

گردشگران خارجی و مقصد گردشگری



مسیب صادقی آرانی

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گردشگران خارجی و مقصد گردشگری

تالیف:

مسیب صادقی آرانی

کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی / تجارت بین الملل



انتشارات موجک



سرشناسه: صادقی آرانی، مسیب، ۱۳۶۵-

عنوان و نام پدیدآور: گردشگران خارجی و مقصد گردشگری/تالیف مسیب صادقی آرانی.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات موجک، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۱۰۷ ص.: جدول (بخشی رنگی)، نمودار (بخشی رنگی).

شابک: ۱-۳۲۴-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸، ۴۷۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص. [۱۰۵] - ۱۰۷.

موضوع: گردشگری -- ایران -- نمونه پژوهی

Tourism -- Iran -- Case studies: موضوع

موضوع: گردشگران -- ایران -- نمونه پژوهی

Tourists -- Iran -- Case studies: موضوع

موضوع: گردشگری -- ایران -- کارکنان -- نمونه پژوهی

Tourism -- Iran -- Employees -- Case studies: موضوع

رده بندی کنگره: G۱۵۵

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۹۱۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۳۵۳۹۹

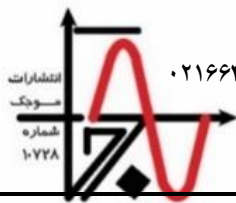
انتشارات موجک

واتساپ: ۰۹۳۶۳۰۳۱۲۵۸ | کانال: telegram.me/mojak1

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۲۷۰۵۳۱۸ - ۰۲۶۳۲۷۲۱۸۱۹ - ۰۲۱۶۶۱۲۷۵۹۳ - ۰۲۱۶۶۴۲۹۷۳۳

ایمیل: mojakpublication@yahoo.com

سایت: www.mojak.ir



عنوان: گردشگران خارجی و مقصد گردشگری

تالیف: مسیب صادقی آرانی

مشخصات ظاهری: ۱۰۷ صفحه، قطع وزیری

چاپ اول: بهار ۱۴۰۰، تیراژ: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۴۷۰۰۰۰ ریال، شابک: ۱-۳۲۴-۹۹۴-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای انتشارات موجک محفوظ است. هیچ شخص حقیقی و حقوقی حق چاپ

و تکثیر این اثر را به هر شکل و صورت اعم از فتوکپی، چاپ کتاب و ... را ندارد. متخلفین به موجب بند ۵ ماده

قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

پیش‌گفتار..... ۱

فصل اول: کلیات ۵

۱-۱ تشریح موضوع کتاب ۵

۲-۱ اهمیت موضوع ۷

۳-۱ اهداف ۹

۴-۱ گردشگری ۹

۵-۱ استنباط در مورد وجه مقصد ۱۰

فصل دوم: گردشگری ۱۱

۱-۲ تعریف گردشگری ۱۱

۲-۲ ضرورت توسعه گردشگری ۱۲

۳-۲ عناصر صنایع گردشگری ۱۲

۴-۲ حمل و نقل ۱۳

۵-۲ خدمات اقامتی ۱۴

۶-۲ سازمان‌های واسطه در گردشگری ۱۴

۷-۲ مقاصد گردشگری ۱۵

۸-۲ خدمات جانبی ۱۵

- ۹-۲ گردشگران ۱۵.....
- ۱۰-۲ عوامل عرضه و تقاضا در صنعت گردشگری ۱۶.....
- ۱-۱۰-۲ عوامل تقاضا ۱۶.....
- ۲-۱۰-۲ عوامل عرضه ۱۶.....
- ۱۱-۲ فرآیند تصمیم‌گیری توریست ۱۷.....
- ۱۲-۲ اثرات توسعه گردشگری ۱۸.....
- ۱۳-۲ اثرات اقتصادی توسعه گردشگری ۱۸.....
- ۱۴-۲ اثرات اجتماعی-فرهنگی گردشگری ۱۹.....

فصل سوم: بازاریابی گردشگری ۲۱

- ۱-۳ تعریف بازاریابی ۲۱.....
- ۲-۳ بازاریابی خدمات ۲۱.....
- ۳-۳ تعریف بازاریابی گردشگری ۲۲.....
- ۴-۳ وظایف بازاریابان در صنعت گردشگری ۲۳.....
- ۱-۴-۳ تعیین اهداف ۲۳.....
- ۲-۴-۳ تدوین استراتژی بازاریابی ۲۳.....
- ۳-۴-۳ تهیه برنامه ترویج ۲۴.....
- ۴-۴-۳ ارائه خدمات اطلاع‌رسانی گردشگری ۲۴.....
- ۵-۳ ویژگی خدمات گردشگری ۲۵.....
- ۱-۵-۳ ناملموس بودن ۲۵.....
- ۲-۵-۳ غیر قابل جداسازی ۲۶.....
- ۳-۵-۳ غیر همگن بودن ۲۶.....
- ۴-۵-۳ غیر قابل تملک ۲۶.....
- ۵-۵-۳ غیر قابل ذخیره بودن ۲۷.....
- ۶-۳ استنباط گردشگر از وجه مقصد ۲۷.....

