

سنجش تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در برابر بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ مطالعه موردی: سکونتگاه‌های ساحلی شهرستان بابلسر

ناصر علیقلی‌زاده فیروزجایی^۱ - استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۰۸

چکیده

شناخت و تبیین عوامل موثر بر تاب‌آوری مالکان کسب‌وکارهای گردشگری جهت مدیریت و برنامه‌ریزی بهینه برای تقویت ظرفیت انطباقی فعالیت‌ها در برابر تغییرات ناگهانی ضروری می‌باشد. هدف از این تحقیق شناخت و تبیین میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری در برابر بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ در نواحی ساحلی شهرستان بابلسر است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی مبتنی بر پیمایش می‌باشد. داده‌های تحقیق از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه صاحبان کسب‌وکارهای مختلف مرتبط با بخش گردشگری در شهر بابلسر و روستاهای ساحلی این شهرستان می‌باشد. با توجه به گستردگی جامعه آماری و بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، تعداد ۲۰۰ نفر صاحبان کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری به‌عنوان حجم نمونه به روش تصادفی ساده مورد انتخاب قرار گرفته‌اند. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای، تی مستقل، رگرسیون و تحلیل مسیر مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که به‌طورکلی میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری در شهر بابلسر و روستاهای ساحلی این شهرستان بالاتر از حد متوسط و میانگین عددی مفروض می‌باشد. همچنین نتایج بیانگر آن است در بین عوامل موثر بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارها در مقابل شیوع بحران کرونا، عوامل اقتصادی تأثیر مستقیم معنادار و میزان وابستگی اقتصادی به بخش گردشگری؛ تأثیر معکوس معناداری بر آن داشته است. اما تأثیر میزان حمایت دولت از کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری بر سطح تاب‌آوری آن‌ها در برابر این بحران معنادار نبوده است.

واژگان کلیدی: تاب‌آوری، کسب‌وکار، گردشگری، کووید ۱۹، روستاهای ساحلی، شهر بابلسر.

مقدمه

فعالیت گردشگری تحت سطح بالایی از عدم اطمینان و ریسک وارده توسط بحران فعالیت می‌کند هنگامی که بحرانی رخ می‌دهد مقصد گردشگری، گردشگران و جامعه محلی همه تحت تأثیر قرار می‌گیرند. این بحران‌ها می‌توانند جریان گردشگری را نه فقط از یک مقصد خاص بلکه از مناطق و کشورهای همسایه نیز خارج کنند (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳). بحران گردشگری در حقیقت هرگونه رخدادی است که موجب آسیب به عملکرد طبیعی مقصد شده و انجام کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری را مختل نموده و تهدیدی بر ایمنی گردشگران است (یاوری گوهر و منصوری مؤید، ۱۳۹۶: ۲۹). همچنین از سوی محققان، آسیب به اعتبار مقصد گردشگری از جهت ایمنی، جذابیت و آسایش با توجه با تأثیر منفی بر درک بازدیدکنندگان از آن مقصد و کاهش ورودی گردشگران و هزینه‌های مربوط به آنان و به نوبه خود رکود در اقتصاد گردشگری و قطع تداوم عملیات کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش؛ به عنوان پیامدهای بحران گردشگری در نظر گرفته می‌شود (تقوایی و مؤید فر، ۱۳۹۴: ۱۲۷). در این خصوص مک کرچر و هاویی^۱ (۲۰۰۴) اشاره می‌کنند که بحران‌ها اجتناب‌ناپذیرند و در واقع وقایع اتفاقی و موردی هستند که کسب‌وکارهای جاری صنعت گردشگری را می‌توانند مختل کنند (یاوری گوهر و منصوری مؤید، ۱۳۹۶: ۲۹).

مطالعات نشان می‌دهد که هنوز بخش گردشگری به خاطر ماهیت جهانی بودن آن و اتکا به سلامتی و امنیت، در برابر رویدادها و شوک‌های بیرونی، به شدت آسیب‌پذیر است و کسب‌وکارهای مرتبط با آن نیز آمادگی خیلی خوبی برای مدیریت این بحران و بلایا ندارند (وانگ و ریتچای، ۲۰۱۲ و ریتچای، ۲۰۰۴) و همین امر با توجه به محیط نامطمئن و متلاطم جهان امروزی، موجب تأثیر منفی عمیق بر عملکرد کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری خواهد شد (چوهاری و همکاران، ۲۰۱۸) همچنین با توجه به این که کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش معمولاً کوچک تا متوسط مقیاس هستند نسبت به تلاطم محیطی و شوک‌ها به خاطر منابع و قابلیت‌های ضعیف و ناکافی، آسیب‌پذیرتر هستند و این نوع کسب و کارها غالباً تمرکزشان در جهت فائق آمدن بر وظایف عملیاتی کوتاه‌مدت می‌باشد و معمولاً آمادگی لازم جهت پرداخت هزینه برای بحران‌های پیش‌بینی نشده را ندارند (جیانگ و همکاران، ۲۰۱۹). از این رو مفهوم تاب‌آوری به عنوان یک موضوع مهم و کلیدی در بخش گردشگری مطرح شده است بدین منظور که سیستم گردشگری و مؤلفه‌های آن بتوانند در مقابل بحران و بلایا، تاب‌آوری بالایی داشته باشند (چوهاری و همکاران، ۲۰۱۸). در این خصوص مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری بر پایه مفهوم و رویکرد تاب‌آوری در جهت واکنش و عکس‌العمل مطلوب کسب‌وکارهای گردشگری به تغییرات سریع و شوک‌های ایجاد شده به این بخش در راستای توسعه اقتصادی، ضروری و مهم است (داهلس و سوسیلوواتی، ۲۰۱۵). در این رابطه حتی برخی از محققان برنامه‌ریزی بر پایه تاب‌آوری را به عنوان یک آلترناتیو برای توسعه پایدار گردشگری در نظر می‌گیرند و در این خصوص دیدگاه‌های جدیدی در مورد توسعه اجتماعات و سازگاری و تطبیق با عوامل اجتماعی و اکولوژیکی در برابر جهان به شدت در حال تغییر مطرح شده است (لیو، ۲۰۱۳).

همچنین با توجه به این که گردشگری در برخی از کشورها به عنوان یک بخش اقتصادی مهم و مسلط بوده و برخی

- 1 . McKercher and Hui
- 2 . Wang and Ritchie
- 3 . Chowdhury et al
- 4 . Jiang et al
- 5 . Dahles and Susilowati
- 6 . Lew

از مقاصد نیز برای رشد و بقاء تنها به این بخش وابسته هستند. اتکا به این بخش، فشار بسیاری بر مدیران و برنامه ریزان گردشگری در جهت حفاظت از کسب‌وکار و جامعه گردشگری در برابر بحران و بلایا وارد کرده و موجب ارائه طرح‌های راهبردی برای برخورد با پیامدهای احتمالی آن شده است. بنابراین در یک فعالیت اقتصادی مهم و روبه رشد مانند گردشگری درک و شناخت ابعاد حادثه و بحران و بررسی راهبردهای متوقف یا محدود ساختن پیامدهای آن ضروری است (ریتچای، ۱۳۹۶: ۲۴). در این خصوص تاب‌آوری کسب‌وکارها و برنامه‌ریزی تاب‌آوری رهیافتی موثر برای تحقق توسعه اجتماعات گردشگری پذیر و کاهش احتمال ناپایداری ناشی از رخداد شرایط مختل‌کننده در روند عادی این کسب‌وکارها است. رایج‌ترین چشم‌انداز تاب‌آوری در گردشگری بر بازبانی 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 کسب‌وکارهای گردشگری است. در واقع ممکن است تاب‌آوری گردشگری بر تغییر متغیرهای اجتماعی، محیطی و اقتصادی سازنده، گردشگری به‌طور یکپارچه توجه نماید اما هدف نهایی از توجه به آن، ایجاد تاب‌آوری و کسب‌وکارهای مرتبط با این متغیرها در برابر رخدادهای شکننده بیرونی است (صادقو و همکاران، ۱۳۹۶: ۵). درک کامل از عوامل و مکانیسم‌های اثرگذار بر تاب‌آوری درک شده مالکان کسب‌وکار در مقاصد گردشگری، نه تنها در بهبود وضعیت کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری ضروری است بلکه برای تقویت ظرفیت انطباقی مالکان این فعالیت‌ها برای مدیریت در برابر بحران و تغییرات ناگهانی ضروری می‌باشد (گائو و همکاران، ۲۰۱۸).

