

## مطالعه عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان گلستان

آنا محمد آقی ارکاکلی<sup>۱\*</sup>، محمود یحیی زاده فر<sup>۲</sup>، دیانا گندم فشان<sup>۳</sup>، ناهید اسمعیلی خان به بین<sup>۴</sup>  
۱ دانشجوی دکتری، رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آزادشهر (مرکز کلاله)، کلاله، ایران.  
۲ استاد گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه مازندران، مازندران، ایران.  
۳ دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران.  
۴ کارشناس ارشد مدیریت دولتی، گروه مدیریت و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد آزادشهر، آزادشهر، ایران.

### چکیده

هدف این مقاله تعیین عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان گلستان می باشد. اطلاعات مورد استفاده در این مقاله از نوع مقطعی است که شامل ۳۸۴ خانواده گردشگر داخلی است که در فروردین سال ۱۳۹۸، حداقل به مدت یک شب در استان گلستان اقامت داشته اند. نمونه مورد مطالعه در این مقاله بصورت نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده انتخاب و اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه شفاهی با سرپرست خانوار گردشگران و تکمیل پرسشنامه جمع آوری شد. در این تحقیق برای مشخص کردن وضعیت نمونه انتخاب شده از تحلیل توصیفی استفاده شد، و برای تخمین اثر عوامل مختلف بر روی تقاضای گردشگری داخلی، تحلیل استنباطی انجام گرفت. برای برآورد نتایج از بسته های نرم افزاری Spss و Eviews استفاده شد و برای تخمین تابع تقاضای گردشگر، از مدل سیستم تقاضای تقریباً ایده ال (AIDS) که به شکل مدل رگرسیون است، استفاده و رگرسیونهای مجزا برای تخمین تقاضای پنج کالای غذا، مسکن، ایاب وذهاب، بلیط بازدید از مراکز دیدنی و سوغات محاسبه گردید. نتایج نشان می دهد عوامل مختلفی همچون، خصوصیات خانوار گردشگر، نوع محل اسکان در مسافرت، نحوه ایاب وذهاب، نوع مسکن در شهر محل سکونت و فاصله شهر محل سکونت گردشگر با استان گلستان، بر تقاضای کالاهای گردشگری در استان گلستان تاثیر گذار می باشد.

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۲/۰۹  
تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۴/۱۲

### کلید واژه ها:

تقاضای گردشگر -  
گردشگری داخلی - سیستم  
تقاضای تقریباً ایده ال -  
AIDS استان گلستان

### مقدمه

صنعت گردشگری یکی از بزرگترین و پربازده ترین صنایع در دنیا است که به طور مستقیم و غیر مستقیم فعالیتهای اقتصادی را تحت تاثیر قرار میدهد. در سال های اخیر، گردشگری به عنوان یک منبع درآمد در تجارت جهانی و عامل مهمی در تنظیم ترازپرداختها و هم چنین ارزآوری و تقویت پول ملی مطرح بوده است. (مروت و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷۶). همچنین توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت های منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه اند، از اهمیت فراوانی برخوردار است (رنج پور و همکاران، ۱۳۹۰).

در کشور ایران با توجه به اینکه اقتصاد تک پایه ای و متکی به صادرات نفتی است، دولت حرکت از اقتصاد تک پایه ای به سوی اقتصاد متنوع و با ثبات را در برنامه کاری خود قرار داده است که یکی از این برنامه ها توسعه گردشگری است. طبق بیان شورای جهانی سفر و گردشگری، بیش از ۲۷۶ میلیون شغل در کل جهان بوسیله گردشگری ایجاد شده که ۱۰/۷ درصد کل شغل های جهان است. به سبب اشتغال جوانان در این صنعت، کشورهایی که با مشکلات ناشی از بیکاری دست و پنجه نرم می کنند از گردشگری به عنوان ابزاری برای برطرف کردن این مشکلات بهره می برند. (نظری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۱۶).

البته تاکید بر اهمیت صنعت گردشگری در ایران از آن جهت است که ایران از نظر دارا بودن جاذبه های گردشگری در ردیف ۱۰ کشور اول جهان قرار دارد و از نظر تنوع گردشگری جزئی ۵ کشور اول جهان و از نظر تنوع صنایع دستی جزئی سه کشور اول جهان می باشد. ایران پس از هندوستان بالا ترین رتبه گردشگری را در منطقه جنوب آسیا دارد (WTO, 2000). به نقل از زنگی آبادی و همکاران، (۱۳۸۵: ۱۳۲).

صنعت گردشگری با توجه به نوع گردشگران در دو بعد گردشگری داخلی و خارجی قابل تامل است. گردشگران خارجی با توجه به ورود ارز به کشور و تبدیل به پول ملی و یا مصرف مستقیم ارزها در حوزه های گردشگری می تواند درآمدهای ارزی کشور را بهبود بخشد. از این رو برای هر کشوری حضور گردشگر خارجی حائز اهمیت است. از سوی دیگر سهم قابل توجهی از گردشگران در هر کشور را گردشگران داخلی تشکیل می دهند. این قسم از گردشگران هر چند درآمد ارزی برای کشور ایجاد نمی کنند لیکن از منظر اشتغالزایی و صرف هزینه در مناطق گردشگر پذیر حائز اهمیت هستند. به عبارت دیگر میتوان گردشگر داخلی و خارجی را لازم و ملزوم یکدیگر دانست. در صورتی که کشورها در جذب هر دو نوع گردشگر موفق شوند می توانند از منافع مضاعف این صنعت بهره مند گردند (مومنی و غلامی پور، ۱۳۹۰).

مطابق با سند چشم انداز بیست ساله، کشور ایران می بایست در کلیه زمینه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در سطح منطقه، رتبه اول را کسب نماید که دستیابی به ۵/۱ درصد کل گردشگر و دو درصد کل درآمد گردشگری جهان از اهداف صنعت چشم انداز بیست ساله در ایران تلقی می شود (پورکازمی و رضایی، ۱۳۸۵). اگرچه گردشگری یک فعالیت بین المللی است اما بسیاری از افراد و سازمان ها در بازار محلی یا ملی در این بخش اشتغال دارند و در نتیجه گردشگری داخلی در چرخه اقتصاد ملی جایگاه ویژه ای دارد (لومسدن، ۱۳۸۰). از آنجایی که معمولی ترین شکل سفر آنهایی هستند که توسط اهالی یک کشور انجام می شوند ( کوپر و همکاران، ۱۳۸۰)، بنابراین نیاز به مطالعه گردشگری در سطح ملی و استانی جهت برنامه ریزی و مدیریت صحیح گردشگری جهت نیل به اهداف صنعت چشم انداز بیست ساله ایران بیش از پیش احساس می شود. نظر به اینکه ایران به دلیل داشتن جاذبه های تاریخی و فرهنگی جزو مکان های برتر گردشگری بوده و استان گلستان نیز یکی از زیباترین مکان های ایران و دارای پتانسیل بالا در جذب گردشگری است و همچنین به خاطر اینکه شناخت، توصیف، تجزیه و تحلیل تقاضای فعلی، یکی از مهم ترین گام ها برای سیاست گذاری در هر زمینه ای می باشد و به دلیل اینکه این امر در صنعت گردشگری به دلیل ساختار شکننده و حساس به تغییرات محیطی و همچنین در برگرفتن صنایع مختلف اهمیت ویژه ای دارد، در این مقاله به دنبال بررسی عوامل تاثیر گذار بر تقاضای گردشگری داخلی استان گلستان می باشیم.

## مبانی نظری تحقیق

### صنعت گردشگری، گردشگری و گردشگر:

صنعت گردشگری در تمامی کشورهای دنیا عامل مؤثر رشد و توسعه اقتصادی، درآمدزایی و ایجاد اشتغال است. صنعت گردشگری در رشد اقتصادی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم میگذارد. از آنجاکه گردشگری جزو بخشهای خدماتی است، درآمد آن در رشد اقتصادی تأثیر مستقیم میگذارد. از سوی دیگر، به سبب پیوندهای بسیاری که گردشگری با سایر بخشهای اقتصادی دارد، در صورت توسعه این صنعت سایر بخشهای اقتصادی نیز، که به آن کالا یا خدمت ارائه میدهند یا محصول آن را مصرف میکنند، همراه با آن توسعه خواهند یافت. (یعقوبی منظری و آقامیری، ۱۳۹۷: ۲۰). صنعت گردشگری آمیزه ای از فعالیت های مختلف است که به صورت زنجیره ای در جهت خدمت رسانی به گردشگران انجام میگردد. بنابراین گردشگری شامل تمامی پدیده ها و روابط حاصل از تعامل گردشگران، عرضه کنندگان و فروشندگان محصولات جهانگردی، دولت ها و جوامع میزبان در فرایند جذب و پذیرایی از گردشگران است. (مکینتاش

<sup>1</sup> World tourist organization

و همکاران، ۱۹۹۵). به منظور درک بهتر و بررسی دقیق تر صنعت گردشگری، تقسیم بندیهای مختلفی در خصوص اجزا و عوامل موثر بر آن صورت گرفته است. بر اساس همین تقسیم بندی ها دو رویکرد در بررسی عوامل موثر بر گردشگری وجود دارد. رویکرد اول، رویکرد تقاضا محور بوده و برگرفته از این فرض است که مقصد، برانگیزنده باورها و احساسات افراد بوده و نیاز آنها را برآورده می سازد. از سویی رویکرد عرضه محور در گردشگری بر خدماتی تمرکز دارد که برای بازدیدکنندگان یک مقصد طراحی و آماده شدهاند. این عناصر، با سیاستها و عملکرد بخشهای دولتی و خصوصی هدایت و کنترل می شوند. موفقیت و توسعه گردشگری در این رویکرد وابسته به شناسایی صحیح اجزاء و عناصر عرضه است (نصرالهی و همکاران، ۱۳۹۱).

