فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره سوم (پیاپی ۳۷)، پاییز ۱۴۰۰
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۹۶-۷۷

مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان

انوشیروان ظهیری؛ دکتری کارآفرینی، مدرس و محقق کارآفرینی، مدیر شتاب دهنده کسب‌وکار امید خلّاق.
هادی ثنائی‌پور*؛ استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس، گرگان، ایران.
عبدالغنی رستگار؛ استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس، گرگان، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۸/۲۹ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۰۲/۱۴

چکیده

یکی از مهمترین انواع بخش‌های صنعت گردشگری، گردشگری در حوزه بوم‌گردی است. این بخش همواره مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی بوده است چراکه در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران جذابیت ایجاد کرده و همچنین به بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی مناطق روستایی منجر می‌شود. فعالیت کسب‌وکارهای این حوزه همواره دستخوش تغییر و تحولات عمده‌ای بوده است و در شرایط پیچیده و پویای اقتصادی، صاحبان کسب‌وکارهای بوم‌گردی بایستی برای شناسایی مخاطرات این صنعت آماده شده و ظرفیت تاب‌آوری خود را ارتقا دهند. بر این اساس، هدف از انجام این پژوهش، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان می‌باشد که با روش داده‌بنیاد انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش متشکل از خبرگان تجربی و دانشگاهی می‌باشند که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده و فرآیند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق انجام شد. سپس مفاهیم استخراج شده در سه گام کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شده و در نهایت با استخراج، تلفیق و ترکیب مفاهیم و دسته‌بندی آنها، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان در قالب عوامل علّی، پدیده محوری، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها انجام شد. در انتها نیز پیشنهادهایی متناظر با نتایج پژوهش ارائه شد.

واژگان کلیدی: کسب و کار روستایی، اقتصاد محلی، بوم‌گردی، تاب‌آوری، گیلان.

* Sanaeepour@gonbad.ac.ir

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

۱) مقدمه

فضای فعالیت کسب‌وکارها با سرعتی سرسام آور در حال تغییر است و کسب‌وکارها برای بقا در این گردونه باید خود را با دگرگونی‌ها تطبیق دهند. پویایی در محیط‌های کسب‌وکار به دلیل بروز عواملی چون رشد یا سقوط اقتصادی، فزونی و شدت رقابت، جهانی‌سازی، ادغام‌ها، ترکیب‌ها و نوآوری‌های تکنولوژیکی به‌وجود می‌آید و فعالان اقتصادی به حدی با چالش‌ها مواجهند که برای مطابقت و حفظ حیات خود مجبورند تا به‌طور مداوم خودشان را تغییر بدهند (O'Donnell, 2016). در این شرایط فعالان اقتصادی نیاز دارند عملکرد خویش را بهبود بخشند تا به تعالی دست یابند چراکه رقابت و تلاش برای بقا در دنیای پرشتاب امروز بیش از پیش مشکل گردیده است (Pal, et al., 2014).

از جمله مهمترین این موارد می‌توان به آماده‌سازی فعالان اقتصادی برای مقابله با بحران‌ها و تلاش برای بقا اشاره کرد (Rey-Martí, et al., 2015). بنابراین ضروری است که فعالان اقتصادی برای شناسایی مخاطرات آماده شده و برنامه‌ریزی انجام دهند (Hatton, et al 2012). به‌بیان دیگر کسب‌وکارها بایستی تاب‌آوری خود را ارتقا دهند (Hamel and Välikangas, 2003). توسعه تاب‌آوری کسب‌وکارها شامل برنامه‌ریزی برای مواجهه با مخاطرات است و قابلیت‌هایی به کسب‌وکارها می‌دهند که می‌توانند با وجود شرایط نامطلوب به حیات خود ادامه داده و رشد کنند (Hatton et al.2012).

پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه فرصت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری با رویکرد بوم‌گردی نشان می‌دهد قابلیت‌های بوم‌گردی در اشتغال‌زایی و رشد بخش‌های مختلف اقتصادی هم وابستگی زیادی به راهبردهای حمایتی دولت‌ها دارد و هم مرهون فعالیت‌های کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکارهایی است که در این حوزه فعالیت دارند (Henderson, 2002: 48). تاب‌آوری کسب‌وکار، توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی است که اصطلاحاً تاب‌آوری استراتژیک نامیده می‌شود (Hamel and Välikangas, 2003). تاب‌آوری کسب‌وکار به‌مثابه پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای است که باعث می‌شود کسب‌وکارها ظرفیت لازم برای مقابله با چالش‌ها را داشته باشند (Luthans et al. ۲۰۰۷). بقاء و توسعهٔ کسب‌وکارهای فعال در محیط آشفتهٔ امروزی، تا حد زیادی به ظرفیت تاب‌آوری آن‌ها بستگی دارد (Roggio, 2011).

تاب‌آوری کسب‌وکار به ظرفیت سازمان برای خوب عمل کردن، صرف‌نظر از محیط اقتصادی یا سازمانی مربوطه اشاره دارد. این تاب‌آوری می‌تواند از طریق اجرای راهبردهای مدیریت ریسک (Tompkins, 2011) و یا با اتخاذ شیوهٔ مدیریت نوآورانه‌ای رخ دهد که سازمان‌ها را برای مقابله با چالش‌های اجتناب ناپذیر آماده می‌کند (Roggio, 2011). تاب‌آوری به کسب‌وکارها کمک می‌کند که در هر شرایطی بتوانند به فعالیت خود ادامه دهند (Pal, 2013). جمع‌بندی مطالعات پیشین حاکی از آن است که هیچ الگو و معیار قابل قبولی برای تاب‌آوری کسب‌وکارها وجود ندارد (McManus, 2008). این امر بیانگر لزوم اهمیت پرداختن به مسائل مربوط به کسب‌وکارها در محیط آشفته در جهت بهبود عملکرد آن‌ها است (Pal, 2013).

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

کسب‌وکارهای حوزه بوم‌گردی با چالش‌هایی مواجهند که نیازمند ایجاد و توسعه ظرفیت تاب‌آوری می‌باشند. ظرفیت تاب‌آوری ارتقادهنده توانمندی سازمان در مواجهه با موقعیت‌های خاص و تسریع کننده اقدامات تحول آفرین در زمان بروز حوادث غیر منتظره و مهم است و به بقای طولانی مدت سازمان کمک می‌کند (Lengnick-Hall & Beck, 2009).

با توجه به توضیحات، هدف از انجام این پژوهش، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان است. بدین منظور کسب‌وکارهای حوزه بوم‌گردی به‌عنوان بخشی از انواع کسب‌وکارهای اقتصادی فعال در این مناطق مورد توجه قرار گرفته است. دلیل انتخاب کسب‌وکارهای بوم‌گردی برای این پژوهش این است که بوم‌گردی، در سالیان اخیر مورد توجه برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته و یکی از مهمترین انواع گردشگری است و در بسیاری از کشورها منبعی برای کسب درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعهٔ ساختارهای زیربنایی محسوب می‌شود (Lee et al., ۲۰۱۱: ۴۱۳).

برای دستیای به هدف پژوهش از روش داده بنیاد استفاده شد و ضمن بررسی پژوهش‌ها و نظریاتِ مرتبط با مفاهیم پژوهش، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان انجام شد. در انتها نیز با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی ارائه شد.

۲) مبانی نظری

تاب‌آوری کسب‌وکار

امروزه تاب‌آوری به مفهومی کلیدی برای موضوعات مختلف از جمله کسب‌وکارها تبدیل شده است. در مجموع مفهوم تاب‌آوری در سه سطح فردی، سازمانی و ملی مطرح می‌شود. تاب‌آوری در سطح فردی، بر پایه نظریات روانشناسی استوار است و به‌همراه متغیرهایی مانند خوشبینی، امیدواری و خودکارآمدی، سرمایه‌های روانشناختی منابع انسانی فعال در سازمان را تشکیل می‌دهند که منبع مزیت رقابتی سازمان است و منجر به ارتقای ارزش سرمایه انسانی، دانش و مهارت افراد، سرمایه اجتماعی و شبکه روابط میان افراد می‌شود (Avey et al., 2006).

تاب‌آوری در سطح کلان، تاب‌آوری کشور در برابر بحران‌های بین‌المللی است و مبتنی بر نظریات اقتصاد کلان است. این مفهوم در کشورمان اقتصاد مقاومتی نامیده شده است. مرور نظریات اقتصادی و تجربیات جهانی نشان می‌دهد ادبیات تاب‌آوری در سطح کلان اقتصادی مصطلح بوده و به مفهوم اتخاذ تدابیری برای حفظ عملکرد یک سیستم به‌هنگام مواجهه با مخاطرات، تهدیدها و تنش‌ها است (Stephane, 2014).