دنیا تاکنون تعداد زیادی از بحران از جمله اپیدمی و پاندمی بسیاری را تجربه کرده است که هیچ‌کدام از آن‌ها به‌اندازه بحران شیوع کووید ۱۹ تأثیر منفی بر اقتصاد جهانی از جمله گردشگری نداشته‌اند (بای و همکاران، ۲۰۲۰). به‌طوری‌که محدودیت‌های مسافرت‌های محلی، ناحیه‌ای و بین‌المللی در دنیا در نتیجه بحران شیوع ویروس کووید ۱۹، بر اقتصاد ملی از جمله سیستم گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش نظیر بخش حمل‌ونقل هوایی، حمل‌ونقل دریایی، حمل‌ونقل عمومی، اقامتگاه‌ها، واحدهای پذیرایی و فستیوال‌ها و مانند آن تأثیر منفی گذاشته است (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ در کشور ایران که از اواخر بهمن ۱۳۹۸ شروع شده و همچنان نیز ادامه دارد تاکنون موجب اثرات منفی بر اقتصاد گردشگری از جمله کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش شده است. در این رابطه شهر ساحلی بابلسر و نیز روستاهای نزدیک به خط ساحلی این شهرستان به‌عنوان یکی از مصادیق این بحث می‌باشد. در چند دهه اخیر؛ توسعه گردشگری موجب شکل‌گیری کسب‌وکارهای زیادی در این نواحی شده و درآمد و اشتغال بسیاری از ساکنین نیز به آن وابسته شده است اما امروزه با شیوع بحران کووید ۱۹، عملکرد این نوع کسب‌وکارها در این نواحی به‌گونه‌ای تحت تأثیر قرار گرفته؛ به‌طوری‌که کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش نظیر بخش‌های خدمات اقامتی و پذیرایی، حمل‌ونقل، خدمات تفریحی، تجاری و مانند آن در نتیجه کاهش تعداد گردشگران و تعطیلی موقت این نوع کسب‌وکارها از سوی دولت در جهت کنترل این بحران، دچار مخاطره شده است. از این‌رو جهت کاهش مخاطرات و چالش‌های پیش رو، بحث تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در مقابل این بحران در ناحیه مورد مطالعه به‌عنوان یک مسئله بسیار مهم و کلیدی می‌باشد بنابراین شناخت و تبیین سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در ناحیه مورد مطالعه و هر یک از عوامل موثر بر آن، در جهت سازگاری آن‌ها با این بحران و نیز برگشت کسب‌وکارها به حالت اولیه و بهبود آن‌ها از اهمیت و ضرورت بسیاری برخوردار است. در این خصوص مسئولان و مجریان بر اساس

1 . Guo

2 . Bai

3 . Gossling

یافته‌های این پژوهش می‌توانند سیاست‌ها، راهکارها و قوانین و مقررات مناسبی را در جهت ارتقای سطح تاب‌آوری در برابر این بحران وضع و اجرا کنند. بنابراین با توجه به اهمیت و ضرورت این بحث، این پژوهش تلاش دارد تا به سؤال ذیل پاسخ دهد:

-میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در ناحیه مورد مطالعه در برابر بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ در چه سطحی است و تحت تأثیر چه عواملی قرار دارد؟

مبانی نظری

گردشگری و بحران شیوع کووید ۱۹

از گذشته تاکنون گردشگری به‌عنوان یک بخش بسیار آسیب‌پذیر با بحران‌ها و ریسک‌های اقتصادی-اجتماعی، سیاسی و محیطی متعددی روبرو شده است و البته گردشگری در مقابل این بحران‌ها نظیر تروریسم، زمین‌لرزه، بیماری‌های ابولا، بیماری سندرم حاد تنفسی (سارس) و غیره تاب‌آوری داشته است و دوباره به حالت اولیه برگشته است. اما ماهیت، جنبه‌های بی‌سابقه و بی‌نظیر و اثرات بیماری کووید ۱۹ علائم و نشانه‌های متفاوتی را با بحران‌های فوق نشان می‌دهد. در واقع این بیماری می‌تواند تغییرات ساختاری طولانی‌مدتی و عمیقی را بر گردشگری به‌عنوان یک فعالیت اجتماعی و اقتصادی داشته باشد و در مقیاس جهانی، این اثرات چندبعدی در هم‌تنیده شده، سیستم‌ها و ارزش‌های موجود را مورد چالش قرار داده و رکود و کساد اقتصادی به‌عنوان مهم‌ترین شاخص این پاندمی می‌باشد (سیگالا، ۲۰۲۰). اثرات بیماری کووید ۱۹ در زمان و فضا متفاوت خواهد بود در سطح بین‌المللی، بر اساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری، تخمین‌ها نشان می‌دهد گردشگران بین‌المللی ورودی تا ۷۸ درصد کاهش می‌یابد که این امر منجر به از دست رفتن ۱/۲ تریلیون دلار درآمد صادراتی و ۱۲۰ میلیون شغل مستقیم از بخش گردشگری خواهد شد (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۲۰). همچنین آمارها نشان می‌دهد که نزدیک به ۹۰ درصد جمعیت جهان در کشورها در همان سطح از محدودیت مسافرت بین‌المللی بوده‌اند و خیلی از این کشورها درجاتی از محدودیت را در مسافرت‌های داخلی از جمله مسافرت هوایی محدود و اقامت در خانه داشته‌اند. در بخش اقامتگاه‌ها، در مارس ۲۰۲۰ نسبت به همین ماه در سال قبل، ۵۰ درصد یا بیشتر ضریب اشغال تخت کاهش داشته است (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۲۰). به‌طوری‌که کشور چین، نیز شاهد کاهش ۷۱ درصدی ضریب اشغال تخت نسبت به سال قبل در ماه ژانویه بوده است (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین در سطح ملی به‌طور نمونه، سازمان گردشگری نروژ گزارشی از داده‌های ارزیابی شده طولی (به‌صورت هفتگی) را ارائه کرد که نشان می‌دهد تا ۲۶ مارس ۲۰۲۰، ۹۰ درصد از واحدهای کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری، نیروی کارشان را به‌طور موقت اخراج کردند. به‌طوری‌که ۷۸ درصد از این واحدها حداقل ۷۵ درصد از نیروی کارشان را کاهش دادند. در این خصوص هتل‌ها، مراکز تفریحی و جاذبه‌ها بیشترین کاهش نیروی کار را داشته‌اند. نتایج مطالعات از کشور نروژ حاکی از آن است که بخش گردشگری در مقایسه با دیگر فعالیت‌های اقتصادی بیشترین آسیب را دیده است (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۲۰). بر این اساس شیوع این نوع ویروس، فعالیت‌ها و کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری را به‌طور جدی به مخاطره انداخته است. به‌طوری‌که علی‌رغم توسعه سلامتی عمومی و پزشکی، تهدید این پاندمی هنوز در حال افزایش است که یکی از دلایل اصلی آن فرایند جهانی‌شدن و تغییرات جهانی است که مسافرت و

1 . Sigala

2 . Yang

گردشگری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی آن می‌باشد. ظرفیت و تاب‌آوری یک مقصد برای پاسخ به این پاندمی بر اساس مراحل بحران، و درجاتی از یادگیری احتمالی مقاصد از پاندمی‌های قبلی و تجربیات بحران‌های دیگر بستگی دارد. اساساً در رویکرد سیستمی، واکنش مجموعه فعالیت‌های این صنعت و مقصد به این بحران در طولانی‌مدت، متأثر از کسب‌وکارها و مقاصد رقیب نیز می‌باشد (هال و همکاران، ۲۰۲۰).

تاب‌آوری در برابر بحران

مفهوم تاب‌آوری در سال ۱۹۷۳ ابتدا توسط هولینگ اکولوژیست مشهور کانادایی در رابطه با سیستم‌های اکولوژیکی مطرح گردید این واژه اغلب به مفهوم بازگشت به گذشته به کار می‌رود که از ریشه لاتین Resilio به معنای برگشت به عقب گرفته شده است. هولینگ معتقد است، تاب‌آوری تداوم روابط و پیوندهای درون یک سیستم را تعیین می‌کند و به نظر هولینگ تاب‌آوری و پایداری دو ویژگی مهم در سیستم اکولوژیکی هستند. آلن و بریانت در ۲۰۱۰، تاب‌آوری را به‌عنوان ظرفیت یک سیستم به‌منظور پاسخگویی به اختلال ایجادشده در آن تعریف کرده و تأکید می‌کنند که در سیستم‌های تاب‌آور، پس از اعمال تنش و اختلال ساختار و عملکرد سیستم تغییر نمی‌کند (نامجویان و همکاران، ۱۳۹۶، ۸۴). در رابطه با گردشگری، مفهوم تاب‌آوری تا حد زیادی بر مفهوم تاب‌آوری اقتصادی تمرکز داشته است تا به تاب‌آوری زیر ساختاری، فرهنگی و نهادی و همچنین اکثر تحقیقات در خصوص تاب‌آوری گردشگری بیشتر از این که به توسعه بحث ساختار تئوریک و مفهومی بپردازند عمدتاً بر مطالعات موردی تمرکز داشته‌اند (لیو، ۲۰۱۳).

