

## عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری کشورهای حوزه دریای خزر

سعید راسخی<sup>۱</sup>، ثریا محمدی<sup>۲</sup>

(تاریخ وصول: ۹۵/۸/۷ - تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۲/۲۱)

### چکیده

گردشگری بین‌المللی طی دو دهه‌ی گذشته به سرعت توسعه یافته و از نظر اقتصادی اهمیت قابل توجهی پیدا کرده است. در این چارچوب، تحقیق حاضر به بررسی و شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری، در کشورهای منتخب حوزه دریای خزر<sup>۳</sup> پرداخته است. برای این منظور از روش داده‌های تابلویی<sup>۴</sup> طی دوره‌ی زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۰ استفاده شده است. نتایج بدست آمده در این مطالعه، نشان می‌دهد که درآمد سرانه، نرخ واقعی ارز و آزادسازی تجاری اثر مثبت بر گردشگری دارد. همچنین، با توجه به نتایج دیگر تحقیق حاضر، بی‌ثباتی اقتصادی اثر منفی و معنادار بر تقاضای گردشگری دارند. با توجه به اینکه پتانسیل‌های قابل ملاحظه در منطقه برای توسعه گردشگری، توصیه می‌شود ضمن سیاست‌گذاری در ارتقای گردشگری، توجه ویژه‌ای به عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری حوزه دریای خزر صورت گیرد.

**واژگان کلیدی:** تقاضای گردشگری، عوامل مؤثر، بی‌ثباتی اقتصادی، دریای خزر، داده‌های تابلویی.

۱. استاد اقتصاد بین‌الملل، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران (نویسنده مسئول)

Email: srasekhi@umz.ac.ir

۲. کارشناس ارشد دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران

۳. کشورهای منتخب شامل روسیه، آذربایجان، ایران، قزاقستان، قرقیزستان و تاجیکستان است.

## مقدمه

دریای خزر با مساحت ۳۷۶ هزار کیلومتر مربع بزرگترین دریاچه زمین است. از کرانه‌های خزر، ۱۹۰۰ کیلومتر به قزاقستان، ۸۲۰ کیلومتر به آذربایجان، ۶۷۵ کیلومتر به ایران و ۳۲۲۰ کیلومتر نیز به روسیه و ترکمنستان تعلق دارد. ساختار اقتصاد ملی کشورهای حاشیه دریای خزر متأثر از بخش‌های خدمات و صنعت بوده و پویایی اقتصاد منطقه با تقاضای انرژی مشتریان بزرگ همچون اتحادیه اروپا، چین و هند گره خورده است. علی‌رغم اتکای بیشتر اقتصاد کشورهای حوزه دریای خزر به صادرات نفت و آسیب‌پذیری فراوان آن از نوسان قیمت نفت، توسعه صنعت گردشگری تا حد زیادی می‌تواند میزان این آسیب‌پذیری را کاهش دهد و به مشکلات موجود از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن صادرات غیرنفتی و بیکاری منطقه کمک کند. بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۵، سهم صنعت گردشگری در ایجاد اشتغال برای آذربایجان<sup>۱</sup>، ۷/۶ درصد، قرقیزستان، ۳/۳ درصد، ایران، ۵/۳ درصد، روسیه، ۵/۶ درصد و قزاقستان، ۵/۳ درصد است. همچنین، سهم این صنعت در تولید ناخالص داخلی کشورهای حوزه دریای خزر نسبتاً متفاوت و مشخصاً برای آذربایجان، ۸/۴ درصد، قرقیزستان، ۳/۵ درصد، ایران، ۶/۳ درصد، روسیه، ۶/۰ درصد و قزاقستان، ۵/۶ درصد می‌باشد<sup>۲</sup>. این در حالی است که با افزایش تعداد گردشگران جهان از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۱۱۳۳ میلیون نفر در سال ۲۰۱۴، عایدات بین‌المللی از محل گردشگری به رقم بی‌سابقه‌ی ۱۲۴۵ میلیارد دلار افزایش یافته است. این میزان عایدات، ۳۰٪ صادرات جهان از خدمات و ۶٪ کل صادرات جهان را به خود اختصاص داده و موجب رشد ۹٪ تولید ناخالص داخلی جهان شده است (سازمان جهانی گردشگری ملل متحد<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵).

با توجه به اهمیت گردشگری به عنوان یک منبع مهم اقتصادی و اهمیت تحلیل عوامل مؤثر بر تقاضای این صنعت، مطالعه حاضر به بررسی تأثیر متغیرهای اثرگذار بر تابع تقاضای کشورهای منتخب حوزه دریای خزر می‌پردازد. برای این منظور، از یک دیدگاه ترکیبی (عوامل خرد و

1. WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2015

۲. همه ارقام بر اساس قیمت‌ها و نرخ ارز سال ۲۰۱۴ می‌باشد.

۳. برای کشور تاجیکستان در این مورد آماری ذکر نشده است.