گردشگری فعالیتی است که بین جوامع مختلف رایج بوده و شامل مسافرت و اقامت در یک مکان اقامتی است. (مروت و همکاران، ۱۳۹۷:۲۷۸). گردشگری معادل فارسی و کاملاً دقیق واژه توریسم در زبان های انگلیس، فرانسه و آلمانی است که به صورت مصطلح در زبان فارسی به گردشگری ترجمه شده است ریشه آن از اصلاح تورنس یونانی و لاتین گرفته شده که به سفر رفت و برگشت دلالت میکند. (محمودی میمند و همکاران، ۱۳۹۲:۱۲۴).

گردشگر، دیدار کننده ای که بیش از یک شب در مکانی اقامت کند و یا جزء بازدیدکنندگان روزانه نباشد، به عبارت دیگر طبق تعریف سازمان جهانی جهانگردی شخصی که به کشور یا شهری غیر از محیط زیست عادی خود، برای مدتی که کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از یک سال نباشد، سفر کند و منظور از سفرش تفریح، استراحت، ورزش، دیدار اقوام و دوستان، کسب و کار، ماموریت، شرکت در سمینار، کنفرانس یا اجلاس، معالجه، مطالعه و تحقیق یا فعالیتهای مذهبی باشد (لومسدن، ۱۳۸۰)

### انواع گردشگری و عوامل موثر تقاضای گردشگری:

گردشگری از بعد تقاضا به دو شکل صورت می گیرد:

- ۱- گردشگری داخلی: ساکنان یک کشور که فقط در داخل آن کشور مسافرت می کنند.
  - ۲- گردشگری خارجی: افراد ساکن یک کشور، که به خارج از آن کشور مسافرت می کنند (داس ویل ۱۳۷۸).
- گردشگری داخلی عبارت است از ساکنان یک منطقه خاص (کشور، استان، شهر) که فقط داخل آن منطقه مسافرت میکنند. مانند ایرانیانی که در داخل شهرهای یک کشور جابجا میشوند (ضیایی و تراب احمدی، ۱۳۹۳). در متون اقتصادی گردشگری، توجه کمتری به تقاضای گردشگری داخلی نسبت تقاضای گردشگری بین المللی شده است که علت آن نیز میتواند به اهمیت اقتصادی بالاتر، داده های در دسترس بیشتر و یا کیفیت بالاتر برگردد (آتاناسوپولوس و همکاران، ۲۰۰۸). این در حالی است که هنگامیکه گردشگری داخلی به خوبی پایه ریزی شده باشد، میتواند بهتر رشد کند و در بسیاری از مقاصد، گردشگری داخلی بسیار بیشتر از گردشگری بین المللی به درآمدزایی مقصد کمک میکند. بعنوان مثال، هزینه کرد گردشگران تفریحی داخلی استرالیا عموماً چهار الی پنج برابر بیشتر از هزینه کرد گردشگران بین المللی است (فرزین و همکاران، ۱۳۹۷:۱۲۴).

عوامل موثر بر تقاضای گردشگری را به سه دسته: متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای سمت عرضه و متغیرهای ارتباطی تقسیم می کنند. متغیرهای سمت تقاضا، متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبداء هستند که بر ترجیحات و انگیزه های گردشگران تأثیرگذار است. از جمله این متغیرها میتوان به انگیزه های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سن مردم و شرایط جغرافیایی اشاره نمود. متغیرهای سمت عرضه به مجموعه ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگرپذیر اطلاق می شود که بر ترجیحات و انگیزه های گردشگران برای ورود به منطقه ی گردشگرپذیر تأثیرگذار است که از آن جمله می توان به متغیرهای

اقتصادی منطقه گردشگری پذیر همانند سطح توسعه یافتگی و برخورداری از زیرساختهای بهداشتی اشاره نمود. در نهایت متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهایی اطلاق میشود که دو منطقه را با همدیگر مرتبط می نماید. (جانی و دنیاپین، ۱۳۹۶: ۳۴).

### جایگاه گردشگری داخلی در توسعه ملی:

اقتصاددانان از صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال زا نام می برند و توجه خاصی به این صنعت دارند لذا معتقدند توسعه صحیح گردشگری به لحاظ اقتصادی موجب افزایش ارز آوری می شود. صاحب نظران علم اقتصاد معتقدند اگر کشوری بتواند از پتانسیل ها استفاده کرده و چرخ های این صنعت را در کشورش به حرکت در آورد شاهد شکوفایی شگرفی در سطح اقتصاد کشور خواهند بود. (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۶). به بیان دیگر، در بسیاری از کشورها گردشگری راه اصلی و چه بسا تنها راه توسعه است (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷: ۲۷). گردشگری داخلی از خروج ارز جلوگیری میکند و افزون بر توازن ترازی پرداخت ها، به رفع مشکلات بیکاری یاری میرساند. درآمدهای حاصل از گردشگری داخلی حدود ده برابر گردشگری بین المللی برآورد گردیده است و نظر به نقش مهم آن در اقتصاد ملی، کشورها به این بعد گردشگری اهمیت فراوان می دهند ( کوپر و همکاران، ۱۳۸۰). تقاضای گردشگری داخلی نیز عبارت است از کالاها و خدماتی که گردشگران داخلی در طول مسافرت تقاضا می نمایند (صادقی و همکاران، ۱۳۸۴). عواملی مانند: کوتاهی فاصله ها، اشنایی با زبان، نبود مقررات عبور از مرز و تبدیل پول، اطمینان به امنیت ناشی از بومی بودن و صرفه جویی در هزینه های سفر، موجب گسترش توریسم داخلی می شود (زنگی آبادی و همکاران، ۱۳۸۵). به واقع توریسم داخلی یک ابزار موثر در دست برنامه ریزان اقتصاد ملی است و از این طریق با توزیع مجدد درآمدها و جریان بیشتر و سریع تر پول و ایجاد اشتغال بر مشکل بیکاری فائق آیند (رضوانی، ۱۳۸۲). گردشگری محرکی برای افزایش تولیدات جامعه، و سبب ایجاد فرصت های شغلی جدید برای افراد به خصوص جوانان می شود، همچنین موجب پیشگیری از مهاجرت و حفظ توان تولیدی در منطقه می گردد. (غنیان و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۷). گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد تاثیر می گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل آثار سررسز و یا دیگر آثار خارجی نشان می دهد. به عبارت دیگر، گردشگری می تواند بعنوان موتور محرک برای رشد اقتصادی عمل کند و رشد سایر فعالیتهای اقتصادی را نیز که با آن صنعت مرتبط هستند و به آن، کالا یا خدمت ارائه می دهند و یا محصول آن را مصرف می کنند به همراه داشته باشد (حسنوند و خداپناه، ۱۳۹۳: ۹۱).

بررسی وضعیت گردشگری در ایران و ملاحظه ی ارقام درآمدی ارزش حاصل از آن، حاکی از آن 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 آن که با توجه به اتکای بیش از حد اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و آسیب پذیری فراوان آن در اثر تغییرات قیمت نفت و سایر شوک های اقتصادی و غیر اقتصادی، توسعه ی صنعت گردشگری تا حد زیادی می تواند این آسیب پذیری را بکاهد و سیاست گذاران اقتصادی را نیز در فائق آمدن بر مشکلات جاری، از قبیل کمبود درآمدهای ارزی، پایین بودن سطح در آمد جامعه، پایین بودن صادرات غیر نفتی و مشکل بیکاری، کمک کند (عرب، ۱۳۹۳: ۶۴). با توجه به مطالب فوق و اهمیت گردشگری در ایجاد اشتغال و درآمد، گردشگری پاسخ مناسب و عنصر اساسی جهت فقر زدایی و کاهش مهاجرت، و ایجاد فرصت های شغلی در مناطق است و یکی از روشهای حل مشکلات اقتصادی محسوب می شود (همان منبع).

### سیستم تقاضای تقریباً ایده آل<sup>۱</sup> AIDS:

<sup>۱</sup> Almost Ideal Demand System

سیستم تقاضای تقریباً ایده آل از نوع تابع های انعطاف پذیر موضعی است که در سال ۱۹۸۰ برای نخستین بار توسط دیتون و مولبائتر<sup>۱</sup> ارائه شد. الگوی AIDS نسبت به سایر الگوهای معادلات تقاضا از قابلیت بسط و توسعه بیشتری برخوردار است. این الگو از فرم تابع مطلوبیت خاص تبعیت نمیکند. بلکه از گروه خاصی از ترجیحات به دست می‌آید. (یاوری و لعل، ۱۳۸۹). علت اهمیت و مفید بودن این مدل آن است که این مدل اولاً از چارچوب حداکثرسازی مطلوبیت استخراج میشود، ثانیاً تقریباً شرایط مرتبه اول حداکثرسازی مطلوبیت هر تابع تقاضای را تأمین میکند و سوم اصول موضوعه مربوط به ترجیحات مصرف کنندهها را تأمین میکند و در نهایت میتوان از آن به سادگی برای آزمون قیود مربوط به توابع تقاضا مانند همگنی و تقارن در نظریه تقاضا استفاده نمود. (بلانسیفورتی، ۱۹۸۶). لذا در این تحقیق از سیستم تقاضای تقریباً ایده آل استفاده می‌شود.

