

طراحی مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای گردشگری

انوشیروان ظهیری

دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

هادی ثنائی پور^۱

گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران

عبدالغنی رستگار

گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس، گنبد کاووس، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۳/۶

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری انجام شده است. یکی از جنبه‌های بروز و ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه، ایجاد کسب‌وکار در حوزه گردشگری است. بر اساس آمارهای جهانی، گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است. کسب‌وکارهای گردشگری همانند انواع دیگر کسب‌وکارها، با چالش‌هایی مواجهند که نیازمند برنامه‌ریزی برای آن است. یکی از این چالش‌ها، آماده‌سازی برای مقابله با بحران است و ضروریست کسب‌وکارها برای شناسایی مخاطرات آماده شده و تاب‌آوری خود را ارتقا دهند. این پژوهش به روش داده‌بنیاد انجام شده و جامعه آماری متشکل از ۱۸ نفر از خبرگان تجربی و دانشگاهی بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. فرآیند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق انجام شده و مفاهیم در سه گام کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل و در نهایت با تلفیق و ترکیب مفاهیم و دسته‌بندی آنها، الگوی پارادایمی پژوهش ارائه گردید. در انتها نیز پیشنهادهایی با هدف ارتقاء توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری ارائه شد.

کلمات کلیدی: برنامه‌ریزی، توسعه کارآفرینی، تاب‌آوری استراتژیک، گردشگری.

مقدمه

یکی از مهمترین مسائل مورد توجه برنامه‌ریزان در رده‌های مختلف، دستیابی به سطوح بالاتر رشد و توسعه اقتصادی است. میزان رشد اقتصادی، به‌منابه شاخصی برای ارزیابی عملکرد سیاست‌های اقتصادی هر کشور است. یکی از بازیگران اقتصادی که در دهه‌های اخیر، اهمیت آن به‌عنوان متغیری تعیین کننده در رشد اقتصادی کشورها مورد توجه قرار گرفته، فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. بر این اساس کارآفرینی در برنامه‌ریزی‌ها همواره مورد توجه بوده و به‌عنوان شاخصی تأثیرگذار بر رشد اقتصادی کشورها، توجه دولت‌ها را به‌خود جلب کرده است (Acs et al., 2004).

همچنین از کارآفرینی به‌عنوان موتور محرک رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی یاد می‌شود (Tsai & Kuo, 2011) و بخش قابل توجهی از نرخ رشد تولید ناخالص داخلی کشورها به‌دلیل فعالیت‌های کارآفرینان می‌باشد (Audretsch et al., 2002). بر اساس نتایج فعالیت کارآفرینان در اقتصاد کشورها، برنامه‌ریزان به‌دنبال این هستند که چگونه می‌توان اقتصاد کارآفرینانه، پویا و رقابتی ایجاد کنند (Stevenson & Lundström, 2001). بنابراین با توجه به تأثیر فعالیت‌های کارآفرینان در ایجاد اقتصاد نوآورانه و مزایای ناشی از آن، حمایت دولت‌ها از فعالیت‌های کارآفرینانه رشد زیادی داشته و در سالیان اخیر، دولت‌ها به‌طور جدی کارآفرینی را تشویق کرده‌اند (Lundström et al., 2017). یکی از جنبه‌های بروز و ظهور کارآفرینی، کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار در حوزه گردشگری است که بر اساس آمارهای جهانی، گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است و پیش‌بینی می‌شود حدود ۱۰ درصد از میانگین تولید ناخالص داخلی کشورها به واسطه فعالیت در بخش گردشگری باشد (UNWTO, 2015).

کسب‌وکارهای گردشگری همانند دیگر کسب‌وکارها با چالش‌هایی مواجهند که نیازمند برنامه‌ریزی برای مقابله با آن است. یکی از این چالش‌ها، آماده‌سازی برای مقابله با بحران‌ها و تلاش برای بقا است (Rey-Martí, et al., 2015). بنابراین ضروری است که سازمان‌ها برای شناسایی مخاطرات آماده شده و برنامه‌ریزی انجام دهند (Hatton, et al., 2012). این مفهوم، تاب‌آوری نامیده می‌شود که قابلیت‌هایی به شرکت‌ها می‌دهد که می‌توانند با وجود شرایط نامطلوب به حیات خود ادامه داده و رشد کنند (Hatton et al., 2012). تاب‌آوری سازمانی، توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی است که اصطلاحاً تاب‌آوری استراتژیک کسب‌وکار نامیده می‌شود (Hamel and Välikangas, 2003).

در این پژوهش، کسب‌وکارهای بوم‌گردی مورد بررسی قرار می‌گیرند. بوم‌گردی یکی از راه‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی است چراکه اساساً خدمات آن توسط کسب‌وکارهای کارآفرینانه ارائه می‌شود و در سالیان اخیر مورد توجه کارآفرینان و همچنین برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته است. بوم‌گردی یکی از مهمترین انواع گردشگری است که به‌واسطه تنوع طبیعی و فرهنگی موجود در مناطق روستایی، توجه برنامه‌ریزان و کارآفرینان را به‌خود جلب کرده و به یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده و در بسیاری از کشورها به‌عنوان

منبعی برای کسب درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختارهای زیربنایی محسوب می‌شود (Lee et al., 2011: 413). با توجه به توضیحات هدف اصلی از انجام این پژوهش، طراحی مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری است.

پژوهش حاضر از لحاظ هدف بنیادی، از نظر ماهیت اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، از نوع روش کیفی است که از روش نظریه داده بنیاد برای طراحی مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری استفاده شد.

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۸ نفر از خبرگان و مطلعین کلیدی در حوزه تاب‌آوری کسب‌وکارها، برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی و بوم‌گردی در استان گیلان انجام شد. برای نمونه‌گیری از روش هدفمند به شیوه گلوله‌برفی استفاده شد. انتخاب این افراد بر مبنای تخصص و خبرگی آنها بوده که دارای مدرک تحصیلی مرتبط با تجربه حداقل ۵ سال سابقه کار اجرایی مرتبط باشند و در خصوص موضوع تحقیق حاضر دارای مقالات، فعالیت‌های پژوهشی و یا سابقه اجرایی باشند. برای تحلیل داده‌ها، از روش سیستماتیک استراوس و کوربین^۱ (۱۹۹۸) در سه گام اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی استفاده شد و با ادغام مفاهیم مشترک، به وسیله روش نظریه داده بنیاد، مقوله‌ها در شش دسته شرایط علی، زمینه، پدیده یا مقوله محوری، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج شد و در نهایت الگوی پارادایمی طراحی شد.

رویکرد نظری و پیشنهاد تحقیق

بوم‌گردی و کارآفرینی بوم‌گردی

صنعت گردشگری از مهمترین بخش‌های اقتصادی است که در سال‌های اخیر رشد فزاینده‌ای داشته و بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی خود را از این صنعت کسب می‌کنند (Eccles & Costa, 1996). امروزه از گردشگری به عنوان صنعت پاک و بزرگترین صنعت خدماتی یاد می‌شود (مظفری و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگری، راهکاری برای رهایی از شرایط فقر، بیکاری و توسعه‌نیافتگی محسوب می‌شود (ماهوتی و طیبیان، ۱۳۹۹). بوم‌گردی به‌عنوان یکی از گونه‌های جدی گردشگری با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان، بسیار مورد توجه است (Faraji rad and Ehsani, 2010: 66) و یکی از راهبردهای موثر برای توسعه پایدار محسوب می‌شود (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹).