بقاء و توسعه سازمان‌های فعال در محیط کسب‌وکار آشفته امروزی، تا حد زیادی به ظرفیت تاب‌آوری آن‌ها بستگی دارد. تاب‌آوری کسب‌وکارها به‌طور گسترده‌ای به ظرفیت سازمان برای خوب عمل کردن، صرف‌نظر از محیط اقتصادی یا محیط سازمانی مربوطه اشاره دارد. این تاب‌آوری می‌تواند از طریق اجرای راهبردهای مدیریت ریسک و یا با اتخاذ شیوه مدیریت نوآورانه رخ دهد که سازمان‌ها را برای مقابله با چالش‌های اجتناب‌ناپذیر آماده می‌کند (ورمزباری و ایمانی، ۱۳۹۶: ۱۸۶). فاکتورهای متعددی، بر میزان تاب‌آوری یک مقصد و کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری تأثیرگذار است. در این رابطه سرمایه اجتماعی و انسانی از عوامل موثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در برابر بحران می‌باشد. سرمایه انسانی به مهارت و ظرفیت‌های انسانی در کسب‌وکار اشاره دارد و از طریق سرمایه انسانی، کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری بر اساس نیازهای گردشگران منطبق خواهد شد. سرمایه انسانی از طریق سطح اعتماد گزارش شده مالکان و مدیران کسب‌وکارها در قابلیت‌هایشان (یا قابلیت کارکنان آن کسب‌وکار) اندازه‌گیری می‌شود که برای انطباق و مدیریت موفقیت‌آمیز در بحران و در نتیجه ارتقای تاب‌آوری کسب‌وکارها ضروری است (بیگز و همکاران، ۲۰۱۲).

سطح بالایی از سرمایه اجتماعی نیز می‌تواند سپری را برای کسب‌وکارهای گردشگری در برابر بحران فراهم کند (مک گهی و همکاران، ۲۰۱۰). در این خصوص سرمایه اجتماعی دید تئوریک باارزشی را برای ارزیابی عوامل و مکانیسم‌های تاب‌آوری اجتماع و کسب‌وکار در یک مقصد گردشگری فراهم می‌کند. درواقع سرمایه اجتماعی یکی از عوامل اصلی است که از طریق آن اجتماع خودش را با تغییرات ناشی از بحران سازگار می‌کند (والکر و همکاران، ۲۰۰۶). ایده اصلی سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی از افراد و کسب‌وکارها، هنجارهای مشترک، اعتماد و

1 . Biggs

2 . McGehee

3 . Walker

همکاری‌های متقابل کسب‌وکار می‌باشد که می‌تواند حمایتی را برای کسب‌وکارها در زمان دشوار و بحرانی ایفاء کند. بدین ترتیب سرمایه‌گذاری در ایجاد سرمایه اجتماعی، در تشویق و رشد کسب‌وکارها و ارتقای سطح تاب‌آوری جهت مقابله با بحران بسیار مهم و ضروری است (مک‌گهی و همکاران، ۲۰۱۰). همچنین نتایج مطالعات چوهاری و همکاران در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی باعث تقویت تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری به‌ویژه کسب‌وکارهای خرد خواهد شد. نتایج مطالعات آلدریچ‌در سال ۲۰۱۱ از کشور ژاپن بیانگر آن است که سرمایه اجتماعی به‌عنوان قوی‌ترین فاکتور در ارتقای سطح تاب‌آوری و بهبود بعد از بحران زمین‌لرزه کوبه در سال ۱۹۹۵ بوده است.

یکی از عوامل موثر بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری عوامل اقتصادی به‌ویژه شرایط مالی و دسترسی به منابع مالی و درآمد مالکان از کسب‌وکارها می‌باشد. در این خصوص دسترسی به منابع مالی و شرایط مالی مطمئن یکی از عوامل کلیدی در موفقیت و بقای کسب‌وکارها مرتبط با بخش گردشگری در برابر بحران و افزایش تاب‌آوری می‌باشد (بیگز و همکاران، ۲۰۱۲). نتایج مطالعات کیوسو و میشایل^۳ در سال ۲۰۰۷ بیانگر آن است که مالکان کسب‌وکارهای گردشگری در ویکتوریا، حق بیمه دائمی را به‌عنوان بهترین پاسخ برای بحران و افزایش تاب‌آوری می‌دانستند. همچنین حفظ تداوم فعالیت‌های کسب‌وکار و اشتغال و بهبود رشد موفقیت‌آمیز اقتصادی به فعالیت‌ها و سیاست‌های دولت در زمان بحران بستگی دارد (سیگالا، ۲۰۲۰). در این رابطه محققان معتقدند که دولت می‌تواند برنامه‌ها و اقدامات اداری، مالی و اقتصادی جدیدی را جهت کاهش اثرات منفی در زمان بحران و ارتقای سطح تاب‌آوری کسب‌وکار اجرا کند این امر می‌تواند شامل کاهش یا صرف‌نظر کردن از مالیات، فراهم کردن وام‌های با بهره کم، ارائه سوبسید یا یارانه به صاحبان کسب‌وکارها باشد (هیوانگ و مین^۴، ۲۰۰۲، بلیک و سینکلایر^۵، ۲۰۰۳، و گیو و وال^۶، ۲۰۰۶). از دیگر نقش‌های دولت در زمان بحران، ارائه اطلاعات به‌روز به ذی‌نفعان مختلف بخش گردشگری می‌باشد (کوپر^۷، ۲۰۰۵). کسب‌وکارهای گردشگری به‌ویژه کسب‌وکارهای خرد و عمدتاً در نواحی روستایی فراتر از عوامل اقتصادی و جنبه مالی و سود تحت تأثیر ملاحظات فرهنگی و ارزشی نیز قرار دارد. (بیگز و همکاران، ۲۰۱۲).

مطالعات نشان می‌دهد که وابستگی به بخش گردشگری به‌عنوان یکی از عوامل موثر بر تاب‌آوری صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش می‌باشد. به‌طوری‌که داهلس و سوسیلواتی^۸ در سال ۲۰۱۵ در مطالعه خود نتیجه گرفته‌اند که عدم وابستگی معیشت به یک منبع و تعریف مجموعه‌ای از راهبردهای معیشتی، مهم‌ترین رویکرد کسب‌وکارها برای بهبود تاب‌آوری به‌هنگام بحران بوده است. همچنین نتایج یافته‌های لاسو و داهلس از جزیره کومرودو اندونزی بیانگر آن است که وابستگی به بخش گردشگری به‌عنوان تنها منبع درآمدی برای ساکنین به‌طور معناداری باعث افزایش آسیب‌پذیری و کاهش سطح تاب‌آوری مردم محلی در مقابل بحران می‌شود (لاسو و داهلس، ۲۰۱۵).

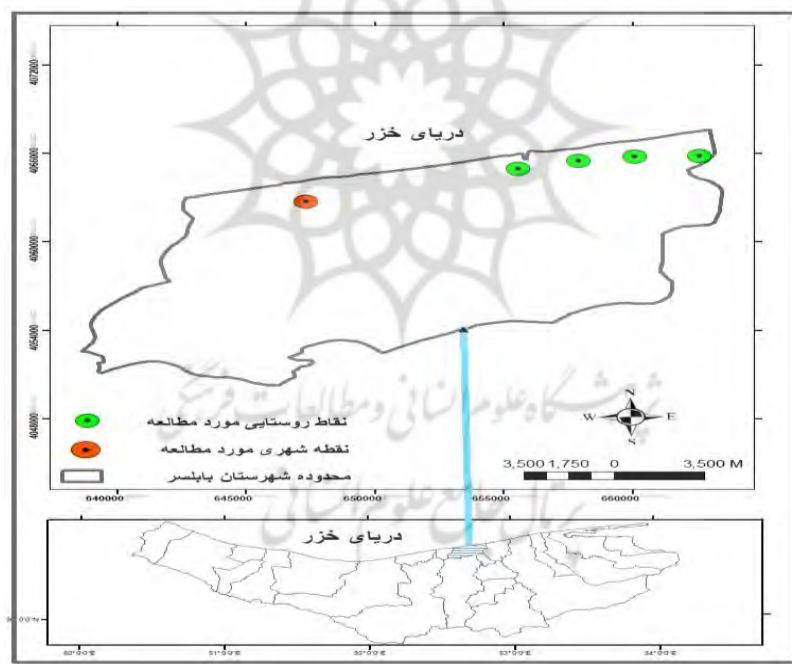
مطالعات بیگز از ذی‌نفعان گردشگری شمال استرالیا نشان می‌دهد که سابقه کسب‌وکارها و تجربه گردانندگان آن‌ها به‌عنوان فاکتورهای مهم و موثر در میزان تاب‌آوری بوده است. همچنین نتایج مطالعاتشان از آلپس جنوبی نیوزیلند بیانگر آن است که کسب‌وکارهای بزرگ‌تر، بازگردانندگان باتجربه‌تر و باتجربه‌ای از سابقه قبلی بحران به‌احتمال قوی دارای

