

اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ بر بازاریابی دیجیتال صنعت گردشگری کشور ایران

آسو امین عشایری^{۱*}

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۷/۳۰

چکیده

شیوع پاندمی کووید-۱۹ بر کسب و کارها تاثیر فراوانی گذاشته است. بیشتر کسب و کارها از شیوع پاندمی کرونا آسیب دیده اند. یکی از صنایعی که بیشترین آسیب را از ویروس کرونا و شیوع آن دیده است، صنعت گردشگری می باشد. هدف از این پژوهش بررسی و اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری می باشد. در این پژوهش شاخص های تعداد مبتلایان و تولید ناخالص داخلی کشور های مبدا و مقصد گردشگری مد نظر قرار گرفت. مقصد در این پژوهش ایران بوده و برای درک کشور مبدا، به ملیت گردشگرانی که به ایران سفر کرده اند، رجوع میشود. دوره مورد بررسی در این تحقیق از اردیبهشت ۱۳۹۸ تا انتهای آذر ۱۳۹۹ به صورت داده های ماهانه می باشد. پس از تجزیه و تحلیل مشخص شد که شیوع بیماری کرونا، تعداد مبتلایان کشور مبدا و مقصد و نرخ ارز واقعی کشور مبدا تاثیر منفی بر درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال می گذارد. همچنین نرخ ارز واقعی کشور مقصد، به همراه تولید ناخالص داخلی دو کشور مبدا و مقصد تاثیر مثبت بر گردشگری دارند؛ اما با وجود این تاثیر های بررسی شده، شدت تاثیر شیوع پاندمی کرونا بسیار زیاد بوده و در مجموع درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال در کشور کاهش یافته است. در نهایت باید توجه داشت که دلیل کاهش درآمد گردشگری ماهیت گردشگری و منع مردم از سفر در این دوران بوده است.

واژه های کلیدی

کووید-۱۹، صنعت گردشگری، درآمد ملی کشورها

۱. دانشجوی کارشناس ارشد حسابداری بخش عمومی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (aso.aminashayeri@gmail.com)

مقدمه

ویروس کرونا موسوم به «کووید-۱۹» اواسط ماه دسامبر ۲۰۱۹ (۲۴ آذر ۱۳۹۸) در شهر ووهان واقع در مرکز چین گزارش شد ابتدا از این بیماری به عنوان ذات الریه نام برده می شد اما کمیسیون ملی بهداشت چین در ۳۰ دسامبر سال ۲۰۱۹ (۹ دی ماه ۹۸) به صورت رسمی شیوع این ویروس را در چین اعلام کرد. ویروس کرونا (COVID-19) تاکنون بیش از نود میلیون نفر را آلوده کرده و باعث بیش از یک میلیون و نهصد مرگ و میر در سراسر جهان طی تقریباً ۱۳ ماه شده است.^۱ گسترش سریع کرونا ویروس جدید از زمان بروز اولین مورد کرونا در دسامبر ۲۰۱۹ در ووهان (چین)، منجر به کاهش قابل توجه تقریباً جهانگردی جهانی شد (استرادا و همکاران^۲ ۲۰۲۰).

یکی از قدرتمندترین حوزه های اقتصادی جهان، بخش گردشگری است که چرخ اقتصادی بسیاری از کشورها را می چرخاند و گستره آن به بزرگی همه کشورهای دنیا است. صنعت گردشگری همواره تحت تاثیر اجتماع و مبتنی بر تعاملات بین مردم است. گردشگری یکی از صنعت های پرسود و ارز آور محسوب می شود و این موضوع مورد توجه همه کشورها قرار گرفته است، صنعتی که سودآوری آن بسیاری از کشورها را به تکاپو در این زمینه واداشته است. شیوع ویروس کرونا، بخش گردشگری جهان را با چالشی اساسی مواجه کرده است. معضلی که در حال پیشرفت و تغییرات است. به همین دلیل این روزها سازمان جهانی گردشگری^۳ همکاری خود را با سازمان بهداشت جهانی^۴ تقویت کرده است. گردشگری در حال حاضر یکی از متأثرترین بخش ها از شیوع این ویروس است. با توجه به اینکه بهداشت و سلامت یکی از دغدغه های اصلی بسیاری از بخش های دولتی و خصوصی و عنصری کلیدی در انتخاب مقصد سفر و رضایت مندی مسافران و گردشگران محسوب می شود، لذا شیوع این ویروس منجر به محدودیت های سفر و تجارت بین المللی شده است. به ویژه در میان توصیه های موقت سازمان بهداشت جهانی، برای پیشگیری از شیوع این ویروس، به پرهیز از مسافرت و تجارت غیرضروری اشاره شده است.

