

تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر تاب‌آوری سازمانی در دوران شیوع کووید-۱۹

(مطالعه موردی: هتل‌های شهر مشهد)

داود قربان‌زاده^۱، دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران
جواد آقامحمدی، دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/۳۱

چکیده

صنعت گردشگری از دیرباز به‌عنوان یکی از آسیب‌پذیرترین صنایع در مواجهه با انواع بحران‌ها شناخته شده است. در میان انواع بخش‌های فعال در حوزه گردشگری، بخش هتلداری به‌واسطه کاهش نرخ سفرها و اقامت در طول همه‌گیری کووید-۱۹ بیشتر تحت تأثیر قرار گرفته است. به این منظور، برای کاهش اثرات مخرب بحران‌ها بر بخش هتلداری، ادبیات مفهوم تاب‌آوری را معرفی می‌کند. از این رو، پژوهش حاضر تأثیر سرمایه روان‌شناختی مالکان و مدیران هتل را بر تاب‌آوری سازمانی در طول شیوع کووید-۱۹ بررسی می‌کند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، شیوه جمع‌آوری اطلاعات پیمایشی و به لحاظ بررسی روابط بین متغیرها، همبستگی با تأکید بر مدل‌سازی معادلات ساختاری است. برای درک روابط مدل مفهومی، این پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌ای که در مهر ماه و آبان ماه ۱۳۹۹ میان ۱۵۷ نفر از مالکان و مدیران هتل و هتل‌آپارتمان‌های شهر مشهد به روش در دسترس توزیع شد، نسبت به جمع‌آوری داده‌ها اقدام کرد. نتایج آزمون فرضیه‌ها با به‌کارگیری نرم‌افزارهای اس پی اس اس^۲ و اسمارت پی ال اس^۳ حاکی از آن است که سرمایه روان‌شناختی مالکان یا مدیران هتل می‌تواند امید و خوش‌بینی را در کارکنان ایجاد نموده و به آن‌ها در پذیرش واقعیت و آمادگی برای بحران‌های احتمالی آینده کمک کند. همچنین تأثیر رضایت مالکان و مدیران هتل از زندگی بر تاب‌آوری سازمانی قابل‌ملاحظه است و بیان می‌کند که سطح رضایت از زندگی مالکان و مدیران هتل به‌طور قابل‌توجهی بر روند بهبود کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد.

کلیدواژه‌ها: تاب‌آوری سازمانی، رضایت از زندگی، سرمایه روان‌شناختی، صنعت هتلداری، کووید-۱۹

مقدمه

صنعت گردشگری همواره در معرض بحران‌های بی‌شماری از جمله تغییرات آب و هوایی، بحران‌های اقتصادی، سیاسی و ... قرار داشته است. در واقع، گردشگری از جمله فعالیت‌های اقتصادی است که بیشتر تحت تأثیر شرایط متغیر و نامشخص می‌باشد (ملیان-آلزولا^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). این مسئله توسط بیماری همه‌گیر کووید-۱۹^۲ به خوبی نشان داده شده است چراکه این بیماری سبب کاهش تقاضای گردشگری و مسافرت‌ها شده است که به تبع آن نرخ سکونت هتل‌ها نیز کاهش یافت (جیانگ و ون^۳، ۲۰۲۰؛ گاسلینگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۰). گلاسر^۵ (۲۰۰۶) اظهار داشت به دلیل این آسیب‌پذیری، گردشگری همواره جزء اولین صنایعی است که تحت تأثیر یک بحران قرار گرفته و حتی به عنوان نوعی هشدار دهنده برای سایر بخش‌ها عمل می‌کند. این مواجهه با تغییرات بی‌شمار، علاقه به موضوع تاب‌آوری^۶ در صنعت گردشگری مانند تاب‌آوری مقصد و تاب‌آوری سازمان گردشگری را برانگیخته است (فیلیموناو و دی کوتو^۷، ۲۰۲۰؛ پرایاگ^۸، ۲۰۱۸). از سوی دیگر، همانطور که پرایاگ^۸ (۲۰۱۸) اشاره می‌کند سازمان‌های تاب‌آور (به‌عنوان مثال، هتل‌ها) به جوامع تاب‌آور (مانند مقاصد گردشگری) کمک می‌کنند. در همین راستا، لی و همکاران^۹ (۲۰۱۳) توضیح می‌دهند که اگر سازمان‌ها آمادگی پاسخگویی به بحران‌ها و شرایط اضطراری را نداشته باشند، جوامع یا سیستم‌های بالادستی که به آن‌ها تعلق دارند نیز آماده نخواهند بود. به‌طور خاص، این مسئله با توجه به اهمیت محل اقامت در شکل‌دهی پیشنهادات مقصد گردشگری بر بخش هتلداری نیز تأثیر دارد (آتیلا، ۲۰۱۶). بر این اساس، مدیران هتل‌ها باید از رویکرد مدیریت مبتنی بر تاب‌آوری بهره ببرند؛ بنابراین، هتل‌ها باید نه تنها برای واکنش در هنگام وقوع تغییرات آماده باشند، بلکه باید برای مقابله با چالش‌ها و به حداکثر رساندن فرصت‌ها به دنبال پیش‌بینی آن‌ها هم باشند (براون و همکاران، ۲۰۱۸؛ تیبای و دیگران، ۲۰۱۸).

-
1. Melián-Alzola et al
 2. Covid-19
 3. Jiang and Wen
 4. Gössling et al
 5. Glaeser
 6. Resilience
 7. Filimonau and De Coteau
 8. Prayag
 9. Lee et al

تاب‌آوری سازمانی نه تنها به بقای سازمانی، بلکه در رقابت‌های تجاری نیز به سازمان‌ها کمک می‌کنند (لی و همکاران، ۲۰۱۳)؛ بنابراین، هتل‌ها می‌توانند با داشتن چابکی و سازگاری با تغییر برای خود یک مزیت رقابتی ایجاد کنند. با این وجود، اگرچه تاب‌آوری سازمانی به تاب‌آوری جامعه کمک می‌کند، اما در ادبیات گردشگری در مورد تاب‌آوری سازمانی، مانند تاب‌آوری هتل، خلأ مهمی وجود دارد (پرایاگ، ۲۰۱۸؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). در مورد اهمیت مطالعه تاب‌آوری هتل، همانطور که جیانگ و ون (۲۰۲۰) اظهار داشتند، بحران کووید-۱۹ تأثیرات بی‌سابقه‌ای را بر هتل‌های سراسر جهان گذاشته است و محققان باید تجزیه و تحلیل کنند که چگونه هتل‌ها می‌توانند تاب‌آوری بیشتری داشته باشند. این پژوهش با هدف برطرف کردن این شکاف، به بررسی تاب‌آوری هتل‌ها در برابر بحران کووید-۱۹ می‌پردازد.

برخلاف بحران‌های ناشی از سیل، طوفان‌ها، زمین‌لرزه‌ها و تندبادها که منشأ طبیعی دارند، بیماری ویروس کرونا ۲۰۱۹ یا کووید-۱۹ منشأ طبیعی ندارد. اولین مورد از ذات‌الریه با علل ناشناخته در ۸ دسامبر ۲۰۱۹ که در مجاورت بازار غذاهای دریایی در ووهان^۱ چین ایجاد شد، مشاهده گردید. این ذات‌الریه بعداً به‌عنوان کووید-۱۹ تشخیص داده شد که ناشی از سندرم حاد تنفسی کرونا ویروس ۲۲ یا سارس کووید-۲^۳ بود. طبق گزارش سازمان بهداشت جهانی^۴ از ۲۵ ژوئن ۲۰۲۰، ویروس کرونا در ۲۱۶ کشور با ۹/۲۷۷/۲۱۴ مورد ابتلا و ۴/۷۸۰/۶۹۱ مرگ گسترش یافته است. در صورت بروز بلایایی مانند طوفان، زلزله، سونامی یا هر بیماری همه‌گیر، صنعت گردشگری بیشترین آسیب را می‌بیند (هال و همکاران، ۲۰۱۷). بیماری همه‌گیر کووید-۱۹ با تأثیر نامطلوب بر عرضه و تقاضا گردشگری، صنعت گردشگری را به شدت تحت تأثیر قرار داده است و به‌طور خاص تأثیرات مهم، مخرب و فوری بر صنعت هتلداری داشته است. این تأثیرات فوری منجر به تعطیلی ناگهانی هتل‌ها به دستور دولت و به تبع آن توقف جریان نقدینگی شده است. کاهش درآمدها و فروپاشی زنجیره‌های تأمین به واسطه تعطیلی هتل‌ها، باعث به خطر افتادن کسب‌وکار بسیاری از هتل‌ها شده است (هال و همکاران، ۲۰۲۰). کشور ما نیز از اثرات منفی همه‌گیری کووید-۱۹ در همه زمینه‌ها مستثنی نبوده است و صنعت هتلداری که سهم عمده‌ای در رشد

1. Wuhan

2. Coronavirus 2

3. SARS-CoV-2

4. World Health Organization

اقتصادی داشته است به واسطه این بیماری فلج شده است؛ بنابراین، ضرورت مطالعه تاب‌آوری مردم و بخشی که در آن مشغول به کار هستند، برای بهبود کسب‌وکار از این بیماری همه‌گیر و همچنین رشد اقتصادی اهمیت می‌یابد. تاب‌آوری اصطلاحی به معنی «بازگشت به شرایط قبلی» است. با این حال، در مورد هر بحرانی ممکن است بازگشت به شرایط قبلی آسان نباشد و گاهی اوقات برای اقتصاد، سازمان‌ها و جامعه ممکن نیست به وضعیت قبلی برگردند و در سناریوی فعلی که بحرانی به نام کووید-۱۹ به شدت بر کل جهان تأثیر گذاشته است، بازگشت به حالت عادی برای بخش مهمان‌نوازی و به ویژه هتلداری بسیار دشوار است (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰).