### پیشینه تحقیق:

مروت و سالم در سال ۱۳۹۷ مطالعه ایی تحت عنوان: بررسی عوامل اقتصادی - اجتماعی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری انجام دادند. در این تحقیق به منظور بررسی عوامل اقتصادی و اجتماعی مؤثر بر میزان تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری ایران از سیستم معادلات تقاضای تقریباً ایده آل استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان میدهد در بین متغیر اقتصادی اجتماعی، متغیرهای بعد خانوار و تعداد سال های تحصیل سرپرست خانوار بر تقاضای گردشگری اثر معنادار و منفی و متغیر سن سرپرست خانوار اثر معنی دار و مثبت دارد. همچنین تحریم های نفتی اثر معنی داری بر تقاضای گردشگری داخلی خانوارهای شهری ایرانی نداشته است اما اثر منفی و معنی دار بر تقاضای گردشگری خارجی این خانوارها دارد. بزازان و آزادانا (۱۳۹۷) در مقاله ایی به اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به قم (رویکرد داده ستانده دو منطقه ای) پرداختند. هدف اصلی محققین سنجش میزان اثربخشی گردشگری داخلی به استان قم بر اقتصاد استان قم و اقتصاد ملی با استفاده از رویکرد داده ستانده دو منطقه ای بود. پایه های آماری تحقیق عبارت بودند از: جدول داده ستانده ملی سال ۱۳۹۰، هزینه گردشگران داخلی استان قم و اشتغال بخشی استان قم. یافته های این پژوهش نشان میدهد با ورود گردشگران داخلی به استان قم در سال ۱۳۹۰، تولید استان به میزان ۵۶۲۵ میلیارد ریال (معادل ۱۶/۵ ستانده استان قم)، و اشتغال استان قم ۲۲۹۶۹ نفر (۰/۸ درصد کل اشتغال استان قم) افزایش یافته است. همچنین ورود گردشگران فوق در اقتصاد ملی به میزان ۷۵۳۲ میلیارد ریال تولید و ۲۶۱۶۳ نفر شغل ایجاد کرده است. جانی و دنیابین در سال ۱۳۹۶ تحقیقی تحت عنوان: بررسی عوامل مؤثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین استانی، انجام دادند. به منظور انجام این بررسی از رویکرد دادههای تابلویی و اطلاعات ۳۱ استان کشور برای دوره (۱۳۹۰-۱۳۹۳) استفاده شد. نتایج حاصل از برآورد الگوها نشان داد که عوامل طرف عرضه (تعداد اماکن اقامتی، تعداد تخت مراکز درمانی، اعتبارت دولتی، آزاد راهها) و برخی دیگر از جاذبه های گردشگری استانها (جاذبه های طبیعی و فرهنگی) بر تعداد گردشگران تأثیر مثبت و معنی دار دارند. همچنین طول اقامت گردشگران و فاصله جغرافیایی تأثیر منفی بر تعداد گردشگران دارد. ممی پور و عیدی (۱۳۹۶)، نقش گردشگری در سرعت همگرایی رشد ۱۸ استان ایران در طول دوره ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ را با استفاده از مدل پانل فضایی برآورد و به نقش گردشگری در سرعت همگرایی استان های فوق پرداختند. نتایج حاصل از مدل پانل فضایی آنها نشان داد که رشد اقتصادی استانهای منتخب دارای اثرات فضایی و مکانی بوده و رشد اقتصادی هر استان متأثر از استان های مجاور نیز است. همچنین گردشگری یکی از متغیرهای مؤثر بر رشد اقتصادی استان ها بوده و توسعه گردشگری می تواند سرعت همگرایی استان ها را افزایش دهد. زیاری و همکاران در سال (۱۳۹۶) در مقاله ایی با عنوان ارائه الگوی توسعه پایدار گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر لاهیجان)، به بررسی مفهوم گردشگری شهری و نقش و اهمیت آن در توسعه شهرها، در جهت ارائه الگویی پایدار در زمینه توسعه آن در شهرها پرداختند تا شهرها با بهره گیری از این عامل بتوانان، به توسعه ای پایدار و متکی بر تواناییهای خود دست یابند. نتایج حاصل نشان

<sup>1</sup> Deaton and Muellbauer (1980)

داد که، مؤلفه وجود تنوع مراکز تفریحی و گردشگری در شهر، بالاترین تناسب راهبردی را داراست و همچنین، مؤلفه های بهبود وضعیت اقتصادی کشور دارای بالاترین قدرت تأثیرگذاری بر اهداف تعیین شده در زمینه توسعه پایدار گردشگری شهر لاهیجان است. همچنین، نتایج نشان می‌دهد شهر بندر انزلی بزرگترین رقیب منطقه ای شهر لاهیجان محسوب می‌شود. مومنی و غلامی پور (۱۳۹۰)، در مقاله ای تحت عنوان تخمین تابع تقاضای گردشگری در استان های منتخب مدلی ارائه کردند که در این مدل متغیرهای تعداد گردشگران ورودی به استان، تعداد جاذبه های گردشگری استان، تعداد آژانس های مسافرتی و خدماتی گردشگری استان مقصد، شاخص کل کالا و خدمات مصرفی و نسبت قیمت هتل استان به درآمد سایر استان ها به عنوان متغیرهای توضیحی ارائه کردند. در این مدل تمامی ضرایب معنی دار هستند به غیر از متغیر قیمت هتل به درآمد سایر استانها همچنین نشان داده شد که متغیر شاخص کل کالا و خدمات مصرفی موثر ترین متغیر ها در میزان تقاضای گردشگری داخلی می‌باشند. ایواندیک و شواتالو (۲۰۱۸) در مطالعه ای تحت عنوان مشارکت صنعت گردشگری در اقتصاد کرواسی: رویکرد داده ستانده، نشان دادند که سهم صنعت گردشگری در تغییرات ساختاری و رشد، اقتصادی کشور کرواسی بسیار بالا و بین ۲/۱۴ درصد تا ۳/۱۶ درصد است. همچنین بر اساس جداول داده ستانده نشان دادند که بخش هتلداری و رستوران، خدمات حمل و نقل (اعم از جادهای، راه آهن، هوایی و دریایی) و فعالیتهای ورزشی و فرهنگی بیشترین پیوند را با صنعت گردشگری دارند و توسعه این بخشها سبب توسعه صنعت گردشگری میشود. کرونیبرگ و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در مطالعه خود با عنوان: ارائه چشم اندازی در خصوص سهم اقتصادی صنعت گردشگری: رویکرد داده - ستانده کشور سوئد، با استفاده از آمارهای سالهای ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۴ نشان دادند که صنعت گردشگری می تواند از یک طرف سبب تقویت ارتباطات اقتصادی میان بخشهای مختلف اقتصادی کشور سوئد شود و از سویی دیگر، از طریق درآمدزایی و ایجاد ارزش افزوده صنایع مرتبط با صنعت گردشگری و اشتغالزایی در این صنعت رشد اقتصادی این کشور را به همراه خواهد داشت. در نتیجه توجه به صنعت گردشگری برای کشور سوئد از اهمیت بسزایی در تولید و اشتغالزایی برخوردار است. وان ترانگ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه ای با عنوان استفاده از جداول داده ستانده برای تجزیه و تحلیل اهمیت صنعت گردشگری و حمل و نقل، به بررسی اهمیت صنعت گردشگری و حمل و نقل پرداختند. آنان نشان دادند که این دو صنعت رابطه مستقیمی با مؤلفه های اقتصاد کلان دارند و میتوانند بر سیاستهای توسعه ای اقتصاد کلان کشور تأثیر بگذارند. آنان با استفاده از جداول داده - ستانده ده صنعت برتر کشور ژاپن را برای رشد اقتصادی این کشور شناسایی کردند و نشان دادند که دو صنعت گردشگری و حمل و نقل به ترتیب در رتبه های اول و دوم قرار دارند. در نهایت، آنان با محاسبه ضرایب پسین و پیشین به این نتیجه رسیدند که این دو صنعت بر درآمدزایی و اشتغالزایی کشور ژاپن تأثیر گذارند. فابر و گابرت<sup>۴</sup> (2016) در مطالعه ای با عنوان، «توریسم و توسعه اقتصادی» رابطه بین صنعت گردشگری و توسعه اقتصادی را به اثبات رساند. وی نشان داد صنعت گردشگری، از آنجاکه با سایر صنایع کارخانه ای در ایالت کالیفرنیا امریکا طی سالهای ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۴ ارتباط تنگاتنگی دارد، موجب افزایش ارزش ملی و تقویت اقتصادی در این ایالت شده است. بنابراین رشد اقتصادی از نتایج مستقیم سرمایه گذاری در صنعت گردشگری در این کشور بوده است. بالی و همکاران<sup>۵</sup> (2016) با پیش بینی تقاضا در بازه ی ۲۰۱۰-1995 از 34 کشور عضو OECD به 52 کشور با درآمد متوسط و کم به بررسی نقش مهاجرت، شاخص کیفیت سازمانی و تجارت پرداخته اند. نتایج بیان می کنند که به جز کشورهای آفریقایی مهاجرت تأثیر تبلیغاتی بالایی برای کشور مبدا دارد که در نتیجه سبب افزایش جریان های گردشگری به آن می شود. همچنین کیفیت سازمانی در کنار متغیرهای آزادی و حقوق اجتماعی باعث می شود گردشگران بیشتری به کشور جذب شوند که این تأثیر نزدیک به 8 درصد سبب رشد تعداد گردشگران می شود. علاوه بر این جریان های مبادلات تجاری در کنار دیگر عوامل نقش مهم و ثابتی بر جریان های گردشگری بین

1 - Ivandic &amp; Sutalo

2 - Kronenberg

3 - Van Truong

4 - Faber&amp;Gaubert

5 - Balli

کشورها ایفا می‌کند. نونو کارلوس (۲۰۱۵) با استفاده از روش پنل پویا و آزمون ریشه واحد و مطالعه عوامل تقاضای گردشگری در کشور پرتغال طی سالهای 2004 تا 2013 نشان داد که متغیرهایی مانند قیمت‌های نسبی، درآمد سرانه، سرمایه انسانی و هزینه دولت تقاضای گردشگری بین‌المللی در کشور پرتغال را تحت تاثیر قرار می‌دهد. ویتوتاس و همکاران (۲۰۱۵) با استفاده از تحلیل ساختاری و نسبی وداده های آماری و بررسی کشور لیتوانا نشان دادند که عوامل کلان زیست محیطی یعنی عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی در توسعه گردشگری به عنوان یک صنعت سودآور نقش مهمی دارند. آدناسوپولاس<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳)، با استفاده از سیستم تقاضای تقریباً ایده ال به بررسی جایگزینی گردشگری داخلی و خارجی استرالیا پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که جایگزینی قابل توجهی در کشش تقاضای کوتاه مدت برای سفرهای داخلی و خارجی وجود دارد. لذا اهمیت توسعه گردشگری داخلی را برای سیاستگذاران مشخص می‌کند.

