



انجمن علمی گردشگری ایران

## تحلیل ابعاد روان‌شناختی مؤثر در موفقیت کارآفرینان گردشگری با تأکید بر مؤلفه‌های خوش‌بینی و تاب‌آوری (مطالعه موردی: استان مازندران)

مهدی رمضانزاده لسبویی<sup>۱</sup>، رقیه قنبری قادیکلایی<sup>۲</sup>، الهام واحدی اشرفی<sup>۳</sup>

DOI:10.22034/jtd.2022.318752.2529

### چکیده

در این پژوهش، دو مورد از عوامل روان‌شناختی تأثیرگذار در موفقیت کارآفرینان گردشگری بررسی شد. هدف مطالعه پیش‌رو بررسی تأثیر مؤلفه‌های خوش‌بینی<sup>۴</sup> و تاب‌آوری<sup>۵</sup> با توجه به متغیر میانجی رضایت شغلی در موفقیت کارآفرینان گردشگری استان مازندران است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و به‌شیوه پیمایشی است. بنابراین، با جمع‌آوری پرسش‌نامه از کارآفرینان بخش‌های گوناگون گردشگری از جمله اقامتگاه‌های بوم‌گردی، راهنمایان گردشگری، اکوکمپ‌های جنگلی و مجتمع‌های تفریحی در ۱۳۹۸، به بررسی میدانی این موضوع پرداخته شد. اطلاعات جمع‌آوری شده براساس نرم‌افزار Sps 16 و Smart Pls 3 پردازش شد. نتایج نشان می‌دهد متغیر خوش‌بینی و تاب‌آوری می‌تواند ۴۷/۳ درصد از واریانس متغیر رضایت شغلی را تبیین و متغیر رضایت شغلی می‌تواند ۳۸ درصد از متغیر موفقیت را تبیین کند. درنهایت، می‌توان به این نتیجه رسید که تاب‌آوری و خوش‌بینی از طریق رضایت شغلی در موفقیت کارآفرینان بخش گردشگری تأثیر می‌گذارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۰۷

### واژه‌های کلیدی:

گردشگری، مازندران، کارآفرینی، خوش‌بینی، تاب‌آوری

### مقدمه

کارآفرینی، مزایای غیرمادی مشوق‌های بهتری برای کارآفرینان به شمار می‌آیند (Singh et al., 2019: 3). با توجه به این، سرمایه‌روان‌شناختی در موفقیت کارآفرینان اثرگذار خواهد بود. تاب‌آوری از مؤلفه‌های اصلی سرمایه‌روان‌شناختی است. افرادی که تاب‌آوری بالایی دارند تمایل بیشتری به ترمیم خود پس از مواجهه با تجربیات استرس‌زا دارند (Huang et al., 2016). علاوه بر این، خوش‌بینی نیز می‌تواند از عوامل مهم روان‌شناختی باشد که در موفقیت کارآفرین مؤثر است (Chen et al., 2013). خوش‌بینی به احساس بهزیستی ذهنی، افزایش عزت نفس، ایجاد هماهنگی در روابط و درک مثبت از شرایط مالی منجر می‌شود (Liang & Dunn, 2010: 4). از طرفی، رضایت کارآفرین یکی از معیارهای اساسی موفقیت است و در

امروزه کارآفرینی عاملی کارآمد در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی است (Zhang et al., 2020: 1). کارآفرینی برای موفقیت در مهمان‌نوازی و گردشگری مقصد نیاز اساسی است (Booth et al., 2020: 2). کشورهای توسعه‌یافته بیشتر از کشورهای توسعه‌نیافته به کارآفرینی اهمیت می‌دهند (Nasirifard & Allahyari, 2013: 104). هر ساله، میلیون‌ها کسب‌وکار در کشورهای در حال توسعه به وجود می‌آید، اما بیش از یک چهارم آن‌ها در اولین سال تأسیس خود از بین می‌روند و تنها تعداد اندکی از آن‌ها به سرعت رشد می‌کنند (McKenzie & Sanson, 2019: 1). دلیل موفقیت این افراد در ویژگی‌های منحصر به فرد آن‌ها نهفته است (Ramoglou et al., 2020: 2). در ادبیات

۱. دانشیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه مازندران، مازندران، ایران (نویسنده مسئول). m.ramezanzadeh@umz.ac.ir.

۲. دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری دانشگاه مازندران، مازندران، ایران.



تصمیمات آینده وی برای سرمایه‌گذاری اثرگذار است (Dawson, 2017). رضایت شغلی نگرش کارکنان به شغلشان است که به درک عملکرد شغلی منجر می‌شود (Heidari & Khashei, 2016: 133). گردشگری تأثیر بسزایی در اشتغال‌زایی دارد. بنابراین، می‌تواند، مستقیم و غیرمستقیم، به کارآفرینی منجر شود (Arbabyan et al., 2014: 132). ماهیت گردشگری و همچنین اهداف توسعه پایدار توجه ویژه‌ای به توانمندسازی جوامع محلی و روستایی دارند. با توجه به شرایط فعلی اقتصاد ایران، کارآفرینی در بخش گردشگری روستایی بهترین راه اشتغال‌زایی است (Ataie et al., 2020). استان مازندران با دارا بودن روستاهای فراوان و همچنین منابع کشاورزی و دامپروری و ماهیگیری و با توجه به ویژگی‌های طبیعی خود مستعد گردشگری روستایی و کشاورزی است (Khoshfar, 2015: 147). بنابراین، کارآفرینان این استان نیز در انواع گردشگری مشغول به فعالیت هستند. استان مازندران، با توجه به موقعیت مکانی و برخوردار بودن از منابع و جاذبه‌های طبیعی گردشگری، همیشه مورد توجه گردشگران داخلی ایران است. در سال‌های اخیر، تمایل گردشگران به سفرهای مسئولانه و بوم‌گردی بیشتر شده و این امر سبب شده مشاغل کارآفرینی در این استان افزایش یابد. از طرفی، در این سال‌ها، بخش گردشگری با بحران‌های گوناگون مواجه شده است. ایران با چهار نوع بحران گردشگری شامل بحران سیاسی (سقوط هواپیمای اوکراینی و افزایش قیمت بنزین)، بحران سلامتی (اپیدمی کرونا)، بحران اقتصادی (بالا رفتن قیمت دلار) و بحران طبیعی (سیل‌های ۱۳۹۷) مواجه بوده است. تمامی این بحران‌ها تعطیلی موقت و حتی طولانی‌مدت برای کارآفرینان این بخش به همراه داشته است. کارآفرینان بخش گردشگری تا چه اندازه توان تحمل این مشکلات را دارند؟ داشتن دیدگاه خوش‌بینانه تأثیر بسیاری در بالا بردن سطح تاب‌آوری و خودشکوفایی شغلی دارد. تقویت ویژگی‌های روانی سبب خودسازی شخص می‌شود و به بالا بردن مهارت‌ها و توانایی افراد در مواجهه با مشکلات منجر می‌شود. به دلیل اهمیت این مسئله، در این مقاله، عامل تاب‌آوری و خوش‌بینی در موفقیت این کارآفرینان بررسی می‌شود. سؤال اصلی پژوهش و فرضیه‌ها عبارت هستند از:

شاخص‌های تاب‌آوری و خوش‌بینی تا چه اندازه در موفقیت کارآفرینان با نقش میانجیگری رضایت

شغلی تأثیرگذار هستند؟

فرضیه ۱: خوش‌بینی از طریق رضایت شغلی تأثیر معنی‌داری در موفقیت کارآفرینان دارد.