با وجود آنکه با شیوع پاندمی کرونا انجام امور به صورت آنلاین بسیاری از صنایع را از ورشکستگی نجات داد و در مورد گردشگری نیز بسیاری از دفاتر مسافرتی به دور کاری کارکنان از منزل و پاسخ به مشتری به صورت آنلاین روی آوردند، اما ماهیت شغل گردشگری و منع از سفر در این دوران، بازاریابی اینترنتی در گردشگری چندان موفق نبوده است.

شورای جهانی سفر و گردشگری^۵ هشدار داده است که شیوع ویروس کرونا در جهان احتمالاً به پنجاه میلیون شغل لطمه می زند. این شورا خواستار راهکارهایی برای کاهش خسارت در حوزه گردشگری پس از کنترل شیوع کرونا شده است. بنابر اعلام این نهاد بین المللی، خطوط هوایی، هتل ها و کشتی های تفریحی، بیشترین خسارت را بابت ممنوعیت ها و

1 <https://www.worldometers.info/coronavirus/>

2 Estrada, M., Park, D. & Lee, M.

3 UNWTO

4 WHO

5 WTTC

سقوط ارزش سهام و دستورالعمل های دولتی دیده اند. از نظر این شورا، یکی از راه های کمک به صنعت گردشگری بعد از کنترل کرونا، حذف شرایط ویزا، لغو یا کاهش مالیات ها و افزایش منابع برای ترویج گردشگری است. با توجه به آنچه بیان شد در این پژوهش به اثر شیوع ویروس کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری با در نظر گرفتن بازاریابی اینترنتی پرداخته می شود.

ادبیات موضوع

رشد گردشگری بین المللی از دهه ۱۹۵۰ یکی از پایدارترین و قابل توجه ترین نیروهای است که اقتصاد جهانی را به حرکت در می آورد. از ۲۵ میلیون ورود گردشگری بین المللی در سال ۱۹۵۰، این تعداد در سال ۱۹۹۰ به ۴۵۰ میلیون نفر رسید و پس از آن به سرعت در سال ۲۰۱۰ به نقطه اوج خود یعنی یک میلیارد نفر رسید. تا سال ۲۰۱۸، تعداد ورودها به ۱,۴ میلیارد نفر افزایش یافته و سازمان جهانی جهانگردی سازمان ملل متحد تخمین زده که ۱,۴ تریلیون دلار و ۷ درصد ارزش کالاها و خدمات جهانی را به خود اختصاص داده است (RTE, 2020).

آژانس تخصصی سازمان ملل برای صنعت گردشگری انتظار دارد که ورود گردشگران بین المللی در مقایسه با ارقام سال ۲۰۱۹، ۲۰-۳۰ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش یابد. یک افت پیش بینی شده بین ۲۰-۳۰ درصد می تواند به کاهش درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال بین المللی (صادرات) بین ۳۰۰-۴۵۰ میلیارد دلار آمریکا، تقریباً یک سوم یعنی ۱,۵ تریلیون دلار آمریکا تولید شده در سال ۲۰۱۹ تبدیل شود. با در نظر گرفتن روند گذشته ی بازار، این بدان معنی است که ارزش رشد بین ۵ تا ۷ سال طی کووید-۱۹ از بین خواهد رفت (UNWTO, 2020).

سازمان جهانی جهانگردی و سازمان بهداشت جهانی از طریق بیانیه مشترکی از بخش جهانگردی خواسته اند که واکنش آنها در برابر شیوع ویروس کرونا "سنجیده، سازگار و متناسب" با تهدیدهای بهداشت عمومی باشد. شورای جهانی سفر و جهانگردی اعلام کردند که بسته شدن مرزها، ممنوعیت سفر به طور کلی و سیاست های شدیدتر دولت جلوی شیوع ویروس کرونا را نخواهد گرفت (اخبار روزانه سفر، ۲۰۲۰).

