



Provide a Model of Tourist Travel in Economic Crisis Based on the Data Theory of the Foundation(Case study: Hormozgan province)

Hamid Reza Bahador¹,Vahid Makizadeh ^{*2}, Hosein Mansouri ³

1- PhD student, Department of Management, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Qeshm Branch, Qeshm, Iran.

2*- Associate Professor, Department Of business Management, Faculty Of Management And Accountancy, University Of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran.

3- Assistant Professor, Department Of Industrial And Public Management, Faculty Of Management And Accountancy, University Of Hormozgan, Bandar Abbas, Iran.

Abstract

The present study, using a qualitative method, presents the pattern of tourists traveling in economic crisis with the data approach of the foundation. The research was exploratory and content analysis was used to extract general indicators and interviews in the data theory section of the foundation were used to extract specific indicators. The statistical population of this research was a qualitative section of experts and specialists in the field of tourism and marketing management. There were 15 people with at least a master's degree, and this process reached theoretical saturation. Validity through experts and reliability through the method of review or visit by experts were used. In this research, content analysis method and data foundation theory with MAXQDA software were used to present a qualitative model. In order to provide a model according to the results of interviews and analysis, economic sanctions, changes in revenue, changes in the type of advertising for tourism, changes in attitudes of tourists, changes in investment in the tourism sector, changes in attitudes of the private sector in tourism Except for the causal conditions in the tourist travel pattern with the approach of economic factors. Also, the underlying factors of this model include education and promotion, political and governmental factors, income, change in the type of travel and change in expenses. Interfering factors such as satisfaction with cooperation with tourists - the status of services provided to tourists - proper financial management - financing - correct policy - economic security are affected. Interfering factors such as satisfaction with cooperation with tourists - the status of services provided to tourists - proper financial management - financing - correct policy - economic security are affected. Further exit strategies were devoted to items such as cheaper accommodation, further increase in the introduction of rural culture, change or flexibility of tourism laws, government funding, travel insurance, promotion of tourism standards, and the provision of tourism facilities.

Keywords: tourism, tourist travel, Recession, data foundation

Citation:

Bahador, H. R., Makizadeh, V., & Mansouri, H. (2023). Provide a Model of Tourist Travel in Economic Crisis Based on the Data Theory of the Foundation (Case study: Hormozgan province).*Journal of Intelligent Marketing Management*, 4(1), 46-63 .



ارائه الگوی سفر گردشگران در بحران اقتصادی بر اساس تئوری داده بنیاد (مطالعه موردی: استان هرمزگان)

حمیدرضا بهادر^۱، وحید مکی زاده^{۲*}، حسین منصوری^۳

۱ - دانشجوی دکترا، گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قشم، قشم، ایران.

۲* - دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران.

۳ - استادیار گروه مدیریت صنعتی و دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران

چکیده

پژوهش حاضر با استفاده از روش کیفی، الگوی سفر گردشگران در بحران اقتصادی با رویکرد داده بنیاد را ارائه می دهد. پژوهش از نوع اکتشافی بود و از تحلیل محتوا جهت استخراج شاخص های عمومی و مصاحبه در بخش تئوری داده بنیاد جهت استخراج شاخص های اختصاصی استفاده شد جامعه آماری این تحقیق در بخش کیفی از خبرگان و متخصصان و صاحب نظران حوزه گردشگری و مدیریت بازاریابی بود تعداد آنها ۱۵ نفر با حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد بود که این روند تا رسیدن به اشباع نظری رسید. روایی از طریق متخصصان و پایایی از طریق روش بررسی مجدد یا بازدید توسط خبرگان استفاده شد. در این تحقیق برای ارائه مدل کیفی از روش تحلیل محتوا و تئوری داده بنیاد با نرم افزار MAXQDA استفاده شد. به منظور ارائه الگو با توجه به نتایج مصاحبه ها و تحلیل های صورت گرفت که تحریم های اقتصادی، تغییر در میزان درآمد، تغییر در نوع تبلیغات جهت گردشگری، تغییر نگرش گردشگران، تغییر در سرمایه گذاری بخش گردشگری، تغییر در نگرش بخش خصوصی در گردشگری جز شرایط علی در الگوی سفر گردشگران با رویکرد عوامل اقتصادی می باشد. همچنین عوامل زمینه ای این الگو شامل آموزش و ترویج، عوامل سیاسی و دولتی، درآمد، تغییر در نوع سفر و تغییر در هزینه ها می باشد. عوامل مداخله گر مانند رضایت از همکاری با گردشگران - وضعیت خدمات ارائه شده به گردشگران - مدیریت مالی صحیح - تامین هزینه ها - سیاست گذاری درست - امنیت اقتصادی تاثیر دارد. عوامل مداخله گر مانند رضایت از همکاری با گردشگران - وضعیت خدمات ارائه شده به گردشگران - مدیریت مالی صحیح - تامین هزینه ها - سیاست گذاری درست - امنیت اقتصادی تاثیر دارد. در ادامه راهبردهای برون رفت از این موضوع به مواردی از قبیل اقامتگاه های ارزاتر - افزایش بیشتر معرفی فرهنگ روستایی - تغییر یا انعطاف پذیری قوانین گردشگری، حمایت مالی دولت - بیمه سفر - ارتقا استانداردهای گردشگری - اعطای تسهیلات گردشگری اختصاص یافت. که این راهبردها می تواند پیامدهایی از قبیل افزایش گردشگری روستایی - کاهش / حذف سفرهای خارجی - افزایش طبیعت گردی - شناسایی بیشتر مناطق گردشگری - شناخت ساعت گشت و گذار - رونق بوم گردی محلی / سنتی - افزایش استفاده از بیمه سفر - جلوگیری از کاهش تبادل فرهنگی اقوام و ملت ها را در پی داشته باشد.

کلیدواژه ها: گردشگری، سفر گردشگران، بحران اقتصادی، داده بنیاد.