### روش شناسی تحقیق

در این تحقیق ابتدا یک تحلیل توصیفی به عمل می‌آید تا طی آن وضعیت موجود نمونه انتخاب شده مشخص شود. سپس تحلیل استنباطی انجام می‌شود که طی آن اثر عوامل مختلف بر روی تقاضای گردشگری داخلی، گردشگرانی که در فروردین ۱۳۹۸ از استان گلستان دیدن نموده‌اند، با استفاده از مدل رگرسیونی سیستم تقاضای تقریباً ایده ال (AIDS) تخمین زده می‌شود. برای برآورد نتایج از بسته های نرم افزاری Spss و Eviews استفاده می‌شود.

### فرضیه های تحقیق:

- در این مقاله به منظور تعیین عوامل تأثیرگذار بر گردشگری استان گلستان شش فرضیه زیر بررسی می‌شوند:
- ۱- ویژگیهای خانوار ( سن سرپرست خانوار ، سطح تحصیلات سرپرست خانوار، نوع شغل سرپرست و وضعیت اشتغال همسر ) بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.
  - ۲- تعداد افراد خانوار در مسافرت بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.
  - ۳- نوع محل اقامت گردشگران در استان گلستان بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.
  - ۴- افزایش درآمد خانوار بر تقاضای گردشگری اثر مثبت دارد.
  - ۵- نوع مسکن خانوار در شهر مبدأ، بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.
  - ۶- فاصله شهر مبدأ گردشگران تا استان گلستان بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.

### جامعه آماری:

در این مطالعه، گردشگران داخلی که از هر جای ایران به مقصد استان گلستان در فروردین ۱۳۹۸ مسافرت کرده‌اند و حداقل ۲۴ ساعت در آنجا اقامت داشته‌اند، بعنوان جامعه آماری معرفی می‌شوند. تعداد دقیق خانوارهای که به استان گلستان وارد شدند و حداقل یک شب در اقامت داشته‌اند به دلیل اقامت خیل عظیم آنان در مکانهای غیر از هتل و خانه های کرایه ایی و مسافرخانه و مهمانسراهای ادارات دولتی و... بصورت دقیق در دسترس نمی‌باشد.

### نمونه آماری:

<sup>1</sup> - Carlos Leitao, Nuno

<sup>2</sup>- Barkauskas, V-

<sup>3</sup> Athenasopoulos et al(2013)

تعداد خانوار های لازم برای پرسشگری در این جامعه آماری، با استفاده از فرمول کوکران در سطح معنی داری ۳۸۴،۹۰٪ خانوار تعیین گردید. این تعداد با استفاده از معادله زیر که مورد استفاده برای صحت حجم نمونه است به دست آمد (حافظ نیا، ۱۳۸۰). لذا حجم نمونه ۳۸۴ خانوار گردشگر محاسبه گردید.

$$n = \frac{t^2 \frac{p \cdot q}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 p \cdot q}{d^2} - 1 \right)}$$

### روش جمع آوری داده ها:

داده های جمع آوری شده در این تحقیق از نوع داده های مقطعی طبقه بندی شده است. که این داده ها از طریق مصاحبه حضوری با ۳۸۴ خانوار گردشگر، که در فروردین سال ۱۳۹۸ از استان گلستان دیدن نموده اند، جمع آوری شده است. این خانوارها بصورت تصادفی طبقه بندی شده برای مصاحبه و تکمیل پرسشنامه انتخاب گردیدند. علاوه بر اطلاعات به دست آمده از طریق مصاحبه حضوری، اطلاعاتی نیز از طریق مطالعه کتابخانه ای و بررسی تحقیقات انجام شده قبلی جمع آوری گردید.

### تجزیه و تحلیل داده ها:

تحلیل توصیفی داده ها:

با توجه به اطلاعات بدست آمده از گردشگران در استان گلستان به کمک نرم افزار Spss این اطلاعات به شرح زیر توصیف می شوند:

- ۱- در حدود ۶۵ درصد از سرپرست خانوار های گردشگران را افراد زیر ۴۵ سال تشکیل می دهد و درحقیقت اکثر خانواده های گردشگران افراد میانسال و جوان هستند.
- ۲- بیش از ۳۹ درصد از سرپرست خانوار گردشگران دارای تحصیلات دانشگاهی هستند. در حدود ۷۰ درصد از سرپرست خانوار گردشگران حداقل در حد متوسطه سواد دارند و این در حالی است که در بین سرپرست خانوارها افراد بی سواد دیده نشده است و لذا بطور کلی گردشگران از سطح سواد بالایی برخوردار هستند.
- ۳- تقریباً تمامی سرپرست خانوار گردشگران شاغل بوده اند و ۵۰ درصد از سرپرستان خانوار گردشگران دارای شغل دولتی هستند و ۵۰ درصد بقیه دارای شغل آزاد هستند. و لذا نصف کسانی که در فروردین ۱۳۹۸ از استان گلستان دیدن کرده اند، کارمندان دولت بوده اند و نصف دیگر کسانی بوده اند که شغل آزاد داشته اند.
- ۴- حدود ۱۸ درصد از همسر خانوار گردشگران شاغل بوده اند و تقریباً ۸۲ درصد غیر شاغل بوده اند (به تعداد ۳۱۳ نفر) که از این تعداد شاغل، حدود ۸۷ درصد شغل دولتی داشته اند و تنها در حدود ۱۳ درصد شغل آزاد داشته اند. و لذا اکثر همسران خانوار گردشگرانی که شاغل بوده اند، شغل دولتی داشته اند.
- ۵- میانگین تعداد فرزندان هر خانوار ۲ نفر می باشد. که ۲۰ درصد آنها کمتر از ۷ سال، ۶۴ درصد آنها بین ۷ تا ۱۵ سال، ۲۱ درصد آنها بین ۱۶ تا ۲۰ سال و تنها ۱۳ درصد آنها بالای ۲۰ سال سن دارند. لذا اکثر خانواده ها دارای فرزند کوچکتر از ۱۵ سال می باشند.
- ۶- در حدود ۷۹ درصد گردشگران با وسیله شخصی به استان گلستان مسافرت نموده اند. تنها ۲۱ درصد با اتوبوس عمومی به استان گلستان مسافرت نموده اند. و لذا اکثریت خانوار گردشگران با ماشین شخصی به استان گلستان مسافرت نموده اند.



۷- بیشتر گردشگران از چادر شخصی و هتل برای اسکان استفاده نموده اند. که آب و هوای مساعد استان گلستان در فصل تابستان دلیل سکونت بیشتر گردشگران در چادر های شخصی می تواند می باشد.

### تحلیل رگرسیونی:

در این مقاله به منظور تخمین اثر عوامل مختلف بر تقاضای گردشگری از مدل سیستم تقاضای تقریباً ایده آل استفاده شد که این معادله بطور مجزا برای تقاضای گردشگری کالاهای (خدمات) غذا، مسکن، ایاب و ذهاب، تفریحات و سوغات در مسافرت به گلستان تخمین زده می شود که عبارت است از:

$$W_i^k = \alpha_i + \sum_{j=1}^n rijLnpj + \beta_i(Lnx^k - \ln p) \quad \text{معادله (۱)}$$

$$i = 1 \dots n, j = 1 \dots m$$

که در آن  $W_i^k$  سهم بودجه کالای  $i$  ام (یعنی نسبت هزینه کالای  $i$  ام به کل هزینه گردشگری) خانوار  $k$  ام،  $P_j$  قیمت کالای  $j$  ام و  $X^k$  هزینه کل مسافرت خانوار  $k$  ام می باشد که به معنی در آمد تخصیص داده شده در مسافرت به استان گلستان، در معادله تقاضا منظور می گردد.  $\alpha_i, \theta_{ij}, \beta_i$  نیز ضرایب مدل می باشند. منظور از  $\ln$  لگاریتم طبیعی می باشد.  $n$  تعداد کل کالاها و خدمات مورد استفاده توسط گردشگران می باشد و شامل غذا، مسکن، حمل و نقل، تفریحات (بلیط) و سوغات می باشد ( $n=5$ ) مقادیر  $\alpha$  از یک تا  $n$  می باشد و مقدار  $m$  نیز ۳۸۴ می باشد.  $p$  نیز به عنوان قیمت کل تعریف می شود که از طریق معادله (۲) بدست می آید.

$$Lnp = \alpha_0 + \sum_{i=1}^n \alpha_i Lnp_i + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \sum_{i=1}^n rij Lnp_i Lnp_j \quad \text{معادله (۲)}$$

اگر در معادله (۱) به جای  $\ln p$  مقدار آن در معادله (۲) گذاشته شود، معادله مورد نظر بصورت غیر خطی خواهد شد. از طرفی در ادبیات اقتصادی، روابط بین قیمت های کالاها ی مختلف بیشتر بصورت خطی می باشد، برای حل این مسئله از شاخص قیمت استون<sup>۱</sup> بعنوان قیمت کل استفاده می شود و از طریق معادله (۳) بدست می آید:

$$Lnp = \sum_{i=1}^n w_i Lnp_i \quad \text{معادله (۳)}$$

در مدل AIDS کشش های هزینه ای و قیمتی و نیز از طریق روابط (۴) و (۵) بدست می آید:

$$\mu_{ij} = 1 \left( \frac{\beta_j}{w_i} \right) \quad \text{معادله (۴)}$$

$$E_{ii} = -1 \left( \left( \frac{\delta_{ii}}{w_i} \right) - \beta \right) \quad \text{معادله (۵)}$$