شورای جهانی سفر و گردشگری هشدار داده است که بیماری همه گیر کووید-۱۹ می تواند ۵۰ میلیون شغل را در صنعت مسافرت و جهانگردی در سراسر جهان کاهش دهد و انتظار می رود آسیا بیشترین آسیب را ببیند. با پایان یافتن شیوع بیماری، بهبودی این صنعت ممکن است تا ده ماه طول بکشد (مجمع جهانی اقتصاد، ۲۰۲۰).

پیشینه تحقیق

الف: مطالعات داخلی

دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ، معاونت مرکز پژوهش ها مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۹) در پژوهشی، درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۲۱) صنعت گردشگری و کرونا بیان داشته اند که بحران شیوع کرونا منجر به ایجاد محدودیت ها و هشدارهایی مبنی بر عدم مسافرت و تعطیلی تمامی زنجیره خدمات گردشگری اعم از اقامت، غذا و نوشیدنی، تفریحی و سرگرمی، حمل و نقل و خدمات مسافرتی در سراسر جهان شد.

دفتر مطالعات اقتصادی، معاونت مرکز پژوهش ها مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۹) در پژوهشی درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۵۳) فرصت ها و تهدیدهای کرونا برای کسب و کارهای ایرانی، بیان داشتند که بحران کرونا، زنجیره تأمین جهان شامل چین و کشورهای صنعتی را به شدت دچار چالش کرده است و تقاضای نهایی برای کالاها و خدمات کاهش یافته است. با شیوع ویروس کرونا در ایران، کسب و کارهای ایرانی با ریسک مواجه شده است: ریسک سطح بین المللی، کاهش تولید در جهان به دلیل شیوع کرونا ویروس ریسک های منفی قابل توجهی به همراه دارد. جعفری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تاثیر کرونا بر اقتصاد ایران و جهان بیان داشتند که پیش بینی رشد اقتصادی نزدیک صفر در سال جاری، مردم و کسب و کارها توانایی انطباق سریع و خروج از شرایط وخیم را کسب کرده اند و عبور از بحران فعلی نیز دور از ذهن نیست.

مغانلو و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تاثیر کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری بیان داشتند که این امر باعث ایجاد رکود و سیر قهقرايي صنعت در حال توسعه و بزرگ گردشگری در سطح جهان می گردد.

ب: مطالعات خارجی

اوینگور و همکاران^۶ (۲۰۲۰) به بررسی تاثیر پاندمی کووید-۱۹ بر صنعت گردشگری جهان پرداخته و اذعان داشتند که صنعت جهانگردی یکی از بزرگترین بازارهای جهان بود. تا زمانی که جهان در قرن بیست و یکم با یک بیماری همه گیر روبرو شد، این مطالعه با هدف ارائه واکنش های مسافران در طول روند همه گیری ویروس کرونا با استفاده از تکنیک های استخراج متن ارائه شده است.

آبورمان^۷ (۲۰۲۰) در امارات متحده ی عربی در پژوهشی با مضمون تأثیر کووید-۱۹ و استراتژی بقا در بازار جهانگردی تجاری: نمونه صنعت موش های امارات متحده عربی بیان داشتند که در امارات متحده عربی، مانند هر کشور دیگر، بیماری همه گیر ویروس کرونا همه صنعت، به ویژه صنعت گردشگری را تحت تأثیر قرار داد. این تحقیق نشان داده که در شرایط محدودیت شدید مسافرت و بسته بودن مرزها، صنعت موش های امارات متحده عربی با کاهش شدید تقاضا روبرو شده است.

نوفال محمود و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان تأثیر بازاریابی دیجیتال بر قصد گردشگری داخلی در طول COVID-19 در اردن، بیان داشتند که همه گیری COVID-19 به عنوان یک چالش بزرگ برای جهان امروز ثابت شد. "پادشاهی هاشمی اردن" بر خلاف سایر کشورهای "MENA" به دلیل اقدامات تهاجمی خود علیه همه گیری COVID-19، آن را به موقع کنترل می کند. جایی که دولت گردشگری داخلی را تشویق کرد تا بار این بخش را کاهش دهد. هدف از این مطالعه تأکید بر گردشگری داخلی اردن با توجه به بررسی نحوه تأثیر بازاریابی دیجیتال بر قصد گردشگری داخلی با نقش تعدیل کننده قیمت و نقش میانجی سهولت استفاده (PEOU) است. به منظور دستیابی