استناد:

بهادر، حمیدرضا و مکی زاده، وحید و منصوری، حسین. (۱۴۰۲). ارائه الگوی سفر گردشگران در بحران اقتصادی بر اساس تئوری داده بنیاد (مطالعه موردی: استان هرمزگان). مدیریت بازاریابی هوشمند، ۴(۱). ۴۶-۶۳.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۱۲/۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۱/۲۰

نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند، ۱۴۰۲، دوره ۴، شماره ۱، پیاپی ۱۹

ناشر: نشریه مدیریت بازاریابی هوشمند

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نویسندگان

<https://doi.org/JABM.3.2.15564.35125656565047>



مقدمه

گردشگری بخش مهمی از سیاستهای اجتماعی و اقتصادی توسعه کشورهاست (استاسینوکیناسم و همکاران، ۲۰۱۳). بسیاری از کشورها با بکارگیری این رهیافت توانسته اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند از اینرو این صنعت یکی از بزرگترین فعالیتهای اقتصادیست که پرشتاب ترین رشد را در میان صنایع جهان داراست و عامل مهمی در توسعه اقتصاد ملی و محلی در سراسر جهان محسوب می شود (اسکوت و لمیوکس، ۲۰۱۰).

گردشگری درآمد هنگفتی را برای مقاصد ایجاد می کند و به توسعه کلی اقتصادی برای تعداد زیادی از کشورها، به ویژه کشورهای وابسته به گردشگری کمک می کند. به عبارت دیگر، یک پیوند قوی بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی وجود دارد که توسعه سایر مشاغل مرتبط را نیز در یک کشور تحریک می کند (هاریانو، ۲۰۲۰). با این حال، گردشگری یک صنعت آسیب پذیر است که ممکن است به دلیل خطرات بالقوه مانند همه گیری های جهانی سقوط کند (شاکیا، ۲۰۰۹).

در این میان یکی از متغیرهایی که بر تقاضا و درآمد ارزی گردشگری تأثیرگذار بوده بحران مالی و اقتصادی جهانی است. با وقوع بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ و تشدید آن با توجه به اپیدیمی کووید ۱۹ در سال ۲۰۱۹، متغیرهای کلان اقتصادی و به ویژه تقاضای گردشگری تحت تأثیر این بحران قرار گرفته است. بر این اساس میتوان انتظار داشت که با تشدید بحران مالی و اقتصادی جهانی، درآمد سرانه در کشورها کاهش یافته و با کاهش درآمد سرانه و کاهش قدرت خرید واقعی گردشگران، تقاضای گردشگری کاهش یابد (بوکلی و وستاوی، ۲۰۲۰).

بحران اقتصادی تأثیرات جدی و گسترده ای بر طیف وسیعی از بخش های اقتصادی، به ویژه صنعت گردشگری وارد کرده است. این احتمالاً برای کشورهای که اقتصاد آنها عمدتاً به گردشگری وابسته است، صادق است، جایی که کسب و کارها در کوتاه مدت و بلندمدت با چالش های بسیار بزرگ تری برای تاب آوری اقتصاد مواجه هستند. پیامدهای فراوانی، از جمله قرنطینه های منطقه ای تاملی، و همچنین تعلیق یا لغو خدمات مرتبط با گردشگری و مهمان نوازی، به طور فزاینده ای در مقیاس جهانی رخ داده است (هوینه و همکاران، ۲۰۲۱).

از آنجائیکه رفتار و الگوی سفر گردشگری می تواند با عوامل و بحران های مختلفی تغییر یابد که می توان از بحران های طبیعی نظیر سیل، زلزله، سونامی؛ بحران های سیاسی: نظیر جنگ، ترور، انقلاب ها و... بحران های اقتصادی در مبداء و مقصد گردشگری به عنوان عوامل اثرگذار بر روند تغییرات رفتار و الگوی سفر گردشگری یاد کرد. جمع آوری و تحلیل اثر همه بحرانها و عوامل بر رفتار و

¹ Stasiukynasm

² Scott and Lemieux

³ Haryanto

⁴ Shakya

⁵ Buckley & Westaway

⁶ Huynh et.al

الگوی سفر گردشگری کاری دشوار و سخت می‌باشد، ولی می‌توان اثر برخی بحران‌های حاد و چشمگیر را در رفتار و الگوی سفر گردشگری ردیابی کرد (پاپاتودورو و همکاران، ۲۰۱۷).

از سوی دیگر تحریم‌های نفتی علیه ایران از سوی برخی کشورهای جهان به رهبری آمریکا به منظور جلوگیری از برنامه هسته‌ای ایران در اواخر سال ۱۳۹۰ به اجرا درآمد، که این باعث شد، طی دوره شش ساله اقتصادی (از سال ۹۱ تا سال ۹۶) طولانی‌ترین رکود همراه با بیشترین رشد نقدینگی به وجود آمد و بیشترین سفته‌بازی و رانتخواری در بازارها شکل گرفت. سیاست‌های اقتصادی دولت در جهت تشدید رکود عمل کرده است و عدم هماهنگی بین سیاست‌های پولی، بازرگانی (ارزی) و مالی دولت (بودجه‌ای) عامل اصلی رکود اقتصادی، کاهش ارزش پول ملی و بی‌ثباتی اقتصاد کلان بوده است این عوامل از مهم‌ترین عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر صنعت گردشگری در ایران در دهه‌های اخیر می‌باشد (رضایی، ۱۳۹۷: ۲۰۱).

مطالعات نشان می‌دهد الگوهای متفاوتی برای الگوی سفر گردشگران وجود دارد، یکی از این الگوها، مدل انگیزه گردشگری تفریحی کرامپتون (۱۹۷۹) است. این نظریه بر مبنای عوامل دو بعدی رانش^۱ و کشش^۲ شناخته شده است. این رویکرد نشان می‌دهد افرادی که اقدام به سفر می‌کنند، با نیروهای داخلی تحت فشار قرار گرفته و توسط نیروهای خارجی ویژگی یک مقصد جذب می‌شوند. بنابراین عوامل رانش و کشش به عنوان یک چارچوب سازنده برای شناسایی و بررسی انگیزه‌های گردشگری برای سفر استفاده می‌شود (صفاری و مرادی، ۱۳۹۷). بر اساس نظر کیم، لی و کلونسکی^۳ (۲۰۰۳) ضرورت عوامل رانشی انگیزشی برای سفر هنگامی رخ می‌دهد که عدم تعادل در نظام انگیزشی اتفاق می‌افتد و این نیازهای تحریک شده منجر به ایجاد تمایل به سفر خواهند شد (کیم، لی و کلونسکی، ۲۰۰۳). کوک، لورا و جوزف^۴ (۱۹۹۹) مجموعه عوامل مؤثر از هر دو جنبه عوامل رانش و کشش را دسته‌بندی کردند. از اینرو عواملی همچون تمایل به گریز، استراحت و آرامش، سلامتی و تناسب اندام، ماجراجویی، تعاملات اجتماعی، در جستجوی نوآوری، خود اکتشافی، تقویت روابط، ارزیابی خود، آموختن چیزهای جدید، سرگرم بودن و شادی جزء عوامل رانشی و عواملی ملموسی همچون امکانات تفریحی، منابع مالی، ساحل، خرده فرهنگ‌ها، طبیعت بکر، سهولت دسترسی، فرصتی برای افزایش دانش و فرصتی برای تجربه یک فرهنگ متفاوت را جزء عوامل کششی و جذب کننده گردشگر بیان کردند (کوک، لورا و جوزف، ۱۹۹۹).

