



انجمن علمی گردشگری ایران

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل ایجاد شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری

سیدحسن حسینی^۱، سیدحجت موسوی^۲

DOI:10.22034/jtd.2024.457520.2920

چکیده

گردشگری، به‌منزله نیاز اساسی جوامع امروزی، با بحران‌های گوناگون طبیعی و انسانی مواجه است که امنیت گردشگران را به خطر می‌اندازد. ازاین‌رو، پژوهش پیش‌رو با هدف شناسایی و اولویت‌بندی عوامل ایجاد شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری انجام شده است. ابتدا این عوامل براساس نظرسنجی از کارشناسان ذی‌ربط و نتایج پژوهش‌های مشابه شناسایی شد. سپس، پرسش‌نامه‌ای براساس شاخص‌های انسانی، مدیریتی، اجتماعی، طبیعی و سیاسی با طیف پنج‌تایی لیکرت تدوین و پس از کدگذاری و تأیید روایی و پایایی، در بین نمونه آماری توزیع شد. درنهایت، داده‌ها با آزمون‌های کولموگروف-اسمیرنوف، اسپیرمن، فریدمن و مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهد که متغیرهای هجوم گردشگران بیش از ظرفیت تحمل (آماره ۲۰۹/۰۱۷ و میانگین ۴/۷۸۱۸)، کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات گردشگری (آماره ۲۰۶/۸۰۵ و میانگین ۴/۷۳۴)، وجود تورهای خودگردان بی‌مجوز و رقابت با تورهای قانونی (آماره ۲۰۰/۴۹۲ و میانگین ۴/۷۲۹۱) بیشترین تأثیر را در ایجاد شرایط بحرانی تورها دارند. علاوه‌بر این، از نظر مدیریتی هجوم گردشگران بیش از ظرفیت تحمل (بار عاملی ۰/۹۴)، از نظر سیاسی ناامنی ناشی از جنگ و تروریسم (بار عاملی ۰/۷۹)، از نظر طبیعی شرایط نامناسب آب‌وهوایی (بار عاملی ۰/۷۶)، از نظر اجتماعی شیوع بیماری‌های واگیردار (بار عاملی ۰/۶۷)، از نظر انسانی شاخص خسته‌کنندگی مسیر (بار عاملی ۰/۶۴) و در الگوی کلی عوامل اجتماعی و مدیریتی (بار عاملی ۰/۹۸ و ۰/۷۳) مؤثرترین علل ایجاد شرایط اضطراری تورها هستند. درمجموع، ریسک ناشی از رقابت ناسالم تورگردان‌ها و محوطه‌های گردشگری، مسائل فرهنگی و اجتماعی گروه‌های گردشگری، منابع و امکانات مقصد، شیوع بیماری و حوادث غیرمترقبه مهم‌ترین بحران‌های تورگردانی هستند که به مدیریت و برنامه‌ریزی متولیان امر نیاز دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۲

واژه‌های کلیدی:

گردشگری، شرایط اضطراری، تورگردانی، بحران

مقدمه

از مهم‌ترین تحولات اجتماعی جوامع معاصر، توجه به اوقات فراغت به‌منزله یکی از نیازهای اساسی در زندگی تحت سیطره فناوری‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است. در راستای چنین تحولی، گردشگری نیز در قالب نیازی روزمره و یکی از شیوه‌های گذران اوقات فراغت مطرح بوده و تأثیر چشمگیری در محیط‌زیست، اقتصاد و معیشت و فرهنگ جوامع دارد

(Rasouli et al., 2014). صنعت گردشگری یکی از

منابع مهم درآمد و از عوامل مؤثر در تبادلات فرهنگی بین ملت‌ها و جوامع است و به‌عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان جایگاه ویژه اقتصادی دارد. ازاین‌رو، بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده در پی افزایش بیش از پیش منافع و عواید خود از این فعالیت سودآور بین‌المللی هستند (Kazemi, 2012). بنابراین، گردشگری پدیده‌ای انبوه است که بزرگ‌ترین

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد طبیعت‌گردی-اکوتوریسم، گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران
۲- دانشیار گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران، نویسنده مسئول و عهده دار مکاتبات
hmousavi15@kashanu.ac.ir+989196702813



تحرك اجتماعي و اقتصادي در پهنه جغرافيايي جهان به شمار مي‌رود (Ali Akbari et al., 2019) و طی نیم قرن گذشته رشد و توسعه چشمگیری داشته است (Sharpley, 2009). گردشگری فعالیتی پیچیده و در حال توسعه است که عاملی مؤثر برای رونق بخشیدن به وضعیت معیشت، اشتغال و حفظ فرهنگ کشورها به شمار می‌رود (Kachniewska, 2015). این فعالیت با افزایش مداوم شمار گردشگران و هزینه‌کرد آن‌ها همراه است و پیش‌بینی می‌شود این شرایط در آینده نیز ادامه یابد (Dwyer, 2016). بنابراین، در پنجاه سال اخیر گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است (Altman & Aleksanyan, 2016). این فعالیت تأثیر مثبتی روی توسعه اقتصادی کشورها مخصوصاً ارزآوری، اشتغال‌زایی و درآمدهای مالیاتی دارد (Richards, 2013). توسعه روزافزون گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده است این فعالیت بزرگ‌ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه‌ریزان را به خود جلب کند (Liu et al., 2013). این صنعت، با نیروی قدرتمند خود، سبب تغییرات گسترده در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته و کمتر توسعه‌یافته شده است و در اقتصاد جهانی اهمیت فراوانی دارد (Alipour & Kaboudi, 2012). به‌طوری که یکی از منابع مهم درآمدهای ارزی کشورها است و بخش بزرگی از برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های جهان فعلی را به خود اختصاص داده است (Hudson et al., 2016). با رونق جهانی صنعت گردشگری، بسیاری از کشورهای در حال توسعه اهمیت آن را به‌منزله عاملی مهم در توسعه اقتصادی منطقه‌ای درک کرده‌اند. بدین ترتیب، این صنعت از ارکان مهم اقتصاد جهانی به شمار می‌رود و سرمایه‌گذاری در این صنعت از پربازده‌ترین سرمایه‌گذاری‌ها است (Ramesht & Faeyzelahi, 2013). در مجموع، این صنعت در سال‌های اخیر تأثیرات زیادی در وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان داشته است. ایجاد اشتغال، ارزآوری، تعادل منطقه‌ای، کمک به صلح جهانی، سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی، بهسازی محیط انسانی و زیستگاه‌های حیات‌وحش، توسعه نواحی دارای جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از برون‌کوچی جمعیت و مانند آن، از جمله مزایای این صنعت است (Qalibaf & Shabanifard, 2018).

در سال‌های اخیر، گردشگری تحت تأثیر بحران‌ها و بلایای زیادی در سرتاسر جهان قرار گرفته است. بحران‌هایی که غیرمترقبه رخ می‌دهند و توجه به آن‌ها

ورفع آن‌ها با فرایندهای مدیریت اثربخش ضروری است (Hamidizadeh et al., 2014; Dastneshan et al., 2015; Evans & Elphick, 2005). خدمات گردشگری یکی از حیاتی‌ترین صنایع اقتصاد جهانی از نظر اقتصادی است و درعین حال بسیار مستعد بحران است. رویدادهای مهم غیرمنتظره‌ای که در گردشگری تأثیر می‌گذارند ممکن است شامل موقعیت‌هایی با شرایط خارجی مانند بلایای طبیعی، بیماری‌های همه‌گیر، حملات تروریستی، بحران‌های مالی (Ferreira, et al., 2024) و همچنین رویدادهای داخلی مانند بحران‌های خانوادگی باشد (Zajadacz & Iaromenko, 2024). علاوه بر این، حوادثی همچون مسائل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فناوری نیز می‌تواند عملکرد سازمان‌های مرتبط با گردشگری را مختل کند و نیازمند پاسخ‌گویی سازمان‌های گردشگری منطقه‌ای و مقامات محلی به‌منظور کاهش آسیب‌ها در مقاصد گردشگری است. طیف گسترده‌ای از خدمات گردشگری مانند اسکان، حمل‌ونقل، پذیرایی، تورگردانی و بسیاری دیگر متأثر از بحران‌های گوناگون هستند. در نتیجه، مدیریت بحران در گردشگری، هم در سطح سازمان و هم در سطح مقاصد گردشگری، چالشی بزرگ است (Zajadacz & Tobolska, 2020). گردشگری، به‌منزله صنعتی متنوع و چندوجهی، ذاتاً در برابر بحران‌های بی‌شمار، از بیماری‌های همه‌گیر گرفته تا حملات تروریستی، آسیب‌پذیر است و این بحران‌ها در عملکرد و شهرت آن تأثیر شایان‌توجهی می‌گذارد. ماهیت ضروری مدیریت مؤثر بحران در بخش گردشگری را نمی‌توان نادیده گرفت، زیرا همچون پایه‌ای برای پایداری و انعطاف‌پذیری مشاغل و مقاصد در این صنعت عمل می‌کند (Kumar & Raman, 2024). هر بحرانی شرایط خاص خود را دارد و منحصر به فرد است، چراکه برخی جنبه‌ها و خصوصیات کلی آن‌ها همچون غیرمنتظره بودن، خطر و شرایط اضطراری که برای بحران‌ها ذکر می‌شود متفاوت است (Herman, 2015). بحران‌ها خیلی سریع و با کمک عوامل حاشیه‌ای تضعیف‌کننده ساختارهای اجتماعی به وجود می‌آیند و در برابر اقدامات اقتصادی آسیب‌دیده واکنش نشان می‌دهند (Mitroff et al., 1987). بحران‌های بزرگ به شهرت، جاذبه‌ها و زیرساخت‌های مقصد گردشگری آسیب می‌رسانند که بازسازی هریک از آن‌ها ممکن است سال‌ها به طول بینجامد. بحران‌ها باعث انتقال جریان گردشگری نه‌فقط از یک مقصد خاص، بلکه از مناطق و



