

بررسی تقاضای صنعت گردشگری در ایران^۱

میثم موسایی*

چکیده

در این مقاله عوامل مؤثر بر تقاضای سفر به ایران بررسی شده است. فرضیه این تحقیق این است که متغیر امنیت و تحولات داخلی، مهم‌ترین مانع گسترش تقاضای سفر به ایران است.

برای آزمون فرضیه مذکور ضمن معرفی الگوهای تقاضای گردشگری در سایر کشورها، در الگویی کلان تابع تقاضای سفر به ایران با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی تخمین زده شده و این نتیجه مهم به دست آمده است که در حال حاضر، پایین بودن میزان تقاضا برای سفر به ایران به علت کمبود امکانات و تسهیلات رفاهی در زمینه حمل و نقل و اقامت نیست بلکه عنصر امنیت، اصلی‌ترین مانع در افزایش تقاضای سفر به ایران است. لذا، به منظور افزایش تقاضای سفر به ایران و رفع موانع موجود، در کنار حل مشکلات اقتصادی، حل مشکلات مربوط به احساس امنیت نیز ضروری شناخته شده است.

امروزه، صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این رهیافت توانسته‌اند وضعیت خویش را تا حد درخور توجهی بهبود بخشند و بر مشکلات اقتصادی خویش، از قبیل پایین بودن سطح درآمد سرانه، فراوانی بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی فائق آیند، به طوری که در حال حاضر درآمد حاصل از صنعت گردشگری حدود ۶ درصد از

صادرات جهان را تشکیل می‌دهد (صباغ کرمانی، ۱۳۷۵). این رقم بالغ بر ۴۴۴ میلیارد دلار و معادل ۳۵ درصد از صادرات جهانی خدمات است (موسایی، ۱۳۷۸، ۳). درآمد ارزی حاصل از صنعت مذکور روز به روز افزایش می‌یابد، به طوری که درآمدهای حاصل از این صنعت نسبت به دهه شصت میلادی بیش از چهار برابر شده است (همان).

کشور ما به لحاظ تنوع آب و هوایی از یک سو و وجود مکان‌های تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد از سوی دیگر، یکی از چند کشور انگشت‌شمار جهان است که تاکنون از ظرفیت‌های بالقوه خود در این زمینه به نحو مطلوبی استفاده نکرده است. بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران و ملاحظه ارقام درآمدی ارزی حاصل از آن، حاکی از این است که به رغم این واقعیت که ایران یکی از ده کشور مهم جهان از حیث آثار تاریخی و باستانی است کم‌تر از یک هزارم درآمد جهانی حاصل از گردشگری را نصیب خود کرده است. حال آن‌که با توجه به اتکای بیش از حد اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و آسیب‌پذیری فراوان آن در اثر تغییرات قیمت نفت و سایر شوک‌های اقتصادی و غیراقتصادی، توسعه صنعت گردشگری تا حد زیادی می‌تواند این آسیب‌پذیری را بکاهد و سیاست‌گذاران اقتصادی را نیز در فائق آمدن بر مشکلات جاری، از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن سطح درآمد جامعه، پایین بودن صادرات غیرنفتی و مشکل بیکاری، کمک کند.

مطالعات اقتصادی مربوط به صنعت گردشگری در ایران بسیار محدود است. جدیدترین مطالعه در سال ۱۳۷۵ تحت عنوان «بررسی وضعیت توریسم و تخمین توزیع تقاضا و عرضه توریسم خارجی در ایران» به همت دکتر مجید صباغ کرمانی به سفارش مرکز پژوهش‌های بنیادی انجام شده است که در آن با استفاده از داده‌های مربوط به تعداد گردشگران خارجی دیدارکننده از ایران (به صورت جداگانه برای هر کشور) و با استفاده از اطلاعات منتهی به سال ۱۳۷۲، یک فرم ثابت تبعی در خصوص تابع تقاضای گردشگری برای هر کشور معرفی شده است. سایر مطالعات صورت گرفته اغلب به بیان اهمیت اقتصادی گردشگری^۲، اصول و مبانی گردشگری^۳، برنامه‌ریزی برای صنعت گردشگری^۴، توسعه اقتصادی^۵، مسائل جامعه‌شناسی گردشگری^۶، رابطه مسائل جغرافیایی و توسعه صنعت گردشگری^۷، و وضعیت گردشگری در ایران در مقایسه با سایر کشورها^۸ محدود شده است. این مطالعات اغلب توصیفی‌اند و الگو(هایی) برای تخمین توابع تقاضا یا عرضه گردشگری ارائه نکرده‌اند در صورتی که مطالعات

مربوط به اقتصاد گردشگری در سایر کشورها آن چنان وسیع و گسترده است که در این مقاله حتی به فهرست مقاله‌ها و پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه هم نمی‌توان پرداخت، لذا صرفاً به دسته‌بندی مطالعاتی که به تخمین الگوهای عرضه و تقاضا پرداخته‌اند، برحسب نوع الگو اشاره می‌شود.