فرضیه ۲: تاب‌آوری از طریق رضایت شغلی تأثیر معنی‌داری در موفقیت کارآفرینان دارد.

### مبانی نظری پژوهش

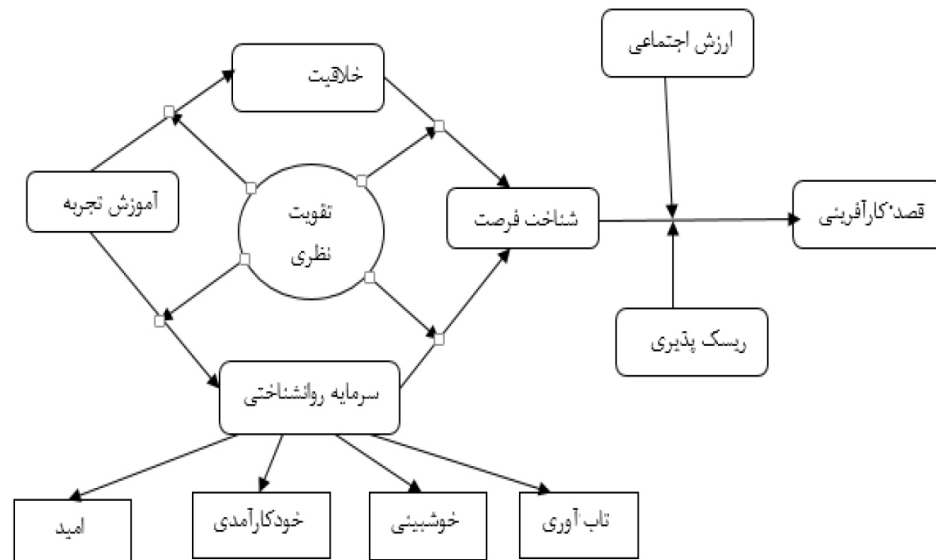
سه دیدگاه مختلف درباره کارآفرینی وجود دارد. در دیدگاه اول، شومپتر<sup>۱</sup> کارآفرینان را افرادی نوآور می‌داند که با شیوه‌ای جدید منابع را ترکیب و محصولی جدید برای ارائه به بازار ایجاد می‌کنند. دیدگاه دوم دیدگاه کارتر<sup>۲</sup> و گارتنر<sup>۳</sup> کارآفرینی را ایجاد سازمان‌های تجاری جدید می‌داند. براساس این دیدگاه، کارآفرینی فرایندی است که با قصد و هدف کارآفرینی شروع می‌شود و تا توسعه و ایجاد سازمان‌های جدید ادامه پیدا می‌کند. هر دو دیدگاه ناشی از فعل کارآفرینی است، اما دیدگاه سوم کارآفرینی را بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌داند. فرصت‌های موردنظر موجب به وجود آمدن کالا و خدمات در آینده می‌شوند. این فرصت‌ها را کارآفرین‌ها شناخته، کشف یا ایجاد کرده‌اند و از آن‌ها برای ارائه محصولات به بازار بهره‌برداری می‌کنند (Solvoll et al., 2015: 122). دو مکتب فکری درباره تاب‌آوری روان‌شناسی وجود دارد. در مکتب اول، تاب‌آوری را ظرفیت افراد برای مقابله با مشکلات بیان می‌کنند. در مکتب دوم، آن را فرایندی پویا می‌دانند که فرد، علاوه بر تحمل سختی، در شرایط دشوار سازگاری از خود نشان می‌دهد (Prayag et al., 2019). درکل، مفهوم تاب‌آوری به معنی توانایی سیستم برای بازگشت به حالت پایدار پس از پشت سر گذاشتن وضعیتی مخرب است (Santoro et al., 2020). برای بررسی شخصیت کارآفرین، گارتنر بیان می‌دارد که، در صورت داشتن شرایط مناسب، هر فردی می‌تواند کارآفرین باشد. ولی شین و ونکاتارامان<sup>۴</sup> بیان می‌دارند که در شرایط مبهم فقط تعداد اندکی از افراد از فرصت‌های کشف‌شده بهترین استفاده را می‌کنند که نشئت‌گرفته از ویژگی‌های فردی آن‌ها است (Ramoglou et al., 2020: 3). توانایی کارآفرینان تحت تأثیر ویژگی‌ها و تفاوت‌های فردی آن‌ها است. ویژگی‌های روان‌شناختی تأثیر مهمی در نیت و رفتار کارآفرینی دارند (Baluku

1. Schumpeter
2. Carter
3. Gartner
4. Shane & Venkataraman



مثبت در جامعه باشد (Wiklunda et al., 2019: 579). سرمایه روان‌شناختی بر ظرفیت‌های روانی فرد تمرکز دارد که شامل چهار مؤلفه امید، تاب‌آوری، خوش‌بینی و خودکارآمدی است (Juma & Sequeira, 2016).

et al., 2016). جایگاه مهم بهزیستی روان‌شناختی در مباحث علمی موجب شد کارآفرینی منبع رضایت شخصی تلقی شود که می‌تواند کارآفرینان را به ادامه کار در مشاغل غیرممکن تشویق کند و نیرویی برای تغییرات



شکل ۱: نقش آموزش در ارتقا قصد کارآفرینی در دانشجویان گردشگری (Zhang et al., 2020)

فعالیت‌های کارآفرینی خود ادامه می‌دهند. گفت‌وگوی ۶ بر تاب‌آوری سازگار<sup>۲</sup> تمرکز می‌کند. راهبردهایی را که شرکت‌های کارآفرین در پاسخ به وقفه‌ها استفاده می‌کنند و چگونگی مشارکت آن شرکت‌ها در تحول و پایداری اجتماعی - اقتصادی را بررسی می‌کند (Korber & McNaughton, 2017). هارتمن و همکاران (2019)، در تحقیقات خود، تاب‌آوری در سطح فردی را در چهار گروه طبقه‌بندی می‌کنند: کارایی، سلامت روحی و جسمی، نگرش‌های مرتبط با کار و نگرش‌های مرتبط با تغییر سرمایه اجتماعی کارآفرینان. گفت‌وگوی ۳ و ۴، که اساساً برعکس گفت‌وگوی ۱ و ۲ هستند، کارآفرین را کسی می‌دانند که دارای مجموعه‌ای از ویژگی‌های رفتاری است که پشتوانه شرکت‌های مستحکم و مقاوم است. این محیط‌های اقتصادی و اجتماعی در سطح کلان بر توانایی شرکت‌های کارآفرین در کشف و بهره‌برداری تکیه می‌کنند.

