



<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.435503.1145>

## Identifying and Investigating Variables Affecting the Financial Performance of Tourism Enterprises

Faeze Sadat Mirfakhraddini<sup>1\*</sup> , Mehdi Karoubi<sup>2</sup> 

<sup>1</sup>Assistant Prof. Department of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran

<sup>2</sup>Prof. Department of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

### Article Info

### Abstract

#### Original Article

#### Received:

13-02-2024

#### Accepted:

03-03-2024

#### Keywords:

Financial Performance  
Tourism Companies  
Financial Attitude  
Financial Knowledge  
Financial Behavior

The purpose of this study was to examine the relationship between managers' financial behavior and the financial performance of tourism industry enterprises. Specifically, the influencing variables and criteria were identified through the use of library studies, and the variables were identified for the initial model design based on the opinions of nine experts. Next, the variables were stratified using the structural-interpretive modeling approach, and the partial least squares method was used by SMART-PLS3 software to statistically verify and validate the structural interpretive model. The sampling method used in this article is theoretical saturation and snow. The study's findings suggest that financial behavior and attitude can both enhance the financial performance of tourism businesses and managers, and that financial behavior can also have a positive impact on performance. The finances of intermediary companies can also be impacted by financial behavior and attitude. As a result, tourism managers should work to improve their financial behavior and financial literacy in order to be successful in both financial planning and financial performance.

#### \*Corresponding author

e-mail: [mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir](mailto:mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir)

#### How to Cite:

Mirfakhraddini, F.S., & Karoubi, M. (2024). Identifying and Investigating Variables Affecting the Financial Performance of Tourism Enterprises. *Tourism and Leisure Time Journal*, 8(16), 249-271.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>  
Online ISSN: 2783-3836

## 1. Introduction

Globalization of the economy greatly increases the requirements of business performance management. According to the view of Huttmanova and Valentiny (2019), their achievement is complex and difficult in practice. Therefore, the company's financial management is an essential part of its performance management. In this context, it can be stated that the management of the company's financial performance and its evaluation belong to the basic indicators of the overall success of the company in the local and global market. Of course, it is important to choose performance measures that reflect the key factors for the growth of business performance, because it is not possible to determine it with a performance index (Agatha et al., 2023). Undoubtedly, companies active in the tourism industry will not be exempt from this rule, because tourism as a very large global economic activity that not only increases the reputation and credibility of the host country, but also as a cultural bridge with the exchange of different elements of cultures and The ideals have worked (Cordero & Tzeremes, 2018) and have been the main source of income for many countries, allowing them to be increasingly competitive. Tourism plays a stimulating role in economies that are facing long-term economic stagnation and provides a new impetus to investment-supported countries (Pazarskis et al., 2023). So, we can undoubtedly say that the role of tourism is convincing and important for the economic growth and development of the country. In developing countries like Iran, mainly for local people, tourism plays a decisive role in creating job opportunities. Also, the tourism industry will create environmental, economic and social consequences that will lead to the overall economic growth of the country; Therefore, the financial performance of tourism enterprises is very important, and considering their impact on the country's economy, the examination of effective indicators in financial performance and the financial ability of managers will also be prioritized. In fact, the investigation of the financial performance of tourism companies will be worthy of attention.

This research is specifically defined for the field of tourism and its purpose is to pay attention to the gap in the field of financial performance in the tourism industry, to identify the influencing factors in the financial performance of tourism enterprises, and then to analyze and investigate the relationship between the identified factors. Therefore answering the following questions can help to achieve the goals of this study:

1. What are the effective variables in the financial performance of managers of tourism companies in Iran?
2. What is the relationship between the variables and their effect on each other?

## 2. Literature review

Financial performance indicates the success of a company, which may be considered as the results of many operations carried out by their managers. Financial performance is an analysis that is done to determine the extent of a company's performance by complying with financial performance criteria (Fahim, 2020). Tuffour et al. (2022) measure financial performance with profit, revenue and sales. While Eke and Raath (2013) measured the financial performance of companies by changing total assets, capital, turnover and profit. According to Agyapong and Attram (2019), financial performance is measured by sales growth, profit margin, cost efficiency and market share. Financial performance is measured by sales, assets, and revenue growth from Asmin et al. (2021) perspective. Fitria et al. (2021) consider financial performance indicators to include sales growth, capital growth, profit growth, market growth, and workforce growth. Ahmad and Jamil (2020) use profit, sales and cash flow to measure the financial performance of companies. Ratnawati et al. also believe that financial performance can be measured by sales growth, cash flow, operating income, net profit margin and return on investment. (Ratnawati et al., 2023)

## 3. Research Methodology

The current research is practical in terms of the method of collecting descriptive-survey information and in terms of orientation. The method of data collection is through library studies and questionnaires. The method used for data analysis is the integrated approach of structural-interpretive modeling and structural equation modeling. The reason for using the integrated approach of ISM and SEM in this research was to cover each other's weaknesses. ISM has been criticized due to its weak statistical validity. Also, the need to have an initial model is the weak point of the structural equation approach. Therefore, using these two models together covers this weakness to a large extent.

In this research, after extracting the variables, the influence and influence of the factors on each other were examined and leveled using interpretive structural modeling. After obtaining the initial model through ISM, the

research hypotheses were specified and the initial model was analyzed using the partial least squares method using SmartPLS3 software. For this purpose, a questionnaire with 23 questions based on model variables was designed.

#### 4. Results

The results of this research can be divided into three general categories according to the research process: The first result is the identification of effective variables in the financial performance of tourism enterprises. Three variables of financial attitude, financial literacy and financial behavior were identified as independent research variables. Also, the positive and significant relationship between financial literacy and financial attitude in the financial performance of companies is shown by Iswari (2022), Rahmi et al. (2023), Ristati et al. (2022), Zen et al. (2024), Ratnawati et al. His colleagues (2019) confirmed. Researchers such as Agata et al. (2023) and Sugianto et al. (2019) in their research confirm the mediating role of financial behavior in relation to financial performance, which is consistent with the results of this research.

The second result is based on the model created from interpretative structural modeling, based on which and as expected, financial performance was introduced at the first level and as a dependent variable in the initial model. "Financial behavior" was placed in the second level and in a way the role of mediator and interface between the variables of the third level, i.e. the variable of "financial attitude" and "financial literacy". In terms of the primary model derived from the ISM approach, it can be concluded that in order to improve the financial performance of tourism companies and sometimes analyze their financial performance status, the level of financial literacy of managers and their financial attitude should be paid attention to, and then their financial behavior should be examined and analyzed. According to the opinion of the research experts, four relationships were hypothetically added in the initial model: the mutual relationship between attitude and financial literacy and their direct effect on financial performance. In fact, four hypotheses were added to the research hypotheses to be tested through the SEM approach.

The third result, which can be considered the most important field of scientific participation and research innovation, is the validation of the ISM model through SEM. The results of fitting the ISM model confirm the influence of different levels on each other and accept the relationships extracted through ISM. The results of the hypothesis analysis conducted on the structure of the research show that financial literacy, financial attitude and financial behavior have a significant effect on the financial performance of tourism enterprises in Iran.

#### 5. Conclusion

The role of financial behavior in mediating the relationship between financial literacy and financial attitude in financial performance in Iran's tourism industry is not insignificant. Financial behavior becomes an important mediator between attitude and financial literacy with financial performance; So that financial behavior based on sufficient financial literacy can lead to appropriate and safe financial decisions. Financial behaviors such as saving, paying bills on time, and controlling expenses improve financial performance. In addition, what is worth noting is the financial behavior according to the financial attitude of saving, risk and planning for income. A positive financial attitude about these obligations provides a positive confirmation of the financial behavior of managers and owners of tourism businesses. Therefore, it is not surprising that financial behavior mediates financial attitude towards financial performance. People who have a good financial attitude can definitely recognize priorities (Humaira & Sagoro, 2018). Iswari (2022) believes that financial behavior, which supports positive performance, is always related to financial literacy and financial attitude. Kumar and Rana (2019) state that the way a person behaves positively will have a significant impact on their financial well-being. Finally, it can be concluded that financial literacy, in which knowledge and attitude about financial affairs are collected, will play an important role in improving financial performance in Iran's tourism industry. Also, financial attitude, which is directly related to risk management, also has a very positive effect on the performance of tourism enterprises, and it is necessary to pay attention to the fact that financial behavior is suitable for mediating the relationship between financial literacy and financial attitude on financial performance. Financial behavior based on literacy and correct insight as well as correct attitude forms a behavior that is effective in financial decision-making so that financial performance is better than before.



## گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/TLJ.2024.435503.1145>

### شناسایی و بررسی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری

فائزه السادات میرفخرالدینی<sup>۱\*</sup>، مهدی کروی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار، دانشکده اقتصاد، مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران

<sup>۲</sup> استاد، دانشکده حسابداری و مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

#### چکیده

#### اطلاعات مقاله

با توجه به اهمیت رفتار مالی مدیران در عملکرد مالی بنگاه‌های صنعت گردشگری، این مطالعه با هدف تجزیه و تحلیل تأثیر نگرش و سواد مالی در رفتار مالی و عملکرد مالی آن‌ها انجام شده است. ابتدا با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، متغیرها و معیارهای اثرگذار شناسایی و سپس با استفاده از نظر نه تن از خبرگان، متغیرها برای طراحی مدل اولیه مشخص شدند. در ادامه، با رویکرد الگوسازی ساختاری-تفسیری، متغیرهای سطح‌بندی شده و به‌منظور تأیید آماری الگوی ساختاری تفسیری شکل گرفته و اعتبارسنجی آن، از روش کمینه مربعات جزئی از طریق نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳ بهره گرفته شده است. روش نمونه‌گیری در این مقاله، روش‌های اشباع نظری و گلوله برفی بوده و از پرسش‌نامه برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که نگرش مالی و سواد مالی به بهبود و ارتقای رفتار مالی مدیران و عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری کمک می‌کند و رفتار مالی نیز عملکرد مالی را بهبود می‌بخشد و قادر است تأثیر نگرش و سواد مالی در عملکرد مالی بنگاه‌ها را واسطه کند؛ بنابراین مدیران گردشگری باید نگرش و سواد مالی خود را توسعه دهند تا در برنامه‌ریزی‌های مالی و عملکرد مالی مؤثر باشد.

#### مقاله پژوهشی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۱۰/۰۶

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۱/۱۸

#### واژگان کلیدی:

عملکرد مالی  
بنگاه‌های گردشگری  
نگرش مالی  
سواد مالی  
رفتار مالی

#### \*نویسنده مسئول

رایانامه: [mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir](mailto:mirfakhr.faeze@yazd.ac.ir)

#### نحوه استناددهی:

میرفخرالدینی، فائزه السادات و کروی، مهدی (۱۴۰۲). شناسایی و بررسی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری. گردشگری و اوقات فراغت، ۸(۱۶)، ۲۴۹-۲۷۱.