است به رکود اقتصادی شایان توجهی در بلندمدت منجر شوند. چنین نامالایماتی بر اقتصادهای وابسته به گردشگری به‌عنوان منبع اصلی ارزآوری خارجی عمیقاً تأثیر می‌گذارد و پایداری را چالش‌برانگیزتر می‌کند (Yasar Dinçer et al., 2024). با وجود آثار ویرانگری که بحران‌ها به‌ویژه طبیعی می‌تواند در صنعت گردشگری داشته باشد، تنها تعداد اندکی از مقصدهای گردشگری راهبردهای مدیریت حوادث و بلایا را به‌طور مناسب و به‌منزلهٔ بخش جدایی‌ناپذیر طرح تجاری خود توسعه داده‌اند (Cassedy, 1991). مدیریت بحران، به‌منزلهٔ مفهومی کلی، شامل فرایندی است که منافع همهٔ گروه‌های ذی‌نفع و برنامه‌های اقدام قبلی را در نظر می‌گیرد. می‌توان آن را عامل پیشرفت در نظر گرفت و از آن استفاده کرد، که آغازکنندهٔ تغییراتی برای انطباق بهتر با شرایط محیط متلاطم است (Zajadacz & Iaromenko, 2024). بحران در بخش گردشگری را می‌توان مجموعه‌ای از رویدادهای مخرب تعریف کرد که عملکرد عادی تمامی فعالیت‌های مرتبط را مختل می‌کند و پیامدهایی برای تعداد زیادی از صنایع مرتبط دارد. این بحران‌ها معمولاً در عواملی مانند ایمنی، جذابیت و درجهٔ راحتی به‌طور مداوم برای مدت طولانی تأثیر می‌گذارد و باعث کاهش رضایت و اعتماد گردشگران می‌شود. با توجه به سناریوهای محلی، بحران با کاهش شمار گردشگر عملکرد اقتصادی آن بخش را نیز بدتر می‌کند (Ritchie & Jiang, 2021). به‌ویژه در کشورها و مناطقی که گردشگری یک بخش اقتصادی اساسی است، بحران می‌تواند باعث بروز آسیب‌های اجتماعی متعددی شود، که بر اهمیت تعمیق مسیرهای بهبود تأکید می‌کند. علاوه‌براین، با توجه به اهمیت گردشگری در سرتاسر جهان، بحران محلی می‌تواند به‌سرعت به عاملی برای ایجاد تأثیرات اقتصادی و اجتماعی تبدیل شود (Zajadacz & Iaromenko, 2024). مدیریت بحران در صنعت گردشگری شامل برنامه‌ریزی و مدیریت به‌منظور حفظ منافع و مصالح این صنعت، گردشگران و سایر متصدیان است که گرفتار آسیب‌ها و خسارات بلندمدت ناشی از بحران شده‌اند. همچنین، مدیریت صنعت گردشگری می‌تواند بخش‌های دولتی را با برنامه‌ریزی‌ها، توسعه و ارتقای ساختارها و عملکردها، عاملان و متصدیان مالی همراه و متحد کند. علاوه‌بر این، لازم است مدیران بحران گردشگری احتمال رخداد بحران‌ها را پیش‌بینی و سیاست‌هایی را برای مقابله با آن اتخاذ کنند و راه‌حل‌هایی در نظر بگیرند و برای اجرای

کشورهای مجاور نیز می‌شوند (Cavlek, 2002). غالباً حوادث بزرگ نشان می‌دهد که چگونه تغییری موقت در جهت جریان گردشگری مقصد صورت می‌گیرد و ممکن است تغییرات دائمی شود. همچنین، هنجارهای رفتاری گردشگران دربارۀ مقصد ممکن است در نتیجهٔ بحران و فاجعه تغییر یابد. با توجه به اهمیت اقتصادی صنعت گردشگری، حوادث و بلایا می‌تواند آثار مخرب و پایدار بر مقاصد گردشگری و همچنین اقتصاد کشورها داشته باشند (Evans & Elphick, 2005; Santana, 2004). اگر گردشگر متوجه شود در مقصدی که قصد سفر به آنجا را دارد امکان مخاطره بالا است، ریسک نمی‌کند و از آن سفر انصراف می‌دهد. ازاین‌رو، برای تورگردان‌ها، شناخت مخاطرات موجود با ریسک‌های بالا در منطقهٔ موردبازدید یکی از نکات اساسی مدیریت تورهای گردشگری است.

با این دیدگاه، زمینهٔ اصلی این پژوهش موضوعی دوجبه‌ای است. به‌عبارتی، هم باید به گردشگری و تورگردانی و هم به مخاطرات و شرایط اضطراری اشراف داشت تا بتوان هر دو موضوع را در یک‌جا جمع‌آوری کرد و به نتیجه رسید. بنابراین، در این پژوهش، مخاطرات موجود در تورهای گردشگری اعم از طبیعی و انسان‌ساخت بررسی و شناسایی شده است و آن‌هایی که ریسک بالاتری دارند اولویت‌بندی شده‌اند. درمجموع، نتایج این پژوهش می‌تواند شناختی کلی از عواملی که سبب ایجاد شرایط اضطراری در مقاصد و تورهای گردشگری می‌شود و می‌تواند امنیت گردشگران را به خطر اندازد در اختیار برنامه‌ریزان و مدیران اجرایی تورها قرار دهد تا با کسب دانش در این زمینه آمادگی خود را برای رویارویی با چنین بحران‌هایی افزایش دهند.

مبانی نظری

بحران‌ها، به‌منزلهٔ یکی از مهم‌ترین موانع پایداری فعالیت‌های گردشگری، بی‌ثباتی و عدم اطمینان را ایجاد می‌کنند که آثار آن در سطوح محلی و منطقه‌ای فعالیت‌های گردشگری به‌شدت احساس می‌شود (Gurtner, 2016). علاوه‌بر این، بحران‌ها سبب کاهش ورود گردشگران به مقاصد و به‌تبع آن، کاهش درآمد و آسیب رساندن به پایداری فعالیت‌های گردشگری می‌شود. بحران‌های گردشگری که کشورهای در حال توسعه را به‌صورت خاص تحت تأثیر قرار می‌دهند، عموماً بر همهٔ کشورها نیز تأثیر می‌گذارند؛ ازاین‌رو، درآمدهای ارزی را کاهشی چشمگیر می‌دهند و ممکن



آن‌ها اقدام کنند. بنابراین، هدف اصلی مدیریت بحران گردشگری کاهش خطر و تهدید، پیش‌بینی، پیشگیری، آمادگی، واکنش مناسب، بازگشت‌پذیری و بازسازی پس از رخداد بحران است (Henderson, 2007). کاملاً واضح است که ماهیت وقوع بحران را نمی‌توان پیش از وقوع شناسایی کرد اما می‌توان، از طریق آماده‌سازی دقیق برای مدیریت بلایا براساس احتمال وقوع، آثار سوء آن‌ها را کاهش داد (Faulkner, 2001).

امروزه صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به یکی از بزرگ‌ترین صنایع پول‌ساز و اقتصادی دنیا است. تقاضای گردشگری در کشورها و مناطق مختلف به عوامل گوناگونی بستگی دارد، ولی اطمینان گردشگران از مسائل ایمنی و امنیتی نقش مهم‌تری ایفا می‌کند (Hen-derson, 2007). به عبارتی، حُسن انجام کار صنوف گردشگری در گرو توانایی آن‌ها در ارائه سفر ایمن و با لذت کافی برای تمامی گردشگران است (Hamidiza-deh et al., 2014; Dastneshan et al., 2015; Bre-da & Costa, 2005). مقاصد گردشگری در تمام دنیا همواره حوادث و اتفاقات زیادی را از سر گذرانده است و بلایای طبیعی یا انسان‌ساخت در مقیاس‌های متفاوت تهدیدی برای گردشگران و فضاهای گردشگری بوده است. گردشگران اغلب در شرایط حادثه آسیب‌پذیرتر از افراد محلی هستند، زیرا با خطرهای محلی و منابعی که می‌توان برای پیشگیری از خطر بر آن‌ها تکیه کرد آشنایی کمتری دارند. از این رو، وقوع حوادث در مقاصد گردشگری به راحتی می‌تواند برای گردشگران تبدیل به بحران شود. در این صورت است که اعتبار و جایگاه‌های اجتماعی و سیاسی افراد و گروه‌ها در نتیجه از دست رفتن اعتماد به نفس اعضا بر اثر ناتوانی در کنترل بحران به خطر می‌افتد؛ چراکه انسان با قرار گرفتن در موقعیت بحرانی غافلگیر می‌شوند و زمان اندکی برای گرفتن تصمیمات مهم در موقعیتی تنش‌زا و ناپایدار دارند. همچنین، زمانی که تغییر برای بهتر یا بدتر شدن وضعیت اجتناب‌ناپذیر باشد و شرایط نیز منفعتی را برای مردم و سازمان‌ها نوبد ندهد، بحران‌ها به نقطه سرنوشت‌ساز و حیاتی می‌رسند (Prideaux et al., 2005). از همین رو، موضوعات خاصی همچون پیشگیری از ضرر، مدیریت ریسک و امنیت در بسیاری از برنامه‌های درسی گردشگری گنجانده شده است، اما اصول مدیریت شرایط اضطراری، از جمله میانی نظری و مبتنی بر پژوهش، موجود نیست (Drabek, 2007). بنابراین، با شناسایی مخاطرات محتمل و ریسک‌های موجود و با تحلیل و ارائه راهکارهای مدیریتی مناسب

می‌توان دانش مدیریت بحران برای این مناطق را ترویج و ارتقا داد. تعیین و شناسایی ریسک یکی از راهبردهای درک خطر، مقابله و کاهش آثار نامطلوب آن است.

رویکردهای مطرح در مقابله با بحران‌های گردشگری دیدگاه‌های سنتی^۱، قانون طبیعی^۲ و تعاملی^۳ است. در دیدگاه سنتی، بحران را اساساً پدیده و وضعیتی منفی و نامطلوب می‌دانند که به هر نحوی باید از آن پرهیز کرد. براساس این نگرش، بحران‌ها ماهیتی کاملاً مخرب و بازدارنده دارند. رویکرد این گروه بحران‌گریزی است و مدیرانی که چنین رویکردی را برمی‌گزینند از راهبرد انفعالی و واکنشی در قبال بحران‌ها استفاده می‌کنند. آن‌ها هیچ‌گونه آمادگی قبلی و برنامه مشخصی برای مقابله با بحران ندارند و در مواجهه با آن منفعلانه و نهایتاً واکنشی عمل می‌کنند. طرفداران دیدگاه قانون طبیعی بحران را جزئی از طبیعت زندگی بشر می‌دانند که خواه‌ناخواه رخ می‌دهد. نگرش این دسته نیز نگرشی منفی درباره بحران است، با این تفاوت که؛ برخلاف دیدگاه اول، سعی در انکار بحران و اجتناب از آن ندارند، بلکه در برابر آن موضعی کاملاً منطقی برمی‌گزینند. بنابراین، رویکرد این گروه بحران‌ستیزی است. در این رویکرد از بحران نمی‌گریزند، بلکه با پذیرش آن به‌عنوان قانون طبیعی با نوعی راهبرد فعال به مواجهه و مقابله با بحران می‌پردازند. مدیران و سازمان‌هایی که در برابر بحران چنین رویکردی دارند از تمامی توان و ظرفیتشان برای پیش‌بینی بحران پیش از وقوع و مقابله مؤثر با آن در صورت وقوع بهره می‌گیرند. دیدگاه تعاملی نگاهی کاملاً متفاوت به بحران دارد و برخلاف دو دیدگاه دیگر، به بحران مثبت می‌نگرد و معتقد است نه تنها نباید آن را نفی یا انکار کرد، بلکه در مواقعی نیز باید به استقبال آن رفت. برخلاف دیدگاه سنتی که سکون و ثبات و دیدگاه قانون طبیعی که مقابله و واکنش است، رویکرد تعاملی دیدگاه پویایی و تغییر و تحرک اجتماعی است. بر این اساس، بحران‌ها را بخشی از دیالکتیک اجتماعی می‌دانند که برای رشد و توسعه جامعه لازم‌اند. به عبارتی، این گروه با اتخاذ راهبردی فوق فعال بر کشف فرصت‌های جدید و چشم‌اندازهای نو برای رشد و پویایی تأکید می‌کنند (Moayedfar & Taghvaei, 2015; Moayedfar, 2019; Moayedfar et al., 2014). در نتیجه می‌توان گفت که از بین سه