بنا بر آخرین تعریف ارائه شده توسط انجمن بین‌المللی اکوتوریسم (۲۰۱۵) بوم‌گردی یا اکوتوریسم سفری است مسئولانه به جاذبه‌های طبیعی برای لذت بردن، ادراک و قدر طبیعت را دانستن، به طوری که حافظ زیست‌بوم بوده، سبب پایداری کیفیت زندگی مردم منطقه شده و در آن گردشگر در فعالیت‌های سودآور اقتصادی مردم محلی مشارکت دارند (Anup et al, 2015: 253).

¹ Strauss and Corbin

بوم‌گردی در راستای توسعه پایدار گردشگری، متداول‌ترین رویکردی است که در حال حاضر برای توسعه گردشگری مناطق طبیعی استفاده می‌شود. هدف‌های گردشگری پایدار، بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، رعایت برابری بین نسل‌ها و درون یک نسل، حفظ کیفیت محیط زیست، حفظ یکپارچگی و انسجام فرهنگی و همبستگی اجتماعی بین جوامع و ایجاد تسهیلات و امکانات است به گونه‌ای که بوم‌گردان بتواند تجربه‌های ارزشمندی کسب کند (Franklin, 2003).

در نتیجه بوم‌گردی به عنوان یک خرده مجموعه از توسعه پایدار نقش دارد، که همه اجزای مجموعه توسعه پایدار را به شکلی متوازن گرد هم می‌آورد تا حفاظت از محیط‌زیست در کنار توسعه اقتصادی و اجتماعی، تحقق یابد. در واقع بوم‌گردی نوعی گردشگری مسئولانه است که علاوه بر حفاظت از منابع طبیعی، رفاه و ارزش‌های اجتماعی مردم محلی را هم در نظر می‌گیرد. طرفداران بوم‌گردی معتقدند که بوم‌گردی باعث بهبود کیفیت زندگی هم میزبان و هم مهمان (گردشگر) شده، از محیط زیست انسانی و طبیعی حفاظت نموده و نقش اساسی در اقتصاد محلی دارد (Salehi, 2016).

علاوه بر این، بوم‌گردی می‌تواند به عنوان وسیله‌ای برای تأمین مالی و بهبود خدمات پایه در مناطق روستایی تلقی شود (ارمغان، ۱۳۹۶). خدماتی نظیر آب تمیز و سالم، بهداشت، برق و خدمات حمل و نقل که جزو نیازهای پایه و اساسی اجتماعات امروزی تلقی می‌شود. بوم‌گردی در سالیان اخیر مورد توجه کارآفرینان و همچنین برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته و یکی از مهمترین انواع گردشگری است و در بسیاری از کشورها به عنوان منبعی برای کسب درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختارهای زیربنایی محسوب می‌شود (Lee et al., 2011: 413).

صنعت گردشگری از قابلیت‌های زیادی جهت نوآوری و کارآفرینی برخوردار است (دسترنج و همکاران، ۱۳۹۸). تحقیقات نشان می‌دهد بیشترین ظرفیت و فرصت برای بوم‌گردی در مناطق طبیعی و روستایی قابل شناسایی است. در بسیاری از سیاست‌های توسعه‌ای روستایی در کشورهای مختلف نیز از بوم‌گردی به عنوان راه‌حلی برای بهبود معیشت روستائیان و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و کارآفرینی روستایی یاد می‌شود. با این وجود، ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در حوزه بوم‌گردی و کارآفرینی در گردشگری نوعی تنوع درآمدی را برای خانوارهای روستایی به منظور مقابله با فشارهای مالی فراهم می‌کند و گسترش آن می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق روستایی به وجود آورد (Amini and Hashemi, 2008).

این امر به نوبه خود، اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری و مهاجرت از روستا به شهر را به دنبال داشته و موجب انتقال نیروی کار مازاد بخش کشاورزی و دامداری به بخش خدمات می‌شود (Bobochiaris, 2013). پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه فرصت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری با رویکرد بوم‌گردی نشان می‌دهد قابلیت‌های بوم‌گردی در اشتغال‌زایی و رشد بخش‌های مختلف اقتصادی از یک طرف وابستگی بسیار زیادی به راهبردهای حمایتی دولت‌ها دارد و از طرف دیگر، مرهون فعالیت‌های کارآفرینانه صاحبان کسب‌وکارهایی است که در این حوزه فعالیت دارند

(Henderson, 2002: 48). اما کسب‌وکارهای حوزه بوم‌گردی با چالش‌هایی مواجهند که نیازمند ایجاد و توسعه ظرفیت تاب‌آوری می‌باشند. ظرفیت تاب‌آوری ارتقادهنده توانمندی سازمان در مواجهه با موقعیت‌های خاص و تسریع کننده اقدامات تحول آفرین در زمان بروز حوادث غیر منتظره و مهم است و به بقای طولانی مدت سازمان کمک می‌کند (Lengnick-Hall & Beck, 2009).

تاب‌آوری استراتژیک

تاب‌آوری به معنی توانایی مقاومت در برابر بحران و آشفتگی‌ها است این مفهوم با فعالیت‌های راه‌اندازی و تاسیس، مدیریت ریسک و بحران و برنامه‌ریزی کسب‌وکار و مدیریت استراتژیک مرتبط است و به کسب‌وکارها کمک می‌کند که در هر شرایطی بتوانند به فعالیت ادامه دهند (Pal, 2013).

تاب‌آوری کسب‌وکار، پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای است که باعث می‌شود ظرفیت لازم برای مقابله با چالش‌ها ایجاد شود. ابعاد سازمان‌های تاب‌آور شامل ساختارهای مؤثر قدرت، روابط اجتماعی، پذیرش واقعیت، نگرش مثبت نسبت به تغییر، تمایز و ارتباطات است (Luthans, et al., 2007).

تحقیقات نشان می‌دهد سازمان‌ها در هر اندازه‌ای که باشند بایستی برای آماده‌سازی در مواجهه با بحران‌ها، شناسایی مخاطرات و کاهش احتمال رخداد آن‌ها، برنامه‌ریزی انجام دهند (Hatton, et al., 2012). به بیان دیگر سازمان‌ها بایستی تاب‌آوری خود را ارتقا دهند (Hummel and Välikangas, 2003). تاب‌آوری کسب‌وکارها به روش‌های مختلفی مفهوم‌سازی شده است. برخی بر ویژگی‌های شرکت که عملکرد تاب‌آوری از طریق درک کارکرد آن و چگونگی حفظ آن با به‌کارگیری رفتارپیش برنده متمرکز هستند (Weick and Sutcliffe, 2007). برخی با هدف توسعه مفهوم در حوزه مدیریت و طراحی زنجیره تامین (Falasca et al., 2008) و برخی پژوهشگران رویکرد مبتنی بر دیدگاه‌های مشتری را اتخاذ کرده‌اند (Gulati, 2010).

تاب‌آوری استراتژیک، توانایی ایجاد مدل کسب‌وکار و استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی است (Hummel and Välikangas, 2003) و به حفظ انطباق‌پذیری و سازگاری در شرایط چالش برانگیز اشاره دارد (Sutcliffe and Vogus, 2003). تاب‌آوری توانایی تجدیدسازی خود در طول زمان از طریق نوآوری است (Reinmoeller and Baardwijk, 2005) و اینکه چگونه سیستم می‌تواند آشفتگی‌های پیش‌بینی نشده را شناسایی و اداره کند (Woods, 2015).

تاب‌آوری کسب‌وکار، ظرفیت مقاومت و بازیابی از حوادث، شوک‌ها یا بلایایی طبیعی است که می‌تواند بر یک سازمان یا یک سیستم، به‌صورت داخلی یا خارجی تاثیر بگذارند (Annarelli & Nonino, 2016: 301). یک سیستم در صورتی تاب‌آور است که بتواند کارکرد خود را قبل، حین یا پس از رویدادها تنظیم کند و عملیات مورد نیاز را هم در شرایط مورد انتظار و هم در شرایط غیر منتظره حفظ کند (De Galizia et. al., 2016) یا به جایگاه قبل از بحران بازگردد (Woods, 2015).

بر این اساس، ظرفیت تاب‌آوری معنی پیدا می‌کند که عبارت است از ترکیب منحصر به فردی از ویژگی‌های شناختی، رفتاری و ضمنی که ارتقا دهنده توانایی شرکت برای درک موقعیت جاری و ارائه واکنشی منحصر به فرد است (Lengnick-Hall and Beck, 2005). ظرفیت تاب‌آوری شرکت، ارتقا دهنده توانمندی سازمان در مواجهه با موقعیت‌های خاص و تسریع کننده انجام اقدامات تحول آفرین در زمان بروز حوادث غیر منتظره و مهم است که به بقای طولانی مدت سازمان کمک می‌کند (Lengnick-Hall & Beck, 2009). سازمان‌هایی که به دنبال تاب‌آوری هستند، به دنبال حداقل رساندن عدم اطمینان‌ها، چالش‌ها و آسیب‌ها هستند تا فرصتی ایجاد کنند که بتوانند در مقابل شرایط متغیر محیطی واکنش مناسب نشان دهند (Mallak, 1999; Mendonça & Wallace, 2015) و یا به واسطه قابلیت‌های پویایی همچون انعطاف‌پذیری بلندمدت بتوانند مزیت رقابتی ایجاد کنند و ظرفیت خود را برای انطباق با تغییرات افزایش دهند (Pal et al., 2014).

برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی

هیسریچ^۱ و همکاران (۲۰۰۵) فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است؛ نتیجه این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد (احمد پور، ۱۳۹۱). در دنیای امروز توسعه کارآفرینی تبدیل به یک سیاست کلیدی شده و کارآفرینی به راهبرد اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. رشد و توسعه اقتصادی کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است. از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است (زالی و رضوی، ۱۳۹۵). عملکرد کارآفرینان، توجیه کننده حمایت‌های دولتی و توجه سیاست‌گذاران به آنها بوده است. به همین دلیل است که کشورها به دنبال این هستند که چگونه اقتصاد کارآفرینانه پویا و رقابتی ایجاد کنند (Stevenson & Lundström, 2001). امروزه، بخش مهمی از سیاست‌ها با هدف تسهیل شرایط برای فعالیت‌های کارآفرینان تنظیم می‌شوند (Acs et al., 2016). بنابراین توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (Bjuggren et al., 2010).

برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی یک حوزه در حال ظهور است و همچنان دانش محدودی در زمینه برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه مستقل وجود دارد (Shankar & Nithyananda, 2017). سازمان توسعه و تجارت سازمان ملل متحد (آنکتاد)^۲ برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی را رهاسازی ظرفیت‌ها و تسهیل راه‌اندازی کسب‌وکارها می‌داند (Stevenson & Lundström, 2005). برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی، هدایت کنش‌های مولد اقتصادی و اجتماعی برای افراد است (Rigby & Ramlogan, 2013). این فرایند بر افراد و کسب‌وکارهای کوچک تاکید دارد (Norback et al., 2014). شواهد تجربی نشان می‌دهد نظام اقتصادی بستر ساز و پرورش‌دهنده شرکت‌های کارآفرینانه با رشد بالا، برتر از نظام اقتصادی است که برای افزودن بر شمار کسب‌وکارهای کوچک یا نرخ

¹ Hisrich

² UNCTAD

خوداشتغالی تلاش می‌کند (Shane, 2008). لذا می‌توان گفت که تلاش برای برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی، منجر به ایجاد فرصت‌های جدید شده و دیگران را برای پشتیبانی از نوآوری‌های پیشنهادی خود بسیج می‌کنند (Mintrom & Luetjens, 2017).

در خصوص برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی، تاب‌آوری کسب‌وکارها و همچنین کارآفرینی در بوم‌گردی تاکنون پژوهش‌های متعددی به‌طور مجزا انجام شده اما بررسی پایگاه‌های پژوهشی و جستجو در منابع علمی نشان می‌دهد موضوع طراحی مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری تاکنون مغفول مانده است. برخی از مهمترین تحقیقات و نتایج آنها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱- خلاصه نتایج تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش. منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

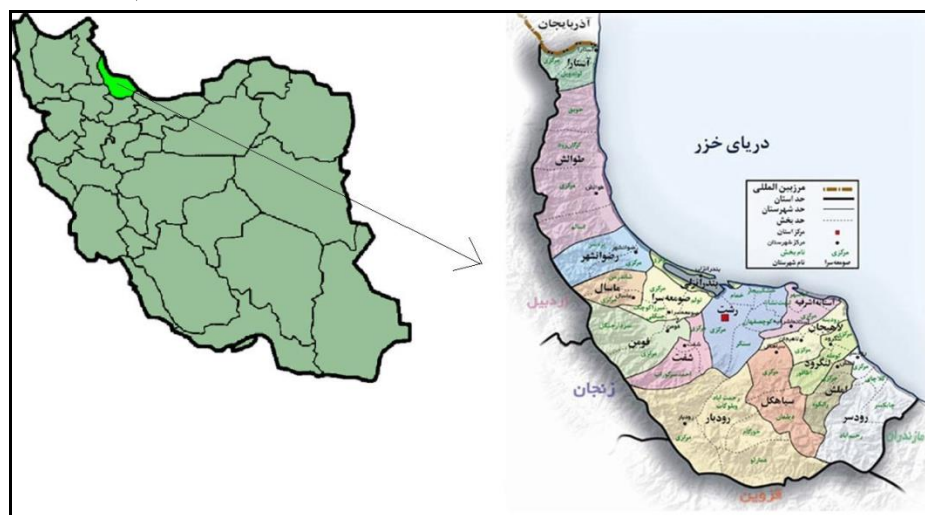
نویسندگان	عنوان	نتایج و یافته‌ها
دهدشتی شاهرخ و اصلانی (۱۳۹۸)	بررسی اثر جو خلاق و مدیریت دانش مشتری بر تاب‌آوری سازمانی شرکت‌های صادراتی	یافته‌ها نشان می‌دهد جو خلاق بر قابلیت‌های نوآوری و تاب‌آوری سازمان اثر مثبت داشته و مدیریت دانش مشتری به‌عنوان عامل مؤثر بر قابلیت‌های نوآوری شناخته می‌شود. قابلیت‌های نوآوری به‌عنوان یک متغیر پیشین، بر تاب‌آوری سازمان تأثیر مثبت معنادار دارد.
حیبی و کنعانی کاشانی (۱۳۹۸)	تأثیر کارآفرینی راهبردی بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم	کارآفرینی راهبردی، ذهنیت کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و بکارگیری خلاقیت و توسعه بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم تأثیر دارد.
لطفی و همکاران (۱۳۹۶)	نقش آموزش در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی	بین توسعه کارآفرینی اکوتوریستی و میزان آموزش و آگاهی رابطه معنادار و همبستگی مثبت وجود دارد و با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی گردشگری در منطقه توسعه می‌یابد.
ورمزیاری و ایمانی (۱۳۹۶)	تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان	نتایج نشان داد شش عامل توان تطابق و آینده‌نگری، تعامل با مشتریان، موفقیت طلبی، حمایت خانوار، برنامه‌ریزی راهبردی و حمایت دولت، در مجموع ۶۹ درصد واریانس سازه تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی را تبیین می‌کنند.
سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۴)	اولویت بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی	راهبرد ارائه منابع و تسهیلات مالی و اعتباری کم بهره به روستاییان برای راه‌اندازی کسب و کارهایی در حوزه گردشگری روستایی با مجموع نمره جذابیت ۳/۰۷۸ دارای بالاترین اولویت به لحاظ برنامه‌ریزی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه می‌باشد.
کرگان و همکاران (۲۰۱۹)	تاب‌آوری سازمانی در دانشکده‌های کسب‌وکار	تاب‌آوری ظرفیت بقای کسب‌وکارهای پس از رویدادهای ناسازگار و مخرب را بالا برده و ظرفیت سازمان‌ها برای تطابق با شرایط و رویدادها پیش از آنکه این اتفاقات تبدیل به اتفاقات مضر شده یا بتوانند ضربه‌ای به سازمان ایجاد کنند یا منجر به وقوع بحران شوند را افزایش می‌دهد.
فرانزیدیس (۲۰۱۹)	بررسی یک کسب‌وکار گردشگری اجتماعی	کسب‌وکارها قادر به تولید کالای توریستی با کیفیت بالا بوده و ارزش را بین همه ذینفعان را توزیع می‌کنند.
لیو و چیر (۲۰۱۸)	آموزش‌های جهانی‌سازی، تغییر و تاب‌آوری در فعالیت‌های گردشگری	در این پژوهش بر عواملی نظیر تغییرات اجتماعی، تاب‌آوری و توسعه گردشگری تأکید شده است و عوامل مؤثر بر آنها را متغیرهایی تشکیل می‌دهند که شامل عامل انسانی، اثرات اجتماعی، سازمان‌های بخش عمومی، نوآوری و اقتصاد گردشگر می‌داند.
آکینو و همکاران (۲۰۱۸)	چارچوب کارآفرینی اجتماعی توریسم برای توسعه پایدار	در چارچوب مفهومی مفاهیم توسعه جامعه، کارآفرینی عمومی و اصول کارآفرینی اجتماعی توریسم و چشم‌اندازهای سرمایه‌های جامعه پیشنهاد شد.
کاتیا و همکاران (۲۰۱۸)	رویکردهای ارزیابی تاب‌آوری	در این پژوهش چارچوب‌های نظری این حوزه بررسی و شاخص‌ها و خصوصیات آنها مفهوم‌سازی شده، یک رویکرد کاربردی برای استفاده در کسب‌وکارهای کوچک ارائه شد.
ظهوری مقدم (۲۰۱۸)	ارائه رویکردی سیستماتیک برای تاب‌آوری کسب‌وکارها	نتایج نشان می‌دهد تاب‌آوری کسب‌وکارها منجر به توسعه پایدار -شده و تاب‌آوری ابزاری است که منجر به مقاوم‌سازی سیستم‌ها و توانایی آنها را برای جذب تغییرات و آشوب‌ها شده و باعث حفاظت و نگهداری از روابط موجود میان عناصر سیستم می‌شود.
آشوک و همکاران (۲۰۱۷)	توسعه اکوتوریسم در چارچوب ارزیابی پایداری	این تحقیق با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر گسترش اکوتوریسم پایدار در منطقه مورد مطالعه انجام شده و نهایتاً منجر به تدوین ۵۸ شاخص شد. همچنین چارچوبی برای اکوتوریسم پایدار ارائه شد.
دی لیما و همکاران (۲۰۱۶)	توانمندسازی شرکت‌های اکوتوریسم و توسعه قومی	تقویت اجتماعات محلی از طریق کارآفرینی اکوتوریسم امکان‌پذیر است تا در مناطق محلی که میزان منابع اندک است مشوق‌های لازم ایجاد شود.

منطقه مورد مطالعه

این پژوهش در استان گیلان انجام شده است. استان گیلان یکی از استان‌های شمالی کشور به مرکزیت شهر رشت می‌باشد که از جنوب شرق با استان مازندران، از جنوب با استان قزوین، از غرب با استان‌های زنجان و اردبیل و از شمال با کشور جمهوری آذربایجان دارای مرز مشترک است و بخش عمده‌ای از مرزهای شمال شرق و شرق آن را نیز سواحل دریای خزر تشکیل می‌دهد.

استان گیلان از سال ۱۳۴۴ در تقسیمات کشوری ایران به‌عنوان استان مستقل وارد شد. این منطقه پیش از آن ایالت گیلان و طوالش خوانده می‌شد. گیلان، دهمین استان پرجمعیت کشور و دومین استان پرجمعیت شمال ایران است. تراکم جمعیت در این استان برابر با ۱۷۷ نفر در هر کیلومتر مربع است که جایگاه سوم را در کشور دارد (رحمانی تیرکلابی، ۱۳۹۹).

این استان با مختصات جغرافیایی $36^{\circ} 34'$ تا $38^{\circ} 27'$ عرض شمالی و بین $48^{\circ} 34'$ تا $50^{\circ} 36'$ طول شرقی و با وسعت ۱۳۹۵۲ کیلومتر مربع، ۸٪ درصد از مساحت کشور ایران را تشکیل می‌دهد و جمعیت آن طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، ۲,۵۳۰,۶۹۶ نفر است. استان گیلان بر اساس آخرین تغییرات در تقسیمات کشوری دارای ۱۶ شهرستان، ۴۳ بخش، ۱۰۹ دهستان و ۴۹ شهر است. این استان همچنین در سال ۱۳۹۵ دارای ۲۹۰۵ آبادی است. گیلان به لحاظ توپوگرافی دارای دو بخش برابر و متمایز از یکدیگر است. بخش هموار آن با نام جلگه گیلان، نواحی شمال غرب، شرق و مرکز استان را در بر گرفته و شامل سواحل دریا و مناطق آبرفتی رودهای منتهی به دریا است. بخش کوهستانی نیز شامل رشته کوه‌های غربی (کوه‌های تالش، ماسوله و...) و شرقی (غرب کوه‌های البرز) است. همچنین منطقه گیلان دارای بارش فراوان است تا جایی که بارش سالانه شاید به ۱۳۰ سانتی متر هم برسد.



نقشه ۱. موقعیت استان گیلان

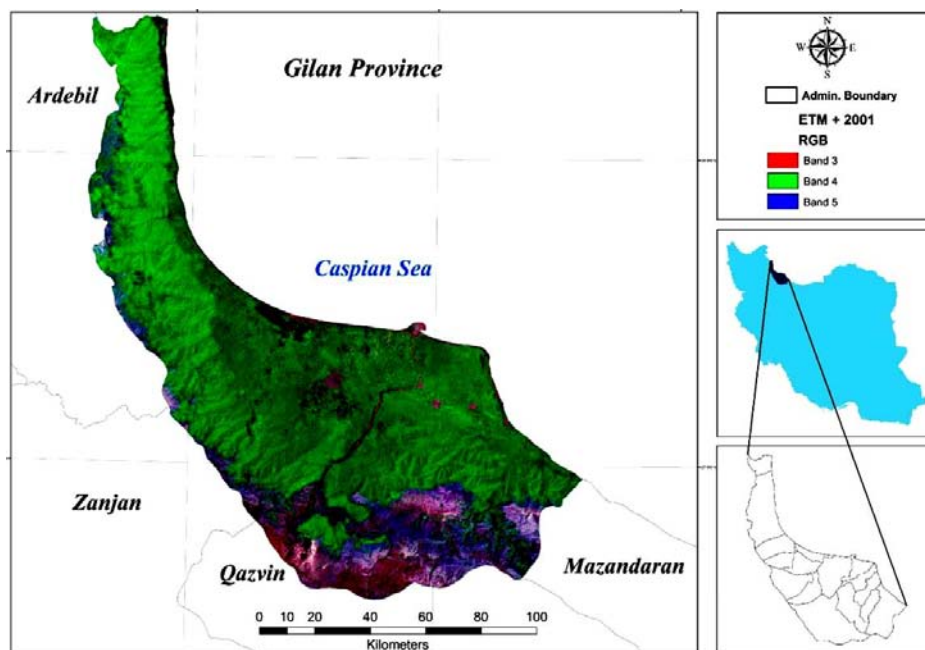
منبع: سازمان نقشه‌برداری کشور، ۱۳۹۷.

یکی از مهمترین جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی استان گیلان، جاذبه‌های گردشگری است. استان گیلان به لحاظ برخورداری از طبیعت غنی و میراث فرهنگی و تاریخی، از قطب‌های گردشگری ایران به شمار می‌رود که سالانه

بیش از ۵ میلیون گردشگر را از سراسر کشور جذب خود می‌کند. از جمله می‌توان به روستای ماسوله و دژ قلعه رودخان در فومن، شهر لاهیجان و بازارهای انزلی و آستارا اشاره کرد.

در خصوص اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه استان گیلان می‌توان گفت که توجه به گردشگری به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم و تأثیرگذار در اقتصاد جهان به‌خصوص در کشورهای درحال توسعه به‌سرعت در حال گسترش است. گردشگری به‌عنوان یک صنعت پیشرو نقش مهمی را در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع می‌تواند ایفا نماید. به همین دلیل، امروزه توسعه و ارتقای گردشگری به‌طور وسیعی بخصوص در کشورهای درحال توسعه پذیرفته شده و در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است.

تجربه ثابت کرده است که گردشگری همواره دربردارنده تأثیرات اقتصادی و اجتماعی و زیست محیطی بسیاری است به‌طوری‌که بسیاری از کشورها منافع اقتصادی و اجتماعی‌شان را از گردشگری دریافت می‌کنند و درآمدهای گردشگری را برای توسعه زیرساخت‌های منطقه به کار می‌برند. گردشگری برای اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۴ حدود ۶,۷ تریلیون دلار درآمد (یعنی حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی) و ۲۷۷ میلیون شغل (۱ شغل از هر ۱۱ شغل) را ایجاد نموده است (Batala et al., 2017).



نقشه ۲. استان گیلان.

منبع: <https://www.mdpi.com>

یکی از جنبه‌های گردشگری، بوم‌گردی است که به‌واسطه شرایط اقلیمی و جغرافیایی استان گیلان، می‌توان کانون توجه گردشگری استان گیلان را بوم‌گردی دانست. شواهد و مطالعات حاکی از آن است که پتانسیل و فرصت‌های فراوانی برای توسعه این جنبه از گردشگری در استان گیلان وجود دارد. استان گیلان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقصدهای طبیعت‌گردان در کشور است.

توان بالا در حوزه زیستگاه‌های طبیعی، نشان دهنده سرمایه‌های مهم این استان در توسعه بوم‌گردی و گردشگری و جذب افراد مختلف در حوزه فعالیت‌های گردشگری و کارآفرینی در این حوزه است. فضاهاى متعددى به‌عنوان جاذبه‌های بوم‌گردی همراه با خدمات جانبی و عناصر مرتبط در استان گیلان پراکنده شده است. از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در مقصدهای بوم‌گردی می‌توان به میزان درآمد گردشگران، ویژگی‌های سنی، جنسی و تحصیلی گردشگران، نوع علایق و انگیزه‌ها، وضعیت اقتصادی، سیاسی و اجتماعی ناحیه تولید گردشگر، میزان دسترسی به اطلاعات مقصد، خدمات مسافرتی، نقش تبلیغات و رسانه‌ها، محدودیت‌های مقصد و مبدأ گردشگری، امنیت، بازار، هدف گردشگری، قوانین و مقررات مبدأ و مقصد گردشگری، سطح توسعه خدمات و زیرساخت‌ها، شرایط اقلیمی، میزان استفاده از فناوری‌های نوین در گردشگری، تعداد گردشگران ورودی به مقاصد گردشگری، هزینه‌های گردشگران، سبک زندگی، نگرش دیدگاه‌ها و ادراک تجربه‌های ملموس و غیرملموس گردشگری و غیره اشاره کرد (حسام و اروجی، ۱۳۹۸).



نقشه ۳. پراکندگی کانون‌های بوم‌گردی استان گیلان

منبع: حسام و اروجی، ۱۳۹۸

در نقشه ۳، پراکندگی کانون‌های بوم‌گردی استان گیلان ارائه شده است. همان‌طور که در این نقشه مشخص است، فعالیت‌های بوم‌گردی و کسب‌وکارهای متناسب با آن در تمامی نقاط استان گیلان پراکنده است. بررسی‌ها و نتایج تحقیقات پیشین نشان می‌دهد در استان گیلان، مناطق بیلاقی ماسوله، قلعه رودخان، بلوار ساحلی انزلی، آبشار شیطان کوه، بام سبز و تالاب انزلی از بالاترین درجه پذیرش گردشگران را دارا می‌باشند که تمامی آنها از نقاط بوم‌گردی

استان می‌باشند. بنابراین می‌توان گفت بوم‌گردی، یکی از مهمترین نقش‌ها در توسعه صنعت گردشگری استان گیلان و همچنین ارتقاء سطح درآمدی و اشتغال‌زایی را در این استان بازی می‌کند.

یافته‌ها

برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان از فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی مبتنی بر رویکرد سیستماتیک روش داده بنیاد استفاده شد. بدین ترتیب ابتدا متن مصاحبه با خبرگان به صورت یک سند درآمد و به تفکیک کدگذاری شدند. کدگذاری باز، بخش اول از فرآیند تحلیل است که به نام‌گذاری، مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی پدیده از راه تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها می‌پردازد. نمونه‌ای از کدها در ادامه آورده شده است.

جدول ۲- نمونه مقوله‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز. منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

کدهای باز
تشکیل شبکه‌های اجتماعی قوی
بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌ها و فرصت‌های موجود
به یادآوری آداب و سنن و رسوم گذشتگان با کمک امکانات اولیه مستقر در اقامتگاه
نگاه به امکانات از وجوه خلاقانه و مبتکرانه
تقویت شبکه‌های اجتماعی با کمک روابط عمومی
توجه به معماری و زیبایی ساختمان
بهره‌گیری از فناوری‌های جدید جهت به نمایش گذاشتن جاذبه‌های محیطی
کمک گرفتن از شغل‌های وابسته همچون زنبورداری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

کدگذاری محوری، بخش دوم از تجزیه و تحلیل است که کدها (مقوله‌ها یا مفاهیم) مستخرج از جداول بالا در مرحله کدگذاری اولیه، پالایش و جهت تشکیل خانواده کدها (کدگذاری محوری) از یکدیگر تفکیک شدند. هدف از انجام این بخش، دسته‌بندی کدهایی است که متعلق به یک خانواده‌اند. نمونه‌ای از کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها در ادامه ارائه شده است.

جدول ۳- نمونه‌ای از مقوله‌های استخراج شده در مرحله کدگذاری باز و محوری. منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

کدهای باز	کدهای محوری
آشنایی و اشراف به ظرفیت‌های بومی و جغرافیایی و محلی	
بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌های فکری، انسانی و طبیعی منطقه	شناسایی ظرفیت‌ها و بهره‌برداری از آنها
ارائه خدمات هدفمند و اصولی	
تاکید بر شغل‌های جانبی و مکمل	
گسترش فعالیت‌ها	داشتن شغل مکمل
بهره‌گیری از ظرفیت‌های جنبی مثل کشاورزی، دام و طیور، تورها، غذا و ...	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

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



شکل ۲- مدل مفهومی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی می‌باشد که در آن با استفاده از روش داده بنیاد با تمرکز بر مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته به ارائه مدل برنامه‌ریزی توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری پرداخته شده است. در مرحله اول با بهره‌گیری از مرور نظام‌مند مبانی نظری و پیشینه تحقیق، مفاهیم و تم‌های اولیه مرتبط با موضوع استخراج شد و در گام بعد مصاحبه‌های عمیق با خبرگان انجام شده و الگوی نهایی بر اساس روش‌شناسی نظام‌مند روش داده بنیاد در سه گام اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی به دست آمد.

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

شرایط علی شناسایی شده در این پژوهش شامل ذهنیت کارآفرینانه (هوشیاری کارآفرینانه و شناسایی، کشف و خلق فرصت‌ها)، گرایش و رهبری کارآفرینانه، ویژگی‌های کارآفرینانه، کارآفرینی مبتنی بر فناوری، چشم انداز استراتژیک کارآفرینانه و شناسایی و معرفی الگوی نقش است. در زمینه هوشیاری کارآفرینانه و شناسایی، کشف و خلق فرصت-ها، فروهرفر و همکاران (۲۰۱۸) و داس (۲۰۰۰) بر تفکر و عمل مبتنی بر فرصت، خلق، توسعه، عینیت بخشی و تجدید ارزش‌ها، کنوی داتو-روی و همکاران، (۲۰۱۶) بر کشف و خلق فرصت و به دنبال آن راه‌اندازی و بهره‌گیری

از فرصت‌ها، آلیاگا و هیبرج، (۲۰۱۸) بر تمایل به ریسک کردن و دریافت پاداش در فرصت‌شناسی، راج و فرس (۲۰۰۷) بر خطرپذیری، جدید بودن و عدم قطعیت، همچنین داس (۲۰۰۰) بر تمایل به کار گروهی، خطرپذیری، ایجاد، هدایت، اجرا، پیگیری ایده نوآوری، حداکثرسازی ارزش تاکید داشته‌اند.

از طرفی در خصوص گرایش کارآفرینانه، کروگر (۲۰۰۷)، کووین و همکاران (۲۰۱۹) ژیلنیک و همکاران (۲۰۱۸)، کوراتکو و همکاران (۲۰۱۷)، واتسن و همکاران (۲۰۱۷) و مک کنی و همکاران (۲۰۱۸) گرایش کارآفرینانه را نوآوری محصول و فنی گسترده، گرایش به رقابت تهاجمی داشتن و گرایش قوی ریسک‌پذیری به وسیله مدیریت دانسته‌اند که در این پژوهش نیز به همین نتایج دست یافتیم. در زمینه ویژگی‌های کارآفرینانه، تحقیقات یونس و همکاران (۲۰۱۸)، ویجنگاردن و همکاران (۲۰۱۶)، یوسای و همکاران (۲۰۱۸)، دراگر، (۲۰۱۴)، بسانت و تید (۲۰۰۷)، دس و لامپکین، (۲۰۰۵) وهاگز و مورگان، (۲۰۰۷) مورد توجه بوده است.

در تحقیقات پیشین، نگرش مثبت، تجربه زندگی و تمایل به تغییر از ویژگی‌های فردی موثر بر تاب‌آوری مالکان کسب‌وکارها شناسایی شده است. از جمله در پژوهش شوارتز و مک ویلیامز (۲۰۰۹). در زمینه چشم انداز استراتژیک کارآفرینانه نیز در تحقیقات بون (۲۰۰۵)، تامایو و همکاران (۲۰۱۰)، مورای (۱۹۸۴)، لاسون و سامسون (۲۰۰۱)، آکمان و ویلماز (۲۰۰۸)، هیت و دیگران (۲۰۰۱) و آیرلند (۲۰۰۳) تاکید شده است. در این تحقیقات ابعاد کارآفرینی استراتژیک شامل ذهنیت کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، نوآوری، شبکه‌سازی، تجدید استراتژیک، بازسازی سازمانی و مدل کسب‌وکار یادگیری سازمانی بوده است.

شرایط مداخله‌ای شامل ایجاد فضای خلاقانه و نوآورانه در محیط بوم گردی، ایجاد و تقویت فرهنگ کارآفرینی، مشتری مداری، شبکه سازی بین کارآفرینان، بومیان و گردشگران، روابط عمومی و هماهنگی‌های درون سازمانی و ذی‌نفعان و تبادل اجتماعی جامعه محلی با گردشگران است. در زمینه جو خلاق و نوآوری، ناجاجونسکا و کوپرا (۲۰۱۴)، پال و همکاران (۲۰۱۴) بر تغییر قواعد، نوآوری، بهبود عملکرد، رقابت‌پذیری، تلاش برای بقا، لوتانز و همکاران (۲۰۰۷) بر پویایی‌های ساختاری و رویه‌ای و ایجاد ظرفیت برای مقابله با چالش‌ها، ویکز (۲۰۰۸) بر انطباق‌پذیری، لی هو (۲۰۰۷) بر رقابت‌پذیری، تاکید داشته‌اند. هارتلی و همکاران (۲۰۱۳) بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، ایمونز (۲۰۱۳) بر توانمندسازی، چابکی، تغییر و سازگاری، هماهنگی و هدف مشترک، استینر و کلاری (۲۰۱۴) بر پشتیبانی کسب‌وکار موجود و همکاری و شبکه سازی، اشتاینر و کلیری (۲۰۱۴) بر همکاری و شبکه‌سازی، وانک و آپ (۲۰۱۳) بر روابط و هماهنگی‌های درون سازمانی و گروه‌های ذی‌نفع توجه داشته‌اند.

شرایط زمینه‌ای این تحقیق شامل توسعه زیرساخت‌های عمومی و فناورانه، محیط کلان اقتصادی و اجتماعی، عوامل نهادی (دولت، بخش عمومی و بازار)، نوع جاذبه‌های موجود در محیط و منحصر به فرد بودن آنها شناسایی شده است. این موارد در تحقیقات لیو و چیر (۲۰۱۸) با تاکید بر تغییرات اجتماعی، کاتیا و همکاران (۲۰۱۸) با تاکید بر بهبود فضای فعالیت کسب‌وکارها، پیچ و همکاران (۲۰۱۷) با تاکید بر نقش دولت و نهادهای بخش عمومی برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری، توسعه فرصت‌های کارآفرینی در نواحی ساحلی، تعامل فزاینده

بین رفاه و بهداشت عمومی بوده است. همچنین ناجاجونسکا و کوپرا (۲۰۱۴) عوامل محیطی را بر توسعه گردشگری موثر دانسته‌اند.

پدیده (مقوله) محوری این پژوهش شامل توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای نوپای گردشگری است. در زمینه تاب‌آوری استراتژیک در تحقیقات هیتون و همکاران (۲۰۱۲)، همل و ویلکانگاس (۲۰۰۳)، بون (۲۰۰۵)، تامایو و همکاران (۲۰۱۰)، مورای (۱۹۸۴)، لاسون و سامسون (۲۰۰۱)، آکمان و ییلماز (۲۰۰۸)، هیت و دیگران (۲۰۰۱) و آیرلند (۲۰۰۳) تاکید شده است.

راهبردهای این پژوهش شامل توسعه و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی، حمایت‌های مالی، اداری، سیاسی، قانونی تسهیل‌کننده تبلیغات، بازاریابی و برندسازی جاذبه‌های بوم‌گردی منطقه، به‌سازی مهارت‌ها و مدیریت دانش است. پویایی در محیط‌های کسب‌وکار، شدت رقابت، جهانی‌سازی، ادغام‌ها، ترکیب‌ها و نوآوری‌های فناورانه، درک به موقع چالش‌ها و پاسخ صحیح به این تغییرات در تحقیقات او دانل (۲۰۱۶)، میتون و همکاران (۲۰۱۲)، همل و ویلکانگاس (۲۰۰۵)، روجیو (۲۰۱۱)، کنوی داتو-روی و همکاران (۲۰۱۶) و فرجی و احسانی (۲۰۱۰) که بر بهبود و ارتقاء شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست محیطی منطقه میزبان تاکید داشته‌اند.

پیامدها نیز شامل پایداری، مقاوم‌سازی و انعطاف‌پذیری کسب‌وکارهای بوم‌گردی، بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار، توسعه پایدار (فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی)، ایجاد و رشد کسب‌وکارهای خانوادگی و روستایی، رفاه اجتماعی و شکوفایی اقتصاد محلی و جذابیت روستا برای ساکنین و مهاجرت معکوس است. در این زمینه، روجیو (۲۰۱۱) و همل و ویلکانگاس (۲۰۰۳) بر ارتقا تاب‌آوری سازمان‌ها، اکسل و کاستا (۱۹۹۶) بر منافع اقتصادی و اجتماعی گردشگری و استفاده درآمدهای گردشگری، آنوپ و همکاران (۲۰۱۵) بر حفاظت از زیست بوم، فرانکلین (۲۰۰۳)، صالحی (۲۰۱۶) بوبوچیاریس (۲۰۱۳) و گابریل (۲۰۱۵) بر توسعه اقتصاد روستایی، جایگزینی برای وابستگی به کشاورزی و ایجاد محیط جذاب برای روستاییان توجه کرده‌اند. نهایتاً پیشنهادها را توسعه کارآفرینی با رویکرد تاب‌آوری استراتژیک در کسب‌وکارهای گردشگری عبارتند از:

- برنامه‌ریزی به منظور شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در منطقه به منظور ایجاد اشتغال مولد
- حمایت‌های فنی، نهادی و قانونی تسهیل‌کننده فعالیت کسب‌وکارهای بوم‌گردی
- درک به موقع چالش‌ها و آمادگی مقابله با آنها و تلاش برای بقای کسب‌وکارهای گردشگری
- تقویت فرهنگ کارآفرینی و تاکید بر آموزش و بهسازی مهارت‌های فردی و مدیریتی
- عدم وابستگی معیشت صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری به یک منبع درآمدی
- ایجاد تشکیلات و سازمان‌دهی نهادهای مردمی و جذب مشارکت‌های مردمی
- بازسازی مدل کسب‌وکار با تاکید بر رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای گردشگری
- شناسایی استراتژی‌های مقاوم هنگام وقوع رویدادهای ناگهانی و تاب‌آوری استراتژیک

منابع

- ارمغان، سیمین. (۱۳۹۶). چالش‌ها و چشم‌اندازهای نقش کارآفرینی در توسعه روستایی ایران. مطالعه موردی روستاهای بخش باقرشهر. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال هشتم. شماره ۱. صص. ۱۹۲-۱۷۳.
- حسام، مهدی و اروجی، حسن. (۱۳۹۸). شناسایی و ارزیابی کانون‌های بوم‌گردی در استان گیلان. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۴. صص. ۹۷-۱۱۴.
- دسترنج، حکمت اله، کاظمی، مهدی، کرد، باقر، کمالیان، امین و روشن، سیدعلیقلی. (۱۳۹۸). مطالعه ابعاد و مولفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش شناختی نظریه داده بنیاد. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال نهم. شماره ۲. صص. ۹۷-۱۱۱.
- دهدشتی شاهرخ، زهره و اصلانی افراشته، امیر. (۱۳۹۸). اثر جو خلاق و مدیریت دانش مشتری بر تاب آوری سازمانی در شرکت‌های صادراتی. فصلنامه مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی. سال دوم. شماره ۲. صص. ۹۳-۶۴.
- رحمانی تیرکلایی، حسین. (۱۳۹۹). چارچوب اصول اخلاقی در آسیب شناسی مدیریت و برنامه‌ریزی توسعه پایدار مقاصد گردشگری ایران: مطالعه موردی استان گیلان. فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال دهم. شماره ۳. صص. ۹۱۶-۸۹۵.
- سجاسی قیداری، حمدالله، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۳). الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی. مطالعه موردی: رود دره‌های گردشگری استان تهران، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶. شماره ۲. صص. ۲۷۳-۲۹۲.
- شاطریان محسن، کیانی سلمی صدیقه، غلامی یونس، منتصری زهرا. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه طبیعت‌گردی روستاهای بخش برزک-کاشان با تلفیق تکنیک‌های DEMATEL و ANP. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی. دوره ۱۷ شماره ۴۴. صص. ۱۳۱-۱۵۴.
- فتایی، ابراهیم، اروجی، حمید، علیزاده، محمد و ازهری، سونیا. (۱۳۹۶). تبیین ظرفیت اجتماعی پذیرش گردشگری در مناطق روستایی مورد: روستای مصر در شهرستان خور و بیابانک. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. شماره ۶. صص. ۱۹۶-۱۷۳.
- کریمی، زین العابدین، لطفی، شهرزاد، اسماعیل پور روشن، علی اصغر، عباسیان، اکبر و عباسی، مصیب. (۱۳۹۹). مدیریت و برنامه‌ریزی مجتمع‌های گردشگری روستایی در راستای آمایش روستایی. مطالعه موردی روستاهای استان کردستان. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال دهم. شماره ۲. صص. ۸۰۸-۷۸۹.
- ماهوتی، گیسو و طبیبیان، منوچهر. (۱۳۹۹). ارزیابی توسعه گردشگری شهرستان بندرانزلی با استفاده از مدل دلفی. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال دهم. شماره ۲. صص. ۸۷۵-۸۵۷.
- مظفری، جلال، پورمندی، محمدرضا و عزت پناه، بختیار. (۱۳۹۹). امکان‌سنجی گردشگری سلامت در کلان شهر تبریز. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای). سال دهم. شماره ۲. صص. ۹۱۶-۸۹۷.
- ورمزیاری، حجت و ایمانی، بابک. (۱۳۹۶). تحلیل تاب آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان. فصلنامه توسعه کارآفرینی. دوره ۱۰. شماره ۱. صص. ۲۰۰-۱۸۱.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., and Carlsson, B. (2004). The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth. CEPR Discussion paper (2004). No. 4783, Center for Economic Policy Research, London.
- Acs, Z. J., Szerb L., Autio E. (2016). Enhancing Entrepreneurship Ecosystems. A "Systems of Entrepreneurship. Approach to Entrepreneurship Policy. In: Global Entrepreneurship and Development Index 2015". Springer Briefs in Economics. Springer, Cham.
- Amini, S. & Hashemi, S. (2008): The role of entrepreneurship in the development of the tourism community, Journal of Work and Society, No. 106, 107, Tehran, pp 106- 95.
- Annarelli, A., & Nonino, F. (2016). Strategic and operational management of organizational resilience: Current state of research and future directions. Omega, 62(3), 1-18.

- Anup, C. Kedar, R. Ramesh, S. (2015). Role of ecotourism in environmental conservation and socioeconomic development in Annapurna conservation area, *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, Vol 22, Issue 3, pp. 251-258.
- Audretsch, D. B. and Thurik, R. (2001). What is new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies, *Industrial and Corporate Change*, 10, pp. 267-315.
- Avey, J. B., Patera, J. L., & West, B. J. (2006). The implications of positive psychological capital on employee absenteeism. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(2), 42-60.
- Bobochiaris, K, (2013): Ecological Parks in Evritania, adskarpenisi, blogspot.gr/2013/01/blog-post.html (transcend 25/8/2013).
- Brouse, Dianne (1992) "Socially Responsible Travel", *Transitions Abroad*: 23, January–February
- Chewning, L. V.; Lai, C. H.; & Doerfel, M. L. (2013). Organizational resilience and using information and communication technologies to rebuild communication structures. *Management Communication Quarterly*, 27(2), 237–263.
- Dahles, D., & Susilowati, T.P. (2015). Business Resilience In Times Of Growth And Crisis. *Annals of Tourism Research*, 51, 34-50.
- De Galizia, A., Simon, C., Weber, P., Iung, B., Duval, C., & Serdet, E. (2016). Markers and patterns of organizational resilience for risk analysis. *IFAC Papers On Line*, 49(19), 432-437.
- Eccles Gavin, Costa Jorge (1996), "Perspectives on Tourism Development", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Volume:8, Number:7
- Emmons, C. B. (2013). Improving organizational performance: Building organizational resilience and sustainability through knowledge-sharing relationships, Doctoral dissertation, Walden University, USA.
- Falasca, M., Zobel, C.W. & Cook, C., 2008. A Decision Support Framework to Assess Supply Chain Resilience. 5th International ISCRAM Conference. Washington D.C., USA.
- Faraji Rad, Afsaneh, Ehsani (2011): Investigating the Effect of Local Residences on the Improvement of the Living Level of the Local Community (Emphasizing the Village of "Garma" and "Slope"), *Geographical Quarterly of the Territory*: Vol 8, No 30, Pp 63- 77.
- Ferguson, C., Cohen, L., Pooley, J.-A., & Harms, C. (2010). Resilience In Small Business Owners. Unpublished Manuscript, Edith Cowan University. Perth, WA.
- Franklin, Adrian (2003) "Tourism: An Introduction", London: Sage.
- Gulati, R., 2010. Reorganize for Resilience: Putting Customers at the Center of Your Business Boston: Harvard Business Press.
- Haring, L. S. & Claudio, M. (2014), Touring responsibility: The trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand, *Geoforum*, Volume 51, 96-106.
- Hatton, T., Seville, E., & Vargo, J. (2012). Improving the resilience of SMEs: policy and practice in New Zealand. Christchurch, New Zealand: Asia Pacific Economic Co-operation (APEC.)
- Henrekson, M. & Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship & Public Policy, *Handbook of Entrepreneurship Research*.
- Hummel, J., Jong, H. d., & Dhiradityakul, K. (2013). Innovating CBT in ASEAN: Current Directions and New Horizons. Chiang Mai, Thailand: Thailand Community Based Tourism Institute.
- Larson, M., & Luthans, F. (2006). Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of leadership & organizational studies*, 13(2), 75-92.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Lee, C. K. (2011). The Economic Impact of International Inbound Tourism on the South Korean Economy and its Distributional Effects on Income Classes A. *Journal of Hospitality Management*, 30, 827– 835.
- Lengnick-Hall, C. A., & Beck, T. E. (2009). Resilience capacity and strategic agility: prerequisites for thriving in a dynamic environment. UTSA, College of Business

- Lundström, A., Vikström, F. M., Meuleman, M., Glodek, Storey, D. & Kroksgård, A. (2017). Measuring the Costs and Coverage of SME and Entrepreneurship Policy: A Pioneering Study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), pp. 941–957.
- Mallak, L. A. (1999). Toward a theory of organizational resilience. Dundar F. Kocaoglu (Ed.). *Portland International Conference on Management of Engineering and Technology*. Portland. 223-243.
- Martic', M. & Savic', G. (2001). An application of DEA for comparative analysis & ranking of regions in Serbia with regards to social-economic development: *European Journal of Operational Research*, No.132, pp.343-356.
- McManus, S. T. (2008). *Organisational resilience in new zealand* (Doctoral dissertation, University of Canterbury.)
- Mcmanus, S., Seville, E., Brunsdon, D. & Vargo, J., 2007. *Resilience Management: A framework for assessing and improving the resilience of organizations*. New Zealand: Resilient Organisations
- Mendonça, D., & Wallace, W. A. (2015). Factors underlying organizational resilience: The case of electric power restoration in New York City after 11 September 2001. *Reliability Engineering & System Safety*, 141(3), 83–91.
- Murphy: E. (1985). *Tourism: A community approach*. London: Routledge.
- Murphy, P. J. & Coombes, S. M. (2009). A model of social entrepreneurial discovery. *Journal of Business Ethics*, 87: 325–336.
- Niebuhr, A. (2005). *The Impact of EU Enlargement on European Border Regions*. ERSA conference papers, European Regional Science Association.
- Pal, R., Torstensson, H., & Mattila, H. (2014). Antecedents of organizational resilience in economic crises—an empirical study of Swedish textile and clothing SMEs. *International Journal of Production Economics*, 147, 410-428.
- Peach, J. T. & Adkisson, R. V. (2000). NAFTA & Economic Activate Along the U.S – Mexico Border, *Journal of Economic Issues*, vol XXXIV, No 2.
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566-591.
- Rey-Martí, A., Porcar, A. T., & Mas-Tur, A. (2015). Linking female entrepreneurs' motivation to business survival. *Journal of Business Research*, 68(4), 810-814
- Roggio: (2011). *Resilience And Small Business*. Thesis, Edith Cowan University, 2-54.
- Salehi, S. (2016). “Bvmgrdy development in the village of Janat Rudbar with an emphasis on the participation of local communities”. Administration of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Mazandaran
- Schwarz, I., & Mcrae-Williams: (2009). Water Reform And The Resilience Of Small Business People In Drought-Affected Agricultural Communities. *Rural Society*, 19(3), 199-210.
- Sedra, M. (2016). *Security sector reform in conflict-affected countries: The evolution of a model*, Routledge.
- Shalaby, M.Y., Al-Zahrani, K. H., Baig, M. B., Straquadine, G. S. & Aldosari, F. (2011). Threats & challenges to sustainable agriculture & rural development in Egypt: Implications for agricultural extension. *The Journal of Animal & Plant Sciences*, 41(3): 211-221.
- Steiner, A., & Cleary, J. (2014). What Are The Features Of Resilient Businesses? Exploring The Perception Of Rural Entrepreneurs. *Journal Of Rural And Community Development*, 9(3), 1-20.
- Stevenson, L. & Lundström, A. (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future: Best Practice Components*, Keynote Presentation at the 46th World Conference of the International, Council for Small Business, Taipei: ROC.
- Teh Lydia, Cabanban Annadel S (2007), "Planning for Sustainable tTourism in Southern Pulau Banggi: An assessment of Biophysical Conditions and their Implications for Future Tourism Development", *Journal of Environmental Management*, Volume 85, Issue 4, Pages 999-1008
- Tompkins, J. A. (2007). 4 Steps To Business Resilience. *Industrial Management*, 49(4), 14- 18.

- Tsai, W. H., & Kuo, H. C. (2011). Entrepreneurship policy evaluation and decision analysis for SMEs. *Expert Systems with Applications*, 38, 8343–8351.
- UNWTO Annual Report (2015), Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.
- Weick, K.E. & Sutcliffe, K.M., 2007. *Managing the Unexpected: Resilient Performance in an Age of Uncertainty*, 2 ed. San Francisco, CA: Wiley and Sons
- Woods, D. D. (2015). Four concepts for resilience and the implications for the future of resilience engineering. *Reliability Engineering & System Safety*, 141, 5-9. Doi: 10.1016/j.res.2015.03.018.