



## Presenting a resilience model for tourism businesses in rural areas of Oramanat, Kurdistan

Shadi Ghobadi<sup>1\*</sup>, Behrouz Yeganeh<sup>2</sup> and Mehdi Cheraghi<sup>3</sup>

<b>Article history:</b> Submitted 27 October 2023 Revised: 2 August 2024 Accepted: 12 August 2024 Available Onlin: 12 August 2024	<b>How to cite this article:</b> Ghobadi, S., Yeganeh, B., and Cheraghi, M. 2025. Presenting a resilience model for tourism businesses in rural areas of Oramanat, Kurdistan. Rural Development Strategies, 11(4): 562-580. DOI: 10.22048/RDSJ.2024.422655.2139
---	---

### ABSTACT

Tourism, as an industry in long-term and stable interaction with a set of socio-cultural factors, plays an important and undeniable role in rural transformation and development. It is considered as one of the most important economic solutions in regional development, and serves as a platform for the development of small businesses. Despite the important role of this industry in the development of regions, obstacles and problems have always hindered its sustainable development. In this regard, it is necessary to understand and explain the factors affecting the resilience of tourism businesses for optimal and appropriate management and planning, strengthening their capacity to adapt activities against sudden changes. For this reason, the current research, conducted in 2023, to develop a resilience model for tourism businesses in the Oramanat region of Kurdistan. The study sought to identify the factors influencing resilience and design an optimal resilience model. Using qualitative methodology (grounded theory), the current research conducted in the Mexquioda environment extracted necessary information for coding from semi-open questionnaires designed for the expert community (20 people). The findings of the research identified 185 open codes. After removing duplicate codes, 60 conceptual codes were obtained, which were classified into 20 core codes, 12 selection codes, and finally categorized into 6 codes with key roles. The research results showed that the sample population placed the greatest emphasis, with 20 mentions, on foresight as a strategic sub-code. This was followed by opportunism, with 14 mentions, under the sub-group of outcomes, and then marketing and capacity assessment under the core sub-group. Finally, the resilience model for tourism businesses in the Oramanat region was developed based on six components: causal factors, core factors, contextual factors, intervening factors, strategic factors, and outcomes. To further realize the developed model, it is essential to consider recommendations such as identifying the stakeholders of tourism businesses in the Oramanat region and outlining the visions for these businesses based on probable scenarios to make informed decisions for resilience. Additionally, considering the region's capacities for tourism business development and utilizing communication methods to promote the

1- PhD student of Geography and Rural Planning, Zanjan University, Iran

2- Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, Zanjan University, Iran

3- Assistant Professor, Department of Geography and Rural Planning, Zanjan University, Iran



Corresponding Author: [Shadighobadi23@gmail.com](mailto:Shadighobadi23@gmail.com)

© 2022, University of Torbat Heydarieh. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

region's tourism at the national level are crucial.

**Keyword:** □Oramanat, Resilience, Tourism Business, Village

## مقاله پژوهشی

# ارائه الگوی تاب آوری کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی اورامانات کردستان

شادی قبادی<sup>۱\*</sup>، بهروز یگانه<sup>۲</sup> و مهدی چراغی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۵ آبان ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۱۲ مرداد ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۲ مرداد ۱۴۰۳

## چکیده

گردشگری به عنوان یک صنعت در تعامل دیرپا و پایدار با مجموعه عوامل اجتماعی - فرهنگی نقش مهم و انکارناپذیری در تحول و توسعه روستایی ایفا می نماید و یکی از مهم ترین راهکارهای اقتصادی در توسعه منطقه ای تحت عنوان بستری برای توسعه کسب و کارهای کوچک به شمار می آید. اما با وجود نقش مهم این صنعت در توسعه مناطق همواره موانع و مشکلاتی وجود داشته که مانع از توسعه پایدار آن می شود. در این راستا شناخت و تبیین عوامل مؤثر بر تاب آوری کسب و کارهای گردشگری جهت مدیریت و برنامه ریزی بهینه و مناسب برای تقویت ظرفیت انطباق فعالیت ها در برابر تغییرات ناگهانی ضروری است. بدین جهت پژوهش حاضر در سال ۱۴۰۲ با هدف تدوین الگوی تاب آوری کسب و کار گردشگری در منطقه اورامانات کردستان انجام شده و سعی داشته است ضمن شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تاب آوری، الگوی مطلوب تاب آوری را نیز طراحی کند. در این راستا تحقیق حاضر با روش شناسی کیفی (گراند تئوری) در محیط مکس کیودا، اطلاعات لازم برای کدگذاری را از پرسشنامه های نیمه باز طراحی شده برای جامعه خبره (۲۰ نفر)، استخراج کرده است. یافته های تحقیق نشان داده است که ۱۸۵ کد باز شناسایی شده اند که بعد از حذف کدهای تکراری ۶۰ کد مفهومی حاصل شده، که خود در ۲۰ کد محوری - ۱۲ کد انتخاب طبقه بندی شده اند و در نهایت به ۶ کد دارای نقش کلیدی دسته بندی شده اند. نتایج تحقیق نشان داده است که بیشترین تأکید جامعه نمونه تحقیق با ۲۰ تأکید بر آینده نگاری از زیر کد دارای نقش راهبردی بوده است و بعد از آن موقعیت طلبی با ۱۴ تأکید از زیر گروه پیامدها، و بازاریابی، ظرفیت سنجی از زیر گروه کد محوری قرار دارد. در نهایت الگوی تاب آوری کسب و کار گردشگری اورامانات از ۶ مؤلفه شامل عوامل علی، محوری، زمینه ای، مداخله گر، راهبردی و پیامد تدوین شد. جهت تحقق هرچه بیشتر الگوی تدوین شده، توجه پیشنهادی همچون، شناسایی ذی نفعان کسب و کار گردشگری در منطقه اورامانات و ترسیم چشم اندازهای کسب و کارهای گردشگری منطقه بر پایه سناریوهای محتمل جهت اتخاذ تصمیم صحیح در راستای تاب آوری و همچنین در نظر گرفتن ظرفیت های منطقه در راستای توسعه کسب و کار گردشگری و بهره گیری از شیوه های اطلاع رسانی جهت شناساندن گردشگری منطقه در سطح کشور، ضروری است

**کلمات کلیدی:** اورامانات، تاب آوری، کسب و کار گردشگری، روستا

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه زنجان، ایران  
۲- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه زنجان، ایران  
۳- استادیار گروه جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه زنجان، ایران  
(\*-نویسنده مسئول: [Shadighobadi23@gmail.com](mailto:Shadighobadi23@gmail.com))

## مقدمه

جمعیت روستایی به ویژه نیروی فعال این مناطق در کشورهای جهان سوم، علی‌رغم کاهش، بخش قابل توجهی از جمعیت کشورها را به خود اختصاص داده است، در چند دهه اخیر جمعیت کثیری از نیروی فعال مناطق روستایی به شهرها مهاجرت کرده و روند مهاجرت روستا به شهر همچنان ادامه دارد. علاوه بر این جامعه روستایی با مشکلات و مسائل عدیده- ای همچون فقر، فاصله زیاد از بازار (خسروی‌پور و پورجاوید، ۱۳۹۶)، ناتوانی بخش کشاورزی در اداره زندگی اقتصادی خانوارها، کمبود یا نبود زیرساخت‌ها، کاهش درآمد و بیکاری، ناتوانی اقتصادی، کمبود بهداشت و پایداری محیط‌زیست، کاهش امنیت غذایی (ابوطالب<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸)، و نبود تجربه کافی در فعالیت‌های اقتصادی جدید روبرو هستند (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۵). با این حال جامعه روستایی از طریق تولید محصولات متنوع نقش به‌سزایی در اقتصاد، توسعه محلی و سرزمینی، تأمین مواد غذایی ایفا می‌کند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۷). همین امر سبب شده است که برنامه‌ریزان و کارشناسان حوزه روستایی به دنبال راه‌حل‌های جهت توسعه مناطق روستایی و کاهش وابستگی معیشت این مناطق به بخش کشاورزی باشند (کوین<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). در همین راستا نظریه‌پردازان و مجریان دولتی کسب‌وکار گردشگری را به عنوان یکی از راه‌حل‌های برون رفت از چنین وضعیتی ارائه داده‌اند (ولائی و همکاران، ۱۳۹۴).

