

حسن ازینج

مدیریت بحران در صنعت گردشگری

علت ها و پیامدها

تألیف

جی.سی. هندرسن

ترجمه

محمدرضا گوهری

Henderson, John C	: هندرسن، جان	سرشناسه
: مدیریت بحران در صنعت گردشگری؛ علت‌ها و پیامدها/ تألیف: جان. سی.		عنوان و نام پدیدآور
: هندرسن؛ ترجمه: محمدرضا گوهری.		مشخصات نشر
: تهران: مهکامه، ۱۳۹۳.		مشخصات ظاهری
: ۳۲۰ ص: جدول.		شابک
: 978-600-7127-02-5		وضعیت فهرست نویسی
: فیفا		یادداشت
Tourism crises: causes, consequences and management	: عنوان اصلی	موضوع
: گردشگری - مدیریت		موضوع
: مدیریت بحران		شناسه افزوده
: گوهری، محمدرضا، ۱۳۶۷ - مترجم		رده‌بندی کنگره
: ۱۳۹۳ م ۹/۱۵۵/G		رده‌بندی دیویی
: ۳۳۸/۴۷۹۱		شماره کتابشناسی ملی
: ۳۵۸۲۱۴۲		

نام کتاب: مدیریت بحران در صنعت گردشگری؛ علت‌ها و پیامدها

تألیف: جان. سی. هندرسن

ترجمه: محمدرضا گوهری

ویراستار: امیر هاشمی مقدم

ناشر: مهکامه

ناظر چاپ: بهزاد ربیعی فراهانی

طرح جلد: حسین مبینی‌پور

لیتوگرافی: نقش

چاپ و صحافی: اصلی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۳

تیراژ: ۱۰۰۰

قیمت: ۱۵۵۰۰۰ ریال

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۱۲۷-۰۲-۵

دفتر مرکزی: ۱- تهران، خیابان انقلاب، خیابان فخر رازی، نرسیده به ایفای نژاد، کوچه انوری، پلاک ۸، طبقه

دوم، نشر و پخش مهکامه

تلفن: ۶۶۴۸۸۲۰۳-۶۶۴۹۷۰۵۰ فکس: ۰۹۱۲۳۹۷۴۰۲۱-۶۶۹۶۱۵۰۹

۲- تهران، میدان انقلاب، بین خیابان ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی آگاه تلفن: ۶۶۴۶۰۹۳۲

en_mahkame@Yahoo.com

www.mahkame.com

پست الکترونیکی:

نمایندگی‌های شهرستان:

۱- مشهد: کتابفروشی درخشش، تلفن: ۳۲۲۵۱۹۲۳ (۰۵۱)

۲- شیراز: کتابفروشی بانک کتاب صادق، تلفن: ۳۲۳۰۱۰۷۱ (۰۷۱)

۳- اصفهان: کتابفروشی چهارباغ عباسی، تلفن: ۳۲۲۳۸۸۵۶ (۰۳۱)

۴- رشت: کتابفروشی مزده، تلفن: ۲۲۲۲۳۶۴۷ (۰۱۳)

فهرست مطالب

۹	مقدمه مترجم
۱۵	فصل ۱: پیشگفتار
۱۵	مقدمه
۱۸	بحران‌های گردشگری، علت‌ها و پیامدها
۲۴	ویژگی‌های صنعت گردشگری
۲۸	آسیب‌پذیری صنعت گردشگری در برابر بحران‌ها
۳۰	مدیریت بحران گردشگری
۳۳	مطالعه بحران گردشگری
۳۵	نتیجه‌گیری
۳۶	تعریف مفاهیم
۳۶	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید
۳۷	منابع
۴۱	فصل ۲: بحران‌های اقتصادی گردشگری
۴۱	مقدمه
۴۲	اقتصاد گردشگری
۴۵	نوسانات نرخ ارز و کنترل آن
۴۸	افزایش هزینه‌ها
۵۱	اثرات اقتصادی گردشگری
۵۷	مدیریت اثرات منفی اقتصادی
۵۹	نتیجه‌گیری
۵۹	مطالعه موردی ۱: بازار برون‌مرزی ژاپن در دهه ۱۹۹۰ میلادی

۶۱	مطالعه موردی ۲: بحران مالی آسیا
۶۳	تعریف مفاهیم
۶۴	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید
۶۵	منابع
۶۷	فصل ۳: بحران‌های سیاسی گردشگری
۶۷	مقدمه
۶۸	سیاست، دولت و گردشگری
۷۱	ایدئولوژی‌های سیاسی و گردشگری
۷۳	بی‌ثباتی سیاسی و بحران‌های گردشگری
۸۰	مسئله جغرافیا و مقیاس زمانی
۸۲	مرور مطالب
۸۵	واکنش به بحران‌های سیاسی گردشگری
۸۹	نتیجه‌گیری
۹۰	مطالعه موردی ۱: بحث دولت، گردشگری و تحریم در میانمار
۹۳	مطالعه موردی ۲: آدم‌ربایی و آزادسازی مشتریان یک تورگردان در یمن
۹۵	تعریف مفاهیم
۹۵	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید
۹۷	منابع
۹۹	فصل ۴: تروریسم و گردشگری
۹۹	مقدمه
۱۰۰	تهدید جهانی تروریسم
۱۰۴	گردشگری و تروریسم
۱۱۴	گزارش‌ها و توصیه‌های رسمی در خصوص سفر
۱۱۷	واکنش در برابر تروریسم
۱۲۰	راهکارهای بازدارنده
۱۲۳	نتیجه‌گیری
۱۲۴	مطالعه موردی ۱: بمب‌گذاری در بالی
۱۲۷	مطالعه موردی ۲: ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱
۱۳۰	تعریف مفاهیم

۱۳۱	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید.....
۱۳۲	منابع.....

۱۳۵	فصل ۵: تضادهای فرهنگی - اجتماعی و گردشگری.....
۱۳۵	مقدمه.....
۱۳۶	اثرات فرهنگی - اجتماعی گردشگری.....
۱۴۱	شرایط فرهنگی - اجتماعی و بحران‌های گردشگری.....
۱۴۳	تبهکاری و گردشگری.....
۱۴۶	مدیریت بحران‌های فرهنگی - اجتماعی گردشگری.....
۱۵۰	نتیجه‌گیری.....
۱۵۱	مطالعه موردی ۱: هدف جرم و جنایت قرار گرفتن گردشگران در فلوریدا.....
۱۵۲	مطالعه موردی ۲: اعمال مجرمانه گردشگران در رودس.....
۱۵۴	تعریف مفاهیم.....
۱۵۵	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید.....
۱۵۶	منابع.....

۱۵۹	فصل ۶: بحران‌های زیست‌محیطی گردشگری.....
۱۵۹	مقدمه.....
۱۶۰	گردشگری و آسیب‌های زیست‌محیطی.....
۱۶۳	دلایل دیگر بحران‌های زیست‌محیطی و گردشگری.....
۱۶۸	بلا پای طبیعی و گردشگری.....
۱۷۱	واکنش به بحران‌های زیست‌محیطی گردشگری.....
۱۷۵	نتیجه‌گیری.....
۱۷۵	مطالعه موردی ۱: آلودگی هوا در جنوب شرقی آسیا.....
۱۷۷	مطالعه موردی ۲: تایلند و سونامی اقیانوس هند.....
۱۸۱	تعریف مفاهیم.....
۱۸۲	پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید.....
۱۸۳	منابع.....

۱۸۷	فصل ۷: گردشگری و بحران‌های بهداشتی و سلامتی.....
۱۸۷	مقدمه.....

۱۸۸		مرور مطالب
۱۸۹		مخاطرات بهداشتی و سلامتی به هنگام سفر
۱۹۲		مخاطرات بهداشتی و سلامتی در مقصدها
۱۹۵		بیماری‌های عفونی
۱۹۹		رفتار پر خطر
۲۰۰		روابط نامشروع و گردشگری
۲۰۳		گردشگری ماجراجویانه
۲۰۴		واکنش به دغدغه‌ها و بحران‌های بهداشتی و سلامتی
۲۱۱		نتیجه‌گیری
۲۱۲		مطالعه موردی ۱: شرکت‌های هواپیمایی و بروز ترومبوز سیاهرگی عمقی (DVT)
۲۱۵		مطالعه موردی ۲: شیوع بیماری سارس در سال ۲۰۰۳ میلادی
۲۱۸		تعریف مفاهیم
۲۱۸		پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید
۲۱۹		منابع

فصل ۸: گردشگری و شکست‌های تکنولوژیکی

۲۲۳		مقدمه
۲۲۴		گردشگری و حوادث بخش حمل و نقل
۲۲۶		سفر با خودروی شخصی
۲۲۹		سفر با کشتی، قطار و اتوبوس
۲۳۵		حمل و نقل هوایی
۲۳۸		آتش‌سوزی
۲۴۴		شکست‌های فناوری اطلاعات
۲۴۵		دیگر انواع شکست‌های تکنولوژیکی و فنی
۲۴۸		واکنش به شکست‌های تکنولوژیکی و فنی
۲۵۰		نتیجه‌گیری
۲۵۱		مطالعه موردی ۱: غرق شدن کشتی ام‌اس هِرالد
۲۵۴		مطالعه موردی ۲: برخورد دو فروند هواپیمای بوئینگ ۷۴۷ در تَیْرِیف
۲۵۵		تعریف مفاهیم
۲۵۶		پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید
۲۵۷		منابع

فصل ۹: بحران‌های تجاری..... ۲۶۱

مقدمه.....	۲۶۱
انواع گوناگون بحران‌های تجاری.....	۲۶۲
تغییر تقاضا.....	۲۶۴
بین‌المللی شدن.....	۲۶۶
رقابت.....	۲۶۸
مسائل مالی.....	۲۷۱
نیروی کار.....	۲۷۳
جنبش‌های صنفی.....	۲۷۵
مؤسسات کوچکتر و بحران‌های تجاری.....	۲۷۷
نتیجه‌گیری.....	۲۸۱
مطالعه موردی ۱: دیونی‌لند در هنگ‌کنگ.....	۲۸۱
مطالعه موردی ۲: شرکت‌های هواپیمایی کم‌هزینه سنگاپور.....	۲۸۴
تعریف مفاهیم.....	۲۸۶
پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید.....	۲۸۷
منابع.....	۲۸۸

فصل ۱۰: بحران، گردشگری و مدیریت بحران گردشگری..... ۲۹۱

مقدمه.....	۲۹۱
مرور مطالب.....	۲۹۱
اهمیت مدیریت بحران گردشگری.....	۲۹۲
مراحل مدیریت بحران گردشگری.....	۲۹۳
ویژگی‌های متمایز برنامه‌های مدیریت بحران گردشگری.....	۲۹۹
نقش مشارکت.....	۳۰۱
چشم‌انداز.....	۳۰۳
نتیجه‌گیری.....	۳۰۴
پرسش‌هایی جهت مرور آنچه خوانده‌اید.....	۳۰۵
مطالعه موردی ۱: استراتژی مدیریت بحران پاتا.....	۳۰۶
مطالعه موردی ۲: پانیان تری و سونامی اقیانوس هند.....	۳۱۶
منابع.....	۳۲۰

مقدمه مترجم

بحران‌ها به وقوع می‌پیوندند، گاه صدای پای‌شان را می‌شنویم و فرصت مهیا کردن خود را داریم، و گاه بدون هیچ خبر و به‌طور ناگهانی با آنها روبرو می‌شویم. در هر صورت، بایستی آگاه باشیم که در جهان پر آشوب و متلاطم امروز هر لحظه چشم انتظار وقوع بحران تازه‌ای بودن نشان هشجاری است، اگرچه در بسیاری از مواقع چاره‌ای جز مواجهه با آن نداریم.

تعدادی از کارشناسان معتقدند، با وجود تمامی سیاست‌ها و تمهیداتی که صنایع و بخش‌های مختلف اقتصادی برای مقابله صحیح و مؤثر با بحران‌ها اتخاذ می‌کنند بحران‌ها همچنان وجود خواهند داشت و تکرار خواهند شد.^۱ از سوی دیگر عده‌ای نیز معتقدند که می‌توان با اتخاذ تدابیری سنجیده از بروز بحران‌ها جلوگیری کرد و یا پیامدهای منفی آنها را به حداقل رساند.^۲ بنابراین کسب آمادگی و برنامه‌ریزی برای مدیریت بحران‌ها و به حداقل رساندن آسیب‌ها و اثرات منفی آنها، نکته بسیار مهمی است که بایستی تمامی بخش‌ها و سازمان‌ها بدان توجه داشته باشند. برخی دیگر از کارشناسان نیز با تلفیق دو دیدگاهی که در بالا به آنها اشاره شد، چنین تعریفی از مدیریت بحران ارائه داده‌اند: «تلاشی سیستماتیک که توسط سازمان‌ها و گروه‌های دست‌اندرکار در یک بخش یا صنعت، در جهت مدیریت یا پیشگیری از وقوع بحران‌ها انجام می‌شود؛ به نحوی که تمامی افراد دخیل در فرایند مدیریت بحران، به این مسئله اذعان داشته باشند که موفقیت‌ها و دستاوردهای ایشان بیش از شکست‌ها و پیامدهای

1. Perrow, C. A. 1984. *Normal Accidents: Living with high risk technologies*. New York: Basic Books.

- Gephart, R. P., Jr. 1984. *Making Sense of Organization Based Environmental Disasters*. *Journal of Management* 10(2): 25-205.

2. Mitroff, I. I., C. M. Pearson, and L. k. Harrigan. 1996. *The Essential Guide to Managing Corporate Crises: A Step-by-Step Handbook for Surviving Major Catastrophes*. New York: Oxford University Press.

- Roberts, k. h. 1990. *Some Characteristics of One Type of High Reliability Organization*. *Organization Science*, 1(2), 176-180.

منفی ناشی از بروز یک بحران است».^۱

هدف از تمام اقداماتی که پیش از وقوع یک بحران و در جهت کنترل و مدیریت آنها انجام می‌شود، پیشگیری از بروز بحران‌ها یا یک بحران خاص نیست؛ زیرا چنانچه نگاه واقع‌بینانه‌ای به پیرامون خود داشته باشیم درمی‌یابیم که منابع انسانی و مالی، تجهیزات، و حوزه تأثیرگذاری ما به اندازه‌ای نیست که قادر باشیم مانع از بروز بسیاری از انواع بحران‌ها (بحران‌های بهداشتی و سلامتی، سیاسی، اقتصادی و...) شویم.

صنعت گردشگری نیز به‌مانند بسیاری از صنایع و فعالیت‌های اقتصادی، پیوسته در معرض بروز بحران‌ها قرار دارد، به‌گونه‌ای که بسیاری از کارشناسان، با علم به حساسیت بسیار بالای این صنعت در برابر بروز تغییرات، معتقدند گذشته از بحران‌هایی که ممکن است در درون صنعت گردشگری به وجود آید تقریباً هر بحرانی می‌تواند فعالیت‌های این صنعت را تحت تأثیر خود قرار دهد؛ حتی فالکنر در یکی از مقالات^۲ خود، صنعت گردشگری را قربانی دائمی بحران‌ها دانسته است. از سویی، با نگاهی اجمالی به اتفاقات چند سال اخیر و مرور آمارهای گردشگری در کشورهایی که دستخوش حوادث ناگوار بوده‌اند این مسئله به راحتی قابل اثبات است. بدیهی است که به‌جز عده‌ای معدود (که در بخش‌های مختلف این کتاب به آنها و انگیزه‌های ایشان اشاره خواهد شد)، هیچ گردشگری حاضر نیست از کشور یا منطقه‌ای دیدن کند که درگیر ناآرامی، آشوب و حوادث ناگوار است و از آنجا که امروزه تمایلات گردشگران تا حدود زیادی تحت تأثیر تبلیغات و اخبار رسانه‌ها است گاهی حتی بزرگنمایی یک اتفاق، انتشار اخباری نادرست یا برخی فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغاتی رقیبان می‌تواند صنعت گردشگری یک کشور را با رکودی شدید مواجه کند؛ رکودی که شاید خارج شدن از آن و همچنین بازسازی وجهه مخدوش‌شده یک مقصد، به سال‌ها زمان نیاز داشته باشد. پس روشن است که در صورت بروز یک بحران در صنعت گردشگری وظیفه مسئولان، مدیران و دست‌اندرکاران صنعت بسیار سنگین است؛ زیرا از ایشان انتظار می‌رود تا با اتخاذ تصمیماتی به‌موقع و صحیح هرچه سریع‌تر درصدد مقابله با بحران‌ها برآیند، مانع از گسترش آنها شوند و همچنین پیامدها و اثرات منفی ناشی از بروز آنها را کنترل کنند. انجام هر یک از این وظایف بدون بهره‌گیری از یک گروه آماده و یک برنامه مدیریت بحران کارآمد، امکان‌پذیر نیست.

در زمان بروز یک بحران، بسیاری از مقصدها یا بخش‌ها و سازمان‌ها دچار مشکل شده و عملکرد عادی آنها مختل می‌شود، بقای شرکت‌ها به خطر می‌افتد و شهرت و زیرساخت‌های

1. Pearson, C. M., and J. A. Clair. 1998. Reframing Crisis Management. *Academy of Management Review* 23(1): 59-76.

2. Faulkner, B. 2001. Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management* 22(2): 47-135.

آنها از بین می‌رود؛ بنابراین طبیعی است که در چنین شرایطی بسیاری از مدیران نیز در پی یافتن راه‌حلی برای خروج از بحران باشند. آنچه در این میان می‌تواند تفاوت ایجاد کرده، برگ برنده‌ای در عرصه رقابت با سایر رقیبان باشد و بقای یک سازمان و ادامه فعالیت‌های آن را تضمین کند پیروی کردن و به‌کارگیری از یک استراتژی یا راهبرد مؤثر در زمینه مدیریت بحران‌ها است. به‌علاوه این‌که در هنگام بروز بحران‌ها و مشکلات مهم و اساسی در صنعت گردشگری یکی از عوامل تعیین‌کننده در حفظ پایداری و موفقیت مقصدها نحوه مدیریت بحران و واکنش در برابر مشکلات ناشی از آن است. همچنین، از آنجا که امروزه شاهد پیچیده‌تر شدن بحران‌ها هستیم نیاز است تا مدیران و دست‌اندرکاران، تمرکز و توجه بیشتری بر روی موضوع کنترل و مدیریت بحران‌ها داشته باشند، منابع لازم و کافی را به این امر اختصاص دهند و برای مواقع اضطراری به دنبال جلب همکاری و مشارکت سایر بخش‌ها و سازمان‌ها باشند.

توجه مسئولان دولتی و سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ فعال در صنعت گردشگری به مبحث مدیریت بحران‌های گردشگری، ضمن این‌که می‌تواند به حفظ جنبه‌های پایداری این صنعت در یک مقصد کمک کند و زمینه‌ساز همکاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان و بلندمدت شود، می‌تواند برای فعالیت‌های اقتصادی کوچک در صنعت گردشگری نیز جنبه‌ای حیاتی داشته باشد. همان‌گونه که می‌دانیم بخش اعظمی از فعالیت‌های صنعت گردشگری متعلق به شرکت‌های کوچک منطقه‌ای یا محلی است که بسیاری از آنان نیز در زمان بروز یک بحران جدی فاقد ظرفیت و منابع کافی برای غلبه بر اثرات منفی بحران‌ها هستند، به همین دلیل در صورت ادامه‌دار شدن یک بحران یا به درازا کشیده شدن فرایند بازسازی بحران، این قبیل فعالیت‌ها بیش از شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ متضرر شده و کسب و کار خود را از دست می‌دهند؛^۱ مسئله‌ای که می‌تواند موجب شود عده زیادی شغل خود را از دست بدهند و یک منطقه یا کشور را درگیر مشکلات و بحران‌های اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی کند.

برخی از کارشناسان امر مدیریت بحران معتقدند که در هر شیوه مدیریت بحران، چهار عامل عمده را باید مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار داد:

۱. نوع بحران؛
۲. مرحله‌ای که بحران در آن قرار دارد؛
۳. سیستم‌ها و عواملی که موجب بروز بحران می‌شوند یا می‌توانند از بروز آن جلوگیری کنند؛

1. Billing, P., and R.J.C. Chen. 2004. Bridging the Gap: Towards a Knowledge- Based Development Model for Tourism SME. Paper presented at the annual conference of the International Society of Travel and Tourism Educators, Honk Kong, SAR, China, September 26-28.

۴. افراد و سازمان‌هایی که درگیر بحران شده‌اند.^۱

همچنین مدیران و دست‌اندرکاران بخش گردشگری به منظور رویارویی مؤثر با بحران‌ها باید علاوه بر تدوین راهبردهای کلی برای مقابله با بحران‌ها، برای هر بحران خاص نیز راهکارها و راهبردهایی ویژه را در نظر داشته باشند؛ زیرا همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد در بسیاری از مواقع، بحران‌ها به‌طور ناگهانی اتفاق می‌افتند، پیامدهای آنها غیرقابل پیش‌بینی است و بیشتر آنها می‌توانند بقای سازمان‌ها و شرکت‌ها را در معرض تهدید قرار دهند. به همین دلیل، لازم است تا با به‌کارگیری امکانات و توان لازم و بهره‌گیری از متخصصان و جلب همکاری و مشارکت سایر بخش‌ها و سازمان‌ها تدابیر لازم برای مقابله احتمالی با هرگونه بحران را اتخاذ کنیم.

فالکنر پس از انجام مطالعات گسترده خود نخستین مدل جامع برای مدیریت بحران در صنعت گردشگری را ارائه کرد.^۲ یکی از جنبه‌های مهم این مدل تأکید بر اتحاد و همکاری تمامی بخش‌های فعال در صنعت گردشگری با جوامع بومی و محلی است. مدلی که او تنظیم کرده است شامل شش مرحله می‌شود:

۱. مرحله پیشگیری (شامل برنامه‌ریزی)؛
۲. مرحله آغازین (بروز علائم اولیه بحران)؛
۳. مرحله اضطراری (اثرات بحران احساس می‌شود و باید اقداماتی برای حفاظت از جان مردم و دارایی‌ها انجام داد)؛
۴. مرحله ابتدائی (برطرف کردن نیازهای اولیه مردم)؛
۵. مرحله بلندمدت (بازسازی و بازگرداندن اوضاع به مرحله پیش از بحران)؛
۶. مرحله حل و فصل و ارزیابی فعالیت‌ها و اقدامات انجام شده (به‌روز رسانی برنامه‌ها و استفاده از تجربیات حاصل شده).

با نگاهی به مدل‌های ارائه شده برای مدیریت بحران در صنعت گردشگری یا دیگر مدل‌هایی که برای سایر بخش‌ها و صنایع تهیه و تدوین شده‌اند، پی می‌بریم که اکثر قریب به اتفاق آنها سه مرحله عمده پیشگیری، اجرای سیاست‌ها و برنامه‌ها، و مرحله حل و فصل و ارزیابی اقدامات را در خود گنجانده‌اند و بر جمع‌آوری اطلاعات و برقراری ارتباط با دست‌اندرکاران و مقامات محلی یک مقصد (برای جلب مشارکت و همکاری) تأکید دارند. کتاب حاضر تلاش می‌کند تا در قالب ۱۰ فصل به بررسی بحران‌هایی بپردازد که یا صنعت

1. Pearson, C. M., and I.I. Mitroff. 1993. From Crisis Prone to Crisis Prepared: A Framework for Crisis Management. *Academy of Management Executive* 7(1): 48-59.

2. Faulkner, B. 2001. Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management* 22(2): 47-135.

گردشگری مسبب بروز آنها است و یا دیگر بخش‌ها و فعالیت‌ها موجب بروز مشکلات و بحران‌هایی برای این صنعت شده‌اند. هر یک از فصل‌های این کتاب به بررسی یکی از بحران‌های عمده برای صنعت گردشگری پرداخته و با ذکر موارد و مثال‌های متعدد از اتفاقات و حوادثی که در نقاط مختلف دنیا روی داده است سعی دارد تا راهکارهایی را برای غلبه بر این بحران‌ها ارائه دهد.

از آنجا که کشور ما دارای ظرفیت‌های بالقوه بسیاری در صنعت گردشگری است و امروزه نیز شاهد توجه بیشتر مقامات دولتی و شرکت‌ها و سازمان‌های گردشگری به توسعه این صنعت هستیم، لازم است تا در سایه توسعه زیرساخت‌ها و فراهم کردن بستر لازم برای توسعه صنعت گردشگری در کشورمان هم‌زمان به مبحث مدیریت بحران گردشگری هم توجه شود؛ زیرا با رشد گردشگری در یک کشور امکان بروز بحران‌های مرتبط با آن نیز افزایش پیدا خواهد کرد و در صورتی که پیش‌بینی‌های لازم برای رویارویی با چنین شرایطی صورت نپذیرد امکان وارد آمدن خسارت‌های هنگفت مادی و معنوی بسیار است.

به سبب دغدغه و علاقه‌ای که نسبت به مبحث اثرات و پیامدهای گردشگری داشته و دارم، پس از گردآوری و ترجمه کتاب اثرات جهانگردی که توسط دانشگاه مازنیار به چاپ رسیده است؛ کتاب حاضر^۱ را که باز هم به نوعی مرتبط با حوزه اثرات است به علاقه‌مندان و دلسوزان صنعت گردشگری تقدیم می‌کنم. با امید به این که هر روز بیش از پیش شاهد رشد و توسعه این صنعت در کشور عزیزمان باشیم و با علم به این که ممکن است حاصل کار هیچ نویسنده یا مترجمی به‌دور از ایراد نباشد، سعی شده است در ترجمه کتاب حاضر تا اندازه‌ای که دانش و توان اجازه می‌دهد ایرادات کمتری وجود داشته باشد تا مخاطبان و خوانندگان آن آزرده خاطر نشوند؛ با این حال ضمن تشکر و آرزوی توفیق برای خوانندگان صاحب‌نظر، تقاضا دارم که نظرات و پیشنهادات خود را درباره ترجمه این کتاب از طریق ناشر محترم یا رایانامه^۲ به اطلاع اینجانب برسانند تا در چاپ‌های بعدی و یا آثار دیگر از آنها نهایت استفاده به‌عمل آید.

هم مگر پیش نهد لطف شما گامی چند^۳

ما بدان مقصد عالی نتوانیم رسید

۱. این کتاب ترجمه‌ای است از:

Henderson, J.C.(2007). *Tourism Crises: Causes, Consequences and Management*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.

2. tourismmanagement@gmail.com

۳. حافظ شیرازی، خواجه شمس‌الدین محمد، دیوان حافظ، به‌کوشش منوچهر اشرف‌الکتابی (تهران، نشر جهان دانش،

۱۳۷۹)، غزل ۱۸۲، بیت دوم.

قابل توجه این‌که تمامی پاورقی‌های مشخص شده با م از مترجم کتاب است و از آنجا که ارجاعات درون‌متنی در نسخه اصلی این کتاب بسیار زیاد بود، به‌دلیل حفظ یکپارچگی جملات و روانی متن، تمامی آنها به پاورقی منتقل شدند.

در پایان لازم می‌دانم از سرکار خانم راحله قنبری، مدیر مسئول انتشارات مه‌کامه برای توجه و استقبال ایشان از این کتاب و نیز کوششی که برای ترویج دانش گردشگری انجام می‌دهند سپاسگزاری نمایم.

محمد رضا گوهری

تیرماه ۱۳۹۳