1. Classic view

2. Natural law

3. Interactive



پرسش‌های مربوط به متغیرهای پژوهش با محوریت بحران‌ها و شرایط اضطراری تورهای گردشگری است. شاخص‌ها و متغیرهای موردسنجش با نظرسنجی از کارشناسان ذی‌ربط و تحلیل نتایج مطالعات مشابه شناسایی و استخراج شده است. روش ارزش‌گذاری متغیرهای موردسنجش مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) بوده که یکی از روش‌های متداول و معمول نظرسنجی است؛ بدین ترتیب که با قرار دادن مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت در مقابل هریک از معیارها و متغیرهای موردسنجش از نمونه آماری به نمایندگی از جامعه نظرسنجی صورت گرفت (جدول ۱).

برای ارزیابی روایی محتوایی پرسش‌نامه از نظر تخصصی بیست نفر از کارشناسان صنعت گردشگری با سابقه کاری بیش از پنج سال، که به روش گلوله برفی انتخاب شدند، استفاده شد. برای این منظور، از متخصصان درخواست شد، پس از بررسی کیفی ابزار گردآوری داده و شاخص‌ها و متغیرهای موردسنجش، بازخوردهای لازم را ارائه دهند، که براساس آن موارد مطرح‌شده اصلاح شد. همچنین، به‌منظور بررسی شاخص روایی محتوایی از روش والتز و باسل^۱ استفاده شد؛ بدین صورت که متخصصان «ارتباط»، «وضوح» و «سادگی» هر گویه (پرسش) را براساس طیف ارزش‌گذاری از ۱ (مربوط/ واضح/ ساده نیست)، ۲ (نسبتاً مربوط/ واضح/ ساده است)، ۳ (مربوط/ واضح/ ساده است) تا ۴ (کاملاً مربوط/ واضح/ ساده است) مشخص کردند. سپس شاخص روایی محتوایی (CVI)^۲ طبق معادله ۲ محاسبه شد که در آن، ne تعداد متخصصانی است که به گویه ارزش‌های ۴ و ۵ دادند و N تعداد کل متخصصان است (al et Sarmad, 2014). حداقل مقدار قابل قبول برای شاخص CVI ۰/۷۹ است که طبق جدول ۲ برای تمامی پرسش‌های پرسش‌نامه این مقادیر ۰/۸ و بیشتر بوده است. ازاین‌رو، روایی محتوایی ابزار جمع‌آوری داده تأیید می‌شود.

$$CVI = \frac{ne}{N}$$

معادله ۲

نمره تأثیر متغیرها نیز، پس از تعیین میزان اهمیت هریک از پرسش‌ها توسط متخصصان، از طریق معادله ۳ محاسبه شد که در آن IG نمره تأثیر، FP درصد فراوانی و Im اهمیت است. برای پذیرش روایی صوری هر پرسش، نمره تأثیر آن نباید کمتر از ۱/۵ باشد و فقط پرسش‌های قابل قبول است که نمره آن‌ها بیشتر از ۱/۵ باشد (Polit et al., 2007). طبق جدول ۱، برای تمامی

رویکرد مذکور، دیدگاه تعاملی نگاهی کاملاً مثبت به بحران دارد و بحران را عرصه تعامل میان عناصر و عوامل مختلفی می‌داند که نتیجه کلی در جهت نوعی نظم و تعادل و پویایی حرکت می‌کند (Geary, 2001). شرایط اضطراری و رخداد بحران در صنعت گردشگری معمولاً دارای چنین خصوصیتی است. بااین حال، در برخی موقعیت‌های خاص بحران‌های فاقد فوریت را می‌توان پیش‌بینی کرد. بحران‌ها به عرصه یک گروه یا یک شرکت خاص محدود نمی‌شوند و این تعبیر می‌تواند به بررسی موقعیت‌ها یا شرایط اضطراری بسط یابد، که در آن گردشگران و فعالان صنعت گردشگری به‌صورت گروهی یا فردی با تغییری مواجه‌اند که به‌صورت بالقوه برای همه یا گروه خاصی مخرب و زیان‌بار است (Henderson, 2007).

روش شناسایی پژوهش

با توجه به اهمیت مباحث گردشگری و تورگردانی و مخاطرات احتمالی آن، روش اجرای این پژوهش کمی و تحلیلی است که با شناسایی عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورها آغاز شده و درنهایت به اولویت‌بندی مهم‌ترین عوامل با کمک روش‌های تحلیل آماری و مدل‌سازی معادلات ساختاری خاتمه یافته است. بنابراین، نتایج این پژوهش جنبه کاربردی دارد و می‌توان از در سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی تورهای گردشگری بهره گرفت. ازاین‌رو، پژوهش با رویکرد حل مسئله انجام شده است و از نظر هدف کاربردی، از نظر مسئله پژوهش توصیفی و تحلیلی، از نظر جمع‌آوری داده‌ها پیمایشی و از نظر ماهیت داده‌ها و تحلیل آن‌ها کمی و آماری است. مکان پژوهش محدود به شهر قم بوده و زمان پژوهش نیز در بهار و تابستان ۱۴۰۲ بوده است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی تورگردان‌ها و مدیران اجرایی تورهای گردشگری در شهر قم است. با توجه به نامحدود بودن حجم جامعه آماری، برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران (معادله ۱) استفاده شد که در آن Z آماره توزیع نرمال است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱/۹۶ است، احتمال موفقیت (p) و احتمال عدم موفقیت (q) ۰/۵ و میزان خطای استاندارد (e) ۰/۰۸ در نظر گرفته شده است. به این ترتیب، حداقل حجم نمونه ۳۸۴ نفر محاسبه شده است.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

معادله ۱

ابزار جمع‌آوری داده پرسش‌نامه محقق‌ساخته حاوی دو بخش پرسش‌های جمعیت‌شناختی جامعه آماری و

1. Waltz and Bausell

2. Content Validity Index

پرسش‌های پرسش‌نامه این مقادیر حداقل ۳/۶ و بیشتر بوده است، بنابراین روایی صوری آن تأیید می‌شود. برای سنجش پایایی ابزار پژوهش نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج حاصل از آن در جدول ۱ گزارش شده است و مقادیر آلفای حداقل ۰/۷۹ و بیشتر از آن نشان از تأیید پایایی پرسش‌نامه دارد.

$$IG = Sum(FP * IM)$$

معادله ۳

جدول ۱: متغیرهای مورد سنجش با موضوعیت شرایط اضطراری تورهای گردشگری به همراه روایی و پایایی

شاخص	کد	گویه	ارتباط	وضوح	سادگی	نمره تأثیر	آلفای کرونباخ
انسانی	h1-1	خسته‌کننده بودن مسیر دسترسی به محوطه و جاذبه گردشگری برای گردشگران	۱	۱	۱	۴/۱	۰/۸۹
	h1-2	بروز مشکلات جسمی و شخصی اعم از شکستگی، دررفتگی اعضای بدن و غیره برای گردشگر یا راهنمای تور	۰/۹	۱	۱	۴/۳	
	h1-3	بی‌علاقگی برخی از گردشگران به محوطه و جاذبه‌های گردشگری در نظر گرفته شده	۰/۸	۱	۱	۳/۶	
	h1-4	ترس گردشگران از برخی مناطق مانند کوهستان‌ها، سواحل، جنگل‌های متراکم	۱	۰/۹	۱	۴/۴	
	h1-5	بیمار شدن گردشگران یا راهنمای تور	۰/۹	۱	۱	۴/۲	
	h1-6	فوت گردشگران یا راهنمای تور	۱	۱	۰/۹	۴/۲	
مدیریتی	m2-1	ناهماهنگی بین برنامه تور و اقدامات اجرایی بخش خدماتی در ارائه خدمات	۱	۱	۱	۴/۲	۰/۹۱
	m2-2	زیاد بودن هزینه‌های تور	۱	۰/۹	۱	۴/۹	
	m2-3	کمبود امکانات و تسهیلات متناسب با خواسته‌ها و روحیات گردشگران در تور	۰/۸	۱	۱	۴/۳	
	m2-4	مشکل فنی، خرابی یا تصادف وسیله نقلیه	۰/۹	۱	۱	۴/۲	
	m2-5	نبود راهنمای محلی در مکان	۱	۱	۱	۴/۸	
	m2-6	همکاری ضعیف یا همکاری نکردن بخش خدمات‌رسان با تیم گردشگری	۰/۹	۱	۱	۴/۷	
	m2-7	کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات منطقه گردشگری	۱	۱	۱	۴/۷	
	m2-8	هجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت تحمل محوطه گردشگری	۱	۱	۱	۴/۸	
	m2-9	وجود تورهای خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار	۰/۹	۰/۹	۱	۳/۷	





شاخص	کد	گویه	ارتباط	وضوح	سادگی	نمره تأثیر	آلفای کرونباخ
اجتماعی	s3-1	گم شدن افراد و دزدیده شدن وسایل ارزشمند گردشگران	۰/۸	۱	۱	۴	۰/۷۹
	s3-2	وجود گردشگران و افراد ناسازگار با رفتارهای ناپه‌نجاهار در مجموعه تور و منطقه گردشگری	۰/۸	۰/۹	۰/۹	۳/۸	
	s3-3	تعارضات فرهنگی و اقتصادی جامعه میزبان با گردشگران	۰/۸	۱	۱	۴/۲	
	s3-4	پذیرفته نشدن گردشگران از سوی جامعه میزبان	۰/۸	۱	۱	۴/۱	
	s3-5	رعایت نشدن مسائل زیست‌محیطی از سوی گردشگران و تخریب و آلودگی محوطه‌های گردشگری	۱	۱	۱	۴/۸	
	s3-6	امنیت و جایگاه نسبتاً پایین شغل راهنمایی تور	۱	۰/۹	۱	۴/۴	
	s3-7	اثرگذاری شیوع بیماری‌های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری	۰/۹	۰/۹	۱	۴/۴	
طبیعی	n4-1	بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش‌سوزی، زلزله، سیل	۱	۱	۱	۴/۲	۰/۸۲
	n4-2	بروز حوادث ناشی از حیوانات وحشی	۱	۱	۱	۴/۲	
	n4-3	مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب‌وهوایی	۰/۹	۱	۱	۴/۹	
قانونی و سیاسی	P5-1	فقدان قانون‌گذاری یا برنامه مدون بازدید از محوطه گردشگری	۰/۸	۰/۸	۱	۴/۲	۰/۸۵
	P5-2	همکاری نکردن مسئولان اداری و اجرایی محوطه گردشگری با مجموعه تور	۱	۱	۱	۴/۴	
	P5-3	وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروهک‌های تروریستی	۰/۸	۱	۱	۴/۲	

گردشگری از مؤلفه بار عاملی مستخرج از مدل‌سازی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزار ایموس گرافیکز^۲ استفاده شد.