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ستون فقرات صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهند (فرزین و همکاران، ۱۳۹۸). کسب‌وکارهای کوچک در حوزه گردشگری قادرند به طور غیرمستقیم در حیطه هتلداری و رستوران‌داری در تأمین کالاها و

خدمات مورد نیاز مشاغل مرتبط با گردشگری به صورت غیرمستقیم ایجاد اشتغال کنند (شاکریان، ۱۳۹۲). این کسب‌وکارها در توسعه صنعت گردشگری نقش مهمی ایفا می‌کنند و در اکثر کشورهای توسعه یافته از اهمیت بالایی برخوردار هستند. به عنوان مثال، در کانادا، ۹۹ درصد از مشاغل صنعت گردشگری را مشاغل کوچک تشکیل می‌دهد (پیرس<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). همچنین کسب‌وکارهای گردشگری نقش به‌سزایی در توسعه کشورهای کم درآمد و جوامع فقیر داشته است (متیو<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۹). زیرا به مهارت‌های نسبتاً کم و سرمایه‌گذاری کمی نیاز دارد. در نتیجه، اشتغال گردشگری از طریق تنوع، فرصت‌هایی را برای گروه‌های محروم از جمله زنان، جوانان و اقلیت‌های قومی فراهم می‌کند. بنابراین یکی از پتانسیل‌های کسب‌وکارهای کوچک گردشگری، توانمندسازی اقتصادی فقرا در کشورهای فقیر می‌باشد (ارباب، ۱۳۹۹). در اهمیت این موضوع باید خاطر نشان کرد که توسعه گردشگری روستایی از اهداف توسعه پایدار هر کشوری است (سوگندی، ۱۴۰۲). در واقع گردشگری در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به یکی از مسیرهای مؤثر برای توسعه اقتصادی-اجتماعی روستای تبدیل شده است، اما با وجود نقش کلیدی این صنعت در توسعه مناطق شهری و روستای، همواره با موانع و مشکلاتی روبرو است (اسعدی و جباری، ۱۴۰۰).

اما باید متذکر شد که فعالیت‌های گردشگری تحت سطح بالایی از عدم اطمینان و ریسک (علیقلی زاده، ۱۴۰۱)، قرار دارد. به عنوان مثال فصلی بودن فعالیت‌های گردشگری، افزایش شدید حوادث آب و هوایی، شیوع بیماری‌های واگیردار مانند کرونا، مسائل و رخدادهای سیاسی از جمله جنگ، مشکلات

۳- Pierce

۴- Matthew

۱- Abotaleb

۲- Kevin

اجتماعی همچون صدمات انسانی به آثار تاریخی، هزینه‌های بالای سفر آسیب‌پذیری گردشگری را مطرح ساخته است؛ و باعث آسیب به اعتبار مقصد گردشگری از جهت ایمنی، جذابیت، آسایش و در نهایت کاهش ورود گردشگران و هزینه‌های مربوط به آنان و سپس رکود اقتصادی گردشگری و قطع تداوم عملیات کسب‌وکارهای مربوط به این بخش می‌گردد (یاوری و منصوری مؤید، ۱۳۹۶). از این رو کسب‌وکارهای گردشگری نیازمند ارتقاء آستانه‌های چرخه تطبیقی اقتصادی برای کاهش احتمال شکست و افزایش تاب‌آوری برای دستیابی به تعادلی پایدار است (صادقو و همکاران، ۱۳۹۶). در راستای ارزیابی تأثیر رویدادها در گردشگری مبتنی بر جامعه و بررسی خطرات این رویدادها برای مناظر گردشگری می‌توان از تئوری تاب‌آوری استفاده کرد (تساو و چنگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸).

بنابراین با توجه به مطالب ذکر شده در مجموع می‌توان گفت که تاب‌آوری کسب‌وکار به‌طور گسترده به ظرفیت سازمان برای خوب عمل کردن، صرف نظر از محیط اقتصادی یا محیط سازمانی مربوطه اشاره دارد. این تاب‌آوری می‌تواند از طریق اجرای راهبردهای مدیریت ریسک و یا با اتخاذ شیوه مدیریت نوآورانه‌ای رخ دهد که سازمان‌ها را برای مقابله با چالش‌های اجتناب‌ناپذیر آماده می‌کند (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶). تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در تاب‌آوری اقتصاد ملی اهمیت فراوانی دارد (کاویمانی و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین از آنجا که کسب‌وکارهای کوچک روستایی در مراحل مختلف شکل‌گیری، رشد، توسعه و زمان بلوغ، با بحران‌های مختلفی در ارائه محصول و بازاریابی مواجه می‌باشند و آینده آن را با خطرات فراوان روبرو می‌سازد. براین اساس پژوهش حاضر تلاش دارد با شناخت و درک تاب‌آوری کسب‌وکارها در برابر بحران‌های مختلف به ماندگاری بیشتر کسب‌وکارهای گردشگری در بازار

کار یاری رساند.

از سوی دیگر، سکونتگاه‌های روستایی منطقه اورامانات استان کردستان به عنوان منطقه مورد مطالعه پژوهش پیش رو، به دلیل پتانسیل بسیار بالای گردشگری، شاهد رونق و گسترش کسب‌وکارهای وابسته به گردشگری بوده است که نتایج درخور توجهی در اقتصاد خانوارهای این مناطق به دنبال داشته است و سبب وابستگی معیشتی به درآمدهای حاصل از کسب‌وکارهای گردشگری شده است. اما همانطور که پیش‌تر اشاره شد وجود بحران‌های طبیعی و انسانی، پایداری و بقا این نوع از کسب‌وکارها را تهدید می‌نماید. بحران‌های طبیعی همچون سیل و زلزله و بحران‌های انسانی از قبیل بیماری‌های واگیردار از جمله کرونا، دزدی و ناامنی، وجود افراد مزاحم، نزاع و درگیری و غیره در این منطقه می‌تواند مانعی بر سر راه کسب‌وکارهای کوچک گردشگری ایجاد نماید. بدون بررسی و شناسایی این چالش‌ها و بحران‌ها، رسیدن به پایداری مستمر و درخور توجه این نوع از کسب‌وکارها امکان‌پذیر نمی‌باشد. در همین راستا تحقیق حاضر سعی داشته است ضمن بررسی عوامل تأثیرگذار بر تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری، مبادرت به تدوین الگوی تاب‌آوری گردشگری در منطقه اورامانات بکند.

تاب‌آوری یکی از جدیدترین رویکردهای مدیریت بحران است که در آن مدیریت بحران از آسیب‌پذیری به توانمندسازی تغییر رویکرد می‌دهد (رکن‌الدین افتخاری و صادقو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). تاب‌آوری مقوله گسترده‌ای است که به مقوله‌های فرعی مانند تاب‌آوری جامعه تقسیم می‌شود (گیو و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). تاب‌آوری فرایندی پویا و در حال رشد است که نه تنها به ظرفیت و توانایی جامعه در مقابله با فضای ناشی از بروز سوانح وابسته بوده بلکه توانایی عملکرد و کارایی سیستم در سطحی

۲- Roknedin Eftekhari & Sadeghloo

۳- Guo

۱- Tsao & Cheng

۲۰۲۱). تاب‌آوری کسب‌وکار به‌طور کلی به ظرفیت یک سازمان برای عملکرد خوب، جدای از محیط اقتصادی یا سازمانی آن اشاره می‌کند. این انعطاف‌پذیری قادر است از روش اجرای استراتژی‌های مدیریت ریسک یا با اتخاذ یک سبک مدیریتی نوآورانه اتفاق افتد که سازمان‌ها را برای رویارویی با چالش‌های اجتناب‌ناپذیر مهیا می‌سازد (ورمزیاری و ایمانی، ۱۳۹۶). دالزل<sup>۸</sup> و مک مانوس<sup>۹</sup> (۲۰۰۴) این اصطلاح را برای دنیای تجارت به کار بردند و آن را به عنوان اهداف کلی یک سیستم در ادامه فعالیت‌ها و وظایف خود در مواجهه با شرایط مخرب و تغییرات برای دستیابی به وظایف خود توصیف کردند (صادق‌لو و همکاران، ۱۳۹۶). ارول<sup>۱۰</sup> و همکاران (۲۰۱۰) تاب‌آوری کسب‌وکار را به عنوان توانایی یک کسب‌وکار به منظور کاهش آسیب‌پذیری خود در مقابل تهدیدات قابل پیش‌بینی و غیرقابل پیش‌بینی، توانایی آن در جهت تغییر خود و انطباق با یک محیط در حال تغییر در نظر می‌گیرند (کاوایانی و همکاران، ۱۳۹۷).

از این رو اندازه‌گیری انعطاف‌پذیری کسب‌وکار باید شامل تجزیه و تحلیل ریسک‌های بالقوه و توانایی فعلی یک شرکت برای بازیابی باشد (بادزبان و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به تعاریف ارائه شده، گام‌های مطالعه تاب‌آوری یک کسب‌وکار عبارتند از: اقدامات نوآور به منظور بهبود تاب‌آوری کسب‌وکار، تعریف راهبردها و اقدامات اجرایی و در پایان جستجوی راه‌حل‌هایی برای مقابله و محاسبه احتمال رخداد‌های مخرب برای کسب‌وکار می‌باشد (خسروی مال امیری و همکاران، ۱۳۹۹).

