



گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/TLJ.2023.383222.1073>

بررسی عوامل تعیین کننده تقاضای گردشگری ورودی به ایران: تجزیه و تحلیل داده‌های پانل

محمد رضا فرزین^{۱*}، ساره پورجهان^۲، رقیه قنبری^۳، بشری مهاجر^۴

^۱ دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

^۲ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

^۴ دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۸	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۴	
واژگان کلیدی: گردشگری ورودی تقاضای گردشگری پانل دینا ایران	
*نویسنده مسئول رایانامه: b_farzin@yahoo.com	

نحوه استناددهی:

فرزین، محمد رضا، پورجهان، ساره، قنبری، رقیه و مهاجر، بشری (۱۴۰۱). بررسی عوامل تعیین کننده تقاضای گردشگری ورودی به ایران: تجزیه و تحلیل داده‌های پانل. گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۴)، ۸۵-۱۰۰.

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

مقدمه

گردشگری بین‌المللی در دو دهه اخیر به سرعت توسعه یافته است و یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین صنایع جهان به‌شمار می‌رود. اهمیت این بخش از آنجا آشکار می‌شود که به افزایش درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی منجر می‌شود و زیرساخت‌ها را توسعه می‌دهد (Viljoen et al., 2019). گردشگری از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان است که منبع اصلی درآمد، اشتغال، صادرات و مالیات به‌شمار می‌رود (Zhang, 2009).

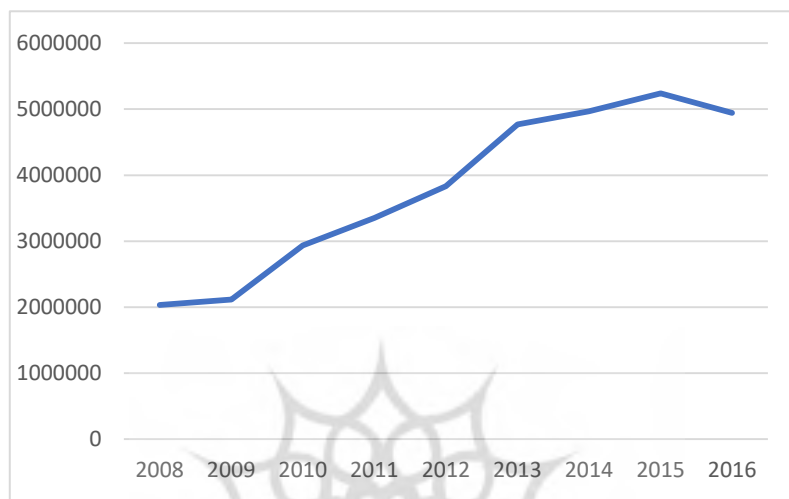
گردشگران خارجی در توسعه گردشگری اهمیت بسیاری دارند. بر همین اساس، برنامه‌ریزان و مدیران همواره به دنبال سنجش میزان تقاضای گردشگری و شناخت عوامل مؤثر بر آن‌اند و این عناصر را شناسایی و اولویت‌بندی می‌کنند تا برنامه‌ریزی لازم را بر پایه هر گروه و خوشه از عوامل تأثیرگذار در تقاضای گردشگران ورودی به ایران انجام دهند (ایرانی هریس و همکاران، ۱۳۹۸). مطالعات نشان می‌دهد که با افزایش ورود گردشگران بین‌المللی در جهان درآمد آن نیز افزایش می‌یابد (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۶). همچنین، ورود گردشگران و هزینه‌کرد آنان به‌منزله توعی جایگزین برای صادرات عمل می‌کند (Fayissa et al., 2008) و علاوه بر درآمدهای ارزی، ارتقای تراز تجاری و همچنین سرمایه‌گذاری‌های جدید را به دنبال دارد (پرتویی، ۱۳۸۷).

ایران، با برخورداری از سابقه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی متنوع و عوامل دیگر از این دست، توانایی قرارگیری در جایگاه مناسبی را از نظر نقاط پرجاذبه گردشگری در جهان دارد. 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 از این آسیب‌پذیری می‌کاهد و عاملی مؤثر برای مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای مختلف جامعه، توزیع عادلانه ثروت، کاهش نرخ بیکاری، رونق اقتصاد و در نتیجه بهبود رفاه و کیفیت زندگی مردم می‌شود (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۶). اما در ایران، با این‌که تمامی برنامه‌های پنج‌ساله توسعه بر رهایی از اقتصاد تک‌محصولی تأکید داشته‌اند، ولی در مقام عمل موفقیتی به‌دست نیامده است. مطابق سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران، لازم است سهم ایران از شمار گردشگران جهانی ۱/۵ درصد در سال ۱۴۰۴ افزایش یابد، یعنی حدود ۲۰ میلیون نفر گردشگر از بازار جهانی را سالانه به خود جذب کند. این کار مستلزم سرمایه‌گذاری بیش از ۳۰ میلیارد تومان در این صنعت با سهم حدوداً ۱۶ درصدی بخش دولتی و بقیه از بخش خصوصی است. همچنین، طبق سند چشم‌انداز، سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی باید به ۲ درصد در سال ۱۴۰۴ افزایش یابد، به‌گونه‌ای که در سال ۱۴۰۴ نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب کند (شجاعی و تراب احمدی، ۱۳۹۳)؛ اما روند کنونی به‌هیچ‌وجه رضایت‌بخش نیست و راه دشوار ایران برای دستیابی به ۲ درصد از درآمد جهانی گردشگری را نمایان می‌سازد. از این رو، توجه به اهداف سند چشم‌انداز عاملی مهم را برای شتاب‌بخشیدن به آهنگ رشد و توسعه فراهم می‌کند (نرگسی و همکاران، ۱۳۹۷).

با وجود سهم ناچیز ایران از صنعت گردشگری (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۶)، نمی‌توان از اهمیت صنعت گردشگری در رشد اقتصادی چشم‌پوشی کرد. از این رو، بررسی عوامل تأثیرگذار در رشد صنعت و تلاش برای شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش گردشگران ورودی به کشور از اهمیت فراوانی برخوردار است. با توجه به بررسی موضوع و موضوعات مشابه در مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۱، اسکوپوس^۲، وب‌آوساینس^۳ و پایگاه مجلات تخصصی نور (نورمگز)^۴ مشخص شد که تاکنون موضوع مشابهی برای ایران بررسی نشده و نقش عوامل اقتصادی و غیراقتصادی، به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری ورودی به ایران، در پژوهش‌های پیشین مغفول مانده است. بنابراین،

1. SID
2. SCOPUS
3. WOS
4. Noormags

پژوهش پیش رو بر تجزیه و تحلیل عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری ورودی در ایران متمرکز است. در این پژوهش، بررسی تقاضا با تمایز بین عوامل اقتصادی و غیراقتصادی برای نخستین بار انجام می‌شود. این امر، در فقدان پژوهشی که مبتنی بر تجزیه و تحلیل داده‌های پانل و کشورهای اصلی گردشگری به ایران است، اهمیت بیشتری می‌یابد. در این پژوهش، اطلاعات گردشگران ورودی به تفکیک کشورهای مبدأ بررسی شده است. تعداد کل گردشگران ورودی به ایران در طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ (مورد مطالعه در این پژوهش) در نمودار ۱ آمده است.



