

شناسایی عوامل بحران مالی و ارائه الگو در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ (هتل های ۵ و ۴ ستاره ایران)

فاطمه دکامینی^۱، حبیب الله جوانمرد^{۲*}، محمد احسانی فر^۳

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۳/۱۲ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۴/۱۸ صفحات: ۱۰۴-۸۳

چکیده

زمینه و هدف: نبود دسته بندی جامع عارضه یابی مدیریت بحران مالی در صنعت هتلداری باعث بوجود آمدن خسارات مالی در زمان بحران می شود. هدف این پژوهش، شناسایی عوامل بحران مالی و ارائه الگو در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ می باشد.

روش شناسی: روش پژوهش کیفی-کمی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از مدیران و متخصصین دانشگاهی تا رسیدن به اشباع نظری بود. در بخش کمی از مدل سازی ساختاری استفاده شد و جامعه آماری شامل هتل های ۵ و ۴ ستاره هر استان در کشور بود که تعداد ۱۸۰ پرسشنامه توزیع گردید. کدگذاری مصاحبه ها با نرم افزار MAXQDA انجام گرفت.

یافته ها: طبق یافته های پژوهش، ۱۱ بعد به عنوان ابعاد کنترل بحران مالی به دست آمد که شامل ۶ بعد داخلی و ۵ بعد خارجی شناسایی شدند که در این میان، فاز درآمد، شرایط تسهیل کننده و سیاست های حمایتی از ابعاد و مولفه های موثر بر بحران مالی صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ شناخته شدند.

نتیجه گیری: ابعاد داخلی و خارجی شناسایی شده در مدل نهایی می تواند به صنعت هتلداری در زمان بحران کمک شایانی کند.

واژه های کلیدی: بحران مالی، صنعت هتلداری، کووید-۱۹

ارجاع: دکامینی، ف.، جوانمرد، ح.، احسانی فر، م. (۱۴۰۲). شناسایی عوامل بحران مالی و ارائه الگو در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ (هتل های ۵ و ۴ ستاره ایران). فصلنامه منابع انسانی تحول آفرین. ۲(۶): ۱۰۴-۸۳

^۱ گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

^۲ دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک، ایران (نویسنده مسئول: h-javanmard@iau-arak.ac.ir)

^۳ دانشیار گروه مهندسی صنایع، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، ایران

مقدمه

امروزه، موارد اضطراری غیرمتعارف در سراسر جهان رخ می دهد (رمضانی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱، میرحسینی^۲ و همکاران، ۲۰۲۱، دینگ^۳، ۲۰۱۸)، و پدیده بحران ها روز به روز در دنیا بیشتر می شود و انواع و اقسام بحران ها، همواره تأثیرات مهمی بر امنیت داشته است (خزاعی و همکاران، ۲۰۲۳، هتو^۴، ۲۰۱۸). این بحران ها منجر به ضرر و زیان جدی به محیط و انسان ها و تأثیرات منفی زیادی بر توسعه اجتماعی و اقتصادی گذاشته است (تقی پور و همکاران، ۲۰۲۳، لی^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). مدیریت بحران، توجه دولتمردان را به انواع مخرب بلایا مانند وقوع زلزله و نشت هسته ای جلب کرده است (احسانی فر و همکاران، ۲۰۲۳، ژو^۶، ۲۰۱۷). و آژانس های مدیریت بحران دارای یک هدف مشترک شامل آماده سازی، پیشگیری، پاسخگویی، کاهش اثرات حوادث و بهبود هستند (یانگ بلود و یانگ بلود، ۲۰۱۸).

شیوع بیماری کووید-۱۹ (کرونا) در سراسر جهان، تأثیرات عمیقی بر اقتصاد و جوامع انسانی به وجود آورده است، و در این میان، صنعت هتلداری یکی از بخش هایی است که به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است. این بیماری به ویژه تأثیرات قابل توجهی بر رونق توریسم و گردشگری در سطح جهان داشته و انتقال بیماری و محدودیت های سفر به شدت صنعت هتلداری را تحت فشار قرار داده است. شیوع کووید-۱۹ منجر به تعطیلی موقت و حتی دائمی بسیاری از هتل ها و اقامتگاه ها در سرتاسر جهان شده است (گالوز^۷، ۲۰۱۹). این تعطیلی ها باعث کاهش درآمدها، افت تقاضا و کاهش شغل ها در این صنعت گردیده است (قربانی و همکاران، ۱۳۹۸). از این رو، مدیران هتل ها و شرکت های مرتبط با صنعت هتلداری باید با چالش های جدیدی روبرو شده اند.

در ارتباط با بحران مالی صنعت هتلداری در دوران کرونا باید گفت که بر اساس برآوردها در سال ۲۰۲۰ می بایست درآمد حاصل از مسافرت و گردشگری جهانی به رقم ۷۱۲ میلیارد دلار می رسید که نسبت به سال ۲۰۱۹، حدود ۴ درصد رشد داشت. اما با تأثیر اپیدمی کرونا بر این صنعت، برآورد شد که میزان درآمد جهانی صنعت هتلداری به ۵۶۸ میلیارد دلار کاهش یابد که نه تنها نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایشی نخواهد داشت، بلکه شاهد کاهش ۱۷ درصدی درآمدهای صنعت مسافرت و گردشگری بودیم (لاک^۸، ۲۰۲۰). بحران کرونا در صنعت هتلداری باعث کاهش تقاضا و در نتیجه کاهش فروش کسب و کارها شد. در

¹ Ramezani

² Mirhosseini

³ Ding

⁴ Hetu

⁵ Li

⁶ Zhou

⁷ Youngblood & Youngblood

⁸ Galvez

⁹ Lock

چنین شرایطی، جریان نقدینگی که حیات کسب و کارها به آن وابسته است را با مشکل مواجه کرد و تمرکز بر مدیریت منابع مالی و انضباط مالی را ضروری نمود.

سواد مالی به عنوان ترکیبی از آگاهی، دانش، مهارت، نگرش و رفتارهای ضروری و لازم برای تصمیم گیری های مالی است که در نهایت منجر به رفاه مالی شخصی می شود (لوساردی^۱، ۲۰۱۹). در پژوهش های اخیر، افزایش علاقه در ارزیابی سواد مالی سرمایه گذاران وجود داشته است (پایلا^۲، ۲۰۱۶). به طور معمول مطالعات نشان می دهد که حتی در کشورهای پیشرفته هنوز در میان عموم مردم، سواد مالی وجود ندارد (شن^۳، ۲۰۱۶). یکی از دلایل مهمی که ممکن است سبب تغییر در سیاست های سرمایه گذاری و به تبع آن ارزش و سود کسب شده شرکت شود، بحران های مالی است (موسوی شیری و همکاران، ۱۳۹۵). از سوی دیگر باید گفت که تصمیمات مالی مدیریت برای بهبود وضع مالی شرکت مهم و حیاتی است، اما تصمیمات نابخردانه می تواند در نهایت منتج به بحران مالی سازمان گردد (دارابی، ۱۳۹۶).

در بحث ضرورت پژوهش حاضر باید گفت که نبود بررسی جامع و یکپارچه در زمینه بحران مالی در صنعت هتلداری (بخصوص در شرایط بحرانی کووید ۱۹)، از جمله عوامل مهم در روی آوردن به این مبحث است. بررسی ادبیات این حوزه نشان می دهد در خصوص پژوهش حاضر، پژوهش های صورت گرفته از پراکندگی فراوانی برخوردارند. در داخل کشور، مطالعه علمی در این زمینه و تاثیر آن بر این صنعت، انجام نگرفته است و در خارج از کشور، مطالعات اندکی در این زمینه صورت پذیرفته است. بنابراین نوآوری پژوهش حاضر، شناسایی عوامل بحران مالی در صنعت هتلداری در دوران کرونا و پسا کرونا است. چرا که شناسایی این عوامل می تواند گام اولیه ای در راستای جبران خسارات وارده به این صنعت باشد و به مدیریت این رویداد بحرانی و جذب مجدد گردشگران کمک خواهد کرد. از این رو، مسئله اصلی این پژوهش این است که مولفه ها و ابعاد (اعم از مثبت و منفی) بحران مالی صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کوید-۱۹ کدامند؟.

مبانی نظری

بحران مالی

با توجه به اهمیت حساسیت به موضوع مالی، اندیشمندی در صنعت هتلداری، مقوله بحران مالی را به چشم یک فرصت و چالش می بیند. در جهت تقویت و افزایش سواد مالی، موسساتی مانند ائتلاف جامپ با تمرکز بر سود شخصی مالی، عزم ملی با هدف آموزش مالی و مرکز ارتقاء سواد مالی جهانی، نقشی فعال در ارتقای آگاهی مالی در مقیاس ملی و جهانی دارند (ون رویج^۴، ۲۰۱۸). پاسخ اضطراری به اطلاعات و دانش چند رشته ای نیاز دارد و فرهنگ سازی به طور قابل توجهی در زمینه

¹ Lusardi

² Paiella

³ Shen

⁴ Van Rooij

واکنش اضطراری بسیار مورد توجه قرار گرفته است (ها، ۲۰۱۸). بنابراین مدیران باید از تأثیر رفتار جمعی بر خط که از اطلاعات منتشر شده ناشی می شود، آگاهی داشته باشند تا باعث دستیابی به سطح بالایی از مشارکت شهروندان برای بهبود پاسخ به فاجعه در سطح ملی و در رسانه های اجتماعی شود (گالوز، ۲۰۱۹). مدیران باید آموزش و تجربه یا دانش لازم را برای کنترل شرایط اضطراری و پاسخگویی داشته باشند (جینگز، ۲۰۱۸). در دوره ای که سازمان با بحران مالی روبرو است، مدیران توانا تر، تصمیم گیری مناسب تری در ارتباط با تامین منابع مورد نیاز خواهند داشت (علی نژاد، ۱۳۹۶).

