فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، ویژه‌نامه گردشگری روستایی، زمستان ۱۳۹۶
صفحات ۲۲-۱

تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی
مورد: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد

طاهره صادقلو*؛ استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
حمیده محمودی؛ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
فهیمه جعفری؛ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۱ پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۶/۲۸

چکیده

تنوع بخشی به اقتصاد روستایی از اولویت‌های برنامه‌ریزی‌های جدید توسعه روستایی در ایران است؛ بنا به اهمیت آن، تلاش‌هایی برای توسعه گردشگری و کسب و کارهای مرتبط به آن در مناطق روستایی کشور در حال انجام است. مهم‌ترین نکته در کسب‌وکارهای نوظهور، تداوم فعالیت مناسب و ماندگار آن است. این مقاله به بررسی میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیطی-کالبدی پرداخته است. تحقیق با روش توصیفی – تحلیلی و بر اساس اطلاعات ۱۵۰ نفر نمونه در ۱۰ روستای حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد انجام شده است. نتایج نشان داد که در روستاهای مورد مطالعه، شاخص‌های تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در سطح مناسبی قرار ندارد. همچنین، میان ویژگی‌های فردی افراد فعال در زمینه‌ی کسب و کارهای گردشگری با تاب‌آوری این فعالیت‌ها رابطه‌ی معناداری وجود دارد و بین چهار گروه رفاهی، خدماتی، غذایی و حمل‌ونقل، متوسط تاب‌آوری دارای تفاوت معناداری بوده است. در نهایت اینکه روستاهای حصار و میامی در رتبه‌های اول و دوم و روستاهای زشک و تبادکان در رتبه‌های نهم و دهم بوده و به این معنا که کسب و کارهای موجود در دو روستای اول از تاب‌آوری بیشتری برخوردار است.

واژگان کلیدی: تاب‌آوری، کسب‌وکارهای کوچک، گردشگری روستایی، اقتصاد روستایی.

* tsadeghloo@um.ac.ir

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۱) مقدمه

نواحی روستایی به عنوان کانون تولید کشور محسوب می‌شود زیرا دارای قابلیت‌های اقتصادی فراوانی است که در صورت برنامه‌ریزی صحیح، می‌توان با شکوفایی آنها، اقتصاد پویا و متنوعی را در نواحی یاد شده پدید آورد (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶: ۱۸۲). از قابلیت‌های موجود در نواحی روستایی، گردشگری است. گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، جزو پیچیده‌ترین کسب و کارهای بشری است و به عنوان فعالیتی چندوجهی، دارای کارکردهای گوناگون و مثبت است که از آن جمله می‌توان به اشتغال-زایی، کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها اشاره کرد (قادری و همکاران،۱۳۹۰: ۱۰۲). گردشگری در جهان دارای ابعاد بسیار مهم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است و از مهم‌ترین کسب و کارهای اقتصادی محسوب می‌شود که از دهه ۱۹۵۰ به این سو، رشد مداوم و گسترده‌ای داشته و هم اکنون جایگاه آن در میان بزرگترین و سریع‌ترین بخش‌ها در اقتصاد جهان است (Paterson et al., 2004)؛ به طوری که قادر است ضمن تکمیل کسری درآمد در روستاها، از مهاجرت‌های روستا به شهرها و عواقب ناشی از آن جلوگیری نماید و ثبات اقتصادی و جمعیتی را برای جوامع روستایی به دنبال آورد (سجادیان و سجادیان،۱۳۸۹: ۸۳).

اقتصاد گردشگری و کسب‌وکارهای وابسته به آن از جمله فعالیت‌هایی در بعد اقتصاد روستاها است که با توجه به خصایص و ویژگی‌های گردشگری روستایی نظیر فصلی بودن آن، نیازمند ارتقاء آستانه‌های چرخه‌ی تطبیقی اقتصادی برای کاهش احتمال شکست و افزایش تاب‌آوری آن برای دستیابی به تعادلی پایدار است (Steiner & Cleary,2014:2). این کسب و کارها در فرآیند شکل‌گیری، رشد، توسعه و بلوغ خود، با مخاطرات متعددی در ارائه محصول و بازاریابی مواجه است که آینده آن را با تهدید روبرو می-سازد. بر این اساس شناخت و درک سطح تاب‌آوری آن در برابر این تهدیدها می‌تواند به ماندگاری کسب-وکارهای گردشگری در بازار کار کمک کند؛ به همین دلیل مطالعه میزان و نحوه تاب‌آوری کسب و کارهای کوچک گردشگری در برابر خطرات احتمالی از موضوعات جدید و مهم است.

از سویی، نواحی روستایی شهرستان مشهد و بینالود به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری در سال‌های اخیر، شاهد گسترش روزافزون کسب وکارهای وابسته به این صنعت بوده که نتایج مطلوب و قابل توجهی در اقتصاد این مناطق به همراه داشته است. در کنار منافع چشمگیر این کسب‌وکارها برای صاحبان و اجتماعات روستایی مقصد، مخاطرات بسیاری، بقا و عملکرد آن را با تهدید مواجه ساخته که بدون بررسی این چالش‌ها و شوک‌ها، دستیابی به پایداری و تداوم این کسب وکارها امکان‌پذیر نیست. در روستاهای پیرامون شهر مشهد به دلیل توسعه گردشگری روزانه و آخر هفته از یک سو و گردشگران مذهبی از سوی دیگر، حجم بالایی از کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری شکل گرفته است. در این میان،

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

به دلایل مختلف، اغلب کسب‌وکارهای موجود دارای ماندگاری و ثبات فعالیت کمتری است. در تحقیق حاضر پاسخ این پرسش اساسی پی‌جویی شده است که *"کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی پیرامون شهر مشهد چه میزان تاب‌آور است؟"*

۲) مبانی نظری

کسب و کار را می توان به عنوان حالتی از مشغولیت به طور عام، شامل فعالیت‌هایی که تولید، خرید کالاها و خدمات با هدف فروش آن را به منظور کسب سود در بر می‌گیرد، عنوان نمود. هر سازمان یا فعالیت اقتصادی دارای ماهیتی پویا است که به دلیل اثر محیط متغیر بیرونی، ابزار و نیازهای درونی و یا موقعیت جدید درون سازمانی که انطباق و واکنش را می‌طلبد، مدام در حال تغییر است. بنابراین هر کسب و کار وابسته به هر بعد اقتصادی باید چابک، انعطاف‌پذیر، پویا و پیشرو باشد تا بتواند در برابر هر احتمال بحران و تغییر واکنش نشان داده و خود را به سرعت انطباق بخشد و به عبارتی تاب‌آور باشد. اتخاذ تصمیمات هوشمندانه و رفع مشکلات از ملزومات دستیابی به کسب و کار تاب آور است. این ویژگی در کسب و کارها را تاب‌آوری کسب و کار یا بنگاه اقتصادی[1] می‌نامند. بهترین راه مقابله با این مخاطرات شوک‌ها و ناتعادلی‌های اقتصادی، ارتقای تاب‌آوری آن است (غیاثوند و عبدالشاه، ۱۳۹۴: ۱۶۲). اصطلاح تاب آوری اولین بار توسط هولینگ (۱۹۷۳) در زمینه اکولوژی مطرح گردید و وی آن را به صورت زیر طبقه بندی نمود: «سیستمی که در شرایط پایداری و تعادل ایستادگی می‌نماید؛ چگونگی رفتار سیستم‌ها زمانی که تحت تأثیر فشار وارده تعادل خود را از دست می‌دهد» (Holling, 1973).

دالزل و مک مانوس (۲۰۰۴) این واژه را برای جهان تجارت به کار گرفتند و آن را به عنوان اهداف کلی یک سیستم در تداوم فعالیت‌ها و وظایف خود در برابر شرایط و تغییرات مختل کننده برای دستیابی به کارکردهای خود توصیف نموده‌اند. در این مورد، تاب‌آوری هم به عنوان کارکرد آسیب‌پذیری سیستم و هم ظرفیت تطبیق و سازگاری آن با شرایط جدید در نظر گرفته می‌شود. میزان سهولت و سرعت حرکت بنگاه یا کسب و کار اقتصادی از شرایط ثابت به شرایط بی ثبات (تغییر رژیم یا حالت) به عنوان معیاری برای آسیب‌پذیری آن سیستم است. در حالی که درجه‌ای که بنگاه با این تغییر مقابله می‌کند به عنوان ظرفیت انطباق یا سازگارپذیری[2] بنگاه مطرح می‌شود (Dalziell and McManus, 2004). ارول و همکاران (۲۰۱۰) تاب‌آوری کسب وکارها را به عنوان توانایی کسب وکار برای کاهش درجه آسیب‌پذیری در برابر تهدیدات قابل پیش‌بینی و غیرقابل پیش‌بینی، توانایی آن برای تغییر خود و انطباق با محیط متغیر و همچنین ممکن‌ترین سرعت بازیابی خود از تغییر تعریف نموده‌اند(Erol et al., 2010 b). براین

[1] Enterprise Resilience (ER).
[2] adaptive capacity

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

اساس، شفی و رایس[1] (۲۰۰۵)، تشریح می‌کنند که هر رخداد مختل کننده‌ای دارای اثراتی بر عملکرد بنگاه اقتصادی و یا کسب کارهای اقتصادی در هر مقیاسی، با هر سطح تولیدی و هر مزایای و همچنین هر نوع خدمات برای مشتری است. سنجش تاب‌آوری کسب وکارها باید شامل تحلیل بالقوه مخاطرات و توانایی فعلی یک بنگاه اقتصادی برای بازیابی باشد (McManus, 2008). با توجه به نتایج، اقدامات بعدی برای مطالعه تاب‌آوری یک کسب وکار عبارتند از: اقدامات فوری برای بهبود تاب‌آوری کسب وکار، تعریف استراتژی‌ها و اقدامات اجرایی و جستجوی راهکار برای رویارویی و محاسبه احتمالات وقوع رخدادهای مختل کننده برای کسب و کار(Raquel and Poler, 2012)(شکل ۱).

