

XIV Congreso AECIT

Retos para el turismo español. Cambio de paradigma

Gijón, 18, 19 y 20 de noviembre de 2009

NUEVO PARADIGMA EN TURISMO: UN ANALISIS DESDE LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS A PARTIR DE LAS PUBLICACIONES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS

M^a Concepción López Fernández

Titular de U. de Organización de Empresas

U. de Cantabria

INTRODUCCIÓN

El estudio científico del turismo es relativamente limitado, tanto en extensión como en tiempo, incluso comparado con otros ámbitos de las ciencias sociales. Unida a esto, los estudios sobre turismo han experimentado importantes cambios en los temas de interés así como en las metodologías empleadas (Xiao & Smith, 2006).

Plantearse la existencia de un nuevo paradigma en el estudio del turismo desde el ámbito de la empresa exige analizar las publicaciones realizadas en las revistas científicas. Este tipo de revistas constituyen una importante plataforma para examinar y analizar la evolución de un campo del saber y, también, del turismo (Xiao & Smith, 2006). Por ello, constituyen una

herramienta adecuada para poder aportar luz sobre esta cuestión al constituir el ámbito en el que puede reflejarse tal situación.

Las revisiones de las revistas científicas pueden abordarse desde dos puntos de vista diferentes aunque complementarios (Kim, 1991; Mason et al., 1997; Svensson et al., 2009 a, b): el estudio de las citas en alguna de las diferentes formas posibles o el estudio de las percepciones sobre los contenidos y estilos de los trabajos en ella publicados. Este trabajo se inscribe en la segunda de las alternativas ya que se revisarán los contenidos de los artículos publicados.

Para abordar este análisis hay una serie de cuestiones previas que deben decidirse como son el ámbito geográfico y temporal del análisis así como el criterio de selección de los medios de comunicación científica a revisar.

En este sentido, desde el punto de vista geográfico, se analizarán las publicaciones realizadas en revistas españolas dedicadas al análisis del turismo. Como un análisis de este tipo sería muy limitado si sólo se revisaran las publicaciones realizadas en España, se va a analizar también las principales revistas publicadas en lengua inglesa dado que, a pesar de la relevancia de nuestro país en el negocio turístico y del notable incremento de las publicaciones científicas sobre el tema por autores nacionales, difícilmente se podría obtener una visión sobre las publicaciones científicas en turismo sólo con las realizadas en España.

Desde el punto de vista temporal, se van a analizar las publicaciones realizadas en los tres últimos años (2007, 2008 y 2009), como una primera aproximación para conocer los aspectos principalmente tratados en las publicaciones más recientes. De esta manera sería posible deducir si se han producido o se están produciendo cambios en los temas y la orientación de las publicaciones.

Respecto al criterio empleado para la selección de las revistas a analizar se va utilizar el de la calidad y la relevancia de sus aportaciones.

Para el caso de las revistas españolas se revisarán aquellas incluidas en el índice Latindex: Annals of tourism Research en español (ATRE); Cuadernos de Turismo (CT) y Papers de Turisme (PT) más la revista de AECIT: Revista de Análisis Turístico (RAT).

Una vez elegidas las revistas, se ha procedido a revisar los artículos incluidos en ellas y seleccionar aquellos que se centraban en el estudio de las empresas turísticas. Posteriormente, a partir de un análisis de los contenidos de tales artículos, se ha procedido a clasificar los mismos por temáticas. Para este análisis se han revisado los títulos y resúmenes de los artículos y, cuando ha sido necesario, se ha procedido a revisar también el contenido de los artículos completos.

En el caso de las revistas internacionales publicadas en lengua inglesa sería posible realizar un trabajo similar con las principales revistas tanto del ámbito del turismo en general como de la hostelería en particular. Entre estos dos ámbitos existe un cierto solapamiento pero no son idénticos en absoluto. Esta separación es más nítida en las publicaciones internacionales que en las españolas pero muy relevante para un trabajo que pretende analizar publicaciones desde el ámbito de la empresa. No obstante, la naturaleza del foro donde se presenta así como la limitación tanto temporal como de espacio recomiendan realizar una evaluación de las publicaciones más recientes en estos ámbitos a partir de los artículos de revisión de contenidos publicados recientemente.