نمودار ۱: تعداد گردشگران ورودی به ایران در بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ (World Bank website, 2021)

مروری بر ادبیات موضوع

مرور ادبیات نشان می‌دهد که، برای سنجش تقاضای گردشگری در مقصد، متغیرهای متعددی در پژوهش‌های مختلف به‌عنوان متغیر وابسته و مستقل بررسی شده‌اند و متغیر گردشگران ورودی و هزینه گردشگری بیشترین تکرار را در تعیین تقاضای گردشگری داشته‌اند. پنگ و همکاران^۱ (2015)، بر مبنای تحلیل محتوای ۶۵ مقاله، بیان می‌کنند که گردشگران ورودی در ۶۴/۹ درصد از کل موارد و هزینه‌های گردشگری در ۲۱/۴ درصد از پژوهش‌ها به‌کار رفته‌اند. به زعم روسلو و هی (2019)، برآورد تقاضا برحسب هریک از متغیرها متفاوت خواهد بود و هریک، بر اساس نوع و چگونگی استفاده مدیران و سیاست‌گذاران گردشگری، کاربردهای متفاوتی خواهد داشت (Rosselló-Nadal & He, 2019). در جدول ۱ به تعدادی از عناوین و متغیرهای مستقل تأثیرگذار در تقاضای گردشگری ورودی که در برخی پژوهش‌های مشابه به‌کار رفته اشاره شده است. در این پژوهش، گردشگران ورودی به ایران به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

1. Peng et al.

جدول ۱: بررسی برخی مطالعات انجام شده مرتبط با موضوع پژوهش

عنوان پژوهش	نویسنده	سال انتشار	متغیرهای مستقل به کاررفته در پژوهش	نتیجه پژوهش
عوامل تعیین کننده ورود گردشگران به آفریقا: تجزیه و تحلیل رگرسیون داده‌های پانل	ناده و سایمن ^۱	۲۰۰۵	تأثیر درآمد، قیمت‌های نسبی، هزینه سفرهای اصلی، هزینه سفرهای هوایی، زیرساخت‌ها، بازارهای اطلاعات، ثبات سیاسی ایمنی شخصی، جغرافیا و سلامت گردشگران	متغیرهای اصلی سفر به آفریقا شامل ثبات سیاسی، بازاریابی و اطلاعات و سطح توسعه یافتگی است و در مقابل، سطح درآمد کشور مبدأ، قیمت‌های نسبی و هزینه سفر در تقاضای گردشگران از کشورهای توسعه یافته تأثیر چندانی ندارد
تقاضای گردشگری در مالزی: تجزیه و تحلیل مجموعه‌های زمانی مقطعی	حنیفه و هارون ^۲	۲۰۱۰	عوامل کلیدی اقتصادی مانند درآمد، قیمت، نرخ ارز، شاخص قیمت مصرف کننده (CPI)، فاصله، جمعیت و بحران اقتصادی	رابطه قوی بین عوامل کلیدی اقتصادی و تصمیم برای سفر بین گردشگران وجود دارد. درآمد مهم ترین عاملی است که در گردشگری مالزی تأثیر می‌گذارد
برآورد عملکرد تقاضای گردشگری در استان‌های منتخب: مطالعه موردی ایران	وصالیان و همکاران	۲۰۱۲	تعداد جاذبه‌های گردشگری، تعداد آژانس‌های سفر و خدمات، شاخص کلی قیمت کالا و خدمات مصرفی، نسبت قیمت هتل‌های استان به درآمد استان‌های دیگر	عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری یازده استان ایران در بازه ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ بررسی شده است و دو متغیر کل کالا و خدمات استفاده شده و نسبت قیمت هتل در آن استان به درآمد خانواده سایر استان‌ها به عنوان مهم ترین عوامل مؤثر بر تقاضا شناسایی شدند
تقاضای گردشگری: رویکرد پنل دیتا	خوشنویس یزدی و خانعلی زاده	۲۰۱۷	درآمد، شاخص قیمت مصرف کننده، نرخ ارز و حمل و نقل فرودگاهی و متغیر دامی حادثه ۱۱ سپتامبر	گردشگری جزو کالاهای غیرلوکس به شمار می‌رود و قیمت‌ها و نرخ واقعی ارز رابطه منفی با آن دارند. زیرساخت مناسب نیز رابطه مستقیمی با تقاضای گردشگران ورودی به ایالات متحده دارد
عوامل تعیین کننده گردشگری ورودی به مالزی: تحلیل پنل دیتا	حبیبی	۲۰۱۷	هزینه سفر، هزینه گردشگر، ثبات سیاسی، اتاق هتل، سرانه تولید ناخالص داخلی (GDP)، قیمت گردشگری جایگزین	به جز ثبات سیاسی، اهمیت عادت‌ها و ترجیحات (دهان به دهان) گردشگران ورودی بین المللی به عنوان عوامل مهم غیراقتصادی قابل توجه‌اند. در میان عوامل اقتصادی، سرانه تولید ناخالص داخلی گردشگران عامل مهم شناسایی شده است.
برآورد تابع تقاضای گردشگری با استفاده از رویکرد پنل دیتا (مورد مطالعه: ایران و کشورهای منتخب)	فرزین و خزانی پول	۱۳۹۵	قیمت نسبی گردشگری در مقصد، تولید ناخالص داخلی کشورهای مبدأ، تعداد تخت در تأسیسات اقامتی در مقصد، زیرساخت‌های مقصد و متغیر مجازی تحریم‌های بین المللی	متغیرهای تعداد فرودگاه و تعداد هواپیما، تعداد تخت در تأسیسات اقامتی و سرانه تولید ناخالص داخلی دارای اثر مثبت بر تقاضای گردشگران و در مقابل، قیمت نسبی دارای اثر منفی بر متغیر وابسته (تعداد گردشگران ورودی) است

1. Naudé & Saayman
2. Hanafiah & Harun

در این پژوهش، به منظور تحلیل دقیق‌تر عوامل تأثیرگذار در گردشگری ورودی به ایران، متغیرهای مستقل در دو بخش اقتصادی و غیراقتصادی بررسی شده است. متغیرهای اقتصادی شامل سرانه تولید ناخالص داخلی (GDP)، هزینه سفر، شاخص قیمت مصرف‌کننده و متغیرهای غیراقتصادی نیز دربرگیرنده ثبات سیاسی و تعداد اتاق‌های هتل است. یکی از بهترین متغیرهایی که در پژوهش‌های پیشین در تعیین تقاضای گردشگران ورودی به کار رفته است تعداد گردشگران ورودی از مبادی مختلف جهان به کشور مقصد است که در پژوهش حبیبی (2017) نیز استفاده شده است. مطابق آمارهای سازمان تجارت جهانی سازمان ملل متحد، درآمد جهان از گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۸ بیشتر از رشد صادرات گردشگران به تغییرات قیمت و درآمد واکنش نشان می‌دهد (Suppiah & Selvaratnam, 2020). بنابراین، برای سنجش سطح درآمد از شاخص تولید ناخالص داخلی کشور مبدأ استفاده شده است. نتایج به دست آمده از پژوهش‌های پیشین نشان‌دهنده اهمیت سرانه تولید ناخالص داخلی و تأثیر مثبت آن در تابع تقاضای گردشگری است (Jong et al., 2020, p. 107). در برخی پژوهش‌ها، شاخص تولید ناخالص داخلی معیاری برای محاسبه تابع تقاضای گردشگری در نظر گرفته شده است (Yerdelen & Gul, 2019). بنابراین این متغیر شاخص مناسبی برای سنجش درآمد گردشگران ورودی از کشورهای مختلف به‌شمار می‌آید. متغیر هزینه سفر یکی دیگر از متغیرهای مستقل اقتصادی است که متداول‌ترین شاخص‌ها برای اندازه‌گیری آن عبارت‌اند از قیمت بلیت هواپیما (برای ترافیک هوایی)، قیمت مشتقات نفت (برای ترافیک جاده‌ای) و فاصله جغرافیایی بین کشورها (Pivcevic et al., 2016). عموماً متغیرهای هزینه سفر از حاصل ضرب فاصله بین کشوری معین با مقصد و قیمت نفت محاسبه می‌شود. هرچند در برخی از پژوهش‌ها نیز از قیمت نفت به‌تنهایی برای هزینه سفر استفاده شده است (Ekanayake et al., 2012).