در این رابطه مطالعات داخلی و خارجی مختلفی صورت گرفته است که در ادامه به جدیدترین و مرتبط‌ترین آنها اشاره مختصر شده است: علیقلی‌زاده (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان

بالتر از قبل را با توجه به تجارب کسب شده توضیح می‌دهد (کمالی و قاسمی، ۱۴۰۲). این تصور وجود دارد که تاب‌آوری به ویژه توانایی اعضای جامعه در توسعه و درگیر کردن منابع برای انطباق یا حفظ بهره‌وری و نیز عملکرد آن‌ها هنگام مواجهه با بحران ربط پیدا می‌کند (هالیدی و پاول<sup>۱</sup>، ۲۰۱۶). تاب‌آوری به درس گرفتن از رویدادهای مخرب و اتخاذ رویکردهای تطبیقی و تکاملی اشاره دارد که منجر به تکامل بلندمدت در سیستم می‌شود (شریفی و یاماگاتا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). همچنین تاب‌آوری جامعه به یک چارچوب مفهومی به منظور سنجش ظرفیت جامعه در جهت مقابله با تغییرات محیطی و شرایط اضطراری اشاره دارد (کوهن و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶). گادس چاگ<sup>۴</sup> تاب‌آوری را راهی برای مقابله با عدم قطعیت‌ها توصیف می‌کند، زیرا پیش‌بینی فراوانی و بزرگی خطرات بسیار دشوار است و آسیب‌پذیری‌های سیستم‌های اجتماعی پیش از حادثه به‌طور کامل قابل شناسایی نیستند (زارع، ۱۳۹۵). همچنین بونانوس<sup>۵</sup> (۲۰۰۳) تاب‌آوری را به عنوان توانایی شخص برای حفظ رفاه و سلامت روان و جسم علیرغم اینکه در شرایط نامناسبی قرار دارد، تعریف می‌کند (پارسا، ۱۳۹۶). به همین دلیل است که در سال‌های اخیر بررسی مفاهیم تاب‌آوری در مقیاس شهری و منطقه‌ای مورد توجه ویژه قرار گرفته است (بريستو<sup>۶</sup>، ۲۰۱۰).

تفکر تاب‌آوری کسب‌وکار در مقایسه با انواع دیگر تاب‌آوری موضوعی نسبتاً نو می‌باشد. بقا و توسعه سازمان‌هایی که در محیط متلاطم تجاری امروزی فعالیت می‌کنند تا حد زیادی به ظرفیت انعطاف‌پذیری آنها بستگی دارد (پسنچای و اسکات<sup>۷</sup>،

۱- Holladay & Powell

۲- Sharifi & Yamagata

۳- Cohen

۴- Guts chug

۵- Bruneaus

۶- Bristow

۷- Pasanchay & Schott

۸- Dalziell

۹- McManus

۱۰- Erol

سنجش تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در برابر بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ (مطالعه موردی: شهرستان بابلسر)، به این نتایج دست یافته است که بین عوامل مؤثر بر میزان تاب‌آوری کسب‌وکارها در مقابل شیوع بحران کرونا، عوامل اقتصادی تأثیر مثبت؛ و میزان وابستگی اقتصادی تأثیر منفی داشته است. بادزبان و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به «بررسی کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی استان فارس: کاربرد مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار» پرداختند. ماهیت این پژوهش از نوع توصیفی بوده است و داده‌ها با بهره‌گیری از روش پیمایش گردآوری شده است. برای بررسی تاب‌آوری کسب‌وکار و تجزیه و تحلیل داده‌ها از مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب‌وکار (LRS-B) استفاده شده است. همچنین از آزمون‌های ضریب همبستگی پیرسون، واریانس یکطرفه و رگرسیون نیز استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که تاب‌آوری کسب و کارهای زنان روستایی استان فارس در حد متوسط رو به بالا است. مقایسه تاب‌آوری کارآفرینی زنان در سه شهرستان شیراز، مرودشت و استهبان نشان داد که زنان کارآفرین مرودشت از تاب‌آوری کسب و کار بالاتری نسبت به زنان کارآفرین در دو شهرستان شیراز و استهبان برخوردارند. متغیرهای استراتژی‌های بازاریابی، آمیخته بازاریابی، روش‌های بازاریابی، حمایت شرکت و نگرش بازاریابی همبستگی مثبت و معنی‌داری با تاب‌آوری کسب و کارهای زنان کارآفرین مورد مطالعه دارند. طبق نتایج تحلیل رگرسیون گام به گام، متغیرهای استراتژی‌های بازاریابی، آمیخته بازاریابی، روش‌های بازاریابی و نگرش بازاریابی به ترتیب پیش‌بینی‌کننده بخش قابل‌توجهی از تغییرات تاب‌آوری کسب‌وکارهای زنان هستند. ورمزیاری و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به «تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان» پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش روش میدانی و پرسشنامه

است. تحقیق از نوع کاربردی و روش اجرای آن توصیفی-تحلیلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عوامل توان تطابق و آینده‌نگری، تعامل با مشتریان، موقعیت طلبی، حمایت خانوار، برنامه‌ریزی راهبردی و حمایت دولت مهم‌ترین عوامل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی می‌باشند. صادقلو و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی به «بررسی تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی شهرستان مشهد» پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه بوده است. روش تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی بوده است و از آزمون‌های ضریب پیرسون، تحلیل رابطه خاکستری، تحلیل واریانس و آزمون تی تک نمونه‌ای جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. آن‌ها چنین نتیجه گرفتند که در روستاهای مورد مطالعه، شاخص‌های تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری در سطح مناسبی قرار ندارد. همچنین میان ویژگی‌های فردی افراد فعال در زمینه کسب‌وکارهای گردشگری با تاب‌آوری این فعالیت‌ها رابطه معناداری وجود دارد و بین چهار گروه رفاهی، خدماتی، غذایی و حمل و نقل، متوسط تاب‌آوری دارای تفاوت معناداری بوده است. کامارودین<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به «بررسی تاب‌آوری گردشگری روستایی در برابر بحران‌های جامعه روستایی» پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و آمار و اطلاعات رسمی از بحران‌ها و مخاطرات است. این پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی انجام شده است و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از میانگین و آمار توصیفی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که آگاهی دادن به همه ذی‌نفعان محلی در مورد اهمیت داشتن یک توسعه متعادل، یعنی حفظ دستاوردهای اقتصادی بلند مدت از

کوچک را به عنوان مرکز تلاش خود برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار قرار دهند. ژو<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۱۸) به «بررسی تأثیرات فرآیندهای کسب‌وکارهای تجارت الکترونیک در زنجیره تأمین گردشگری» پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی - پرسشنامه است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری استفاده شده است. آن‌ها چنین نتیجه گرفتند که زنجیره تأمین بر مدل کسب‌وکارهای الکترونیکی تأثیرات فراوانی دارد.

گیرش پرایاگ<sup>۵</sup> (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان "تاب‌آوری گردشگری در شرایط نرمال جدید" به بررسی دنیای جدید پسا کرونا در زمینه گردشگری پرداخته است. در این مطالعه با استفاده از دیدگاه‌های مهندسی، اکولوژیکی و انعطاف‌پذیری اجتماعی و اکولوژیکی یک مدل نظری را پیشنهاد می‌دهد که می‌تواند در مقاصد مختلف گردشگری و در مقیاس‌های مختلف اجتماعی - فضایی سبب تقویت تاب‌آوری گردد. نتایج پژوهش نشان داد که مدل تاب‌آوری اجتماعی - اکولوژیکی بیشتر ارتباط بیشتری با سطوح گردشگری داشته است و مدل‌های مهندسی و اکولوژیکی در کوتاه مدت می‌تواند مفید باشند. همچنین ژائو و لی<sup>۶</sup> (۲۰۲۳) در پژوهش خود به تاب‌آوری سازمانی مشاغل گردشگری بعد از همه‌گیری کرونا پرداخته‌اند. در این مطالعه عوامل کلیدی مؤثر بر تاب‌آوری سازمانی را بر اساس چارچوب نظری «منابع-ظرفیت-رابطه» شناسایی می‌کند و کرونا را به عنوان یک عامل خارجی در مدل پاسخ وضعیت استرس (PSR) به عنوان یک عامل فشار بررسی می‌کند. نتایج نشان داد که متغیرهای کلیدی مؤثر بر تاب‌آوری سازمانی در طول دوره مورد مطالعه معنادار بودند. این تحقیق یک مرجع نظری و راهنمایی