تاب‌آوری در سطح سازمانی (که پژوهش حاضر در این سطح تحلیل می‌شود)، توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی است که اصطلاحاً تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکار نامیده می‌شود (Hamel and Välikangas, 2003). تاب‌آوری استراتژیک در مقایسه با سایر

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

انواع تاب‌آوری، موضوع نسبتاً جدیدی است (Tompkins, 2007). بقاء و توسعهٔ کسب‌وکارهای فعال در محیط آشفتهٔ امروزی، تا حد زیادی به ظرفیت تاب‌آوری آن‌ها بستگی دارد (Roggio, 2011).

تاب‌آوری کسب‌وکار به‌مثابه پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای است که باعث می‌شود کسب‌وکارها ظرفیت لازم برای مقابله با چالش‌ها را داشته باشند. سازمان‌های تاب‌آور با ابعادی چون ساختارهای مؤثر قدرت، روابط اجتماعی، پذیرش واقعیت، نگرش مثبت نسبت به تغییر، تمایز و ارتباطات شناخته می‌شوند (Luthans, et al., 2007).

تاب‌آوری در مفهوم شرکتی به معنی توانایی مقاومت در برابر بحران و آشفتگی‌ها است این مفهوم با فعالیت‌های راه‌اندازی و تاسیس، مدیریت ریسک و بحران و برنامه‌ریزی کسب‌وکار و مدیریت استراتژیک مرتبط است و به کسب‌وکارها کمک می‌کند که در هر شرایطی بتوانند به فعالیت ادامه دهند (Pal, ۲۰۱۳). تاب‌آوری در کسب‌وکارها عبارت است از پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای که باعث می‌شود سازمان ظرفیت لازم برای مقابله با دشواری‌ها و سختی‌ها را داشته باشند. بقاء و توسعهٔ سازمان‌های فعال در محیط کسب‌وکار آشفتهٔ امروزی، تا حد زیادی به ظرفیت تاب‌آوری آن‌ها بستگی دارد (Roggio, 2011).

تاب‌آوری با مفاهیمی همچون انطباق‌پذیری (Weeks, 20۰۸)، رقابت‌پذیری (Li-Hua, 2007) و ارزش سازمانی (Moor & Moor, 2005) مطرح می‌شود با این حال، جمع‌بندی مطالعات پیشین حاکی از آن است که هیچ معیار سنجش قابل قبولی به‌صورت عام و کلی برای تاب‌آوری سازمانی وجود ندارد (McManus, 2008). برای مثال مسائلی مانند عوامل موثر بر موفقیت و عملکرد کسب‌وکارها به‌طور کلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند ولی این عوامل در محیط پویا و مواجهه با چالش و بحران پرداخته نشده است. این امر بیانگر لزوم اهمیت پرداختن به مسائل مربوط به کسب‌وکارها در محیط آشفته در جهت بهبود عملکرد آن‌ها است (Pal, 2013).

مساله‌ای که کسب‌وکارها در شرایط آشفته امروزی به‌طور جدی با آن مواجه هستند، آماده‌سازی برای مقابله با بحران‌ها و مشکلات ناشی از آن و تلاش برای بقا است (Rey-Martí, et al., 2015). در این خصوص تحقیقات نشان می‌دهد سازمان‌ها در هر اندازه‌ای که باشند بایستی برای آماده‌سازی در مواجهه با بحران‌ها، شناسایی مخاطرات و کاهش احتمال رخداد آن‌ها، برنامه‌ریزی انجام دهند (Hatton, et al., ۲۰۱۲). به بیان دیگر سازمان‌ها بایستی تاب‌آوری خود را ارتقا دهند (Hamel and Välikangas, 2003).

تاب‌آوری کسب‌وکارها به روش‌های مختلفی مفهوم‌سازی شده است. برخی بر ویژگی‌های شرکت که عملکرد تاب‌آوری از طریق درک کارکرد آن و چگونگی حفظ آن با به‌کارگیری رفتارپیش برنده متمرکز هستند (Weick and Sutcliffe, 2007). برخی با هدف توسعه مفهوم در حوزه مدیریت و طراحی زنجیره تامین (Falasca et al., 2008, Pettit et al., 2010) و برخی پژوهشگران رویکرد مبتنی بر دیدگاه‌های مشتری را اتخاذ کرده‌اند (Gulati, 2010).

تاب‌آوری استراتژیک، توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی است (Hamel and Välikangas, 2003) و به حفظ انطباق‌پذیری و سازگاری در شرایط چالش برانگیز اشاره دارد (Sutcliffe and Vogus, 2003). تاب‌آوری توانایی تجدیدسازی خود در طول زمان از

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

طریق نوآوری است (Reinmoeller and Baardwijk, 2005). تاب‌آوری عبارت است از اینکه چگونه سیستم می‌تواند آشفتگی‌های پیش‌بینی نشده را شناسایی و اداره کند (Woods, 2015).

تاب‌آوری سازمانی، ظرفیت مقاومت و بازیابی از حوادث، شوک‌ها یا بلایایی طبیعی است که می‌تواند بر یک سازمان یا یک سیستم، به‌صورت داخلی یا خارجی تاثیر بگذارند (Annarelli & Nonino, 2016: ۳۰۱). یک سیستم در صورتی تاب‌آور است که بتواند کارکرد خود را قبل، در خلال و یا پس از رویدادها تنظیم کند و در نتیجه، عملیات مورد نیاز را هم در شرایط مورد انتظار و هم در شرایط غیر منتظره حفظ کند (De Galizia et. al., 2016: 433) یا به جایگاه قبل از بحران بازگردد (Woods, 2015: 2).

بر این اساس، ظرفیت تاب‌آوری معنی پیدا می‌کند که عبارت است از ترکیب منحصر به فردی از ویژگی‌های شناختی، رفتاری و ضمنی که ارتقا دهنده توانایی شرکت برای درک موقعیت جاری و ارائه واکنشی منحصربه‌فرد است (Lengnick-Hall and Beck, 2005). ظرفیت تاب‌آوری شرکت، ارتقادهنده توانمندی سازمان در مواجهه با موقعیت‌های خاص و تسریع کننده انجام اقدامات تحول آفرین در زمان بروز حوادث غیر منتظره و مهم است که به بقای طولانی مدت سازمان کمک می‌کند (Lengnick-Hall & Beck,2009).

تاب‌آوری کسب‌وکار به‌طور گسترده به ظرفیت سازمان برای خوب عمل کردن، صرف نظر از محیط اقتصادی یا محیط سازمانی مربوطه اشاره دارد. این تاب‌آوری می‌تواند از طریق اجرای راهبردهای مدیریت ریسک (Tompkins, 2007) و یا با اتخاذ شیوهٔ مدیریت نوآورانه‌ای رخ دهد که سازمان‌ها را برای مقابله با چالش‌های اجتناب ناپذیر آماده می‌کند (Roggio, 2011). سازمان‌هایی که به دنبال تاب‌آوری هستند، بر آن هستند تا عدم اطمینان‌ها، چالش‌ها و آسیب‌ها را به حداقل برسانند و فرصتی ایجاد کنند تا بتوانند در مقابل شرایط متغیر محیطی واکنش مناسب نشان دهند (Mallak, 1999; Mendonça & Wallace, ۲۰۱۵) و یا به‌واسطه قابلیت‌های پویایی همچون انعطاف‌پذیری بلندمدت بتوانند مزیت رقابتی ایجاد کنند و ظرفیت خود را برای انطباق با تغییرات افزایش دهند (Pal et al., 2014).

شکل‌های مختلف تاب‌آوری سازمانی عبارتند از اجتناب از پیش‌بینی کردن، استقامت ورزیدن، انطباق‌پذیری (پیکربندی مجدد)، به‌سازی ساختاری (استقرار مجدد) (Madni, ۲۰۰۷). همچنین چشم-انداز سیستم تاب‌آور عبارت است از محیط عملیاتی، کشف کردن/یادگرفتن، انطباق دادن/عمل کردن (Madni and Jackson, 2009).

استفنسون و همکاران (۲۰۱۰) در مطالعه بهینه‌کاوی تاب‌آوری کسب‌وکار در نیوزیلند، دو بعد شامل برنامه‌ریزی و ظرفیت انقباظی را به‌عنوان معیارهای تاب‌آوری سازمانی معرفی کردند (Roggio, 2014). در مطالعه‌ای دیگر ابعاد تاب‌آوری کسب‌وکار با استفاده از یک مقیاس جدید با عنوان مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب‌وکار بررسی شد. این مقیاس شامل پنج حوزه است که عبارتند از منابع درونی، حمایت خانواده از کسب‌وکار، منابع بیرونی شامل روابط جامعه، نوآوری، جست‌وجوی فرصت‌ها، سازگاری و در نهایت مدیریت ریسک (Ferguson, et al, 2010).

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

مطالعات تاب‌آوری سازمانی بر اهمیت شبکه‌سازی بین کسب‌وکارها در شرایط بحرانی تاکید دارند و بر این ایده اتفاق نظر دارند که سازمان‌ها بایستی در شرایطی که تغییرات سریع و نابهنگام است و هرج و مرج و عدم اطمینان وجود دارد، با یکدیگر ارتباط و تعامل داشته باشند و متناسب با شرایط، سازمان‌دهی مجدد انجام دهند تا آماده مواجهه با بدترین شرایط باشند (Chewning et al., 2013).