4. World Tourism Organization (UNWTO)

کلان) و روش داده‌های تابلویی طی دوره‌ی زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۰ استفاده شده است. لازم به ذکر است که بر اساس دیدگاه کلان اقتصادی، الگوهای تقاضای گردشگری توسط شرایط اقتصادی و اجتماعی در سطح کل توضیح داده می‌شود (ساکای<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۰؛ گارین مونز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶؛ سانتانا گالگو<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۱؛ سیتانا<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). در حالی که روش‌های اقتصاد خرد روی متغیرهای مؤثر در سطح فردی تمرکز می‌کند (بریدا و ریسو<sup>۵</sup>، ۲۰۰۹؛ سوریگیو<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۱؛ مسیدا و ایتزو<sup>۷</sup>، ۲۰۱۲). دیدگاه ترکیبی نیز ترکیب هر دو عوامل خرد و کلان است (نئوده و سایمان<sup>۸</sup>، ۲۰۰۵؛ مونز و مارتین، ۲۰۰۷؛ ایوگنیو-مارتین<sup>۹</sup> و همکاران، ۲۰۰۸؛ لیتائو<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۰؛ یانگ<sup>۱۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۰؛ یانگ، ۲۰۱۲).

#### پیشینه تحقیق

شایان ذکر است که مطالعات متعددی درباره تقاضای گردشگری صورت گرفته که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره شده است:

رسولی (۱۳۸۲) با استفاده از روش داده‌های تابلویی، تابع تقاضای گردشگری ایران را طی دوره‌ی زمانی ۱۹۹۹-۱۹۶۹ برآورد کرد. بر اساس این مطالعه، ضریب متغیرهای مورد بررسی شامل انتظارات جهانگردان و تداوم عادت‌ها، نرخ ارز، شاخص قیمت مصرف کننده، تولید ناخالص داخلی، جمعیت، حجم تجارت، متغیر مجازی برای دوران جنگ و تعداد گردشگران ورودی معنادار بدست آمده است.

1. Sakai
2. Garin-Munoz
3. Santana-Gallego
4. Seetana
5. Brida and Risso.
6. Surugiu.
7. Massidda and Etzo
8. Naudé and Saayman
9. Eugenio-Martin
10. Leitão.
11. Yang and Han

محمدزاده و همکاران (۱۳۸۹) با استفاده از الگوی رهیافت (TVP)<sup>۱</sup> و روش کالمن-فیلتر به تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران به تفکیک از سه کشور هند، پاکستان و ترکیه طی سال‌های ۱۳۵۳-۱۳۸۵ پرداختند. ایشان دریافتند که بر اساس کشش درآمدی، تقاضا برای گردشگری کالای نرمال است. متغیر قیمت کم کشش می‌باشد و همچنین عادات رفتاری گردشگران از عوامل تاثیرگذار بر تابع تقاضای گردشگری ایران است.

محمدی و همکاران (۱۳۸۹) با بکارگیری روش OLS عوامل موثر بر تقاضای گردشگری ایران را طی دوره زمانی ۱۳۷۰-۱۳۸۸ بررسی کردند. نتایج تحقیق آنان بیانگر تاثیر معنادار تولید ناخالص ملی جهانی، تعداد گردشگران وارد شده به ایران و نرخ ارز واقعی بر تقاضای گردشگری و عدم تاثیر هزینه حمل و نقل می‌باشد.

دائی کریم زاده و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از الگوی خود توضیح با وقفه های گسترده (ARDL)<sup>۲</sup>، عوامل موثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۵-۱۳۸۹ را بررسی کردند. آنان دریافتند که متغیرهای درآمد واقعی سرانه، نرخ ارز بازار آزاد، درجه باز بودن اقتصاد تاثیر مثبت و شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در داخل و متغیر مجازی دوران انقلاب و جنگ تاثیر منفی بر تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی به ایران دارند.

اصلان و همکاران (۲۰۰۸)، با بهره‌گیری از داده‌های تابلویی پویا و روش GMM-DIFF، تابع تقاضای گردشگری خارجی کشور ترکیه از ۹ کشور مبدأ را طی دوره زمانی ۲۰۰۴-۱۹۹۵ برآورد کردند. بر اساس این مطالعه، تأثیر متغیر عادت رفتاری بر تقاضای گردشگری خارجی مثبت و معنادار بدست آمد و کشش تقاضا برای گردشگری نسبت به متغیر هزینه‌ی زندگی از سایر کشش‌ها بیشتر شد.

آلن<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، با استفاده از روش هم‌انباشتگی جوهانسون و داده‌های سه ماهه از سال ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۶، روابط علی کوتاه‌مدت و بلندمدت عوامل اقتصادی و تقاضای گردشگری در استرالیا را بررسی کردند. ایشان دریافتند که درآمد خانوار، قیمت مسکن، رستوران‌ها و بلیط‌های داخلی اثر قابل توجهی در کوتاه‌مدت بر تقاضا داشته است و در الگوی بلندمدت،

1. Time Varying Parameter
2. Autoregressive Distributed Lags (ARDL)
3. Allen

برخی از عوامل اقتصادی مؤثر بر گردشگری، در تضاد با نظریه‌های تقاضای مصرف‌کننده بودند.

چایتیب و چایوسری<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، رابطه بلندمدت بین تقاضای گردشگری تایلند و متغیرهای اقتصادی، مانند: GDP، نرخ هزینه حمل و نقل و نرخ ارز در طول سال‌های ۲۰۰۷-۱۹۸۶ را بررسی کردند. ایشان با استفاده از روش داده‌های تابلویی و هم‌انباشتگی و حداقل مربعات معمولی اصلاح شده<sup>۲</sup>، نشان دادند که رشد درآمد ملی و نرخ ارز تأثیر مثبت بر تعداد گردشگران ورودی دارد.