یافته‌ها و نتایج پژوهش

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری در جدول ۲ گزارش شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ۵۰ درصد افراد نمونه بین ۳۱ تا ۴۰ سال سن دارند.

به‌منظور پردازش داده‌ها از روش‌های تحلیلی آمار توصیفی و استنباطی در محیط نرم‌افزار اسپس‌اس نظیر آمار توصیفی برای شناخت جامعه آماری، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف^۱ برای بررسی توزیع نرمال داده، آزمون همبستگی اسپیرمن برای ارتباط‌سنجی، آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی و تعیین اولویت متغیرها بهره‌گیری شد. همچنین، برای بررسی تعیین میزان اثرگذاری متغیرها در ایجاد شرایط اضطراری تورهای

2. Amos Graphics

1. Kolmogorov-Smirnov

همچنین، ۶۰ درصد آن‌ها مرد و متأهل هستند. و ۶۰ درصد بین ۱ تا ۳ سال سابقه تورگردانی ۴۳ درصد نیز دارای تحصیلات کارشناسی بوده‌اند دارند.

جدول ۲: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری

ردیف	شاخص	گویه	تعداد فراوانی	درصد فراوانی
۱	وضعیت سنی	کمتر از ۳۰ سال	۱۱۳	۲۹
		از ۳۱ تا ۴۰ سال	۱۹۲	۵۰
		از ۴۱ تا ۵۰ سال	۴۹	۱۳
		بیشتر از ۵۱ سال	۳۰	۸
۲	وضعیت تأهل	مجرد	۱۳۳	۳۵
		متأهل	۲۵۱	۶۵
۳	جنسیت	مرد	۲۳۱	۶۰
		زن	۱۵۳	۴۰
۴	تحصیلات	دیپلم	۵۵	۱۴
		کاردانی	۶۸	۱۸
		کارشناسی	۱۶۵	۴۳
		کارشناسی ارشد	۸۴	۲۲
		دکتری	۱۲	۳
۵	سابقه تورگردانی	کمتر از ۱ سال	۱۱۰	۲۹
		بین ۱ تا ۳ سال	۲۳۲	۶۰
		بین ۴ تا ۶ سال	۲۷	۷
		بیشتر از ۷ سال	۱۵	۴

نتایج توزیع نرمال داده‌ها در جدول ۳ گزارش شده. بنابراین از آزمون‌های ناپارامتریک برای تحلیل‌های است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، سطح معناداری بعدی استفاده شد. کمتر از ۰/۰۵ مبین توزیع غیرنرمال داده‌ها است؛

جدول ۳: نتایج آزمون توزیع نرمال متغیرهای پژوهش

شاخص	آماره آزمون کولموگروف-اسمیرنوف	سطح معنی‌داری
عوامل انسانی	۳/۶۰۳۲	۰/۰۰۰
عوامل مدیریتی	۳/۸۷۱۲	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۳/۳۴۳۷	۰/۰۰۰
عوامل طبیعی	۴/۴۰۳۶	۰/۰۰۰
عوامل سیاسی و قانونی	۳/۲۴۹۱	۰/۰۰۰
کل	۳/۶۴۴۹	۰/۰۰۰

منطقه گردشگری با آماره ۲۰۶/۸۰۵ و میانگین ۴/۷۲۴، وجود تورهای خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار با آماره ۲۰۰/۴۹۲ و میانگین ۴/۷۸۹۱ بیشترین اثر را در ایجاد شرایط اضطراری دارند. به صورت کلی، مهم‌ترین عوامل ایجاد شرایط بحرانی از نوع انسانی با آماره ۳۱۵/۱۹۳ و میانگین ۳/۶۰۳۲ و مدیریتی با آماره ۳۷۴/۰۱ و میانگین ۳/۷۷۲۳ است که بیشترین تأثیر را دارند.

نتایج آمار توصیفی عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری به صورت جدول ۴ است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود با سطح اطمینان ۹۹ درصد، سطح معنی‌داری در تمامی متغیرها کمتر از ۰/۰۰۰ است و وضعیت مطلوب را نشان می‌دهد. براساس نتایج متغیرهای هجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت تحمل محوطه گردشگری با آماره ۲۰۹/۰۱۷ و میانگین ۴/۷۳۱۸، کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات

جدول ۴: نتایج آمار توصیفی عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری (درجه آزادی=۳۸۳)

گروه	آماره آزمون	سطح معنی‌داری	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد	۹۵٪ فاصله اطمینان از اختلاف	
						حد بالا	حد پایین
خسته‌کننده بودن مسیر دسترسی به محوطه و جاذبه گردشگری برای گردشگران	376/112	000/0	0026/3	5236/0	0267/0	9501/2	0551/3
بروز مشکلات جسمی و شخصی اعم از شکستگی، دررفتگی اعضای بدن و غیره برای گردشگر یا راهنمای تور	667/183	000/0	7214/4	5037/0	0257/0	6708/4	7719/4
بی‌علاقگی برخی از گردشگران به محوطه و جاذبه‌های گردشگری در نظر گرفته شده	563/68	000/0	9818/1	5664/0	0289/0	9249/1	0386/2
ترس گردشگران از برخی مناطق مانند کوهستان‌ها، سواحل، جنگل‌های متراکم	941/149	000/0	0677/4	5316/0	0271/0	0144/4	1210/4
بیمار شدن گردشگران یا راهنمای تور	192/111	000/0	0990/3	5462/0	0279/0	0442/3	1538/3
فوت گردشگران یا راهنمای تور	533/193	000/0	7474/4	4807/0	0245/0	6992/4	7956/4
ناهماهنگی بین برنامه تور و اقدامات اجرایی بخش خدماتی در ارائه خدمات	256/182	000/0	1146/4	4424/0	0226/0	0702/4	1590/4
زیاد بودن هزینه‌های تور	098/67	000/0	9948/1	5826/0	0297/0	9363/1	0532/2
کمبود امکانات و تسهیلات متناسب با خواسته‌ها و روحیات گردشگران در تور	53/125	000/0	000/3	4683/0	0239/0	9530/2	0470/3
مشکل فنی، خرابی یا تصادف وسیله نقلیه	076/93	000/0	9688/2	6251/0	0319/0	9060/2	0315/3
نبود راهنمای محلی در مکان	779/146	000/0	4427/4	5931/0	0303/0	3832/4	5022/4
همکاری ضعیف یا همکاری نکردن بخش خدمات‌رسان با تیم گردشگری	85/158	000/0	0755/4	5028/0	0257/0	0251/4	1260/4



فصلنامه علمی گردشگری ایران



گویه	آماره آزمون	سطح معنی داری	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای استاندارد	95% فاصله اطمینان از اختلاف	
						حد پایین	حد بالا
کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات منطقه گردشگری	805/206	000/0	734/4	4476/0	0228/0	6790/4	7689/4
همجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت تحمل محوطه گردشگری	017/209	000/0	7818/4	4436/0	0226/0	6873/4	7763/4
وجود تورهایی خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهایی مجوزدار	492/200	000/0	7291/4	4681/0	0239/0	7421/4	8360/4
گم شدن افراد و دزدیده شدن وسایل ارزشمند گردشگران	829/193	000/0	7656/4	4818/0	0246/0	7173/4	8140/4
وجود گردشگران و افراد ناسازگار با رفتارهای ناهنجار در مجموعه تور و منطقه گردشگری	098/67	000/0	9948/1	5826/0	0297/0	9363/1	0532/2
تعارضات فرهنگی و اقتصادی جامعه میزبان با گردشگران	53/125	000/0	000/3	4683/0	0239/0	9530/2	0470/3
پذیرفته نشدن گردشگران از سوی جامعه میزبان	076/93	000/0	9688/2	6250/0	0319/0	9060/2	0315/3
رعایت نشدن مسائل زیست محیطی از سوی گردشگران و تخریب و آلودگی محوطه های گردشگری	513/129	000/0	6589/4	7049/0	0359/0	5881/4	7296/4
امنیت و جایگاه نسبتاً پایین شغل راهنمایی تور	534/65	000/0	9583/1	5856/0	0299/0	8996/1	0171/2
اثرگذاری شیوع بیماری های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری	368/147	000/0	0599/4	5399/0	0275/0	0057/4	1141/4
بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش سوزی، زلزله، سیل	551/185	000/0	7396/4	5005/0	0255/0	6894/4	7898/4
بروز حوادث ناشی از حیوانات وحشی	551/185	000/0	7396/4	5005/0	0255/0	6894/4	7898/4
مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب و هوایی	81/155	000/0	0677/4	5116/0	0261/0	0164/4	1190/4
فقدان قانون گذاری یا برنامه مدون بازدید از محوطه گردشگری	534/65	000/0	9583/1	5856/0	0299/0	8996/1	0171/2
همکاری نکردن مسئولان اداری و اجرایی محوطه گردشگری با مجموعه تور	227/131	000/0	6823/4	6992/0	0357/0	6121/4	7524/4
وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروهک های تروریستی	327/110	000/0	1068/3	5518/0	0282/0	0514/3	1621/3
عوامل انسانی	193/315	000/0	6032/3	2241/0	0114/0	5807/3	6256/3
عوامل مدیریتی	004/341	000/0	8712/3	2225/0	0114/0	8489/3	8936/3
عوامل اجتماعی	652/294	000/0	3437/3	2224/0	0113/0	3214/3	3661/3
عوامل طبیعی	878/212	000/0	4036/4	4054/0	0207/0	3630/4	4443/4
عوامل سیاسی و قانونی	790/186	000/0	2491/3	3407/0	1739/0	2149/3	2833/3
کل	927/405	000/0	6449/3	1759/0	0089/0	6273/3	6626/3



نتایج آزمون همبستگی بین عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری در جدول‌های ۵ و ۶ گزارش شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، همبستگی برای بیشتر عوامل در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است. بنابراین، در اغلب موارد عوامل انسانی، مدیریتی، اجتماعی، سیاسی و طبیعی در ایجاد

شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری تأثیر معنادار و مثبت دارند که در بین آن‌ها، عوامل اجتماعی و مدیریتی به ترتیب با ضریب همبستگی ۰/۸۳۸ و ۰/۷۵۱ بیشترین اثرگذاری در رخداد شرایط اضطراری تور را دارند.

