



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

جغرافیا و مخاطرات محیطی، شماره سی و هشتم، تابستان ۱۴۰۰

صص ۱۶۵-۱۴۷

doi : <https://dx.doi.org/10.22067/geoh.2021.70107.1052>

مقاله پژوهشی

ارائه مدل گردشگری ایمن برای تداوم فعالیت کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در شرایط بحران

کووید-۱۹

احسان خسروی- دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
نادر نادری^۱ - دانشیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
بیژن رضایی - استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
حسین آزادی - عضو هیئت علمی گروه جغرافیا، دانشگاه گنت، گنت، بلژیک؛ عضو هیئت علمی دانشکده علوم زیست محیطی، دانشگاه علوم زندگی پراگ، پراگ، جمهوری چک.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۸ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۲/۲۵ تاریخ تصویب: ۱۴۰۰/۳/۷

چکیده

کرونا ویروس یکی از بحران‌های است که اخیراً نه تنها سلامتی، بلکه تمام ابعاد زندگی انسان را در معرض خطر قرار داده است. بخش گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی است که آسیب‌های فراوانی در اثر شیوع این ویروس دیده است و متأسفانه سیاست‌گذاری‌هایی که در جهت مدیریت بحران کروناویروس اعمال می‌گردد آسیب‌های وارده را دوچندان کرده است. با اینکه این ویروس ناخوانده مشکلاتی ایجاد نموده است، اما با تدبیر و سیاست‌گذاری مناسب می‌تواند از تهدید به یک فرصت تبدیل شود و زمینه رشد و توسعه بلندمدت را فراهم نماید. در این راستا، هدف از پژوهش حاضر ارائه مدل گردشگری ایمن برای تداوم فعالیت کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در شرایط بحران کووید-۱۹ است. جامعه مورد مطالعه، صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری استان کرمانشاه بودند. برای انتخاب مصاحبه‌شوندگان از نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی استفاده شد. معیار تعیین حجم نمونه رسیدن به اشباع نظری بود که در این تحقیق با بررسی ۳۸ نمونه از جامعه مذکور، اشباع نظری حاصل شد. جمع‌آوری داده‌ها از طریق پرسشنامه باز، مصاحبه عمیق انفرادی، یادداشت‌برداری، بررسی اسناد و مدارک یا اغلب ترکیبی از این روش‌ها صورت گرفت. تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت

و براساس آن، مدل پژوهش شکل گرفت. نتایج نشان داد می‌توان از طریق سیاست‌گذاری صحیح و نگاه سیستمی، با رعایت اصول و پروتکل‌های بهداشتی و با نظارت و هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط و از همه مهم‌تر به‌کارگیری فناوری‌های سازگار با گردشگری در شرایط بحران کووید-۱۹، فرآیند گردشگری استان کرمانشاه ساماندهی و ایمن‌سازی نمود.

کلیدواژه‌ها: تداوم کسب‌وکار، گردشگری ایمن، بحران کروناویروس، توسعه درون‌زا، استان کرمانشاه.

۱- مقدمه

بحران‌ها^۱ همیشه در تمام جوامع بشری وجود داشته و همواره بر زندگی آنان تأثیر گذاشته است. در این راستا، در دسامبر ۲۰۱۹ در شهر ووهان چین یک بحران بزرگ تحت عنوان ویروس کووید-۱۹^۲ شایع شد و در ۱۱ مارس ۲۰۲۰ توسط سازمان بهداشت جهانی به‌عنوان یک بیماری همه‌گیر^۳ اعلام شد (پارنل و همکاران^۴، ۲۰۲۰؛ رازر و همکاران^۵، ۲۰۲۰؛ ویلیامز^۶، ۲۰۲۰؛ خالد و همکاران^۷، ۲۰۲۱) و این ویروس به‌سرعت در سراسر جهان گسترش یافت (شارما و ماهندرا^۸، ۲۰۲۰) و تأثیرات ویرانگر زیادی بر سیستم‌های مختلف بهداشتی، انسانی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی داشته است (فنجز^۹، ۲۰۲۰؛ گریزل و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۰).

اثرات منفی کروناویروس بر اقتصاد جهانی آن‌قدر پررنگ بود که نظر بسیاری از محققان را به خود جلب کرد (شارما و همکاران، ۲۰۲۱؛ پن و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۱؛ مهرولیا و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۰)، چراکه راهکارهای اتخاذشده جهت مقابله با این بحران بهداشتی، بیشترین تأثیر منفی را بر اقتصاد و به‌مراتب کسب‌وکارهای مختلف گذاشته است که در این بین، کسب‌وکارهای حوزه گردشگری بیش از سایر صنایع و کسب‌وکارها متحمل آسیب شدند (باسکارا و ویچاسلاو^{۱۳}، ۲۰۲۱؛ لیو^{۱۴}، ۲۰۲۰؛ سازمان گردشگری جهانی^{۱۵}، الف ۲۰۲۰)، زیرا بسیاری از کشورها برای جلوگیری از شیوع ویروس، گردشگری و سفرهای بین‌المللی را محدود یا به حالت تعلیق درآورده‌اند (پن و همکاران، ۲۰۲۱؛

-
- 1 Crises
 - 2 COVID-19
 - 3 Pandemic
 - 4 Parnell et al
 - 5 Roser et al
 - 6 Williams
 - 7 Khalid et al
 - 8 Sharma & Mahendru
 - 9 Fuchs
 - 10 Gretzel et al
 - 11 Pan et al
 - 12 Mehrolia et al
 - 13 Bhaskara & Viachaslau
 - 14 Liew
 - 15 United Nations World Tourism Organization (UNWTO)

خالده، ۲۰۲۱؛ بوام و های^۱، ۲۰۲۰؛ گازلینگ و همکاران^۲، ۲۰۲۰) لذا تعطیل شدن کسب‌وکارهای متعدد و اجرای محدودیت‌های اساسی در گذرگاه‌های مرزی، اقتصاد گردشگری را در سراسر جهان از بین برده است (گادوین^۳، ۲۰۲۰) و این صنعت، بدون تحرک گردشگران نمی‌تواند به بقای خود ادامه دهد؛ آن‌چنان‌که طبق آمار سازمان جهانی گردشگری (ب ۲۰۲۰)، اعمال محدودیت‌های سفر موجب کاهش ۲۲ درصدی تعداد گردشگران در سه‌ماهه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به سه‌ماهه مشابه در سال ۲۰۱۹ شده است. مکان‌هایی که قبلاً از مشکلات شدید بازدید بیش‌ازحد رنج می‌بردند (میلانو و همکاران^۴، ۲۰۱۹) در حال حاضر بسیار خلوت هستند (کیملمن^۵، ۲۰۲۰)، موزه‌ها، هتل‌ها و رستوران‌ها تعطیل شده‌اند و سواحل و پیست‌های اسکی خالی هستند، بدون شک، تأثیرات اقتصادی به‌ویژه در مناطق محلی و یا حتی کشورهایی که اقتصاد آنان وابستگی زیادی به ورود گردشگران دارند فاجعه‌بار بوده است (آیونیدز و جیموتی^۶، ۲۰۲۰). بنابراین در این بحران با اعمال محدودیت‌ها و منع‌های ترددی سبب ایجاد رکود اقتصادی در سراسر جهان شده و این امر میلیون‌ها شغل در صنعت گردشگری را در معرض خطر، آسیب و نابودی قرار داده است (شارما و همکاران، ۲۰۲۱؛ سازمان گردشگری جهانی، ب ۲۰۲۰).

