



مدیریت بحران در صنعت گردشگری

مؤلفین:

امیر عباس نجفی پور

(عضو هیأت علمی مجتمع آموزش عالی بم)

مجید حیدری

(کارشناس ارشد مدیریت گردشگری - دانشگاه علامه طباطبائی تهران)

محمد حسین فروزانفر

(عضو هیأت علمی مجتمع آموزش عالی بم)

۶۳۷۲۲۲

سرشناسه	:	نجفی پور، امیرعباس، ۱۳۶۸-
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت بحران در صنعت گردشگری / مؤلفین امیرعباس نجفی پور، مجید حیدری، محمدحسین فروزانفر.
مشخصات نشر	:	تهران: ندای کارآفرین، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	:	۲۸۸ص.
شابک	:	978-600-482-379-1
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبا
موضوع	:	گردشگری — مدیریت
موضوع	:	Tourism -- Management
موضوع	:	مدیریت بحران
موضوع	:	Crisis management
موضوع	:	گردشگری — پیش‌بینی‌های ایمنی
موضوع	:	Tourism -- Safety measures
شناسه افزوده	:	نیدری، مجید، ۱۳۶۸ فروردین -
شناسه افزوده	:	فروزانفر، محمدحسین، ۱۳۶۵-
رده بندی کنگره	:	۵۵G
رده بندی دیویی	:	۶۷۹۱/۰۱۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۷۲۹۸۷۶

نام کتاب	:	مدیریت بحران در صنعت گردشگری
مؤلفین	:	امیرعباس نجفی پور - مجید حیدری - محمدحسین فروزانفر
صفحه‌آرا	:	اکرم ملک نژاد
طراح جلد	:	رضا کاوه
تیراژ	:	۱۰۰۰
نوبت چاپ	:	اول ۱۳۹۸
قیمت	:	۴۰۰۰۰ تومان
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۸۲-۳۷۹-۱



تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، نبش کوچه انوری، پلاک ۲۹

تلفن تماس: ۶۶۴۰۲۷۲۲

WWW.NedayeKarafarin.ir

پیشگفتار

بحران وضعیتی است که در آن، سیستم از حالت طبیعی خارج شده و عملکرد آن تحت تاثیر قرار می‌گیرد. تعاریف متعددی از بحران تاکنون ارائه شده است که در واقع هر یک از اندیشمندان و صاحب‌نظران این حوزه از زوایای متعددی به بیان آن پرداخته‌اند. به عنوان مثال برخی بحران را از منظر منشا به وجود آمدن آن تعریف کرده و برخی دیگر آن را از منظر عوامل اثرگذار بر پیدایش شرایط بحرانی تعریف کرده‌اند. از منظر سیستمی، بحران به وضعیتی اطلاق می‌گردد که نظم و پایداری سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن مختل شود.

امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی کشورها محسوب می‌گردد. بررسی‌ها نشان می‌دهد تقاضای گردشگری به عوامل مختلفی بستگی دارد اما در این میان، ایمنی و امنیت از اهمیت زیادی برخوردار است. بیش از هر فعالیت اقتصادی، موفقیت یا شکست یک مقصد گردشگری به توانایی آن در تامین امنیت و فراهم‌سازی محیطی امن برای بازدیدکنندگان بستگی دارد. بحران در گردشگری شامل هرگونه رویدادی است که عملکرد طبیعی مقصد را تحت تاثیر قرار دهد، انجام کسب‌وکار مرتبط با گردشگری را مختل کند و تهدیدی برای ایمنی گردشگران باشد.

میزان حساسیت بالای صنعت گردشگری نسبت به رویدادهای منفی باعث شده که این صنعت نسبت به موقعیت‌های بحرانی راکش بیشتری نشان دهد. مقاصد و کسب‌وکارهای فعال در گردشگری ناگزیر به مواجهه با این چالش‌ها هستند. برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران صنعت گردشگری تا چندی پیش، رویدادهای منفی را غیرعادی و غیرمحتمل در نظر می‌گرفتند اما پیشرفت‌های دهه اخیر نشان می‌دهد که باید مدیریت بحران را به عنوان یک مساله مهم و حیاتی در ملاحظات علمی و عملی در نظر گرفت. در این راستا، مقصدهای گردشگری با مشکلاتی اساسی در رابطه با انواع خطر روبرو می‌شوند که در تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌های مربوط، نمی‌توان آن‌ها را به طور کامل پیش‌بینی و در نتیجه از آنها پیش‌گیری نمود.

مقاصد گردشگری از بحران‌های طبیعی و بلایای انسانی در امان نیستند و تغییرات اقلیمی و رشد تروریسم جهانی، احتمال وقوع این بحران‌ها و بلایا را افزایش داده است. رکود اقتصادی و بی‌ثباتی سیاسی نیز که عموماً غیرقابل پیش‌بینی هستند، تاثیر بسزایی بر صنعت گردشگری دارند. بنابراین چالش‌های فراوری صنعت گردشگری تنها وقوع بحران‌ها و زمان رخداد آنها نیست، بلکه این صنعت باید همواره برای مقابله با انواع بحران‌ها آمادگی داشته باشد تا بتواند به گونه‌ای مطلوب و در زمانی مناسب در برابر آنها واکنش نشان دهد.

در این شرایط، ضرورت اجرای اقدامات مناسب به منظور به حداقل رساندن خطرات، تحلیل رویدادهای منفی از دیدگاه‌های مختلف به منظور تعیین عوامل حیاتی موفقیت و مدنظر قرار دادن آن‌ها در استراتژی‌های مقاصد گردشگری، بیش از پیش حائز اهمیت می‌باشد. بحران‌های

طبیعی و بلایای طبیعی در گردشگری باعث تأثیرات منفی بر عملکرد دولت‌ها، فعالان بخش خصوصی و مقاصد گردشگری می‌شوند که ممکن است محصولات و خدمات آن‌ها را بصورت مستقیم یا غیرمستقیم تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین دانش مدیریت بحران به منظور مدیریت و کنترل بحران‌ها و همچنین پیشگیری، از اهمیت فراوانی برخوردار می‌باشد.

هدف اصلی این کتاب، تدوین چارچوب کلی برای مدیریت بحران‌های پیشروی صنعت گردشگری می‌باشد و اصولی را برای تحلیل بیشتر فراهم می‌آورد. این کتاب موضوع مهم پیشگیری را مطرح می‌کند و همچنین چگونگی مدیریت و کنترل بحران‌های به وجود آمده و ابعاد استریک و تکنیک‌های عملیاتی مربوطه را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این کتاب، نظریه‌ها و اقداماتی مطرح می‌شود که می‌تواند درک بهتری از مصرف‌کنندگان و واکنش‌های اقتصادی و زیست محیطی به منظور آمادگی بیشتر کسب و کارهای صنعت گردشگری در مواجهه با بحران و راهکارهای غیرعادی ارائه نماید؛ در نتیجه توسعه‌ای پایدار برای افراد فعال در صنعت گردشگری. همچنین مصرف‌کنندگان خدمات در این صنعت را به همراه خواهد داشت. این موضوع به شیوه‌ای علمی و ساختارمند مورد بررسی قرار گرفته و دستورالعمل‌های موثر و اصول اساسی ارائه می‌دهد.

با توجه به مطالب ذکر شده، این کتاب برای چه افرادی کاربرد دارد؟

➤ دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته مدیریت گردشگری

➤ دانشجویان و اساتید در حوزه مدیریت ریسک و بحران به ویژه در صنعت گردشگری

➤ کلیه مدیران، صاحب‌نظران و فعالان صنعت گردشگری و حوزه مدیریت بحران

➤ علاقمندان به مسائل مربوط به ریسک و بحران در زمینه‌های تجاری

در پایان ضمن عرض تشکر از ناشر محترم بابت حمایت‌های بی‌ریغ و دلسوزانه و آرزوی توفیق برای کلیه مخاطبان این اثر، جا دارد از سرکار خانم‌ها: فاطمه آرکان، زبانه کاوسی و الهه شادیان دانشجویان گرانقدر رشته مدیریت هتلداری مجتمع آموزش عالی بهبه که در ویراستاری کتاب ما را همراهی کردند، صمیمانه تشکر داشته باشیم. همچنین با توجه به اینکه هیچ اثر علمی خالی از ایراد و اشکال نیست، لذا از کلیه خوانندگان، پژوهشگران و صاحب‌نظران مشتاقانه دعوت می‌شود تا نظرات و پیشنهادات خود را از طریق ناشر محترم به اطلاع نویسندگان برسانند تا در چاپ‌های بعدی مورد توجه قرار گیرد.

با تجدید احترام

گروه نویسندگان - تابستان ۹۸

فصل اول- چالش مدیریت بحران و گردشگری در دنیای در حال تغییر	۱۳
۱-۱ مقدمه	۱۳
شرایط زندگی انسان ها	۱۴
تغییرات طبیعی	۱۷
۲-۱ الگوی نوظهور: پذیرش مدیریت بحران و بلایا در گردشگری	۲۴
۳-۱ برنامه ریزی و مدیریت راهبردی بحران ها و بلایا	۳۴
از واکنش و مدیریت به کاهش و برنامه ریزی	۳۵
۴-۱ بررسی ریسک و آسیب پذیری؛ پیشگیری، کاهش و تعدیل بلایا	۳۸
۵-۱ اقدامات تعدیلی	۴۰
۵-۱-۱ تعدیل آسیب ها	۴۲
۵-۱-۲ تعدیل حوادث	۴۳
۵-۱-۳ تعدیل آسیب پذیری	۴۵
آمادگی در برابر بلایا: پیشگیری	۴۸
آمادگی در برابر بلایا: بسیج سیستم های هشدار	۴۹
۶-۱ ادغام پایش بحران با برنامه ریزی: ایجاد طرح های بحران	۵۳
۷-۱ سیستم ها و ابزارهای مدیریت بحران	۵۴
۸-۱ برنامه ریزی و آمادگی در برابر بحران در شرایط بحران	۵۶
۸-۱-۱ هماهنگی، تشریک مساعی و رهبری	۵۷
۸-۱-۲ تصمیم گیری، رهبری و تخصیص منابع	۶۰
۸-۱-۳ سازمان و استقرار منابع تجاری	۶۰
۸-۱-۴ استقرار منابع اطلاعاتی و ارتباطی	۶۱
۹-۱ ارتباطات در بحران ها و بلایا	۶۲
۹-۱-۱ ادراک خطر: شناخت مقصد منتخب	۶۲
۹-۱-۲ تصویر، وجهه و اعتبار	۶۴
۹-۱-۳ تاثیر رسانه ها	۶۶
۹-۱-۴ ارتباطات و کنترل بحران سازمانی	۶۸
۹-۱-۵ ارتباطات بحران در مراحل اضطراب و میانی	۷۲
۱۰-۱ چالش های بحران ها و بلایای آتی	۷۴
۱۱-۱ شناخت بحران ها و بلایای گردشگری	۷۷
برنامه ریزی، آماده سازی و آمادگی	۷۷
واکنش، اجرا و مدیریت	۷۸

۷۹.....	۱-۱۲ رویکرد فرارشته‌ای در بررسی و پژوهش مدیریت بحران.....
۸۳.....	فصل دوم- اصول اساسی مدیریت بحران.....
۸۳.....	۲-۱ مقدمه.....
۸۵.....	۲-۲ اهمیت مدیریت بحران گردشگری.....
۸۷.....	۲-۳ مراحل مدیریت بحران گردشگری.....
۸۹.....	۲-۴ بحران شناسی و مدیریت بحران.....
۹۲.....	۲-۵ ویژگی‌های بحران.....
۹۲.....	۲-۶ انواع بحران.....
۹۳.....	۲-۶-۱ بحران‌های طبیعی.....
۹۳.....	۲-۶-۲ بحران‌های فناورانه.....
۹۳.....	۲-۶-۳ بحران‌های انسانی یا ساخت.....
۹۴.....	۲-۷ سطوح بحران.....
۹۵.....	۲-۸ ابعاد بحران.....
۹۵.....	۲-۹ مدیریت بحران.....
۹۷.....	۲-۱۰ چرخه مدیریت بحران.....
۱۰۰.....	فاجعه، تغییر مسیر، تغییرات ساختاری و رتبه‌بندی.....
۱۰۱.....	۲-۱۱ طبقه‌بندی بحران‌ها.....
۱۰۲.....	۲-۱۲ ویژگی‌های مدیر بحران.....
۱۰۳.....	۲-۱۲-۱ وظایف مدیر بحران.....
۱۰۳.....	۲-۱۳ مراحل مدیریت بحران.....
۱۰۴.....	۲-۱۴ مدیریت زمان وقوع بحران.....
۱۰۴.....	مدیریت بحران اورژانسی.....
۱۰۵.....	حمایت از گروه‌های داوطلب.....
۱۰۵.....	همه‌پنداری سازمانی.....
۱۰۶.....	۲-۱۵ تمرین کردن طرح شرایط اضطراری.....
۱۰۷.....	سیستم‌های ارتباطی.....
۱۰۷.....	مدیریت اطلاعات.....
۱۰۸.....	شناسایی ناحیه‌ای.....
۱۰۸.....	شناسایی شهری.....
۱۰۹.....	تجسس و نجات.....
۱۰۹.....	تعداد افراد گرفتار.....
۱۰۹.....	زمان زنده ماندن افراد گرفتار.....
۱۱۰.....	سرعت امداد و نجات.....

۱۱۲.....	تقویت گروه‌های تجسس و نجات محلی.....
۱۱۲.....	۲-۱۶ رویدادهای منفی بحرانی در گردشگری.....
۱۱۴.....	شناخت رویدادهای منفی.....
۱۱۵.....	متغیرهای تأثیرگذار بر انتشار خبر.....
۱۱۷.....	نقش رسانه‌های ارتباط جمعی.....
۱۱۸.....	۲-۱۷ چالش‌های پیش‌روی مدیریت بحران در صنعت گردشگری.....
۱۲۰.....	محصول گردشگری.....
۱۲۳.....	فصل سوم- مدیریت بحران در گردشگری و حوزه‌های فعالیت آن
۱۲۳.....	۳-۱ مقدمه.....
۱۲۵.....	۳-۲ مصرف‌کننده به عنوان حوزه‌ای از فعالیت.....
۱۲۵.....	تأثیر سهامداران.....
۱۲۷.....	فرآیند تصمیم‌گیری خرید.....
۱۳۰.....	دیدگاه مشارکت.....
۱۳۲.....	۳-۳ آگاهی از ریسک و ارزیابی آن.....
۱۳۳.....	۳-۳-۱ عوامل کمی ریسک.....
۱۳۵.....	۳-۳-۲ ویژگی‌های کیفی تصمیم‌گیری ریسک.....
۱۳۷.....	۳-۳-۳ عوامل شخصی ریسک.....
۱۳۹.....	۳-۳-۴ عوامل خاص ریسک-تهدید برای زیورستی.....
۱۴۱.....	۳-۳-۵ پذیرش ریسک.....
۱۴۲.....	۳-۴ بُعد قانونی- محدودیت‌های رفتاری.....
۱۴۲.....	فرصت‌های موجود برای گردشگران انفرادی.....
۱۴۲.....	فرصت‌های موجود برای گردشگران گروهی.....
۱۴۳.....	۳-۵ حوادث غیر قابل پیش‌بینی طبیعی.....
۱۴۵.....	حوادثی که حوادث غیر قابل پیش‌بینی طبیعی محسوب نمی‌شوند.....
۱۴۶.....	بعد زمان، مراحل تصمیم‌گیری سفر.....
۱۴۶.....	۳-۶ مرحله جهت‌گیری و تصمیم‌گیری.....
۱۴۸.....	۳-۶-۱ مرحله پس از تصمیم‌گیری.....
۱۴۹.....	مرحله سفر.....
۱۵۰.....	مرحله پس از سفر.....
۱۵۰.....	۳-۷ بحران‌های گردشگری، علت‌ها و پیامدها.....
۱۵۲.....	۳-۸ حوزه بحران‌های گردشگری.....
۱۵۴.....	۳-۹ مدیریت بحران گردشگری.....
۱۵۸.....	۳-۱۰ مطالعه بحران‌های گردشگری.....
۱۶۰.....	سیاست، دولت و گردشگری.....

۱۶۰.....	۱۱-۳ بی ثباتی سیاسی و بحران‌های گردشگری.....
۱۶۳.....	واکنش به بحران‌های سیاسی گردشگری.....
۱۶۷.....	۱۲-۳ گردشگری و تروریسم.....
۱۶۸.....	۱-۱۲-۳ واکنش در برابر تروریسم.....
۱۷۱.....	۲-۱۲-۳ راهکارهای بازدارنده.....
۱۷۳.....	۱۳-۳ اثرات فرهنگی - اجتماعی گردشگری.....
۱۷۵.....	۱۴-۳ شرایط فرهنگی - اجتماعی و بحران‌های گردشگری.....
۱۷۵.....	۱۵-۳ مدیریت بحران‌های فرهنگی - اجتماعی گردشگری.....
۱۷۷.....	۱۶-۳ گردشی و آسیب‌های زیست محیطی.....
۱۷۸.....	۱۰-۱۶-۳ پل دیگر بحران‌های زیست محیطی و گردشگری.....
۱۸۰.....	۲-۱۶-۳ واکنش به بحران‌های زیست محیطی گردشگری.....
۱۸۴.....	۱۷-۳ انواع گوناگون بحران‌های تجاری.....
۱۸۶.....	تغییر تقاضا.....
۱۸۶.....	بین‌المللی شدن.....
۱۸۷.....	رقابت.....
۱۸۸.....	مسائل مالی.....
۱۸۹.....	نیروی کار.....
۱۹۰.....	۱۸-۳ ویژگی‌های متمایز برنامه‌های مدیریت بحران گردشگری.....
۱۹۲.....	نقش مشارکت.....
۱۹۴.....	چشم اندازها.....
۱۹۴.....	۳-۱۹ محصول گردشگری به عنوان محدوده‌ای از فعالیت.....
۱۹۶.....	۳-۲۰ عوامل تعیین کننده مزیت رقابتی.....
۱۹۷.....	مزیت تمایزبخشی در مزایای اصلی.....
۱۹۸.....	منفعت تمایزبخشی در مزایای اضافی.....
۱۹۹.....	مزیت قیمتی.....
۲۰۰.....	بعد زمان.....
۲۰۰.....	تصویر ذهنی مقصد.....
۲۰۲.....	تصویر ذهنی کشور.....
۲۰۳.....	تصویر منطقه‌ای.....
۲۰۵.....	بعد تجربه.....
۲۰۵.....	بعد جغرافیایی.....
۲۰۶.....	تاثیر تصویر ذهنی مرتبط با رویدادهای امنیتی.....
۲۰۷.....	ضمانت محصول.....

۲۰۹	۲۱-۳ رقیبا به عنوان محدوده‌ای از فعالیت
۲۱۱	۲۲-۳ دولت به عنوان محدوده‌ای از فعالیت
۲۱۴	۲۳-۳ سرمایه‌گذاران، کارکنان و دیگر محدوده‌های فعالیت
۲۱۵	رتبه‌بندی فعالیت‌ها
۲۱۷	فصل چهارم- روش‌های تحلیل و پیش‌بینی
۲۱۷	۱-۴ مقدمه
۲۱۸	۲-۴ شناسایی سطوح و رویدادهای مهم
۲۱۹	۳-۴ تحلیل تأثیر متقابل و آسیب‌پذیری
۲۲۰	ماتریس تعامل
۲۲۱	روش دلفی
۲۲۲	تحلیل ساریو
۲۲۲	انتقال تصویر ذهنی منفی
۲۲۳	مفاهیم مربوط به تصویر ذهنی
۲۲۴	۴-۴ انواع محصولات، رویدادها
۲۲۶	سنجش تشابه
۲۲۷	۵-۴ فرصت‌های جدید با استفاده از فعالیت برذهنی
۲۲۸	۶-۴ سیستم‌ها و روش‌های هشداردهی اولیه
۲۳۰	هشداردهی اولیه شاخص‌محور
۲۳۰	تعیین سطوح مورد بررسی
۲۳۰	۷-۴ تعیین شاخص‌های هشداردهی اولیه
۲۳۱	شاخص‌های مرتبط با خطرات کشورهای مختلف
۲۳۲	نقشه ریسک- گروه ریسک‌های کنترل
۲۳۳	۸-۴ توصیه سفر
۲۳۸	۹-۴ شاخص‌هایی برای ریسک‌های اکولوژیکی و سلامتی
۲۴۰	۱۰-۴ جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات
۲۴۰	تعیین اولیه نشانه‌های ضعیف
۲۴۲	پیمایش درباره‌ی ناپیوستگی‌ها
۲۴۳	تحلیل پورتفولیو
۲۴۴	رویه‌های ساختاری روند
۲۴۵	۱۱-۴ سیستم‌های هشداردهی اولیه مبتنی بر کامپیوتر
۲۴۷	۱۲-۴ محدودیت‌ها و احتمالات موجود در هشداردهی اولیه
۲۴۹	فصل پنجم- اقدامات استراتژیک در مدیریت بحران
۲۴۹	۱-۵ مقدمه

۲۴۹	۲-۵ مدیریت پیشگیرانه بحران درون چارچوب استراتژی شرکتی
۲۵۱	تمایزبخشی
۲۵۳	استراتژی تمرکز
۲۵۴	۳-۵ اقدامات مدیریت پیشگیرانه بحران از طریق فعالیت‌های استراتژیک
۲۵۴	متنوع‌سازی
۲۵۵	انتقال
۲۵۵	برون سپاری
۲۵۶	همکاری
۲۵۷	بیمه
۲۵۹	۴-۵ انواع اساسی استراتژی‌های کنترل بحران
۲۶۰	۴-۵-۱ رویکرد کنش‌گرایانه
۲۶۱	۴-۵-۲ رویکرد واکنشی
۲۶۳	۵-۵ چارچوب راهبردی پیشنهادی برای بحران‌ها و بلایا در گردشگری
۲۶۷	فصل ششم- برنامه‌ریزی بحران و اقدامات سازمانی
۲۶۷	۱-۶ مقدمه
۲۶۷	۲-۶ معرفی اصول برنامه مدیریت بحران
۲۷۰	۳-۶ گام‌های طراحی برنامه عملیاتی مدیریت بحران
۲۷۱	۴-۶ تشکیل تیم برنامه ریزی
۲۷۲	۵-۶ شناخت وضعیت موجود و ارزیابی مخاطرات
۲۷۲	تعیین اهداف
۲۷۲	ایجاد برنامه، تشخیص منابع و اطلاعات
۲۷۳	آماده سازی، تایید و انتشار برنامه
۲۷۳	اجرا، تمرین، بازنگری و نگه داری برنامه
۲۷۴	۶-۶ برنامه‌ریزی عام
۲۷۴	تعیین ساختارها و مسئولیت
۲۷۵	۷-۶ استفاده از متخصصین خارج از سازمان
۲۷۷	۸-۶ اقدامات در زمینه زیرساخت‌ها
۲۷۸	۹-۶ برنامه‌ریزی اقتضایی
۲۷۹	آموزش
۲۸۱	۱۰-۶ برنامه‌ریزی پیشگیرانه
۲۸۲	منابع