مدل‌های تقاضای گردشگری ارتباط نزدیکی با سنجش قیمت‌ها به‌عنوان متغیر توضیحی دارند (Morley, 1994). قیمت‌های نسبی شامل هزینه کالا و خدماتی است که گردشگران آن را به شکل سبدهی از کالا (اقامت، غذا، حمل و نقل و...) در مقصد گردشگری می‌پردازند. شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI)، به‌منظور سنجش تغییرات متغیر نسبی در مبدأ و مقصد، معیار مناسبی برای اندازه‌گیری قیمت‌های نسبی در دو کشور مبدأ و مقصد است (فرزین، ۱۳۹۸). بنابراین، واضح است که افزایش قیمت‌ها در کشور مقصد برای کشور مبدأ عاملی دلسردکننده به‌شمار خواهد آمد. به این ترتیب، گردشگران ممکن است مقصد ارزان‌تری را جایگزین مقصد قبلی کنند (Khoshnevis Yazdi & Khanalizadeh, 2017). در این پژوهش، شاخص قیمت مصرف‌کننده در ایران نسبت به شاخص قیمت مصرف‌کننده در مقصد به‌عنوان هزینه گردشگر بررسی شده است. از سوی دیگر، از دیدگاه کشور ورودی، عوامل رقابت‌پذیری گردشگری در دو حوزه بسیار مهم است: جذابیت مقصد و توسعه زیرساخت‌های گردشگری. برای سنجش دومین عامل از ظرفیت اسکان استفاده می‌شود، که معمولاً با محاسبه تعداد اتاق‌ها به دست می‌آید (Pivcevic et al., 2016). همچنین سرانه ناخالص داخلی بیشترین عامل تأثیرگذار در تقاضا و اقامت بزرگ‌ترین مؤلفه عرضه در جذب گردشگر ذکر شده است (Permatasari & Padilla, 2020, p. 79).

همان‌طور که گردشگری در محیط سیاسی باثبات به شکوفایی می‌رسد، بی‌ثباتی سیاسی معادله‌های تجاری را برهم می‌زند و تجارت و از جمله گردشگری را در سطوح مختلف جغرافیایی دچار اختلال می‌کند. ثبات سیاسی یکی از متغیرهای مستقل غیراقتصادی این پژوهش است. ثبات یا بی‌ثباتی سیاسی از عوامل بسیار مهم غیراقتصادی تأثیرگذار در گردشگری به‌شمار می‌رود. گردشگران خارجی اغلب حس می‌کنند که بیشتر از بومیان در معرض خطر و ناامنی قرار دارند، از این رو باید گفت درک ایمنی با توجه به ملیت متفاوت است (Gures et al., 2011). مسلماً درجات مختلفی از بی‌ثباتی سیاسی وجود دارد و هر یک به‌نوعی صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی را متأثر می‌کند (Ingram et al., 2013). مطالعه‌ای جهانی از سوی خبرگزاری سی‌ان‌ان در سال ۲۰۱۳ نشان می‌دهد که نگرانی ۶۷ درصد از پاسخ‌دهندگان موضوع امنیت در مقصد است، نه هزینه‌های سفر (Habibi, 2017).

پژوهش‌های متعددی به بررسی انواع مختلف شوک‌های سیاسی و تأثیر آن‌ها در بخش گردشگری و مهمان‌نوازی پرداخته‌اند. یکی از مهم‌ترین پژوهش‌ها مربوط به نومایر^۱ (2004) است که بیان می‌دارد ورود گردشگران ممکن است به علت عوامل سیاسی رانشی از جمله نقض حقوق بشر، درگیری، حملات تروریستی، رویدادهای سیاسی و خشونت‌آمیز کاهش یابد. در همین راستا، لوکا ویورو (2008) به بررسی شرایط ۱۳۰ کشور و تأثیر آن در تقاضای گردشگری پرداخته است و بیان می‌کند که گردشگران از سفر به مقصدهای غیرجذاب از لحاظ سیاسی اجتناب می‌کنند. وقایع دیگری همچون جنگ (Ivanov et al., 2017)، بیماری‌های همه‌گیر یا بلایای طبیعی نیز عوامل کاهش امنیت و در پی آن افت تقاضا به‌شمار می‌آیند. سارس در ۲۰۰۲ و سونامی تایلند در ۲۰۰۴ از نمونه‌های این عوامل اند (Ingram et al., 2013). درگیری داخلی، حملات تروریستی با هدف قراردادن صنعت گردشگری، شورش، ترور، کودتا، آدم‌ربایی و... نیز به‌منزله معیارهایی برای سنجش امنیت در مقصد بررسی شده‌اند (Seddighi et al., 2002).

با توجه به شرایط اقتصادی داخلی و بین‌المللی ایران، تحریم‌های اقتصادی به‌منزله متغیر ساختگی (دامی) در این پژوهش بررسی شده است. به زعم گانو^۲ (2007)، تحریم را می‌توان هر نوع محدودیتی تعریف کرد که به دلایل سیاست ملی، به‌ویژه در حوزه اقتصاد، به کشوری تحمیل می‌شود. تحریم‌ها را می‌توان در دسته‌های گوناگون طبقه‌بندی کرد. از دیدگاه هنریچ^۳ و همکاران (2017)، تحریم‌ها اغلب در اولین نگاه ضدتولیدند و به اقتصاد کشور تحریم‌شده آسیب می‌زنند. در حوزه گردشگری، اثر تحریم‌ها به شکل مشخص به‌صورت تأثیرات مستقیم اقتصادی بر عرضه و تقاضای صنایع با محوریت گردشگری اشاره دارد و تأثیرات غیرمستقیم آن مشتمل بر تأثیر تحریم‌ها در صنایع پشتیبان و مرتبط با گردشگری است (نوربهشت و محمدشفیعی، ۱۳۹۹). در طی سه دهه گذشته، گردشگری ایران، به دلایل متعدد از جمله وابستگی بیش از حد به نفت، تنش‌های سیاسی با غرب و تحریم‌های بین‌المللی، شکل‌گیری تصاویر منفی در بازارهای گردشگری فرست و نهایتاً مسائل مرتبط با تحریم، به‌شدت تحت تأثیر قرار گرفته است. برای مثال، ناوگان هوایی فرسوده در ایران، که به‌علت تحریم‌ها امکان خرید هواپیمای جدید و سرمایه‌گذاری خارجی فراهم نمی‌شود، از موضوعات مرتبط با تأثیر تحریم در گردشگری ایران است (Khodadadi, 2016). تحریم‌های اقتصادی علیه ایران از جانب شورای امنیت سازمان ملل، اتحادیه اروپا و ایالات متحده آمریکا تا به آن حد اهمیت دارد که به‌عنوان یکی از چالش‌های پیش روی توسعه گردشگری و رشد اقتصادی نیز مدنظر قرار گرفته است (یعقوبی منظری و آقامیری، ۱۳۹۶؛ ویسی و مهمان‌دوست، ۱۳۹۴؛ کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش با روش پانل دیتا انجام شده است. در برخی پژوهش‌ها که تابع تقاضای گردشگری یک کشور واحد بررسی شده است، روش‌های دیگری همچون حداقل مربعات پانل (OLS)، تجزیه و تحلیل هم‌بستگی و روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به‌کار رفته است. در برخی دیگر نیز بعضاً از روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌های پانل لاجیت (logit) چند جمله‌ای استفاده شده است (Ulucak et al., 2020, p. 5). روش پانل دیتا شامل مزایایی چون اطلاعات غنی‌تر، آزادی بیشتر در برآورد، مناسب برای مدل‌سازی روابط پیچیده و کاربردی برای نمونه‌های کوچک و بررسی فرایندهای پویا است (Gunter et al., 2020, p. 3). مدل‌های پانل دیتای پویا از مدل‌های گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) هستند که با یک متغیر وابسته یا وقفه توسعه یافته‌اند. این مدل‌ها به حل مشکل درون‌زایی در متغیرها، به‌ویژه هنگام جمع‌آوری داده‌های سری زمانی کوچک در یک آرایه مقطعی بزرگ، کمک می‌کنند. در مدل‌سازی اقتصادسنجی برای رفع مشکل درون‌زایی، که ناشی از پویایی مدل تقاضای گردشگری است، از مدل گشتاورهای تعمیم‌یافته استفاده می‌شود (Tang, 2018).