در مبحث کارایی، تاب‌آوری یکی از ویژگی‌های شخصیتی پایدار شناخته می‌شود که افراد را قادر می‌سازد عملکرد بالاتر و بهتری داشته باشند تا

در شکل ۱، عوامل مهم و قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری و مهمان‌نوازی پیش‌بینی شده است. همان‌طور که دیده می‌شود، چهار مؤلفه سرمایه روان‌شناختی که شامل تاب‌آوری، خوش‌بینی، امید و خودکارآمدی هستند به شناخت فرصت‌ها و در نهایت قصد کارآفرینی منجر می‌شود (Zhang et al., 2020). کوربر و مک‌ناوتون (2017)، در مطالعات خود، شش گفت‌وگوی علمی برای بیان مفاهیم متفاوت کارآفرینی و تاب‌آوری را بررسی می‌کنند. در گفت‌وگوی اول و دوم، سعی می‌کنند عواملی را شناسایی کنند که باعث ارتقا یا افزایش تاب‌آوری شرکت‌ها یا افراد کارآفرین می‌شوند. عواملی مانند خودکارآمدی، خوش‌بینی، ویژگی‌های روانی و فرصت‌ها بر سرمایه اجتماعی کارآفرینان متکی هستند. در مقابل، گفت‌وگوهای ۵ و ۶ به‌صراحت بر دوره پس از وقفه متمرکز می‌شوند و تاب‌آوری را به‌مثابه پاسخ مشکلات گوناگون بیان می‌کنند. گفت‌وگوی ۵ مفهوم تاب‌آوری مهندسی<sup>۱</sup> را بیان می‌کند. به عبارت دیگر، بیان می‌کند آیا کارآفرینان پس از شکست از نو شروع می‌کنند یا، با وجود شکست، بازهم به

2. Adaptive resilience

1. Engineering resilience



رویدادهای استرس‌زا در محل کار مدیریت کنند و ذهنیت مثبت‌تری در محیط کار اتخاذ کنند. در سلامت روحی و جسمی، دانشمندان معتقد هستند رابطه‌ای مثبتی بین تاب‌آوری کارکنان و سلامت روانی آن‌ها و رابطه‌ای منفی بین آن و علائم فرسودگی و خستگی عاطفی وجود دارد. در نگرش مرتبط با کار، تاب‌آوری با افزایش شادی در کار و کاهش بدبینی در محل کار مرتبط است. پیوندی قوی بین تاب‌آوری و تعهد سازمانی برقرار است و بین تاب‌آوری و مشارکت کاری رابطه‌ای مثبت مشاهده شده است. در نگرش‌های مرتبط با تغییر، تاب‌آوری می‌تواند توانایی‌های مقابله‌ای شخص را با محافظت در برابر شرایط روانی ناکارآمد ناشی از عوامل استرس‌زا مانند تغییر افزایش دهد (Hartmann et al., 2019). تاب‌آوری شناختی با افزایش خلاقیت همراه است. نظریه تاب‌آوری شناختی نشان می‌دهد که اعتقادات و دانش بنیادی مردم تأثیر مهمی در شکل‌دهی رفتار آن‌ها دارند (Dheer & Lenartowicz, 2019).

سیاری از مطالعات بر تأثیر خوش‌بینی در تصمیم‌گیری کارآفرینی تأکید کرده‌اند. خوش‌بینی در کارآفرینی از نظریه شناختی بندورا (1986) نشئت می‌گیرد. وی بیان می‌دارد گرایش‌های فردی در تعامل با محیط شکل می‌گیرد که در نهایت می‌تواند به موفقیت یا شکست کارآفرین منجر شود (Wafeq et al., 2019: 443). خوش‌بین کسی است که در انتظار اتفاقات خوب است (Amore et al., 2020). بین خوش‌بینی و اعتمادبه‌نفس بیش از حد تفاوت وجود

دارد اعتمادبه‌نفس بیش از حد افراد را به سمت کارآفرینی هدایت می‌کند، اما در نگرش کارآفرینان تغییری ایجاد نمی‌کند. برعکس، خوش‌بینی افراد را به سمت کارآفرینی سوق می‌دهد و نگرشی ایجاد می‌کند که موجب قرار گرفتن در موقعیت‌های خاص می‌شود (Bernoster et al., 2018). اصولاً خوش‌بینی ممکن است پیامدهای مثبت یا منفی برای رضایت کارآفرینی داشته باشد. خوش‌بینی ذهنی بیان می‌دارد که تفکر مثبت می‌تواند برای بهزیستی روان‌شناختی مفید باشد؛ زیرا افراد خوش‌بین در شرایط استرس‌زا از راه‌های سازگارتر استفاده می‌کنند (Dawson, 2017).

رضایت شغلی به احساسات مطلوب شخص از تجربه شغلی که به سلامت فیزیکی و روحی او می‌انجامد گفته می‌شود (Barimani et al., 2015: 2). برخی از جنبه‌های شغلی برای فردی رضایت‌بخش است و برای شخصی دیگر سبب نارضایتی است. بنابراین، درکل، رضایت شغلی را می‌توان تعادل بین جنبه‌های رضایت‌بخش و نارضایتی در نظر گرفت (Cabelkova et al., 2015: 450). رضایت شغلی فرد ناشی از احساس لذت‌بخشی است که در ارزیابی شغلی خود پس از رسیدن به ارزش‌های شغلی مدنظر به دست می‌آورد. احساس رضایت از شغل به افراد کمک می‌کند به عملکرد شغلی مطلوب‌تری دست یابند (Kasparkova et al., 2018: 45). در جدول ۱، به بررسی پیشینه پژوهش مقالات مورد استفاده در این مقاله پرداخته شد.

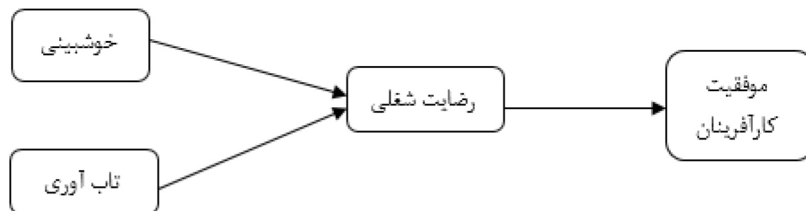
جدول ۱: پیشینه مطالعات مربوط به میزان تأثیر خوش‌بینی و تاب‌آوری در موفقیت کارآفرینان گردشگری