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

شاپای الکترونیکی: ۳۸۳۶-۲۷۸۳

در محیط کسب‌وکار پویای امروزی، که تحت تأثیر جهانی شدن بازارهاست، فشار مداوم بر افزایش عملکرد شرکت به ایجاد روندهای جدید در سیستم عملکرد مالی منجر می‌شود. بنابراین، انتخاب شاخص‌ها و روش‌های منعکس‌کننده عملکرد مالی بنگاه‌ها از عناصر اصلی بهبود رقابت‌پذیری آن‌ها و دستیابی به اهداف بلندمدت مرتبط با رونق اقتصادی خواهد بود (Agatha et al., 2023). در طی چند سال اخیر، به‌خصوص بعد از بحران ناشی از کرونا، بهبود و تمرکز بر عملکرد مالی و شناخت متغیرهای مؤثر در آن، برای بسیاری از سازمان‌ها و بنگاه‌های اقتصادی جامعه، از جمله شرکت‌های گردشگری در اولویت قرار گرفته‌اند (Bogren & Sörensson, 2021). اهمیت این موضوع برای بنگاه‌های گردشگری بسیار بیشتر خواهد بود؛ زیرا بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری می‌توانند با ایجاد شغل و درآمد برای جامعه محلی، به افزایش رشد اقتصادی محلی کمک کنند (Agyapong & Attram, 2019). مشاغل گردشگری نقش بسیار مهمی در رشد اقتصادی، توسعه اجتماعی و کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه دارند (Ratnawati et al., 2023). در واقع گردشگری یکی از فعالیت‌های تجاری مولد است که برای تولید کالا و خدمات اجرا می‌شود. کالاها و خدمات عمدتاً برای بازدیدکنندگان ارائه می‌شوند و به‌طور کلی، شغل و درآمد بیشتری برای مردم محلی فراهم می‌کنند. در بازار نه تنها بنگاه‌های تجاری گردشگری درآمد حاصل از فعالیت‌های تجاری را به دست می‌آورند، بلکه سایر افراد نیز به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم درآمدهایی می‌کنند. بنابراین در اقتصاد می‌توان گفت که گردشگری تأثیرات مختلف مستقیم، غیرمستقیم و القایی ایجاد می‌کند و در اغلب مواقع، باعث افزایش درآمدهای خارجی، افزایش فرصت اشتغال (یعنی کسب‌وکار، استخدام، استخدام در شغل و غیره) و در نهایت افزایش درآمد می‌شوند (Kumar & Rana, 2019).

جهانی شدن اقتصاد الزامات مدیریت عملکرد کسب‌وکار را به شدت افزایش می‌دهد. در یک فضای رقابتی فشرده، تنها کسب‌وکارهایی در حال پیشرفت هستند که به اندازه کافی به وضعیت مالی توجه کرده و مطابق با برنامه‌های مالی به اهداف تعیین شده دست می‌یابند. با این حال، با توجه به دیدگاه هوتامادوآ و ولنتینا<sup>1</sup> (2019)، دستاورد آن‌ها در عمل پیچیده و دشوار است. بنابراین مدیریت مالی شرکت جزء ضروری مدیریت عملکرد آن است. در این زمینه می‌توان بیان کرد که مدیریت عملکرد مالی شرکت و ارزیابی آن متعلق به شناسه‌های اساسی موفقیت کلی شرکت در بازار محلی و جهانی است. البته مهم است که معیارهای عملکردی انتخاب شوند که منعکس‌کننده عوامل اصلی برای رشد عملکرد تجاری باشد؛ زیرا تعیین آن با یک شاخص عملکرد ممکن نیست (Agatha et al., 2023). بی‌شک، بنگاه‌های فعال در صنعت گردشگری نیز از این فائده مستثنی نخواهند بود؛ زیرا گردشگری به‌منزله یک فعالیت اقتصادی بسیار بزرگ جهانی که نه تنها شهرت و اعتبار کشور میزبان را افزایش می‌دهد، بلکه به‌عنوان یک پل فرهنگی با تبادل عناصر مختلف فرهنگ‌ها و ایده‌آل‌ها عمل کرده است (Cordero & Tzeremes, 2018) و برای بسیاری از کشورها منبع اصلی درآمد بوده و به آن‌ها امکان رقابت فزاینده را می‌دهد. علاوه‌براین، در ارقام کلان اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی (GDP) یک کشور تأثیر می‌گذارد. به تأثیر مثبت در اشتغال‌زایی نیروی کار آن کشور کمک کرده و همچنین سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در صنعت گردشگری را افزایش می‌دهد (Masadeh et al., 2018). به نظر می‌رسد که گردشگری رکن اصلی برای شکوفایی اقتصادی هر کشوری است و در عین حال، رقابت بین آن‌ها را افزایش می‌دهد. گردشگری در اقتصادهایی که با رکود اقتصادی طولانی مدت مواجه‌اند نقش محرک دارد و انگیزه جدیدی به کشورهای تحت حمایت سرمایه‌گذاری می‌دهد (Pazarskis et al., 2023).

پس بی‌شک می‌توان گفت که نقش گردشگری برای رشد اقتصاد و توسعه کشور قانع‌کننده و مهم است. در کشورهای در حال توسعه همچون ایران، عمدتاً برای مردم محلی، گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد فرصت‌های شغلی ایفا می‌کند. همچنین صنعت گردشگری پیامدهای زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی ایجاد خواهد کرد که به رشد اقتصادی کلی کشور منجر خواهد شد؛ بنابراین عملکرد مالی بنگاه‌های

1. Huttmanova & Valentiny

گردشگری بسیار حائز اهمیت بوده و با توجه به تأثیرگذاری آن‌ها در اقتصاد کشور، بررسی شاخص‌های مؤثر در عملکرد مالی و توانایی مالی مدیران نیز اولویت خواهد داشت. در واقع بررسی وضعیت عملکرد مالی شرکت‌های گردشگری در خور توجه خواهد بود. به طور کلی، طبق بررسی‌های انجام‌شده در سطح جهان، متغیرهایی چون نگرش مالی، سواد مالی، تجربه، دانش مالی و رفتار مالی مدیران از جمله متغیرهای تأثیرگذار در عملکرد مالی بنگاه‌ها هستند و در این راستا، پژوهش حاضر به دنبال شناسایی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی مدیران گردشگری بوده و سعی دارد با استفاده از نظر خبرگان و رویکرد تلفیقی ISM-SEM الگورانه و روابط بین متغیرهای الگورا بررسی و تأیید کند. در واقع این پژوهش به صورت تخصصی برای حوزه گردشگری تعریف شده است و هدف آن توجه به خلأ موجود در حوزه عملکرد مالی در صنعت گردشگری، شناسایی عوامل اثرگذار در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری و در ادامه، تحلیل و بررسی چگونگی ارتباط میان عوامل شناسایی شده است.

بنابراین پاسخ به سؤالات زیر می‌تواند به تحقق اهداف این مطالعه کمک کند:

۱) متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی مدیران بنگاه‌های گردشگری در ایران کدام‌اند؟

۲) ارتباط بین متغیرها و میزان تأثیر آن‌ها در یکدیگر چگونه است؟

## مبانی نظری

### عملکرد مالی

عملکرد مالی نشان‌دهنده موفقیت یک شرکت است که ممکن است به منزله نتایج بسیاری از عملیات انجام‌شده به دست مدیران آن‌ها در نظر گرفته شود. عملکرد مالی تحلیلی است که برای تعیین میزان اجرای یک شرکت با رعایت معیارهای اجرای مالی انجام می‌شود (Fahim, 2020). توفور<sup>۲</sup> و همکاران (2022) عملکرد مالی را با سود، درآمد و فروش اندازه‌گیری می‌کنند. در حالی که آکه و رته<sup>۳</sup> (2013) عملکرد مالی شرکت‌ها را با تغییر کل دارایی‌ها، سرمایه، گردش مالی و سود اندازه‌گیری کردند. طبق نظر آگیاپونگ و آترام<sup>۴</sup> (2019) عملکرد مالی با رشد فروش، حاشیه سود، کارایی هزینه و سهم بازار اندازه‌گیری می‌شود. عملکرد مالی از دیدگاه آسمین<sup>۵</sup> و همکارانش (2021) با فروش، دارایی‌ها و رشد درآمد اندازه‌گیری می‌شود. فیتریا<sup>۶</sup> و همکارانش (2021) شاخص‌های عملکرد مالی را شامل رشد فروش، رشد سرمایه، رشد سود، رشد بازار و رشد نیروی کار می‌دانند. احمد و جمیل<sup>۷</sup> (2020) از سود، فروش و جریان نقدی برای اندازه‌گیری عملکرد مالی شرکت‌ها استفاده می‌کنند. رتواتی و همکارانش نیز معتقدند عملکرد مالی را می‌توان با رشد فروش، جریان نقدی، درآمد عملیاتی، حاشیه سود خالص و بازگشت سرمایه اندازه‌گیری کرد (Ratnawati et al., 2023).

### صنعت گردشگری

گردشگری پویاترین بخش در حال توسعه جهان است. پویایی و تحرک موجود در فرایند توسعه، گردشگری را به محرکی اصلی برای پیشرفت اجتماعی - اقتصادی تبدیل کرده است. به همین دلیل، بخش گردشگری جزو مؤلفه‌های اقتصادی در خور توجه در صنعت است (Agatha et al., 2023). اهمیت صنعت گردشگری در ایجاد تأثیرات مثبت اقتصادی در سطح دنیا به طور روزافزون آشکار می‌شود و ذی‌نفعان، چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای در حال توسعه، گردشگری را یکی از عوامل مهم اشتغال‌زایی و کاهش نرخ بی‌کاری می‌دانند (میرفخرالدینی، ۱۴۰۱).

1. Interpretive Structural Modeling-Structural Equation Modeling
2. Tuffour
3. Eke & Raath
4. Agyapong & Attram
5. Asmin
6. Fitria
7. Ahmad & Jamil

صنعت گردشگری عامل مهم راهبرد توسعه و به‌منزله منبع اضافی کسب درآمد و راهی برای پیشرفت مناطق کمتر توسعه‌یافته مطرح است. به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، صنعت گردشگری نقش مثبتی در اقتصاد جوامع ایفا می‌کند. تأثیرات مستقیم صنعت گردشگری شامل مخارج اولیه گردشگران برای کالاها و خدمات مصرفی، اشتغال‌زایی، کسب درآمدهای ارزی و ... می‌شود. همچنین به‌صورت غیرمستقیم نیز در رشد تأثیر می‌گذارد؛ زیرا اثر پویایی را در کل اقتصاد به‌شکل آثار سرریز یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد. در واقع گردشگری به‌منزله موتور محرک برای رشد اقتصادی عمل کرده و رشد سایر فعالیت‌های اقتصادی را نیز، که با آن صنعت مرتبط هستند، به‌همراه دارد (اخباری آزاد و همکاران، ۱۴۰۱).