به هدف، مطالعه تکنیک کمی تجزیه و تحلیل را اتخاذ کرده است. این مطالعه در ابتدا داده های اولیه را از طریق پرسشنامه جمع آوری کرده است. داده ها از ۳۷۷ پاسخ دهنده (مشتریان می خواهند گردشگری داخلی انجام دهند) با استفاده از روش نمونه گیری آسان جمع آوری شد. در مرحله دوم داده های جمع آوری شده با استفاده از ابزارهای آماری یعنی SPSS و AMOS تجزیه و تحلیل می شود. نتایج "مدل سازی معادلات ساختاری" به این نتیجه رسیدند که بازاریابی دیجیتال با PEOU و مقاصد گردشگری داخلی ارتباط معناداری دارد. علاوه بر این؛ PEOU رابطه معناداری با اهداف گردشگری داخلی دارد. علاوه بر این، PEOU همچنین به عنوان یک عامل واسطه در ارتباط بین بازاریابی دیجیتال و قصد گردشگری داخلی عمل می کند. فرضیه اثرات تعدیل موجه نبود. نتایج چنین مطالعه ای برای صنعت گردشگری داخلی برای شناسایی نیازهای گردشگران در طول همه گیری COVID-19 مفید است.

سیگالا^۸ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان رابطه ی گردشگری و کووید-۱۹ بیان داشتند که این مقاله با هدف بررسی انتقادی ادبیات گذشته و در حال ظهور برای کمک به متخصصان و محققان به طور یکسان برای درک بهتر، مدیریت و اعتبار بخشی به هر دو اثر گردشگری و استطاعت تحول ویروس کرونا است.

سریگی و همکاران^۹ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان توسعه برنامه تعاملی موبایل با واقعیت افزوده برای سایت های گردشگری در باتام (اندونزی) بیان داشتند که باتام یکی از مقاصد گردشگری اندونزی است که با ورود تعداد گردشگران خارجی به بیش از یک میلیون نفر می رسد. بیماری همه گیر کووید-۱۹ تأثیر منفی بر گردشگری در اندونزی از جمله باتام دارد. تمرکز این مطالعه پیشنهاد یک برنامه کاربردی تلفن همراه تعاملی و واقعیت افزوده برای سایت های گردشگری در باتام است. برنامه تلفن همراه تعاملی از واقعیت افزوده مبتنی بر نشانگر استفاده می کند و اطلاعات و نقشه سایت های گردشگری در باتام را ارائه می دهد.

چوپریا و همکاران^{۱۰} (۲۰۲۰) تأثیر شیوع پاندمی کرونا را در صنعت توریسم هندوستان مورد بررسی قرار دادند. ایشان بیان داشتند که کووید-۱۹، یکی از انواع فاجعه های بشردوستانه است که مردم و مشاغل جهانی را تحت تأثیر قرار داده و باعث ایجاد یک بحران اقتصادی جهانی شده است و از این جنبه، بخش گردشگری عقب نمانده است. همه گیری نه تنها بر درآمد ارزی (FEE) تأثیر گذاشته است، بلکه بر تحولات مختلف منطقه ای، فرصت های شغلی نیز تأثیر گذاشته و جوامع محلی را به طور کلی مختل می کند. از آنجا که در میزان ورود گردشگران خارج از کشور به هند در سال ۲۰۲۰ کاهش قابل توجهی مشاهده شده است.

فولیناس و همکاران^{۱۱} (۲۰۲۰) بیان داشتند که یک اپیدمی می تواند محرک اصلی فروپاشی صنعت گردشگری ملی شود، زیرا بر کلیه فعالیت های بشری مانند فعالیت های اجتماعی، مذهبی، ورزشی، هنری و فرهنگی تأثیر می گذارد.