۱- الگوهای برنامه‌ریزی خطی

یکی از الگوهای کاربردی بسیار معروف در برنامه‌ریزی برای تقاضای گردشگری، الگویی است که «ون درکینجف» و «جان اُستره‌یون» (Van Derkinjff & OosterHoven) در ۱۹۵۵ به چاپ رساندند. این مطالعه به امر گردشگری در جزایر وادن که متشکل از چهار جزیره و مقصد گردشگری آلمانی‌هاست، می‌پردازد. خصوصیت اصلی این جزایر عمدتاً وابستگی شدید آن‌ها به فعالیت‌های گردشگری است به طوری که ۷۰ درصد اشتغال در این جزایر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به صنعت گردشگری بستگی دارد. این الگو چهار قید و یک تابع هدف دارد. تابع هدف حداکثر کردن سطح اشتغال مربوط به تخت‌های موجود، تعداد شب‌های اقامت، اثر اشتغال‌زایی هر تخت، تعداد تخت‌های جدید و ...، و قیود شامل قید بودجه عمومی برای سیاست‌های گردشگری، قید مربوط به ظرفیت انواع اقامت (با هزینه‌های مختلف) و قید مربوط به نرخ حداقل اشتغال است.

اشکال اصلی این الگوها این است که قیدهای الگو که اغلب به‌صورت خطی بیان می‌شوند تصویری پذیرفتنی از واقعیت نشان نمی‌دهند. همچنین کاربرد این الگوها برای کشورهای در حال توسعه تأمل‌پذیر است، زیرا استفاده از این الگوها، مستلزم داشتن جدول داده - ستانده بخش‌های مختلف، از جمله گردشگری است که متأسفانه وجود و محاسبهٔ چنین جداولی در کشورهای در حال توسعه مشکل است.

۲- الگوهای تجرید

این الگوها روشی برای پیش‌بینی تقاضای سفر هستند که به‌صورت تک‌معادله‌ای و با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی، تقاضا را تخمین می‌زنند و پیش‌بینی می‌کنند. اصول این الگو برای حمل و نقل و تقاضای آن طراحی گردیده است. فرض اصلی الگو، این است که

تقاضای سفر با هر وسیله‌ای به خصوصیات آن وسیله و نیز محیطی که مردم در آن زندگی می‌کنند بستگی دارد. متغیر وابسته در این الگو که برای انگلستان تخمین زده شده، تعداد سفرهای خارجی شهروندان انگلیسی است، و متغیرهای مستقل عموماً حاصل ضرب جمعیت در مبدأ و مقصد و متوسط وزنی درآمد سرانه در دو نقطه است (Will, 1980).

۳- الگوهای اقتصادی خرد

در این الگوها به مفهوم مطلوبیت و زیربنای نظری الگوها توجه شده است. صرف نظر از کار «لنکستر» (Lancaster) که در سال‌های ۱۹۶۶ و ۱۹۷۱ روش جدیدی برای نظریه مطلوبیت مصرف‌کننده ارائه کرد و نیز مطالعه تجربی و تخمینی آماری «راگ» (Rugg) در سال ۱۹۷۳، کار جدیدی در این خصوص صورت نگرفته است.

خلاصه این الگو به شرح زیر است:

$$\text{Max: } U_r(q_r, t_{ij})$$

تابع هدف:

$$\text{St: } t_{ij} \leq T_r - T_{ij}$$

محدودیت‌ها:

$$P_r \cdot q_r + C_j t_{ij} + f_{ij} \leq Y_r$$

که در آن t زمان سفر، c قیمت بلیت تور، C قیمت هریک واحد زمانی تور، P بردار ستونی قیمت کالاهای دیگر، q مصرف کالاهای دیگر، T زمان سفر و t زمان سپری شده در مقصد است. البته الگوی فوق با وجود اصلاحات فراوانی که در آن صورت گرفته، هنوز در عمل به‌طور تجربی تخمین زده نشده است.

الگوهای تجربی دیگری نیز در اقتصاد خرد وجود دارند که با استفاده از تخمین تجربی به نتایجی دست یافته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به الگوی «ساکایی» (Sakai, 1988) اشاره کرد که در خصوص سفرهای تجاری است.