شکل شماره (۱): مراحل سنجش تاب‌آوری کسب و کار

منبع: Sheffi and Rice, 2005

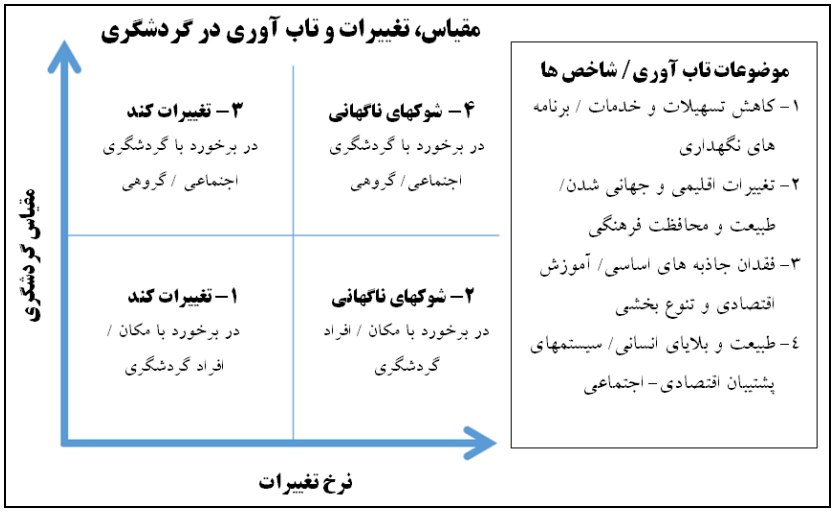
کسب‌وکارهای روستایی یکی از انواع کسب و کار ها را تشکیل می‌دهد که امروزه با توجه به بازساخت الگوهای کارکردی بسیاری از نواحی روستایی، طراحی کسب و کارهای جدید گردشگری در نواحی روستایی یکی از پویاترین ابعاد کارآفرینی را تشکیل می‌دهد. فعالیت‌هایی که در مقاصد گردشگری با اهدافی نظیر بهبود معیشت و رفاه اقتصادی شکل می‌گیرد، هم‌راستا با سایر نقاط جهان با سطوح مختلفی از تهدیدات و ریسک مخاطرات گوناگون نظیر گرمایش جهانی، کاهش تنوع جاذبه‌های گردشگری، تراکم جمعیت انسانی، کاهش خدمات قابل عرضه، عدم تعادل‌های مالی در منطقه، نابرابری درآمدها و نابرابری-های اجتماعی مواجه است (WEF, 2013; Davidson, 2010). تاب‌آوری کسب‌وکارها و برنامه‌ریزی تاب-

[1] Sheffi and Rice, 2005

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

آوری، رهیافتی مؤثر برای تحقق توسعه اجتماعات گردشگرپذیر و کاهش احتمال ناپایداری ناشی از رخداد شرایط مختل‌کننده در روند عادی این کسب‌وکارها است. رایج‌ترین چشم انداز تاب‌آوری در گردشگری بر بازیابی صنعت گردشگری و شمار گردشگران ورودی به مقصد به تبع تغییر سریع متغیرهای ناشی از رخدادهای غیرمنتظره و یا قابل پیش‌بینی و تأثیر آن بر اقتصاد و کسب وکارهای گردشگری است. در واقع ممکن است تاب‌آوری گردشگری بر تغییر متغیرهای اجتماعی، محیطی و اقتصادی سازنده گردشگری به طور یکپارچه توجه نماید اما هدف نهایی از توجه به آن، ایجاد تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با این متغیرها در برابر رخدادهای شکننده بیرونی است (Falkner, 2000).

تهدیدات مرتبط با گردشگری و کسب‌وکارهای آن لزوما تهدیداتی ناگهانی و سریع نبوده، بلکه بخش عمده‌ای از تهدیدات احتمالی کسب‌وکارهای وابسته به گردشگری مربوط به تغییر آرام و کند متغیرهای سازنده کسب‌وکارهای گردشگری است که در سال‌های اخیر توجه بسیاری از محققان را به خود جلب کرده است. مدل چرخه حیات گردشگری باتلر (۱۹۸۰)(Petrosillo, et al. 2006; Hamzah & Hampton, 2013) و همچنین اثرات اقتصادی مهاجرت و تغییرات اجتماعی مقاصد گردشگری (Lew, 2013) اشاره به این نوع تغییرات و تأثیر آن در تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری دارد. از این رو، زمان و تغییرات زمانی بسیاری از متغیرها در حوزه گردشگری تا اندازه زیادی تاب‌آوری کسب‌وکارهای این حوزه را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد. مدل مقیاس، تغییرات و تاب‌آوری (شکل ۲) نشان می‌دهد که نرخ تغییرات متغیرها در طول زمان بسیار نوسان دارد و در مقیاس جغرافیایی و اجتماعی متفاوت به مدل‌های واکنشی متفاوتی نیاز است.



شکل شماره (۲): ابعاد مقیاس و زمانی تأثیرپذیری کسب‌وکارهای گردشگری از رخدادها

منبع: Lew, 2014

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

مدل فوق، چهار بعد از تاب‌آوری گردشگری را نشان می‌دهد که هر یک مستقیما با تاب‌آوری کسب‌و-کارهای وابسته به آن نیز ارتباط می‌یابد. به عبارتی ارتقاء تاب‌آوری در هر یک از این ابعاد به ارتقاء تاب-آوری کسب‌وکارهای آن نیز کمک شایانی می‌نماید؛ حالت اول، که در آن ایجاد کسب‌وکارهای فردی یا تسهیلات گردشگری نیازمند مدیریت تغییرات مداوم وابسته به وقایع مختل کننده و قابل پیش‌بینی و بی‌نظمی‌های تدریجی ناشی از گذشت زمان در اثر عدم انطباق نیازهای نوظهور گردشگران با خدمات ارائه شده و یا در صورت لزوم تغییر و ارتقاء خدمات برای برآورده ساختن ذائقه و خواسته‌های کمتر قابل پیش بینی گردشگران است.

حالت دوم در برگیرنده چالش‌های تغییرات کندی است که یک اجتماع باید فراتر از علایق هر یک از افراد یا صاحبان کسب و کار تعیین کند. این مسئله در محدوده‌های عمومی رایج‌تر است و ممکن است در حدود جغرافیایی از یک همسایگی یا مجاورت تا یک شهر، منطقه و یا یک کشور وجود داشته باشد. مواردی عمومی از این تغییرات کند که در این حالت به وجود می‌آید شامل تغییر در اکوسیستم‌ها است که علی‌رغم آثار و پیامدهای جهانی شدن نئولیبرال و سیاست‌های اقتصادی روی اقتصاد و فرهنگ در مناطق دورافتاده از جهان امروز، اغلب به طور نامحسوس و تدریجی رخ می‌دهد (Fletcher, 2011; Oberhauser & Hanson, 2007).

بلایای طبیعی و انسانی و بحران‌ها در مقیاس‌های عمومی آثار و نتایج نامطلوبی برای گردشگری یک منطقه به همراه خواهد داشت و برنامه‌ریزی آمادگی از ملزومات آن به‌شمار می‌آید (Woosnam & Kim, 2013). بخش گردشگری می‌تواند اقدامات پیشگیرانه و حمایتی خوبی نظیر تأمین خدمات آموزشی و آگاهی از آسیب‌پذیری‌های موجود در مکان و مخاطراتی که امکان وقوع آن برای هر دو گروه صاحبان کسب‌وکارها و گردشگران می‌رود را انجام دهد (Winter, 2011). رکود اقتصادی شدید همراه با عدم قطعیت، بی‌ثباتی بالای بازار و کاهش تجارت و اطمینان مصرف کننده، برخی دیگر از شوک‌های اقتصادی مقاصد گردشگری است که کاهش نرخ گردشگران اولین و مهم‌ترین علائم نشان دهنده این بحران‌ها است. بحران‌های مالی جهانی به شدت مقاصد محلی و بین المللی بازارهای منابع را تحت تأثیر قرار می-دهد. در این میان، تأثیرات مقاصد محلی گردشگری روستایی از شرایط اقتصادی جاری کمتر است. اگرچه میزان گردشگران بومی به طور قابل توجهی در بسیاری از نقاط ساحلی و کوهستانی و مقاصد چندگانه کاهش می‌یابد (WTO,2009). در برابر این تغییرات پاسخ‌های مختلفی از سوی مقاصد گردشگری و ارائه کنندگان خدمات گردشگری ارائه می‌شود که کاهش تعداد بنگاه‌های اقتصادی و خدماتی و تولیدکالاهای محلی در این مقاصد و هر جایی که جاذبه‌های فرهنگی با رکود مواجه شده، از مهم‌ترین این واکنش‌ها است. واضح است که ظرفیت هر سطح از مقاصد گردشگری برای اجرای سیاست‌ها

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

و اقدامات مرتبط توسط چندین بعد سیاسی، نهادی، فرهنگی و مالی تعیین می‌شود. از آنجایی که سطح توسعه گردشگری و مراحل چرخه حیات محصولات گردشگری در هر مقصد متفاوت از دیگری است، اولویت‌ها و موانع این مقاصد متفاوت است. از این رو، بازیابی گردشگری برای معیارها و اقدامات خاص و سفارشی درخواست می‌شود. براساس اهداف تحلیلی، معیارهای بازیابی و اقدامات مورد نظر در چهار دسته سیاست‌های مالی و پولی، فعالیت‌های بازاریابی، مشارکت خصوصی/ دولتی و ابداعات و تکنولوژی قابل دسته‌بندی است.

