

Identifying and Classifying Financial and Economic Indicators Affecting the Performance of the Hotel Industry in Yazd Province (by Structural-interpretive Model)

Faeze Sadat Mirfakhradini¹

Milad Ebrahimi²

Farzaneh Jandaghi Ardakani³

Abstract

As a significant component of the global economy, the tourism industry has seen substantial growth in recent years. Iran, a country with great tourism potential, stands to benefit from this industry in terms of economic development. However, there has been a lack of focus on performance metrics in the hotel sector, which plays a crucial role in the tourism industry. This study aims to identify financial indicators that can improve hotel performance and help managers make informed decisions. Through a structural-interpretive model, this research explores the impact of various economic indicators on the hotel industry in Yazd province, Iran. Data was collected from hotel managers and experts in the field, and indicators were analyzed using the ISM technique. The results highlight the importance of economic indicators, liquidity indicators, debt indexes, risk index, efficiency index, and profitability index in determining hotel performance. It is recommended that hotel managers prioritize economic indicators to ensure overall success and consider further research to enhance financial decision-making in the industry.

Keywords: *financial indicators, tourism, hospitality, meta composition, structural-interpretive modeling, economic indicators.*

JEL Classification: *P43, M21, M10.*

¹ Assistant Professor of Tourism, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University. mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir

² Master of Financial Management, Yazd University. ebrahimi.mmilad@gmail.com

³ PhD student in financial management, Yazd University. Farzaneh.jandaghi.ardakani@gmail.com

Introduction

Over the past few decades, tourism has emerged as a crucial component of the global economy, contributing significantly to economic development and growth. The hotel industry, as a critical subfield of tourism, plays a pivotal role in this sector. Particularly in less developed countries like Iran, tourism holds immense potential to enhance income levels and alleviate poverty. With its high tourist attraction potential, Iran benefits significantly from the growth of the tourism industry. However, the hotel sector within the tourism industry has received limited attention about performance metrics to enhance operational efficiency and overall performance. Hotel managers must utilize practical management tools to optimize results and prevent poor performance outcomes. By identifying critical financial indicators, managers in the hotel industry can make informed decisions to enhance performance. This study aims to provide an overview of new knowledge in the field and encourage further research, offering valuable insights for students and professionals in the industry. By expanding the existing literature, this research equips hotel managers with improved financial decision-making tools, aiming to 1) identify financial indicators in the hotel industry and 2) assess the significance of these indicators in influencing performance levels.

Purpose and Method

This research presents a structural-interpretive model of financial indicators impacting the hotel industry's performance in Yazd province. Data collection was carried out through interviews with hotel managers in the region. A meta-synthesis approach was used to identify performance management criteria in the hotel industry, combining insights from multiple sources, including books, articles, and other relevant literature. The study method did not rely on Delphi and thoroughly reviewed scientific sources. The Interpretive Structural Modeling (ISM) technique was utilized to categorize indicators based on their significance levels. Questionnaires were distributed among hotel managers and experienced tourism and hotel management professors, totaling 11 experts, to solicit insights and opinions.

Results and Discussion

Economic indicators, such as GDP, economic growth, employment rate, and economic strength, emerged as critical factors influencing the hotel industry at a macroeconomic level, occupying the top tier of influence. Liquidity indicators, including cash reserves, current account, and investment volume, as well as debt and risk factors related to financial instability, were categorized in the second tier of influence. Efficiency indicators, encompassing operational efficiency metrics and investment productivity, were also crucial factors impacting hotel performance. Profitability indicators, such as profit margin and growth rate, were the most influential elements driving hotel industry performance. These indicators are crucial for shaping the industry's financial decisions and operational strategies. Economic indicators are pivotal in influencing other criteria and indicators within the hotel industry, underscoring their significance for overall performance optimization. Future research avenues could further explore additional financial and economic indicators to enhance hotels' operational efficiency and financial health. The findings of this study provide valuable insights for managers and policymakers, aiding in developing effective strategies to improve financial and economic indicators in the hotel industry, ultimately enhancing customer satisfaction and operational performance.

شناسایی و طبقه‌بندی شاخص‌های مالی و اقتصادی موثر بر عملکرد صنعت هتلداری استان یزد (با استفاده از مدل ساختاری-تفسیری)

فائزه السادات میرفخرالدینی*

استادیار گردشگری دانشگاه یزد، mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir

میلاذ ابراهیمی

کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه یزد، ebrahimi.mmilad@gmail.com

فرزانه جندقی اردکانی

دانشجو دکتری مدیریت مالی دانشگاه یزد، Farzaneh.jandaghi.ardakani@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۰۲

چکیده

امروزه صنعت گردشگری و به دنبال آن صنعت هتلداری را می‌توان بعنوان یکی مهم‌ترین عوامل رشد و توسعه اقتصاد جهان در نظر گرفت و تأثیر شاخص‌های مالی و اقتصادی بر عملکرد این صنعت غیرقابل چشم‌پوشی است. در این راستا هدف این پژوهش، برای سطح‌بندی شاخص‌های مالی و اقتصادی در صنعت هتلداری استان یزد می‌باشد. برای انجام‌دادن این پژوهش با استفاده از تکنیک فراترکیب و همچنین با استفاده از نظر متخصصان به بررسی شاخص‌های مالی و اقتصادی اثرگذار در صنعت هتلداری استان یزد پرداخته و شش شاخص مالی اثرگذار در صنعت هتلداری شناسایی شدند. سپس با استفاده از تکنیک مدل‌سازی ساختاری تفسیری و با استفاده از ابزار پرسشنامه، عوامل در سه گروه سطح‌بندی شد. در ادامه، پس از مشخص‌شدن سطوح هر یک از عوامل و همچنین با در نظر گرفتن ماتریس در دسترس‌پذیری نهایی، مدل نهایی ساختار تفسیری ترسیم شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، سطح اول که تأثیرپذیرترین معیار هم می‌باشند، شامل شاخص سودآوری هستند. سطح دوم شاخص بدهی، نقدینگی، کارایی - فعالیت و ریسک و در نهایت سطح سوم، شاخص‌های اقتصادی را شامل می‌شود که بیشترین تأثیرگذاری را دارند. شاخص سودآوری بیشتر تحت تأثیر سایر عوامل بوده و جزو عناصر اثرپذیر هستند. متغیرهایی همچون شاخص اقتصادی جزو متغیرهای کلیدی و پیشران به شمار می‌رود همچنین متغیرهای بدهی، ریسک، نقدینگی، کارایی جزو متغیرهای پیوندی بوده و در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیر باعث تغییر سایر متغیرها می‌شود.

واژه‌های کلیدی: شاخص‌های مالی، گردشگری، هتلداری، فراترکیب، مدل‌سازی ساختاری - تفسیری، شاخص‌های اقتصادی.

طبقه‌بندی JEL: M21، M10، P43.

۱- مقدمه

در چند دهه گذشته صنعت گردشگری که یکی از زیرشاخه‌های اصلی آن صنعت هتلداری می‌باشد بعنوان یکی از مهم‌ترین رکن‌های موجود برای توسعه و رشد اقتصاد جهان در نظر گرفته شده است. از آنجایی که در حال حاضر این صنعت در بین سه صنایع سودآور درجه اول دنیا قرار دارد، در کشورهای کمتر توسعه یافته مثل ایران این صنعت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد چرا که می‌تواند سطح درآمد را به طور قابل توجه بالا برده و میزان فقر را کاهش دهد.

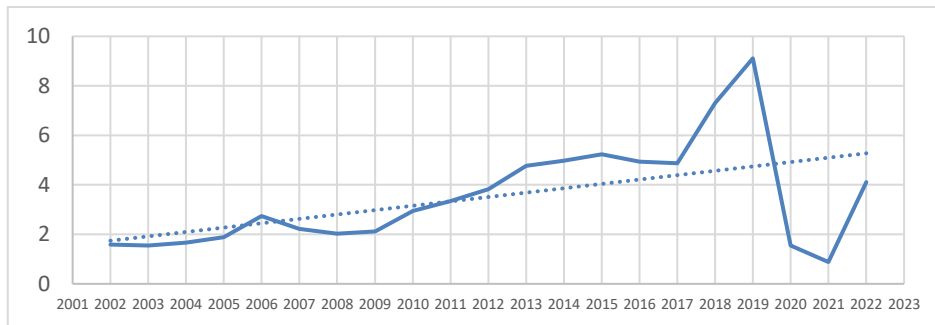
با توجه به آمار سازمان جهانی گردشگری^۱ ورود گردشگران پس از همه‌گیری کرونا روبه‌رشد گزارش شده است. بطوری که در سال ۲۰۲۲ تعداد گردشگر خارجی ورودی به ایران با رشد ۳۶۵ درصدی به ۴.۱۱ میلیون نفر رسیده است. اما با این وجود سهم ایران از ورود گردشگران خارجی همچنان اندک و تنها حدود ۰.۴ درصد از کل گردشگران خارجی در سال ۲۰۲۲ بوده است. (**Error! Reference source not found.**) یکی از دلایل عمده آن را می‌توان تصویر نامناسب از ایران در بازار جهانی گردشگری دانست. در نتیجه این تصاویر ناعادلانه، تصور اصلی ایران در ذهن گردشگران بین‌المللی، به‌ویژه بازدیدکنندگان از آمریکای شمالی و اروپا، کشوری آشفته است (خدادادی^۲، ۲۰۱۶). از طرفی ایران کشوری است که پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد. اما صنعت گردشگری و به تبع آن هتلداری در ایران آنطور که شایسته است توسعه نیافته است (علامه و همکاران^۳، ۲۰۱۵). یکی از علل آن را می‌توان اتکای ایران به درآمدهای نفتی، که اقتصاد تک بعدی ایجاد کرده است، دانست. سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و هتلداری را می‌توان یکی از معقول‌ترین راه‌ها برای ایجاد یک اقتصاد چند بعدی دانست. گردشگری و به تبع آن هتلداری می‌تواند منبع درآمدی جایگزین برای کشور باشد و از نظر اقتصادی می‌تواند منجر به افزایش تولید ناخالص داخلی و تولید ناخالص ملی در ایران و رونق اقتصاد ملی در بلندمدت شود (نعمت‌پور و همکاران^۴، ۲۰۲۱).

¹ UNWTO

² Khodadadi

³ Allameh et al.

⁴ Nematpour et al.



شکل (۱): تعداد گردشگران ورودی به ایران

منبع: یافته‌های تحقیق

بطور کلی صنعت گردشگری در ایران از ظرفیت بسیار بالایی برخوردار می‌باشد. ایران از لحاظ بناها و آثار تاریخی جزو ۹ کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه های اکوتوریستی در میان ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد (زارعی متین و همکاران^۱، ۱۳۹۱). همچنین، شهر یزد یکی از مقاصد گردشگری در ایران و بویژه در حوزه گردشگری خارجی است. این شهر در سال ۱۳۹۶، بعنوان نخستین شهر تاریخی ایران و بیست و دومین اثر تاریخی کشور در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید (بقایی نیا و همکاران^۲، ۱۴۰۰). با این وجود توجه کمی به معیارهای مالی برای بهبود عملکرد هتل‌ها بخصوص هتل‌های استان یزد شده است. از این رو توجه به شاخص‌های مالی و اقتصادی در سطح هتل‌های استان یزد امری ضروری بحساب می‌آید.

با گذشته زمان و تحولات رو به رشد صنعتی و فناوری، اهمیت شاخص‌های غیرمالی در ارزیابی عملکرد کسب و کار نیز افزایش یافته است. از دهه ۹۰ به بعد، عواملی مانند نظرسنجی مشتریان، نگرش و رضایت آن‌ها، نوآوری، کیفیت محصولات و خدمات، پایداری محیطی و اجتماعی، توانایی رقابتی و سرمایه انسانی به عنوان شاخص‌های مهم در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها مورد توجه قرار گرفته‌اند. با این حال، هنوز شاخص‌های مالی نیز اهمیت زیادی در ارزیابی عملکرد کسب و کار دارند. شاخص‌های مالی مانند سودآوری، رشد درآمد، نسبت هزینه به فروش، بازده سرمایه گذاری، نقدینگی و سایر شاخص‌های مالی برای مدیران و سرمایه‌گذاران به عنوان نشانگرهای اصلی عملکرد مالی

¹ Zarei Matin et al. (2012)

² Baghaeiniya et al. (2021)

و اقتصادی شرکت‌ها بسیار ارزشمند هستند. استفاده از شاخص‌های مالی در ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و کسب و کارها از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. این شاخص‌ها به مدیران کمک می‌کنند تا عملکرد مالی شرکت را در زمان اندازه‌گیری کرده و با هدف‌ها و استراتژی‌های تعیین شده مقایسه کنند. همچنین، این شاخص‌ها به سرمایه‌گذاران اطلاعات دقیق و قابل اعتماد درباره عملکرد مالی شرکت را فراهم می‌کنند و آن‌ها را در اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری کمک می‌کنند. به طور کلی، استفاده از شاخص‌های مالی به مدیران کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی مناسب برای آینده کسب و کار خود انجام دهند و تصمیمات استراتژیک را بر اساس داده‌های قابل اعتماد و قابل اطمینان بگیرند.

در صنعت مهمان‌نوازی، مدیران وظیفه دارند از دارایی‌های سرمایه‌گذاری شده مالکان برای افزایش درآمدها و کاهش هزینه‌ها برای دستیابی به سود خالص مطلوب استفاده کنند (تسای و همکاران^۱، ۲۰۲۱). این موضوع در صنعت هتلداری نیز صادق است، جایی که بازده برای سرمایه‌گذاران در یک محیط اقتصادی دشوار حیاتی شده است و بهبود در درآمدها و هزینه‌ها می‌تواند منجر به سودآوری بالاتر شود. با این حال، برای دستیابی به این امر، استانداردها باید در همه سطوح بهبود یابند که نیازمند رویکرد حرفه‌ای‌تری به مدیریت است (لیتلی جان و واتسون^۲، ۲۰۰۴). همچنین در این راستا شناسایی شاخص‌های مالی اثرگذار بر این صنعت کمک کننده می‌باشد. از طرفی صنعت مهمان‌نوازی کاملاً سرمایه‌بر است (کارادنیز و همکاران^۳، ۲۰۰۹) که مدیران در تمام سطوح را ملزم به داشتن مهارت‌های مدیریت مالی کافی و دسترسی به استراتژی‌ها برای دستیابی به هدف مدیریت مالی افزایش یا ایجاد ارزش برای مالکان می‌کند.

از این جهت مدیران هتل‌ها باید با شناسایی شاخص‌های موثر مالی بر هتل‌ها توجه کنند تا در این راستا افراد در صنعت هتلداری بتوانند شاخص‌ها را براساس جایگاهشان در نظرگیرند و باتوجه به آن‌ها عملکرد خود را ارتقاء دهند. این پژوهش به افراد فعال در صنعت هتلداری کمک می‌کند تا بتوانند با توجه به موقعیت خود، شاخص‌های مهم را در نظر بگیرند و عملکرد خود را بهبود بخشند. این مطالعه همچنین سعی دارد

¹ Tsai et al.

² Littlejohn & Watson

³ Karadeniz et al.

دانشجویان و متخصصان را با یک نگاه کلی به دانش جدید در این زمینه آشنا کند و تحقیقات عمیق بیشتری را ترغیب به انجام کند. این تحقیق از طریق گسترش ادبیات، به مدیران هتل ابزارهای بهتری برای تصمیم‌گیری مالی ارائه می‌دهد. از این جهت هدف از این پژوهش: (۱) شناسایی شاخص‌های مالی موثر بر صنعت هتلداری، (۲) سطح‌بندی شاخص‌های شناسایی شده در صنعت هتلداری می‌باشد. در این تحقیق برای یافتن شاخص‌ها از تکنیک فراترکیب (متاسنتز^۱) و برای سطح‌بندی شاخص‌ها از روش مدلسازی ساختاری - تفسیری^۲ استفاده شد و در نهایت نیز تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ-وابستگی (تجزیه و تحلیل میک-مک^۳) انجام می‌شود.

۲- ادبیات موضوع

۲-۱- گردشگری

گردشگری فعالیت مسافرت و اقامت در مکان‌هایی خارج از محیط معمولی برای اوقات فراغت، کسب و کار یا اهداف دیگر است. این شامل مجموعه‌ای از تجربیات، از جمله بازدید از جاذبه‌ها، کاوش در میراث طبیعی و فرهنگی، شرکت در فعالیت‌های تفریحی، و تعامل با جوامع محلی است. گردشگری می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد، محیط زیست و بافت اجتماعی یک مقصد داشته باشد و آن را به یک رشته تحصیلی پیچیده و چند رشته‌ای تبدیل کند (هالر^۴، ۲۰۲۱). صنعت گردشگری یکی از بخش‌های اولویت‌دار توسعه اقتصادی در بسیاری از کشورها است که به توزیع مجدد ثروت، کاهش فقر و بهبود سطح اشتغال کمک می‌کند (یاتسنکو و کوتننکو^۵، ۲۰۱۸). گردشگری یک بخش خدماتی در حال رشد سریع در اقتصاد جهان است. افزایش جریان گردشگران می‌تواند تأثیرات اقتصادی مثبت زیادی بر کشورهای میزبان از نظر درآمد، اشتغال و درآمدهای ارزی داشته باشد. امروزه بسیاری از کشورهای در حال توسعه به گردشگری به عنوان راهی بالقوه برای توسعه اقتصادی و انسانی نگاه می‌کنند. این تصور برای برخی از آنها نسبتاً جدید است و نشان دهنده افزایش سریع تعداد گردشگران و درآمد بسیاری از

¹ Meta-synthesis

² Interpretive structural modeling

³ MICMAC

⁴ Haller

⁵ Yatsenko & Kovtunenکو

کشورهای در حال توسعه در سال‌های اخیر است (خوشنویس یزدی و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

۲-۲- صنعت هتلداری

صنعت هتلداری بخش مهمی از اقتصاد است که اقامت، غذا و سایر خدمات را به مسافران و گردشگران ارائه می‌کند. این صنعت بسیار رقابتی و متنوع است و طیفی از افراد را از هتل‌های مستقل کوچک گرفته تا زنجیره‌های بزرگ چندملیتی را در خود جای داده است. عملکرد صنعت هتلداری تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله شرایط اقتصادی، ترجیحات مصرف‌کننده و پیشرفت‌های تکنولوژیکی قرار می‌گیرد (دمیانویچ و همکاران^۲، ۲۰۲۰). هتلداری همواره با مسائل و مشکلات زیادی سروکار دارد که برای ایجاد کارایی باید این مشکلات حل شود. هتل‌ها را میتوان یک سازمان مالی-تعاملی در نظر گرفت که بین گردشگران و کارکنان هتل تعامل اجتماعی وجود دارد و همچنین نوعی تعامل مالی بین هتل و گردشگران، هتل و کارکنان و ذی‌نفعان و عرضه‌کنندگان بیرونی برقرار می‌باشد. بنابراین عوامل بی شماری می‌تواند بخش مالی این صنعت را تحت تأثیر قرار دهد حتی عواملی مانند جنگ، بیماری. سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری و هتل باعث افزایش اشتغال در اقتصاد کلان می‌شود. هتل‌های متوسط (از نظر اندازه) بیشترین سهم را در اشتغال در کل اقتصاد دارند. با افزایش سرمایه‌گذاری در هتل‌ها، نه تنها صنعت هتلداری شاهد افزایش اشتغال است، بلکه بخش‌های اقتصادی مرتبط نیز شاهد افزایش اشتغال هستند (دوگرو و همکاران^۳، ۲۰۲۰). صنعت هتلداری به عنوان یک صنعت چرخه‌ای در نظر گرفته می‌شود که نسبت به وضعیت اقتصادی بسیار حساس است. دلیل آن این است که شرکت‌های هتلداری هزینه‌های ثابت (هزینه‌هایی که همه شرکت‌ها صرف نظر از تولیدشان متحمل می‌شوند) زیادی نسبت به هزینه‌های متغیر (هزینه‌هایی که با افزایش یا کاهش تولید تغییر پیدا می‌کنند) دارند که به معنای ریسک عملیاتی بیشتر برای این شرکت‌ها است. این صنعت به شرایط کسب و کار بسیار حساس هستند زیرا در اقتصادی که در شرایط رکود به سر می‌برد، شرکت‌های هتلداری نمی‌توانند هزینه‌های خود را در پاسخ به کاهش فروش با کاهش

¹ Khoshnevis Yazdi et al.

² Damnjanović et al.

³ Dogru et al.

تولید، کاهش دهند. بنابراین سود هتل‌ها نوسان بیشتری خواهد داشت (چن^۱، ۲۰۱۰). همچنین کسب و کار هتلداری به شدت تحت تأثیر فصلی بودن، اقتصادی بودن و توانایی مدیریتی در میان عوامل دیگر قرار دارد و بنابراین نتایج عملیاتی هتل‌ها می‌تواند به طور قابل توجهی نوسان داشته باشد یکی از راه‌های جبران سطح ریسک بالاتر تجاری، استفاده از ساختار سرمایه نسبتاً محافظه‌کار مانند دارایی بالا در مقابل بدهی کم (الگونمی^۲، ۲۰۰۲).

۲-۳- شاخص‌های مالی

مدیریت مالی بخش مهمی از هر کسب و کاری است صرف نظر از هر اندازه و صنعتی که به آن تعلق دارد. توجه به شاخص‌های مالی به عنوان معیارهایی برای سنجش عملکرد مالی ضروری و لازم است به همین ترتیب، در هر سازمانی از جمله در صنعت هتلداری مدیریت امور مالی را مورد توجه ویژه قرار داد. مدیریت مالی برای ردیابی هزینه‌های جاری هتل مهم است تا اطمینان حاصل شود که بودجه‌های تخصیص داده شده بیشتر از آن نیست (آلوارز و همکاران^۳، ۲۰۲۱). در نتیجه شاخص‌های مالی برای اندازه‌گیری عملکرد شرکت‌های هتلداری در صنعت هتلداری بسیار مهم هستند (پیرونی و سلماسی^۴، ۲۰۱۷). شاخص‌های مالی مجموعه‌ای از معیارها هستند که برای اندازه‌گیری عملکرد مالی یک شرکت یا سازمان استفاده می‌شوند. این شاخص‌ها را می‌توان به دو دسته شاخص‌های مالی و غیر مالی تقسیم کرد. شاخص‌های مالی معیارهای کمی هستند که سلامت مالی یک شرکت مانند درآمد، حاشیه سود و بازگشت سرمایه را منعکس می‌کنند. شاخص‌های غیرمالی معیارهای کیفی هستند که عملکرد شرکت را در زمینه‌هایی مانند رضایت مشتری، مشارکت کارکنان و تأثیرات زیست‌محیطی منعکس می‌کنند (کوتان^۵، ۲۰۱۵).

بطور کلی جاگلز (۲۰۰۶) عنوان کرد معیارهایی که به بهترین نحو عملکرد مالی صنعت هتلداری را نشان می‌دهند عبارتند از: نقدینگی، توان پرداخت بدهی، فعالیت، سودآوری و شاخص‌های عملیاتی. شاخص کارایی-فعالیت نشان‌دهنده توانایی یک هتل در

¹ Chen

² Elgonemy

³ Alvarez et al.

⁴ Pieroni & Salmasi

⁵ Kotāne

بهره‌وری منابع و دارایی‌ها است و می‌تواند بر روی سودآوری و نقدینگی هتل تأثیر بگذارد. به طور کلی، افزایش کارایی فعالیت می‌تواند منجر به افزایش سودآوری و بهبود عملکرد مالی هتل شود (شین^۱، ۲۰۲۳). در حالی که نسبت‌های نقدینگی توانایی شرکت برای انجام تعهدات کوتاه‌مدت خود را اندازه‌گیری می‌کنند، از سوی دیگر، نسبت‌های سودآوری، عملکرد کلی توانایی هتل در تولید درآمد و بازده درآمد و سرمایه‌گذاری آن را ارزیابی می‌کنند (میریانی، ۲۰۲۳). همچنین این صنعت به شرایط کسب و کار بسیار حساس می‌باشد زیرا در اقتصادی که در شرایط رکود به سر می‌برد، شرکت‌های هتلداری نمی‌توانند هزینه‌های خود را در پاسخ به کاهش فروش با کاهش تولید، کاهش دهند (چن، ۲۰۱۰).

نتایج تجربی نشان می‌دهد بهبود عملکرد مالی هتل‌ها و افزایش درآمدهای صنعت گردشگری منجر به رشد سطح تولید ناخالص داخلی فعلی و سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی و انسانی می‌شود. همچنین سرمایه‌گذاری در هتل باعث افزایش کارایی در اقتصاد کلی صنعت گردشگری می‌شود. با افزایش سرمایه‌گذاری در هتل‌ها نه تنها شاهد افزایش اشتغال بلکه بخش‌های اقتصادی مرتبط نیز شاهد رشد و پیشرفت هستند (پرونکا و سوکیازیس^۲، ۲۰۰۸). همچنین همانطور که تجزیه و تحلیل داده‌ها و هوش تجاری تا حد زیادی بر عملکرد تجاری صنعت هتلداری تأثیر گذاشته است، امروزه پیشرفت تدریجی هوش مصنوعی در مدیریت هتل می‌تواند عملکرد شرکت را نیز بهبود بخشد (هاریف و همکاران^۳، ۲۰۲۲).

۲-۴- پیشینه پژوهش

مطالعه‌ای توسط سینقی^۴ (۲۰۱۰) انجام شد، که در آن این نویسنده حدود صد تحقیق در مورد مدیریت هتل را مرور کرد، و سه بعد را در عملکرد صنعت هتلداری، یعنی مالی، عملیاتی و سازمانی شناسایی کرد.

موچاریرا و همکاران^۵ (۲۰۱۹) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که نسبت‌های نقدینگی توانایی شرکت برای انجام تعهدات کوتاه‌مدت خود را اندازه‌گیری می‌کنند،

¹ Qin et al.

² Proença & Soukiazis

³ Harif et al.

⁴ Sainaghi

⁵ Mucharreira et al.

نسبت‌های فعالیت، کارایی شرکت را در مدیریت دارایی‌هایش می‌سنجد. از سوی دیگر، نسبت‌های سودآوری، عملکرد کلی توانایی شرکت در تولید درآمد و بازده درآمد و سرمایه‌گذاری آن را ارزیابی می‌کنند. همچنین وی به این نتیجه رسید که رابطه منفی بین شاخص بدهی (که از تقسیم کل بدهی به کل دارایی بدست می‌آید) با متغیرهای اندازه شرکت، تعداد مهمان و درآمد گردشگری وجود دارد و همچنین رابطه مثبت با درآمد کل صنعت و نرخ رشد شرکت داشته است.

دیز و کین^۱ (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با بررسی مشکلات صنعت گردشگری به این نتایج رسیدند که کمبود منابع مالی یک چالش رایج است که مانع توسعه گردشگری می‌شود و در نتیجه تعدادی از مقاصد محبوب به تدریج در حال نابودی هستند. هدف بخش مالی گردشگری، تعیین معیارهایی است که بر اساس آن پروژه‌های گردشگری دارای ارزش بالا باید بودجه سرمایه‌گذاری دریافت کنند همچنین نیازهای مالی یک سازمان گردشگری برای تصمیم‌گیری بهتر در مورد ساختار سرمایه (یعنی بدهی و/یا حقوق صاحبان سهام) به طور مناسب برای به حداقل رساندن میانگین موزون هزینه سرمایه ارزیابی شود.

سیکاروار (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای شواهدی را ارائه می‌دهد که نشان می‌دهد شرکت‌ها در طول بیماری همه‌گیر کرونا با ریسک ارزی به‌طور قابل‌توجهی مواجه بودند که به موجب آن متغیرهای خاص شرکت مانند اهرم کارایی عملیاتی و پوشش ریسک عوامل تعیین‌کننده مهم ریسک ارزش شرکت‌ها در صنعت گردشگری هستند.

ویکاریو و همکاران (۲۰۲۲) به بررسی اثرات شهرت هتل در رابطه بین عملکرد محیطی و عملکرد مالی هتل‌ها پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که هتل‌هایی که برای عملکرد زیست‌محیطی تلاش می‌کنند، عملکرد مالی بهتری به دست می‌آورند و شهرت هتل نقش تعدیل‌کننده تعیین‌کننده‌ای در این رابطه دارد.

میرزایی و جلیلی^۲ (۱۳۹۰) به بررسی آماری تأثیر توسعه گردشگری بر رشد تولید ناخالص داخلی (مقایسه ایران و کشورهای منتخب) پرداختند. توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبتی بر رشد تولید ناخالص داخلی در کشورهای منقطه‌خاورمیانه دارد و همچنین در کشورهای صادرکننده نفت صنعت گردشگری اثر کمتری روی رشد اقتصادی

¹ Diaz & Kien

² Mirzaei & Jalili (2011)

دارد. همچنین حسنوند و همکاران^۱ (۱۳۹۳) در تحقیقی در بازه زمانی ۱۹۹-۲۰۱۱ در بین کشورهای در حال توسعه (شامل کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین) به رابطه مثبت بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی رسیدند.

مطالعات در داخل ایران کارایی هتل‌ها را از منظرهای مختلفی بررسی کرده‌اند. بطور مثال اسعدی و همکاران^۲ (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به تحلیل کیفیت خدمات پرداختند. نویسندگان در سطح هتل‌های سنتی شهرستان یزد به این نتیجه رسیدند که امکانات فیزیکی هتل مانند تسهیلات ورزشی، اغذیه و مواد نوشیدنی، رفتار کارکنان، بهداشتی، فضای سنتی داخل هتل و سیستم پاسخگویی و ارائه خدمات به عنوان عوامل موثر بر کیفیت خدمات هتل‌های سنتی به شمار می‌رود. همچنین نتایج تحلیل عملکرد نشان می‌دهد که عوامل تسهیلات ورزشی، اغذیه و نوشیدنی، رفتار کارکنان و سیستم پاسخگویی شکاف معناداری بین اهمیت و ادراک گردشگران وجود دارد.

همچنین کروب و میرفخرالدینی^۳ (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «اولویت بندی معیارهای مدیریت عملکرد سازمانی برای صنعت هتل داری» به بررسی مقالات، پژوهش‌ها، کتب و منابع گوناگون، معیارهایی برای مدیریت عملکرد سازمانی در صنعت هتلداری در سه دسته بندی کلی پیشران‌ها، ابعاد و نتایج عملکرد، استخراج کردند.

اخباری آزاد و همکاران^۴ (۱۳۹۸) در پژوهشی با استفاده از داده‌های تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم یافته به بررسی تأثیر انواع سرمایه شامل سرمایه طبیعی، سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه مالی، نوآوری و سرمایه خارجی بر توسعه گردشگری در دو گروه از کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته و نوظهور طی دوره ۲۰۱۷-۲۰۰۷ پرداخت که نتایج نشان داد کلیه انواع سرمایه با ضرایب متفاوت بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فاطمی نسب و همکاران^۵ (۱۴۰۰) در تحقیقی به این یافته رسیدند که گردش مالی آسان در کشور مبدا و استفاده از ابزارهای مالی راحت برای تامین مالی گردشگران

¹ Hassanvand et al.(2014)

² Asadi et al. (2017)

³ Karobi & Mirfakhrodini (2018)

⁴ Akhbariazad et al. (2019)

⁵ Fateminasab et al. (2021)

زمینه توسعه صنعت گردشگری را فراهم می‌کند که در نهایت موجب رشد اقتصاد نیز می‌شود.

با توجه به مطالعات انجام گرفته می‌توان دریافت که تاکنون مطالعه جامعی از عوامل و شاخص‌های مالی اثرگذار بر صنعت هتلداری و همچنین سطح بندی این شاخص‌ها بخصوص در ایران انجام نگرفته است. این نقص در مطالعات قبلی، نشان دهنده یک خلأ تحقیقاتی مهم است که توسعه‌ی مطالعات در این زمینه را نیازمند است. از این رو این مطالعه علاوه بر شناسایی شاخص‌های مالی موثر بر عملکرد صنعت هتلداری به سطح بندی شاخص‌ها نیز می‌پردازد که می‌تواند درک بهتر و عمیق‌تری از شاخص‌های مالی ارائه دهد. از این رو این مطالعه دارای نوآوری می‌باشد.

۳- روش تحقیق

با توجه به اینکه هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت بندی شاخص‌های مالی در سطح هتل‌ها است. می‌توان گفت این تحقیق از نظر هدف، کاربردی است. قلمرو پژوهش مدیریت عملکرد در سطح سازمانی هتل‌های شهرستان یزد است که در بازه زمانی بهار ۱۴۰۲ داده‌ها جمع‌آوری و تحلیل شده‌اند. در این تحقیق به دلیل ماهیت کار صورت گرفته و همچنین استفاده از تکنیک ISM، از پرسشنامه به منظور جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. در این تحقیق از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شده است. افراد شرکت کننده در این مرحله از بین مدیران هتل‌ها و اساتید مجرب در حوزه گردشگری و هتلداری انتخاب شدند که شامل ۱۱ نفر از خبرگان و مدیران آشنا با مفاهیم مدیریت عملکرد بودند. ۴ نفر از خبرگان، اساتید دانشگاه و ۷ نفر از مدیران ارشد هتل‌ها بودند که دارای سابقه‌ای بیش از ۱۰ سال در زمینه مدیریت هتل و حدود ۹۰ درصد آنها علاوه بر تجربه و تخصص، مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و بالاتر داشتند. برای سنجش و ارزیابی پرسشنامه و یا هر ابزار سنجشی، از ملاک روایی استفاده می‌شود. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه، از روایی صوری استفاده شد، بدین‌صورت که پرسشنامه توسط چند نفر از صاحب‌نظران و خبرگان بررسی و اصلاحات لازم اعمال شد و بدین طریق روایی صوری پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفت. در این تحقیق پس از استخراج شاخص‌های مالی اثرگذار در عملکرد صنعت هتلداری، نحوه‌ی اثرپذیری و اثرگذاری عوامل بر یکدیگر بررسی و با استفاده از مدل‌سازی ساختاری تفسیری سطح‌بندی شدند. لازم به ذکر است در بخش فراترکیب با رسیدن به اشباع

نظری در خصوص شناسایی متغیرها، بررسی‌ها به پایان رسید و متغیرها برای تایید و نهایی شدن توسط ۴ نفر از خبرگان مورد بازبینی و بررسی قرار گرفت.

این مقاله شامل دو قسمت است: در ابتدا برای بیان مسئله و ضرورت تحقیق و بررسی پیشینه پژوهش و شناسایی معیارهای مدیریت عملکرد در صنعت هتلداری، منابع مختلف شامل؛ کتب، مقالات و سایر منابع در دسترس در زمینه مسئله پژوهش با روش فراترکیب (متاسننز) مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. روش‌های متعددی برای انجام فراترکیب پیشنهاد شده است که الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^۱ (۲۰۰۷) بیشترین کاربرد را دارد و در این مقاله نیز از این روش استفاده شده است.

در قسمت دوم به منظور طراحی چارچوب سطح‌بندی روابط بین معیارها از روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری استفاده شده است. مدل‌سازی ساختاری - تفسیری روشی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر بر عناصر دیگر است. این روش ترتیب و جهت روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم را بررسی می‌کند. به بیان دیگر ابزاری است که پیچیدگی روابط بین عناصر شکل‌دهنده یک سیستم قابل تحلیل می‌کند. این روش چگونگی تأثیرگذاری هر یک از عناصر را بر یکدیگر (جهت و شدت رابطه) در یک ساختار سلسله مراتبی مشخص می‌کند و در نهایت نیز تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ - وابستگی (تجزیه و تحلیل میک - مک) انجام می‌شود. جمع سطری و ستونی اعداد در ماتریس دستیابی نهایی برای هر عامل به ترتیب بیان‌کننده میزان نفوذ و میزان وابستگی است. با در نظر گرفتن قدرت نفوذ و وابستگی عوامل، چهار گروه از عناصر شناسایی می‌شود:

- خودمختار: عواملی که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیف دارند
- وابسته: عواملی که قدرت نفوذ کم و وابستگی شدید دارند
- متصل (پیوندی): عواملی که قدرت نفوذ زیاد و وابستگی زیاد دارند
- مستقل: عواملی که قدرت نفوذ قوی، ولی وابستگی ضعیف دارند.

۳-۱- فراترکیب

در ابتدا برای بیان مسئله و شناسایی شاخص‌های مالی اثرگذار در عملکرد صنعت هتلداری، منابع مختلف شامل؛ کتب، مقالات و سایر منابع در دسترس در زمینه مسئله

^۱ Sandelowski & Barroso

پژوهش با روش فراترکیب (متاسنتز) مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. روش‌های متعددی برای انجام فراترکیب پیشنهاد شده است که الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) بیشترین کاربرد را دارد و در این مقاله نیز از این روش استفاده شده است. هفت گام این رویکرد عبارتند از:

گام یک: تنظیم سوال های پژوهش: سوال اصلی پژوهش در بیان مسئله پژوهش نیز به آن اشاره شده است. سوال عبارتند از:

۱. شاخص‌های مالی موثر بر عملکرد صنعت هتل داری کدامند؟

گام دوم: بررسی نظام‌مند متون: جامعه آماری این تحقیق شامل مقالات انگلیسی موجود در پایگاه‌های اطلاعاتی google scholar، Emerald، science direct است و همچنین جامعه آماری این تحقیق شامل مقالات فارسی موجود در سایت نورمنگز، انسانی است.

کلمات کلیدی "گردشگری"، "مالی"، "هتل‌داری"، "مدل مالی" "hospitality"، "financial"، "tourism" مورد جستجو قرار گرفت. در نتیجه جستجو و بررسی پایگاه داده‌ها و مجلات مختلف و با استفاده از واژه‌های کلیدی موردنظر، ۱۱۹ مقاله یافت شد.

گام سوم: جست و جو و انتخاب مقاله‌های مناسب: بازه زمانی انتخاب شده برای جستجو مقالات بین سال ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۲ میلادی و برای مقالات فارسی از سال ۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱ بوده است.

ملاک‌های ورود برای ورود به جامعه آماری این مقاله عبارتند از:

۱. مقالات که با روش علمی به بررسی موضوع مورد نظر و راهکارهای رفع آن پرداخته‌اند.

۲. مقالاتی که در بازه زمانی ۲۰۱۹-۲۰۲۲ میلادی و ۱۳۹۸-۱۴۰۱ شمسی به چاپ رسیده‌اند.

۳. مقالات بایداطلاعات کافی در ارتباط با اهداف پژوهش گزارش کرده باشند.

ملاک‌های خروج برای فیلتر مقالات عبارتند از:

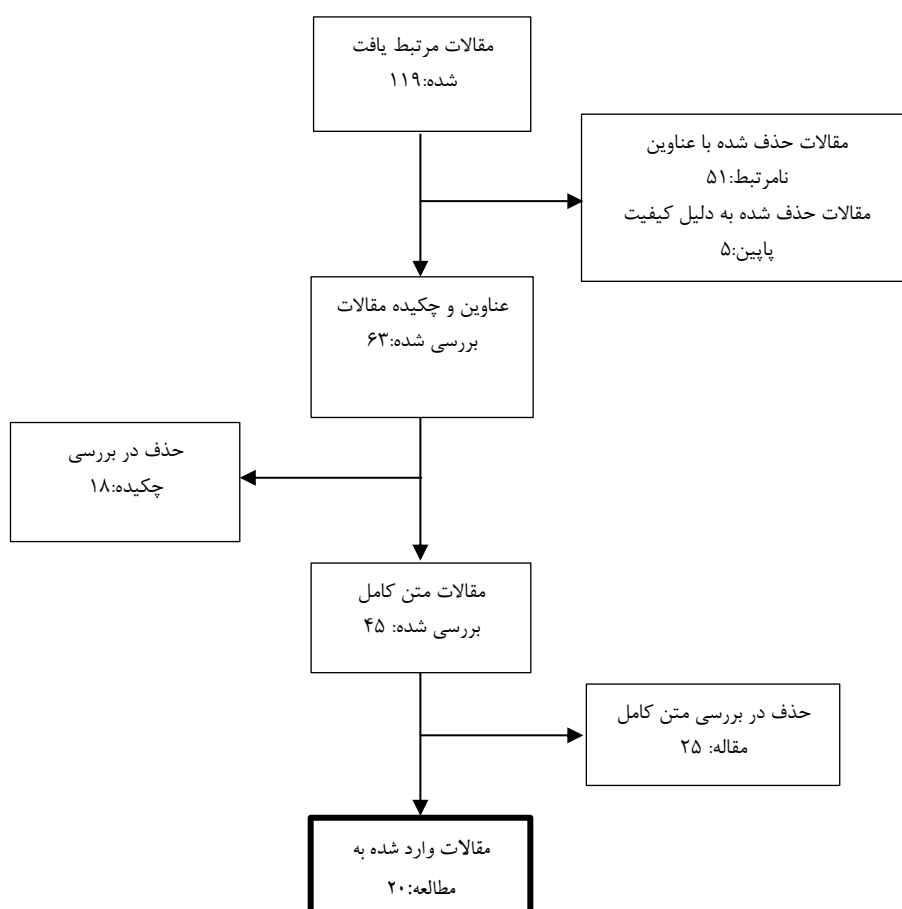
۱. پژوهش‌هایی که فاقد کیفیت لازم بوده اند از آنجا که در مجلات بی کیفیت چاپ شده‌اند.

۲. پژوهش‌هایی با عنوان نامرتبط

۳. پژوهش‌هایی با چکیده نامرتب

۴. پژوهش‌هایی با متن غیر مرتب

از ۱۱۹ مقاله پیدا شده، بعد از حذف مواردی که ارتباط ضعیف با اهداف مطالعه داشتند، در نهایت ۲۰ مقاله مرتب، وارد مطالعه گردید و به طور کامل و دقیق، مطالعه و بررسی شدند. (Error! Reference source not found.)



شکل (۳): مقالات مورد بررسی از طریق فرایند فراترکیب

منبع: یافته‌های تحقیق

گام چهارم: استخراج اطلاعات مقاله؛ در این مرحله به استخراج اطلاعات هریک از ۲۰ پژوهش‌های نهایی پرداخته شد.

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی؛ این مرحله شامل پاسخگویی به سؤال پژوهش است. علاوه بر این یک چارچوب سطح‌بندی مفهومی از تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از مرحله قبل حاصل گردید که در بخش استخراج نتایج تحقیق بدان پرداخته شده است.

گام ششم: حفظ کنترل کیفیت؛ در این پژوهش تلاش شده است که همه مقالات از مجلات و پایگاه‌های معتبر علمی انتخاب شوند؛ بنابراین مقالاتی که از درجه اعتبار کافی برخوردار نبودند، از فرایند حذف شدند. مرحله ششم از فراترکیب پالایش کیفی یافته‌های به دست آمده است؛ که به عبارت دیگر روایی و پایایی مدل است که برای سنجش روایی محتوا از نظر خبرگان استفاده گردید. که خبرگان (دانشگاهی و صنعت) به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی و ترکیبی از روش‌های هدفمند یا قضاوتی انتخاب شده‌اند. با این افراد به صورت حضوری ملاقات شد و همه مفاهیم مورد تأیید خبرگان قرار گرفت.

گام هفتم: یافته‌های پژوهش؛ به کمک روش فرا ترکیب (متاستز) عملیات انتخاب مقالات مرجع، ارزیابی و استخراج اطلاعات از آنها انجام گرفت.

دستاورد و نتیجه مرحله فراترکیب، لیستی از شاخص‌های موثر بر ارزیابی عملکرد هتل‌ها است. شناسایی شاخص‌ها تا جایی ادامه پیدا کرد که به حد اشباع نظری دست یافتیم و شاخص جدیدی به آن اضافه نشد. در مرحله بعد، شاخص‌های شناسایی شده را به ۴ خبره دانشگاهی ارائه دادیم تا نظرات و دسته‌بندی‌های خود را برای هر شاخص اعلام کنند. این همکاری با خبرگان و مشارکت آن‌ها، به ما کمک کرد تا به نتایج قابل اعتماد و قابل قبول دست یابیم. تمامی معیارها با رفرنس (۲۰ مقاله مورد بررسی) در جدول شماره ۱، ارائه شده است.

۲-۳- گام‌های اجرایی تکنیک ISM

گام اول

در این گام به شناسایی شاخص‌های موثر بر ارزیابی عملکرد هتل پرداخته شده است که در جدول مشاهده می‌گردد.

جدول (۱): منابع استخراج شده شاخص‌های اثرگذار

ردیف	شاخص	منابع
C1	اقتصادی	رحیمی (۱۴۰۱)، مسائلی و همکاران (۱۴۰۱)، آرباطان و

همکاران (۱۴۰۱)، فاطمی نسب و همکاران (۱۴۰۱)، تاریک دوگرو و همکاران (۲۰۲۰)، دیوید ن. آراتو (۲۰۱۹)، چور فون تانگ (۲۰۲۰)		
جان فرانسیس دیاز (۲۰۱۹)، خدابخشی گرگانی و همکاران (۱۴۰۱)، موجاریرا و همکاران (۲۰۱۹)	بدهی	C2
اکتا سیکاروار (۲۰۲۱)، فائض و همکاران (۲۰۲۱)، درو ریبریو موجاریرا و همکاران (۲۰۱۹)، مرسل و همکاران (۲۰۱۹)	سودآوری	C3
ایلکوت گوکر (۲۰۲۰)، اکتا سیکاروار (۲۰۲۱)، خدابخشی گرگانی و همکاران (۱۴۰۱)، اخباری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)	ریسک	C4
لنדרان اصفهانی و همکاران (۱۴۰۱)، اخباری آزاد و همکاران (۱۳۹۸)، تاریک دوگرو و همکاران (۲۰۲۰)، دیوید کارتر و همکاران (۲۰۲۲)	نقدینگی	C5
اکتا سیکاروا (۲۰۲۱)، تاریک دوگرو و همکاران (۲۰۲۰)، نیازی برک (۲۰۲۱)	کارایی	C6

منبع: یافته‌های تحقیق

گام دوم: تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری

پس از تعیین عوامل اثرگذار، پرسشنامه ماتریسی ISM طراحی شده و خبرگان این متغیرها را بصورت زوجی مورد بررسی قرار داده و با استفاده از نمادهای زیر به تعیین روابط میان شاخص‌ها پرداخته‌اند (جدول)

X: تأثیر متقابل عناصر i و j
O: در صورت عدم وجود ارتباط بین عناصر i و j
V: اگر عنصر i بر عنصر j تأثیرگذار باشد.
V: اگر عنصر j بر عنصر i تأثیرگذار باشد

جدول (۲): ماتریس خودتعاملی ساختاری (ISM)

شاخص‌های مالی	اقتصادی	بدهی	سودآوری	ریسک	نقدینگی	کارایی - فعالیت
اقتصادی	1	V	V	O	V	V
بدهی		1	V	O	V	X

۱۶۰ شناسایی و طبقه‌بندی شاخص‌های مالی و اقتصادی موثر بر عملکرد صنعت هتلداری...

A	A	A	1			سودآوری
X	V	1				ریسک
X	1					نقدینگی
1						کارایی-فعالیت

منبع: یافته‌های تحقیق

گام سوم: تشکیل ماتریس دسترسی اولیه

در این مرحله روابط موجود در ماتریس ISM به اعداد صفر و یک برحسب قواعد بیان شده تبدیل می‌شوند و از این راه ماتریس دسترسی اولیه ایجاد می‌شود. عبارتی تهیه ماتریس دستیابی اولیه با استفاده از ماتریس خود تعاملی ساختاری صورت می‌گیرد، به-طوری‌که ماتریس قبلی به یک ماتریس دودویی تبدیل می‌شود.

اگر ورودی (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری نماد V باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد یک و ورودی (j, i) عدد صفر خواهد بود.

اگر ورودی (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری نماد A باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد صفر و ورودی (j, i) عدد یک خواهد بود.

اگر ورودی (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری نماد X باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد یک و ورودی (j, i) عدد صفر خواهد بود.

اگر ورودی (i, j) در ماتریس خود تعاملی ساختاری نماد O باشد، در ماتریس دسترسی اولیه (i, j) عدد صفر و ورودی (j, i) عدد یک خواهد بود. به‌طور کلی، نتایج حاصل در جدول، نشان داده شده است.

جدول (۳): ماتریس دسترسی اولیه (RM)

کارایی-فعالیت	نقدینگی	ریسک	سودآوری	بدهی	اقتصادی	شاخص‌های مالی
۱	۱	۰	۱	۱	۱	اقتصادی
۱	۱	۰	۱	۱	۰	بدهی
۰	۰	۰	۱	۰	۰	سودآوری
۱	۱	۱	۱	۰	۰	ریسک
۱	۱	۰	۱	۰	۰	نقدینگی
۱	۱	۱	۱	۱	۰	کارایی-فعالیت

منبع: یافته‌های تحقیق

گام چهارم: ایجاد ماتریس دسترسی نهایی

پس از آنکه ماتریس دسترسی اولیه به دست آمد، روابط ثانویه شاخص‌ها کنترل می‌گردد. رابطه ثانویه به صورتی است که اگر شاخص i منجر به شاخص j شود و همچنین شاخص j منجر به شاخص k شود، آنگاه شاخص i نیز منجر به شاخص k خواهد شد. اگر در ماتریس دسترسی اولیه این حالت برقرار نبود، باید ماتریس اصلاح شده و روابطی که از قلم افتاده جایگزین شود؛ به این عمل اصطلاحاً سازگار کردن ماتریس دسترسی اولیه گفته می‌شود. در این گام، کلیه روابط ثانویه بین متغیرها، بررسی شد و ماتریس دسترسی نهایی طبق جدول به دست آمد. خانه‌هایی که با علامت ۱^* مشخص شده اند، نشان می‌دهند که در ماتریس دسترسی اولیه صفر بوده و پس از سازگاری عدد یک گرفته اند.

در این ماتریس قدرت نفوذ و میزان وابستگی هر متغیر نیز نشان داده شده است. قدرت نفوذ یک متغیر از جمع تعداد متغیرهای متأثر از آن و خود متغیر به دست می‌آید و میزان وابستگی یک متغیر نیز از جمع متغیرهایی که از آن تأثیر می‌پذیرد و خود متغیر به دست می‌آید.

جدول (۴): ماتریس دسترسی نهایی

شاخص‌های مالی	اقتصادی	بدهی	سودآوری	ریسک	نقدینگی	کارایی - فعالیت	نفوذ
اقتصادی	۱	۱	۱	۱*	۱	۱	۶
بدهی	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۴
سودآوری	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
ریسک	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۴
نقدینگی	۰	۱*	۱	۱*	۱	۱	۵
کارایی - فعالیت	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۵
همبستگی	۱	۴	۶	۴	۵	۵	

منبع: یافته‌های تحقیق

گام پنجم: تعیین روابط و سطح‌بندی عوامل

در این گام، با استفاده از ماتریس دسترسی، پس از تعیین مجموعه‌های ورودی و خروجی، اشتراک این مجموعه‌ها برای هر یک از عوامل به دست می‌آید.

مجموعه خروجی شامل خود آن عامل و عاملی است که بر آن اثر می‌گذارد که با عدد ۱ های موجود در سطر مربوطه قابل شناسایی است

مجموعه ورودی شامل خود آن عامل و عواملی است که از آن اثر می‌پذیرد که با عدد ۱ های موجود در ستون مربوطه قابل شناسایی است.

پس از آنکه مجموعه‌های ورودی و خروجی مشخص شد، عواملی که بین مجموعه ورودی و خروجی مشترک هستند تحت عنوان مجموعه مشترک قرار می‌گیرند.

عواملی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها کاملاً مشابه است در بالاترین سطح از مدل ساختار تفسیری قرار می‌گیرند. برای یافتن اجزا تشکیل دهنده سطح بعدی مدل، اجزای بالاترین سطح آن در محاسبات ریاضی جدول مربوط حذف می‌شوند و عملیات مربوط به تعیین اجزای سطح بعدی مانند روش تعیین اجزای بالاترین سطح انجام می‌شود. این عملیات تا آنجا تکرار می‌شود که اجزای تشکیل دهنده کلیه سطوح سیستم مشخص شوند. جداول ۵ الی ۷ روند سطح‌بندی شاخص‌ها را نمایش می‌دهد.

جدول (۵): سطح‌بندی شاخص‌ها

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
C1	۶،۵،۴،۳،۲،۱	۱	۱	
C2	۶،۵،۴،۳،۲	۶،۵،۲،۴،۱	۲،۴،۵،۶	
C3	۳	۶،۵،۴،۳،۲،۱	۳	۱
C4	۶،۵،۴،۳	۱،۲،۴،۵،۶	۲،۴،۵،۶	
C5	۶،۵،۴،۳،۲	۶،۵،۴،۲،۱	۲،۴،۵،۶	
C6	۶،۵،۴،۳،۲	۶،۵،۴،۲،۱	۲،۴،۵،۶	

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۶): تکرار اول

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
C1	۶،۵،۴،۲،۱	۱	۱	
C2	۶،۴،۵،۲	۶،۵،۲،۴،۱	۲،۴،۵،۶	۲
C4	۶،۵،۴،۲	۱،۲،۴،۵،۶	۲،۴،۵،۶	۲
C5	۶،۵،۲،۴	۶،۵،۴،۲،۱	۲،۴،۵،۶	۲
C6	۶،۴،۵،۲	۶،۵،۴،۲،۱	۲،۴،۵،۶	۲

منبع: یافته‌های تحقیق

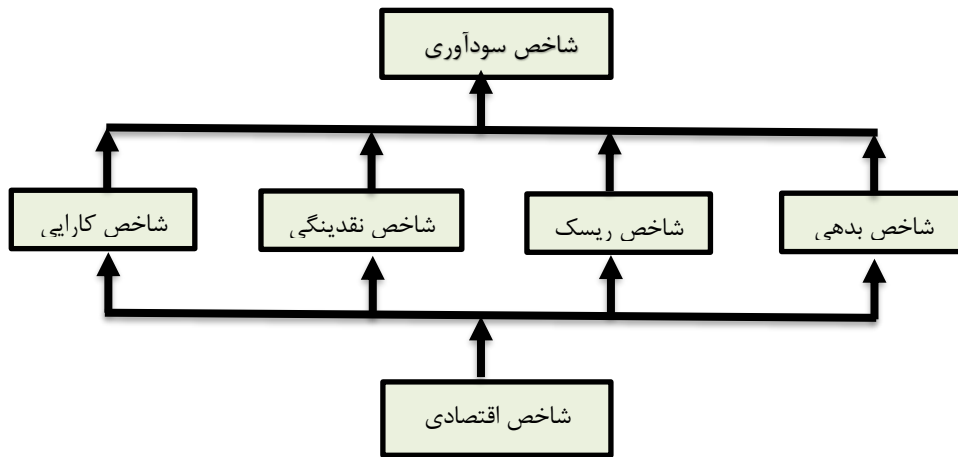
جدول (۷): تکرار دوم

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	عوامل
۳	۱	۱	۱	C1

منبع: یافته‌های تحقیق

گام ششم: ترسیم مدل نهایی

با توجه به سطوح عوامل و همچنین ماتریس دسترسی نهایی یک مدل اولیه رسم می‌شود و با حذف انتقال پذیری‌ها در مدل اولیه، مدل نهایی به دست می‌آید:



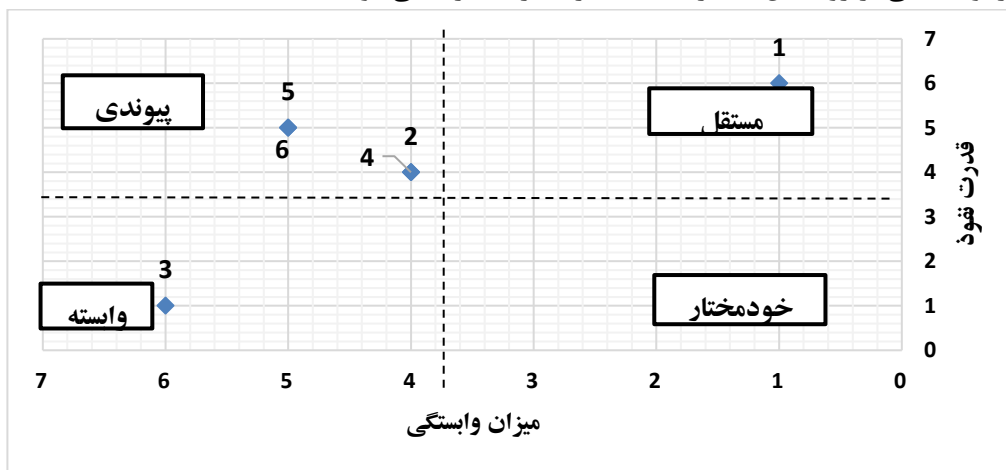
شکل (۳): مدل نهایی ISM

منبع: یافته‌های تحقیق

گام هفتم: تجزیه و تحلیل قدرت نفوذ و میران وابستگی (نمودار MICMAC)

در این مرحله متغیرها در چهار گروه طبقه بندی می‌شوند. اولین گروه شامل متغیرهای خودمختار (ناحیه ۳) می‌شود که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارند. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها مجزا هستند و ارتباط کمی دارد. گروه دوم، متغیرهای وابسته (ناحیه ۴) را شامل می‌شود که از قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی بالایی برخوردارند. گروه سوم متغیرهای پیوندی (ناحیه ۲) هستند. این متغیرها قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیرها منجر به تغییر سایر متغیرها می‌شود. گروه چهارم متغیرهای مستقل (ناحیه ۱) می‌باشند. این متغیرها از قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایینی برخوردارند. متغیرهایی که از قدرت نفوذ بالایی برخوردارند اصطلاحاً متغیرهای کلیدی خوانده می‌شوند. واضح است که این متغیرها در یکی از دو

گروه متغیرهای مستقل یا پیوندی جای می‌گیرند. بر همین اساس، نمودار قدرت نفوذ - وابستگی ترسیم می‌شود. با توجه به **Error! Reference source not found.** ملاحظه می‌شود. شاخص سودآوری (۳) بیشتر تحت تاثیر سایر عوامل بوده و از نظر سیستمی جزو عناصر اثرپذیر و وابسته هستند. به عبارت دیگر، در ایجاد این متغیر عوامل زیادی دخالت دارند و خود آنها کمتر می‌توانند زمینه ساز متغیرهای دیگر شوند. متغیرهایی همچون شاخص اقتصادی (۱) جزو متغیرهای کلیدی و پیشران به شمار می‌رود. این متغیر قدرت - نفوذ بالا و وابستگی پایینی دارند و جز متغیرهای تاثیر گذار محسوب می‌شوند. همچنین متغیرهای بدهی (۲)، ریسک (۴)، نقدینگی (۵)، کارایی (۶) جزو متغیرهای پیوندی هستند و قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. در واقع هرگونه عملی بر روی این متغیر باعث تغییر سایر متغیرها می‌شود.



شکل (۴): ماتریس MICMAC

منبع: یافته‌های تحقیق

۴- بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق با هدف ارائه الگوی ساختار - تفسیری شاخص‌های مالی موثر بر عملکرد صنعت هتلداری یزد انجام شده است. داده‌های این تحقیق در استان یزد گردآوری شد و در این راستا از نظر مدیران هتل‌ها استفاده گردیده است. جهت شناسایی شاخص‌های مالی موثر بر عملکرد هتل‌ها از روش فراترکیب استفاده شده است. که یک بررسی کاملی از بین منابع علمی انجام پذیرفته است و دیگر مشکلات روش دلفی را درون خود ندارد. در نهایت شش شاخص مالی شامل: شاخص اقتصادی، شاخص نقدینگی، شاخص

کارایی، شاخص سودآوری، شاخص بدهی و شاخص ریسک استخراج گردید که در پنج مورد با شاخص‌های مطالعه صورت گرفته توسط جاگلز (۲۰۰۶) مشترک می‌باشد. همچنین اکتا سیکاروا (۲۰۲۱) در این زمینه پژوهشی انجام دادند اما فقط بحث شاخص ریسک را مطرح نمودند و به سایر شاخص‌ها توجهی نداشتند. پس از شناسایی شاخص‌ها برای تحلیل بخش کمی از مدل‌سازی ساختاری-تفسیری استفاده گردیده است که نتیجه قابل قبولی را ارائه می‌کند و مشکلات روش همبستگی را ندارد. همچنین در تحقیقی فاطمی نسب و همکاران (۱۴۰۱) هم در تحقیقی اثر تعاملی توسعه مالی و گردشگری را باهم بررسی نمودند و تاثیرات اقتصاد را بر گردشگری بیان کردند اما برای آن مدلی طراحی نکردند. نتیجه تحقیق حاکی از آن است شاخص‌های اقتصادی که شامل معیارهایی مانند تولید ناخالص داخلی، رشد اقتصادی، نرخ اشتغال، توان اقتصادی می‌باشد و از دیدگاه اقتصاد کلان به این صنعت نگاه می‌کند تاثیر گذارترین شاخص در صنعت هتلداری می‌باشد. سپس شاخص‌های نقدینگی که شامل ذخایر نقدی، حساب جاری، حجم سرمایه‌گذاری می‌شود. همچنین شاخص بدهی که شامل تسهیلات کم بهره، مالیات می‌شود و شاخص ریسک که شامل عدم اطمینان جریان‌های نقدی، نوسانات نرخ ارز، بی‌ثباتی قیمت‌ها می‌شود و شاخص کارایی (فعالیت) که شامل معیارهای کارایی عملیاتی، گردش دارایی‌ها، بهره‌وری سرمایه‌گذاری می‌شود در سطح دوم تاثیرگذاری قرار گرفت. همچنین شاخص سودآوری که شامل معیارهایی مانند حاشیه سود (اعم از حاشیه سود خالص، حاشیه سود ناخالص و حاشیه سود عملیاتی)، نرخ رشد می‌باشد بعنوان تاثیرپذیرترین عامل در عملکرد صنعت هتلداری سطح‌بندی شده است. به این معنی که بیشتر تحت تاثیر سایر عوامل بوده و از نظر سیستمی جزو عناصر اثرپذیر و وابسته هستند. هتل‌ها باید به شاخص‌های اقتصادی توجه ویژه‌ای بکنند تا بتوانند سایر معیارها و شاخص‌ها را کنترل کنند. بطور مثال در شاخص‌های اقتصادی که یکی از معیارهای آن نرخ اشتغال در هتل است، تاثیر مستقیمی بر روی شاخص نقدینگی مانند ذخایر نقدی هتل‌ها می‌گذارند همچنین بر روی شاخص‌های بدهی از لحاظ پرداخت مالیات بدلیل افزایش نرخ اشتغال و افزایش درآمدزایی تاثیر می‌گذارد. بطور کلی پیشنهاد می‌گردد مدیران هتل‌ها شاخص‌ها بویژه شاخص‌های اقتصادی را رصد و کنترل نمایند تا بدین وسیله برنامه‌ریزی مالی صحیحی داشته باشند و همچنین تصمیمات مناسبی را در زمینه مدیریت مالی به عمل آورند. علاوه بر آن رصد شاخص‌های اقتصادی به مدیران هتل کمک می‌کند تا قیمت‌گذاری مناسب را برای

اتاق‌ها و خدمات ارائه شده در هتل انجام دهند. همچنین با توجه به شاخص‌های اقتصادی مربوط به درآمد و تقاضا، مدیران هتل می‌توانند تعداد و نیروی کار را به‌طور صحیح تعیین کنند و بهینه‌سازی نیروهای انسانی را انجام دهند. مدیران هتل‌ها نیاز به آموزش مداوم دارند تا با تحولات اقتصادی و مدیریتی همگام باشند. علاوه بر آن دانشگاهیان و موسسات آموزشی می‌توانند برنامه‌های آموزشی را طراحی کنند که به مدیران صنعت هتلداری کمک کنند تا با چالش‌ها و فرصت‌های جدید برخورد کنند. همچنین در این زمینه دانشگاهیان و پژوهشگران می‌توانند مطالعات تکمیلی و پژوهش‌های بیشتر در ارتباط با شاخص‌های مالی و اقتصادی صنعت هتلداری فعالیت کنند. این تحقیقات می‌توانند به مدیران و سیاست‌گذاران در اتخاذ تصمیمات بهتر و کارآمدتر کمک کنند. این اقدامات، علاوه بر بهبود تجربه مشتریان، می‌توانند به عنوان پله‌های مؤثری برای بهبود شاخص‌های مالی و اقتصادی هتل‌ها عنوان شوند.

تضاد منافع

نویسندگان نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

فهرست منابع

۱. اسعدی، میرمحمد، آذر، عادل و نقوی، سید علی (۱۳۹۶). سنجش و تحلیل کیفیت خدمات هتل های سنتی با استفاده از ابزار تحلیل اهمیت- عملکرد از دیدگاه گردشگران داخلی (مورد مطالعه هتل های سنتی منتخب استان یزد). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۲(۳۹)، ۱-۲۶.
۲. اخباری آزاد، میرعلی اکبر، شاه‌آبادی، ابولفضل و حق خواه، داود (۱۳۹۸). تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان. *پژوهشنامه بازرگانی*، ۲۶(۱۰۳)، ۱۰۶-۷۷.
۳. اکبری آرباطان، گلثوم، عباسی، رسول و طالاری، محمد (۱۴۰۱). شناسایی پیشایندهای تاب‌آوری روبه‌جلوی کسب‌وکارهای گردشگری در شرایط تحریم اقتصادی. *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۲۷۶-۲۵۹.
۴. قربانی، امیر، دانایی، ابولفضل، زرگر، سیدمحمد و همتیان، هادی (۱۳۹۸). شناسایی عوامل هوشمندی سازمان در سازمان های ارائه دهنده ی خدمات گردشگری در استان خراسان جنوبی. *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۹(۳۰)، ۱۵۶-۱۳۷.
۵. حسونند، سمیه و خداپناه، مسعود (۱۳۹۳). تاثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا. *فصلنامه سیاست های راهبردی و کلان*، ۲(۶)، ۱۰۲-۸۷.
۶. خدابخشی گرگانی، فاطمه، ضیائی، محمود، تقی تقوی‌فرد، محمد و ترکستانی، محمد صالح (۱۴۰۱). مدلی برای مدیریت ریسک در صنعت هتلداری ایران. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷(۵۸)، ۷۱-۳۹.
۷. رحیمی، فرشته (۱۴۰۱). بررسی تأثیر ویروس کرونا (COVID 19) بر توسعه اقتصادی و صنعت گردشگری. *اقتصاد کاربردی*، ۱۲(شماره ۴۰ (بهار ۱۴۰۱))، ۶۵-۵۳.
۸. فاطمی نسب، سید حسین، حاجیها، زهره، امام وردی، قدرت‌اله و باغانی، علی (۱۴۰۱). اثر تعاملی توسعه مالی و گردشگری بر رشد اقتصادی در ایران. *پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی*، ۱۲(۴۷)، ۷۷-۹۶.

۹. فائز، علی، صالحی، اله کرم، و قانع، سعید (۱۳۹۹). طراحی مدل کنترل شوک مالی در شرایط شیوع ویروس کرونا در صنعت هتلداری (مورد مطالعه: هتل‌های پنج ستاره کلانشهر مشهد مقدس). *اقتصاد و مدیریت شهری*، ۹(۳۳)، ۱۶۲-۱۴۳.

۱۰. لندران اصفهانی، سعید و رحیمی لنجی، مهسا (۱۴۰۱). تاثیر کرونا بر وضعیت گردشگری (مورد مطالعه: شهر اصفهان). *فصلنامه آینده پژوهی شهری*، ۲(۱)، ۱۵-۱.

۱۱. مسائلی، ارشک، سیف، یزدان، رحیمی، علیرضا و پورعزیزی، علی (۱۴۰۱). تأثیرات کرونایی بخش گردشگری در تقاضای اقتصاد کلان ایران. *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۲)، ۲۶۳-۲۷۵.

۱۲. میرزایی، حسین و جلیلی، ساناز (۱۳۹۰). تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی (مقایسه ایران و کشورهای منتخب). *اقتصاد مالی*، ۵(۱۵)، ۹۲-۷۳.

۱۳. کروی، مهدی و میرفخرالدینی، فائزه السادات (۱۳۹۷). اولویت بندی معیارهای مدیریت عملکرد سازمانی برای صنعت هتلداری براساس رویکرد تلفیقی دلفی فازی و برنامه‌ریزی ترجیحی فازی لگاریتمی (LFPP). *گردشگری و توسعه*، ۷(۱)، ۶۰-۴۱.

۱۴. زارعی متین، حسن، سیدجوادین، سید رضا، رحیم‌پور، علی و باقری، مسلم (۱۳۹۱). تبیین مسائل صنعت گردشگری جمهوری اسلامی ایران. *اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)*، ۶(۱)، ۱۰۶-۷۳.

۱۵. بقایی‌نیا، فاطمه، شاکر اردکانی، محمد، امراللهی بیوکی، ناهید و بهجتی اردکانی، علی (۲۰۲۱). واکاوی عوامل موثر در برندسازی داخلی هتل‌های منتخب شهر یزد با رویکرد کیفی. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶(۵۵)، ۷۷-۴۱.

1. Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaber, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions: The role and effect of destination image, perceived quality, perceived value and satisfaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207.

2. Alvarez, T., Sensini, L., Bello, C., & Vazquez, M. (2021). Management accounting practices and performance of SMEs in the Hotel industry: Evidence from an emerging economy. *International Journal of Business and Social Science*, 12(2), 24-35.

3. Akbari Arbatan, G., Abbasi, R., & Talari, M. (2022). Identifying the Precedents of Bounce-Forward Resilience of Tourism Businesses in The Conditions of Economic Sanctions. *Journal of Tourism and Development*, 11(1), 259-276 (in Persian).

4. Arasli, H. (2012). Towards business excellence in the hospitality industry: A case for 3-, 4-, and 5-star hotels in Iran. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(5-6), 573-590.
5. Aratuo, D. N., Etienne, X. L., Gebremedhin, T., & Fryson, D. M. (2019). Revisiting the tourism-economic growth nexus: evidence from the United States. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3779-3798.
6. Asadi, M. M., Azar, A., & Naghavi, S. A. (2017). Evaluation and Analysis of Traditional Hotels Quality of Services (QoS) Using Importance-Performance Analysis Tool from Domestic Tourists' perspective (Case Study: Selected Traditional Hotels of Yazd Province). *Tourism Management Studies*, 12(39), 1-26 (in Persian).
7. Azad Akhbari, M. A. A., Shahabadi, A., & Haghkhah, D. (2022). The Effect of Types of Capital on the Development of Tourism Industry in the Selected Countries. *Iranian Journal of Trade Studies*, 26(103), 77-106 (in Persian).
8. Baghaenia, F., shaker ardakani, m., amrolahi, n., & Behjati Ardakani, A. (2021). Analysis of effective factors in the internal branding of selected hotels in Yazd with a qualitative approach. *Tourism Management Studies*, 16(55), 41-77 (in Persian).
9. Bangchokdee, S., & Mia, L. (2016). The role of senior managers' use of performance measures in the relationship between decentralization and organizational performance: Evidence from hotels in Thailand. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 12(2), 129-151.
10. Becerra-Vicario, R., Ruiz-Palomo, D., Fernandez-Miguel, S. M., & Gutierrez-Ruiz, A. M. (2022). Examining the effects of hotel reputation in the relationship between environmental performance and hotel financial performance. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 10-20.
11. Carter, D., Mazumder, S., Simkins, B., & Sisneros, E. (2022). The stock price reaction of the COVID-19 pandemic on the airline, hotel, and tourism industries. *Finance Research Letters*, 44, 102047.
12. Chen, M. H. (2010). The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry. *Tourism Management*, 31(5), 665-675.
13. Damjanović, V., Lončarić, D., & Dlačić, J. (2020). TEACHING CASE STUDY: Digital marketing strategy of Accor Hotels: shaping the future of hospitality. *Tourism and hospitality management*, 26(1), 233-244.
14. Diaz, J. F. T., & Kien, D. T. (2019). Tourism Finance: Investing and Financing in Sustainable Tourism. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 6(2), 72-77.
15. Dogru, T., McGinley, S., & Kim, W. G. (2020). The effect of hotel investments on employment in the tourism, leisure and hospitality industries.

International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32(5), 1941-1965.

16. Elgonemy, A. R. (2002). Debt-financing alternatives: Refinancing and restructuring in the lodging industry. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(3), 7-21.

17. Faez, A., Salehi, A. K., & Qaneh, S. (2021). Designing a Financial Shock Control Model in the Context of the Corona Virus Outbreak in the Jotel Industry)Case study: Five Star Hotels in Holy City of Mashhad(A *Quarterly Journal of Urban Economics and Management*, 9 (in Persian).

18. Fatemi Nsab, S. H., Hajiha, Z., Emamverdi, G., & Baghani, A. (2022). The Interactive effect of financial development and tourism on economic growth in Iran. *Economic Growth and Development Research*, 12(47), 77-96 (in Persian).

19. Haller, A. (2021). Theory of Mountainurbanology. By Guangyu Huang. *Mountain Research and Development*, 41(3), M2.

20. Harif, M. A. A. M., Nawaz, M., & Hameed, W. U. (2022). The role of open innovation, hotel service quality and marketing strategy in hotel business performance. *Heliyon*.

21. Jagels, M. G. (2006). *Hospitality management accounting*. John Wiley and sons.

22. Hassanvand, S., & Khodapanah, M. (2014). The impact of tourism on economic growth in developing countries: Two approaches static panel data and dynamic panel data. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 2(Vol 2- No6), 87-102 (in Persian).

23. Göker, İ. E. K., Eren, B. S., & Karaca, S. S. (2020). The impact of the COVID-19 (coronavirus) on the borsa İstanbul sector index returns: an event study. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 14-41.

24. Ghorbani, A., Danaei, D. A., Zargar, D. S. M., & Hematiyan, D. H. (2019). Identification of Organizational Intelligence Factors in Organizations Providing Tourism Services in South Khorasan Province. *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 9(30), 137-156 (in Persian).

25. Karadeniz, E., Yilmaz Kandir, S., Balcilar, M., & Beyazit Onal, Y. (2009). Determinants of capital structure: evidence from Turkish lodging companies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(5), 594-609.

26. Karoubi, M., & mirfakhraddini, f. (2018). Prioritizing Organizational Performance Management Criteria for the Hotel Industry Based on Fuzzy Delphi Integrated Approach and Logarithmic Fuzzy Logic Programming (LFPP). *Journal of Tourism and Development*, 7(1), 41-60 (in Persian).

27. Khodabakhsh, F., Ziaee, M., Taghavifard, M. T., & Torkestani, M. s. (2022). A Risk Management Model in Iran's Hotel Industry. *Tourism Management Studies*, 17(58), 39-71 (in Persian).

28. Khodadadi, M. (2016). Challenges and opportunities for tourism development in Iran: Perspectives of Iranian tourism suppliers. *Tourism Management Perspectives*, 19, 90-92.
29. Littlejohn, D., & Watson, S. (2004). Developing graduate managers for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(7), 408-414.
30. Masaeli, A., safe, Y., Rahimi, A., & Pourazizi, A. (2022). Corona effects of the tourism sector on the demand of the Iran macro economy. *Journal of Tourism and Development*, 11(2), 263-275 (in Persian).
31. Meiryani, Huang, S. M., Soepriyanto, G., Jessica, Fahlevi, M., Grabowska, S., & Aljuaid, M. (2023). The effect of voluntary disclosure on financial performance: Empirical study on manufacturing industry in Indonesia. *Plos one*, 18(6), e0285720.
32. Mirzaei, H. & Jalili, S. (2012). The effect of tourism development on economic growth (comparison of Iran and selected countries). *financial Economics*, 5. (in Persian).
33. Morsal, A., Morsal, B., & Fahiminejad, A. (2019). Impact of financial management practices on the profitability of small and medium enterprises in the field of sport tourism (regional planning according to geographical variables of the region). *Geography (Regional Planning)*, 9(2), 719-727.
34. Mucharreira, P. R., Antunes, M. G., Abranja, N., Justino, M. R. T., & Quirós, J. T. (2019). The relevance of tourism in financial sustainability of hotels. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 165-174.
35. Nematpour, M., Khodadadi, M., & Rezaei, N. (2021). Systematic analysis of development in Iran's tourism market in the form of future study: A new method of strategic planning. *Futures*, 125, 102650.
36. Niyaz, B. E. R. K., YILDIRTAN, D. Ç., & SEYIDOVA, N. (2021). Do Tourism Revenues Effects Financial and Real Sector in Turkey?. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(2), 116-130.
37. Pieroni, L., & Salmasi, L. (2017). The economic impact of smoke-free policies on restaurants, cafés, and bars: panel data estimates from European countries. *Journal of Policy Analysis and Management*, 36(4), 853-879.
38. Proença, S., & Soukiazis, E. (2008). Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), 791-806.
39. Qin, Z., Liu, T., Yu, X., & Yang, L. (2023). Will the negative psychological perceptions of investors reduce platform liquidity? Evidence from China's online loans. *Plos one*, 18(10), e0292158.
40. Rahimi, F. (2022). Investigating the impact of the corona virus (covid 19) on economic development and the tourism industry. *Applied Economics*, 12(40), 53-65 (in Persian).

41. Sainaghi, R. (2010). Hotel performance: state of the art. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(7), 920-952.
42. Saeid Landaran, I., & Mahsa, R. (2022). Impact of Corona on tourism status (Case study: Isfahan). *Urban Futurology*(1), 1-15 (in Persian).
43. Sandelowski, M., Barroso, J., & Voils, C. I. (2007). Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings. *Research in nursing & health*, 30(1), 99-111.
44. Sikarwar, E. (2021). Time-varying foreign currency risk of world tourism industry: effects of COVID-19. *Current Issues in Tourism*, 24(7), 887-891.
45. Tang, C. F., Salman, A., & Abosedra, S. (2020). Dynamic interaction of tourism, finance, and institutions in explaining growth in Asia's little dragon economies. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 15-25.
46. Tsai, H., Pan, S., & Lee, J. (2011). Recent research in hospitality financial management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(7), 941-971.
47. Yatsenko, M. S., & Kovtunenکو, D. Y. (2018). "THEORETICAL-PRACTICAL PROBLEMS OF DEFINITION OF CONCEPTS" HOSPITALITY INDUSTRY" AND" TOURISM INDUSTRY". *Economics: Time Realities*, (1).
48. Zarei Matin, H., Seyedjavadein, S. R., Rahimpour, A., & Bagheri, M. (2012). Explaining I.R. of Iran's Tourism Industry Challenges. *Strategic Management Thought*, 6(1), 73-106 (in Persian).