ANALISIS DE CONTENIDOS DE LAS REVISTAS ESPAÑOLAS (2007-2009)

En una primera aproximación vamos a analizar el número de artículos publicados y su adscripción a diferentes temáticas o tópicos. A este respecto, si bien hay trabajos que trabajan con una relación extensa de tópicos (Xiao & Smith, 2006), en nuestro caso se va a realizar la asignación en dos niveles. En primer lugar se va a separar los artículos en cuatro grandes categorías (Empresa, Instrumentos de administración de empresas aplicados a otros ámbitos,

Economía y Otros) atendiendo a las condiciones del Congreso de AECIT. Posteriormente se desagregará la categoría de Empresa para realizar un análisis más detallado de los contenidos.

Los 4 tópicos seleccionados en la primera fase engloban:

1. Artículos relacionados con las empresas turísticas.
2. Artículos que aplican instrumentos o herramientas propias de la administración de empresas, en sus diferentes facetas, a otros aspectos turísticos. En este grupo, una parte muy relevante de artículos recogen la aplicación de estos instrumentos a la gestión de destinos turísticos.
3. Artículos relacionados con el análisis económico del turismo y las políticas públicas.
4. Artículos relacionados con otros aspectos como: Destinos turísticos, recursos turísticos, análisis de las particularidades de diferentes tipos de turismo, sostenibilidad, docencia, profesión, sociología aplicada turismo.

Los datos se muestran en la Tabla 1. En primer lugar hay que comentar que los datos no siempre son completos debido a los retrasos que algunas publicaciones acumulan.

En la Tabla 1 se observa que el peso de los artículos relacionados con la empresa es muy similar en tres de las cuatro revistas españolas analizadas. En *Annals en Español*, *Papers de Turisme* y *Revista de Análisis Turísticos* el total de artículos publicados relacionados con la empresa oscila entre el 28 y el 32 por ciento de todos los publicados. En el caso de *Cuadernos de Turismo* el peso es ligeramente inferior (18 por ciento) al ser una revista de origen geográfico. Esto se refleja en el peso que tienen los artículos encuadrados en la categoría “otros” en esta revista ya que alcanzan el 56 por ciento de todos los publicados.

TABLA 1. % ARTÍCULOS Y TEMÁTICAS EN LAS REVISTAS DE TURISMO EN ESPAÑOL (2007-2009)

ATRE	Empresa	Instrumentos	Economía	Otros
2007	(44)	(12)	(19)	(25)
2008	(20)	(13)	(20)	(47)
TOTAL ATRE	(32)	(10)	(20)	(35)
CT	Empresa	Instrumentos	Economía	Otros
2007	(22)	22)	(13)	(43)
2008	(19)	(5)	(10)	(66)
2009	(8)	(33)	(0)	(59)
TOTAL CT	(18)	(18)	(9)	(55)
PT	Empresa	Instrumentos	Economía	Otros
2007	(25)	(25)	(25)	(25)
2008	(33)	(33)	(33)	--
2009	(50)	(25)	(25)	--
TOTAL PT	(33)	(28)	(28)	(11)
RAT	Empresa	Instrumentos	Economía	Otros
2007	(40)	(20)	(20)	(20)
2008	(10)	--	(10)	(80)
2009	(25)	(25)	(25)	(25)
TOTAL RAT	(28)	(14)	(17)	(41)

ATRE: Annals of Tourism Research en Español

CT: Cuadernos de Turismo (CT)

PT: Papers de Turisme

RAT: Revista de Análisis Turístico

Aunque el número de años analizado no es muy elevado, si se observan, en cambio, bastantes oscilaciones en el número de artículos publicados cada año sobre empresa en las distintas revistas.

Respecto al peso relativo de la categoría empresa sobre el resto de las identificadas, se observa que en todos los casos está entre las dos primeras, en general junto a las categoría de otros o al mismo nivel que “Instrumentos”. Por su parte, la categoría de “Instrumentos” representa en torno al 10 por ciento de los artículos en “Annals en Español” y en “Revista de Análisis Turístico”, el 18 por ciento en “Cuadernos de Turismo” y 28 por ciento en “Papers de turisme”.