در پیشینه پژوهشی در خصوص تاب‌آوری، علت‌های توانمندسازی برای تاب‌آوری وجود دارد که توسعه تاب‌آوری در سطح سازمانی را پرورش می‌دهد. این علل شامل چابکی، تغییر و سازگاری، هماهنگی، هدف مشترک، ارزیابی، ایجاد تعادل بین افق‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت، ظرفیت‌سازی، رهبری، تعامل، اشتراک‌گذاری دانش، تمایل به بررسی دانش کنونی و پذیرش دیدگاه‌های جدید، روابط و تعامل احترام‌آمیز، استفاده از سرمایه اجتماعی، و تفکر و عمل به کمک یکدیگر است (Emmons, 2013: ۴۶-۴۲). در همین خصوص روگیو (۲۰۱۱) در مطالعات خود به این نتیجه دست یافت که بین تاب‌آوری مالک کسب‌وکار و تاب‌آوری کسب‌وکار او رابطهٔ مثبتی وجود دارد (Roggio, 2011). اشتاینر و کلیری (۲۰۱۴) نیز هشت عامل مسئولیت‌های مالکان کسب‌وکارها، تنوع بخشی به کسب‌وکار، ریسک‌پذیری، تخصص در کسب‌وکار و ایجاد بازار متمایز، رشد و چشم انداز شرکت، موانع توسعه، پشتیبانی کسب‌وکار موجود و همکاری و شبکه‌سازی، بر تاب‌آوری کسب‌وکارها موثر می‌دانند (Steiner and Cleary, 2014).

همچنین از نظر دالز و سوسیلواتی (۲۰۱۵) عدم وابستگی به یک منبع و تعریف مجموعه‌ای از راهبردها، مهمترین رویکرد کسب وکارها برای بهبود تاب‌آوری به هنگام بحران‌های اقتصادی است (Dahles and Susilowati, 2015). از سویی دیگر در مطالعه‌ای، ویژگی‌های نگرش مثبت، تجربهٔ زندگی و تمایل به تغییر، به‌عنوان برخی از ویژگی‌های فردی اثرگذار در تاب‌آوری کارآفرینان شناسایی شد (Schwarz & McRae-Williams, 2009). چودوری و همکاران (۲۰۱۵) استراتژی‌های اصلی تاب‌آوری را معرفی کردند که شامل ایجاد ارتباط با خریداران و تامین کنندگان، طرفیت پشتیبان، کنترل کیفیت، توسعه بهره‌وری و مهارت‌ها، پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات، پاسخگویی به مشتریان، پیش‌بینی تقاضا و بهبود سیستم امنیتی است (Chowdhury et al., 2015).

کارآفرینی در حوزه بوم‌گردی

صنعت گردشگری یکی از مهمترین بخش‌های اقتصادی جهان است که در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. در حال حاضر بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از گردشگری کسب می‌کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعهٔ زیرساخت‌ها به‌کار می‌برند (Eccles & Costa, ۱۹۹۶). بوم‌گردی به‌عنوان یکی از گونه‌های جدی گردشگری با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان، بسیار مورد توجه است (Faraji rad and Ehsani, 2010: 66).

بوم‌گردی در راستای توسعهٔ پایدار گردشگری، متداول‌ترین رویکردی است که در حال حاضر برای توسعهٔ گردشگری مناطق طبیعی استفاده می‌شود. هدف‌های گردشگری پایدار، بهبود کیفیت زندگی

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

جامعهٔ میزبان، رعایت برابری بین نسل‌ها و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات است به‌گونه‌ای که بوم-گردان بتوانند تجربه‌های ارزشمندی کسب کنند (Franklin, 2003).

در نتیجه بوم‌گردی به‌عنوان یک خرده مجموعه از توسعهٔ پایدار نقش دارد، که همهٔ اجزای مجموعهٔ توسعه پایدار را به شکلی متوازن در کنار هم گرد می‌آورد تا حفاظت از محیط‌زیست در کنار توسعه اقتصادی و اجتماعی، تحقق یابد. در واقع بوم‌گردی نوعی گردشگری مسئولانه است که علاوه بر حفاظت از منابع طبیعی، رفاه و ارزش‌های اجتماعی مردم محلی را هم در نظر می‌گیرد. طرفداران بوم گردی معتقدند که بوم گردی می‌تواند باعث بهبود کیفیت زندگی هم میزبان و هم مهمان (گردشگر) شده، از محیط زیست حفاظت نموده و نقش اساسی در اقتصاد محلی داشته باشد (Salehi, 2016). علاوه بر این، بوم گردی می‌تواند به‌عنوان وسیله‌ای برای تأمین مالی و بهبود خدمات پایه در مناطق روستایی تلقی شود. خدماتی نظیر آب تمیز و سالم، بهداشت، برق و خدمات حمل و نقل که جزو نیازهای پایه و اساسی اجتماعات امروزی تلقی می‌شود. بوم‌گردی در سالیان اخیر مورد توجه کارآفرینان و همچنین برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته و یکی از مهمترین انواع گردشگری است و در بسیاری از کشورها به‌عنوان منبعی برای کسب درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعهٔ ساختارهای زیربنایی محسوب می‌شود (Lee et al., 2011: 413).

تحقیقات نشان می‌دهد بیشترین ظرفیت و فرصت برای بوم‌گردی در مناطق طبیعی و روستایی قابل شناسایی است. در بسیاری از سیاست‌های توسعه‌ای روستایی در کشورهای مختلف نیز از بوم‌گردی به-عنوان راه‌حلی برای بهبود معیشت روستائیان و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و کارآفرینی روستایی یاد می‌شود. با این وجود، ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه بوم‌گردی و کارآفرینی در گردشگری نوعی تنوع درآمدی را برای خانوارهای روستایی به منظور مقابله با فشارهای مالی فراهم می‌کند و گسترش آن می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق روستایی به وجود آورد (Amini and Hashemi,2008: 97).

این امر به نوبهٔ خود، اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری و مهاجرت از روستا به شهر را به دنبال داشته و موجب انتقال نیروی کار مازاد بخش کشاورزی و دامداری به بخش خدمات می‌شود (Bobochiaris, ۲۰۱۳). پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه فرصت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری با رویکرد بوم‌گردی نشان می‌دهد قابلیت‌های بوم‌گردی در اشتغال‌زایی و رشد بخش‌های مختلف اقتصادی از یک طرف وابستگی بسیار زیادی به راهبردهای حمایتی دولت‌ها دارد و از طرف دیگر، مرهون فعالیت‌های کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکارهایی است که در این حوزه فعالیت دارند (Henderson, 2002: 48). اما کسب‌وکارهای حوزه بوم‌گردی با چالش‌هایی مواجهند که نیازمند ایجاد و توسعه ظرفیت تاب‌آوری می‌باشند. ظرفیت تاب‌آوری ارتقادهنده توانمندی سازمان در مواجهه با موقعیت‌های خاص و تسریع کننده اقدامات تحول آفرین در زمان بروز حوادث غیر منتظره و مهم است و به بقای طولانی مدت سازمان کمک می‌کند (Lengnick-Hall & Beck, 2009).

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

مطالعات پیشین

تاکنون پژوهش‌های اندکی به موضوع این پژوهش انجام شده است که در ادامه به مهمترین آنها اشاره می‌شود. کرگان[۱] و همکاران (۲۰۱۹) پژوهشی تحت عنوان تاب‌آوری سازمانی در دانشکده‌های کسب‌وکار انجام داده و نقش تطابق‌پذیری سازمان‌ها را بررسی کردند. به‌نظر ایشان، در فضای فعلی کسب‌وکارها، رویکردهایی جدیدی حاکم شده و شیوه‌های سنتی پیشین پاسخگوی نیاز کسب‌وکارهای و نیاز جوامع نیست. به‌نظر آنها، تاب‌وری ظرفیت بقای کسب‌وکارهای پس از رویدادهای ناسازگار و مخرب را بالا برده و ظرفیت سازمان‌ها برای تطابق با شرایط و رویدادها پیش از آنکه این اتفاقات تبدیل به بحران شوند را افزایش می‌دهد.

لیو و چییر[۲](۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان آموخته‌های جهانی‌سازی، تغییر و تاب‌آوری در فعالیت‌های گردشگری انجام دادند. در این پژوهش که به روش مرور مبانی نظری و اسناد منتشر شده در این حوزه انجام شد، بر عواملی نظیر تغییرات اجتماعی، تاب‌آوری و توسعه گردشگری تاکید شده است و عوامل موثر بر آنها را متغیرهایی تشکیل می‌دهند که شامل عامل انسانی، اثرات اجتماعی، سازمان‌های بخش عمومی، نوآوری و اقتصاد گردشگر می‌داند.

کاتیا[۳]و همکاران (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان رویکردهایی برای ارزیابی تاب‌آوری و کاربردهای آن در کسب‌وکارها انجام دادند. به‌نظر آنها، در فضای کنونی ضرورت توجه هرچه بیشتر به تاب‌آوری، اهمیت دوچندانی نسبت به قبل دارد. همچنین ماهیت چندرشته‌ای مفهوم تاب‌آوری، نیاز به مفهوم‌سازی رویکردهایی برای ارزیابی آنرا نشان می‌دهد. این پژوهش که با استفاده از تحلیل داده‌های ثانویه انجام شد، چارچوب‌های نظری این حوزه را بررسی کرده، شاخص‌ها و خصوصیات آنها را مفهوم‌سازی کردند. در نهایت یک رویکرد کاربردی برای استفاده در کسب‌وکارهای کوچک خرده‌فروشی ارائه کردند.

در سال ۲۰۱۸ در دانشگاه نیومکزیکو، پژوهشی با عنوان ارائه رویکردی سیستماتیک برای تاب‌آوری کسب‌وکارها توسط ظهوری و مقدم انجام شد. این پژوهش که با روش مرور نظام‌مند ادبیات و پیشینه پژوهشی انجام شد نشان می‌دهد که تاب‌آوری کسب‌وکارها منجر به توسعه پایدار می‌شود. در واقع تاب-آوری ابزاری است که منجر به مقاوم‌سازی سیستم‌ها شده و توانایی آنها را برای جذب تغییرات و آشوب‌ها حفظ کرده و باعث حفاظت و نگهداری از روابط موجود میان عناصر سیستم می‌شود.

آشوک[۴]و همکاران (۲۰۱۷) توسعهٔ اکوتوریسم در چارچوب ارزیابی پایداری را با استفاده از روش دلفی و روش‌های مشارکتی در غرب هند مورد بررسی قرار دادند. این تحقیق با هدف شناسایی عوامل موثر بر گسترش اکوتوریسم پایدار در منطقه مورد مطالعه انجام شده بود و در نهایت منجر به تدوین ۵۸ شاخص شد. همچنین چارچوبی برای اکوتوریسم پایدار ارائه شد.

[۱] Cregan
[۲] Lew and Cheer
[۳] Kativhu
[۴] Ashok

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

آدیا[1]و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی رابطهٔ کارآفرینی و توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک گردشگری را بررسی کردند. یافته‌های این پژوهش که با روش کیفی و مصاحبه، اطلاعات مربوط به کارآفرینان اوگاندا را تحلیل کرده نشان می‌دهد گردشگری می‌تواند بر افزایش و توسعهٔ قابلیت‌های کارآفرینان اثرگذار بوده و باعث هوشیاری و رفاه کارآفرین شود. همچنین بدون آموختن مهارت‌ها (از قبیل مهارت‌های مدیریتی، ارتباطی، مالی و...) نمی‌توان به توسعهٔ کسب‌وکارهای گردشگری دست یافت.

مطالعه دلیما[2]و همکاران (۲۰۱۶) نشان داد که تقویت اجتماعات محلی فقط از طریق کارآفرینی اکوتوریسم امکان پذیر است تا از این طریق در مناطق محلی که میزان منابع مالی و پولی اندک است مشوق‌های لازم ایجاد شود.

همچنین پژوهش گابریل (۲۰۱۵) در رومانی نشان داد که گردشگری عاملی برای توسعهٔ اقتصاد روستایی و جایگزینی برای وابستگی به کشاورزی است که هم فرصت‌هایی را برای اشتغال ایجاد می‌کند و هم محیط را برای جوانان روستا جذاب می‌کند. نتایج تحقیق بیدالپ (۲۰۱۵) در کامبوج نشان می‌دهد مهاجرت روستائیان به علت فقر و نبود اشتغال بوده است که با توسعهٔ گردشگری روستایی اقتصاد خانوار و امرار معاش آنها از این طریق بهتر می‌شود.

رییسی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی توصیفی– تحلیلی به اولویت‌بندی عوامل موثر بر رشد کارآفرینی در ناحیه مرزی شهرستان سرباز استان سیستان و بلوچستان پرداختند. نتایج نشان می‌دهد عوامل اجتماعی-فرهنگی، زیرساختی، فردی و اقتصادی به‌ترتیب بر رشد کارآفرینی در این منطقه موثرند.

دهدشتی شاهرخ و اصلانی (۱۳۹۸) پژوهشی با عنوان بررسی اثر جو خلاق و مدیریت دانش مشتری بر تاب‌آوری سازمانی در شرکت‌های صادراتی انجام دادند. برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از مدل-سازی معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم‌افزار پی ال اس استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جوّ خلاق بر قابلیت‌های نوآوری و تاب‌آوری سازمانی اثر مثبت معنادار دارد و مدیریت دانش مشتری به‌عنوان عاملی مؤثر بر قابلیت‌های نوآوری شناخته می‌شود. قابلیت‌های نوآوری نیز به‌عنوان یک متغیر پیشبین، بر تاب‌آوری سازمان تأثیر مثبت معنادار دارد.

ورمزیاری و ایمانی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان تحلیل تاب‌آوری کسبوکارهای روستایی در شهرستان ملکان انجام دادند. این پژوهش با روش کمّی، به بررسی تاب‌آوری مالکان کسب‌وکارهای روستایی و واکاوی ساختار عاملی تاب‌آوری کسب‌وکار آنها پرداخته شد. نتایج تکنیک تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که شش عامل توان تطابق و آینده‌نگری، تعامل با مشتریان، موفقیت طلبی، حمایت خانوار، برنامه-ریزی راهبردی و حمایت دولت، در مجموع ۶۹ درصد واریانس سازه تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی را تبیین می‌کنند.

طیب‌نیا (۱۳۹۶) نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی در نواحی مرزی شهرستان مریوان را بررسی کرد. نتایج این پژوهش که به روش توصیفی و مطالعه میدانی انجام شد نشان می‌دهد ایجاد اشتغال، منجر به افزایش درآمد مردم و توسعه پایدار روستایی در این ناحیه می‌شود. فتایی و همکاران

[1] Adiyia
[2] De Lima

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

(۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان تبیین ظرفیت اجتماعی پذیرش گردشگری در مناطق روستایی در روستای مصر با استفاده از روش نظریه‌پردازی داده بنیاد انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد که جامعه بومی به‌دلیل احساس نیاز به گردشگری و داشتن ذهنیت اقتصادی، به کارآفرینی در گردشگری روی آورده و مشارکت فعال دارد و برای حفظ منابع طبیعی، با گردشگران تبادلات اجتماعی نسبتاً مطلوبی دارند.

شاطریان و همکاران (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعهٔ طبیعت‌گردی روستاهای بخش برزک کاشان انجام دادند. این پژوهش که با استفاده از تلفیق روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره انجام شد نشان می‌دهد که عوامل جلب مشارکت سرمایه‌گذاران محلی و برگزاری تورهای بازدید از منطقه از مهمترین عوامل هستند.

سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی با عنوان الگوی توسعهٔ کارآفرینی اکوتوریسم در منطق روستایی استان تهران با روش کمّی-پیمایشی انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد سه عامل بسترها و شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینانه بر توسعهٔ کارآفرینی اکوتوریسم موثر است.

باقری و همکاران (۱۳۹۱) پژوهشی با عنوان طراحی مدل برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی گردشگری به روش آمیخته اکتشافی انجام دادند. نتایج نشان می‌دهد هفت عامل به‌عنوان مهمترین عوامل موثر بر این صنعت اهمیت دارند. این عوامل عبارتند از چالش‌های منابع انسانی گردشگری، راهکارهای ارتقای کلان گردشگری، عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی، نظام برنامه-ریزی استراتژیک سرمایه انسانی، پیامدهای اجرای برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی و تعریف استعداد در گردشگری.

بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در موضوع تحقیق نشان می‌دهد خلاء نظری فراوانی در خصوص اهمیت تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی وجود دارد و تاکنون مطالعه‌ای که به‌طور مستقیم به این موضوع پرداخته باشد انجام نشده است. این در حالی است که مطابق با نظریات بررسی شده در زمینه تاب‌آوری، کسب‌وکارهای بوم‌گردی و اقتصاد مناطق روستایی، اهمیت فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی نه تنها جنبه اقتصادی، بلکه جنبه‌های اجتماعی، سیاسی و امنیتی فراوانی دارد که این پژوهش می‌تواند دیدگاه‌های جدیدی را در این زمینه ایجاد کند.

۳) روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف بنیادی، از نظر ماهیت اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، از نوع روش کیفی است که از روش نظریه داده بنیاد برای مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان استفاده شده است. دلیل استفاده از روش نظریه پردازی داده بنیاد این است که پژوهشگر در این فاز اقدام به ابداع تئوری[۱]می‌نماید. در واقع ما نیاز به روشی داریم که به ما در مدل‌سازی فرایندی که در حال وقوع است، کمک کند. برای ابداع تئوری و تدوین مدل فرآیندی، یکی از

[۱] Theory-Building

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

بهترین روش‌ها، روش نظریه پردازی داده بنیاد[1]است که پژوهشگر برحسب *نیاز* از آن استفاده می‌کند (Stake, 2006).

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان و مطلعین کلیدی استفاده شد. در این بخش از روش نمونه‌گیری هدفمند به شیوه گلوله‌برفی استفاده شد. انتخاب این افراد بر مبنای تخصص و خبرگی آنها بوده که دارای مدرک تحصیلی مرتبط با تجربه حداقل ۵ سال سابقه کار اجرایی مرتبط باشند و در خصوص موضوع تحقیق حاضر دارای مقالات، فعالیت‌های پژوهشی و یا سابقه اجرایی باشند. تعداد مصاحبه‌های انجام شده برابر ۱۸ مصاحبه است که برای اطمینان بیشتر از حد کافی نیز فراتر رفتیم. مدت مصاحبه‌ها بین ۴۵ الی ۶۰ دقیقه انجام شد. با انجام این تعداد مصاحبه، تشخیص محقق این بود که اطلاعات گردآوری شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به انجام مصاحبه بیشتر نیست.

در تحلیل داده‌ها، از روش سیستماتیک استراوس و کوربین[2](۱۹۹۸) استفاده شد و رویکرد نظام‌مند مدل‌سازی در سه گام اصلی کُدگذاری باز، کُدگذاری محوری و کُدگذاری انتخابی انجام شد. پس از انجام مصاحبه‌ها و ادغام مفاهیم مشترک، به وسیله روش نظریه داده بنیاد، مقوله‌ها در شش دسته شرایط علّی، زمینه، پدیده یا مقوله محوری، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج شد و درنهایت الگوی پارادایمی طراحی شد. برای حصول اطمینان از روایی ابزار پژوهش، اقداماتی نظیر تطبیق توسط مشارکت‌کنندگان، بررسی همکار و مشارکتی بودن پژوهش استفاده شد. برای تعیین پایایی، نتایج توسط چندین متخصص مرتبط با موضوع پژوهش مورد ارزیابی و طبقه‌بندی قرار گرفت.

۴) یافته‌های تحقیق

برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان از فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی مبتنی بر رویکرد سیستماتیک نظریه داده بنیاد استفاده شد. جهت شروع کار ابتدا متن مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان به صورت یک سند درآمد و متن مصاحبه‌ها جهت کُدگذاری و استخراج مفاهیم (مقوله‌ها) بررسی شده و به تفکیک کُدگذاری شدند. کدگذاری باز، بخش اول از تجزیه و تحلیل است که به نام‌گذاری، مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی پدیده از راه تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها می‌پردازد. در این گام ۴۱۷ کد (مقوله اولیه) شناسایی شد. کدگذاری محوری، بخش دوم از تجزیه و تحلیل است که کدها (مقوله‌ها یا مفاهیم) مستخرج از جداول بالا در مرحله کُدگذاری اولیه، پالایش و جهت تشکیل خانواده کدها (کُدگذاری محوری) از یکدیگر تفکیک شدند. هدف از انجام این بخش، دسته‌بندی کدهایی است که متعلق به یک خانواده اند. انجام این گام منجر به شناسایی ۹۰ کد محوری شد. نمونه‌ای از کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها در ادامه ارائه شده است.

[1] Grounded Theory
[2] Strauss and Corbin

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

جدول ۱. نمونه‌ای از دسته‌بندی و کدگذاری کدهای باز به کدهای محوری

کدهای باز	کدهای محوری
داشتن روابط عمومی بالا	روابط عمومی
تقویت شبکه‌های اجتماعی با کمک روابط عمومی	
بهره گیری از بازخورد مشتریان	
ایجاد نشاط و هیجان در مشتری	نیاز سنجی مشتری
تامین نیاز مشتری	
توجه به نیاز مشتری و هماهنگی با آن	
ارائه محصولات متناسب با نیاز مشتری	
تمرکز بر مشتری	مشتری مداری
ارتباط مستمر با مشتری	
شناسایی و دقت در نیازهای مهمانان	
حفظ و ماندگاری بوم گرد و تقویت آن	

کدگذاری گزینشی گام پایانی تحلیل کیفی است که در آن مقولات و مفاهیم فرمول‌بندی شده و روابط میان آن‌ها ترسیم می‌شود. فرایند کُدگذاری که از داده‌ها آغاز شده و در طی فرایند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود. در این مرحله ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. در این مرحله به کمک پارادایم کُدگذاری و به کمک آنچه از مطالعه پژوهش‌های پیشین و تفسیر نتایج گفتگو با خبرگان به‌دست آمده، به‌صورت‌بندی مدل پژوهش پرداخته شد.

جدول ۱. نمونه‌ای از دسته‌بندی و کدگذاری کدهای محوری به کدهای گزینشی

کدهای باز	کدهای محوری
برندسازی	بازاریابی و مدیریت بازار
دیجیتال مارکتینگ	
مهارت‌های بازاریابی	
اتحاد استراتژیک با همکاران و رقبا	
حفظ بازار فعلی و تمرکز بر مشتریان ثابت	
توسعه زیرساخت‌های فناوری	توسعه زیرساخت‌های عمومی و فناوری
استفاده از ظرفیت‌های فناوری	
توسعه زیرساخت‌های عمومی	
حمایت‌های قانونی	حمایت‌های مالی، اداری، سیاسی، قانونی
ثبات سیاسی و قوانین مرجع	
حمایت اداری و دولتی	
حمایت مالی	

در مجموع، شرایط علّی شناسایی شده در این پژوهش شامل ذهنیت کارآفرینانه (هوشیاری کارآفرینانه و شناسایی، کشف و خلق فرصت‌ها در مناطق روستایی)، گرایش و رهبری کارآفرینانه، ویژگی-

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

های کارآفرینانه، کارآفرینی مبتنی بر فناوری و چشم انداز استراتژیک کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکار در مناطق روستایی است.

در زمینه هوشیاری کارآفرینانه و شناسایی، کشف و خلق فرصت‌ها، فروهرفر و همکاران (۲۰۱۸) و داس (۲۰۰۰) بر تفکر و و عمل مبتنی بر فرصت، خلق، توسعه، عینیت بخشی و تجدید ارزش‌ها، کنوی داتو-روی و همکاران، (۲۰۱۶) بر کشف و خلق فرصت و به دنبال آن راه‌اندازی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، آلیاگا و هیبرچ، (۲۰۱۸) بر تمایل به ریسک کردن و دریافت پاداش در فرصت‌شناسی، راچ و فرس (۲۰۰۷) بر خطرپذیری، جدید بودن و عدم قطعیت، همچنین داس (۲۰۰۰) بر تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده نوآوری، حداکثرسازی ارزش تاکید داشته‌اند.

از طرفی در خصوص گرایش کارآفرینانه، کروگر (۲۰۰۷)، کووین و همکاران (۲۰۱۹) ژیلنیک و همکاران (۲۰۱۸)، کوراتکو و همکاران (۲۰۱۷)، واتسن و همکاران (۲۰۱۷) و مک کنی و همکاران (۲۰۱۸) گرایش کارآفرینانه را نوآوری محصول و فنی گسترده، گرایش به رقابت تهاجمی داشتن و گرایش قوی ریسک‌پذیری به وسیله مدیریت دانسته‌اند که در این پژوهش نیز به همین نتایج دست یافتیم.

در زمینه ویژگی‌های کارآفرینانه، یونس و همکاران (۲۰۱۸) استقلال، نوآوری، پیش‌گامی، ریسک-پذیری و رقابت تهاجمی، ویجنگاردن و همکاران (۲۰۱۶)، یوسای و همکاران (۲۰۱۸)، دراکر، (۲۰۱۴)، بسانت و تید (۲۰۰۷)، دس و لامپکین، (۲۰۰۵) و هاگز و مورگان، (۲۰۰۷) بر نوآوری تاکید داشته‌اند.

استقلال‌طلبی از دیگر ویژگی‌های کارآفرینان است که در تحقیقات لامپکین و دس (۱۹۹۶)، دس و لامپکین (۲۰۰۵)، اندرسون، (۲۰۰۰)، سرتو و همکاران (۲۰۰۹)، بروک (۲۰۰۳) و ... به آن تاکید شده است. همچنین ویژگی ریسک‌پذیری در تحقیقات دریحمان و نیکولا (۲۰۱۳)، لندس و همکاران (۲۰۱۰)، چنگ و همکاران (۲۰۱۸) مورد تاکید بوده است. پیش‌گامی و رقابت تهاجمی نیز در مطالعات دس و لامپکین (۲۰۰۱)، کریزر و همکاران (۲۰۰۲)، هاگز و مورگان (۲۰۰۶)، لامپکین و دس (۲۰۰۱) مورد توجه بوده است.

در تحقیقات پیشین، نگرش مثبت، تجربهٔ زندگی و تمایل به تغییر از ویژگی‌های فردی موثر بر تاب‌آوری مالکان کسب‌وکارها شناسایی شده است. از جمله در پژوهش شوارتز و مک ویلیامز (۲۰۰۹) که در این تحقیق نیز از جمله عوامل علّی موثر بر این امر شناسایی شده است. در زمینه چشم انداز استراتژیک کارآفرینانه نیز در تحقیقات بون (۲۰۰۵)، تامایو و همکاران (۲۰۱۰)، مورای (۱۹۸۴)، لاوسون و سامسون (۲۰۰۱)، آکمان و ییلماز (۲۰۰۸)، هیت و دیگران (۲۰۰۱) و آیرلند (۲۰۰۳) تاکید شده است.

در این تحقیقات ابعاد کارآفرینی استراتژیک شامل ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، نوآوری، شبکه‌سازی، تجدید استراتژیک، بازسازی سازمانی، مدل کسب‌وکار و یادگیری سازمانی بوده است.

در خصوص اهمیت وجود مدل کسب‌وکار در مطالعات لاهتی و همکاران، (۲۰۱۸)، آفوا و تاچی (۲۰۰۳)، ونکاترامن و هندرسون (۱۹۹۸)، لمبرت (۲۰۰۸) و شافر و همکاران (۲۰۰۵) مورد توجه بوده است. کارآفرینی مبتنی بر فناوری و استفاده از قابلیت‌های فناورانه در توسعه کسب‌وکارها در مطالعات

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

برگمان و همکاران (۲۰۰۴)، یتی (۲۰۰۹)، درف و بیرز (۲۰۰۵)، پنگ و ژانگ (۲۰۰۸)، بلانکو (۲۰۰۷) نیز تاکید شده است.

شرایط مداخله‌ای شامل جوّ خلاق و نوآور و فرهنگ کارآفرینی مناطق روستایی، مشتری‌مداری و شبکه‌سازی بین کارآفرینان و ساکنین مناطق روستایی، ارتباطات و هماهنگی‌های درون سازمانی و ذی-نفعان، تبادل اجتماعی جامعه محلی است.

در زمینه جو خلاق و نوآوری، ناجاجونسکا و کوپرا (۲۰۱۴)، پال و همکاران (۲۰۱۴) بر تغییر قواعد، نوآوری، بهبود عملکرد، رقابت پذیری، تلاش برای بقا، لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) بر پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای و ایجاد ظرفیت برای مقابله با چالش‌ها، ویکز (۲۰۰۸) بر انطباق‌پذیری، لی هو (۲۰۰۷) بر رقابت-پذیری، مور و مور (۲۰۰۷) بر ارزش سازمانی، همل و ولیکانگاز (۲۰۰۳) بر استفاده از نوآوری‌های فناورانه در ایجاد پویایی و انعطاف‌پذیری کسب‌وکارها تاکید داشته‌اند.

هارتلی و همکاران (۲۰۱۳) بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، ایمونز (۲۰۱۳) بر توانمندسازی، چابکی، تغییر و سازگاری، هماهنگی و هدف مشترک، استینر و کلاری (۲۰۱۴) بر پشتیبانی کسب‌وکار موجود و همکاری و شبکه سازی، اشتاینر و کلیری (۲۰۱۴) بر همکاری و شبکه-سازی، وانک و آپ (۲۰۱۳) بر روابط و هماهنگی‌های درون سازمانی و گروه‌های ذی‌نفع، دِسِله (۲۰۰۴) بر بهبود پویایی‌های نوآوری (تلاش شرکت‌ها برای تطبیق رویکردهای پیشرو به‌سمت نوآوری، خصوصاً از فناوری‌های ساده به‌سمت هوشمندی اقتصادی) تاکید داشته‌اند.

شرایط زمینه‌ای این تحقیق شامل توسعه زیرساخت‌های عمومی و فناورانه در نقاط روستایی، بهبود محیط کلان اقتصادی و اجتماعی، ارتقاء عوامل نهادی (دولت، بخش عمومی و بازار)، زمینه‌ها و جاذبه-های موجود در محیط و منحصربه‌فرد بودن آنها شناسایی شده است.

این موارد در تحقیقات لیو و چییر (۲۰۱۸) با تاکید بر تغییرات اجتماعی، کاتیا و همکاران (۲۰۱۸) با تاکید بر بهبود فضای فعالیت کسب‌وکارها، پیج و همکاران (۲۰۱۷) با تاکید بر نقش دولت و نهادهای بخش عمومی برای توسعهٔ کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری، توسعهٔ فرصت‌های کارآفرینی در نواحی ساحلی، تعامل فزاینده بین رفاه و بهداشت عمومی بوده است. همچنین ناجاجونسکا و کوپرا (۲۰۱۴) عوامل محیطی را بر توسعه گردشگری موثر دانسته و از نظر وانک و آپ (۲۰۱۳) محیط کلان اقتصادی – اجتماعی و عوامل نهادی در این زمینه موثرند. ردفورد (۲۰۱۲)، لونان (۲۰۱۱)، دسله (۲۰۰۴) و ... نیز بر زیرساخت‌ها تاکید زیادی داشته‌اند.

پدیده (مقوله) محوری این پژوهش شامل تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکارهای اقتصادی در مناطق روستایی با تاکید بر بوم‌گردی در زمینه تاب‌آوری استراتژیک در تحقیقات هیتون و همکاران (۲۰۱۲)، همل و ویلکانگاس (۲۰۰۳)، بون (۲۰۰۵)، تامایو و همکاران (۲۰۱۰)، مورای (۱۹۸۴)، لاوسون و سامسون (۲۰۰۱)، آکمان و ییلماز (۲۰۰۸)، هیت و دیگران (۲۰۰۱) و آیرلند (۲۰۰۳) تاکید شده است. در حوزه بوم‌گردی در راستای توسعهٔ پایدار گردشگری، فرانکلین (۲۰۰۳)، ته و کاباندان (۲۰۰۷)، هندرسون (۲۰۰۲) و ... مورد توجه بوده است.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

راهبردهای این پژوهش شامل ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت معرفی کسب‌وکارهای مناطق روستایی، حمایت‌های مالی، اداری، سیاسی، قانونی، تبلیغاتی، بازاریابی و برندسازی کسب‌وکارهای مناطق روستایی، بهسازی مهارت‌های فردی و مدیریتی فعالان اقتصادی نقاط روستایی، بازسازی مدل کسب‌وکار، برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی و خلق مزیت رقابتی پایدار (رقابت‌پذیری) برای کسب‌وکارهای مناطق روستایی و مدیریت دانش و آموزش مردم محلی است. پویایی در محیط‌های کسب‌وکار، شدت رقابت، جهانی‌سازی، ادغام‌ها، ترکیب‌ها و نوآوری‌های فناورانه، درک به موقع چالش‌ها و پاسخ صحیح به این تغییرات در تحقیقات او دانل (۲۰۱۶)، آماده‌سازی برای مقابله با بحران‌ها و تلاش برای بقا در پژوهش ری-مریت و همکاران (۲۰۱۵)، شناسایی مخاطرات و برنامه‌ریزی برای آنها در پژوهش میتون و همکاران (۲۰۱۲) اشاره شده است. همچنین همل و ویلکانگاس (۲۰۰۵) بر استفاده از نوآوری‌های فناورانه در ایجاد پویایی و انعطاف‌پذیری کسب‌وکارها و توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی و تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکار، روجیو (۲۰۱۱) بر بقاء و توسعهٔ کسب‌وکارهای فعال در محیط آشفته وابسته به ظرفیت تاب‌آوری، واتخاذ شیوهٔ مدیریت نوآورانه برای مقابله با چالش‌های اجتناب ناپذیر تاکید داشته‌اند.

کنوی داتو-روی و همکاران (۲۰۱۶) بر کشف و خلق فرصت و به دنبال آن راه‌اندازی و بهره‌گیری از فرصت‌ها، داس (۲۰۰۰) بر تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده نوآوری، حداکثرسازی ارزش، اسلدزیک (۲۰۱۳) بر راهبرد نوآوری یا ایجاد ترکیب‌های تازه از مواد، هارتلی و همکاران (۲۰۱۳) بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، دالز و سوسیلواتی (۲۰۱۵) بر عدم وابستگی معیشت به یک منبع و تعریف مجموعه ای از راهبردهای معیشتی برای بهبود تاب‌آوری به هنگام بحران‌های اقتصادی تاکید داشتند. همچنین در همین زمینه چادوری و همکاران (۲۰۱۵) بر ایجاد ارتباط با خریداران و تامین کنندگان، ظرفیت پشتیبان، کنترل کیفیت، توسعه بهره‌وری و مهارت‌ها، پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات، پاسخگویی به مشتریان، پیش بینی تقاضا و بهبود سیستم امنیتی و همچنین فرجی و احسانی (۲۰۱۰) بر بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی -فرهنگی و زیست محیطی منطقه میزبان تاکید داشته‌اند. پیامدها نیز شامل پایداری، مقاوم‌سازی و انعطاف‌پذیری کسب‌وکارهای مناطق روستایی، بهره برداری از فرصت‌های کسب‌وکار در مناطق روستایی، ایجاد امنیت در مناطق روستایی به واسطه توسعه پایدار (فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی)، اشتغال زایی، رفاه اجتماعی و شکوفایی اقتصاد محلی و جذابیت روستا برای ساکنین و مهاجرت معکوس به مناطق روستایی می‌باشد. در این زمینه، روجیو (۲۰۱۱) و همل و ویل کانگاز (۲۰۰۳) بر ارتقا تاب‌آوری سازمان‌ها، اکسل و کاستا (۱۹۹۶) بر منافع اقتصادی و اجتماعی گردشگری و استفاده درآمدهای گردشگری، آنوپ و همکاران (۲۰۱۵) بر حفاظت از زیست‌بوم که سبب پایداری کیفیت زندگی مردم منطقه، آموزش و مشارکت گردشگر در فعالیت‌های سودآور اقتصادی مردم محلی می‌شود، تاکید داشتند.

