

تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری (مورد مطالعه: شهر اصفهان)

سعید لندران اصفهانی، استادیار مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.
مهسا رحیمی لنجی، کارشناسی ارشد مدیریت، واحد مبارکه، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۴/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۳

چکیده

گردشگری یکی از صنعت های روبه رشد دنیا است که بحران کرونا به شدت روی آن تأثیر منفی گذاشته است در سالهای گذشته اقتصاد جهانی شاهد رشد بسیار چشمگیر صنعت گردشگری بوده است؛ این صنعت توانست با پشت سر گذاشتن تحولات طولانی مدت و همراه با موفقیت، مسیر پرباری را با یک دهه رشد از زمان بحران مالی جهانی سپری نماید. اما، این رشد و پویایی با شیوع و همهگیری جهانی بیماری کرونا دچار اختلال شدید شد. هدف تحقیق حاضر، نقش تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری شهر اصفهان است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش بررسی، توصیفی-تحلیلی است. روش جمع آوری دادهها، اسنادی و میدانی (پرسشنامه) است. جامعه آماری، شهروندان ساکن شهر اصفهان است. نمونه های انتخاب شده با استفاده از روش کوکران ۳۵۱ نفر است. در تجزیه و تحلیل داده ها بسته به مقیاس متغیرها و اهداف مورد نظر از میانگین، آزمون T تک نمونه ای و مدلسازی معادلات ساختاری (SEM) در محیط نرم افزار Spss و آمووس (Amos) استفاده شده است. بر اساس نتایج آزمون T، وضعیت ابعاد مذکور در شهر اصفهان از سطح میانگین نرمال بالاتر قرار دارد. همچنین، به بررسی تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان با مدلسازی معادلات ساختاری در نرم افزار Amos پرداخته شد. بر اساس نتایج به دست آمده، اضطراب ناشی از کرونا دارای اثر مستقیم و معنادار بر وضعیت گردشگری ($\beta = 0/088$ ، $P = 0/0001$) در شهر اصفهان بود. همچنین، میزان و جهت سرمایه گذاری کرونا دارای اثر مستقیم و معنادار بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان است. بیشترین میزان بار عاملی مربوط به شاخص رضایت از حضور گردشگران از متغیر نگرش مردم نسبت به گردشگری به میزان ۰/۹ و سپس شاخص های ترس از ابتلا به کرونا و نگرانی از انتقال ویروس به دیگران از متغیر اضطراب ناشی از کرونا به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۸۹ و ۰/۸۸ به دست آمد.

واژگان کلیدی: ویروس کرونا، اضطراب، سرمایه گذاری، گردشگری، شهر اصفهان.

DOI: 10.30495/uf.2022.1953643.1026

مقدمه

مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری کنشی است جمعی که بازیگران مختلفی از سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی در آن نقش آفرین هستند. مدیریت این پدیده هم در حالت عادی و هم در مواقع بحران ضرور است. یکی از مهمترین کنش‌های مدیریت گردشگری دولت است که نقش تسهیل‌گری و مقررات‌گذاری این حوزه را بر عهده دارد، اما پدیده‌ای که اکنون گردشگری را در ایران و کل جهان تحت تاثیر قرار داده است بحران کرونا است. در حال حاضر، تمام کره زمین با بحرانی بی سابقه روبه‌رو شده است. مهم‌ترین ویژگی بحران‌ها، غیرمترقبه بودن آن است که باعث می‌شود تصمیم‌گیران در شرایط سردرگمی و اضطراب قرار گیرند. بحران جهان شمول و ویروس کرونا در حوزه‌های مختلف ظهور یافته که با توجه به نبودن تجربه مشابه، نه تنها دولت‌ها و صنعت پزشکی و درمانی، بلکه اکثر بخش‌های سازمان‌ها به ویژه بخش‌های خدماتی، از جمله صنعت هتل‌داری و گردشگری را مورد مخاطره قرار داده است. برای همه واضح است که همه‌ی تلاش‌ها باید بر روی مهار این بیماری متمرکز شود، اما در این شرایط تأثیر کرونا بر اقتصاد و کسب و کارها نیز بسیار جدی است. بنابر آمار سازمان جهانی گردشگری اعمال محدودیت‌های سفر، موجب کاهش ۹۷ درصدی ورود گردشگر بین‌المللی در سراسر جهان شده است. بر اساس اطلاعات جدید این سازمان درباره اثرات شیوع کرونا و ویروس، در چهار ماه اول سال جاری تعداد گردشگران بین‌المللی در مقیاس جهانی نسبت به مدت مشابه در سال ۲۰۱۹ میلادی، ۱۸۰ میلیون کمتر بوده است. در حالی که در سال ۲۰۱۹، شمار گردشگران بین‌المللی با رشد ۴ درصدی به یک میلیارد و پانصد میلیون نفر رسیده بود. آمار چهار ماه نخست سال ۲۰۲۰ از کاهش ۴۴ درصدی شمار گردشگران بین‌المللی به سبب شیوع ویروس کرونا حکایت دارد. طبق بررسی‌های شورای جهانی سفر و گردشگری با شیوع ویروس کرونا، بیش از ۷۵ میلیون شغل در صنعت گردشگری در معرض خطر هستند. صنعت گردشگری به شدت تحت تأثیر این بیماری همه‌گیر قرار گرفته است و تدابیری برای مهار انتشار آن معرفی شده است. بنا به مدت زمان بحران، سناریوهای بازنگری شده نشان می‌دهند که شوک بالقوه می‌تواند بین ۶۰ تا ۸۰ درصد کاهش در اقتصاد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۲۰ به همراه داشته باشد. اگر این بحران مهار نشود میزان خسارت‌ها در این صنعت به ۸۰ درصد خواهد رسید.

با توجه به پیچیدگی‌های امروزی دنیا، زندگی بشر همیشه در معرض بحران‌ها و حوادث متفاوتی همچون بحران‌های تروریستی، طبیعی و بیماری بوده و هست. بحران به طور ناگهانی و بدون اطلاع و برنامه‌ریزی قبلی اتفاق می‌افتد و آثار زیادی با خود به همراه دارد یکی از این بحران‌ها که اخیراً جهان و از جمله کشور ما را با چالش‌هایی همراه کرده است ویروس کرونا است شیوع ویروس کرونا در نقاط مختلف جهان و خانه نشینی مردم، صنعت گردشگری و در نتیجه آن اقتصاد کشورهایی که به این صنعت وابستگی دارند را به شدت تحت تأثیر قرار داده است. صنعت گردشگری از جمله کسب و کارهای حساس و پرسودی است که کاملاً درگیر بحران ویروس کرونا شده و کاملاً تأثیر پذیرفته است (سیجانوندی، ۱۴۰۰). صنعت گردشگری، بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به حساب می‌آید. تأثیر گردشگری بر افزایش میزان اشتغال و درآمدهای ارزی، رونق

صنایع داخلی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی موجب شده است تا نگرش کشورهای دنیا به مرز آن تغییر یافته و جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند. گردشگری پس از صنایع خودروسازی، ساختمان و غذایی، چهارمین صنعت برتر جهان است. میزان مشارکت این بخش در تولید ناخالص داخلی جهان بیش از بخش‌هایی همچون خودروسازی و کشاورزی و مشارکت آن در اشتغال از خودروسازی نیز بیشتر بوده است (نرگسی، ۱۳۹۷).