در طول ۱۵ سال گذشته، بسیاری از همه‌گیری‌ها مانند سارس در سال ۲۰۰۳، آنفلوآنزای نوع A^۱ در سال ۲۰۰۹، مرس^۲ (سندرم تنفسی خاورمیانه) در سال ۲۰۱۲ و ابولا^۳ در سال ۲۰۱۴ (نوبلی و همکاران، ۲۰۱۸) بخش مهمان‌نوازی را به شدت تحت تأثیر قرار داده است؛ زیرا سفر می‌تواند بحران مربوط به سلامتی را افزایش دهد. با این وجود، پژوهش‌های محدودی درباره مدیریت بحران مربوط به سلامت در صنعت مهمان‌نوازی صورت گرفته است (شائو و همکاران، ۲۰۲۰؛ هال و همکاران، ۲۰۱۷)؛ و بیشتر مطالعات گذشته بر تأثیر همه‌گیری‌ها بر درآمد اقتصادی و جریان ورود گردشگران به مقاصد گردشگری متمرکز شده‌اند. با این وجود، در مورد چگونگی ایجاد تاب‌آوری از طریق سرمایه روان‌شناختی^۴ صاحبان و مدیران هتل‌ها برای بهبود سریع کسب‌وکارشان، پژوهش‌های کمتری انجام شده است (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). از این رو، درک تأثیر سرمایه روان‌شناختی و تاب‌آوری فردی بر تاب‌آوری سازمانی بسیار مهم است. مفهوم سرمایه روان‌شناختی و تاب‌آوری سازمانی برای سازمان‌هایی که با هر نوع تغییری روبرو هستند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (پرایاگ، ۲۰۱۸). با توجه به شرایط عدم اطمینان فعلی، رشد و پایداری سازمانی به شدت وابسته به سرمایه انسانی است؛ بنابراین، در پژوهش حاضر، تأثیر سرمایه روان‌شناختی مالکان یا مدیران هتل‌ها را بر تاب‌آوری سازمان در طول همه‌گیری کووید-۱۹ بررسی می‌کنیم. در این پژوهش سرمایه روان‌شناختی به معنای «رشد مثبت روان‌شناختی فرد» است که با چهار

1. Influenza A

2. MERS

3. Ebola

4. Psychological capital

جنبه مانند خودکارآمدی، امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری نشان داده می‌شود (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). تاب‌آوری سازمانی نیز به عنوان توانایی درک شده سازمان‌ها برای غلبه بر اختلالات و پذیرفتن تغییرات توصیف شده است (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات قبلی نشان می‌دهد که تاب‌آوری کسب‌وکارها به شدت به ذهنیت مالکان آن‌ها برای مواجهه با بحران‌ها وابسته است و این نشان دهنده احتمال رابطه بین تاب‌آوری سازمانی و سرمایه روان‌شناختی است (دورن، ۲۰۱۶؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، این پژوهش در پی پاسخ به دو سؤال اصلی است: (۱) چگونه جنبه‌های سرمایه روان‌شناختی بر رضایت از زندگی^۱ صاحبان و مدیران هتل تأثیر می‌گذارد؟ و (۲) تأثیر رضایت از زندگی صاحبان و مدیران هتل بر تاب‌آوری سازمانی چیست؟

پیشینه نظری پژوهش

تاب‌آوری سازمانی

تاب‌آوری سازمانی در رفتار سازمانی (لوتانز، ۲۰۰۷)، مدیریت بلایا (لی و همکاران، ۲۰۱۳) و اخیراً در ادبیات گردشگری (ارکیستون و همکاران، ۲۰۱۶؛ دالس و سوسیلواتی، ۲۰۱۵؛ هال و همکاران، ۲۰۱۷؛ پرایاگ، ۲۰۱۸؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰) به منظور بحث در مورد چگونگی برنامه‌ریزی سازمان‌ها و سازگاری آن‌ها در نتیجه شوک‌های تجاری و زیست‌محیطی از جمله بلایا ظاهر شده است. تاب‌آوری سازمانی به عنوان یکی از مهم‌ترین قابلیت‌های کسب‌وکار در نظر گرفته شده است که شامل توانایی‌های سازمانی و همچنین ویژگی‌های فیزیکی آن است؛ و به عنوان توانایی یک سازمان برای پیش‌بینی تغییر و پاسخ به تغییرات نه تنها برای بقاء بلکه برای پایداری تعریف می‌شود (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). تاب‌آوری برای کسب‌وکارهای فعال در حوزه گردشگری به ویژه مهمان‌نوازی از اهمیت زیادی برخوردار است زیرا بخش گردشگری به دلیل پیچیدگی زیاد ناشی از درگیری بازیگران مختلف، از جمله هتل‌های زنجیره‌ای، خطوط هوایی، اپراتورهای مسافرتی یا آژانس‌های مسافرتی و غیره بسیار آسیب‌پذیر است و در صورت بروز هرگونه فاجعه بیشترین آسیب را می‌بیند (براون و همکاران، ۲۰۱۷، ۲۰۱۸، ۲۰۱۹؛ ایوکوف و همکاران، ۲۰۱۹؛ بهاتی و پیرس، ۲۰۱۶). ایجاد تاب‌آوری سازمانی شامل آمادگی برای شرایط اضطراری،

توانایی بازگشت به شرایط قبلی از طریق کاهش امکان شکست و تضمین تداوم عملیات کسب‌وکار حتی در شرایط نامساعد است (براون و همکاران، ۲۰۱۷). دالس و سوسیلواتی^۱ (۲۰۱۵) بقاء، تطبیق‌پذیری و نوآوری را به عنوان سه مؤلفه اساسی ایجاد تاب‌آوری سازمانی معرفی کردند. به گفته لی و همکاران (۲۰۱۵) به منظور تاب‌آوری بیشتر سازمان‌ها در هنگام فاجعه دو مؤلفه، یعنی برنامه‌ریزی و ایجاد ظرفیت سازگاری نقش حیاتی دارند. در صورت بروز هرگونه فاجعه، بقاء از اهمیت بالایی برای هتل‌ها برخوردار می‌شود. کووید-۱۹ چالش‌های جدیدی را برای بخش گردشگری در همه زمینه‌ها از قرنطینه و سیاست‌های متغیر دولت جهت ایجاد محدودیت‌هایی برای منع مسافرت‌های داخلی و خارجی گرفته تا مقاومت گردشگران برای سفر را مطرح کرده است. تاب‌آوری می‌تواند سازمان‌ها را با سازگاری بیشتری وفق دهد و شانس بقاء آن‌ها را در آینده افزایش دهد (دالس و سوسیلواتی، ۲۰۱۵؛ پرایاگ، ۲۰۱۸). محققان در گذشته نقش ساختار سازمانی و فرهنگ را بر تاب‌آوری آن بررسی کرده‌اند. در مقایسه با بوروکراسی، ساختار و رهبری تاب آور باعث عدم تمرکز و تصمیم‌گیری سریع‌تر می‌شود (ساوالها، ۲۰۱۵). با این حال، عدم اطمینان ناشی از کووید-۱۹ توانایی سازمان‌ها برای تهیه برنامه‌های مشخص را پیچیده می‌کند. از این‌رو، درک نقش سرمایه روان‌شناختی در ایجاد تاب‌آوری سازمانی هتل‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود.

سرمایه روان‌شناختی

بلا^۲ یا فاجعه می‌تواند به‌عنوان یک رویداد شدید غالباً ناگهانی که باعث آسیب به زیرساخت‌های حیاتی می‌شود و برای بهبود نیاز به کمک دارد، تعریف شود. بلایا می‌توانند اثرات مخربی که تقریباً بر تمام حوزه‌های زندگی و کسب‌وکار بشر تأثیر منفی می‌گذارد، ایجاد کنند (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). بلایا عموماً با خصوصیتی مانند بروز ناگهانی و خارج از کنترل بودن- به‌عنوان مثال، کووید-۱۹- شناخته می‌شوند (براون و همکاران، ۲۰۱۷). غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و ماهیت مخرب بلایا پیامدهای شدیدی را برای تمام جنبه‌های صنعت گردشگری به‌ویژه مهمان‌نوازی به همراه دارد (فیلیموناو و دی کوتو، ۲۰۲۰). لوتانز