نام مؤلف	نام پژوهش	شرح
Santoro et al. (2020)	بررسی رابطه بین تاب‌آوری کارآفرینی و موفقیت: نقش تعدیل‌کننده تعامل ذی‌نفعان	این مطالعه با هدف بررسی تأثیر تاب‌آوری کارآفرینان در موفقیت ادراک‌شده کارآفرینی و نقش تعدیل‌کننده مشارکت ذی‌نفعان در رابطه فوق ارائه شده است.
Dheera & Lenartowicz (2019)	تاب‌آوری شناختی: تأثیرگذاری در اهداف کارآفرینی	تأثیر تاب‌آوری شناختی در اهداف فردی برای موفقیت در کارآفرینی با استفاده از نظریه تناسب فرد و محیط و اصول و ادبیات روان‌شناسی شناختی تحلیل شد.
Hartman et al. (2019)	تاب‌آوری در محل کار: بررسی و ترکیب چندسطحی	بررسی انتقادی تحقیقات انجام‌شده در خصوص تاب‌آوری در محل کار در دو سطح فردی و گروهی. در این مطالعه، مفاهیم متفاوتی از تاب‌آوری ارائه شد و نحوه اندازه‌گیری تاب‌آوری در کارهای کمتی موجود برجسته شد.
Korber & McNaughton (2017)	تاب‌آوری و کارآفرینی: مرور ادبیات نظام‌مند	در این پژوهش، شش گفت‌وگوی علمی ارائه می‌شود که هر یک از آن‌ها مفاهیم متفاوتی از تاب‌آوری و کارآفرینی را بیان می‌کند.
Zhang et al. (2020)	شناسایی عوامل مهم و پیش‌بینی قصد کارآفرینی دانشجویان گردشگری و مهمان‌نوازی	یافته‌ها نشان‌دهنده تأثیر مثبت آموزش در اهداف کارآفرینانه است. علاوه بر این، آموزش تجربی عامل اصلی در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه است، درحالی‌که تقویت نظری عامل تعدیل‌کننده مهمی است. علاوه بر این، تأیید شد که ارزش اجتماعی و ریسک‌پذیری می‌تواند در شکل‌گیری قصد کارآفرینی نقش تقویت‌کننده داشته باشد.

نام مؤلف	نام پژوهش	شرح
Wafeq et al. (2019)	مدیریت بازاریابی و خوش‌بینی کارآفرینان زن افغان	هدف این مقاله بررسی رابطه بین یک جنبه از سرمایه روان‌شناختی کارآفرینانه - خوش‌بینی به موفقیت سازمانی کارآفرینان زن افغان - و جنبه‌های عملکرد بازاریابی است.
Chen (2015)	تأثیر رفتارهای رهبری تحول‌آفرین و خوش‌بینی روانی در عملکرد زیردست در صنعت هتل‌داری گردشگری تایوان	رفتارهای رهبری تحول‌آفرین می‌تواند به افراد در پرورش سطح بالاتری از خوش‌بینی روان‌شناختی کمک کند. بنابراین، عملکرد زیرمجموعه را افزایش می‌دهد.

منبع: منابع کتابخانه‌ای

در شکل ۲، مدل مفهومی این پژوهش نشان داده شده است. این مدل تأثیر متغیرهای مستقل خوش‌بینی و تاب‌آوری در متغیر میانجی رضایت شغلی را بیان می‌کند و در نهایت رضایت شغلی به موفقیت کارآفرینان منجر می‌شود.



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش (Santoro et al., 2020 Zhang et al., 2020)

نمونه‌گیری وارد مرحله‌ای شد که دیگر فرد جدیدی توسط نمونه‌های قبلی معرفی نشد. بنابراین، در مجموع ۵۰ نفر از کارآفرینان گردشگری استان مازندران انتخاب شدند. در این پژوهش، در طراحی و تنظیم پرسش‌نامه برای اعتبار آن، شاخص‌های مربوط به متغیرها از میان تحقیقات داخلی و خارجی استخراج شد و با توجه به نظرها و دیدگاه‌های استادان گردشگری استان مازندران سنجش و ارزیابی شدند و تغییرات لازم در آن‌ها اعمال شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از نرم‌افزار آماری Spss 16 و همچنین برای بررسی تأثیر تاب‌آوری و خوش‌بینی بر موفقیت از نرم‌افزار Smart PLS3 استفاده شد. آزمون‌های آماری براساس ماهیت داده‌ها و هدف پژوهش در دو بخش یافته‌های توصیفی و تحلیلی تنظیم شده‌اند. در یافته‌های توصیفی، اطلاعات فردی پاسخ‌دهندگان بررسی شد. برای بررسی تأثیرگذاری متغیر مستقل در موفقیت، از آزمون رگرسیون استفاده شد. پس از تکمیل پرسش‌نامه، با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ، گویه‌های مربوط به هر یک از متغیرها بررسی شد.

مازندران، با ۳۵۵ کیلومتر ساحل و با داشتن تنوع و جذابیت‌های طبیعی گسترده، منبع سرشار از کالاها و خدمات گردشگری برای گردشگران است (Hosseyni

## روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات میدانی است. از آنجایی که کارآفرینی در بخش گردشگری بیشتر به صورت فعالیت‌های کوچک مقیاس و خرد است و همچنین نوع غالب گردشگری در مازندران گردشگری مبتنی بر طبیعت است. بنابراین، جامعه آماری این پژوهش از کارآفرینان گردشگری استان مازندران تشکیل می‌شود که در بخش‌های گوناگون مثل اقامتگاه، آژانس‌های گردشگری، گروه‌های موفق طبیعت‌گردی و اکومپ‌های جنگلی فعالیت دارند و، با توجه به این‌که دسترسی به جمعیت موردنظر دشوار است، از روش گلوله‌برفی برای جمع‌آوری پرسش‌نامه استفاده شد. این نمونه‌گیری از نمونه‌ای اولیه شروع می‌شود و با معرفی افراد دیگر توسط نمونه اولیه به‌مرور شبیه گلوله‌برفی در حال غلظت‌شدن رشد می‌کند (Etikan et al., 2016). این نوع نمونه‌گیری برای شناسایی جمعیت پنهان یا مواقعی که واحدها کمیاب یا بخش کوچکی از جامعه باشند استفاده می‌شود (Johnson, 2014). در این نوع نمونه‌گیری، چهارچوبی برای انتخاب نمونه‌ها وجود ندارد. بعد از شناسایی شبکه اجتماعی کارآفرینان و معرفی افراد توسط هم‌صنفیان خود، در نهایت

دارا بودن اقلیم آب‌وهوایی مناسب و همچنین ترکیب دریا و جنگل و کوهستان، برای اشکال گوناگون (Amiri & Gholamifard, 2014: 88). این استان، با گردشگری مناسب است (Heidari et al., 2016: 17).

### جدول ۲: متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نوع متغیر	تعداد گویه	نام مؤلف
تاب‌آوری	مستقل	۴	ژانگ و همکاران (2020)، باندرا و همکاران (2018)، ورمزیاری و ایمانی (۲۰۱۷)
خوش‌بینی	مستقل	۴	ژانگ و همکاران (2020)، صفوی و بوذری (۲۰۱۹)، پون و همکاران (2018)
رضایت شغلی	میانجی	۴	نصیری فرد و اللهیاری (۲۰۱۳)، کرافورد (2018)
موفقیت	وابسته	۴	کرافورد (2018)، ساتورو و همکاران (2020)

منبع: مطالعات کتابخانه‌ای



درصد را زنان تشکیل می‌دهند و ۹۰ درصد آن‌ها از کارآفرینی خود راضی هستند.