جدول ۵: نتایج آزمون همبستگی بین متغیرها (N=۳۸۴)

شرایط اضطراری	عوامل سیاسی و قانونی	عوامل طبیعی	عوامل اجتماعی	عوامل مدیریتی	عوامل انسانی		
۰/۷۰۸	۰/۴۴۲	۰/۴۰۴	۰/۴۳۹	۰/۲۸۰	۱	ضریب همبستگی	عوامل انسانی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	---	سطح معناداری	
۱۰/۶۸۳	۱۲/۹۲۲	۱۴/۰۵۲	۸/۳۷۸	۵/۳۴۷	۱۹/۲۱۹	مجموع مربعات	
۰/۰۲۸	۰/۰۳۴	۰/۰۳۷	۰/۰۲۲	۰/۰۱۴	۰/۰۵۰	کواریانس	
۰/۷۵۱	۰/۰۷۵	۰/۳۳۸	۰/۵۳۷	۱	۰/۲۸۰	ضریب همبستگی	عوامل مدیریتی
۰/۰۰۰	۰/۱۴۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	---	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۱/۲۵۴	۲/۱۷۰	۱۱/۶۸۰	۱۰/۱۸۷	۱۸/۹۵۴	۵/۳۴۷	مجموع مربعات	
۰/۰۲۹	۰/۰۰۶	۰/۰۳۰	۰/۰۲۷	۰/۰۴۹	۰/۰۱۴	کواریانس	
۰/۸۳۸	۰/۵۸۰	۰/۲۰۷	۱	۰/۵۳۷	۰/۴۳۹	ضریب همبستگی	عوامل اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	---	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۲/۵۵۳	۱۶/۸۲۹	۷/۱۴۷	۱۰/۱۸۷	۱۰/۱۸۷	۸/۳۷۸	مجموع مربعات	
۰/۰۳۳	۰/۰۴۴	۰/۰۱۹	۰/۰۴۹	۰/۰۲۷	۰/۰۲۲	کواریانس	
۰/۵۰۷	۰/۰۵۵	۱	۰/۲۰۷	۰/۳۳۸	۰/۴۰۴	ضریب همبستگی	عوامل طبیعی
۰/۰۰۰	۰/۲۸۷	---	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۳/۸۴۷	۲/۸۸۵	۶۲/۹۳۵	۷/۱۴۷	۱۱/۶۸۰	۱۴/۰۵۲	مجموع مربعات	
۰/۰۳۶	۰/۰۰۸	۰/۱۶۴	۰/۰۱۹	۰/۰۳۰	۰/۰۳۷	کواریانس	
۰/۵۷۰	۱	۰/۰۵۵	۰/۵۸۰	۰/۰۷۵	۰/۴۴۲	ضریب همبستگی	عوامل سیاسی و قانونی
۰/۰۰۰	---	۰/۲۸۷	۰/۰۰۰	۰/۱۴۴	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۱۳/۱۰۲	۴۴/۵۰۰	۲/۸۸۵	۱۶/۸۲۹	۲/۱۷۰	۱۲/۹۲۲	مجموع مربعات	
۰/۰۳۴	۰/۱۱۶	۰/۰۰۸	۰/۰۴۴	۰/۰۰۶	۰/۰۳۴	کواریانس	

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۶: نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن مربوط به عوامل مدیریتی

متغیر وابسته		ایجاد شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری
متغیر مستقل	ضریب اسپیرمن	سطح معنی داری
عوامل مدیریتی	۰/۷۴۱**	۰/۰۰۰
عوامل اجتماعی	۰/۸۴۰**	۰/۰۰۰
عوامل انسانی	۰/۶۹۷**	۰/۰۰۰
عوامل طبیعی	۰/۴۹۹**	۰/۰۰۰
عوامل سیاسی و قانونی	۰/۵۸۱**	۰/۰۰۰

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

نتایج رتبه‌بندی و تعیین اولویت عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری در جدول ۷ گزارش شده است. این نتایج با ضریب فریدمن ۸۱۰۶/۴۲۸ در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و احتمال خطای کمتر از ۰/۰۵ قابل استناد است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، متغیرهای وجود تورهای خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار (۲۱/۷۹)، بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش‌سوزی، زلزله، سیل، حیوانات وحشی (۲۱/۳۸) و بروز مشکلات شخصی برای گردشگر یا راهنمای تور مانند مشکلات جسمی اعم از شکستگی، دررفتگی اعضای بدن (۲۱/۳۶) به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۷: رتبه‌بندی عوامل ایجاد شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری

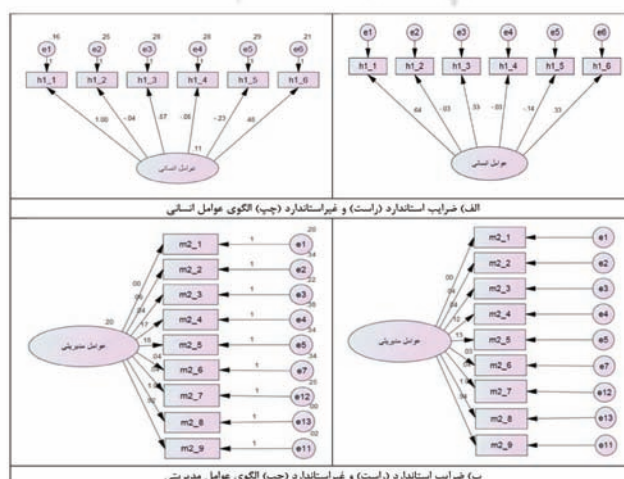
دسته	عامل	میانگین رتبه	اولویت
انسانی	خسته‌کننده بودن مسیر دسترسی به محوطه و جاذبه گردشگری برای گردشگران	۹/۱۳	۱۸
	بروز مشکلات جسمی و شخصی اعم از شکستگی، دررفتگی اعضای بدن و غیره برای گردشگر یا راهنمای تور	۲۱/۳۶	۳
	بی‌علاقگی برخی از گردشگران به محوطه و جاذبه‌های گردشگری در نظر گرفته شده	۳/۹۱	۲۴
	ترس گردشگران از برخی مناطق مانند کوهستان‌ها، سواحل، جنگل‌های متراکم	۱۶/۳۸	۱۳
	بیمار شدن گردشگران یا راهنمای تور	۹/۷۹	۱۷
	فوت گردشگران یا راهنمای تور	۱۱/۴۷	۱۵
	ناهماهنگی بین برنامه تور و اقدامات اجرایی بخش خدماتی در ارائه خدمات	۱۶/۷۲	۱۰
مدیریتی	زیاد بودن هزینه‌های تور	۳/۹۷	۲۳
	کمبود امکانات و تسهیلات متناسب با خواسته‌ها و روحیات گردشگران در تور	۹/۰۷	۱۹
	مشکل فنی، خرابی یا تصادف وسیله نقلیه	۸/۹۹	۲۱
	نبود راهنمای محلی در مکان	۱۹/۱۲	۹
	همکاری ضعیف یا همکاری نکردن بخش خدمات‌رسان با تیم گردشگری	۱۶/۴۷	۱۱
	کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات منطقه گردشگری	۲۱/۲۹	۵
	هجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت تحمل محوطه گردشگری	۲۱/۳۳	۴
	وجود تورهای خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار	۲۱/۷۹	۱