1. Dahles & Susilowati
2. Disaster

(۲۰۰۲) استدلال می‌کند که برای به دست آوردن مزیت رقابتی، سازمان‌ها باید به منابع تجدید پذیر که به‌سختی تقلید می‌شود- مانند سرمایه روان‌شناختی- اعتماد کنند. یک واقعیت در مورد منابع انسانی این است که سازمان‌ها به‌طورکلی و صنایع مرتبط با گردشگری به‌طور خاص توانایی واقعی نیروی انسانی خود را درک نکرده‌اند و با تمرکز بیشتر بر روی مشتریان‌شان، سرمایه روان‌شناختی سازمان‌ها عموماً در حال منسوخ شدن است (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰). لوتانز (۲۰۰۲) سرمایه روان‌شناختی را به عنوان «مطالعه و به‌کارگیری نقاط قوت منابع انسانی، ظرفیت‌های روان‌شناختی مثبت‌گرای قابل‌اندازه‌گیری و نیز توسعه و مدیریت مؤثر برای بهبود عملکرد در محل کار» تعریف کرد (تسور و همکاران، ۲۰۱۹). سرمایه روان‌شناختی سازه‌ای با مرتبه بالاتر است که ظرفیت‌های روان‌شناختی مانند خودکارآمدی^۱، امید^۲، خوش‌بینی^۳ و تاب‌آوری را دربرمی‌گیرد. خودکارآمدی، به میزان اطمینان فرد نسبت به توانایی‌های خود در انجام موفقیت‌آمیز وظیفه و به دست آوردن نتایج مطلوب اشاره دارد. در صورت بروز هر فاجعه‌ای، خودکارآمدی می‌تواند به فرد قدرت ذهنی برای مبارزه با مشکلات را بدهد (صفوی و بوذری، ۲۰۱۹). بُعد دوم یعنی امید را می‌توان یک حالت ذهنی خوش‌بینانه توصیف کرد که به افراد کمک می‌کند تا برای شناسایی اهداف و مسیرهای رسیدن به آن اهداف برنامه‌ریزی کنند و آن‌ها را ترغیب به دنبال کردن مسیرها برای رسیدن به نتایج مطلوب کنند. توسعه امید شامل تصمیم‌گیری در مورد اهداف، توسعه اهداف، برنامه‌ریزی برای موارد غیرمنتظره و تجدیدنظر در اهداف هر زمان که شرایط اقتضا کند، می‌باشد. سازه امید، توانایی شخص برای هدف‌گذاری، تجسم مسیرهای ضروری برای رسیدن به اهداف و داشتن انگیزه لازم در جهت رسیدن به آن اهداف است (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). خوش‌بینی، به اسنادهای علی‌مبث اشاره می‌کند و روشی است که در آن افراد وقایع مثبت و منفی را تبیین می‌کنند و انتظار نتیجه مثبت دارند. تاب‌آوری، ظرفیت فرد برای پاسخ دادن و حتی شکوفا شدن در شرایط فشارزای مثبت یا منفی است. در پژوهش‌های مربوط به گردشگری و مهمان‌نوازی، اخیراً نشان داده شده است که سرمایه روان‌شناختی با مجموعه‌ای از رفتارهای سازمانی از نظر مفهومی و همچنین تجربی ارتباط دارد (مین و همکاران، ۲۰۱۵)؛

1. Self-efficacy
2. Hope
3. Optimism

شوکت و همکاران، ۲۰۱۸). به عنوان نمونه، سرمایه روان‌شناختی می‌تواند در ایجاد استراتژی‌های مقابله‌ای سازنده پس از فاجعه کمک کند. مشخص شده است که خودکارآمدی نقش مهمی در غلبه بر موقعیت‌های استرس‌زا دارد. امید می‌تواند انتظارات مثبت حتی در سناریوی نامطلوب را تقویت کند و خوش‌بینی استرس پس از حادثه را کاهش دهد و منجر به فرآیند تفکر سازنده شود (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰). تاکنون بیشتر مطالعات بر روی نقش سرمایه روان‌شناختی در بهبودی فردی پس از بلایا متمرکز شده است. مطالعات محدودی - به ویژه در زمینه ادبیات داخلی - در زمینه بررسی نقش سرمایه روان‌شناختی در بهبود کسب‌وکار وجود دارد. این نیز شکاف پژوهشی دیگری است که مطالعه حاضر سعی در رفع آن دارد. در یک محیط سازمانی، نحوه درک افراد از هر بحران یا فاجعه بر نتایج سازمان تأثیر می‌گذارد. اگر افراد به آینده خوش‌بین باشند، در جهت دستیابی به نتایج مطلوب کار خواهند کرد و در نتیجه منجر به نتایج سازمانی مثبت می‌شوند (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). سرمایه روان‌شناختی می‌تواند در افزایش تاب‌آوری فردی و سازمانی نقش بسزایی داشته باشد.

رضایت از زندگی

بهروزی ذهنی^۱ به عنوان «ارزیابی شناختی و عاطفی فرد از زندگی‌اش» تعریف می‌شود (چن و همکاران، ۲۰۲۰). در حالی که تأثیرات مستقیم بلایا بر روی بهروزی افراد به‌طور گسترده مورد بررسی قرار گرفته است، اما تأثیرات غیرمستقیم آن به اندازه کافی مورد مطالعه قرار نگرفته است. اصطلاحات رضایت از زندگی، خوشبختی^۲، کیفیت از زندگی^۳ و بهروزی اغلب به جای یکدیگر استفاده می‌شوند (برلمان، ۲۰۱۶). رضایت از زندگی یک شاخص قوی برای بهروزی ذهنی است و به عنوان ابعاد شناختی و بلندمدت بهروزی ذهنی در نظر گرفته می‌شود (چن و همکاران، ۲۰۲۰؛ دنزر و دنزر، ۲۰۱۶؛ یوسال و همکاران، ۲۰۱۶). در ادبیات اقتصادی، خوشبختی و رضایت از زندگی معمولاً به عنوان نماینده‌ای برای بهروزی فردی اندازه‌گیری می‌شوند؛ رضایت از زندگی عموماً به جمع‌بندی ارزیابی‌ها در رابطه با زندگی یک فرد به عنوان یک کل اشاره دارد. این ارزیابی‌ها به طور معمول شامل گذشته، حال و همچنین آینده

1. Subjective well-being
2. Happiness
3. Life quality

مورد انتظار خواهد بود (برلمان، ۲۰۱۶). امتیازات رضایت از زندگی به‌طور خاص نه تنها منعکس‌کننده وضعیت داخلی پایدار افراد بلکه عوامل خارجی دیگری نیز هست که ممکن است بر آن‌ها اثر بگذارند و به ویژه در مرحله بهبود یک فاجعه مهم است، جایی که افراد باید با چندین فشار روانی خارجی کنار بیایند (هاماما-راز و همکاران، ۲۰۱۷).

بلایا می‌توانند تأثیر منفی قابل توجه و طولانی‌مدت بر رضایت از زندگی داشته باشند. همچنین، مدت زمان معلومی برای بازگشت افراد به سطح بهروزی ذهنی قبل از فاجعه وجود ندارد. به عنوان مثال، لوچینگر و راشکی^۱ (۲۰۰۹) در نمونه‌ای از افراد گرفتار سیل از ۱۵ کشور اروپایی دریافتند که پس از هر رویداد سیل، نمرات رضایت از زندگی کاهش می‌یابد، اما این اثر پس از یک سال رو به زوال است و پس از دو سال کاملاً از بین می‌رود. در مقابل، به دنبال زلزله بزرگ هانشین-آواجی^۲ در سال ۱۹۹۵، تحقیقات نشان داد پاسخ‌دهندگانی که خانه‌های آن‌ها در اثر زلزله آسیب‌دیده است، ۱۶ سال بعد همچنان در مقایسه با افرادی که خانه‌هایشان آسیب‌ندیده است، رضایت از زندگی پایین‌تر را گزارش می‌کنند (اویشی و همکاران، ۲۰۱۵). علاوه بر این، بلایا می‌توانند تأثیر مستقیم و غیرمستقیم بر بهروزی افراد داشته باشند؛ تأثیر مستقیم فاجعه به صورت قابل مشاهده در مورد کووید-۱۹ بر حقوق و اشتغال افراد و کارمندان هتل بیشترین لطمه را می‌زند زیرا به دلیل قرنطینه و محدودیت‌های اعمال شده بر سفرهای داخلی و همچنین مسافرت‌های بین‌المللی، بخش گردشگری به یک‌باره به حالت تعطیلی درآمده است (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). ارزیابی رضایت از زندگی ماهیتاً گذشته‌نگر و با نگاهی به دستاوردهای گذشته است (کارور و شایر، ۲۰۱۳) و بنابراین، افرادی که در طی کووید-۱۹ کاهش قابل توجهی در حقوق دریافت کرده‌اند یا شغل خود را از دست داده‌اند، به احتمال زیاد رضایت از زندگی کمتری دارد. تأثیر غیرمستقیم فجاجع را می‌توان از نظر تغییر در سطح زندگی مشاهده کرد (یوسال و همکاران، ۲۰۱۶)؛ بنابراین، بلایا ممکن است تأثیرات منفی بر بهروزی عمومی افراد داشته باشد. این مجموعه از ادبیات نشان می‌دهد که مقیاس و شدت یک فاجعه تأثیر قابل توجهی بر روند بهروزی جوامع و رفاه افراد دارد.

توسعه فرضیه‌ها و مدل مفهومی پژوهش

خودکارآمدی و رضایت از زندگی

سرمایه روان‌شناختی ریشه در روانشناسی مثبت‌گرا دارد و بر این نکته که چگونه افراد می‌توانند با تمرکز بر جنبه‌های مثبت محیط پیرامون خود، با استفاده از نقاط قوتشان موفق شوند، تمرکز دارد (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰). ظرفیت‌های روان‌شناختی سازنده سرمایه روان‌شناختی قابل تجدید هستند و با هم‌افزایی کار می‌کنند (لوتانز، ۲۰۰۲). افراد دارای سرمایه روان‌شناختی انعطاف بیشتری دارند و به سرعت با تغییرات محیط خارجی و داخلی سازمان سازگار می‌شوند. خود کارآمدی همانطور که توسط بندورا^۱ (۱۹۹۷) تعریف شده است، اعتقاد شخص به توانایی‌اش برای انجام موفقیت‌آمیز یک کار است. داشتن اعتماد به توانایی‌های خود برای انجام کارها سطح شایستگی و بهروزی افراد را افزایش می‌دهد. هویت فردی مثبت، احساس عزت‌نفس، توانایی دستیابی به نتایج مطلوب، عناصر کمی هستند که منجر به رضایت بالاتر از زندگی می‌شوند (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، می‌توان گفت که افراد با خودکارآمدی بالاتر از کیفیت زندگی خود رضایت بیشتری خواهند داشت. بر این اساس، به عقیده ما:

فرضیه اول: خود کارآمدی تأثیر مثبتی بر رضایت از زندگی دارد.