1. Neumayer
2. GAO (U.S. Government Accountability Office)
3. Heinrich

داده‌های ترکیبی یا پانل دیتا مجموعه داده‌هایی است که در چند مقطع و یک دوره زمانی به دست می‌آید. بسیاری از مسائل که در سری زمانی نادیده گرفته می‌شود، از جمله ناهمگنی‌ها، در این روش قابل مشاهده است (نظری و همکاران، ۱۳۹۶). بر همین اساس، این پژوهش با متغیرهای اقتصادی و غیراقتصادی به ارائه برآورد مدل‌های دینامیکی تقاضا با استفاده از داده‌های پانل پرداخته است. به این منظور، نرم‌افزار اقتصادسنجی ایویوز ۱۰^۱ به کار رفته است.

- داده‌ها و متغیرها

بانک اطلاعاتی از گردشگران بین‌المللی از ۴۹ کشور مختلف در بازه زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ (۱۳۸۷-۱۳۹۵) فراهم و در نتیجه آن، یک پانل دیتا با ۴۳۳ مشاهده ایجاد شد. در بیشتر پژوهش‌ها از تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی به عنوان متغیر وابسته برای برآورد تقاضای گردشگری در منطقه‌ای خاص استفاده می‌شود. در این پژوهش نیز، علاوه بر استفاده از متغیر مذکور، از متغیرهای اقتصادی و غیراقتصادی به منظور تعیین تقاضای گردشگری ورودی به ایران استفاده شده است. در این پژوهش، سرانه تولید ناخالص داخلی هر کشور مبدأ به عنوان شاخصی از سطح درآمد گردشگران در نظر گرفته شده است. شاخص قیمت نسبی گردشگری به عنوان نسبت بین شاخص قیمت مصرف‌کننده در کشورهای مبدأ گردشگران و شاخص قیمت مصرف‌کننده ایران ایجاد شد. به منظور تعیین هزینه سفر، متغیر متوسط قیمت سالانه هر بشکه نفت خام به دلار تعیین شد که در این متغیر قیمت نفت خام در کشور مقصد عامل مهمی در جذب بیشتر گردشگران است. ظرفیت اقامتی، که با تعداد اتاق‌های هتل اندازه‌گیری می‌شود، فاکتور طرف عرضه معرفی شد. گردشگران معمولاً تمایل دارند تعطیلات خود را در آرامش و بدون مزاحمت بگذرانند، از این رو به حوادث خشونت‌آمیز مانند درگیری، جنگ، تهدیدهای تروریستی، شورش و موارد مشابه در مقصد حساس‌اند. در پژوهش‌های اندکی تأثیر منفی تروریسم در گردشگری اثبات شده است. برای سنجش اهمیت ثبات سیاسی، نبود خشونت و متغیرهای تروریسم در تقاضای گردشگری، از شاخص‌های حاکمیت کل برای سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ استفاده می‌شود. به منظور سنجش اثر تحریم در مدل‌ها نیز از داده‌های تحریم اقتصادی ایران در سال ۱۳۹۴ استفاده شده است (صادقی و همکاران، ۱۳۹۹). در جدول ۲، متغیرها و منابع آماری و اطلاعات مربوط به آن لحاظ شده است.

جدول ۲: متغیرهای پژوهش و منابع

منبع	شرح	علامت اختصاری	متغیر
وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایران	گردشگران ورودی سالیانه از کشور مبدأ	TA	گردشگران ورودی
WDI ^۲ , 2021	سرانه تولید ناخالص داخلی واقعی در کشور مبدأ بر حسب دلار آمریکا	GDP	درآمد
سایت صندوق بین‌المللی پول (IMF)	شاخص قیمت مصرف‌کننده نسبی ایران تقسیم بر شاخص قیمت مصرف‌کننده در کشور مبدأ (تنظیم شده با نرخ ارز)	TP	نرخ گردشگر
ایپک و سازمان جهانی انرژی IEA ^۳	قیمت نفت خام	TC	هزینه سفر
گزارش‌های سالانه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و مرکز آمار ایران	تعداد اتاق‌های هتل	HR	اتاق هتل
WGI (2013)	ثبات سیاسی، نبود خشونت و تروریسم	PS	ثبات سیاسی

1. EViews10
2. World development Indicators
3. Energy information administration

مدل‌های پژوهش

با توجه به آنچه پیش‌تر گفته شد، این مقاله برآورد مدل‌های دینامیکی تقاضا را با استفاده از داده‌های پانل ارائه می‌دهد:

$$TA_{it} = \beta'x_{it} + \mu_{it}$$

TA_{it} نشان‌دهنده تعداد گردشگران ورودی بین‌المللی از کشور مبدأ i در سال t است. β_i نشان‌دهنده بردار پارامترها و X_{it} بردار متناظر متغیرهای توضیحی است؛ از جمله متغیر وابسته تأخیری $(TA_{it} - 1)$ ، عوامل اقتصادی $(GDP_{it}, TP_{it}, TC_{it})$ و سایر عوامل $(HR_{it}, Dum; PS_{it})$. GDP_{it} سرانه تولید ناخالص داخلی (GDP) در هر یک از کشورهای مبدأ است و TP_{it} بیانگر هزینه نسبی زندگی گردشگران در کشور ایران است. TC_{it} هزینه سفر بین ایران و کشور مبدأ، HR_{it} تعداد اتاق‌های هتل در ایران، PS_{it} ثبات سیاسی در ایران و DUM متغیر ساختگی است. بر همین اساس، بررسی‌های ما سه گزینه مدل‌سازی را نشان می‌دهد: اول، مدل تعیین تقاضا بر مبنای متغیرهای اقتصادی، دوم مدل تعیین تقاضا بر مبنای متغیرهای غیراقتصادی، و سوم مدلی که از ترکیب متغیرهای دو مدل قبل به منظور تعیین تقاضا به دست می‌آید.

مدل ۱: مدل تقاضا با متغیرهای اقتصادی

در مدل اول به مدل‌سازی کلاسیک پرداخته شده است و شامل متغیرهای اقتصادی یعنی سرانه تولید ناخالص داخلی، هزینه سفر و شاخص قیمت‌ها در کشور است که عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری مطرح شده‌اند. همان‌طور که قبلاً گفته شد، بیان متغیر وابسته تأخیری به عنوان متغیر توضیحی نیز ضروری است. در مدل اول، تعداد گردشگران ورودی به ایران به این متغیرها بستگی دارد: گردشگرانی که در دوره قبل وارد می‌شوند، سرانه تولید ناخالص داخلی، شاخص نسبی قیمت گردشگر و هزینه سفر. به بیان بهتر، در مدل اول از متغیرهای اقتصادی برای برآورد تقاضای گردشگران ورودی به ایران بهره گرفته شده است.

$$TA_{it} = \alpha + \beta_1 TA_{it-1} + \beta_2 GDP_{it} + \beta_3 TP_{it} + \beta_5 TC_{it} + u_{it}$$

مدل ۱

مدل ۲: مدل تقاضا با متغیرهای غیراقتصادی

در مدل دوم از متغیرهای غیراقتصادی برای برآورد تعداد گردشگران ورودی به ایران بهره گرفته شد. به این ترتیب، در این مدل، تعداد گردشگران ورودی به ایران به این متغیرهای غیراقتصادی بستگی دارد: گردشگرانی که در دوره قبلی وارد می‌شوند، تعداد اتاق‌های هتل در ایران، ثبات سیاسی در کشور و متغیر ساختگی (تحریم اقتصادی ایران). بر این اساس، مشخصات مدل دوم به شرح زیر است:

$$TA_{it} = \alpha + \beta_1 TA_{it-1} + \beta_2 HR_{it} + \beta_3 PS_{it} + \beta_4 DUM_{94} + u_{it}$$