لازم به ذکر است که افزون بر دسته‌بندی بالا، برخی فعالیت‌ها و اقدامات با توجه به تسهیلات مسافرتی و سیاست‌گذاری‌های منابع انسانی توسط برخی مقاصد آغاز می‌شود. این فعالیت‌ها اساساً در راستای ساده‌سازی قوانین مسافرتی و تقویت عملکرد منابع انسانی است (WTO,2009). از این رو، براساس این ابعاد می‌توان کسب‌وکارهایی که در این ابعاد از وضعیت مناسبی برخوردارند، دارای قدرت تاب‌آوری مطلوبی برای مواجه با بحران‌ها خواهند بود. در سال‌های اخیر مطالعات متعددی در رابطه با تاب‌آوری گردشگری و کسب و کارهای مرتبط با آن صورت گرفته است (جدول۱).

جدول شماره (۱): پیشینه مطالعات در زمینه تاب‌آوری کسب‌وکارها

محقق / سال	عنوان تحقیق	نتیجه
ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶	تحلیل تاب آوری کسب وکارهای روستایی در شهرستان ملکان	یافته های تحقیق نشان داد از نظر مالکان، اهمیت برنامه ریزی در کسب وکار، متعهد بودن به شناسایی و کاربست بهترین اقدام‌ها در کسب وکار و داشتن چشم انداز و مأموریت کسب وکار جایگاه مهمی در تاب‌آوری کسب وکار داشتند. اولویت بندی گویه های تاب آوری مالکان کسب وکارها نیز نشان داد که در بسیاری از روستاها اصالت‌ها و باورهای اعتقادی همچنان حفظ شده است و آن ها اعتقاد دارند که هنگام مواجه با مشکلات باید به نصرت پروردگار ایمان داشت و درعین حال نهایت تلاش را به کار برد.
دالزل و مک مانوس[1]، ۲۰۰۴	تاب آوری، آسیب پذیری و ظرفیت سازگاری، مفاهیمی درزمینه عملکرد سیستم‌ها	در این مطالعه به اولویت‌های مبرم و برجسته ای از تاب آوری کسب و کارها پرداخته شده است و به این نتیجه رسیده اند که می توان آنها را به عنوان ویژگیهای در حال تکامل یک سیستم پویا مورد مطالعه قرار داد.
شفی و رایس[2]، ۲۰۰۵	دیدگاه زنجیره تأمین درخصوص کسب و کارهای تاب آور	نقشه آسیب پذیری را برای طبقه بندی احتمال رخداد پتانسیل تهدیدات در یک بنگاه یا کسب و کار اقتصادی و تاب آوری نسبی آن سازمان برای چنین رخدادی را پیشنهاد داده اند.
ارول و همکاران،[3] ۲۰۰۶	چارچوبی برای بررسی تاب‌آوری کسب وکارها	وی نیز سه بعد سنجش پذیر برای ارزیابی تاب آوری کسب‌وکارها را تحت عناوین: زمان بازیابی، سطح بازیابی و احیا؛ و سطح آسیب پذیری برای مقابله با وقایع مختل کننده پیشنهاد نموده اند.

[1] Dalziell and McManus
[2] Sheffi and Rice
[3] Erol et al.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

ادامه جدول شماره (۱): پیشینه مطالعات در زمینه تاب‌آوری کسب‌وکارها

محقق / سال	عنوان تحقیق	نتیجه
بیگس، هال و استوکل[1]، ۲۰۱۲	تاب آوری کسب و کارهای رسمی و غیررسمی گردشگری: جزایر مرجانی در پوکت تایلند	این مطالعه به بررسی آسیب پذیری جزایر مرجانی گردشگرپذیر تابلند و کسب و کارهای وابسته به آن در برابر مخاطرات و تحت الشعاع تغییرات جهانی و اقتصادی و سیاسی نظیر سونامی ۲۰۰۴ و بحران سیاسی ۲۰۰۸ پرداخته است. براساس نتایج به دست آمده، کسب و کارهای غیررسمی در برابر بحران‌ها از سطوح بالاتری از تاب آوری اجتماعی و مالی برخوردار بوده اند.
باورنهانتس و همکاران[2]، ۲۰۱۲	ارزیابی مسیرهای قابل تغییر برای تاب آوری کسب و کارهای پایدار	یافته های تحقیق نشان می دهد که اکثر شرکت ها قادر به ایجاد تغییر در کار خود نیستند که یکی از دلایل اصلی آن عدم وجود سیستم های مناسب برای ارزیابی پایداری اقتصادی در تغییر پذیری شرکت ها است این مقاله می خواهد راهنمایی باشد برای ایجاد تاب آوری در کسب و کار های پایدار و در این زمینه مدل سازگاری برای کسب و کارهای پایدار ارائه می دهد که نیاز است برای در نظر گرفتن فرصت هاکسب و کار ها ریسک کنند.
رز و کراسمان[3]، ۲۰۱۳	چارچوب اقتصادی برای توسعه یک شاخص انعطاف پذیر برای بازسازی کسب و کار	این مقاله شاخص‌های تاب آوری موجود را در رابطه با اصول اقتصادی ارزیابی می کند و همچنین به بررسی توان بالقوه شاخص ها جهت بهبود وضعیت اقتصادی پس از بحران با تمرکز بر کسب و کار می پردازد. در این مطالعه پیش بینی می شود که رفتار اقتصادی، کلید بازسازی کوتاه مدت است و چارچوبی برای انتخاب شاخص های کوتاه مدت مناسب برای هدف توسعه یک شاخص اقتصادی مقاومتی اقتصادی پیشنهاد می کند.
ایالا و مانزانو[4]، ۲۰۱۴	تحلیل طولی تأثیر تاب آوری کار آفرین بر موفقیت کسب‌وکار	یافته های تحقیق نشان می دهد که تاب آوری کارآفرین بر موفقیت کسب‌وکار کمک می کند و یافته های پژوهش نشان می دهد رابطه مثبت و معناداری بین تاب آوری کارآفرینی و رشد شرکتشان وجود دارد این مطالعه به دنبال درک کلی تأثیر تاب آوری کارآفرین در موفقیت کسب و کار است.
داهلز و پراباوا سوسیلواتی[5]، ۲۰۱۵	تاب‌آوری کسب و کار در زمان رشد و بحران	این مطالعه به بررسی تاب‌آوری کسب‌وکار در زمان رشد و بحران می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می دهد کسب‌وکارهای گردشگری محلی در طول دهه بحران که صنعت گردشگری اندونزی را تحت تأثیر قرار می‌دهد قابلیت تاب‌آوری قابل توجهی را نشان می دهد. این مطالعه نشان می دهد تاب آوری باید از نظر تعبیه کسب و کار به عنوان جزئی از استراتژی زندگی در نظر گرفته شود که نیازمند توسعه زیرساختی و مالی منطقه است.

بررسی مطالعات صورت گرفته در این خصوص نشان می‌دهد که در اغلب مطالعات سطح تاب‌آوری اقتصادی و کسب وکارهای عمومی مورد بررسی قرار گرفته و کمتر به کسب‌وکارهای گردشگری به‌ویژه در روستاها توجه شده است.

[1] Biggs, Hall & Stoeckl
[2] Bauernhansl et al
[3] Rose & Krausmann
[4] Ayala & Manzano
[5] Dahles & Prabawa Susilowati

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۳) روش تحقیق

تحقیق حاضر با توجه به هدف و مسئله تحقیق، از روش شناسی توصیفی- پیمایشی و از روش کتابخانه‌ای- اسنادی و میدانی بهره گرفته است. مطالعه از لحاظ هدف، از نوع تحقیق کاربردی است. همچنین بر اساس چارچوب نظری، ابعاد تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری مورد بررسی استخراج و براساس آن شاخص‌ها مورد شناسایی قرار گرفت. ابعاد سه سطح اقتصادی با ۶ متغیر و ۲۲ شاخص، اجتماعی با ۳ متغیر و ۹ شاخص و محیطی- کالبدی با ۵ متغیر و ۲۵ شاخص که در مجموع با ۶۳ گویه در قالب طیف لیکرت، کمی گردید. بنابراین با توجه به مطالعات انجام‌شده در زمینه تاب‌آوری کسب و کارهای گردشگری ابعاد، متغیرها و شاخص‌های تحقیق به شرح جدول (۲) است.

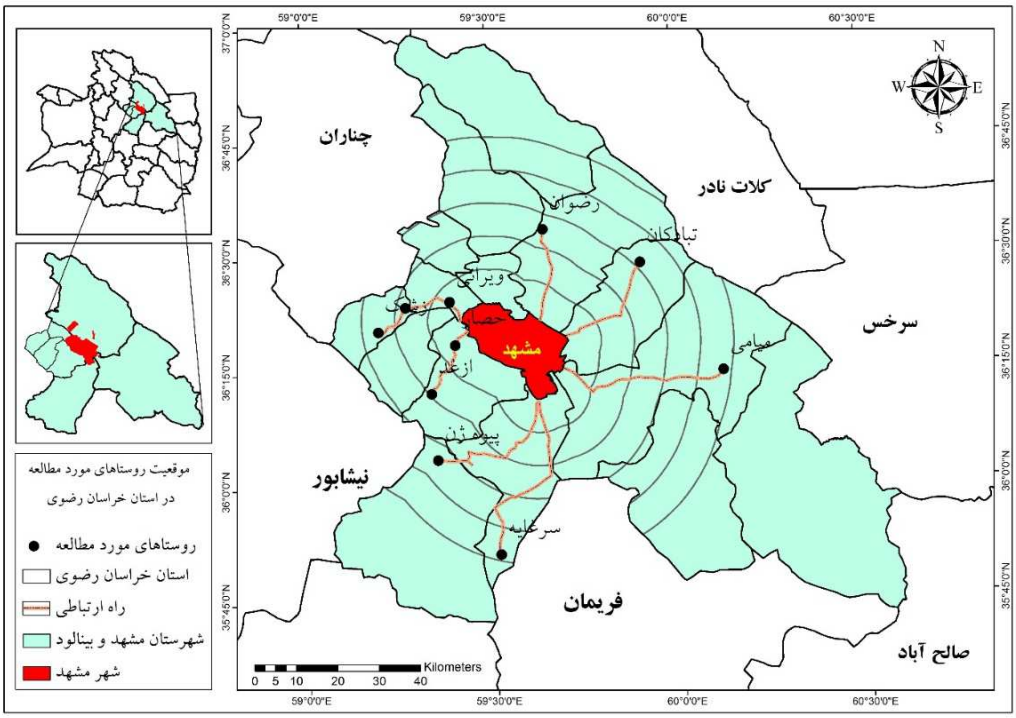
جدول شماره (۲): متغیرهای مؤثر بر سنجش تاب آوری کسب و کارهای گردشگری روستایی

ابعاد	متغیر	شاخص
اقتصادی	سیاست‌های مالی و پولی	استفاده از وام و اعتبارات، سطح آسیب پذیری کسب و کارها برای مقابله با وقایع مختل کننده مالی، توانایی برگشت سرمایه اولیه، مشمولیت معافیت مالیاتی
	مشوق مالی	وجود مشوق های مالی دولتی و خصوصی
	مشارکت خصوصی/ دولتی	میزان حمایت از کسب و کارها توسط نهادهای دولتی و خصوصی
	سود و زیان	هزینه‌های کسب و کار (تعمیر، بازسازی، مواد اولیه) و میزان پس‌انداز
	بازاریابی و بازارشناسی	توانایی دسترسی، بررسی و یافتن بازارهای جدید، قوانین و مقررات پیش رونده و بازدارنده بازاریابی، توانایی تشخیص و استفاده از فرصت های جدید بازار
	بازیابی	بازگشت به سطح تولید پیشین، جبران تلفات، توسعه ظرفیت های تولید، استفاده از منابع و ذخایر، آمادگی برای احیا و بازیابی
محیطی- کالبدی	مدیریت ریسک	کیفیت مدیریت ریسک انواع بلاها طبیعی و انسانی، میزان بهبود مدیریت تخریب‌های زیست محیطی، میزان تخریب زیست محیطی و آلودگی محیط زیست، قرار گرفتن در معرض بلایای طبیعی
	ابداعات و تکنولوژی	میزان استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی و ارتباطی، میزان نوآوری در تولیدات
	زیرساخت‌ها	فراهم بودن زیرساخت‌های عمومی، نهادی، فیزیکی و فنی، تکنولوژیکی
	ظرفیت	توانایی کسب و کارها در اجتناب از شوک های بیرونی و داخلی اقتصادی، میزان انطباق با تنش های خارجی و آشفتگی، ظرفیت سیستم کسب و کار برای جذب آشفتگی و سازماندهی مجدد، توانایی برای ایستادگی در برابر آثارشوک‌های اقتصادی، رعایت استانداردهای ایمنی در محیط کسب‌وکار، سیستم هشدار دهنده، پوشش سلامتی شاغلان کسب‌وکارها (یا میزان استفاده از انواع بیمه)
	کالبدی	کاربری‌های ناسازگار، مالکیت، دسترسی به راه ارتباطی اصلی
اجتماعی	ویژگی‌های عمومی	آگاهی، مهارت، دانش، آموزش لازم برای واکنش مناسب و سریع، میزان سرمایه اجتماعی شاغلان (اعتماد، مشارکت، امنیت، ظرفیت پذیرش تفاوت ها)، میزان ریسک‌پذیری
	سطح تحصیلات شاغلان	میزان تحصیلات
	ساختار سنی شاغلان	میزان سن شاغلان

ماخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۶

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

در این تحقیق جهت پاسخگویی به سؤالات و سنجش فرض اولیه تحقیق و واقعیت‌ها، اطلاعات و داده‌ها از منطقه موردمطالعه جمع‌آوری گردیده است. برای عملیاتی کردن تحقیق، از حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد استفاده شده است. بنابراین جهت تعیین حوزه نفوذ گردشگاهی کلانشهرها از دو الگو می‌توان استفاده نمود: الف- «الگوی تعیین حد نهایی حوزه‌ی گردشگاهی کلانشهرها» (سقایی،۱۳۸۸: ۱۷۴) که بر اساس فرمول $R=\sqrt[2]{P}$ محاسبه می‌شود در این فرمول R حدنهایی حوزه گردشگاهی و P جمعیت کلانشهر تقسیم بر هزار است. این الگو برای شهر مشهد با جمعیت ۳.۰۰۱ میلیون نفری (در سال ۱۳۹۵) حدود ۶۰ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمد. ب- «الگوی راپرت» این الگو نیز یکی از الگوهای مربوط به حوزه نفوذ گردشگری است که از طریق فرمول $A = \sqrt[2/4]{E}$ محاسبه می‌شود در این فرمول A فاصله مناسب E جمعیت شهر یا منطقه به ۱۰۰۰ نفر است. در این الگو برای شهر مشهد با توجه به جمعیت شهر مشهد، حوزه نفوذ برابر ۶۰ کیلومتر (شعاع حوزه نفوذ گردشگری) به دست آمده است. همچنین با توجه به مطالعات صورت گرفته حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد به ۵ طبقه با توجه به فاصله از شهر مشهد تقسیم شده و برای انتخاب روستاهای مورد مطالعه از هر طبقه دو روستای گردشگری به طور تصادفی و توزیع متناسب جغرافیایی در دهستان‌های اطراف شهر مشهد انتخاب گردید. با توجه به طبقه‌بندی حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد به ۵ طبقه خیلی دور، دور، با فاصله متوسط، نزدیک و خیلی نزدیک به شهر مشهد تعداد ۱۰ روستای گردشگری به طور تصادفی انتخاب شده است.



شکل شماره (۳): موقعیت روستاهای موردمطالعه در استان خراسان رضوی

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جامعه آماری تحقیق شامل مالکان کسب‌وکارهای گردشگری، روستاهای حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد است، که به دلیل عدم وجود آمار دقیق و رسمی، در ارتباط با تعداد کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه، اقدام به اخذ تعداد کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری از مدیران محلی روستاها (شورا و دهیار) گردید، که در مجموع ۷۸۱ مالک در روستاهای مورد مطالعه شناسایی شده است. بر اساس نمونه‌گیری از روش کوکران با خطای ۰/۰۸ تعداد ۱۲۶ کسب‌وکار انتخاب گردید که به نسبت سهم و حجم هر روستا پخش شد اما با توجه به این که تعدادی از روستاها، دارای نمونه‌ای کمتر از ۱۰ نمونه بود، نمونه آنها به ۱۰ رسانده شد که در مجموع تعداد نمونه ها به ۱۵۵ نمونه افزایش پیدا کرد. جدول ۳ روستاهای نمونه و تعداد مالکان کسب‌وکار گردشگری ذکر شده است.