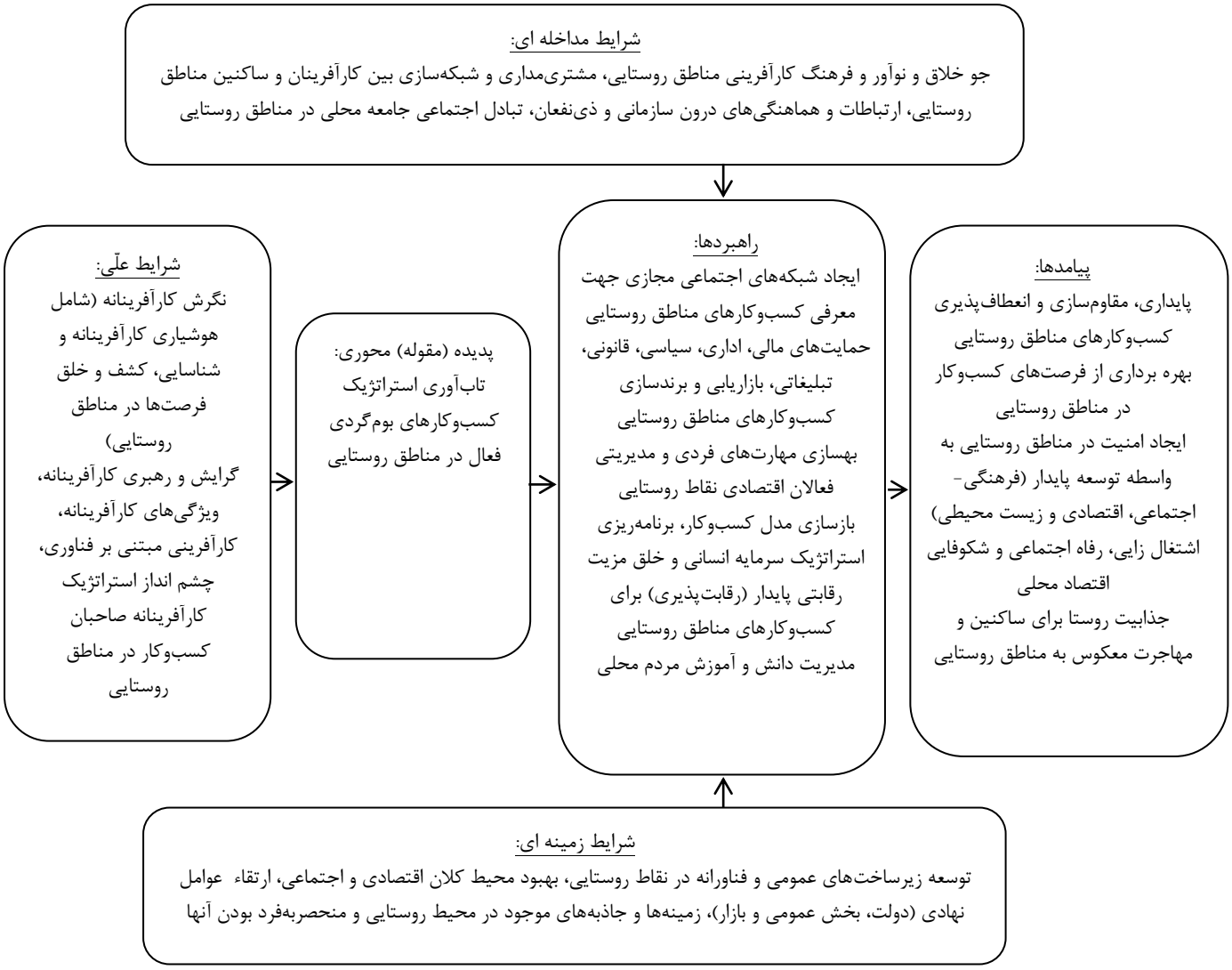
همچنین در همین زمینه فرانکلین (۲۰۰۳) بر توسعهٔ پایدار گردشگری، بهبود کیفیت زندگی جامعهٔ میزبان، رعایت برابری بین دو نسل و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست از طریق حفظ سیستم

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

زیست محیطی، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات، ته و کاباندان (۲۰۰۷) بر توسعهٔ پایدار، رشد اقتصادی و حفاظت محیطی، صالحی (۲۰۱۶) بر بهبود کیفیت زندگی میزبان و مهمان (گردشگر)، حفاظت از محیط زیست انسانی و طبیعی، امینی و هاشمی (۲۰۰۸) بر تنوع درآمدی خانوارهای روستایی و توسعه فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگون در مناطق روستایی، بوبوچیاریس (۲۰۱۳) بر اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری و مهاجرت از روستا به شهر، گابریل (۲۰۱۵) بر توسعهٔ اقتصاد روستایی، جایگزینی برای وابستگی به کشاورزی و ایجاد محیط جذاب برای جوانان روستایی توجه کرده‌اند.

با توجه به نتایج حاصل شده و تحلیل‌های صورت گرفته که در روش سیستماتیک نظریه داده بنیاد وجود دارد، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان انجام می‌شود.



شکل ۱. الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

۵) نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی بوده است که در آن با استفاده از روش نظریه داده بنیاد با تمرکز بر مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته به مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان پرداخته شده است. در مرحله اول با بهره‌گیری از مرور نظام مند مبانی نظری و پیشینه تحقیق، مفاهیم و تم‌های اولیه مرتبط با موضوع استخراج شد. و در گام بعد مصاحبه‌های عمیقی و نیمه ساختاریافته و نظرخواهی از خبرگان موضوع انجام شده و با استفاده از روش تحلیل محتوا، مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان تحلیل شده و الگوی نهایی بر اساس روش‌شناسی نظام‌مند روش داده-بنیاد در سه گام اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی به‌دست آمد.

در ادامه فرآیند پژوهش، اعتبارپذیری و اعتمادپذیری یافته‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این فرآیند و خروجی‌های حاصل شده مجددا توسط مطلعین کلیدی و خبرگان مورد بررسی قرار گرفت و پژوهشگر براساس فهم خود از پدیده محوری مدل پارادایمی کدگذاری، ادبیات نظری موجود و مصاحبه‌های مجدد با آزمودنی‌های پژوهش و دریافت نظرهای اصلاحی متخصصان امر و اساتید دانشگاه؛ با انجام اصلاحات و تعدیل‌هایی، مدل‌سازی الگوی تاب‌آوری کسب‌وکارهای بوم‌گردی در مناطق روستایی استان گیلان انجام شد (شکل ۱).

با توجه به نتایجی که از الگوی طراحی شده و روش‌شناسی انجام شده به‌دست آمده است، پیشنهادهایی معطوف به بهبود عملکرد و وضعیت تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکارهای بوم‌گردی فعال در مناطق روستایی استان گیلان ارائه می‌شود:

- توجه و تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری (مجازی) و نوآوری‌های فناورانه در کسب‌وکارهای مناطق روستایی؛
- حمایت‌های مالی، اداری، سیاسی، قانونی تسهیل کننده تبلیغات برای کسب‌وکارهای این مناطق
- ارتباط با مشتریان و تامین کنندگان، برنامه‌ریزی بازاریابی و برندسازی مبتنی بر جاذبه‌های مناطق روستایی؛
- تقویت فرهنگ کارآفرینی و تاکید بر آموزش و بهسازی مهارت‌های فردی و مدیریتی فعالان بوم‌گردی مناطق روستایی؛
- توجه به رقابت‌پذیری و خلق مزیت رقابتی پایدار کسب‌وکارهای مناطق روستایی؛
- طراحی، ایجاد و یا بازسازی مدل کسب‌وکار و برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه‌های انسانی نقاط روستایی
- درک به موقع چالش‌ها، شناسایی مخاطرات و آماده‌سازی برای مقابله با بحران‌ها و تلاش برای بقای کسب‌وکارهای مناطق روستایی؛
- شناسایی استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی و تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکار؛
- اتخاذ شیوهٔ مدیریت نوآورانه برای مقابله با چالش‌های اجتناب ناپذیر مناطق روستایی؛
- کشف و خلق فرصت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی و سپس راه‌اندازی و بهره‌گیری از فرصت‌ها در این مناطق؛ و

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

- عدم وابستگی معیشت صاحبان کسب‌وکارهای مناطق روستایی به یک منبع و تعریف مجموعه‌ای از راهبردهای معیشتی برای بهبود تاب‌آوری به هنگام بحران‌های اقتصادی.