حیبی و عباس‌نژاد (۲۰۱۱)، با استفاده از روش گشتاور تعمیم یافته، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری مالزی طی دوره‌ی زمانی ۲۰۰۷-۱۹۹۸ را بررسی کردند. ایشان دریافته‌اند که درآمد، ظرفیت محل‌های اسکان (اتاق‌های هتل‌ها) و ثبات سیاسی اثرات مثبت بر تقاضای گردشگری دارد و ظرفیت اقامت، مهم‌ترین عامل جذب گردشگری است.

کسنان<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۲)، با استفاده از مدل جاذبه و داده‌های تابلویی طی دوره‌ی زمانی ۲۰۱۰-۲۰۰۲، عوامل تقاضای گردشگری مالزی و ۲۴ کشور مبدأ عمده را بررسی کردند. ایشان با توسعه‌ی مطالعه‌ی اسماعیل و سامدین<sup>۴</sup> (۲۰۱۰) نشان دادند که افزایش اندازه بازار در دو کشور مبدأ و مقصد (با زبان و مرز مشترک) بر تقاضای گردشگری تأثیر مثبت دارد. همچنین آنان دریافته‌اند که میزان اثرگذاری متغیرهای نرخ ارز و هزینه زندگی بر تابع تقاضای گردشگری مالزی یکسان است.

ابراهیم (۲۰۱۳)، با استفاده از داده‌های تابلویی تابع تقاضای گردشگری مصر را طی دوره‌ی زمانی ۲۰۰۸-۱۹۹۰ برآورد کردند. ایشان نشان دادند که عواملی مانند درآمد، قیمت‌های نسبی، درجه باز بودن تجارت و نرخ واقعی مؤثر ارز از نظر آماری معنادار بوده و مطابق با تئوری تقاضا عمل می‌کنند در حالی که، اثر جمعیت مغایر با تئوری بوده و علامت ضریب این متغیر منفی بدست آمد.

1. Chaitip and Chaiboonsri

2. Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS)

3. Kosnan

4. Ismail and Samdin

کاسنی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، با استفاده از آزمون‌های اثرات ثابت و تصادفی، به بررسی تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی به مالزی از کشورهای سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (OECD) مبدأ طی دوره زمانی ۲۰۰۹-۱۹۹۵ پرداختند. آنان دریافتند که گردشگران نسبت به تغییرات قیمت حساس هستند و اثرگذاری عوامل غیراقتصادی مانند بحران‌های اقتصاد جهانی و گسترش بیماری سارس بر تقاضای گردشگری قابل توجه است.

سرا<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۴)، به تحلیل مقایسه‌ای تقاضای مقصد گردشگری پرتغال از کشورهای مبدأ پرداختند، آنان با بکارگیری روش گشتاور تعمیم‌یافته طی دوره زمانی ۲۰۱۱-۲۰۰۰، نشان دادند که متغیرهای درآمد سرانه، نرخ بیکاری و مصرف نهایی خانوار به عنوان متغیرهای اصلی در مناطق مختلف کشور پرتغال شناخته شده‌اند. همچنین در برخی از مناطق کشش درآمد سرانه مقدار قابل توجهی بوده، که بیانگر لوکس بودن گردشگری است.

با وجود مطالعات متعدد درباره تقاضای گردشگری، مطالعه‌ای در خصوص تقاضای گردشگری حوزه خزر انجام نشده است. این در حالی است که کشورهای این منطقه مهم می‌توانند با تعامل مؤثر و نیز توجه به عوامل مؤثر بر گردشگری منطقه، گردشگری منطقه را هر چه بیشتر توسعه دهند و از منافع این صنعت که به طلای سبز تعبیر شده است، بهره‌مند گردند.

سازماندهی مقاله به این صورت است که بعد از مقدمه و پیشینه تحقیق، در بخش سوم مبانی نظری تحقیق ارائه شده است. بخش چهارم، به برآورد الگو و تحلیل داده‌ها اختصاص دارد. جمع‌بندی و توصیه‌های سیاستی در بخش پنجم ارائه شده است. فهرست منابع و مأخذ در انتهای مقاله آمده است.

### مبانی نظری

نکته مهم و پیچیده‌ی ماهیت چندبعدی گردشگری، در پیچیدگی‌های تقاضای گردشگری منعکس شده است. مشخصاً، صنعت گردشگری به عنوان یک سیستم اقتصادی عرضه و تقاضا در نظر گرفته می‌شود که در آن نیازهای گردشگران با تنوع گسترده‌ای از کسب و کارها و

1. Kusni

2. Serra

فروش کالاها و خدمات تامین می‌شود (شارپلی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). از نظر اقتصادی، گردشگران به عنوان مصرف‌کننده هستند و انتظار آن می‌رود که رفتار این گروه در بازار گردشگری بتواند با استفاده از نظریه‌های مصرف‌کننده و تقاضا تجزیه و تحلیل شود. مشخصاً، هدف گردشگر بدست آوردن حداکثر مطلوبیت و رضایت از سفر است. این رضایت و مطلوبیت می‌تواند شامل دیدن مناظر جدید، ملاقات با دیگر فرهنگ‌های قومی، زیارت، اوقات فراغت، ورزش، آرامش یا اهداف کسب و کار، از جمله اشتغال و مسائل کار باشد. این گروه برای رسیدن به اهداف خود با برخی از محدودیت‌ها، مانند: محدودیت درآمد، زمان و دانش در مورد اهداف اجتماعی و سیاسی مواجه هستند. از این رو بر اساس مبانی نظری اقتصاد خرد، تابع تقاضای گردشگری از حداکثر کردن تابع مطلوبیت با توجه به محدودیت بودجه حاصل می‌شود. اگر برای سهولت بحث فرض کنیم که مصرف‌کننده در یک فضای دو کالایی، کالای گردشگری  $q^{\text{tourism}}$  و یک کالای دیگر  $q^0$  را به عنوان نماینده سایر کالاها و خدمات مصرف نماید، در آن صورت تابع تقاضای گردشگری از حداکثر کردن تابع مطلوبیت فرد مصرف‌کننده نسبت به قید بودجه به صورت زیر بدست می‌آید:

$$\begin{aligned} \text{Max:} \quad & u = u(q_t^{\text{tourism}}, q_t^0) \\ \text{st:} \quad & Y_t^0 - (P_t^{\text{tourism}} q_t^{\text{tourism}} + P_t^0 q_t^0) \leq 0 \end{aligned} \quad (1)$$

پس از تشکیل تابع لاگرانژ و مشتق‌گیری مرتبه اول از تابع لاگرانژ نسبت به  $q^0$  و  $q^{\text{tourism}}$ ، تابع تقاضای گردشگری و تابع تقاضای سایر کالاها استخراج می‌شود. تابع تقاضای بدست آمده از حداکثر نمودن مطلوبیت مصرف‌کننده، تابع تقاضای معمولی گردشگری بوده که تابعی از قیمت کالا و خدمات گردشگری، قیمت سایر کالاها و سطح درآمد می‌باشد. بدین ترتیب، تابع تقاضای گردشگری به شکل زیر استخراج می‌شود (پاینه و مروار، ۲۰۱۰):

$$q^{\text{tourism}} = f(P^{\text{tourism}}, P^0, Y, \dots) \quad (2)$$

با توجه به ادبیات نظری مطالعات پیشین، جریان گردشگری بین کشور مبدأ و مقصد به صورت تابع تقاضا تعریف می‌شود که محصول این تابع، تعداد کل افراد متمایل به سفر در یک دوره‌ی خاص از زمان می‌باشد. از دیدگاه کشور دریافت‌کننده‌ی گردشگر، تقاضای گردشگری

1. Sharpley

2. Payne and Mervar

نشان‌دهنده‌ی مجموعه‌ای از کالاها و خدمات است که بازدیدکنندگان در طول یک دوره خاص از مدت اقامتشان بدست می‌آورند (پروینسا و سوکیازیس، ۲۰۰۵). سونگ و ویت (۲۰۰۰) تقاضای گردشگری را به صورت میزانی از مجموعه محصولات گردشگری تعریف می‌کنند که مصرف کنندگان مایلند در طول یک دوره خاص از زمان و تحت شرایط خاصی که توسط عوامل توضیحی مورد استفاده در معادله‌ی تقاضا کنترل می‌شود، کسب کنند. در این زمینه استاکا<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) بیان می‌کند که در اکثر مطالعات تجربی، جریان گردشگری بین‌المللی به صورت تابع تقاضای  $Q=f(Y,P)$  در نظر گرفته شده است که در آن  $Q$  تقاضای گردشگری،  $Y$  درآمد سرانه کشور عرضه‌کننده گردشگری و  $P$  نیز نشانگر شاخص قیمت نسبی می‌باشد. درآمد (سرانه) به عنوان مهم‌ترین عامل مؤثر بر تصمیم افراد برای سفر و طول اقامت آنان است. ویت و ویت (۱۹۹۲) مطرح می‌کنند که گردشگری یک کالای لوکس است و بنابراین، تقاضای گردشگری واکنش قابل توجهی به تغییر درآمد نشان می‌دهد. اثر قیمت بر تقاضای گردشگری مبتنی بر قانون تقاضا در اقتصاد خرد است.

البته از دیدگاه کشور مبدأ، افزایش سطح قیمت‌های داخلی، قدرت خرید مسافران بالقوه و در نتیجه، تقاضای گردشگری را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر، افزایش در سطح قیمت کشور مقصد مانع ورود گردشگران به این محل شده و یا موجب می‌شود آنان در تقاضای بعدی خود، مکان‌های رقابتی ارزان‌تر را انتخاب کنند. بنابراین، دو نوع قیمت در تابع تقاضای گردشگری در نظر گرفته می‌شود: اولی قیمت نسبی بین کشورهای مقصد و مبدأ است. دومی قیمت نسبی بین مقصدهای رقابتی مختلف است که ناشی از اثر جانشینی قیمت می‌باشد.

همچنین تغییر نرخ ارز بر قدرت نسبی خرید و بنابراین، تقاضای گردشگری مؤثر است؛ به گونه‌ای که با افزایش نرخ ارز و افزایش قدرت خرید پول مبدأ، ممکن است افراد بیشتری برای مسافرت به کشور مقصد انگیزه پیدا کنند. برخی از مطالعات تجربی نیز از متغیر نرخ واقعی ارز

1. Proenca and Soukiazis

2. Song and Witt

3. Stučka



که در بر دارنده هر دو عامل قیمت نسبی و نرخ اسمی ارز است، به عنوان عامل مؤثر بر تقاضای گردشگری استفاده کرده‌اند (مارتین و ویت، ۱۹۸۷؛ کری<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱؛ مورلی<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳؛ حبیبی و همکاران، ۲۰۰۹). تارنر<sup>۳</sup> و همکاران (۱۹۹۸) متغیر حجم تجارت را در تابع تقاضای گردشگری وارد کردند. در این رابطه تارنر و ویت (۲۰۰۱)، سونگ و همکاران (۲۰۰۳) معتقدند که جریان گردشگری به دلایل مختلف از جمله کسب و کار صورت می‌گیرد. همچنین، باز بودن تجارت به معنای فضای بازتر برای جریان گردشگری می‌باشد. اثر متغیرهای مهم مؤثر بر تقاضای گردشگری با فرض ثبات اقتصادی است. بدیهی است که با وجود بی‌ثباتی اقتصادی، ممکن است انگیزه گردشگران برای حضور در کشورهای مقصد محدود گردد.

### برآورد الگو و تحلیل داده‌ها

در تحقیق حاضر، برای ارزیابی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری از الگوی زیر استفاده شده است:

$$LTOUR_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 LGDP_{i,t} + \alpha_2 LREAL_{it} + \alpha_3 LISTA_{it} + \alpha_4 LTO_{it} + \varepsilon_{it}$$

(۱)

متغیرهای مورد استفاده در الگوی (۱)، در جدول (۱) معرفی شده‌اند.

جدول (۱): معرفی متغیرهای مورد استفاده در الگوی (۱) تحقیق حاضر

متغیر	شرح	مأخذ جمع‌آوری داده
LTOUR	لگاریتم مخارج گردشگری	بانک جهانی (۲۰۱۶)
LGDP	لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه (ثابت ۲۰۰۵)	آنکتاد <sup>۴</sup> (۲۰۱۶)
LREAL	لگاریتم نسبت نرخ ارز واقعی کشور مقصد به مبدأ	بانک جهانی (۲۰۱۶)
LISTA	لگاریتم بی‌ثباتی اقتصادی	بانک جهانی (۲۰۱۶)
LTO	لگاریتم مجموع صادرات و واردات بر GDP	آنکتاد (۲۰۱۵)

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

1. Carey
2. Morley
3. Turner
4. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

همان گونه که در الگوی (۱) مشاهده می‌شود، تولید ناخالص داخلی سرانه یکی از متغیرهای توضیحی است که معمولاً در برآورد تابع تقاضای گردشگری استفاده می‌شود، و بیانگر فرضیه برابری قدرت خرید، توانایی مخارج و استاندارد زندگی در کشورهای مبدأ می‌باشد. براساس نتایج مطالعات متعدد (کروچ<sup>۱</sup>، ۱۹۹۵؛ استبلر<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۹؛ سیتارام<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰؛ سمیرال<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲) انتظار می‌رود که علامت تولید ناخالص داخلی مثبت باشد و این یعنی گردشگری به عنوان یک کالای لوکس عمل می‌کند. یکی از عوامل مؤثر دیگر بر تقاضای گردشگری که میزان اثرگذاری آن به تعاملات بین‌المللی کشور در این بخش بستگی دارد، نرخ واقعی ارز است. مشخصاً، این عامل با افزایش قدرت خرید گردشگر خارجی می‌تواند به توسعه گردشگری کمک کند. برخی مطالعات انجام شده نیز، اثر نرخ واقعی ارز بر گردشگری را مثبت برآورد کرده‌اند (چایتیب و چایبوسری، ۲۰۰۹؛ کسنان و همکاران، ۲۰۱۲؛ لوگانان<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۳). بی‌ثباتی اقتصادی و نااطمینانی بر مبنای وجود نوسانات تولید صورت می‌گیرد که باعث کاهش کارایی ساز و کار قیمت‌ها شده و اثر منفی بر تقاضای گردشگری اعمال می‌کند. بر اساس مطالعات تجربی پیشین (تارنر و ویت، ۲۰۰۱؛ سونگ و همکاران، ۲۰۰۳؛ ابراهیم، ۲۰۱۳) باز بودن تجارت نیز به عنوان یک کاتالیزور مهم برای رشد و توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد دیده شده است. به طوری که می‌تواند دسترسی به بازار کالاها و خدمات خود را افزایش دهد و قیمت‌های داخلی را کاهش داده و کیفیت محصولاتش را بالا ببرد. از این رو باز بودن تجارت اثر مثبت بر تقاضای گردشگری دارد.

در تحقیق حاضر ابتدا برای محاسبه‌ی نوسان تولید ناخالص داخلی به عنوان شاخص نااطمینانی و بی‌ثباتی اقتصادی از مدل ناهمسانی واریانس شرطی خودرگرسیون عمومی (GARCH) استفاده شده است و همچنین الگوی طراحی شده در این مطالعه بر اساس نظریه اقتصادی کلاسیک است که فرض می‌شود عامل درآمد و قیمت نقش مهمی در تعیین تقاضا برای گردشگران بین‌المللی دارند.

1. Crouch
2. Stabler
3. Seetaram
4. Smeral
5. Loganathan

همان طور که مشاهده می‌شود، الگوی (۱) برای کشورهای منتخب حوزه دریای خزر طی دوره زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۰ برآورد شده است. برای شروع تخمین این الگو، لازم است مانایی متغیرها از طریق آزمون لوین، لین و چو مورد بررسی قرار گیرد. نتایج آزمون یاد شده در جدول شماره (۲) ارائه شده است.