که در آن  $\mu_{ij}$  به عنوان کشش هزینه ای و  $E_{ij}$  به عنوان کشش قیمتی خودی تعریف می شود. مقادیر  $\beta$  و  $\delta_{ij}$  را از معادله (۳-۳)، تخمین زده می شود و  $W_i$  میانگین سهم هزینه کالای  $i$  ام از کل هزینه مسافرت خانوار است. برای محاسبه کششها در گروه های مختلف، از مقادیر  $W_i$  مربوط به هر گروه استفاده می شود.

$$W_i^k = \alpha_i + \sum_{j=1}^n rijLnpj + \beta_i(Lnx^k - \ln p) \quad \text{معادله (۶)}$$

$$i = 1 \dots n, j = 1 \dots m$$

<sup>۱</sup>:Ston price

جدول (۱) نتایج مدل AIDS با استفاده از معادله (۶) برای تقاضای ۵ کالا در توریسم داخلی گلستان در فروردین ۱۳۹۸

معادله متغیرهای توضیحی	هزینه غذا		هزینه مسکن		هزینه ایاب و ذهاب		هزینه بلیط		هزینه سوغات	
	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t
قیمت غذا	۰.۱۴	۵۲.۵۵	-۰.۰۲	-۷.۷۲	-۰.۰۲	-۵.۴۰	-۰.۰۳	-۹.۶۱	-۰.۰۶	-۱۸.۶۳
قیمت مسکن	-۰.۰۲	-۱۳.۰۴	۰.۱۱	۴۹.۲۴	-۰.۰۲	-۷.۳۴	-۰.۰۱	-۵.۵۴	-۰.۰۴	-۱۷.۸۱
قیمت ایاب و ذهاب	-۰.۰۱	-۱۱.۵۵	-۰.۰۱	-۸.۱۲	۰.۰۸	۳۹.۸۸	-۰.۰۱	-۸.۷۷	-۰.۰۳	-۱۶.۸۳
قیمت بلیط	-۰.۰۲	-۱۴.۰۴	-۰.۰۱	-۹.۱۷	-۰.۰۱	-۶.۷۷	۰.۱۱	۴۵.۴۵	-۰.۰۵	-۲۱.۷۰
قیمت سوغات	-۰.۰۶	-۲۱.۳۶	-۰.۰۵	-۱۶.۹۶	۰.۰۵	-۱۴.۸۱	-۰.۰۵	-۱۴.۰۷	۰.۲۲	۶۱.۰۳
شاخص قیمت استون غذا	-۰.۰۱	-۳.۷۸								
شاخص قیمت استون مسکن			-۰.۰۰۶	-۱۱.۶۸						
شاخص قیمت استون ایاب و ذهاب					۰.۰۲	۴.۰۶				
شاخص قیمت استون بلیط							۰.۰۲	۳.۴۱		
شاخص قیمت استون سوغات									-۰.۰۲	-۳.۸۷
ضریب تعیین	۰.۹۱۲		۰.۸۸۷		۰.۸۴۳		۰.۸۷۰		۰.۹۵۳	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰.۹۱۰		۰.۸۸۵		۰.۸۴۰		۰.۸۶۸		۰.۹۵۲	
آماره F	۴۱۳.۲۳		۱۶۷.۴۲		۳۱۶.۱۸		۲۹۰.۶۷		۳۴۷.۰۶	
تعداد مشاهدات	۳۸۴		۳۸۴		۳۸۴		۳۸۴		۳۸۴	
عرض از مبدا	-۱۱,۶	-۳,۷۱	-۲,۸۴	-۱,۰۸	۱۰,۲۵	۴,۱۶	۱۱,۳۴	۳,۴۷	-۳۹,۳۷	-۳,۸۶

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به اطلاعات جدول (۱) توابع تقاضا برای غذا، منزل، ایاب و ذهاب، بلیط و سوغات بصورت زیر است:

معادله تقاضا برای غذا:

$$p_{sf} \cdot 0.14 p_s - 0.02 p_{vf} - 0.02 p_t - 0.01 p_a - 0.02 p_f + 11.6 W_f = -$$

معادله تقاضا برای منزل

$$p_{sa} \cdot 0.11 p_s - 0.05 p_{vf} - 0.01 p_t - 0.01 p_a - 0.01 p_f + 0.22 W_a = -$$

معادله تقاضا برای ایاب و ذهاب

$$p_{st} \cdot 0.08 p_s + 0.05 p_{vf} + 0.01 p_t - 0.08 p_a + 0.02 p_f - 0.02 W_t = -$$

معادله تقاضا برای بلیط بازدید

$$p_{svf} \cdot 0.02 p_s + 0.05 p_{vf} - 0.01 p_t + 0.01 p_a - 0.01 p_f - 0.03 W_{vf} = -$$

معادله تقاضا برای سوغات:

$$p_{ss} \cdot 0.22 p_s - 0.22 p_{vf} + 0.05 p_t - 0.03 p_a - 0.04 p_f - 0.06 W_s = -$$

Pf: قیمت غذا، Pa: قیمت مسکن، Pt: قیمت ایاب و ذهاب، Pvf: قیمت بلیط بازدید از مراکز دیدنی

Ps: قیمت سوغات، Psf: قیمت استون غذا، Psa: قیمت استون مسکن، Pst: قیمت استون ایاب و ذهاب

$P_{svf}$ : قیمت استون بلیط بازدید از مراکز دیدنی،  $P_{ss}$ : قیمت استون سوغات،  $W_i$ : سهم هر کدام از کالاها.

جدول (۲) مقادیر کشش قیمتی برای گروههای مختلف سنی سرپرست خانوار گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب وذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
سن سرپرست کمتر از ۳۰ سال	۴۳	-۰/۲۲	-۰/۲۹	-۰/۴	-۰/۲۳	-۰/۴۱
سن سرپرست بین ۳۰-۴۴	۲۰۹	-۰/۱۵	-۰/۱۵	-۰/۲۳	-۰/۲۱	-۰/۵۰
سن سرپرست بین ۴۵-۶۰	۱۰۱	-۰/۱۷	-۰/۱۹	-۰/۲۱	-۰/۳۲	-۰/۴۷
سن سرپرست بیشتر از ۶۰ سال	۳۱	-۰/۰۳	-۰/۲۴	-۰/۱۷	-۰/۱۸	-۰/۵۷

منبع: محاسبات تحفة حاضر

همانطور که از اطلاعات جدول (۲) مشاهده می شود، قدر مطلق کشش قیمتی غذا با افزایش سن کمتر می شود. کشش قیمتی مسکن برای سرپرستانی که بین ۳۰ تا ۴۴ سال سن دارند از همه کمتر است. کشش قیمتی سوغات برای گروه های سنی کمتر از سی سال از همه کمتر (۰/۴۱-) و برای گروههای سنی بیشتر از ۶۰ از همه بیشتر می باشد (۰/۵۷-)، کشش قیمتی ایاب و ذهاب نیز برای گروه سنی کمتر از ۳۰ سال، از همه بیشتر می باشد (۰/۴-)، کشش قیمتی تفریحات نیز برای گروه سنی بین (۶۰-۴۵) بیشتر از سایرین می باشد (۰/۳۲-)، این مساله نشان می دهد، که این گروه سنی نسبت به تغییرات قیمت بلیط بازدید از اماکن دیدنی حساس ترند.

جدول (۳) کشش هزینه ای برای گروههای مختلف سنی سرپرست خانوار گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب وذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
سن سرپرست کمتر از ۳۰ سال	۴۳	۱/۵۰	۱/۰۲	۰/۷۵	۰/۹۶	۱/۰۳
سن سرپرست بین ۳۰-۴۴	۲۰۹	۱/۰۶	۱/۰۵	۰/۸۰	۰/۹۸	۱/۰۴
سن سرپرست بین ۴۵-۶۰	۱۰۱	۱/۰۶	۱/۰۴	۰/۷۹	۰/۹۹	۱/۰۵
سن سرپرست بیشتر از ۶۰ سال	۳۱	۱/۰۷	۱/۰۴	۰/۷۴	۰/۹۸	۱/۰۳

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که از اطلاعات جدول (۳) مشاهده می شود، کشش هزینه ای ۵ کالای غذا، مسکن، ایاب و ذهاب، تفریحات و سوغات برای افراد کمتر از ۳۰ سال، کمتر می باشد و در حقیقت کالا های گردشگری برای آنها کمتر لوکس می باشد و ضروری تر از سایر گروههای سنی است.

در کل می توان گفت که فرضیه اول تایید می شود. و سن سرپرست خانوار بر تقاضای کالا های گردشگری اثر دارد ، ولی بر روی بعضی کالاها اثر مثبت دارد و بر روی بعضی از کالا ها، اثر منفی دارد.

جدول (۴) مقادیر کسش قیمتی برای سطوح مختلف تحصیلات سرپرست خانوار گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
سرپرستانی که در حد ابتدایی سواد دارند	۵۳	-۰/۰۴	-۰/۰۶	-۰/۲۲	-۰/۲۱	-۰/۵۴
سرپرستانی که در حد راهنمایی سواد دارند	۵۷	-۰/۱۸	-۰/۰۱	-۰/۲۶	-۰/۲۷	-۰/۵۰
سرپرستانی که در حد متوسطه سواد دارند	۱۲۳	-۰/۲۰	-۰/۲۴	-۰/۰۸	-۰/۲۳	-۰/۴۹
سرپرستانی که در حد دانشگاهی سواد دارند	۱۵۱	-۰/۱۵	-۰/۲۴	-۰/۳۲	-۰/۲۰	-۰/۴۷

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که از اطلاعات جدول (۴)، مشاهده می شود کسش قیمتی غذا و ایاب و ذهاب با افزایش سطح تحصیلات بیشتر می شود. کسش قیمتی مسکن برای کسانی که در حد راهنمایی سواد دارند، کمتر از همه است. کسش قیمتی ایاب و ذهاب کسانی که در حد متوسطه سواد دارند، از همه کمتر است (-۰/۰۸). و کسش قیمتی تفریحات برای افرادی که در سطح راهنمایی تحصیلات دارند، بیشتر می باشد. و کسش قیمتی سوغات برای کسانی که در حد دانشگاهی سواد دارند از همه گروهها کمتر می باشد (-۰,۴۷).

جدول (۵) مقادیر کسش هزینه ای برای سطوح مختلف تحصیلات سرپرست خانوار گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
سرپرستانی که در حد ابتدایی سواد دارند	۵۳	۱/۰۷	۱/۰۵	۰/۸۰	۰/۹۸	۱/۰۳
سرپرستانی که در حد راهنمایی سواد دارند	۵۷	۱/۰۶	۱/۰۵	۰/۸۱	۰/۹۹	۱/۰۴
سرپرستانی که در حد متوسطه سواد دارند	۱۲۳	۱/۰۵	۱/۰۴	۰/۷۶	۰/۹۸	۱/۰۴
سرپرستانی که سواد دانشگاهی دارند	۱۵۱	۱/۰۶	۱/۰۶	۰/۸۲	۰/۹۸	۱/۰۵

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

براساس اطلاعات جدول (۵) مشاهده می شود، کسش هزینه ای غذا ، مسکن ، تفریحات ، سوغات برای گروههای مختلف تحصیلات، تفاوت چندانی ندارد. ولی کسش هزینه ای ایاب و ذهاب برای گردشگرانی که حداقل تحصیلات آنها در حد دانشگاهی می باشد، از همه گروهها بیشتر و برای گردشگرانی که حداقل تحصیلات را دارند از همه گروه ها کمتر می باشد. لذا تحصیلات اثر مثبت بر روی تقاضای گردشگری دارد و هرچه سطح تحصیلات بالاتر باشد تقاضای گردشگری نیز بالاتر خواهد بود.

جدول (۶) مقادیر کسش قیمتی برای گروههای مختلف شغلی سرپرست خانوار گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹

سرپرستانی که شغل دولتی دارند	۱۹۲	-۰/۱۳	-۰/۲۱	-۰/۲۵	-۰/۲۶	-۰/۴۸
سرپرستانی که شغل آزاد دارند	۱۹۲	-۰/۱۵	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۵	-۰/۵۱

**جدول (۷) مقادیر کسش هزینه ای برای گروه‌های مختلف شغلی سرپرست خانوار گردشگران**

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
سرپرستانی که شغل دولتی دارند	۱۹۲	۱/۰۶	۱/۰۴	۰/۸۱	۰/۹۹	۱/۰۵
سرپرستانی که شغل آزاد دارند	۱۹۲	۱/۰۵	۱/۰۵	۰/۸۰	۰/۹۹	۱/۰۴

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با توجه به اطلاعات جداول (۶) و (۷)، نتایج نشان می‌دهند که کسش قیمتی و هزینه ای برای دو گروه شغلی دولتی و آزاد تفاوت چندانی با هم ندارند، لذا نوع شغل سرپرست خانوار اثر معنی داری بر تقاضای گردشگری ندارد.

**جدول (۸) مقادیر کسش قیمتی بر اساس وضعیت اشتغال همسر خانوار گردشگران**

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
دارای همسر خانه دار	۳۱۳	-۰/۱۷	-۰/۲۲	-۰/۲۵	-۰/۲۴	-۰/۴۹
دارای همسر شاغل	۷۱	-۰/۱۸	-۰/۲۴	-۰/۱۳	-۰/۲۳	-۰/۵۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

**جدول (۹) مقادیر کسش هزینه ای بر اساس وضعیت اشتغال همسر خانوار گردشگران**

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
دارای همسر خانه دار	۳۱۳	۱/۰۶	۱/۰۴	۰/۸۱	۰/۹۹	۱/۰۴
دارای همسر شاغل	۷۱	۱/۰۵	۱/۰۴	۰/۷۸	۰/۹۸	۱/۰۴

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

اطلاعات جداول (۸) و (۹) نشان می‌دهند، کسانی که همسران شاغل دارند، دارای کسش قیمتی مسکن بالاتری نسبت به کسانی که دارای همسران خانه دار هستند، می‌باشند (-۰/۲۴) و کسش قیمتی ایاب و ذهاب کسانی که همسران خانه دار دارند، نسبت به گردشگرانی که همسران شاغل دارند، بیشتر است (-۰/۲۵). ولی سایر کسش‌ها تفاوت چندانی باهم ندارند. لذا وضعیت اشتغال همسر تاثیر چندانی بر تقاضای گردشگری ندارد.

**جدول (۱۰) مقادیر کسش قیمتی بر اساس بعد خانوار گردشگران**

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
تعداد افراد خانوار بیش از ۴ نفر	۷۱	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۷	-۰/۲۱	-۰/۵۲
تعداد افراد کوچکتر و مساوی ۴ نفر	۳۱۳	-۰/۱۷	-۰/۲۱	-۰/۲۵	-۰/۲۳	-۰/۴۹

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

**جدول (۱۱) مقادیر کسش هزینه ای بر اساس بعد خانوار گردشگران**

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
تعداد افراد خانوار بیش از ۴ نفر	۷۱	۱/۰۶	۱/۰۵	۰/۸۱	۰/۹۹	۱/۰۴

تعداد افراد کوچکتر و مساوی ۴ نفر	۳۱۳	۱/۰۵	۱/۰۴	۰/۷۹	۰/۹۸	۱/۰۳
----------------------------------	-----	------	------	------	------	------

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که در جداول (۱۰) و (۱۱) مشاهده می شود، تعداد خانوار اثر معنی داری بر تقاضای گردشگری در استان گلستان نداشته است و کسش هزینه ای و قیمتی برای دو گروه گردشگران که تعداد افراد خانوار آنها کمتر یا بیشتر از مقدار میانگین یعنی ۴ نفر بوده است، تقریباً یکسان بوده است و لذا این فرضیه که تعداد افراد خانوار بر تقاضای گردشگری تأثیر دارد، رد می شود.

جدول (۱۲) مقادیر کسش قیمتی بر اساس وضعیت محل اسکان گردشگران در استان گلستان

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
چادر شخصی	۱۱	-۰/۲۱	-۰/۱۲	-۰/۳۶	-۰/۲۲	-۰/۵۰
منزل اقوام و آشنایان	۱۶	-۰/۳۶	-۰/۱۳	-۰/۲۴	-۰/۲۴	-۰/۴۸
منزل کرایه ای	۴۵	-۰/۱۶	-۰/۱۸	-۰/۰۶	-۰/۱۲	-۰/۵۳
مسافر خانه	۳۷	-۰/۱۸	-۰/۳۶	-۱/۰	-۰/۴۲	-۰/۴۰
هتل	۱۰۷	-۰/۱۲	-۰/۳۹	-۰/۱۲	-۰/۱۸	-۰/۴۹
مدارس آموزش و پرورش	۴۸	-۰/۱۰	-۰/۰۹	-۰/۴۹	-۰/۳۳	-۰/۴۷
مهمانسرای ادارات	۲۱	-۰/۰۵	-۰/۰۶	-۰/۲۵	-۰/۱۸	-۰/۵۸

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۱۳) مقادیر کسش هزینه ای بر اساس وضعیت محل اسکان گردشگران در استان گلستان

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
در چادر شخصی	۱۱۰	۱/۰۵	۱/۰۶	۰/۸۴	۰/۹۹	۱/۰۴
در منزل اقوام	۱۶	۱/۰۴	۱/۰۵	۰/۶۸	۰/۹۸	۱/۰۴
منزل کرایه ای	۴۵	۱/۰۶	۱/۰۴	۰/۷۶	۰/۹۸	۱/۰۴
مسافر خانه	۳۷	۱/۰۶	۱/۰۳	۰/۷۷	۰/۹۹	۱/۰۵
هتل	۱۰۷	۱/۱۶	۱/۰۴	۰/۷۷	۰/۹۹	۱/۰۴
مدارس آموزش و پرورش	۴۸	۰/۹۳	۰/۹۴	۱/۱۳	۱/۰۱	۰/۹۵
مهمانسرای ادارات	۲۱	۱/۰۷	۱/۰۶	۰/۸۱	۰/۹۸	۱/۰۳

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که از اطلاعات جداول (۱۲) و (۱۳)، مشاهده می شود گردشگرانی که در اقامتگاه های گران قیمت (هتل) اسکان دارند، از کسش قیمتی مسکن بالا (۰/۳۹-) و کسش هزینه ای غذای بالا (۱/۱۶) برخوردار هستند، و لذا نوع محل اسکان در استان گلستان، بر تقاضای گردشگری این استان اثر دارد و فرضیه سوم تأیید می شود.