8 Marianna Sigala

9 Raymond Erz Saragih, Suyoto

10 Sanjita Jaipuria, Ratri Parida & Pritee Ray

11 Folinas, Sotiris and Metaxas, Theodore

ویروس کرونا صنعت گردشگری جهان را متشنج کرده است، صنعت گردشگری با تلاقی بی سابقه تهدیدهایی روبرو است که از زنگ خطر جهانی حاصل شده است، ورشکستگی هتل های زنجیره ای و شرکت های هواپیمایی، رکود اقتصادی در بازارهای بزرگ که حداقل به انقباضی جهانی برای تجارت گردشگری در آینده نزدیک اشاره دارد. سازمان ملل متحد^{۱۲} (۲۰۲۰) صنعت گردشگری را در میان یکی از بخش های مهم اقتصادی در جهان قلمداد می کند که به شدت از بابت شیوع بیماری کووید-۱۹ لطمه دیده و هیچ کشوری را از تاثیرات آن در امان نماند، محدودیت های سفر و سقوط ناگهانی تقاضا برای گردشگری در سراسر جهان که منجر به لطمات اقتصادی به کشورها و از دست رفتن فرصت های شغلی در زمینه گردشگری شد، اما تغییر شکل گردشگری موقتی است و به زودی باز می گردد.

روش تحقیق

این پژوهش با استفاده از روش همبستگی و با برازش مدل های رگرسیونی مورد بررسی قرار می گیرد که از روش گشتاور های تعمیم یافته برای تجزیه و تحلیل استفاده می شود. در معادلاتی که در تخمین آنها اثرات غیر قابل مشاهده ی خاص هر کشور و وجود وقفه ی متغیر وابسته در متغیر های توضیحی مشکل اساسی است از تخمین زن گشتاور تعمیم یافته (GMM^{۱۳}) استفاده می شود.

در این پژوهش درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال به عنوان متغیر وابسته می باشد و با توجه به آن که گردشگر دارای یک ملیت است که کشور مبدا در حقیقت ملیت گردشگر و کشور مقصد نیز کشور هدف گردشگری می باشد؛ بنابراین شاخص های اقتصادی این دو کشور همچون تولید ناخالص داخلی و نرخ ارز در مدل این پژوهش ارائه شده است. همچنین مبتلایان به کووید-۱۹ در این دو کشور نیز جزء متغیرهای مدل می باشند.

نمونه آماری و متغیرهای مورد بررسی:

دوره مورد بررسی در این تحقیق از اردیبهشت ۱۳۹۸ تا انتهای آذر ۱۳۹۹ به صورت داده های ماهانه می باشد.

در جدول (۱) متغیرهای مورد بررسی آورده شده اند که در نهایت مدل ذیل ارائه می شود:

جدول (۱): متغیرهای مورد بررسی

عنوان متغیر	نماد	منبع داده ها	علامت انتظاری
درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال	Y	بانک جهانی داده ها	
متغیر مجازی شیوع کرونا	DUM	سازمان بهداشت جهانی	-
تعداد مبتلایان کشور مقصد	X11	بانک جهانی داده ها	-
تعداد مبتلایان کشور مبدا	X12	بانک جهانی داده ها	-
تولید ناخالص داخلی کشور مبدا	X21	بانک جهانی داده ها	+
تولید ناخالص داخلی کشور مقصد	X22	بانک جهانی داده ها	+

12 United Nations

13 Generalized method of moments

عنوان متغیر	نماد	منبع داده ها	علامت انتظاری
لگاریتم نرخ واقعی ارز کشور مبدا	X31	بانک جهانی داده ها	-
لگاریتم نرخ واقعی ارز کشور مقصد	X32	بانک جهانی داده ها	+

تجزیه و تحلیل داده ها

در جدول (۲) برازش مدل خلاصه شده است:

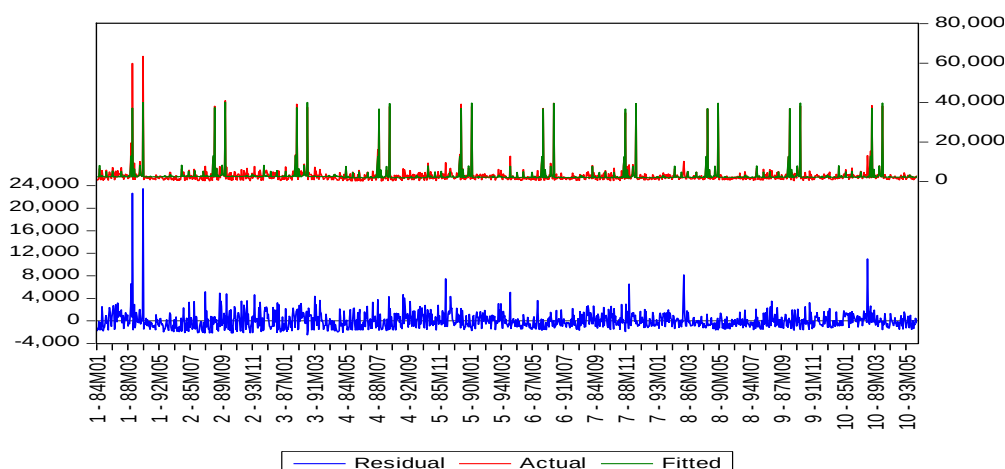
جدول (۲): نتایج برازش مدل رگرسیونی پانل دیتا

متغیر پاسخ = درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال			
متغیرهای مستقل	ضرایب رگرسیونی	آماره آزمون T	سطح معناداری
ثابت معادله (α)	۱۵۹۳/۹۰	۱۳/۰۹	۰/۰۰۰
تعداد مبتلایان کشور مبدا	۲۳/۹۹	۰/۷۲	۰/۴۶
تعداد مبتلایان کشور مقصد	۴۴/۵۱	۲/۵۲	۰/۰۱
متغیر مجازی شیوع کرونا	-۹۸/۷۷	-۰/۹۰	۰/۳۶
تولید ناخالص داخلی کشور مبدا	۴۳۹/۷۰	۳/۷۷	۰/۰۰۰
تولید ناخالص داخلی کشور مقصد	۲۰/۴۴	۷۷/۷۲	۰/۰۰۰
آماره آزمون $F = ۲۹۷۶/۸$ سطح معناداری = ۰/۰۰۰			
آماره دوربین واتسون = ۱/۸۵ ضریب تعیین = ۰/۹۱			

معنی دار بودن ضرایب بدست آمده با آماره T و سطح معنی داری مربوط به آن سنجیده می شود.

در نمودار (۱) نمودار خطی پسماند مدل رگرسیونی پانل دیتا ارائه شده است.

نمودار (۱): نمودار خطی پسماند مدل رگرسیونی



همانطور که در نمودار (۱) ملاحظه می‌شود، پسماند مدل رگرسیونی پانل دیتا شکل مشخصی ندارد و این موضوع نیز مبین مناسب بودن مدل برازش یافته می‌باشد. در ادامه برای اطلاع از وضعیت نرمالیتی پسماندهای مدل برازش یافته از آزمون جارک برا^{۱۴} و نمودار هیستوگرام^{۱۵} استفاده می‌شود.

آماره جارک برا آماره‌ای با توزیع خی دو^{۱۶} و درجه آزادی دو می‌باشد اگر این آماره از ۵/۷ کوچکتر باشد، می‌توان نتیجه گرفت که توزیع آماری مورد نظر با توجه به جدول خی دو، نرمال می‌باشد. جارک برا از فرمول ذیل برای بررسی نرمال بودن استفاده می‌کند:

$$JB = N \left\{ \frac{(SKEW)^2}{6} + \frac{(KURT-3)^2}{24} \right\}$$

SKEW: ضریب چولگی^{۱۷}

KURT: ضریب کشیدگی^{۱۸}

N: درجه آزادی

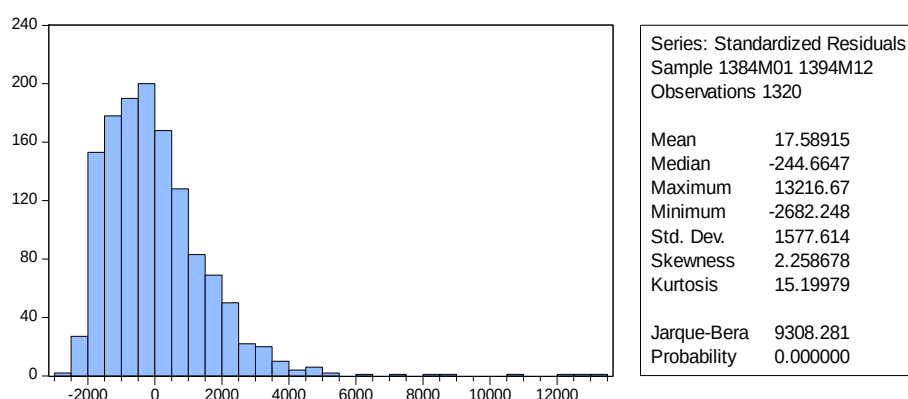
جدول (۳): نتایج آزمون جارک برا برای مدل

پسماند مدل رگرسیونی	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
	۲/۹۳۰۸	۰/۰۰۰	نرمال نبودن توزیع پسماند مدل

با توجه به توزیع آماری خی دو در آزمون جارک برا فرض صفر بر نرمال بودن پسماند مدل رگرسیونی استوار است و با توجه به اینکه سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است، نتیجه گیری می‌شود که پسماند مدل نرمال نمی‌باشد.