از دیگر الگوهای طراحی شده با گرایش اقتصاد خرد و توابع تقاضای تبدیل لگاریتمی، که در آن از روش تابع مطلوبیت «ترانسلوگ» (tronslog) استفاده شده، الگوی «بکال» و «اسکپرلود» (Bokkal & scoperloud, 1992) است که در خصوص عوامل مؤثر در تقاضای گردشگری در ایالات متحده است.

۴- الگوی «دایموند» (Diamond, 1971)

این الگو را «دایموند» در ۱۹۷۱ در مقاله‌ای با عنوان «نقش گردشگری در توسعه اقتصادی» برای بررسی تقاضای گردشگری در ترکیه مطرح کرده است. اصل الگو به شرح زیر است:

$$T = aP^{b1} Y^{b2} F^{b3}$$

که در آن: T: تعداد گردشگران دیدارکننده از ترکیه،

P: جمعیت کشور فرستنده گردشگر،

Y: تولید ناخالص ملی سرانه کشور فرستنده گردشگر،

F: قیمت بلیت هواپیما بین استانبول و پایتخت کشورهای دیگر.

۵- الگوی تقاضای «کیلمان» (Kilman, 1981)

این الگو تک‌معادله‌ای است و در آن با بهره‌گیری از روش سری زمانی همزمان (Panel Data) یا داده‌های مقطعی، میزان سفرهای گردشگران به کانادا بررسی می‌شود. در این الگو متغیر وابسته، تعداد سفرهای خارجی، و متغیرهای توضیحی شاخص تورم، نرخ ارز تعدیل شده، قیمت بلیت هوایی، درآمد حاصل از جاذبه‌های قومی و ملیتی است.

۶- الگوی تقاضای «کوانت» و «بامول» (Quondt & Baumol, 1970)

این الگوی بیانگر تقاضای جمعی بین نقطه A و B به صورت تابعی از قیمت‌های نوع وسیله نقلیه و سایر خدمات مبدأ و مقصد است. در این الگو تنها وسیله نقلیه، هواپیماست و متغیر وابسته، تعداد سفر شهروندان کانادایی به کشور زدر سال t است.

۷- الگوی تعیین تقاضای گردشگر «آربل» و «آبراهام» (Arbel & Abraham, 1985)

در این الگو میزان تقاضای گردشگر برای پارک‌های ایالت نیویورک تخمین زده شده و متغیرهای مختلفی از جمله آب و هوا، قیمت انرژی، کمبود انرژی، ارزش دلار در برابر ارزهای خارجی در الگو لحاظ گردیده است. خلاصه الگو به شرح زیر است:

$$\ln Q_D = b_0 + b_1 \ln \psi + b_2 \ln P_E + b_3 \ln T + b_4 A + b_5 \ln H$$

که در آن T هزینه واقعی حمل و نقل، A متغیر مجازی برای کمبود انرژی، H شاخص قیمت

در هتل، Q_D تعداد دیدار از پارک، Y درآمد قابل تعریف واقعی، P_E قیمت بنزین، W شاخص هوا و X متغیر ارزی است.

نتایج الگو نشان می‌دهد که کشش درآمدی، بدون شک، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده میزان تفریحات است.

مشکل اصلی الگو این است که در مقایسه تطبیقی و بین کشوری ممکن است از آن استفاده نشود یا در بررسی موضوع گردشگری خارجی مورد استفاده خاصی نداشته باشد، هرچند که از ساختار اصلی الگو می‌توان با تعدیل‌هایی برای طراحی تقاضای گردشگری خارجی استفاده کرد.

۸- الگوی «تروت» و «تروت» (Truett & Truett, 1987)

در این الگو معادله تقاضای گردشگری عبارت است از:

$$Q_i = AY^{B1} P_i^{B2} X_i^{B3}$$

که Q_i مقدار تقاضای گردشگری در کشور i ، A پارامتر ثابت، Y درآمد واقعی مسافرت‌کنندگان، P_i نسبت شاخص واقعی سطح قیمت‌ها در کشور i و X_i نسبت شاخص نرخ ارز کشور i است. این الگو را «تروت» و «تروت» تخمین زده‌اند و نتایج تخمین نشان می‌دهد که متغیر نرخ ارز و قیمت رابطه هم‌خطی دارند و تقریباً جز متغیر نرخ ارز، بقیه متغیرها در سطح ۰.۵٪ معنی دارند.

۹- الگوی «یوسال» و «کرامپتی» (Uysal & Crompton, 1984)

در این الگوی تک‌معادله‌ای عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در ترکیه بررسی شده است. تعداد گردشگران متغیر وابسته، و متغیرهای تولید خالص ملی، جمعیت کشور تولیدکننده گردشگر، شاخص قیمت‌های معرفی کشور تولیدکننده گردشگر، شاخص قیمت‌های مصرفی کشور، شاخص مصرفی ترکیه، نرخ ارز ترکیه، کل مخارج گردشگری متغیرهای مستقل و توضیحی هستند.

۱۰- سایر الگوهای تجربی تقاضای گردشگری

از دیگر مطالعات تقاضای گردشگری در کشورهای در حال توسعه می‌توان به تحقیق

«سامری» (Summary, 1987) اشاره کرد که در مورد کنیاست. در این مطالعه دو الگوی تخمین زده شده به شرح زیر است:

$$X = aYb_1 A^{B2} E^{B3} p^{B4}$$

$$X = aYb_1 A^{B2} E^{B3} p^{B4} e^{B4} TAN$$

که الگوی اول برای تخمین تعداد گردشگرانی است که به یک کشور سفر می‌کنند، و الگوی دوم برای گردشگرانی که معمولاً به چند کشور سفر می‌کنند و در آن X تعداد گردشگران، Y درآمد قابل تصرف کشور مبدأ، A قیمت بلیت هواپیما با نرخ تورم تعدیل شده، E نرخ ارز کنیا، P متغیر قیمت نسبی که حاصل تقسیم شاخص قیمت‌های مصرفی در کشور تولیدکننده به شاخص قیمت‌های مصرفی کنیاست و TAN متغیر مجازی که نشان‌دهنده بررسی اثر بسته شدن مرز تانزانیاست. مشکل اصلی این الگوها مشکل هم خطی است که حل نشده است.

آنچه گفته شد، مرووری اجمالی بر ادبیات موضوع بود، اما همان‌طور که پیش از این ذکر شد، تاکنون فقط یک تحقیق درباره تخمین تقاضای گردشگری در ایران صورت گرفته که در آن با استفاده از آمار و اطلاعات مربوط به سال‌های پیش از ۱۳۷۲، تقاضای گردشگری در چند کشور که به ایران گردشگر فرستاده‌اند پردازش شده است. البته مطالعه مذکور برای هر کشور به صورت جداگانه انجام پذیرفته است. مقاله حاضر با استفاده از آخرین آمار و اطلاعات موجود و با بهره‌گیری از الگویی که به این منظور معرفی گردیده، تقاضای کل گردشگری خارجی به مقصد ایران را تخمین زده است.

عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی در ایران

در این بخش به معرفی و برآورد تابع تقاضای گردشگری در ایران و بررسی میزان تأثیر متغیرهای مؤثر بر تقاضای گردشگری در ایران می‌پردازیم.

شایان ذکر است که الگوی تخمین تقاضای گردشگری با توجه به محدودیت‌های آماری در برخی از زمینه‌های گردشگری در ایران و نیز پس از تخمین الگوهای دیگر معرفی شده است. این الگو قدرت توضیح‌دهندگی زیادی دارد و در آن از اطلاعات موجود حداکثر استفاده شده است. فرضیه اصلی این است که مهم‌ترین مانع رشد تقاضای گردشگری در ایران، مسائل فرهنگی و احساس ناامنی است و مسائل اقتصادی و امکانات و ظرفیت‌های داخلی با توجه به سطوح فعلی

صنعت گردشگری در ایران، هنوز اهمیت چندانی ندارند.

تابع تقاضای گردشگری

شکل کلی تابع تقاضا برای گردشگری که در این تحقیق تخمین زده شده به شرح زیر است:

$$\log Y_t = a_0 + a_1 \log (X_{1t}) + a_2 \log X_{2t} + a_3 \log (Y_{t-1}) + a_4 \text{Dum} + U_t$$

که در آن:

Y_t = درآمد حاصل از گردشگری (به دلار)، در حکم متغیر وابسته،

X_{1t} = شاخص قیمت داخلی به شاخص قیمت جهانی، در حکم متغیر قیمتی،

X_{2t} = تولید ناخالص ملی جهانی (به دلار)، در حکم متغیر مقیاس (متغیر درآمدی)،

Y_{t-1} = درآمد حاصل از گردشگری در دوره قبل،

D = متغیرهای مجازی برای وارد کردن وقایع سیاسی و اجتماعی و وقوع جنگ در

بیست سال گذشته،

U_t = جزء اخلال است.