مدل ۲

مدل ۳: مدل تقاضا با متغیرهای اقتصادی و غیراقتصادی

مدل سوم شامل ترکیب عوامل تعیین‌کننده اقتصادی و غیراقتصادی است. بنابراین، این مدل از تلفیق مدل‌های ۱ و ۲ به دست می‌آید:

$$TA_{it} = \alpha + \beta_1 TA_{it-1} + \beta_2 GDP_{it} + \beta_3 TP_{it} + \beta_5 TC_{it} + \beta_6 HR_{it} + \beta_7 PS_{it} + \beta_8 DUM_{94} + u_{it}$$

مدل ۳

در این پژوهش، برآورد این مدل‌ها با روش برآوردگر گشتاورهای تعمیم‌یافته، پیشنهاد شده از سوی آرانو و باند^۱ (1991)، انجام شده است. این روش برای تخمین مدل‌های داده پانل پویا مناسب است که تعداد کشورها به وضوح از دوره زمانی بیشتر است. همچنین از آزمون سارگان برای شناسایی اعتبار کلی ابزار استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش نتایج به دست آمده از سه مدل پژوهش شامل عوامل اقتصادی، عوامل غیراقتصادی و ترکیبی ارائه شده است تا تأثیر متغیرهای مستقل موجود در پژوهش بر متغیر وابسته بررسی شود. در این پژوهش از مدل رگرسیون پانلی پویا استفاده شده است که در آن متغیر وابسته به صورت وقفه در سمت راست به عنوان متغیر مستقل ظاهر می‌شود. برای برآورد این معادله از برآوردگر گشتاورهای تعمیم‌یافته به منزله ابزار اقتصادسنجی استفاده شده است.

برآورد مدل‌ها

سازگاری برآوردکننده گشتاورهای تعمیم‌یافته به معتبر بودن فرض عدم هم‌بستگی سریالی جملات خطا و ابزارها بستگی دارد که می‌توان آن را با دو آزمون تصریح شده از سوی آرانو و باند (1991)، آرانو و بوور^۲ (1995) و بلوندل و باند^۳ (1998) آزمود. اولی آزمون سارگان و دیگری آزمون خودهم‌بستگی سریالی است که نتایج آن در جدول ۳ آمده است. از آزمون سارگان برای تعیین اعتبار ابزارها استفاده شده است. نتایج این آزمون نیز با سنجش آماره J و Prob J حاکی از رد نشدن فرضیه صفر و پذیرش سازگاری برآوردکننده گشتاورهای تعمیم‌یافته در تمامی مدل‌ها است؛ بنابراین اعتبار ابزارها تأیید می‌شود. معناداری و ثابت بودن علامت متغیرهای کنترل در تمامی مدل‌ها به همراه آزمون سارگان نشان از درستی مدل اقتصادسنجی دارد، از این رو نتایج ضرایب برآورد شده از نظر آماری تأیید می‌شود و قابل تفسیر است. همچنین، نتایج آزمون آرانو نشان می‌دهد که AR1 معنادار و AR2 معنادار نیست، بنابراین خودهم‌بستگی مرتبه اول در هر سه مدل وجود دارد.

به منظور سنجش اعتبار پژوهش از آزمون‌های خودهم‌بستگی آرانو و باند (1991) استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده رد فرض صفر آزمون خودهم‌بستگی مرتبه اول و تأیید نتایج است. قبول فرض صفر در آزمون خودهم‌بستگی مرتبه دوم نشان از آن دارد که خودهم‌بستگی مرتبه دوم وجود ندارد. نتایج آزمون سارگان نیز، با مقایسه آماره J در جدول ۳ حاکی از رد نشدن فرضیه صفر و پذیرش سازگاری برآوردکننده گشتاورهای تعمیم‌یافته در تمامی مدل‌ها است. مقدار p-value در کنار تمامی آزمون‌ها لحاظ شده است. نتایج ابزارهای اندازه‌گیری نشان از درستی تمامی آزمون‌های پژوهش دارد.

جدول ۳: تخمین آزمون‌های مدل پژوهش

متغیر	مدل اول	مدل دوم	مدل سوم
سارگان	46.59547(0.366093)	38.83722(0.050528)	47.06122(0.273054)
AR (1) ^۴	-2.163997(0.0305)	-1.274159(0.2026)	-4.048910(0.0001)
AR (2) ^۵	-1.186272(0.2355)	-1.550626(0.1210)	-1.239836(0.2150)

1 Arellano & Bond
2. Arellano & Bover
3. Blundell & Bond

۴ خودهم‌بستگی مرتبه اول
۵. خودهم‌بستگی مرتبه دوم

نتایج پژوهش در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴: نتایج برآورد مدل‌های پویا (روش گشتاورهای تعمیم‌یافته)

متغیر	مدل اول	مدل دوم	مدل سوم
گردشگران ورودی (-1)	0.797443	0.572096	0.642848
درآمد	0.551247		1.628920
نرخ گردشگر	12.54635		13.02625
هزینه سفر	256.6971		24.25941
ثبات سیاسی		111884.5	56614.59
اتاق‌های هتل		45.00165	11.49656
متغیر ساختمانی (dum)		-47883.54	-2434.666

با توجه به جدول ۴، متغیرهایی که اهمیت نظری بیشتری دارند در نتایج پژوهش نیز تأثیرگذارتر هستند. مطابق یافته‌ها، درآمد سرانه گردشگران و ثبات سیاسی عوامل اصلی تشکیل‌دهنده تقاضای گردشگری بین‌المللی در ایران است. عوامل غیراقتصادی مانند تعداد اتاق‌های هتل و متغیر ساختمانی، که به تأثیر تحریم‌ها در گردشگری ورودی به ایران اشاره می‌کنند، در اولویت‌های بعدی قرار دارند. در مدل‌های اقتصادی، متغیرهای تولید ناخالص داخلی، قیمت مصرف‌کننده و قیمت جهانی نفت خام متغیرهای اقتصادی در نظر گرفته شدند که در جدول ۴ و مدل ۱ نشان داده شده است. در هر سه مدل، درآمد تولید ناخالص داخلی در ورود گردشگران تأثیرگذار است که نشان می‌دهد وضعیت اقتصادی کشورهای ورودی در تقاضای گردشگری ایران نقش دارد. مطابق جدول ۴، ضریب آماری متغیر تولید ناخالص داخلی ۰/۵۵ است که نشان از تأثیرگذاری این متغیر اقتصادی در تقاضای گردشگری دارد. در مدل سوم، با اضافه شدن متغیرهای غیراقتصادی نیز، تأثیر این متغیر بیشتر شده و بیان‌کننده آن است که هرچه کشوری تولید ناخالص داخلی بیشتری داشته باشد، گردشگران بیشتری از آن مبدأ به ایران وارد می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های فرزین و خزایی پول (۱۳۹۵)، سوفیا و سلوواراتنام^۱ (۲۰۲۰) و تاتوغلو و گول^۲ (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