گردشگری، به‌طور مداوم اقدامات و استراتژی‌های مدیریت بحران را برای کاهش خطرات آینده اعمال کنند. ویلیامز<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تاب‌آوری کسب‌وکارهای کوچک در یک مقصد گردشگری پرداختند. ابزار گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و میدانی است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. از آزمون‌های رگرسیون و تی تک نمونه‌ای جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج نشان داد که تأثیرات منفی هزینه‌های لجستیکی و نقش سیاست دولت در تاب‌آوری کسب‌وکارهای کوچک تأثیرگذار است. نگین<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی «بررسی اثرات تغییر اقلیم و تاب‌آوری مشاغل خرد در بخش گردشگری و مهمان‌نوازی در برابر بحران» پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش کتابخانه‌ای و به صورت آما و اسناد رسمی است. روش تحقیق به صورت توصیفی - تحلیلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و روش کیفی استفاده شده است. نتایج نشان داد که طوفان‌ها بر روی کسب‌وکارهای گردشگری تأثیرات منفی گذاشته است. داهلس<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «مشاغل محلی گردشگری در اندونزی: راهی برای توسعه تاب‌آوری در برابر بحران؟» به بررسی تاب‌آوری مشاغل گردشگری در برابر بحران پرداختند. ابزار گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای است که از آمار رسمی نیز استفاده شده است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار و اطلاعات موجود استفاده شده است. نتایج نشان داد که به رسمیت شناختن سهم قابل توجه مشاغل کوچک در کاهش فقر و انسجام اجتماعی و پتانسیل آنها در حمایت از تحولات پایدار در آینده، توصیه می‌شود که مشاغل

۴- Guo

۵- Girish Prayag

۶- Zhao and Ling Li

۱- Williams

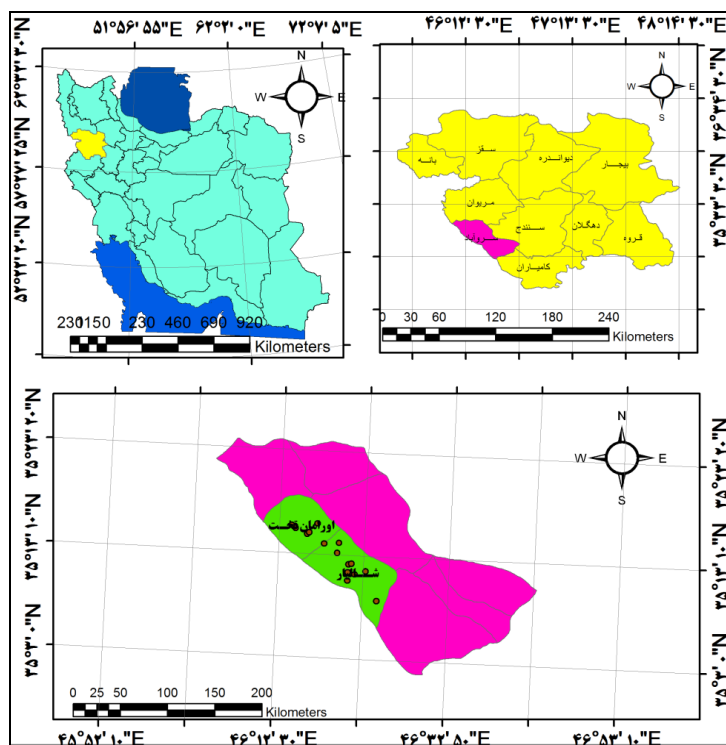
۲- Ngin

۳- Dahles

منطقه اورامانات در یکی از بخش‌های شهرستان سروآباد در استان کردستان، با مساحتی برابر با ۱۴۲۸۸ هکتار قرار گرفته است. بخش اورامان از لحاظ موقعیت جغرافیایی در مختصات جغرافیایی ۴۶/۱۰ تا ۴۶/۲۵ طول شرقی ۳۵/۵ تا ۳۵/۲۰ عرض شمالی واقع شده است. این منطقه از شمال با شهرستان مریوان و سنندج، از جنوب با شهرستان پاوه، از غرب با کردستان عراق و از شرق با بخش‌های شهرستان کامیاران محدود می‌شود. منطقه اورامانات شامل دو دهستان اورامان و شالیار است که در مجموع دارای یک نقطه شهری و چندین روستا هستند (شکل ۱). شهر اورامان و روستاهای مانند کماله، رود بر، ویسی، سر پیر، بلبر، سلین... که جمعاً ۱۳ روستا است، از توابع بخش اورامانات محسوب می‌شوند. تغییرات ارتفاعی منطقه مورد مطالعه از ۷۸۰ متر تا ۲۹۶۰ متر است که به‌طور متوسط ۱۶۰۰ متر از سطح دریا ارتفاع دارد و با توجه به تحقیقات قبلی صورت گرفته ارتفاع شهر و روستاهای این بخش در ارتفاع ۱۷۰۰ متر قرار گرفته‌اند (اصفهانی، ۱۳۹۸).

عملی برای توسعه پایدار شرکت‌های گردشگری در زمینه بحران‌های عمده سلامت عمومی ارائه می‌کند.

بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که مطالعات زیادی به مسئله تاب‌آوری مناطق روستایی در برابر مخاطرات محیطی پرداخته‌اند. در هر یک از مطالعات به یک جنبه از بحران یا مخاطرات اشاره شده است. مخاطراتی همچون سیل، زلزله، خشکسالی و غیره از اغلب پژوهش‌ها مورد تأکید بوده است و مطالعاتی که در زمینه تاب‌آوری کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در برابر بحران بپردازند، محدود می‌باشند. از سوی دیگر اغلب پژوهش‌های انجام شده در زمینه گردشگری به صورت کمی و جزئی نگر انجام شده است و نگاه کلی‌نگر یا سیستمی و همچنین روش کیفی در پژوهش‌های انجام شده بسیار محدود است. از سوی دیگر ارائه الگو تاب‌آوری گردشگری در پژوهش‌های پیشین مشاهده نشد. از این رو پژوهش حاضر با روشی کیفی و با رویکردی سیستمی به دنبال ارائه الگوی تاب‌آوری گردشگری روستایی می‌باشد.



شکل ۱- موقعیت منطقه مورد مطالعه  
Figure 1- Location of the study area

## مواد و روش‌ها

تحقیق حاضر از نظر روش از نوع کیفی می‌باشد؛ نمونه تحقیق بر اساس روش هدفمند (گلوله برفی) انتخاب شده است. معیارهای انتخاب، میزان شناخت و تخصص آنها، از گردشگری، جغرافیای روستایی، تاب‌آوری و منطقه اورامانات بوده است. مصاحبه‌های نیمه ساختار یافته‌ای با این افراد که شامل اساتید دانشگاه، راهنمای فرهنگی تور، مدیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی و کارمند اداره میراث فرهنگی بودند، صورت گرفت. حجم نمونه براساس اشباع نظر پاسخ‌دهنده‌ها انجام شده است، به طوری که با انتخاب ۲۰ نفر به اشباع رسیده؛ اشباع نظری زمانی حاصل می‌شود که داده‌های اضافی، کمکی به تکمیل و مشخص کردن یک مقوله نظری نمی‌کنند و نمونه‌ها از آن پس مشابه به نظر می‌رسند. از بطن داده‌های اولیه حاصل از مصاحبه‌ها، مقوله‌های مقدماتی استخراج و سپس تجزیه و تحلیل گردید و جدول کدگذاری باز طراحی شد. متن مصاحبه‌ها از طریق نرم افزار مکس کیودا دسته‌بندی شد. به منظور اطمینان از راوی پی پژوهش، یافته‌ها برای بررسی در اختیار تعدادی از شرکت‌کنندگان قرار

گرفت و با بررسی الگوی نهایی و توجه به نظر مشارکت‌کنندگان، اصلاحاتی به عمل آمد. پایایی نیز با روش توافق درون موضوعی بررسی گردید که میزان توافق ۷۵ درصد بدست آمد. در این راستا هفت مرحله گذاری صورت گرفت که به ترتیب شامل کد لگو، کد انتخابی، کد محوری، کد مفهومی، شناسه کد مفهومی و در پایان فراوانی کدهای مفهومی می‌باشد.

## نتایج و بحث

با بررسی مصاحبه‌های انجام شده در زمینه تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات کردستان در محیط مکس کیودا ۱۸۵ کد باز استخراج شدند که بعد از حذف کدهای تکراری ۶۰ کد مفهومی شناسایی شده‌اند، سپس کدهای مفهومی براساس هدف پژوهش در ۲۰ دسته تحت عنوان کدهای محوری قرار گرفتند، و در نهایت با در کنار هم قرار گرفتن کدهای محوری به ۷ دسته کلی تحت عنوان کدهای انتخابی تقسیم‌بندی شده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱- کدهای مستخرج از تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات کردستان

Table 1- Codes extracted from tourism business resilience in Kurdistan's Oramanate region

نقش کدهای مستخرج	رنگ	کد انتخابی	کد محور	کد مفهومی	شناسه	تأکید جامعه نمونه
عوامل زمینه‌ساز	●	اجتماعی	دانش و مهارت	Z1-آموزش لازم برای واکنش مناسب و سریع	Z1	M1, M2, M5, M7, M8, M10, M11, M12, M14, M15
				Z2-مهارت	Z2	
				Z3-آگاهی دانش	Z3	
				Z4- سرمایه اجتماعی شاغلان	Z4	
			ریسک‌پذیری اجتماعی	R1-سرمایه‌گذاری در مشاغل نوین R2-اعتماد اجتماعی	R1 R2	M4, M11

راهدردی	اقتصادی	آسیب‌ها	h1-هزینه‌های کسب‌وکار (تعمیر، بازسازی، مواد اولیه) h2-انطباق با تنش‌های خارجی h3-میزان تخریب زیست‌محیطی و آلودگی محیط زیست	H1 h2 h3	M2, M8, m9, m12,15		
		سیاست مالی - پولی	C1- استفاده از وام و اعتبارات C2- توانایی برگشت سرمایه اولی	C1 C2	M1, m2, m3		
		مشوق‌ها	مشوق‌های مالی دولتی و خصوصی میزان حمایت از کسب‌وکارها توسط نهادهای دولتی و خصوصی	MO1 Mo2	M1, m2, m3 M3 M2		
دوراندیشی	آینده‌نگاری	I1- برنامه مناسب برای مقابله با سوانح و بلایا I2- وجود برنامه تقویت کسب‌وکارهای گردشگری I3- وجود کمک‌های مفید به کسب‌وکارها گردشگری در شرایط ضروری I4- داشتن آینده‌ی مطمئن و دلگرم‌کننده برای کسب‌وکارها I5- برنامه در رابطه با حفظ سوابق و اسناد و حفاظت از ساختمان I6- واکنش سریع و خلاقانه کسب‌وکارهای گردشگری برای تأمین منابع مورد نیازشان و تداوم فعالیت آنها در مواقع خاص و بحرانی I7- روحیه کنترل در مورد آنچه که امکان روی دادن برای کسب و کارها را دارد. I8- برنامه بهداشتی و ایمنی در محل کسب‌وکارها I9- تداوم کسب‌وکارها در هنگام غیبت صاحبان کسب‌وکارها I10- داشتن شناخت صحیح از موقعیت کسب‌وکار	I1 I2 I3 I4 I5 I6 I7 I8 I9 I10	M1, m2, m5, m7, m9, m11, m14			
		عوامل علی	me1- میزان استفاده از تکنولوژی‌های ارتباطی Me2- میزان تخریب زیست محیطی و آلودگی محیط زیست	Me1 me2	M1, m2, m4, m8, m9, m10, m12, m13, m15		
		محیطی - کالبدی	بازیابی زیرساخت	Zir1-فراهم بودن زیرساخت‌های عمومی Zir2-فراهم بودن زیر ساخت‌های نهادی Zir3-فراهم بودن زیرساخت‌های تکنولوژی Zir4-فراهم بودن زیرساخت‌های فیزیکی و فنی	Zir1 Zir2 Zir3 Zir4	M1, m2, m3, m13	
			کالبدی	kal1-مالکیت Kal2-دسترسی به راه ارتباطی	Kal1 kal2	M1, m2, m5, m9, m10, m11, m12, m13, m15	
		مدیریت ریسک	مدیریت ریسک	mod1-قرار گرفتن در معرض بلایای طبیعی mod2-بهبود مدیریت تخریب‌های زیست محیطی	Mod1 mod2	M1, m8, 15	
				سازگاری کاربری‌ها با منطقه	کاربری‌های ناسازگار	Kar1	M2, M1
		عوامل مداخله‌گر	کاربری	سازگاری کاربری‌ها با منطقه	کاربری‌های ناسازگار	Kar1	M2, M1

	رعایت استانداردهای ایمنی در محیط کسب‌وکار	رعایت استانداردهای ایمنی	Kar2	M9, M11
	برنامه‌ریزی راهبردی	rah1- داشتن برنامه‌ریزی درست برای موفقیت کسب‌وکار rah2- داشتن چشم‌انداز و مأموریت برای کسب‌وکار		M2, m4, m5, m8, m10, m11, m12, m13
پیامدها	مدیریت مقصد	tahml1- حمایت کسب‌وکارها از سوی روستاییان tahml2- ایجاد ارتباط قوی با مشتریان و ارباب رجوع tahml3- ارائه راهکار برای رفع نیازها و مشکلات مشتریان	tahml1 tahml2 tahml3	M1, m2, m8, m9, m10, m12, m15
		hym1- ارتباط روزانه و مستمر خانوار با فعالیت‌های انجام شده در کسب‌وکارها hym2- احساس مثبت خانوار در رابطه با وجود کسب‌وکار	Hym1 Hym2	M1, m8, m9, m10, m11, m12, m15
		mogh1- داشتن شناخت صحیح از موقعیت کسب‌وکار در مقابله با رقبا mogh2- داشتن تعهد در رابطه با پذیرش نظرات مشتریان mogh3- یافتن فرصت‌های جدید	Mogh1 Mogh2 Mogh3	M4, m5, m8, m9, m10, m11, m12, m13, m15
محوری	تاب‌آوری	B1- قوانین و مقررات پیش‌رونده و بازدارنده بازاریابی b2- توانایی دسترسی B3- بررسی و یافتن بازارهای جدید B4- تشخیص و استفاده از فرصت‌های جدید بازار b5- توسعه ظرفیت‌های تولید b6- استفاده از منابع و ذخایر b7- سطح آسیب‌پذیری کسب‌وکارها برای مقابله با وقایع مختل‌کننده مالی	b1 b2 b3 b4 b5 b6 b7	M1, m2, m3, m8, m9, m10, m11, m12, m15
		Baz1- آمادگی برای احیا و بازاریابی Baz2- بازگشت به سطح تولید پیشین baz3- توسعه ظرفیت‌های تولید Baz4- جبران تلفات	Baz1 Baz2 Baz3 Baz4	M3, M5, m7, m13, m14
		Zr1- توانایی کسب‌وکارها در اجتناب از شوک‌های بیرونی - رعایت استانداردها Zr2- ظرفیت سیستم کسب‌وکار برای جذب آشفتگی Zr3- سیستم هشدار دهنده Zr4- سلامتی شاغلان کسب‌وکارها	Zr1 Zr2 Zr3 Zr4	M1, m2, m3, m8, m9, m10, m11, m12, m13, m15

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲

زیر بوده است: از بخش راهبردها: آینده‌نگاری با ۲۰ تأکید؛ مدیریت مقصد؛ موقعیت طلبی تعامل مشتری و حمایت خانواده با

بررسی کدهای استخراج شده از محیط مکس کیودا نشان داده است که از میان کدهای انتخابی بیشترین تأکید به شرح

گونه که اگر گردشگران مقصدی را مطلوب ارزیابی کنند، مجدد از آن بازدید می‌کنند و آن را به دیگران نیز توصیه خواهند کرد (جیائو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

همچنین در اهمیت تعامل با مشتری- دانش و مهارت و نحوه دسترسی‌ها به خدمات باید اذعان داشت که تعامل و وفاداری با مشتری یک نگرانی عمده مدیران و یک تفکر دائمی برای بسیاری از سازمان‌ها به شمار می‌آید. به همین دلیل شرکت‌ها و بنگاه‌ها که عملکرد برتری را دارند در حال حرکت به سمت حفظ مشتریان موجود و ایجاد حس وفاداری در آن‌ها می‌باشند، چرا که رقابت در حال افزایش و هزینه‌های جذب مشتریان جدید نیز به شدت زیاد است. همچنین حفظ مشتریان و ایجاد وفاداری در آنها برای ادامه کسب‌وکار امری حیاتی تلقی می‌شود (اهیگی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶). بنابراین در حال حاضر چگونگی جذب و حفظ مشتری به مهمترین مسئله برای سازمان‌ها تبدیل شده است (پاشائی خامنه و همکاران، ۱۴۰۱). در همین راستا لازمه دستیابی به این هدف و حفظ موفقیت آمیز مشتریان، پیش‌بینی و ارائه خدمات مناسب و مطلوب است که نیاز آنها را کاملاً برآورده سازد (تورک و سولین<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). در نهایت الگوی که جهت تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات براساس نرم افزار مکس کیودا به دست آمده است، شامل عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، عوامل محوری، عوامل راهبردی، پیامدها) بوده است.

عوامل علی شامل کد انتخابی محیطی - کالبدی بوده است که خود مشتمل بر ۵ کد محوری ابداعات و تکنولوژی، بازاریابی، کالبدی، مدیریت ریسک بوده است. ۲- عوامل محوری شامل کد انتخابی تاب‌آوری بوده است، که خود مشتمل بر ۳ کد

تأکید ۱۰، ۱۳ و ۱۵ نفر، از بخش اجتماعی - عوامل اجتماعی با تأکید ۱۴ نفر، از بخش محور: بازاریابی و ظرفیت‌سنجی هرکدام با ۱۴ تأکید، از بخش محیطی - کالبدی، کدهای کالبدی و ابداعات و تکنولوژی با تأکید ۱۰ و ۱۲ نفر و از بخش زمینه‌سازی دانش و مهارت با تأکید ۱۲ نفر، بیشترین تأکید جامعه نمونه را شامل شده‌اند. در همین ارتباط در اهمیت آینده‌نگاری باید عنوان داشت:

با ورود به عرصه عدم قطعیت و کثرت بازیگران، عوامل دخیل مختلف و میزان شفافیت و سهم‌خواهی هریک از عوامل در تحقق هر پدیده‌ای را بیش از پیش مشکل ساخته است و جنبه‌های از زندگی ما را هر روز پیچیده‌تر می‌کنند. بر این اساس برنامه‌ریزان همسو با افزایش بازیگران و پیچیده شدن فزاینده، به استفاده از شیوه‌های مختلفی از جمله آینده‌نگاری پی برده‌اند (زیاری و همکاران، ۱۳۹۶). آینده‌نگاری فرایندی نظام‌مند، مشارکتی و گردآورنده ادراکات آینده است که چشم‌اندازی میان-مدت تا بلند مدت را با هدف اتخاذ تصمیمات روزآمد و بسیج اقدامات مشترک بنا می‌کند (بابازاده خامنه و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین این رویکرد به دلیل ضعف دانش پیش‌بینی در سیاستگذاری‌ها و همچنین مدیریت راهبردی در پاسخگویی به چالش‌های حاضر ظهور یافت. در همین راستا بحث آینده‌گاری در صنعت گردشگری باعث شده از برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو به عنوان ستون فقرات گردشگری یاد کنند. سپس در اهمیت ظرفیت‌سنجی، بازاریابی، موقعیت‌طلبی باید اذعان داشت که ارائه تبلیغات داخلی و خارجی جهت به تصویر کشاندن امکانات، استعدادهای طبیعی و تاریخی متنوع، فرهنگ و خرده‌فرهنگ‌ها، تاریخ حیات اجتماعی و اقتصادی در توسعه صنعت گردشگری بسیار مهم می‌باشند. بنابراین تصویر طلب از مقصد گردشگری ادراکاتی از مقصد را برای گردشگر تداعی می‌کند و تاثیر به‌سزای در تصمیم‌گیری گردشگران و رفتار آنها پس از سفر دارد، بدین

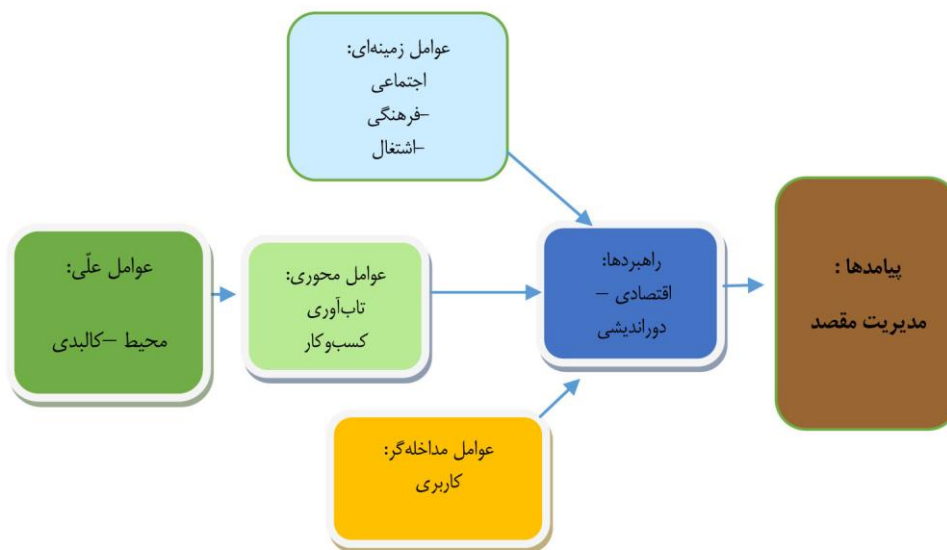
۱- Giao

۲- Ehigie

۳- Turk & Soline

دوراندیشی تشکیل شده است که خود مشتمل بر ۳ کد محور در بخش اقتصادی سیاست‌های مالی- پولی، آسیب‌های مالی، مشوق‌ها و آینده‌نگاری در بخش دوراندیشی بوده است. ۶- در نهایت پیامدها از کد انتخابی مدیریت مقصد تشکیل شده است که خود مشتمل بر ۴ کد محوری: برنامه‌ریزی راهبردی، تعامل با مشتری، حمایت خانوار، موقعیت‌طلبی بوده است (شکل ۲).

محوری بازیابی، بازاریابی و ظرفیت‌سنجی بوده است. ۳-عوامل زمینه‌ای از کد اجتماعی تشکیل شده است که خود مشتمل بر دو کد دانش و مهارت و ریسک‌پذیری بوده است. ۴- عوامل مداخله‌گر شامل کد انتخابی کاربری بوده که خود مشتمل بر دو کد سازگاری کاربری و رعایت استانداردهای ایمنی در محیط کسب‌وکار بوده است. ۵- راهبردها از دو کد انتخاب اقتصادی و



شکل ۲- الگوی تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات  
Figure 2- Resilience model of tourism business in Oramanat region

انسانی وجود داشته است و به تدریج با طی مراحل تاریخی مختلف به موضوعی فنی، اقتصادی و اجتماعی خود رسیده است. امروزه این صنعت در دنیا به یکی از منابع مهم درآمدی و یک فعالیت عظیم اقتصادی تبدیل شده، و حتی از آن به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند. اما در سال‌های اخیر مقاصد گردشگری روستایی با مخاطراتی همچون افزایش گازهای گلخانه‌ای، گرمای زمین، تراکم جمعیت، نابرابری درآمد و اجتماعی، بحران‌های تروریستی- سیاسی، رکود اقتصادی و زیستی و جدیداً پاندمی کرونا، سبب اختلال و عدم اطمینان در کسب‌وکار گردشگری شده است. بر همین اساس مفهومی تحت عنوان تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری که هدف تحقیق حاضر

در الگوی تدوین شده مولفه‌های محیطی- کالبدی بر عوامل محوری که هدف اصلی تحقیق نیز می‌باشد، اثرگذار بوده و بر راهبردها به صورت غیر مستقیم تأثیرگذار بوده است؛ در حالی که عوامل محوری، عوامل مداخله‌گر و زمینه‌ای به‌صورت مستقیم بر راهبردها تأثیر مستقیم داشته‌اند. در نهایت راهبردها تدوین شده که شامل ابعاد اقتصادی و دوراندیشی بوده‌اند بر پیامدهای تاب‌آوری کسب‌وکار که شامل مدیریت مقصد بوده است، تأثیر مستقیم داشته‌اند.

### نتیجه‌گیری

گردشگری، پدیده‌ای است کهن، که از دیرباز در جوامع

نیز می‌باشد، مطرح می‌گردد. در این راستا تحقیق حاضر سعی داشته است با استفاده از روش شناسی داده بنیاد (گراند تئوری) در محیط مکس کیودا، ضمن استخراج کدهای تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات کردستان، مبادرت به تدوین الگو نیز کند. یافته‌های تحقیق نشان داده است که ۱۸۵ کد باز شناسایی شده‌اند که بعد از بررسی و ارتباط آن‌ها با هدف تحقیق ۶۰ کد مفهومی، ۲۰ کد محوری و ۷ کد انتخابی استخراج شده‌اند که بیش‌ترین تأکید جامعه نمونه بر آینده‌نگاری از میان کد انتخابی دوراندیشی با ۲۰ تأکید، سپس موقعیت‌طلبی از میان کد انتخابی موقعیت‌طلبی، عوامل اجتماعی و بازیابی و ظرفیت‌سنجی از بخش عوامل محوری با ۱۴ تأکید بوده‌اند. در نتیجه الگوی تدوین شده تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات شامل ۶ مؤلفه علی، محوری، مداخله‌گر، زمینه-ای، راهبردی و پیامد بوده است. در این میان بر آینده‌نگاری از کد دوراندیشی، ظرفیت‌سنجی و بازیابی از کد محوری، تعامل با مشتری عوامل اجتماعی به ترتیب بیش‌ترین تأکید شده است. در رابطه با آینده‌نگاری که بیش‌ترین تأکید شده است، باید عنوان داشت؛ در جهان رقابتی امروز، کشورها و مناطق که خواهان تحولات بنیادین هستند، برنامه‌ریزی‌های پابرجا و مبتنی بر طراحی سناریو با رویکرد آینده‌نگاری را محور عمده برنامه‌ریزی توسعه آتی خود قرار داده‌اند. در این راستا توسعه گردشگری به عنوان یکی از موضوعات بسیار مهم که نقشی اساسی در جهت بهبود وضعیت اقتصادی مناطق دارد و می‌تواند با آینده‌نگاری و تدوین سناریو به رشد اقتصادی و افزایش کیفیت زندگی مردم کمک کند، به‌عنوان مهم‌ترین رکن مطرح است. بنابراین با ترسیم چشم‌انداز آینده گردشگری منطقه اورامانات بر پایه سناریوها، بستر تصمیم‌گیری مناسب می‌توان جهت اتخاذ سیاست مناسب تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری فراهم کرد.

پژوهش حاضر بر آینده‌نگاری و دوراندیشی جهت تاب‌آوری

کسب‌وکار گردشگری تأکید دارد و در این زمینه می‌توان بیان داشت که با نتایج پژوهش ورمزیاری و همکاران (۱۳۹۶) همسو است. چرا که در پژوهش ایشان عوامل آینده‌نگاری و توان تطابق به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تاب‌آوری شناسایی شده است. همچنین نتایج پژوهش پیش‌رو با مطالعات فرزین و همکاران (۱۳۹۸)، ولایی و همکاران (۱۳۹۷) و داهلس و همکاران (۲۰۲۰) که گردشگری و کسب‌وکارهای ناشی از آن می‌تواند به رکن اصلی توسعه پایدار تبدیل گردد، همسو می‌باشد. اما تحقیق حاضر جهت تحقق این مهم و تحول عظیم اقتصادی و پایداری اجتماعی در جامعه هدف، لزوم توجه به تدوین الگوی مطلوب را در مد نظر قرار داده است که در سایر پژوهش‌ها به آن کمتر اشاره شده است و در این زمینه با پژوهش‌های علی‌قی‌زاده (۱۴۰۱)، صادقلو و همکاران (۱۳۹۶) و کامارودین و همکاران (۲۰۲۰) همسو نیست. زیرا پژوهش‌های ذکر شده به ترتیب به عوامل اقتصادی، ویژگی‌های فردی افراد فعال و آگاهی دادن به ذی‌نفعان محلی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل تاب‌آوری توجه داشته‌اند.

در نهایت جهت تحقق هرچه بیشتر الگوی تدوین شده تاب‌آوری کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات توجه به پیشنهادی زیر ضروری است: شناسایی و در نظر گرفتن ذی‌نفعان کسب‌وکار گردشگری در منطقه اورامانات - ترسیم چشم‌اندازهای کسب‌وکارهای گردشگری منطقه بر پایه سناریوهای محتمل جهت اتخاذ تصمیم صحیح در راستای تاب‌آوری و در پایان توجه و در نظر گرفتن ظرفیت‌های منطقه در جهت توسعه کسب‌وکار گردشگری و بهره‌گیری از شیوه‌های اطلاع‌رسانی جهت شناساندن گردشگری منطقه در سطح کشور.

## منابع

- ارباب، ک. (۱۳۹۹). نقش کسب‌وکارهای خانگی در توانمندسازی و تاب‌آوری زنان روستایی مطالعه موردی دهستان قلعه شهرستان منوجان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیا، رشته برنامه‌ریزی روستایی، تهران.
- اسعدی، م. و جباری، گ. (۱۴۰۰). عوامل مؤثر بر تاب‌آوری جامعه گردشگری روستایی در راستای توسعه پایدار (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری شهرستان همدان). پژوهش‌های روستائی، ۱۲(۴): ۶۹۹-۶۸۴  
<https://doi.org/10.22059/jrur.2021.325604.1646>
- اصفهان‌ئی، ع. (۱۳۹۸). ارزیابی شاخصهای تاثیرگذار در میزان حس تعلق خاطر در منطقه اورامانات - کردستان، معماری شناسی - سال دوم، شماره ۱۳.  
<https://memarishenasi.ir/fa/archive.php?pid=23&rid=14>
- بابازاده خامنه، ص.، دانه‌کار، ا. و علم‌بیگی، ا. (۱۴۰۰). ارائه سناریوهای توسعه گردشگری تاب‌آور و پایدار متکی بر جامعه محلی با رویکرد آینده‌نگاری: مورد مطالعه تالاب بین‌المللی فریدون‌کنار. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۵۲(۴): ۹۰۹-۹۲۲.  
[doi:10.22059/ijaedr.2020.307082.668935](https://doi.org/10.22059/ijaedr.2020.307082.668935)
- بادزبان، ف.، رضائی مقدم، ک. و فاطمی، م. (۱۳۹۹). کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زنان روستایی استان فارس: کاربرد مقیاس تاب‌آوری در طول عمر کسب و کار، مجله راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، ۱۳(۷): ۲۳-۱۲.  
<https://doi.org/10.22069/jead.2021.18890.1461>
- پارسا، ع. (۱۳۹۶). ارتقا تاب‌آوری اجتماعی در محله‌های تاریخی راهبردی در فرآیند بازآفرینی پایدار شهری: نمونه‌ی موردی محله صوفیان بروجرد، چهارمین کنفرانس ملی معماری و شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، ۱۶-۱.
- <https://civilica.com/doc/632126>  
 پاشائی خامنه، ع.، امامی، ف.، حسینی، ع. و خواجه پور، ا. (۱۴۰۱). شناسایی راهبردهای مؤثر در سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) در باشگاه‌های ورزشی ایران. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۲۱(۵۸): ۴۰۶-۳۸۹.  
 doi: 10.22034/ssys.2022.949.1644
- خسروی مال امیری، ح.، سلیمانی، ح.، غفاری، ر. و خادم-الحسینی، ا. (۱۳۹۹). تبیین الگوی تاب‌آوری سکونتگاه‌های روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ایذه، بخش دهدز)، مجله برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، ۵(۱): ۱۴۵-۱۳۱.  
<https://doi.org/10.30473/psp.2020.6803>
- خسروی پور، ب. و پورجاوید، س. (۱۳۹۶). واکاوی عوامل مؤثر بر رشد کارآفرینی در کسب‌وکارهای کوچک (SME) زنان روستایی در شهرستان اسلام‌آباد غرب با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا، راهبردهای توسعه روستایی، ۳۱۵-۲۹۹.  
<https://doi.org/10.22048/rdsj.2018.51322.1528>
- زارع، ص. (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی فضایی با هدف افزایش تاب‌آوری شهری با استفاده از مدل مکانی کاتر در شهرهای ساحلی مازندران: مطالعه مکانی شهر سرخورد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، دانشکده معماری و شهرسازی، گروه برنامه‌ریزی شهری، اصفهان.
- زیاری، ک.، ربانی، ط. و ساعد موچشی، ر. (۱۳۹۶). آینده‌پژوهی پارادایمی نوین در برنامه‌ریزی با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای (مبانی، مفاهیم، رویکردها و روش‌ها)، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- سوگندی، ف. (۱۴۰۲). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی با تمرکز به نقش ویروس کرونا (مطالعه موردی روستای بوژان شهرستان نیشابور)، راهبردهای توسعه روستایی، ۱۱(۱۰): ۹۵-۱۱۱.

<https://civilica.com/doc/663956>

کاویانی، ا.، رحمانی، ب.، رضویان، م.ت. و علیپورنخی، ع. (۱۳۹۷). ارزیابی نقش و تأثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۰(۲): ۲۷۱-۲۵۳.

<https://dori.net/dor/20.1001.1.66972251.1397.10.2.28.8>

ورمزیاری، ح. و ایمانی، ب. (۱۳۹۶). تحلیل تاب‌آوری کسب و کارهای روستایی در شهرستان ملکان، مجله توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱): ۱۸۱-۲۰۰.

<https://doi.org/10.22059/jed.2017.62327>

ولائی، م.، کریم زاده، ح. و منافی‌آذر، ر. (۱۳۹۷). تحلیل موانع توسعه کسب و کارهای خرد در نواحی روستایی شهرستان میان‌دوآب، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۷(۲۵): ۲۰۸-۱۸۳. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3161-fa.html>

ولائی، م.، عبدالهی، ع.، منافی‌آذر، ر. و صفری، ن. (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت آباد شمالی-شهرستان میان‌دوآب). فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۵(۱۹): ۱۶۲-۱۴۹.

<https://dori.net/dor/20.1001.1.22516735.1394.5.19.12.9>

یاوری گهر، ف. و منصوری مؤید، ف. (۱۳۹۶). مدیریت بحران در صنعت گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۴۰): ۴۰-۲۱. doi:

[10.22054/tms.2018.15614.1439](https://doi.org/10.22054/tms.2018.15614.1439)

Abotaleb, V. (2008). An Introduction to Current Opportunities in Investment and Participation in Iran Country Agriculture Sector, Retrieved July 5 2008.

Anthopoulou, T., Kaberis, N., & Petrou, M.

<https://doi.org/10.22048/rdsj.2022.330043.2002>

شاکریان، ا. (۱۳۹۲). رابطه سرمایه انسانی و سرمایه رابطه‌ای در کسب و کارهای کوچک و متوسط گردشگری فرهنگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده مدیریت و حسابداری، رشته مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی جهانگردی، تهران.

صادقلو، ط.، محمودی، ح. و جعفری، ف. (۱۳۹۶). تحلیل تاب-

آوری کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی مورد: حوزه نفوذ گردشگری شهر مشهد، مجله اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶(۱۳): ۲۲-۱.

<http://serd.khu.ac.ir/article-1-2973-fa.html>

علیقلی‌زاده فیروز جایی، ن. (۱۴۰۱). سنجش تاب‌آوری کسب و کارهای گردشگری در برابر بحران شیوع ویروس کووید ۱۹ مطالعه موردی: سکونتگاه‌های ساحلی شهرستان بابلسر، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۵۴(۴): ۱۲۲۶-۱۲۱۱.

<https://doi.org/10.22059/jhgr.2021.318710.1008260>

فرزین، م.، حسین‌پور، م.، عرب‌مازاد، ع. و محمودزاده، س. م. (۱۳۹۸). تحلیل نهادی بر هزینه مبادله بازار و کسب و کارهای کوچک و متوسط گردشگری ایران، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۸): ۴۰-۲۱.

<https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.16574.3066>

کمالی، ز. و قاسمی، م. (۱۴۰۲). راهبردهای تاب‌آوری کالبدی مسکن خانوارهای روستایی در برابر سیل (مطالعه موردی: شهرستان درگز). راهبردهای توسعه روستایی، ۱۰(۱): ۱۹-۱. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2022.310569.1984>

قدیری معصوم، م.، حجتی‌پور، م.، قراگوزلو، ه. و جورنیان، م. ر. (۱۳۹۵). تحلیل نقش سرمایه اجتماعی در ریسک‌پذیری و کارآفرینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)، پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۴): ۳۱-۱۷.

- enterprise  
resilience. *Enterprise Information Systems*, 4(2): 111-136.
- Giao, H. N. K., Ngan, N. T. K., Phuc, N. P. H., Tuan, H. Q., Hong, H. K., Anh, H. D. T., ... & LAN, N. (2020). How destination image factors affect domestic tourists revisit intention to Ba Ria-Vung Tau Province, Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 209-220. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.209>
- Guo, Y., Zhang, J., Zhang, Y., & Zheng, C. (2018 a). Catalyst or barrier? The influence of place attachment on perceived community resilience in tourism destinations. *Sustainability*, 10(7), 2347. <https://doi.org/10.3390/su10072347>
- Guo, Y., Zhang, J., Zhang, Y., & Zheng, C. (2018 b). Examining the relationship between social capital and community residents' perceived resilience in tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 973-986. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1428335>
- Holladay, P. J., & Powell, R. B. (2016). Social-ecological resilience and stakeholders: A qualitative inquiry into community-based tourism in the Commonwealth of Dominica. *Caribbean Studies*, 3-28. <https://www.jstor.org/stable/44364460>
- Kamarudin, K. H., Wahid, S. N. A., and Chong, N. O. (2020). Challenges for Community Based Rural Tourism Continuity and Resilience in Disaster Prone Area: The Case of Mesilou, Sabah, The 1st International Conference on Urban Design and Planning, pp.1-11. doi:10.1088/1755-1315/409/1/012003.
- Kevin Lo, Jie Li, Mark Wang, Cong Li, Shuzhuo Li & Ying Li (2019). A Comparative Analysis of Participating and Non-Participating Households in Pro-Poor Tourism in Southern Shaanxi, China, *Tourism Planning & (2017). Aspects and experiences of crisis in rural Greece. Narratives of rural resilience. Journal of Rural Studies*, 52, 1-11. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.03.006>
- Bristow, G. (2010). Resilient Regions: Replacing Regional Competitiveness, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, Volume 3, PP 153-157. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp030>
- Bruneaus, M., S.E. Chang, R.T. Eguchi, G.C. Lee, T.D. O'Rourke, A.M. Reinhorn and D. Von Winterfeldt. 2003. A framework to quantitatively assess and enhance the seismic resilience of communities. *Earthquake Spectra*, 19(4): 733-752.
- Cohen, O., Bolotin, A., Lahad, M., Goldberg, A., Aharonson-Daniel, L., (2016). Increasing sensitivity of results by using quantile regression analysis for exploring community resilience. *Ecological Indicators*, Vol 66, pp 497-502. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2016.02.012>
- Dahles, H., Prabawa, T. S., & Koning, J. (2020). Local tourism businesses in Indonesia: a pathway to crisis resilient development?. *ASEAS-Austrian Journal of South-East Asian Studies*, 13(1), 17-33. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-0027>
- 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.
- Ehigie, B.O. (2006), Correlates of Customer Loyalty to their Bank: A Case Study in Nigeria, *International Journal of Bank Marketing*, vol. 24, no. 7, p. 494-508. <https://doi.org/10.1108/02652320610712102>
- Erol, O., B.J. Sauser and M. Mansouri. 2010. A framework for investigation into extended

- Community Resilience in the Environmental Hazards. Tarbiat Modares University Press.
- Sharifi, A and Yamagata, Y (2014), Resilient urban planning: Major principles and criteria, The 6th International Conference on Applied Energy– ICAE2014, Energy Procedia, Vol. 61, pp 1491–1495. doi: 10.1016/j.egypro.2014.12.154.
- Tsao, Ch-yu and cheng Ni, Ch. (2015). Vulnerability, resilience, and the adaptive cycle in a crisis-prone tourism community, An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, Tourism Geographies, Vol.18, No.1, pp.80-105, DOI: 10.1080/14616688.2015.1116600.
- Turk, M. A. & Soilen, K. S. (2007). “Data mining and mobile CRM: An update”, A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of MBA (Master of Business Administration).
- Williams, Ch., Jing You, J., and Joshua, K. (2020). Small-business resilience in a remote tourist destination: exploring close relationship capabilities on the island of St Helena, Journal of Sustainable Tourism, Vol.28, No.7, pp.937-955, DOI:10.1080/09669582.2020.1712409.
- Zhao, R., & Li, L. (2023). Pressure, state and response: configurational analysis of organizational resilience in tourism businesses following the COVID-19 pandemic crisis. Humanities and Social Sciences Communications, 10(1), 1-19. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01788-7>
- Development, 16:3, 318-333, DOI: 10.1080/21568316.2018.1490340.
- Matthew, O. A., Ede, Ch., Osabohien, O., Ejemeyovwi, J., Ayanda, T., and Okunbor, j. (2019). Interaction Effect of Tourism and Foreign Exchange Earnings on Economic Growth in Nigeria, Sagepub Journal, PP.1-16. DOI: 10.1177/0972150918812985.
- Ngin,ch., Chhom,ch.,& Neef,a.(2020),Climate change impacts and disaster resilience among micro businesses in the tourism and hospitality sector: The case of Kratie, Cambodia, Environmental Research,v(186), <https://doi.org/10.1016/j.envres.2020.109557>.
- Pasanchay, Kh., and Schott, Ch. (2021). Community-based tourism homestays’ capacity to advance the Sustainable Development Goals: A holistic sustainable livelihood perspective, Tourism Management Perspectives, Vol. 37, pp. 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100784>.
- Pierce, A. K. (2016). The financing activities of Canadian small and medium-sized enterprises in tourism industries. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally. <https://core.ac.uk/download/pdf/77512061.pdf>
- Prayag, G. (2023). Tourism resilience in the ‘new normal’: Beyond jingle and jangle fallacies?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 513-520. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.006>
- Roknedin Eftekhari, A., & Sadeghloo, T. (2019).