در ایران به دنبال رهایی از وابستگی بالا به صادرات نفت، که همواره نوسان زیادی نیز دارد، سعی بر آن بوده است تا با گسترش صادرات غیر نفتی و به ویژه صادرات خدمات با شرایط پرنوسان بحران مالی مقابله شود. تمرکز بر صنعت گردشگری به این علت است که این صنعت موجب رشد و توسعه اقتصادی می‌شود و قسمت اعظم تجارت خدمات را شامل می‌شود. از سوی دیگر موجبات تجارت کالایی را نیز فراهم ساخته است. ایران نیز دارای پتانسیل بالایی در این صنعت است. بنابراین اهمیت و ضرورت این پژوهش در بررسی

¹ Push

² Pull

³ Kim, Lee & Klenosky

⁴ Cook, Laura, & Joseph

تأثیر بحران مالی بر رفتار گردشگران است که می تواند موجبات سیاست گذاری مناسب اقتصادی را در این زمینه فراهم آورد و همچنین اقتصاد داخلی کشورها را از تأثیر نوسانات مالی بین المللی و بحران های اقتصادی در امان نگه دارد.

بحران و بلایا بر کاهش گردشگر، رفتارهای گردشگری برای مسافرت، بیکاری و سرمایه گذاری در صنعت گردشگری، به طور قابل توجهی تأثیر می گذارند (سن بیتو و همکاران، ۲۰۲۰). بحران های مالی تأثیر شدید و بزرگی بر صنعت گردشگری دارد به گونه ای که میزان اقامت ها در مناطق گردشگری بسیار کاهش یافته، به طوری که متوسط نیمی از گردشگران اقامت یک روزه دارند (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۵). طبق گفته های پاپاتودورو و همکاران (۲۰۱۰)، دوره های بحران اغلب با تغییر در الگوهای مصرف کننده مشخص می شوند، که به منظور برآورده کردن مطالبات جدید و نوظهور، به پارادایم های تجاری جدید تبدیل می شوند. بنابراین، علاوه بر پیامدهای کوتاه مدت برای گردشگری بحران فعلی، برجسته کردن برخی از پیامدهای بلند مدت مهم است (پاپاتودورو و همکاران، ۲۰۱۰). یک بحران بر رفتارهای گردشگران از جهات مختلفی تأثیر می گذارد - از تصمیمات مسافرتی گرفته تا فعالیت هایشان در مقصد قبل، در طول و بعد از بحران. به عنوان مثال، سونگ و همکاران (۲۰۱۱) بیان کردند که گردشگران ترجیح می دهند در طول بحران مالی هتل ها و اتاق های ارزان قیمت را انتخاب کنند (سن بیتو و همکاران، ۲۰۲۰). با این حال، اثرات یک بحران مطابق با رفتار، هدف و الگوهای توریستی متفاوت است. بادوسکا و همکاران (۲۰۱۴) اظهار داشتند که اعتماد به نفس مصرف کننده در طول سال ها تغییر کرده است و تفاوت های اصلی را می توان در دسترسی به درآمد، مدت زمان تعطیلات، شیوه خرید، سرگرمی بیشتر در خانه یا غذا خوردن از نظر فاصله، بحران مالی توانایی گردشگران را برای مسافت طولانی تر محدود می کند.

همه گیری کنونی کووید-۱۹ منجر به چالش های جهانی، بحران های اقتصادی و بهداشتی و تأثیرات سرریز بر صنایع جهانی، از جمله گردشگری و سفر شده است که سهم عمده ای در صنعت خدمات در سراسر جهان دارند. صنعت گردشگری و اوقات فراغت با تأثیرات گردشگری - COVID-۱۹ که بیشترین ضربه را خورده است و در میان آسیب دیده ترین صنایع جهانی قرار گرفته است و زخمی عمیق بر پیکره اقتصاد جهان گذاشت و همین موضوع آسیب های بسیار جدی بر صنعت گردشگری وارد ساخت. در همین راستا «کنفرانس توسعه و تجارت سازمان ملل» موسوم به «آنکتاد» در گزارش های خود از ضروری بالغ بر چهار تریلیون دلار بر صنعت گردشگری خبر داد. این نهاد در ابتدای سال ۲۰۲۱ تأکید داشت که اگر سرعت واکنش های بین المللی آهسته طی کند، بحرانی فاجعه آمیز بر اقتصاد و صنعت توریسم خواهد داشت. سال ۲۰۲۱ شروعی ملال آور برای صنعت توریسم بود زیرا میانگین گردشگری جهانی رکودی ۸۹ درصدی را نسبت به دوران پیش از همه گیری تجربه کرد. با تأمل در این آمار و ارقام می توان استدلال کرد که آثار غیرمستقیم این بحران بسیار فراتر بوده است. مناطق شمال و جنوب شرق آسیا، اقیانوسیه، شمال آفریقا و جنوب آسیا در این میان بیشترین آسیب را در صنعت گردشگری متحمل شدند (جعفر و همکاران، ۲۰۲۱).

اگرچه مطالعات متعدد بحران های گردشگری را مورد بررسی قرار داده است، اما بیشتر آنها بر افزایش و کاهش تعداد ورود گردشگران متمرکز شده اند. با این حال، در مورد الگوهای سفر گردشگران ناشی از انواع مختلف بحران، اطلاعات کمی وجود دارد (سن بیتو و

¹ Papatheodorou

² Song

³ Bodosca, Gheorghie, and Nistoreanu

⁴ Jaffar et.al.

⁵ Senbeto

همکاران، ۲۰۲۰: ۷۴۰). فراوانی، گستره، مقاصد، هزینه، طول مدت و در نهایت فعالیت‌های گردشگری از موارد مورد نظر الگوی سفرگردشگران است که به دلیل بی ثباتی محیط اقتصادی، که تغییر یافته‌اند (دوب و همکاران؛ ۲۰۲۱). با توجه به این شرایط عدم ثبات اقتصادی، گردشگران الگوی های رفتار خود را تغییر داده و به دنبال سفرهای کوتاه تر، پیشنهادات و تخفیف های ویژه، سفرهای مسافت کوتاه و هستند. همچنین، گردشگران در هنگام خرج کردن پول برای سفر، بسیار محتاط شده اند. آنها مایلند نسبت به سال‌های گذشته مبلغ کمتری را برای سفر اختصاص دهند و می‌خواهند مطمئن باشند که از حداکثر خدمات بهره مند می‌شوند (ویپ رو و آیشکا؛ ۲۰۲۱).