بر مبنای یافته‌ها، شاخص قیمت مصرف‌کننده، که قیمت نسبی گردشگری در مقصد در نظر گرفته شده است، می‌تواند عامل کششی در جذب گردشگر به ایران باشد. به زعم سیتاناه^۳ و همکاران (۲۰۱۱)، با افزایش هزینه زندگی در مقصد، اشتیاق گردشگران برای سفر به آن مقصد کمتر خواهد شد (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین، عکس این مطلب نیز صادق است. در حقیقت، از آنجاکه نسبت شاخص قیمت مصرف‌کننده در ایران به شاخص قیمت مصرف‌کننده در کشور مبدأ بررسی شده است، اثر مثبت این متغیر به معنای هزینه کمتر زندگی، اقامت ارزان قیمت، هزینه کمتر خدمات و غذا و حمل‌ونقل در ایران خواهد بود. این نتیجه با یافته‌های حنیفه و هارون (۲۰۱۰) مطابقت دارد. ایران دوره‌های توری متعددی را پشت‌سر گذاشته است. همچنین رشد نرخ ارز (یا کاهش ارزش ریال) سبب افزایش تقاضای گردشگری و نهایتاً افزایش درآمدهای گردشگری خارجی می‌شود. با ارزان‌تر شدن بهای کالاها و خدمات گردشگری ایران برای مسافران خارجی، میل به مصرف محصولات گردشگری نیز بهبود می‌یابد (تقوی و قلی‌پور سلیمانی، ۱۳۸۸). از سوی دیگر، بر اساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد (WEF)^۴، کشور ایران در رقابت‌پذیری سفر و گردشگری رتبه ۸۹ را بین ۱۴۰ کشور در سال ۲۰۱۹ به دست آورده است. اما نکته حائز اهمیت آن است که از میان شاخص‌های مؤثر در رقابت‌پذیری مقصدهای گردشگری، ایران در شاخص رقابت‌پذیری قیمت، با امتیاز ۶/۷، رتبه نخست را دارد

1 Suppiah & Selvaratnam

2 Yerdelen Tatoglu & Gul

3. Seetana

4. World Economic Forum website

(WEF, 2019). بر اساس آنچه گفته شد، ایران از نظر قیمت محصولات و خدمات گردشگری و در پی آن، از نظر شاخص قیمت مصرف کننده قدرت رقابت پذیری زیادی را در میان مقصدهای مشابه دارد و همین عامل ممکن است علت تأثیر مثبت متغیر هزینه سفر در تقاضای گردشگران ورودی به ایران باشد.

ثبات یا بی ثباتی سیاسی از مهم ترین عوامل غیراقتصادی است که در پژوهش‌ها به عنوان متغیر تأثیرگذار در گردشگران ورودی بررسی شده است. نتایج آزمون‌ها حاکی از آن است که ثبات سیاسی تأثیر بسیار عمیقی در تعداد گردشگران ورودی به ایران دارد. شش شاخص اصلی برای تعیین ثبات سیاسی از منابع مورداستفاده در این پژوهش آورده شده است که شامل پاسخ گوئی، ثبات سیاسی و نبود خشونت، اثربخشی دولت، کیفیت نظارتی، حکم قانون و کنترل فساد است. تأثیر ثبات سیاسی در گردشگری به ویژه گردشگری ورودی بین المللی در پژوهش‌های متعددی تأیید شده است (Lui et al., 2018; Habibi, 2017; Ingram et al., 2013; Saha et al., 2017; Naude & Saayman, 2005; صامتی و همکاران، ۱۳۹۴). به نظر لویی و همکاران (2018)، هرچه فاصله مبدأ گردشگر با مقصد گردشگری بیشتر باشد، اهمیت این متغیر در تعیین تقاضای گردشگر ورودی بیشتر خواهد بود. به طور کلی، طبق یافته‌های پژوهش می‌توان ادعا داشت که نبود خشونت و ناامنی، حاکمیت قانون و اثربخشی دولت، که از عوامل مؤثر بر ثبات سیاسی است، تأثیر مستقیمی در تقاضای گردشگران ورودی به ایران خواهد داشت. یکی از پیامدهای تحریم آسیب‌زدن به صنعت گردشگری است که اغلب از طریق ایجاد ناامنی ذهنی، ایران‌هراسی و تصویر منفی از کشور بروز می‌یابد. در این پژوهش، تأثیرات تحریم در تقاضای گردشگری ورودی به عنوان متغیر ساختگی (دامی) بررسی شده و شواهد حاکی از آن است که تحریم‌ها بر تقاضا اثر منفی دارد. به این ترتیب که افزایش تحریم‌ها به کاهش تقاضای گردشگری ورودی منجر می‌شود. یافته‌ها با نتایج پژوهش نوربخت و محمدشفیعی (۱۳۹۹) مطابقت دارد.

همان‌طور که در مدل دوم در جدول ۴ نشان داده شده است، نقش مثبت عوامل عرضه که در اینجا با تعداد اتاق‌ها بیان شده مشاهده می‌شود. یافته‌ها مبین آن است که افزایش تعداد اتاق‌های هتل افزایش ورود گردشگران را به همراه دارد. این نتایج با یافته‌های پیوسیس^۱ و همکاران (2016)، که تأثیر مثبت چشمگیری از عوامل جانبی عرضه را در تقاضای گردشگری کشف کردند، مطابقت دارد.

نتیجه‌گیری

ایران، با داشتن منابع فرهنگی و طبیعی گسترده و ۲۶ اثر ثبت شده جهانی در فهرست میراث جهانی یونسکو، همچنان در ورود گردشگران بین المللی جایگاه ویژه‌ای ندارد و این صنعت هنوز در ایران درآمدزا نشده است. همچنین، بسیاری از کشورهای در حال توسعه گردشگری را گزینه بسیار قدرتمندی برای توسعه می‌دانند و به بیان لوئیس ترنر^۲ (1976)، گردشگری امیدبخش ترین و جایگزین ترین صنعتی است که پیش روی این کشورهاست؛ اما درعین حال اغلب پژوهش‌های صورت گرفته حاکی از آن است که شرایط حاکم بر صنعت گردشگری به ویژه در حوزه بین المللی متأثر از شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در کشورهای مقصد است (حیدری چیانه و سلطانی، ۱۳۹۳ به نقل از حیدری چیانه، ۱۳۸۳). در این پژوهش، مدل سازی اقتصادسنجی پویا از تقاضای گردشگری ورودی به ایران بررسی و عوامل تعیین کننده در ورود گردشگران بین المللی به ایران تجزیه و تحلیل شده است. بدین منظور، داده‌های گردشگران ورودی به ایران از ۴۹ کشور طی دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ استخراج و تأثیر عوامل اقتصادی همچون تولید ناخالص داخلی کشورهای مبدأ، قیمت مصرف کننده (قیمت نسبی گردشگری) و قیمت نفت خام و عوامل غیراقتصادی همچون تعداد اتاق‌ها، ثبات سیاسی و اثر تحریم به منزله متغیر دامی بر تقاضای گردشگران ورودی به ایران سنجیده شده است. بر مبنای هدف پژوهش، سه مدل اقتصادی، غیراقتصادی و ترکیبی که از برآوردگر گشتاور تعمیم یافته‌ای که آرلانو و باند برای مدل داده‌های پانل پویا پیشنهاد داده‌اند برآورد شده است. بنابر یافته‌های پژوهش، علاوه بر متغیرهای اقتصادی، متغیرهای

1. Pivcevic
2. Turner

غیراقتصادی نیز در تعیین میزان تقاضای گردشگری ورودی به ایران تأثیرگذارند. در این پژوهش درآمد گردشگران (با متغیر تولید ناخالص داخلی) از میان متغیرهای اقتصادی و ثبات سیاسی از میان متغیرهای غیراقتصادی اصلی‌ترین متغیرها در تعیین تقاضای گردشگران ورودی به ایران تعیین شده است.