جدول شماره (۳): روستاهای موردمطالعه، حجم خانوار و تعداد نمونه در هر روستا

بخش	دهستان	روستا	تعداد کل کسب‌وکارهای گردشگری	تعداد نمونه
احمدآباد	پیوه ژن	پیوه ژن	۴۵	۱۰
	سرجام	سرغایه	۲۵	۱۰
مرکزی	تبادکان	تبادکان	۴۹	۱۰
		رضوان	۱۵	۱۰
رضویه	میامی	میامی	۲۵۰	۴۰
طرقبه	طرقبه	حصار	۲۲۰	۳۵
		ازغد	۵۵	۱۰
شاندیز	شاندیز	ابرده علیا	۹۰	۱۰
		زشک	۱۵	۱۰
		ویرانی	۱۷	۱۰
مجموع			۷۸۱	۱۵۵

مأخذ : مدیران روستاهای مورد مطالعه، ۱۳۹۶

پس از تعیین شدن نمونه‌ها، از طریق ابزار پرسشنامه محقق ساخته بر اساس ابعاد تاب‌آوری کسب-وکارهای گردشگری و شاخص‌ها، اقدام به جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی گردیده است. قابل ذکر است که برای روایی شاخص‌ها از دو روش استفاده از پیشینه‌های مطالعاتی و همچنین پانل تخصصی اساتید دانشگاهی و کارشناسان استفاده گردید. همچنین جهت ارزیابی پایایی داده‌ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج جدول (۴)، نشان پایا و قابل اعتماد بودن بودن داده‌ها برای انجام تحقیق است.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

جدول شماره (۴): متغیرها، ابعاد و گویه و میزان آلفای کرونباخ

ابعاد تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
اقتصادی	۲۵	۰/۹۲
محیطی کالبدی	۲۷	۰/۹۰
اجتماعی	۱۱	۰/۷۷
مجموع	۶۳	۰/۹۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون، تی دو نمونه مستقل) در نرم‌افزار SPSS و برای رتبه‌بندی روستاها از لحاظ متغیرهای تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری، از تحلیل رابطه خاکستری (وزن دهی مورد استفاده در تحلیل رابطه خاکستری آنتروپی است) و برای نمایش رتبه به‌دست‌آمده از تحلیل رابطه خاکستری از GIS استفاده‌شده است. تکنیک تحلیل رابطه خاکستری دارای الگوریتمی با گام‌های مشخص است. از تکنیک تحلیل رابطه خاکستری برای انتخاب گزینه برتر بر اساس تعدادی معیار استفاده می‌شود. این تکنیک نیز مانند تکنیک تاپسیس و ویکور با یک ماتریس تصمیم شروع می‌شود. از ویژگی‌های تکنیک یاد شده این است که هم تمایز بین معیارهای منفی و مثبت در نظر گرفته می‌شود و هم تمایز بین مطلوب‌ترین مقادیر (محمدی و مولایی،۱۳۸۹: ۱۳۲-۱۳۴ و عادل آذر و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۵۵-۳۷۵).

۴) یافته‌های تحقیق

از بین شاغلین در کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای موردبررسی ۵۷/۹ درصد از افراد مرد و ۴۲/۱ درصد زن بوده‌اند. اغلب شاغلین روستایی در بخش گردشگری (۳۴/۹ درصد) دارای تحصیلات دیپلم بوده و به لحاظ سنی، عمده پاسخگویان (۷۲ درصد) زیر ۴۰ سال سن داشته‌اند. تنها ۰/۵درصد معادل یک نفر از کسبه با زبان انگلیسی آشنایی داشته و ۲/۵ درصد برابر با ۵ نفر هم با زبان عربی آشنایی داشته‌اند و این افراد تنها در دو روستای میامی و حصار که دارای گردشگران خارجی خصوصاً عرب زبان هستند، استقرار دارند.

برای بررسی شاخص‌های تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای نمونه از آزمون T تک نمونه ای استفاده شده است. در این آزمون، چنانچه سطح معناداری کم‌تر از مقدار خطا باشد، چنین استنباط می‌شود که میانگین جامعه‌ی مورد نظر، مقدار آزمون‌شده نیست. حال برای دریافتن این موضوع که میانگین جامعه بالاتر از مقدار آزمون‌شده و یا پایین‌تر از آن است، بایستی به حد بالا و حد پایین موجود در خروجی نرم‌افزار مراجعه نمود. در آزمون T تک نمونه‌ای چنانچه حد بالا و حد پایین هر دو

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

مثبت باشند، بدین معنا است که میانگین جامعه در مورد آن متغیر بیش‌تر از مقدار مورد آزمون است. همچنین چنانچه اولی مثبت و دومی منفی باشد، میانگین جامعه تقریباً مقدار آزمون است. همچنین منفی‌بودن این دو مقدار، بدین معنا است که میانگین متغیر مورد نظر در جامعه کم‌تر از مقدار آزمون است و این متغیرها در جامعه‌ی مورد بررسی در سطح پایینی قرار دارد. بنابراین میانگین محاسبه شده‌ی شاخص‌های تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری با میانگین فرضی (۳) سنجش شده و ثابت می‌شود که میانگین واقعی نظر کل پاسخگویان به جز در شاخص بازاریابی از ۳ کوچکتر و در حد متوسط به پایین است. با توجه به میزان معناداری به دست آمده برای این شاخصه‌ها، به جز شاخص‌های سیاست پولی، میزان شاخص‌هایی همچون بازاریابی، مدیریت ریسک، ویژگی‌های عمومی کمتر از ۰/۰۵ است و معنادار بوده بدین معنا که وجود تاب‌آوری کم در کسب‌وکارهای منطقه مورد مطالعه قابل اعتماد بوده و قابل تعمیم به کل جامعه را دارد. همچنین حد بالا و پایین شاخص شاخص‌هایی که معنادار شده‌اند، منفی بوده است؛ بدین معنا که میانگین جامعه در این شاخص‌ها کمتر از مقدار مورد آزمون است که بر این اساس می‌توان گفت در روستاهای مورد بررسی، شاخص‌های تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در وضعیت مناسبی قرار ندارد (جدول۵).

جدول شماره (۵): میانگین شاخص‌های تاب‌آوری کسب و کارهای گردشگری در منطقه موردمطالعه

شاخص	آماره‌تی	میانگین	میزان‌معناداری	اختلاف از میانگین	فاصله اطمینان۹۵٪	
					پایین‌تر	بالاتر
سیاست پولی	-۰/۷۰	۲/۹۴	۰/۴۹	-۰/۰۶	-۰/۲۳	۰/۱۱
مشوق مالی	-۴/۸۳	۲/۵۶	۰/۰۰	-۰/۴۴	-۰/۶۲	-۰/۲۶
مشارکت	-۴/۳۳	۲/۶۳	۰/۰۰	-۰/۳۷	-۰/۵۴	-۰/۲۰
سودوزیان	-۸/۰۵	۲/۵۰	۰/۰۰	۰/۵۰	-۰/۶۲	-۰/۳۸
بازاریابی	۱/۲۲	۳/۰۸	۰/۲۲	-۰/۰۸	-۰/۰۵	۰/۲۰
بازیابی	-۵/۱۰	۲/۶۵	۰/۰۰	-۰/۳۵	-۰/۴۸	-۰/۲۱
مدیریت ریسک	-۱/۲۱	۲/۹۲	۰/۲۳	-۰/۰۸	-۰/۲۰	/۰۵
ابداعات و تکنولوژی	-۷/۰۴	۲/۵۷	۰/۰۰	-۰/۴۳	-۰/۵۵	-۰/۳۱
زیرساخت	-۲/۴۵	۲/۸۲	۰/۰۲	-۰/۱۸	-۰/۳۲	-۰/۰۳
ظرفیت	-۲/۱۲	۲/۸۶	۰/۰۴	-۰/۱۴	-۰/۲۷	-۰/۰۱
کالبدی	-۳/۰۸	۲/۸۴	۰/۰۰	-۰/۱۶	-۰/۲۶	-۰/۰۶
ویژگی های عمومی	-۱/۶۸	۲/۹۰	۰/۱۰	-۰/۱۰	-۰/۲۱	۰/۰۲

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

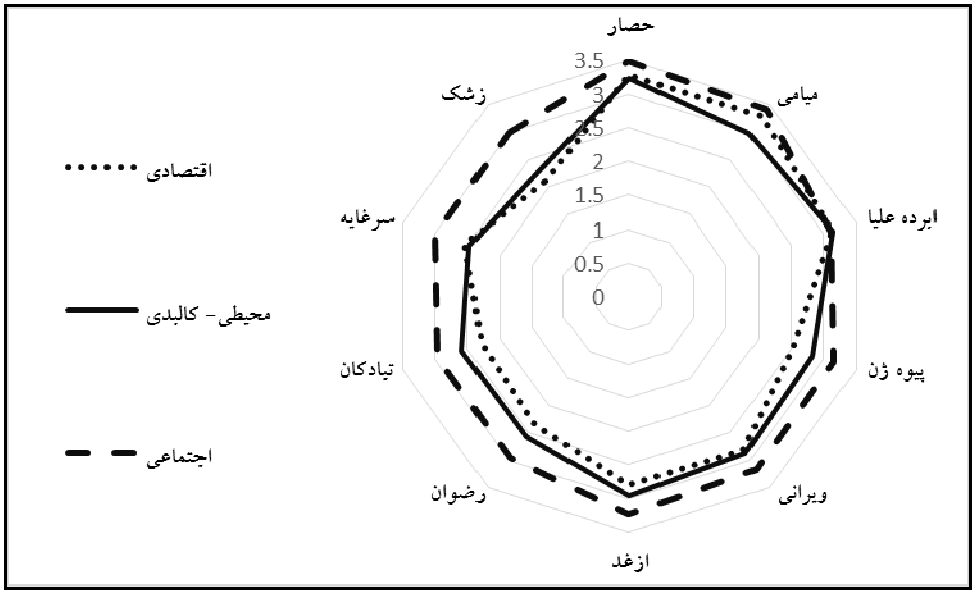
[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

در جدول (۶) میانگین ابعاد تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری به تفکیک روستا قابل مشاهده است. با توجه به جدول مذکور در میانگین ابعاد تحقیق، روستای حصار به دلیل داشتن انواع جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و مذهبی، تعداد زیاد گردشگران و نیاز گردشگران به انواع خدمات، حضور انواع گردشگران ملی و بین المللی، بیشترین میانگین، و زشک هم کمترین میانگین را داشته است؛ چرا که روستای زشک دارای فاصله زیاد از شهر مشهد و طرقبه، دارای تعداد گردشگران و جاذبه‌های کمتر نسبت به سایر روستاهای منطقه است. همچنین روستای زشک از لحاظ امکانات و خدمات در سطح پایینی قرار دارد.

جدول شماره (۶): میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

روستا	اقتصادی	محیطی- کالبدی	اجتماعی
حصار	۳/۲۸	۳/۲۳	۳/۴۸
میامی	۳/۳۰	۲/۹۹	۳/۴۲
ابرده علیا	۳/۱۳	۳/۱۴	۳/۱۱
پیوه ژن	۲/۵۱	۲/۸۳	۳/۱۵
ویرانی	۲/۸۲	۲/۸۹	۳/۱۷
ازغد	۲/۷۹	۲/۹۵	۳/۲۳
رضوان	۲/۳۵	۲/۵۷	۲/۹۷
تبادکان	۲/۲۷	۲/۵۸	۲/۹۵
سرغایه	۲/۵۴	۲/۴۷	۲/۹۹
زشک	۲/۱۰	۲/۲۸	۲/۹۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶



شکل شماره (۴): میانگین متغیرهای تحقیق به تفکیک روستا

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

بنا به اطلاعات جدول(۷)، وضعیت تأهل با تاب‌آوری اقتصادی و محیطی- کالبدی کسب و کارهای گردشگری دارای رابطه‌ای مستقیم با شدتی ضعیف بوده است؛ بدین معنا که کسب‌وکارهای افراد داری تاب‌آوری بیشتری نسبت به افراد مجرد است. همچنین بین سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه تأسیس کسب‌وکار با تاب‌آوری اقتصادی و محیطی- کالبدی کسب‌وکارهای گردشگری دارای رابطه‌ای مستقیم با شدتی متوسط بوده است. همچنین کسب‌وکارهایی که توسط مردان اداره می‌شود نیز دارای تاب‌آوری بیشتری بوده چرا که مردان ریسک‌پذیرتر و به منابع مالی بیشتر دسترسی دارند.

جدول شماره (۷): ویژگی های فردی پاسخگویان و میزان تاب آوری کسب و کار آنها

ویژگی فردی		سن	جنسیت	تأهل	تحصیلات	سابقه شروع به کار
تاب آوری	آماره	پیرسون	اسپیرمن			
		۰/۴۰۱	۰/۵۰۹	۰/۳۳	۰/۴۲۶	-۰/۵۶۹
	میزان معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

بررسی مقایسه تاب‌آوری انواع کسب‌وکارهای گردشگری در ۴ گروه رفاهی، خدماتی، غذایی و حمل و نقل از آزمون آنالیز واریانس ANOVA استفاده شده است. ابتدا برای بررسی همگنی واریانس بین گروه‌ها از آزمون لون(Levene) استفاده شده است که در جدول(۸) نتایج برابر بودن واریانس بین گروه‌ها نمایش داده شده است که بنا به نتایج می‌توان گفت بین واریانس گروه‌ها اختلاف معنادار وجود دارد و در قسمت مقایسه میانگین (Post Hoc) می‌توان از آزمون‌های مقایسه میانگین‌ها که واریانس بین گروه‌ها را مساوی فرض نمی‌کنند استفاده نمود، که در این مقایسه آزمون Games-Howell به کار گرفته شده است. در ادامه واریانس بین گروه‌ها (Between Groups) نسبت به واریانس درون گروه‌ها (Within Groups) سنجیده شده است. همانطور که مشاهده می‌شود میزان معناداری در قسمت بین گروه‌ها از عدد ۰/۰۵ کوچکتر بوده، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دلیل کافی برای رد فرض صفر در این پژوهش وجود دارد. به عبارت دیگر متوسط تاب‌آوری انواع کسب‌وکارهای گردشگری در ۴ گروه رفاهی، خدماتی، غذایی و حمل‌ونقل متفاوت است.

جدول شماره (۸): برابری واریانس ها و ANOVA

	آماره Levene	میزان معناداری	مجموع مربعات	df	میانگین مربعات	آماره F	میزان معناداری
بین گروهی	۱۴/۷۱۵	۰/۰۰۰	۴۲/۵۲۴	۳	۱۴/۱۷۵	۱۷۰/۶۲۵	۰/۰۰۰
درون گروهی			۱۲/۱۲۹	۱۴۶	۰/۰۸۳		
مجموع			۵۴/۶۵۳	۱۴۹			

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

بنا به اطلاعات جدول ۹، مقایسه میانگین ۴ نوع کسب‌وکار با همدیگر معنادار بوده و قابلیت تعمیم را دارد. همان گونه که در جدول مذکور قابل مشاهده است، بیشترین اختلاف از میانگین در مقایسه تاب-آوری کسب‌وکارهای گردشگری باهم مربوط به کسب‌وکارهای غذایی در مقایسه با کسب‌وکار رفاهی است که این اختلاف می‌تواند به دلیل وجود نرخ تورم بالا در مواد خام غذایی باشد. در عین حال کمترین اختلاف از میانگین در مقایسه کسب‌وکارهای گردشگری باهم مربوط به کسب‌وکارهای رفاهی در مقایسه با کسب و کار حمل و نقل است و این اختلاف می‌تواند به دلیل وجود رابطه تنگاتنگ دو نوع کسب‌وکار رفاهی و حمل‌ونقل باشد. همچنین در مقایسه تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری، حد پایین و بالا تمام مقایسه‌ها به جز مقایسه کسب‌وکار خدماتی با رفاهی، کسب‌وکار غذایی با دو نوع رفاهی و خدماتی و کسب و کار حمل و نقل با سه نوع رفاهی، خدماتی و غذایی، منفی بوده بدین معنا که نظر پاسخگویان در این مقایسه‌ها از حد متوسط پایین‌تر بوه است.

جدول شماره (۹): مقایسه چندگانه انواع کسب و کارها

نوع (I)	نوع (J)	اختلاف میانگین (I-J)	Std. Error	میزان معناداری	اطمینان فاصله ۹۵٪	
					حد پایین	حد بالا
رفاهی	خدماتی	-۰/۵۷۸	۰/۰۳۶	۰/۰۰۰	-۰/۶۷۳	-۰/۴۸۳
	غذایی	-۱/۱۸۹	۰/۰۴۶	۰/۰۰۰	-۱/۳۵۸	-۱/۰۰۱۹
	حمل و نقل	-۱/۱۸۷	۰/۰۶۱	۰/۰۰۰	-۲/۱۱۳	-۱/۶۲۹
خدماتی	رفاهی	۰/۵۷۸	۰/۰۳۶	۰/۰۰۰	۰/۴۸۳	۰/۶۷۳
	غذایی	-۰/۶۱۱	۰/۰۵۶	۰/۰۰۰	-۰/۷۶۳	-۰/۴۵۹
	حمل و نقل	-۱/۲۹۳	۰/۰۵۲	۰/۰۰۲	-۱/۶۰۴	-۰/۹۸۱
غذایی	رفاهی	۱/۱۸۹	۰/۰۶۴	۰/۰۰۰	۱/۰۱۹	۱/۳۵۸
	خدماتی	۰/۶۱۱	۰/۰۵۶	۰/۰۰۰	۰/۴۵۹	۰/۷۶۳
	حمل و نقل	-۰/۶۸۲	۰/۰۷۴	۰/۰۰۰	-۰/۹۱۵	-۰/۴۴۸
حمل و نقل	رفاهی	۱/۸۷۱	۰/۰۶۱	۰/۰۰۰	۱/۶۲۹	۲/۱۱۳
	خدماتی	۱/۲۹۳	۰/۰۵۲	۰/۰۰۲	۰/۹۸۱	۱/۶۰۴
	غذایی	۰/۶۸۲	۰/۰۷۴	۰/۰۰۰	۰/۴۴۸	۰/۹۱۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

برای تحلیل فضایی تفاوت تاب‌آوری کسب و کارهای گردشگری در بین روستاهای موردمطالعه از تکنیک تحلیل رابطه خاکستری استفاده شده است. در مجموع در جدول (۱۰) میزان امتیاز و رتبه هر روستا را می‌توان مشاهده نمود که با توجه به جدول مذکور روستاهای حصار و میامی در رتبه‌های اول و