جدول شماره (۲): بررسی مانایی متغیرهای به کار رفته در الگوی (۱) با آزمون لوین، لین و چو، طی دوره‌ی زمانی (۲۰۱۳-۲۰۰۰)

متغیرها	* (احتمال)	آماره
لگاریتم مخارج گردشگری	(۰/۰۲۲۰)	-۲/۰۱۴۶
لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه	(۰/۰۰۰۰)	-۳/۹۶۵۴
لگاریتم نرخ ارز واقعی نسبی	(۰/۰۰۰۷)	-۳/۲۰۷۱
لگاریتم بی‌ثباتی اقتصادی	(۰/۰۰۲۵)	-۲/۸۰۹۷
لگاریتم درجه باز بودن تجارت	(۰/۰۰۲۵)	-۲/۸۱۳۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر با استفاده از نرم افزار Stata

\*مقادیر داخل پرانتز مربوط به ارزش احتمال متغیر می‌باشد.

بر اساس اطلاعات جدول (۲)، تمامی متغیرهای بکار رفته در الگو در سطح  $I(0)$ ، مانا می‌باشند؛ از این رو رگرسیون منتخب کاذب نیست. از آنجا که در مطالعات مبتنی بر داده‌های تابلویی احتمال بروز مشکل ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی وجود دارد، بنابراین قبل از تخمین الگو، برای بررسی وجود یا عدم وجود ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی به ترتیب از

1. Heteroskedasticity Test
2. Autocorrelation Test

آزمون‌های نسبت درست‌نمایی<sup>۱</sup> (LR) و وولدریج<sup>۲</sup> استفاده شده است. نتایج این آزمون‌ها در جدول (۳) گزارش شده است.

جدول (۳): نتایج آزمون نسبت درست‌نمایی و وولدریج الگوی (۱) طی دوره‌ی زمانی (۲۰۱۳-۲۰۰۰)

۴۱/۶۲	مقدار آماره‌ی آزمون (نسبت درست‌نمایی)
۰/۰۰۰۰	احتمال
۲/۳۳۲	مقدار آماره‌ی آزمون (وولدریج)
۰/۱۸۷۳	احتمال

منبع: محاسبات تحقیق با استفاده از نرم افزار Stata

نتایج حاصل از جدول (۳)، حاکی از وجود مشکل ناهمسانی واریانس و عدم وجود خود همبستگی می‌باشد. از این رو جهت رفع مشکل ناهمسانی واریانس، از روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS)<sup>۳</sup> استفاده شده است. نتایج برآورد عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در کشورهای منتخب حوزه دریای خزر طی دوره زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۰ در جدول (۴) ارائه شده است. بر اساس آماره F لیمر مندرج در این جدول، روش داده‌های تابلویی برای تخمین الگوی مناسب به نظر می‌رسد. همچنین با توجه به آزمون هاسمن<sup>۴</sup>، بهتر است الگوی (۱) به روش اثرات ثابت<sup>۵</sup> برآورد شود.

1. Likelihood-ratio Test
2. Wooldrige's Test
3. Generalised Least Squares (GLS)
4. Hausman Test
5. Fixed Effect

جدول شماره (۴): برآورد الگوی (۱) برای کشورهای منتخب حوزه دریای خزر طی دوره‌ی زمانی (۲۰۰۰-۲۰۱۳)

متغیرها	ضرایب	خطای معیار	Z	احتمال
لگاریتم تولید ناخالص داخلی (LGDP)	۲/۸۹۱	۰/۳۸۸	۷/۴۴	۰/۰۰۰
لگاریتم نرخ واقعی ارز (LREAL)	۱/۰۸۵	۰/۶۱۲	۱/۷۷	۰/۰۷۶
لگاریتم بی ثباتی اقتصادی (LISTA)	-۰/۴۳۸	۰/۱۵۴	-۲/۸۵	۰/۰۰۴
لگاریتم درجه باز بودن تجارت (LTO)	۱/۶۱۷	۰/۳۰۷	۵/۲۶	۰/۰۰۰
Wald (کای دو)	۹۵۳/۰۷	-----		۰/۰۰۰
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۸۸		
F-لیمر	۵۳/۳۵	-----		۰/۰۰۰
هاسمن	۱۰/۰۰	-----		۰/۰۴۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر با استفاده از نرم افزار Stata

همانگونه که در جدول (۴) مشاهده می‌شود، تمامی ضرایب معنادار هستند و دارای علامت مورد انتظار و موافق با تئوری‌های اقتصادی می‌باشند. همچنین، مقدار  $R^2 = ۰/۸۸$  نشان می‌دهد که متغیرهای توضیحی مورد نظر حدود ۸۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. به دلیل این که تابع مذکور دارای شکل لگاریتمی است ضرایب متغیرهای توضیحی، حساسیت و کشش متغیر وابسته به آن را بیان می‌کند. از آن جا که درآمد سرانه متغیری است که معمولاً در