En una segunda fase vamos a proceder a analizar los contenidos de los artículos englobados en la categoría “Empresa”. Para ello se van a asignar a diferentes temáticas y comprobar si son artículos teóricos o no. En el segundo caso, se diferenciará entre artículos que se basan en casos, que usan métodos de investigación cualitativa o que son empíricos. Por último se analizará que tipo de empresas turísticas está estudiando.

Para analizar las temáticas más tratadas por los artículos sobre empresas turísticas hemos agrupado los mismos en una serie de categorías. Las mismas han sido seleccionadas atendiendo a: nº de artículos esperados en las diferentes categorías y áreas de interés en la investigación en administración de empresas. Los tópicos seleccionados son:

1. Dirección de Empresas. Agrupa artículos que tratan sobre estrategia, estructura y comportamiento empresarial, así como otros aspectos aquí encuadrados como lo relacionado con la producción, la tecnología y las TIC o la calidad y los sistemas de gestión en general.
2. Recursos Humanos. Esta categoría se ha desagregado de la anterior por el número de trabajos que esperaban encontrarse así como por la importancia que tienen los recursos

humanos en el turismo al tratarse de un servicio. Este tópico suele aparecer como uno separado en artículos previos de revisión (Ballantyne et al., 2009)

3. Marketing. Aglutina artículos relacionados con las diferentes variables del marketing-mix (producto, precio, promoción y publicidad); segmentación, análisis de demanda y otros.
4. Estudios sobre el consumidor-turista. Se ha desagregado esta categoría de la anterior por que aparece como una separada en otros trabajos previos (Ballantyne et al., 2009) y además por que en los mismos ha sido identificada como uno de los de mayor crecimiento en los trabajos publicados. Incluye artículos relacionados con diversos aspectos de comportamiento, satisfacción, elección u otros del turista como consumidor.
5. Finanzas y contabilidad. Aglutina trabajos relacionados con ambas disciplinas. Se han englobado juntas por que no se espera encontrar un gran número pero, sin embargo, tienen un carácter muy diferente a la de las anteriores.

La tabla 2 recoge los resultados de esta primera desagregación. Vemos en ella que son los temas relacionados con la Dirección de Empresas y los estudios sobre los turistas los más tratados en las revistas españolas analizadas. Respecto a los grupos menos numerosos en trabajos, curiosamente ambos, se han publicado íntegramente en “Cuadernos de Turismo”. Por otro lado, sólo “Annals en Español” y “Papers de Turisme” han publicado trabajos sobre Marketing.

TABLA 2. % ARTÍCULOS SOBRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN LAS REVISTAS DE TURISMO EN ESPAÑOL (2007-2009). TEMÁTICAS.

Revista	Dirección Empresas	Recursos Humanos	Marketing	Estudios Turista	Finanzas
ATRE	(50)	--	(20)	(30)	--
CT	(40)	(30)	--	(20)	(10)
PT	(33)	--	(50)	(17)	--
RAT	(63)	--	--	(37)	--
TOTAL	(47)	(9)	(15)	(26)	1 (3)

ATRE: Annals of Tourism Research en Español

CT: Cuadernos de Turismo (CT)

PT: Papers de Turisme

RAT: Revista de Análisis Turístico

Antes de analizar con más profundidad estos trabajos, vamos a presentar algunos datos adicionales sobre los mismos, como se explicó más arriba.

En primer lugar, para analizar sobre que tipo de empresas turísticas se ha realizado el estudio, se ha clasificado estas empresas en las categorías más relevantes:

1. Hoteles. Por constituir la forma de alojamiento turístico por excelencia y estar normalmente individualizada en las fuentes de datos secundarias.
2. Resto de alojamientos. Menos estudiados que los anteriores, muchas veces por ser más difícil encontrar datos, pero igualmente importantes. Aquí se incluye desde viviendas rurales hasta cruceros, balnearios, etc. Que, en realidad, están muy relacionados, con tipos de turismo.
3. Agencias de Viajes, como principal agente comercializador de los desplazamientos turísticos.

4. Restaurantes como representantes de otra de las grandes funciones de la oferta turística.

La tabla 3 nos proporciona información sobre el tipo de empresas analizadas en los trabajos presentados en cada revista.

TABLA 3. % ARTÍCULOS SOBRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN LAS REVISTAS DE TURISMO EN ESPAÑOL (2007-2009). TIPOS DE EMPRESAS.