صنعت عظیم توریسم در سال‌های اخیر از رشد چشمگیری در سطح جهان برخوردار شده و نقش مهمی را در زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید درآمد و تحریک اقتصاد ملی و بین‌المللی ایفا می‌کند. در این راستا، در اواخر دسامبر ۲۰۱۹، عامل میکروبی ناشناخته‌ای به نام ویروس کرونا در ووهان چین به سرعت از مرزهای این کشور عبور کرد و در همه کشورهای جهان شیوع یافت و تا ۲۵ مارس ۲۰۲۰، ۱۹۶ کشور جهان را تحت تأثیر قرار داد (عیسی زاده و همکاران، ۱۴۰۰). پاندمی ویروس کرونا، یک پاندمی ناشی از ویروس کووید ۱۹ سندرم حاد تنفسی است. این بیماری در مدت کوتاهی جهان را تحت الشعاع خود قرار داده که بعد از گذشت ماه‌ها هنوز با آن درگیر است (عطوفت شمسی و همکاران، ۱۴۰۰).

گسترش مداوم ویروس جدید کرونا به یکی از بزرگترین تهدیدات برای اقتصاد جهانی و بازارهای مالی تبدیل شده است. مؤسسات و بانک‌های بزرگ پیش‌بینی کرده‌اند که اقتصاد جهانی کوچکتر خواهد شد. مسئله اصلی فقط تعداد مبتلایان به کووید ۱۹ نیست، بلکه اختلال در اقتصاد و صنایع، کاهش روابط اجتماعی و فرهنگی، افزایش تنش‌های سیاسی از تبعات این بیماری است (شیرمحمدی و همکاران، ۱۴۰۰). گسترش شیوع ویروس کرونا تمام کشورهای جهان را با یک بحران عظیم انسانی مواجه ساخته، به طوری که، تا ۲۲ مارس ۲۰۲۰، آمار جهانی شیوع این بیماری نشان می‌دهد که تعداد ۱۹۱ کشور از همه قاره‌های جهان درگیر آن هستند که ۳۳۲۹۳۰ مورد مثبت بیماری کرونا در این کشورها ثبت شده بی‌توجهی به مقولاتی همچون سلامت، آسایش، دسترسی به امکانات، منطقه بندی صحیح و اصولی، گستردگی شیوع بیماری در پهنای تمام استان‌های کشور موضوع مدیریت پیشگیری، هشدار و درمان بیماری ویروس کرونا را با مشکل روبه‌رو ساخته است (عزیزپور و همکاران، ۱۳۹۹).

در سال‌های گذشته اقتصاد جهانی شاهد رشد بسیار چشمگیر صنعت گردشگری بوده است و برای اولین بار با گذر تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ از ۱/۵ میلیارد نفر (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۲۰)، این صنعت توانست با پشت سر گذاشتن تحولات طولانی مدت و همراه با موفقیت، مسیر پرباری را با یک دهه رشد از زمان بحران مالی جهانی سپری نماید. اما، این رشد و پویایی با شیوع و همهگیری جهانی بیماری کرونا دچار اختلال شدید شد و با ممنوعیت سفرهای بین‌المللی که بیش از ۹۰ درصد از جمعیت جهان را تحت تأثیر قرار داده است و نیز با اعمال محدودیتهای گسترده در مجامع عمومی و ممانعت از تحرک و جابجایی در مقاصد، عملاً گردشگری بعد از ماه مارس سال ۲۰۲۰ متوقف گردید (ابراهیم پور و همکاران، ۱۴۰۰). از آنجا که گردشگری یکی از بزرگترین صنایع در سطح جهان است که سرعت رشد بالایی دارد، انتظار می‌رود پس از

همه گیری ویروس کرونا نقش مهمی در بازیابی ثبات اقتصادی و اجتماعی داشته باشد (نجارزاده و همکاران، ۱۴۰۰). بر این اساس، عدم حضور گردشگران، تعطیلی فعالیت های مرتبط و قرنطینه، علاوه بر اینکه تأثیرات سوء بر جامعه دارد، می تواند زمینه ساز احساس نیاز به پارادایمی جهت اصلاح و بهبود پارادایم های قدیمی گردد.

شهر اصفهان شهری پویا، زنده و مردم محور است و دارای تنوع اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره است، ولی همه گیری اخیر ویروس کرونا، موضوع آسیب پذیری این شهر در برابر بیماری های همه گیر به لحاظ ابعاد مختلف گردشگری را مطرح کرده و به شهرهای آسیب پذیر و شکننده از بعد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و غیره که می توانند به شدت از کرونا آسیب ببینند، تبدیل شده است. در واقع، شیوع ویروس کرونا، معیشت شهروندان شهر توریستی اصفهان را مختل ساخته است. بنابراین، با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در شهر اصفهان، هدف این تحقیق، نقش تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان می باشد تا از این طریق، فرصت های اقتصادی جدید در گردشگری شهر اصفهان شناسایی گردد.

پیشینه پژوهش

در رابطه با موضوع تحقیق، مطالعاتی توسط پژوهشگران در جهان و داخل کشور به ثبت رسیده است که تعدادی از آنها آورده می شود: براودر^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی راه های احتمالی به سمت تحول گردشگری در بعد از بیماری کرونا را بررسی نمود. نتایج تحقیق اون نشان داد که افزایش دانش ساکنان مقاصد نسبت به راه های پیشگیری از ابتلا به بیماری رفتارهای محافظتی در ساکنان بیشتر می کند. ژانگ و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی تأثیر دانش، نگرش و عملکرد نسبت به بیماری کرونا در بین ساکنان چین را مورد بررسی قرار دادند. تحقیق آنان نشان داد که اکثر ساکنان چینی در مورد بیماری آگاهی دارند، نگرش های خوش بینانه ای دارند و رویکرد مناسبی نسبت به این بیماری اتخاذ می کنند. گوسلینگ و همکاران (۲۰۲۰) در مقاله ای با عنوان همه گیری، گردشگری و تغییرات جهانی به ارزیابی کووید ۱۹ می پردازند. در این پژوهش، ضمن بیان اهمیت گردشگری، به کاهش چشمگیر فعالیت ها در این صنعت به واسطه کم شدن تحرکات و فاصله های اجتماعی پرداخته و ضمن مقایسه با همه گیری های دیگر و بحران هایی نظیر تغییرات اقلیمی، به اثرات مخرب اجتماعی و اقتصادی آنها اشاره دارد. احمدی و همکاران (۱۴۰۰) با نگاه فن سالارانه در طرح های توسعه شهری بر گردشگری با روش سه سوسازی در مورد فرصت های گردشگری و مخاطرات پیش آمده ناشی از ویروس کرونا در استان کرمانشاه تحقیق کردند. از نظر آنها، در ایران نگاه فن سالارانه برنامه ریزان شهری باعث شده است که این طرحها شهر را به عنوان مرکز جمعیت، تجارت، حمل و نقل و... دیده اند، اما شهر به عنوان یک مرکز گردشگر پذیر دیده نشده است. علوی و همکاران (۱۳۹۹) به شناسایی پیامدهای کووید ۱۹ بر گردشگری ورزشی و ارائه راه کار می پردازند. جامعه آماری متشکل از کلیه صاحب نظران رشته مدیریت ورزشی، جامعه شناسی و

1- Brouder

2- Zhong et al

گردشگری بودند. نمونه گیری به صورت هدفمند انجام شد که با ۱۴ مصاحبه، اشباع نظری صورت گرفت. در ارتباط با پیامدهای کوید ۱۹ بر گردشگری ورزشی، تعداد ۴۰ مقوله فرعی بدست آمد که در ۹ مقوله اصلی قرار گرفته شد. در نهایت نیز از مقوله های بدست آمده به چهار مفهوم پیامدهای شغلی، پیامدهای رویدادی، پیامدهای توسعه پایدار و پیامدهای پسا کرونا بدست آمد. در ارتباط با راه کارهای پیشنهادی، تعداد ۵۱ مقوله فرعی بدست آمده است که در ۱۱ مقوله اصلی قرار گرفتند. در نهایت نیز از مقوله های بدست آمده به پنج مفهوم راهکارهای اقتصادی، بهداشتی، زیرساختی، مدیریتی و راه کارهای پسا کرونا بدست آمد.

نچارزاده و همکاران (۱۴۰۰) به تاملی بر راهبرد های بازاریابی پسا کرونا در صنعت گردشگری و هتل داری در جهان: مطالعه ای مروری پرداختند. نتایج مطالعات انجام شده حاکی از آن است که گردشگری ورودی جهان با ۳ تا ۴ درصد رشد در سال ۲۰۲۰ مواجه خواهد شد؛ اما با توجه به سناریوی بیماری سارس و گسترش ویروس کرونا و پیش بینی تاثیرات اقتصادی آن، این سازمان با تغییر در پیشبینی خود، احتمال داد گردشگری جهانی در سال ۲۰۲۰ با رشدی معادل ۱ تا ۳ درصد مواجه شود. باقری و همکاران (۱۴۰۰) در مقالهای شناسایی و اولویت بندی راهکارهای ارتقاء کسب و کارهای گردشگری و مهمان نوازی در پسا کرونا به این نتیجه رسیدند که مهمترین راهکارهای ارتقاء کسب و کارهای گردشگری از دیدگاه خبرگان و فعالین این صنعت عبارت اند از راهکارهای اجرایی، راهکارهای بازاریابی، راهکارهای حمایتی و راهکارهای منابع انسانی. میرتقیان رودسری و همکاران (۱۳۹۹) بررسی رفتار جامعه میزبان نسبت به گردشگران در دوران شیوع کووید-۱۹ می پردازند. یافته های پژوهش ابعاد جدیدی از تعامل میزبان-گردشگر در دوران کرونا مبتنی بر تلفیق نظریه های تبادل اجتماعی و تهدید یکپارچه را ارایه می نماید. آنها نتیجه می گیرند که هرچند نگرش اغلب مردم رامسر به حضور گردشگران در این دوران منفی بوده، ولی عده ای با تأکید بر وابستگی معیشت و اقتصاد شهر به گردشگری و در شرایط مشخصی می توان پذیرای گردشگران باشیم. نیکفال مغانلو و منصوری (۱۳۹۹) به تاثیر ویروس کرونا کوید - ۱۹ بر صنعت گردشگری پرداختند. نتایج نشان داد که در طی ماه های اخیر بحران با عنوان شیوع ویروس کرونا منجر به ایجاد موانع و مشکلاتی در جهت حضور مسافران در مراکز گردشگری و تعطیلی تمامی زنجیره خدمات گردشگری اعم از اقامت، غذا و نوشیدنی، تفریحی و سرگرمی، حمل و نقل و خدمات مسافرتی در سراسر جهان شده است. سعیدی (۱۳۹۹) به نقش اقامتگاه های بوم گردی در توسعه گردشگری قومی در زمان بحران: مطالعه موردی استان گیلان پرداخت. با توجه به نتایج، مراکز بوم گردی که بر مبنای مسئولیت اجتماعی سازمان عمل نمودند به صورت مستمر در سه بعد تصویرسازی ذهنی، درگیری عمیق ذهنی و تقویت وفاداری مشتریان به تولید محتوا در رسانه های مجازی اهتمام ورزیدند. عسکری سوادجانی و همکاران (۱۴۰۰) به تحلیل تأثیر پاندمی کووید ۱۹ بر تخریب خلاق گردشگری از دیدگاه ساکنان مطالعه موردی: بافت تاریخی شهر یزد پرداختند. با توجه به نتایج، ضریب مسیر ۰/۴۰۲ و ضریب T برابر با ۹/۶۲۱ بیانگر تأثیر مثبت و معنادار اضطراب ناشی از پاندمی کرونا بر تخریب خلاق در بافت تاریخی شهر یزد می باشد. کیاکجوری و همکاران (۱۳۹۹) به ارائه مدل مزیت های رقابتی کسب و کار گردشگری سلامت در پسا کرونا با بکارگیری تکنیک فرا ترکیب پرداختند. نتایج

نشان داد در حالیکه کشورهای صاحب صنعت گردشگری سلامت در این روزها از تبعات و اثرات کرونا ضررهای جبران ناپذیری را متحمل شده اند و جبران این خسارت ها زمان زیادی را می طلبد استفاده از مدل های نوین کسب و کار گردشگری سلامت و ظرفیت های مختلف می تواند در این زمینه کارساز باشد.

جوان امانی (۱۴۰۰) به بررسی وضعیت رقابت پذیری گردشگری ایران در دوران کرونا با استفاده از روش تحلیل ساختاری (جامعه میزبان: ساکنین شهر رامسر) پرداخت. یافته های پژوهش ابعاد جدیدی از تعامل میزبان-گردشگر در دوران کرونا مبتنی بر تلفیق نظریه های تبادل اجتماعی و تهدید یکپارچه را نشان می دهد. مقاله حاضر به این نتیجه می رسد که اگرچه نگرش اغلب مردم به حضور گردشگران در این دوران منفی بوده است، ولی می توان با تأکید بر وابستگی معیشت و اقتصاد به گردشگری تحت شروطی پذیرای گردشگران بود و در عین حال سلامت مردم کشور را نیز در اولویت قرار داد.

گردشگری و هتل داری جزو صناعی هستند که بسیار تحت تأثیر شرایط قرار گرفته اند. در آمارهای جهانی اعلام شده است که بحران های ایجاد شده به دلیل ویروس کرونا در صنعت گردشگری و هتلداری موجب خواهد شد که پنج تا هفت سال از رشد این صنعت از بین برود و از آنجا که بسیاری از مشاغل مرتبط با این صنعت کوچک اند، درصد بالایی از آنها توان حفظ خود را نخواهند داشت و مدیریت گردشگری و هتلداری ایجاد می کند که مدیران و مسئولانی که در این عرصه فعال اند راهبردهای مناسبی برای گذر از این دوران سخت داشته باشند. با توجه به اهمیت این پدیده و با توجه به اینکه در مطالعات کنونی، دیدگاه راهبردهای بازاریابی در این خصوص نادیده گرفته شده است و همچنین با توجه به شکاف های موجود در ادبیات بازاریابی، مسئله اصلی این پژوهش، کشف راهبردهای بازاریابی کرونا برای صنعت گردشگری و هتلداری در جهان است که امید است نتایج آن، راهنمای راه مدیران و فعالان این صنعت باشد تا با مدیریت هوشمندانه و راهبردهای مناسب تر، به راحتی این دوران را سپری کنند.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری از جمله حوزه هایی محسوب می شود که از پتانسیل بسیار بالایی در جهت توسعه کسب و کار گردشگری کشور برخوردار است. در حالی که کشورهای صاحب صنعت گردشگری در این روزها از تبعات و اثرات کرونا ضررهای جبران ناپذیری را متحمل شده اند و جبران این خسارت ها زمان زیادی را می طلبد استفاده از مدل های نوین کسب و کار گردشگری و ظرفیت های مختلف می تواند در این زمینه کارساز باشد (کیا کجوری، ۱۳۹۹). صنعت گردشگری از جمله صناعی است که می تواند بسیار به رفاه و رشد کشورها کمک نماید. به خصوص برای آن دسته از کشورهایی که از مناطق گردشگری بالقوه و عالی برخوردار هستند (دشمنگیر و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری به دلیل آثار مثبت اجتماعی، فرهنگی و تأثیر در رشد اقتصادی و درآمدزایی در حال تبدیل شدن به صنعت اول در جهان است و در اغلب کشورها منبع مهمی برای فعالیت های تجاری، کسب درآمد، اشتغال زایی و مبادلات خارجی محسوب می شود. کشور ایران نیز به دلیل برخورداری از منابع مختلف برای توسعه گردشگری، زمینه های لازم را برای توسعه و بهره برداری این صنعت دارد. با توجه به رقابتی شدن این

صنعت، کشورها و سازمان‌های ذیربط به دنبال استفاده از مزیت‌های رقابتی و تکنولوژی‌های جدید هستند تا بتوانند به خوبی زمینه را برای جذب گردشگران بیشتر فراهم نموده و در نتیجه به رشد صنعت گردشگری و متعاقباً رشد کشورشان کمک کنند (آقایی، ۱۳۹۶).

گردشگری به عنوان یک پدیده انبوه و بزرگترین تحرک اجتماعی در پهنه جغرافیایی جهان به شمار می‌رود (علی اکبری و همکاران، ۱۳۹۹). در این راستا، کرونا ویروس در اوایل سال ۲۰۲۰ از هر نظر دنیا را برای همیشه تغییر داده و نقش بسزایی در توقف این تحرک اجتماعی بزرگ، سفرهای بین‌المللی و گردشگری و صنعت مهمان‌نوازی داشته است (یانگ و همکاران، ۲۰۲۰). بسیاری از مقاصد تحت تأثیر بحران‌های طبیعی و انسانی هستند (گوسلینگ و همکاران، ۲۰۲۰) ساخت قرار دارند و طی سالها، راهکارها و استراتژی‌های مختلف تاب‌آوری برای کاهش اثرات این بحران‌ها توسعه داده شده است. مروری بر ادبیات فعلی در مورد تأثیر کرونا بر صنعت گردشگری نشان می‌دهد که تاکنون عمده مطالعات منتشر شده را می‌توان در دسته مقالات مروری یا گزارش‌های ملی و جهانی در نظر گرفت و در هیچ کدام از مطالعات گردشگری با توجه به بحران کرونا بحث نشده است. همه‌گیری این ویروس تأثیر عمیقی بر بخش گردشگری گذاشته است (استرلکوسکی، ۲۰۲۰). این همه‌گیری توانسته است محرک‌های اصلی صنعت گردشگری را تا مرز فروپاشی برساند، زیرا همه فعالیت‌های انسانی اعم از اجتماعی، مذهبی، ورزشی، هنری و فرهنگی را به شدت در سرتاسر جهان تحت تأثیر قرار داده است. شورای جهانی مسافرت و گردشگری هشدار داده است که همه‌گیری ویروس می‌تواند ۲۴ میلیون شغل صنعت مسافرت و گردشگری در سراسر دنیا را قطع کرده و انتظار می‌رود آسیا بیشترین آسیب را متحمل شود. در نتیجه، پیش‌بینی می‌شود که رشد اقتصادی آسیا در سال ۲۰۲۰ به صفر برسد و بدین ترتیب بدترین عملکرد رشد در تقریباً طی ۶۴ سال براساس صندوق بین‌المللی پول مشخص شود (فولیناس، ۲۰۲۰). صنعت گردشگری همواره تحت تأثیر اجتماع و مبتنی بر تعاملات بین مردم است. شیوع ویروس کرونا بخش گردشگری جهان را با چالشی اساسی مواجه کرده است، معضلی که در حال پیشرفت و تغییر است. به همین علت، این روزها سازمان جهانی گردشگری همکاری خود را با سازمان بهداشت جهانی تقویت کرده است. گردشگری در حال حاضر یکی از تأثیرپذیرترین بخش‌ها به سبب شیوع این ویروس است. یکی از قدرتمندترین حوزه‌های اقتصادی جهان، بخش گردشگری است که چرخ اقتصاد بسیاری از کشورها را می‌چرخاند و گستره آن به بزرگی جهان است.

نقش دولت در پیش‌گیری از تقاضا و توقف آن در صنعت گردشگری بسیار مهم است. دولت باید مکانیزمی برای اقتصاد و در همان زمان برای مقابله با ویروس معرفی کند. اگر اقدامات پیشگیری به درستی صورت نگیرد،

- 1- Yang et al
- 2- Gössling et al
- 3- Strielkowski
- 4- Folinas et al

صنعت گردشگری با اثرات کاهش بیشتری روبرو خواهد شد که باعث فروپاشی اقتصادی می شود (روسبی، ۲۰۲۰).

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش بررسی توصیفی-تحلیلی است. روش جمع آوری داده ها، اسنادی و میدانی (پرسشنامه) است. جامعه آماری، تمامی شهروندان ساکن در شهر اصفهان است. نمونه های انتخاب شده با استفاده از روش کوکران و به روش نمونه گیری تصافی در دسترس ۳۵۱ نفر است. در این پژوهش به منظور ارزیابی نقش ویروس کرونا بر صنعت گردشگری در شهر اصفهان، ابتدا شاخص ها و گویه های تحقیق تعیین شد. روایی شاخص ها با نظرات اساتید راهنما و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد که اعداد بدست آمده، مطلوب است (جدول ۱).

جدول (۱): شاخص های تحقیق و آلفای کرونباخ

شاخص	گویه ها	آلفای کرونباخ
میزان و جهت سرمایه گذاری ها	روند کمی و کیفی فعالیت های اقتصادی گردشگری	۰/۸۶۴
	روند کالایی شدن میراث	
	افزایش فرصت های شغلی	
	گسترش فعالیت های خلاقانه و هنری	
نگرش مردم نسبت به گردشگری	بهبود کیفیت زیرساخت ها	۰/۸۷۲
	پذیرش گردشگران	
	احساس رضایت از حضور گردشگران	
	برقراری تعامل با گردشگران	
اضطراب ناشی از کرونا	آگاهی از اهمیت صنعت گردشگری	۰/۷۹۰
	نگرانی ناشی از مسائل مالی	
	نگرانی از اختلال در فعالیت ها	
	نگرانی از انتقال ویروس به دیگران	
	ترس از ابتلا به کرونا	
	اضطراب ناشی از فکر کردن به کرونا	

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱

در تجزیه و تحلیل داده ها بسته به مقیاس متغیرها و اهداف مورد نظر از میانگین، آزمون T تک نمونه ای و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) در محیط نرم افزار SPSS و آموس (Amos) استفاده شده است. سطح خطای ۰/۰۵ در آزمون های مذکور ملاک قرار گرفته است. در ضمن، ارزیابی نقش ویروس کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان در محدوده سی و سه پل در شاخص های مختلف به وسیله پرسشنامه با سؤالی پنج گزینه ای (طیف لیکرت) بوده است.

یافته های پژوهش

برای ارزیابی میزان اضطراب ناشی از ویروس کرونا بر گردشگری در شهر اصفهان از آزمون T تک نمونه ای استفاده شد. آزمون فوق در سطح اطمینان ۹۵٪ انجام شد. در این رابطه با توجه به ۵ طیفی بودن گویه ها، ارزیابی میزان اضطراب ناشی از ویروس کرونا بر گردشگری در سطح نرمال یا ۳ مورد آزمون قرار گرفت. نتایج به دست آمده از جدول (۲) بیانگر این می باشد که میزان اضطراب ناشی از کرونا از سطح میانگین نرمال بالاتر است. نتایج آزمون با درجه آزادی ۳۴۰ در سطح معناداری $p \leq 0/01$ و آماره t برابر ۱۴/۵۱ به دست آمد، میانگین متغیر مذکور با سطح میانگین نرمال تفاوت داشته و میزان آن در نمونه مورد مطالعه از سطح نرمال بالاتر است. همچنین، در این زمینه آزمون t برای ابعاد میزان و جهت سرمایه گذاری و نگرش مردم نسبت به گردشگری در سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمد، نتیجه فوق بیانگر این است که وضعیت ابعاد مذکور در شهر اصفهان از سطح میانگین نرمال بالاتر قرار دارد.

جدول (۲): سنجش میزان اضطراب ناشی از کرونا براساس آزمون T تک نمونه ای

سطح نرمال = 3 Test value					بعد / متغیر
سطح معناداری p	آماره t	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۰۰	۱۴/۵۱	۳۵۰	۰/۷۹	۳/۶۱	اضطراب ناشی از کرونا
۰/۰۰۰	۳/۱	۳۵۰	۰/۹۱	۳/۱۵	میزان و جهت سرمایه گذاری ها
۰/۰۰۰	۹/۷۵	۳۵۰	۰/۸۳	۳/۴۳	نگرش نسبت به گردشگری
۰/۰۰۰	۱۷/۹۳	۳۵۰	۰/۶۶	۳/۶۳	وضعیت گردشگری

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱

برای توزیع نرمال داده ها در آمار توصیفی از شاخص های ضریب چولگی (برای تقارن نما و میانگین) و ضریب کشیدگی برای افراستگی یا بلندی توزیع داده ها استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده از جدول ۳، میزان کشیدگی و چولگی همه ابعاد پژوهش در بازه عددی $(1 \pm)$ قرار دارد که بیانگر تقارن نما و میانگین و همچنین توزیع نرمال داده ها از لحاظ توصیفی می باشد. در نتیجه، مدل برای ترسیم معادلات ساختاری (SEM) از لحاظ توزیع نرمال داده های پژوهش مناسب و قابل قبول است. همچنین نتایج تجزیه و تحلیل همبستگی پیرسون نیز بیانگر این بود که بین متغیرهای پژوهش با تخریب خلاق رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. میزان ضریب همبستگی دو به دو بین ابعاد تحقیق بیانگر این بود که این رابطه بین اضطراب ناشی از کرونا، میزان جهت سرمایه گذاری ها و نگرش مردم نسبت به گردشگری با تخریب خلاق در سطح اطمینان یا معناداری $p \leq 0/01$ معنادار است.

جدول (۳): بررسی میانگین، چولگی، کشش و همبستگی ابعاد پژوهش

کشدگی	چولگی	میانگین	وضعیت گردشگری	نگرش نسبت به گردشگری	میزان و جهت سرمایه گذاری ها	اضطراب ناشی از کرونا	بعد / متغیر
۰/۴۷	-۰/۸۳	۳/۶۱				۱	اضطراب ناشی از کرونا
-۰/۹۵	-۰/۰۴	۳/۱۵			۱	-۰/۳۱ Ns	میزان و جهت سرمایه گذاریها
-۰/۳۸	-۰/۴۶	۳/۴۳		۱	۰/۵۵۱**	۰/۰۱۹ ns	نگرش نسبت به گردشگری
۰/۷۹	-۰/۷۸	۳/۶۳	۱	۰/۲۱**	۰/۱۷۷**	۰/۶۷۲	وضعیت گردشگری

** $P \leq 0.01$ * $P \leq 0.05$ ns ≤ 0.05

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۱

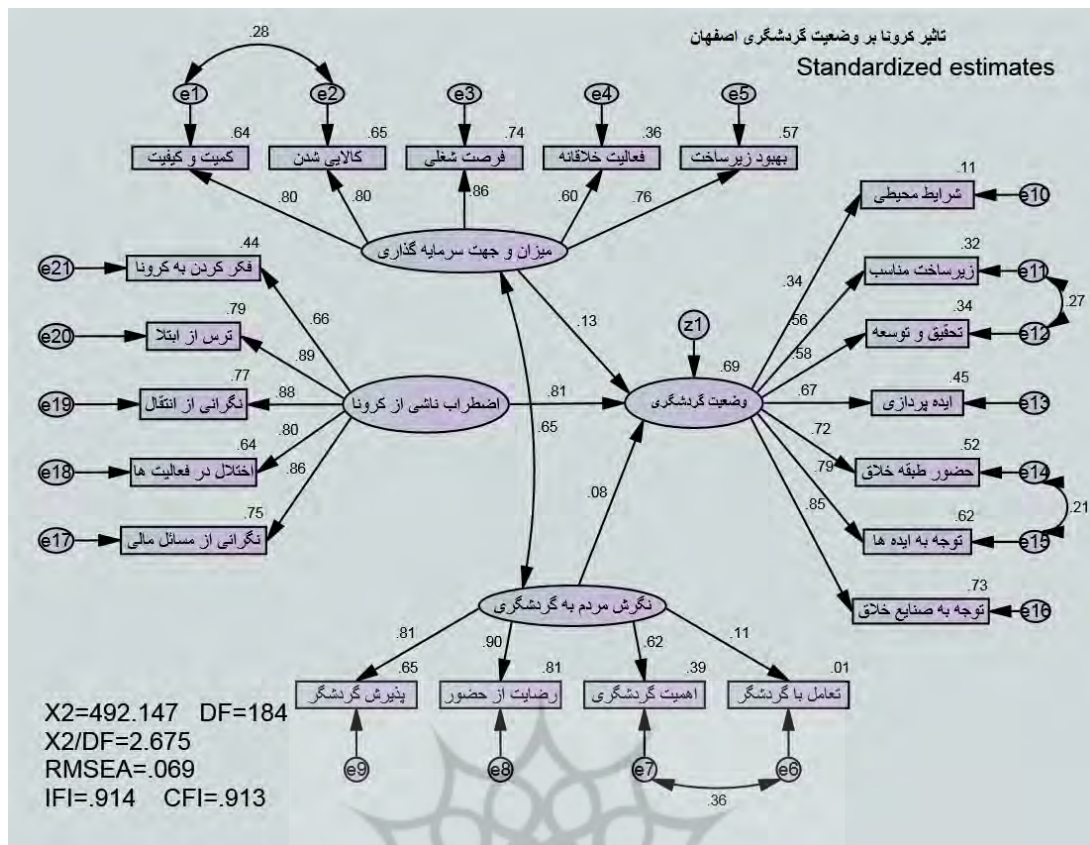
به منظور ارزیابی نیکویی برازش مدل از شاخص های مطلق (برازندگی مدل) نسبت کایاسکوئر، درجه آزادی، نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی و شاخص های نسبی ریشه خطای میانگین مجدورات برآورد، شاخص برازش تطبیقی، شاخص برازش افزایشی استفاده شد. جدول (۴) به بررسی شاخص های مورد نظر در مدل پرداخته است. تحلیل ها نشان داد که شاخص های برازش مدل در محدوده قابل قبول قرار داشته و دارای برازش خوبی بوده و شاخص RMSEA، که مهمترین شاخص در این زمینه هست برابر ۰/۰۶۹ به دست آمد که بیانگر این است که مدل مذکور در سطح بسیار مناسب قرار دارد.

جدول (۴): شاخص های برازش مدل نهایی

CFI	IFI	RMSEA	CMIN/DF	DF	CMIN	
۰/۹۱۳	۰/۹۱۴	۰/۰۶۹	۲/۶۷	۱۸۴	۴۹۲/۱۴	برازش استخراجی
$\leq 0/9$	$\leq 0/9$	$\leq 0/08$	۱ الی ۳	+	+	برازش مطلوب

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۴۰۱

شکل (۱) به بررسی نقش ویروس کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان پرداخته است. بر اساس نتایج به دست آمده اضطراب ناشی از ویروس کرونا دارای اثر مستقیم و معنادار بر وضعیت گردشگری ($P = 0/0001$) و $\beta = 0/88$ در شهر اصفهان بود. همچنین، میزان و جهت سرمایه گذاری ها ($P = 0/036$ و $\beta = 0/13$) دارای تاثیر مستقیم و معنادار بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان است. همچنین نگرش مردم نسبت به گردشگری فاقد اثر معنادار بود ($P = 0/179$ و $\beta = 0/08$) در این زمینه بین میزان و جهت سرمایه گذاری و نگرش مردم نسبت به گردشگری ارتباط دو سویه و معنادار وجود داشت، میزان ارتباط به دست آمده از مدل ساختاری برابر ۰/۶۵ در سطح اطمینان ۰/۰۰۰۱ معنادار بود.



شکل (۱): تاثیر کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۱

بر اساس نتایج به دست آمده تاثیر میزان و جهت سرمایه‌گذاری بر وضعیت گردشگری برابر است با ۰/۱۳، تاثیر اضطراب ناشی از کرونا بر وضعیت گردشگری برابر است با ۰/۸۱، تاثیر نگرش مردم به گردشگری بر وضعیت گردشگری برابر است با ۰/۰۸ و ارتباط بین جهت سرمایه‌گذاری و نگرش مردم به گردشگری برابر است با ۰/۶۵ می‌باشد. بر اساس نتایج به دست آمده بیشترین میزان بار عاملی مربوط به شاخص رضایت از حضور گردشگران از متغیر نگرش مردم نسبت به گردشگری به میزان ۰/۹ و سپس شاخص‌های ترس از ابتلا به ویروس کرونا و نگرانی از انتقال ویروس به دیگران از متغیر اضطراب ناشی از کرونا به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۸۹ و ۰/۸۸ به دست آمد.

بحث و نتیجه‌گیری

در سال‌های گذشته اقتصاد جهانی شاهد رشد بسیار چشمگیر صنعت گردشگری بوده است؛ این صنعت توانست با پشت سر گذاشتن تحولات طولانی مدت و همراه با موفقیت، مسیر پرباری را با یک دهه رشد از زمان بحران مالی جهانی سپری نماید. اما، این رشد و پویایی با شیوع و همه‌گیری جهانی بیماری کرونا دچار اختلال شدید شد و با ممنوعیت سفرهای بین‌المللی که بیش از ۹۰ درصد از جمعیت جهان را تحت تأثیر قرار داده است و نیز با اعمال محدودیت‌های گسترده در مجامع عمومی و ممانعت از تحرک و جابجایی در مقاصد، عملاً

گردشگری بعد از ماه مارس سال ۲۰۲۰ متوقف گردید. از آنجا که گردشگری یکی از بزرگترین صنایع در سطح جهان است که سرعت رشد بالایی دارد، انتظار می رود پس از همه گیری ویروس کرونا نقش مهمی در بازیابی ثبات اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. در این مقاله، برای ارزیابی میزان اضطراب ناشی از ویروس کرونا بر تخریب خلاق گردشگری در شهر اصفهان از آزمون T تک نمونه ای استفاده شد. نتایج به دست آمده بیانگر این می باشد که میزان اضطراب ناشی از کرونا از سطح میانگین نرمال بالاتر است. همچنین، در این زمینه آزمون t برای ابعاد میزان و جهت سرمایه گذاری و نگرش مردم نسبت به گردشگری در سطح معناداری ۰/۰۰۰۱ به دست آمد، نتیجه فوق بیانگر این است که وضعیت ابعاد مذکور در شهر اصفهان از سطح میانگین نرمال بالاتر قرار دارد. همچنین، به بررسی تأثیر کرونا بر وضعیت گردشگری در شهر اصفهان پرداخته شد. بر اساس نتایج به دست آمده اضطراب ناشی از کرونا دارای اثر مستقیم و معنادار بر وضعیت گردشگری ($P = ۰/۰۰۰۱$ و $\beta = ۰/۸۸$) در شهر اصفهان بود. همچنین، میزان و جهت سرمایه گذاری ($P = ۰/۰۳۶$ و $\beta = ۰/۱۳$) دارای تأثیر مستقیم وضعیت گردشگری در شهر اصفهان است. بر اساس نتایج به دست آمده بیشترین میزان بار عاملی مربوط به شاخص رضایت از حضور گردشگران از متغیر نگرش مردم نسبت به گردشگری به میزان ۰/۹ و سپس شاخص های ترس از ابتلا به کرونا و نگرانی از انتقال ویروس به دیگران از متغیر اضطراب ناشی از کرونا به ترتیب با بارهای عاملی ۰/۸۹ و ۰/۸۸ به دست آمد.

بر اساس نتایج تحقیق پیشنهادات به شرح ذیل می باشد:

- لازم است دولت با حمایت های اجرایی برای افزایش امکان بقا، بهره گیری از فرصت های پیش رو و کاهش تهدیدات در دوره کرونا با ارائه خدمات مورد نیاز و توسعه و تقویت و حفظ صنعت گردشگری و هتل داری، از سرمایه گذاران و شاغلین این حوزه حمایت کند.
- ایجاد فرصت های نو برای گروه های آسیب پذیر، انتقال مزایای اجتماعی همچون بیمه بیکاری، معافیت، امهال یا کاهش پرداخت های اجتماعی و مالیاتی برای کارکنان خویشتن فرما، ایجاد ساز و کارهای برای بیکاری، اعطای مشوق ها و صندوق های امدادی و یارانه های مالی، آسان گیری قوانین بیمه بیکاری و اقداماتی از این جمله برای گروه های به شدت آسیب پذیر مانند زنان، جوانان و جوامع روستایی.
- آژانس های پرواز و تورهای گردشگری با بازگرداندن هزینه بلیط افرادی که سفر آنها به دلیل محدودیت های ناشی از ویروس کرونا کنسل یا تعلیق شد می توانند قدم بزرگی در جهت خوشنای خود بردارند و بازاریابی خوبی برای آینده آن ها است
- تشکیل ستاد بحران با دبیری وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و با حضور وزرا و مقامات مسئول مرتبط با صنعت گردشگری و تمامی شکل های صنفی مرتبط با حوزه گردشگری؛
- همکاری دولت، سازمان تأمین اجتماعی، نهادهای مربوطه و شهرداری ها در زمینه اعطای مجوز تأخیر در پرداخت حق بیمه، هرگونه عوارض و مالیات های تأسیسات گردشگری و سایر بخش های

دارای مجوز از وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دوره زمانی بحران فعلی یا تقیسط آن در زمان حداقل یک ساله پس از بازگشت به وضعیت عادی؛

➤ تدوین بسته‌های مشاوره‌های و آموزشی و حمایتی در قالب اعطای تسهیلات مناسب به جوامع محلی مقصد گردشگری با هدف راه اندازی کسب و کارهای جایگزین؛

➤ همچنین وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز به منزله بزرگترین و مهمترین پشتوانه می تواند با در نظر گرفتن تسهیلات بانک ها، هر چه سریع تر از آسیب بیشتر و جدی تر به این صنعت جلوگیری کند. از طرفی ایجاد اتاق فکری پس از بحران ویروس کرونا با هدف بررسی و تحلیل و راهکارهایی به منظور جبران خسارت دوره های پسابحران نیز ضروری است. یکی از راهبردهای پیشنهادی این است که شرکت های تورگردان در این دوره از برگزاری سفرها و ارائه خدمات کم یا بدون سود که فقط هزینه های خود را پوشش بدهد هراسی نداشته باشند. با این کار می توان جریان نقدینگی را به شرکت آورد و با تأمین بخشی از دستمزد نیروی انسانی، برای حفظ آنها تلاش کرد. پیشنهاد دیگر این است که به جای تعدیل نیرو، قراردادهای تمام موقت کارکنان به قراردادهای پاره وقت تبدیل شود. به هر حال برخی از کارکنان این امکان را دارند که برای مدتی با انجام دیگر کارهای موقت، مقداری از درآمد از دست رفته شان را جبران کنند و لذا این روش به حفظ ایشان در شرکت و صنعت گردشگری کمک می کند.

منابع

- (۱) ابراهیم پور، حبیب؛ فیضی زنگیر، سلمان؛ کریمی، بهنام و مینا جهان دیده تپراقلو (۱۴۰۰)، تحلیلی بر رفتارهای محافظتی ساکنان مقاصد شهری در برابر ویروس کرونا مطالعه موردی: شهر سرعین، نشریه گردشگری شهری، شماره ۸، صص ۴۹-۶۶.
- (۲) احمدی، محمد صالح، رهنمایی، محمد تقی، علی اکبری، اسماعیل (۱۴۰۰)، تبیین اثر نگاه فن سالارانه در طرح های توسعه شهری بر گردشگری با روش سه سوسازی (مطالعه موردی: استان کرمانشاه). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، مقالات آماده انتشار، شهر پاره، آمایش سیاسی فضا، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۴۷ - ۱۵۹.
- (۳) آقایی فر، محمد زمان (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر تصویر برند مقصد و نگرش به مقصد بر تمایل به بازدید و تمایل به پیشنهاد مقصد گردشگران، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس.
- (۴) دشمنگیر، لایلا؛ دشمنگیر، پری ناز؛ سجادی، حانیه سادات و علیزاده بیناه، گیسو (۱۳۹۷)، تحلیل وضعیت نظام گردشگری سلامت ایران. مجله تصویر سلامت، دوره ۹، شماره ۲، صص ۷۳-۸۰.
- (۵) شیرمحمدی، یزدان؛ نادعلی پور، زهرا و مریم مختار جوزانی (۱۴۰۰)، تأثیر استفاده از واقعیت مجازی در عصر کرونا بر افزایش تعداد گردشگران بین المللی در دوره پساکرونا، گردشگری و توسعه، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۴۱-۵۴.
- (۶) صالح آبادی، ریحانه و بهرامی جاف، سالار (۱۳۹۹)، بررسی تأثیرات کرونا بر امنیت شهرهای مرزی، مجله آمایش سیاسی فضا، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۴۷-۱۵۹.

- ۷) عبداللهی، حامد (۱۳۹۹)، بررسی اثرات ویروس کرونا بر صنعت گردشگری و جذب توریسم روستایی، پنجمین کنفرانس بین المللی گردشگری، فرهنگ و هنر.
- ۸) عزیزپور، فرهاد، ریاحی، وحید، عزیزی، سمیه (۱۳۹۹)، تحلیل فضایی شیوع کرونا در ناحیه روستایی شهرستان دماوند، تحلیل فضایی مخاطرات محیطی، شماره ۷، صص ۲۱-۴۰
- ۹) عطوفت شمس، کیمیا، قانع، سها، قائم مقامی، روژین، هدایتی، هلیا، عبدالی سوسن، اشکان (۱۴۰۰)، تأثیر ویروس کرونا بر روی مصرف برق در ایران و جهان، روشهای هوشمند در صنعت برق، سال ۱۲، شماره ۴۵، صص ۴۹-۶۲
- ۱۰) علوی، سلمان، کروی، محسن، ذبیحی، اکبر، علوی، حامد (۱۳۹۹)، کوید ۱۹ و گردشگری ورزشی: شناسایی پیامدها و ارائه راه کار، مطالعات مدیریت گردشگری سال ۱۵، ویژه نامه همه گیری کوید ۱۹، صص ۳۲-۱.
- ۱۱) علی اکبری، اسماعیل، مرصوصی، نفیسه، جلال آبادی، جمال (۱۳۹۹)، تدوین سناریوهای مؤثر بر آینده گردشگری پایدار شهر کرمان با رویکرد آینده پژوهی، مطالعات مدیریت گردشگری سال ۱۵، شماره ۵۰، صص ۳۵-۶۰.
- ۱۲) عیسی زاده، وحید، ارگانی، میثم، قنبری، ابوالفضل، محمدی، حسین (۱۴۰۰)، مدل سازی پراکندگی زمانی و مکانی گسترش ویروس کرونا (مطالعه موردی: استانهای قم و مازندران)، مدیریت مخاطرات محیطی، سال ۸، شماره ۱، صص ۹۸-۸۱.
- ۱۳) میرتقیان رودسری، سارا، و فرخیان، فرهاد، و نقوی، محسن (۱۳۹۹)، بررسی رفتار جامعه میزبان نسبت به گردشگران در دوران شیوع کووید-۱۹. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، شماره ۱۱۵، صص ۱-۱۵.
- ۱۴) نرگسی، شهین (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران، فصلنامه اقتصاد مالی، سال ۱۲، شماره ۱۴، صص ۶۷-۴۱.
- ۱۵) ودود، جوان امانی (۱۴۰۰)، بررسی وضعیت رقابت پذیری گردشگری ایران در دوران کرونا با استفاده از روش تحلیل ساختاری (جامعه میزبان: ساکنین شهر رامسر)، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، سال ۱۰، شماره ۳۹، صص ۳۵-۵۲.
- 16) Florida, R., (2005), cities and creative class, Routledge, New York-London. Foundation: Series B, Human geography, Vol 90, No 2, P 4.
- 17) Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19". Journal of Sustainable Tourism, pp. 1-20.
- 18) Strielkowski, W., (2020). International Tourism and COVID-19: Recovery Strategies for Tourism Organisations.: DOI: 0.20944/preprints202003.0445.v1.
- 19) Yang, Y., Zang, H., & Chen, X., (2020). Coronavirus pandemic and tourism: Dynamic stochastic general equilibrium modeling of infectious disease outbreak. Annals of Tourism Research. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102913>.

Quarterly Journal of Urban Futurology

Volume 2, Number 1, Spring 1401

PP: 1-15

**Impact of Corona on Tourism Status
(Case study: Isfahan)**

Saeed Landaran esfahani, Assistant Professor of Management, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarakeh, Iran.

Mahsa Rahimi, M.Sc of Management, Mobarakeh Branch, Islamic Azad University, Mobarakeh, Iran.

Received: 04 March 2022

Accepted: 04 July 2022

Abstract

Tourism is one of the growing industries in the world, which has been severely affected by the Corona crisis. In recent years, the global economy has witnessed a very significant growth of the tourism industry; The industry has been able to go through a fruitful path with a decade of growth since the global financial crisis, following long-term and successful developments. However, this growth and dynamism was severely disrupted by the global outbreak of coronary heart disease. The aim of the present study is the role of corona on the tourism situation in Isfahan. This research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of research method. The method of data collection is documentary and field (questionnaire). The statistical population is citizens living in Isfahan. The sample selected using the Cochran method is 351 people. In data analysis, depending on the scale of variables and objectives, the mean, one-sample t-test and structural equation modeling (SEM) in SPSS and Amos software were used.

Keywords: Corona Virus, Anxiety, Investment, Tourism, Isfahan City.

DOI: 10.30495/uf.2022.1953643.1026

¹ - **Corresponding author:** mahsarahimi1994@yahoo.com