- 1 . Aldrich
- 2 . Cioccio
- 3 . Michael
- 4 . Huang and Min
- 5 . Blake & Sinclair
- 6 . Gu & Wall
- 7 . Cooper
- 8 . Dahles and Susilowati
- 9 . Lasso

نوآوری و پذیرش و تطبیق با بحران آینده هستند (بیگز، ۲۰۱۱). در این زمینه مطالعات هال و ویلیامز در سال ۲۰۰۸ نشان می‌دهد که کسب‌وکارهایی که نوپا هستند و سابقه شکل‌گیری‌شان خیلی کم است معمولاً در ابتدای فعالیت با چالش‌هایی نظیر یافتن دسترسی به مشتری، هماهنگی، تعریف نقش‌ها، توسعه اعتماد و وفاداری در بین کارکنان و دسترسی به سرمایه و منابع مالی مواجه هستند و در نتیجه این نوع کسب‌وکارها از تاب‌آوری کمتری برخوردار هستند (هال و ویلیامز؛ ۲۰۰۸). همچنین نتایج مطالعات اورچيستون نشان می‌دهد که سابقه فعالیت کسب‌وکار همبستگی مثبت و معناداری را با برنامه‌ریزی برای بحران و کاهش تاب‌آوری دارد (اورچيستون، ۲۰۱۳).

محدوده مورد مطالعه

ناحیه مورد مطالعه شهر ساحلی بابلسر و روستاهای ساحلی این شهرستان که در کنار خط ساحلی قرار دارند می‌باشد. در این رابطه از بین نقاط روستایی این شهرستان، روستاهای کرفون، نفت چال، می‌رود و میرکلا به‌عنوان روستاهای ساحلی گردشگر پذیر جهت مطالعه در نظر گرفته شد. در نتیجه توسعه گردشگری در دهه‌های اخیر در منطقه ساحلی این شهرستان، کسب‌وکارهای زیادی نظیر کسب‌وکار اقامتی، تجاری، تفریحی، پذیرایی، حمل‌ونقل و مانند آن در کنار خط ساحلی این شهرستان شکل گرفته است که با شیوع بحران کووید ۱۹ که در سال ۱۳۹۸ شروع شده است و همچنان نیز ادامه دارد اختلال و آسیب زیادی بر انواع کسب‌وکارهای گردشگری در ناحیه مورد مطالعه گذاشته است.



شکل شماره ۱. موقعیت ناحیه مورد مطالعه

روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ ماهیت کاربردی و به لحاظ روش انجام توصیفی-تحلیلی مبتنی بر پیمایش است. ابزار گردآوری داده‌های هر یک از گویه‌ها از طریق پرسشنامه بوده است. متغیرهای مورد نیاز این پژوهش با استفاده از مطالعه

منابع علمی معتبر و مطالعه میدانی از ناحیه مورد مطالعه مورد انتخاب قرار گرفت. در این پژوهش، سؤالات مرتبط با متغیرهای پرسشنامه با استفاده از طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم تنظیم شده است. واحد تحلیل در این پژوهش صاحبان کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری در شهرستان بابلسر می‌باشد. کسب‌وکارهایی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌اند کسب‌وکارهایی هستند که تا حدی وابسته به بخش گردشگری می‌باشند و یا در نتیجه توسعه گردشگری شکل گرفته‌اند که شامل بخش‌های اقامتی- پذیرایی، تجاری، تفریحی و حمل‌ونقل می‌باشد. همچنین بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران، حجم نمونه تعداد ۲۰۰ نفر از صاحبان کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری تعیین شد داده‌های مورد نیاز پژوهش نیز از طریق پرسشنامه در فصل تابستان و پاییز ۱۳۹۹ در نواحی مورد مطالعه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده جمع‌آوری گردید.

در این پژوهش میزان تاب‌آوری به‌طور کلی عنوان متغیر وابسته و مؤلفه‌های سرمایه انسانی، مؤلفه‌های اقتصادی کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های مدیریتی و نهادی، وابستگی به بخش گردشگری، هویت‌های ارزشی به کسب‌وکار به‌عنوان متغیر مستقل تحقیق بوده است. برای سنجش اعتبار یا روایی سؤالات پرسشنامه از روش اعتبار صوری و برای سنجش میزان پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به طوری که برای اعتبار روایی پرسشنامه از نظرات اساتید و نخبگان مربوط استفاده شده است. برای سنجش پایایی گویه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج حاصله از ضریب پایایی بیانگر آن است که این ضرایب معنادار و در سطح مناسب و قابل قبولی می‌باشد (جدول ۱). جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف اسمیرنوف (k-S) استفاده شد و با توجه به این که سطح معناداری برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ بوده است این نتایج نشان‌دهنده نرمال بودن داده‌های مورد استفاده در این تحقیق است. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق آمار توصیفی و آمار استنباطی نظیر آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای، تی مستقل، روش رگرسیون و تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول شماره ۱. شاخص‌های پژوهش، منبع شاخص‌ها و سطح پایایی مؤلفه‌ها

نوع متغیر	مؤلفه	شاخص‌ها	منبع شاخص‌ها	آلفای کرونباخ
متغیر وابسته	میزان تاب‌آوری به‌طور کلی	-میزان توانایی جهت غلبه بر چالش‌های ایجاد شده برای کسب‌وکار در نتیجه بحران شیوع کووید ۱۹	گاتو و همکاران (۲۰۱۸) ورمزیاری و ایمانی (۱۳۹۶)	۰/۸۳۲
		-استفاده از روش‌های مناسب و بهتر برای بهبود کسب‌وکار در نتیجه چالش‌های ایجاد شده		
متغیرهای مستقل	سرمایه اجتماعی	-توانایی برگشت کسب‌وکارها به حالت اولیه	مک گهی و همکاران، ۲۰۱۰	۰/۸۱۹
		-واکنش و عکس‌العمل مناسب از شرایط ایجاد برای کسب‌وکار		
مؤلفه اقتصادی کسب‌وکار	میزان درآمد از کسب‌وکار	-میزان سازگاری کسب‌وکار با تغییرات ایجاد شده در نتیجه بحران شیوع کووید ۱۹	بیگز و همکاران (2012) داهلس و سوسیولاتی	۰/۸۳۵
		-تداوم فعالیت کسب‌وکار در طی بحران کووید ۱۹		
مؤلفه اقتصادی کسب‌وکار	شرایط منابع مالی و پس‌انداز در زمان بحرانی	-ارتباط خوب با مشتریان و ارباب‌رجوع	بیگز و همکاران (2012) داهلس و سوسیولاتی	۰/۸۳۵
		-ارتباط خوب با فامیل نزدیک خود		
مؤلفه اقتصادی کسب‌وکار	ظرفیت یا توانایی اقتصادی در جهت جبران خسارات و هزینه‌های وارده به کسب‌وکار	-میزان ارتباط با مسئولان محلی گردشگری	بیگز و همکاران (2012) داهلس و سوسیولاتی	۰/۸۳۵
		-میزان ارتباط با مالکان دیگر کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری		
مؤلفه اقتصادی کسب‌وکار	ظرفیت یا توانایی اقتصادی در جهت جبران خسارات و هزینه‌های وارده به کسب‌وکار	-میزان اعتماد به مسئولان دولتی و غیردولتی بخش گردشگری	بیگز و همکاران (2012) داهلس و سوسیولاتی	۰/۸۳۵
		-میزان اعتماد به مسئولان دولتی و غیردولتی بخش گردشگری		

عملکرد اقتصادی کلی کسب‌وکار بعد از شیوع کووید ۱۹	(2015) صادقلو و همکاران (۱۳۹۶)
سطح تحصیلات	بیگز (۲۰۱۱)،
سرمایه انسانی	سابقه فعالیت به‌طور کلی - میزان تجربه از بحران‌های قبلی در بخش گردشگری - میزان مهارت در این فعالیت
مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری	هال و ویلیامز (۲۰۰۸) اورچستون (۲۰۱۳) و صادقلو و همکاران (۱۳۹۶)
مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری	میزان وابستگی شغلی به بخش گردشگری - میزان وابستگی درآمدی به بخش گردشگری - میزان وابستگی معاش به بخش گردشگری
مؤلفه‌های مدیریتی و نهادی	میزان کمک‌های مالی دولت به‌صورت یارانه یا ارائه وام‌ها با بهره کم - میزان معافیت مالیاتی در زمان بحران - کمک‌های دولت در جهت آگاهی بخشی و ارائه اطلاعات لازم و بهره‌رزی به صاحبان کسب‌وکار. - مسئولیت‌پذیری مسئولان دولتی جهت حل مشکل در زمان بحران
هویت‌های ارزشی کسب‌وکار	عشق به کسب‌وکار لذت از کسب‌وکار
	میان، ۲۰۰۲، بلیک و سینکلایر، ۲۰۰۳، گیو و وال، ۲۰۰۶ و صادقلو و همکاران (۱۳۹۶)
	بیگز و همکاران (2012)

بحث و یافته‌ها

بررسی‌های توصیفی نشان می‌دهد که به لحاظ جنسیت، از مجموع پاسخ‌دهندگان شاغلان کسب‌وکار گردشگری ۹۰ درصد مرد، ۱۰ درصد زن بوده است. نتایج نوع کسب‌وکار مرتبط با بخش گردشگری جامعه نمونه نشان می‌دهد ۲۵ درصد کسب‌وکار مربوط به خدمات اقامتی، ۲۰ درصد کسب‌وکار مربوط به بخش تجاری، ۱۵ درصد فعالیت‌ها مرتبط با خدمات تفریحی در نوار ساحلی، ۳۵ درصد واحدهای پذیرایی، ۵ درصد در بخش حمل‌ونقل بوده‌اند. بررسی سنی جامعه نمونه بیانگر آن است که ۱۶ درصد در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۲۹ درصد در گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال، ۲۲ درصد در گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال، ۱۵ درصد در گروه سنی ۵۰ تا ۶۰ سال، ۱۵ درصد در گروه سنی ۶۰ سال به بالا قرار داشته‌اند. به لحاظ سطح تحصیلات از کل نمونه انتخاب‌شده، ۳۳ درصد کمتر از دیپلم، ۲۶ درصد دیپلم، ۷ درصد دارای فوق‌دیپلم، ۳۰ درصد دارای مدرک لیسانس ۴ درصد دارای مدرک فوق‌لیسانس و بالاتر بوده است. به لحاظ وضعیت تأهل، پاسخگویان نمونه عمدتاً متأهل بوده‌اند.

- سطح تاب‌آوری کسب‌وکارها

متغیر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری از طریق ۶ گویه موردسنجش قرار گرفت. در این خصوص نتایج نشان می‌دهد که به‌طور کلی میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری نمونه با میانگین عددی ۳/۲۰ در حد متوسط بوده است. در این رابطه نتایج آزمون تی تک نمونه ای بیانگر آن است که اختلاف این میانگین عددی در سطح آلفای کمتر از ۵ درصد با میانگین عددی مفروض (۳) به‌عنوان مطلوبیت عددی معنادار است. بر این اساس سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری با سطح آستانه اشباع فاصله دارد. همچنین از بین گویه‌های مربوط به متغیر تاب‌آوری، مهم‌ترین گویه مربوط به میزان سازگاری کسب‌وکار با تغییرات ایجادشده در نتیجه بحران شیوع کووید ۱۹ با میانگین عددی ۳/۲۵ و کم‌اهمیت‌ترین گویه مربوط به توانایی برگشت کسب‌وکارها به حالت اولیه با میانگین عددی ۳/۱۷ می‌باشد.

جدول شماره ۲. میانگین رتبه و نتایج آزمون تی تک نمونه ای برای هریک از گویه‌های مربوط به تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری

Test value=3						مؤلفه‌ها
میانگین رتبه	اختلاف میانگین	مقدار تی	سطح معناداری	حد پایین	حد بالا	
۳/۲۰	۰/۲۰	۲/۵۳	۰/۰۱۲	۰/۰۴۵۴	۰/۳۶۴۶	میزان توانایی جهت غلبه بر چالش‌های ایجادشده برای کسب‌وکار
۳/۲۱	۰/۲۱	۲/۶۶	۰/۰۰۸	۰/۰۵۴۶	۰/۳۶۵۴	استفاده از روش‌های مناسب برای بهبود کسب‌وکارها در نتیجه چالش ایجادشده
۳/۱۷	۰/۱۷	۲/۴۰	۰/۰۱۷	۰/۰۳۰۸	۰/۳۰۹۲	توانایی برگشت کسب‌وکارها به حالت اولیه
۳/۱۹	۰/۱۹	۲/۵۰	۰/۰۱۳	۰/۰۴۰۵	۰/۳۳۹۵	واکنش و عکس‌العمل مناسب از شرایط ایجادشده برای کسب‌وکار
۳/۲۵	۰/۲۵	۲/۶۳	۰/۰۰۹	۰/۰۶۳۱	۰/۴۳۶۹	میزان سازگاری کسب‌وکار با تغییرات ایجادشده در نتیجه بحران شیوع کووید ۱۹.
۳/۲۲	۰/۲۲	۲/۸۶	۰/۰۰۵	۰/۰۴۰۵	۰/۳۳۹۵	تداوم فعالیت کسب‌وکار در طی بحران کووید ۱۹.
۳/۲۰۸	۰/۲۰۸	۴/۳۴	۰/۰۰۰	۰/۱۱۳۷	۰/۳۰۳۰	میانگین تاب‌آوری (میانگین کلی)

کسب‌وکارهایی که در ارتباط با بخش گردشگری در ناحیه مورد مطالعه شکل گرفته‌اند به لحاظ میزان وابستگی به بخش گردشگری، نوع کسب‌وکارها و محل استقرار متفاوت می‌باشند. در این خصوص مطالعه از میزان تاب‌آوری در ارتباط با میزان وابستگی به بخش گردشگری نشان می‌دهد که بین متغیر میزان وابستگی به بخش گردشگری با متغیر تاب‌آوری رابطه معکوس وجود دارد. به طوری که ضریب همبستگی $-0/72$ در سطح آلفای کمتر از ۵ درصد این موضوع را مورد تأیید قرار می‌دهد. از طرف دیگر به لحاظ نوع کسب‌وکارها و میزان تاب‌آوری نیز رابطه معنادار بوده است به طوری که کسب‌وکارهای اقامتی و تفریحی که دارای بیشترین میزان وابستگی به بخش گردشگری (با میانگین $4/5$) بوده‌اند میزان تاب‌آوری پایین‌تری را نسبت به کسب‌وکارهای با وابستگی کمتر به گردشگری نظیر خدمات تجاری، پذیرایی و حمل‌ونقل داشته‌اند. همچنین سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری که در روستاها و شهر ساحلی بابلسر قرار داشته‌اند مورد بررسی مقایسه‌ای قرار گرفت نتایج بررسی از سطح تاب‌آوری کسب‌وکارها در نقاط روستایی و شهری تفاوت معناداری را نشان نمی‌دهد در این خصوص نتایج آزمون تی مستقل با آلفای بالاتر از ۵ درصد، عدم تفاوت معناداری را مورد تأیید قرار می‌دهد. گرچه برخی از مطالعات انجام‌شده و مشاهدات نشان می‌دهد که نواحی روستایی معمولاً به دلیل چندبعدی بودن اقتصاد روستایی یا تنوع اقتصادی؛ معمولاً سطح تاب‌آوری بالاتری در مقایسه با نقاط شهری در برابر بحران دارند اما توسعه انبوه گردشگری به‌ویژه در یک دهه اخیر در روستاهای مورد بررسی همراه با فقدان برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد؛ ابعاد دیگر اقتصاد روستا را مورد چالش قرار داده است به طوری که توسعه گردشگری موجب رکود فعالیت‌های اقتصادی محلی به‌ویژه بخش کشاورزی و رونق فعالیت‌های مرتبط با بخش گردشگری نظیر فعالیت‌های بخش خدماتی و ساختمانی شده است اما شیوع بحران کرونا از زمان شروع این پاندمی تاکنون؛ رکود فعالیت‌های مرتبط با این بخش را در پی داشته است و در ضمن وابستگی اقتصادی روستاهای ساحلی مورد مطالعه و شهر بابلسر به این نوع کسب‌وکارها، سطح تاب‌آوری آن‌ها را در برابر این بحران تحت تأثیر قرار داده است.

جدول شماره ۳. آزمون تی مستقل از تفاوت میانگین تاب‌آوری کسب‌وکار در نقاط روستایی و شهری

مناطق	میانگین رتبه	انحراف معیار	سطح معناداری	مقدار تی	اختلاف میانگین	حد پایین	حد بالا
روستایی	۳/۱۸	۰/۶۵	۰/۳۱۳	-۰/۴۱۸	۰/۶۷۷	-۰/۲۴۱	۰/۱۵۶
شهری	۳/۲۲	۰/۷۰					

- عوامل موثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارها

جهت سنجش عوامل موثر بر تاب‌آوری کسب‌وکارها، بر اساس مطالعات میان‌نظری و مشاهدات میدانی ۶ مؤلفه به‌عنوان متغیر مستقل موردبررسی قرار گرفت که هر یک از مؤلفه‌ها همان‌طور که در روش تحقیق آمده است دارای چند گویه می‌باشد. همچنین جهت میزان تأثیرگذاری هریک از متغیرهای مستقل بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارها به‌عنوان متغیر وابسته از مدل رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر استفاده شد. همان‌طور که یافته‌های مدل رگرسیون (جدول ۴) نشان می‌دهد ضریب همبستگی چندگانه سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری با متغیرهای مستقل برابر با ۰/۷۵ می‌باشد که همبستگی آن از نوع مستقیم با شدت زیاد می‌باشد بدین ترتیب این امر بیانگر همبستگی متغیرهای مستقل وابستگی به بخش گردشگری، هویت ارزشی به کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی و مؤلفه عوامل اقتصادی با متغیر وابسته سطح تاب‌آوری کسب‌وکارها می‌باشد. همچنین ضریب تعیین نیز ۰/۶۲ به‌دست‌آمده است و بیانگر آن است که ۰/۶۲ درصد از تغییرات سطح تاب‌آوری کسب‌وکار در شهر و روستاهای ساحلی بابلسر از طریق پنج متغیر مستقل فوق تبیین می‌شود. میزان واریانس محاسبه‌شده در این مدل برابر با ۵۲/۰۳ و سطح معناداری آن کمتر از یک درصد می‌باشد. همان‌طور که جدول ۵. نشان می‌دهد مؤلفه اقتصادی دارای بیشترین تأثیر مثبت بر سطح تاب‌آوری، با بتای ۰/۴۱۱ و مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری نیز دارای بیشترین تأثیری منفی بر سطح تاب‌آوری با بتای ۰/۱۰۶- بوده است. همچنین در بین مؤلفه‌ها، تأثیر مؤلفه عوامل مدیریتی و سیاست‌های دولتی بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری معنادار نبوده است. در این خصوص گرچه دولت به صاحبان کسب‌وکار گردشگری در نواحی روستایی و شهری حمایت‌هایی به عمل آورده است اما صاحبان کسب‌وکارها این‌گونه حمایت‌ها را کافی ندانسته‌اند. همچنین برخی از تصمیمات حمایتی از کسب‌وکار گردشگری در سطح استانی و ملی گرفته‌شده است که هنوز به مرحله اجرا درنیامده است.

جدول شماره ۴. جدول ضریب تعیین مربوط به تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میزان ظرفیت تحمل اجتماعی

مدل	مجموع مربعات	میانگین مربعات	میزان واریانس محاسبه‌شده	سطح معناداری
رگرسیون	۱۴۱/۱	۲۳/۵۳	۱۵۰/۵۱	۰/۰۰۰
خطا	۶۱/۴۵	۰/۱۵۶	-	-
کل	۲۰۲/۶۶	-	-	-

$R^2=0/69$ $R=0/83$

جدول شماره ۵. ضرایب رگرسیون متغیرهای مستقل بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکار

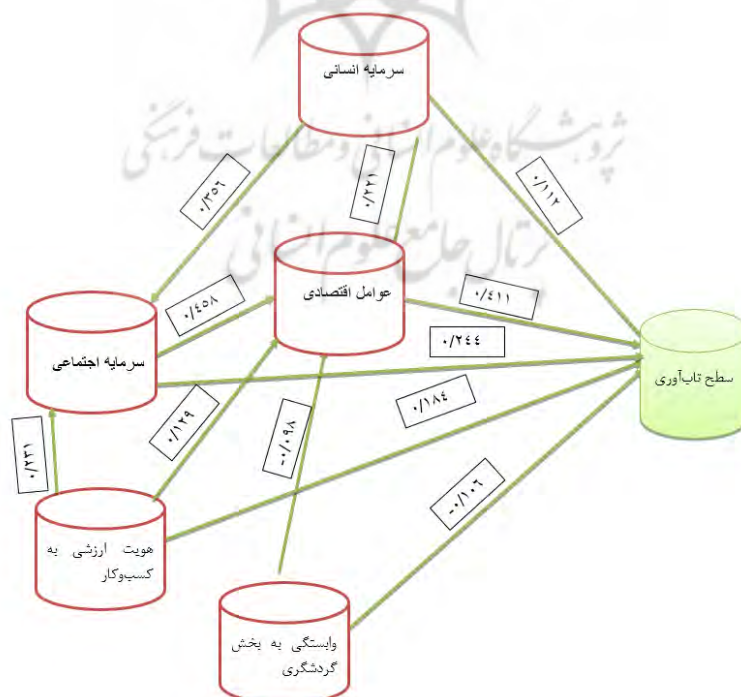
متغیرهای مستقل	ضرایب معیار نشده		ضرایب معیار شده		t	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد	بتا			
مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری	-۰/۰۹۰	۰/۰۶۱	-۰/۱۰۶	-۳/۶۹	۰/۰۰۰	
مؤلفه سرمایه اجتماعی	۰/۱۸۶	۰/۰۳۹	۰/۲۴۴	۴/۸۱	۰/۰۰۰	
مؤلفه سرمایه انسانی	۰/۰۸۴	۰/۰۴۱	۰/۱۱۲	۲/۰۴	۰/۰۳	
مؤلفه هویت ارزشی کسب‌وکار	۰/۱۲۹	۰/۰۳۸	۰/۱۸۴	۳/۴۲	۰/۰۰۱	
مؤلفه عوامل اقتصادی	۰/۳۱۰	۰/۰۴۳	۰/۴۱۱	۷/۱۹	۰/۰۰۰	
مؤلفه عوامل مدیریتی و سیاست‌های دولتی	۰/۰۳۰	۰/۰۲۷	۰/۱۱۲	۲/۰۴	۰/۲۶۵	

نتایج مدل تحلیل مسیر نیز نشان می‌دهد که در بین متغیرها، متغیر عوامل اقتصادی صرفاً به‌طور مستقیم دارای تأثیر معنادار بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری بوده است. اما دیگر متغیرهای مستقل نظیر هویت ارزشی به کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیر معناداری بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکار در

برابر بحران کووید ۱۹ داشته است. به طوری که متغیرهای هویت ارزشی به کسب‌وکار، سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی به طور غیرمستقیم با تأثیر بر عملکرد اقتصادی تأثیر مثبت معناداری بر سطح تاب‌آوری داشته است. همچنین در بین متغیرها، متغیرها وابستگی به بخش گردشگری به طور مستقیم و غیرمستقیم تأثیر معکوس معناداری بر آن داشته است. به طوری که متغیر وابستگی به بخش گردشگری دارای تأثیر معکوس برابر با ۰/۱۰۶ و غیرمستقیم برابر با ۰/۰۴۰ بر سطح تاب‌آوری می‌باشد که در مجموع اثر کلی متغیر وابستگی به بخش گردشگری بر آن معادل ۰/۱۴۶ به دست آمد. این یافته نشان می‌دهد که هرچقدر وابستگی صاحبان کسب‌وکارها به بخش گردشگری بیشتر می‌شود سطح تاب‌آوری آن در برابر بحران کووید ۱۹ کاهش پیدا می‌کند. متغیر سرمایه اجتماعی نیز دارای ۰/۲۴۴ تأثیر مستقیم بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکار و ۰/۱۸۸ تأثیر غیرمستقیم بر آن بوده است. بدین ترتیب اثر کل این متغیر بر سطح تاب‌آوری ۰/۴۳۲ می‌باشد. یعنی هرچقدر سرمایه اجتماعی صاحبان کسب‌وکار گردشگری افزایش پیدا کرده است، سطح تاب‌آوری آن‌ها نیز ارتقا یافته است. از طرف دیگر متغیرهای سرمایه انسانی و هویت ارزشی به کسب‌وکار علاوه بر آن که به طور مستقیم بر سطح تاب‌آوری تأثیرگذار بوده‌اند به طور غیرمستقیم نیز با تأثیر بر عملکرد اقتصادی و سرمایه اجتماعی، بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری موثر بوده‌اند.