اگرچه گردشگری تاکنون با بحران‌های مختلفی روبرو شده است؛ اما اثرات کووید-۱۹ حداقل از نظر اقتصادی، ویرانگرتر از هر بحران دیگری در طول تاریخ برای این صنعت بوده است (هال و همکاران^۷، ۲۰۲۰). بحران کووید-۱۹ یک وضعیت جدید و مداوم با یک دوره زمانی نامعلوم است (گازولین و همکاران، ۲۰۲۰) و برخلاف سایر بحران‌هایی که مدت‌زمان مشخصی دارند، عدم اطمینان زیادی در رابطه با کنترل کووید-۱۹ وجود دارد (سازمان بهداشت جهانی^۸، ۲۰۲۰)؛ چراکه بسیاری بر این باورند که حتی با کشف واکسن نیز هیچ تضمینی وجود ندارد که جهان با ویروس جهش‌یافته آن و یا در آینده نزدیک با انواع دیگری از ویروس‌های مشابه مواجه نگردد و در عمل تلاش‌هایی که برای کشف واکسن کروناویروس صورت گرفته است هدر رود، لذا عدم اطمینان، پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای آینده صنعت گردشگری را دشوار می‌کند (ژو و لی^۹، ۲۰۲۰). به نظر می‌رسد برای مقابله مؤثر با شرایط حین یک بحران، نیاز به سازگاری^{۱۰} و انعطاف‌پذیری^{۱۱} است (لیئو و همکاران^{۱۲}، ۲۰۲۰). به‌عبارت‌دیگر، این

1 Baum & Hai

2 Gossling et al

3 Goodwin

4 Milano et al

5 Kimmelman

6 Ioannides & Gyimóthy

7 Hall et al

8 World Health Organization (WHO)

9 Xu & Li

10 Adaption

11 Flexibility

12 Liu et al

نحوه پاسخگویی کسب‌وکارها است که تعیین می‌کند چالش کرونا برای کسب‌وکارها و اقتصاد جهانی یک فرصت است یا یک تهدید (کرک و ریفکین^۱، ۲۰۲۰). هرچند مقابله با بیماری همه‌گیر بخصوص در صنعت گردشگری بسیار دشوار است، اما شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد می‌توان با اقدامات صحیحی همچون به‌کارگیری سیستم عامل‌های دیجیتال با شرایط بحران پیش‌آمده سازگار شوند و به مقابله خود با شرایط بحران برای تداوم بقا ادامه دهند (مهرولیا و همکاران^۲، ۲۰۲۰). لذا بنگاه‌های اقتصادی برای ارائه پاسخ‌های سازگار و انعطاف‌پذیر بحران در گام نخست باید مدل‌های کسب‌وکار و استراتژی‌های درآمد خود را متناسب با شرایط بحران اصلاح کنند تا شانس بقای شرکت تضمین شود. راهکارها و قابلیت‌های نوآورانه و سازگار، نقش اساسی در بهبود وضعیت شرایط بحران و پس از بحران دارند (بریئر و همکاران^۳، ۲۰۲۱) باین‌وجود، بسیاری از مشاغل گردشگری از کمبودهای اقدامات نوآورانه رنج می‌برند (بریئر و همکاران، ۲۰۲۱؛ جانسن و وندروور^۴، ۲۰۲۰) و این امر، آنان را در برابر بحران‌های بهداشتی از جمله کروناویروس بسیار آسیب‌پذیر کرده است. در این راستا برخی استدلال می‌کنند که گردشگری ممکن است وارد دوره "عادی جدیدی"^۵ شده باشد که همه مشاغل گردشگری را ملزم می‌کند مدل‌های تجاری خود را دوباره بازنگری کنند و متعاقباً اقدامات عملیاتی خود را (رعایت پروتکل‌های بهداشتی به شکل هوشمند و...) مطابق با الزامات جدید دولت و انتظارات مصرف‌کننده اصلاح نمایند (راتن^۶، ۲۰۲۰؛ هال و همکاران، ۲۰۲۰). لذا باید برنامه‌ریزی و راهکارهای کسب‌وکارهای حوزه گردشگری به سمتی پیش رود که اثرات این بحران در تداوم فعالیت گردشگری به حداقل ممکن برسد (دانثو و گاستافسون^۷، ۲۰۲۰) و این تهدید به فرصتی برای توسعه و رشد صنعت گردشگری در شرایط بحران و دوران پساکرونا تبدیل گردد.

در این بین در ایران به‌طور اعم و استان کرمانشاه به‌طور اخص بحران ناشی از بیماری کرونا برای کسب‌وکارهای حوزه گردشگری به‌شدت محسوس شده است. استان کرمانشاه به‌منزله یکی از مناطق مهم مستعد گردشگری در ایران، به دلیل برخورداری از ویژگی‌های منحصر به فرد تاریخی، فرهنگی، مذهبی و طبیعی طی دوره‌های مختلف تاریخی در سطح ملی و بین‌المللی از توانمندی‌های بالایی برای جذب گردشگران برخوردار بوده است و با توجه به آمار بالای بیکاری در این استان، رونق و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار است. اما متأسفانه همه‌گیری کروناویروس و به‌مراتب استراتژی‌های غیراصولی و غیرعلمی از سوی سیاست‌گذاران ملی و استانی موجب رکود کسب‌وکارهای گردشگری در این استان شده است. روند شیوع کروناویروس و موج‌های ایجادشده بر

1 Kirk & Rifkin

2 Mehroliya et al

3 Breier et al

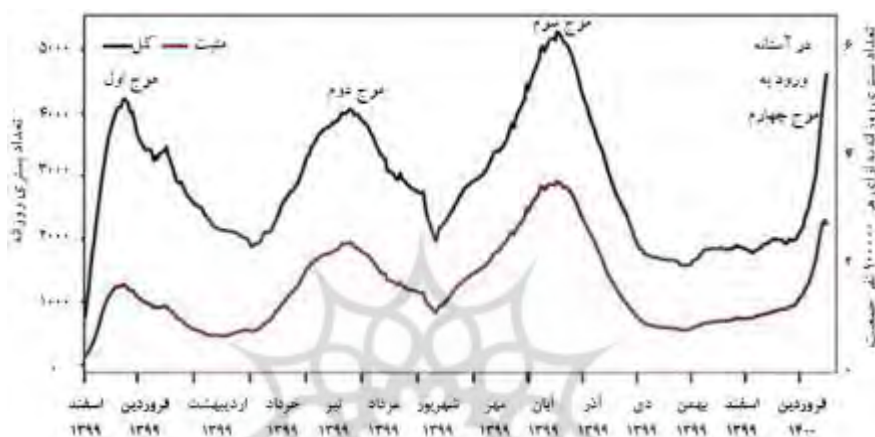
4 Janssen & van der Voor

5 New Normal

6 Ratten

7 Donthu & Gustafsson

اساس نمودارها و تطابق آن با سیاست‌های اتخاذ شده در این استان حاکی از آن است که زمینه حرکت به سمت توسعه‌یافتگی استان را معکوس نموده است؛ چرا که در زمان اوج موج‌های شیوع کرونا ویروس به‌درستی اقدامات منع تردد و ... اعمال نشده است و شواهد حاکی از آن است که در مابین موج‌ها، متأسفانه اقدامات جهت کاهش اثرات این ویروس به‌صورت یک‌باره رها شده و به زمان‌بندی مناسب اعمال قوانین توجه کافی نشده است که این امر زمینه ظهور موج‌های بعدی و البته قوی‌تر و با اثرات بیشتر را فراهم نموده است (شکل ۱).



شکل ۱- روند بستری بیماران کرونایی و موج‌های ایجادشده در اثر شیوع کرونا ویروس از اسفند ۱۳۹۸ تا اردیبهشت ۱۴۰۰ (منبع: وزارت بهداشت، ۱۴۰۰).

در این راستا، این مطالعه به دنبال پاسخ به این سؤال است که چگونه کسب‌وکارهای حوزه گردشگری استان کرمانشاه می‌توانند در شرایط بحران به فعالیت خود ادامه دهند و با ایجاد برنامه‌ریزی مناسب برای دوران پسا کرونا این تهدید را به فرصتی برای پیشرفت خود و توسعه درون‌زای استان کرمانشاه تبدیل کنند؟ البته باید گفت منظور از شرایط بحرانی قرار گرفتن در رنگ‌بندی‌های نارنجی، زرد و آبی می‌باشد که کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند با ارائه راهکارهای تداوم فعالیت و به‌کارگیری الگوی گردشگری ایمن طوری به ادامه فعالیت خود بپردازند که زمینه ایجاد موج جدید ایجاد نگردد، وگرنه در شرایط قرمز و سیاه، بهترین راهکار تعطیلی^۱ است. به عبارتی، پیش‌فرض اصلی این مطالعه بر آن است که اقدامات انجام‌گرفته از قبیل رهاسازی یک‌باره محدودیت‌ها در بین موج‌ها صحیح نبوده و این پژوهش به دنبال ارائه الگو و راهکارهایی برای تداوم فعالیت کسب‌وکارهای گردشگری در مابین موج‌های ایجاد شده می‌باشد؛ به‌نحوی که زمینه ایجاد موج جدید حاصل نگردد. هدف اساسی از پژوهش حاضر " ارائه مدل گردشگری ایمن برای تداوم فعالیت کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در شرایط بحران با

1 Lock-Down

تأکید بر توسعه درون‌زا استان کرمانشاه^۱ می‌باشد. در زمینه راهکارهای تداوم فعالیت کسب‌وکارها در شرایط بحران، تحقیقات مرتبطی انجام پذیرفته است که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

گریتزل^۱ (۲۰۲۰) در پژوهش خود بیان می‌کند که فناوری در بحران شیوع کروناویروس به یک عامل اصلی در تداوم فعالیت در صنعت گردشگری تبدیل شده است. هیراماتسو و مارشال^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش خود بیان می‌کنند که کسب‌وکارهایی که از وام‌های فاجعه (بحران) استفاده نموده‌اند دارای تداوم بیشتری در شرایط بحران هستند و همچنین با سرعت بیشتری به حالت تعادل اولیه خود قبل از بحران برگشته‌اند و بیشتر در معرض فرصت‌های بهبود و ارتقا کسب‌وکار خود قرار گرفته‌اند. داهلس و سوسیلواتی^۳ (۲۰۱۵) در مطالعه خود تاب‌آوری کسب‌وکارهای کوچک گردشگری در مناطق شهری اندونزی را با روش کیفی و از نوع مردم‌نگاری مورد بررسی قرار دادند. نتایج مطالعه نشان داد عدم وابستگی معیشت به یک منبع و تعریف مجموعه‌ای از راهبردهای معیشتی مهم‌ترین رویکرد کسب‌وکارها برای بهبود تاب‌آوری در هنگام بحران‌های اقتصادی بوده است. خسروی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی نشان دادند که عوامل راهبردهای سازمانی، تمرکز بانکی، مزیت رقابتی، سپرده‌های بانکی و محصولات و خدمات کلیدی بر تاب‌آوری کسب‌وکارها مؤثر هستند.

۲- مواد و روش

۲-۱- منطقه مورد مطالعه

پژوهش حاضر از نظر محدوده مکانی به استان کرمانشاه محدود می‌گردد. این استان دارای وسعت ۲۴۵۴۹ کیلومتر مربع است که ۱/۵ درصد مساحت کل کشور را در بر می‌گیرد و از استان‌های غربی به شمار می‌آید که با کشور عراق بیش از ۳۳۰ کیلومتر مرز مشترک دارد. طبق اطلاعات معاونت آمار و اطلاعات سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه و بر اساس آخرین تقسیمات کشوری در این استان تعداد ۱۴ شهرستان، ۳۱ بخش و ۸۶ دهستان وجود دارد (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، ۱۳۹۹)؛ (شکل ۲). کرمانشاه یکی از کهن‌ترین استان‌های ایران است که دارای ۴۰۰۰ اثر شناخته شده تاریخی و طبیعی می‌باشد که بیش از ۲۲۰۰ مورد آن به ثبت ملی رسیده است، اثر جهانی بیستون در کنار آثار شاخص دیگری همچون طاق‌بستان، معبد آناهیتا، تکیه معاون الملک، مجموعه قلعه یزدگرد، چهارقاپی و کاخ خسرو و غار قوری قلعه که جملگی در فهرست موقت ثبت جهانی قرار دارند (اداره کل گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی استان کرمانشاه، ۱۳۹۹)، که این استان را مستعد گردشگری در حوزه‌های مربوطه از جمله گردشگری ورزشی، گردشگری بوم‌گردی و گردشگری روستایی کرده

1 Gretzel et al

2 Hiramatsu & Marshall

3 Dahles & Susilowati

۲-۲- روش انجام پژوهش

پژوهش حاضر از نظر رویکرد، جزء تحقیقات کیفی؛ از لحاظ هدف، کاربردی و با روش نظریه بنیانی انجام گرفت. نظریه بنیانی یک روش برای استخراج مفاهیم^۱ از دل داده‌ها و سپس ترکیب آن‌ها می‌باشد (گلیزر و استراوس^۲، ۱۹۶۷). مطابق با نظریه بنیانی، فرضیه از پیش تعیین شده‌ای وجود ندارد، اما در فرآیند تجزیه و تحلیل می‌توان به آن دست یافت (کوربین و استراوس^۳، ۲۰۰۸)، زمانی که هیچ فرضیه روشنی وجود ندارد و یا اینکه در منطقه‌ای، تاکنون تحقیقی در زمینه‌ای صورت نگرفته باشد و یا تحقیقات محدودی صورت گرفته باشد، روش نظریه بنیانی نتایج خوبی را ارائه خواهد داد (جووانوویک و همکاران^۴، ۲۰۱۷). با توجه به اینکه مسئله مورد پژوهش، مسئله روز می‌باشد و بر اساس بررسی‌های صورت گرفته به نظر می‌رسد که تاکنون در مورد آن به‌طور مستقیم و بخصوص در شرایط حین بحران کرونا ویروس پژوهشی صورت نگرفته است، لذا به نظر می‌رسد در بین روش‌های مختلف پژوهش، مناسب‌ترین پاسخ را نظریه بنیانی ارائه می‌دهد.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، تمام صاحبان کسب و کارهای حوزه گردشگری در استان کرمانشاه می‌باشند. در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند^۵ از نوع گلوله برفی استفاده گردید. مرحله جمع‌آوری داده‌ها^۶ (نمونه‌گیری) تا رسیدن به اشباع نظری^۷ ادامه یافت؛ یعنی زمانی که دیگر هیچ اطلاعات جدیدی به دست نیاید و مفاهیم جدیدی شناسایی نشوند. در این تحقیق با تعداد ۳۸ نفر اشباع نظری حاصل شد. به عبارت دیگر تعداد نمونه مورد مطالعه در این تحقیق برابر با ۳۸ نفر می‌باشند. در این مطالعه از پرسشنامه باز^۸ (بدون ساختار^۹)، مصاحبه عمیق انفرادی^{۱۰} و یادداشت‌برداری^{۱۱} (یادداشت کردن سخنان کلیدی افراد و یادداشت کردن حالات رفتاری آنان مانند خشم، عصبانیت، خوشحالی و غیره و سپس استفاده از آن در مرحله تجزیه و تحلیل) و یا اغلب ترکیبی از این موارد به منظور جمع‌آوری داده‌های اولیه و البته با رعایت پروتکل‌های بهداشتی و در مواردی با بهره‌گیری از فناوری‌های جدید ارتباطی (تماس‌های صوتی و تصویری) استفاده شد و برای تمرکز بیشتر، با رضایت برخی شرکت‌کنندگان، مکالمه‌ها ضبط شدند. مصاحبه‌ها به‌طور میانگین در حدود ۲۰ - ۴۵ دقیقه به طول انجامید. داده‌ها به‌طور هم‌زمان

- 1 Concepts
- 2 Glaser & Strauss
- 3 Corbin & Strauss
- 4 Jovanovic et al
- 5 Purposeful sampling
- 6 Data collection
- 7 Theoretical saturation
- 8 Open questionnaire
- 9 Unstructured
- 10 Individual depth interviews
- 11 Not-taking

جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شدند. اعتبار‌پذیری و اطمینان‌پذیری یافته‌های تحقیق از طریق تکنیک مثلث‌سازی^۱ حاصل شد. در تکنیک مثلث‌سازی سعی شد چهار مفهوم مرتبط از جمله اعتبار‌پذیری، انتقال‌پذیری، تأیید‌پذیری و اطمینان‌پذیری مورد توجه قرار گیرد. بدین منظور جهت افزایش اعتبار‌پذیری در مرحله گردآوری اطلاعات، با طرح سؤالات متنوع، صریح و شفاف از کارشناسان در زوایای مختلف و در مرحله تحلیل داده‌ها از روش زاویه‌بندی تحلیلی استفاده شد. سپس با استفاده از راهبرد منابع مختلف جمع‌آوری و تحلیل داده در چند جلسه و درگیری بیشتر با افراد شرکت‌کننده به لحاظ افزایش تنوع (کارشناسان و صاحب‌نظران مختلف) جهت جمع‌آوری اطلاعات، افزایش انتقال‌پذیری در این بخش از پژوهش محقق شد که جهت جلوگیری از سوگیری و اطمینان از صحت نتایج به دست آمده به کمک گروه پژوهش، مفاهیم استخراج‌شده از تحلیل محتوا، گزارش‌ها، دست‌نوشته‌ها و یادداشت‌های پژوهش مجدداً در اختیار گروه پژوهش و دیگر محققان قرار گرفت و گروه پژوهش در زمینه‌ی نحوه جمع‌آوری داده‌ها و چگونگی تفسیر و تحلیل به توافق رسیدند. در نهایت به منظور اطمینان‌پذیری داده‌ها از تکنیک بازبینی یافته‌ها توسط مشارکت‌کنندگان و بازبینی توسط گروه پژوهش استفاده شد.

تحلیل محتوای مصاحبه‌ها بر اساس اصول روش‌شناسی نظریه‌بنیانی که شامل سه مرحله کدگذاری باز^۲، کدگذاری محوری^۳ و کدگذاری انتخابی^۴ است (پریست، ۲۰۰۲؛ کوربین و استراوس^۵، ۱۹۹۰)، انجام شد. در کدگذاری باز ابتدا تمامی یادداشت‌های میدانی حاصل از مصاحبه‌ها، بازخوانی و پس از تشخیص فرایندهای آن، مفاهیم اصلی استخراج شد و در کدگذاری محوری، زمینه شکل‌گیری زیرطبقات و طبقات محوری فراهم شد. به این صورت که کدهای مشابه با توجه به قرابت معنایی در یک طبقه قرار گرفتند. در کدگذاری انتخابی با استفاده از خط سیر داستانی، ارتباط بین کدهای محوری مشخص شد و مدل پژوهش شکل گرفت. لازم به ذکر است در طول مرحله تجزیه و تحلیل، روش مقایسه دائمی مورد استفاده قرار گرفت. یعنی محقق از همان ابتدا بر مفهوم‌سازی^۶ تمرکز دارد و با استفاده از روش مقایسه دائمی این کار را انجام می‌دهد؛ یعنی دائماً باید یک گام به عقب برگردد و در مفاهیم تجدیدنظر نماید (گلایزر و هاتلن^۷، ۲۰۰۴).

-
- 1 Triangulation
 - 2 Open coding
 - 3 Axial coding
 - 4 Selective coding
 - 5 Corbin and Strauss
 - 6 Conceptualisation
 - 7 Glaser & Holton

۳- نتایج و بحث

نتایج پژوهش حاضر در قالب کدگذاری سه مرحله باز، محوری و انتخابی حاصل شده است. در کدگذاری باز به منظور دستیابی به مفاهیم کلیدی، پس از پیاده نمودن مصاحبه‌های ضبط‌شده و یادداشت‌برداری میدانی بر روی کاغذ، بررسی میکروسکوپی پاراگراف به پاراگراف انجام گرفت و مفاهیم استخراج گردید. از آنجا که در این مرحله، از عین کلمات مصاحبه‌شونده جهت کدگذاری استفاده شد، لذا کدها، کدهای اساسی نام دارند. در این مرحله ۳۲ کد اساسی استخراج گردید. پس از استخراج مفاهیم طی کدگذاری باز، مرحله کدگذاری محوری انجام شد. در این مرحله با استفاده از تکنیک مقایسه دائمی داده‌ها، ارتباط بین مفاهیم مشخص شد و براساس قرابت معنایی آن، طبقه‌بندی صورت پذیرفت. به عبارت دیگر، مفاهیمی که دارای قرابت معنایی بودند در یک طبقه قرار گرفتند. در جدول (۱) مفاهیم حاصل از کدگذاری باز و طبقات محوری حاصل از کدگذاری محوری نشان داده شده است.

جدول ۱- مفهوم‌سازی داده‌ها (کدگذاری باز) و طبقات حاصل از مفاهیم (کدگذاری محوری)

کد	جملات کلیدی	مفهوم استخراج شده	طبقه محوری
A1	من خیلی برای رونق کسب و کارم وام گرفتم ولی متأسفانه با این اوضاع کرونا نه تنها کسب و کارم رونق نگرفت بلکه از رونق افتاد آگه وام‌های قبل از بحران امهال شوند می‌تواند خیلی مؤثر باشد	امهال وام‌های ماقبل بحران	اقتصادی (A)
A2	واقعاً کسب و کارها در هر زمینه‌ای خیلی ضرر کردن. بهتر است وام بلاعوض بدهند تا دوی درد ما باشد	ارائه وام بلاعوض	
A3	باید دولت به فکر مردم هم باشد. چون اگر اقتصاد مردم بهبود نیابد عملاً هیچ نوع گردشگری هم وجود نخواهد داشت.	بهبود وضعیت اقتصادی مردم	
A4	در دوران شیوع کرونا وام‌هایی تحت عنوان وام بحران به مراکز دادند. باید تا پایان کرونا امهال شوند	امهال وام‌های بحران تا دوران پسا بحران	
B1	باید افرادی که در بیمارستان‌ها و سایر موارد مشابه (نه با هدف گردشگری بلکه منظورم همه افراد است) تست کرونا مثبت دارند در سامانه‌های مختلف دولت به هم وصل شوند و برای تمام ادارات این افراد تا پایان دوره کرونا شناسایی شده باشند	شناسایی افراد کرونایی و عدم ارائه خدمت دولتی به آنان	مدیریتی - نظارتی (B)
B2	پس از اینکه افراد کرونایی در مراکز مربوطه شناسایی شدند، باید از طرق مختلف جلوی تردد این افراد و خانواده آنان گرفته شود مثلاً پلاک خودروها و موبایل و ... این خانوار رصد و کنترل و در صورت عدم رعایت به شدت جریمه و تنبیه شوند	پس از شناسایی افراد کرونایی، رصد و کنترل تحرک و اعمال قرنطینه آنان	
B3	اطلاع‌رسانی و اعلام اختطار از طریق سامانه پیامکی به افراد کرونا مثبت که قرنطینه و قوانین را نقض می‌کنند؛ مثلاً بهشون بگویند که بر اساس رصد امروز شما در فلان جا دیده شده‌اید و این کار از طریق ردیابی تلفن همراه یا پلاک خودرو آنان یا کارت کشیدن در مراکز خرید و ... برای دولت قابل اجراست.	اعلام اختطار به ناقلان کرونایی که قوانین قرنطینه را نقض نموده‌اند.	
B4	الان وضعیت قرمز است، بنابر مصوبه استانی تردد بین شهرستان‌ها قطع است، تشریف	اجرای صحیح قوانین کرونایی	