مطالعات نشان می‌دهند بخش گردشگری پتانسیل زیادی برای تأثیر مثبت و حمایت از اقتصاد کشورها دارد و روند مثبت در صنعت گردشگری با انواع تأثیرات اقتصادی، با پیامدهای عمیق اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی همراه است. البته نهادهای تجاری (از جمله آژانس‌های مسافرتی و مراکز اقامتی) بخش مهمی از این نظام اقتصادی هستند (Agatha et al., 2023). شواهد موجود از وضعیت بنگاه‌های گردشگری در ایران، نشان می‌دهند که در شرایط مطلوبی به‌سر نمی‌برند و یکی از علل آن، وضعیت مالی نامطلوب آن‌هاست. به همین دلیل، در این پژوهش، متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی این بنگاه بررسی شده است تا با شناسایی آن‌ها به بهبود و ارتقای این شاخص در ایران کمک شود.

#### مرور پیشینه

طبق بررسی‌های انجام‌شده محققان در منابع داخلی و خارجی، تاکنون مطالعه‌ای در خصوص شناسایی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری انجام نشده است؛ بنابراین در این بخش، مطالعاتی که در حوزه‌های مشابه انجام شده است، به‌اختصار بیان خواهد شد.

#### مطالعات خارجی

ایرانی<sup>۱</sup> و همکارانش (2021) پژوهشی را با عنوان «اثرات شرایط تجاری و مالی بر عملکرد مالی شرکت‌های گردشگری» در ترکیه انجام دادند. این مطالعه به بررسی تأثیرات شرایط تجاری و مالی در عملکرد سهام شرکت‌های فعال در صنعت گردشگری، مهمان‌نوازی و اوقات فراغت می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهند که محیط‌های تجاری و مالی محرک‌های مهمی برای حرکت قیمت سهام در این صنعت هستند؛ بنابراین هرگونه شوک در فعالیت‌های تجاری و مالی تأثیرات بلندمدتی در قیمت سهام شرکت‌های گردشگری خواهد داشت. همچنین مهم‌ترین عاملی که تغییرات قیمت سهام گردشگری را توضیح می‌دهد، ورود گردشگران خارجی است که نشان می‌دهد قیمت سهام گردشگری کشورهای عمده گردشگری به‌نسبت سایر عوامل در قبال تغییرات ورود گردشگر به کشور حساس‌تر است.

پازارسکیس<sup>۲</sup> و همکارانش (2023) در تحقیقی با عنوان «صنعت گردشگری به‌عنوان یک مزیت رقابتی یونان در طول و پس از بحران اقتصادی» به تحلیل عملکرد مالی هتل‌ها و شرکت‌های حمل‌ونقل در این حوزه پرداختند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان دادند که وضعیت مالی همه شرکت‌های بررسی‌شده در طول بحران بدتر شده است. این مطالعه به‌منظور آگاهی از وضعیت فعلی صنعت گردشگری یونان برای سرمایه‌گذاران بالقوه، مدیران، وزارت گردشگری و دارایی یونان یا سایر مقامات دولتی، سیاست‌های مالیاتی و موضوعات مرتبط در فعالیت‌های تجاری گردشگری و سیستم بانکی اطلاعات مفیدی را ارائه می‌کند.

ایسواری<sup>۳</sup> (2022) با هدف بررسی نقش سواد مالی در عملکرد مالی بر روی استارت‌آپ‌های صنعت خلاق در مالانگ، تحقیقی را انجام داد. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که دانش مالی و نگرش مالی در عملکرد مالی تأثیر مثبت و معناداری دارند. علاوه‌براین، رفتار مالی در میانجی بین دانش مالی درباره عملکرد مالی و نگرش مالی در عملکرد مالی نقش دارد.

1. Irani

2. Pazarskis

3. Hanif Iswari

فیتریا<sup>۱</sup> و همکارانش (2023) مطالعه‌ای را با عنوان «تأثیر سواد مالی، نگرش‌های مالی و رفتار مالی بر رشد شرکت‌های کوچک و متوسط» در منطقه ترنگالک اندونزی انجام دادند. نتایج نشان دادند که سواد مالی و رفتار مالی در رشد شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر دارد. همچنین آن‌ها دریافته‌اند مدیرانی که سطح سواد بالایی دارند، دانش، مهارت و باورهایی خواهند داشت که در نگرش‌ها و رفتار آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های مالی تأثیر می‌گذارد و نگرش‌های مالی هیچ تأثیری در رشد شرکت‌های کوچک و متوسط ندارد. اگرچه صاحبان این شرکت‌ها نگرش مثبتی به امور مالی دارند، اما ممکن است نتوانند یا تمایلی به برداشتن گام‌های مالی برای حمایت از رشد کسب‌وکارشان نداشته باشند.

رحمی<sup>۲</sup> و همکارانش (2023) به بررسی رابطه بین رفتار مدیریت مالی و دانش، نگرش و شخصیت مالی پرداختند. جامعه مورد مطالعه آن‌ها شامل شرکت‌های صنایع دستی سرامیک کوچک و متوسط یوگیاکارتا بود. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که شخصیت، نگرش مالی و دانش مالی در رفتار مدیریت مالی شرکت‌های صنایع دستی تأثیر مثبت دارد و برای ترویج رشد رفتار مدیریت مالی، صنعت صنایع دستی سرامیکی باید دانش مالی، نگرش و شخصیت خود را به حداکثر برساند.

ریستاتی (2022) مطالعه‌ای را با عنوان «تأثیر دانش مالی، نگرش مالی و شخصیت بر رفتار مدیریت مالی» انجام دادند. آن‌ها انتظار دارند نتایج این پژوهش بتواند مدیریت مالی را در بنگاه‌های کوچک و متوسط بهبود بخشد. نتایج پژوهش نشان داد که دانش مالی، نگرش‌های مالی و شخصیت متغیرهایی هستند که مستقیماً بر مدیریت رفتار مالی تأثیرگذارند.

اخیراً در اندونزی دن<sup>۳</sup> و همکارانش (2024) پژوهشی را با هدف بررسی تأثیر دانش مالی و دینداری در مدیریت رفتار مالی با نگرش مالی به‌منزله متغیر تعدیلگر، در شرکت‌های کوچک و متوسط انجام داده‌اند. این مطالعه رویکردی کمی را به‌کار می‌گیرد و مدیران را با استفاده از آزمون‌های تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و روش الگوسازی معادلات ساختاری (SEM) هدف قرار می‌دهد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که نگرش مالی و دینداری در مدیریت رفتار مالی تأثیر دارند و نگرش مالی به‌منزله عامل تعدیل‌کننده در رابطه بین دانش مالی و مدیریت رفتار مالی عمل می‌کند. باین‌حال، دینداری تأثیر چشمگیری در رفتار مدیریت مالی ندارد.

راتناواتی و همکارانش (2023) با هدف بررسی نگرش مالی و عملکرد مالی شرکت‌های کوچک و متوسط در حوزه صنایع دستی پژوهشی را انجام دادند. آن‌ها با استفاده از رویکرد تحلیل الگوسازی معادلات ساختاری (SEM)، توضیح می‌دهند که نگرش‌های مالی در رفاه مالی و عملکرد مالی تأثیر مستقیم می‌گذارند و رفاه مالی می‌تواند تأثیر نگرش مالی در عملکرد مالی را واسطه شود. از این مطالعه نتیجه می‌گیرند که نگرش مالی شرکت‌های کوچک و متوسط برای صنایع دستی صادراتی به رفاه مالی و بهبود عملکرد مالی کمک می‌کند و رفاه مالی عملکرد مالی را بهبود می‌بخشد و تأثیر نگرش‌های مالی در عملکرد مالی شرکت را واسطه می‌کند. مفهوم عملی این مطالعه این است که مدیران شرکت‌های صادرکننده صنایع دستی در منطقه‌ی بانپووانگی<sup>۴</sup> فرانسه، باید دارای نگرش مالی برای توسعه دانش مالی مانند توانایی ایجاد سوابق برنامه‌ریزی مالی مؤثر باشد.

سوگیانتو<sup>۵</sup> و همکارانش (2019) مطالعه‌ای را با هدف تعیین سطح سواد مالی و تأثیر سواد مالی و نگرش مالی در رفتار مالی کارآفرینان جوان انجام دادند. این پژوهش از روش پیمایشی و ترکیبی از تحلیل داده‌ها استفاده کرده است؛ به‌گونه‌ای که از تحلیل توصیفی برای محاسبه سطح سواد مالی و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهند که سواد مالی در رفتار مالی و نگرش مالی در رفتار مالی کارآفرینان جوان پیشگام تأثیرگذار است.

---

1. Fitriyah  
2. Mustika Rahmi  
3. Fadia Zen  
4. Banyuwangi  
5. Sugiyanto



آگاتا<sup>۱</sup> و همکارانش (2023) پژوهشی را با عنوان «تأثیر سواد مالی و رفتار مالی در تاب‌آوری مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط» در اندونزی منتشر کردند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که سواد مالی و رفتار مالی تأثیر مثبتی در تاب‌آوری مالی در شرکت‌های کوچک و متوسط برای بهبود رفتار در مدیریت مالی کسب‌وکار برای رفاه مالی دارد.

## مطالعات داخلی

نوروزی و همکارانش (۱۴۰۱) پژوهشی را انجام دادند. این پژوهش با استفاده از الگوی مفهومی برگرفته از ادبیات تحقیق، با هدف بررسی تأثیر نگرش مالی در عملکرد سرمایه‌گذاری و تأثیر واسطه‌ای رفتار مالی در این رابطه در بین دانشجویان جوان انجام شد. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهند که نگرش‌های مالی تأثیر مستقیم و مثبتی در عملکرد سرمایه‌گذاری دارند. همچنین رفتار مالی به‌منزله یک واسطه در رابطه بین نگرش‌های مالی و عملکرد سرمایه‌گذاری عمل و این رابطه را تقویت می‌کند.

تیموری و حسنی (۱۳۹۷) مقاله‌ای را با عنوان «تحلیل جامعه‌شناسانه عوامل مؤثر در عملکرد مالی سازمان‌ها و شرکت‌ها در ایران» ارائه دادند. آن‌ها با استفاده از رویکرد فراتحلیل، همه مقالات معتبر علمی منتشر شده در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۵ با موضوع عملکرد مالی را بررسی کردند. نتایج مرور نظام‌مند آن‌ها نشان می‌دهند که از بین عوامل اثرگذار بر عملکرد مالی سازمان‌ها و شرکت‌ها، مالکیت نهادی و سرمایه‌فکری اثرگذارترین عوامل بودند.