میان گردشگری، ثبات، توسعه و امنیت رابطه‌ای تعریف شده وجود دارد و هرگونه ناامنی و به‌کارگیری خشونت زیان‌های جبران‌ناپذیری به این صنعت وارد می‌سازد. ثبات و بی‌ثباتی سیاسی از مهم‌ترین عوامل غیراقتصادی است که در پژوهش‌ها به‌عنوان متغیر تأثیرگذار در گردشگران ورودی بررسی شده است. لیو و همکاران (2018)، حبیبی (2017)، سها و همکاران (2017) و ناده و سایمن (2005) از جمله پژوهشگرانی هستند که تأثیر عامل ثبات سیاسی را در مدل‌های خود به‌منظور بررسی تقاضای گردشگری بررسی کرده و بر این نظرند که تأثیر مستقیم ثبات سیاسی در افزایش گردشگران ورودی انکارنشده است. بر اساس یافته‌های صامتی و همکاران (۱۳۹۴) نیز مشخص شد که ثبات سیاسی و حاکمیت قانون در گردشگران ورودی به کشورهای اسلامی تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد. بی‌تردید ضروری است که سیاست‌گذاران از جنبه‌های منفی خط‌مشی‌ها آگاهی داشته باشند؛ زیرا ثبات یا بی‌ثباتی سیاسی کشورها به اقدامات و عملکردهای دولت وابستگی چشمگیری دارد. بنابراین، ضروری است که دولت‌ها، ضمن آگاهی از تأثیرات منفی بی‌ثباتی سیاسی در تقاضای گردشگری، به‌منظور بهبود عملکرد دولت و نیز همکاری با بخش خصوصی برای تضمین محیط سیاسی امن، به پایداری درآمدهای گردشگری توجه بیشتری نمایند.

نتیجه به‌دست‌آمده درباره درآمد گردشگران، بر اساس کسش‌های برآوردشده (۰/۵۵)، نشان‌دهنده تأثیر مطلوبیت وضعیت اقتصادی در ورود گردشگران به مقصد است. کشوری که وضعیت اقتصادی مطلوب‌تری داشته باشد، شهروندانش توانایی بیشتری برای مسافرت به سایر کشورها و مقاصد گردشگری دارند. این استدلال با پژوهش نظری و همکاران (۱۳۹۶) هم‌راستا است. از طرفی، از آنجاکه بیشتر گردشگران ورودی به ایران از کشورهایی همچون ارمنستان و عراق هستند، به‌علت مسافت کم بین مبدأ و مقصد، تغییرات قیمت نفت خام تأثیر منفی در تقاضای سفر به ایران ندارد. از سوی دیگر، چون کشورهای اطراف ایران از کشورهای صادرکننده نفت خام‌اند، افزایش قیمت نفت تأثیر مثبت در تقاضای سفر دارد. این استدلال با نتایج پژوهش هادی رفیعی و همکاران (۱۳۹۷) مطابقت دارد. درخصوص هزینه گردشگر، نتایج حاکی از آن است که افزایش نرخ ارز یا به عبارت بهتر کاهش ارزش ریال به معنای ارزان‌تر شدن محصولات گردشگری برای گردشگران ورودی است. بی‌تردید در این وضعیت میل به مصرف محصولات گردشگری و تقاضای گردشگران ورودی افزایش خواهد یافت. هرچند یافته‌های پژوهش‌های دیگر از جمله پژوهش حبیبی (2017)، فرزین و خزائی پول (۱۳۹۵) و حنیفه و هارون (2010) بر تأثیر منفی قیمت نسبی محصولات گردشگری در گردشگران ورودی تأکید دارد، اما نتایج این پژوهش بیانگر تأثیر مثبت این متغیر در گردشگران ورودی است. یکی از علل این پیامد را می‌توان کم‌بودن درآمد گردشگران ورودی و مهم‌بودن نرخ ارز برای آن‌ها دانست. به‌نظر می‌رسد، با توجه به این نتیجه، کم‌بودن ارزش پولی ایران و کسب رتبه اول در شاخص رقابت‌پذیری، ضروری است که برنامه‌ریزان در سازمان‌ها و بخش‌های متولی گردشگری، با به‌کارگیری راهکارهای مطلوب‌تری برای بازاریابی حوزه گردشگری در ایران، از این فرصت مناسب برای افزایش تعداد گردشگران ورودی اقدام کنند. تعداد اتاق‌های هتل نیز یکی دیگر از عوامل غیراقتصادی است که تأثیر مثبتی در ورودی گردشگران می‌گذارد. وجود اتاق‌های باکیفیت و کافی در ایجاد دیدگاه مثبت برای به‌تصویرکشیدن ویژگی‌های عرضه در کشورهای گردشگرفرست اثرگذار خواهد بود. این یافته با نتایج پژوهش‌های فرزین و خزائی پول (۱۳۹۵) و حبیبی (2017) هم‌راستا است.

منابع

- ایرانی هریس، صیاد، ولی شریعت‌پناهی، مجید، رحمانی، بیژن (۱۳۹۸). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل و مقوله‌های مؤثر بر تقاضای گردشگران خارجی (مطالعه موردی: شهر تبریز). فصلنامه جغرافیایی سرزمین، ۱۶(۱)، ۱-۱۶.
- پرتویی، ملوک (۱۳۸۷). تأثیر عملکرد بخش گردشگری بر شاخص‌های کلان اقتصادی طی برنامه‌ی سوم توسعه (با نظری اجمالی به سیاست‌های این بخش در برنامه‌ی چهارم توسعه). مجله اقتصادی-ماهنامه بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، ۸(۷۷ و ۷۸)، ۵-۱۴.
- تقوی، مهدی و قلی‌پورسلیمانی، علی (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران. پژوهشنامه اقتصادی، ۹(۳)، ۱۵۷-۱۷۲.
- حبیبی، فاتح، محدی، سمیرا (۱۳۹۶). بررسی تأثیر توسعه گردشگری بر شاخص توسعه انسانی (HDI). اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای، رویکردها و کاربردها، کردستان.
- حیدری‌چپانه، رحیم و سلطانی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری مطالعه موردی: منطقه خاورمیانه. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۵(۲)، ۲۰۹-۲۲۸.
- رفیعی، هادی، حیدریان، سمیرا، رهنما، علی، اتحادی، سحر (۱۳۹۷). تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری: مقایسه کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه. گردشگری و توسعه، ۲۷(۲)، ۱-۱۷.
- شجاعی، مسلم و تراب‌احمدی، مژگان (۱۳۹۳). بررسی تحقق‌پذیری اهداف کمی سند چشم‌انداز توسعه گردشگری ایران ۱۴۰۴. اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران چالش‌ها و چشم‌اندازها، مشهد.
- صادقی، حسین، فرامرزی، هادی و خلج‌زاده، مهدی (۱۳۹۹). مقدمه‌ای بر اقتصاد سیاسی ایران در سایه تحریم. تهران: نشر نور علم.
- صامتی، مجید، حسینی، میرهادی و احسانی فرید، مینا (۱۳۹۴). بررسی تأثیر ثبات سیاسی و حاکمیت قانون بر تعداد ورود گردشگران؛ مطالعه موردی: کشورهای منتخب اسلامی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۶. پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۳(۴)، ۱-۱۴.
- فرزین، محمدرضا (۱۳۹۸). اقتصاد گردشگری. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی
- فرزین، محمدرضا، خزانی‌پول، مرتضی (۱۳۹۵). برآورد تابع تقاضای گردشگری با استفاده از رویکرد پنل دیتا (مورد مطالعه: ایران و کشورهای منتخب). گردشگری و اوقات فراغت (گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ)، ۴(۵)، ۷-۱۹.
- کاظمی، ابوطالب، یغفوری، حسین، کلانترزاده، مهسا، حاتمی، داود (۱۳۹۳). مقایسه اثرگذاری توریزم بر رشد اقتصادی در ایران و ترکیه. جغرافیایی فضای گردشگری، ۴(۱۳)، ۱-۱۷.
- نرگسی، شهین، بابکی، روح‌اله، عفتی، مهناز (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران (۱۳۹۵-۱۳۶۸). اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴)، ۴۱-۶۷.
- نظری، محسن، اسفیدانی، محمدرحیم، طباطبایی، سیدمهدی (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران بین‌المللی با استفاده از مدل جاذبه. تحقیقات اقتصادی، ۵۲(۱)، ۲۱۵-۲۴۳.
- نوربهبشت، حمید و محمدشفیعی، مجید (۱۳۹۹). آینده‌نگاری راهبردی آسیب‌پذیری صنعت گردشگری ناشی از تحریم‌های اقتصادی با رویکرد پدافند غیرعامل. آینده‌پژوهشی دفاعی، ۱۸، ۱۱۳-۱۴۰.
- ویسی، هادی و هم‌اندوخت، خدیجه (۱۳۹۴). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری بین‌المللی در ایران با تأکید بر گردشگری ورودی. ژئوپلیتیک، ۱۱(۱)، ۱۳۵-۱۵۶.
- یعقوبی‌منظری، پریسا، آقامیری، سیدامید (۱۳۹۶). شناسایی استراتژی‌های توسعه پایدار صنعت گردشگری ایران با استفاده از تکنیک متاسوات و ارائه راهکارهای مناسب. بررسی‌های بازرگانی، ۱۵(۸۶-۸۷)، ۱-۱۶.

- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), 277-297.
- Arellano, M., & Bover, O. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. *Journal of econometrics*, 68(1), 29-51.
- Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of econometrics*, 87(1), 115-143.
- Ekanayake, E., M., Halkides, M., & Ledgerwood, J.R. (2012). Inbound International Tourism to the United States: A Panel Data Analysis. *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 15-27.
- Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14(4), 807-818.
- Gunter, U., Onder, I., & Zekan, B. (2020). Modeling Airbnb demand to New York City while employing spatial panel data at the listing level. *Tourism Management*, 77, 104000.
- Gures, N., Demirer, H., Aldemir, S., Tayfur, L. and Arslan, S. (2011). Safety perception of Turkish and European passengers in Turkish airports: A cross-national comparison. *International Journal of Business and Management*, 6(4), 90.
- Habibi, F. (2017). The determinants of inbound tourism to Malaysia: a panel data analysis. *Current Issues in Tourism*, 20(9), 909-930.
- Hanafiah, M. H. M., & Harun, M. F. M. (2010). Tourism demand in Malaysia: A cross-sectional pool time-series analysis. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2), 80-83.
- Heinrich, T., Kobayashi, Y., & Peterson, T. M. (2017). Sanction consequences and citizen support: A survey experiment. *International Studies Quarterly*, 61(1), 98-106.
- Ingram, H., Tabari, S., & Watthanakhomprathip, W. (2013). The impact of political instability on tourism: case of Thailand. *Worldwide hospitality and tourism themes*, 5(1), 92-103.
- Ivanov, S., Gavrilina, M., Webster, C., & Ralko, V. (2017). Impacts of political instability on the tourism industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(1), 100-127.
- Jong, M., Puah, CH., Affendy Arip, M. (2020). Modelling Tourism Demand: An Augmented Gravity Model. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 54(2), 105-112.
- Khodadadi, M. (2016). A new dawn? The Iran nuclear deal and the future of the Iranian tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 18, 6-9.
- Khoshnevis Yazdi, S., & Khanalizadeh, B. (2017). Tourism demand: A panel data approach. *Current Issues in Tourism*, 20(8), 787-800.
- Liu, Y., Li, Y., & Li, L. (2018). A panel data-based analysis of factors influencing market demand for Chinese outbound tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(7), 667-676.
- Llorca Vivero, R. (2008). Terrorism and international tourism: new evidence. *Defence and Peace Economics*, 19(2), 169-188.
- Morley, C. L. (1994). The use of CPI for tourism prices in demand modelling. *Tourism Management*, 15(5), 342-346.

- Naudé, W. A., & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis. *Tourism economics*, 11(3), 365-391.
- Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *Journal of conflict resolution*, 48(2), 259-281.
- Peng, B., Song, H., & Crouch, G. I. (2014). A meta-analysis of international tourism demand forecasting and implications for practice. *Tourism Management*, 45, 181-193.
- Permatasari, M. F., & Padilla, M. A. E. (2020). Determinants of Tourism Demand in Indonesia: A Panel Data Analysis. *Tourism analysis*, 25(1), 77-89.
- Pivcevic, S., Kulis, Z., & Seric, N. (2016). The pull factors of tourism demand: a panel data analysis for Latin American and Caribbean Countries. In *Faculty of Tourism and Hospitality Management in Opatija. Biennial International Congress. Tourism & Hospitality Industry* (p. 319). University of Rijeka, Faculty of Tourism & Hospitality Management.
- Rosselló-Nadal, J., & He, J. (2020). Tourist arrivals versus tourist expenditures in modelling tourism demand. *Tourism Economics*, 26(8), 1311-1326.
- Saha, S., Su, J. J., & Campbell, N. (2017). Does political and economic freedom matter for inbound tourism? A cross-national panel data estimation. *Journal of Travel Research*, 56(2), 221-234.
- Seddighi, H. R., Theocharous, A. L., & Nuttall, M. W. (2002). Political Instability and Tourism. an empirical study with special reference to the microstate of Cyprus *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 61-84.
- Suppiah, R., Selvaratnam, D. P. (2020). Tourism demand in Malaysia: A panel data analysis of 17 OECD countries. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 12(3), 52-64.
- Tang, C. F. (2018). The Impacts of Governance and Institutions on Inbound Tourism Demand: Evidence from a Dynamic Panel Data Study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(10), 1000-1007
- Yerdelen Tatoglu, F., & Gul, H. (2020). Analysis of tourism demand using a multi-dimensional panel gravity model. *Tourism Review*, 75(2), 433-447.
- Ulucak, R., Yücel, A. G., & İlkay, S. Ç (2020). Dynamics of tourism demand in Turkey: Panel data analysis using gravity model, *Tourism Economics*, 26(8), 1394-1414.
- Vesalian, H. M., Gholamipour, L. G., Mohammadkhah, J., & Gourabi, M. B. (2012). Estimation of tourism demand function in selected provinces: a case study of Iran. *Journal of Applied Sciences Research*, (April), 2247-2252.
- Viljoen, A., Saayman, A., & Saayman, M. (2019). Determinants influencing inbound arrivals to Africa. *Tourism Economics*, 25(6), 856-883.
- World Economic Forum website (<https://www.weforum.org>)
- World Bank website (<https://data.worldbank.org/indicator>)
- Zhang, J. (2009). Spatial distribution of inbound tourism in China: Determinants and implications. *Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 32-49.

Investigating the Determinants of Iran's Inbound Tourism Demand: Panel Data Analysis

Mohammad Reza Farzin¹, Sareh Pourjahan², Roghayeh Ghanbari³, Boshra Mohajer⁴

Abstract

The importance of the number of incoming tourists to a country in tourism development prompts planners to measure tourism demand to identify and prioritize related factors. Despite Iran's low contribution to the tourism industry, it's essential to investigate the agents affecting the industry's growth and determine the factors affecting the increase of tourists entering the country. For this purpose, the dynamic econometric model of international tourism demand has been investigated in this research, and the determination of factors in the arrival of international tourists to Iran has been analyzed. In this regard, the tourists entering Iran from 50 different countries from 2008 to 2016 were examined; The effect of economic factors such as the Gross Domestic Product of origin countries, Consumer price index (relative price of tourism) and crude oil price, and non-economic factors such as the number of rooms, political stability and the effect of the boycott were measured as dummy variable on the demand of incoming tourists. For this purpose, the demand of incoming tourists was estimated using three models, including economic, non-economic, and hybrid models using the GMM estimator for the dynamic panel data model and EVIEWS10 software. The research findings indicate that in addition to economic variables, non-economic factors also affect the amount of inbound tourism demand in Iran. Gross Domestic Product among economic variables and political stability among non-economic variables have had a more profound impact.

Keywords: Inbound Tourism, Tourism Demand, Panel Data, Iran

1. Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding author); b_farzin@yahoo.com

2. Ph.D. student of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

3. Ph.D. student of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

4. Ph.D. student of Tourism Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran