



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

آسیب شناسی تاثیر بحران ها به ویژه بحران تغییرات اقلیمی

بر توسعه پایدار صنعت گردشگری

دکتر علی لوافان

دکتری مدیریت منابع انسانی

رئیس هیأت مدیره مجمع امور میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان

ali.lavafan@yahoo.com

چکیده

با وجودی که صنعت گردشگری صنعتی پویا، قابل توسعه، تغییرپذیر، کارآفرین و اثرگذار در ابعاد شش گانه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مدیریتی و زیست محیطی جوامع می باشد. ولی متأسفانه، در مقابل بحران های طبیعی و غیرطبیعی بسیار حساس است و با کوچکترین پیامدهای بحرانی به شدت تحت تاثیر قرار می گیرد و مبادلات و معادلات عرضه و تقاضا را تغییر می دهد. بحران ها در همه جوامع بر صنعت گردشگری اثر می گذارند. مکان و زمان خاصی برای آنها متصور نیست. در هر مکانی و هر زمانی می تواند اتفاق بیفتد. تخمین زدن بحران ها، رخدادها و حوادث چندان آسان نیست و تنها با رویکردهای آینده نگاری و آینده پژوهی می توان تا حدودی به پدید آمدن آنها آگاه شد. نگرانی بیشتر انسان ها از رخداد این بحران ها و حوادث، تغییر سبک زندگی، دگرگونی معیارهای ابعاد شش گانه و نهایتاً آینده و سرنوشت بشر است. بحران های طبیعی از حوادثی است که به ناگاه و خارج از حیطه اختیار و دخالت انسان رخ می دهند و بحران های غیرطبیعی رخدادهایی هستند که به دست انسان ها به وقوع می پیوندند؛ همه بحران ها در موقعیت این صنعت حساس اثرگذار می باشند. یکی از مهمترین بحران ها، بحران تغییرات اقلیمی است که موجب پدید آمدن بسیاری از این بحران های طبیعی می گردد. در این پژوهش سعی شده است تا اثرات این بحران ها و به ویژه بحران تغییرات اقلیمی در توسعه پایدار صنعت گردشگری آسیب شناسی شود. این پژوهش از طریق یافته های کتابخانه ای به صورت مقالات، کتاب ها، نظرات متخصصان و تجربه خود پژوهشگر بررسی می شود.

کلید واژه ها: آسیب شناسی، بحران ها، تغییرات اقلیمی، توسعه پایدار، صنعت گردشگری



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

مقدمه

شناخت و آگاهی پدیده ها می تواند راهگشای ارائه راه حل و برطرف کردن مشکلات باشد. شناخت بحران ها و حساسیت صنعت گردشگری نسبت به آنها، دست اندرکاران و ذینفعان این صنعت را به واکاوی ، پژوهش ، نگرش و بینش بیشتر و عمیق تر به وقایعی که ممکن است در هر زمان و هر مکان به وقوع بپیوندد؛ وادار می نماید تا بتوانند راهکارهایی قبل از وقوع بحران ها ایجاد نمایند و یا در زمان وقوع بحران ها از شدت آنها بکاهند. بحران های طبیعی و غیرطبیعی بسیاری هستند که این صنعت را تحت الشعاع قرار میدهند و باعث بی ثباتی و تزلزل در آن می گردند. بحران های طبیعی همانند سیل، زلزله، آتشفشان، آتش سوزی های ناشی از تغییرات اقلیمی، جابجایی زمین، بالا آمدن سطح آب دریاها و اقیانوس ها یا سونامی، طوفان های سهمگین، آب شدن یخ های قطبی، خشکسالی ناشی از تغییرات اقلیمی، فاجعه کمبود آب، آلودگی زیست محیطی و مهمترین بحران به خطر افتادن امنیت غذایی بشر ناشی از بحران تغییرات اقلیمی است. بحران های غیرطبیعی همانند جنگ، شورش و کودتا، انقلاب، حوادث هوایی ، ریلی و زمینی و آبی، عملیات تروریستی و گروگانگیری، تغییرات در ابعاد شش گانه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی ، مدیریتی و زیست محیطی، بیماری های واگیردار اپیدمی و پاندمی همانند سارس، مرس ، آنفولانزای اسپانیایی، آنفولانزای خوکی و در حال حاضر فاجعه بیماری ویروس کووید- ۱۹ می باشد. امکان وقوع بحران ها بسیار زیاد است و می تواند در دوره حیات سازمان های این صنعت باعث رکود و نزول آنها گردد و مانع ثبات، رشد و توسعه پایدار آنها شود. مگر اینکه بتوان از قبل پیش بینی و آینده نگری کرد، که بایستی با رویکردهای آینده نگاری و آینده پژوهی و راه های پیش بینی آینده تا حدودی به پدیده های بحرانی پی برد. بحران ها بعد از مدتی ثبات در این صنعت باعث دگرگونی روند کار می شوند و به بی ثباتی می انجامند. راه هایی وجود دارد که تا حدودی میتوان با بحران ها مقابله کرد. البته بطور صد در صد نمی توان جلوی بحران ها را گرفت و یا عوارض ناشی از آنها را کاملا از بین برد. یکی از راهکارها رویکرد تاب آوری است که در مواقع بروز بحران میتوان از عوارض و خسارت های عمده آن کاست. چنین راهکاری نیاز به ساختاری دارد که دولت ها بایستی قبل از وقوع و بروز بحران ها این ساختار را بطور جد ایجاد کنند.

هدف گردشگران از سفر، نیازهای روحی و روانی است که همراه با امنیت، آرامش، ارتباطات دوستانه و دریافت خدمات استاندارد میباشد. اگر امنیت و ایمنی آنها بر اثر وقوع هر بحرانی مورد آسیب واقع شود تا مدتی به آن منطقه یا کشور سفر نخواهند کرد و به کشورهایی سفر می کنند که دچار بحران های طبیعی و غیر طبیعی نگردیده باشند و آن کشورها را برای سفر ارجح میدانند. اگر بحران ها جهانی و همه گیر باشند؛ ترجیح می دهند تا زمانی که بحران برطرف شود در محل سکونت خود باشند و از سفر کردن صرف نظر کنند و بدین جهت تقاضا برای خدمات این صنعت به شدت کاسته می شود؛ به همین دلیل خسارات جبران ناپذیری بر صنعت گردشگری تحمیل می شود، که تا سال های زیادی نمی توان آنها را جبران نمود.

صنعت گردشگری یکی از مهمترین و اقتصادی ترین صنایع فعال در سراسر جهان است، با این وجود یکی از مستعدترین و آسیب پذیرترین آنها در برابر بحران ها یا بلایای طبیعی نیز محسوب می شود. دلیل این مسئله را نه تنها می بایست در تعامل بسیاری از بخش های صنعت گردشگری با یکدیگر دانست، بلکه وابستگی صنعت گردشگری به اجزای تشکیل دهنده خود و نیز تحت تاثیر قرار گرفتن توسط بسیاری از عوامل بیرونی مانند نرخ ارز، وضعیت سیاسی، درآمد احتیاطی ، محیط زیست، آب و هوا، بیماری های واگیردار و غیره نیز مزید بر علت می باشد. همچنین موفقیت صنعت گردشگری با توانایی آن در ارائه مکانی امن و دلپذیر برای بازدید گردشگران ارتباط مستقیم دارد. هنگامی که بحران ها یا فجایع گوناگون رخ می دهند، صنعت گردشگری، گردشگران و جامعه محلی به طور طبیعی تحت تاثیر قرار می گیرند و چنین رویدادهایی می توانند جریان های



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



گردشگری را نه تنها از یک مقصد خاص بلکه از مناطق یا کشورهای همجوار نیز دور نمایند (سالم قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۹).

فاکتر (۲۰۰۱) تمایز اصلی بین آنچه که می توان آن را بحران و یا فاجعه نامید، در این اصل مهم می داند که تا چه حد می توان اوضاع را به خود سازمان منتسب نمود یا به چه میزان می توان آن را دارای منشأ خارج از سازمان توصیف کرد. بنابراین یک بحران وضعیتی را توصیف می کند که در آن علت اصلی یک واقعه، تا حدی زیادی ناشی از مشکلاتی مانند ساختارها و شیوه های مدیریت نادرست یا عدم انطباق با تغییرات است. در حالی که فاجعه می تواند به عنوان وضعیتی تعریف شود که در آن کسب و کار (یا مجموعه ای از شرکت ها در زمینه گردشگری) با تغییرات ناگهانی مصیبت بار و غیرقابل پیش بینی روبرو می شود و به طور طبیعی کنترل اندکی بر روی آن دارد.

پریدو و همکاران (۲۰۰۳) پیشنهاد می دهند که بحران به دلیل عدم برنامه ریزی در فرایند مدیریت ایجاد می شود و بنابراین میتوان آن را پیش بینی کرد. با این حال یک فاجعه تنها پس از رخ دادن، قابلیت پاسخگویی از طریق برنامه های احتمالی را داراست و انسان صرفاً با یک حالت تدافعی (به خصوص در ابتدای ماجرا) می تواند نسبت به آن واکنش نشان دهد (سالم قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۹).

۳

هیلز (۱۹۹۸) نشان می دهد که از منظر برنامه ریزی اضطراری، فجایع، حوادث ناگهانی و کوبنده هستند که برای مدت زمان محدود در یک مکان مشخص رخ می دهند. اگرچه ممکن است که فجایع از نظر زمان و مکان محدود باشند، اما شاید مدت زمان قابل توجهی برای بهبودی به طول بکشد، همچنین ممکن است برخی از افراد یا کسب و کارها هرگز بطور کامل از صدمات آن بهبود نیابند و به حالت قبل از فاجعه برنگردند (اسکارینو، ۲۰۱۲).

فاکتر (۲۰۰۱) میگوید: به یقین، مقصدهای گردشگری در هر گوشه ی دنیا، شکلی از بلا و مصیبت را در برهه های از تاریخ تجربه می کنند.

تاثیر بحران های طبیعی بر صنعت گردشگری

بحران های طبیعی بحران هایی هستند که انسان ها در آنها دخالت ندارند و یا کمتر دخالت دارند و زمان و مکان این بحران ها نامشخص و کمتر قابل تشخیص است. این بحران ها خسارت های بسیاری به محل های بروز وارد می کنند. یکی از این بحران ها که جهان را تحت تاثیر قرار داده و خواهد داد، تغییرات اقلیمی است. این بحران عظیم باعث خشکسالی، آب شدن یخ های قطبی، گرم شدن زمین، آتش سوزی جنگل ها، از بین رفتن کشاورزی، سونامی ها، سیل ها و سایر بلاهای می گردد. میتوان گفت "تغییرات اقلیمی" مادر همه بحران هاست. بحرانی طبیعی است اما از دستاوردهای نابخردانه جوامع نیز هست که بر اثر آلودگی های ناشی از استفاده بی رویه از منابع نفتی و سوخت های فسیلی موجب ایجاد گازهای گلخانه ای، گازهای دی اکسیدکربن، گازهای متان و سایر گازهای مخرب می شود.

زلزله و جابجایی زمین یکی دیگر از بحران ها است. که اگر در هر مکان و هر زمانی روی دهد؛ تا مدت مدیدی گردشگران به آن محل نخواهند رفت و از ترس و وحشت ناشی از آن صنعت گردشگری به رکود خواهد کشید. آتشفشان نیز یکی دیگر از



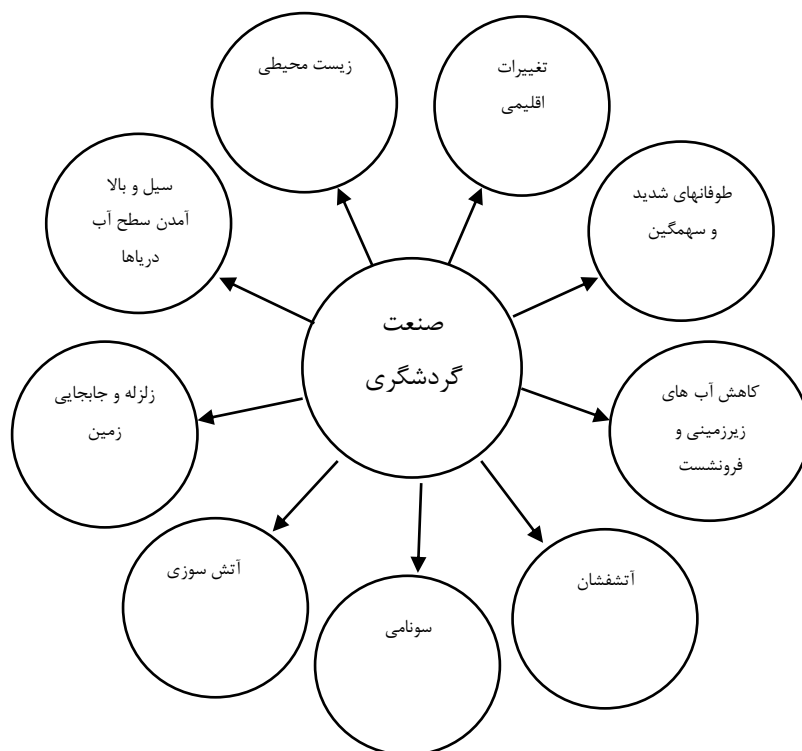
3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

بحران هاست، طوفان ها و گردبادهای شدید و مخرب، سونامی، سیل، آتش سوزی ناشی از تغییرات اقلیم نیز بحران محسوب می گردد.

آلودگی های زیست محیطی ناشی از وارونگی هوا و تغییرات اقلیمی است که از طرفی جزء بحران های طبیعی و از طرف دیگر جزء بحران های غیرطبیعی توسط انسان ایجاد می شود. همه بحران ها در این صنعت تاثیرگذار است و در هر مکان و زمانی رخ می دهد. گردشگران دچار عدم امنیت می شوند و به آن مناطق سفر نخواهند کرد.

کاهش آب های زیرزمینی ناشی از تغییرات اقلیمی باعث فرونشست زمین می گردد و نتیجتاً به تخریب آثار تاریخی و فرهنگی منجر خواهد شد.



۱- بحران های طبیعی اثرگذار بر صنعت گردشگری

هوا به عنوان شرایط زودگذر جوی و اقلیم به عنوان هوای غالب یک منطقه (کاپوانی و علیجانی، ۱۳۸۲) از عوامل محیط طبیعی هستند که در بسیاری از فعالیت های بازرگانی، کشاورزی و بیشتر از همه در گردشگری، از عوامل غالب بوده و بازده اقتصادی این فعالیت ها مستقیماً به اقلیم بستگی دارد (ابراهیمی، ۱۳۸۳).

اقلیم عامل مهمی در چگونگی پوشش گیاهی، تنوع جانوری و منابع آب به شمار می رود. در واقع آب وهوای مناطق مختلف، چشم اندازهای طبیعی این مناطق را به وجود می آورند که این چشم اندازها می توانند در جذب یا دفع گردشگران عاملی تعیین کننده باشند. درباره چگونگی ارتباط اقلیم و گردشگری بررسی هایی در نقاط مختلف دنیا صورت گرفته است که برخی از آنها اثرات عوامل اقلیمی مانند دما، بارش، رطوبت نسبی، باد و غیره را بر روی سلامت گردشگران و چگونگی تاثیر آنها بر