جدول (۱۴) مقادیر کسش قیمتی برای گروه های مختلف درآمدی گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
درآمد آنها بیشتر یا مساوی یک میلیون تومان است	۲۵۴	-۰/۱۲	-۰/۲۰	-۰/۱۵	-۰/۲۱	-۰/۵۱
درآمد آنها کمتر از یک میلیون تومان است	۱۳۰	-۰/۲۵	-۰/۱۷	-۰/۳۹	-۰/۲۷	-۰/۴۲

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۱۵) مقادیر کسش هزینه ای برای گروه های مختلف در آمدی گردشگران

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
درآمد آنها بیشتر یا مساوی یک میلیون تومان است	۲۵۴	۱/۱۶	۱/۱۴	۰/۷۸	۰/۹۸	۱/۰۴
درآمد آنها کمتر از یک میلیون تومان است	۱۳۰	۱/۰۵	۱/۰۴	۰/۸۴	۰/۹۸	۱/۰۵

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که از اطلاعات جدول (۱۴) مشاهده می شود، کسش قیمتی مسکن گردشگرانی که حداقل یک میلیون تومان در آمد دارند بیشتر است (۰/۲-)، یعنی افراد پر درآمد نسبت به تغییرات قیمت مسکن حساس ترند و با کاهش قیمت اسکان هزینه بیشتری را صرف اسکان می نمایند. همچنین افرادی که درآمد آنها از یک میلیون تومان کمتر می باشد، کسش قیمتی ایاب و ذهاب، تفریحات و غذای بیشتری دارند و حساسیت بیشتری نسبت به تغییرات قیمت نشان می دهند.

با توجه به اطلاعات جدول (۱۵) مشاهده می شود با افزایش درآمد گردشگران، کسش هزینه ای غذا (۱/۱۶) و مسکن (۱/۱۴) نیز بیشتر است، یعنی با افزایش هزینه گردشگری، سهم غذا و مسکن افزایش می یابد، لذا درآمد گردشگران بر تقاضای گردشگری اثر دارد و با افزایش درآمد تقاضا برای گردشگری افزایش می یابد.

جدول (۱۶) مقادیر کسش قیمتی براساس فاصله شهر مبدا تا گلستان

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
فاصله شهر مبدا تا گلستان بزرگتر از ۶۰۰ کیلومتر	۱۵۳	-۰/۱۲	-۰/۰۹	-۰/۳۳	-۰/۱۸	-۰/۵۱
فاصله شهر مبدا کمتر و مساوی ۶۰۰ کیلومتر	۲۳۱	-۰/۱۸	-۰/۲۴	-۰/۱۴	-۰/۲۵	-۰/۴۹

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۱۷) مقادیر کسش هزینه ای بر اساس فاصله شهر مبدا تا گلستان

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
فاصله شهر مبدا تا گلستان بزرگتر از ۶۰۰ کیلومتر	۱۵۳	۰/۹۶	۰/۹۵	۱/۲۷	۱/۰۱	۰/۹۶
فاصله شهر مبدا کمتر و مساوی ۶۰۰ کیلومتر	۲۳۱	۰/۹۴	۰/۹۶	۱/۲۲	۱/۰۱	۰/۹۵

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

همانطور که از اطلاعات جدول (۱۶)، مشاهده می شود، کسانی که از فواصل دورتر (بیش از ۶۰۰ کیلومتر) به گلستان آمده اند، دارای کسش قیمتی غذا، مسکن، و تفریحات کمتر هستند، ولی کسش قیمتی ایاب و ذهاب و سوغات بیشتری دارند.

بر اساس اطلاعات جدول (۱۷)، مشاهده می شود، کشش هزینه ای غذا، ایاب و ذهاب و سوغات گردشگرانی که از فواصل دورتر (بیشتر از ۶۰۰ کیلو متر) به گلستان آمده اند، بیشتر است، لذا فاصله شهر مبداء تا گلستان بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.

جدول (۱۸) مقادیر کشش قیمتی بر اساس نوع مسکن گردشگران در محل سکونت

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	-۰/۱۶	-۰/۱۹	-۰/۲۳	-۰/۲۲	-۰/۴۹
منزل آپارتمانی	۱۱۲	-۰/۱۲	-۰/۲۴	-۰/۱۳	-۰/۲۹	-۰/۴۸
منزل حیاط دار	۱۹۵	-۰/۱۷	-۰/۱۶	-۰/۲۵	-۰/۱۹	-۰/۴۹
منزل ویلایی	۷۷	-۰/۱۹	-۰/۱۴	-۰/۲۹	-۰/۱۴	-۰/۵۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

جدول (۱۹): مقادیر کشش هزینه ای بر اساس نوع مسکن گردشگران در شهر محل سکونت

طبقات مختلف	تعداد	غذا	مسکن	ایاب و ذهاب	تفریحات	سوغات
کل	۳۸۴	۰/۹۴	۰/۹۵	۱/۲	۱/۰۱	۰/۹۶
منزل آپارتمانی	۱۱۲	۱/۰۶	۱/۰۴	۰/۷۷	۰/۹۸	۱/۰۴
منزل حیاط دار	۱۹۵	۱/۰۶	۱/۰۵	۰/۸۱	۰/۹۹	۱/۰۴
منزل ویلایی	۷۷	۱/۰۵	۱/۰۴	۰/۸۲	۰/۹۸	۱/۰۴

با توجه به اطلاعات جدول (۱۸) مشاهده می شود، کشش قیمتی غذا، ایاب و ذهاب و سوغات گردشگرانی که در شهر محل سکونت خود دارای منزل ویلایی هستند، بیشتر است. همچنین با توجه به جدول (۱۹) کشش هزینه ای ایاب و ذهاب گردشگرانی که منزل ویلایی دارند، بیشتر می باشد (۸۲٪) و لذا نوع مسکن در شهر محل سکونت بر تقاضای گردشگری تاثیر دارد.

### نتیجه گیری و پیشنهادات :

هدف این مقاله مطالعه عوامل موثر بر تقاضای گردشگری داخلی در استان گلستان بوده است. برای این منظور در این مقاله از اطلاعات ۳۸۴ خانواده گردشگر داخلی که در فروردین ۱۳۹۸، حداقل به مدت یک شب در استان گلستان اقامت داشته اند بعنوان نمونه مورد مطالعه، بصورت نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده انتخاب شد و اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه شفاهی با سرپرست خانوار گردشگران و تکمیل پرسشنامه جمع اوری گردید. در این تحقیق تعداد دقیق خانوارهای که به استان گلستان وارد شدند و حداقل یک شب در اقامت داشته اند به دلیل اقامت خیل عظیم آنان در مکانهای غیر از هتل و خانه های کرایه ای و مسافرخانه و مهمانسراهای ادارات دولتی و... بصورت دقیق در دسترس نبود. با توجه به این محدودیت، برای تعیین تعداد خانوارهای لازم برای پرسشگری در این تحقیق از فرمول کوکران در سطح معنی دار ۹۰٪ استفاده گردید. تعداد خانوارهای لازم برای پرسشگری در این جامعه آماری، با استفاده از فرمول کوکران در سطح معنی داری ۳۸۴،۹۰٪ خانوار تعیین گردید. در این تحقیق ابتدا یک تحلیل توصیفی به عمل آمد تا طی آن وضعیت موجود نمونه انتخاب شده مشخص شود و سپس برای تخمین اثر عوامل مختلف بر روی تقاضای گردشگری داخلی، تحلیل استنباطی انجام گرفت. برای برآورد نتایج از بسته های نرم افزاری Spss و Eviews استفاده



شد و برای تخمین تابع تقاضای گردشگر، از مدل سیستم تقاضای تقریباً ایده ال (AIDS) که به شکل مدل رگرسیون است، استفاده شد. رگرسیونهای مجزا برای تخمین تقاضای پنج کالای غذا، مسکن، ایاب و ذهاب، بلیط بازدید از مراکز دیدنی و سوغات محاسبه شد.

نتایج حاصل از این مقاله نشان داد که در حالت کلی سهم غذا، مسکن، ایاب و ذهاب، تفریحات و سوغات به ترتیب دارای کشش قیمتی ۰/۱۶، -، ۰/۱۹، -، ۰/۲۳، -، ۰/۲۲، - و ۰/۴۹، - می باشند، لذا کالاهای گردشگری در استان گلستان، کم کشش می باشند. کشش قیمتی سوغات نسبت به سایر کالاها بیشتر می باشد ولی کشش قیمتی غذا، از همه کمتر است. همچنین سهم غذا، مسکن، ایاب و ذهاب، تفریحات و سوغات به ترتیب دارای کشش هزینه ای ۰/۹۴، ۰/۹۵، ۱/۲، ۱/۰۱ و ۰/۹۶ می باشد. لذا با توجه به آن، کشش هزینه ای ایاب و ذهاب و تفریحات بالاتر از ۱ است و کالای لوکس می باشند. ولی کشش هزینه ای غذا، مسکن، سوغات کمتر از ۱ می باشد. ولذا می توان گفت کالاهای غذا، مسکن و سوغات جذابیت کمتری برای گردشگران ایجاد کرده است به طوری که به عنوان یک کالای ضروری برای گردشگران تلقی می شود.

همچنین نتایج حاصل از این مقاله نشان داده است، سطح تحصيلات، نوع محل اسکان در استان گلستان، نحوه ایاب و ذهاب گردشگران، میزان درآمد گردشگران، فاصله شهر مبدا تا استان گلستان و نوع مسکن در شهر محل سکونت گردشگران بر تقاضای گردشگری تأثیر معنی دار دارد. در مقابل نوع شغل سرپرست خانوار اعم از دولتی یا خصوصی بودن، تعداد افراد خانواده گردشگران و وضعیت اشتغال همسر خانوار گردشگران بر تقاضای گردشگری موثر نبوده است.

با توجه به اینکه اکثریت خانواده های گردشگران، فرزندان زیر ۱۵ سال دارند، یکی از مهمترین جاذبه هایی که در شهرهای توریستی باید مورد توجه قرار گیرد، شهر بازی می باشد. لذا جهت افزایش گردشگر، پیشنهاد می شود که تعداد شهر بازی در پارکها و مناطق دیدنی افزایش یابد. با توجه به اینکه درصد بالایی از گردشگران از استانهای تهران و استانهای مرکزی و جنوبی می باشند، لذا راههایی که این استانها را به گلستان متصل می نمایند، باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد و ورودی استان در این جاده ها، باید دارای فضای سبز و منظره ای جالب باشد.

