

فهرست مطالب

مقدمه	۱
فصل اول: تقاضای گردشگری	۱۱
مقدمه	۱۱
۱-۱- انتخاب بهینه در تقاضای گردشگری	۱۲
۱-۱-۱- حساسیت تقاضای گردشگری نسبت به سایر کالاها و خدمات	۱۳
۲-۱- اثرات تغییرات در درآمد و قیمت بر تقاضای گردشگری	۱۵
۱-۲-۱- تقاضای گردشگری در طول زمان	۱۹
۳-۱- کشش تقاضای گردشگری	۲۲
۱-۳-۱- کشش و درآمد کل	۲۴
۲-۳-۱- کشش درآمدی تقاضا	۲۷
۳-۳-۱- کشش متقاطع تقاضا	۲۹
۴-۳-۱- کشش بازاریابی تقاضا	۳۱
۴-۱- الگوهای تقاضا	۳۱
۱-۴-۱- توصیف داده‌ها	۳۳
۲-۴-۱- تصریح الگو	۳۵
۳-۴-۱- متغیر وابسته	۳۷

۳۹.....	۴-۴-۱- انتخاب متغیرهای توضیحی
۴۹.....	۵-۴-۱- روش برآورد
۵۲.....	۵-۱- پیش‌بینی تعداد گردشگران ورودی با استفاده از تجزیه و تحلیل سری زمانی
۵۵.....	۱-۵-۱- رویکردهای اقتصادسنجی به سری زمانی
۵۵.....	۲-۵-۱- فنون اقتصادسنجی
۶۰.....	خلاصه و جمع‌بندی
۶۲.....	سوالات متن:
۶۳.....	منابع
۶۵.....	فصل دوم: عرضه گردشگری
۶۵.....	مقدمه
۶۶.....	۱-۲- ساختار بازار و گردشگری
۶۶.....	۲-۱-۱- بازار رقابت کامل و گردشگری
۶۸.....	۲-۱-۲- بازار انحصار کامل و گردشگری
۶۹.....	۲-۱-۳- رقابت انحصاری و گردشگری
۷۱.....	۲-۱-۴- انحصار چندجانبه و گردشگری
۷۴.....	۲-۲- رویکرد سریع (SCP)
۷۷.....	۲-۲-۱- ارزیابی کاربرد رویکرد سریع در بازارهای گردشگری
۷۸.....	۲-۲-۲- عملکرد در رویکرد سریع
۷۹.....	۲-۲-۳- سیاست دولت در رویکرد سریع
۸۰.....	۲-۳- صرفه‌جویی و عدم صرفه‌جویی به مقیاس و صرفه‌های ناشی از تنوع تولید
۸۲.....	۲-۴- زنجیره تأمین گردشگری و ساختار بنگاه
۸۲.....	۲-۴-۱- ادغام عمودی
۸۴.....	۲-۴-۲- ادغام افقی
۸۷.....	۲-۴-۳- ائتلاف‌های راهبردی
۸۸.....	۲-۵- نظریه بازی‌ها

۹۰	۲-۵-۱- نظریه بازی‌ها و گردشگری
۹۲	خلاصه و جمع‌بندی
۹۳	سؤالات
۹۴	منابع
۹۵	فصل سوم: قیمت‌گذاری در گردشگری
۹۵	مقدمه
۹۶	۳-۱- اهداف قیمت‌گذاری
۹۷	۳-۲- قیمت‌گذاری براساس تحلیل رقبا
۹۸	۳-۲-۱- رهبری در هزینه
۹۸	۳-۲-۲- تمایز در محصول
۹۹	۳-۲-۳- تمرکز
۱۰۳	۳-۳- روش قیمت‌گذاری لذت جویانه
۱۱۰	۳-۴- قیمت‌گذاری براساس ساختار بازار
۱۱۱	۳-۴-۱- تعیین قیمت در رقابت کامل
۱۱۲	۳-۴-۲- تعیین قیمت در انحصار کامل
۱۱۳	۳-۴-۳- تعیین قیمت در رقابت انحصاری
۱۱۴	۳-۴-۴- تعیین قیمت در انحصار چندجانبه
۱۱۷	۳-۵- تبعیض قیمت
۱۱۸	۳-۵-۱- قیمت‌گذاری یک‌دست
۱۱۹	۳-۵-۲- انواع تبعیض قیمت
۱۲۵	۳-۶- انواع دیگر روش‌های قیمت‌گذاری در گردشگری
۱۲۵	۳-۶-۱- رهبری مسلط قیمت
۱۲۷	۳-۶-۲- رهبری قیمت بارومتریک
۱۲۷	۳-۶-۳- بسته‌بندی
۱۲۹	۳-۶-۴- گره‌زدن

۱۳۰	۳-۶-۵- قیمت گذاری فرازباری
۱۳۱	۳-۶-۶- قیمت گذاری انتقالی
۱۳۲	۳-۶-۷- قیمت گذاری موضع یابی
۱۳۲	۳-۶-۸- قیمت گذاری سرشیری
۱۳۳	۳-۶-۹- قیمت گذاری نفوذی
۱۳۳	۳-۶-۱۰- قیمت گذاری اعتباری
۱۳۴	۳-۶-۱۱- قیمت گذاری روان شناختی
۱۳۴	۳-۶-۱۲- قیمت گذاری قیمت تمام شده
۱۳۵	۳-۷-۷- قوانین و مقررات در مورد قیمت گذاری
۱۳۵	۳-۷-۱- قیمت گذاری فریب دهنده
۱۳۶	۳-۷-۲- قیمت گذاری تخریبی و تنبیهی
۱۳۷	خلاصه و جمع بندی
۱۳۹	سؤالات
۱۴۱	منابع
۱۴۳	فصل چهارم: نقش دولت در سیاست های فراغت و گردشگری
۱۴۳	مقدمه
۱۴۴	۴-۱- کارکردهای بازار
۱۴۵	۴-۲- نقش دولت
۱۴۶	۴-۲-۱- دفاع ملی
۱۴۶	۴-۲-۲- قوانین و مقررات
۱۴۷	۴-۲-۳- ناکارآمدی بازار
۱۶۳	۴-۳- مباحث اجتماعی، سیاسی دخالت دولت
۱۶۳	۴-۳-۱- برابری، بشردوستی
۱۶۷	۴-۳-۲- مدیریت و توسعه اقتصادی
۱۶۸	۴-۳-۳- کسب و کار پیش بینی نشده

۱۶۸ عرف ۴-۳-۴
۱۶۹ موضوعات دیگری در مبحث بازار در تقابل با دولت ۴-۴
۱۶۹ سودده یا زیان‌ده ۱-۴-۴
۱۷۰ ناکارآمدی دولت / اندازه دولت ۲-۴-۴
۱۷۱ تأمین‌کننده یا تسهیل‌کننده؟ ۳-۴-۴
۱۷۲ زمینه جهانی شدن ۴-۴-۴
۱۷۷ خلاصه و جمع‌بندی
۱۷۹ سؤالات
۱۸۰ منابع
۱۸۱ فصل پنجم: مالیات‌گذاری در گردشگری
۱۸۱ مقدمه
۱۸۲ ۱-۵- مالیات گردشگری و اهمیت آن
۱۸۸ ۱-۱-۵- اخذ هزینه استفاده از منابع عمومی
۱۸۹ ۲-۱-۵- تخصیص درآمدهای حاصل از مالیات‌های گردشگری
۱۹۰ ۳-۱-۵- مالیات صنعت گردشگری
۱۹۰ ۴-۱-۵- مالیات‌های ویژه
۱۹۲ ۲-۵- اصول مالیات‌گذاری مناسب
۱۹۲ ۱-۲-۵- برابری (انصاف)
۱۹۳ ۲-۲-۵- کارایی
۱۹۶ ۳-۲-۵- نظام اجرای کارآمد
۱۹۶ ۳-۵- مالیات برای اصلاح آثار بیرونی محیطی
۱۹۹ ۴-۵- ارتباط میان رشد اقتصادی و کیفیت محیط‌زیست
۲۰۴ ۴-۵- استدلال‌هایی به نفع مالیات بر گردشگری
۲۰۴ ۱-۴-۵- عرضه سرمایه‌گذاری عمومی
۲۰۶ ۲-۴-۵- بسط و متنوع ساختن پایه مالیاتی

۲۰۷ فرسایش پایه مالیاتی	۳-۴-۵
۲۰۷ مالیات‌های صادراتی برای افراد غیرمقیم	۴-۴-۵
۲۱۰ مالیات‌های ترویج مقاصد گردشگری	۵-۴-۵
۲۱۲ استدلال‌هایی علیه مالیات بر گردشگری	۵-۵-۵
۲۱۲ انقباض فعالیت اقتصادی	۱-۵-۵
۲۱۴ مقابله به مثل کردن	۲-۵-۵
۲۱۴ نشان‌دار کردن مالیات گردشگری ویژه	۳-۵-۵
۲۱۶ خلاصه و جمع‌بندی	
۲۱۸ سؤالات	
۲۱۹ منابع	
۲۲۱ فصل ششم: رقابت‌پذیری مقصد	
۲۲۱ مقدمه	
۲۲۳ ۱-۱-۶- الگوی پورتر	
۲۲۷ ۲-۲-۶- الگوی پون	
۲۲۷ ۱-۲-۶- راهبردهای رقابتی در سطح بازیگران صنعت	
۲۲۹ ۲-۲-۶- راهبردهای مربوط به مقاصد گردشگری	
۲۲۹ ۳-۳-۶- الگوی مفهومی ریچی و کراچ (رویکرد گردشگری پایدار)	
۲۳۰ ۱-۳-۶- محیط کلان	
۲۳۱ ۲-۳-۶- محیط (خرد) رقابتی	
۲۳۱ ۳-۳-۶- منابع و جاذبه‌های محوری	
۲۳۲ ۴-۳-۶- منابع و عوامل پشتیبان	
۲۳۳ ۵-۳-۶- عوامل تقویت‌کننده	
۲۳۴ ۶-۳-۶- خط‌مشی، برنامه‌ریزی و توسعه مقصد	
۲۳۵ ۷-۳-۶- مدیریت مقصد	
۲۴۸ ۴-۶- تحلیل اهمیت - عملکرد در رقابت‌پذیری	

۲۵۱	۵-۶- رقابت پذیری قیمتی مقاصد
۲۵۲	۶-۵-۱- شاخص قیمت بسته‌های گردشگری
۲۵۲	۶-۵-۲- قیمت‌های بسته گشت
۲۵۲	۶-۵-۳- شاخص بیگ مک
۲۵۳	۶-۵-۴- برابری قدرت خرید
۲۵۴	۶-۵-۵- شاخص جامع رقابت پذیری قیمت مقصد
۲۵۸	۶-۵-۶- شاخص وزنی تجارت گردشگری
۲۵۹	۶-۶- شاخص رقابت پذیری مسافرت و گردشگری (TTCI)
۲۷۳	خلاصه و جمع بندی
۲۷۵	سوالات
۲۷۶	منابع
۲۷۹	فصل هفتم: تحلیل هزینه - فایده
۲۷۹	مقدمه
۲۸۰	۷-۱- هزینه و فایده در گردشگری
۲۸۱	۷-۲- اثرات بیرونی و گردشگری
۲۸۲	۷-۲-۱- اثرات بیرونی منفی
۲۸۳	۷-۲-۲- اثرات بیرونی مثبت
۲۸۶	۷-۳- کاربردهای تحلیل هزینه فایده
۲۸۶	۷-۳-۱- تحلیل هزینه سرمایه
۲۸۶	۷-۳-۲- تحلیل گزینه خط‌مشی
۲۸۷	۷-۳-۳- خلاصی یا حفظ دارایی‌های موجود
۲۸۷	۷-۳-۴- فرا ارزیابی یک طرح یا برنامه
۲۸۸	۷-۴- هشت گام اصلی در اجرای تحلیل هزینه فایده
۲۸۸	۷-۴-۱- محدوده و اهداف تحلیل را مشخص کنید
۲۸۹	۷-۴-۲- گزینه‌ها را مورد توجه قرار دهید

۲۸۹ اثرات را مشخص کنید	۳-۴-۷
۲۹۰ هزینه‌ها و فایده‌ها مرتبط را ارزش‌گذاری کنید	۴-۴-۷
۳۰۵ تنزیل فایده‌ها و هزینه‌های آینده	۵-۴-۷
۳۰۹ کاربرد قواعد تصمیم	۶-۴-۷
۳۱۷ سایر موضوعات تحلیل هزینه فایده	۵-۷
۳۱۸ ۱- قیمت‌های سایه‌ای	۱-۵-۷
۳۲۱ ۲- دوباره شماری	۲-۵-۷
۳۲۲ ۳- آثار توزیعی درآمد	۳-۵-۷
۳۲۳ ۶- تحلیل‌های اثربخشی هزینه	۶-۷
۳۲۶ ۷-۷- تحلیل هزینه - فایده اجتماعی و کاربرد آن در گردشگری	۷-۷
۳۳۰ ۸-۷- معایب تحلیل هزینه - فایده	۸-۷
۳۳۱ خلاصه و جمع‌بندی	
۳۳۴ سؤالات	
۳۳۶ منابع	
۳۳۷ نمایه موضوعی	
۳۵۱ نمایه اسامی	