مدیران باید از تأثیر رفتار جمعی بر خط که از اطلاعات منتشر شده ناشی می شود، آگاهی داشته باشند تا باعث دستیابی به سطح بالایی از مشارکت شهروندان برای بهبود پاسخ به فاجعه در سطح ملی و در سطح رسانه های اجتماعی شود (گولوز-رودریگوز و همکاران، ۲۰۱۹). در شرایط اقتصادی، ورشکستگی یک تجربه آسیب زا برای بسیاری از سهامداران، مالکان، کارکنان و طلبکاران می باشد و موجب از دست رفتن شغل، پس انداز، سرمایه گذار و دارایی های منقول و غیر منقول می شود (بوراتیانسکا، ۲۰۱۶). برنامه ریزی مالی برای شرایط برنامه ریزی نشده و اخذ تصمیم متناسب با شرایط سازمان هر دو از وظایف مدیریت منابع انسانی و مدیریت مالی است (نوعه و همکاران، ۲۰۱۷).

صنعت هتلداری در دوران کرونا

گردشگری به یکی از مهم ترین مولفه های توسعه و رفاه اقتصادی بیشتر کشورها تبدیل شده است (لی، ۲۰۱۸) و نقش مهمی در شکل گیری رفتارهای آتی گردشگران دارد (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸). در طول چند دهه گذشته، گسترش قابل توجهی در گردشگری وجود داشته است (لی و جین، ۲۰۱۸). امروزه حجم کسب و کار گردشگری برابر و یا حتی بیشتر از صادرات نفت، مواد غذایی و خودرو است. از طرفی، هتل یک سازمان پیچیده و پرتنش انسانی و مالی است که بر اساس پیش بینی شرایط آینده دست به فرآیندهای مالی می زند و هر عامل پیش بینی نشده مانند جنگ، بیماری و ... می تواند آن را با شوک مالی گسترده مواجه کند، در شرایطی که ساز و کار هتل تا حد زیادی بر مبنای خدمات غیرحضور قابل انجام نیست (قربانی و همکاران، ۱۳۹۸). مهم ترین ضرورت مدیریت هتلداری برای خروج از شوک مالی حاصل از مدت ها تعطیلی و تقاضای پایین از سوی گردشگران، شناسایی شیوه های کار متناسب با شرایط فعلی است، زیرا صنعت هتلداری به دلیل هزینه های بالای ثابت و متغیر نمی تواند برای مدتی طولانی تعطیل باشد.

¹ Ha

² Jennings

³ Gálvez-Rodríguez

⁴ Boratyńska

⁵ Noe

⁶ Li

⁷ Zhang

⁸ Li & Jin

در اواخر دسامبر سال ۲۰۱۹، دنیا با پدیده کرونا روبرو شد. به دلیل نوظهور بودن بحران کرونا، تحقیقات اندکی درباره این بحران انجام شده است. اغلب تحقیقات درباره بحران هایی نظیر سیل، زلزله و... بوده است (کلوت، ۲۰۲۰؛ جینکینز، ۲۰۲۰؛ ماسیح و ژاکوبز، ۲۰۲۰؛ کمال الدینی، ۱۳۹۷؛ گنجی و حیدری، ۱۳۹۷؛ کمالی و میرزایی، ۱۳۹۶). این بیماری برای دولت های سراسر جهان، چالش های بزرگی را ایجاد کرد (مصباح و ژاکوبز، ۲۰۲۰). برنامه ریزی برای مدیریت بهتر منابع، تطبیق با محدودیت های بهداشتی، ارائه خدمات مجازی، ایجاد استراتژی های ترغیب به سفر و اطمینان از بهداشت مشتریان از جمله چالش ها و اقدامات اصلی در این زمینه محسوب می شوند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸). علاوه بر این، تحولات در روش های رزرواسیون، استراتژی های قیمت گذاری جدید و تغییر در سلاقی و نیازهای مشتریان نیز به عنوان موضوعاتی مورد بررسی قرار گرفته اند. برخی از هتل ها به دنبال تغییرات در سبک مدیریت و تجربه مشتریان به منظور جذب مشتریان در شرایط جدید بحران هستند. به طور کلی، بیماری کووید-۱۹ و پیامدهای آن بر روی صنعت هتلداری تأثیرات عمده ای گذاشته است (گولوز-رودریگوز و همکاران، ۲۰۱۹) و نیازمندی به تطبیق، نوآوری و تغییر استراتژی ها و مدیریت منابع را برای هتل ها و مؤسسات مرتبط با این صنعت ایجاد کرده است.

پیشینه پژوهش

بررسی متون و پیشینه های داخلی و خارجی حاکی از این است که این پیشینه ها کلیه ابعاد و اهداف مدنظر این پژوهش را پوشش نمی دهد، لذا به نظر می رسد انجام چنین پژوهشی بتواند در مرحله پس از بحران به صنعت هتلداری کشور، کمک نماید تا از بحران های داخلی و خارجی مصون بماند و یا آسیب کمتری ببیند. در خصوص مدیریت بحران و ارائه مدل مدیریت بحران در صنایع و سازمان های دیگر، مطالعاتی انجام شده است که به چند مورد از آنها در جدول ۱ اشاره می شود.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

محقق	عنوان	دستاورد
آلوز ^۴ (۲۰۲۲)	بدهی شرکت های هتلداری: تأثیر ویژگی های شرکت و دوره های بحران	این مقاله عوامل تعیین کننده مالی بدهی شرکت های هتلداری پرتغال را با استفاده از شاخص های اصلی پیشنهاد شده توسط تئوری های Trade-Off و Pecking Order مورد مطالعه قرار می دهد. هدف اصلی این مطالعه تجزیه و تحلیل عواملی بود که بیشتر به بدهی شرکت های پرتغالی در صنعت هتلداری کمک می کند. این مطالعه همچنین با هدف درک تأثیر دوره های بحران بر بدهی انجام شد. از آنجایی که داده های جمع آوری شده مربوط به دوره بین سال های ۲۰۰۵ و ۲۰۲۰ است، تأثیر بحران مالی ۲۰۰۸ و اخیراً همه گیری جهانی COVID-19 را نیز تحلیل می کند.

