**بسم الله الرحمن الرحیم**

خلاصه ی مقالات خوانده شده با موضوع گردشگری

1. مدیریت بحران در صنعت گردشگری – فاطمه یاوری گهر- فصلنامه مطالعات ‌مدیریت ‌گردشگری،‌ سال دوازدهم-شماره 40- زمستان 1396

صنعت گردشگری یکی از تغییرپذیرترین و بحران زاترین صنایع محسوب میشود. بدین جهت مدیریت بحران گردشگری به ضرورتی اساسی تبدیل شده است. مقاله ‌حاضر ‌بر ‌آن ‌است ‌تا ‌ضمن ‌تعریف ‌و ‌تشریح ‌بحران ‌در ‌صنعت‌ گردشگری،‌با‌استفاده‌از‌تکنیک ‌تجزیه‌ و‌تحلیل ‌حالات‌ خطا‌و‌آثار‌آن،‌راهکارهایی‌عملی‌برای‌مقابله ‌با‌بروز‌ بحران ‌در‌صنعت‌گردشگری‌ پیشنهاد‌داده‌شود.‌این برخورد پیشگیرانه، کنشی است در برابر آنچه ممکن است در آینده رخ دهد و مسلما‌اعمال اقدامات اصلاحی در مراحل اولیه، هزینه و زمان کمتری در برخواهد داشت. این‌موضوع‌مستلزم ‌استراتژی‌و ‌مدیریت‌مناسب‌ بحران‌است. در‌سالهای ‌اخیر،‌مدیریت ‌بحران‌در‌صنعت ‌گردشگری،‌به‌علت‌افزایش‌شمار‌ فجایع‌طبیعی ‌و‌سیاسی‌ در‌بسیاری‌از‌مقصدها،‌به‌ ضرورتی‌اساسی ‌تبدیل‌ شده‌است.‌‌هرچند ‌مدیریت‌ بحران ‌تقریباً‌40 سال‌است که‌در‌علوم‌ بازرگانی‌ و‌مدیریت،‌مورد ‌پژوهش ‌قرار‌میگیرد ولی در دهه 90 میلادی بود که محققان‌و‌متصدیان‌ گردشگری‌در‌نشستهای‌ عمومی ‌این‌مقوله ‌را‌مورد‌بحث‌قرار‌دادند‌و‌ شیوه نامه هایی‌را ‌برای ‌واکنش‌صنعت‌گردشگری‌در ‌مواقع ‌بحرانی‌ارائه ‌کردند. ‌هرچند‌این‌ صنعت ‌در ‌حال ‌حاضر ‌دومین ‌صنعت ‌بزرگ ‌دنیا ‌بعد ‌از ‌صنعت ‌نفت ‌است، ولی ‌یکی ‌از‌ آسیب پذیرترین ‌صنعتها ‌در ‌مقابل ‌بحران ‌است. ‌وقوع ‌یک ‌بحران ‌میتواند ‌اعتبار ‌و ‌تصویر‌ مقصد‌را‌ در‌ذهن ‌گردشگران ‌برای‌سالها تحت ‌تاثیر ‌قرار‌دهد.‌ مطالعات‌ قبلی،‌شکل ‌گیری‌بحران ‌در ‌راستای‌فرآیندی‌گام ‌به ‌گام ‌معرفی میکنند‌که ‌برای‌هر ‌گام‌ راهکار‌پیشنهاد‌داده میشود. ‌در‌نوشتار‌حاضر‌سعی ‌بر‌آن‌بود‌با ‌اتخاذ ‌رویکرد‌ کنشی،‌مانع‌از‌ بروز‌حادثه ‌گردید.‌لذا‌ تاکید ‌اصلی‌ رویکرد ‌حاضر، ‌بر ‌پیشگیری ‌قبل‌از‌وقوع‌است.‌لذا‌دست‌ اندرکاران ‌صنعت ‌گردشگری توانند ‌با ‌به ‌کارگیری ‌این ‌رویکرد ‌تا ‌حد ‌امکان ‌مانع ‌بروز‌ فجایع ‌در‌مقاصد‌گردشگری‌شوند.‌از‌آنجاییکه‌واکنش به بحران باید سریع و فوری باشد و بعد از انکه فاجعه روی داد ،دیگر امید به برنامه ریزی نیست، لذا امید میرود علیرغم هزینه بر بودن برنامه هایی از این دست ، متصدیان گردشگری به اهمیت این رویکرد پی برده و قبل از آنکه گرفتار بحران شوند، بدون کمتریت آسیبی از کنار آن عبور کنند.