براساس نظریه تقاضا در اقتصاد انتظار این است:

$$a_1 < 0$$

$$a_2 > 0$$

$$a_3 > 0$$

برای برآورد معادله فوق، متغیرهای زیر را تعریف و جایگزین می‌کنیم:

TRREV = درآمد ارزی حاصل از گردشگری، به جای متغیر Y_t ،

$\frac{\text{CPI}}{\text{CPIW}}$ = نسبت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران به شاخص بهای کالاها و

خدمات مصرفی جهانی، به جای X_{1t} ($100 = 1990 = 1369$)،

$\text{GDPWORLD } \$$ = تولید ناخالص ملی جهانی (به دلار)، به جای متغیر X_{2t} ،

(-1) TRREV = درآمد ارزی حاصل از گردشگری در دوره قبل به جای متغیر X_{t-1} ،

58 DUM = متغیر مجازی برای در نظر گرفتن اثر سال اول انقلاب اسلامی،

5967 Dum = متغیر مجازی برای در نظر گرفتن اثر جنگ،

با لحاظ کردن این متغیرها و برآیند معادله معرفی شده و پس از رفع خودهمبستگی اجزای

اخلال معادله، با الگوهای (AR) Auto Regressive، (MA) Moving Average، سرانجام نتیجه زیر حاصل گردید:

$$\log(\text{TRREV}) = -3/11 - 0/252 \log\left(\frac{\text{CPI}}{\text{CPIW}}\right) + 0/45 \log(\text{GDPworld \$}) + 0/9 \log \text{TRREV}(-1) - 1/4 \text{Dum } 58$$

SE: 1/07 0/05 0/09 0/04 0/12

t: (-2/9) (-4/24) (4/66) (+53/86) (-10/95)

- 0/5 Dum 5967

SE: 0/01

t: (-36/77)

R² = 0/992 F = 240/47 h-durbin = 0/4

همانگونه که ذکر شد، متغیرهای مجازی Dum 58، Dum 5967 در معادله در نظر گرفته شده‌اند.

در خصوص متغیر Dum 58 گفتنی است که به شکل چشمگیری پس از پیروزی انقلاب اسلامی، به دلیل شرایط سیاسی و اجتماعی، تعداد گردشگران جذب شده و درآمد حاصل از گردشگری، کاهش یافته است. لذا در این خصوص متغیر مجازی مزبور وارد شده است. این متغیر برای سال ۱۳۵۸، Dum 58 مساوی یک و برای بقیه سالها صفر است.

در طول جنگ تحمیلی نیز شاهد افت درآمد ارزی حاصل از گردشگری بوده‌ایم. لذا متغیر Dum 5967 را وارد معادله کرده‌ایم. برای سالهای مذکور، Dum 5967 مساوی یک و برای بقیه سالها مساوی صفر است.

لازم به توضیح است این دو متغیر مجازی به مثابه متغیرهای جانشین و شاخصی برای ارزیابی اثر امنیت و احساس آن بر تقاضای سفر به ایران در نظر گرفته شده‌اند. از آنجا که در اوایل انقلاب و سالهای جنگ، وضعیت کشور عادی نبود، احساس امنیت در داخل در این مقطع زمانی در مقایسه با مقاطع قبل و بعد از آن کاهش یافته و فرضیه ما این است که به همین دلیل بر تقاضای سفر به ایران اثر منفی گذاشته است.

تفسیر نتایج حاصل از برآورد معادله به شرح زیر است:

الف - تمام ضرایب دارای علامت مورد انتظار و موافق با نظریه هستند.

ب - تمام ضرایب متغیرهای توصیفی معنی دار هستند (آماره t استودنت تمام ضرایب معنی دار است).

ج - آماره R² حاکی از این است که ۰/۹۹۲ تغییرات متغیر وابسته با متغیرهای توضیحی

وارد شده در معادله توضیح داده می‌شود که این امر حاکی از قدرت توضیح‌دهی معادله است.
 د - آماره F حاکی از معنی‌دار بودن کل رگرسیون است.

ه - چون در سمت راست معادله برآوردی، متغیر وابسته باوقفه وجود دارد، از آماره دوربین واتسون (D. W) نمی‌توان استفاده کرد و لازم است از آماره h- دوربین استفاده شود.^۹ از آن‌جا که آماره h- دوربین در معادله برابر با ۰/۴۰ است و $1/96 < h \cdot D < 1/96$ است، فرض وجود خودهمبستگی بین اجزای اخلال معامله رد می‌شود. همان‌گونه که ذکر شد، برای رفع همبستگی سریالی اجزای اخلال از الگوی AR و الگوی MA استفاده شده است.

و - ضریب $a_1 = -0/252$ حاکی از آن است که یک درصد افزایش در نسبت $\frac{CPI}{CPIW}$ (شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران نسبت به سطح جهانی)، ۲۵ صدم درصد تقاضای گردشگری را کاهش می‌دهد. به عبارت دیگر، اگر بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران با سرعتی بیش از میزان جهانی افزایش یابد، تقاضای گردشگران خارجی برای عزیمت به ایران کاهش خواهد یافت. اما، در مجموع می‌توان گفت که تقاضای گردشگری خارجی برای سفر به ایران نسبت به تغییرات $\frac{CPI}{CPIW}$ ، حساسیت زیادی ندارد و تابع تقاضای گردشگری از نظر قیمتی کم‌کشش است.

ز - ضریب $a_2 = 0/45$ نیز حاکی از آن است که یک درصد افزایش تولید ناخالص ملی جهانی (یا سطح درآمد گردشگران خارجی)، ۴۵ صدم درصد تقاضای گردشگری را افزایش می‌دهد و به عبارت دیگر، کشش درآمدی تابع تقاضای گردشگری خارجی برابر با ۰/۴۵ است. از آن‌جا که کشش درآمدی مزبور بین صفر و یک قرار دارد، عزیمت به ایران از دید گردشگران خارجی کالایی ضروری تلقی می‌گردد و لوکس نیست.

ح - ضرایب متغیرهای مجازی (خصوصاً انقلاب و جنگ) نیز حاکی از حساسیت زیاد صنعت گردشگری به وقایع سیاسی و اجتماعی است و نشان می‌دهد که به‌رغم وجود پیشینه غنی تاریخی و باستانی و ظرفیت‌های بالقوه، حوادث و وقایع سیاسی و اجتماعی و امنیتی صنعت گردشگری کشور را با مشکل جدی مواجه کرده‌اند.

از آن‌جا که تابع مذکور شکل لگاریتمی دارد، ضرایب متغیرهای مستقل که به صورت لگاریتمی هستند حساسیت و کشش متغیر وابسته به آن متغیر را بیان می‌کنند. بر این اساس، به زبان ساده نتایج زیر به دست می‌آید:

۱- کشتش درآمد ارزی حاصل از گردشگری نسبت به شاخص بهای کالاهای داخلی به شاخص قیمت کالاهای جهانی برابر با $0/25$ - است. یعنی به ازای یک درصد افزایش قیمت‌های داخلی نسبت به قیمت‌های جهانی، $0/25$ درصد درآمد ارزی کاهش خواهد یافت. به عبارت دیگر، درآمد ارزی حاصل از گردشگری نسبت به قیمت‌های داخلی کم‌کشتش است. علت این مسئله اختلاف زیاد قیمت‌های داخلی با قیمت‌های جهانی است. لذا، سطح قیمت‌های داخلی عامل مهمی در جذب گردشگران نیست.

۲- کشتش درآمدی ارزی حاصل از صنعت گردشگری نسبت به سطح درآمد جهانی (تولید ناخالص ملی جهانی) $0/45$ است. علامت این کشتش مثبت است و این مسئله با نظریه مطابقت دارد زیرا با افزایش سطح تولید جهانی میزان تقاضا برای ورود به کشور افزایش می‌یابد. براساس این ضریب به ازای هر یک درصد افزایش تولید ناخالص جهانی، $0/45$ درصد تقاضا برای ورود به کشور افزایش می‌یابد و برعکس.

۳- کشتش درآمدهای ارزی حاصل از صنعت گردشگری در ایران در هر سال به نسبت درآمدهای حاصل از گردشگری در سال قبل برابر $0/9$ است یعنی به ازای هر یک دلار افزایش درآمد دلاری، در صنعت گردشگری در هر سال، $0/9$ دلار در سال آینده درآمد اضافه حاصل خواهد شد.

۴- میزان تأثیرپذیری درآمدهای ارزی حاصل از صنعت گردشگری نسبت به مسائل امنیتی نسبتاً زیاد است. دو متغیری که می‌توان از آن‌ها به‌جای متغیر جانشین امنیت استفاده کرد یکی وقوع جنگ در سال‌های ۵۸ تا ۶۷ است و دیگری پیروزی انقلاب در سال ۵۷. عامل اول با متغیر مجازی Dum 5967 نشان داده شده که ضریب آن معادل $0/5$ - است و مقدار آن نشان می‌دهد که جنگ $0/5$ - بر لگاریتم هر واحد از درآمدهای ارزی تأثیر منفی گذاشته است. ضریب متغیر مجازی و وقوع انقلاب معادل $1/38$ - است که نشان‌دهنده اثر عمیق‌تر آن بر درآمدهای ارزی حاصل از صنعت گردشگری در ایران است.