جدول شماره ۶. آثار مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر سطح تاب‌آوری

مؤلفه‌ها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری	-۰/۱۰۶	-۰/۰۴۰	۰/۱۴۶
مؤلفه سرمایه اجتماعی	۰/۲۴۴	۰/۱۸۸	۰/۴۳۲
مؤلفه سرمایه انسانی	۰/۱۱۲	۰/۰۱۴	۰/۱۲۶
مؤلفه هویت ارزشی کسب‌وکار	۰/۱۸۴	۰/۰۰۵۷	۰/۱۸۹۷
مؤلفه عوامل اقتصادی	۰/۴۱۱	-	



شکل شماره ۲. نتایج مدل تحلیل مسیر

نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق حاکی از آن است که اگرچه بحران شیوع کووید ۱۹ با توجه به دوره طولانی مدت آن که همچنان نیز ادامه دارد آسیب‌هایی را به کسب‌وکارهای گردشگری به‌ویژه کسب‌وکارهای خرد و نوپا در نتیجه کاهش بسیار زیاد تقاضای گردشگران و تعطیلی موقت کسب‌وکارها وارد کرده است. اما نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد به‌طور کلی میزان تاب‌آوری کسب‌وکارها در برابر بحران کووید ۱۹ در حد متوسط و یا حد مطلوبیت بوده است. در این رابطه نتایج جزئی‌تر نشان می‌دهد که میزان تاب‌آوری در بین انواع کسب‌وکارها متفاوت بوده است. به‌طوری کلی کسب‌وکارهای که وابستگی زیادی به بخش گردشگری داشته‌اند میزان تاب‌آوری آن‌ها در برابر بحران کووید ۱۹، کمتر از کسب‌وکارهایی است که وابستگی کمتری به بخش گردشگری داشته‌اند. در این خصوص صاحبان کسب‌وکارهای اقامتی و تفریحی با وابستگی بیشتر دارای تاب‌آوری کمتر و صاحبان کسب‌وکارهای پذیرایی، تجاری و حمل‌ونقل با وابستگی کمتر دارای تاب‌آوری بالاتری بوده‌اند. در این رابطه با توجه به این‌که کسب‌وکارهای پذیرایی، تجاری و حمل‌ونقل علاوه بر ارائه خدمات به گردشگران، به ساکنین نیز خدمات ارائه می‌کرده‌اند. میزان آسیب‌پذیری کمتری را نسبت به بخش خدمات اقامتی و ارائه‌کنندگان خدمات تفریحی داشته و در نتیجه میزان تاب‌آوری بالاتری از خود نشان داده‌اند. از طرف دیگر با توجه به این‌که بر اساس پروتکل‌های بهداشتی، فعالیت واحدهای اقامتی از زمان بحران شیوع کووید ۱۹ در وضعیت زرد تا ۵۰ درصد ظرفیت و در وضعیت قرمز نیز فعالیت خود را متوقف می‌کردند این امر موجب آسیب‌پذیری بیشتر کسب‌وکارها از نوع خدمات اقامتی شده در نتیجه افرادی که کسب‌وکارشان صرفاً مربوط به ارائه خدمات اقامتی به گردشگران بوده است سبب کاهش سطح تاب‌آوری آن‌ها شده است.

دیگر نتایج این بررسی نشان می‌دهد که میزان تاب‌آوری کسب‌وکارهایی که نوپا بوده‌اند و سابقه فعالیت کمی در این بخش داشته‌اند به‌شدت آسیب‌دیده‌اند و حتی برخی از کسب‌وکارهای نوپا به دلایل مختلف از جمله به دلیل ناکافی بودن حمایت‌های دولتی نتوانسته‌اند به فعالیت خود ادامه دهند در این خصوص بین سابقه کسب‌وکار و میزان تاب‌آوری آن‌ها در مقابل بحران کرونا؛ رابطه معکوس معناداری وجود داشته است. در این رابطه بیگز (۲۰۱۱)، هال و ویلیامز (۲۰۰۸) و اورچيستون (۲۰۱۳) نیز در مطالعاتشان در بحث عوامل موثر بر تاب‌آوری به همین نتیجه رسیدند. در این خصوص یکی از موارد اساسی و کلیدی در زمینه مدیریت بحران این است که دولت‌ها باید از کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری که نوپا و باسابقه کم فعالیت هستند نسبت به کسب‌وکارهای باسابقه بالاتر، حمایت همه‌جانبه بیشتری به عمل آورند. تا این نوع کسب‌وکارها بتوانند در مقابل بحران‌ها؛ سازگار شوند و در نهایت به حالت اولیه برگشته و بهبود پیدا کنند. از دیگر نتایج مطالعه این است که تفاوت معناداری بین کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری در نواحی شهری و روستایی نوار ساحلی وجود نداشته است.

به‌طور کلی تجربه این بحران و بحران‌های دیگر بیانگر آن است که بخش گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با این بخش در مقایسه با کسب‌وکارهایی که مرتبط با بخش گردشگری نیستند در برابر بحران‌ها؛ دارای ماهیت شکننده‌تر و آسیب‌پذیرتر هستند. نتیجه این بخش؛ نباید به‌عنوان فعالیت اقتصادی غالب و تک‌بعدی یک منطقه یا روستا و شهر در نظر گرفته شود. بلکه باید زمینه‌ساز اقتصاد متنوع و مکمل دیگر بخش‌های اقتصادی مطرح شود. در این زمینه بانلر و کلارک نیز معتقدند گردشگری لزوماً راه‌حل جادویی برای توسعه نواحی روستایی و شهری نیست و بهتر است گردشگری زمینه‌ساز اقتصادی متنوع و تلفیقی گردد، تا اینکه نقطه اتکاء توسعه روستایی و شهری شود (هال و ویلیامز، ۲۰۰۲، ۲۲۵). جهت سنجش میزان تأثیر عوامل موثر بر تاب‌آوری از روش رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است در این

خصوص نتایج تحلیل نشان می‌دهد تأثیر متغیرهای مستقل عوامل اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه انسانی، وابستگی به بخش گردشگری و هویت‌های ارزشی کسب‌وکار بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارها در برابر بحران کووید ۱۹ معنادار بوده است. در این خصوص در بین متغیرهای مستقل، متغیر عوامل اقتصادی دارای بیشترین تأثیر مثبت معنادار بر سطح تاب‌آوری در برابر بحران کووید ۱۹ بوده است. بنابراین با ارتقای وضعیت اقتصادی صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری، سطح تاب‌آوری در برابر بحران کووید ۱۹ بهبود پیدا خواهد کرد. در این خصوص بر اساس نتایج مدل تحلیل مسیر، متغیر عوامل اقتصادی کسب‌وکارها نیز تحت تأثیر مثبت سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و هویت ارزشی کسب‌وکار بوده است در این رابطه متغیرها فوق‌الذکر هم به‌طور مستقیم تأثیر مثبت معنادار بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکار داشته است و هم به‌طور غیرمستقیم از طریق تأثیرگذاری بر عوامل اقتصادی، در ارتقای تاب‌آوری کسب‌وکار نقش داشته‌اند. به‌طور کلی از میان متغیرهای تأثیرگذار بر سطح تاب‌آوری، بعد از متغیر عوامل اقتصادی، متغیر سرمایه اجتماعی دارای بیشترین تأثیر بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارها بوده است و در بین متغیرهای تأثیرگذار غیرمستقیم، متغیر سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را از طریق عوامل اقتصادی در ارتقای سطح تاب‌آوری داشته است. در این رابطه نتایج این مطالعه با نتایج مطالعات چوهاری و همکاران (۲۰۱۸) و آلدريج (۲۰۱۱) همسو بوده است. از طرف دیگر مؤلفه وابستگی به بخش گردشگری نیز به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، تأثیر معکوس معناداری بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارها داشته است. بر اساس نتایج این مدل، هرچقدر وابستگی صاحبان کسب‌وکارها به بخش گردشگری بیشتر می‌شود سطح آسیب‌پذیری کسب‌وکارها مرتبط با این بخش افزایش و در نتیجه سطح تاب‌آوری صاحبان کسب‌وکارها در برابر بحران کاهش پیدا می‌کند. به‌طوری‌که وابستگی به بخش گردشگری به‌طور مستقیم تأثیر معکوس معنادار بر سطح تاب‌آوری داشته است به‌طور غیرمستقیم نیز از طریق تأثیر معکوس معنادار بر عوامل اقتصادی، بر سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری در شهر و روستاهای ناحیه مورد مطالعه نقش داشته است. بر این اساس نتایج این مطالعه با یافته‌های داهلس و سوسیلواتی (۲۰۱۵) و لاسو و داهلس (۲۰۱۵) مطابقت دارد.