با این وجود، تأثیر بحران بر رفتار گردشگران به روشنی بستگی به نوع بحران، مشخصات گردشگری، هدف و الگوهای آن دارد. بنابراین، درک رفتار گردشگری و الگوی سفر در زمینه انواع مختلف بحران ها حائز اهمیت است. با این وجود، غفلت از بررسی تحولات تحول آمیز در رفتار و نتایج گردشگری ناشی از بحران، یک تحقیق مهم در زمینه تحقیقات بحران گردشگری است.

سواحل خلیج فارس و استان هرمزگان با برخورداری از ثروت های بکر و طبیعی فراوان خود یکی از گنجینه های مهم و درآمدزای جنوب کشور در حوزه صنعت گردشگری است. استان هرمزگان در جنوب ایران از جمله مناطق گردشگر پذیر کشورمان است که بیشترین حجم حضور مسافر در آن مربوط به نیمه دوم سال می‌باشد که البته با برنامه ریزی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب می‌توان در نیمه نخست سال نیز شاهد حضور شمار بالایی گردشگران باشیم. هرمزگان دارای ظرفیت‌های بالقوه‌ای در بخش‌های فرهنگی، طبیعی و تاریخی است؛ ظرفیت‌هایی همانند تالاب‌های بین المللی، ارتفاعات کوه‌ها، گنو، هماگ و نیان، سواحل و آب‌های نیلگون خلیج فارس که می‌تواند بسیاری از گردشگران علاقمند به این مباحث را روانه این بخش از خاک ایران کهن کند.

اکنون این سؤال مطرح است که بحران های اقتصادی طی دهه اخیر، چگونه الگوی سفر گردشگران در ایران و بخصوص استان هرمزگان را تحت تأثیر قرار داده است؟

¹ Dube

² Wieprow and Agnieszka

جدول ۱: مقایسه پژوهش های گردشگری انجام شده در حوزه بحران

ردیف	نویسنده	موضوع	نتیجه
۱	نیکفال مغالو و منصورى (۱۳۹۹)	تأثیر ویروس کرونا COVID-۱۹ بر صنعت گردشگری	کسب و کارهای حوزه گردشگری که یکی از موتورهای اشتغال و رشد و به‌عنوان صادرات نامرئی محسوب می‌شوند، در این وضعیت پیش آمده عملاً تعطیل شده و به عبارتی چرخ این صنعت اشتغال را نیز متوقف شده است و واحدها و فعالیت های فراوانی در زنجیره وابسته به آن (از جمله اقامت، حمل و نقل، غذا و خوراک، مجتمع های تفریحی و سرگرمی و سایر واسطه های بالادستی و پایین دستی) آسیب دیده و کارکنان آنها ممکن است کار خود را از دست بدهند. این امر باعث ایجاد رکود و سیر قهقراپی صنعت در حال توسعه و بزرگ گردشگری در سطح جهان شده است
۲	عمادی و اصغری محبوب (۱۳۹۹)	تأثیر ویروس کرونا (-COVID-۱۹) بر صنعت گردشگری و راهکارهای مقابله با آن	کرونا یک هشدار مهم به تمامی دولت ها در سراسر جهان بود که نشان دهد سلامت عمومی جامعه برای رشد اقتصادی و البته حفظ و توسعه صنعت گردشگری یک کشور اولویتی انکارناپذیر است، کرونا هشدار داد که اگر دولت ها مولفه های جامعه‌یامنیت مثل سلامت عمومی مردم خود را مورد توجه قرار نگیرد تاثیراتی خواهد گذاشت که سال های سال جبران آن امکان پذیر نخواهد بود.
۴	طیبی و همکاران (۹۳ ۱)	اثر بحران مالی ۲۰۰۸ بر تجارت دوجانبه‌ی خدمات بین‌المللی گردشگری ایران	نتایج نشان می‌دهد تغییرات وضعیت مالی، اثر مستقیم بر حجم تجارت کل خدمات و تجارت خدمات گردشگری دارد و تغییرات این شاخص بر تجارت خدمات گردشگری نسبت به تجارت کل خدمات اثر کمتری دارد. همچنین سایر عوامل اثر گذار بر تجارت دوجانبه‌ی خدمات شامل درآمد سرانه، نرخ ارز و مسافت است.
۵	فعالجو و نصیریان (۱۳۹۴)	تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا	نتایج تخمین مدل دلالت بر این دارد که متغیر بحران مالی جهانی تأثیر منفی و معنیدار بر تقاضای گردشگری در کشورهای مورد بررسی داشته است. علاوه بر این، متغیرهای عادت رفتاری، نرخ واقعی ارز و درآمد سرانه جهانی تأثیر مثبت و معنیدار بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا دارد.
	جعفر و همکاران (۲۰۲۱)	بررسی تأثیر COVID-۱۹ بر گردشگری: پتانسیل تحول آفرین و پیامدهای آن برای بهبود پایدار صنعت سفر و اوقات فراغت	همه گیری COVID-۱۹ تأثیرات اجتماعی، روانی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را بر ذینفعان مختلف گردشگری منعکس کرده است و آنها برای مدت طولانی تری از اثرات نامطلوب آن رنج خواهند برد..

<p>یافته‌ها نشان می‌دهد که اکثر مشاغل گردشگری در مطالعه موردی مورد بررسی به طور جدی از همه‌گیری رنج می‌برند و تعداد بسیار کمی از شرکت‌های مرتبط با گردشگری توانسته‌اند پس از موج اول آلودگی بهبود یابند. متأسفانه، بخش‌های کسب و کار گردشگری در آستانه ورشکستگی یا با تعطیلی دائمی پس از موج سوم قرار گرفتند. به نظر می‌رسد که همه شرکت‌های گردشگری به طور کلی کاهش شدیدی در تعداد مشتریان، درآمد گردشگری، تسهیلات خدماتی و بهره‌برداری، و همچنین کوچک‌سازی کارکنان داشته‌اند، اما میزان رکود در بین شرکت‌های مورد بررسی متفاوت است. در بین شرکت‌های گردشگری، آژانس‌های مسافرتی و بخش اقامتی در مقایسه با سایر ذینفعان بیشترین ضرر اقتصادی را متحمل شدند.</p>	<p>همه گیر - COVID-۱۹ و تأثیرات آن بر تجارت گردشگری در یک شهر در حال توسعه: بینشی از ویتنام</p>	<p>هونیه و همکاران (۲۰۲۱)</p>
<p>نتایج این مطالعه نشان می‌دهد هزینه سفر در کشور مقصد گردشگری تأثیر منفی و متغیرهای نرخ ارز، درآمد سرانه و عادت رفتاری اثر مثبت و معنی‌داری بر تقاضای گردشگری این کشور در دوره مورد بررسی داشته است.</p>	<p>تخمین تابع تقاضای گردشگری کشور رومانی طی سالهای ۱۹۹۸-۲۰۱۴</p>	<p>۸ گابریل و اسماراندا^۱ (۲۰۱۵)</p>
<p>یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد متغیرهای نرخ واقعی ارز، عادت رفتاری و درآمد سرانه گردشگران کشورهای مقصد تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری اروگوئه دارند.</p>	<p>تبیین عوامل موثر بر تقاضای گردشگری اروگوئه طی سال‌های ۲۰۱۳ - ۱۹۷۰</p>	<p>۹ موردکی (۲۰۱۴)</p>
<p>نتایج تجربی این مطالعه نشان می‌دهد که متغیرهای عادت رفتاری، درآمد سرانه و هزینه زندگی از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در این کشور محسوب میشوند.</p>	<p>تخمین تابع تقاضای گردشگری در کشور هاوایی</p>	<p>۱۰ فولکی و همکاران^۲ (۲۰۱۳)</p>
<p>نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کشش درآمدی تقاضای گردشگری برای این کشور در حدود ۱/۲۴ درصد بوده و متغیرهای هزینه سفر و شوک‌های قیمتی تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری این کشور دارند.</p>	<p>تابع تقاضای گردشگری کشور اسپانیا طی سالهای ۱۹۸۰-۲۰۱۰</p>	<p>۱۱ دیاز و همکاران^۳ در (۲۰۱۲)</p>
<p>این مطالعه به این نتیجه میرسد که متغیر درآمد نسبت به متغیر هزینه زندگی دارای تأثیر بیشتری بر تقاضای گردشگری کشور ترکیه محسوب میشود.</p>	<p>تخمین تابع تقاضای گردشگری از ۱۴ کشور منتخب به ترکیه طی سالهای ۱۹۹۶-۲۰۰۰</p>	<p>۱۲ ناتالیا^۴ (۲۰۱۰)</p>

¹ Gabriela and Smaranda

² Fuleky et al

³ Diaz

⁴ Natalya

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی، هزینه زندگی و نرخ ارز از مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری به تایلند محسوب میشوند.	بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری تایلند طی سالهای ۲۰۰۷-۱۹۹۶	چایتیپ و چایونسری ^۱ (۲۰۰۹)	۱۳
---	---	---------------------------------------	----