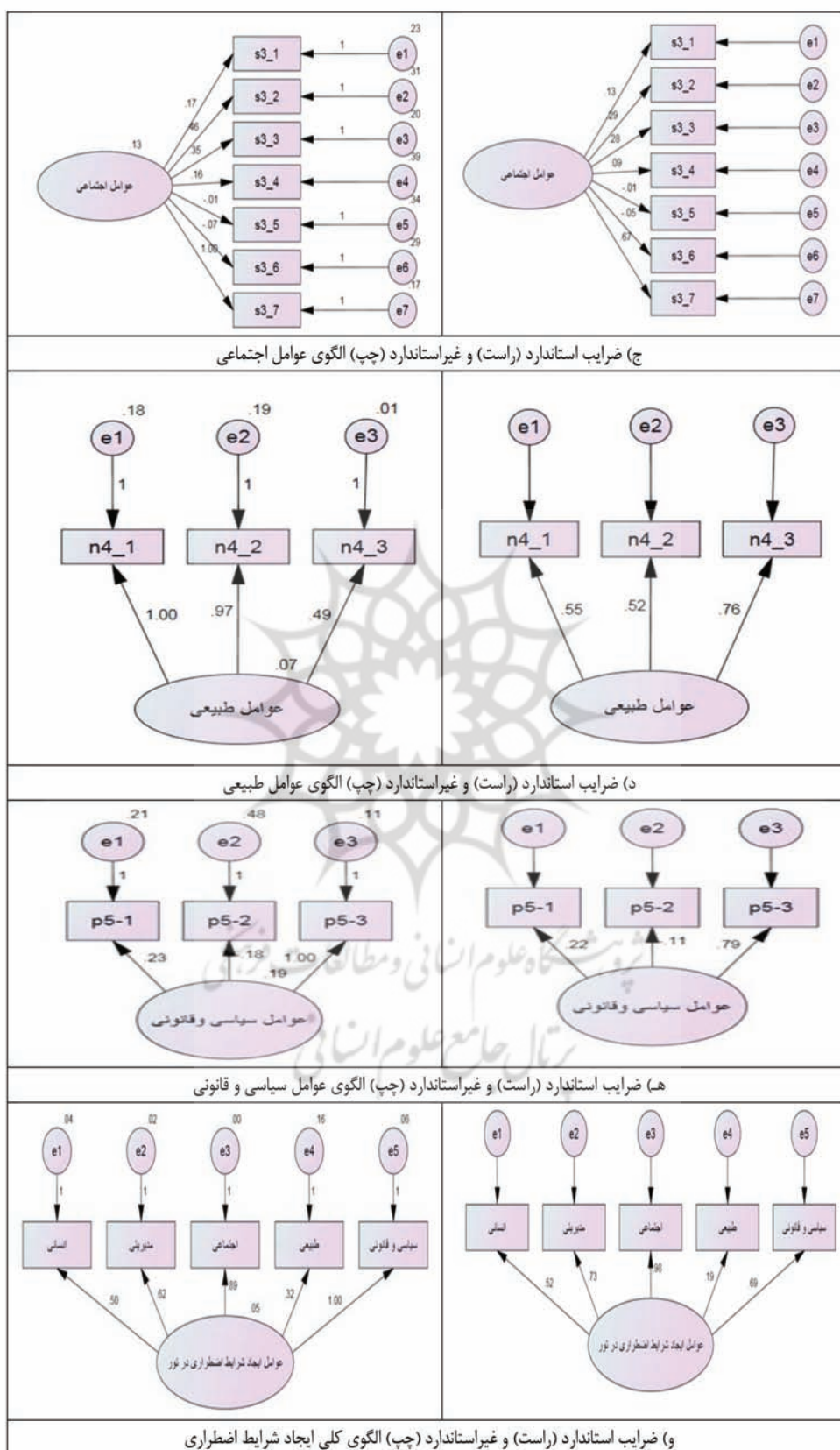


دسته	عامل	میانگین رتبه	اولویت
اجتماعی	گم شدن افراد و دزدیده شدن وسایل ارزشمند گردشگران	۱۹/۶۱	۸
	وجود گردشگران و افراد ناسازگار با رفتارهای نابهنجار در مجموعه تور و منطقه گردشگری	۳/۹۰	۲۵
	تعارضات فرهنگی و اقتصادی جامعه میزبان با گردشگران	۹/۰۶	۲۰
	پذیرفته نشدن گردشگران از سوی جامعه میزبان	۸/۹۸	۲۲
	رعایت نشدن مسائل زیست محیطی از سوی گردشگران و تخریب و آلودگی محوطه‌های گردشگری	۲۰/۹۱	۷
	امنیت و جایگاه نسبتاً پایین شغل راهنمایی تور	۳/۸۳	۲۷
	اثرگذاری شیوع بیماری‌های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری	۱۶/۲۹	۱۴
طبیعی	بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش‌سوزی، زلزله، سیل	۲۱/۳۸	۲
	بروز حوادث ناشی از حیوانات وحشی	۲۱/۳۸	۲
	مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب‌وهوایی	۱۶/۳۹	۱۲
سیاسی و قانونی	فقدان قانون‌گذاری یا برنامه مدون بازدید از محوطه گردشگری	۳/۸۴	۲۶
	همکاری نکردن مسئولان اداری و اجرایی محوطه گردشگری با مجموعه تور	۲۱/۰۸	۶
	وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروهک‌های تروریستی	۹/۸۷	۱۶

عوامل اجتماعی شاخص اثرگذاری شیوع بیماری‌های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری با بار عاملی ۰/۶۷، در بین عوامل طبیعی مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب‌وهوایی با بار عاملی ۰/۷۶، در بین عوامل سیاسی و قانونی شاخص وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروهک‌های تروریستی با بار عاملی ۰/۷۹ و در الگوی کلی، عامل‌های اجتماعی و مدیریتی به ترتیب با بار عاملی ۰/۹۸ و ۰/۷۳ مهم‌ترین عوامل ایجاد شرایط اضطراری تورهای گردشگری به شمار می‌روند.

نتایج ارزیابی بار عاملی عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری که از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شد به صورت شکل ۱ است و شاخص‌های برازش آن نیز در جدول‌های ۸ و ۹ گزارش شده است. برآوردهای غیراستاندارد نیز با مقدار P کمتر از ۰/۰۵ نشان می‌دهد الگوی ترسیمی تحت کنترل داده‌های پژوهش قرار دارد. نتایج حاکی از این است که در بین عوامل انسانی شاخص خسته‌کننده بودن مسیر برای گردشگران با بار عاملی ۰/۶۴، در بین عوامل مدیریتی شاخص هجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت محوطه گردشگری با بار عاملی ۰/۹۴، در بین





شکل ۱: الگوهای تحلیل ساختاری عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری

جدول ۸: شاخص‌های برازش الگوهای تحلیل ساختاری عوامل ایجاد شرایط اضطراری در تورهای گردشگری

شاخص برازش الگو	کای اسکور (CMIN)	درجه آزادی (DF)	معنی‌داری (P)	نسبت کای اسکور به درجه آزادی (CMIN/DF)	ریشه میانگین مربع خطای برآورد (RMSEA)	شاخص نیکویی برازش (GFI)	شاخص برازش نسبی (RFI)	شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)	شاخص برازش هنجارشده مقتصد (PNFI)
انسانی	۹/۵۳۳	۹	۰/۳۹۰	۱/۰۵۹	۰/۰۱۲	۰/۹۹۲	۰/۶۸۶	۰/۴۸۷	۰/۵۹۱
مدیریتی	۱۶۴/۹۲۳	۴۴	۰/۰۰۰	۳/۷۴۸	۰/۰۸۵	۰/۹۳۱	۰/۸۰۹	۰/۶۷۸	۰/۷۰۵
اجتماعی	۵۱/۵۷۳	۲۰	۰/۰۰۰	۲/۵۷۹	۰/۰۶۴	۰/۹۶۷	۰/۲۲۲	۰/۳۱۷	۰/۳۶۶
طبیعی	۱۴۵/۹۸۷	۳	۰/۰۰۰	۴۸/۶۶۲	۰/۳۵۳	۰/۷۸۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
سیاسی و قانونی	۱۴/۴۶۴	۳	۰/۰۰۲	۴/۸۲۱	۰/۱۰۱	۰/۹۷۵	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱
کل	۷۶۸/۵۶۴	۱۰	۰/۰۰۰	۷۶/۸۵۶	۰/۴۴۵	۰/۸۸۸	۰/۶۴۷	۰/۴۱۴	۰/۴۱۲



جدول ۹: نتایج تحلیل عاملی و برآوردهای غیراستاندارد با سطح پوشش در الگوی ساختاری

الگو	متغیر	آماره تحلیل عاملی	تخمین غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
انسانی	h1-1 خسته‌کننده بودن مسیر دسترسی به محوطه و جاذبه گردشگری برای گردشگران	۰/۶۳۷	۱/۰۰۰	---	---	***
	h1-2 بروز مشکلات جسمی و شخصی اعم از شکستگی، در رفتگی اعضای بدن و غیره برای گردشگر یا راهنمای تور	-۰/۰۲۶	-۰/۰۳۹	۰/۱۱۱	-۰/۳۴۷	۰/۷۲۹
	h1-3 بی‌علاقگی برخی از گردشگران به محوطه و جاذبه‌های گردشگری در نظر گرفته شده	۰/۳۳۵	۰/۵۶۹	۰/۲۴۳	۲/۳۴۰	۰/۰۱۹
	h1-4 ترس گردشگران از برخی مناطق مانند کوهستان‌ها، سواحل، جنگل‌های متراکم	-۰/۰۲۸	-۰/۰۴۵	۰/۱۱۸	-۰/۳۸۴	۰/۷۰۱
	h1-5 بیمار شدن گردشگران یا راهنمای تور	-۰/۱۴۲	-۰/۲۳۲	۰/۱۴۳	-۱/۶۲۹	۰/۱۰۳
	h1-6 فوت گردشگران یا راهنمای تور	۰/۳۳۱	۰/۴۷۸	۰/۲۰۴	۲/۳۳۹	۰/۰۱۹
مدیریتی	m2-1 ناهماهنگی بین برنامه تور و اقدامات اجرایی بخش خدماتی در ارائه خدمات	-۰/۰۰۵	-۰/۰۰۵	۰/۰۴۹	-۰/۰۹۳	۰/۹۲۶
	m2-2 زیاد بودن هزینه‌های تور	۰/۰۴۴	۰/۰۵۷	۰/۰۶۵	۰/۸۷۸	۳۸۰
	m2-3 کمبود امکانات و تسهیلات متناسب با خواسته‌ها و روحیات گردشگران در تور	۰/۰۳۶	۰/۰۳۷	۰/۰۵۲	۰/۷۰۷	۰/۴۸۰
	m2-4 مشکل فنی، خرابی یا تصادف وسیله نقلیه	۰/۰۸۴	۰/۱۱۶	۰/۰۶۹	۱/۶۷۱	۰/۰۹۵
	m2-5 نبود راهنمای محلی در مکان	۰/۱۵۳	۰/۲۰۱	۰/۰۶۶	۳/۰۵۶	۰/۰۰۲
	m2-6 همکاری ضعیف یا همکاری نکردن بخش خدمات‌رسان با تیم گردشگری	-۰/۰۰۹	-۰/۰۱۰	۰/۰۵۶	-۰/۱۷۵	۰/۸۶۱
	m2-7 کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات منطقه گردشگری	۰/۹۲۹	۰/۹۱۶	۰/۰۴۰	۲۲/۹۲۱	***
	m2-8 هیجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت تحمل محوطه گردشگری	۱/۰۰۰	۰/۹۹۰	---	---	***
	m2-9 وجود تورهای خودگردان بدون مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار	۰/۳۵۹	۰/۳۷۰	۰/۰۵۱	۷/۲۱۰	***