از دستاوردها و نتایج بررسی مسئله این پژوهش، طرح موضوعات جدید برای تحقیقات در آینده می‌باشد در این رابطه برخی از موضوعات نظیر؛ سنجش تطبیقی تاب‌آوری انواع کسب‌وکارهای گردشگری در برابر بحران کرونا؛ سنجش مقایسه‌ای تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری با دیگر بخش‌های اقتصادی در مقابل این بحران و همچنین ارزیابی رابطه اندازه بنگاه‌ها یا کسب‌وکارها با سطح تاب‌آوری کسب‌وکارهای مرتبط با بخش گردشگری در برابر بحران می‌تواند از سوی محققان جهت تحقیقات آتی مورد توجه قرار گیرد و از سوی دیگر نتایج حاصله از موضوعات فوق‌الذکر می‌تواند برای مسئولان اجرایی و دست‌اندرکاران جهت مدیریت کارآمد این بخش مفید و ارزشمند باشد.

تقدیر و تشکر

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

منابع

- ۱) ابراهیمی، مهدی؛ ضرغام بروجنی، حمید و سخندان، الناز. (۱۳۹۷). رابطه مدیریت دانش با فرایند مدیریت بحران در مقصدهای گردشگری. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷ (۲۷)، ۱۲۲-۱۰۲.
- ۲) تقوایی، مسعود و مؤیدفر، سعیده (۱۳۹۴). بررسی رابطه مدیریت بحران و سازمان‌دهی فضایی و امنیت در گردشگری (مطالعه موردی شهر یزد). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۴ (۱۳)، ۱۴۶-۱۲۰.

- ۳) ریتچای، دبلیو برنت. (۱۳۹۶). کتاب مدیریت بحران و بلایا در گردشگری. ترجمه سید علی بدری، نرگس وزین و مهدی رمضان زاده لسبویی، تهران: انتشارات نور علم.
- ۴) صادق‌قلو، طاهره؛ محمودی، حمیده و جعفری، فهیمه. (۱۳۹۶). تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی مورد: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶، ۲۲-۱.
- ۵) مبارکی، امید؛ لاله پور، منیژه و افضل‌گروه، زهرا. (۱۳۹۶). ارزیابی و تحلیل ابعاد و مؤلفه‌های تاب‌آوری شهر کرمان. جغرافیا و توسعه، ۴۷، ۱۸۹-۱۰۴.
- ۶) نامجویان، فرح؛ رضویان، محمدتقی و سرور، رحیم. (۱۳۹۶). تاب‌آوری شهری چارچوبی الزام‌آور برای مدیریت آینده شهرها. فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۱۴ (۵)، ۸۱-۹۵.
- ۷) ورمزیاری، حجت و ایمانی، بابک. (۱۳۹۶). تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان. توسعه کارآفرینی، ۱۰ (۱)، ۱۸۱-۲۰۰.
- ۸) یآوری گوهر، فاطمه و منصوری مؤید، فرشته. (۱۳۹۶). مدیریت بحران در صنعت گردشگری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲ (۴۰)، ۴۰-۲۱.
- 9) Aldrich, D. P. (2011). The power of people: Social capital's role in recovery from the 1995 Kobe earthquake. *Natural Hazards*, 56(3), 595-611.
- 10) Bai, Y., Yao, L., Wei, T., Tian, F., Jin, D.-Y., Chen, L., & Wang, M. (2020). Presumed asymptomatic carrier transmission of COVID-19. *JAMA*, 323(14), 1406.
- 11) Biggs, D. (2011). Understanding resilience in a vulnerable industry: The case of reef tourism in Australia. *Ecology and Society*, 16(1), 3-12.
- 12) Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: Reef tourism in Phuket Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (5), 645-665.
- 13) Blake, A., & Sinclair, M. (2003). Tourism crisis management - US response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30 (4), 813-832.
- 14) Brent, W. (2017). Crisis and disaster management for tourism. Translated by, Seyed Ali Badri, Narges Vazin and Mehdi Ramezanzadeh Lesboye, Tehran: Nooralm publishing. [in Persian].
- 15) Chowdhury, M., Prayag, G., Orchiston, C., & Spector, S. (2018). Postdisaster Social Capital, Adaptive Resilience and Business Performance of Tourism Organizations in Christchurch, New Zealand. *Journal of Travel Research*, 58 (7), 1209-1226.
- 16) Ciaccio, L., & Michael, E.J. (2007). Hazard or disaster: Tourism management for the inevitable in Northeast Victoria. *Tourism Management*, 28, 1-11.
- 17) Cooper, M. (2005). Japanese tourism and the SARS epidemic of 2003. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19 (2-3), 117-131.
- 18) Dahles, H., & Susilowati, T. P. (2015). business resilience in times of growth and crisis. *Annals of Tourism Research*, 51, 34-50.
- 19) Ebrahim, M., Zargham Boroujeni, H., & Sokhandan, E. (2016). The role of knowledge management in crisis management process in tourism destinations. *Journal of tourism planning and development*, 7 (27), 102-122. [in Persian].
- 20) Gössling, S., Scott, D., & Hall, C.M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of Covid-19. *Journal of sustainable tourism*, 12, 1-20.
- 21) Gu, H., & Wall, G. (2006). SARS in China: Tourism impacts and market rejuvenation. *Tourism Analysis*, 11(6), 367-379.
- 22) Guo, Y., Zhang, J., Zhang, Y., & Zheng Ch. (2018). Examining the relationship between social capital and community residents' perceived resilience in tourism destinations. *Journal of sustainable tourism*, 26 (6), 1-12.
- 23) Hall, C., Michael, S. D., & Gössling, t. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for, *Tourism Geographies*. Article in press.
- 24) Hall, C.M., & Williams, A. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge.
- 25) Huang, J.-H., & Min, J. C. H. (2002). Earthquake devastation and recovery in tourism: The Taiwan case, *Tourism Management*, 23, 145-154.
- 26) Jiang, Y., Ritchie, W. B., & Verreynne, M. L. (2019). Building tourism organizational resilience to crises and disasters: A dynamic capabilities view.
- 27) Lasso, A., & dahles, H. (2015). Are tourism livelihoods sustainable? *Tourism development and*

- economic transformation on Komodo Island, Indonesia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23 (5), 473–485.
- 28) Lew, A. A. (2013). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16 (1), 14–22.
- 29) McGehee, N.G., Lee, S., O'Bannon, T.L., & Perdue, R. (2010). Tourism-related social capital and its relationship with other forms of capital: An exploratory study. *Journal of Travel Research*, 49, 486–500.
- 30) Moayedfar, S., Taghvaei, M. (2015). An Assessment of Relationship between Tourism Crisis Management Spatial Organization and Security in Tourism (Case study: tourism spaces of Yazd. *Journal of tourism planning and development*, 4 (13), 120-146. [in Persian].
- 31) Mobaraki, O., Lalehpour, M., & Afzaligrouh, Z. (2017). Evaluating and Analysis of Resiliency Dimension and Parameters of Kerman City. *Journal of Geography and development*, 15 (47), 104-185. [in Persian].
- 32) Namjooyan, F., Razavian, M. T., & Sarvar, R. (2017). urban resilience, the frame work for urban future management. *Geographical Journal of Territory*, 14 (55), 81-95. [in Persian].
- 33) Orchiston, C. (2013). Tourism business preparedness, resilience and disaster planning in a region of high seismic risk: the case of the Southern Alps, New Zealand. *Current Issues in Tourism*, 16 (5), 477–494.
- 34) Ritchie, B. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669–683.
- 35) Ritchie, B., Bentley, G., Koruth, T., & Wang, J. (2011). Proactive crisis planning: Lessons from the accommodation industry. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 367–386.
- 36) Sadeghloo, T., Mahmoodi, H., & Jafari, F. (1998). Resilience analysis of tourism businesses in rural areas. case study: The influence area of touristic area in Mashad. *Quarterly Journal of space economy and rural development*, 6 , 1-22. [in Persian].
- 37) Sigala, M. (2020). Tourism and Covid-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research, *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
- 38) UNWTO. (2020). UNWTO World Tourism Barometer (Vol. 18, Issue 2, May 2020). Madrid, Spain: UNWTO.
- 39) Varmazyari, H., & Imani, B. (2017). Analyzing resilience of rural businesses in Malekan County, *Journal of entrepreneurship development*, 14(1), 1-158. [in Persian].
- 40) Walker, B., Gunderson, L., Kinzig, A., Folke, C., Carpenter, S., & Schultz, L. (2006). A handful of heuristics and some propositions for understanding resilience in social-ecological systems. *Ecology and Society*, 11(1), 1-13.
- 41) Wang, J., & Ritchie, B. W. (2012). Understanding accommodation managers' crisis planning intention: An application of the theory of planned behaviour. *Tourism Management*, 33(5), 1057–1067.
- 42) Yang, Y., Zhang, H., & Chen, X. (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. *Annals of Tourism Research*, Article in press.
- 43) Yavri Gohar, F., & Mansoori Moayed, F. (2017). Tourism Crisis Management. *Tourism Management Studies*, 12 (40), 21-40. [in Persian].