوم به ارائه تعاریف مختلف از گردشگری، رویکردهای اصلی در مطالعات گردشگری و گردشگری در طول تاریخ پرداخته شده است. فصل سوم به معرفی سازمان‌های ملی و منطقه‌ای گردشگری می‌پردازد. در این فصل، مترجمین بخش مختصری را به معرفی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اختصاص داده‌اند (لازم به ذکر است که در برخی از فصول بنا به صلاحدید مطالب تکمیلی مختصری در ارتباط با گردشگری جمهوری اسلامی ایران، به متن اضافه شده است). نکته قابل توجهی که در فصل‌های بعدی این کتاب به چشم می‌خورد، بررسی فصول با در نظر گرفتن نمودار اجزای گردشگری است. در این نمودار فرایندها، فعالیت‌ها و ستانده‌های گردشگری، بخش‌های علمیتی، محیط زیست و منابع طبیعی و غیره ترسیم و در فصل‌های مختلف تشریح شده‌اند. فصل دوازدهم به بیان بازاریابی گردشگری، مفهوم آن و آمیخته بازاریابی گردشگری می‌پردازد و در فصل سیزدهم گردشگری در هزاره سوم، گردشگری و گردشگران آینده بررسی شده‌اند. این فصل بیان می‌دارد که چگونه صنعت کنونی گردشگری می‌تواند خود را جهت تطابق با رشدهای آینده آماده کند و با چالش‌های فردا روبرو شود.

در پایان وظیفه خود می‌دانیم که از همراهی همه‌ی بزرگوارانی که فرایند نشر این کتاب را میسر ساختند، به ویژه مدیریت انتشارات مهکامه، سرکار خانم قنبری و آقای ربیعی کمال تشکر را داشته باشیم. امیدواریم مار را از محبت خود بهره مند ساخته، نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق پست‌های الکترونیکی Zargham@atu.ac.ir و Bazrafshan@bam.ac.ir و یا هر طرق دیگر که مصلحت می‌دانید مطلع فرمایید.

حمید ضرغام بروجنی

مرتضی بذرافشان

حمید ایوبی یزدی

زمستان ۱۳۹۲