1. نقش امنیت در توسعه گردشگری- سید اسکند صیدایی- فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزد اسلامی- واحد شوشتر- سال چهارم- شماه هشتم- بهار 1389

گردشگري پايدار نشات گرفته از توسعه پايدار است. توسعه پايدار از اصول و مباني پيشرفت اقتصادي، اجتماعي وسياسي در جهان محسوب ميشود و بدليل نقشي كه گردشگري ميتوانـد در ايـن زمينـه بخصـوص در كشـورهايي ماننـد ايـران ايفـا نمايـد، لـزوم و ضـروت توجـه بـه گردشگري پايـدار حـائز اهميـت فـراوان اسـت. موفقيـت و رشـد پايـدار گردشـگري در گـرو عملكرد مناسب و هماهنگ عناصروفاكتورهاي متعـددي اسـت كـه بـا هـم ارتبـاط تنگـاتنگي دارند. يكي از مهمترين ايـن فاكتورهـا «امنيـت گردشـگران و مقصـدهاي گردشـگري » اسـت. امروزه امنيت به عنوان مهمترين و زيربناييترين اصل در تدوين استراتژي توسعه گردشگري در جهان به شمار ميآيد. ميان گردشگري، ثبات، توسعه وامنيت رابطهاي تعريف شده وجود دارد و هرگونه بروز ناامني و بكارگيري خشونت در سطوح مختلف زيانهاي جبران ناپذيري به ايـن صنعت وارد ميسازد. در اين مقاله سعي شده ضمن بررسي اهميت گردشـگري و نقـش امنيـت در توسعه توريسم پايدار به بررسي موانع اصـلي توسـعه جهـانگردي در ايـران پرداختـه شـود و راهكارهايي در زمينه ارتقاي صنعت گردشگري ارائه گردد. عليرغم اينكه كشور ايران جزو ده كشور برتر جهان از نظر وجود اماكن تاريخي، باستاني و توريستي است از نظر درآمد ارزي از طريق گردشگري در جايگاه مناسبي قرار ندارد و اين نشان دهنده ضعف سيستمهاي مرتبط با صنعت گردشگري در آن است. از مهمترين عواملي موثر در صنعت توريسم در هر كشور ميزان امنيت يا ميزان احساس امنيت گردشگران در آن كشور است. بنابراين گام اول در بهبود صنعت توريسم در ايران برقراري و تضمين امنيت فراگير، هم در بعد خارجي و هم در بعد داخلي و ملي آن است. به منظور تحقق اين هدف لازم است ضمن ارتقاي امنيت با به كارگيري وسايل ارتباطي و رسانههاي بينالمللي، وجود امنيت كامل در كشور را به سمع و نظر عموم مردم و جهانگردان همه كشورهاي جهان رساند تا تصوير نادرست فقدان امنيت در كشور، مانع از رشد و توسعه صنعت توريسم نشود. ايجاد امنيت و ايجاد احساس امنيت تنها به مقوله تامين امنيت جاني و مالي و كاهش جرائم خياباني ختم نميشود، بلكه موضوع فراتر از آن بوده ولازم است براي آن چارهاي انديشيد. در اين رابطه به طور نمونه وجود هتلهاي مطمئن و رستورانهاي بهداشتي در ايجاد احساس امنيت موثر است. همچنين، در كشورهايي كه پول تقلبي در آنها فراوان است، عدم اعتماد در گردشگران ديده ميشود كه اين موضوع خود به امنيت رواني گردشگر صدمه وارد ميكند كه البته در كشور ما اين موضوع مشكل حادي نيست. پاكيزگي شهر، حفاظت از ميراث فرهنگي و طبيعي و احترام به محيط زيست، از ديگر مواردي هستند كه ناخودآگاه احساس امنيت يا عدم احساس امنيت گردشگر را تحت تاثير قرار ميدهند. ما براي اينكه بتوانيم از امنيت گردشگري در ايران براي جهانيان سخن بگوييم، بايد از همهي زوايا به آن توجه كنيم. از نقش تبادلات فرهنگي و معادلات سياسي و تفكرات اقتصادي گرفته، تا نقش نيرويهاي انتظامي و دستاندركاران گردشگري و مردم كوچه و بازار كه در اين ميان بسيارمهم و قابل بررسي است. زماني گردشگري در كشوري رونق مييابد، كه توجه دولت آن كشور براي تامين امنيت گردشگران بيشتر شده باشد.

1. توسعه مدل بومی سنجش رقابت پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران- بابک برومند- نشریه تحقیقات بازاریابی نوین- تابستان 1397- دوره 8- شماره 2

از ابتداي ورود مباحث مربوط به سنجش رقابت پذيري به موضوع گردشگري زمان زيادي مي گذرد. از زماني که پورتر در سال 1990 ميلادي نخستين مدل را ارائه داد، تاکنون مدل هاي متعددي براي مقاصد مختلف توسعه داده شده است؛ ولي هنوز مدل بومي سازي شده براي سنجش اين شاخص در بين مقاصد گردشگري ايران با توجه به متغيرهاي خاص کشور ايران طراحي نشده است. به اين منظور، در پژوهش حاضر براي استخراج متغيرهاي مدل بومي مدنظر در مرحلة نخست از روش کتابخانه اي با بررسي مدل هاي معتبر موجود در ادبيات موضوع و انتخاب متغيرهاي متناسب با مقاصد گردشگري ايران استفاده شد؛ سپس براي تکميل متغيرها از مصاحبه هاي کيفي با خبرگان صنعت گردشگري، مديران بخش دولتي و فعالان بخش خصوصي تا مرحلة اشباع نظري استفاده شده است. به منظور جانمايي متغيرها در شاخص هاي مربوطه، روش تحليل عاملي تأييدي به کار بسته شد. براي سنجش متغيرهاي کمّي متناظر با هر مقصد از منابع کتابخانه اي و آمارهاي رسمي و براي سنجش متغيرهاي کيفي هر مقصد از پرسشنامه استفاده شده است. اوزان شاخص ها به روش مقايسة زوجي به کمک خبرگان و شاخص ها به کمک روش به کاررفته مدل مجمع جهاني اقتصاد بي وزن سازي شده است. نتايج پژوهش در قالب يک مدل مشتمل بر 9 شاخص شامل امنيت، زيرساخت ها، خدمات مقصد و امکانات اقامتي، رقابت پذيري قيمتي و جوّ مقصد، عوامل انساني، محيط مقصد، جذابيت هاي تفريحي و واقعه اي، مديريت مقصد و در نهايت اطلاع رساني و برنامه ريزي ارائه شده است. همچنين 64 متغير در زيرمجموعة اين شاخص ها قرار گرفته است.

1. ارتقاي ظرفیت گردشگري جمهوري اسلامی ایران: تحلیلی بر ابزارهاي خط مشی گذاري ملی گردشگري- حسن دانایی فرد- فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری- سال هفتم ـ شماره 19 ـ پاییز 91-

هدف از این پژوهش شناسایی ابزارهای خط مشی گذاری برای اجرای خط مشی ملی گردشگری در ایران است. این پژوهش با درک نقش و اهمیت گردشگری در تولید ناخالص ملی در پی یافتن پاسخ مناسب به این سوال است که با چه ابزارهایی میتوان خطم شی گردشگری را اجرا کرد. به این منظور برای یافتن این پاسخ از رویکرد پژوهشی ترکیبی با رویکرد اکتشافی در گردآوری داده ها به منظور دستیابی به ابزارهای خطمشی گردشگری استفاده شده است. با توجه به مؤلفه های شناسایی شده در این پژوهش میتوان نتیجه گرفت، شناسایی ابزارهای خط مشی گردشگری به منزله راه کاری است که دولتها به بهره گیری از آن میتوانند موجب رشد و توسعه گردشگری بشوند. در نهایت یافته های پژوهش حاکی از آن است که ابزارهای خط مشی گردشگری با توجه به نقش هایی که دولتها در گردشگری ایفا میکنند به سه دسته ابزارهای تنظیمی، شناختی و هنجاری تقسیم میشوند و دولت با استفاده از این ابزارها میتواند موجب پایداری گردشگری شود. خط مشی گردشگری، به طور فزاینده ای به امری حیاتی برای بسیاری از کشورها که تمایل به به کارگیری گردشگری، برای رشد منطقه ای و ملی دارند تبدیل شده است. لازمه ی موثر بودن این خط مشی آن است که موانعی که در اجرای آن وجود دارد، شناسایی شود. به این ترتیب این امر احساس میشود که برای اجرای خط مشی های مرتبط با گردشگری نیازمند ابزارهایی هستیم که آنها را به صورت کارآمد به اجرا بگذاریم. در خصوص گردشگری در ایران پژوهشهای متعددی صورت گرفته است و راهکارهایی نیز برای توسعه آن به طور عام و خاص ارائه شده است. حال مسئله ی اصلی این است که چرا با ارائه ی راهکارها، هنوز کشور ما با دارا بودن بسترهای فراوان نتوانسته است سهم خود را از بازار گردشگری به دست آورد. با وجود این خلائی احساس میشود مبنی بر اینکه علیرغم ارائه خط مشی هایی در زمینه گردشگری، اجرای آن با نواقصی همراه است. در این راستا این پژوهش به دنبال ابزارهایی است که بتواند این خط مشیها را به صورت کارآمد به اجرا بگذارد.

1. گردشگری سبز، محیط زیست و توسعه پایدار- فریبا حسن زاده- جغرافیای فضای گردشگری- بهار 1394- دوره 4- شماره 14





**با سپاس از وقتی که برای مطالعه گذاشتید و با سپاس فراوان از زحمات شما در طول ترم**