امید و رضایت از زندگی

امید به عنوان «حالت انگیزشی مثبت» تعریف می‌شود که مبتنی بر یک حس مشتق شده تعاملی از موفقیت است و متشکل از دو مؤلفه عامل^۲ (انرژی هدایت‌شده) و مسیرها^۳ (برنامه‌ریزی برای رسیدن به اهداف) می‌باشد (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). امید به معنی داشتن اهداف مشخص و مسیرهایی برای مقابله با هر نوع انحراف در روند دستیابی به اهداف است. پرایاگ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافتند که افراد برای حفظ رضایت از زندگی در سطح بالا، باید بر چالش‌ها فائق آیند، حتی در شرایط سخت نیز انگیزه خود را حفظ کنند، از بدبینی پرهیز کنند و همیشه امیدهای خود را زنده نگه دارند. ارتباط بین رضایت از

1. Bandura
2. Agency
3. Pathways

زندگی و امید ریشه در نظریه اهداف^۱ دارد زیرا هر دو ارزیابی شناختی از دستیابی به هدف فرد هستند (موئوز- اولانو و هرتادو-پرادو، ۲۰۱۷). امید شامل ارزیابی امکان دستیابی به اهداف یک فرد در آینده است درحالی‌که رضایت از زندگی شامل ارزیابی دستاوردهای گذشته است. توانایی در تنظیم مجدد اهداف و کار در جهت دستیابی به اهداف با وجود ناملايمات، بهروزی و رضایت از زندگی افراد را افزایش می‌دهد (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). ادبیات موجود نیز امید را به عنوان یکی از پیشایندهای رضایت از زندگی پیشنهاد می‌کند (موئوز- اولانو و هرتادو- پرادو، ۲۰۱۷؛ نگ و همکاران، ۲۰۱۴؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، به عقیده ما:

فرضیه دوم: امید تأثیر مثبتی بر رضایت از زندگی دارد.

خوش‌بینی و رضایت از زندگی

محققان دریافته‌اند که رابطه مهمی بین خوش‌بینی و تاب‌آوری وجود دارد زیرا خوش‌بینی را به عنوان یک امید کلی برای رخدادهای خوبی که در آینده به وقوع می‌پیوندد، تعریف می‌کنند (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). با توجه به اینکه بلایا چالش‌های چندوجهی را برای بخش گردشگری به وجود می‌آورند، کارمندان برای دستیابی به نتایج مطلوب نیاز به مثبت‌اندیشی و اصلاح هرگونه انحراف در برنامه دارند (لیو و همکاران، ۲۰۱۲). نظریه خوش‌بینی^۲ نشان می‌دهد که انتظارات مربوط به نتایج مثبت باعث ایجاد رفتار هدایت‌شده می‌شود (شایر و کارور، ۱۹۸۵). خوش‌بینی به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی می‌تواند به عنوان تمایلی برای موفقیت در حال و آینده تعریف شود (لاتونز، ۲۰۰۲). انتظارات درک شده از موفقیت منجر به جهت‌گیری نسبت به اهداف بالاتر می‌شود. افراد خوش‌بین توانایی کنترل احساسات منفی خود را دارند، انعطاف‌پذیر هستند و در هنگام مواجهه با چالش‌ها، پذیرای تجربیات جدید هستند (چن و همکاران، ۲۰۲۰). پاتاک و جوشی^۳ (۲۰۲۰) دریافتند خوش‌بین بودن مدیران و صاحبان هتل‌های که در آستانه تعطیل کردن فعالیت‌های خود بودند، توانست آن‌ها را به فکر راه‌های

1. Goals theory
2. Optimism theory
3. Pathak & Joshi

جدیدی برای غلبه بر چالش کووید-۱۹ بیندازد و به آن‌ها حسی از موفقیت و رضایت کلی از زندگی دهد؛ بنابراین، ما فرض می‌کنیم:

فرضیه سوم: خوش‌بینی تأثیر مثبتی بر رضایت از زندگی دارد.

تاب‌آوری روان‌شناختی و رضایت از زندگی

تاب‌آوری ترکیبی از منابع و دارایی‌ها درون فردی است که باعث ایجاد اعتماد به نفس می‌شود و به افراد کمک می‌کند تا جنبه روشن‌تری از مسئله را ببینند (لوتانز، ۲۰۰۷). با توجه به اینکه صنعت گردشگری با چالش‌های داخلی و خارجی مانند پیشرفت فناوری، تغییر در ترجیحات مشتری، بلایای طبیعی، بحران‌ها، تغییرات آب و هوایی و تمرکز بیشتر بر پایداری روبرو است، باید سازگاری بیشتری داشته باشد و قابلیت تاب‌آوری در مورد هرگونه تنوع را افزایش دهد (چیر و لو، ۲۰۱۷). توانایی غلبه بر ناملایمات و انجام موفقیت‌آمیز کار به افراد حسی از موفقیت می‌دهد که کیفیت زندگی آن‌ها را بیشتر ارتقا می‌بخشد و در نتیجه رضایت از زندگی را افزایش می‌دهد (چن و همکاران، ۲۰۲۰). پژوهش‌های تجربی پیشین حاکی از آن است که تاب‌آوری روان‌شناختی به رضایت بالاتر از زندگی و بهروزی کلی روان‌شناختی کمک می‌کند (لیو و همکاران، ۲۰۱۲؛ پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعه‌ای که توسط لیو و همکاران^۱ (۲۰۱۴) انجام شده است، نشان می‌دهد که افراد با تاب‌آوری بالا رضایت بیشتری از کیفیت زندگی خود دارند. از این رو، ما فرض می‌کنیم:

فرضیه چهارم: تاب‌آوری تأثیر مثبتی بر رضایت از زندگی دارد.

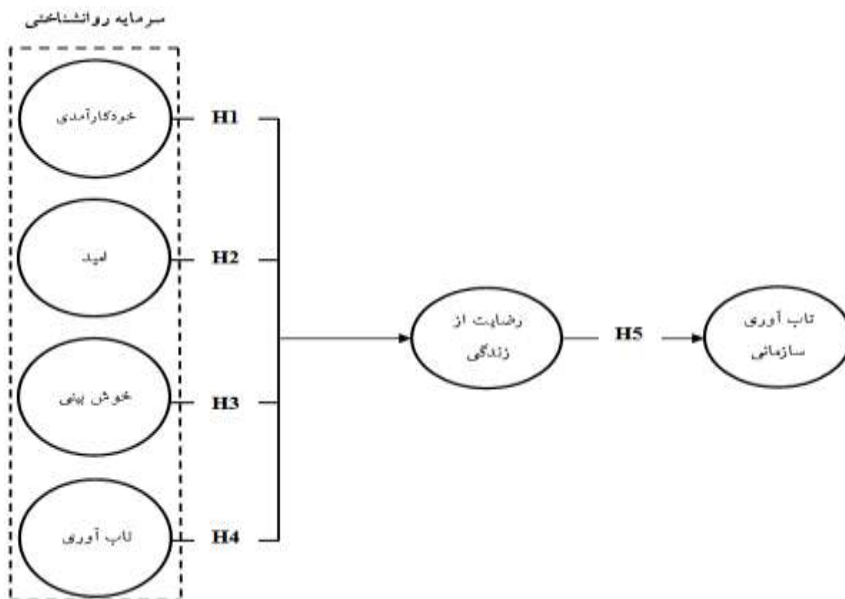
رضایت از زندگی و تاب‌آوری سازمانی

رضایت از زندگی حالتی از بهروزی ذهنی را از نظر ارزیابی کلی کیفیت زندگی فرد تعریف می‌کند. سطح بالاتری از رضایت از زندگی می‌تواند به کارکنان در کاهش اضطراب ناشی از کار کمک کند، استرس رایج‌ترین عارضه جانبی است که فاجعه می‌تواند ایجاد کند و به آن‌ها کمک می‌کند تا قبل از اینکه به ضرورت تبدیل شود، واکنش پیشگیرانه‌ای نسبت به شرایط نشان دهند و به صورت داوطلبانه تغییر کنند (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰). ظرفیت سازگاری یک فرد کلید تاب‌آوری وی است و یک سازمان گروهی از

افراد است؛ بنابراین، تاب‌آوری افراد شاغل در یک سازمان، تاب‌آوری یک سازمان را نیز تعریف خواهد کرد (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰). فردی که با موفقیت از پس چالش‌های گذشته برآمده و از وضعیت فعلی زندگی خود مفتخر و خوشحال است، قادر به کمک به سازمان در هنگام ناملازمات است (لی و همکاران، ۲۰۱۳). ادبیات موجود در مورد رضایت از زندگی، رضایت از زندگی را پیش‌بینی کننده قابل‌توجهی برای رضایت شغلی فرد، بهروزی و تاب‌آوری سازمانی می‌داند (پرایاگ و همکاران، ۲۰۱۸). در مطالعه‌ای که در نیوزیلند انجام شد، پرایاگ و همکاران (۲۰۲۰) رابطه مستقیمی بین رضایت از زندگی صاحبان مشاغل و تاب‌آوری سازمانی شرکت‌های گردشگری دریافتند. همچنین در صنعت هتل‌های هند، پاتاک و جوشی (۲۰۲۰) تأثیر مثبت رضایت از زندگی کارکنان یا صاحبان مشاغل را بر تاب‌آوری هتل در برابر بحران ناشی از کووید-۱۹ نشان دادند؛ بنابراین، ما فرض می‌کنیم که:

فرضیه پنجم: رضایت از زندگی تأثیر مثبتی بر تاب‌آوری سازمانی دارد.