همانطور که در جدول (۳) ملاحظه می‌شود سطح معناداری آزمون جارک برا کمتر از $\alpha=0/05$ محاسبه شده لذا با اطمینان ۹۵٪ توزیع پسماندها نرمال نمی‌باشد. در نمودار (۲) هیستوگرام پسماند مدل رگرسیونی پانل دیتا ارائه شده است.

نمودار (۲): هیستوگرام پسماند مدل رگرسیونی پانل دیتا



14 Jarque-Bera Test

15 Histogram

16 Chi-square distribution

17 Skewness

18 Kurtosis

همانطور که در نمودار (۲) ملاحظه می‌شود پسماند مدل رگرسیونی متقارن و زنگوله‌ای شکل نیست و این موضوع نیز مبین نرمال نبودن توزیع پسماند مدل رگرسیونی پائل دیتا می‌باشد. با وجود نرمال نبودن پسماند، معنی دار بودن آماره F و متقارن بودن نسبی توزیع پسماند که در نمودار بالا مشخص است، حاکی از صحت تخمین می‌باشند، بنابراین مدل فاقد مشکلات آماری احتمالی می‌باشد.

نتیجه گیری

با توجه به تحلیل اقتصاد سنجی صورت گرفته نتیجه گیری می‌شود که شیوع کووید-۱۹، تعداد مبتلایان کشور مبدا و مقصد و نرخ ارز واقعی کشور مبدا تاثیر منفی بر درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال می‌گذارد. همچنین نرخ ارز واقعی کشور مقصد، به همراه تولید ناخالص داخلی دو کشور مبدا و مقصد تاثیر مثبت بر گردشگری دارند؛ اما با وجود این تاثیرهای بررسی شده، شدت تاثیر شیوع پاندمی کرونا بسیار زیاد بوده و در مجموع درآمد گردشگری از محل بازاریابی دیجیتال در کشور کاهش یافته است.

منابع

معاونت پژوهشهای اجتماعی-فرهنگی دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۲۱) صنعت گردشگری و کرونا (اردیبهشت ۹۹) <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1524686>

معاونت پژوهشهای اقتصادی دفتر: مطالعات اقتصادی. درباره مقابله با شیوع ویروس کرونا (۵۳) فرصتها و تهدیدهای کرونا برای کسب و کارهای ایرانی (آبان ۹۹) <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1627635>

رضا جعفری، امیر کوهستانی، شبنم نژادزارع (۱۳۹۹)، "تاثیر کرونا بر اقتصاد ایران و جهان"، اولین کنفرانس مهندسی صنایع، اقتصاد و مدیریت، <https://civilica.com/doc/1025869>

نیکفال مغانلو، ساسان و منصوری، محدثه (۱۳۹۹)، "تاثیر ویروس کرونا COVID-19 بر صنعت گردشگری"، هفتمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1028555>

Aburumman, A.A. "COVID-19 impact and survival strategy in business tourism market: the example of the UAE MICE industry". Humanit Soc Sci Commun 7, 141 (2020). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>

Estrada, M., Park, D. & Lee, M. (2020) "How A Massive Contagious Infectious Diseases Can Affect Tourism, International Trade, Air Transportation, and Electricity Consumption? The Case of 2019 Novel Coronavirus (2019-nCoV) in China" (February 19, 2020). Available at SSRN Retrieved from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3540667 [Access on March 25, 2020]

Folinas, Sotiris and Metaxas, Theodore: "Tourism: The Great Patient of Coronavirus COVID-2019", University of Thessaly, 16 March 2020, https://mpira.ub.uni-muenchen.de/99666/1/MPRA_paper_99666.pdf