کد	جملات کلیدی	مفهوم استخراج شده	طبقه محوری
	ببرید فرمانداری هر کسی آشنا داره در حال دریافت نامه تردد است! اونایی هم که پارتنی برای دریافت نامه ندارند جاده‌های فرعی را برای تردد انتخاب می‌کنند، خوب این مدیریت در شرایط قرمز اشتباه ما است. مشخص است بیماری کنترل نمی‌شود. باید قوانین به‌درستی اجرا شود. دولت می‌گوید قرنطینه... قرنطینه... در خانه بمانید... ولی این همه صف مرغ چی میگه؟؟ این همه صف دفاتر خدمات ارتباطی چیه؟؟ خوب مسلم است که با این اوضاع کنترل صورت نمی‌گیرد.	از سوی مسئولان	
B5	پلیس راهور به جای اینکه معیار را پلاک بومی و غیرومی قرار دهد باید با تب‌سنج اقدام به انجام تست اولیه کرونا کند، حقیقتاً دولت طوری مدیریت می‌کند آدم فکر می‌کند هدفش کنترل بیماری نیست بلکه درآمدزایی از این شرایط است.	انتخاب معیارهای مناسب برای شناسایی و تنبیه افراد کرونایی ناقض قوانین	
B6	من گردشگر بین‌المللی داشتم که از خیلی وقت پیش رزرو شده بود. به محض رسیدنش به استان یک‌باره و یک‌شبه منع تردد اعمال شد، بدون هیچ‌گونه اطلاع‌رسانی. علاوه بر اینکه من از نظر مالی متضرر شدم در بلندمدت هم برند گردشگری این استان زیر سؤال رفت.. این گردشگران در سایت‌ها و فضاهای مجازی با هم در ارتباط هستند. خوب چه چهره‌ای از من، استان، مدیران استانی و ... در ذهن این گردشگر به جا می‌ماند؟ آقای مدیر روند شیوع بیماری مشخصه. خوب از قبل بیان کن.. مثلاً بگو اگر رعایت نکنید و اگر به اینقدر مبتلا در روز برسیم منع تردد می‌کنیم... چرا بدون برنامه و اطلاع‌رسانی و یک‌باره!!	داشتن برنامه و اطلاع‌رسانی به‌موقع قوانین تصویب شده به مراکز گردشگری	
B7	کرونا هست و پیش‌بینی شده که ممکن است تا چند سال دیگر هم ادامه داشته باشد... حتی با ساخت واکسن باز هم مثل سرماخوردگی و آنفلوانزا در بین مردم خواهد بود. هرچقدر قانون سفت‌وسخت هم گذاشته شود اگر نظارت نباشد ارزشی ندارد... پس علاوه بر مراکز گردشگری باید در کل شهر هم نظارت وجود داشته باشد.	نظارت بر روند اجرای دستورالعمل‌ها	
C1	در مراکز بوم‌گردی مجاز، پروتکل‌های بهداشتی رعایت گردد و سعی شود تست تب و... به‌صورت مرتب انجام گیرد.	رعایت پروتکل‌های بهداشتی در مراکز گردشگری	
C2	گردشگرانی که در سامانه ثبت‌نام می‌کنند باید ابتدا بصورت مجازی تست آنلاین بدهند و سپس از آن‌ها در مراکز مورد تأیید محل سکونت خود تست پی‌سی آر گرفته شود	تست مجازی و حضوری کرونا از گردشگرانی که در سامانه ثبت‌نام کرده‌اند	
C3	باید به کسب‌وکارهای گردشگری وسایل و تجهیزات بهداشتی (ماسک، مواد ضدعفونی و ...) ارائه دهند که ما هم آن‌ها را بین گردشگران توزیع کنیم.	حمایت‌های بهداشتی	بهداشتی (C)
C4	مسئلاً وقتی قانونی اجرا می‌شود باید نظارت بر اجرای قانون هم وجود داشته باشد. در زمینه رعایت پروتکل‌های بهداشتی هم باید نظارت بر مراکز وجود داشته باشد.	نظارت بر مراکز جهت رعایت پروتکل‌های بهداشتی	
C5	برای پایدار ماندن در این شرایط باید فاصله اجتماعی به‌منظور رعایت پروتکل‌های بهداشتی رعایت شود... مسلماً برای این امر، مراکز گردشگری باید با نصف ظرفیت خود به فعالیت ادامه دهند و برای اطمینان از این امر باید دستگاه‌های نظارت داشته باشد.	نظارت بر ظرفیت پذیرش گردشگران در مراکز	
D1	اداره کل گردشگری در استان یک سایت ساده تبلیغاتی به‌منظور جذب گردشگر ندارد چه	افزایش همکاری اداره کل	بازاریابی (D)

کد	جملات کلیدی	مفهوم استخراج شده	طبقه محوری
	برسد به تبلیغات بین‌المللی... چطور باید انتظار داشت این استان از نظر گردشگری پیشرفت کند؟!؟	گردشگری در زمینه تبلیغات و جذب گردشگری	
D2	باید از کمیت و کیفیت تور الگو فیلم‌برداری صورت گیرد و در سایت‌های تبلیغاتی اداره کل گردشگری ارائه شود تا از این طریق، زمینه اعتمادسازی مردم فراهم شود؛	استفاده از تور الگو جهت افزایش اعتمادسازی گردشگران	
D3	به نظر من بیشتر باید افراد خانواده پذیرش شوند. چون در افرادی که با تورهای گردشگری می‌آیند خطر احتمال شیوع کرونا بیشتر است.	پذیرش خانواده‌ها به جای تورهای عمومی	
E1	متأسفانه همکاری زیادی بین ارگان‌های ذی‌ربط وجود ندارد... مثلاً اداره کل گردشگری مجوز جذب گردشگر را صادر کرده است اما وزارت بهداشت به‌طور مستقیم جلوگیری می‌کند، پلیس راهور منع تردد می‌کند و...	افزایش هماهنگی در اجرای قوانین در بین دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط	ارتباطی (E)
E2	باید دستگاه‌های اجرایی به هم دیگر وصل شوند و نسبت به اطلاعات همدیگر دسترسی مجاز داشته باشند.	افزایش ارتباط بین دستگاه‌های اجرایی جهت داشتن بانک اطلاعاتی قوی‌تر	
F1	اداره کل گردشگری در فضای مجازی سامانه را طراحی کند و متقاضیان به گردشگری در آن سامانه خود را معرفی کنند.	طراحی سامانه برای ثبت‌نام گردشگران	
F2	اداره کل گردشگری باید اپلیکیشنی را طراحی کند و در دسترس متقاضیان به گردشگری قرار گیرد.	طراحی اپلیکیشن	
F3	خدمات تا حد امکان بصورت مجازی و مبتنی بر فضای مجازی باشد.	انجام خدمات در فضای مجازی	زیرساختی - تکنولوژیکی (F)
F4	آموزش و ارتقا مهارت‌های فضای مجازی صاحبان کسب‌وکارها باید مورد توجه قرار گیرد.	توسعه مهارت‌های فناوری اطلاعات	
F5	تقویت آنتن دهی در مناطق دیگر و توسعه اینترنت پرسرعت در آن مناطق	توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات	
G1	در صورتی که تأیید شود فردی سالم است و مبتلا نیست، با حفظ رعایت پروتکل‌های بهداشتی، مجوز تردد کوتاه‌مدت برای فرد باید صادر شود.	ارائه مجوز تردد کوتاه‌مدت به گردشگرانی که سلامت آنان احراز شده است	
G2	دولت چطور یک سوپر مارکت بدون مجوز را سریع می‌بندد! یا یک پزشک قلبی را سریع دادگاهی و تحت پیگرد قرار می‌دهد! ولی کسب‌وکارهای بدون مجوز حوزه گردشگری از قبیل مراکز بوم‌گردی را پیگیری نمی‌کند؟ آن‌ها نه مجوزی دارند نه تخصصی، نه آموزشی دیده‌اند، نه هزینه زیادی کرده‌اند و نه استانداردها را رعایت می‌کنند... با این اوضاع گردشگر به این مراکز می‌رود و پول زیادی هم به مراکز می‌دهند... خوب این به ضرر کسب‌وکارهای دارای مجوزه	برخورد قاطع و قانونی اداره کل گردشگری و سایر ارگان‌های ذی‌ربط جهت منع فعالیت کسب‌وکارهای بدون مجوز	سیاست‌گذاری صحیح جهت ساماندهی و گردشگری ایمن (G)
G3	مراکز که دارای مجوز هستند باید از طرق مختلف مانند کلیپ، عکس و... به صورت مجازی به گردشگران معرفی شوند.	معرفی مراکز دارای مجوز به گردشگران در سامانه	

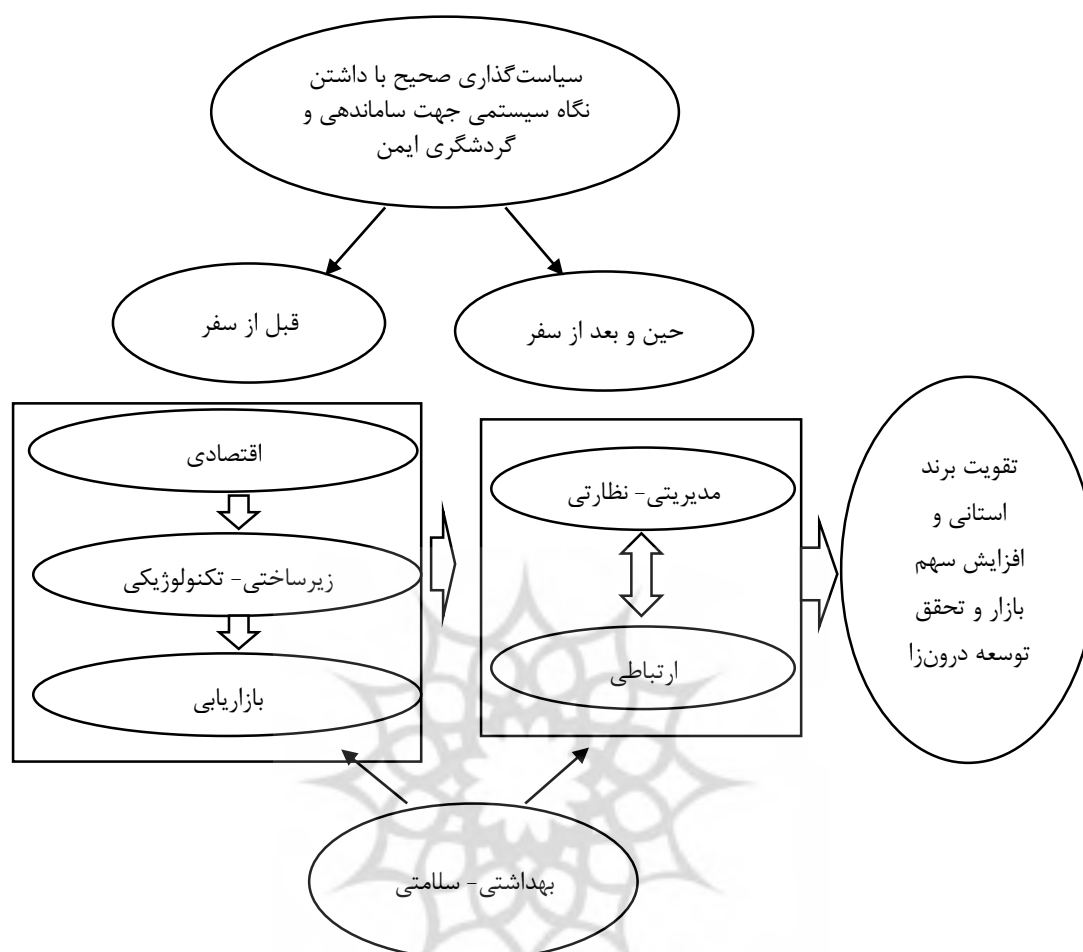
کد	جملات کلیدی	مفهوم استخراج شده	طبقه محوری
G4	مشکل دیگر این است که دولت در شرایط قرمز مدتی به صورت سفت‌وسخت جلوی تردد را می‌گیرد و قوانینی وضع می‌کند؛ اما یهو به محض کاهش تعداد مبتلایان و خوب شدن اوضاع، دوباره شدت کنترل‌ها و نظارت‌ها یک‌باره کاهش می‌یابد. این کار باعث زمینه‌سازی برای موج و پیک جدید قوی‌تر و البته جهش یافته‌تر می‌شود. این روش صحیح نیست چون مردم بعد از یک مدت رعایت نمی‌کنند و شرایط عادی می‌شود و هم این که پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت زیاده‌تری برای کسب‌وکارهای حوزه گردشگری دارد...	تداوم در اعمال قوانین در رنگ‌بندی‌های مختلف تا زمان خاموش شدن کامل کرونا	
G5	شاید قبل از کرونا تأکید می‌شد از وسایل حمل‌ونقل عمومی برای گردشگران استفاده شود اما الان با این وضعیت بهتر است از وسیله شخصی خود برای دیدن از آثار دیدنی استفاده کنند.	الزام گردشگران به رفت‌وآمد با ماشین‌های شخصی	
G6	... البته نباید حتی افراد سالم هم هر جایی بتوانند بروند بلکه فقط باید به مراکز بوم‌گردی مجاز معرفی شوند و صرفاً مجوز ورود به مناطق باز با تراکم پایین را داشته باشند.	ارائه مجوز به گردشگران سالم برای ورود به مراکز بوم‌گردی مجاز (مراکز باز با تراکم پایین)	

منبع: یافته‌های پژوهش.

۳-۱- مدل گردشگری ایمن تداوم فعالیت کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در شرایط حین بحران با تأکید بر توسعه

درون‌زا استان کرمانشاه

به‌منظور دستیابی به مدل پژوهش، از نتایج به‌دست‌آمده در کدگذاری محوری و انتخابی استفاده شد. این مدل شامل دو قسمت کلی فرایندهای قبل از سفر و حین و بعد از سفر می‌باشد. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد در هر دو مرحله قبل و بعد از سفر باید رعایت اصول بهداشتی و سیاست‌گذاری صحیح از طرف ارگان‌های ذی‌ربط انجام گیرد تا از این طریق، گردشگری ایمن برای مسافران و گردشگران فراهم گردد. در مرحله قبل از سفر در کنار رعایت اصول بهداشتی و سیاست‌گذاری صحیح، اقدامات اقتصادی، زیرساختی - تکنولوژیکی و بازاریابی اهمیت فراوانی دارد در این زمینه پاسخگویان معتقد بودند باید کسب‌وکارهای گردشگری از نظر شرایط اقتصادی به حالت تعادل خود برگردند سپس باید زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌های لازم جهت سازگاری با کروناویروس فراهم گردد و در نهایت باید اقدام به بازاریابی در فضای مجازی و جذب گردشگرانی که سلامت آنان احراز شده است، گردد. در مرحله دوم (یعنی حین و بعد از سفر) باید به صورت مداوم گردشگران و صاحبان کسب‌وکارها و اقدامات آنان مدیریت، نظارت و رصد شود و این اقدامات باید با هماهنگی و ارتباطات مناسب بین دست‌اندرکاران صورت گیرد و تمام این اقدامات باید در زیر چتر سیاست‌گذاری‌های صحیح و رعایت اصول بهداشتی انجام پذیرد. مدل پژوهش در شکل (۳) نشان داده شده است.



شکل ۳- مدل پژوهش؛ مدل گردشگری ایمن جهت تداوم فعالیت کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در شرایط حین بحران با تأکید بر توسعه درون‌زا استان کرمانشاه (منبع: یافته‌های پژوهش).

نتایج نشان داد که سیاست‌گذاری‌ها هر چند که از نظر رعایت اصول بهداشتی به درستی تدوین و تصویب شده بودند اما سیاست‌گذاران با دید کوتاه‌مدت، کنترل شیوع ویروس را تدوین و تصویب نموده بودند و اعمال سیاست‌گذاری‌های سخت‌گیرانه صرفاً به زمان اوج شیوع کرونا و در اوج موج‌ها محدود گشته است و متأسفانه پس از تغییر در شرایط و بهبودی اولیه، محدودیت‌های کرونایی و نظارت‌ها به یک‌باره رها شده و زمینه را برای ایجاد موجی قوی‌تر فراهم نموده است. به عبارتی، در کنترل شیوع ویروس کرونا به زمان‌شناسی توجه خاصی نشده است و مسئولان در هر موج، زمانی به فکر ارائه راهکار و اجرای قوانین سخت و پرداختند که موج شیوع گسترده اتفاق افتاده بود؛ درحالی‌که باید قبل از رسیدن به هر موج تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های مناسب تدوین گردد. همچنین مسئله دیگری که در نقد سیاست‌گذاری‌های دولت در دوران کرونا می‌توان به آن اشاره داشت، شیوه اجرای قوانین

کرونایی از سمت دولت می‌باشد. درحالی‌که به دلیل شیوع گسترده این ویروس، مسئولان کشوری مدام "در خانه ماندن" و "رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی" را به مردم توصیه می‌کنند، اما سیاست‌های در نظر گرفته شده، جریان را به سمتی پیش می‌برد که ناخودآگاه مردم را ناچار به عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی کرده است. به‌عنوان مثال "فروش مرغ با تعرفه دولتی" و "تسهیلات بانکی حمایتی ویژه یارانه بگیران" باعث ازدحام جمعیت شده و زمینه برای شیوع موجی قوی‌تر فراهم می‌کند. لذا عدم وجود دیدگاه سیستمی در زمینه کنترل شیوع ویروس کرونا آسیب فراوانی را به سایر سیستم‌ها بخصوص سیستم اقتصاد و به‌طور ویژه کسب‌وکارهای حوزه گردشگری وارد کرده و این امر می‌تواند تأثیر منفی بر روند توسعه استان کرمانشاه داشته باشد. در مدل ارائه شده در این پژوهش، تأکید اساسی بر ساماندهی کسب‌وکارهای گردشگری در شرایط بحران کرونا در استان کرمانشاه بود که تمرکز اصلی آن، بر داشتن نگاه سیستمی بین ابعاد مختلف اقتصادی، نظارتی، زیرساختی و ارتباطی در سایه قانون‌گذاری‌های درست و به‌موقع از طرف دولت و با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی می‌باشد. این مدل در دو مرحله کلی اقدامات قبل از سفر و اقدامات حین و بعد از سفر ارائه شده است. در هر دو مرحله همواره باید بر رعایت اصول و پروتکل‌های بهداشتی و داشتن نگاه سیستمی در تدوین سیاست‌ها تأکید گردد.

نتایج پژوهش نشان داد مصاحبه‌شوندگان به بهبود وضعیت اقتصادی جامعه (گردشگران و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری) به‌عنوان راهکاری برای تداوم کسب‌وکارها اشاره داشتند؛ به‌طوری‌که بر این امر به‌عنوان پیش‌نیاز اساسی برای بهبود کسب‌وکارها تأکید شد. مصاحبه‌شوندگان بیان نمودند که باید علاوه بر بهبود وضعیت اقتصادی جامعه، وضعیت اقتصادی صاحبان مراکز گردشگری از طریق حمایت‌های دولتی مانند ارائه یارانه و وام‌های بحران بدون سود و با بازپرداخت بلندمدت در دوران پسا کرونا به حالت تعادل خود برگردد. یافته‌های این بخش از پژوهش با یافته‌های هیراماتسو و مارشال (۲۰۱۸)؛ داهلس و سوسیلوواتی (۲۰۱۵) و خسروی و همکاران (۱۳۹۹) هم‌راستا می‌باشد. طبق نتایج حاصل از پژوهش، پس از آنکه وضعیت اقتصادی صاحبان مراکز به حالت تعادل خود نزدیک شد، باید زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌هایی که موجب سازگاری صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری در شرایط بحران می‌شود؛ فراهم گردد. یافته‌های این بخش از پژوهش با یافته‌های گریتزل (۲۰۲۰) هم‌راستا می‌باشد. به‌عبارت‌دیگر، باید از طریق سیاست‌گذاری‌های مناسب دولت و رعایت اصول بهداشتی، به جذب گردشگر اقدام گردد.

یافته‌ها حاکی از آن بود پس از بهبود وضعیت اقتصادی و فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم جهت جذب گردشگران، باید بازاریابی مجازی مناسب تحت نظارت وزارت بهداشت و در راستای گردشگری ایمن و در بستر فناوری اطلاعات صورت گیرد. در این زمینه باید گفت مسلماً پس از وقوع هر بحرانی بخصوص اگر آن بحران موجب بروز اختلال در سلامتی انسان‌ها شده باشد، اعتماد مردم به‌طور فزاینده‌ای کاهش می‌یابد؛ به‌طوری‌که حتی پس

از اتمام بحران و بهبود شرایط، ترس و واکنش‌های که در دل مردم وجود دارد موجب می‌شود تا مدت‌ها به مراکز مختلف گردشگری اعتمادی نداشته باشند. بر این اساس، لازم است سامانه‌ها و اپلیکیشن‌هایی طراحی گردد و مراکز گردشگری که دارای مجوز رسمی فعالیت از سوی اداره کل گردشگری و وزارت بهداشت هستند به گردشگران معرفی شود. همچنین لازم است از طریق به تصویر کشیدن نحوه رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط مراکز دارای مجوز با استفاده از کلیپ‌ها و نشریه‌های دیجیتالی، زمینه اعتماد گردشگران فراهم آید تا از این طریق، دستیابی به گردشگری ایمن برای همگان فراهم شود.

همچنین طبق نتایج حاصل از این مطالعه، در سامانه طراحی شده، باید همواره به مدیریت و نظارت مستمر اهمیت داده شود و این امر در کانون توجه قرار گیرد. چراکه این پژوهشگران در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که صاحبان کسب‌وکارها پس از پاسخ‌های موقتی و واکنشی کوتاه‌مدت، باید از طریق تقویت زیرساخت‌های سازگار با بحران، نظیر زیرساخت‌های فیزیکی، اطلاعاتی، نظارتی و بازاریابی، توانایی مشاغل را برای آمادگی و مقابله با این بلایا ارتقاء دهند. در پژوهش حاضر نیز نتایج نشان داد باید در حین سفر اقدامات مدیریتی - نظارتی نیز انجام گیرد و فقط گردشگرانی در مراکز گردشگری پذیرفته شوند که ابتدا سلامتی آنان بصورت آنلاین و سپس بصورت حضوری در مراکز معتمد اداره کل گردشگری و وزارت بهداشت تأیید شود و سپس اقدام به رزرو آنان در مراکز ایمن و با نظارت و حمایت‌های بهداشتی مستمر همراه با رعایت پروتکل‌های بهداشتی شود. البته نکته مهم در این زمینه، وجود هماهنگی و ارتباط قوی بین ارگان‌های ذی‌ربط است. باید تمام ارگان‌ها برای دستیابی به توسعه و گذر از این شرایط بحرانی، هم سو باشند. چراکه این بحران نیازمند وجود تلاش همگانی می‌باشد. به‌عنوان مثال همه ارگان‌ها مانند اداره گردشگری، پلیس راهور، اداره بهداشت و... باید به اطلاعات گردشگران که در سامانه ثبت شده است دسترسی داشته باشند و پلیس راهور فقط برای افراد سالم مجوز تردد صادر نماید. در واقع لازم است با هماهنگی بین مراکز و دستگاه‌های ذی‌ربط، به‌طور مداوم بر فعالیت گردشگران و مراکز گردشگری نظارت شود. این فرایند حتی در دوران پس از سفر و تا حداقل یک هفته پس از سفر ادامه یابد و افراد در محل سکونت خود به مدت چند روز تست مداوم از آنان گرفته شود تا از عدم ناقل بودن آنان اطمینان حاصل گردد.

۴- جمع‌بندی

این پژوهش ضمن انتقاد از سیاست‌گذاری‌های تک‌بعدی اعمال شده، تلاش دارد تا از طریق سیاست‌گذاری صحیح و نگاه سیستمی، با رعایت اصول و پروتکل‌های بهداشتی و با نظارت و هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط و از همه مهم‌تر به‌کارگیری فناوری‌های سازگار با گردشگری در بحران‌های بهداشتی بخصوص بحران کووید-۱۹، فرآیند گردشگری استان کرمانشاه را ساماندهی و ایمن‌سازی کند و مدل کسب‌وکار آنان را با شرایط کرونایی بازطراحی و سازگار نماید تا از این طریق، ضمن تداوم فعالیت مراکز گردشگری استان در شرایط بحران، زمینه معرفی و

به‌مراتب تقویت برند گردشگری استان محیا گردد و سهم بازار استان در جذب و پذیرش ایمن گردشگر در بین رقیب‌های ملی و بین‌المللی در شرایط حین و پس از کرونا افزایش یابد. مسلماً کرونا یک سری آثار و تبعات فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... به دنبال دارد و از نظر فرهنگی می‌تواند ارگان‌های ذی‌ربط را در سطح ملی و استانی در برابر دشمن مشترکی که کرونا نام دارد به وحدت برساند و از طریق ارائه راهکارهای منطقی و با داشتن نگاه سیستمی بر همه ابعاد جامعه، زمینه رشد و توسعه درون‌زای استان کرمانشاه را فراهم آورد؛ تا از این طریق بتواند از تهدید پیش‌آمده به‌عنوان فرصتی در جهت بهبود مشاغل مختلف در زمینه گردشگری به‌طور اخص و درآمدزایی در استان به‌طور اعم استفاده نماید. لذا پیشنهاد می‌شود برای دستیابی به این مهم، (۱) تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها به‌موقع و در چارچوب هماهنگی و ارتباط بین ارگان‌های ذی‌ربط انجام گیرد؛ (۲) هنگام تدوین سیاست‌ها، نگاه سیستمی و چندبعدی رعایت گردد و به‌گونه‌ای نباشد که تدوین یک سیاست جدید اجرای سیاست تدوین‌شده قبلی را نقض نماید؛ (۳) قوانین نظارتی و مدیریتی تا زمان بهبود کامل تداوم داشته باشد.

کتابنامه

- اداره کل گردشگری، صنایع‌دستی و میراث فرهنگی استان کرمانشاه؛ ۱۳۹۹. آمار تعداد آثار باستانی ثبت شده در استان کرمانشاه. قابل دسترس در سایت: <https://kermanshah.mcth.ir>
- خبرگزاری تسنیم؛ ۱۴۰۰. روند بستری روزانه بیماران در کل کشور به‌ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت. قابل دسترس در سایت: <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/01/24/2483776/>
- خسروی، سالار؛ نجفی، امیر؛ مرجانی، محمدرضا؛ محمدی، نبی‌اله؛ ۱۳۹۹. بررسی رابطه بین مؤلفه‌های تاب‌آوری سازمانی با موفقیت و تداوم کسب‌وکار بانک‌ها. *مجله مدیریت توسعه و تحول*. شماره ۴۰، ۲۵-۳۲.
- سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه؛ ۱۳۹۹. *سالنامه‌های آماری استان کرمانشاه*. قابل دسترس در سایت: <https://www.amar.mpo-ksh.ir>

- Barney G, Holton j., 2004. Remodeling Grounded Theory. *Forum: Qualitative Social Research* 5(2): 1-22
- Baum T, Hai NTT., 2020. Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 32(7): 2397-2407.
- Bhaskara GI, Viachaslau F., 2021. The COVID-19 pandemic and organisational learning for disaster planning and management: A perspective of tourism businesses from a destination prone to consecutive disaster. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 1(46): 364-375.
- Breier A, Kallmuenzer A, Clauss T, Gast J, Kraus S, Tiberius V., 2021. The role of business model innovation in the hospitality industry during the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management* 92(1): 102723.
- Corbin J, Strauss A., 1990. Ground theory research procedures, canons and evaluative criteria. *Qual. Sociol* 13 (1): 3-21^۹

- Corbin J, Strauss A., 2008. Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory (3rd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dahles H, Susilowati TP., 2015. Business resilience in times of growth and crisis. *Annals of Tourism Research* 51: 34–50.
- Fuchs C., 2020. Everyday life and everyday communication in coronavirus capitalism TripleC: communication, capitalism & critique. *J Glob Sustain Inf Soc* 18(1): 375–399.
- Glaser BG, Strauss AL., 1967. *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publications Company, New York.
- Goodwin H., 2020. Latest developments in responsible tourism. *Responsible Tourism Partnership*. <https://responsibletourismpartnership.org/2020/04/12/latest-developments-in-responsible-tourism-04-2020/>.
- Gossling S, Scott D, Hall CM., 2020. Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism* 29(1): 1–20.
- Gretzel U, Fuchs M, Baggio R, Hoepken W, Law R, Neidhardt J, Pesonen J, Zanker M, Xiang Z., 2020. e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism* 22: 187-203.
- Hall CM, Scott D, Gossling S., 2020. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism geographies* 22(3): 577-598.
- Hiramatsu T, Marshall M., 2018. The Long-Term Impact of Disaster Loans: The Case of Small Businesses after Hurricane Katrina. *Sustainability* 10(7): 2364.
- Ioannides D, Gyimóthy S., 2020. The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path. *Tourism Geographies* 22(3): 1–9.
- Janssen M, van der Voort H., 2020. Agile and adaptive governance in crisis response: Lessons from the COVID-19 pandemic. *International Journal of Information Management* 55: 102180.
- Jovanovic M, Mas A, Mesquida A, Lalic B., 2017. Transition of organizational roles in Agile Transformation Process: A Grounded Theory approach. *Journal of Systems & Software* 133(1): 174-194.
- Khalid U, Okafo LE, Burzynska K., 2021. Does the size of the tourism sector influence the economic policy response to the COVID-19 pandemic?, *Journal of Tourism* 15(24): 1-20
- Kimmelman C. 2020. The great empty: *New York Times*. <https://www.nytimes.com/interactive/2020/03/23/world/coronavirus-great-empty.html>.
- Kirk CP, Rifkin LS. 2020. I'll Trade You Diamonds for Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in the COVID-19 Pandemic. *Journal of Business Research* 117: 124–131.
- Liew VKS., 2020. The effect of novel coronavirus pandemic on tourism share prices. *Journal of Tourism Futures* 1(1): 1-6.
- Liu Y, Lee JM, Lee C., 2020. The challenges and opportunities of a global health crisis: the management and business implications of COVID-19 from an Asian perspective. *Asian Bus Manage* 19: 277–297.
- Mehroliya S, Alagarsamy S, Solaikutty VM., 2020. Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression. *International Journal of Consumer Studies* 45: 396-408.
- Milano C, Cheer JM, Novelli M. 2019. *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*, CABI: 1-263.
- Pan T, Shu F, Kitterlin-Lynch M, Beckman E., 2021. Perceptions of cruise travel during the COVID-19 pandemic: Market recovery strategies for cruise businesses in North America. *Tourism Management* 85: 104275.

- Parnell D, Widdop P, Bond A, Wilson R., 2020. Covid-19, Networks and Sport. *Managing Sport and Leisure in Press*: 1-7
- Priest h., 2002. An approach to the phenomenological analysis of data. *News researchers* 10(2): 50-63.
- Qiu RTR, Park J, Li S, Song H., 2020. Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research* 84: 102994.
- Ratten V., 2020. Coronavirus (covid-19) and entrepreneurship: changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship* 32(5): 503-516.
- Roser M, Ritchie H, Ortiz-Ospina E, Hasell J., 2020. Coronavirus Pandemic (COVID-19). Published online at Our World In Data.org. Retrieved from: '[https:// ourworldindata.org/ coronavirus](https://ourworldindata.org/coronavirus)'.
- Sharma GD, Mahendru M., 2020. Lives or livelihood: Insights from locked-down India due to COVID19. *Social Sciences & Humanities Open* 2(1): 100036.
- Sharma GD, Thomas A, Paul J., 2021. Reviving tourism industry post-COVID-19: A resilience-based framework. *Tourism Management Perspectives* 37(1): 100786
- UNWTO., 2020a. COVID-19: Putting people first. UNWTO. Available on: [https:// www. unwto. org/ tourism-covid-19](https://www.unwto.org/tourism-covid-19).
- UNWTO., 2020b. International tourism numbers could fall 60–80% in 2020. [Press Release –7 May 2020]. Retrieved July 22, 2020, Available on: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>.
- Williams CC., 2020. Impacts of the coronavirus pandemic on Europe's tourism industry: Addressing tourism enterprises and workers in the undeclared economy. *International Journal of Tourism Research* 23(1): 79-88.
- World Health Organisation (WHO). ,2020. Coronavirus Disease (COVID-19) outbreak. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>.
- Xu S, Li Y., 2020. Beware of the second wave of COVID-19. *The Lancet* 395(1): 1321-1322.