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

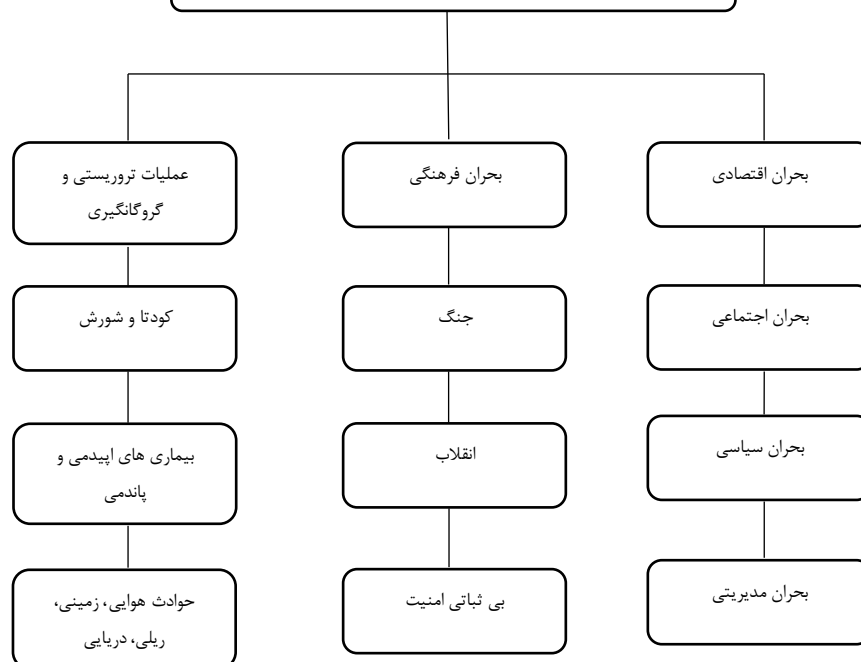
انتخاب مقصد از سوی گردشگران تاکید دارند و برخی از تحقیقات نیز اثرات گرمایش جهانی و تغییر اقلیم را در مناطق مختلف دنیا بر روی حرکات گردشگران مورد بررسی قرار داده اند (محمدی و همکاران، ۱۳۸۷).

تاثیر بحران های غیرطبیعی بر صنعت گردشگری

بحران هایی هستند که دخالت انسان بطور مستقیم در بروز آنها اثرگذار است و تاحدودی زمان و مکان آنها مشخص خواهد بود. این بحران ها عبارتند از جنگ، کودتاها، شورش ها، انقلاب، عملیات تروریستی و گروگانگیری، حوادث هوایی و زمینی، ریلی و دریایی، بیماری های واگیردار اپیدمی و پاندمی همانند ویروس کرونا کووید-۱۹ یا ویروس مرس، سارس، تب برفکی، آنفولانزای خوکی، وبا، سرخک، آبله، آنفولانزای اسپانیایی و ...

از دیگر بحران ها، بحران های اقتصادی همانند رکود اقتصادی، نوسانات ارزی، تغییرات مالیات و عوارض دریافتی، افزایش قیمت ها، کاهش درآمدها و نداشتن صرفه برای سرمایه گذاری، اجتماعی مثل آشوب و ناآرامی، جرم، جنایت، خشونت و سرقت، سیاسی همچون تغییر روابط بین الملل، ناپایداری سیاسی، تروریسم، اختلافات جناحی و حزبی، سیاست گذاری و برنامه ریزی های غلط دولتی و اعتصابات کارگری، فرهنگی همانند تضاد فرهنگی اقشار مختلف، اختلافات قومی و نژادی و محیط زیستی آلودگی، نگرانی از وضع سلامت و بهداشت و مدیریتی شامل ناکارآمدی مدیران، عدم تخصص مدیران، نداشتن آموزش در سطح مدیران و کارکنان، تصدی گری بی منطق دولت ها، تصمیمات غلط مدیریتی، عدم یکپارچگی و مشارکت همه دست اندکاران این صنعت و رقابت های ناسالم است که بر صنعت گردشگری اثرگذار هستند و این صنعت به آنها حساسیت بسیار زیادی دارد. بازاریابی و تبلیغات در این بحران ها بسیار اثربخش است و می تواند تا حدود زیادی نگرش، بینش و رفتار گردشگران را تغییر دهد و آنها را تشویق به سفر به مناطق بحران زده کند.

بحران های غیرطبیعی اثرگذار بر صنعت گردشگری



۲-بحران های غیرطبیعی اثرگذار بر صنعت گردشگری



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

وقایع بحرانی به طور مداوم نشان می دهند که چگونه کمبود اطلاعات و ارتباطات این قابلیت را دارند که به طور قابل توجهی بر کلیت سازمان ها (بزرگ، متوسط، کوچک) تاثیر بگذارند. به طور سنتی سازمان های مدیریت مقصد در سه سطح (ملی، منطقه ای و محلی) فعالیت دارند و به نمایندگی از یک مقصد خاص و با کمک استراتژی سفر و گردشگری به توسعه بلندمدت اقتصادها کمک می کنند. سازمان های مدیریت مقصد در تقاطع میان گردشگران و تامین کنندگان محلی، با تامین هزینه منابع مالی و با توجه به درجه آزادی عملیاتی، برنامه ریزی توسعه، بازاریابی، شکل گیری عرضه، تسهیل هماهنگی بین ذینفعان و در بعضی مواقع لابی سیاسی برای ایجاد اقتصاد گردشگری مقصد تلاش می کنند (اسمیت، ۲۰۰۵).

با توجه به بحران های جهانی اخیر سازمان های مدیریت مقصد به طور فزاینده ای از تاثیر بحران ها بر روی گردشگری و آسیب پذیری خود در این روند پیچیده آگاه شده اند (اسکارپینو و گرتزل، ۲۰۱۲).

بیکن و هاگی (۲۰۱۳) نشان می دهند که سازمان های مدیریت مقصد، بازیگران مهمی در مدیریت بحران ها هستند. نه تنها به این دلیل که گردشگران این مقاصد معمولاً نسبتاً بیشتر تحت تاثیر چنین رویدادهای هستند، بلکه به این خاطر که این سازمان ها دارای دانش پیچیده ای از زیرساخت ها و منابع گردشگری محلی می باشند (به عنوان مثال اسکان برای تیم های واکنش اضطراری) و کانال های ارتباطی و روابط رسانه ای خوبی برقرار کرده اند.

۶

این بدان معنی است که سازمان های مدیریت مقصد می توانند نقش مهمی در تسهیل پیوندهای مشترک و یکپارچه بین مشاغل گردشگری و مقامات ملی- محلی و همچنین خدمات اضطراری ایفا کنند (سالم قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۹).

محرابی و همکاران (۱۳۹۱) در تحقیقی به بررسی موانع توسعه گردشگری در جمهوری اسلامی ایران پرداخته و نشان داده اند که هفت عامل ساختاری و اصلی عامل ۱- زیربنایی ۲- عامل سیاسی ۳- عامل فرهنگی ۴- عامل دولتی ۵- عامل انسانی ۶- عامل مدیریتی و ۷- عامل اقتصادی به عنوان موانع اصلی توسعه گردشگری در ایران مطرح می باشند.

نتایج تحقیق سعیدی و همکاران (۱۳۹۱) نشان می دهد که مانع اساسی توسعه گردشگری در کشور نبود زیرساخت های فیزیکی و موانع فرهنگی می باشد.

نتیجه تحقیق صیدایی و هدایتی مقدم (۱۳۸۹) نیز نشان می دهد که بروز هرگونه خشونت در سطوح مختلف جامعه اثرات منفی بر توسعه گردشگری برجای می گذارد.

از نظر حبیبی و عباسی نژاد (۱۳۸۴) بیشترین تاثیر بر تقاضای گردشگری را متغیرهای درآمد سرانه و قیمت های نسبی در ایران دارد.

از نظر علیرضا و جاوید (۲۰۱۳) رابطه مستقیم بین حملات تروریستی و کاهش گردشگری در پاکستان وجود دارد. آرنا و لئون (۲۰۰۸) نیز پس از مطالعه بر گردشگری جزایر قناری به این نتیجه رسیده اند که حمله یازدهم سپتامبر شوک بزرگی را بر گردشگری در این منطقه وارد کرده است (Arana et al, ۲۰۰۸).

گودریچ (۲۰۰۲) نیز در مطالعه تحت عنوان حمله یازدهم سپتامبر، اثر و واکنش فوری آن بر صنعت توریسم و حمل و نقل در آمریکا، نشان می دهد که بعد از حمله مسافرت های هوایی ۵۰ درصد کاهش یافته است.



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

سونمز نیز در مطالعه ای تحت عنوان گردشگری، تروریسم و بی ثباتی سیاسی به مطالعه و بررسی اثرات تروریسم و بی ثباتی سیاسی پرداخته است (Sonmez, ۱۹۹۸).

تدابیر مقابله با بحران ها

ساختار جهانی : مهمترین عامل مقابله با بحران ها ایجاد ساختار جهانی بحران که وظیفه تبیین و تدوین شیوه نامه ها و پروتکل های بحران های مختلف را به عهده خواهد داشت.

سیاست گذاری و برنامه ریزی : جهت بحران های مختلف بایستی تبیین و تدوین گردد تا آمادگی کامل به هنگام بروز بحران ها و بعد از خاتمه آن ایجاد گردد.

رویکردهای آینده نگری و آینده پژوهی: این رویکردها می تواند تا حدودی عوارض ناشی از بحران ها را کاهش دهد. با پیش بینی و آمادگی قبل از وقوع بحران ها از خسارت های هنگفت کاسته می شود.

۷

رویکرد هوشمندسازی: با هوشمندسازی اجتماعی و آنچه مورد تهاجم بحران ها قرار می گیرد؛ می توان از وقوع بحران ها آگاه گردید. میتوان ابزارها ، امکانات و تاسیسات را هوشمند کرد.

سامانه (GIS) (Geographic Information System): سامانه اطلاعات جغرافیایی به مجموعه ای از سری های اطلاعاتی و روش های مدل سازی اطلاق می شود که توسط کامپیوتر، نتایج را به نمایش می گذارد و با قابلیت جمع آوری و پردازش داده ها ارائه راه حل و هماهنگی به منظور حمایت از تصمیم گیری مدیریت بحران را ممکن می کند. تحقق برنامه های مدیریت بحران از طریق تحلیل داده ها امکان پذیر است. اغلب این اطلاعات خصیصه فضایی دارند و می توانند به نقشه تبدیل شوند. برنامه ریزی برای مدیریت بحران از زمانی شروع می شود که این اطلاعات به نقشه تبدیل شوند و داده ها به آنها ملحق گردند. با استفاده از GIS میتوان قبل از بروز بلایای مختلف نیازهای مدیریت بحران را شناسایی کرد (محمودزاده و همکاران، ۱۳۸۸).

ایجاد فرهنگ بحران: فرهنگ بحران باید در جوامع نهادینه شود و همه افراد جامعه از بحران هایی که ممکن است در آینده پیش آید، مطلع گردند. به ویژه در صنعت گردشگری همه ذینفعان بایستی از این فرهنگ برخوردار باشند و از امکان وقوع بحران های پیش رو مطلع شوند. یکی از عوامل فرهنگی آموزش مدیران و کارکنان و ساماندهی آنها به هنگام بروز بحران و پس از بحران می باشد.

آموزش و سازماندهی: آموزش مستمر نیاز و ضرورت آگاهی از بحران ها و مواجهه با آنها است. نیاز به متخصصان از طریق آموزش های کلاسیک کمک به مواجهه با بحران ها است. ساماندهی بعد از سیاست گذاری و برنامه ریزی از عوامل ایجاد ساختار رسمی برای سازمان بحران ها می باشد. بودجه بندی یا تامین بودجه و ایجاد صندوقی برای بحران ها در مقابله با بحران ها کمک کننده است.

آماده سازی تجهیزات، امکانات، و لجستیک عوامل: نیز از دیگر نیازهای مقابله با بحران ها می باشد.



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

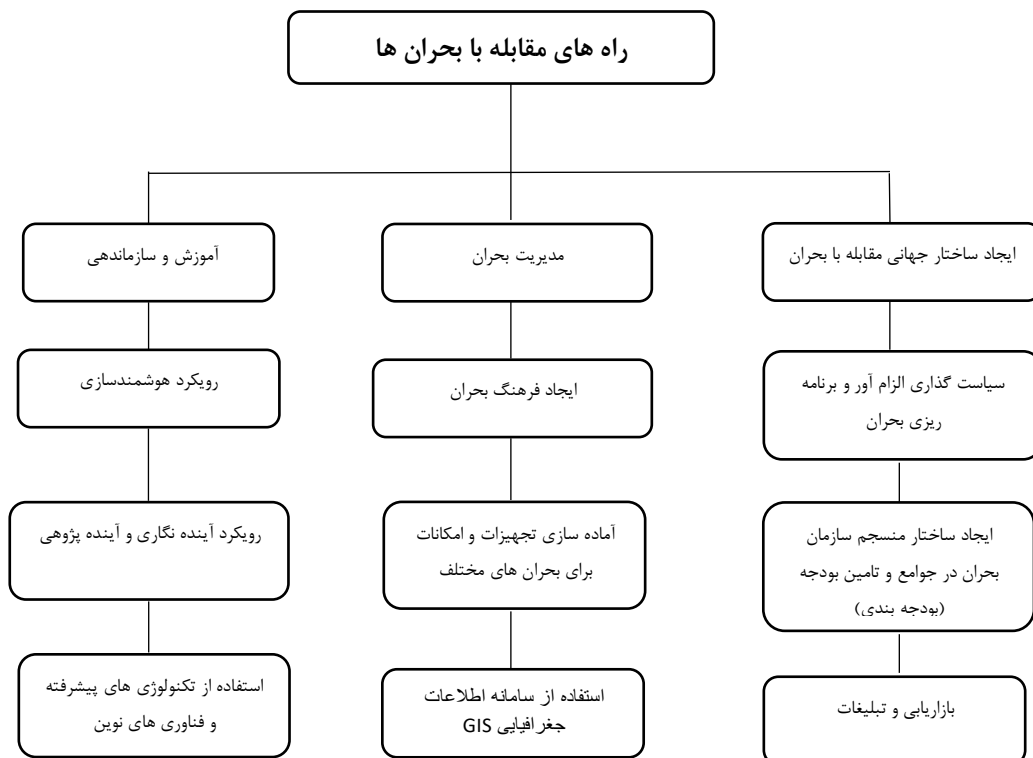
مدیریت بحران: که مهمترین عامل اجرای سیاست ها، برنامه ریزی ها و ساماندهی است. بایستی در همه زمان ها قبل و بعد از وقوع بحران ها آماده و هوشیار بود تا بتوان از عوامل انسانی و عوامل دیگر به خوبی استفاده نمود و در هنگام بحران های طبیعی و غیرطبیعی آرامش و تسلط جامعه بر بحران را ایجاد کرد. درحال حاضر مدیریت بحران مهمترین و ضروری ترین مدیریت ها است؛ زیرا بحران ها همیشه و همواره به وقوع می پیوندند. بحران ها جلودارنده، کندکننده حیات بشری و مانع پیشرفت، رشد و توسعه در ابعاد شش گانه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، مدیریتی و زیست محیطی هستند. مدیریت بحران یک نقش فراتخصصی است که می تواند بحران ها را پیش بینی و عوارض و خسارت های ناشی از آن ها را کاهش دهد.

استفاده از تکنولوژی های پیشرفته و فناوری های نوین: برای مقابله بحران ها و بخصوص بحران تغییرات اقلیمی.

بازاریابی و تبلیغات: که هم در زمان بحران ها و هم پس از وقوع بحران در جذب گردشگران اثربخش باشد.

بودجه بندی: بروز بحران ها شدیداً نیاز به منابع مالی دارد که بایستی از قبل بصورت یک بودجه مشخص، معین و جداگانه در نظر گرفته شود.

راه های مقابله با بحران ها



۳- راه های مقابله با بحران ها

مدیریت بحران به معنای سوق دادن هدفمند جریان پیشرفت امور به روالی قابل کنترل، انتظار برگشتن امور در اسرع وقت به شرایط قبل از بحران است (رضایی و بختیاری، ۱۳۹۰).



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



به عقیده هیلز (۲۰۰۵) از ضروریات مدیریت بحران، اتخاذ استراتژی انعطاف پذیری است. به این معنا که در مراحل مختلف وقوع یک بحران می بایست از استراتژی و راهبرد متناسب با آن مرحله استفاده کرد. راهبرد کلی مدیریت بحران قبل از وقوع راهبرد کنشی است یعنی مدیریت بحران برآن است که با پیش بینی و پیشگیری از وقوع بحران، جلوگیری و یا حجم آن را مهار کند و یا کاهش دهد. در حین بحران راهبرد واکنشی پیشنهاد می شود یعنی بیش از هر چیز بر عملیات امداد و نجات پافشاری می شود. و نهایتاً برای مرحله پس از بحران دو نوع راهبرد تعاملی و گزینشی پیشنهاد می شود. راهبرد تعاملی بر تجربه اندوزی از بحران های قبلی و برنامه های مقابله با بحران تاکید دارد و راهبرد گزینشی برای مقاله با بحران هایی است که احتمال وقوع آنها بیشتر است (رضایی و بختیاری، ۱۳۹۰).

فرازمند (۲۰۰۹) بیان میدارد تعریف شرایط بحرانی در محیط های مختلف کاملاً متفاوت است. به عبارت دیگر یک اتفاق می تواند در جایی فاجعه ای به حساب آید و در جای دیگر حتی علائم هشدار دهنده را نیز به صدا در نیاورد. لذا بسیاری از مدل های مدیریت بحران به دلیل اینکه به دنبال رویکردی گام به گام هستند در عمل با شکست مواجه می شوند .

دلوین (۲۰۰۷) دو دسته از عوامل را به عنوان منشا ایجاد بحران معرفی می کند. به عقیده وی، بحران ها یا طبیعی هستند یا انسان ساخت. در بحران های طبیعی اعتقاد بر این است که منشا بروز بحران، قوانین حاکم بر طبیعت است مانند زلزله، سیل و امثال آنها. بحران های انسان ساخت بحران هایی هستند که ناشی از عملکرد و یا طرح و نقشه قبلی انسان اتفاق می افتند یا انسان عامدانه در ایجاد آنها نقش دارد. گروه دوم تعاریف بحران به این امر اذعان دارند که وجود عواملی دال بر شکل گیری شرایط بحرانی است. مک کارتی عامل زمان را موثر در ایجاد بحران می داند و بحران را شرایطی می داند که زمان موجود برای پاسخ دهی و تصمیم گیری محدود است.

بحران تغییرات اقلیمی

مهمترین و شاخص ترین بحران ها، تغییرات اقلیمی است که علاوه بر به خطر انداختن صنعت گردشگری، تهدیدی برای ادامه حیات بشر است. کشورها و جوامع با بی توجهی و برای منافع اقتصادی و تولید بیشتر کالاهای مختلف باعث این فاجعه انسانی می شوند. می توان گفت بیشتر این بحران های طبیعی از همین بحران تغییرات اقلیمی انشعاب می یابد، همانند سیل ها، آتش سوزی جنگل ها، خشکسالی و دیگر بحران ها. خشکسالی که یکی از خطرناک ترین بحران ها محسوب می شود ناشی از تغییرات اقلیمی است و باعث مهاجرت های بی رویه به مناطق دارای آب و هوا و محیط زیست بهتر می گردد. تولیدات بی رویه و بی معنا، تشویق به مصرف گرایی و تغییر الگوی مصرف باعث استفاده از سوخت های فسیلی می گردد و سوختن این آلاینده ها باعث ایجاد گازهای گلخانه ای، دی اکسید کربن، متان و گازهای خطرناک دیگر می شود، که در جو زمین قرار می گیرند و باعث کاهش حجم لایه اوزون شده و نتیجتاً در برخی مناطق باعث کاهش برف و باران و در برخی مواقع شدت بارش بی حد و سیل آسا می شود. درجه حرارت به شدت افزایش می یابد. در اخبار جدیدی که داده شده است یک درجه سانتیگراد دمای کره زمین نسبت به قبل از صنعتی شدن افزایش یافته است و پیش بینی می شود در سال های آینده با ادامه چنین عملکردی توسط دولت ها دما تا ۴ درجه سانتیگراد نیز افزایش خواهد یافت که فاجعه ای رخ می دهد و دیگر امیدی به ادامه زندگی و حیات بشر نخواهد بود. فاجعه زیست محیطی روز به روز شدیدتر و سریع تر می شود و حال چگونه میتوان به توسعه پایدار صنعت گردشگری در اقصی نقاط جهان امیدی داشت؟ انسان ها با دست خویش، خود را قربانی خواست های توسعه طلبانه بی انتهای منفعت طلبی و برتری جویی، غیرمنطقی و خودخواهانه می کنند. کشورهای توسعه یافته آمریکا، چین، روسیه، هند، عربستان سعودی و کشورهای اروپایی و سایر کشورها به دنبال تولید بیشتر و درآمد بیشتر هستند. با تبلیغات



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

فراوان افراد جوامع را به مصرف گرایی بی رویه، پوشاک، غذا و کالا دعوت می کنند. فروشگاه های لباس در همه دنیا بیشترین عرضه کنندگان کالا هستند. تغییرات اقلیمی موجب فرسایش خاک زمین، کاهش ذخیره آب های زیرزمینی، بالا آمدن سطح آب دریاها، آب شدن یخ های قطبی، طوفان های سهمگین (سونامی) و فرونشست زمین می گردد و عارضه زلزله را پدید می آورد. زمین های خشک جای جنگل ها و مراتع را می گیرند و دیگر غذایی برای حیوانات یافت نمی شود و در نتیجه انسان ها نیز غذایی برای خوردن نخواهند داشت. بالاترین و مهمترین خطر ناشی از بحران ها، بحران تغییرات اقلیمی است که تاکنون با برگزاری کنفرانس ها و نشست های متعدد نتوانسته اند به یک خرد جمعی و یک همکاری و یکپارچگی جهانی دست یابند. واقعا باعث تعجب و تاسف است که انسان با دست خود دست به خودکشی بزند؟! کاهش تولیدات و ایجاد فرهنگ عدم مصرف گرایی، تغییر الگوی مصرف و کاهش طمع سودآوری و نرمالیزه شدن تولید و مصرف می تواند به جوامع کمک کند. برای رسیدن به توسعه پایدار صنعت گردشگری رسیدن به اتفاق نظر و اجرای راه های پیشگیری و مقابله با بحران هاست.

۱۰



۴-راه های مقابله با بحران تغییرات اقلیمی



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



آب و هوا یا اقلیم (climate) که از واژه ی یونانی کلیما (Klima) به معنی شیب یا میل گرفته شده است، نمایش عمومی جو و فرایندهای هوا در یک مکان یا ناحیه ی ملی در دوره زمانی طولانی است (ذوالفقاری، ۱۳۸۹). آب و هوا مهمترین عامل در توسعه ی صنعت گردشگری محسوب می شود. مسافرت های گروهی و دسته جمعی با شرایط آب و هوایی پیوند میخورد. آب و هوا و توریسم به عنوان اجزای اصلی یک سیستم به طرق مختلف بر یکدیگر تاثیر گذاشته و در تعامل با یکدیگر بحث را به عنوان اقلیم شناسی توریسم مطرح می نمایند. توریست، سازمان های توریستی و برنامه ریزان توریسم در یک منطقه همگی نیاز دارند تا به نقش و اهمیت اقلیم و پارامترهای موثر اقلیمی در صنعت توریسم بطور قابل ملاحظه ای توجه نمایند؛ چرا که امروز توجه به توریسم و نقش آن در گسترش فعالیت های اقتصادی، ایجاد اشتغال و برآوردن نیازهای جسمی و روحی انسان، بیش از پیش خصوصاً در جوامع صنعتی و پیشرفته، اهمیت یافته است (کریمی و محبوب فر، ۱۳۹۰). گردشگری یکی از مهمترین بخش های اقتصادی جهان بشمار میرود که حساسیت خارق العاده ای نسبت به هوا و آب و هوا نشان میدهد. آب و هوا تاثیر بسیار قوی بر صنعت گردشگری و اوقات فراغت اعمال می کند. بطوری که در برخی از مناطق جهان، پیش بینی وضعیت گردشگری براساس آب و هوا صورت میگیرد (ذوالفقاری، ۱۳۸۹). گردشگری بطور آشکاری وابسته به اقلیم است. اقلیم تنها یک عامل حرارتی و فیزیکی نیست. بلکه یک عامل زیبایی شناختی نیز هست که بر چگونگی شکل جامعه ی گیاهی و محیطی و غیره تاثیر میگذارد. آب و هوا یکی از مهمترین عوامل ژئوفیزیکی است که در الگودهی فضای جغرافیایی و شکل دهی شرایط زیست محیطی نقش دارد و در استقرار یا عدم استقرار سکونت گاه های انسانی مشارکت دارد. انسان در واقع، مناطقی را به عنوان سکونتگاه انتخاب میکند که بالاترین میزان آسایش اقلیمی را داشته باشد و گردشگری به عنوان یکی از مهمترین فعالیت های انسان در این زمینه حرف اول را میزند (گندمکار و همکاران، ۱۳۹۱).

مهمترین تغییرات آب و هوایی، گرم شدن زمین است که عواقبی مانند بالا آمدن سطح آب دریاها و کاهش منابع آب شیرین، تغییرات آب و هوای منطقه ای در عرض های بالا و نیمکره ی شمالی، تغییر در میزان بارش باران و جهت وزش باد، افزایش بلایای طبیعی مثل، طوفان، گردباد و سیل، افزایش میزان خشکسالی و توسعه ی مناطق بیابانی، افزایش آلودگی هوا در برخی مناطق در اثر افزایش بادهای گرم و اثرات احتمالی بر گسترش بیماری هایی نظیر مالاریا را در پی دارد (حاجی امینی و همکاران، ۱۳۹۱).

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری علاوه بر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عوامل محیط طبیعی نیز نقش مهمی را در توسعه گردشگری و همچنین جذب گردشگر ایفا می کنند. در واقع گردشگر از یک فضای جغرافیایی استفاده می کند که این فضا دارای یک ساختار فیزیکی و طبیعی شامل عوامل زیست شناسی و طبیعی (اقلیم، زمین شناسی، توپوگرافی و جامعه گیاهی و جانوری) و همچنین برخی از عواملی که به وسیله فعالیت انسان ها به وجود آمده است؛ می شود (بلین و گومز، ۲۰۰۵).

ماتزاراکیس (۲۰۰۷) شرایط اقلیمی و آسایش حرارتی را در رابطه با گردشگری مورد بررسی قرار داده و بر شناخت عوامل اقلیمی برای گذران تعطیلات تاکید دارد.

آب و هوا مهمترین عامل در توسعه بخش گردشگری می باشد. مسافرت های گروهی و دسته جمعی با شرایط آب و هوایی پیوند می خورد، در واقع مفهوم اقلیم گردشگری تبیین می کند که اقلیم، همراه با هوا می تواند به عنوان منبعی برای گذران اوقات فراغت مدنظر قرار گیرد که در زمان ها و مکان های مختلف ممکن است در طول طیفی از خوشایند تا ناخوشایند طبقه بندی شود. بنابراین اقلیم برای گردشگری یک منبع شناخته می شود و این می تواند یک امتیاز اقتصادی برای



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

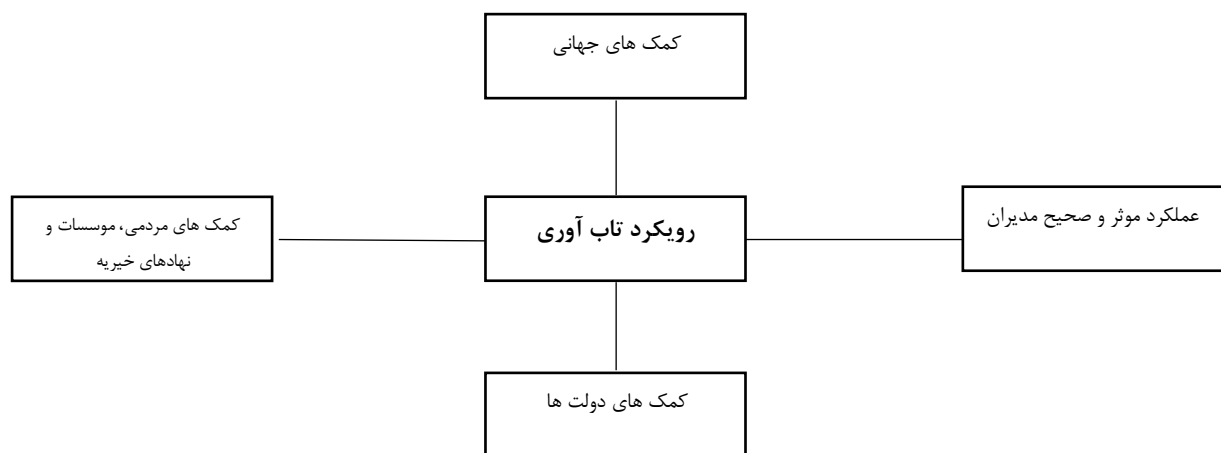
گردشگری مورد ملاحظه قرار گیرد (ابراهیمی، ۱۳۸۳). ارتباط بین اقلیم و توریست به طور عمومی به وسیله دو شاخه از جغرافیا بررسی می شود: جغرافیای گردشگری و اقلیم شناسی که هر دوی آنها نشان می دهند چطور اقلیم و هوا فعالیت های گردشگری را حمایت می کنند (بلین و گومز، ۲۰۰۵).

رابطه بین اقلیم و گردشگری به اشکال گوناگون وجود دارد، از یک سو ما با شرایط هواشناسی سروکار داریم که از مکانی به مکان دیگر و از زمانی به زمان دیگر متغیر است و از سوی دیگر نیز گردشگری یک پدیده چند چهره است. اثرات متقابل این دو ترکیب فوق العاده پیچیده است و تحقیق درباره موضوع اقلیم گردشگری را بسیار پیچیده کرده است (ابوالحسنی نژاد، ۱۳۸۲).

رویکرد تاب آوری

یکی از موارد مهم پیشگیری از خسارت ها و عوارض ناشی از بحران ها رویکرد تاب آوری است. این رویکرد نیاز به ساختاری جهانی دارد که متغیرهای آن در کشورها ایجاد شود.

۱۲



۵- رویکرد تاب آوری

عوامل رویکرد تاب آوری عبارتند از : تدوین و تبیین قوانین ، سیاست گذاری و برنامه ریزی جهانی برای چنین رویکردی ، طرحهای جبرانی برای بحران ها و بخصوص بحران تغییرات اقلیمی، کمک به کشور کمتر توسعه یافته برای مقابله و کاهش آسیب ها و خسارتهای، ایجاد بانک جهانی رویکرد تاب آوری برای مقابله با بحران ها، تعیین و تدوین پروتکل ها و شیوه نامه های مخصوص هر بحران در سطح جهانی، هوشمندسازی امکانات، تجهیزات و تاسیسات.

رویکرد تاب آوری از میزان خسارات وارد شده ناشی از بحران های طبیعی و غیرطبیعی خواهد کاست و کمک و یاری به کسب و کارها از جمله صنعت گردشگری خواهد رساند. رویکرد تاب آوری از سه جهت ، دولت ، صاحبان کسب و کار و کمک های جامعه جهانی بایستی مورد ملاحظه قرار گیرد. دولت ها به عنوان پشتیبان و صاحبان کسب و کارها به عنوان سیاست گذاران و



برنامه ریزان در شرایط بحرانی می توانند از شدت خسارت ها بکاهند و بر تاب آوری موسسات ، شرکت ها و سازمان های بخش دولتی و خصوصی خود بیافزایند؛ ولی نقش دولت ها در این رویکرد بسیار بارز و مهم است. در صنعت گردشگری که صنعتی حساس و شکننده در مقابل بحران ها بخصوص بحران اخیر یعنی ویروس کووید-۱۹ بوده است را می توانستند با برنامه ریزی های از قبل پیش بینی شده و مدیریت های هوشمندانه با پیش بینی ها برای آینده بعد از شیوع بیماری های ویروسی مرس، ویروس سارس، بیماری ویروس خوکی، تب برفکی، جنون گاوی، آنفولانزای مرگی و بسیاری امراض دیگر آمادگی داشته باشند و خسارت های بی حد آن را کاهش دهند. عدم مدیریت صحیح جهانی بهداشت و سایر مدیریت ها ، تعارضات سیاسی کشورها و رقابت های ناسالم آنها سبب چنین فاجعه ای عظیم گردید (لوفان، ۱۴۰۰).

تحقیق در مورد تاب آوری سازمانی توانایی سازمان ها برای تنظیم و حفظ کارکردهای اصلی و مطلوب در شرایط چالش برانگیز یا پرفشار در اثر ایجاد حوادث ناگوار، فاجعه بار یا بحران ها به عنوان عامل حیاتی برای حفظ ثبات سازمان های گردشگری به رسمیت شناخته شده است. مدیریت تاب آوری که متمرکز بر آگاهی موقعیتی سازمان ها، آسیب پذیری اساسی و ظرفیت تطبیقی در یک محیط پیچیده، پویا و بهم پیوسته می باشد (مک مانوس، ۲۰۰۷).

انعطاف پذیری سازمانی به عنوان یک نیاز واقعی، سازمان ها را قادر می سازد تا با شرایط بحرانی امروز و محیط فاجعه بار آن مقابله کنند. انعطاف پذیری سازمانی به عنوان توانایی سازمان برای بقا در بازارهای رقابتی و به طور بالقوه حتی در زمان بحران رونق زیادی گرفته است (سویل وهمکاران، ۲۰۰۸).

بیشتر پژوهش ها انعطاف پذیری سازمانی را تنظیم و ظرفیت ها و یا توانایی ها را تعریف می کنند. برخی از تعاریف شامل توانایی تنظیم و حفظ عملکردهای مطلوب در شرایط چالش برانگیز یا پر فشار است (ادموندسون، ۱۹۹۹).

هولینگ (۱۹۷۳) معتقد است که سیستم ها دو خاصیت متمایز دارند: انعطاف پذیری و پایداری. انعطاف پذیری توانایی سیستم ها در جذب شوک ها یا تغییرات را تعیین می کند؛ در حالی که پایداری ظرفیت سیستم ها برای بازگشت به حالت تعادل به دنبال ایجاد اختلال است. تحقیقات نشان داده است که جوامع برای برنامه ریزی، پاسخگویی و بهبودی از اختلالات به سازمان ها متکی بوده و بطور شگفت آور برای ارائه یکی از خدمات لوکس و مهم (به عنوان مثال نیرو، حمل و نقل، کمک های اولیه، غذا، آب، اینترنت و خدمات تلفن همراه) در بهترین و بدترین زمان ها به سازمان ها متکی هستند (چانگ و چمبرلین، ۲۰۰۳).

مکمنوس و همکاران (۲۰۰۸) استدلال می کنند که تاب آوری سازمانی به طور مستقیم به سرعت و موفقیت بهبودی جامعه در پی یک رویداد بحرانی کمک می کند.

بحث و نتیجه گیری

جهان امروز با مخاطرات و بحران های بسیاری روبروست. با تغییرات اقلیمی بحران ها به شدت افزایش یافته و تهدیدی برای حیات بشر خواهد بود. کمبود مواد غذایی و گرسنگی ، گرم شدن زمین، آب شدن یخ های قطبی و در نتیجه بالا آمدن سطح آب دریاها و اقیانوس ها، سونامی، جنگل زدایی و آتش گرفتن جنگل ها، افزایش بیماری ها و مرگ و میر ناشی از آلودگی هوا، کاهش برف و باران و کمبود آب ، گردبادهای شدید و سایر بلاها که بر سر انسان ها فرود می آید. درآمدزایی و ثروت اندوزی و طمع دولتها باعث افزایش تولید می گردد که به استفاده بی رویه از سوخت های فسیلی منجر می شود و گازهای



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

گلخانه ای، متان، دی اکسید کربن و گازهای دیگر را ایجاد می کند و موجب یک فرایند خطرناک می شود. با وجود برگزاری کنفرانس ها و مجامع زیست محیطی تاکنون اثرات قابل ملاحظه ای بوجود نیامده است و تنها حرف و سخنرانی و گفتگو بوده و هیچگاه به مرحله عمل درنیامده است. کشورهای توسعه یافته همانند چین، آمریکا، روسیه، هند، اندونزی، کشورهای اروپایی و کانادا بیشترین آلاینده را تولید می کنند و کشورهای درحال توسعه نیز کمتر از این کشورها تبعیت کرده و آنها نیز در این فاجعه عظیم مشارکت دارند. بحران های طبیعی و بحران های غیرطبیعی به شدت بر صنعت گردشگری که صنعتی حساس در برابر بحران هاست؛ اثرگذار هستند و این صنعت را دچار شکست و دگرگونی می کنند. میتوان گفت صنعت گردشگری در برابر مخاطرات و بحران ها صنعتی ضعیف است. به باور غلط بعضی از افراد که صنعت گردشگری را ثروت آفرین می دانند بایستی خسارت ها و زیان های ناشی از این مخاطرات و بحران ها را در نظر بگیرند و نهایتا بایستی گفت ریسک سرمایه گذاری این صنعت بسیار بالاست. زیرا وقوع این بحران ها همیشگی و دائمی است. در صنایع دیگر، نیاز انسان ها به کالاها ضروری و لازم است و حتما بایستی از تولیدات این صنایع به اجبار استفاده کنند ولی در صنعت گردشگری در صورت بروز بحران، گردشگران هیچ اجبار و ضرورتی به سفر کردن برای خود نمی بینند و تا زمان رفع خطر و بحران که ممکن است زمانی نسبتا طولانی باشد از فکر سفر و گردشگری خارج شده و از سفر کردن می پرهیزند و نتیجتا این صنعت را با رکود شدید مواجه می کنند. در صورت عدم ارائه راهکارها، سیاست گذاری ها و برنامه ریزی ها این روند ادامه خواهد داشت و این صنعت هیچ زمانی ثبات و پایداری نخواهد یافت.

۱۴

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهمترین بخش های اقتصادی کشورها شناخته می شود. بررسی ها نشان می دهد که تقاضای گردشگری به عوامل مختلفی بستگی دارد، اما در میان این عوامل، ایمنی و امنیت بیشترین اهمیت را برخوردار است. بیش از هر فعالیت اقتصادی موفقیت یا شکست یک مقصد گردشگری به توانایی آن در تامین امنیت و فراهم سازی محیط امن برای بازدیدکنندگان وابسته است. تامین امنیت مستلزم مدیریت بلایای طبیعی و حوادث انسانی همانند بیماری، اغتشاشات سیاسی، تنش های نظامی و تروریسم است (ولو، ۲۰۰۸).

پیشنهادها

- ۱- ایجاد ساختار و سازمانی جهانی با اهداف و خط مشی مشخص، سیاست گذاری و برنامه ریزی جهت بحران ها و ارائه راهکارها به وسیله این ساختار سازمانی.
- ۲- استفاده از رویکردهای آینده نگاری، آینده پژوهی، هوشمندسازی و تاب آوری جهت آگاهی یافتن از وقوع بحران ها در جهت توان مقابله با آنها و کاهش خسارات و کمک به خسارت دیدگان.
- ۳- ایجاد یکپارچگی بین سازمان های مسئول در بحران و مشارکت دادن بخش دولتی و بخش خصوصی به هنگام وقوع بحران ها.
- ۴- تدوین و تبیین پروتکل ها و شیوه نامه های مخصوص هر بحران و توزیع آن به مجامع جهت اطلاع و اجرای آنها.
- ۵- ایجاد بانک یا صندوق جهانی جهت کمک به جوامع بحران زده و تامین بودجه در برابر بحران های مختلف.



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia



۶- استفاده از تکنولوژی های پیشرفته و فناوری های نوین جهت کاهش گازهای گلخانه ای ، دی اکسید کربن ، متان و سایر گازهای مخرب محیط زیست.

۷- مقید کردن جوامع به استفاده از انرژی های تجدیدپذیر همانند انرژی خورشیدی، انرژی بادی حاصل از توربین های بادی، انرژی های پاک ، اتومبیل های برقی و استفاده کمتر از سوخت های فسیلی.

۸- جنگل کاری، درخت کاری، جلوگیری از جنگل زدایی و بسیج افراد برای ایجاد سبک زندگی بدون پسماند ، عدم استفاده از پلاستیک ها و کالاهایی که ماندگاری بالایی در طبیعت دارند و موجب آلودگی محیط زیست می شوند و کاهش پسماندها از عوامل کاهش بحران های اقلیمی و زیست محیطی است.

۹- تغییر نگرش، بینش و رفتار جوامع نسبت به مصرف گرایی و اصلاح الگوی مصرف و دوری از هر نوع اسراف گرایی در استفاده از کالاها و استفاده در حد اعتدال.

۱۰- تضمین گرفتن از دولت ها جهت عمل به تعهدات زیست محیطی و زمانبندی واقعی به منظور کاهش گازهای مخرب محیط زیست و کاهش کربن (کربن زدایی) و اقدام کردن به شعار "عمل به جای حرف"؛ که در بیشتر اجلاس های جهانی زیست محیطی و تغییرات اقلیمی عکس این شعار "حرف به جای عمل" صورت گرفته است.

۱۱- استفاده کمتر از هواپیما جهت مسافرت ها در حد مقدور و جانشین کردن وسایل دیگر حمل و نقل.

۱۲- عدم استفاده از آب های زیرزمینی که باعث فرونشست زمین می گردد و اصلاح فرایند آب های برگشتی از آب های مصرفی.

۱۳- فرهنگ سازی بحران در جوامع و آگاهی رسانی به آنها جهت مقابله با بحران ها یا کاستن بحران هایی که توسط انسان ها بوجود می آید.

۱۴- جایگزین کردن صنایع پاک مثل صنعت گردشگری بجای صنایع آلوده کننده .

منابع

ابراهیمی، ناصر. (۱۳۸۴). ارزیابی اقلیم برای توریسم در شهرستان سردشت، پایان نامه کارشناسی ارشد اقلیم شناسی، دانشگاه تهران.

ابولحسنی نژاد، بیژن. (۱۳۸۳). قابلیت ها و محدودیت های اقلیمی صنعت گردشگری در شهرستان رامسر و تنکابن، پایان نامه کارشناسی ارشد، جغرافیای طبیعی، دانشگاه تهران.

حاجی امینی، مصطفی و غفارزاده، رسول. (۱۳۹۱). تغییرات آب و هوایی و گردشگری: روابط متقابل و اثرات مرکز گردشگری علمی-فرهنگی دانشجویان ایران، تهران، ص ۲۵.



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

حبیبی، فاتح و حسین عباسی نژاد. (۱۳۸۴). تصحیح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی - مقطعی، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۰، صص ۹۱-۱۱۵.

ذلفقاری، حسین. (۱۳۸۹). آب و هواشناسی توریسم، انتشارات آگاه، تهران، ص ۶.

رضایی، علی اکبر و بختیاری، مریم. (۱۳۹۰). مدیریت بحران، انتشارات یادآوران.

سالم قهفرخی، امین؛ رضایی، سیدرضا؛ رستمی، محسن و علیخواه، ساهره. (۱۳۹۹). جایگاه تاب آوری سازمانی در مدیریت بحران ها و فجایع گردشگری، فصلنامه علمی تخصصی پژوهش های گردشگری و توسعه پایدار، سال سوم، شماره ۱، صص ۲۵-۴۰.

سعیدی، علی اصغر، بهشتی، سید محمد و رضوانی، رضا. (۱۳۹۱). موانع اساسی سیاستگذاری گردشگری از نظر نخبگان، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۲، صص ۳۳-۵۶.

صیدائی، سید اسکندر و زهرا هدایتی مقدم. (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۸، صص ۹۷-۱۱۰.

کاویانی، محمدرضا و علیجانی، بهلول. (۱۳۸۲). مبانی آب و هواشناسی، انتشارات سمت.

کریمی، جعفر و محمدرضا، محبوب فر. (۱۳۹۰). کاربرد اقلیم در طرح توسعه ی صنعت توریسم، اصفهان، ارکان دانش، تهران، صص ۶۳.

گندمکار، امیر و مرادمند، سعیده. (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل تغییرات اقلیم آسایش گردشگری استان چهار محال و بختیاری با استفاده از شاخص PET، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان، ص ۱۴.

لوفان، علی. (۱۴۰۰). تحلیل رویکرد تاب آوری هوشمندانه در مقابله با بحران ها و به ویژه ویروس کووید-۱۹ در صنعت گردشگری، هشتمین کنفرانس بین المللی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران، ص ۲.

محرابی، جواد، خلیلی شورینی، سیاوش و خلفی، احمد. (۱۳۹۱). بررسی موانع توسعه گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۹، صص ۱-۱۰.

محمدی، حسین؛ رنجبر، فیروز؛ محمدجانی، مرتضی و هاشمی، طاهره. (۱۳۸۷). تحلیلی بر رابطه اقلیم و گردشگری، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره ۱۰، صص ۱۲۹-۱۴۷.

محمودزاده، امیر؛ پیراسته، سعید و ایرانپور، آزاده. (۱۳۸۸). آشنایی با مفاهیم مدیریت بحران، انتشارات علم آفرین، ص ۱۸.

Ali Raza. Syed & Jawaid. Syed Tehseen (۲۰۱۳): Terrorism and Tourism: A conjunction and ramification in Pakistan, Economic Modelling, Vol. ۳۳, pp. ۶۵-۷۰.

Arana. Jorge E, Leon. Carmelo J (۲۰۰۸) The impact of terrorism on tourism demand, Annale of Tourism research, Vol ۳۵, pp. ۲۹۹-۳۱۵.



3rd International Conference on Management, Tourism and Technology (ICMTT)

19 November 2021 | Penang, Malaysia

Becken, S. and Hughey, K.F. (۲۰۱۳). Linking tourism into emergency management structures to enhance disaster risk reduction. *Tourism Management* ۳۶, pp ۷۷-۸۵.

Blen, M. and Gomez, Martin. (۲۰۰۵). Weather, Climate and tourism a Geography perspective, *Annals of Tourism research*, Vol ۳۲, NO ۳, pp ۵۷۱-۵۹۱.

Chand, S. E. and Chamberlin. C. (۲۰۰۳). *Assessing the Role of lifeline Systems in Community Disaster Resilience*, MCEER, Buffalo, New York.

Devlin, Edward S. (۲۰۰۷). *Crisis Management Planning and Execution*, Auerbach Publications.

Edmondson, A.C. (۱۹۹۹). Psychological safety and learning behavior in work teams, *Administrative Science Quarterly* ۴۴, ۳۵۰- ۳۸۳.

Farazmand, A. (۲۰۰۹). Hurricane Katrina, the crisis of leadership and chaos management: time for trying the surprise management theory in action, *public organization review*, ۹(۴).

Faulkner, Bill, (۲۰۰۱). Towards a framework for tourism disaster management, *Tourism Management*, ۲۲.

Goodrich. J.N(۲۰۰۲): attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry , *Tourism management*, Vol. ۲۳, issue. ۶, pp. ۵۷۳-۵۸۰.

Matzarakis, A. (۲۰۰۷). Climate, Thermal comfort and tourism, climate change and tourism- Assessment and coping strategies.

McManus, S. (۲۰۰۷). *Organizational resilience in new Zealand*, Phd thesis, University of Canterbury, Christchurch, New Zealand.

Scarpino, M. (۲۰۱۲). The role of inter organizational learning in cross- sector relationships: implications for disaster and crisis management. *Proceedings of the ۱۸th Annual Asia- Pacific tourism Association (APTA) Conference*, Taipei, Taiwan.

Scarpino, M. and Gretzel, U. (۲۰۱۲). Conceptualizing organizational resilience in destination management organizations, *Proceedings of the CAUTHE Conference*, Melbourne, Australia.

Sevil, E., Brunson, D., Dantas, A., Le Masurier, K., Wilkinson, S. and Vargo, K. (۲۰۰۸). Organizational resilience: researching the reality of New Zealand organizations, *Journal of Business Continuity and emergency Management* ۲ (۲), ۲۵۸- ۲۶۶.

Smith, M. (۲۰۰۵). Entertainment and new leisure tourism, In: Buhalis, D. And Costa, C. (eds). *Tourism Business Frontiers: Consumers Products and industry*. Butterworth Heinemann, Oxford, UK.

Sonmez. Sevil F (۱۹۹۸): Tourism, Terrorism and political instability, *Annals of Tourism Research*, Vol. ۲۵, Issue. ۲, pp. ۴۱۶-۴۵۶.

Volo, Serena (۲۰۰۸). Communicating Tourism Crises Through Destination Websites, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, ۲۳:۲.