¹ Kluth

² Jenkins

³ Masbah & Jacobs

⁴ Aves

پاتل ^۱ همکاران (۲۰۲۰)	بررسی اثرات حاصل از همه گیری کووید-۱۹ در صنعت گردشگری کشور هند	نتایج پژوهش حاکی از آن است که ورود گردشگران بین المللی ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش می یابد و فعالین بخش گردشگری که نتوانند خود را با شرایط جدید تطبیق دهند محکوم به حذف هستند؛ زیرا شوک مالی سنگین حاصل از شیوع کرونا ادامه دار خواهد بود.
هوگ ^۲ همکاران (۲۰۲۰)	بررسی آثار همه گیری کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری کشور چین	در این پژوهش از مصاحبه های عمیق در ارتباط با موضوع پژوهش استفاده شد. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که کرونا برای مدت طولانی با گردشگری و زیرمجموعه های آن خواهد بود و لذا بسیاری از شرکت های ضعیف فعال در این زمینه از این چرخه به کنار رانده خواهند شد.
منسی ^۳ (۲۰۱۹)	بحران مالی جهانی و تحرکات مشترک بین قیمت نفت و بازارهای سهام در عربستان سعودی	نتایج حاکی از تغییرات همزمان معنادار بین نفت خام و صنایع مختلف بوری در طول زمان و با فرکانس های مختلف است. در بین ۱۵ بخش، پتروشیمی بیشتر و صنایع هتلداری و گردشگری کمتر تحت تاثیر تغییرات قیمت نفت مطلوب قرار می گیرد.
لوساردی (۲۰۱۹)	سواد مالی و لازمه ی آموزش آن	به این نتیجه رسیدند که کمبود سواد مالی حتی در کشورهای توسعه یافته مساله ای بسیار مهم است و باید توجه جدی به آن شود. در آینده باید برنامه ها و شاخص های ویژه ای جهت پیشبرد آموزش سواد مالی در نظر گرفته شود که این امر مستلزم ایجاد برنامه ها و پژوهش های آکادمیک می باشد.
توکاکیسوا و همکاران (۲۰۱۹)	مدیریت بحران در مدیریت دولتی: مدل سه فازی برای حوادث ایمنی	نتایج نشان داد مدیریت بحران با تمرکز شدید بخش دولتی به تجدید ساختاری و فرهنگی نیاز دارد. در این زمینه نیز، در هر سه فاز پیش، حین و پس از بحران، راهکارهایی ارائه می شود که بیشتر بر افزایش ارتباطات داخلی و خارجی در بعد اطلاعاتی و مشارکتی و توانمند کردن مدیران بحران به رهبرانی با قدرت تصمیم گیری مطلوب در شرایط اضطراری و پیش بینی ناپذیر متکی است.
سروویچ ^۴ همکاران (۲۰۱۸)	پیش بینی بحران های مالی و شاخص های هشدار سریع برای بحران های سیستم بانکی و ...	شاخص های مورد بررسی ایشان متغیرهای مربوط به ۱- بخش مالی و عمومی (شامل بدهی داخلی و خارجی، رشد مخارج دولت، تراز بودجه دولت)؛ ۲- فعالیت اقتصادی (رشد اقتصادی، شکاف تولید ناخالص داخلی از روند، نرخ بیکاری، رشد اعتبارات، نرخ بهره)؛ ۳- بخش خارجی (کمک های خارجی، حساب جاری، نرخ ارز، قیمت نفت، رشد تولید ناخالص جهانی) را در بر می گیرد.
ناین ^۵ (۲۰۱۸)	بررسی چالش های عمده در مواجهه با صنعت هتلداری در سطح جهانی	صنعت هتلداری در سطح جهانی با مجموعه وسیعی از چالش های عمده مثل نوسانات اقتصاد، کمبود کارگر و حفظ پرسنل با کیفیت، افزایش تقاضای فن آوری، ارائه و حفظ استانداردهای خدمات عالی و استثنایی، فراهم کردن تجربیات شخصی و خاطره انگیز، پایداری و رقابت مواجه است.
سنسیارلی ^۶ (۲۰۱۸)	پیش بینی ورشکستگی و مدیریت سود	شرکت های ورشکسته در سال قبل از ورشکستگی و در سال ورشکستگی، درگیر مدیریت سود افزایشی می گردند. وی نشان داده است اقدامات مدیریت سود، دقت پیش بینی مدل های ورشکستگی را افزایش می دهد.
دینگک، لیو (۲۰۱۸)	تحلیل عوامل بحرانی موفقیت در مدیریت بحران	تحلیل این عوامل نشان داد که طرح واکنش اضطراری، اجتماعی و مقررات، تأثیرگذارترین عامل و مشارکت و حمایت ارتش تأثیرپذیرترین عامل در روش دیتمل است.
کیارامونته ^۷ (۲۰۱۷)	سرمایه و نسبت های نقدینگی و ریسک بحران مالی	با افزایش سرمایه و افزایش نسبت های نقدینگی، ریسک بحران مالی کاهش پیدا خواهد کرد. اگر ریسک بحران مالی در شرایط حاد، تحت کنترل قرار نگیرد، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی را بشدت تحت تاثیر منفی قرار خواهد داد.

1 Patel

2 Hoque

3 Mensi

4 Cerovic

5 Nain

6 Cenciarelli

7 Chiaramontea

راملال ^۱ (۲۰۱۷)	رابطه بین گردشگری، توسعه مالی و رشد اقتصادی در هند	نتایج پژوهش وی نشان داده است که گردشگری سبب رشد اقتصادی می گردد و با افزایش توسعه مالی رشد اقتصادی و گردشگری افزایش یافته است.
کومار ^۲ (۲۰۱۷)	موانع و چالش های صنعت هتلداری (مطالعه موردی هند)	یافته ها نشان می دهد آموزش کافی اغلب توسط هتلداران برای توسعه مهارت های عملیاتی کارمندان تامین نمی شود. استخدام عمدتاً از طریق جابه جایی داخلی انجام می شود؛ که منجر به مشکلات منابع انسانی می شود. شکاف قابل توجهی بین آنچه از کارمندان جدید انتظار می رود و سطح مهارت موجود وجود دارد.
خسروی و همکاران (۱۴۰۱)	تأثیر شخصیت برند در جذابیت برند کارفرما با میانجی گری احساس و اعتماد مورد پیمایش: هتل های گردشگری	ابعاد شخصیت برند (صمیمیت، شور و هیجان، کمال، استحکام و شایستگی) در احساس و اعتماد به برند هتل های شرکت ملی نفت ایران و در نتیجه جذابیت این برند تأثیری مثبت و معنی دار می گذارد. یکی از بازارهای هدف بسیار مهم هتل های شرکت ملی نفت، کارکنان شاغل در بخش های گوناگون صنعت نفت است. تلاش برای شخصیت سازی برند این هتل ها در تصویرسازی برای مشتریان و اعتماد و احساس به برند این هتل ها تأثیر خواهد داشت و مراجعه به این هتل ها را افزایش خواهد داد.
عباسی و محمدی (۱۳۹۹)	پیش بینی روند کسب و کارهای خدمات گردشگری در دوران پسا کرونا و ارائه مدل راهبردی	بر اساس گزارش های داخلی و بین المللی مرتبط با گردشگری، گزارش های مقابله با کرونا، پیشنهاد های مطرح شده در سخنرانی ها و مصاحبه های مسئولین و کارشناسان و آسیب شناسی وضعیت موجود پیشنهاد های راهبردی و مدل راهبردی ارائه شده است.
قربانی و همکاران (۱۳۹۸)	پست مدرنیسم و طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری	ساختار سازمانی و مالی فعلی هتل ها و دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری پاسخگوی نیازهای عصر حاضر و محیط متلاطم مدیریت گردشگری نیست و با هرگونه بحرانی می تواند دچار آسیب های فراوان شود. پژوهشگران بیان می دارند که حرکت به سمت ساختار سازمانی و مالی هوشمند می تواند هتل ها و سازمان های گردشگری را در مقابل محیط و اتفاقات آن محافظت کند.

روش بررسی

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و به روش کیفی و کمی انجام شد. جامعه آماری پژوهش (هتل های ۴ و ۵ ستاره کشور) به تعداد ۷۷ هتل بودند. در بخش کیفی، مصاحبه عمیق از خبرگان انجام شد. خبرگان شامل دو گروه خبرگان علمی و اصحاب حرفه بودند: (۱) بخش خبرگان علمی شامل اساتید دانشگاهی در بخش گردشگری، هتلداری و مالی، با مرتبه استادیار به بالا و دارای ۱۰ سال سابقه بودند. (۲) بخش اصحاب حرفه، شامل مدیران ارشد هتل ها، کارشناسان بخش گردشگری در سازمان های گردشگری و میراث فرهنگی که در سراسر کشور مشغول به فعالیت هستند، می باشد.

در مرحله اول این پژوهش با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و میدانی و ... به جمع آوری هر گونه اطلاعاتی که می توانست به صورت کلی یا جزئی به موضوع پژوهش مربوط باشد، پرداخته شد. در مرحله دوم، فهرستی از ابعاد گسترده مربوط به پژوهش استخراج شد. این لیست که مخزن شاخص ها نام دارد، از کلیه ابعاد تصفیه نشده مربوط به موضوع پژوهش تشکیل شده بود که به نوعی بر اساس نظر شخصی پژوهشگر تهیه گردید. گام سوم که مهم ترین گام پژوهش است، به فرآیند دلفی

¹ Ramphul

² Kumar

اختصاص داشت. در این مرحله شاخص ها پایش و شاخص های نهایی استخراج گردیدند و ابعاد به طور مستقیم توسط کارشناسان تهیه و بر اساس آن در گام چهارم پرسشنامه تهیه شد. از طرفی، برای شناسایی ابعاد و مولفه های بحران مالی، در مصاحبه های انجام شده از ۱۸ نفر که زمان آنها بین ۳۰ تا ۹۰ دقیقه متغیر بود، محورهای گفتگو از قبل در اختیار مصاحبه شونده قرار گرفت تا بتواند با آمادگی مطلوب، اطلاعات مورد نظر را ارائه نماید. هر یک از مصاحبه ها پس از پیاده سازی مجدد برای مصاحبه شونده ارسال و مورد تایید نهایی قرار گرفت. در مرحله تکمیلی، از آنان خواسته شد چنانچه لازم می دانند بر اساس خلاقیت خود و متناسب با موضوع، مطلبی اضافه نیز بیان نمایند. پس از کدگذاری و شناسایی ابعاد و مولفه های حاصل از مصاحبه، و برای اعتبارسنجی مدل مفهومی اولیه از مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شد. کدگذاری مصاحبه ها با نرم افزار MAXQDA و تحلیل داده ها با نرم افزار Smart PLSS انجام گرفت.

یافته ها

بعد از انجام مصاحبه از ۱۸ نفر از خبرگان، کدگذاری ها انجام و ابعاد و مولفه های بحران مالی در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ طبق جدول های ۲ و ۳ شناسایی شدند.

جدول ۲. خلاصه مصاحبه های خبرگان صنعت هتلداری

ردیف	ابعاد و مولفه های بحران مالی
۱	فاز مسائل مادی (فقدان کارایی در مدیریت نقدینگی منجر به بروز ریسک نقدینگی می شود. ریسک نقدینگی، ریسک فقدان وجه نقد برای بازپرداخت تعهدات است.
۲	فاز سیاست های حمایتی (برای مثال می تواند برای تشویق افراد در سرمایه گذاری در بخش های خاصی از این صنعت، معافیت های مالیاتی در نظر گیرد و به توسعه ساختارهای زیربنایی کمک کرده و برای افراد و سازمان هایی مانند آژانس های جهانگردی، هتل ها، میهمان پذیرها و سایر افراد و نهادهای مدنی جواز صادر کند. از دیگر سیاست های حمایتی دولت میتوان به مواردی چون: ایجاد تشکلهای خصوصی منسجم و مقتدر، حمایت از فعالان صنعت گردشگری، برخورد با واحدهای اقامتی غیرمجاز و برخورد با رشد بی ضابطه واحدهای اقامتی خانه مسافر اشاره کرد).
۳	فاز قوانین و مقررات (یکی از مولفه های مهم و اساسی در بهبود محیط کسب و کار، کیفیت قوانین و مقررات و نهادسازی های مبتنی بر این قوانین است که شامل قوانین بازدارنده، اجرای قوانین وضع شده معافیتی و سوبسیدی و استقلال گردشگری است).
۴	فاز شرایط تسهیل کننده (از جمله موارد برآوردی در این فاز، میتوان به زیرساخت های ارزی برای مسافران خارجی، تسهیل اخذ مجوزها، تسهیلات مالیاتی، تسهیلات کم بهره بانکی اشاره نمود).
۵	فاز مدیریت کارا (برنامه ریزی هدفمند، استفاده از طرح ها و ایده های جدید، سیاست های کنترلی، بکارگیری مدیران حرفه ای، آموزش پرسنل متخصص از جمله موارد قابل بررسی در این فاز هستند).
۶	فاز سیاست های بازاریابی (توسعه گردشگری و زیر مجموعه های آن با توسعه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و... همراه می باشد. در این راستا استفاده از جدیدترین شیوه های فروش و تبلیغات مورد نیاز است که در تمامی هتل ها مستلزم بکارگیری افراد متخصص در این خصوص و آموزش نیروی انسانی است، لذا شیوه های نوین مدیریتی در زمینه بازاریابی و فروش همواره مورد توجه صاحبان و مدیران هتل ها می باشد. انگیزه استفاده از هتل، رضایتمندی مشتریان، استراتژی بازاریابی و تبلیغاتی، شناخت بازار و جامعه هدف نیز حائز اهمیت اند).

- ۷ فاز طراحی استاندارد (زیرساخت ها، طراحی بر اساس نیاز، امکان سنجی، طراحی اصولی و استاندارد هتل، طراحی و جانمایی مناسب مبلمان اتاق ها و آشپزخانه از جمله مواردی هستند که باید مورد توجه قرار گیرند).
- ۸ فاز بحران همه گیری کرونا (این بحران باعث شکل گیری مسائلی چون: کاهش سفرهای داخلی و خارجی به علت ترس از شیوع کرونا، تعطیلی بخش سالن و تشریفات هتل، تعطیلی بخش ورزش و استخر، تعطیلی کافی شاپ و کاهش سفرهای داخلی و خارجی به علت قوانین و مقررات وضع شده گردید).
- ۹ فاز درآمد (در بخش درآمد نیز، موارد اشاره شده در شکل گیری بحران مالی موثر بوده اند: کاهش درآمد حاصل از پذیرایی، ترجیح استفاده از امکانات پذیرایی هتل در مقایسه با رستوران ها، کاهش درآمد بخش تشریفات و سالن هتل، کاهش درآمد بخش ورزشی و استخر، کاهش درآمد به علت کاهش میزان تورهای داخلی در اثر کرونا، کاهش تعداد مهمانان خارجی در بسیاری از هتل های جهان برای اقامت).
- ۱۰ فاز هزینه ها (صنعت هتلداری به ترتیب از اولویت بالا به پایین عبارت است از ۱. قیمت، ۲. بهره وری، ۳. شواهد فیزیکی، ۴. فرآیند، ۵. توزیع، ۶. ترفیع، ۷. فرآورده و ۸. افراد (کیوان شکوه، ۱۳۹۴).
- از جمله هزینه های این صنعت میتوان به مواردی چون: هزینه های حمل و نقل، افزایش هزینه های حامل های سوخت، افزایش قیمت تجهیزات هتل، افزایش قیمت مواد غذایی خام، افزایش قیمت ملزومات بهداشتی، افزایش حقوق و دستمزد و افزایش قیمت کالاهای اولیه اشاره کرد).
- ۱۱ فاز تحریم (هتل ها مهمترین گزینه در توسعه یافتگی گردشگری در مقاصد توریستی محسوب می شوند. به همین دلیل است که مدیران این هتل ها برای جذب بیشتر مسافران با یکدیگر رقابت می کنند. رقابتی که هر روز بیشتر می شود و در عرصه ی همین رقابت است که با بست ابتکارات و خلاقیت های جدید جای خود را به استانداردهای پیشین بدهد. یکی از عواملی که در این شرایط بحرانی گریبان گیر صنعت هتلداری شد، جلوگیری از ورود کالاهای خارجی است).

جدول ۳. ابعاد و مولفه های بحران مالی در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹

ابعاد	مولفه ها
مسائل مادی	مصرف انرژی الکتریکی
	مصرف انرژی فسیلی
	کاهش نقدینگی
	کاهش ارزش پول ملی
	ریسک مالی
سیاست های حمایتی	ضعف در تامین مالی
	ضعف در حمایت از صنعت هتلداری
	نبود تشکل های منسجم و مقتدر
	ضعف در حمایت از فعالان صنعت گردشگری
	افزایش مسافرخانه ها و اقامتگاه های غیر قانونی
قوانین و مقررات	ضعف در برخورد با واحدهای اقامتی غیرمجاز
	ضعف در وضع قوانین بازدارنده
	ضعف در اجرای قوانین وضع شده معافیتی و سوبسیدی
شرایط تسهیل کننده	استقلال گردشگری
	ضعف وجود زیر ساخت های ارزی برای مسافران خارجی
	تاخیر در اعطای مجوز
	تسهیلات مالیاتی
	تسهیلات کم بهره بانکی

برنامه ریزی هدفمند	
استفاده از طرح ها و ایده های جدید	مدیریت کارا
سیاست های کنترلی	
استفاده از مدیران خلاق	
ضعف در برگزاری دوره های تخصصی آموزش پرسنل	
انگیزه	
رضایت مشتری	سیاست های بازاریابی
استراتژی های بازاریابی و تبلیغاتی	
شناخت بازار و جامعه هدف	
تاثیر زیرساخت ها	
طراحی بر اساس نیاز	طراحی استاندارد
مطالعات امکان سنجی	
طراحی اصولی و استاندارد	
سیستم تاسیسات و جانمایی استاندارد	
طراحی استاندارد میلمان اتاق ها و آشپزخانه	
کاهش سفرهای داخلی و خارجی	بحران همه گیری کووید-۱۹
تعطیلی سالن و تشریفات هتل	
تعطیلی بخش ورزش و استخر هتل	
تعطیلی کافی شاپ هتل	
وضع قوانین و مقررات	
درآمد حاصل از پذیرایی	بحران درآمد
ترجیح رستوران خارج از هتل	
کاهش درآمد بخش تشریفات و سالن هتل	
کاهش درآمد بخش ورزشی و استخر	
تاثیر تورهای داخلی	
تاثیر تورهای خارجی	
هزینه های حمل و نقل	بحران هزینه
هزینه های مربوط به حامل های سوختی	
افزایش قیمت تجهیزات	
افزایش قیمت مواد غذایی خام	
افزایش قیمت ملزومات بهداشتی	
افزایش حقوق و دستمزد	
افزایش قیمت کالاهای اولیه	
رقابت مدیران مالی	بحران تحریم
ممانعت از ورود کالاهای خارجی	

طبق جدول های ۲ و ۳، یازده بعد به عنوان ابعاد کنترل بحران مالی به دست آمد. ۶ بعد به عنوان ابعاد داخلی اثرگذار و ۵ بعد به عنوان ابعاد خارجی اثرگذار مشخص شدند که در شکل ۱ مشخص شده اند.

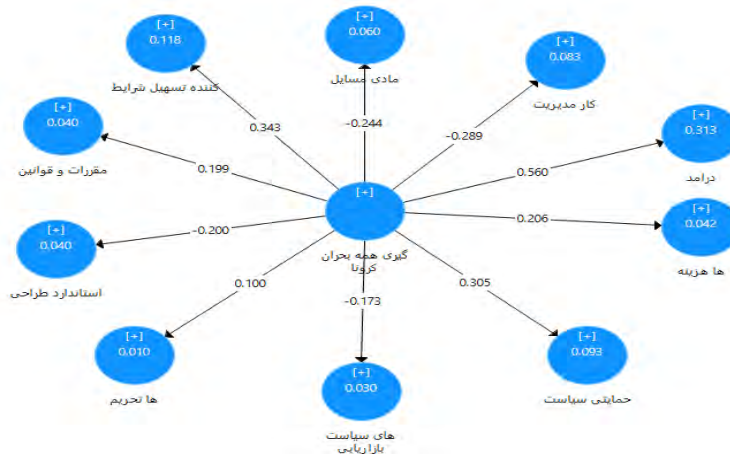


شکل ۱. ابعاد بحران مالی در صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ طبق نظر خبرگان

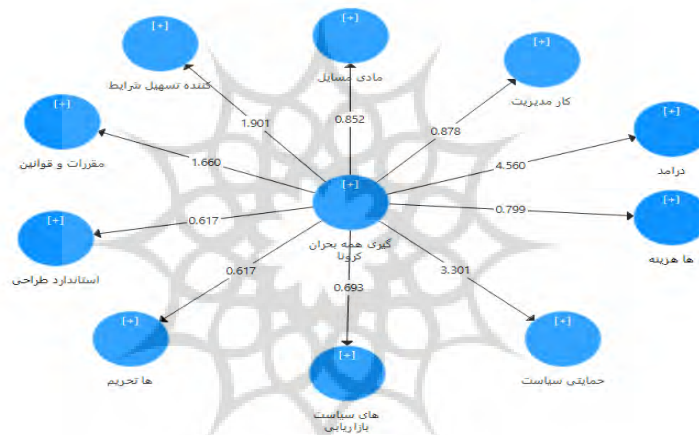
برازش مدل: منظور از برازش مدل این است که تا چه حد یک مدل با داده های مربوطه سازگاری و توافق دارد. لذا در این بخش به ارزیابی برازش مدل مفهومی اولیه پژوهش پرداخته می شود تا از سازگاری آن با داده های پژوهش اطمینان حاصل گردد. بررسی برازش مدل مفهومی در دو مرحله انجام شد. نخست ارزیابی برازش بخش اندازه گیری مدل و دوم ارزیابی برازش بخش ساختاری مدل، که در ادامه به تفصیل در مورد آنها بحث می شود.

اندازه گیری مدل: با توجه به مدل برازش داده شده، ضریب رگرسیونی استاندارد شده در شکل ۲ مشخص شده است. ضرایب رگرسیون بین ۱ و ۱- است و هرچه به یک نزدیک تر باشد، تاثیر قوی تری را نشان می دهد.

با توجه به این که در نرم افزار Smart PLSS از مقدار T-Value برای بررسی معنی دار بودن روابط استفاده می شود و این مقدار برای خطای ۵ درصد ۱/۹۶ می باشد. اگر مقدار T-Value از مقدار مذکور بیشتر باشد، رابطه نشان داده شده معنی دار است. با توجه به شکل ۳، حمایت های سیاسی بر بحران کرونا ۳/۳۰۱ و درآمد بر بحران کرونا ۴/۵۶۰ می باشد که نشان دهنده معنا دار بودن این روابط می باشد. جدول ۴ نیز ضرایب رگرسیونی و T-Value متغیرهای مدل را نشان می دهد.



شکل ۲. ضرایب رگرسیونی استاندارد مدل پژوهش



شکل ۳. مقادیر T-Value مدل پژوهش

جدول ۴. ضرایب رگرسیونی و T-Value متغیرهای مدل

T-Value	رگرسیون	متغیر و شرح
۱/۶۶۰	۰/۱۹۹	بحران کرونا -->
۱/۹۰۱	۰/۳۴۴	قوانین و مقررات -->
۰/۸۵۲	-۰/۲۴۴	شرایط تسهیل کننده -->
۰/۸۷۸	-۰/۲۸۹	مسائل مادی -->
۴/۵۶۰	۰/۵۶۰	مدیریت کارا -->
۰/۷۹۹	۰/۲۰۶	درآمد -->
۳/۳۰۱	۰/۳۰۵	هزینه ها -->
۰/۶۹۳	-۰/۱۷۳	سیاست حمایتی -->
۰/۶۱۷	۰/۱	سیاست بازاریابی -->
۰/۶۱۷	-۰/۲۰۰	تحریم -->
۰/۶۱۷	-۰/۲۰۰	طراحی استاندارد -->

بخش مدل ساختاری: پایایی سوالات با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اینکه اعداد آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی (سازگاری درونی) در بازه مربوطه قرار گرفته اند، می توان مناسب بودن وضعیت پایایی و روایی همگرایی مدل پژوهش را تایید کرد. AVE یا میانگین واریانس، میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد و هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر می شود. روایی همگرا زمانی وجود دارد که AVE از ۰/۵ بزرگتر باشد. بنابراین این معیار نشان می دهد چقدر گویه های با هم، از همبستگی کافی و بالایی برخوردار هستند. AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد که هرچه این همبستگی بیشتر باشد، برازش بیشتر می شود (جدول ۵).

جدول ۵. نتایج آلفای کرونباخ، پایایی و روایی پرسشنامه

متغیرها	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (Cr>0.7)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
همه گیری بحران کرونا	۰/۶۷۱	۰/۷۹۱	۰/۴۳۹
تحریم	۰/۷۶۹	۰/۸۷۴	۰/۷۷۸
درآمد	۰/۶۷۸	۰/۷۷۸	۰/۳۹۴
سیاست حمایتی	۰/۸۴۳	۰/۸۸۷	۰/۶۱۱
سیاست بازاریابی	۰/۷۰۵	۰/۵۴۷	۰/۲۸۹
شرایط تسهیل کننده	۰/۷۱۶	۰/۸۰۳	۰/۵۱۴
طراحی استاندارد	۰/۶۷۰	۰/۲۴۰	۰/۱۷۳
قوانین و مقررات	۰/۶۵۵	۰/۸۰۷	۰/۵۸۴
مدیریت کارا	۰/۶۵۹	۰/۵۱۷	۰/۲۳۴
مسائل مادی	۰/۶۴۱	۰/۵۱۷	۰/۲۳۷
هزینه ها	۰/۸۰۶	۰/۸۲۷	۰/۴۷۱

تحلیل عاملی تاییدی: تحلیل عاملی تاییدی روشی است که نشان می دهد چه میزان گویه های سنجش یک سازه به درستی انتخاب شده اند. در واقع در این روش مشخص می شود آیا سوالاتی که در یک پرسشنامه برای سنجش هر عامل انتخاب شده است مناسب می باشد یا خیر. بنابراین تحلیل عاملی تاییدی یک ابزار سنجش روایی پرسشنامه است و به روایی سازه یا مدل اندازه گیری نیز موسوم است. در این پژوهش، از این جهت که باید مهم ترین عوامل شناسایی شوند، بار عاملی ۰/۶ در نظر گرفته شد. لذا عواملی که نسبت به این مقدار، بار عاملی کمتری داشتند به صورت خودکار حذف گردیدند و نتایج سایر عوامل در جدول ۶ مشخص شده است.

جدول ۶. بارهای عاملی متغیرهای هر سازه

سوال	بار عاملی	سوال	بار عاملی
FC1	۰/۹۲۳	SD1	۰/۴۴۱
FC2	۰/۵۶۴	SD2	۰/۴۰۷
FC3	۰/۲۷۳	SD3	۰/۰۸۷
FC4	-۰/۰۹۱	SD4	-۰/۰۶۸
FC5	۰/۳۷۳	SD5	۰/۷۳۶
FC6	۰/۱۷۲	SD6	-۰/۳۵۲
SP1	۰/۸۰۸	CC1	۰/۵۹۰
SP2	۰/۸۰۹	CC2	۰/۸۳۳
SP3	۰/۶۶۷	CC3	۰/۷۲۵
SP4	۰/۷۳۸	CC4	۰/۶۱۱
SP5	۰/۷۱۰	CC5	۰/۵۰۴
TC1	۰/۸۰۲	IC1	-۰/۳۰۶
TC2	۰/۸۱۷	IC2	۰/۴۹۹
TC3	۰/۸۳۴	IC3	۰/۸۴۵
FS1	۰/۷۷۷	IC4	۰/۵۸۰
FS2	۰/۵۰۰	IC5	۰/۷۴۷
FS3	۰/۶۹۷	IC6	۰/۸۶۴
FS4	۰/۸۴۸	EC1	۰/۱۲۲
EM1	۰/۲۹۱	EC2	۰/۰۵۸
EM2	۰/۲۱۴	EC3	۰/۶۸۶
EM3	۰/۸۲۵	EC4	۰/۷۷۱
EM4	۰/۱۰۶	EC5	۰/۸۶۲
EM5	۰/۵۸۹	EC6	۰/۸۸۳
MP1	۰/۶۰۵	EC7	۰/۸۲۹
MP2	-۰/۰۰۳	SC1	۰/۷۷۴
MP3	۰/۵۶۲	SC2	۰/۹۷۸

معیار HTMT: معیار Heterotrait-Monotrait Ratio با عنوان معیار روایی یگانه-دو گانه ترجمه شده است. این معیار جایگزین روش قدیمی فورنل-لارکر شده است و میزان بستگی سوالات دو گویه متفاوت را نسبت به هم می سنجد. حد مجاز این معیار میزان ۰/۸۵ تا ۰/۹ می باشد. نتایج HTMT در جدول ۷ مشخص شده است.

جدول ۷. شاخص HTMT

متغیرها	همه گیری بحران کرونا	تحریم	درآمد	سیاست حمایتی	سیاست بازاریابی	شرایط تسهیل کننده	طراحی استاندارد	قوانین و مقررات	مدیریت کارا	مسائل مادی
تحریم	۰/۱۳۵									
درآمد	۰/۷۵۸	۰/۲۱۹								
سیاست حمایتی	۰/۳۷۹	۰/۲۰۳	۰/۴۳۲							
سیاست بازاریابی	۰/۲۸۱	۰/۲۱۳	۰/۴۱۲	۰/۳۴۱						
شرایط تسهیل کننده	۰/۴۲۱	۰/۲۰۱	۰/۴۹۱	۰/۲۹۴	۰/۵۰۳					
طراحی استاندارد	۰/۲۷۲	۰/۵۰۷	۰/۳۴۲	۰/۳۷۲	۰/۳۸۰	۰/۴۶۱				
قوانین و مقررات	۰/۳۱۲	۰/۲۰۲	۰/۳۷۲	۰/۶۱۹	۰/۲۴۳	۰/۲۲۵	۰/۲۵۰			
مدیریت کارا	۰/۳۰۴	۰/۲۳۹	۰/۳۴۸	۰/۲۸۸	۰/۸۱۳	۰/۷۵۹	۰/۹۲۸	۰/۲۷۶		
مسائل مادی	۰/۳۲۶	۰/۳۴۹	۰/۴۴۱	۰/۲۵۲	۰/۵۸۲	۰/۵۰۴	۰/۴۷۷	۰/۲۳۳	۰/۵۶۱	
هزینه ها	۰/۳۴۶	۰/۴۴۶	۰/۶۲۹	۰/۳۸۰	۰/۳۹۹	۰/۳۸۵	۰/۲۹۴	۰/۵۲۸	۰/۳۴۰	۰/۴۰۷

شاخص R^2 : ضریب تعیین R^2 معیاری است که بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می شود. سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای ضریب تعیین معرفی شدند. ضریب تعیین متغیرها در جدول ۸ مشخص شده است.

بررسی تناسب پیش بین مدل: آماره Q^2 (Stone-Geisser) که قدرت پیش بینی مدل در سازه های درونزا را مشخص می کند. مدل هایی که دارای برازش ساختاری قابل قبول هستند، باید قابلیت پیش بینی متغیرهای درونزای مدل را داشته باشند. بدین معنی که اگر در یک مدل، روابط بین سازه ها به درستی تعریف شده باشند، سازه ها تاثیر کافی بر یکدیگر گذاشته و از این راه فرضیه ها به درستی تایید می شوند. سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به عنوان مقادیر قدرت پیش بینی کم، متوسط و قوی تعیین نموده اند. مقادیر استون گیسر در جدول ۹ مشخص شده است.

جدول ۸. ضریب تعیین متغیرها (R^2)

متغیر	ضریب تعیین R^2	تأثیر
تحریم ها	۰/۰۱۰	ضعیف
درآمد	۰/۳۱۳	متوسط
سیاست های حمایتی	۰/۰۹۳	ضعیف
سیاست های بازاریابی	۰/۰۳۰	ضعیف
شرایط تسهیل کننده	۰/۱۱۸	ضعیف
طراحی استاندارد	۰/۰۴۰	ضعیف
قوانین و مقررات	۰/۰۴۰	ضعیف
مدیریت کار	۰/۰۸۳	ضعیف
مسائل مادی	۰/۰۶۰	ضعیف
هزینه ها	۰/۰۴۲	ضعیف

جدول ۹. معیار Stone-Geisser

متغیرها	معیار Q^2 Stone-Geisser	وضعیت
بحران همه گیری کرونا	۰/۱۶۶	متوسط
تحریم	۰/۳۰۵	قوی
درآمد	۰/۱۸۷	متوسط
سیاست حمایتی	۰/۳۵۹	قوی
سیاست بازاریابی	-۰/۱۳۰	ضعیف
شرایط تسهیل کننده	۰/۲۰۲	قوی
طراحی استاندارد	-۰/۰۹۶	ضعیف
قوانین و مقررات	۰/۲۰۹	قوی
مدیریت کار	-۰/۰۸۹	ضعیف
مسائل مادی	-۰/۰۴۳	ضعیف
هزینه ها	۰/۳۰۲	قوی

نتیجه گیری

صنعت هتلداری تابعی از مجموع فعالیت صنعت گردشگری کشور، شرایط اقتصادی، دیپلماسی، فرهنگی و روابط تجارت خارجی است که نامناسب بودن مجموع این شرایط موجب شده تا صنعت هتلداری کشور دچار آسیب های جدی شود و بسیاری از نیروهای جذب شده در این صنعت شغل خود را از دست بدهند. در این پژوهش به طور خاص به بحران های ایجاد شده در حوزه مالی هتل های ۵ ستاره (در صورت نبود این رتبه، رتبه پایین تر سنجیده شد) استان های کشور در سایه پاندمی کووید-۱۹ پرداخته شد.

طبق یافته های به دست آمده، فاز درآمد (شاخص تاثیر تورهای خارجی)، فاز شرایط تسهیل کننده (شاخص تسهیلات کم بهره بانکی) و فاز سیاست های حمایتی (نبود تشکل های مسنجم و مقتدر) از جمله عوامل موثر بر بحران مالی صنعت هتلداری در شرایط بحرانی کووید-۱۹ می باشد. در مورد مولفه قوانین و مقررات، نتایج پژوهش با پژوهش ملرو (۲۰۲۰) مطابقت دارد. او به این نتیجه رسید که پروتکل های قانونی و الزام آور در سطح جامعه مانند فاصله اجتماعی و سایر پروتکل های بهداشتی، جهت جذب مشتری استفاده می شود و این راه کارها می تواند مفید واقع گردد. در زمینه فاز بحران همه گیری کووید-۱۹، نتایج پژوهش با پژوهش راناسینگه^۱ و همکاران (۲۰۲۰) مطابقت دارد. آنان در پژوهشی با عنوان گردشگری در دوران کرونا و پسا کرونا، تأثیرات همه گیر کووید-۱۹ و راه پیشرفت برای صنعت گردشگری و هتلداری در سریلانکا، به بررسی راه-های برون رفت از شرایط فعلی در هتلداری و گردشگری پرداختند. نتایج حاکی از آن است که رزرو بسیاری از هتل ها توسط گروه های گردشگران لغو شده است و هتل ها در شوک مالی هستند. برای برون رفت از شرایط حاضر، تغییرات ساختاری گسترده ای در این صنعت باید صورت بگیرد به طوری که اعتماد دوباره گردشگران حاصل شود.

در بعد بحران درآمد و فاز مدیریت کارا نیز نتایج پژوهش با یافته های پاتل^۳ و همکاران (۲۰۲۰)، هم راستا می باشد. آنها به بررسی جوانب مختلف آثار همه گیری بیماری کرونا در بین گردشگران و اثرات آن بر ساختار صنعت گردشگری و زیرمجموعه های آن پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که ورود گردشگران بین المللی ۲۰ تا ۳۰ درصد کاهش می یابد و فعالین بخش گردشگری که نتوانند خود را با شرایط جدید تطبیق دهند، محکوم به حذف هستند زیرا شوک مالی سنگین حاصل از شیوع کرونا ادامه دار خواهد بود. در زمینه سیاست های حمایتی و مدیریت کارا، نتایج پژوهش با پژوهش (جنینگز^۴، ۲۰۱۹) مبنی بر اینکه مدیران باید آموزش و تجربه یا دانش لازم را برای کنترل شرایط اضطراری و پاسخگویی داشته باشند، هم راستا می باشد.

همچنین در راستای فاز مسائل مادی، سروویچ^۵ و همکاران (۲۰۱۸)، با استفاده از رویکرد استخراج علائم به شناسایی عوامل موثر بر بحران های مالی در گروه اقتصادهای پیشرفته، نوظهور و کم درآمد در بازه های زمانی مختلف پرداختند. شاخص های مورد بررسی ایشان متغیرهای مربوط به ۱- بخش مالی و عمومی (شامل بدهی داخلی و خارجی، رشد مخارج دولت، تراز بودجه دولت)؛ ۲- فعالیت اقتصادی (رشد اقتصادی، شکاف تولید ناخالص داخلی از روند، نرخ بیکاری، رشد اعتبارات، نرخ بهره)؛ ۳- بخش خارجی (کمک های خارجی، حساب جاری، نرخ ارز، قیمت نفت، رشد تولید ناخالص جهانی) را در بر می گیرد. سنچرلی^۶ (۲۰۱۸) در پژوهش خود دریافت که شرکت های ورشکسته در سال قبل از ورشکستگی و در سال ورشکستگی، درگیر مدیریت سود افزایشی می گردند. وی نشان داده است اقدامات مدیریت سود دقت پیش بینی مدل های ورشکستگی را

¹ Melero
² Ranasinghe
³ Patel
⁴ Jennings
⁵ Cerovic
⁶ Gnciarelli

افزایش می دهد که این مطالعه در زمینه فاز مسائل مادی و فاز شرایط تسهیل کننده با نتایج پژوهش حاضر مطابقت دارد. آندرو^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، به این نتیجه رسیدند که شرکت هایی با توانایی مدیریتی بالاتر در طول دوره بحران، سرمایه گذاری بیشتری انجام می دهند. همچنین، شرکت هایی با توانایی مدیریتی بالاتر در طول دوره بحران، کمتر از محدودیت های مالی آسیب پذیرند و می توانند سرمایه گذاری بیشتری انجام دهند. آنها نتیجه گیری کردند که مدیران توانا با کاهش مشکلات سرمایه گذاری در دوره بحران، ارزش شرکت را افزایش می دهند.

نتایج پژوهش در زمینه فاز سیاست های بازاریابی و مدیریت کارا با نتایج مطالعه هندرسون (۲۰۰۴) مطابقت دارد. او تشکیل تیم مدیریت بحران و جمع آوری طوفان ذهنی، مشارکت و بازاریابی را به منظور مدیریت صحیح بحران لازم می داند. گنجی و حیدری (۱۳۹۷)، در بررسی خود دریافتند که متاسفانه در کشور ما، رویکرد پیشگیری برنامه ریزی و اقدامات موثر قبل از وقوع بحران هنوز در مباحث عملیاتی مدیریت بحران جایگاهی ندارد. همچنین نتایج آنها نشان می دهد که تمرکزگرایی نظام مدیریت بحران، عدم پیش بینی های لازم برای تامین مالی به منظور اقدامات و تجهیزات مدیریت بحران، نبود تجهیزات مدرن رویارویی با بحران، از نقاط ضعف مدیریت بحران در ایران است. همچنین واگرایی نظام مدیریت بحران یکی از تهدیدات مهم در بعد سیاسی مدیریت بحران می باشد. این نتایج با نتایج فاز مدیریت کارا و فاز مسائل مادی و شرایط تسهیل کننده پژوهش حاضر مطابقت دارند.

پژوهش حاضر می تواند برای مدیران هتل های این کشور و سایر کشورهای دنیا، راهگشای خوبی باشد تا وضعیت فعلی خود را بررسی نموده و بتوانند گامی در جهت کاهش و حذف بحران مالی بردارند. بر اساس یافته های پژوهش، چندین پیشنهاد برای پژوهش های آتی قابل ارائه می باشد:

- تحقیق و تجزیه و تحلیل دقیق تر درباره تأثیرات تحریم ها: با توجه به اینکه تحریم ها تأثیر متوسطی در عملکرد هتل ها دارند، تحقیقات بیشتری درباره نحوه تأثیر این تحریم ها بر روند رزرواسیون، درآمد و سوددهی هتل ها می تواند به مدیران کمک کند تا راهکارهای بهینه تری برای مدیریت این تحریم ها اتخاذ کنند.
- بهبود شرایط تسهیل کننده: با توجه به اهمیت شرایط تسهیل کننده در تجربه مشتریان و جلب اعتماد آنها، مدیران می توانند در جهت بهبود این شرایط اقدام کنند. ارتقاء امکانات مثل بهداشت و تمیزی، تسهیل در رزرواسیون آنلاین، ارتقاء کیفیت خدمات و ایجاد تسهیلات جدید از جمله اقداماتی هستند که می توانند به بهبود شرایط تسهیل کننده کمک کنند.
- مدیریت هزینه ها و تخصیص منابع با دقت: با توجه به تأثیر قوی هزینه ها و نیاز به بهره برداری اقتصادی تر در شرایط بحران، مدیران هتل ها باید به مدیریت دقیق هزینه ها توجه کنند. استفاده بهینه از منابع و کاهش هدررفت ها می تواند به بهبود عملکرد مالی و اقتصادی هتل ها کمک کند.

¹ Andreou

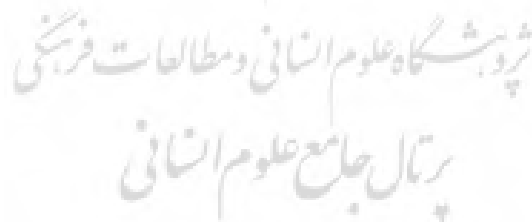
² Henderson

منابع

1. Abbasi, A. & Mohammadi, S.S. (2019). Forecasting the trend of tourism services businesses in the post-corona era and presenting a strategic model. Economic and Social Education and Research Center, Shiraz Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture [In Persian].
2. Alves, J. (2022). Debt of Hotel Companies: The Impact of Company Characteristics and Crisis Periods. In International Conference on Tourism Research. 15(1): 308-317.
3. Alinejad, M. & Tarfi, S. (2016). The effect of management ability on financing policy. Accounting Knowledge Quarterly. 8(2): 159-180 [In Persian].
4. Andreou, P.C., Karasamani, I., Louca, C. & Ehrlich, D. (2017). The impact of managerial ability on crisis-period corporate investment. Journal of Business Research. 79(1): 107-122.
5. Boratyńska, K. (2016). FsQCA in corporate bankruptcy research. An innovative approach in the food industry. Journal of Business Research. 69(11): 5529-5533.
6. Cenciarelli, V.G. (2018). Research seminar: Bankruptcy Prediction and Earnings Management. Research seminar.
7. Cerovic, S., Gerling, K., Hodge, A. & Medas, P. (2018). Predicting fiscal crises. IMF Working Paper.
8. Chiaramonte, L. & Casu, B. (2017). Capital and liquidity ratios and financial distress. Evidence from the European banking industry, The British Accounting Review. 49(2): 138-161.
9. Coombs, W.T. & Laufer, D. (2018). Global Crisis Management-Current Research and Future Directions. Journal of International Management. 24(3): 199-203.
10. Darabi, R. (2017). The relationship between financial crisis and capital structure. Financial and Economic Policy Quarterly. 17(1): 51-72 [In Persian].
11. Ding, X.F. & Liu, H.C. (2018). A 2-dimension uncertain linguistic DEMATEL method for identifying critical success factors in emergency management. Applied Soft Computing. 71(1): 386-395.
12. Ehsanifar, M., Dekamini, F., Spulbar, C., Birau, R., Khazaei, M. & Bărbăcioru, I.C. (2023). A Sustainable Pattern of Waste Management and Energy Efficiency in Smart Homes Using the Internet of Things (IoT). Sustainability. 15(6): 1-18.
13. Gálvez-Rodríguez, M., Haro-de-Rosario, A., García-Tabuyo, M. & Caba-Pérez, C. (2019). Building online citizen engagement for enhancing emergency management in local European government: The case of the November 2015 Paris attacks. Online Information Review. 43(2): 219-238.
14. Ganji, A. & Heydari, Z. (2017). Examining the strengths and weaknesses of crisis management in Iranian cities. Farhang Imni, 12th edition, 1(1): 101-111 [In Persian].
15. Grohmann, A. (2018). Financial literacy and financial behavior: Evidence from the emerging Asian middle class. Pacific-Basin Finance Journal. 48(1): 129-143.
16. Habibi, A. (2017). Download LISREL Structural Equation Modeling Book. Tehran: Academic Jihad Publications [In Persian].
17. Ha, K. (2018). Changing the emergency response culture: Case of Korea. International Journal of Emergency Services. 7(1): 60-70.
18. Henderson, J. C. & Ng, A. (2004). Responding to crisis: Severe acute respiratory syndrome (SARS) and hotels in Singapore. International Journal of Tourism Research. 6(6): 411-419.
19. Hetu, S., Gupta, S., Tan, G. & Vu, V.A. (2018). A simulation framework for crisis management: Design and use. Journal of Simulation Modelling Practice and Theory. 85(1): 15-32.
20. Hoque, A., Shikha, F.A., Hasanat, M.W., Arif, I. & Hamid, A.B.A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry in China. Asian Journal of Multidisciplinary Studies. 3(1): 52-58.
21. Jenkins, B. (2020). Now is the time to revisit the Global Health Security Agenda. Brookings.
22. Jennings, M. (2019). The oil and gas industry, the Offshore Installation Manager (OIM), and the management of emergencies - Changes necessary to achieve effective competence assessment of OIMs in controlling emergencies. Journal of Loss Prevention in the Process Industries. 59(1): 1-13.
23. Jiang, L., Levine, R. & Lin, C. (2019). Competition and bank liquidity creation. Journal of Financial and Quantitative Analysis. 1(1): 1-50.
24. Kamal al-Dini, M. (2017). Content analysis of social articles in terms of disaster sociology. Safety Culture, 12th edition. 26(1): 41-55 [In Persian].
25. Kamali, Y. & Mirzaei, J. (2016). Comparison of crisis management structure in Iran, Japan, India, and Turkey. Quarterly Journal of Strategic Public Policy Studies. 7(25): 245-269 [In Persian].

26. Keyvan Shokoh, B. (2014). Prioritization of factors affecting the hotel industry marketing by AHP method, case study: Hamedan Province. National Conference on Tourism, Geography, and Clean Environment, Hamedan: Boali Sina University [In Persian].
27. Khazaei, M., Hajiaghahi-Keshteli, M., Rajabzadeh Ghatari, A., Ramezani, M., Fooladvand, A. & Azar, A. (2023). A multi-criteria supplier evaluation and selection model without reducing the level of optimality. *Soft Computing*. 1(1): 1-14.
28. Khosravi, A., Karbalai Majid, M., Maleeha, M. & Shahbazi, M. (2022). The effect of brand personality on the attractiveness of the employer's brand through the mediation of emotion and trust: The tourism hotels of the National Oil Company. *Tourism and Leisure*. 6(12): 169-183 [In Persian].
29. Kluth, A. (2020). Can the European Union Survive the Coronavirus? Bloomberg. <https://www.bnnbloomberg.ca/can-the-european-union-survive-the-coronavirus-1.1407913>.
30. Kumar, A. (2017). Issues and challenges in the hospitality industry: A case of Uttarakhand (India). *Tourism and Travelling*. 1(1): 51-57.
31. Li, F., Wen, J. & Ying, T. (2018). The influence of crisis on tourists' perceived destination image and revisit intention: An exploratory study of Chinese tourists to North Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*. 9(1): 104-111.
32. Li, K. X., Jin, M. & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus for promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*. 26(1): 135-142.
33. Li, X., Pu, W. & Zhao, X. (2019). Agent action diagram: Toward a model for the emergency management system. *Simulation Modelling Practice and Theory*. 94(1): 66-99.
34. Lock, S. (2020). Global change in travel and tourism revenue due to COVID-19 2019-2020. <https://www.arabbarometer.org/media-news/can-morocco-effectively-handle-the-covid-19-crisis/>
35. Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*. 155(1): 1-10.
36. Masbah, M. & Jacobs, A. (2020). Can Morocco Effectively Handle the COVID-19 Crisis?
37. Melero, M.B. (2020). Restaurante holandês cria mesas isoladas para respeitar distanciamento social.
38. Mensi, M. (2019). Global financial crisis and co-movements between oil prices and sector stock markets in Saudi Arabia: A VaR based wavelet. *Borsa Istanbul Review*. 19(1): 24-38.
39. Mirhosseini, S. S., Ramezani, M., Khazaei, M., & Azar, A. (2021). Exploring and analysing the risks and challenges of implementing ERP systems: Critical system thinking. *International Journal of Information Systems and Change Management*. 12(3): 234-258.
40. Mousavi Shiri, S. M., Rouhi, A. & Azari, V. (2015). The effect of financial helplessness on the quality of accruals. *Financial Accounting Quarterly*. 18(1): 129-103 [In Persian].
41. Nadi, A. & Edrisi, A. (2017). Adaptive multi-agent relief assessment and emergency response. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 24(1): 12-23.
42. Nain, A. (2018). A study on major challenges faced by the hotel industry globally. *International Journal of Creative Research Thoughts*. 6(1): 51-57.
43. Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B. & Wright, P.M. (2017). *Human resource management: Gaining a competitive advantage*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
44. Paiella, M. (2016). Financial literacy and subjective expectations questions: A validation exercise. *Research in Economics*. 70(2): 360-374.
45. Patel, P.K., Sharma, J., Kharoliwal, S. & Khemariya, P. (2020). The Effects of Nobel Corona Virus (Covid-19) in the Tourism Industry in India. *Int. J. Eng. Res. Technol*. 9(1): 780-788.
46. Qurbani, A., Danaei, A., Rozgar, S.M. & Hamtian, H. (2018). Postmodernism and the design of an intelligent tourism management organization model (case study: tourist service offices and three-star hotels in Birjand city). *Journal of Tourism Planning and Development*. 8(28): 50-69 [In Persian].
47. Qurbani, A., Danaei, A., Rozgar, S.M. & Hamtian, H. (2018). Identifying organizational intelligence factors in organizations providing tourism services in South Khorasan Province. *Vocabulary of Geography and Urban-Regional Analysis*. 9(30): 156-137 [In Persian].
48. Ramezani, M., Azar, A. & Khazaei, M. (2021). Gap analysis through a hybrid method: Critical systems heuristics and best worst method. In *The International Workshop on Best-Worst Method*. Cham: Springer International Publishing.
49. Rampal, O. (2017). The relationship between tourism, financial development, and economic growth in India. *Future Business Journal*. 3(1): 9-22.
50. Ranasinghe, R., Karunaratna, C. & Pradeepamali, J. (2020). After Corona (COVID-19) Impacts on Global Poverty and Recovery of Tourism Based Service Economies: An Appraisal.

51. Shen, C.H., Lin, S.J., Tang, D.P. & Hsiao, Y.J. (2016). The relationship between financial disputes and financial literacy. *Pacific-Basin Finance Journal*. 36(1): 46-65.
52. Taghipour, A., Ramezani, M., Khazaei, M., Roohparvar, V. & Hassannayebi, E. (2023). Smart Transportation Behavior through the COVID-19 Pandemic: A Ride-Hailing System in Iran. *Sustainability*. 15(5): 1-23.
53. Taghipour, A., Sohrabi, A., Ghaedi, M. & Khazaei, M. (2023). A Robust Vaccine Supply Chain Model in Pandemics: Case of Covid-19 in Iran. *Computers & Industrial Engineering*. 183: 1-12.
54. Taghipour, A., Fooladvand, A., Khazaei, M. & Ramezani, M. (2023). Criteria Clustering and Supplier Segmentation Based on Sustainable Shared Value Using BWM and PROMETHEE. *Sustainability*. 15(11): 1-20.
55. Tokakis, V., Polychroniou, P. & Boustras, G. (2019). Crisis management in public administration: The three phases model for safety incidents. *Safety Science*. 113(1): 37-43.
56. Van Rooij, M., Lusardi, A. & Alessie, R. (2018). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*. 101(2): 449-472.
57. Weaver, S.B., Wingate, L., Dunkelly-Allen, N., Major, J. & Nguyen, K. (2018). An assessment of the relationship between pharmacy students' perceptions of their preparedness to contribute to emergency responses and their current work status. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*. 10(1): 1579-1586.
58. Youngblood, S.A. & Youngblood, N.E. (2018). Usability, content, and connections: How county-level Alabama emergency management agencies communicate with their online public. *Government Information Quarterly*. 35(1): 50-60.
59. Zhang, J., Wu, B., Morrison, A.M., Tseng, C. & Chen, Y.C. (2018). How country image affects tourists' destination evaluations: A moderated mediation approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 42(6): 904-930.
60. Zhou, X., Shi, Y., Deng, X. & Deng, Y. (2017). D-DEMATEL: A new method to identify critical success factors in emergency management. *Safety Science*. 91(1): 93-104.



Research article

Identifying the factors of the financial crisis and presenting a model in the hotel industry in the critical conditions of Covid-19 (5 and 4 star hotels in Iran)

Fatemeh Dekamini¹, Habibullah Javanmard*², Mohammad Ehsanifar³

Received the article: 2023-6-2 Accepted the article: 2023-7-9 PP: 83-104

Abstract

Background and Objective: The lack of a comprehensive classification of financial crisis management complications in the hotel industry causes financial losses during the crisis. The purpose of this research is to identify the factors of the financial crisis and provide a model in the hotel industry in the critical conditions of Covid-19.

Research method: The research method was qualitative-quantitative. The tool for collecting information in the qualitative part was an in-depth interview with 18 managers and academic experts until theoretical saturation was reached. In a quantitative part, structural modeling was used and the statistical population included 4 and 5 star hotels in every province in the country, and 180 questionnaires were distributed. Interviews were coded with MAXQDA software.

Findings: According to the findings of the research, 11 dimensions were obtained as financial crisis control dimensions, including 6 internal dimensions and 5 external dimensions, among which, income phase, facilitating conditions and support policies of The dimensions and components affecting the financial crisis of the hotel industry in the critical conditions of Covid-19 were known.

Conclusion: The internal and external dimensions identified in the final model can help the hotel industry in times of crisis.

Keywords: financial crisis, hotel industry, Covid-19

Citation: Dekamini, F., Javanmard, H. & Ehsanifar, M. (2023). Identifying the factors of the financial crisis and presenting a model in the hotel industry in the critical conditions of Covid-19 (5 and 4 star hotels in Iran). *Transformative Human Resources Quarterly*. 2(6): 83-104 [In Persian].

¹ Department of Industrial Management, Faculty of Management, Arak Branch, Islamic Azad University, Arak, Iran

² Associate Professor, Department of Management, Islamic Azad University, Arak Branch, Iran (Corresponding Author: H-javanmard@iau-arak.ac.ir)

³ Associate Professor, Department of Industrial Engineering, Islamic Azad University, Arak Branch, Iran