همان طور که نتایج مقاله نشان داد، کمترین کشش قیمتی مربوط به غذا می باشد. با توجه به آن می توان با ایجاد مراکز عرضه غذاهای متنوع محلی، باعث افزایش کشش قیمتی غذا و افزایش درآمد حاصل از گردشگری در استان گلستان گردید.

نتایج حاصل از این مقاله نشان داد که کشش قیمتی کالاهای گردشگری در استان گلستان کمتر از ۱ است و کم کشش می باشد برای اینکه بتوانیم در آمد بیشتری از گردشگری در استان گلستان ایجاد نماییم، باید کالاهای گردشگری دارای کشش بیشتری باشد. بدین منظور می توان با اعمال مدیریت های صحیح در استان و ایجاد تنوع در محصولات گردشگری و همچنین ارائه خدمات متنوع، می توان این کشش را تا حدودی افزایش داد.

## منابع و مآخذ

- بزازان، فاطمه و آزادانا، فهیمه (۱۳۹۷). اثرات اقتصادی ورود گردشگران داخلی به قم (رویکرد داده ستانده دو منطقه ای)، مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال هفتم، شماره ۲۵، تابستان ۸، ۹۷-۲۴.
- پورکازمی، محمدحسین و رضایی، جواد، (۱۳۸۵). بررسی کارایی صنعت گردشگری با استفاده از روشهای ناپارامتری (ایران و کشورهای منطقه). پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۱۸، صص ۲۸۱-۳۰۲.
- جانی، سیاوش و دنیابین، فهیمه (۱۳۹۶). بررسی عوامل موثر بر تعداد و طول اقامت گردشگران ملی: مطالعه بین استانی، مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ششم، شماره ۲۲، پاییز ۹۶، ۳۰-۵۳.
- حبیبی، فاتح و محمدی، سمیرا (۱۳۹۶). بررسی تاثیر توسعه گردشگری بر شاخص توسعه انسانی (HDI)، اولین همایش بین المللی برنامه ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه ای رویکردها و کاربردها، سنندج، دانشگاه کردستان، اردیبهشت ۱۳۹۶.
- حسونود، سمیه و خداپناه، مسعود (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دورویکرد پانل ایستا و پانل پویا، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، سال دوم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۳، ۸۷-۱۰۲.
- حافظ نیامحمدرضا، ۱۳۸۰، مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران، انتشارات سمت.
- داس ویل، راجر. (۱۳۷۸). مدیریت جهانگردی: مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه سید محمد اعرابی و داوود ایزدی. تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲). جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ پنجم، تهران انتشارات پیام نور، صص ۱۹۳.
- رنج پور، رضا؛ کریمی تکانلو، زهرا؛ نجفی نسب، میر حجت. (۱۳۹۰). بررسی فرضیه " پییم مممم به ررد" ر بیین طی ووه ۷۷۷۷-۸۸۸۸. فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه. صص ۱۱۵-۱۳۳.
- رهنما، محمدتقی. (۱۳۷۸). طرح جامع گردشگری استان گلستان، جلد اول، صص ۱-۸.
- زیاری، کرامت اله، جمالی، کیوان و صادقی، فرشید (۱۳۹۶). ارائه الگوی توسعه پایدار گردشگری شهری (نمونه موردی: شهر لاهیجان، نشریه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۴، زمستان ۱۳۹۶، ۵۵-۷۱).
- زنگی آبادی، علی، محمدی، جمال و زیرک باش، دیبا. (۱۳۸۵). تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان. مجله جغرافیا و توسعه. صص ۱۳۱-۱۵۶.
- صادقی، محمدجواد و دیگران، (۲۰۰۴). کشش های قیمتی و هزینه ای توریسم داخلی در ایران. یازدهمین کنفرانس سالانه پژوهشهای اقتصادی برای کشورهای عربی، ایران و ترکیه در بیروت لبنان، دسامبر ۲۰۰۴.
- ضرغام بروجنی، حمید و صداقت، مریم (۱۳۹۷). مدل فرایندی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران (نظریه ای داده بنیاد با تاکید بر برنامه های پنج ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی)، فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره سوم، پاییز ۹۷، ۲۵-۷۳.
- ضیایی، محمود و تراب احمدی، مزگان (۱۳۹۳). شناخت صنعت گردشگری با رویکرد سیستمی، تهران، نشر علوم اجتماعی.

- عرب، زهرا (۱۳۹۳). بررسی و مطالعه تاثیر هنر - صنعت گردشگری بر رشد و توسعه اقتصادی در ایران و کشورهای OECD در سال های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۳، دو فصلنامه هنرهای کاربردی، شماره پنجم، بهار و تابستان ۱۳۹۳، ۵۹-۶۵.
- غنّین، هنّصم، ققیرر مممممم نتمّ مطیعی لنگرودی، سید حسن و زر افشانی، کیومرث (۱۳۸۹: ۱۰۷). زن در توسعه و سیاست، شماره سی ام، پاییز ۱۳۸۹، ۹۳-۱۱۰.
- فرزین، محمدرضا، افسر، امیر، دبیر، علیرضا و زندی، ابتهال (۱۳۹۷). دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ششم، شماره دوازدهم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، ۱۲۱-۱۴۴.
- کوپر، کریس؛ فلچر، جان؛ گیلبرت، دیوید، ون هیل، استفان. (۱۳۸۰). اصول و مبانی جهانگردی. ترجمه اکبر غمخوار. تهران انتشارات فرآمد.
- لومسدن، لس. (۱۳۸۰). بازاریابی گردشگری. ترجمه محمد ابراهیم گوهریان. تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- مروت حبیب، سالم علی اصغر و خادم نعمت الهی محبوبه (۱۳۹۷). شناسایی عوامل موثر بر تقاضای گردشگری خارجی، فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، سال هجدهم، شماره ۶۹، ۲۷۵-۳۰۶.
- مروت، حبیب و سالم، علی اصغر (۱۳۹۷). بررسی عوامل اقتصادی - اجتماعی مؤثر بر تقاضای گردشگری داخلی و خارجی خانوارهای شهری، فصلنامه اقتصاد کاربردی، دوره هشتم، شماره ۲۵، تابستان ۱۳۹۷، ۴۹-۶۰.
- ممی پور، سیاب و عبدی، فهمیه (۱۳۹۶). بررسی اثرات سرریز فضایی گردشگری بر رشد اقتصادی استانهای ایران: در چارچوب تحلیل همگرایی فضایی بتا، مجله برنامه ریزی و توسعه - گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۲، صص ۵۴-۷۶.
- محمودی میمند، محمد؛ فارسیجانی، حسن؛ طاهری موسوی، سارا (۱۳۹۲). ارائه الگوی ترکیبی عوامل مؤثر بر توسعه و پذیرش گردشگری مجازی در ایران، فصلنامه چشمانداز مدیریت بازرگانی، دوره ۱۳، شماره ۴۶، صص ۳۳۳-۱۲۴.
- مومنی، هوشنگ و غلامی پور، لیلا. (۱۳۹۰). تخمین تابع تقاضای گردشگری در استانهای منتخب، فصلنامه علوم اقتصادی، سال چهارم، شماره ۱۴.
- نظری محسن، اسفیدانی محمد رحیم و طباطبایی سید مهدی (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین المللی با استفاده از مدل جاذبه، تحقیقات اقتصادی، دوره ۵۲، شماره ۱، بهار ۱۳۹۶، ۲۱۵-۲۴۳.
- نصرالهی، خدیجه، جهانبازی، ندا و ناصری، طاهره (۱۳۹۱). رده بندی استانهای کشور بر حسب جاذبه های گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۹، شماره ۲۸، ۱۷-۳۷.
- یعقوبی منطری پریسا و آقامیری سید امید (۱۳۹۷). فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۷، ۱۸-۳۷.

- Athanasopoulos, George ; Deng, Minfeng; Li ;Gang. (2013) Domestic and outbound tourism demand in Australia: a System-of-Equations Approach. Department of and Business .  
Statistics. <http://www.buseco.monash.edu.au/depts/ebs/pubs/wpapers>.

- journal of Tourism Management, 33(3) .pp 415-423.

- Balli, F., Balli, H. O., & Louis, R. J. (2016). The impacts of immigrants and institutions on bilateral tourism flows. *Tourism Management*, 52, 221-229 .

- 20th International Scientific Conference Economics and Management, social and behavioral sciences , Elsevier, 213, 167-172.

- Blanciforti, L. A., Green, R. D., & King, G. A. (1986). US consumer behavior over the postwar period: an almost ideal demand system analysis. Monographs.

- *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(3), 673-677.

- DaatAAAdMlMluuer(99)) .”An Almost Ideal SystemmmmmiaaRRRview ,vol. 70(3):312-326.
- Fabe Baaaaae((((((((((( (((((( ((( aaccccciii ceeeeemmmmm: eeeeeeeffeffe e’’’’ Coastline, (No. w22300). National Bureau of Economic Research.
- IvaNNNNN&SS va00000000ee Crrr tttt rrrrrrrrrr rrr tttt tt C@aaiiaEEEconomy: IAAvoocac’’’ Ekonomski Pregled, Vol. 69, No.1.
- rr eeeergFFFFHCF Lexaage8888888888’’’’tttt t-eeeeeeceeeeciieemmmmmmmmmmm economic contribution – a regional input-ttttt tt aalyssrrrrSSvee’’’ Tourism Review, Vol. 73 Issue: 1.
- Mcintosh,Robert.W,goeldner,Charles Rand R itchie.,R. Brent.(19950. **Tourism, Principles, practices, philosophies**, United states of America: JOHN wiley & sons,Inc.
- aa rrrr nngNNNye&&Smmineeeeeeeeeeeett -Output Table for Transportation and Touriaaaaa aysssCCtt cciaaaaaaaaaaaaaaaaaaas’’ Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol.12.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی