

The Relationship between Crisis Management and Community Resilience in Tourism Destination at Corona Crisis Case Study: Hamedan City

Mehdi Basouli^{1*}, Golnoush Jabbari².

1- Assistant Professor of Tourism Management, Jihad University, Yazd, Iran

2- PhD Student of Tourism, Science and Arts University, Yazd, Iran

Accepted: 20 January 2021

Received: 25 April 2021

Extended Abstract

Introduction

The covid-19 was reported in early January 2020 by the World Health Organization in China. The virus spread rapidly in the Wuhan region of China and was initially largely ignored by political leaders around the world. Within a few weeks, the disease spread beyond China. Covid-19 has plunged the world into an unforeseen health crisis that has had a profound impact on communities. Tourism destinations are among the sectors that have received the most negative impact from this crisis. Given the severity of the outbreak of crises over the past decade, and with increasing access to information about these events, it has exacerbated crises that have a direct impact on the tourism industry. Tourism destinations are particularly prone to the consequences of changing circumstances, as they face an increasing number of uncontrollable events. Most local communities are affected on a large scale by the social effects of crises. Also, after the crisis, long-term sustainable reconstruction depends on economic, social, environmental, and local considerations in the recovery strategy. Moreover, communications and tourism leadership are essential in the improvement process. Given this, qualitative research is needed to interpret crises at a deeper level. Several key studies on the process of crisis management and tourism-related procedures have been conducted in the context of the resilience process. However, there is a need for further research on the relationship between resilience, tourism crisis management, and sustainability, as well as destination development and management from a resilience perspective. In particular, more research is needed to investigate the catastrophic event because it is directly related to the stages of the coping process. The lack of relevant research in the field of tourism has led to the identification of the relationship between crisis management practices and local resilience responses to address the gaps mentioned in the literature. The purpose of interpreting these relationships is to identify how crisis management decisions are made that can affect how the local community (Hamedan city) responds to a natural disaster. The purpose of this study is to interpret the process of resilience in the face of the Covid-19 crisis to show the impact on the resilience of the urban community of Hamadan city. However, this research can be done for other tourism destination purposes. This study is guided by the following research questions:

- What factors affect the resilience processes of society in the tourism destination (Hamadan city) during the events of the disaster?
- How can this crisis management process be managed sustainably in the tourism destination (Hamadan city)?

* Corresponding Author (Email: Basouli@acecr.ac.ir)

Methodology

The present study is fundamental-applied in terms of purpose and is considered qualitative with an exploratory orientation. The technique used is grounded theory. In the present study, the statistical population of the study included professors and university experts, tourism business owners, and tourism activists in the private and public sectors in Hamadan city. Sampling was theoretical for 13 people using non-probabilistic methods of purposive and snowball sampling. Thus, in the fall of 2020, first, according to the researchers' knowledge and considering the research objectives, a semi-structured interview was conducted with selected experts who were qualified to answer the questions, and then they introduced other experts to continue sampling. All interviews were recorded and the average interview time was 45 minutes. Thirteen interviews were conducted, but no new concept of data was obtained from the tenth interview. However, to ensure theoretical saturation, three more interviews were conducted, and given that no new concept and class of interview data failed, theoretical saturation was achieved. To analyze the data, the qualitative content analysis method was used and at the same time with data collection, ATLAS-TI software was exerted. With this description, the way to get the initial codes is such that each interview, after implementing their text, is carefully examined and the main message or key concepts of each phrase are extracted.

Results and discussion

The model (framework) of crisis management and community resilience in the tourism destination includes two central categories in the form of two-time frameworks including creating resilience during crisis management and managing the continuous resilience process of the Hamedan tourism community, in which the relevant dimensions (main category) are defined. Dimensions of creating resilience in times of crisis include perceptions of emotions, perceptions of danger and confrontation with it, the ability to adapt to change and innovation, creating a sense of security, sympathy of tourism stakeholders, and media support for tourism. Dimensions of continuous resilience management process related to the resilience of the Hamedan tourism community include tourism insurance coverage, national and local tourism crisis management, development of information and communication technology and communication channels in tourism, content creation and production of tourism knowledge, and learning, and virtual education of tourism. According to the related concepts provided, it can be defined and provided for other tourism purposes.

Conclusion

The results of this study argue that interpreting the host community's response to crisis management through resilience allows decision-makers to fully understand the effects of the Covid-19 pandemic crisis on society and the tourism industry. This study proposes an integrated path for crisis management and community resilience in order to manage crises and the sustainability of the tourism community.

Keywords: Covid-19, Crisis Management, Community Resilience, Tourism Destination, Grounded Theory Method.

رابطه مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه مقصد گردشگری در بحران کرونا مطالعه موردی: شهر همدان

مهدی باصولی^۱ - استادیار مدیریت گردشگری، جهاد دانشگاهی، یزد، ایران
گلنوش جباری - دانشجوی دکترای گردشگری، دانشگاه علم و هنر، یزد، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

چکیده

بحران‌ها، آسیب‌پذیری و تاب‌آوری از مسائل اصلی بوده که صنعت گردشگری همواره با آن درگیر هستند. این مطالعه به درک رابطه بین روند مدیریت بحران و پاسخ‌های تاب‌آوری جامعه محلی مقصد گردشگری شهر همدان می‌پردازد. با توجه به بحران پاندمیک ویروس کووید-۱۹ این مطالعه مطرح می‌کند که تاب‌آوری جامعه فرآیندی است که در تصمیم‌گیری پیرامون کاهش اثرات بحران تأثیر می‌گذارد. روش این پژوهش کیفی و به روش داده بنیاد (گراندد تئوری) صورت پذیرفته است. داده‌ها با روش نمونه‌گیری گلوله برفی و با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته عمیق با ۱۳ نفر از خبرگان و فعالان صنعت گردشگری شهر همدان گردآوری و از طریق اصول تحلیل داده‌ها و مبانی کدگذاری، تحلیل و مدل‌نمایی پژوهش با استفاده از نرم‌افزار اطلس - تی ارائه شده است. پس از انجام مصاحبه‌ها و بررسی و تفسیر داده‌ها، ۵۶ زیر مقوله در قالب ۱۲ مقوله اصلی و ۲ مقوله محوری استخراج شد و اشباع نظری حاصل شد. نتایج این پژوهش بیان می‌کند که تفسیر پاسخ جامعه میزبان به مدیریت بحران از دریچه تاب‌آوری به تصمیم‌گیرندگان این امکان را می‌دهد تا به‌طور کامل تأثیرات بحران پاندمیک ویروس کووید-۱۹ بر جامعه و صنعت گردشگری را درک کنند. این پژوهش مسیری یکپارچه برای مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه پیشنهاد می‌کند تا برای هدایت بحران‌ها و پایداری جامعه گردشگری مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: ویروس کووید-۱۹، مدیریت بحران، تاب‌آوری جامعه، مقصد گردشگری، روش داده بنیاد.

مقدمه

ویروس کووید-۱۹ در اوایل ژانویه ۲۰۲۰ توسط سازمان بهداشت جهانی (WHO) در کشور چین گزارش شد (WHO, 2020). این ویروس به سرعت در منطقه ووهان چین گسترش یافت، و در ابتدا تا حدود زیادی توسط رهبران سیاسی در سرتاسر جهان نادیده گرفته شد (Post, 2020). در عرض چند هفته این بیماری به خارج از چین گسترش یافت (Ye et al, 2020). در پی بحران شیوع کرونا ویروس در نقاط مختلف جهان، شیوع آن به طور رسمی در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۸ (۱۸ فوریه ۲۰۲۰) توسط وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تأیید شد. کووید-۱۹ دنیا را با بحران سلامت پیش‌بینی نشده‌ای مواجه کرده است و تأثیر عمیقی روی جوامع داشته است (Liu et al, 2020; Qiu et al, 2020:1; Zhang & Ma, 2020:23). بیشترین تأثیر منفی را از این بحران پذیرفته است. با توجه به شدت فرکانس و خشم بحران‌ها در طی یک دهه گذشته (Pennington-Gray, 2018: 136) و با افزایش دسترسی به اطلاعات در مورد این رویدادها منجر به تشدید بحران‌هایی شده است که بر صنعت گردشگری تأثیر مستقیم می‌گذارند (Schroeder et al, 2013:127). مقاصد گردشگری به‌طور ویژه مستعد عواقب تغییر اوضاع هستند (Becken & Hay, 2007:2). زیرا با تعداد فزاینده‌ای از رویدادهای غیرقابل کنترل روبرو می‌شوند (Basurto-Cedaño & Pennington-Gray, 2018: 294). تصویر مقصد در حین و بعد از فاجعه به یک نگرانی اصلی تبدیل می‌شود. با توجه به این که فجایع ممکن است تصویر منفی روی مقصد بگذارد. سازمان‌های جهانگردی باید به محافظت از مقصد یا سازمان گردشگری توجه ویژه‌ای داشته باشند (Pennington-Gray & Pizam, 2011: 317). یک بحران می‌تواند بر روی تصاویر مقصد مسافر و همچنین گزینه‌های مقصد مسافرت آن‌ها تأثیر بگذارد (Pennington-Gray et al, 2011:316). واکنش جامعه در بحران، تحت تأثیر تصمیماتی است که گرفته می‌شود (Hall et al, 2018). اغلب جامعه محلی در مقیاس وسیع تحت تأثیر اثرات اجتماعی بحران‌ها قرار می‌گیرند (Pennington-Gray & Pizam, 2011:318) و پس از بحران، بازسازی طولانی‌مدت پایدار بستگی به ملاحظات اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و محلی در استراتژی‌های بازسازی دارد (Amore, 2016:181). علاوه بر این، ارتباطات و رهبری گردشگری در فرایند بهبود ضروری می‌شوند (Pennington-Gray, 2018:319). با توجه به این موضوع، انجام پژوهش‌های کیفی برای تفسیر بحران‌ها در سطحی ژرف‌تر ضروری است (Cahyanto & Pennington-Gray, 2017:1). علی‌رغم افزایش علاقه به بررسی تأثیرات بلایای مناطق مقصد گردشگری، پژوهش‌های مربوط به تاب‌آوری در مراحل ابتدایی خود می‌باشد (Sheppard & Williams, 2015:15). کمبود پژوهش مرتبط در حوزه گردشگری باعث شده است که در این پژوهش با شناسایی رابطه بین رویه‌های مدیریت بحران و پاسخ‌های تاب‌آوری محلی به شکاف‌های ذکر شده در ادبیات پرداخته شود. هدف از تفسیر این روابط، شناسایی چگونگی تصمیم‌گیری در مورد مدیریت بحران است که می‌تواند بر نحوه واکنش جامعه محلی به یک فاجعه طبیعی تأثیر بگذارد. شهر همدان یکی از مقاصد مهم گردشگری فرهنگی همچنین طبیعت‌گردی ایران می‌باشد. شهر همدان با برخورداری از دو طیف عمده جاذبه‌های گردشگری شامل جاذبه‌ها و منابع طبیعی و همچنین منابع و جاذبه‌های تاریخی فرهنگی دارای جایگاه ویژه‌ای در صنعت گردشگری کشور ایران می‌باشد. با توجه به اهمیت این شهر در صنعت گردشگری، این مطالعه در شهر همدان انجام پذیرفته است. هدف از این پژوهش تفسیر فرایند تاب‌آوری در برابر بحران کووید-۱۹ با هدف نشان دادن تأثیر بر تاب‌آوری جامعه شهری همدان است. هرچند می‌توان این پژوهش را برای سایر مقاصد گردشگری انجام داد. این مطالعه با سؤالات پژوهش زیر هدایت می‌شود:

❖ چه عواملی بر فرآیندهای تاب‌آوری جامعه در مقصد گردشگری (شهر همدان) در هنگام وقایع فاجعه تأثیر می‌گذارند؟

❖ چگونه می‌توان این فرایند مدیریت بحران را به‌طور پایدار در مقصد گردشگری (شهر همدان) مدیریت کرد؟

1 World Health Organization

2 The frequency and fury of crises

چندین مورد از پژوهش‌های کلیدی در مورد فرآیند مدیریت بحران و رویه‌های مربوط به گردشگری، به‌ویژه توسط فاکتر (۲۰۰۱)؛ پژوهش، لوته و ویس (۲۰۱۴)، و هال و همکاران (۲۰۱۸) در زمینه فرآیند تاب‌آوری در مقصد گردشگری صورت گرفته است. با این وجود، نیاز به پژوهش‌های بیشتر در مورد رابطه بین تاب‌آوری، مدیریت بحران گردشگری و پایداری و همچنین توسعه و مدیریت مقصد از دیدگاه تاب‌آوری وجود دارد. به‌طور خاص، پژوهش‌های بیشتری مورد نیاز است که رویداد فاجعه را بررسی کند زیرا این امر به‌طور مستقیم با مراحل فرآیند تاب‌آوری مرتبط است.

شاخص‌های مختلفی برای اندازه‌گیری تاب‌آوری در برابر مقاصد در برابر حوادث ارائه شده است (Cutter et al, 2010: 17). برش و همکاران (۲۰۱۰) متغیرهای مختلفی را برای ایجاد یک شاخص چندبعدی برای تاب‌آوری در نظر گرفتند، این ابعاد شامل ظرفیت‌های اجتماعی، اقتصادی، نهادی، زیرساختی مناطق مقصد گردشگری برای تاب‌آوری در برابر شوک‌های ناگهانی بود. لو (۲۰۱۴) در پژوهش خود تحت عنوان "مقیاس، تغییر و تاب‌آوری در برنامه‌ریزی گردشگری جامعه" بین متغیرهای در حال تغییر سریع و متغیرهای متغیر آهسته برای اندازه‌گیری مقاومت در زمینه گردشگری تمایز قائل شد. همچنین شریفی^۲ (۲۰۱۶) در نتایج پژوهش خود با عنوان "یک بررسی انتقادی از ابزارهای منتخب برای ارزیابی تاب‌آوری جامعه" پس از بررسی شاخص‌های تاب‌آوری موجود، به این نتیجه رسید که شاخص‌های تاب‌آوری باید چندبعدی باشد و باید پویایی زمانی و توانایی‌های مدیریت ریسک جوامع را پوشش دهد، همچنین بیان کرد که باید توجه بیشتری به مشارکت ذینفعان در توسعه ابزارهای ارزیابی تاب‌آوری شود. کریستیناسدوتیر^۳ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان "بررسی شاخص‌های پایداری یکپارچه برای گردشگری" یک مرور جامع از شاخص‌های پایداری و یکپارچگی گردشگری را ارائه می‌دهد و بیان می‌دارند که محققان بر روی همبستگی و ماهیت پویا شاخص‌ها تمرکز می‌کنند. وجه مشترک در بین این تعاریف، درک این مسئله بود که تاب‌آوری به توانایی یک سیستم برای ماندن در پارامترهای خاص پس از یک اختلال اشاره دارد، جایی که پارامترها ممکن است عملیاتی یا عملکردی باشند. چنین تاب‌آوری ممکن است به دلیل ویژگی‌های داخلی سیستم باشد که حتی قبل از وقوع اختلال وجود دارد. برای این که گردشگری تاب آور شود، باید ابتکار عمل و سازگاری از بخش‌های مختلف زنجیره تأمین گردشگری و مقیاس‌های مختلف حاکمیت داشته باشد (Luthe & Wyss, 2014). دولت‌ها باید با مستندسازی و ارزیابی پاسخ‌های ذینفعان مختلف، از یادگیری در برابر بلایای طبیعی استفاده کنند. چنین اسناد و مدارکی باعث هدایت و بهبود ظرفیت مدیریت بحران و کاهش خطر بروز بلایای طبیعی خواهد شد (Calgaro & Lloyd, 2008; Gurtner, 2016). در پی بروز فجایع پژوهش‌های شریفی (۲۰۱۶)، باستامینیا^۴ و همکارانش (۲۰۱۷)، ساجا^۵ و همکارانش (۲۰۱۸) بر روی تاب‌آوری اجتماعی متمرکز شدند. همچنین در پژوهش باستامینیا^۴ و همکارانش (۲۰۱۷) تحت عنوان "مؤلفه‌ها و عوامل مؤثر بر تاب‌آوری اجتماعی و اقتصادی (از جمله: آگاهی، دانش، مهارت، نگرش و سرمایه اجتماعی و میزان و شدت خسارت، جبران خسارت و احتمال بازگشت به شرایط شغلی و مالی) را در شهر رودبار، ایران شناسایی و ارزیابی نمودند. ساجا^۵ و همکاران (۲۰۱۸) یک چارچوب فراگیر و سازگار S5 متشکل از سرمایه اجتماعی، سازوکارهای اجتماعی، ساختار اجتماعی، برابری اجتماعی و اعتقاد اجتماعی را پیشنهاد داد که خاطرنشان شده است که بنگاه‌های گردشگری بیشتر در معرض بلایای طبیعی هستند. از طرفی بنگاه‌های گردشگری پس از بحران، وقتی از طرف دولت، خانواده و جامعه پشتیبانی شوند شرایط بهتری دارند (Biggs et al, 2012; Cinner et al, 2009; Joerin et al, 2012).

1 Lew

2 Sharifi

3 Kristjánisdóttir,

4 Bastamina

5 Saja

6 Bastamina

7 Saja

مبانی نظری

وقایع بحرانی در زمینه گردشگری به رویدادهایی اشاره دارند که بر اعتماد گردشگرانی که به یک مقصد سفر می‌کنند تأثیر می‌گذارد و بدین ترتیب عملکرد عادی مداوم صنعت گردشگری را مختل می‌کند. وقایع بحرانی که بر گردشگری تأثیر می‌گذارد شامل رکود اقتصادی/بحران مالی، مسائل مربوط به نفت/انرژی، موضوعات سیاسی، موضوعات بهداشتی، بلایای طبیعی / زیست‌محیطی و تروریسم می‌باشد (Hall,2010:401). وقایع بحران بر حسب نوع، مقیاس، مدت‌زمان، زمان و مکانی که در آن رخ می‌دهد متفاوت است (Ren,2000:13). با توجه به ارزش‌های اقتصادی بسیار گردشگری در عصر حاضر، تأثیرات بحران در این زمینه بسیار شدیدتر است (مؤیدفر، ۱۳۹۷: ۵۳). تأثیرات آن‌ها بر گردشگری می‌تواند کوتاه‌مدت یا بلندمدت با ویژگی‌های مختلفی باشد. برخی از رویدادها ممکن است باز دیده‌ها به یک مقصد را به میزان قابل توجهی کاهش داده اما به‌عنوان وقایع بحرانی شناخته نشوند، درحالی‌که برخی از وقایع بحرانی درک شده ممکن است تأثیرات جدی بر توسعه گردشگری داشته باشند. بخش گردشگری یکی از آسیب‌پذیرترین صنایع است که در اثر این بحران همه‌گیر کووید-۱۹ با بسته شدن مرزهای کشورها، تحمیل ممنوعیت سفر از طرف دولت‌ها و بازدیدکنندگان بین‌المللی و در نتیجه لغو گسترده پروازها، ایجاد شده است.

شیوع کووید-۱۹ با افزایش ریسک فزاینده رکود اقتصادی جهانی و اخراج گسترده شاغلین در جهان، جهان را به مشکلات بی‌ظنیر و پیش‌بینی‌نشده‌ای در جوامع و اقتصادها کشانده است. گردشگری نسبت به رکود اقتصادی تاب آور است اما در محیط اقتصادی، سیاسی و طبیعی تحت فشار قرار دارد. ادبیات پژوهش‌های پیش رو در مورد چگونگی آماده‌سازی و پاسخ دادن به صنعت گردشگری در برابر بحران، به‌طور مثال در پژوهش اندرسون^۱ (۲۰۰۶) با محوریت مدیریت بحران و مدیریت ریسک، پژوهش دوریر^۲ (۲۰۰۶) برآورد تأثیر، پژوهش لین^۳ و اسمیت^۴ (۲۰۰۸) پیش‌بینی، اسکات^۵ و همکارانش (۲۰۰۷) استراتژی‌های باز یابی و پژوهش هال^۶ و همکارانش (۲۰۰۴) با محوریت امنیت می‌باشند. مطالعه مدیریت بحران گردشگری در کشورهای در حال توسعه به دو دلیل مهم است. دلیل اول، تأثیر بحران‌ها به دلیل عدم وابستگی به دریافت‌های گردشگری می‌تواند برای بخش گردشگری در کشورهای در حال توسعه ویرانگر باشد (De-Sausmarez,2004:157; Mansfield and Pizam,2006:1; Ritchie,2009). کاهش تعداد بازدیدکنندگان، افزایش بیکاری، تضعیف سود، کاهش سرمایه‌گذاری و درآمد کمتر دولت (Anderson,2006; Ritchie,2009). اغلب اوضاع اقتصادی را تشدید می‌کند و ممکن است کشور را به وضعیت وخیم‌تر شکنندگی سوق دهد (Novelli et al,2012: 1464). دوم آن‌که، مدیریت بهبود در پی بحران‌های گردشگری احتمالاً با وضعیت شکنندگی مرتبط با کشورهای در حال توسعه در مقایسه با کشورهای توسعه یافته مختل می‌شود. این امر به دلیل محدود بودن منابع انسانی و مالی برای باز یابی و توسعه گردشگری، ساختارهای ضعیف مدیریتی و عدم برنامه‌ریزی گردشگری است (Novelli et al,2012: 1453). علاوه بر این، این مقصد ممکن است برای توسعه صنعت گردشگری خود به حمایت‌های بیرونی (یعنی سازمان‌های مردم‌نهاد، اهداکنندگان) و حتی بیشتر در آماده‌سازی و پاسخ دادن به آن‌ها در مورد بحران‌های مربوط به گردشگری متکی باشد (Novelli,2016:1465). گردشگران بین‌المللی با توجه به مشخصات اجتماعی و جمعیتی و اقتصادی و همچنین پیشینه فرهنگی خود، تأثیر بلایای طبیعی و خطرات مسافرتی را در سفرهای خود درک می‌کنند (Park & Reisinger,2010:2). در نهایت، رهبران صنعت گردشگری باید بعد از وقوع بحران، اولویت خود را برای محافظت از تصویر مقصد خود و به حداقل رساندن آسیب به برندشان قرار دهند (Pennington-Gray & Pizam,2011:317). مقصد باید استراتژی‌هایی را در باز یابی و خدمات ایجاد کند تا

- 1 Anderson
- 2 Dwyer
- 3 Lean
- 4 Smyth
- 5 Scott
- 6 Hall

نگرانی‌های گروه‌های هدف را کاهش دهد.

تاب‌آوری به‌عنوان یک مفهوم مهم در صنعت گردشگری ظهور کرده است (Becken, 2013; Biggs et al, 2012; Strickland-Munro et al, 2010; Lew, 2014). امروزه تاب‌آوری به‌عنوان راهی برای تقویت جوامع با استفاده از ظرفیت‌های آن‌ها مطرح می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و صادقلو، ۱۳۹۸: ۲). اصطلاح تاب‌آوری اجتماعی اولین بار توسط ادگر مطرح شد. وی تاب‌آوری اجتماعی را به‌عنوان توانایی گروه‌ها و یا جوامع برای مقابله با تنش‌های خارجی و اختلالات در مواجهه با تغییرات اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی تعریف کرد (Adger, 2000: 361). کاتلر و همکارانش (۲۰۰۸) تاب‌آوری در حوزه جامعه را توانایی یک سیستم در پاسخ و بازیابی در برابر فجایع بیان داشته‌اند. موسسه تاب‌آوری منطقه‌ای و اجتماع (CARRI) با بررسی‌های خود به این نتیجه دست‌یافت که تاب‌آوری اجتماع شامل، توانایی پیش‌بینی ریسک، محدود کردن اثرات آن، و جهش سریع به عقب^۳ از طریق بقا و ماندگاری^۴ انطباق‌پذیری، تکامل و رشد در جهت مواجهه با تغییرات اختلال آمیز است.

صنعت گردشگری، توجه نسبتاً کمتری از نظر تاب‌آوری دریافت کرده است. پژوهشگرانی از جمله، براون، رووینز، فلدمان جنسن، اریکستون و جانستون (۲۰۱۷) مروری بر ادبیات به‌طور خاص با اشاره به صنعت هتل‌سازی ارائه می‌دهند و بیان می‌کنند که به‌طور معمول هتل‌ها در صورت بروز فاجعه تمایل به آماده‌سازی ندارند و فاقد ظرفیت انطباق هستند. این مطالعه یک الگوی ساختارگرایی انتقادی را به کار می‌گیرد (Denzin & Lincoln, 1994; Hollinshead, 2004; Pernecky, 2012). از نظر ریچی (۲۰۰۴)، درک فرایندهای مدیریت بحران از نظر چارچوب‌های متفاوت محدود است. بنابراین، استفاده از یک نگاه ساختارگرایی بحرانی فرصتی برای مشاهده این فاجعه از یک الگوی چندبعدی که پشتیبانی از پدیده‌های متفاوت در فرایندهای اضطراری را فراهم می‌کند. علاوه بر این، هدف از این مطالعه، پشتیبانی از درک قوی‌تر از فرایندهای مدیریت بحران در رابطه با تاب‌آوری مقصد گردشگری در تلاش برای کمک به مکان‌های درگیر بحران است.

روش پژوهش

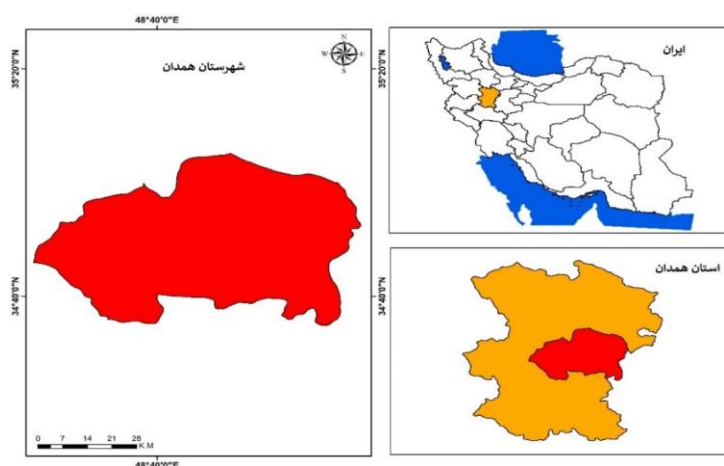
پژوهش حاضر به لحاظ هدف، بنیادی-کاربردی است و با جهت‌گیری اکتشافی، کیفی به شمار می‌رود. تکنیک مورداستفاده، نظریه داده بنیاد (گراند تئوری) است. روش گراند تئوری یک شیوه پژوهش کیفی است که به‌وسیله آن با استفاده از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. در این پژوهش از روش کلاسیک گلیسر^۱ برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. این روش به دلیل وفاداری به روش داده بنیاد آغازین، کلاسیک نامیده می‌شود. در این روش داده‌ها نظریه را آشکار ساخته و هدف، کشف یک نظریه از داده‌هاست (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۸). در پژوهش حاضر، جامعه آماری تحقیق شامل اساتید و خبرگان دانشگاهی، مالکان کسب‌وکارهای گردشگری و فعالان گردشگری در بخش‌های خصوصی و دولتی در شهر همدان بوده‌اند. نمونه‌برداری به‌صورت نظری و به تعداد ۱۳ نفر بود که با استفاده از روش‌های غیر احتمالی قضاوتی و گلوله برفی انجام شد. بدین ترتیب در پاییز ۱۳۹۹ ابتدا با توجه به شناخت پژوهشگران و در نظر گرفتن اهداف پژوهش، از خبرگان منتخبی که شایستگی پاسخ به سؤال‌های مطرح‌شده را داشتند، مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام پذیرفت و سپس آن‌ها خبرگان دیگری را معرفی کردند تا نمونه‌گیری ادامه یابد. تمامی مصاحبه‌ها ضبط‌شده و میانگین زمانی مصاحبه ۴۵ دقیقه بوده است. ۱۳ مصاحبه اجرا شد که از مصاحبه دهم مفهوم جدیدی از داده‌ها به دست نیامد، باوجود این برای اطمینان از حصول اشباع نظری، سه مصاحبه دیگر نیز به اجرا درآمد و با توجه به اینکه هیچ مفهوم و طبقه جدیدی از داده‌های مصاحبه‌ها به دست نیامد، اشباع نظری حاصل شد. به‌منظور

1 . Adger
2 . Community and Regional Resilience Institute
3 . bounce back
4 . Survival
5 . Glaser

تحلیل داده‌ها از روش تحلیل محتوای کیفی هدایت‌شده و هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد و از نرم‌افزار ATLAS-TI بهره گرفته شد. با این توصیف، نحوه رسیدن به کدهای اولیه بدین صورت بوده که هر یک از مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی متن آن‌ها، به‌دقت بررسی و پیام اصلی یا مفاهیم کلیدی هر یک از عبارات‌ها استخراج شده است. کدهای اولیه پس از هر مصاحبه پالایش شده و با توجه به سنجیت با سایر کدها کشف شده، ذیل مفهومی کلان‌تر قرار گرفته و این فرآیند تکرار شده تا پس از پالایش مکرر، کدهای اولیه به مفاهیم و مفاهیم نیز هر یک بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، به‌عنوان مقوله سازمان‌دهی شدند و همین‌طور مقولات به وجود آمده نیز بر اساس منطق مقایسه مستمر در قالب مقولات اصلی یا طبقات با یکدیگر تلفیق شدند. در فرآیند انجام پژوهش، برای اطمینان از صحت داده‌های جمع‌آوری شده، درگیری طولانی‌مدت و عمیق با داده‌ها وجود داشت. با توجه به اینکه به‌صورت مداوم کنترل توسط اعضا انجام می‌پذیرفت و برای افزایش تأیید پذیری در برخی موارد مجدداً به مشارکت‌کنندگان مراجعه شد. تنوع در نمونه‌گیری و دیدارهای طولانی‌مدت از راه‌های افزایش اعتبار داده بودند. در این پژوهش رعایت امانت‌داری در پیاده‌سازی محتوای مصاحبه‌ها به‌عنوان ملاحظات اخلاقی مدنظر قرار گرفت.

محدوده مورد مطالعه

استان همدان با مساحت ۱۹۰۲۵ کیلومترمربع، جزء استان‌های غربی ایران است. این استان از شمال به استان زنجان، از جنوب به استان لرستان، از شرق به استان مرکزی و از مغرب به استان‌های کرمانشاه و کردستان محدود است. منطقه‌ای است به‌طور عمده کوهستانی و جزء پیش کوه‌های داخلی جبال زاگرس محسوب می‌گردد (اذکائی، ۱۳۸۰: ۱). بر اساس آخرین تقسیمات کشوری، استان همدان شامل ۹ شهرستان، ۲۷ شهر و ۲۵ بخش، ۷۳ دهستان، ۱۲۲۱ روستا است. و شهرستان‌های آن شامل همدان، ملایر، توپسرکان، نهاوند، اسدآباد، کبودرآهنگ، رزن، بها رو فامنین است. شهرستان همدان از ۵ شهر همدان، مریانج فامنین، جورقان و قهاوند و ۳ بخش و ۱۲ دهستان تشکیل شده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان همدان، ۱۳۸۱: ۸۶). شهر همدان به‌عنوان مرکز استان همدان است (شکل شماره ۱) و یکی از کلان‌شهرهای ایران است، بنا بر آخرین سرشماری عمومی نفوس مسکن، جمعیتی حدود ۶۳۷۳۰۴ هزار نفر را در خود جای داده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). استان همدان دارای ۱۵ هتل، ۲ هتل آپارتمان، یک هتل، ۲۶ بوم گردی ۵۷ دفتر خدمات مسافرتی و ۵ مرکز تفریحی و سرگرمی است. از دیرباز تاکنون راه‌های ارتباطی شهرهای غرب به مرکز ایران بوده است که یکی از اولویت‌های گردشگری استان همدان، موقعیت استراتژیک این استان در مسیرهای ارتباطی است (میر صفدری و محمدی فرد، ۱۳۹۷: ۶). استان همدان به پایتخت تاریخی ایران، یکی از مناطقی است که به دلیل اشتغال قریب به ۲۲ هزار نفر در بخش گردشگری، جایگاه ویژه‌ای را در سطح کشور به خود اختصاص داده است (صابری فرد و توت زاری، ۱۳۹۶: ۹۵).



شکل شماره ۱. موقعیت جغرافیایی شهرستان همدان

همدان به دلیل داشتن مراکز تاریخی و دیدنی بسیار به‌عنوان پنجمین شهر فرهنگی و گردشگری کشور است، از آثار مهم تاریخی این شهر می‌توان به تپه هگمتانه که به دوران ماد و هخامنشی متعلق است، کتیبه گنج‌نامه همدان متعلق به دوران قبل از اسلام در کنار آبشار زیبای گنج‌نامه، مجسمه شیر سنگی از آثار دوران قبل از اسلام نام برد و آثار و ابنیه تاریخی بعد از اسلام بقعه خضر مرموز به قرن پنجم، گنبد علویان، آرامگاه استر و مردخای و برج قربان، آرامگاه بوعلی سینا، آرامگاه باباطاهر، مسجد جامع همدان و بازار و میدان همدان اشاره نمود (وهاییان و همکاران، ۱۳۹۹: ۸۸). در بررسی آمار مبتلایان و مرگ‌ومیر ناشی از بیماری کرونا در استان همدان از ابتدای اپیدمی این ویروس تا ۱۲ اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۰، ۳۷ هزار و ۸۱۲ نفر در استان همدان به کرونا ویروس مبتلا و از این بین تعداد ۱۵ هزار و ۳۳۰ بیمار بستری شدند که این تعداد در شهرستان همدان ۵ هزار و ۶۱۸ نفر به این ویروس مبتلا و بستری بوده است. شمار متوفیان ویروس کرونای استان از ابتدای شیوع کرونا ویروس تا تاریخ مذکور یک هزار و ۹۵۱ نفر رسیده است (طاهری، ۱۳۹۹). که این موضوع نشان از اهمیت مدیریت بحران و بازبینی مجدد آن دارد.

بحث و یافته‌ها

از مجموع ۱۳ مصاحبه انجام‌شده با خبرگان صنعت گردشگری شهر همدان، ۴ نفر از مشارکت‌کنندگان را خانم‌ها و ۹ نفر را آقایان تشکیل دادند. پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌های صورت گرفته و با استفاده از سایر منابع، پژوهشگران به بیش از ۸۴ کد اولیه دست پیدا کردند که با حذف کدهای نامرتب و انجام مقایسات، یافتن شباهت‌ها و تفاوت‌ها در مجموع ۵۶ مفهوم استخراج شد. با توجه به متون مصاحبه و کدهای اولیه، و استفاده از نرم‌افزار اطلس-تی جهت کدگذاری و دسته‌بندی کدها، در جدول ۱، تمام مفاهیم استخراج‌شده از نکات کلیدی مصاحبه و سایر منابع (داده‌ها) قابل مشاهده است. در کدگذاری محوری، مقوله‌ها به‌طور نظام‌مند بهبودیافته و با زیر مقوله‌ها پیوند داده می‌شوند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۱). پژوهشگران با در نظر گرفتن شرایط علی و زمینه‌ای محتوا و راهبرد و پیامدها و با انجام مقایسات و سرنخ در داده‌ها، مجموعه‌ای از مقولات را شناسایی کرده و سپس مفاهیم (زیر مقولات) آن‌ها را مرتبط ساخته‌اند که نتایج در جدول شماره ۱ قابل ملاحظه است.

جدول شماره ۱. «مفاهیم» استخراج‌شده از نکات کلیدی مصاحبه و سایر منابع (داده‌ها).

مرتبط ساختن مفاهیم و شناسایی مقولات

ردیف	مقوله	زیرمقوله (مفاهیم)	ردیف جدول مفاهیم
۱	ادراک احساسات	احساس استرس و نگرانی	۱
		نگرانی از آینده کسب و کار	۲
۲	ادراک خطر و مواجهه با آن	آسیب‌پذیری گردشگری و ایجاد بی‌انگیزگی	۳
		عدم تامین مالی و تعدیل نیرو	۴
		عدم تامین امنیت شغلی	۵
		بیکاری و عدم تامین مالی	۶
		عدم سرمایه‌گذاری در گردشگری	۷
		بی‌ثباتی اقتصادی	۸
		عدم پیش‌بینی آینده	۹
		تعریف شکل جدیدی از سفر	۱۰
		رشد و ارتقاء سبک زندگی	۱۱
		اشتغال موازی	۱۲
۳	توانایی سازگاری با تغییرات و نوآوری	سازگاری با وضع موجود	۱۳
		ایجاد کسب و کار جدید	۱۴
		تغییر مدل کسب و کار	۱۵
		تغییر دیدگاه به زندگی	۱۶
		شخصی‌سازی گردشگری	۱۷

فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۸، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰		۴۰
۱۸	ایجاد سبک رفتاری جدید	
۱۹	راه حل های جایگزین	
۲۰	اجرای پروتکل های بهداشتی و اعتمادسازی	۴
۲۱	استفاده از تکنولوژی برای ایجاد امنیت	
۲۲	همکاری و همفکری کسب و کارها	
۲۳	همفکری بخش خصوصی و دولتی	
۲۴	عدم هماهنگی بین دولت و بخش خصوصی	۵
۲۵	ایجاد ارتباط بین سازمان ها و بخش خصوصی	
۲۶	ایجاد شبکه سازی بین کسب و کارهای گردشگری	
۲۷	تشکیل تعاونی های گردشگری	
۲۸	نیاز به حمایت و پوشش رسانه ها از گردشگری	
۲۹	اطلاع رسانی رسانه ها	۶
۳۰	پیگیری اطلاعات از رسانه ها	
۳۱	اطلاع رسانی از طریق شبکه های مجازی	
۳۲	عدم پوشش بیمه کسب و کار از بحران کروناویروس	
۳۳	حمایت و تقویت بیمه صنعت گردشگری	۷
۳۴	بیمه بیکاری کسب و کار	
۳۵	طراحی مدل مدیریت بحران بومی	
۳۶	همبستگی و اتحاد در مدیریت بحران	۸
۳۷	نیاز به ستاد مدیریت بحران ملی و محلی	
۳۸	عدم تجربه مشابه مدیریت بحران	
۳۹	عدم تصمیم گیری مناسب بخش دولتی	
۴۰	ناکارآمدی کمک های دولت	۹
۴۱	نیاز به حمایت و برنامه ریزی دولت	
۴۲	رفع محدودیت های کاری	
۴۳	استفاده از تکنولوژی برای ایجاد امنیت مسافر	
۴۴	برقراری ارتباط با استفاده از شبکه های مجازی	۱۰
۴۵	توجه به گردشگری الکترونیک و تکنولوژی گردشگری	
۴۶	تقویت زیرساخت های دیجیتال	
۴۷	تقویت تعاملات کسب و کارها بطور مجازی	
۴۸	نیاز به تقویت شبکه های اجتماعی	
۴۹	استفاده از تکنولوژی برای کاهش هزینه ها	
۵۰	محتواسازی	
۵۱	مدیریت دانش	۱۱
۵۲	داشتن اطلاعات کافی	
۵۳	اطلاع رسانی و تولید محتوا از طریق شبکه های مجازی	
۵۴	ارتقاء آموزش مجازی	
۵۵	ارتقاء سیستم یادگیری و استفاده از آموزش مجازی	۱۲
۵۶	آموزش سلامتی توسط جامعه گردشگری	

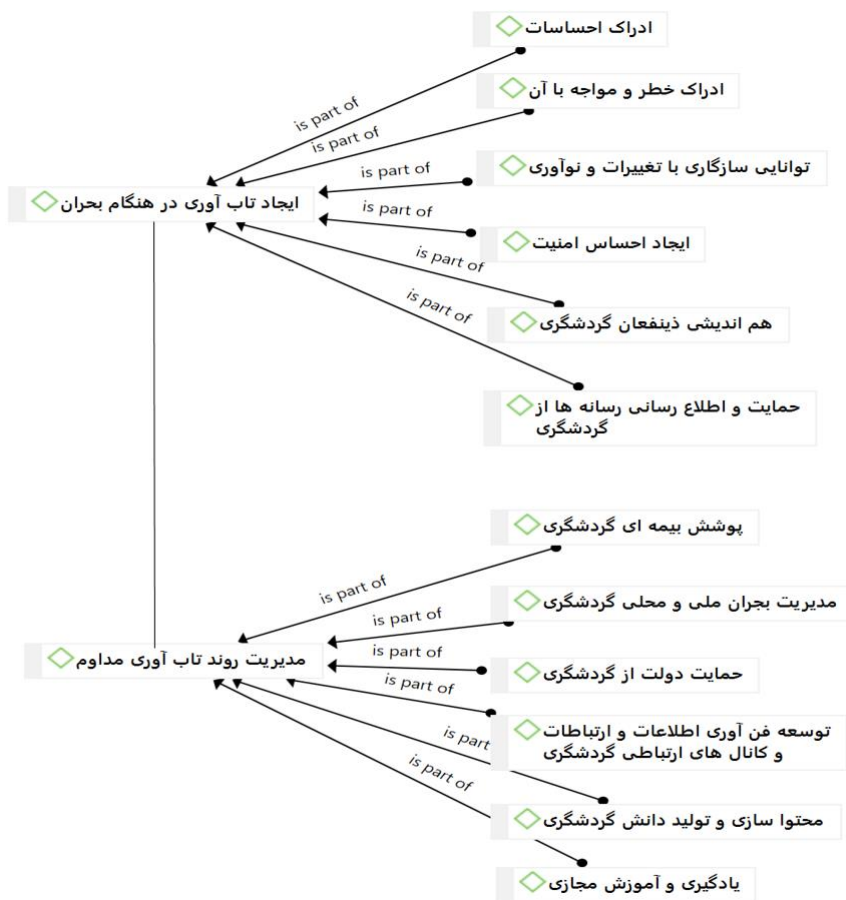
در این پژوهش از مجموع ۵۶ مفهوم، ۱۲ مقوله اصلی (بعد) استخراج شده است. جدول ۲ حاصل ربط دادن مقولات تکمیلی، مرتبط ساختن مقولات در سطح بعدی، اصلاح و بسط مقولات به وسیله پژوهشگران است که در این مراحل لزوماً به ترتیب نبوده و پژوهشگران آن ها را به صورت پیوسته انجام داده اند. در نهایت ۲ مقوله اصلی شناسایی شده است. جهت کدگذاری متون و جمع بندی روش داده بنیاد، از نرم افزار Atlas-Ti در این پژوهش استفاده شده است. این نرم افزار قابلیت وارد کردن و سازمان دهی انواع اسناد متنی را دارد. تمامی متون در محیط نرم افزار وارد شده و سپس با استفاده از سیستم کدگذاری، به قسمت های متفاوت آن کدهای گوناگون تخصیص داده شد. در نرم افزار اطلس تمام مفاهیم و

مقولات به صورت‌های مختلف قابل‌بازیابی و پی‌جویی هستند، که نه‌تنها بر سرعت و سهولت کار تحقیق می‌افزاید، بلکه دقت و صحت و اعتبار یابی میان ذهنی آن را نیز بیشتر می‌کند (فراست خواه، ۱۳۹۵: ۲۱۷).

جدول شماره ۲. مرتبط ساختن مقولات و شناسایی مقوله اصلی و مقوله محوری

ردیف	مقوله محوری	بعد (مقوله اصلی)	ردیف
		ادراک احساسات	۱
		ادراک خطر و مواجهه با آن	۲
		توانایی سازگاری با تغییرات و نوآوری	۳
۱	ایجاد تاب‌آوری در هنگام بحران	ایجاد احساس امنیت	۴
		هم‌اندیشی ذینفعان گردشگری	۵
		حمایت و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها از گردشگری	۶
		پوشش بیمه‌ای گردشگری	۷
		مدیریت بحران ملی و محلی گردشگری	۸
		حمایت دولت از گردشگری	۹
۲	مدیریت روند تاب‌آوری مداوم	توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و کانال‌های ارتباطی در گردشگری	۱۰
		محتواسازی و تولید دانش گردشگری	۱۱
		یادگیری و آموزش مجازی گردشگری	۱۲

در ادامه، با توجه به یافته‌های پژوهش، همچنین فضا و مدل‌سازی نرم‌افزار Atlas-TI، شکل (مدل) گرافیکی ۳ را ارائه شده است که نسبت کلی مفاهیم، مقولات و ابعاد را در این پژوهش نمایش می‌دهد.



شکل شماره ۳. تصویری از مدل‌سازی سلسله‌مراتب کدها در نرم‌افزار Atlas-TI

مدل (چارچوب) مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه در مقصد گردشگری شامل ۲ مقوله محوری در غالب دو چارچوب زمانی شامل ایجاد تاب‌آوری در هنگام مدیریت بحران و مدیریت روند تاب‌آوری مداوم جامعه گردشگری همدان است که ابعاد (مقوله اصلی) مرتبط درون آن‌ها تعریف می‌شوند. ابعاد ایجاد تاب‌آوری در هنگام بحران شامل، ادراکات احساسات، ادراکات خطر و مواجهه با آن، توانایی سازگاری با تغییرات و نوآوری، ایجاد احساس امنیت، هم‌اندیشی ذینفعان گردشگری و حمایت رسانه‌ها از گردشگری است که هر یک از ابعاد دارای مفاهیم (زیر مقوله) های مطابق با جدول شماره ۱ می‌باشند. ابعاد مدیریت روند تاب‌آوری مداوم مرتبط با تاب‌آوری جامعه گردشگری همدان شامل، پوشش بیمه‌ای گردشگری، مدیریت بحران ملی و محلی گردشگری، توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و کانال‌های ارتباطی در گردشگری، محتوا سازی و تولید دانش گردشگری و یادگیری و آموزش مجازی گردشگری که با توجه به مفاهیم مرتبط ارائه‌شده قابل تعریف و تأمین برای دیگر مقاصد گردشگری است.

نتیجه‌گیری

با توجه به پتانسیل‌های فراوان همدان در صنعت گردشگری، این صنعت می‌تواند مشکلات اقتصادی را مرتفع و اشتغال و درآمدزایی خوبی در مقصد گردشگری داشته باشد. در سال‌های اخیر با افزایش بحران‌های جدی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و گسترش ویروس کشنده کووید-۱۹ صنعت گردشگری را دچار رکود نموده است. هدف از این پژوهش تفسیر شیوه‌هایی که بر فرآیند تاب‌آوری جامعه در بحران تأثیر می‌گذارد و شناسایی چگونگی مدیریت پایدار این فرایندها در مقصد گردشگری شهر همدان بوده است. نتایج نشان می‌دهد که شیوه‌های اصلی تأثیر بر تاب‌آوری در هنگام مدیریت یک بحران حفظ تعادل تأکید بر مردم محلی، اقتصاد و محیط محلی را در اولویت قرار می‌دهد. شیوه‌هایی که بر فرایندهای تاب‌آوری جامعه مقصد تأثیر می‌گذارد، مربوط به توسعه ارتباطات به موقع، تکامل یک جامعه جمعی، پذیرش فضای پس از فاجعه و پشتیبانی از آماده‌سازی فعالیت‌های آینده مدیریت بحران‌ها در سطح جامعه مقصد گردشگری است. تحقیقات قبلی اهمیت روبه‌های مدیریت بحران (Beattie, 1992) و توانایی‌ها (Sharifi & Yamagata, 2016) یا تأثیرات (Cutter, 2018) از تاب‌آوری در هنگام مدیریت یک رویداد فاجعه را نشان می‌دهد (Pennington-Gray, 2018:322). با توجه به شکل ۳ این پژوهش نشان می‌دهد که دو مقوله محوری در قالب دو چارچوب زمانی مشخص از روند تاب‌آوری وجود دارد که تحت تأثیر فعالیت‌های مدیریت بحران است. باین‌حال، این چارچوب‌های زمانی سیال هستند و با ایجاد بحران و فاجعه، پایان کار مشخصی برای روند مدیریت و فعالیت‌های آن وجود ندارد. در اولین چارچوب زمانی در حین وقوع فاجعه که بر فعالیت‌های مدیریت بحران متمرکز است، ارتباطات و شناسایی مقوله‌ها و به‌عنوان یک مقصد گردشگری مقاوم، فرآیند تاب‌آوری جامعه را تشویق و پشتیبانی می‌کند. در چارچوب زمانی دوم، تاب‌آوری شروع به تزلزل می‌کند و فعالیت‌های آماده‌سازی در جامعه در تلاش برای مدیریت روند تاب‌آوری مداوم مقصد گردشگری شهر همدان افزایش می‌یابد. برای داشتن جامعه پایدار، باید هر دو قطعه پازل تاب‌آوری مشخص شود. این نتایج هم سو با مطالعه هال و همکارانش (۲۰۱۸)، و پنینگتون - گری^۱ و همکارانش (۲۰۱۸) است.

همان‌طور که بیان شد یکی از عوامل تأثیرگذار بر سازگاری افراد با موقعیت‌های دشوار زندگی، تاب‌آوری است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند جوامع مقصد واکنش‌های هیجانی متفاوتی نسبت به حوادث استرس‌زای زندگی نشان می‌دهند. جوامع مقاصد گردشگری تاب آور نسبت به موقعیت آگاه و هوشیارند، احساسات و هیجان‌های خود را می‌شناسند. بنابراین از علت این احساسات نیز باخبرند و هیجان‌های خود را به شیوه سالم مدیریت می‌کنند. از سوی دیگر احساسات و رفتارهای اطرافیان‌شان را نیز درک می‌کنند و در نتیجه بر خود، محیط و اطرافیان‌شان تأثیر مثبتی می‌گذارند و می‌پذیرند که موانع بخشی از زندگی هر انسان است. جوامع مقصد گردشگری تاب آور قادرند با استفاده از فنون حل مسئله به راه‌حل‌های امن و مطمئن برسند. درحالی‌که سایر افراد در این موقعیت‌های سخت دچار استرس زیاد می‌شوند و نمی‌توانند راه‌حل

^۱Pennington-Gray

مناسب و مفیدی انتخاب کنند. جوامع تاب آور شبکه حمایتی و عاطفی و ارتباطات محکم اجتماعی دارند. چنین ارتباطاتی به آن‌ها کمک می‌کند درباره نگرانی‌ها و چالش‌های خود با کسی صحبت کنند، از مشورت، همدلی و همراهی آن‌ها بهره‌مند شوند، راه‌حل‌های جدید را کشف کنند و در مجموع از لحاظ روانی احساس قدرت و آرامش کنند.

ادراک خطر و مواجهه با آن یکی از مهم‌ترین معیارهای آمادگی است. مقصد گردشگری که خود را بیشتر در معرض آسیب می‌بینند بایستی به منظور حفظ و نگهداری نیروی انسانی در زمان‌های اضطرار و بحران برنامه‌ریزی دقیق داشته باشند. علاوه بر منابع انسانی، دسترسی به سایر منابع موردنیاز از قبیل تجهیزات و امکانات، منابع مالی، دانش مدیریت بحران و در زمان‌های بحران، در مدت‌زمان و چگونگی بازیابی جوامع به شرایط عادی کسب‌وکار بسیار تأثیرگذار خواهد بود که مدیران بایستی برای آن برنامه‌ریزی لازم را کرده باشد. تاب‌آوری مقصد گردشگری به توانایی سازگاری و نوآوری جوامع متکی است که در مواجهه با بحران روش‌های جدید زندگی و انجام کارها تکامل می‌یابد. به‌عنوان مثال، اقدامات بهداشتی ناشی از این بحران مانند فاصله اجتماعی، شستن مکرر دست‌ها و داشتن یک سبک زندگی سالم‌تر به احتمال زیاد قانون جدید بعد از کووید-۱۹ خواهد بود. از این‌رو تضمین و تداوم حیات و بقای آن‌ها در گرو یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است. این امر به نوآوری، ابداع فرآیندها و روش‌های جدید بستگی دارد. تاب‌آوری مقصد گردشگری در اشکال مختلف سازگاری و تحول سیستماتیک که دولت و مردم از آن برای حل این بحران بهداشتی و حرکت روبه‌جلو به سمت بهبود گردشگری به کار می‌گیرند، منعکس می‌شود. حمایت از گردشگران و ذینفعان گردشگری و مراقبت‌های بهداشتی و رعایت دقیق الزامات ایمنی، بهداشتی و اپیدمیولوژیک پیشرفته و تضمین سفری ایمن در طی بحران کووید-۱۹ باعث برقراری احساس امنیت و جلب اعتماد و اطمینان افراد که منجر به تاب‌آوری جامعه گردشگری است. همچنین همکاری با سازمان بهداشت جهانی به‌عنوان نهاد اصلی سازمان ملل برای مدیریت بحران کرونا و اجرای پروتکل‌های بهداشتی مطرح‌شده از این سازمان، می‌توان رکود در سفرهای غیرضروری و تجارت بین‌المللی را به حداقل رساند که این امر با همبستگی تمامی کشورهای آسیب‌دیده، تأکید بر تاب‌آوری مقصد گردشگری و آمادگی برای حمایت از روند بهبودی این بازار تحقق می‌یابد.

صنعت گردشگری ترکیبی از ذینفعان مختلف است که تنها همفکری و هماهنگی دسته‌جمعی ذینفعان این صنعت، مقصد گردشگری را به سوی تاب‌آوری سوق می‌دهد و ذینفعان کلیدی مختلف را به همکاری در سطوح مختلف برای بهبود شرایط فرامی‌خواند. رویکرد کلیدی تاب‌آوری مقصد گردشگری این است که دولت و ذینفعان مختلف برای بهبود سریع‌تر گردشگری با یکدیگر همبستگی داشته باشند. هم‌اندیشی ذینفعان و دولت ممکن است آن‌ها بهترین راهکار در زمینه به حداکثر رساندن منابع و به حداقل رساندن زیان درآمد خود را به اشتراک بگذارند که منجر به اخذ اقداماتی مناسب برای عدم تعدیل نیرو و تأمین منابع مالی و جذب سرمایه‌گذاری در نظر گرفته شود. مشاغل همچنین ممکن است به‌جای رقابت با یکدیگر همکاری کنند. مدیریت روند تاب‌آوری پایدار مقصد گردشگری به حمایت همه‌جانبه دولت‌ها بستگی دارد، زیرا اقدامات و تصمیمات آن برای مقابله با این بحران بهداشتی بسیار مهم است. به‌عنوان مثال، سیاست‌های سفر دولت‌ها، رفتار مسافرت مردم را در رابطه با بهداشت، ایمنی و امنیت شکل می‌دهد. یکی دیگر از موارد موردتوجه، جنبه مدیریتی است. مقصد باید به‌خوبی بحران را مدیریت کند. این کار می‌تواند با استفاده از تاکتیک‌هایی مانند رزرو زودهنگام، مدیریت ظرفیت حمل‌ونقل و ارائه سطح بالایی از آن انجام شود. کیفیت از نظر فرصت‌های جدید، باید فضای مناسبی برای کارآفرینان و سرمایه‌گذاران فراهم شود تا امکان رشد مداوم و سازگاری با تغییرات بازار را فراهم کند. همچنین، پوشش بیمه‌ای مناسب یکی از مهم‌ترین عواملی است که در این زمینه باید موردتوجه باشد. بهره‌مندی از کمک شرکت‌های بیمه‌ای برای عبور از این بحران و جبران خسارت در شرایط توقف فعالیت‌های صنعت گردشگری در اثر بیماری‌های اپیدمیک و پاندمیک همچون کووید-۱۹ در نظر گرفته شود. برای جلوگیری از سقوط کلی صنعت گردشگری و به حداقل رساندن تأثیرات بحران، لازم است از طریق دولت یا سازمان گردشگری پاسخ فوری و برنامه‌ریزی جامع مقاصد گردشگری انجام شود. یکی از مهم‌ترین دلایل عدم برخورد مناسب با چنین بحران‌هایی، عدم وجود برنامه‌ریزی پیشگیرانه مناسب است. چنین مسئله‌ای معمولاً منجر به ناهماهنگی نقش‌ها و عدم وجود اقدامات

همانگ در بین عوامل اصلی درگیر در برخورد با بحران‌های گردشگری می‌شود. وجود یک تیم مدیریت بحران گردشگری در سطح ملی و محلی برخورد مناسب با چنین بحران‌هایی است. دولت و جامعه باید در مدیریت بحران گردشگری در هر دو سطح ملی و محلی مشارکت داشته باشند. این تیم باید چند رشته‌ای و شامل متخصصان ارتباطی برای بخش‌های اطلاعات و تبلیغات باشد. هرچه اقدامات زودتر انجام شود، سرعت بازگشت گردشگر ورودی سریع‌تر خواهد بود. برای تدوین استراتژی‌های تبلیغاتی باید تدابیری اندیشیده شود، استراتژی کلان که برای عموم مردم هدف‌گذاری و ایمنی آن‌ها اطمینان حاصل شود. برای تقویت درک عمومی، باید از طریق رسانه‌های گروهی فعالیت‌های گسترده‌ای انجام شود. چنین اقدامی باعث بهبود درک گردشگران در مقصد و کاهش نگرانی و ترس می‌شود. برای کاهش ترس / ریسک، باید تلاش‌های فشرده بازاریابی از طریق کانال‌های بازاریابی مانند: ارائه مشوق بسته تور و سایر گزینه‌های تبلیغاتی انجام شود. دولت بایستی با ایجاد نظام‌های نوین حمایتی، ایجاد پایگاه‌های دقیق اطلاعات کسب‌وکارهای مختلف، تدوین برنامه‌های راهبردی و بسیاری دیگر به این موضوعات بپردازد. در این راستا، بسترسازی و بهره‌گیری مناسب و ایجاد شرایط مساعد جهت برخورداری جامعه گردشگری حمایت‌های مالی این حوزه بسیار با اهمیت می‌باشد؛ زیرا با توجه به محدودیت‌های بحران و ویروس پاندمیک کووید-۱۹ برخورداری از تکنولوژی جدید و آمادگی الکترونیکی در صنعت گردشگری، منجر به ایجاد تاب‌آوری مداوم جامعه در مقصد گردشگری خواهد بود. هم‌چنین به‌منظور مدیریت بحران و بقای جوامع، استفاده از روش‌های به‌روز و خلاق تولید محتوای باکیفیت و متنوع و تولید دانش در بستر فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بخش‌های گردشگری، یکی از مهم‌ترین معیارهای آمادگی است. مدیریت دانش و تولید محتوا در مقصدهای گردشگری در مراحل مدیریت بحران ضروری است. جوامعی که خود را بیشتر در معرض آسیب می‌بینند بایستی به‌منظور دستیابی به تاب‌آوری مداوم در زمان‌های اضطرار و بحران تولید محتوا و دانش مناسب گردشگری داشته باشند. مهم‌ترین دست آورد و مشارکت علمی این پژوهش، تهیه راهنما و الگویی برای ارتقای تاب‌آوری جامعه در مقصد گردشگری است. مدل تهیه‌شده در این پژوهش هم‌چنین به ارائه ابزاری برای اندازه‌گیری و ارزیابی تاب‌آوری جامعه در مقصد گردشگری می‌پردازد. اگرچه مدل تهیه‌شده در این پژوهش، بر اساس نظرات خبرگان صنعت گردشگری همدان تأییدشده است، ولی به دلیل آن‌که مؤلفه‌های اولیه مورد استفاده بدون لحاظ نمودن یک شهر خاص شناسایی شده‌اند، محققان و سایر جوامع می‌توانند از آن به‌عنوان یک الگو استفاده نموده و تا حد امکان مورد بهره‌برداری قرار دهند. هم‌چنین با بررسی مدل پژوهش در شهر همدان، ملاحظه می‌شود که شناخت این عوامل از سوی جامعه گردشگری و مدیران گردشگری شهر همدان می‌تواند به بهبود برنامه‌ریزی مدیریت بحران و تاب‌آوری جامعه گردشگری همدان در بحران و ویروس کووید-۱۹ کمک شایان توجهی نماید. محدودیت‌های مهم این پژوهش کم بودن پژوهش‌های مشابه به‌خصوص درباره تاب‌آوری گردشگری و عدم پژوهش مربوط به تاب‌آوری و مدیریت بحران و ویروس کووید-۱۹ بوده است. پژوهش‌های مختلفی درباره عوامل و متغیرهای مؤثر تاب‌آوری انجام شده است، اما در خصوص چگونگی ارتباط تاب‌آوری و مدیریت بحران جامعه گردشگری در بحران و ویروس کووید-۱۹ تاکنون پژوهشی انجام نپذیرفته است. هم‌چنین برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود، این پژوهش برای شهرها و بحران‌های دیگر گردشگری انجام شود.

تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

منابع

- ۱) ادکائی، پرویز (۱۳۸۰) همدان نامه بیست گفتار درباره مادستان، همدان: نشر مادستان.
- ۲) اشتراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۷) مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، مترجم: افشار، ابراهیم، چاپ هفتم، تهران: نشر نی.

- ۳) رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و صادق‌قلو، طاهره (۱۳۹۸) تاب‌آوری اجتماعات محلی در برابر مخاطرات محیطی، تهران: انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- ۴) سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان همدان (۱۳۸۱) طرح مطالعات جامع توسعه استان همدان.
- ۵) صابری‌فر، رستم و توت‌زاری، محمدعلی (۱۳۹۶) مقایسه سطح تقاضای درآمدی گردشگری شهر همدان، فصلنامه گردشگری شهری، سال ۴، شماره ۳، صص. ۹۵-۱۰۷.
- ۶) طاهری، محمد (۱۴۰۰) کرونا جان ۱۳ نفر دیگر را در استان همدان گرفت، ایرنا استان همدان، ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۰. www.irna.ir/news/84315820/
- ۷) فراست خواه، مقصود (۱۳۹۵) روش‌های تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه بر پایه (گراندد تئوری)، تهران: انتشارات آگاه.
- ۸) فرهنگی، علی‌اکبر؛ کروی، مهدی؛ صادق‌وزیری، فراز (۱۳۹۴) نظریه داده بنیاد کلاسیک؛ شرح مراحل تولید نظریه مرکز ثقلی هویت برند توریسم سلامت ایران، فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره ۷، شماره ۱، صص. ۱۶۲-۱۴۵.
- ۹) مؤیدفر، سعیده (۱۳۹۷) ارزیابی فضاهای گردشگری شهر یزد با تأکید بر بحران‌های گردشگری، فصلنامه گردشگری شهری، سال ۵، شماره ۴، صص. ۷۲-۵۱.
- ۱۰) میرصفدری، شراره السادات و محمدی‌فر، یعقوب (۱۳۹۷) ظرفیت‌های گردشگری استان همدان و راهبردها، فصلنامه مدیریت شهری و روستایی، سال ۱۷، شماره ۵۱، صص. ۲۰-۵.
- ۱۱) وهابیان، مریم؛ قنبری، نوذر؛ نوری، سید علی؛ کلهرنیا، بیژن (۱۳۹۹) بررسی و تبیین مؤلفه‌های برندینگ شهری با تأکید بر ابعاد گردشگری نمونه موردی؛ کلان‌شهر همدان، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال ۱۳، شماره ۱، صص. ۷۴-۹۸.
- 12) Adger, W. Neil. (2000) Social and ecological resilience: are they related?, *Progress in human geography Journal*, Vol.24, No.3, pp.347-364.
- 13) Amore, Alberto. (2016) Regeneration is the focus now: Anchor projects and delivering a new CBD for Christchurch, *Business and post-disaster management Business, organizational and consumer resilience and the Christchurch earthquakes*, Publisher Routledge.
- 14) Anderson, Barbara A. (2006) Crisis management in the Australian tourism industry: Preparedness, personnel and postscript, *Tourism Management Journal*, Vol.27, No.6, pp.1290-1297.
- 15) Azkaei, Parviz. (2001) Hamedan Letter of twenty speeches about Madestan, Hamedan: Madestan Publications. (In Persian).
- 16) Bastaminia, Amir. & Mohammad Reza Rezaei. & Maryam Dastoorpoor. (2017) Identification and evaluation of the components and factors affecting social and economic resilience in the city of Rudbar in Iran, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, No.22, pp.269-280.
- 17) Basurto-Cedeño. & Estefania M. & Lori, Pennington-Gray. (2018) an applied destination resilience model, *Journal of Tourism Review International*, Vol.3-4, No.22, pp.293-302.
- 18) Beattie, Maureen A. (1992) the effect of natural disasters on tourism a study of Mount Saint Helens and Yellowstone National Park, *M.S. Hospitality-Tourism Management*, Rochester Institute of Technology.
- 19) Becken, Susanne. & John E. Hay. (2007) *Tourism and climate change: Risks and opportunities*, edition1, Publisher Channel View Publications.
- 20) Becken, Susanne. (2013) Developing a framework for assessing resilience of tourism sub-systems to climatic factors, *Annals of Tourism Research*, No.43, pp.506-528.
- 21) Biggs, Duan C. & Michael Hall, & Natalie Stoeckl. (2012) the resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: Reef tourism in Phuket, Thailand, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.20, No.5, pp.645-665.
- 22) Brown, Nancy A. & Rovins, Jane. E. & Feldmann-Jensen, Shirley. & Orchiston, Caroline. & Johnston, David. (2017) Exploring disaster resilience within the hotel sector: A systematic review of literature, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, Vol.22, pp. 362-370.
- 23) Cahyanto, Ignatius. & Lori, Pennington-Gray. (2017) toward a comprehensive destination crisis resilience framework, the 2017 Annual International Conference of the Travel and Tourism Research Association, Quebec City, Canada, pp.1-10.

- 24) Calgaro, Emma. & Kate Lloyd. (2008) Sun, sea, sand and tsunami: Examining disaster vulnerability in the tourism community of Khao Lak Thailand, *Journal of Tropical Geography*, Vol.29, No.3, pp.288–306.
- 25) CARRI (Community and Regional Resilience Initiative). (2013) www.Resilientus.org
- 26) Cinner, Joshua. & Fuentes, Mariana MPB. & Randriamahazo, Herilala. (2009) Exploring social resilience in Madagascar's marine protected areas, *Ecology and Society Journal*, Vol.14, No.1, pp.1-20.
- 27) Creswell, John W. (2012) *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4 Ed.). Boston: Pearson Education, Inc.
- 28) Cutter, Susan L. & Burton, Christopher G. & Emrich, Christopher T. (2010) Disaster resilience indicators for benchmarking baseline conditions. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, Vol.7, No.1, pp.1-22.
- 29) Cutter, Susan. & Barnes, Lindsey. & Berry, Melissa. & Burton, Christopher. & Evans, Elijah. & Tate, Eric. & Webb, Jennifer. (2008) A placebased model for understanding community resilience to natural disasters, *Global Environmental Change Journal*, Vol.18, No.4, pp.598–606.
- 30) De Sausmarez, Nicolette. (2004) Crisis management for the tourism sector: Preliminary considerations in policy development, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, Vol.1, No.2, pp.157-172.
- 31) Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. (Eds.) (2011) *The Sage handbook of qualitative research* (4th Ed.). London: Sage.
- 32) Dwyer, Larry. & Forsyth, Peter. & Spurr, Ray. & Van Ho, Thiep. (2006) Economic effects of the world tourism crisis on Australia, *Tourism Economics*, Vol.12. No.2, pp.171–186.
- 33) Faraskhah, Maghsoud. (2016) *Qualitative Research Methods in Social Sciences with Emphasis on Grounded Theory*, Tehran: Agah Publications. (In Persian).
- 34) Farhangi, Ali Akbar. & Karoubi, Mehdi. & Saadeghvaziri, Faraz. (2015) Classic Grounded Theory; description of generating Gravity Center of Iranian Health Tourism Brand Identity Theory, *Journal of Business Management*, Vol.7, No.1, pp.145-162. (In Persian).
- 35) Faulkner, Bill. (2001) *Towards a framework for tourism disaster management*, Publisher Multilingual Matters.
- 36) Gurtner, Yetta. (2016) Returning to paradise: Investigating issues of tourism crisis and disaster recovery on the island of Bali, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, No.28, pp.11–19.
- 37) Hall, C Michael. & Timothy, Dallen. J. & Duval, David Timothy. (2004) Security and tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.15, No. 2–3, pp.1–18.
- 38) Hall, C, Michael. & Prayag, Girish. & Amore, Alberto. (2018) *Tourism and resilience: Individual, organizational and destination perspectives*, Bristol, UK: Channel View Publications.
- 39) Hall, C. Michael. (2010) Crisis events in tourism: Subjects of crisis in tourism, *Current Issues in Tourism*, Vol.13, No.5, pp.401–417.
- 40) Hollinshead, Keith. (2004) A primer in ontological craft: The creative capture of people and places through qualitative research. In J. Phillimore, & L. Goodson (Eds.), *Qualitative research in tourism: Ontologies, epistemologies, and methodologies*, Vol.14, pp.63–82.
- 41) Joerin, Jonas. & Shaw, Rajib. & Takeuchi, Yukiko. & Krishnamurthy, Ramasamy. (2012) Assessing community resilience to climate-related disasters in Chennai, India, *International Journal of Disaster Risk Reduction*, Vol.1, No.1, pp.44–54.
- 42) Kristjánsdóttir, Kristín. Rut. & Ólafsdóttir, Rannveig. & Ragnarsdóttir, Kristin Vala. (2018) Reviewing integrated sustainability indicators for tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.26, No.4, pp.583-599.
- 43) Lean, Hooi Hooi. & Smyth, Russell. (2008) Are Malaysia's tourism markets converging? Evidence from univariate and panel unit root tests with structural breaks, *Tourism Economics Journal*, Vol.14, No.1, pp.97–112.
- 44) Lew, Alan A. (2014) Scale, change and resilience in community tourism planning, *Tourism Geographies Journal*, Vol.16, No.1, pp.14–22.
- 45) Liu, Ying. & Gayle, A. Albert. & Wilder-Smith, Annelies. & Rocklöv, Joacim. (2020) The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus. *Journal of travel medicine*, Vol.27, No.2, pp.1-4.
- 46) Luthe, T. & Wyss, Romano. (2014) Assessing and planning resilience in tourism, *Tourism Management Journal*, Vol.44, pp.161–163.

- 47) Management and Planning Organization of Hamadan Province. (2002) Comprehensive Development Studies Plan of Hamadan Province. (In Persian).
- 48) Mansfield, Yoel. & Pizam, Abraham. (2006) Tourism, security and safety. From Theory to Practice, Publisher Routledge.
- 49) Mirsafdari, Sharareh Sadat. & Mohammadifar, Yaghoob. (2018) Tourism potential of the Hamadan province and strategies, Journal of Urban and Rural Management, Vol.17, No.51, pp.5-20. (In Persian).
- 50) Moayedfar, Saeedeh. (2019) Evaluation of tourism spaces of Yazd with an emphasis on tourism crises. Urban tourism Journal, Vol.5. No.4, pp.51-72. (In Persian).
- 51) Novelli, Marina. & Morgan, Nigel. & Nibigira, Carmen. (2012) Tourism in a post-conflict situation of fragility. Annals of Tourism Research, Vol.39, No.3, pp.1446-1469.
- 52) Park, kwangsoo. & Reisinger, Yvette. (2010) Differences in the perceived influence of natural disasters and travel risk on international travel, Tourism Geographies Journal, Vol.12, No.1, pp.1-24.
- 53) Pennington-Gray, L. (2018) Reflections to move forward: Where destination crisis management research needs to go, Tourism Management Perspectives Journal, Vol.25, pp.136-139.
- 54) Pennington-Gray, Lori. & Pizam, Abraham. (2011) Destination crisis management, In Wang, Youcheng. & Pizam, Abraham. (Eds.). Destination Marketing and Management: Theories and Applications, pp.314-325.
- 55) Pennington-Gray, Lori. & Thapa, Brijesh. & Kaplanidou, Kyriaki. & Cahyanto, Ignatius. & McLaughlin, Elaine. (2011) Crisis planning and preparedness in the United States tourism industry, Cornell Hospitality Quarterly, Vol.52, No.3, pp.312-320.
- 56) Pernecky, Tomas. (2012) Constructionism: Critical pointers for tourism studies, Annals of Tourism Research, Vol.39, No.2, pp.1116-1137.
- 57) Post, Washington. (2020) Mapping the worldwide spread of the coronavirus, Washington Post.
- 58) Qiu, Jianyin. & Shen, Bin. & Zhao, Min. & Wang, Zhen. Xie, Bin. & Xu, Yifeng. (2020) a nationwide survey of psychological distress among Chinese people in the COVID-19 epidemic: implications and policy recommendations, General psychiatry Journal, Vol.33, No.2, pp.1-3.
- 59) Ren, Chiang. H. (2000) Understanding and managing the dynamics of linked crisis events, Disaster Prevention and Management Journal, Vol.9, No.1, pp.12-17.
- 60) Ritchie, Brent. W. (2009) Crisis and disaster management for tourism. Publisher Channel View Publications.
- 61) Roknedin Eftekhari, Abdolreza & Sadeghloo, Tahereh. (2019) Community Resilience in the environmental hazards, Publisher Tarbiat Modares University Press. (In Persian).
- 62) Saberifar, Rostam. & Toutzari, Mohammad. Ali. (2017) A Comparison of Tourism Income Demand Level in Hamedan, urban tourism journal, Vol.4, No.3, pp. 95-107. (In Persian).
- 63) Saja, AM. Aslam. & Teo, Melissa. & Goonetilleke, Ashantha. & Ziyath, Abdul. M. (2018) an inclusive and adaptive framework for measuring social resilience to disasters. International Journal of Disaster Risk Reduction, Vol.28, pp.862-873.
- 64) Schroeder, Ashley. & Pennington-Gray, Lori. & Donohoe, Holly. & Kioussis, Spiro. (2013) Using social media in times of crisis, Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol.30, No.1-2, pp.126-143.
- 65) Schroeder, Ashley. & Pennington-Gray, Lori. (2018) Resilience: The new paradigm for planning, what do we know and where do we need to go?, Tourism Review International Journal, Vol.22, No.3-4, pp.229-302.
- 66) Scott, Noel. & Laws, Eric. & Prideaux, Bruce. (2007) Tourism crises and marketing recovery strategies. Journal of Travel & Tourism Marketing, Vol.23, No.2-3-4, pp.1-13.
- 67) Sharifi, ayyoob. & Yamagata, Yoshiki. (2016) on the suitability of assessment tools for guiding communities towards disaster resilience. International Journal of Disaster Risk Reduction, Vol.18, pp.115-124.
- 68) Sharifi, Ayyoob. (2016) A critical review of selected tools for assessing community resilience, Ecological Indicators, Vol.69, pp.629-647.
- 69) Sheppard, Valerie. & Williams, Peter. (2015) Systems-based and internal factors enhancing resort community resilience, Paper presented at TTRA International Conference, Portland, Oregon, pp.1-10.
- 70) Strauss, Anselm. & Corbin, Juliet. (2018) Basics of Qualitative Research: Techniques and Stages of Production of Underlying Theory (Translator: Afshar, Ebrahim), Seventh Edition, Tehran: Ney Publications. (In Persian).

- 71) Strickland-Munro, Jennifer. K. & Allison, Helen. E. & Moore, Susan. A. (2010) Using Resilience Concepts to Investigate the Impacts of Protected Area Tourism on Communities, *Annals of Tourism Research*, Vol.37, No.2, pp.499 -519.
- 72) Taheri, Mohammad. (1400) Corona took the lives of 13 other people in Hamadan province, IRNA, Islamic Republic of Iran News Agency, Hamadan province, May 4, 1400. www.irna.ir/news/84315820/ . (In Persian).
- 73) Vahabian, Maryam. & Ghanbari, Nowzar. & Nouri, Said Ali. & Kalthornia, Bizhan. (2021) Explain the Components of Urban Branding, Emphasizing the Dimensions of Tourism (Case Study: Hamadan City), *New Attitudes in Human Geography Journal*, Vol.13, No.1, pp. 74-98. (In Persian).
- 74) World Health Organization (WHO). (2020) Corona Virus Disease 2019. Retrieved from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-theyhappen>. (April 03, 2020).
- 75) Ye, Zi. Wei. & Yuan, Shuofeng. & Yuen, Kit. San. & Fung, Sin. Yee. & Chan, Chi. Ping. & Jin, Dong. Yan. (2020) Zoonotic origins of human coronaviruses, *International journal of biological sciences*, Vol.16, No.10, pp.16-86.
- 76) Zhang, Yingfei. & Ma, Zheng. Feei. (2020) Impact of the COVID-19 pandemic on mental health and quality of life among local residents in Liaoning Province, China: A cross-sectional study, *International journal of environmental research and public health*, Vol.17, No.7, pp.23-81.