روش شناسی تحقیق

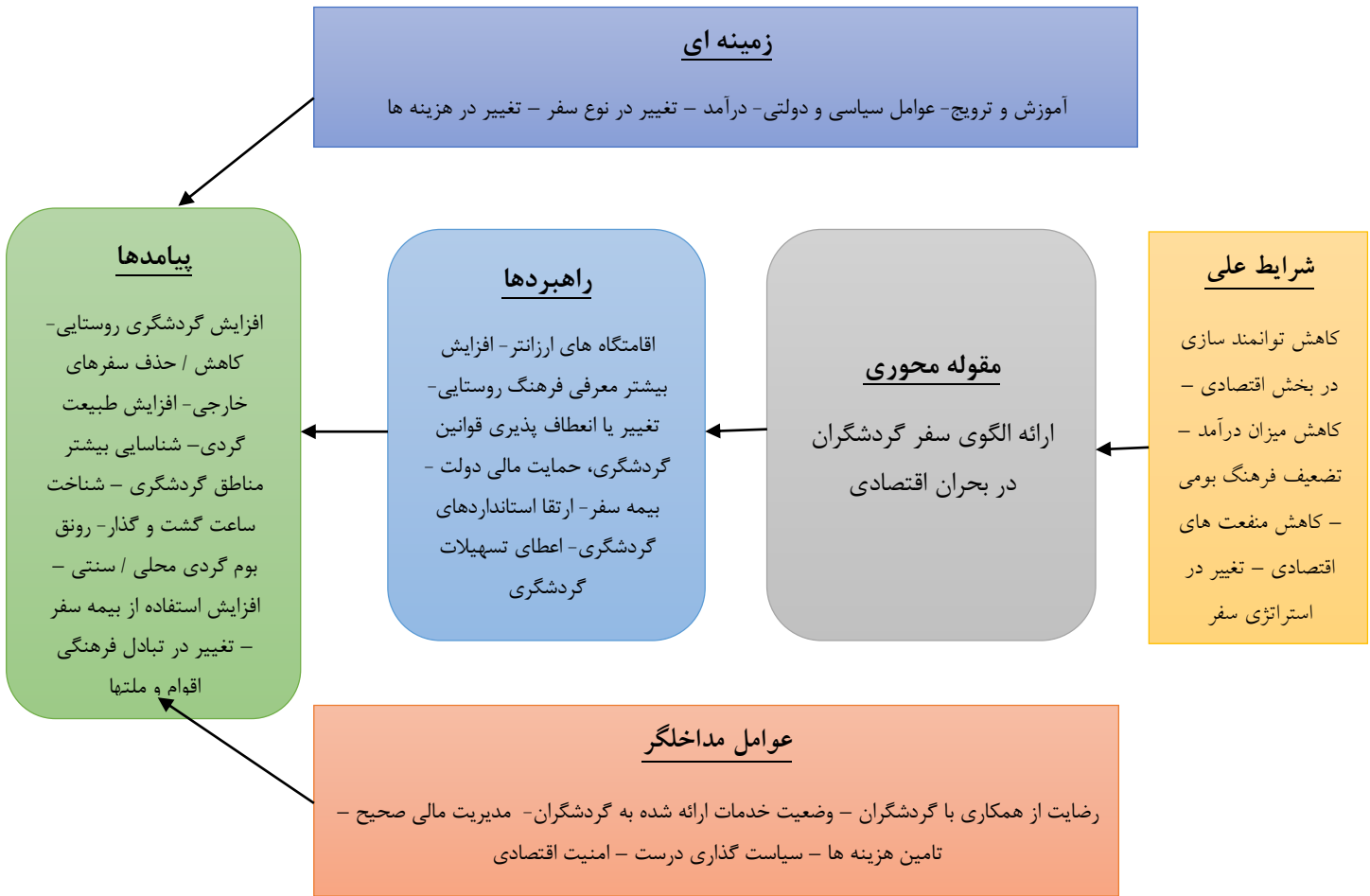
در این پژوهش نیز برای «تبیین تاثیر بحران های اقتصادی بر الگوی سفر گردشگران» ابتدا از رویکرد کیفی و به ویژه روش پژوهش نظریه ی زمینه ای استفاده شد. درگام بعد با شناسایی ابعاد پدیده ی تحت مطالعه، شاخص سازی انجام شده و با استفاده از روش های کمی یافته های بخش کیفی پژوهش، تحلیل شده و تعمیم پذیری آن ها مورد بررسی قرار می گیرد. از آنجا که هدف اصلی این پژوهش تبیین تاثیر بحران های اقتصادی بر الگوی سفر گردشگران می باشد تأکید این پژوهش ترکیبی بر بخش کیفی می باشد. در بخش کیفی این پژوهش از منظر مدیران و خبرگان، مورد تحلیل قرار می گیرد. در نتیجه جامعه آماری موردنظر، خبرگان در حوزه گردشگری و مدیریت بازاریابی هستند با توجه به موضوع مورد پژوهش از خبرگان که درگیر مسائل و موقعیت های مربوط به موضوع بوده اند، مشارکت کنندگان در پژوهش را انتخاب شد. به طوری که این افراد حامل تجربه های مرتبط با گردشگری و مدیریت بازاریابی (مدیران سازمان گردشگری) باشند و داده های مورد نیاز پژوهش از حیث تنوع و کفایت به اشباع رسید. در تحقیق حاضر ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مصاحبه‌ی نیمه ساختاریافته با خبرگان و پیاده‌سازی آن در نرم افزار MAXQDA و انجام کدگذاری باز و محوری شاخص‌ها، شناسایی و تلخیص گردید و سپس با استفاده از روش دلفی، شاخص‌ها به تأیید نهایی خبرگان رسیده و در مرحله بعد با استفاده از کدگذاری گزینشی، چارچوب نهایی مدل نهایی شکل گرفت. در بخش روش کیفی پژوهش از روش های مقایسه ای پیوسته کدگذاری های آزاد توسط پژوهشگر و افراد شرکت کننده در مصاحبه در مراحل مختلف، در جهت تطابق همگونی میان اطلاعات و مقوله‌ها، بازبینی داده‌ها نسبت به مقوله‌ها در مرحله کدگذاری محوری، مرور مکرر داده‌ها توسط پژوهشگر و شرکت کنندگان، مقایسه فرایندهای انجام شده با فرایندهای موجود در پیشینه تحقیق، استفاده از ناظران بیرونی از جمله استفاده از نظرات استادان راهنما و مشاور و سایر صاحب نظران و پژوهشگران استفاده شد که می توان گفت با به کارگیری این روش ها، سطح دقت، روایی و پایایی در شناسایی مقوله‌ها، عوامل، ملاک‌ها و نشانگرها و طراحی الگو و ابزار پژوهش مورد مطالعه افزایش یافت و به عبارت دیگر روایی از طریق متخصصان و پایایی از طریق روش بررسی مجدد یا بازدید توسط اعضاء استفاده شد.

¹ Chaitip and Chaiboonsri

جدول ۲: جدول کدگذاری باز و کدگذاری محوری داده‌ها

مقوله	مفاهیم
مقوله محوری	الگوی سفر گردشگران در بحران اقتصادی
شرایط علی	تحریم های اقتصادی، تغییر در میزان درآمد، تغییر در نوع تبلیغات جهت گردشگری، تغییر نگرش گردشگران، تغییر در سرمایه گذاری بخش گردشگری، تغییر در نگرش بخش خصوصی در گردشگری،
زمینه ای	آموزش و ترویج (آموزش گردشگری متناسب با نوع درآمد، ترویج گردشگری ارزان) عوامل سیاسی و دولتی (مشارکت و دخالت دولت در گردشگری، تغییر فعالیت های گردشگری، تغییر در ورود توریست های خارجی، تغییر مقاصد سفر) درآمد (تغییر درآمد کشورها از محل صنعت توریسم، تغییر در درآمدهای کاسبان و ذینفعان گردشگری) تغییر در نوع سفر (گرایش بیشتر به تورهای دست جمعی، کاهش سفر طولانی مدت، عدم استفاده از خدمات آژانس های سفر، افزایش پکیج های سفر با کیفیت پایین) تغییر در هزینه ها (کاهش خرید محصولات (سوغاتی)، افزایش اقامت در چادرهای مسافرتی، تغییر وسیله حمل و نقل)
عوامل مداخلگر	رضایت از همکاری با گردشگران - وضعیت خدمات ارائه شده به گردشگران - مدیریت مالی صحیح - تامین هزینه ها - سیاست گذاری درست - امنیت اقتصادی
راهبردها	اقامتگاه های ارزاتر - افزایش بیشتر معرفی فرهنگ روستایی - تغییر یا انعطاف پذیری قوانین گردشگری، حمایت مالی دولت - بیمه سفر - ارتقا استانداردهای گردشگری - اعطای تسهیلات گردشگری
پیامدها	افزایش گردشگری روستایی - کاهش / حذف سفرهای خارجی - افزایش طبیعت گردی - شناسایی بیشتر مناطق گردشگری - شناخت ساعت گشت و گذار - رونق بوم گردی محلی / سنتی - افزایش استفاده از بیمه سفر - تغییر در تبادل فرهنگی اقوام و ملتها -

با توجه به نتایج و مدل نهایی یافته های پژوهش، شرایط علی شامل تحریم های اقتصادی، تغییر در میزان درآمد، تغییر در نوع تبلیغات جهت گردشگری، تغییر نگرش گردشگران، تغییر در سرمایه گذاری بخش گردشگری، تغییر در نگرش بخش خصوصی در گردشگری بر مقوله محوری تاثیر می گذارد و به کاهش توانمند سازی در بخش اقتصادی - کاهش میزان درآمد - تضعیف فرهنگ بومی - کاهش منفعت های اقتصادی - تغییر در استراتژی سفر منجر می شود. همچنین الگوی سفر گردشگران بر اساس عوامل اقتصادی به با عواملی همچون آموزش و ترویج (آموزش گردشگری متناسب با نوع درآمد، ترویج گردشگری ارزان) عوامل سیاسی و دولتی (مشارکت و دخالت دولت در گردشگری، تغییر فعالیت های گردشگری، تغییر در ورود توریست های خارجی، تغییر مقاصد سفر) درآمد (تغییر درآمد کشورها از محل صنعت توریسم، تغییر در درآمدهای کاسبان و ذینفعان گردشگری) تغییر در نوع سفر (گرایش بیشتر به تورهای



شکل ۲: مدل پارادایمی ارائه الگوی سفر گردشگران با رویکرد عوامل اقتصادی با رویکرد داده بنیاد

نتیجه گیری

این پژوهش با هدف ارائه الگوی سفر گردشگران در بحران اقتصادی با رویکرد داده بنیاد مطالعه موردی استان هرمزگان انجام پذیرفت. نتایج حاصل از کدگذاری باز و محوری، تحریم های اقتصادی، تغییر در میزان درآمد، تغییر در نوع تبلیغات جهت گردشگری، تغییر نگرش گردشگران، تغییر در سرمایه گذاری بخش گردشگری، تغییر در نگرش بخش خصوصی در گردشگری جز شرایط علی در الگوی سفر گردشگران با رویکرد عوامل اقتصادی می باشد. همچنین عوامل زمینه ای این الگو شامل آموزش و ترویج، عوامل سیاسی و دولتی، درآمد، تغییر در نوع سفر و تغییر در هزینه ها می باشد. عوامل مداخله گر مانند رضایت از همکاری با گردشگران - وضعیت خدمات ارائه شده به گردشگران، مدیریت مالی صحیح، تامین هزینه ها، سیاست گذاری درست، امنیت اقتصادی تاثیر دارد. عوامل مداخله گر مانند رضایت از همکاری با گردشگران، وضعیت خدمات ارائه شده به گردشگران، مدیریت مالی صحیح، تامین هزینه ها، سیاست گذاری درست، امنیت اقتصادی تاثیر دارد. در ادامه راهبردهای برون رفت از این موضوع به مواردی از قبیل اقامتگاه های ارزانتر - افزایش بیشتر معرفی فرهنگ روستایی، تغییر یا انعطاف پذیری قوانین گردشگری، حمایت مالی دولت، بیمه سفر، ارتقا استانداردهای گردشگری، اعطای تسهیلات گردشگری اختصاص یافت. که این راهبردها می تواند پیامدهایی از قبیل افزایش گردشگری روستایی، کاهش / حذف

سفرهای خارجی، افزایش طبیعت گردی، شناسایی بیشتر مناطق گردشگری، شناخت ساعت گشت و گذار، رونق بوم گردی محلی / سنتی، افزایش استفاده از بیمه سفر، جلوگیری از کاهش تبادل فرهنگی اقوام و ملتها را در پی داشته باشد. نتایج این تحقیق در خصوص عامل های بدست آمده با تحقیقات نیکفال مغانلو و منصوری (۱۳۹۹) که در بخش با محل اقامت و خدمات غذا و نوشیدنی، عمادی و اصغری محبوب (۱۳۹۹) و فعالجو و نصیریان (۱۳۹۴) که در تحقیق خود اظهار میدارد الگو های سفر گردشگران شدت تحت تأثیر عوامل جهانی از جمله رسانه های انبوه می باشد جعفر و همکاران (۲۰۲۱) که تأثیرات اجتماعی، روانی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ناشی از کووید ۱۹ را بر ذینفعان مختلف گردشگری منعکس کرده است، گابریل و اسماراندا (۲۰۱۵) هزینه سفر در کشور مقصد گردشگری تأثیر منفی و متغیرهای نرخ ارز، درآمد سرانه و عادت رفتاری اثر مثبت و معنی داری بر تقاضای گردشگری دارد؛ فولکی و همکاران^۱ (۲۰۱۳) متغیرهای عادت رفتاری، درآمد سرانه و هزینه زندگی از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در این کشور محسوب میشوند و تحقیق چایتپ و چایونسری (۲۰۰۹) که اظهار میدارد تولید ناخالص داخلی، هزینه زندگی و نرخ ارز از مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری می شود، همسو بوده و همخوانی دارد. در تبیین این نتیجه می توان گفت: همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات، گردشگری به عنوان یک صنعت بین المللی که از جنبه های متفاوتی می توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. از طرف دیگر، رشد اقتصادی بر رشد این صنعت نیز تأثیر گذار است. به عبارت دیگر تأثیر گذاری دو عامل رشد اقتصادی و رشد گردشگری بر یکدیگر، تأثیری دوجانبه به نظر می رسد.

لذا از آنجائیکه درآمدهای حاصل از توسعه گردشگری برای اقتصادهایی نظیر اقتصاد ایران، این رقم قابل توجه است و می تواند تمامی فعالیت های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد. با این وجود برای دستیابی به چنین درآمد قابل حصولی می بایست برنامه ریزی جامعی صورت گرفته و سرمایه گذاری های مناسب در زمینه های سخت افزاری و نرم افزاری این صنعت صورت پذیرد کشور ایران با داشتن جاذبه های گردشگری (تاریخی، مذهبی، طبیعی) به لحاظ عدم اتخاذ سیاست های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد و این امر سبب شده است تا بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور که می تواند با توسعه گردشگری مرتفع گردد، همچنان پابرجا بماند.

در این راستا بیشتر هدف گذاری ها و وضع دستورالعمل های اجرایی معطوف به خصوصی سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی انسانی، سیاست های تشویقی ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف های مالیاتی و... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است، در حالی که چالش های پیش روی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست های جانب تقاضا را طلب می کند، بلکه سیاست گذاری ابعاد عرضه و سازماندهی ساختار فعالیت بنگاهها را می طلبد.

در پژوهش های آتی می توان با حذف آن دسته از ابعاد شناسایی شده برای هر متغیر که بارعاملی پایین تری دارند به نتایج قابل اتکاتری دست یافت. همچنین پژوهشگران آتی می توانند از دیگر نرم افزارها و رویکردها برای تحلیل داده های کیفی و بررسی برازش مدل مفهومی استفاده کنند. با وجود تلاشی که برای اجرای کامل این پژوهش صورت گرفته و ارائه چارچوبی به گسترده شدن ادبیات

¹ Gabriela and Smaranda

² Fuleky et al

³ Chaitip and Chaiboonsri

مربوط به الگوی سفر گردشگران کمک می کند، چندین محدودیت به قوت خود باقی است که باید در انجام پژوهش های آتی در نظر گرفته شود. از جمله این محدودیت ها دسترسی محدود و نبود امکان مصاحبه با همه صاحب نظران در این حوزه، نادیده گرفتن گردشگران خارجی است.