R. E. Saragih and Suyoto, "Development of Interactive Mobile Application with Augmented Reality for Tourism Sites in Batam," 2020 Fourth World Conference on Smart Trends in Systems, Security and Sustainability (WorldS4), London, United Kingdom, 2020, pp. 512-517, <https://ieeexplore.ieee.org/document/9210300>

- RTE (2020) "How the coronavirus may hit the tourism industry", Retrieved from: <https://www.rte.ie/brainstorm/2020/0303/1119857-coronavirus-tourism-ireland/> [Access on March 24, 2020]
- Sigala M. "Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research". Journal of Business Research. 2020 Sep;117:312-321. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.015. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7290228/>
- Sanjita Jaipuria , Ratri Parida & Pritee Ray , "The impact of COVID-19 on tourism sector in India", Received 15 Aug 2020, Accepted 01 Nov 2020, Published online: 29 Nov 2020, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2020.1846971>
- Travel Daily News (2020) "Corona virus affecting the tourism industry worldwide", Retrieved from: <https://www.traveldailynews.com/post/corona-virus-affecting-the-tourism-industryworldwide> [Access on April 5, 2020]
- Uğur, N. G., & Akbıyık, A. (2020). "Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison". Tourism management perspectives, 36, 100744. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973620301112?via%3Dihub>
- United Nations: "Policy Brief: COVID-19 and Transforming Tourism" [AUGUST 2020]<https://unsdg.un.org/resources/policy-brief-covid-19-and-transforming-tourism>
- UNWTO (2020) "Tourism and Covid-19", Retrieved from: <https://www.unwto.org/tourism-covid-19-coronavirus> [Access on March 29, 2020]
- World Economic Forum (2020) "This is how coronavirus could affect the travel and tourism industry", Retrieved from: <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/world-travel-coronavirus-covid19-jobspandemic-tourism-aviation/> [Access on March 20, 2020]
- Nofal, Muhmmad & Al-Adwan, Ahmad & Yaseen, Husam & Abdulraheem, Ghaith & Alsheikh, Ghaith. (2020). Digital marketing effect to intention to domestic tourism during COVID-19 in Jordan. Periodicals of Engineering and Natural Sciences (PEN). 8. 2471-2483.

The effect of Covid-19 virus outbreak on digital marketing of Iran's tourism industry

Aso Amin Ashayeri¹

Date of Receipt: 2021/09/23 Date of Issue: 2021/10/22

ABSTRACT

The outbreak of the Covid-19 pandemic has had a profound effect on businesses. One of the industries that have suffered the most from the corona virus and its spread is the tourism industry. The purpose of this study is to investigate and determine the impact of Covid-19 on the tourism industry. The period studied in this research is from May 1398 to the end of Azar 1399 in the form of monthly data. After analysis, it was found that the prevalence of coronary heart disease, the number of patients in the country of origin and destination, and the real exchange rate of the country of origin have a negative impact on tourism revenue. Also, the real exchange rate of the destination country, along with the GDP of the two countries of origin and destination, has a positive effect on tourism. However, despite these effects, the severity of the impact of the pandemic on outbreak is very high and overall tourism revenue in the country has decreased. Finally, it should be noted that the reason for the decrease in tourism revenue was the nature of tourism and the prohibition of people from traveling during this period.

Keywords

Covid-19, tourism industry, national income of countries

1. Master student of Public Sector Accounting, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. (aso.aminashayeri@gmail.com)

ضمیمه
تخمین مدل

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	961.2187	197.9647	4.855504	0.0000
X1	-56.75877	22.08615	-2.569881	0.0103
X2	40.48272	28.77390	1.406925	0.1597
X3	-123.3487	227.6412	-0.541856	0.5880
X4	404.7596	162.0821	2.497251	0.0126
X5	3407.533	237.7865	14.33022	0.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.818267	Mean dependent var	3253.282	
Adjusted R-squared	0.794531	S.D. dependent var	5102.750	
S.E. of regression	5059.812	Akaike info criterion	19.84828	
Sum squared resid	3.36E+10	Schwarz criterion	19.87185	
Log likelihood	-13093.87	Hannan-Quinn criter.	19.85712	
F-statistic	4.889880	Durbin-Watson stat	1.948480	
Prob(F-statistic)	0.000194			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.018427	Mean dependent var	3159.759	
Sum squared resid	3.36E+10	Durbin-Watson stat	1.951899	