Revista	Hoteles	Otro alojamientos	Agencias de viajes	Restaurante	General
ATRE	(20)	(30)	--	--	(50)
CT	(50)	(10)	--	--	(40)
PT	(33)	--	(17)	(33)	(17)
RAT	(74)	--	(13)	--	(13)
TOTAL	(44)	(12)	(6)	(6)	32)

ATRE: Annals of Tourism Research en Español

CT: Cuadernos de Turismo (CT)

PT: Papers de Turisme

RAT: Revista de Análisis Turístico

En este caso observamos que las empresas de alojamiento en general y los hoteles en particular son, con diferencia, las empresas turísticas más estudiadas en las revistas españolas. Su peso es especialmente relevante en “Cuadernos de Turismo” y en la “Revista de Análisis Turístico”. Respecto a otras empresas turísticas, únicamente “Papers de Turisme” y la “Revista de Análisis Turístico” han publicado trabajos dedicados a empresas turísticas no dedicadas al alojamiento.

Por último, para conocer las metodologías empleadas en los diferentes trabajos, hemos agrupado estas en los siguientes grupos:

1. Trabajos teóricos. Que realizan una valoración, una revisión de la literatura o del estado del arte en un aspecto o que elaboran modelos sobre diferentes aspectos.
2. Trabajos que aplican el método del caso o que describen un caso concreto.
3. Trabajos que aplican alguna metodología cualitativa.
4. Trabajos que aplican diferentes metodologías sobre datos, primarios o secundarios, provenientes del análisis de las poblaciones o muestras de diferentes empresas.

La tabla 4 nos informa sobre si los trabajos son teóricos o no.

TABLA 4. % ARTÍCULOS SOBRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN LAS REVISTAS DE TURISMO EN ESPAÑOL (2007-2009). METODOLOGÍA.

Revista	Teórico	Caso	Cualitativo	Cuantitativo
ATRE	(20)	--	--	(80)
CT	(30)	--	--	(70)
PT	(33)	--	--	(67)
RAT	(38)	--	--	(62)
TOTAL	(29)	--	--	(71)

ATRE: Annals of Tourism Research en Español

CT: Cuadernos de Turismo (CT)

PT: Papers de Turisme

RAT: Revista de Análisis Turístico

En este caso podemos apreciar como la mayoría de los trabajos realizados en el ámbito de las empresas turísticas son cuantitativos, no apreciándose diferencias sensibles entre las distintas revistas, si bien la “Revista de Análisis Turístico” es la que más porcentaje de estudios teóricos ha publicado en estos años.

Si realizamos este mismo análisis en función del tópico tratado en los artículos podremos saber si existe una relación entre metodología de investigación y tópico. La tabla 5 recoge esta información.

TABLA 5. METODOLOGÍA DE LOS ARTÍCULOS SOBRE EMPRESAS TURÍSTICAS EN FUNCIÓN DEL TÓPICO TRATADO (2007-2009).

Tópico	Teórico	Cualitativo	Cuantitativo
Dirección	(31)	--	(69)
Empresas			
RR HH	(67)	--	(33)
Marketing	(20)	--	(80)
Estudios turista	(22)	--	(78)
Finanzas	--	--	(100)

Se comprueba como la totalidad de los artículos de finanzas son cuantitativos, aunque su escaso número hace poco representativo este cálculo. Por otro lado los estudios de turistas así como el resto de marketing son cuantitativos en un 80 por ciento, los de Dirección de Empresas en un 69 por ciento. Los de mayor presencia de trabajos teóricos son los que analizan la problemática de los Recursos Humanos.

ANÁLISIS DE CONTENIDOS DE LAS REVISTAS INTERNACIONALES

En trabajos de revisión de la literatura previamente publicados se pueden encontrar datos relevantes sobre las publicaciones en el ámbito de la hostelería y el turismo.