### یافته‌های پژوهش

نتایج مستخرج از پرسش‌نامه در جدول ۳ نشان می‌دهد که ۴۴ درصد شرکت‌کنندگان را مردان و ۵۶

### جدول ۳: ویژگی فردی جامعه نمونه

درصد	شرح	درصد	شرح	درصد	شرح
۱۴	دیپلم	۲۲	اقامتگاه	۴۴	مرد
۳۸	لیسانس	۲۴	آژانس	۵۶	زن
۴۰	ارشد	۵۲	تورلیدر	۳۴	
۸۰	دکتری	۲	مجتمع تفریحی	۵۴	مجرد
				۴۶	متاهل
۹۰	بله	رضایت از کارآفرینی			
۱۰	خیر				

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

مقدار CR باید از AVE بیشتر باشد. همین‌طور، برای بررسی پایایی، باید از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شود. مقدار این ضریب باید بین صفر و یک باشد و هر چه این ضریب به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی کامل‌تر خواهد بود. نتایج این آزمون‌ها در جدول ۴ آمده است.

### یافته‌های تحلیلی

در این قسمت به بررسی روایی و پایایی تحقیق می‌پردازیم. به‌منظور روایی همگرا، باید میانگین واریانس استخراجی (AVE) و CR برای هر متغیر بررسی شود و مقدار AVE برای هر متغیر باید بالاتر از ۰/۵ باشد تا شرط مربوط به آن برقرار باشد و همچنین

#### جدول ۴: مقایسه مقادیر CR و Ave

ردیف	متغیر	CA	CR	Ave	آلفای کرونباخ
۱	خوش‌بینی	۰/۷۳۶	۰/۸۳۱	۰/۵۵۲	۰/۷۳۶
۲	تاب‌آوری	۰/۷۰۴	۰/۸۱۷	۰/۵۳۰	۰/۷۰۴
۳	رضایت شغلی	۰/۷۳۴	۰/۸۳۲	۰/۵۵۳	۰/۷۳۴
۴	موفقیت	۰/۷۲۰	۰/۸۲۶	۰/۵۴۳	۰/۷۲۰

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

در این قسمت از پژوهش، آزمون مدل پژوهش بررسی شده است. از شاخص‌های برازندگی برای تعیین برازندگی و اعتبار مدل‌های طراحی شده استفاده می‌شود. این جدول شاخص‌های تناسب پیش‌بین، ضریب تعیین و میانگین واریانس استخراج‌شده را نشان می‌دهد. همان‌طور که نتایج برازش نشان می‌دهد، تمامی شاخص‌ها به‌خوبی متغیرهای پژوهش را برازش داده‌اند. در جدول ۵، شاخص‌های برازش مدل با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS<sup>۳</sup> نشان داده شده است. نتایج نشان می‌دهد مدل موردنظر برازش مناسبی دارد.

#### جدول ۵: بررسی مدل‌های برازش پژوهش

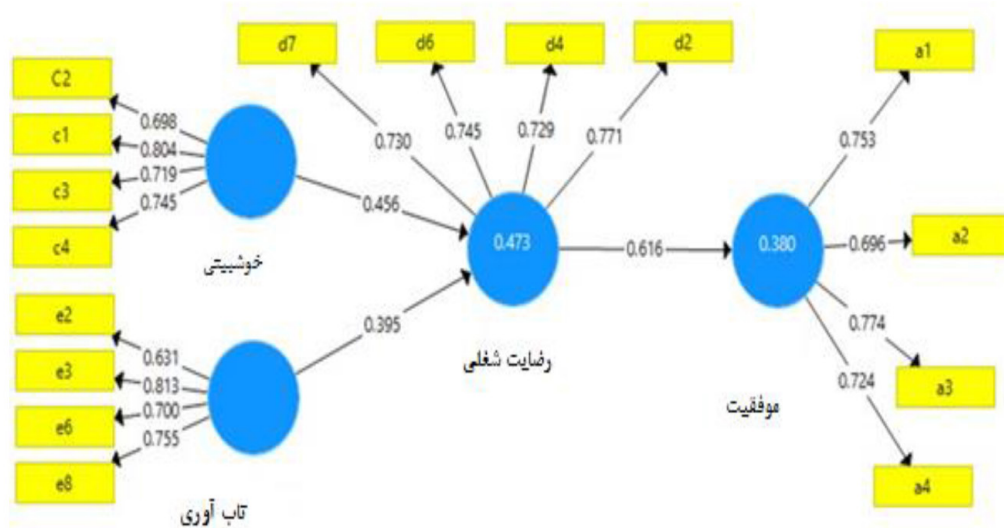
نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در الگوی موردنظر	نتیجه
تناسب پیش‌بین Q <sup>2</sup>	سه مقدار ۰/۰۲ ۰/۱۵ ۰/۳۵	خوش‌بینی	۰/۱۸۸
		تاب‌آوری	۰/۲۲۴
		رضایت شغلی	۰/۲۱۲
		موفقیت	۰/۲۵۳
ضریب تعیین	سه مقدار ۰/۱۹ ۰/۳۳ ۰/۶۷	رضایت شغلی	۰/۴۷۳
		موفقیت	۰/۳۸۰
میانگین واریانس استخراج‌شده	بالاتر از ۰/۵	خوش‌بینی	۰/۵۵۲
		تاب‌آوری	۰/۵۳۰
		رضایت شغلی	۰/۵۵۳
		موفقیت	۰/۵۴۳

تحلیل تأثیر تاب‌آوری و خوش‌بینی در موفقیت

در این پژوهش، از روش PLS-SEM استفاده شده که محدودیت‌های کمتری در خصوص نرمال بودن چند متغیر دارد. برای برآورد مدل از نرم‌افزار Smart PLS<sup>3</sup> استفاده شد که در مقابل سایر نرم‌افزارها دارای تمام شاخص‌های ارزیابی مدل است (Salisu et al., 2020). شکل ۳ مدل نهایی تأثیر خوش‌بینی و تاب‌آوری در موفقیت کارآفرینان گردشگری را نشان می‌دهد.



شکل ۳: نمودار تحلیل مسیر برای درک میزان اثرگذاری مؤلفه مستقل در موفقیت  
(منبع: نتایج مستخرج از پرسش نامه ۱۳۹۸)



است، چه برسد به این که تغییر در تفکر و با سرعت همراه باشد. نتایج عامل رضایت شغلی به منزله متغیر میانجی نشان داد که رضایت از استقلال شغلی با بار عاملی ۷۷ درصد بیشترین اولویت را دارد. یکی از دلایلی که اکثر کارآفرینان را به کارآفرینی سوق می دهد استقلال شغلی است؛ این افراد مایل نیستند در انجام فعالیت هایشان محدود باشند. همین طور برای متغیر موفقیت، گویه کارآفرینی سبب بروز استعدادهای فرد می شود و با ضریب رگرسیون ۷۷ درصد بیشترین اولویت را دارد. موفقیت صرفاً کسب درآمد مالی نیست، بلکه درخصوص افراد کارآفرین بروز استعدادهای و توانایی هایشان عنصری مهم در کسب موفقیت به شمار می آید. با بررسی ضرایب رگرسیون مسیر متغیر تاب آوری با ضریب ۳۹ درصد با متغیر رضایت شغلی در ارتباط است که نشان می دهد رابطه معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. ضریب رگرسیون بین رضایت شغلی و خوش بینی نیز ۴۵ درصد است که بیان کننده رابطه معنی دار میان آن ها است. ضریب رگرسیون بین رضایت شغلی و موفقیت نیز ۶۱ درصد است که رابطه معنی داری بین آن ها را نشان می دهد. اعداد درون متغیرهای پنهان ضریب تعیین را بیان می کنند. براساس این اعداد، متغیر خوش بینی و تاب آوری می تواند ۴۷/۳ درصد از واریانس متغیر رضایت شغلی را تبیین کند و متغیر رضایت شغلی ۳۸ درصد از متغیر موفقیت را تبیین می کند. نتایج کلی در جدول ۶ به نمایش گذاشته شده است.

نتایج مستخرج از آزمون تحلیل مسیر نشان می دهد که برخی گویه ها در وضعیت مطلوب و برخی دیگر در وضعیت نامطلوب قرار دارند. برای معناداری معادله، گویه های کمتر از ۰/۵ حذف شدند. در این مدل مفهومی، ۴ متغیر وجود دارد که هر کدام شامل ۴ مؤلفه هستند. یافته های به دست آمده نشان می دهد، از بین عوامل تبیین کننده خوش بینی، مؤلفه تفکر مثبت داشتن به نتایج کار از بین سایر مؤلفه ها، با بار عاملی ۸۰ درصد، بیشترین اولویت را دارد و مؤلفه انتظارات خوب داشتن در وضعیت نامشخص شغلی، با بار عاملی ۶۹ درصد، کمترین اولویت را دارد. درواقع، خوش بینی یعنی دید مثبت به فعالیت ها و با اعتماد به نفس کاذب متفاوت است. در خوش بینی، فرد سعی می کند نکات مثبت را از بین وضعیت موجود پیدا کند و از این طریق روحیه خود را بازسازی و حفظ کند. ولی در اعتماد به نفس کاذب، بدون توجه به شرایط موجود و مشکلات فعلی، انتظارات نامعقول از نتایج دارد. متغیر مستقل بعدی تاب آوری است که، در آن، مؤلفه برخورد با آرامش در شرایط دشوار با بار عاملی ۸۱ درصد بیشترین اولویت را دارد و مؤلفه تغییر سریع تفکر در انجام کارها با بار عاملی ۶۳ درصد کمترین اولویت را دارد. تاب آوری یا همان تحمل سختی نیازمند برخورد با آرامش در شرایط دشوار است و، همین طور که در ادبیات نظری نیز بیان شد، ایجاد تغییر سریع تفکر گونه ای دیگر از تاب آوری است که کمترین اولویت را دارد؛ چون تغییر خودکار دشوار



### جدول ۶: تحلیل وضعیت مؤلفه‌های مورد مطالعه

تغییر	گویه	رگرسیون	آماره t
خوش‌بینی	(c1) من همیشه تفکر مثبتی درباره نتیجه کارم دارم.	۰/۸۰۴	۴/۸۹۴
	(c2) وقتی اوضاع در محل کار نامشخص است، معمولاً منتظر بهترین چیزها هستم.	۰/۶۹۸	۳/۲۳۶
	(c3) فرد خوش‌بینی هستم.	۰/۷۱۹	۲/۵۱۷
	(c4) اگر در محل کارم به مسئله بغرنجی برخورد کنم، برای فائق آمدن بر آن به روش‌های زیادی فکر می‌کنم.	۰/۷۴۵	۳/۵۳۲
تاب‌آوری	(e2) توانایی تغییر سریع تفکر برای انجام کارها را دارم.	۰/۶۳۱	۳/۳۲۹
	(e3) در شرایط دشوار با آرامش برخورد می‌کنم.	۰/۸۱۳	۱۱/۴۷۲
	(e6) معتقدم که می‌توانم به روش‌های مثبت رشد کنم.	۰/۷۰۰	۴/۱۳۰
	(e8) وقتی در کارم مشکل دارم، سعی می‌کنم برای بهبود کار تلاش کنم.	۰/۷۵۵	۵/۳۸۲
رضایت شغلی	(d2) از این‌که برای خودم کار می‌کنم احساس رضایت دارم.	۰/۷۷۱	۶/۵۹۴
	(d4) با وجود سختی‌های کار از نظر روحی احساس بهتری دارم.	۰/۷۲۹	۵/۳۳۵
	(d6) از میزان درآمد کسب‌شده رضایت دارم.	۰/۷۴۵	۷/۸۲۳
	(d7) پیامدهای اقتصادی کارآفرینی در مقایسه با مشاغل دیگر مطلوب‌تر است.	۰/۷۳۰	۵/۲۹۶
موفقیت	(a1) ترجیح می‌دهم، به جای کار با حقوق ثابت و امنیت شغلی، این کار را ادامه دهم.	۰/۷۵۳	۷/۹۸۵
	(a2) دیگران را به کارآفرینی تشویق می‌کنم.	۰/۶۹۶	۵/۵۳۴
	(a3) کارآفرینی سبب بروز استعدادهای من شده است.	۰/۷۷۴	۷/۸۳۶
	(a4) از وقتی به این کار رجوع کردم، امید به زندگی در من افزایش یافته است.	۰/۷۲۴	۵/۸۷۴

منبع: یافته‌های پژوهش ۱۳۹۸

از شاخص تی به منظور تعیین معناداری این ضرایب مسیر استفاده می‌شود. اعداد معناداری یا همان T-value، که در جدول ۶ نمایش داده شده است، میزان معنادار بودن هر یک از پارامترها را نشان می‌دهند و، اگر مقدار آن بزرگ‌تر از قدر مطلق عدد ۱/۹۶ باشد، پارامترهای مدل معنادار هستند.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر درصدد بررسی تأثیر مؤلفه‌های خوش‌بینی و تاب‌آوری در موفقیت کارآفرینان گردشگری استان مازندران با نقش میانجی‌گری رضایت شغلی



متغیر میانجی رضایت شغلی پرداخته شد. نتایج تأثیر عمیق این مؤلفه در پایداری و تحمل مشکلات را نشان می‌دهد که، مطابق با تحقیقات هارتمن و همکاران (2019) و دیپیر و لنارتوویچ<sup>۱</sup> (2019) است. درنهایت، تأثیر این دو متغیر در رضایت شغلی و موفقیت با سنج‌های کمی و مطالعات کتابخانه‌ای بررسی شد. نتایج تأثیر مثبت و مؤثر عوامل روان‌شناختی در موفقیت کارآفرینان بخش گردشگری استان مازندران را نشان می‌دهد. با ورود به دوران جهانی‌سازی، تفکرات جدیدی در شکل‌گیری کسب‌وکارها به وجود آمد. دیدگاه اکثر کشورها از صنعتی شدن محض به سمت کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس در حال تغییر است. بنابراین، در مقایسه با گذشته دلایل موفقیت این کسب‌وکارها بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. عوامل زیادی در شکل‌گیری موفقیت این افراد تأثیرگذار است. شروع هر کسب‌وکاری از یک ایده آغاز می‌شود و کارآفرین در ادامه برای ماندگاری در این کسب‌وکار با مشکلاتی مواجه می‌شود که به ذهن قوی، هم برای تحلیل شرایط و هم از نظر روحی برای استقامت در کار، نیاز دارد. عوامل روان‌شناختی بسیاری در موفقیت این افراد اثرگذار است که، به دلیل گسترده بودن آن‌ها، در این پژوهش، به دو مؤلفه اثرگذار پرداخته شده است.

براساس نتایج به‌دست‌آمده، شرایط متغیر صنعت گردشگری و بحران‌های بین‌المللی و ملی سبب افزایش یأس و ناامیدی در بین کارآفرینان گردشگری شده است و کسانی که سابقه فعالیت بیشتری دارند، به دلیل تجربه بیشتر، به این نتیجه رسیده‌اند که، برای مقابله با این شرایط، داشتن روحیه مثبت‌اندیشی، بالا بردن تاب‌آوری برای تحمل مشکلات و عوض کردن عینک بدبینی با دیدگاه خوش‌بینی بسیار ضروری است؛ زیرا صنعت گردشگری همیشه نمودار سینوسی داشته است و در مقابل حوادث و بحران‌ها حساس و اثرپذیر بوده است، ولی بعد از بحران‌ها به سرعت ترمیم می‌شود و رشد پیدا می‌کند. لذا، برای آموزش و تربیت کارآفرینان صنعت گردشگری، افزایش دیدگاه مثبت‌اندیشی باید در آموزش‌ها لحاظ شود. با توجه به آرای متخصصان کارآفرین در بخش گردشگری، پیشنهاد می‌شود از مصاحبه نیز در تحقیقات آتی استفاده شود؛ در بسیاری از موارد، این‌گونه برداشت

شد که بیان دیدگاه‌های افراد در اثربخشی پژوهش مؤثر خواهد بود. این پژوهش محدودیت‌هایی نیز در پی داشت. یکی از محدودیت‌های پژوهش جست‌وجوی کارآفرینان گردشگری بود؛ چون این افراد شبکه اجتماعی مخصوص به خود را داشتند. پیدا کردن این افراد و ایجاد ارتباط با آن‌ها دشواری‌های زیادی به همراه داشت، به طوری که بخش اعظم زمان انجام پژوهش صرف جست‌وجوی این افراد شد. محدودیت بعدی راه ارتباطی با این افراد بود؛ چون بسیاری از این افراد درون جنگل‌ها و مناطقی بودند که به اینترنت دسترسی نداشتند و باید حتماً مراجعه حضوری انجام می‌شد. درنهایت، همان‌گونه که بیان شد، مقاله پیش‌رو درخصوص استان مازندران انجام شده است و قابل تعمیم به کل کشور نیست. منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

اربابیان، شیرین، زمانی، زهرا و رحیمی، معصومه (۱۳۹۳). بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۱)، ۱۲۶-۱۴۶.

بریمانی، ابوالقاسم، مدانلو، یاسمن و یوسفی، حبیب‌الله (۱۳۹۴). رابطه بین سرمایه روان‌شناختی و رضایت شغلی کارکنان کمیته امداد امام خمینی شرق استان مازندران. فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشنامه تربیتی، ۱۰(۴۴)، ۱-۱۶.

حسینی امیری، سید محمود و غلامی فرد، نصرت‌الله (۱۳۹۳). بررسی اثربخشی پیام‌های تبلیغاتی تجاری اسلامی بر قصد خرید محصولات گردشگری (مطالعه موردی: استان مازندران). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۰(۳)، ۸۷-۱۰۵.

حیدری، حسین و خاشعی، وحید (۱۳۹۵). تحلیل رابطه بین ویژگی‌های شغلی و دانش سازگاری شغلی آموختگان. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۲(۱)، ۱۲۷-۱۴۳.

حیدری، زهرا، بدری، سیدعلی و سلمانی، محمد (۱۳۹۵). نگرش جامعه محلی نسبت به مخاطرات ادراک‌شده توسعه گردشگری کشاورزی

1. Dheer & Lenartowicz



- Banderaa, C., Collinsb, R., & Passerinic, K. (2018). Risky uBsiness: Experiential Learning, Information and Communications Technology, and Risk-Taking Attitudes in Entrepreneurship Education. *The International Journal of Management Education*, 16(2), 224-238.
- Barimani, A., Madanlo, Y., & Yosefi, H. (2015). The relationship between psychological capital and job satisfaction East Mazandaran Province Imam Khomeini Relief Committee. *Educational Researches*, 10(41), 1-16. [in Persian]
- Bernoster, I., Rietveld, C. A., Thurik, A., & Torres, O. (2018). Overconfidence, Optimism and Entrepreneurship. *Sustainability*, 10(7), 2233. doi:10.3390/su10072233
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison. A. M. (2020). Entrepreneurship in Island Contexts: A Systematic Review of the Tourism and Hospitality Literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102438.
- Cabelková, I., Abrahám, J., & Strielkowski, W. (2015). Factors Influencing Job Satisfaction in Post-transition Economies: the case of the Czech Republic. *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 21(4), 448-456. DOI: 10.1080/10803548.2015.1073007
- Chen, S., Liao, Z., Redd, T., & WU, S. (2013). Laotian Entrepreneurs' Optimism and New Venture Performance. *Social Behavior and Personality*, 41(8), 1267-1278. http://dx.doi.org/10.2224/sbp.2013.41.8.1267.
- Chen, T. J. (2015). Impact of Transformational Leadership Behaviors and Psychological Optimism on Subordinate Performance in (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۵(۱۸)، ۳۲-۳۸.
- خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۹۴). بررسی نگرش صاحبان اقامتگاه‌های گردشگری نسبت به سیاست‌های مقابله با تغییر آب‌وهوا (مطالعه موردی: استان مازندران). *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴(۱۲)، ۱۶۳-۱۴۵.
- نصیری‌فرد، ابراهیم و اللهیاری، محمدصادق (۱۳۹۲). بررسی رابطه رضایت شغلی با روحیه کارآفرینی در بین مدیران شرکت‌های تعاونی روستایی استان گیلان. *تعاون و کشاورزی*، ۲(۶)، ۱۰۳-۱۲۲.
- ورمزیاری، حجت و ایمانی، بابک (۱۳۹۶). تحلیل تاب‌آوری کسب‌وکارهای روستایی در شهرستان ملکان. *توسعه کارآفرینی*، ۱۰(۱)، ۱۸۱-۲۰۰.
- Amore, M. D., Garofalo, O., & Martin-Sanchez, A. (2020). Failing to Learn from Failure: How Optimism Impedes Entrepreneurial Innovation. *Organization Science*, 32(4), 940-964. <https://doi.org/10.1287/orsc.2020.1359>
- Arbabyan, S., Zamani, Z., & Rahimi, M. (2014). The Effect of Tourism Industry on the Development of Entrepreneurship. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(10), 126-146. [in Persian]
- Ataiea, A., Karimi, H., Ghadermarzic, H., & Norouzi, A. (2020). A Conceptual Model of Entrepreneurial Competencies and their Impacts on Rural youth's Intention to Launch SMEs. *Journal of Rural Studies*, 75, 185-195.
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., & Kibanja, G. M. (2016). Psychological Capital and the Startup capital- Entrepreneurial Success Relationship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 28(1), 27-54. DOI:2152311.5102.133672 80/0801.01

- Hosseyani Amiri, S., & Gholamifard, N. (2014). Examining the effectiveness model of commercial ad containing Islamic on buying tourism products. *Journal of Tourism Planning and Development*, 3(10), 87-105. doi: 10.22080/jtpd.2014.850 [in Persian]
- Huang, Q., Xing, Y., & Gamble, J. (2016). Job Demands-Resources: A Gender Perspective on Employee Well-Being and Resilience in Retail Stores in China. *The International Journal of Human Resource Management*, 30(8), 1323-1341. DOI: 10.1080/09585192.2016.1226191.
- Johnson, T. P. (2014). Snowball sampling: introduction. *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*.
- Juma, N., & Sequeira, J. M. (2016). Effects of Entrepreneurs' Individual Factors and Environmental Contingencies on Venture Performance: a case Study of African-American Women-Owned ventures. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(2), 91-119.
- Kasparkova, L., Vaculík, M., Procházka, J., & Schaufeli, W. B. (2018). Why Resilient Workers Perform better: The roles of Job Satisfaction and Work Engagement. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 33(1), 43-62. DOI: 10.1080/15555240.2018.1441719
- Khoshfar, G. (2015). A Sociological Analysis of Dealing with Climate Change in Tourist Resorts (Case Study: Mazandaran Province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(12), 145-163. [in Persian]
- Korber, S., & McNaughton, R. B. (2017). Resilience and Entrepreneurship: A Taiwan's Tourism Hotel Industry. *Open Journal of Social Science*, 3(07), 174. <http://dx.doi.org/10.4236/jss.2015.37028>
- Crawford, A. (2018). An exploratory Study of Core Self-Evaluation and Entrepreneurial Motivation. *Anatolia*. 30(1), 103-114. DOI: 10.1080/13032917.2018.1517266
- Dawson, C. (2017). Financial optimism and entrepreneurial Satisfaction. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(2), 171-194. DOI: 10.1002/sej.1244
- Dheer, R. J. S., & Lenartowicz, T. (2019). Cognitive flexibility: Impact on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Vocational Behavior*, 115, 103339.
- Etikan, I., Alkassim, R., & Abubakar, S. (2016). Comparison of snowball sampling and sequential sampling technique. *Biometrics & Biostatistics International Journal*, 3(1), 55.
- Hartmann, S., Weiss, M., Newman, A., & Hoegl, M. (2019). Resilience in the Workplace: A Multilevel Review and Synthesis. *Applied Psychology*, 69(3), 913-959.
- Heidari, H., & Khashei, V. (2016). Analysis of the Relationship between Job Characteristics and Knowledge of Job Compatibility of Learners. *Journal of Research and Planning in Higher Education*, 22(1), 127-143. [in Persian]
- Heidari, Z., Badri, S., & Salmani, M. (2016). The Attitude of Local Community towards the Perceived Risks of Agri-tourism Development (Case Study: The City of Tonekabon). *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(18), 8-32. [in Persian]



- career success Does resilience matter? *Entrepreneurial Career Success*, 12(2), 279-304. <https://www.emerald.com/insight/2053-4604.htm>
- Santoro, G., Bertoldi, B., Giachino, C., & Candelo, E. (2020). Exploring the relationship between entrepreneurial resilience and success: The moderating role of stakeholders' engagement. *Journal of Business Research*, 119, 142-150.
- Singh, S. H., Bhowmick, B., Eesley, D., & Sindhav, B. (2019). Grassroots Innovation and Entrepreneurial Success: Is Entrepreneurial Orientation a missing link? *Technological Forecasting & Social Change*, 164, 119582.
- Solvoll, S., Alsos, G. A., & Bulanova, O. (2015). Tourism Entrepreneurship -Review and Future Directions. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1), 120-137. DOI: 10.1080/15022250.2015.1065592
- Varmazyari, H., & Imani, B. (2017). Analyzing resilience of rural businesses in Malekan County. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(1), 181-200. doi: 10.22059/jed.2017.62327 [in Persian]
- Wafeq, M., Al Serhan, O., Catherine Gleason, K., Dasanayaka, S. W. S. B., Houjeir, R., & Al Sakka, M. (2019). Marketing Management and Optimism of Afghan Female Entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 11(3), 436-463. DOI 10.1108/JEEE-02-2018-0020
- Wiklunda, J., Nikolaevb, B., Shirc, N., Food, M. D., & Bradle, S. (2019). Entrepreneurship and Wellbeing: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579-588.
- Yoon, H. J., Bailey, N., Amundson, N., & Niles, S. (2018). The Effect of a Career Development Systematic Literature Review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(7), 1129-1154. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2016-0356>
- Liang, C., & Dunn, P. (2010). Entrepreneurial Characteristics, Optimism, Pessimism, and Realism—Correlation or Collision. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(1), 1-22.
- McKenzie, D., & Sanson, D. (2019). Predicting Entrepreneurial Success is hard: Evidence from a Business Plan Competition in Nigeria. *Journal of Development Economics*, 141, 102369.
- Nasirifard, E., & Allahyari, M. (2013). Relationship between Job Satisfaction and Entrepreneurship Spirit among Rural Cooperatives' Managers in Guilan Province. *Co-Operation and Agriculture*, 2(6), 103-122. [in Persian]
- Prayag, G., Spector, S., Orchiston, C., & Chowdhury, M. (2019). Psychological Resilience, Organizational Resilience and Life Satisfaction in Tourism firms: Insights from the Canterbury Earthquakes. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1216-1232.
- Ramoglou, S., Gartner, W. B., & Tsang, E. W. K. (2020). Who is an Entrepreneur? is (still) the Wrong Question. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00168.
- Safavi, H. P., & Bouzari, M. (2019). The Association of Psychological Capital, Career Adaptability and Career Competency among Hotel front line Employees. *Tourism Management Perspectives*, 30, 65-74.
- Salisu, I., Hashim, N., Mashi, M. S., & Galadanchi, H. G. (2020). Perseverance of effort and consistency of interest for entrepreneurial

Zhang, S. N., Lia, Y. A., Liub, C. H., & Ruanc, W. Q. (2020). Critical factors Identification and Prediction of Tourism and Hospitality Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 26, 100234.

Programme based on the Hope-Action Theory: Hope to Work for Refugees in British Columbia. *British Journal of Guidance & Counselling*, 47(1), 6-19. DOI: 10.1080/03069885.2018.1544827