از آن‌جا که متغیر وابسته لگاریتمی است و متغیرهای مجازی لگاریتمی نیستند، ضریب تخمین زده شده دربارهٔ متغیرهای مجازی مانند سایر ضرایب مقدار کشتش را نشان نمی‌دهد. برای به‌دست آوردن تغییر نسبی متغیر وابسته در اثر متغیرهای مجازی انقلاب و جنگ می‌توان از

روش «رابرت هالورسن» و «ریموند پاکموسیت» استفاده کرد.^{۱۰} برای این منظور، از ضرایب مجازی تخمین (بر مبنای e) آنتی لگاریتم گرفته می‌شود و سپس عدد 1 از آن کسر می‌گردد. اگر این کار صورت گیرد تغییر نسبی درآمدهای ارزی در اثر متغیر انقلاب ۰/۷۵- و اثر نسبی جنگ ۰/۳۹- است. این ارقام ضمن این‌که بسیار بزرگ و درخور توجه‌اند، بیانگر تأثیر به‌سزای عنصر امنیت بر تقاضای سفر به ایران نیز هستند. به عبارت دیگر، در حال حاضر چون تقاضا برای سفر به ایران کم است افزایش ظرفیت هتل‌ها و امکانات تفریحی و ... به‌منظور افزایش تقاضای متقاضیان سفر به ایران بی‌فایده است.

نتیجه‌ای که از بررسی مذکور می‌گیریم این است که از میان فاکتورهای مؤثر بر متقاضیان سفر به ایران و به تبع آن، درآمد ارزی حاصل از آن، متغیر احساس ناامنی و تحولات داخلی نسبت به سایر متغیرها اهمیت بیشتری دارد و این فرضیه مقاله حاضر است که بدین ترتیب صحت آن تأیید می‌شود. بنابراین، در حال حاضر باید تلاش کرد فضای جامعه از این نظر مساعد گردد و پس از اشباع ظرفیت‌های داخلی برای جذب گردشگر، امکانات داخلی توسعه یابد. البته با توجه به موقعیت تاریخی و میراث فرهنگی گسترده‌ای که در کشور وجود دارد امکان جذب گردشگر به‌مقدار چندین برابر امکانات موجود نیز وجود دارد.^{۱۱}

بنابراین، از آن‌جا که در حال حاضر کمبود امکانات و تسهیلات رفاهی برای گردشگرانی که به ایران سفر می‌کنند مانعی برای جذب گردشگر محسوب نمی‌شود و عامل اصلی در عدم جذب گردشگر، متغیر احساس ناامنی است، پیش از هرچیز، برنامه‌ریزان و مسئولان باید با اتخاذ سیاست‌های مناسب در رفع احساس ناامنی بکوشند و مانع عظیمی را که در اثر ناامنی برای ورود ده‌ها میلیارد دلار ارز به کشور به‌وجود آمده است از میان بردارند. و این کار با اتخاذ سیاست فرهنگی متعادل‌تر و صرف مقدار ناچیزی هزینه در مدتی معقول کاملاً ممکن است.

پی‌نوشت

۱- این مقاله از طرح تحقیقاتی «بررسی اقتصادی در بخش‌های مختلف فرهنگی کشور» که بنا به درخواست معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ۱۳۷۷ انجام یافته، استخراج شده است.

۲- رک به: *جامعه‌شناسی و جهانگردی*، مرکز پژوهش‌های کاربردی، تهران: ۱۳۷۳.

۳- رک به: الوانی، مهدی و زهره دهمدستی، *اصول و مبانی جهانگردی*، بنیاد مستضعفان و جانبازان، تهران:

۱۳۷۳.

۴- رک به: ارشادی، علیرضا. *بودجه سازمان‌های ملی و جهانگردی*، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاسی،

تهران: ۱۳۷۴.

۵- رک به: پیران، پرویز. «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی جهانگردی»، *مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره

۴۵ و ۴۶، تهران: ۱۳۷۴.

۶- به منبع مندرج در پی‌نوشت ۲ رجوع کنید.

۷- رک به: *جغرافیا و جهانگردی*، مرکز پژوهش‌های کاربردی، تهران: ۱۳۷۳.