۶) منابع

- باقری، مسلم و رحیم پور، علی. (۱۳۹۱). **تبیین عوامل موثر بر برنامه‌ریزی استراتژیک سرمایه انسانی صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران**، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی سال پنجم، شماره ۱. صص. ۲۳۹-۲۰۳.
- دهدشتی شاهرخ، زهره و اصلانی افراشته، امیر. (۱۳۹۸). **اثر جو خلاق و مدیریت دانش مشتری بر تاب‌آوری سازمانی در شرکت‌های صادراتی**. فصلنامه مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی. سال دوم. شماره ۲. صص. ۹۳-۶۴.
- رییسی، ابوبکر، سالارزهی، حبیب اله، آهنگ، فرحناز (۱۳۹۸) **اولویت‌بندی عوامل موثر بر رشد کارآفرینی در نواحی روستایی مرزی. مطالعه‌موردی: بخش مرزی پیشین شهرستان سرباز**. فصلنامه علوم و فنون مرزی، دوره هشتم. شماره ۱. صص. ۱۰۶-۷۷.
- سجاسی قیداری، حمدالله، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۳). الگوی **توسعهٔ کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی. مطالعهٔ موردی: رودره‌های گردشگری استان تهران**، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶. شماره ۲. صص. ۲۹۲-۲۷۳.
- شاطریان محسن، کیانی سلمی صدیقه، غلامی یونس، منتصری زهرا. (۱۳۹۶). **اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه طبیعت‌گردی روستاهای بخش برزک-کاشان با تلفیق تکنیک‌های DEMATEL و ANP** نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. دوره ۱۷ شماره ۴۴. صص. ۱۵۴-۱۳۱.
- طیب نیا، سید هادی. (۱۳۹۶). **نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی نواحی مرزی مطالعه موردی: بخش خاو و میرآباد، شهرستان مریوان**. همایش ملی بررسی راهکارهای مدیریت توسعه کارآفرینی روستایی در ایران. سبزوار. ۱۳۹۶.
- فتایی، ابراهیم، اروجی، حمید، علیزاده، محمد و ازهری، سونیا. (۱۳۹۶). **تبیین ظرفیت اجتماعی پذیرش گردشگری در مناطق روستایی مورد: روستای مصر در شهرستان خور و بیابانک**. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. شماره ۶. صص. ۱۹۶-۱۷۳.
- ورمزیاری، حجت و ایمانی، بابک. (۱۳۹۶) **تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان**. فصلنامه توسعه کارآفرینی. دوره ۱۰. شماره ۱. صص. ۲۰۰-۱۸۱.
- Amini, Seyavash, hashemi, Saeed (2008): **The role of entrepreneurship in the development of the tourism community**, Journal of Work and Society, No. 106, 107, Tehran, pp 106- 95.
- Annarelli, A., & Nonino, F. (2016). **Strategic and operational management of organizational resilience: Current state of research and future directions**. Omega, 62(3), ۱-۱۸.
- Anup, C. Kedar, R. Ramesh, S, 2015, **Role of ecotourism in environmental conservation and socioeconomic development in Annapurna conservation area,** International Journal of Sustainable Development and World Ecology, Vol 22, Issue 3, pp. 251-258.
- Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). **The implications of positive psychological capital on employee absenteeism.** Journal of Leadership & Organizational Studies, 13(2), 42-۶۰.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

- Chewning, L. V.; Lai, C. H.; & Doerfel, M. L. (2013). **Organizational resilience and using information and communication technologies to rebuild communication structures.** Management Communication Quarterly, 27(2), 237–۲۶۳.
- Dahles, D., & Susilowati, T.P. (2015). **Business Resilience In Times Of Growth And Crisis**. Annals of Tourism Research, 51, 34-50.
- De Galizia, A., Simon, C., Weber, P., Iung, B., Duval, C., & Serdet, E. (2016). **Markers and patterns of organizational resilience for risk analysis.** IFAC Papers On Line, 49(19), 432-۴۳۷.
- Eccles Gavin, Costa Jorge (1996), "**Perspectives on Tourism Development",** International Journal of Contemporary Hospitality Management, Volume:8, Number:7
- Emmons, C. B. (2013). **Improving organizational performance: Building organizational resilience and sustainability through knowledge-sharing relationships**, Doctoral dissertation, Walden University, USA.
- Falasca, M., Zobel, C.W. & Cook, C., (2008). **A Decision Support Framework to Assess Supply Chain Resilience.** 5th International ISCRAM Conference. Washington D.C., USA.
- Faraji Rad, Afsaneh, Ehsani (2011): **Investigating the Effect of Local Residences on the Improvement of the Living Level of the Local Community (Emphasizing the Village of "Garma" and "Slope"),** Geographical Quarterly of the Territory: Vol 8, No 30, Pp 63- 7۷.
- Ferguson, C., Cohen, L., Pooley, J.-A., & Harms, C. (۲۰۱۰). **Resilience In Small Business Owners. Unpublished Manuscript,** Edith Cowan University. Perth, WA.
- Franklin, Adrian (2003) "**Tourism: An Introduction**", London: Sage.
- Gulati, R., 2010. **Reorganize for Resilience: Putting Customers at the Center of Your Business,** Boston: Harvard Business Press.
- Haring, L. S. & Claudio, M. (2014), **Touring responsibility: The trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand**, Geoforum, Volume 51, 96-106.
- Hatton, T., Seville, E., & Vargo, J. (2012). **Improving the resilience of SMEs: policy and practice in New Zealand**. Christchurch, New Zealand: Asia Pacific Economic Co-operation (APEC.)
- Lee, T.H. and Liu, R.T. (2011). **Strategy formulation for the recreational areas of Central Taiwan: An application of SWOT analysis** Journal of Hospitality Management and Tourism, Vol. 2.
- Lengnick-Hall, C. A., & Beck, T. E. (2009). **Resilience capacity and strategic agility: prerequisites for thriving in a dynamic environment.** UTSA, College of Business
- Mallak, L. A. (1999)**. Toward a theory of organizational resilience. Dundar F. Kocaoglu (Ed.).** Portland International Conference on Management of Engineering and Technology. Portland. 223-243.
- McManus, S. T. (2008). **Organisational resilience in new zealand (Doctoral dissertation,** University of Canterbury.)
- Mendonça, D., & Wallace, W. A. (2015). **Factors underlying organizational resilience: The case of electric power restoration in New York City after 11 September 2001**. Reliability Engineering & System Safety, 141(3), 83–91.
- Pal, R., Torstensson, H., & Mattila, H. (2014). **Antecedents of organizational resilience in economic crises—an empirical study of Swedish textile and clothing SMEs.** International Journal of Production Economics, 147, 410-428.
- Rey-Martí, A., Porcar, A. T., & Mas-Tur, A. (2015). **Linking female entrepreneurs' motivation to business survival.** Journal of Business Research, 68(4), 810-8۱۴
- Roggio: (2011). **Resilience And Small Business.** Thesis, Edith Cowan University, 2-5۴.
- Salehi, S. (2016). "**Bvmgrdy development in the village of Janat Rudbar with an emphasis on the participation of local communities**". Administration of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Mazandaran

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]

- Schwarz, I., & Mcrae-Williams: (2009). **Water Reform And The Resilience Of Small Business People In Drought-Affected Agricultural Communities**. Rural Society, 19(3), ۱۹۹-۲۱۰.
- Steiner, A., & Cleary, J. (2014). **What Are The Features Of Resilient Businesses? Exploring The Perception Of Rural Entrepreneurs**. Journal Of Rural And Community Development, 9(3), 1-20.
- Teh Lydia, Cabanban Annadel S (2007), "**Planning for Sustainable tTourism in Southern Pulau Banggi: An assessment of Biophysical Conditions and their Implications for Future Tourism Development**", Journal of Environmental Management, Volume 85, Issue 4, Pages 999-1008
- Tompkins, J. A. (2007). **4 Steps To Business Resilience**. Industrial Management, 49(4), 14-۱۸.
- Weick, K.E. & Sutcliffe, K.M., 2007. **Managing the Unexpected: Resilient Performance in an Age of Uncertainty**, 2 ed. San Francisco, CA: Wiley and Sons
- Woods, D. D. (2015). **Four concepts for resilience and the implications for the future of resilience engineering.** Reliability Engineering & System Safety, 141, 5-۹. □□□: ۱۰.۱۰۱۶/□.□□□□.۲۰۱۵.۰۳.۰۱۸.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-05-02]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.37.4.6]