الگو	متغیر	آماره تحلیل عاملی	تخمین غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
اجتماعی	s3-1	گم شدن افراد و دزدیده شدن وسایل ارزشمند گردشگران	۰/۱۶۹	۰/۲۷۱	۰/۱۴۶	۱/۸۶۶
	s3-2	وجود گردشگران و افراد ناسازگار با رفتارهای نابهنجار در مجموعه تور و منطقه گردشگری	۰/۳۱۰	۰/۶۰۲	۰/۲۳۳	۲/۵۸۴
	s3-3	تعارضات فرهنگی و اقتصادی جامعه میزبان با گردشگران	۰/۳۱۸	۰/۴۹۶	۰/۱۹۱	۲/۶۰
	s3-4	پذیرفته نشدن گردشگران از سوی جامعه میزبان	۰/۱۱۷	۰/۲۴۴	۰/۱۷۵	۱/۳۹۲
	s3-5	رعایت نشدن مسائل زیست محیطی از سوی گردشگران و تخریب و آلودگی محوطه های گردشگری	-۰/۲۲۸	-۰/۵۳۵	۰/۲۳۶	-۲/۲۶۴
	s3-6	امنیت و جایگاه نسبتاً پایین شغل راهنمایی تور	۰/۰۳۴	۰/۰۶۷	۰/۱۵۳	۰/۴۳۶
	s3-7	اثرگذاری شیوع بیماری های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری	-۰/۱۰۴	-۰/۱۸۷	۰/۱۴۹	-۱/۲۵۲
طبیعی	n4-1	بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش سوزی، زلزله، سیل	۰/۵۴۶	۱/۰۰۰	---	---
	n4-2	بروز حوادث ناشی از حیوانات وحشی	۰/۵۱۹	۰/۹۷۱	۰/۱۴۶	۶/۶۳۰
	n4-3	مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب و هوایی	۰/۷۶۳	۰/۴۹۱	۰/۰۸۵	۵/۷۹۰
سیاسی و قانونی	P5-1	فقدان قانون گذاری یا برنامه مدون بازدید از محوطه گردشگری	-۰/۰۱۱	-۰/۰۱۵	۰/۰۶۵	-۰/۲۲۴
	P5-2	همکاری نکردن مسئولان اداری و اجرایی محوطه گردشگری با مجموعه تور	-۰/۱۹۱	-۰/۲۹۴	۰/۰۷۷	-۳/۸۰
	P5-3	وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروه های تروریستی	۰/۵۴۴	۱/۰۰۰	---	---
الگوی کلی	h	عوامل انسانی	۰/۵۲۳	۰/۴۹۹	۰/۰۵۱	۹/۸۶۴
	m	عوامل مدیریتی	۰/۷۳۱	۰/۶۱۵	۰/۰۴۵	۱۳/۵۸۲
	s	عوامل اجتماعی	۰/۹۷۶	۰/۸۸۸	۰/۰۶۰	۱۴/۸۳۵
	n	عوامل طبیعی	۰/۱۸۶	۰/۳۲۱	۰/۰۹۰	۳/۵۵۷
	p	سیاسی و قانونی	۰/۶۸۹	۱/۰۰۰	---	---



بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری، به‌عنوان یکی از پدیده‌های نوین و فرایندهای تولیدکننده فضای مطلوب و تجربه‌ای خوشایند، از نیازهای ضروری جوامع انسانی است که در برابر بحران‌های گوناگون بسیار آسیب‌پذیر است. محوطه‌های گردشگری نیز زیرمجموعه‌ای از فضاهای جغرافیایی و مرتبط با گردشگران است و در برابر بحران‌های انسانی و طبیعی بسیار حساس و شکننده است. بدون شک، گردشگری یکی از حساس‌ترین و آسیب‌پذیرترین فعالیت‌ها در برابر بحران‌ها به شمار می‌رود. حوادث عمده‌ای همچون بحران‌های طبیعی، حملات تروریستی، اپیدمی‌ها، مدیریت ضعیف و نادرست فشارهایی را به این فعالیت اقتصادی تحمیل می‌کند. این بحران‌ها بسته به مناطق جغرافیایی مختلف و در مرزهای سیاسی و فرهنگی با هم تفاوت دارند. متخصصان و پژوهشگران حوزه گردشگری مخاطرات، بلایا، بحران و فاجعه در گردشگری را در قالب هرگونه رخدادی که عملکرد طبیعی مقصد را تهدید کند و امور مربوط به گردشگری در آن دچار اختلال شود یا ایمنی گردشگران را به خطر اندازد می‌دانند. در مقابل، برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری کنشی جمعی است که بازیگران متعددی از سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی در آن نقش‌آفرینی می‌کنند. بنابراین، مدیریت این پدیده، هم در حالت عادی و هم در مواقع بحرانی، ضروری است. ازاین‌رو، این پژوهش به‌منظور شناسایی و اولویت‌بندی عوامل ایجادکننده شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که به‌طور کلی عوامل انسانی، مدیریتی، اجتماعی، سیاسی و طبیعی در ایجاد این شرایط در تورهای گردشگری تأثیر دارند. این عوامل شرایط بسیاری را در بر می‌گیرند که به انواع مختلف در تورهای گردشگری و کیفیت آن‌ها تأثیر می‌گذارند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های زاجاداج و ایرومنکو، (2024)، فریرا و همکاران (2024)، کومار و رامان (2024)، که بحران‌های غیرمنتظره مؤثر بر گردشگری را شامل بلایای طبیعی، بیماری‌های همه‌گیر، حملات تروریستی، بحران‌های مالی و همچنین رویدادهای داخلی معرفی می‌کنند همسویی دارد.

در موضوع مدیریت بحران، منابع سازمانی اعم از نیروی انسانی، زمان، هزینه و غیره محدود است. بنابراین لازم است براساس اولویت و اهمیتی که عوامل ایجادکننده شرایط اضطراری (بحرانی) در تورهای گردشگری دارند به آن‌ها منابع و هزینه اختصاص

داده شود. ازاین‌رو، در این پژوهش نیز این عوامل رتبه‌بندی شد. در بین متغیرهای موردسنجش در سطح احتمال خطای کمتر از ۰/۰۵، به ترتیب وجود تورهای خودگردان بی‌مجوز و رقابت شدید آن‌ها با تورهای مجوزدار، بروز مشکلات شخصی و جسمانی اعم از شکستگی، دررفتگی و خفگی برای گردشگر یا راهنمای تور، بروز حوادث طبیعی ناگهانی در مسیر گردشگری مانند آتش‌سوزی، زلزله، سیل، حیوانات وحشی، هجوم و وجود گردشگران بیش از ظرفیت محوطه گردشگری، کیفیت نامطلوب امکانات و خدمات منطقه گردشگری، همکاری نکردن مسئولان اداری و اجرایی محوطه گردشگری با مجموعه تور، رعایت نشدن مسائل زیست‌محیطی ازسوی گردشگران و تخریب و آلودگی محوطه‌های گردشگری؛ گم شدن افراد و دزدیده شدن وسایل گردشگر، نبود راهنمای محلی در مکان، ناهماهنگی بین برنامه تور و اقدامات اجرایی بخش خدماتی در ارائه خدمات، همکاری ضعیف یا همکاری نکردن بخش خدمات‌رسان با تیم گردشگری، مناسب نبودن و تغییرات ناگهانی شرایط آب‌وهوایی، ترس گردشگران از برخی مناطق مانند کوهستان‌ها و سواحل، اثرگذاری همه‌گیری بیماری‌های واگیردار خصوصاً ویروس کوید ۱۹ بر گردشگری؛ فوت گردشگران یا راهنمای تور، وجود ناامنی به دلایلی از قبیل جنگ و گروهبندی‌های تروریستی، بیمار شدن گردشگران یا راهنمای تور، خسته‌کننده بودن مسیر برای گردشگران، کمبود امکانات و تسهیلات متناسب با روحیات و خواسته‌های گردشگر در تور، تعارضات فرهنگی و اقتصادی جامعه میزبان با گردشگران، خرابی یا تصادف وسیله نقلیه، پذیرفته نشدن گردشگران ازسوی جامعه میزبان؛ زیاد بودن هزینه‌های تور، بی‌علاقگی برخی از گردشگران به مناطق گردشگری درگرفته‌شده، وجود گردشگران و افراد ناسازگار با رفتار ناپه‌نچار در مجموعه تور و منطقه گردشگری، فقدان قانون‌گذاری یا برنامه مدون بازدید از محوطه گردشگری، و امنیت و جایگاه نسبتاً پایین شغل راهنمایی تور از مهم‌ترین عوامل ایجادکننده شرایط اضطراری در تورهای گردشگری است. با توجه به اولویت و اهمیت عوامل ایجادکننده شرایط اضطراری در تورهای گردشگری، مهم‌ترین ریسک‌ها و مخاطرات طبیعی و انسانی تورهای گردشگری شامل ریسک ناشی از رقابت ناسالم بین تورگردان‌ها، رقابت نادرست مکان‌ها و محوطه‌های گردشگری، مسائل و مشکلات فرهنگی و اجتماعی بین گروه‌های انسانی، منابع و امکانات مناطق گردشگری، شیوع بیماری‌های



واگیردار و حوادث غیرمترقبه است که نیاز به مدیریت و برنامه‌ریزی متولیان امر دارد.

بی‌مسئولیتی بعضی از پاسخ‌دهندگان در پاسخ‌گویی دقیق به پرسش‌ها، به دلایلی همچون مشغله‌های کاری، نداشتن زمان کافی و بی‌نتیجه بودن از محدودیت‌هایی بود که این پژوهش با آن مواجه شد. همچنین، با توجه به مواردی مانند پژوهش پیمایشی، حجم جامعه نامعلوم و پرسش‌نامه‌ای بودن جمع‌آوری داده‌ها، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها دشواری در انتخاب افراد نمونه و نحوه توزیع و جمع‌آوری پرسش‌نامه بود. با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود سازوکارهای تعاملی بین سازمان‌هایی همچون وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و ادارات تابعه، که متولیان اصلی صنعت گردشگری هستند، و سازمان مدیریت بحران، در قالب مقررات و چارچوب‌ها و آیین‌نامه‌های استاندارد بین‌سازمانی طراحی و تدوین شود تا در مدیریت بحران‌های احتمالی گردشگری هماهنگی کامل و همه‌جانبه داشته باشند. همچنین، در تدوین برنامه مشترک مدیریت بحران‌های گردشگری، همه گروه‌های مرتبط اعم از تورگردان‌ها، خدمات‌رسان‌ها، افراد جوامع محلی و مقاصد گردشگری مشارکت داده شوند. از نظر پژوهشی نیز پیشنهاد می‌شود درباره موضوعاتی با محوریت شناخت بحران‌های موجود در مناطق توریستی ایران و چگونگی توسعه فضاهای گردشگری پژوهش‌های جامع و کاملی انجام گیرد، به‌طوری که ضوابط و قوانین موجود با چگونگی عملکرد روش‌های مدیریت بحران منطبق و هماهنگ باشد. همچنین، پیشنهاد می‌شود در این پژوهش‌ها نقش و تأثیرات فناوری‌ها از جمله فناوری‌های نوین در زمینه گردشگری و طبیعت مد نظر قرار گیرد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن در فهرست منابع آمده است:

حمیدی‌زاده، محمدرضا، قره‌چه، منیژه، هادی‌زاده مقدم، اکرم و سلیمی‌پور، سیروس (۱۳۹۴). تأثیر تبلیغات توصیه‌ای بر تصویر ذهنی گردشگران از مقصد گردشگری. چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۱۴(۲)، ۶۷-۴۹. https://jbmp.sbu.ac.ir/article_96193.html

دست‌نشان، حامد، عابدی، حسین و محمدی‌نصب، علیرضا (۱۳۹۴). تأثیر توسعه فرصت‌های گردشگری

بر کاهش بیکاری. مطالعات مدیریت راهبردی، ۲۲(۲)، ۲۳۹-۲۶۰. https://www.smsjournal.ir/article_90583.html

رامشت، محمدحسین و فیض‌الهی، مریم. (۱۳۹۲). اولویت‌گذاری و رتبه‌بندی کانون‌های گردشگری دشت ابراهیم آباد یزد. برنامه‌ریزی فضایی، ۳(۲)، ۱-۱۸. <https://doi.org/10.1001.1.2228.18-1.7485.1392.3.2.2.1>

رسولی، سیدحسن، کمالی، نرگس، علیانی نژاد، نسیم و برهانی، فاطمه (۱۳۹۴). بررسی نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری شهر جویبار. اولین کنفرانس سالانه بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی، شیراز، <https://civilica.com/doc/588116/doc>

سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات آگاه، چاپ یازدهم.