فهرست منابع

- امین رشتی، ناریس؛ فهیمی فر، فاطمه و همکاران (۱۳۹۰)، عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب غرب آسیا، فصلنامه علوم اقتصادی، شماره ۸
- خانن، مریم و کروی، مهدی (۱۳۹۰)، موانع فرهنگی توسعه گردشگری ایران. همایش مدیریت و توسعه گردشگری: چالش ها و راهکارها، تهران، دانشگاه صنعتی شریف.
- دشتبان فاروجی، مجید؛ الیاس پور، بهنام و دشتبان فاروجی، سحر (۱۳۹۸)، اثر نا اطمینانی نرخ ارز بر جریان گردشگری در ایران: رهیافت الگوی تلاطم تصادفی با اثرات اهرمی و داده های ترکیبی با تواتر متفاوت، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۲.
- دهقانفرد، سکینه و قاسمی زاد، علیرضا (۱۳۹۶)، شناسایی مشکلات توسعه صنعت گردشگری استان ساحلی بوشهر و ارائه راهکارهای مناسب، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ششم، شماره ۱۰: ۱۹۴-۱۷۸.
- رضایی، محسن (۱۳۹۷)، ارزیابی، علل و پیامدهای عمده بحران اقتصادی در ایران، فصلنامه اقتصاد مالی، سال دوازدهم / شماره ۴۲.
- صفاری، مرجان و مرادی، عرفان (۱۳۹۷)، تعیین روابط علی انگیزه های کششی و رانشی بر رفتار گردشگران ورزشی: نقش میانجی رضایت، مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، شماره ۱.
- صیدائی، سید اسکندر و زهرا هدایتی مقدم (۱۳۸۹)، نقش امنیت در توسعه گردشگری، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۸
- کاظمی، ابوطالب؛ یغفوری، حسین؛ کلانترزاده، مهسا و حاتمی، داود (۱۳۹۳)، مقایسه اثرگذاری توریسم بر رشد اقتصادی در ایران و ترکیه، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱.
- محرابی، جواد، خلیلی شورینی، سیاوش و همکاران (۱۳۹۱)، بررسی موانع توسعه گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، شماره ۹.
- مروت، حبیب و سالم علی اصغر (۱۳۹۷)، بررسی عوامل اقتصادی اجتماعی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری، فصلنامه اقتصاد کاربردی، دوره ۸، شماره ۵.
- موسایی، میثم، هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱)، بررسی جامعه شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش، راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد شوشتر، ۶ (۱۶)، ۵۰-۲۵.

- مومنی وصالیان، هوشنگ و غلامی پور، لیلا (۱۳۹۰)، تخمین تابع تقاضای گردشگری در استانهای منتخب، مجله علوم اقتصادی، سال پنجم، شماره ۱۴.
- نرگسی، شهین؛ بابکی، روح اله و عفتی، مهناز (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۹۵-۱۳۶۸)، فصلنامه اقتصاد مالیظ دوره ۱۲، شماره ۴۴، صفحه ۴۱-۶۸.
- نیکفال مغالو، ساسان و منصوری، محدثه (۱۳۹۹). تاثیر ویروس کرونا COVID-۱۹ بر صنعت گردشگری، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران، تهران
- فعالجو، حمیدرضا؛ نصیریان، ابراهیم (۱۳۹۴). تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا. فصلنامه مدیریت گردشگری. ۱۰ (۳۰): ۵۲ - ۲۵
- Bodosca, Ş, Gheorghe, G., & Nistoreanu, P. (2014). Tourist consumption behaviour before and after the crisis from 2008. In Proceedings of the 21st international economic conference (pp. 77-87). Sibiu: Procedia Economics and Finance
- Buckley, R. & Westaway, D.(2020). Mental health rescue effects of women's outdoor tourism: a role in COVID-19 recovery. *Ann. Tour. Res.*, 85 (2020), Article 103041.
- Cook Roy A, Yale Laura J, Marqua Joseph J(1999). *Tourism-The Business of Travel*. Upper Saddle River, New Jersey: Prantice-Hall Inc. 1999; 286.
- Dube, Kaitano, Godwell Nhamo, and David Chikodzi. 2021. COVID-19 pandemic and prospects for recovery of the global aviation industry. *Journal of Air Transport Management* 92: 102022.
- Fuchs, G., & Reichel, A. (2011). An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. *Tourism Management*, 32(2), 266-276.
- Huynh,. D.V. , Truong T. T. K., Duong. L. H., Nguyen N. T., Huong Dao., G.V., Ngoc Dao., D(2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies* 9: 172. <https://doi.org/10.3390/economies9040172>.
- Jaffar,.A. Riaqa ,. M. Paul., T. I. Saqlain,. R. Gulnara., M.(2021). Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry. *Current Research in Behavioral Sciences*. Volume 2, November 2021, 100033.
- Kim SS, Lee CK, Klenosky DB (2003). The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism management*. 2003 Apr 30; 24(2):169-80.
- Kozak, M., Crotts, J. C., & Law, R. (2007). The impact of the perception of risk on international travellers. *International Journal of Tourism Research*, 9(4), 233-242.

- Papatheodorou, A., & Pappas, N. (2017). Economic recession, job vulnerability, and tourism decision making: A qualitative comparative analysis. *Journal of Travel Research*, 56(5), 663–677.
- Papatheodorou, A., Roselló, J., and Honggen, X. (2010), 'Global economic crisis and tourism: consequences and perspectives', *Journal of Travel Research*, Vol 49, No 1, pp 39–45.
- Senbeto, Dagnachew Leta & H. Y. Hon, Alice (2020): The impacts of social and economic crises on tourist behaviour and expenditure: an evolutionary approach, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2018.1546674.
- Song, H., Lin, S., Witt, S. F., & Zhang, X. (2011). Impact of financial/economic crisis on demand for hotel rooms in Hong Kong. *Tourism Management*, 32(1), 172–186.
- Wieprow, Joanna, and Agnieszka Gawlik. 2021. The Use of Discriminant Analysis to Assess the Risk of Bankruptcy of Enterprises in Crisis Conditions Using the Example of the Tourism Sector in Poland. *Risks* 9: 78