

مبانی اقتصاد توریسم

دکتر میثم موسایی

دانشیار دانشگاه تهران

انتشارات مهکامه

سرشناسه	موسایی، میثم، ۱۳۴۶.
عنوان و نام پدیدآور	مبانی اقتصاد تورسیم/ میثم موسایی.
مشخصات ناشر	تهران: انتشارات مهکامه ۱۳۹۰.
مشخصات ظاهری	۱۵۰ ص
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۸۲۷-۶۵-۷
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۴۳.
موضوع	جهانگردی-- ایران-- جنبه های اقتصادی.
موضوع	جهانگردی-- جنبه های اقتصادی.
رده بندی کنگره	۱۳۹۰ م ۸۲ الف / G ۱۵۵
رده بندی دیویی	۳۳۸ / ۴۷۹۱۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۲۲۹۷۲۹۷

نام کتاب:	مبانی اقتصاد تورسیم
مؤلف:	دکتر میثم موسایی (دانشیار دانشگاه تهران)
ویراستار:	احله قنبری
ناظر چاپ:	بهزاد بیعی فراهانی
ناشر:	مهکامه
نوبت چاپ:	سوم - ایبز ۱۳۹۱
شماره شابک:	۹۷۸-۹۶۴-۲۸۲۷-۶۵-۷
تیراژ:	۵۰۰ نسخه
قیمت:	۱۹۵۰۰۰ ریال
لیتوگرافی:	باختر
چاپ و صحافی:	گوهر اندیشه

مراکز پخش: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به لبافی نژاد، ۲۰۰ ری، پلاک ۸، طبقه دوم، نشر و

پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۹۷۰۵۰-۶۶۴۸۸۲۰۳

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۳ فروردین و اردیبهشت، کتاب فروش

تلفن: ۶۶۴۶۷۳۲۳-۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی های شهرستان:

۱- اهواز: خیابان حافظ، بین سیروس و نادری، کتابفروشی رشد، تلفن: ۲۲۱۷۰۰۰-۳ (۰۶۱۳)

۲- مشهد: خیابان سعدی، پاساژ مهتاب، کتابفروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۳- اصفهان: خیابان چهارباغ عباسی، مجتمع چهارباغ، زیرزمین، پلاک ۲۶، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- یزد: خیابان فرخی، جنب مجتمع ستاره، کتابفروشی فدک، تلفن: ۳۶۲۷۴۷۵ (۰۳۵)

۵- شیراز: خیابان ملاصدرا، نیش خلیلی، کتابفروشی خوارزمی، تلفن: ۳۶۴۷۳۷۷۱ (۰۷۱)

۶- تبریز: فلکه دانشگاه، ابتدای خیابان دانشگاه، کتابفروشی علامه، تلفن: ۳۳۳۴۱۶۶۹ (۰۴۱)

آدرس کانال انتشارات مهکامه: telegram.me/mahkamepublisher

فهرست مطالب

عنوان

صفحه

مقدمه مؤلف	۹
------------------	---

فصل اول: کلیات مفاهیم اساسی گردشگری

۱-۱- تعریف گردشگری و گردشگر	۱۵
۲-۱- انواع فعالیت‌ها، صنایع و خدمات گردشگری	۱۷
۳-۱- محصولات و خدمات گردشگری	۱۸
۴-۱- کنشگران صنعت گردشگری	۱۹
الف. گردشگران	۱۹
ب. بنگاه‌های گردشگری	۱۹
ج. دولت‌ها و جامعه میزبان	۲۱
۱- محدودیت منابع جذب گردشگر	۲۱
۲- محدودیت منابع پشتیبانی	۲۱
۳- محدودیت‌های عمومی	۲۲
۳-۱- غیر قابل تقسیم بودن برخی مؤلفه‌ها	۲۲
۳-۲- محدودیت‌های قانونی	۲۲
۳-۳- محدودیت‌های تجمعی	۲۲
۵-۱- منابع گردشگری و محصولات عمومی	۲۳
الف. منابع طبیعی	۲۳
ب. منابع و جاذبه‌های ساخت بشر	۲۴
۶-۱- آثار اقتصادی گردشگری	۲۶
۷-۱- ویژگیهای اقتصادی صنعت گردشگری	۲۸

فصل دوم: تقاضای محصولات گردشگری

- الف) عوامل مؤثر بر مقدار تقاضا برای یک محصول گردشگری..... ۳۷
- ب) نحوه تأثیرپذیری منحنی تقاضای گردشگری از عوامل مؤثر بر تقاضا..... ۳۹
۱. قیمت محصول گردشگری..... ۴۰
۲. قیمت محصولات مرتبط با محصول گردشگری..... ۴۰
- ۲-۱. تغییر قیمت محصول مکمل..... ۴۰
- ۲-۲. تغییر قیمت محصول جانشین گردشگری..... ۴۱
۳. درآمد..... ۴۳
- الف) محصول عادی (نرمال)..... ۴۳
- ب) محصول پست (غیرنرمال)..... ۴۴
۴. محل اقامت «قت»..... ۴۵
۵. سلیقه گردشگران..... ۴۶
۶. انتظارات قیمتی گردشگران..... ۴۷
۷. کشش های تقاضا، گردشگری..... ۴۷
- الف. کشش قیمتی محصول گردشگری..... ۴۷
- ب. کشش درآمدی تقاضای گردشگری..... ۵۱
- ج. کشش متقاطع محصولات گردشگری..... ۵۶
- ۲-۳. تقاضای بازار گردشگری (تقاضای کل)..... ۵۷
- ۳-۳. تقاضای گردشگری در ایران و عوامل مؤثر بر آن..... ۵۷

فصل سوم: عوامل مؤثر بر انتخاب تئوری بنگاه های گردشگری

- الف. اهداف بنگاه های گردشگری..... ۶۷
۱. حداکثر کردن سود بنگاه گردشگری..... ۶۸
۲. حداکثر کردن درآمد (فروش) بنگاه گردشگری..... ۶۸
۳. حداکثر کردن تولید بنگاه گردشگری..... ۷۰
۴. اهداف راضی کننده بنگاه گردشگری..... ۷۰
۵. حداقل سود اما بدون تنش بنگاه گردشگری..... ۷۱
- ب. ساختار بازار حاکم بر بنگاه های گردشگری..... ۷۱

۷۲.....	- انواع بازار
۷۲.....	۱. رقابت کامل
۷۳.....	۲. انحصار کامل
۷۴.....	۳. رقابت انحصاری
۷۵.....	۴. انحصار چند جانبه
۷۹.....	ج. ساختار بازار محصولات بنگاه های گردشگری
۷۹.....	۱. کت های حمل و نقل گردشگری
۸۰.....	۲. اقامتگاه ها
۸۱.....	۳. بنگاه های عرضه کننده جاذبه ها، خدمات پشتیبانی
۸۱.....	۴. آژانس های مسافرتی گردشگری
۸۲.....	د. مقطع زمانی مورد مطالعه بنگاه گردشگری
۸۲.....	هـ. متغیر یا متغیرهای تابع بنگاه گردشگری

فصل چهارم: تئوری بنگاه عرضه کننده محصولات گردشگری

۸۶.....	۴-۱- تابع تولید و هزینه های تولید بنگاه گردشگری
۸۷.....	۴-۲- نقش هزینه ها بر تصمیمات بنگاه گردشگری
۹۰.....	حد اکثر کردن سود بنگاه در شرایط رقابتی و انحصاری
۹۶.....	کاربرد تئوری عرضه برای بنگاه های گردشگری
۹۷.....	۴-۳- ملاحظات اساسی در عرضه گردشگری
۱۰۱.....	۱. وسایل حمل و نقل هوایی
۱۰۲.....	۲. وسایل نقلیه زمینی (اتوبوس، قطار)
۱۰۲.....	۳. دریانوردی
۱۰۲.....	۴. اقامتگاه ها (هتل ها و متل ها)
۱۰۴.....	۵. جاذبه های تاریخی و طبیعی
۱۰۴.....	۶. آژانس های مسافرتی