علی‌اکبری، اسماعیل، مرصوصی، نفیسه و جلال‌آبادی، لیلا (۱۳۹۹). تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده‌پژوهی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۰)، ۳۵-۶۰. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953>

قالیباف، محمدباقر و شعبانی فرد، محمد (۱۳۹۰). ارزیابی و اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری برای توسعه گردشگری شهری بر اساس مدل‌های تصمیم‌گیری چندمتغیره (مطالعه موردی: شهر سمنان). تحقیقات جغرافیایی، ۲۶(۱۰۱)، ۱۷۳-۱۹۸. https://jgr.ui.ac.ir/article_17895.html

کاظمی، مهدی (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت، چاپ هفتم.

مؤیدفر، سعیده (۱۳۹۷). ارزیابی فضاهای گردشگری شهر یزد با تأکید بر بحران‌های گردشگری. گردشگری شهری، ۵(۴)، ۵۱-۷۲. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.245550.406>

مؤیدفر، سعیده و تقوایی، مسعود (۱۳۹۴). بررسی رابطه مدیریت بحران و سازماندهی فضایی و امنیت در گردشگری (مطالعه موردی: شهر یزد). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۴(۱۳)، ۱۲۰-



- Cassedy, K. (1991). Crisis management planning in the travel and tourism industry: A study of three destination cases and a crisis management planning manual. Pacific Asia Travel Association.
- Dastneshan, H., Abedi, H., & Mohammadi Nasab, A. (2015). The Impact of Tourism Opportunities Development on Unemployment Decreasing. *Strategic Management Studies*, 6(22), 239-260. https://www.smsjournal.ir/article_90583.html [In Persian]
- Drabek, T.E. (2007). The evolution of an emergency management tourism faculty resource. In *Crisis Management in Tourism*, (pp. 43-50). Wallingford UK: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845930479.0043>
- Dwyer, L. (2016). Planning for Sustainable Tourism: An Alternative Paradigm, *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality*, 1(1), 28-43. <https://doi.org/10.22133/ijts.2016.43075>
- Evans, N. G., & Elphick, S. (2005). Models of crisis management: An evaluation of their value for strategic planning in the international travel industry. *International Journal of Tourism Research*, 7(3), 135-150. <https://doi.org/10.1002/jtr.527>
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0)
- Ferreira, A. F., Liberato, D., Sousa, M., Liberato, P., & Costa, E. (2024). Crisis Management in Business Tourism. An Empirical Study in the Iberian Peninsula. 10th International Conference IACuDiTAt: Crete, Greece. In V. Katsoni, & G. Cassar (eds), Recent Advancements in Tourism Business, Technology and Social Sciences. IACuDiT 2023. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-54342-5_2
- https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1097.html .۱۴۶
- مؤیدفر، سعیده، تقوایی، مسعود و زنگی آبادی، علی (۱۳۹۳). تبیین امنیت گردشگران با تأکید بر مؤلفه‌های مدیریت بحران گردشگری (مطالعه موردی: فضاهای گردشگری شهر یزد). پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، ۲(۷)، ۱-۲۴. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23833580.1393.1393.7.1.9>
- Aliakbari, E. , Marsousi, N., & Jalal Abadi, L. (2019). Compilation of effective scenarios on the future of sustainable tourism in Kerman city with a future research approach. *Tourism Management Studies*, 15(50), 35-60. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.33013.1953> [In Persian]
- Alipour, S., & Kaboudi, M. (2012). Community Perception of Tourism Impacts and Their Participation in Tourism Planning: A Case Study of Ramsar, Iran. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 36, 333-341. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.037>
- Altman, G. & Aleksanyan, G. P. (2016). Sustainability in Tourism: Problems and some Basic Directions of Sustainable Tourism Management. *Geography*, (2), 59-67. <https://doi.org/10.46991/PYSU:C/2016.50.2.059>
- Breda, Z., & Costa, C. (2005). Safety and security issues affecting inbound tourism in the People's Republic of China. *Tourism, safety and security: From theory to practice*, Chapter: 11, 187-208, Publisher: Elsevier Butterworth. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7898-8.50017-5>
- Cavlek, N. (2002). Tour operators and destination safety. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 478-496. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00067-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00067-6)

- Kazemi, M. (2012). *Tourism management*. Tehran: SAMT Publications, 7th edition. [In Persian]
- Kumar A., & Raman, R.K. (2024). Crisis Management in Tourism. *In Reference Module in Social Sciences*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00236-X>
- Liu, C-H., Tzeng, G-H., Lee, M-H., & Lee, P.Y. (2013). Improving metro-airport connection service for tourism development: Using hybrid MCDM models. *Tourism Management Perspectives*, 6(2), 95-107. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.09.004>
- Mitroff, I.I., Shrivastava, P., & Udwadia, F.E. (1987). Effective crisis management. *Academy of Management Perspectives*, 1(4), 283-292. <https://doi.org/10.5465/AME.1987.4275639>
- Moayedfar, S. (2019). Evaluation of tourism spaces in Yazd city with emphasis on tourism crises. *Urban Tourism*, 5(4), 51-72. <https://doi.org/10.22059/jut.2018.245550.406> [In Persian]
- Moayedfar, S., & Taghvaei, M. (2015). An Assessment of Relationship between Tourism Crisis Management Spatial Organization and Security in Tourism (Case study: tourism spaces of Yazd). *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(13), 120-146. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1097.html [In Persian]
- Moayedfar, S., Taghvaei, M., & Zangibadi, A. (2014). The Security of Tourism with Emphasis of Crisis Management Components (Case study: Tourism spaces of Yazd). *Journal of Police Geography*, 2(7), 1-24. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23833580.1393.1393.7.1.9> [In Persian]
- Prideaux, B. (2005). Factors affecting bilateral tourism flows. *Annals of Tourism Research*, Geary, W. (2001). All hazard crisis management Planning. *Logical Management Systems*, 2(1), 76. <https://cool.culturalheritage.org/byauth/sikich/allhz.html>
- Gurtner, Y. (2016). Returning to Paradise: Investigating Issues of Tourism Crisis and Disaster Recovery on the Island of Bali. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 28(3), 11-19. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.04.007>
- Hamidzadeh, M. R., Ghare Che, M., Hadizadeh Moghadam, A., & Salimpour, S. (2014). Influence Explanation of Word of Mouth on Tourists' Destination Image. *Business Management Perspective*, 14(24), 49-67. https://jbmp.sbu.ac.ir/article_96193.html [In Persian]
- Henderson, J. C. (2007). *Tourism crises: causes, consequences and management*. Burlington, Vermont: Butterworth-Heinemann, Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, UK. <https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190881.pdf>
- Herman, R. D. K. (2015). Traditional knowledge in a time of crisis: climate change, culture and communication. *Sustainability Science*, 11(1), 163-176. <https://doi.org/10.1007/s11625-015-0305-9>
- Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. (2016). The influence of social media interactions on consumer-brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. *International Journal of Research in Marketing*, 33(1), 27-41. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.06.004>
- Kachniewska, M. A. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 500-515. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2015-0028>



- Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(10), 3465-3493. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2020-1480>
- Santana, G. (2004). Crisis management and tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(4), 299-321. https://doi.org/10.1300/J073v15n04_05
- Sarmad, Z., Bazargan, A., & Hejazi, E. (2014). Research methods in behavioral sciences. Tehran: Agah Publications, 11th edition, 408 pages. [In Persian]
- Sharpley, R. (2009). Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? London: Earthscan. <https://doi.org/10.4324/9781849770255>
- Yasar Dinçer, F.C., Yirmibesoglu, G., Narin, M., & Saraç, F.E. (2024). Crisis Management and Sustainability in Tourism Industry: Obstacles and Recovery Strategies after the COVID-19 Crisis in Antalya, Türkiye. *Sustainability*, 16(12), 5121. <https://doi.org/10.3390/su16125121>
- Zajadacz, A., & Iaromenko, S. (2024). Solidarity tourism in the humanitarian crisis. *Región Científica*, 3(2), 2024277. <https://doi.org/10.58763/rc2024277>
- Zajadacz, A., & Tobolska, A. (2020). Education quality management system in the field of studies "tourism and recreation" including ways of reacting in crisis situations. *Prace i Studia Geograficzne*, 65(4), 95-107. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=922541>
- 32(3), 780-801. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.04.008>
- Polit, D. F., Beck, C. T., & Owen, S. V. (2007). Is the CVI an acceptable indicator of content validity? Appraisal and recommendations. *Research in Nursing & Health* 30(4), 459-467. <https://doi.org/10.1002/nur.20199>
- Qalibaf, M. B., & Shabanifard, M. (2018). Assessment and Prioritization of Urban Tourist Attractions for Developing Urban Tourism Based on Multivariate Decision Criteria (A Case Study of Sanandaj). *Geographical Researches*, 26(101), 173-198. https://jgr.ui.ac.ir/article_17895.html [In Persian]
- Ramesht, M. H., & Faeyzelahi, M. (2013). Prioritization and ranking of tourism centers in Ibrahim Abad Plain, Yazd. *Spatial Planning*, 3(2), 1-18. <https://doi.org/20.1001.1.22287485.1392.3.2.2.1> [In Persian]
- Rasouli, S. H., Kamali, N., Aliani Nezhad, N., & Borhani, F. (2014). Investigating the role of urban management in the tourism sustainable development in Joibar City. The first annual international conference on civil engineering, architecture and urban planning, Shiraz, <https://civilica.com/doc/588116> [In Persian]
- Richards, G. (2013). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2), 1-33. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.783794>
- Ritchie, B. W., & Jiang, Y. (2021). Risk, crisis and disaster management in hospitality and tourism: A comparative review. *International*