El trabajo de Rivera y Upchurch (2008) realiza un análisis de los contenidos de una de las principales revistas de hostelería (International Journal of Hospitality Management) entre

2000 y 2005. Para ello sigue una detallada clasificación que distingue entre niveles de actividades de gestión, fases del proceso directivo y áreas funcionales. Analiza igualmente si el artículo es empírico o conceptual, las metodologías empleadas, el tipo de subsector turístico al que se aplica el estudio y el tipo de datos empleados en su caso. Las principales conclusiones fueron:

- El 51 por ciento de los artículos fueron considerados estratégicos. Esto se sustenta en el hecho de que la mayoría de los trabajos en esta categoría se centraran en evaluar la rentabilidad identificando fortalezas y debilidades y proponiendo recomendaciones.
- Respecto a los trabajos de orientación más táctica el acento se puso en la investigación sobre problemas concretos así como en las recomendaciones de acción concretas.
- Por último, los trabajos centrados en el nivel operativo se reparten, casi a partes iguales, entre los que se centran en la planificación y el control de las operaciones. Se busca así mejorar la eficiencia de los procesos.
- En cuanto a las áreas funcionales, las principales áreas de interés fueron los Recursos Humanos y el Marketing, seguidos de las finanzas. En este estudio no se separa la dirección de empresas como una categoría aparte sino que se desagrega en otras.
- Si nos centramos en si el trabajo es empírico o conceptual, podemos decir que la investigación empírica ha sido la dominante en esta revista durante el periodo analizado.
- En cuanto a las metodologías usadas se observa un uso creciente de métodos estadísticos cada vez más sofisticados. En este sentido, el número de artículos con análisis cuantitativos y estadísticos en “International Journal of Hospitality Management” supera a los aparecidos en otras revistas como Journal of Hospitality and Tourism Research, Annals of Tourism Research o Tourism Management.

- Respecto a los segmentos o subsectores del mercado más analizados, se observa que la atención principal se ha dirigido hacia el alojamiento y la restauración. De ellos, la mayoría fueron de orientación estratégica.

En Ballantyne et al. (2009), se revisan las doce revistas turísticas más relevantes según el trabajo de McKercher et al. (2006) (Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Journal of Vacation Marketing, Tourism Economics, Journal of Recreation Research, International Journal of Tourism Analysis, Tourism Analysis, Current Issues in Tourism, Journal of Tourism Studies, Tourism Geographies y Tourism Culture and Communication). El periodo analizado es de 1994 a 2004. Entre ellas no se encuentran revistas de hostelería. En su estudio se establece, que los tópicos más tratados en esas revistas fueron los de estudios sobre turistas, planificación turística, destinos turísticos y marketing. Conjuntamente suponen el 37 por ciento de todos los artículos publicados. El primero y el cuarto se corresponden con dos de las categorías establecidas para los trabajos centrados en el ámbito de las empresas turísticas, contándose además entre los tópicos que habían crecido más en el periodo analizado. Los otros dos no corresponden con temáticas directamente relacionadas con las empresas turísticas y, por otro lado, se encuentran entre los tópicos cuya presencia ha sufrido un descenso más acusado.

Una muestra de artículos fue sometida también a un análisis más detallado sobre las metodologías empleadas. Encontrándose que el 59 por ciento realizaba investigación cuantitativa (la encuesta era la forma de captar información más frecuente al ser utilizada en un 39 por ciento de los casos). La investigación cualitativa la empleaba el 19 por ciento de los trabajos, un 6 por ciento empleaba aproximaciones mixtas y el 16 por ciento eran artículos teóricos o de revisión. De entre todos los tópicos, los que estudiaban la problemática de los turistas eran los más fuertemente cuantitativos.

En conclusión el estudio de Ballantyne et al. (2009) para el periodo 1994-2004 identifica una serie de pautas:

- Importancia creciente de la investigación sobre el turista y las experiencias turísticas, así como sobre el marketing y la dirección de empresas.
- El declive en los estudios de corte económico y los centrados en la hostelería (tal vez por la consolidación de revistas prestigiosas en el ámbito de la hostelería que han recogido esta investigación).
- La disminución de los trabajos norte americanos así como el correlativo incremento en la importancia de Nueva Zelanda y los países asiáticos.
- La emergencia de un paradigma interpretativo en algunos tópicos ya establecidos.

Finalmente, se reclama atención para atender una diversidad de tópicos y de metodologías (especialmente las cualitativas relevantes en las ciencias sociales).

Otras conclusiones relacionadas con el tema objeto de análisis pueden encontrarse en otros artículos de revisión. Así, Svensson et al., (2009 a,b). revisan las 3 principales revistas de turismo (Annals of Tourism Research, Tourism Management y Journal of Travel Research) y las 3 principales revistas de hostelería (Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, International Journal of Hospitality Management , Journal of Hospitality and Tourism Research) según el trabajo de Howey et al, (1999) ratificado en McKercher et al. (2006) . El periodo de análisis fue de 2000 a 2007 encontrando:

- Hay una variedad de metodologías en los trabajos publicados, predominando los cuantitativos (39,3 por ciento). Los trabajos con metodologías cualitativas alcanzaron el 9 por ciento mientras que los mixtos suponían el 10,3 por ciento. El 41,4 por ciento restante eran trabajos no empíricos (incluidas revisiones, comentarios y recensiones y comentarios de libros).

- Si nos centramos en los trabajos empíricos, el mayor peso de trabajos empíricos lo tiene “Journal of Hospitality Tourism Research” (90 por ciento) y “Journal of Travel Research” (75 por ciento). Le siguen prácticamente igualados “International Journal of Hospitality Management” (68 por ciento), “Cornell Hotel and Restaurant Quarterly” (66 por ciento) y “Tourism Management” (65 por ciento). Annals of Tourism Research tiene el menor peso de artículos cuantitativos (51 por ciento).
- Una gran parte de los trabajos empíricos usaba datos nacionales, echándose en falta trabajos elaborados a partir de datos internacionales. Este tipo de trabajos permitiría obtener conocimiento sobre la influencia que las diferencias culturales tienen para el turismo.

CONCLUSIONES

En un mundo cada vez más globalizado parece claro que buena parte de la investigación realizada en el ámbito del turismo y especialmente de la hostelería está orientado hacia la solución de problemas estratégicos. Esto puede estar relacionado con lo que Ingram (1996), en su de identificación de gaps en la investigación en turismo, identificada como una necesidad, ampliamente compartida, de disponer de una clara comprensión de la naturaleza del negocio así como de una mayor profesionalización en todos los ámbitos del negocio turístico. Esta necesidad se habría visto respondido en la medida en que buena parte de la investigación no se ha dirigido tanto a la resolución de problemas operativos, más o menos sofisticados, complicados o relevantes, sino más bien a identificar tendencias emergentes y analizar estrategias globales (Rivera & Upchurch, 2008).

La progresiva sofisticación y complejidad de las metodologías usadas va en la dirección de proporcionar información y conocimientos sobre la hostelería y el turismo cada vez mejores y, por lo tanto más útiles, tanto para los académicos como para los profesionales. Esto indica

una consolidación evidente de la disciplina, no porque los artículos conceptuales sean “peores”, sino porque la investigación empírica permite contrastar teorías.

BIBLIOGRAFÍA

Ballantyne, R., Packer, J. & Axelsen, M. (2009). Trends in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.

Howey, R. M., Savage, K.S., Verbeeten, M.J. & Van Hoof, H. B. (1999). Tourism and Hospitality Research Journals: cross-citations among research communities. *Tourism Management*, 20, 133-139.

Ingram, H. (1996). Clusters and Gaps in Hospitality and Tourism Academic Reserch. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(7), 91.

Kim, M.T. (1991). Ranking journals in library and information science: a comparison of perceptual and citation-based measures. *College and Research Libraries*, 52(1), 24-37.

Mason, P.M., Steagall, J.W. & Fabritius, M.M. (1997). Economics journal rankings by the typo of school: perceptions versus citations. *Quarterly Journal of Business & Economics*, 36(1), 60-79.

McKercher, B., Law, R. & Lamb, T. (2006). Rating “Tourism and Hospitality Journals. *Tourism Management*, 27, 1235-1252.

Rivera, M.A. & Upchurch, R. (2008). The Role of Research in the Hospitality Industry: A content analysis of the *IJHM* between 2000 and 2005. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 632-640.

Svensson, G., Svaeri, S. & Einarse, K. (2009a). “Empirical Characteristics” of scholarly journals in hospitality and tourism research: An assesment. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 479-483.

Svensson, G., Svaeri, S. & Einarse, K. (2009b). "Scientific identity" of scholarly journals in hospitality and tourism research: Review and evaluation. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 631-634.

Xiao, H. & Smith, S.L.J. (2006). The Making of Tourism Research: Insights from a Social Science Journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 2006.