فصل پنجم: عرضه محصول گردشگری تورگردان ها

۱۰۸.....	۵-۱- قواعد حاکم بر رفتار بنگاه های عرضه کننده تور جامع
----------	--

فصل ششم: کشش ها و عوامل مؤثر بر عرضه بنگاه و بازار محصولات گردشگری

- الف) عرضه محصول بنگاه گردشگری ۱۱۹
- عوامل مؤثر بر عرضه محصولات گردشگری ۱۲۰
۱. قیمت محصول گردشگری ۱۲۰
۲. هزینه های تولید بنگاه گردشگری ۱۲۱
۳. انتظارات بنگاه گردشگری ۱۲۲
- ب. کشش عرضه محصول گردشگری ۱۲۳
- ج. عرضه بازار محصول گردشگری ۱۲۶

فصل هفتم: مدل بازار گردشگری و عوامل مؤثر بر آن

- عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای گردشگری ۱۳۳
۱. تغییر قیمت مؤثرهای گردشگری یا نور جامع ۱۳۴
۲. قیمت سایر محصولات گردشگری ۱۳۵
۳. تغییر درآمد گردشگران ۱۳۶
۴. تغییر سلیقه گردشگران و تغییر اطلاعات و تغییر جمعیت ۱۳۶
۵. مالیات ها ۱۳۷

منابع و مآخذ

- الف) منابع لاتین ۱۴۳
- ب) منابع فارسی ۱۴۷

مقدمه مؤلف

امروزه گردشگری یکی از بخش‌های بزرگ اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود، به گونه‌ای که در بسیاری از کشورها سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی آن‌ها از طریق گسترش گردشگری حاصل می‌شود، علاوه بر آن گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین و متنوع‌ترین صنایع دنیا مطرح است. رشد سریع آن تغییرات اجتماعی/اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال داشته و به همین دلیل به یک سرزه مهم مطالعاتی بین پژوهشگران مبدل شده است. از نظر اقتصادی گردشگری بین‌اسنلی، اندی زیادی را ایجاد می‌کند. گردشگری نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساختها، احداث درآ، - برای دولت و اشتغال زایی مستقیم و غیر مستقیم در سراسر دنیا داشته است. درآمد ارزی حاصل از صنعت مذکور روز به روز افزایش می‌یابد، به گونه‌ای که در کشورهای توسعه یافته در این بعد از فعالیتهای اقتصادی سالانه سهم عمده ای از درآمدهای ناشی از ورود گردشگران را به خود اختصاص می‌دهند. درواقع نه تنها گردشگری بزرگ‌ترین صنعت دنیاست بلکه روز به روز نیز در حال رشد است به گونه ای که سازمان جهانی گردشگری پیش بینی می‌کند که در سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران به ۱/۵ میلیارد نفر خواهد رسید.

کشور ایران جزو ده کشور اول جهان از لحاظ جاذبه‌های گردشگری و جزو پنج کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری است و به لحاظ تنوع آب و هوایی از یک سو و وجود آثار و مکان‌های تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد از سوی دیگر، یکی از چند کشور انگشت شمار جهان است که تاکنون از ظرفیت‌های بالقوه خود در این زمینه به نحو مطلوبی استفاده نکرده است. بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران و ملاحظه ارقام درآمدی ارزی حاصل از آن، حاکی از این است که به رغم این واقعیت که ایران یکی از ده کشور مهم جهان از حیث آثار تاریخی و باستانی است به طور متوسط در سی سال اخیر کمتر از یک هزارم درآمد جهانی حاصل از گردشگری را نصیب خود کرده است. حال آن که با توجه به انکای بیش از حد

اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و آسیب پذیری فراوان آن در اثر وابستگی شدید آن به نفت و سایر شوک های اقتصادی و غیراقتصادی، توسعه صنعت گردشگری تا حد زیادی می تواند از این آسیب پذیری بکاهد و سیاست گذاران اقتصادی را نیز در فائق آمدن بر مشکلات جاری، از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن سطح درآمد جامعه، پایین بودن صادرات غیرنفتی و مشکل بیکاری، کمک کند.

در کشور ما در حوزه مطالعات نظری مربوط به صنعت گردشگری به جز تعداد انگشت شماری از متون ترجمه شده کار در خور توجهی منتشر نشده است. مؤلف این سطوح در سال ۸۶ کتابی تحت عنوان «اقتصاد توریسم» منتشر کرد که در مقطع فوق لیسانس رشته مدیریت گردشگری و برنامه ریزی توریسم تدریس می شود از آن جایی که مطالب آن کتاب برتر از سطح لیسانس بود و برای دانشجویان لیسانس نیز کتابی تألیفی مناسبی وجود نداشت تصمیم گرفتم مطالب کتاب مذکور به زبان ساده تری برای دانشجویان لیسانس باز نویسی شود. کتاب حاضر اصل کوشش مذکور است که نه فقط برای دانشجویان لیسانس (خصوصاً رشته مدیریت گردشگری) بلکه برای دانشجویان فوق لیسانس رشته های برنامه ریزی توریسم و مدیریت گردشگری که سطح ریاضیات آن ها عالی نیست قابل استفاده است. بر این اساس می توان گفت کتاب حاضر اولین کتابی است که به زبان فارسی در حوزه مباحث نظری اقتصاد گردشگری در سطح لیسانس به رشته تحریر در آمده است.

مطالب این کتاب در هفت فصل تنظیم شده است:

فصل اول مربوط به کلیات اقتصاد گردشگری است و در آن مفاهیم اساسی، کنشگران صنعت گردشگری، منابع و محدودیت های آن بررسی شده است.

فصل دوم در باره نظریه تقاضای گردشگری به عنوان موضوعه محصولاتی مجزا از هم بررسی شده و عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری، کنش ها و تعاملات بازار بررسی شده است.

فصل سوم در واقع مقدمه ای است در باره نظریه عرضه گردشگری که در آن عوامل مؤثر بر تنوری عرضه گردشگری از قبیل اهداف و ساختار بازار های گردشگری بررسی شده است. فصل چهارم تنوری گردشگری تابع تولید و هزینه های آن بررسی شده و کاربرد تنوری عرضه برای انواع بنگاه های گردشگری مورد تجزیه و تحلیل واقع شده است.

فصل پنجم مربوط به عرضه گردشگری به عنوان یک محصول مرکب است و در آن رفتار پنگاه‌های عرضه کننده تور به عنوان یک مدل نوین برای مطالعه این گونه بنگاه ها مورد بررسی واقع شده است.

در فصل ششم، کشش‌ها و عوامل مؤثر بر عرضه محصولات گردشگری بحث می‌شود. در فصل هفتم تعادل در بازار گردشگری و عوامل مؤثر بر آن بررسی واقع شده است. گفتنی است در تدوین فصول مختلف این کتاب سعی شده ضمن ساده نویسی و اختصار، حجم مطالب از تناسب لازم برای یک کتاب درسی برخوردار باشد. استادان محترمی که کتاب مذکور را به عنوان متن درسی به دانشجویان معرفی می کنند در صورت تمایل می توانند از طریق ایمیل، ادر پوینت آن را جهت تدریس دریافت نمایند. ایمیل این جانب عبارت است از: mousaaei@ut.ac.ir

در پایان بر خود لازم می دانم از سعی و تلاش، مسئولان نشر مهکامه برای چاپ و انتشار این اثر سپاسگزاری کنم.

میثم موسایی

دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه تهران