فصل چهارم: جاذبه‌های گردشگری شهرستان کاشان ۳۳

۳۳ ۱-۴ جاذبه‌های تاریخی

۳۳ ۱-۱-۴ تپه‌های باستانی سیلک

۳۳ ۲-۱-۴ باغ تاریخی فین

۳۴ ۳-۱-۴ مجموعه تاریخی بازار

۳۴ ۴-۱-۴ خانه تاریخی بروجردی‌ها

۳۵ ۵-۱-۴ خانه تاریخی طباطبایی

۳۵ ۶-۱-۴ مجموعه خانه‌های تاریخی عباسیان

۳۵ ۷-۱-۴ شهر زیرزمینی نوش آباد

۳۶ ۲-۴ جاذبه‌های فرهنگی مذهبی

۳۶ ۱-۲-۴ مسجد و مدرسه آقا بزرگ

۳۶ ۲-۲-۴ مسجد جامع

۳۶ ۳-۲-۴ مراسم قالی شویان

۳۷ ۴-۲-۴ سوغات کاشان

فصل پنجم: مروری بر تحقیقات انجام شده ۳۹

۳۹ ۱-۵ پیشینه داخلی

۴۴ ۲-۵ پیشینه خارجی

۴۷ ۳-۵ چارچوب نظری

فصل ششم: مطالعه موردی ۵۳

۵۳ ۱-۶ روش تحقیق

۵۳ ۲-۶ جامعه آماری

۵۵ ۳-۶ نحوه گردآوری داده‌ها

- ۴-۶ روش دلفی ۵۷
- ۵-۶ مدل عوامل شناسایی شده از طریق مطالعات کتابخانه‌ای ۵۹
- ۶-۶ روایی و پایایی پرسشنامه ۶۲
- ۷-۶ فرآیند تحلیل سلسله مراتبی ۶۲

فصل هفتم: یافته‌ها ۶۷

- ۱-۷ شناسایی معیارها با روش دلفی ۶۷
- ۲-۷ ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان ۶۷
- ۳-۷ شناسایی عوامل موثر بر استنباط گردشگران خارجی در مورد وجهه ایران به عنوان یک مقصد گردشگری ۶۹
- ۴-۷ شناسایی شاخص‌های نهائی ۷۷
- ۵-۷ تعیین اولویت عناصر مدل با استفاده از تکنیک AHP ۷۹
- ۶-۷ تعیین اولویت معیارهای اصلی براساس هدف ۸۰
- ۷-۷ مقایسه و تعیین اولویت زیرمعیارها ۸۳
- ۸-۷ تعیین وزن نهائی عناصر با تکنیک AHP ۹۱

فصل هشتم: جمع‌بندی ۹۵

- ۱-۸ نتیجه‌گیری ۹۵
- ۲-۸ پیشنهادها ۱۰۱

منابع ۱۰۵

- منابع فارسی ۱۰۵
- منابع انگلیسی ۱۰۶

پیش‌گفتار

در سال‌های اخیر گردشگری به عنوان صنعت بدون دود، منبع درآمد سرشار در تجارت جهانی و عنصر مهمی در بهبود موازنه بازرگانی و تراز پرداخت‌های بسیاری از کشورها شده است. این صنعت یک صنعت منحصر به فرد اقتصادی تلقی شده و طرفداران بسیاری دارد. به طوری که طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ افزون بر ۱/۶ میلیارد نفر پیش‌بینی شده است. گردشگری، در تولید ناخالص داخلی نقش مهمی ایفا می‌کند. تراز پرداخت‌ها که نشان دهنده معاملات بین‌المللی هر کشور است را متوازن سازد. توسعه صنعت گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود. همچنین تاثیر بسزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملت‌ها و دولت‌ها متعادل‌تر نزدیک‌تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تاکید ویژه‌ای بر سیر و سفر در نقاط جهان به منظور کسب علم و دانش داشته‌اند. کشور ایران که دارای توانایی بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمی‌تواند و نباید به دلیل مسائل سیاسی و نگرانی‌های فرهنگی اجتماعی خود را از جریان اقتصادی دور نگه دارد. و از سوی دیگر بازار بین‌المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم‌پوشی کند. ضعف بازاریابی گردشگری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری عمده‌ترین عامل عقب ماندگی ایران از این روند رو به رشد صنعت در جهان است. در این راستا شهرستان کاشان نیز درگیر این مسئله بوده و این در حالی است که این شهرستان دارای پتانسیل‌های شناخته شده و ناشناخته شده فراوانی است. شهرستان کاشان با قدمتی بیش از ۷ هزار سال، از دیرباز یکی از مناطق تاریخی و صنعتی، از قطب‌های تمدن و علم در ایران بوده است. کاشان به رغم این

که در هیچ دوره‌ای پایتخت نبوده، با این وجود، یکی از غنی‌ترین شهرها از نظر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و اسلامی، این منطقه را در زمره پنج شهر مهم مورد توجه گردشگران کشور قرار داده است. قرار گرفتن این شهرستان بین اصفهان و تهران، موقعیت‌های جغرافیایی منحصر به فرد در کنار جاذبه‌های فراوانی باعث اشباع شدن هر سلیقه‌ای است. با توجه به اهمیت گردشگری، یکی از راه‌های اساسی برای توسعه این صنعت در شهرستان کاشان می‌تواند سرمایه‌گذاری و تدوین سیاست‌های بازاریابی باشد. لذا این کتاب به بررسی عوامل موثر بر استنباط گردشگران خارجی در مورد وجهه ایران به عنوان یک مقصد گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان کاشان) پرداخته تا بتواند گامی در جهت شناسایی و توسعه صنعت گردشگری در این شهرستان بردارد.

جامعه آماری کتاب حاضر خبرگان و فعالین صنعت گردشگری کاشان و مسئولین سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به تعداد ۱۲ نفر و مدیران آژانس‌های هواپیمایی و شرکت‌های گردشگری به تعداد ۳۰ نفر هستند. ابتدا با توجه به ادبیات موجود در این زمینه چند عامل موفقیت در استنباط گردشگران خارجی در مورد وجهه ایران به عنوان یک مقصد گردشگری شناسایی شد، سپس با استفاده از تکنیک فرآیند تحلیل سلسله مراتبی اوزان و معیارهای مرتبط با این عوامل از طریق پرسشنامه و نظرسنجی از جامعه آماری مورد مطالعه، تعیین شد و مدل تحلیل سلسله مراتبی به کار گرفته شد. در مرحله بعد، وزن نهایی معیارها با استفاده از میانگین موزون و تلفیق وزن نسبی معیارها و وزن نسبی عوامل اصلی سرگروه آن‌ها به دست می‌آید. در مجموع ۹ معیار اصلی و ۲۳ زیرمعیار به عنوان عوامل موثر بر استنباط گردشگران خارجی در مورد وجهه ایران به عنوان یک مقصد گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است: عوامل فرهنگی، عوامل سازمانی و اداری، کمبود منابع، پایین بودن سطح زیرساختهای فناوری اطلاعات، ضعف امنیت و حفظ حریم شخصی، نارسائی ضعف امنیت و حفظ حریم شخصی اطلاعات، وجود موانع سازمانی، وجود منابع سازمانی و فشارهای سیاسی. از بین معیارهای اصلی، معیار عوامل فرهنگی از بیشترین اولویت برخوردار است. معیار عوامل سیاسی و اداری در اولویت دوم قرار دارد. معیار کمبود منابع در اولویت سوم قرار دارد. همچنین از بین زیرمعیارها، شاخص کمبود از لحاظ منابع تکنولوژیک از بیشترین اهمیت در میان تمامی شاخص‌های موجود برخوردار است. شاخص ایجاد ساختار اداری مطلوب دولت جهت

گسترش گردشگر خارجی از اولویت دوم برخوردار می‌باشد. شاخص آمادگی محیط فرهنگی در اولویت سوم قرار دارد.

شیوه سازماندهی کتاب حاضر به صورت زیر می‌باشد.

فصل اول: کلیات

فصل دوم: گردشگری

فصل سوم: بازاریابی گردشگری

فصل چهارم: جاذبه‌های گردشگری شهرستان کاشان

فصل پنجم: مروری بر تحقیقات انجام شده

فصل ششم: مطالعه موردی

فصل هفتم: یافته‌ها

فصل هشتم: جمع‌بندی

در پایان، بر خود لازم می‌دانم که از همه عزیزان و بزرگوارانی که در مراحل گوناگون آماده‌سازی این کتاب بنده را یاری نموده‌اند، صمیمانه تقدیر و تشکر نمایم.

مسیب صادقی آرانی

بهار ۱۴۰۰

Foreign tourists and tourist destinations

Mosayeb Sadeghi Arani

توسعه صنعت گردشگری موجب رونق اقتصادی و کاهش فقر می‌شود. هم چنین تاثیر بسزایی در افزایش درآمد و کاهش بیکاری و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی دارد. امروزه گردشگری به قدری در توسعه اقتصادی- اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. علاوه بر آن گردشگری عاملی است برای گفتگوی بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و از نظر سیاسی نیز، روابط بین ملت‌ها و دولت‌ها متعادل تر نزدیک تر می‌سازد. از لحاظ مذهبی نیز بسیاری از ادیان تاکید ویژه ای بر سیر و سفر در نقاط جهان به منظور کسب علم و دانش داشته‌اند. کشور ایران که دارای توانایی بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است نمی‌تواند و نباید به دلیل مسائل سیاسی و نگرانی های فرهنگی اجتماعی خود را از جریان اقتصادی دور نگه دارد. و از سوی دیگر بازار بین المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم پوشی کند. ضعف بازاریابی گردشگری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری عمده ترین عامل عقب ماندگی ایران از این روند رو به رشد صنعت در جهان است.