با توجه به پیشینه نظری و روابط تجربی موجود در ادبیات پژوهش مدل مفهومی تحقیق در شکل (۱) نشان داده شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش (منبع: پیشینه پژوهش)

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی محسوب می‌شود. از آنجا که این پژوهش به بررسی تأثیر سرمایه روان‌شناختی و رضایت از زندگی مدیران هتل بر تاب‌آوری هتل‌ها در طول شیوع کووید-۱۹ می‌پردازد، از نوع همبستگی، توصیفی بوده و مبتنی بر مدل معادلات ساختاری است. پرسشنامه پژوهش در دو بخش توسعه یافت. بخش اول شامل ۶ سازه (خودکارآمدی، امید، خوش‌بینی، تاب‌آوری روان‌شناختی، رضایت از زندگی و تاب‌آوری سازمانی) است. بخش دوم شامل مشخصات جمعیتی شناختی پاسخ‌دهندگان می‌باشد. برای برآورد مقیاس‌ها و اندازه‌گیری‌های هر متغیر از یک مقیاس لیکرت پنج نقطه‌ای استفاده کردیم و محدوده‌ای از ۱ به معنای به شدت مخالف تا ۵ به شدت موافق برای پاسخ‌ها تعیین شد. در مرحله پیش‌آزمون یک نمونه ۳۰ تایی به منظور محاسبه قابلیت پایایی ابزار سنجش انتخاب شد و سازگاری درونی با محاسبه آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار SPSS محاسبه گردید. بر این اساس ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰/۹۴ می‌باشد که نتیجه نشان داد که سؤالات توسط پاسخ‌دهندگان به خوبی درک شده‌اند. جدول (۱) تعداد سؤالات و منابع هریک از متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. متغیرهای مورد بررسی در پژوهش (تعداد سؤالات و منابع)

منابع	تعداد سؤالات	متغیرها
پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰	۶	خودکارآمدی
پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰	۶	امید
پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰	۶	خوش‌بینی
پرایاک و همکاران، ۲۰۲۰	۶	تاب‌آوری روان‌شناختی
پرایاک و همکاران، ۲۰۲۰	۴	رضایت از زندگی
فیلیموناو و همکاران، ۲۰۲۰	۱۳	تاب‌آوری سازمانی

منبع: پیشینه پژوهش

جدول (۲) شاخص‌های اندازه‌گیری هریک از متغیرها را نشان می‌دهد. بطور خاص، در ارتباط با مفهوم تاب‌آوری روان‌شناختی باید گفت که متمایز از تاب‌آوری سازمانی است و در واقع از مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی است و به ظرفیت فرد برای پاسخ دادن و حتی شکوفا شدن در شرایط فشارزای مثبت یا منفی

مانند کووید-۱۹ اشاره می‌کند در حالی که تاب‌آوری سازمانی از مهم‌ترین قابلیت‌های کسب‌وکار در نظر گرفته شده است که شامل توانایی‌های سازمانی و همچنین ویژگی‌های فیزیکی آن است؛ و به عنوان توانایی یک سازمان برای پیش‌بینی تغییر و پاسخ به تغییرات نه تنها برای بقاء بلکه برای پایداری تعریف می‌شود. که تمایز این دو مفهوم در بخش ادبیات نشان داده شده است.

جدول ۲. شاخص‌های اندازه‌گیری متغیرهای مورد بررسی

متغیرها	شاخص‌ها
خود کارآمدی	<ul style="list-style-type: none"> - اطمینان به توانایی‌های خود جهت تجزیه و تحلیل موقعیت‌های ناشی از بیماری کووید-۱۹ و پیدا کردن راه‌حلی‌های برای آن. - اطمینان از برگزاری جلسات آنلاین با سایر مدیران و کارکنان در طی کووید-۱۹ جهت ارائه راه‌حل‌ها. - اطمینان از مشارکت در بحث با سایر مدیران و کارکنان در مورد استراتژی هتل برای مقابله با کووید-۱۹. - اطمینان از کمک‌رسانی به سایر مدیران و کارکنان جهت تعیین اهداف در حوزه کاریشان در طی بیماری کووید-۱۹. - اطمینان از تماس با افراد خارج از هتل جهت بررسی مشکلات در طول بیماری کووید-۱۹. - اطمینان از ارائه اطلاعات به گروهی از همکاران طی بیماری کووید-۱۹.
امید	<ul style="list-style-type: none"> - فکر کردن در مورد راه‌های برای خلاص شدن از یک موقعیت بفرنج در محیط کار در طی بیماری کووید-۱۹. - دنبال کردن اهداف کاری با تمام توان در طی بیماری کووید-۱۹. - وجود روش‌های فراوان برای مدیریت بحران کووید-۱۹.
امید	<ul style="list-style-type: none"> - موفق بودن در کارهای خود در طول بحران کووید-۱۹. - توانایی فکر کردن به بسیاری از روش‌ها برای رسیدن به اهداف کاری فعلی خود در طی بحران کووید-۱۹. - دستیابی به اهداف کاری از پیش تعیین شده در طی همه‌گیری کووید-۱۹.
خوشبینی	<ul style="list-style-type: none"> - انتظار ارائه بهترین عملکردم برای هتل در شرایط کاری نامشخص. - عاقلانه به نظر رسیدن بروز مشکل در کار در طی همه‌گیری کووید-۱۹. - نگاه خوش‌بینانه به کارها حتی در طی بیماری کووید-۱۹. - نگاه خوش‌بینانه نسبت موقعیت کسب‌وکارم در طی همه‌گیری کووید-۱۹. - پیش نرفتن اوضاع مطابق میل در کسب و کار هتل. - نگاه خوش‌بینانه به این همه‌گیری مانند ضرب‌المثل «در ناامیدی بسی امید است»
تاب‌آوری روان‌شناختی	<ul style="list-style-type: none"> - بازیابی سریع و ادامه دادن به راه خود به هنگام بروز هر بحرانی مانند کووید-۱۹. - توانایی مدیریت بحران کووید-۱۹ در محل کار. - مدیریت بحران کووید-۱۹ در محل کار به شیوه خود. - جدی گرفتن اتفاقات استرس‌زا مانند کووید-۱۹ در محل کار. - عبور از همه‌گیری با توجه به مشکلات مشابهی که قبلاً وجود داشته. - توانایی کنترل امورات در شرایط همه‌گیری کووید-۱۹.
رضایت از زندگی	<ul style="list-style-type: none"> - به ایدئال نزدیک بودن زندگی در اکثر موارد. - عالی بودن شرایط زندگی - راضی بودن از شرایط زندگی. - به دست آوردن موفقیت‌های مهم در زندگی.

ادامه جدول ۲. شاخص‌های اندازه‌گیری متغیرهای مورد بررسی

شاخص‌ها	متغیرها
<ul style="list-style-type: none"> - رصد صنعت گردشگری به‌طور فعالانه به‌منظور دادن هشدار سریع در مورد هرگونه فاجعه / بحران توسط هتل. - تعیین اولویت‌های مشخص برای آنچه در طی و بعد از کووید - ۱۹ مهم است توسط هتل. - ارتباط هتل با سازمان‌های به‌منظور تشریک‌مساعی با آن‌ها در طی و بعد از کووید-۱۹. - حفظ منابع کافی را برای جذب برخی تغییرات غیرمنتظره در هنگام بحران‌هایی مانند کووید-۱۹ توسط هتل. - تمرکز هتل بر پاسخ‌دهی به بحران‌های غیرمنتظره مانند کووید-۱۹. - رهبری خوب در صورت بروز هرگونه فاجعه با بحران توسط هتل. - مناسب بودن شیوه‌های برنامه‌ریزی هتل برای بحران‌های غیرمنتظره مانند کووید-۱۹. - متعهد بودن افراد هتل به کار کردن روی مشکل تا زمان رفع آن. - وجود افراد با مهارت به‌منظور ایفای نقش در صورت در دسترس نبودن افراد اصلی در هتل. - شناخته شدن هتل به‌وسیله قابلیت استفاده از دانش به روش‌های نوین. - اتخاذ سریع تصمیمات سخت توسط هتل. - وجود موانع کم به‌منظور ممانعت از همکاری خوب هتل با سازمان‌های دیگر. - اعتقاد هتل به برنامه‌های اضطراری کارآمد و آزمون شده به‌منظور افزایش اثربخشی. 	<p>تاب‌آوری سازمانی</p>

منبع: یافته‌های پژوهش

جامعه آماری پژوهش شامل مدیران هتل‌ها و هتل آپارتمان‌های سطح شهر مشهد است. مشهد با ۵۲ درصد واحدهای اقامتی دائم کشور شامل هتل، هتل آپارتمان و مهمان‌پذیر در مجموع هزار واحد از این مراکز اقامتی را در خود جای داده است. علاوه بر این، به واسطه حرم امام رضا مشهد یکی از مقاصد مهم گردشگری بوده و سالانه پذیرای گردشگران زیادی است که به دلیل شیوع کووید-۱۹ طبق آخرین آمار شاهد کاهش ۸۰ درصدی ورود گردشگران و زائران به این شهر هستیم (اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان خراسان رضوی). با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده از سامانه آمار و اطلاعات استان خراسان رضوی، تعداد هتل و هتل آپارتمان در سطح شهر مشهد ۳۱۴ واحد اقامتی است. بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد هتل و هتل آپارتمان‌های که به عنوان نمونه انتخاب می‌شود، ۱۷۰ هتل و هتل آپارتمان است. علاوه بر این در این پژوهش از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده شد. جمع‌آوری داده‌ها با مراجعه به هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها در سطح شهر مشهد و توزیع پرسشنامه میان مدیران آن‌ها در فاصله زمانی مهرماه و آبان ماه ۱۳۹۹ انجام شد. در نهایت ۱۵۷ پرسشنامه سالم و بدون نقص مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. جدول (۳) ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۳. ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه مورد مطالعه

متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت		
مرد	۱۱۶	۷۳٫۸٪
زن	۴۱	۲۶٫۲٪
سن		
کمتر از ۳۰ سال	۴۵	۲۸٫۶٪
۳۱-۴۰ سال	۷۲	۴۵٫۸٪
۴۱ سال و بالاتر	۴۰	۲۵٫۶٪
تحصیلات		
کمتر از کارشناسی	۴۹	۳۱٫۲٪
کارشناسی	۸۶	۵۴٫۷٪
کارشناسی ارشد و بالاتر	۲۲	۱۴٫۱٪
نوع محل اقامت		
هتل	۶۳	۴۰٫۱٪
هتل آپارتمان	۹۴	۵۹٫۹٪
نوع شغل		
مدیر هتل یا هتل آپارتمان	۱۲۱	۷۷٫۱٪
صاحب هتل یا هتل آپارتمان	۳۶	۲۲٫۹٪

منبع: یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرنوف به وسیله نرم‌افزار SPSS نرمال بودن داده‌ها سنجیده شد. با توجه به آماره آزمون و سطح معناداری متغیرها که کمتر از ۰/۰۵ است، نرمال بودن داده‌ها تأیید نشد. به‌ها توزیع نرمال نداشتند. بنابراین؛ برای بررسی تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر، از روش حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS3 بهره گرفته شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

بررسی برازش مدل اندازه‌گیری

به منظور ارزیابی مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی، بارهای عاملی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده ارزیابی شد. جدول ۳ نشان می‌دهد که تمام بارهای عاملی از مقدار توصیه شده ۰/۶ فراتر رفته است. بعد از بررسی ضرایب بارهای عاملی نوبت به محاسبه و گزارش پایایی شاخص (ضرایب آلفای

کرونباخ و پایایی ترکیبی) می‌رسد. بررسی ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی نشان از وضعیت مطلوب همه متغیرها (بیش از ۰/۷) دارد. بعد از بررسی معیار پایایی، معیار روایی همگرا (میانگین واریانس استخراج‌شده یا AVE) مورد بررسی قرار گرفت. مطابق جدول (۴) مقادیر AVE برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۵ است و نشان‌دهنده این است که سازه‌های پژوهش همبستگی مطلوبی با شاخص‌های خود دارند.