رحمانی و همکارانش (۱۳۹۳) با هدف بررسی تأثیر عوامل راهبردی داخلی در عملکرد مالی، صنایع تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران را مطالعه کردند. آن‌ها با استفاده از الگوی معادلات ساختاری<sup>۲</sup> روابط بین متغیرهای شناسایی شده در تحقیق را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که تأثیر فناوری اطلاعات، تحقیق و توسعه، بازاریابی، منابع انسانی و حسابداری در عملکرد مالی مثبت و معنی‌دار است. دادرس و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی نقش مالی رفتاری در درک رفتار سرمایه‌گذاران فردی را در بورس تهران بررسی کردند. هدف این مطالعه شناسایی عوامل مؤثر در تصمیم‌گیری سرمایه‌گذار فردی و همین‌طور شناسایی تورش‌های رفتاری در بورس اوراق بهادار تهران بود. نتایج این مطالعه نشان دادند که تحقیقات داخلی و خارجی عوامل مؤثر مشابهی را همچون نسبت‌های مالی، توصیه‌ها، تورش‌های رفتاری شناسایی کرده‌اند.

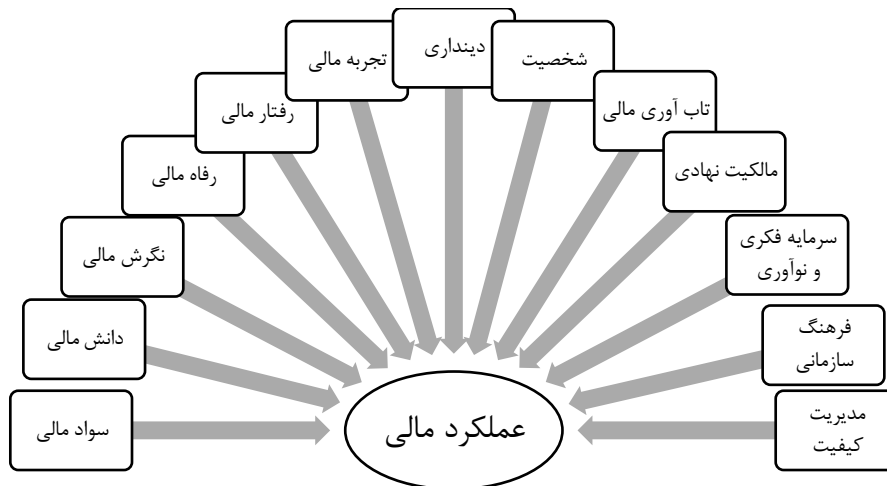
رجبی و همکارانش (۱۳۹۹) مقاله‌ای را با عنوان «تأثیر نگرش مالی و دانش مالی بر ظرفیت مالی افراد با در نظر گرفتن نقش خودکارآمدی مالی مشتریان بانک ملت» ارائه کردند. آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس<sup>۳</sup> و کمترین مربعات جزئی<sup>۴</sup> داده‌های جمع‌آوری شده را تحلیل و به این نتایج دست یافتند که سواد مالی و نگرش مالی افراد در خودکارآمدی مالی افراد تأثیر مثبت داشته و همچنین خودکارآمدی مالی افراد و نگرش مالی در ظرفیت مالی افراد تأثیر مثبت و معناداری دارد.

زارعی و یگانه (۱۳۹۸) به بررسی رابطه نگرش مالی خودکارآمدی مالی در حرفه حسابداری و حسابداری پرداخته و با رویکرد توصیفی - پیمایشی به این نتیجه رسیدند که بین نگرش مالی و سواد مالی با مشارکت مالی ارتباط معناداری وجود نداشته است؛ با وجود این، شاخص خودکارآمدی مالی با نقش واسطه‌ای بین سواد مالی و مشارکت مالی رابطه‌ای مثبت ایجاد می‌کند.

دستگیر و همکارانش (۱۳۹۳) تحقیقی انجام دادند که به بررسی ارتباط بین سرمایه‌فکری و عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان‌دهنده ارتباط معنی‌دار بین سرمایه‌فکری و شاخص عملکرد مالی است.

1. Agatha  
2. LISREL  
3. SPSS3  
4. Smart-PLS4

همان‌گونه که در پیشینه پژوهش بیان شده است، تحقیقات مختلفی در جهان به بررسی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی در حوزه‌های مختلف پرداخته‌اند که اهمیت موضوع را به صورت مشخصی معین می‌سازند؛ اما جنبه نوآوری تحقیق حاضر این است که تاکنون مطالعه‌ای با هدف شناسایی متغیرهای اثرگذار بر عملکرد مالی بنگاه‌ها و سازمان‌های گردشگری انجام نشده است. همچنین در این پژوهش، به الگوسازی برای این جریان پرداخته می‌شود. با توجه به مطالعات مشابه در این زمینه، می‌توان مجموعه‌ای از متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌ها و شرکت‌ها را در قالب الگوی مفهومی زیر ارائه کرد:



شکل ۱: الگوی مفهومی تحقیق

پژوهش حاضر به دنبال جمع‌بندی مناسب شاخص‌ها از پژوهش‌های گوناگون و ساخت الگوی مفهومی کاملاً بومی براساس نظرات خبرگان گردشگری و سپس برازش کمی الگوست. بنابراین در ادامه این تحقیق، متغیرهایی که خبرگان شناسایی کردند نهایی و تعدیل خواهند شد و در نهایت با رویکرد الگوسازی ساختاری - تفسیری، سطوح و روابط تأثیرگذاری و تأثیرپذیری متغیرهای نهایی مشخص و با بهره‌گیری از روش کمینه مربعات جزئی و ابزار اسمارت پی ال اس ۳ الگوی تحقیق سنجش و آزمون خواهد شد.

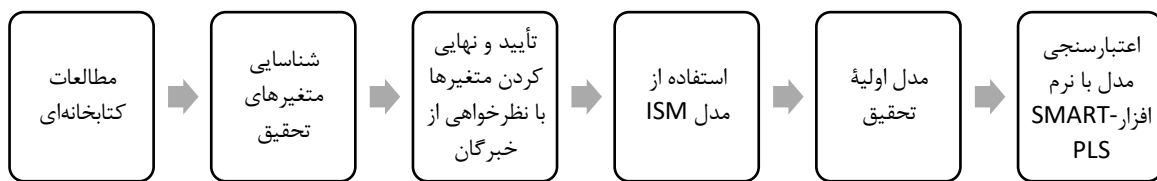
### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر نحوه جمع‌آوری اطلاعات توصیفی - پیمایشی و از نظر جهت‌گیری، کاربردی است. شیوه گردآوری داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه است. روش استفاده‌شده برای تحلیل داده‌ها رویکرد تلفیقی الگوسازی ساختاری - تفسیری و الگوسازی معادلات ساختاری است. علت استفاده از رویکرد تلفیقی ISM و SEM در این تحقیق، پوشش ضعف‌های یکدیگر بوده است. به ISM به علت ضعف در اعتبار آماری نقد شده است. همچنین نیاز به داشتن الگوی اولیه نقطه ضعف رویکرد معادلات ساختاری است. بنابراین، استفاده از این دو الگو در کنار یکدیگر تا حدود زیادی این ضعف را پوشش می‌دهد.

در این تحقیق، پس از استخراج متغیرها، نحوه اثرپذیری و اثرگذاری عوامل بر یکدیگر بررسی و با استفاده از الگوسازی ساختاری تفسیری سطح‌بندی شدند. بعد از به‌دست آمدن الگوی اولیه از طریق ISM، فرضیات تحقیق مشخص و الگوی اولیه از روش کمینه مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳ تجزیه و تحلیل شدند. برای این کار پرسش‌نامه‌ای دارای ۲۳ سؤال براساس متغیرهای الگو طراحی شد. یکی از رویکردهای تعیین حداقل حجم نمونه در روش PLS، استفاده از جدول اندازه نمونه براساس قدرت آماری ۸۰ درصد هابر و هالت (2014) است. در پژوهش حاضر، براساس حداقل R2 برابر با ۰/۲۵ و با توجه به سطح معنی‌داری ۵ درصد و با در نظر گرفتن قدرت آماری ۸۰ درصد برای پیچیدگی خاص الگو (حداکثر متغیرهای مستقل در الگوهای اندازه‌گیری)، به جدول ۱ در ضمیمه استناد شد. از آنجاکه حداکثر

متغیر مستقل در الگوهای پژوهش مربوط برای همه معیارها برابر با چهار زیرمعیار مستقل بود، مطابق با جدول ضمیمه، حداقل باید ۴۱ نفر به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شوند که در این مرحله از پژوهش، ۵۰ پرسش‌نامه توزیع و در نهایت ۴۷ پرسش‌نامه تکمیل شد. برای سنجش و ارزیابی پرسش‌نامه یا هر ابزار سنجشی، از ملاک روایی استفاده می‌شود. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسش‌نامه، از روایی صوری استفاده شد؛ بدین‌صورت که پرسش‌نامه را چند نفر از صاحب‌نظران و خبرگان بررسی کردند و اصلاحات لازم اعمال شد و بدین‌طریق روایی صوری پرسش‌نامه تأیید شد.

در بخش بررسی کتابخانه‌ای با رسیدن به اشباع نظری درخصوص شناسایی متغیرها، بررسی‌ها به پایان رسید و متغیرها برای تأیید و نهایی‌شدن به‌دست ۱۰ نفر از خبرگان (چهار عضو هیئت علمی رشته گردشگری و پنج مدیر در حوزه گردشگری) بازبینی و بررسی شدند. همچنین از روش نمونه‌گیری گلوله برفی برای تکمیل پرسش‌نامه‌ها استفاده شده است. شکل ۲ چهارچوب کلی تحقیق را نمایش می‌دهد:



شکل ۲: مراحل انجام تحقیق

## یافته‌های پژوهش

مراحل اجرای پژوهش حاضر به‌ترتیب زیر است:

**مرحله ۱: شناسایی و نهایی کردن متغیرهای اثرگذار بر عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری:** با بررسی پیشینه تحقیق سیزده متغیر مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌ها، بر مبنای رسیدن به اشباع نظری، استخراج شدند. با نظرخواهی از ۱۰ خبره متغیرها تعدیل و در نهایت سه متغیر (نگرش مالی، سواد مالی و رفتار مالی) به‌منزله مناسب‌ترین متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی مدیران بنگاه‌های گردشگری در ایران انتخاب شدند.