توضیح تقاضای گردشگری به کار می‌رود و تغییر در درآمد گردشگری می‌تواند باعث تغییر در تقاضا برای کالاها و خدمات شود؛ افزایش در درآمد سرانه، قدرت خرید مصرف کننده را بالا برده و بنابراین باعث افزایش مصرف برخی از تولیدات می‌شود. از این رو بر اساس نتایج جدول (۴)، کشش برآورد شده برای متغیر درآمد سرانه علامت مثبت و بیشتر از دو به دست آمده است. بنابراین، گردشگری در این مناطق به عنوان یک کالای لوکس در نظر گرفته شده است. ضریب متغیر درآمد سرانه بیانگر این است که یک درصد افزایش در درآمد سرانه (با فرض ثابت بودن سایر شرایط) تقاضای گردشگری را تقریباً  $2/891$  درصد افزایش می‌دهد و ضریب متغیرهای نرخ واقعی ارز و آزادسازی تجاری برای کشورهای منتخب مثبت و معنادار و بیشتر از یک برآورد شده است. بطوریکه با یک درصد افزایش در نرخ واقعی ارز و آزادسازی تجاری تقاضای گردشگری به ترتیب،  $1/085$  و  $1/617$  درصد افزایش می‌یابد. همچنین بر اساس نتایج جدول (۴)، ضریب متغیر بی‌ثباتی اقتصادی منفی برآورد شده است. بدین ترتیب که با افزایش یک درصد بی‌ثباتی اقتصادی حدود  $0/438$  درصد تقاضای گردشگری کاهش می‌یابد. نتایج برآورد شده بیانگر این است که همه متغیرها از جمله متغیرهای درآمد سرانه، نرخ واقعی ارز و آزادسازی تجاری به عنوان عوامل توضیحی مهم در تقاضای گردشگری کشورهای حوزه دریای خزر شناخته شده‌اند.

### جمع‌بندی و توصیه‌های سیاستی

هدف از انجام مطالعه حاضر بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در کشورهای منتخب حوزه دریای خزر طی دوره زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۰ است. برای این منظور از روش داده‌های تابلویی بهره گرفته شده است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که کشش درآمدی برآورد شده مثبت و بزرگتر از دو است. بنابراین، گردشگری در این مناطق جزء خدمات لوکس محسوب می‌شود. مفهوم سیاستی این نتیجه چنین است که به منظور جذب گردشگران بیشتر در این کشورها عرضه‌کنندگان محصولات و خدمات گردشگری باید کیفیت خدمات خود را بهبود و نام تجاری خود را ارتقا دهند. همچنین افزایش نرخ واقعی ارز، کاهش هزینه زندگی و ارزش پول ملی، تقاضای گردشگری به این کشورها را افزایش می‌دهد. مشخصاً با توجه به حساسیت

گردشگران به تغییر نرخ واقعی ارز، سیاست‌گذاران و تهیه‌کنندگان باید نظارت دقیقی بر کار تمام ارائه‌دهندگان خدمات گردشگری داشته باشند تا اطمینان حاصل شود که آن‌ها خدمات خود را به صورت غیرمنطقی قیمت‌گذاری نمی‌کنند. نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد که آزادسازی تجاری تأثیری مثبت بر تقاضای گردشگری در این مناطق دارد، از آن جایی که حجم تجارت گردشگری خود عاملی وابسته به حجم تجارت کل می‌باشد، بنابراین، توسعه تجارت در این کشورها می‌تواند منجر به افزایش تقاضا در گردشگری شود. در نهایت، نتایج مطالعه نشان می‌دهد که ثبات اقتصادی مقصد گردشگری برای گردشگران مهم تلقی می‌شود. بنابراین، سیاست‌گذاران ضمن آگاهی از اثرات منفی بی‌ثباتی اقتصادی بر تقاضای گردشگری، باید امنیت اقتصادی را برای گردشگران فراهم کنند. در این صورت، افزایش تقاضای گردشگری زمینه لازم را برای ورود سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به حوزه گردشگری فراهم می‌کند و این حلقه مثبت به نفع رشد و توسعه اقتصادی تداوم می‌یابد.

## منابع

- دائی کریم‌زاده، سعید؛ قبادی، سارا و فرودستان، نسیم (۱۳۹۲). عوامل موثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران: رهیافت خود توضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL). مطالعات مدیریت گردشگری. ۸(۲۳)، ۱۵۴-۱۳۱.
- رسولی، اسماعیل (۱۳۸۲). تخمین تابع تقاضای جهانگرد ورودی به ایران. مطالعات مدیریت گردشگری. ۱(۲)، ۹۵-۱۱۵.
- محمدزاده، پرویز؛ بهبودی، داود؛ ممی‌پور، سیاب و فشاری، مجید (۱۳۸۹). تفکیک تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب با استفاده از رهیافت TVP. اقتصاد مقداری. ۲(۷)، ۱۴۹-۱۷۱.
- محمدی، تیمور؛ کریمی، مجتبی؛ نجارزاده، نگین و شاه‌کرم‌اوغلی، معصومه (۱۳۸۹). عوامل موثر بر تقاضای گردشگری در ایران. علوم اقتصادی. ۳(۱۰)، ۵۱-۲۷.
- Allen, D., Yap, G., & Shareef, R. (2009). Modelling interstate tourism demand in Australia: A cointegration approach. *Mathematics and Computers in Simulation*, 79(9), 2733-2740.
- Aslan, A., Kaplan, M., & Kula, F. (2008). International Tourism Demand for Turkey: A dynamic panel data approach” *MPRA (Munich Personal RePEc Archive)* Paper No. 10601.
- Brida, J. G., & Risso, W. A. (2009). A dynamic panel data study of the German demand for tourism in South Tyrol. *Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 305-313.
- Carey, K. (1991). Estimation of Caribbean tourism demand: Issues in measurement and methodology. *Atlantic Economic Journal*, 19(3), 32-40.
- Chaitip, P., & Chaiboonsri, C. (2009). A Panel Cointegration Analysis: Thailand's International Tourism Demand Model. *of The University of Petrosani Economics*, 129.
- Crouch, G. I. (1995). A meta-analysis of tourism demand. *Annals of tourism research*, 22(1), 103-118.
- Eugenio-Martin, J. L., Martin-Morales, N., & Sinclair, M. T. (2008). The role of economic development in tourism demand. *Tourism Economics*, 14(4), 673-690.
- Garín-Muñoz, T., & Montero-Martín, L. F. (2007). Tourism in the Balearic Islands: A dynamic model for international demand using panel data. *Tourism management*, 28(5), 1224-1235.



- Garín-Munz, T. (2006). Inbound international tourism to Canary Islands: a dynamic panel data model. *Tourism management*, 27(2), 281-291.
- Habibi, F., & Abbasianejad, H. (2011). Dynamic Panel Data Analysis of European Tourism Demand in Malaysia. *Iranian Economic Review*, 15(29), 27-41.
- Habibi, F., Rahim, K. A., Ramchandran, S., & Chin, L. (2009). Dynamic model for international tourism demand for Malaysia: Panel data evidence. *International Research Journal of Finance and Economics*, 33, 207-217.
- Ibrahim, M. A. (2013). The determinants of international tourism demand for Egypt: panel data evidence. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, ISSN, 1450-2275..
- Kosnan, S. S. A., Ismail, N. W., & Kaniappan, S. R. (2012). Demand factors for international tourism in Malaysia: 1998–2009. *Prosiding Perkem VII*, 1(1), 44-50.
- Kusni, A., Kadir, N., & Nayan, S. (2013). International tourism demand in Malaysia by tourists from OECD countries: a panel data econometric analysis. *Procedia Economics and Finance*, 7, 28-34.
- Leitão, N. C. (2010). Does trade help to explain tourism demand? The case of Portugal. *Theoretical and Applied Economics*, 17(3), 63–74.
- Loganathan, N., Han, A. S., & Kogid, M. (2013). Demand for Indonesia, Singapore and Thailand Tourist to Malaysia: Seasonal Unit Root and Multivariate Analysis. *International Journal of Economics and Empirical Research*. 1(2),15-23.
- Martin, C. A., & Witt, S. F. (1987). Tourism demand forecasting models: Choice of appropriate variable to represent tourists' cost of living. *Tourism management*, 8(3), 233-246
- Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33(3), 603-610.
- Morley, C. L. (1993). Forecasting tourism demand using extrapolative time series methods. *Journal of Tourism Studies*, 4(1), 19-25.
- Naudé, W. A., & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis. *Tourism Economics*, 11(3), 365-391.
- Payne, J. E., & Mervar, A. (2010). Research note: The tourism–growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16(4), 1089-1094.
- Proenca, S. A., & Soukiazis, E. (2005). Demand for tourism in Portugal: A panel data approach. *Coimbra, Portugal: Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra*.

- Sakai, M., Brown, J., & Mak, J. (2000). Population aging and Japanese international travel in the 21st century. *Journal of Travel Research*, 38(3), 212-220.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., & Pérez-Rodríguez, J. V. (2011). Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis. *Empirical Economics*, 41(2), 533-554.
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.
- Seetaram, N. (2010). Use of dynamic panel cointegration approach to model international arrivals to Australia. *Journal of Travel Research*, 49(4), 414-422.
- Serra, J., Correia, A., & Rodrigues, P. M. (2014). A comparative analysis of tourism destination demand in Portugal. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(4), 221-227.
- Sharpley, R. (2009). *Tourism development and the environment: Beyond sustainability?*. Earthscan.
- Smeral, E. (2012). International tourism demand and the business cycle. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 379-400.
- Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism demand modelling and forecasting: Modern econometric approaches*. Routledge.
- Song, H., Witt, S. F., & Li, G. (2003). Modelling and forecasting the demand for Thai tourism. *Tourism Economics*, 9(4), 363-387.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2009). *The economics of tourism*. Routledge.
- Stučka, T. (2002). *A comparison of two econometric models (OLS and SUR) for forecasting Croatian tourism arrivals*. Croatia National Bank.
- Surugiu, C., Leitão, N. C., & Surugiu, M. R. (2011). A panel data modeling of international tourism demand: Evidences for Romania.
- Turner, L. W., & Witt, S. F. (2001). Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modelling, revisited. *Tourism Economics*, 7(1), 21-38.
- Turner, L. W., Reisinger, Y., & Witt, S. F. (1998). Tourism demand analysis using structural equation modelling. *Tourism Economics*, 4(4), 301-323.
- Witt, S. F., & Witt, C. A. (1992). *Modeling and forecasting demand in tourism*. Academic Press Ltd.
- Yang, C. H., Lin, H. L., & Han, C. C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites. *Tourism management*, 31(6), 827-837.

Yang, Y. (2012). Agglomeration density and tourism development in China: An empirical research based on dynamic panel data model. *Tourism Management*, 33(6), 1347-1359.

UNCTAD (2015); United Nations Conference on Trade and Development, World Investment Report: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development.

UNWTO (2015); United Nations World Tourism Organization, UNWTO Tourism Highlights Edition.

World Bank (2015); World Development Indicators. Available at: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>.

WTO (2015); Yearbook of Tourism Statistics. Madrid: World Tourism Organization.