جدول ۴. بررسی برازش سازه‌های مدل اندازه‌گیری

متغیر	سؤال	بار عاملی	متغیر	سؤال	بار عاملی
خودکارآمدی (SE)	SE1	۰/۸۵	تاب‌آوری روان‌شناختی (PR)	PR1	۰/۸۱
	SE2	۰/۷۸		PR2	۰/۸۷
	SE3	۰/۷۹		PR3	۰/۸۱
	SE4	۰/۷۶		PR4	۰/۷۸
	SE5	۰/۷۲		PR5	۰/۷۹
	SE6	۰/۷۷		PR6	۰/۷۹
امید (HO)	HO1	۰/۸۴	تاب‌آوری سازمانی (OR)	OR1	۰/۹۵
	HO2	۰/۸۳		OR2	۰/۷۹
	HO3	۰/۸۵		OR3	۰/۸۳
	HO4	۰/۸۱		OR4	۰/۷۹
	HO5	۰/۸۲		OR5	۰/۸۰
	HO6	۰/۷۸		OR6	۰/۷۷
خوش‌بینی (OP)	OP1	۰/۸۱	ضریب آلفا: ۰/۹۶ پایایی ترکیبی: ۰/۹۶ روایی همگرا: ۰/۶۹	OR7	۰/۸۷
	OP2	۰/۸۹		OR8	۰/۸۴
	OP3	۰/۸۶		OR9	۰/۸۸
	OP4	۰/۷۹		OR10	۰/۸۷
	OP5	۰/۷۷		OR11	۰/۸۸
	OP6	۰/۸۱		OR12	۰/۷۸
رضایت از زندگی (LS)	LS1	۰/۸۴	حجم نمونه = ۱۵۷	OR13	۰/۷۰
	LS2	۰/۸۸			
	LS3	۰/۸۸			
	LS4	۰/۸۹			

منبع: یافته‌های پژوهش

آخرین معیاری که به بررسی برازش مدل اندازه‌گیری می‌پردازد روایی واگرا می‌باشد که میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش را در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها می‌سنجد. جدول (۵) نشان می‌دهد

مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در پژوهش حاضر که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار گرفته‌اند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها در خانه‌های زیرین و چپ قطر اصلی ترتیب داده شده‌اند، بیشتر است. از این رو می‌توان اظهار داشت که در پژوهش حاضر، سازه‌ها در مدل در تعامل بیشتری با شاخص‌های خود قرار دارند تا با سازه‌های دیگر. به بیان دیگر، روایی واگرایی مدل در حد مناسبی است.

جدول ۵. بررسی برازش مدل اندازه‌گیری با استفاده از روایی واگرا به روش فورنل و لاکر

سازه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶
۱. خودکارآمدی	۰/۷۸					
۲. امید	۰/۰۸۴	۰/۸۲				
۳. خوش‌بینی	۰/۰۴۰	۰/۵۸	۰/۸۳			
۴. تاب‌آوری روان‌شناختی	۰/۰۴۸	۰/۶۱	۰/۵۸	۰/۸۰		
۵. رضایت از زندگی	۰/۱۱	۰/۴۸	۰/۶۱	۰/۶۲	۰/۸۸	
۶. تاب‌آوری سازمانی	۰/۰۹۶	۰/۵۹	۰/۶۳	۰/۵۸	۰/۷۶	۰/۸۳

منبع: یافته‌های پژوهش

بررسی برازش مدل ساختاری

برای نشان دادن اعتبار یافته‌های پژوهش، از شاخص‌های برازش مدل ساختاری (R^2 و Q^2) به روش حداقل مربعات جزئی استفاده شد. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته شده است. معیار Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌کند. در صورتی که معیار Q^2 در مورد یک سازه درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به ترتیب نشان از قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه یا سازه‌های برون‌زای مربوط به آن دارد. در جدول (۶) شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری آورده شده است.

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل ساختاری

$> 0/15Q^2$ شاخص استون گیزر	$> 0/33R^2$ واریانس تبیین شده	مقادیر قابل قبول
		متغیر
۰/۵۶۵	۰/۷۸۵	رضایت از زندگی
۰/۴۸۱	۰/۷۴۸	تاب‌آوری سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

معیار GOF^1 مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است؛ که از فرمول (۱) به دست می‌آید.

فرمول (۱): شاخص برازش مدل کلی

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

$$GOF = ۰/۵۹$$

سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی نمودند. با توجه به مقدار به دست آمده برای مدل پژوهش (۰/۵۹)، نشان دهنده برازش کلی قوی برای مدل پژوهش است. علاوه بر معیار GOF ، ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده (SRMR) برای ارزیابی مناسب بودن مدل کلی استفاده شد که مقدار این شاخص برای پژوهش حاضر ۰/۰۷۹ است که مقدار مناسبی محسوب می‌شود. هو و بنتلر^۲ (۱۹۹۸) توصیه می‌کنند که مقداری کمتر از ۰/۱۰ یا ۰/۰۸ سطح قابل قبول در نظر گرفته شود.

آزمون فرضیه‌ها

به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از ضرایب معناداری Z یا اعداد معناداری T (t-value) استفاده می‌شود. یکی از معیارهای سنجش رابطه بین سازه‌ها در مدل (بخش ساختاری) اعداد معناداری t است. اگر مقدار آن در سطوح اطمینان ۰/۹۵، ۰/۹۹ و ۰/۹۹٪ به ترتیب بیشتر از ۱/۹۶، ۲/۵۷ و ۳/۲۷ باشد، نشان از صحت رابطه میان سازه‌ها و در نتیجه تأیید فرضیه‌های پژوهش در سطوح اطمینان موردنظر است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷).

1. Goodness Of Fit
2. Hu and Bentler

بر اساس داده‌های پژوهش و آماره‌های محاسبه‌شده، ۴ فرضیه از ۵ فرضیه پژوهش، با توجه به اینکه مقدار t-value بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است، تأیید می‌شود. همچنین با توجه به ضرایب استاندارد نتایج زیر به دست آمد (جدول ۷):

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	از سازه	به سازه	ضریب مسیر	Value T -	نتیجه آزمون
H1	خودکارآمدی	رضایت از زندگی	۰/۰۴۹	۱/۰۶۲	رد
H2	امید	رضایت از زندگی	۰/۳۹۶	۵/۶۱	تائید
H3	خوش‌بینی	رضایت از زندگی	۰/۱۰۷	۲/۲۸	تائید
H4	تاب‌آوری روان‌شناختی	رضایت از زندگی	۰/۴۵۶	۷/۲۱	تائید
H5	رضایت از زندگی	تاب‌آوری سازمانی	۰/۸۶۵	۸/۴۸	تائید

منبع: یافته‌های پژوهش

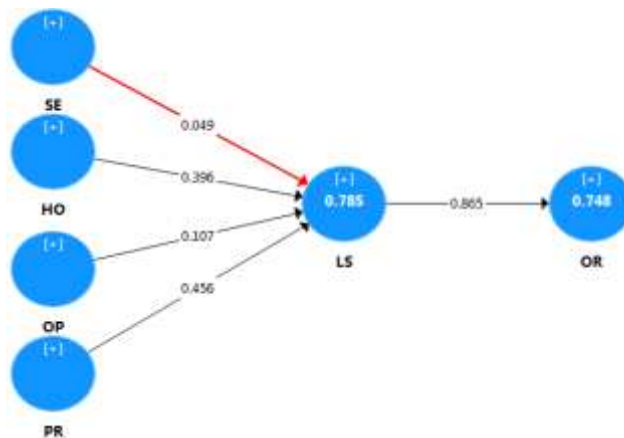
به منظور آزمون تأثیر یک متغیر میانجی، آزمون پرکاربردی به نام سوبل^۱ وجود دارد که برای معناداری تأثیر میانجی‌گری یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر به کار می‌رود. زمانی که مقدار Z-Value حاصل از آزمون سوبل بیشتر از ۱/۹۶ باشد، می‌توان اظهار داشت در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر متغیر میانجی، معنادار است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷). نتایج حاصل از آزمون سوبل در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸. بررسی معناداری تأثیر متغیرهای میانجی

نتیجه	Z- Value	نقش میانجیگری
تائید	۵/۵۱	نقش میانجیگری رضایت از زندگی در روابط میان امید و تاب‌آوری سازمانی
تائید	۲/۲۷	نقش میانجیگری رضایت از زندگی در روابط میان خوش‌بینی و تاب‌آوری سازمانی
تائید	۷/۰۸	نقش میانجیگری رضایت از زندگی در روابط میان تاب‌آوری روان‌شناختی و تاب‌آوری سازمانی

منبع: یافته‌های پژوهش

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که رضایت از زندگی بیشترین اثر میانجیگری را میان روابط تاب‌آوری روان‌شناختی و تاب‌آوری سازمانی ایفا می‌کند.



شکل ۲. مدل آزمون شده پژوهش (منبع: یافته‌های پژوهش)

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر بررسی تأثیر غیرمستقیم سرمایه روان‌شناختی مالکان و مدیران هتل‌ها در شکل‌گیری تاب‌آوری سازمانی از طریق رضایت از زندگی بود. طبق نتایج ما، تاب‌آوری هتل به سرمایه روان‌شناختی و همچنین رضایت از زندگی بستگی دارد. نتایج نشان می‌دهد که امید، خوش‌بینی و تاب‌آوری روان‌شناختی مالکان و مدیران هتل به شدت با رضایت از زندگی آن‌ها ارتباط دارد.

نتایج فرضیه نخست نشان می‌دهد که خود کار آمدی مالکان یا مدیران هتل هیچ تأثیری بر رضایت از زندگی آن‌ها در طول بیماری کووید-۱۹ ندارد که مشابه با نتایج پژوهش پاتاک و جوشی (۲۰۲۰) است. دلیل این امر می‌تواند عدم قطعیت‌های تحمیل‌شده توسط بیماری کووید-۱۹ باشد. مالکان و مدیران هتل هیچ اطلاعی از این‌که تا چه زمانی قرنطینه و محدودیت‌ها ادامه خواهد داشت و چه چیزی می‌تواند بعد از پایان محدودیت‌ها اتفاق بیفتد، ندارند. تمدید قرنطینه و محدودیت‌ها پس از پایان اولین دوره بیشتر بر ابهام وضعیت می‌افزاید؛ در حالی که خود کار آمدی می‌تواند نتایج بهتری را در مرحله اطمینان یا خطر ایجاد کند.

نتیجه فرضیه دوم نشان داد در طول بحران کووید-۱۹، داشتن امید از سوی مالکان و مدیران هتل در رابطه با بهتر شدن وضعیت در آینده به طور مثبتی بر رضایت بیشتر از زندگی تأثیر می‌گذارد، نتیجه به دست

آمده از فرضیه دوم مشابه با پژوهش پرایاگ و همکاران (۲۰۲۰) است. این نشان می‌دهد که صرف‌نظر از عدم اطمینان ناشی از کووید-۱۹، مالکان و مدیران هتل با داشتن امید به بهبود وضعیت در آینده قادر به تنظیم مجدد اهداف سازمانی خود بوده و به‌طور مستمر در جهت یافتن مسیرهای جدید برای رسیدن به این اهداف کار می‌کنند. مالکان و مدیرانی که امیدوار بودند از تلاشی که برای نجات کسب‌وکار خود در طول کووید-۱۹ انجام دادند، رضایت بیشتری داشتند. مالکان و مدیرانی که امیدوارند از پس ناملایمات پیش آمده در هنگام بحران کووید-۱۹ برآیند، به احتمال زیاد برای غلبه بر بحران برای سازمان استراتژی‌های درستی طراحی می‌کنند. مطالعات پیشین امید را به عنوان یکی از منابع روان‌شناختی ارزشمند جهت کاوش مسیرهای جدید برای رسیدن به اهداف موردنظر نشان دادند (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین، مالکان و مدیران هتل‌های که امیدوار به بهبود وضعیت هستند، می‌توانند آگاهی بهتری از وضعیت ایجاد کنند و قادر به تصمیم‌گیری سریع هستند که طبق مطالعات گذشته شاخص‌های قدرتمندی برای سازگاری سازمانی است (لی و همکاران، ۲۰۱۳).

نتیجه فرضیه سوم نشان می‌دهد که مالکان و مدیران هتل‌های که خوش‌بینی بالایی از خود نشان می‌دهند تمایل دارند از زندگی خود رضایت بیشتری داشته باشند. این نشان می‌دهد مالکان و مدیرانی که حتی در مرحله قرنطینه نیز خوش‌بین بودند، اعتقاد راسخ داشتند که اوضاع به همان روال پیش خواهد رفت. یک توضیح برای این موضوع ممکن است مربوط به انتظارات مثبت مالکان و مدیران هتل باشد که منجر به ارائه رفتاری هدفمند از سوی آن‌ها و نیز افزایش تعهد آن‌ها نسبت به انجام کارها می‌شود (براون و همکاران، ۲۰۱۹). طبق نتایج پژوهش هال و همکارانش (۲۰۱۷)، افراد خوش‌بین می‌توانند به دلیل چشم‌انداز مثبت و توانایی در بازنگری رویدادهای منفی، به راحتی با حوادث استرس‌زا کنار بیایند. مالکان و مدیران خوش‌بین نوآورتر و قادر به برنامه‌ریزی برای بهبود وضعیت هستند، تصمیمات سریعی می‌گیرند که همه این ویژگی‌های به تاب‌آوری سازمانی کمک می‌کنند. نتیجه به دست آمده از فرضیه سوم با نتیجه پژوهش‌های پیشین همخوانی دارد (ارکیستون و هیگام، ۲۰۱۶؛ هال و همکاران، ۲۰۱۷؛ فانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

نتیجه فرضیه چهارم نشان داد تاب‌آوری روان‌شناختی تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر رضایت از زندگی مالکان و مدیران هتل‌ها ایجاد می‌کند. نتایج ما که نشان می‌دهد تاب‌آوری روان‌شناختی یکی از مهم‌ترین

شاخص‌های رضایت از زندگی است با مطالعات پیشین همخوانی دارد (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰؛ پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). می‌توان استدلال کرد توانایی و تلاش مالکان و مدیران هتل برای بهبود و بازگشت به شرایط قبل از بحران و درعین‌حال عدم توجه به تجارب منفی آنی با بهروزی کلی آن‌ها ارتباط مثبت دارد. این بدان معناست که علی‌رغم مشکلات، مالکان و مدیران تاب آور تلاش می‌کنند تا بر حالات منفی کووید-۱۹ غلبه کنند و به شرایط عادی برگردند. آن‌ها توانایی پاسخگویی سریع به هر بحرانی و بازگشت به شرایط عادی را دارند و در نتیجه رضایت بیشتری از زندگی دارند.

نتیجه فرضیه پنجم نشان داد مالکان و مدیران هتل که رضایت از زندگی بالاتری از خود نشان می‌دهند، خود را به عنوان کارکنان مقاوم‌تری در برابر بحران کووید-۱۹ درک می‌کنند. نتایج پژوهش حاضر با مطالعات پیشین از حیث اینکه رضایت از زندگی، امید و احساسات مثبت با تاب‌آوری کلی کارکنان ارتباط مثبت دارد، همخوانی دارد (پاتاک و جوشی، ۲۰۲۰؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). نتیجه این فرضیه نشان می‌دهد که میزان رضایت از زندگی مالکان و مدیران هتل تأثیر بسزایی در فرایند بهبود هتل در طی بحران کووید-۱۹ خواهد داشت. این یافته، نتایج کار پاتاک و جوشی (۲۰۲۰) و پرایاگ و همکاران (۲۰۲۰) که نشان می‌دهد رضایت از زندگی مالکان و مدیران شرکت‌های کوچک گردشگری پیش‌بینی کننده‌ای برای تاب‌آوری سازمانی است را گسترش می‌دهد.

پژوهش حاضر تأثیر سرمایه روان‌شناختی بر رضایت از زندگی مالکان و مدیران هتل و نیز نقش سرمایه روان‌شناختی صاحبان و مدیران هتل و رضایت آن‌ها از زندگی را در ایجاد تاب‌آوری سازمانی برجسته می‌کند. نقش سرمایه روان‌شناختی در افزایش بهروزی کلی از یافته‌های کاملاً مشهود است و رضایت مالکان و مدیران از زندگی به همان اندازه در بهبود کسب‌وکار در حین و بعد از یک فاجعه نقشی مهم ایفا می‌کند که این امر نشان می‌دهد سرمایه روان‌شناختی رهبران- یعنی مالکان و مدیران- در ایجاد تاب‌آوری سازمانی بسیار مهم است.

ادبیات در حال توسعه در بخش گردشگری توجه کسب‌وکارهای فعال در حوزه گردشگری را به خود جلب کرده و آن‌ها را تشویق می‌کند تا اقدامات لازم را برای مقابله با تغییرات و بقاء در طی یک بحران انجام دهند (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج نشان داد تاب‌آوری هتل‌ها بیشتر به توانایی مالکان یا مدیران در ارزیابی وضعیت، سازگاری با شرایط حاکم، نوآوری و غلبه بر اختلالات بستگی دارد (فانگ و

همکاران، ۲۰۲۰). ایجاد تاب‌آوری در هتل‌ها بیش از تغییرات ساختاری نیاز به تمرکز بر سرمایه روان‌شناختی مالکان، مدیران و همچنین کارکنان دارد. برای بهبود تاب‌آوری، مشارکت کارکنان در تمام فرایندها و تبادل ایده‌ها باید تنها در صورتی صورت گیرد که آن‌ها به کسب نتایج مثبت امیدوار باشند. اهداف و مسیرهای روشن برای دستیابی به این اهداف می‌تواند باعث تاب‌آوری در هتل‌ها شود (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه روان‌شناختی مالکان و مدیران هتل‌ها به آن‌ها در ایجاد فرهنگ سازمانی مثبت و حمایتی کمک خواهد کرد. همچنین، شبکه‌های داخلی و خارجی قوی برای هتل‌ها جهت ایجاد تاب‌آوری و غلبه بر چالش‌های ناشی از کووید - ۱۹ مؤثر خواهد بود.

کاربردهای عملی و مدیریتی

از منظر عملی در شرایط فعلی که بخش هتلداری برای بقا تلاش می‌کند، سرمایه روان‌شناختی مالکان و مدیران هتل‌ها می‌تواند به آن‌ها در بهبود سریع وضعیت کمک کند. فرهنگ سازمانی مثبت در پرورش جو اعتماد که منجر به نوآوری و خلاقیت می‌شود، مفید خواهد بود. مطالعات متعدد در گذشته اهمیت تحول از طریق نوآوری و خلاقیت در ایجاد تاب‌آوری سازمانی پس از هر بحران یا فاجعه را نشان داده است (ارکیستون و هیگام، ۲۰۱۶؛ پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰). سرمایه روان‌شناختی مالکان / مدیران هتل می‌تواند امید و خوش‌بینی را در کارکنان نیز ایجاد کند و به آن‌ها در پذیرش واقعیت و آمادگی برای رویدادهای احتمالی در آینده کمک کند. امید را می‌توان با تهیه اهداف واقعی‌تر و قابل‌دستیابی با کمک کارکنان ایجاد کرد (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۷). همچنین، با تأکید بر جنبه مثبت و روشن وضعیت، می‌توان خوش‌بینی را توسعه داد زیرا کووید-۱۹ به هتل‌ها فرصتی داده است تا پیشنهاد فروش منحصر به فردی را برای غلبه بر این فاجعه به وجود آورند. این امر به‌طور غیرمستقیم بر تاب‌آوری کلی سازمان تأثیر می‌گذارد و به آن‌ها کمک می‌کند تا بر آسیب‌های ناشی از فاجعه غلبه کنند.

از منظر مدیریتی نیز این پژوهش به نیاز هتل‌ها برای درک اهمیت دارایی‌های شخصی، یعنی سرمایه روان‌شناختی منابع انسانی در سازمان و پرورش آن‌ها برای مبارزه با چالش‌های مطرح‌شده توسط کووید-۱۹ اشاره کرده است. برای افزایش سرمایه روان‌شناختی، خلاقیت ماده اصلی است که نتیجه تبادل افکار است (پرایاگ و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین، می‌توان از سرمایه روان‌شناختی برای ایجاد یک شبکه قوی

استفاده کرد که در شناسایی مسیرهای دستیابی به اهداف سازمانی و ایجاد تاب‌آوری کلی سازمان کمک کند. سرمایه روان‌شناختی مدیران و کارکنان در کنار هم می‌توانند اطمینان از توانایی سازمان برای غلبه بر ناملازمات و دستیابی به نتایج مطلوب را ایجاد کنند (فانگ و همکاران، ۲۰۲۰).

منابع

داوری، علی و رضازاده، آرش. (۱۳۹۷). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی‌آل‌اس، چاپ اول، تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.

- Attila, A. T. (2016). The impact of the hotel industry on the competitiveness of tourism destinations in Hungary. *Journal of Competitiveness*, 8(4), 85-104.
- Berlemann, M. (2016). Does hurricane risk affect individual well-being? Empirical evidence on the indirect effects of natural disasters. *Ecological Economics*, 124, 99-113.
- Bhati, A., & Pearce, P. (2016). Vandalism and tourism settings: An integrative review. *Tourism Management*, 57, 91-105.
- Brown, N. A., Orchiston, C., Rovins, J. E., Feldmann-Jensen, S., & Johnston, D. (2018). An integrative framework for investigating disaster resilience within the hotel sector. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 67-75.
- Brown, N. A., Rovins, J. E., Feldmann-Jensen, S., Orchiston, C., & Johnston, D. (2017). Exploring disaster resilience within the hotel sector: A systematic review of literature. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 22, 362-370.
- Brown, N. A., Rovins, J. E., Feldmann-Jensen, S., Orchiston, C., & Johnston, D. (2019). Measuring disaster resilience within the hotel sector: An exploratory survey of Wellington and Hawke's Bay, New Zealand hotel staff and managers. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 33, 108-121.
- Carver, C. S., & Scheier, M. F. (2013). Goals and emotion. *Guilford handbook of cognition and emotion*, 176-194.
- Cheer, J. M., & Lew, A. A. (2017). *Tourism, resilience and sustainability: Adapting to social, political and economic change*: Routledge.
- Chen, Y., Cottam, E., & Lin, Z. (2020). The effect of resident-tourist value co-creation on residents' well-being. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 30-37.
- Dahles, H., & Susilowati, T. P. (2015). Business resilience in times of growth and crisis. *Annals of tourism research*, 51, 34-50.
- Danzer, A. M., & Danzer, N. (2016). The long-run consequences of Chernobyl: Evidence on subjective well-being, mental health and welfare. *Journal of Public Economics*, 135, 47-60.
- Doern, R. (2016). Entrepreneurship and crisis management: The experiences of small businesses during the London 2011 riots. *International Small Business Journal*, 34(3), 276-302.

- Filimonau, V., & De Coteau, D. (2020). Tourism resilience in the context of integrated destination and disaster management (DM2). *International Journal of Tourism Research*, 22(2), 202-222.
- Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*: Routledge.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-20.
- Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2017). *Tourism and resilience: Individual, organisational and destination perspectives*: Channel View Publications.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1-22.
- Hamama-Raz, Y., Palgi, Y., Leshem, E., Ben-Ezra, M., & Lavenda, O. (2017). Typhoon survivors' subjective wellbeing—A different view of responses to natural disaster. *PLoS one*, 12(9), e0184327.
- Ivkov, M., Blešić, I., Janičević, S., Kovačić, S., Miljković, Đ., Lukić, T., & Sakulski, D. (2019). Natural disasters vs hotel industry resilience: An exploratory study among hotel managers from Europe. *Open Geosciences*, 11(1), 378-390.
- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Lee, A. V., Vargo, J., & Seville, E. (2013). Developing a tool to measure and compare organizations' resilience. *Natural hazards review*, 14(1), 29-41.
- Lee, K. J., Forbes, M. L., Lukasiewicz, G. J., Williams, T., Sheets, A., Fischer, K., & Niedner, M. F. (2015). Promoting staff resilience in the pediatric intensive care unit. *American Journal of Critical Care*, 24(5), 422-430.
- Liu, Y., Wang, Z.-H., & Li, Z.-G. (2012). Affective mediators of the influence of neuroticism and resilience on life satisfaction. *Personality and individual differences*, 52(7), 833-838.
- Liu, Y., Wang, Z., Zhou, C., & Li, T. (2014). Affect and self-esteem as mediators between trait resilience and psychological adjustment. *Personality and individual differences*, 66, 92-97.
- Luechinger, S., & Raschky, P. A. (2009). Valuing flood disasters using the life satisfaction approach. *Journal of Public Economics*, 93(3-4), 620-633.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(6), 695-706.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). Psychological capital: Developing the human competitive edge.
- Melián-Alzola, L., Fernández-Monroy, M., & Hidalgo-Peñate, M. (2020). Hotels in contexts of uncertainty: Measuring organisational resilience. *Tourism Management Perspectives*, 36, 100747.
- Min, H., Kim, H. J., & Lee, S.-B. (2015). Extending the challenge-hindrance stressor framework: The role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 50, 105-114.

- Muñoz-Olano, J. F., & Hurtado-Parrado, C. (2017). Effects of goal clarification on impulsivity and academic procrastination of college students. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 49(3), 173-181.
- Ng, E. C., Chan, C. C., & Lai, M. K. (2014). Hope and life satisfaction among underprivileged children in Hong Kong: The mediating role of perceived community support. *Journal of Community Psychology*, 42(3), 352-364.
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A., & Ritchie, B. W. (2018). 'No Ebola... still doomed'—The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of tourism research*, 70, 76-87.
- Oishi, S., Kimura, R., Hayashi, H., Tatsuki, S., Tamura, K., Ishii, K., & Tucker, J. (2015). Psychological adaptation to the Great Hanshin-Awaji Earthquake of 1995: 16 years later victims still report lower levels of subjective well-being. *Journal of Research in Personality*, 55, 84-90.
- Orchiston, C., & Higham, J. (2016). Knowledge management and tourism recovery (de) marketing: The Christchurch earthquakes 2010–2011. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 64-84.
- Pathak, D., & Joshi, G. (2020). Impact of psychological capital and life satisfaction on organizational resilience during COVID-19: Indian tourism insights. *Current Issues in Tourism*, 1-18.
- Prayag, G. (2018). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 133-135.
- Prayag, G., Spector, S., Orchiston, C., & Chowdhury, M. (2020). Psychological resilience, organizational resilience and life satisfaction in tourism firms: Insights from the Canterbury earthquakes. *Current Issues in Tourism*, 23(10), 1216-1233.
- Safavi, H. P., & Bouzari, M. (2019). The association of psychological capital, career adaptability and career competency among hotel frontline employees. *Tourism Management Perspectives*, 30, 65-74.
- Sawalha, I. H. S. (2015). Managing adversity: understanding some dimensions of organizational resilience. *Management research review*.
- Scheier, M. F., & Carver, C. S. (1985). Optimism, coping, and health: assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health psychology*, 4(3), 219.
- Schuckert, M., Kim, T. T., Paek, S., & Lee, G. (2018). Motivate to innovate. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Shao, Y., Hu, Z., Luo, M., Huo, T., & Zhao, Q. (2020). What is the policy focus for tourism recovery after the outbreak of COVID-19? A co-word analysis. *Current Issues in Tourism*, 1-6.
- Tibay, V., Miller, J., Chang-Richards, A. Y., Egbelakin, T., Seville, E., & Wilkinson, S. (2018). Business resilience: A study of Auckland hospitality sector. *Procedia engineering*, 212, 1217-1224.
- Tsaur, S.-H., Hsu, F.-S., & Lin, H. (2019). Workplace fun and work engagement in tourism and hospitality: The role of psychological capital. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 131-140.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244-261.