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

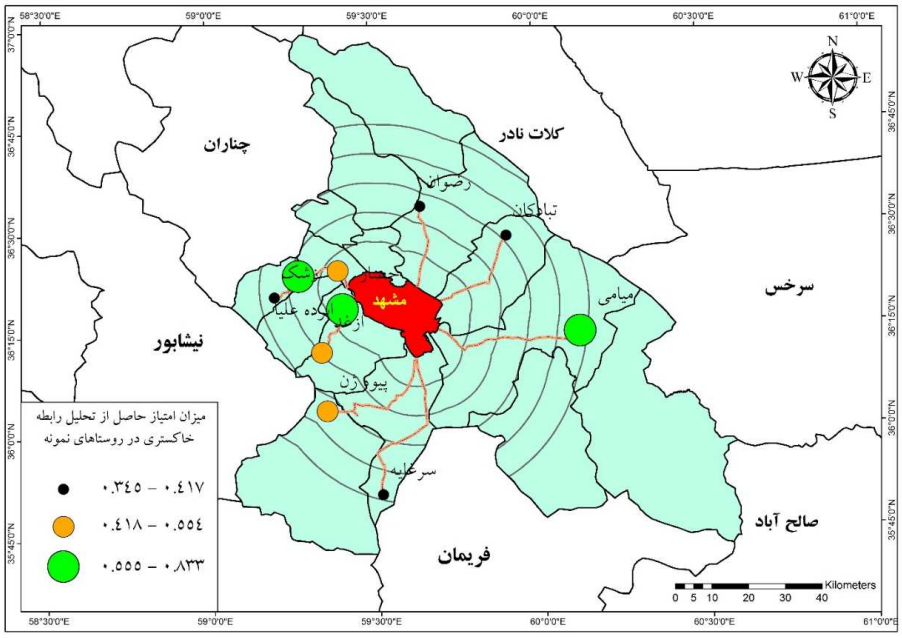
دوم و روستاهای زشک و تبادکان در رتبه‌های نهم و دهم قرارگرفته است. به این معنا که دو روستای اول از تاب‌آوری بیشتر و دو روستای آخر از تاب‌آوری کمتری نسبت به سایر روستاها برخوردار بوده است.

جدول شماره (۱۰): مجموع رتبه رابطه خاکستری و امتیاز تاب‌آوری کسب و کارهای گردشگری روستایی

روستا	سیاست پولی	مشوق مالی	مشارکت	سودوزیان	بازاریابی	بازیابی	مدیریت ریسک	ابداعات و تکنولوژی
حصار	۰/۰۸۱	۰/۱۱۲	۰/۰۷۵	۰/۱۱۴	۰/۰۵۹	۰/۰۴۲	۰/۰۶۱	۰/۰۶۷
میامی	۰/۱۲۷	۰/۰۵۱	۰/۱۱۷	۰/۰۸۱	۰/۰۴۲	۰/۰۸۲	۰/۰۵۱	۰/۰۴۷
ابرده علیا	۰/۱۳۸	۰/۰۵۷	۰/۰۶۱	۰/۰۹۱	۰/۰۴۰	۰/۰۴۲	۰/۰۴۵	۰/۰۴۷
پیوه ژن	۰/۰۷۵	۰/۰۴۲	۰/۰۴۵	۰/۰۵۶	۰/۰۲۳	۰/۰۲۷	۰/۰۳۴	۰/۰۴۰
ویرانی	۰/۰۸۲	۰/۰۴۸	۰/۰۵۵	۰/۰۶۰	۰/۰۳۶	۰/۰۳۴	۰/۰۲۹	۰/۰۳۳
ازغد	۰/۰۶۹	۰/۰۴۴	۰/۰۶۲	۰/۰۶۵	۰/۰۲۸	۰/۰۴۳	۰/۰۴۱	۰/۰۳۱
رضوان	۰/۰۶۳	۰/۰۳۸	۰/۰۴۰	۰/۰۴۳	۰/۰۲۴	۰/۰۳۱	۰/۰۲۳	۰/۰۲۸
تبادکان	۰/۰۴۹	۰/۰۴۱	۰/۰۴۵	۰/۰۴۲	۰/۰۲۲	۰/۰۲۸	۰/۰۲۷	۰/۰۲۹
سرغایه	۰/۰۶۴	۰/۰۴۳	۰/۰۵۰	۰/۰۴۸	۰/۰۳۱	۰/۰۲۹	۰/۰۲۵	۰/۰۲۷
زشک	۰/۰۴۶	۰/۰۳۷	۰/۰۳۹	۰/۰۳۸	۰/۰۲۰	۰/۰۲۹	۰/۰۲۰	۰/۰۲۲
روستا	زیرساخت	ظرفیت	کالبدی	ویژگی های عمومی	سطح تحصیلات	ساختار سنی شاغلان	امتیاز نهایی	رتبه
حصار	۰/۰۴۲	۰/۰۸۶	۰/۰۰۸	۰/۰۴۸	۰/۰۱۳	۰/۰۲۲	۰/۰۸۳۳	۱
میامی	۰/۰۳۰	۰/۰۵۰	۰/۰۰۸	۰/۰۳۰	۰/۰۲۲	۰/۰۱۰	۰/۰۷۴۹	۲
ابرده علیا	۰/۰۶۲	۰/۰۷۱	۰/۰۰۵	۰/۰۳۹	۰/۰۱۰	۰/۰۰۷	۰/۷۱۷	۳
پیوه ژن	۰/۰۳۰	۰/۰۴۰	۰/۰۰۸	۰/۰۲۶	۰/۰۱۴	۰/۰۰۸	۰/۴۶۷	۶
ویرانی	۰/۰۳۸	۰/۰۶۷	۰/۰۰۴	۰/۰۲۱	۰/۰۱۴	۰/۰۰۹	۰/۵۳۳	۵
ازغد	۰/۰۳۹	۰/۰۷۲	۰/۰۰۴	۰/۰۳۶	۰/۰۱۲	۰/۰۰۹	۰/۵۵۴	۴
رضوان	۰/۰۲۸	۰/۰۴۲	۰/۰۰۳	۰/۰۱۷	۰/۰۱۱	۰/۰۰۸	۰/۳۹۹	۸
تبادکان	۰/۰۲۶	۰/۰۳۶	۰/۰۰۴	۰/۰۲۴	۰/۰۰۷	۰/۰۱۱	۰/۳۹۱	۹
سرغایه	۰/۰۲۲	۰/۰۳۸	۰/۰۰۳	۰/۰۱۸	۰/۰۱۳	۰/۰۰۷	۰/۴۱۷	۷
زشک	۰/۰۲۱	۰/۰۲۹	۰/۰۰۵	۰/۰۱۶	۰/۰۱۰	۰/۰۱۳	۰/۳۴۵	۱۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]



شکل شماره (۵): میزان امتیاز حاصل از تحلیل رابطه خاکستری به تفکیک روستاهای موردمطالعه

با توجه به خروجی تحلیل رابطه خاکستری، روستاهایی مانند حصار، میامی و ابرده علیا در رتبه‌های نخست قرار دارد که از دلایل آن می‌توان به مواردی همچون جمعیت زیاد روستاها، تعداد زیاد گردشگران، راه مناسب فاصله مناسب دو روستای حصار و ابرده علیا از شهرهای مشهد، طرقبه و شاندیز که شهرهای توریستی بوده، وجود گردشگران بین المللی که سبب رونق هر چه بیشتر کسب‌وکار در این روستاها می‌شود. از دیگر دلایل می‌توان به امکانات و انواع سرمایه‌گذاری‌های بخش دولتی و خصوصی، شهرت بیشتر این روستاها برای گردشگران و مواجه‌ی کم روستاهای مذکور با تهدیدات مرتبط با گردشگری و کسب‌وکارهای آن اشاره داشت. در حقیقت، بخش عمده‌ای از تهدیدات احتمالی کسب‌وکارهای وابسته به گردشگری مربوط به تغییر آرام و کند متغیرهای سازنده کسب‌وکارهای گردشگری است که این تغییرات را می‌توان در روستاهایی که در سطح پایین تحلیل رابطه خاکستری واقع شده (نظیر زشک، رضوان، تبادکان و سرغایه)، مشاهده نمود.

تهدیدات کندکننده کسب و کار گردشگری در این گونه روستاها می‌تواند عواملی همچون کمبود امکانات گردشگری و تعداد گردشگر کم اشاره نمود. در عین حال افرادی که به این روستاها سفر می‌کنند به دلیل عدم وجود بازارهای مناسب و امکانات کمتر، تمایل چندانی به ماندن در روستاها ندارند که سبب می‌شود روستاییان در کسب وکار گردشگری سود کمتری داشته باشند؛ بنا به دلیل یاد شده، تمایل سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری در این روستاها نیز اندک بوده که در مجموع باعث کاهش تاب‌آوری کسب‌وکارها در این روستاها می‌شود.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

۵) نتیجه‌گیری

با توجه به لزوم تداوم فعالیت بنگاه‌های اقتصادی به عنوان یکی از اهرم‌های توسعه اقتصادی کشور و همچنین در راستای توسعه سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، به‌ویژه در نواحی روستایی، افزایش تاب‌آوری فعالیت‌های حوزه گردشگری به عنوان حوزه‌ای نوین در اقتصاد روستاها اهمیت بسیاری می‌یابد. با توجه به توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی، این فعالیت‌ها در فرآیند شکل‌گیری، رشد، توسعه و بلوغ خود، با مخاطرات متعددی در تأمین مالی، ارائه محصول و بازاریابی مواجه است. بر این اساس شناخت و درک سطح تاب‌آوری آن در برابر این تهدیدها می‌تواند به ماندگاری فعالیت‌های یاد شده در بازار کسب‌وکار کمک کند.

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق حاضر در حوزه گردشگری شهر مشهد به‌عنوان یکی از حوزه‌های گسترده این فعالیت، ویژگی‌های فردی مؤسسان کسب‌وکارها (سن، جنسیت، وضعیت تأهل، تحصیلات و سابقه شروع به کار) با تاب‌آوری اقتصادی و محیطی- کالبدی کسب‌وکارهای گردشگری رابطه‌ی معناداری دارد. همچنین بنا به مقایسه تاب‌آوری انواع کسب وکارهای گردشگری در ۴ گروه رفاهی، خدماتی، غذایی و حمل و نقل، میزان تاب‌آوری انواع کسب وکارهای گردشگری با یکدیگر متفاوت است. در واقع تاب‌آوری فعالیت‌های گردشگری نظیر بسیاری از فعالیت‌های روستایی، نیازمند تأمین زیرساخت‌های خدماتی و مالی و توسعه ارتباطات جغرافیایی نواحی روستایی است.

همچنین مشکلات بازاریابی محصولات، تأمین سرمایه‌های مورد نیاز و قدرت رقابت با کسبوکارهای گسترده‌تر این حوزه از جمله مهم‌ترین علل پایین بودن تاب‌آوری فعالیت‌های گردشگری در روستاهای این حوزه است. مقایسه یافته‌های این تحقیق با سایر مطالعات هم‌راستا نشان می‌دهد که ارتقای تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه نیز نظیر بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی دیگر نیازمند آسیب‌شناسی و برنامه‌ریزی آینده‌نگرانه (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶)، توسعه زیرساخت‌های خدماتی و رفاهی برای جلب و نگه‌داشت شمار گردشگران (Dahles and Susilowati,2015) و افزایش حمایت‌های نهادی و مالی در جهت توسعه کسب وکار و تداوم آن (Erol et al., 2006) است. همچنین مدیریت کسب وکارها و ارتقای تاب‌آوری آن باید به صورت سیستمی (Dalziell and McManus,2004) و در فرآیند زمانی توسعه کسب وکار با اقدامات ترتیبی و گام به گام انجام شود و بی‌شک روحیه و ویژگی‌های فردی بنیان‌گذاران آن در تداوم و تاب‌آوری آن نقش مهمی ایفا می‌نماید. همچنین در راستای بهبود این شرایط می‌توان موارد زیر را مطرح نمود:

- ***با توجه به دیدگاه فعالیت‌گرا که نخستین بار به وسیله پورتر مطرح شد و بر سیستمی دلالت دارد که در آن با تغییر شکل و تبدیل مجموعه‌ای از ورودی‌ها به مجموعه‌ای از خروجی‌های مطلوب‌تر، ارز ایجاد می-***

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

شود می‌توان با تبدیل امکانات موجود یا امکانات جدیدی که در روستا می‌توان در اختیار مدیران روستایی قرار داد، به امکاناتی که مورد نیاز و تمایل جامعه گردشگر و البته جامعه میزبان است، تعداد گردشگران ورودی به روستاها را افزایش داد که این عامل خود سبب رونق کسب و کار و در نتیجه تاب‌آوردی آن کسب وکار می شود؛

- ***ایجاد بازارهای متنوع و جذاب برای گردشگران برای جذب گردشگران بیشتر و ایجاد تمایل در گردشگران موجود برای خرید بیشتر؛***
- ***کاهش موانع موجود در گرفتن وام همچون وثیقه‌های سنگین؛***
- ***ایجاد زمینه‌های مناسب برای آموزش صاحبان کسب وکار که قدرت ریسک‌پذیری آن افزایش یابد؛***
- ***ایجاد تبلیغات مناسب در زمینه جاذبه‌های گردشگری موجود در شهرهای توریستی از جمله مشهد، طرقبه شاندیز و شهرهای میان‌راهی مانند ملک‌آباد و شهرهای اطراف.***

۶) منابع

- آذر، عادل، ستار جونقانی، حمزه احمدی نیک، پژمان جونقانی، (۱۳۹۳)، **تئوری فازی و کاربرد آن در تصمیم گیری**، تهران، انتشارات صفار.
- سجادیان، ناهید، مهیار سجادیان، (۱۳۸۹)، **بهره گیری از GIS در ادامه حیات روستا و تحقق توسعه پایدار روستایی نمونه گردشگری روستایی**، مجله مسکن و محیط روستا، دوره ۲۹، شماره ۱۲۹، صص ۶۶- ۸۵.
- سقایی، مهدی، (۱۳۸۸)، **واسازی متن فضایی گردشگری در روستاهای پیرامون کلان شهرها (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)**، پایان نامه دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد، استاد راهنما دکتر عزت الله مافی.
- غیاثوند، ابوالفضل و فاطمه عبدالشاه، (۱۳۹۴)، **مفهوم و ارزیابی تا بآوری اقتصادی ایران**، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال پانزدهم، شماره ۵۹، صص ۱۶۱ – ۱۸۷.
- محمدی، علی و نبی مولایی، (۱۳۸۹)، **کاربرد تصمیم گیری چند معیاره خاکستری در ارزیابی عملکرد شرکت ها**، مجله مدیریت صنعتی، دوره ۲، شماره۴، صص ۱۲۵-۱۴۲.
- ورمزیاری، حجت، بابک ایمانی، (۱۳۹۶)، **تحلیل تاب آوری کسب و کارهای روستایی در شهرستان ملکان**، نشریه توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره۱؛ شماره پیاپی ۳۵، بهار ۱۳۹۶، صص ۱۸۱-۲۰۰.
- Ayala, J-C. & Manzano, G., (2014), **the resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis**, Journal of Economic Psychology, Vol. 42, pp. 126-135.
- Bauernhansl, T., Mandel, J. & Diermann, S., (2012), E**valuating Changeability Corridors for Sustainable Business Resilience**, Procedia CIRP, Vol. 3, pp. 364- 369.
- Biggs, D., Hall, C. Michael and Stoeckl, N., (2011), **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.
- Dahles, H., Susilowati, T.P., (2015), **Business resilience in times of growth and crisis**, Annals of Tourism Research, Vol. 51, pp. 34-50.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

- Dalziell, E.P., McManus, S.T., (2004), **Resilience, Vulnerability, Adaptive Capacity: Implications for System Performance**, Proceedings of the International Forum for Engineering Decision Making (IFED), Stoos, 5-9 December.
- Davidson, D.J., (2010), **the applicability of the concept of resilience to social systems: Some sources of optimism and nagging doubts**, Society and Natural Resources, Vol. 23, pp.1135–1149.
- Erol, O., Henry, D., Sauser, B., Mansouri, M., (2006), **A framework for investigation into extended enterprise resilience**, Enterprise Information Systems, vol. 4 no. 2, pp. 111 – 136.
- Fletcher, R., (2011), **Sustaining Tourism**, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist 7, Expansion. Tourism Geographies, Vol. 13, Isse. 3, pp. 443-461.
- Hamzah, A. and Hampton, M.P., (2013), **Resilience and Non-Linear Change in Island Tourism**, Tourism Geographies, Vol. 15, Isse. 1, pp.43-67.
- Holling, C. S., (1973), **Resilience and stability of ecological systems**, Annual Review of Ecology and Systematics, vol.4, pp. 1-23.
- Lew, A.A., (2013), **Defining Community Resilience in Community Based Tourism: Miso Walai and Pulau Mabul in Sabah, Malaysia**, BIMP-EAGA Journal of Sustainable Tourism Development, Vol. 2, and Isse. 2, pp. 40-43.
- Lew, Alan A., (2014), **Scale, Change and Resilience in Community Tourism Planning**, Tourism Geographies, Vol. 16, Isse. 1, pp.14-22.
- McManus, S.T., (2008), **Organizational Resilience in New Zealand**, dissertation research of the Civil Engineer Department of the Cantenbury University, New Zealand.
- Oberhauser, A.M. and Hanson, K.T., (2007), **Negotiating livelihoods and scale in the context of neoliberal globalization: Perspectives from Accra**, Ghana. African Geographical Review, Vol. 26, pp. 11-36.
- Petrosillo, I., Zurlini, G., Grato, E. and Zaccarelli, N., (2006), **Indicating fragility of socio-ecological tourism-based systems**, Ecological Indicators Vol. 6, pp. 104–113.
- Rose, A., Liao, S., (2005), **Modeling regional economic resilience to disasters: A computable general equilibrium analysis of water service disruptions**, Journal of Regional Science, vol. 45, no. 1, pp. 75-112.
- Sheffi Y., Rice Jr., J.B., (2005), **a supply chain view of the resilient enterprise**, MIT Sloan Management Review, vol. 47, no. 1, pp. 41-48.
- Winter, C., (2011), **First World War Cemeteries: Insights from Visitor Books**, Tourism Geographies, Vol. 13, Isse. 3, pp.462-479.
- Woosnam, K.M. and Kim, H., (2013), **Hurricane impacts on southeastern United States coastal national park visitation, Tourism Geographies**, published online 19 September 2013: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616688.2013.823235.
- World Economic Forum (WEF), (2013), **Global Risk 2013, eight edition. Geneva: World Economic Forum**, Online at http://reports.weforum.org/global-risks-2013/, accessed 21 March 2013.

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]

[Downloaded from serd.khu.ac.ir on 2024-10-12]