جدول ۱: متغیرها و عوامل نهایی تحقیق

منبع	شاخص‌های متغیر	تعریف	متغیرهای تحقیق
Adam et al. (2017); Fazli Sabri et al. (2012); Renaldo et al. (2020); Sumani & Roziq (2020)	- پس‌انداز - تهیه وجه آتی - پرداخت به‌موقع صورت‌حساب - کنترل هزینه‌ها	رفتار یک فرد در مدیریت امور مالی خود از دیدگاه روان‌شناختی و عادات فردی است. رفتار مالی همچنین می‌تواند به‌عنوان فرایند تصمیم‌گیری مالی، هماهنگ‌سازی انگیزه‌های فردی و اهداف شرکت تعبیر شود.	رفتار مالی (متغیر مستقل)
Ismail et al. (2017); Susan (2018); Humaira & Sagoro (2018); Sumani & Roziq (2020); Renaldo et al. (2020); Ali et al. (2013); Dai et al. (2021)	- مدیریت وجه نقد و پس‌انداز - نگرش به ریسک و خطرپذیری - نحوه خرج کردن پول - برنامه‌ریزی برای درآمد آتی	پاسخی است در قالب بیانی «پسندیدن» یا «نپسندیدن» یا «مفید» یا «غیر مفید» مربوط به رفتار مالی فردی. نگرش مالی نگرشی است که می‌تواند نحوه مدیریت مالی افراد مانند سرمایه‌گذاری، پس‌انداز و حتی خرج کردن پول را شکل دهد.	نگرش مالی (متغیر مستقل)
Asmin et al. (2021); Tuffour et al. (2022); Renaldo et al. (2020); Agyapong & Attram (2019)	- دانش عمومی از امور مالی - دانش جمع‌آوری سرمایه و پس‌انداز - دانش بیمه - دانش سرمایه‌گذاری	دانش، هوش و اطمینان است که در بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و مدیریت مالی تأثیر می‌گذارد. سواد مالی را می‌توان به‌عنوان دانش و مدیریت مالی برای تحقق اهداف در آینده شناسایی کرد.	سواد مالی (متغیر مستقل)
Tuffour et al. (2022); Ahmad & Jamil (2020); Agyapong & Attram (2019); Asmin et al. (2021)	- گردش مالی - کارایی هزینه - سود و زیان - بازده سرمایه	معیاری است که به میزان ثروت اضافی که شرکت برای سهام‌دارانش ایجاد می‌کند توجه خاصی داشته و افراد را در تصمیم‌گیری‌های مربوط به ایجاد ارزش یاری کند. همچنین این متغیر از مفیدترین شاخص‌ها برای ارزیابی عملکرد و وضعیت مالی شرکت‌ها نیز هست.	عملکرد مالی (متغیر وابسته)

مرحله ۲: الگوی اولیه تحقیق با رویکرد ISM: با استفاده از پرسش نامه مقایسه زوجی براساس الگوی ISM و تشکیل ماتریس خود تعاملی بر مبنای بیشترین فراوانی، ماتریس دستیابی اولیه تشکیل شد و جدول دستیابی نهایی حاصل شد. داده‌ها در جدول ۲ نمایش داده شده‌اند.

جدول ۲: ماتریس دسترسی نهایی

ردیف	i \ j	نگرش مالی (FA)	سواد مالی (FA)	رفتار مالی (FB)	عملکرد مالی (FP)	قدرت نفوذ
۱	نگرش مالی (FA)	۱	۱	۱	۱	۴
۲	سواد مالی (FA)	۱*	۱	۱	۱	۴
۳	رفتار مالی (FB)	۰	۰	۱	۱	۲
۴	عملکرد مالی (FP)	۰	۰	۰	۱	۱
	میزان وابستگی	۲	۲	۳	۴	

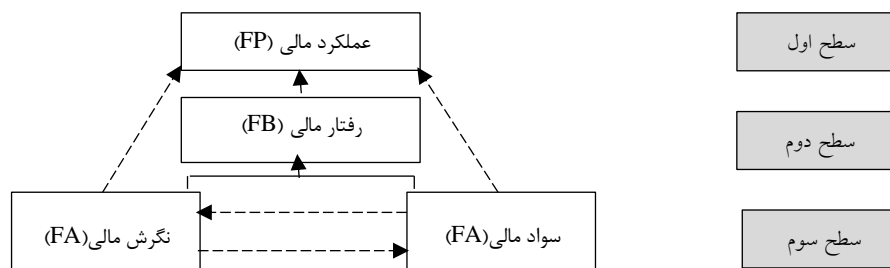
با استفاده از ماتریس دسترسی نهایی «مجموعه خروجی» و «مجموعه ورودی» برای هر متغیر به دست می‌آید. براین اساس، مجموعه خروجی مجموعه‌ای است که در آن، سطرها و عدد متغیرها به صورت یک ظاهر شده باشند و مجموعه ورودی مجموعه‌ای است که در آن ستون‌ها و عدد متغیرها به صورت یک ظاهر شده باشند. با به دست آوردن اشتراک این دو مجموعه، ستون بعدی جدول (اشتراک) تکمیل خواهد شد. بنابراین، با به دست آمدن ماتریس دستیابی نهایی، برای تعیین متغیرها، دو مجموع، خروجی و ورودی تعریف شده و سپس اشتراک این دو مجموعه به دست می‌آید. در اولین سطری که اشتراک دو مجموعه برابر با مجموع، خروجی باشد، سطح اول اولویت مشخص خواهد شد. در این پژوهش، متغیرها در سه سطح قرار گرفتند.

اطلاعات مربوط به مجموعه خروجی، مجموعه ورودی، مجموعه مشترک و سطح هر معیار در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: تعیین سطح در سلسله مراتب ISM

سطح	مجموعه مشترک	مجموعه ورودی	مجموعه خروجی	متغیرها
سوم	۱-۲	۱-۲	۱-۲-۳-۴	نگرش مالی (FA)
سوم	۱-۲	۱-۲	۱-۲-۳-۴	سواد مالی (FA)
دوم	۳	۱-۲-۳	۳-۴	رفتار مالی (FB)
اول	۴	۱-۲-۳-۴	۴	عملکرد مالی (FP)

برای رسم چهارچوب سطح بندی ساختاری - تفسیری، ابتدا براساس سطوح متغیرها و ماتریس دسترسی نهایی، یک چهارچوب سطح بندی اولیه رسم و از طریق حذف انتقال پذیری‌ها چارچوب سطح بندی نهایی به دست آمد (شکل ۲).



شکل ۲: الگوی اولیه تحقیق حاصل از ISM

با توجه به شکل ۳، الگوی اولیه متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری در ایران ساخته شده است که از این الگو، هفت فرضیه زیر استنباط می‌شود:

H<sub>1</sub>: سواد مالی مدیران به طور مثبت در نگرش مالی آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

H<sub>2</sub>: نگرش مالی مدیران بنگاه‌های گردشگری در سواد مالی آن‌ها تأثیر مثبت دارد.

H<sub>3</sub>: سواد مالی در رفتار مالی مدیران گردشگری تأثیرگذار است.

H<sub>4</sub>: نگرش مالی مدیران در رفتار مالی آن‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد.

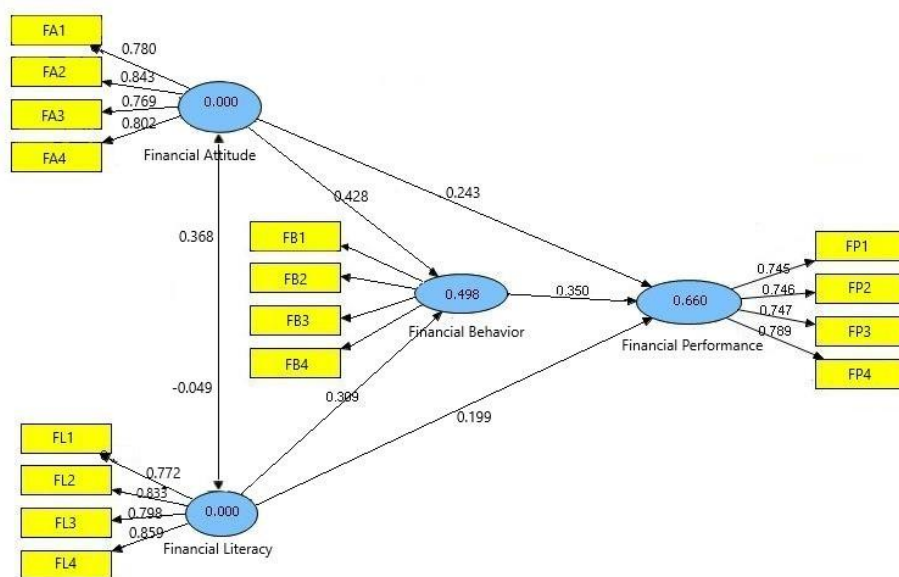
H<sub>5</sub>: سواد مالی تأثیر مثبت و مستقیمی در عملکرد مالی مدیران دارد.

H<sub>6</sub>: نگرش مالی مدیران تأثیر مثبت و مستقیمی در عملکرد مالی آن‌ها دارد.

H<sub>7</sub>: رفتار مالی مدیران، رابطه بین سواد مالی و نگرش مالی را با عملکرد مالی مدیران واسطه می‌کند.

در ادامه به برازش الگو و بررسی فرضیه‌های حاصل از الگوی اولیه، از طریق ابزار معادلات ساختاری و پرسش‌نامه ۲۳ سؤالی، خواهیم پرداخت.

**مرحله ۳: تحلیل عاملی تأییدی:** در این بخش، با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی ال اس ۳ به بررسی تحلیل عاملی تأییدی الگوی اولیه تحقیق پرداخته می‌شود. شکل ۳ با استفاده از نرم‌افزار به دست آمده است و مقادیر مربوط به ضرایب مسیر، بار عامل و مقدار value-T به ازای هر سؤال را نشان می‌دهد.



شکل ۳: مقادیر T-values و ضرایب مسیر

اگر مقدار بار عاملی برابر یا بیشتر از ۰/۴ شود، مؤید این نکته است که پایایی آن متغیر پذیرفته است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵). در این پژوهش، تمامی بارهای عاملی بیشتر از ۰/۴ است. در صورتی که مقدار T-Values سؤالات یک متغیر با شاخص‌های آن از ۱/۹۶ کمتر شود، محقق در فاصله اطمینان ۹۵ درصد جایز است که آن سؤالات را از الگو حذف کند. در این پژوهش، تمامی ضرایب بالای ۱/۹۶ بوده و نیازی به حذف سؤال نیست.

در ادامه تحلیل داده‌ها، از روش میانگین واریانس توسعه یافته (AVE) به منظور بررسی روایی همگرایی پژوهش استفاده شده است. همچنین برای سنجش روایی، از روش‌های آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) بهره برده شد. مقدار ضرایب ذکر شده در جدول ۴ مشاهده می‌شود که بیانگر پایایی و روایی مناسب سؤال‌های پژوهش است.

جدول ۴: پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد سؤال	آلفای کرونباخ	AVE	CR
نگرش مالی	۴	۰/۷۸۸	۰/۶۱۸	۰/۸۶۵
سواد مالی	۴	۰/۷۱۷	۰/۷۳۳	۰/۸۸۹
رفتار مالی	۴	۰/۸۶۴	۰/۸۷۸	۰/۹۳۵
عملکرد مالی	۴	۰/۹۱۲	۰/۹۱۸	۰/۹۵۸
حد قابل قبول	-	۰/۷	۰/۵	۰/۷

براساس جدول ۴، مقادیر روایی و پایایی الگو تأیید می‌شود. جدول ۵ مقادیر فورتل - لارکر را به منظور بررسی روایی و اگر نشان می‌دهد (داوری و رضازاده، ۱۳۹۵)

جدول ۵: مقادیر جدول فورتل - لارکر

i \ j	نگرش مالی (FA)	سواد مالی (FA)	رفتار مالی (FB)	عملکرد مالی (FP)
نگرش مالی (FA)	۰/۷۸۶			
سواد مالی (FA)	۰/۷۲۳	۰/۸۵۶		
رفتار مالی (FB)	۰/۷۱۴	۰/۷۹۵	۰/۹۳۷	
عملکرد مالی (FP)	۰/۷۱۰	۰/۷۸۶	۰/۹۲۴	۰/۹۵۴

براساس مقادیر جدول ۵، روایی و اگر الگو نیز تأیید می‌شود.

برای محاسبه نیکویی برازش کلی الگو در این تحقیق از معیار GOF استفاده می‌شود. برای محاسبه این معیار، ابتدا نیاز است برازش ساختاری الگو محاسبه شود. برازش ساختاری با مقادیر  $Q^2$ ، مقادیر اشتراکی (Communality)،  $R^2$  و افزونگی (Redundancy) سنجش می‌شود که در جدول ۶ این مقادیر ارائه شده است و نشان می‌دهد که الگوی تحقیق از برازش ساختاری مطلوبی برخوردار است؛ به عبارتی قدرت پیش‌بینی الگو ( $Q^2$ ) قوی بوده و معیار  $R^2$ ، که نشان‌دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا در یک متغیر درون‌زاست، در وضعیت متوسط و قوی قرار دارد. همچنین معیار افزونگی مقدار تغییرپذیری شاخص‌های یک متغیر درون‌زا را نشان می‌دهد که از یک یا چند متغیر برون‌زا تأثیر می‌پذیرد. برای این معیار مالکی مشخص نشده است؛ در نتیجه هرچه این معیار بیشتر باشد، مطلوب‌تر خواهد بود.

جدول ۶: برازش ساختاری الگوی پژوهش

متغیر	مقادیر اشتراکی (Commonality)			Q <sup>2</sup>		
Redundancy = R <sup>2</sup> × Commonality	R <sup>2</sup>			Q <sup>2</sup>		
مبنای تحلیل	۰/۶۷	۰/۳۳	۰/۱۹	۰/۳۵	۰/۱۵	۰/۰۲
مقدار بالاتر، مطلوب‌تر	قوی	متوسط	ضعیف	قوی	متوسط	ضعیف
نگرش مالی	-	-	۰/۹۱	-	-	-
سواد مالی	-	-	۰/۸۹	-	-	-
رفتار مالی	۰/۵۶	۰/۶۷۱	۰/۸۳	۰/۶۷۸	-	-
عملکرد مالی	۰/۳۴	۰/۳۹۴	۰/۸۷	۰/۶۹۸	-	-

در این مقاله برای بررسی کلی الگو (نیکویی برازش الگو) از معیار GOF استفاده شده است. این معیار مربوط به بخش کلی الگوهای معادلات ساختاری است. معیار GOF طبق فرمول زیر محاسبه می‌شود (Tenenhaus et al., 2004):

$$GOF = \sqrt{\text{average (Commonality)} \times \text{average (R}^2\text{)}}$$

براساس فرمول و با جای‌گذاری مقادیر مورد نیاز، مقدار GOF برای الگوی این پژوهش برابر با ۰/۶۸۳ محاسبه شد. وتزلس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار برای ارزیابی شاخص GOF در نظر گرفته‌اند: اگر بین ۰/۱ تا ۰/۲۵ باشد، ضعیف، اگر بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۶ باشد متوسط و اگر مقدار به‌دست‌آمده از ۰/۳۶ بیشتر باشد، قدرت برازش الگو قوی است. بنابراین می‌توان گفت الگوی این پژوهش قوی برازش می‌شود.

الگوی مفهومی پژوهش، که با استفاده از ISM ایجاد شده است، مقادیر value-T برای اکثر مسیرها از میزان استاندارد ۱/۹۶ برخوردار بوده و تأییدی بر وجود رابطه‌های معنی‌دار بین متغیرهای تحقیق است. در پژوهش حاضر تنها یک مورد از فرضیه‌های ایجادشده از الگوی ISM (فرضیه ۲) دارای مقدار کمتر از حد استاندارد value-T بوده که در شکل ۳ نمایش داده شده است. در شکل مذکور، ضرایب مسیر بیانگر شدت رابطه و اعداد روی مسیرها نشان‌دهنده ضریب مسیر، اعداد روی فلش‌های متغیر مکنون بیانگر بارهای عاملی و اعداد داخل بیضی‌ها R<sup>2</sup> است. باتوجه به شکل ۳، جدول ۷ حاصل شده که در آن تأیید یا رد فرضیات بررسی شده است.

جدول ۷: بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه	مسیر	ضریب مسیر	نتیجه آزمون
H <sub>1</sub>	FL → FA	۰/۳۶۸	تأیید
H <sub>2</sub>	FA → FL	-۰/۰۴۹	رد
H <sub>3</sub>	FL → FB	۰/۳۰۹	تأیید
H <sub>4</sub>	FA → FB	۰/۴۲۸	تأیید
H <sub>5</sub>	FL → FP	۰/۱۹۹	تأیید
H <sub>6</sub>	FA → FP	۰/۲۴۳	تأیید
H <sub>7</sub>	FB → FP	۰/۳۵۰	تأیید

## نتیجه‌گیری

هدف علمی این تحقیق «بررسی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری» است. این بررسی از دیدگاه مدیران، دانشگاهیان و فعالان صنعت گردشگری ایران بررسی شد که جامعه آماری تحقیق را تشکیل داده‌اند. روش تحقیق از نظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش تحقیق توصیفی-پیمایشی است. اطلاعات مربوطه جمع‌آوری شد تا براساس آن رابطه بین متغیرها برای آزمون فرضیه‌های تحقیق بررسی شود و در نهایت با استفاده از الگویابی معادلات ساختاری، آزمون فرضیه‌های تحقیق و بررسی تأیید یا عدم تأیید شد. با توجه به این‌که تاکنون در این حیطه برای صنعت گردشگری مطالعه‌ای صورت نگرفته است، پس مبنای مقایسه نتایج تحقیق در این حوزه وجود ندارد، اما در بخش شناسایی متغیرها، مطالعاتی در حوزه‌های خدماتی و بنگاه‌های کوچک و متوسط، که از نظر ماهیت بنگاه به گردشگری نزدیک هستند، انجام شده است.

نتایج این پژوهش را با توجه به فرایند انجام تحقیق می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد:

نتیجه نخست شناسایی متغیرهای مؤثر در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری است. سه متغیر نگرش مالی، سواد مالی و رفتار مالی، به‌عنوان متغیرهای مستقل تحقیق شناسایی شدند. همچنین رابطه مثبت و معنادار سواد مالی و نگرش مالی در عملکرد مالی بنگاه‌ها را ایسواری (2022)، رحمی و همکارانش (2023)، ریستاتی و همکارانش (2022)، ذن و همکارانش (2024)، راتناواتی و همکارانش (2023) و رجیبی و همکارانش (۱۳۹۹) تأیید کردند. پژوهشگرانی چون آگاتا و همکارانش (2023) و سوگیانتو و همکارانش (2019) در تحقیقات خود نقش میانجیگری رفتار مالی در رابطه با عملکرد مالی را تأیید می‌کنند که با نتیجه این پژوهش همخوانی دارد.

نتیجه دوم، بر مبنای الگوی ایجادشده از الگوسازی ساختاری تفسیری است که براساس آن و همان‌گونه که انتظار می‌رفت، عملکرد مالی در سطح اول و بعنوان متغیر وابسته در الگوی اولیه معرفی شد. «رفتار مالی» در سطح دوم و به‌نوعی نقش میانجی و رابط بین متغیرهای سطح سوم یعنی متغیر «نگرش مالی» و «سواد مالی» قرار گرفت. به‌عبارتی از الگوی اولیه مستخرج از رویکرد ISM می‌توان نتیجه گرفت که برای بهبود عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری و گاهی تحلیل وضعیت عملکرد مالی آن‌ها، ابتدا باید به سطح سواد مالی مدیران و نگرش مالی آن‌ها توجه شود و سپس رفتار مالی آن‌ها بررسی و تحلیل شود. با نظر خبرگان تحقیق چهار رابطه به‌صورت فرضی در الگوی اولیه اضافه شد: رابطه متقابل نگرش و سواد مالی و تأثیر مستقیم آن‌ها در عملکرد مالی. در واقع چهار فرضیه به فرضیات تحقیق اضافه شد تا از طریق رویکرد SEM آزمون شود.

نتیجه سوم که می‌توان آن را مهم‌ترین زمینه مشارکت علمی و نوآوری تحقیق دانست اعتبارسنجی الگوی ISM از طریق SEM است. نتایج حاصل از برازش الگوی ISM تأثیر سطوح مختلف در یکدیگر را تأیید و روابط استخراج‌شده از طریق ISM را می‌پذیرد.

نتایج تحلیل فرضیه که بر روی سازه تحقیق انجام شده است نشان می‌دهند که سواد مالی، نگرش مالی و رفتار مالی در عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری در ایران تأثیر معناداری دارد.

در صنعت گردشگری، دانش و سواد، سرمایه مهمی در موفقیت بنگاه‌هایی است که دارای ارزش اقتصادی هستند. سواد هم در حوزه مدیریت و هم در زمینه مالی بسیار حایز اهمیت است. بهبود سطح سواد مالی مدیران و ارتقای آن، در عاقلانه‌بودن انتخاب‌ها و تصمیم‌های مالی مدیران مؤثر بوده و همان‌گونه که از نتیجه این تحقیق نیز مشخص شد، نگرش مالی مدیران نیز از سواد مالی آن‌ها تأثیر می‌پذیرد و به بهبود عملکرد مالی بنگاه‌های گردشگری منجر می‌شود. عملکرد مالی بر مبنای چهار شاخص یعنی گردش مالی، کارایی هزینه، سود/ زیان و بازده سرمایه سنجیده می‌شود که تحت تأثیر نگرش‌های مالی و سواد مالی مدیران قرار دارد.



نتیجه این مطالعه با تحقیقات توفور و همکاران (2020) مطابقت دارد که بیان می‌کند سواد مالی مدیر مهم است؛ زیرا اگر تصمیم‌گیری مالی مبتنی بر دانش مناسب از موضوعات یا مسائل نباشد، می‌تواند به شکست کسب‌وکار در تولید و درآمد منجر شود و عدم وجود عملکرد مالی مناسب، به ورشکستگی منجر خواهد شد.



از جمله نتایج درخور توجه در این مطالعه، معناداری رابطه بین تأثیر نگرش مالی در عملکرد مالی است. نگرش مالی شکل محسوس و دیدنی از سواد مالی است. در صنعت گردشگری ایران، نگرش صاحبان یا مدیران کسب‌وکار درباره امور مالی، می‌تواند به طور مؤثر عملکرد مالی بنگاه یعنی گردش مالی، سود، بازگشت سرمایه یا کارایی هزینه را بهبود بخشد. نگرش مالی به توانایی و ظرفیت ارزیابی وضعیت مالی، ابزار مالی و ترجیح ریسک اشاره دارد که در نهایت باعث ایجاد منافع بلندمدت یک واحد تجاری می‌شود (Agatha et al., 2023). این مورد می‌تواند شامل اتخاذ یک نگرش راهبردی در استفاده از مهارت‌ها و توانایی‌های کارآفرینی در به‌دست‌آوردن فرصت‌های تجاری باشد (Asmin et al., 2021). در این میان، نگرش‌های مالی مرتبط با ریسک ارتباط نزدیکی با نرخ بازده سرمایه‌گذاری دارد. صنعت گردشگری نیازمند تخصیص منابع به فعالیت‌های تجاری با فرصت‌های بازدهی بالاست، اما مدیران آگاه‌اند که درصد زیاد ریسک نیز برای آن‌ها وجود دارد. دای و همکارانش (2021) در تحقیقات خود بیان کردند که مدیران به‌خوبی از خطر بالای شکست آگاه هستند و نگرش آن‌ها را نسبت به ادامه انتخاب پروژه‌هایی که بازده بالایی دارند شکل می‌دهد. نگرش مالی از انتخاب و تصمیم‌های مالی و همچنین خطراتی که ممکن است ایجاد شود، منفک و جدا نیست و تمرکز مدیران گردشگری در زمینه نگرش‌های مالی بیشتر با در نظر گرفتن ریسک بازدهی همراه است. این به‌دلیل ویژگی زیاد اطمینان‌بخش نبودن و پیش‌بینی‌ناپذیر بودن صنعت گردشگری است.

نقش رفتار مالی در میانجی‌گری رابطه بین سواد مالی و نگرش مالی در عملکرد مالی در صنعت گردشگری ایران کم‌اهمیت نیست. رفتار مالی به واسطه‌ای مهم بین نگرش و سواد مالی با عملکرد مالی تبدیل می‌شود؛ به‌طوری که رفتار مالی مبتنی بر سواد مالی کافی می‌تواند به تصمیم‌های مالی مناسب و مطمئن منجر شود. رفتارهای مالی مانند پس‌انداز، پرداخت به‌موقع صورت‌حساب و کنترل هزینه‌ها، عملکرد مالی را بهبود می‌بخشند. علاوه‌براین، آنچه شایان توجه است رفتار مالی با توجه به نگرش مالی نسبت پس‌انداز، ریسک و برنامه‌ریزی برای درآمد است. نگرش مالی مثبت درباره این تعهدات، تأیید مثبتی بر رفتار مالی مدیران و صاحبان مشاغل گردشگری ارائه می‌دهد. بنابراین، تعجب‌آور نیست که رفتار مالی واسطه نگرش مالی نسبت به عملکرد مالی باشد. افرادی که نگرش مالی خوبی دارند قطعاً می‌توانند اولویت‌ها را تشخیص دهند (Humaira & Sagoro, 2018). ایسواری (2022) معتقدند که رفتار مالی، که از عملکرد مثبت حمایت می‌کند، همیشه با سواد مالی و نگرش مالی مرتبط است. کومار و رانا (2019) بیان می‌کنند که نحوه رفتار مثبت یک فرد تأثیر شایان توجهی در رفاه مالی آن‌ها خواهد داشت. در نهایت می‌توان نتیجه گرفت که سواد مالی، که در آن دانش و نگرش درباره امور مالی جمع‌آوری شده باشد، نقش مهمی در بهبود عملکرد مالی در صنعت گردشگری ایران خواهد داشت. همچنین نگرش مالی، که مستقیماً با مدیریت ریسک مرتبط باشد، نیز تأثیر بسیار مثبتی در عملکرد بنگاه‌های گردشگری دارد و توجه به این نکته که رفتار مالی برای میانجی‌گری رابطه بین سواد مالی و نگرش مالی بر عملکرد مالی مناسب است ضروری است. رفتار مالی مبتنی بر سواد و بینش صحیح و همچنین نگرش صحیح، رفتاری را شکل می‌دهد که در تصمیم‌گیری مالی مؤثر باشد تا عملکرد مالی نیز بهتر از قبل شود.

#### ORCID:

Faeze Sadat Mirfakhraddini	 <a href="https://orcid.org/0000-0002-8457-0769">https://orcid.org/0000-0002-8457-0769</a>
Mehdi Karoubi	 <a href="https://orcid.org/0000-0002-0699-5139">https://orcid.org/0000-0002-0699-5139</a>

## منابع

- اخباری آزاد، میرعلی اکبر، شاه‌آبادی، ابوالفضل و حق‌خواه، داود (۱۴۰۱). تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان. فصل‌نامه پژوهش‌نامه بازرگانی، ۱۰۳(۲۶)، ص ۷۷-۱۰۵. <https://doi.org/10.22034/IJTS.2021.246914>
- تیموری، محمود و حسنی، معصومه (۱۳۹۷). تحلیل جامعه‌شناسانه عوامل مؤثر در عملکرد مالی سازمان‌ها و شرکت‌ها در ایران با رویکرد فراتحلیل. دوفصل‌نامه جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه، ۱۷(۱)، ۱-۲۳. <https://doi.org/20.1001.1.23224371.1397.7.1.1.0>
- دادرس، کیوان، طلوعی، عباس و رادفر، رضا (۱۳۹۷). نقش مالی رفتاری در درک رفتار سرمایه‌گذاران فردی (مرور شواهد تجربی از بورس اوراق بهادار تهران). فصل‌نامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری، ۲۷(۲۷)، ۸۳-۱۰۱.
- داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۵). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- دستگیر، محسن، عرب صالحی، مهدی، امین جعفری، راضیه و اخلاقی، حسنعلی (۱۳۹۳). تأثیر سرمایه فکری بر عملکرد مالی شرکت. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۶(۲۱)، ۱-۳۶. <https://doi.org/20.1001.1.23830379.1393.6.21.1.1>
- رجبی فرجاد، حاجیه، رمضان‌زاده، محمدمهدی و عبدی شاهسوار، مینا (۱۳۹۹). تأثیر نگرش مالی و دانش مالی بر ظرفیت مالی افراد با در نظر گرفتن نقش خودکارآمدی مالی مشتریان بانک ملت. فصل‌نامه علمی اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۹(۳۳)، ۳۳-۵۸. <http://mieaoi.ir/article-1-951-fa.html>
- رحمانی نوروزآباد، سامان، حبیبی، فاتح و صداقت، پرستو (۱۳۹۳). تأثیر عوامل راهبردی داخلی بر عملکرد مالی صنایع تولیدی پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. مطالعات مدیریت راهبردی، ۵(۱۷)، ۵۱-۷۲. <https://doi.org/20.1001.1.22286853.1393.5.17.3.2>
- میرفخرالدینی، فائزه السادات (۱۴۰۱). طراحی چارچوب سطح‌بندی معیارهای مدیریت عملکرد در صنعت هتل‌داری در زمان شیوع ویروس کرونا. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۷(۵۹)، ۱۹۵-۲۴۴. <https://doi.org/10.22054/tms.2022.70416.2762>
- نوروزی، اشرف، منصور، احسان و سمیعی، سروش (۱۴۰۱). تحلیل تاثیر نگرش مالی بر عملکرد سرمایه‌گذاری با میانجیگری رفتار مالی - رویکرد تحلیل معادلات ساختاری. فصل‌نامه علمی دانشگاه فنی و حرفه‌ای، ۱۹(۲)، ۵۶۷-۵۹۱. <https://doi.org/10.48301:KSSA.2022.312336.1806>
- یگانه، زهرا و زارعی، سمیرا (۱۳۹۸). بررسی رابطه نگرش مالی، سواد مالی و مشارکت مالی با میانجیگری خودکارآمدی مالی در حرفه حسابداری، حسابرسی. نشریه چابک، ۵(۳)، ۸۱-۹۰.
- Adam, A. M., Frimpong, S., & Boadu, M. O. (2017). Financial literacy and financial planning: Implication for financial wellbeing of retirees. *Business and Economic Horizons*, 13(2), 224-236. <https://doi.org/10.15208/beh.2017.17>
- Agatha, M. K., Aulia, R. L., & Pandin, M. Y. R. (2023). The Effect of Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Resilience in MSMEs (Study of MSME Actors in Ngagel Village, Surabaya). *Finance: International Journal of Management Finance*, 1(2), 66-75. <https://doi.org/10.62017/finance.v1i2.25>
- Agyapong, D., & Attram, A. B. (2019). Effect of owner-manager's financial literacy on the performance of SMEs in the Cape Coast Metropolis in Ghana. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0191-1>

- Ahmad, N. N., & Jamil, N. N. (2020). Measuring the financial and nonfinancial performance of micro-enterprise in Pahang, Malaysia. *Sciences*, 10(10), 706-717. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i10/8004>
- Ali, A., Abd Rahman, M. S., & Bakar, A. (2013). Financial literacy and satisfaction in Malaysia: A pilot study. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 4(5), 319-324. <https://doi.org/10.7763/ijtef.2013.v4.309>
- Asmin, E. A., Ali, M., Nohong, M., & Mardiana, R. (2021). Financial behavior, financial self-efficacy and entrepreneurial skills on the financial performance of fashion and culinary SMEs. *Journal of Management Science*, 2(1), 188-196.
- Azad Akhbari, M. A. A., Shahabadi, A., & Haghkhab, D. (2022). The Effect of Types of Capital on the Development of Tourism Industry in the Selected Countriesry. *Iranian Journal of Trade Studies*, 26(103), 77-106. <https://doi.org/10.22034/ijts.2021.246914> [In persian]
- Bogren, M., & Sörensson, A. (2021). Tourism companies' sustainability communication—creating legitimacy and value. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(5), 475-493. <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1974542>
- Cordero, M. J., & Tzeremes, G. N. (2018). Financial crisis and hotels' labor productivity growth: evidence from Spanish islands. *Applied Economics Letters*, 25(19), 1376-1382.
- Dai, R. M., Kostini, N., & Tresna, P. W. (2021). The influence of financial attitude and financial literacy on behavioral finance: A study on leading small and medium enterprises in Cimahi City, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(1), 322-329.
- Dastgir, M., Arabsalehi, M., Aminjafari, R., & Akhlaghi, H. (2014). The effect of intellectual capital on the financial performance of the company. *Financial Accounting and Auditing Research*, 6(21), 1-36. [In persian]
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2016). *Structural equation modeling with software. PLS third edition*. Tehran: Academic Jihad Publications. [In persian]
- Eke, E. C. E., & Raath, C. (2013). SMME owners' financial literacy and business growth. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(13), 397-406. <https://doi.org/10.5901/mjss.2013.v4n13p397>
- Fahim, S., & Balan, V. R. (2020). Financial literacy: The impact on the profitability of the SMEs in Kuching. *International Journal of Business and Society*, 21(3), 1172-1191. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3333.2020>
- Fazli Sabri, M., Cook, C. C., & Gudmunson, C. G. (2012). Financial well-being of Malaysian college students. *Asian Education and Development Studies*, 1(2), 153-170. <https://doi.org/10.1108/20463161211240124>
- Fitria, I., Soejono, F., & Tyra, M. J. (2021). Financial literacy, financial attitudes and financial behavior and MSME performance. *Journal of Business and Banking*, 11(1), 1–15. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.249>

- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Hermawan, A., & Sudarsono, N. (2023). The Impact Of Financial Literacy, Financial Attitudes And Financial Behaviour On MSMEs Growth. *International Journal of Science, Technology & Management*, 4(6), 1560-1566. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v4i6.979>  
<https://doi.org/10.1080/13504851.2017.1420884>
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). The influence of financial knowledge, financial attitudes, and personality on financial management behavior in UMKM actors in Batik craft centers, Bantul regency. *Nominal, Barometer of Accounting and Management Research*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Huttmanova, E., & Valentiny, (2019). Assessment of the Economic Pillar and Environmental Pillar of Sustainable Development in the European Union. *European Journal of Sustainable Development*, 8(2), 289. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2019.v8n2p289>
- Irani, F., Katircioglu, S., & Gokmenoglu, K. (2021). Effects of Business and Finance Conditions on Tourism Firms' Financial Performances: Evidence From Major Tourist Destinations. *Journals of Sage*. 1-13. <https://doi.org/10.1177/21582440211040120>.
- Ismail, S., Faique, F. A., Bakri, M. H., Zain, Z. M., Idris, N. H., Yazid, Z. A., & Taib, N. M. (2017). The role of financial self-efficacy scale in predicting financial behavior. *Advanced Science Letters*, 23(5), 4635-4639. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.8992>
- Iswari, H. R. (2022). The Role of Financial Literacy on the Financial Performance with Financial Behavior as a Mediation (Case Study on Creative Industry Startups in Malang). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 2(5), 688-700. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1134>
- Judge, K, Toloui, A., & Radfar, R. (2017). The role of behavioral finance in understanding the behavior of individual investors (a review of empirical evidence from the Tehran Stock Exchange). *Investing knowledge scientific research quarterly*. 7(27), 83-101. [In persian]
- Kumar, A., & Rana, G. (2019). A Review of Economic Impacts of Tourism Industry on Growth of Indian Economy. *Journal of Modern Management & Entrepreneurship*, 9(03), 104-112
- Masadeh, R., Alananzeh, O., Tarhini, A., & Algudah, O. (2018). The effect of promotional mix on hotel performance during the political crisis in the Middle East. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 33-49. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0010>
- Mirfakhraddini, F. S. (2022). The ranking framework of performance management criteria in the hotel industry during the outbreak of the COVID-19 Pandemic. *Tourism Management Studies*, 17(59), 195-244. <https://doi.org/10.22054/tms.2022.70416.2762> [In persian]

- Norouzi, A., mansouri, E., & Samiei Esfahani, S. (2022). Analyzing the Impact of Financial Attitude on Investment Performance with the Mediation of Financial Behavior - Structural Equation Analysis Approach. *Karafan Quarterly Scientific Journal*, 19(2), 495-519. <https://doi.org/10.48301/kssa.2022.312336.1806> [In persian]
- Pazarskis, M., Kourtesi, S., Konstantinidis, C., & Mavridis, M. (2023). Tourism Industry as a Competitive Advantage of Greece During and After the Economic Crisis: Financial Analysis of Selected Hotel and Shipping Companies. *International Journal of Management, Economics & Social Sciences*, 12(1), 29-51, <https://doi.org/10.32327/IJMESS/12.1.2023.2>
- Rahmani Noroozabad, S., Sedaghat, P., & Habibi, F. (2014). The Effect of Internal Strategic Factors on the Financial Performance of Manufacturing Industries Listed Companies in Tehran Stock Exchange. *Journal of Strategic Management Studies*, 5(17), 51-72. [In persian]
- Rahmi, M., Al-Shaghdari, F., Sulistiyani, T., & Amwa, F. (2023). Financial Knowledge, Financial Attitude, and Personality as Antecedents of Financial Management Behavior. *Journal of Management and Business Insight*, 1(2), 11-19.
- Rajabi Farjad H., Ramezanzadeh, M., Abdi, Sh. M. (2021). The effect of financial attitude and financial knowledge on financial capacity of individuals considering the role of financial self-efficacy of Bank Mellat customers. *Scientific Quarterly of Islamic Economics and Banking*, 9(33), 33-58 [In persian]
- Renaldo, N., Sudarno, S., & Marice, H. B. (2020). The improvement of generation z financial well-being in Pekanbaru. *Journal of Management and Entrepreneurship*, 22(2), 142-151. <https://doi.org/10.9744/jmk.22.2.142-151>
- Ristati, R., Zulham, Z., & Sutriani, S. (2022). THE EFFECT OF FINANCIAL KNOWLEDGE, FINANCIAL ATTITUDE AND PERSONALITY ON FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR IN COFFEE MSMES IN ACEH PROVINCE. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 2(5), 733-740..
- Rokhman, M. T. N., Rochayatun, S., & Rahayu, Y. N. (2023). Financial attitude and financial performance of export MSMEs: Financial well-being as a mediating. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 16(1), 77-85. <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v16i1.901>
- Sugiyanto, T., Radianto, W. E., Efrata, T. C., & Dewi, L. (2019, October). Financial literacy, financial attitude, and financial behavior of young pioneering business entrepreneurs. In *2019 International Conference on Organizational Innovation (ICOI 2019)* (pp. 353-358). Atlantis Press.
- Sumani, S., & Roziq, A. (2020). Financial literacy: Determinants of financial well-being in the batik small and medium industries in east java. *Management Application Journal*, 18(2), 289-299. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.02.09>

- Susan, M. (2018). Financial behavior and problems among college student in Indonesia: The role of financial knowledge. *International Journal of Engineering and Technology (UAE)*, 7(3), 133–137.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito Vinzi, V. (2004, June). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. In *Proceedings of the XLII SIS scientific meeting* (Vol. 1, No. 2, pp. 739-742).
- Teymouri, M., & Hasanidastgerd, M. (2018). The look of Sociological Factors influencing financial performance of organizations and companies with a meta - analysis approach. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 7(1), 1-23. [In persian]
- Tuffour, J. K., Amoako, A. A., & Amartey, E. O. (2022). Assessing the effect of financial literacy among managers on the performance of small-scale enterprises. *Global Business Review*, 23(5), 1200-1217. <https://doi.org/10.1177/0972150919899753>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 177-195.
- Yeganeh, Z., & Zarei, S. (2018). Investigating the relationship between financial attitude, financial literacy and financial participation with the mediation of financial self-efficacy in the accounting profession. *audit Agile magazine*. 5(3).81-90. [In persian]
- Zen, F., Murdiono, A., & Istanti, L. N.(2024). The Influence of Financial Knowledge and Religiosity Towards Financial Management Behavior with Financial Attitude as a Moderation Variable. *CASHFLOW*. 3(2), 178-187.

جدول ۱ ضمیمه: اندازه نمونه پیشنهادی در PLS-SEM با قدرت آماری ۸۰٪ (Hair & Hult, 2014)

سطح معنی داری												حداکثر تعداد متغیرهای مستقل
۱٪				۵٪				۱۰٪				
حداقل R2				حداقل R2				حداقل R2				
۰/۷۵	۰/۵	۰/۲۵	۰/۱	۰/۷۵	۰/۵	۰/۲۵	۰/۱	۰/۷۵	۰/۵	۰/۲۵	۰/۱	
۱۰	۱۹	۴۷	۱۳۰	۸	۱۴	۳۳	۹۰	۷	۱۱	۲۶	۷۲	۲
۱۲	۲۲	۵۳	۱۴۵	۹	۱۶	۳۷	۱۰۳	۸	۱۳	۳۰	۸۳	۳
۱۴	۲۴	۵۸	۱۵۸	۱۱	۱۸	۴۱	۱۱۳	۹	۱۵	۳۴	۹۲	۴
۱۵	۲۶	۶۲	۱۶۰	۱۲	۲۰	۴۵	۱۲۲	۱۰	۱۷	۳۷	۹۹	۵
۱۶	۲۸	۶۶	۱۷۹	۱۳	۲۱	۴۸	۱۳۰	۱۲	۱۸	۴۰	۱۰۶	۶
۱۸	۳۰	۶۹	۱۸۸	۱۴	۲۳	۵۱	۱۳۷	۱۳	۲۰	۴۲	۱۱۲	۷
۱۹	۳۲	۷۳	۱۹۶	۱۵	۲۴	۵۴	۱۴۴	۱۴	۲۱	۴۵	۱۱۸	۸
۲۰	۳۴	۷۶	۲۰۴	۱۶	۲۶	۵۶	۱۵۰	۱۵	۲۲	۴۷	۱۲۴	۹
۲۱	۳۵	۷۹	۲۱۲	۱۸	۲۷	۵۹	۱۵۶	۱۶	۲۴	۴۹	۱۲۹	۱۰