۸- رک به: فیض‌بخش، هوشنگ. *وضعیت جهانگردی در ایران و جهان*، مدرسه عالی خدمات جهانگردی و

اطلاعات، تهران: ۱۳۵۵.

$$9 - h = (1 - d/2) \sqrt{\frac{N}{1-N \cdot \text{var}(Z^8)}}$$

10- Interpretation of Dummy Variables in semilogartimic Equations, American Economic Review, vol. 70, No 3, pp. 434-473.

۱۱- این موضوع در مقاله دیگری از نگارنده با مشخصات زیر بررسی شده است:

- موسایی، میثم. *اقتصاد صنعت توریسم و میراث فرهنگی در ایران*، مرکز آمار و برنامه‌ریزی پژوهش‌های

فرهنگی و هنری، تهران: ۱۳۷۸.

منابع و مأخذ

الف - منابع فارسی

- ارشادی، علیرضا. *بودجه سازمان‌های ملی و جهانگردی*، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاسی، تهران: ۱۳۷۴.
- الوانی، مهدی و زهره دهدشتی، *اصول و مبانی جهانگردی*، بنیاد مستضعفان و جانبازان، تهران: ۱۳۷۳.
- پیران، پرویز. «مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی جهانگردی»، *مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره ۴۵ و ۴۶، تهران: ۱۳۷۴.
- *جامعه‌شناسی و جهانگردی*، مرکز پژوهش‌های کاربردی، تهران: ۱۳۷۳.
- *جغرافیا و جهانگردی*، مرکز پژوهش‌های کاربردی، تهران: ۱۳۷۳.
- *جهانگردی و توسعه*، مرکز تحقیقات و مطالعات سیاسی، تهران: ۱۳۷۳.
- صباغ کرمانی، اصغر. *بررسی وضعیت صنعت توریسم و تخمین تقاضا و عرضه توریسم خارجی در ایران*، مرکز پژوهش‌های بنیادی، تهران: ۱۳۷۵.
- فیض‌بخش، هوشنگ. *وضعیت جهانگردی در ایران و جهان*، مدرسه عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات، تهران: ۱۳۵۵.
- موسایی، میثم. *اقتصاد صنعت توریسم و میراث فرهنگی در ایران*، مرکز آمار و برنامه‌ریزی پژوهش‌های فرهنگی و هنری، تهران: ۱۳۷۸.

ب - منابع خارجی

- Arbel, A, and Ravid, Abraham. 1985, "on Recreation Demand: A time-Serries Approach", Vol, 17, P.P.979-990.
- Bakkal, I and Scoperlounda, A. 1992, Charateristics of U.S. Demand for European Tourism: *A Tornsllog Approach*, Weltwirtschaftliches Archiv.
- Diamond, J. 1971. "Torism's Role in Economic Development: the case Reexamind".

Economic Development and cultural Change, P.P.539-552.

- Fujii, E., Khaled, M., and Mak., J. 1985, "An Almost Ideal Demand System for Visitor Expenditures," *Journal of Transport Economics and Policy*, P.P.161-171.

- Kliman, M. L. 1981, "A Quantitive Analysis of Conadian Overseas Tourism", *Canadian Overseas Tourism*", *Transportation Research*, vol, 15 A, No. 6, P.P.487-497.

- Lancaster. 1966, "A New Approach to Consumer Theory", *Journal of Political Economy*, 74, P.P.132-157.

- Lancaster. 1971, *Consumer Demand: A New Approach*, New York: Columbia University Press.

- Quandt R.E. 1970, *The Demand for Travel: Theory and measurment*, Heath lexington Books, lexington, mass.

- Rogg, D. 1973, *The Ghoice of Journey Destination: A Theoretical and Empirical Analysis*, *Review of Economics and statistics*, 55(1), P.P.64-72.

- Sakai, M. A. (1988), "Micro Analysis of Business Travel Demand", *Applied Economics*, Vol 20, 141-1495.

- Truett, D.B. and Truett, L.1987, *The Respons of Tourism to International Economic Conditions: Greece, Mexico and Spain*, P.P.177-189.

- Uysal, M., and Crompton. J. 1984 "Determinants of Demand Fon international Tourist Flows to Turkey", *Tourism Management*. Dec . . P.P.288-297.

- Van Derkinjff and Jon Oostehaver. 1990, *Optimizing Tourist Policy: "A Linaer programing Approach*, *Reginal studies*, 24, 55-64.

- Witt, S. 1980, "An Abstract Model of Forign Holiday Demand", *Appiled Economics*. 42, P.P.163-180.



پښتونستان د علومو او مطالعات فریښتی
پرتال جامع علوم انسانی