

تأثیر شاخص تنش بر گردشگری خارجی؛ مقایسه تطبیقی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و توسعه یافته منتخب (رویکرد نهادگرایی)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۰۸ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۱۵

سیدمحمد حسینی صالحی^۱ محمد حسن فطرس* محمدحسین ایمانی خوشخو^۳ احمد سرلک^۴

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

۲- استاد گروه اقتصاد، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

۳- استاد گروه گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

۴- دانشیار گروه اقتصاد، واحد اراک، دانشگاه آزاد اسلامی، اراک، ایران

چکیده

در دوران اخیر، شاخصهای رشد و توسعه، دلالت بر فاصله عمیق تر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه از جمله کشورهای اسلامی داشته و رویکرد رشد درونزا و استفاده از ظرفیت های داخلی و منابع پایدار تقویت شده است. در دو دهه گذشته صنعت گردشگری بعنوان منبع پویای رشد و توسعه مورد توجه کشورهای بویژه توسعه یافته قرار گرفته است. کشورهای اسلامی با انبوه جاذبه های خاص فرهنگی، تاریخی و طبیعی می توانند با ایجاد بسترهای لازم از این ظرفیت به نحو بهینه استفاده نمایند.

در این پژوهش تطبیقی، به بررسی عوامل موثر بر گردشگری با تاکید بر شاخص تنش در دو گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای توسعه یافته طی سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹ پرداخته ایم. یافته های تحقیق به تاثیر مثبت و معنادار متغیرهای تنش، میزان گردشگران دوره قبل، درجه بازبودن اقتصاد و زیرساخت های حمل و نقل بر گردشگری خارجی دلالت دارد. البته ضریب تخمینی شاخص تنش در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی بزرگتر است. همچنین ضریب برآوردی هزینه های عمومی در آموزش در کشورهای توسعه یافته مثبت و معنی دار بوده و در خصوص تاثیر شاخص قیمت مصرف کننده بر گردشگری خارجی، ضرایب برآوردی دو گروه کشورها بواسطه نقش قدرت خرید ارز، با یکدیگر متناقض (در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مثبت اما در کشورهای توسعه یافته منفی) می باشد.

واژه های کلیدی: گردشگری، تنش، نهادگرایی، روش GMM

مقدمه

در دنیای امروز، هدف اصلی دولتها و جوامع، استفاده بهینه از منابع کمیاب موجود و حرکت به سمت رشد و توسعه پایدار است. براین اساس استفاده از منابع پایدار و تجدید پذیر اهمیت بیشتری یافته و الگوهای رشد درون زا با تاکید بر این منابع در سیاستگذاری های توسعه مورد توجه قرار گرفته است. از کارآمدترین صنایع، به منظور رشد و توسعه پایدار مبتنی بر عوامل درونزای اقتصاد، صنعت گردشگری است. با توجه به این که این صنعت صنایع بالادستی و پایین دستی گسترده ای داشته و محرک آن ها بشمار می رود، امروزه از اولویت های دولت های توسعه گرا به شمار می رود. همراه با گسترش مبادلات و روابط بین المللی در چارچوب سیاست های رشد و توسعه، دولت ها با مشارکت بخش خصوصی درصدد جذب بیشتر گردشگر خارجی و سرمایه گذاری گسترده در این بخش اند. در جهان امروز صنعت گردشگری، به عنوان بزرگ ترین صنعت خدماتی و سومین صنعت جهان بعد از صنعت نفت و خودرو، منبعی برای رشد تولید، درآمدزایی، اشتغال و توسعه کشورهای شناخته می شود. در بسیاری از کشورهای اسلامی به واسطه زیست بوم و طبیعت خاص یا سایر جاذبه های فرهنگی و تاریخی، صنعت گردشگری در کنار سایر صنایع، می تواند بعنوان عاملی محرک و پایدار برای رشد و توسعه این کشورها نقش بسزایی داشته باشد.

طبق آمار سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)^۱ تعداد گردشگران بین المللی در سال ۲۰۱۹ با رشد ۴ درصدی، ۱٫۵ میلیارد نفر ثبت شده این در حالی است که در سال ۲۰۱۸ با رشد ۶ درصدی همراه بوده و به ۱/۴ میلیارد نفر رسیده است. بالاترین رشد در سالهای اخیر مربوط به سال ۲۰۱۷ با ۷ درصد رشد و مجموع ۱ میلیارد و ۳۲۳ میلیون نفر گردشگری بوده است به نحوی که مجموع درآمد این صنعت بزرگ در این سال، به ۱/۲۳ تریلیون دلار رسیده است.

از دلایل کاهش رشد گردشگری بین المللی در سال ۲۰۱۹ می توان به عواملی چون عدم اطمینان پیرامون برگزیت (خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا)، افت اقتصاد جهانی و ناآرامی ها و تنش های ژئوپلیتیکی اشاره کرد. البته با شیوع ویروس کرونا شاهد افت و رکود شدید گردشگری بین المللی از سال ۲۰۲۰ به بعد بوده ایم به نحوی هنوز هم به لحاظ شاخصهای گردشگری، وضعیت به سال های ماقبل کرونا بازنگشته است. به نحوی که بر اساس آمار سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ بیش از ۹۰۰ میلیون گردشگر به سراسر جهان سفر کرده اند که معادل ۶۳ درصد وضعیت سالهای قبل از پاندمی کرونا می باشد.

به جهت تاکید بر اهمیت جایگاه این صنعت در اقتصاد جهانی می توان به گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)^۲ اشاره کرد که طبق بررسی ۱۸۵ کشور از ۲۵ منطقه جهان، بخش سفر و گردشگری سهمی ۱۰/۴ درصدی از تولید ناخالص داخلی جهان را در سال ۲۰۱۸ داشته و بیش از ۳۱۹ میلیون شغل، معادل ۱۰ درصد از کل اشتغال جهان، در این سال به واسطه این بخش ایجاد شده و پیش بینی شده است تا سال ۲۰۳۲، سهم صنعت گردشگری از تولید ناخالص داخلی

1. World Tourism Organization

2. The World Travel and Tourism Council

جهان هر سال ۵٫۸ درصد رشد خواهد کرد. نکته قابل تأمل این‌که براساس آمار سازمان جهانی گردشگری، از مجموع ۱٫۵ میلیارد نفر گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹، سهم اروپا از ورود گردشگران ۷۴۲ میلیون نفر معادل ۵۱ درصد و سهم آمریکا ۲۲۰ میلیون نفر معادل ۱۵ درصد بوده است. در مقابل سهم آفریقا و خاورمیانه (که عمده کشورهای اسلامی را شامل می‌شود) به ترتیب ۷۱ میلیون نفر معادل ۵ درصد و ۶۴ میلیون نفر معادل ۴ درصد بوده است. نمونه موفق گردشگری در کشورهای اسلامی کشور ترکیه است که در سال ۲۰۱۹ سهم ۳٫۴ درصدی از گردشگری جهانی معادل ۵۱٫۲ میلیون نفر را داشته است. با نگاهی به اختلاف سهم کشورها در گردشگری بین‌المللی درمی‌یابیم چنانچه کشورهای درحال توسعه به‌صورت جدی به شناسایی عوامل ایجاد این شکاف نپردازند و با توجه به یافته‌های علمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسبی اتخاذ نشود، خود را از مزایا و عایدات این صنعت، که در قرن بیست‌ویک به‌منزله موتور محرکه اقتصاد نام برده می‌شود، محروم کرده‌اند (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲).

دراکثر تحقیقات در خصوص تحلیل عوامل مؤثر در گردشگری، عمدتاً تأکید بر متغیرهای سمت عرضه، سمت تقاضا و عوامل ارتباطی یا عوامل برون‌زا و روان‌شناختی بوده و کمتر به تأثیر عوامل اجتماعی و نهادی در جذب گردشگر توجه شده است. مهم‌ترین کارکرد عوامل نهادی (نظیر وضعیت تنش‌ها، ریسک سیاسی و ثبات، کیفیت حکمرانی و...) کاهش عدم اطمینان و هزینه‌های مبادله در فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی جوامع است.

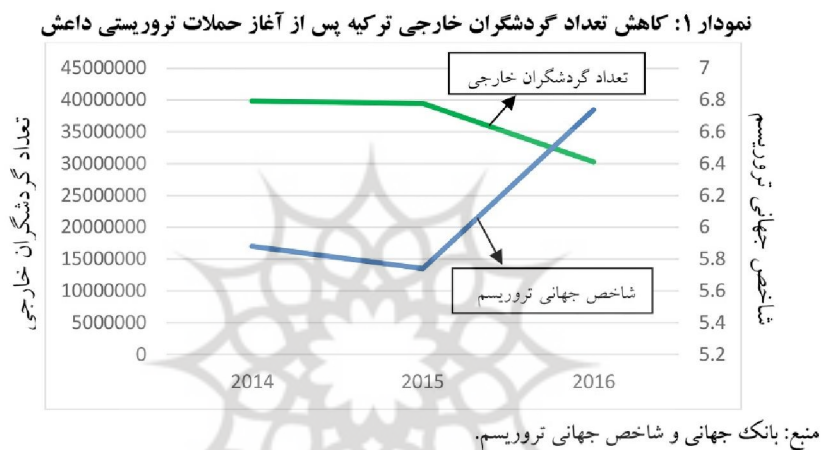
همراه با موج انتقادی به سیاست‌های نئوکلاسیک، از منظر نهادگرایی، شاخص‌های نهادی در توسعه اقتصادی و گردشگری کشورها در عرصه‌های گوناگون تأثیرگذار بوده و بی‌شک کشورهایی در صحنه بین‌المللی در حوزه گردشگری موفق‌اند که با افزایش جاذبه‌ها و کاهش دافعه‌ها، موجب جذب گردشگران از سایر نقاط جهان شوند. به‌رغم اهمیت تعیین‌کننده عوامل نهادی در جذب گردشگر بین‌المللی، تاکنون تحقیقات جامعی در این خصوص صورت نگرفته است (تلیابی و شاه‌آبادی، ۱۳۹۵). از جمله متغیرهای نهادی مهم که تأثیرات کوتاه و بلند مدت بر روند گردشگری دارد تنش در ابعاد مختلف آن در کشورهای مقصد است. در بررسی پراکندگی گردشگری جهان بخش عمده تنش‌ها و ناامنی در مناطقی از آسیا، خاورمیانه و آفریقا مشاهده می‌شود جایی که اکثر کشورهای اسلامی در آن قرار گرفتند.

متأسفانه در سالیان اخیر صنعت گردشگری در بسیاری از کشورهای اسلامی تحت تأثیر بی‌ثباتی سیاسی و نبود یا کمبود حاکمیت قانون قرار گرفته و از این منظر لطمات شدیدی بر پیکر این صنعت وارد شده است حوادثی نظیر: وقوع انقلاب‌ها، اختلافات قومی و مذهبی همچنین دخالت‌های نظامی و گسترش خشونت در این کشورها به بی‌ثباتی سیاسی و کمبود یا نبود حاکمیت قانون منجر شده است. کندی رشد گردشگری سال ۱۹۹۱ ناشی از جنگ خلیج فارس، کاهش بازدهی صنعت هتل داری آمریکا بعد از حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ همچنین کاهش ۳۰ درصدی گردشگری

خارجی مصر طی سال‌های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۵ به دلیل ۱۲۰ حمله تروریستی از تاثیرات ابعاد مختلف تنش و ناامنی بر صنعت گردشگری می‌باشد (صامتی و همکاران ۱۳۹۴).

وقوع جنگ، گسترش تروریسم، گسترش روزافزون ناامنی، کنترل‌های شدید مرزی، اعمال مقررات سختگیرانه در صدور ویزا، وجود تعارض عقیدتی بین کشورها و بی‌ثباتی سیاسی - امنیتی برخی از کشورها از جمله چالش‌های مطرح در برابر گردشگری در گذشته و در آینده نیز به عنوان یک متغیر پویا در این حیطه مطرح خواهد بود (حیدری چپانه و همکاران ۱۳۹۰).

به عنوان نمونه ای از شواهد تجربی تاثیر تنش و بروز خشونت، روند کاهنده تعداد گردشگران خارجی ترکیه پس از آغاز حملات تروریستی داعش در سال ۲۰۱۵ را در نمودار یک می بینیم (شاه ابادی و همکاران ۱۳۹۹).



هدف این پژوهش، تحلیل کمی (مبتنی بر روش‌های اقتصادسنجی) و بررسی تطبیقی تأثیر مولفه‌های مختلف شاخص تنش (تنش داخلی، تنش خارجی، تنش قومی و تنش مذهبی) در کنار سایر عوامل و متغیرهای اقتصادی، بر گردشگری بین‌المللی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای توسعه‌یافته منتخب است.

در این تحقیق، ابتدا به مبانی نظری گردشگری، نهادگرایی و شاخص تنش در بخش دوم، به بررسی مطالعات تجربی تحقیق می‌پردازیم. در بخش سوم، روش تحقیق مبتنی بر روش‌های اقتصادسنجی بیان شده و در بخش چهارم، به معرفی شکل تبعی مدل تحقیق و نتایج برآورد آماری پرداخته شده است. در پایان نتیجه‌گیری و پیشنهادات کاربردی همراه با محدودیت‌های پژوهش ارائه شده است.

مبانی نظری

در این قسمت، بعد از بیان مبانی نظری گردشگری به عوامل مؤثر در صنعت گردشگری، نهادها و مولفه‌های شاخص نهادی تنش و ارتباط این شاخص با گردشگری پرداخته شده است.

گردشگری

بر اساس تعریف سازمان جهانی گردشگری: گردشگری فعالیت افرادی است که برای استراحت، کار و علل دیگر به خارج از محل سکونت معمول خود سفر می‌کنند و حداکثر به مدت یک‌سال در آنجا می‌مانند. سازمان همکاری و توسعه^۱ (OECD) جهانگرد را شخصی می‌داند که خارج از محل اقامت همیشگی خود دست‌کم ۲۴ ساعت در حال گردش و سیاحت باشد. در گردشگری خارجی (بین‌المللی)، افراد برای حداکثر دوازده ماه به کشوری که محل اقامت معمولی‌شان نیست سفر می‌کنند و هدف اصلی آن‌ها نیز انجام کاری با دریافت مزد نیست. با توجه به تنوع تقسیم‌بندی گردشگری، انواع گردشگری از لحاظ هدف به‌اختصار در جدول (بیان شده است) (مریدی، ۱۳۹۵)

جدول ۱: انواع گردشگری از لحاظ هدف

گردشگری تفریحی	بیشتر افرادی که در کشورهای گوناگون اقدام به سفر می‌کنند، گردشگرانی هستند که به منظور هدف‌های تفریحی و گردش و سیری کردن ایام تعطیل راهی سفر می‌شوند.
گردشگری درمانی	این نوع گردشگری شامل افراد و گروه‌هایی است که برای استفاده از تغییر آب و هوا (با هدف پزشکی و درمانی) استفاده از آب‌های معدنی، گذران دوران نقاهت، معالجه و نظایر آن اقدام به مسافرت می‌کنند.
گردشگری ورزشی	هر نوع مسافرتی که به‌منظور فعالیت‌های ورزشی باشد، گردشگری ورزشی نامیده می‌شود. مانند اسکی، پیاده‌روی، کوه‌پیمایی و کوه‌نوردی.
گردشگری سیاسی	مسافرت به‌منظور شرکت در اجلاس و مجامع و بین‌المللی، کنگره‌ها و سمینارهای سیاسی، جشن‌های ملی و مذهبی، مراسم و بپه سیاسی، مانند تدفین رهبران و شخصیت‌های سیاسی، پیروزی رهبران و احزاب و به حکمت رسیدن آن‌ها، گردشگری سیاسی نامیده می‌شود.
گردشگری تاریخی	اماکن تاریخی و آثار باستانی: موزه‌ها از اماکنی هستند که هر ساله تعداد کثیری از جهان‌گردان را جذب می‌کنند، و نمونه‌های بارز این قبیل جهان‌گردی در ممالک مشرق‌زمین و ایران قابل رؤیت است.
گردشگری مذهبی و زیارتی	هر ساله میلیون‌ها نفر از جهان‌گردان برای زیارت اماکن مقدسه خویشت راهی ممالک دیگر می‌شوند. این قبیل جهان‌گردی که نمونه بارز آن در مشرق‌زمین دیده می‌شود از مشهورترین انواع جهان‌گردی قلمداد می‌شود.
گردشگری اجتماعی	در این گردشگری عمدتاً هدف‌های اجتماعی، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و امثال آن مدنظر است. دیدار دوستان و خویشاوندان نیز از نوع گردشگری اجتماعی به‌شمار می‌آیند.
گردشگری تجاری و بازرگانی	مهم‌ترین مسافرت‌هایی که تحت این عنوان صورت می‌گیرد عبارت‌اند از: سفرهایی که افراد برای شرکت در بازارهای مکاره، نمایشگاه‌های کالا و صنایع و یا سرکشی و بازدید از تأسیسات کارخانه‌ها و نظایر آن می‌کنند و می‌توانند با شرایط آسان‌تر و با فرصت بهتری از نقاط دیدنی کشور بازدید کنند.
گردشگری فرهنگی و آموزشی	این نوع گردشگری آشنایی با موارد فرهنگی و هنری، آداب و رسوم، بناها و آثار تاریخی و با هدف‌های آموزشی، تحقیقاتی و پژوهشی صورت می‌گیرد.

مأخذ: نگارندگان

¹ - Organisation for Economic Co-operation and Development

گردشگری و عوامل مؤثر

الف) متغیرهای سمت تقاضا^۱: شامل وضعیت متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگر فرست می باشد که در ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیرگذار است. متغیرهایی همچون میزان درآمد شخصی قابل تصرف، توزیع درآمد و میزان اوقات فراغت، انتظارات مصرف‌کنندگان و سیاست‌های مالی و نظارتی بر مخارج جهانگردان را می‌توان برشمرد.

ب) متغیرهای سمت عرضه^۲: مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگرپذیر که در ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران ورودی تأثیرگذار است مواردی نظیر: زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سطح زیرساخت حمل‌ونقل، میزان رقابت و کیفیت عرضه محصول جهانگردی

ج) عوامل ارتباطی^۳: متغیرهای ارتباطی نیز به آن دسته از متغیرهایی اطلاق می‌شود که در دو کشور با یکدیگر مرتبط‌اند. از جمله تبلیغات منطقه گردشگرفرست در گردشگرپذیر، نرخ ارز، مدت زمان و هزینه سفر (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۲).

همانگونه که اشاره شد اکثر مطالعات، بر متغیرهای اقتصادی مؤثر در گردشگری تأکید داشته‌اند در مقابل نهادگرایان معتقدند مؤلفه‌های نهادی (در حکم نظام‌هایی از هنجارها، قواعد، قوانین، آداب، عادات و روابط اجتماعی و ...) بر متغیرهای اقتصادی نظیر رشد و توسعه اقتصادی و جذب گردشگر مؤثرند. برخی از صاحب‌نظران همچون ویت^۴ (۱۹۹۵)، لیم (۱۹۹۷)، لیم و مک آلر^۵ (۲۰۰۲) و سیکورا و نوناس^۶ (۲۰۰۸) معتقدند نهادها و سطح توسعه در کشور مقصد از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر بوده که از اهمیت تأثیر آن‌ها غفلت شده است. (تلیابی و شاه‌آبادی، ۱۳۹۵)

نهادها^۷ و مکتب نهادگرایی

از دیدگاه نورث^۸ (۱۹۹۱) نهادها قوانین بازی در جامعه‌اند. در یک تعبیر کلی، نهادها مشتمل بر باورها، رفتارها (حوزه عقلانی یا غیرعقلانی)، سنت‌ها و ضوابط و مقررات حقوقی‌اند. از این لحاظ نهادهای خوب به منزله ایجادکننده ساختاری انگیزشی مطرح شده که باعث کاهش ناطمینانی، تشویق کارایی و بنابراین کمک به بهبود عملکرد اقتصادی می‌شود. نهادها را می‌توانیم به دو بخش رسمی و غیررسمی تقسیم کنیم. در میان نهادهای رسمی، می‌توان از مقررات، قانون‌های اساسی، قراردادهای و حقوق مالکیت نام برد. این نهادها در جامعه مشروعیت بالایی دارند و تخلف از آن‌ها به مجازات منجر

¹ - Demand side Variables

² Supply side Variables

³ .Relationship Factors

⁴ .Witt

⁵ .Lim & M. Aleer

⁶ .Sequeira and Nunes

⁷ .characteristics

⁸ .North

خواهد شد. نهادهای رسمی را دولت، مؤسسه‌های خصوصی یا دیگر افراد در جوامع مدنی تشکیل می‌دهند. در میان نهادهای غیررسمی، می‌توان هنجارها، اخلاق، رسوم، محرمات و ایدئولوژی‌ها را نام برد. این نهادها قوانین رفتاری غیررسمی جامعه‌اند که بخشی از فرهنگ به‌شمار می‌روند (ابوجعفری، ۱۳۸۵). براساس دیدگاه مکتب اقتصاد نهادگرا، عوامل و متغیرهای کمی به‌تنهایی تعیین‌کننده وضعیت اقتصادی کشورها نبوده و نهادها در حکم عوامل زیربنایی رفتارها و عملکرد اقتصادی می‌باشند به نحوی که توجه به بهبود وضعیت نهادی به ارتقای عملکرد اقتصادی و توسعه منجر خواهد شد.

تنش^۱

تنش در اشکال مختلف خود تاثیرات مستقیم و پایداری بر تصمیم‌گیری گردشگران به انتخاب یک مقصد داشته و تصویر ذهنی نامطلوبی را بر در بازار گردشگری جهانی وجود می‌آورد نتیجه تنش سلب احساس امنیت در گردشگران و کاخ و کاهش تقاضای گردشگری برای کشور مورد نظر خواهد بود.

پیزام و منسفلد^۲ (۲۰۰۶) فاکتورهای امنیتی موثر بر گردشگری را به چهار گروه متمایز تقسیم کردند

۱- جرایم: دزدی، تجاوز، قتل، آدم‌ربایی ۲- تروریسم: محلی، بین‌المللی، مرزی

۳- جنگ: مرزی، قومی، فرسایشی ۴- ناآرامی‌های سیاسی: کودتا، شورش، قیام

آنها بیان می‌دارند کودتا در فیجی، شورش در چیپاس مکزیک یا قیام مردم فلسطین مصادیقی

از تاثیر فاکتورهای مذکور بر گردشگری می‌باشد.

در تحقیق حاضر متغیر نهادی تنش در ابعاد مختلف آن شامل: تنش داخلی، تنش خارجی،

تنش نژادی، تنش مذهبی، برگرفته از مولفه‌های ریسک سیاسی^۳ در چارچوب شاخص راهنمای بین

المللی ریسک کشوری^۴ (ICRG) به عنوان متغیر توضیحی اصلی مورد نظر قرار گرفته است.

رتبه‌بندی گروه خدمات ریسک سیاسی (PRS)^۵ برای شاخص راهنمای بین‌المللی ریسک کشوری

(ICRG) متشکل از ۲۲ متغیر در ۳ زیرگروه از ریسک است که عبارت‌اند از: ریسک سیاسی، ریسک

مالی و ریسک اقتصادی. برای هر یک از زیرگروه‌ها شاخص جداگانه‌ای ساخته می‌شود که در آن

شاخص ریسک سیاسی ۱۰۰ امتیاز، ریسک مالی ۵۰ امتیاز و ریسک اقتصادی ۵۰ امتیاز دارد. از آنجایی

که هدف تحقیق بررسی تاثیر تنش بر گردشگری بین‌المللی می‌باشد بنابراین به تبیین زیر گروه

ریسک سیاسی که متغیرهای تنش جزوه مولفه‌های مهم آن می‌باشد پرداخته و میانگین وزنی چهار

نوع تنش ذکر شده را در مدل لحاظ خواهیم نمود.

¹ tension

² - pizam and mansfeld

³ - Political Risk

⁴ - International Country Risk Guide

⁵ . Political Risk Services

جدول ۲: مؤلفه‌های ریسک سیاسی

مؤلفه	امتیاز (حداکثر)	مؤلفه	امتیاز (حداکثر)
ثبات حکومت	۱۲	دخالت نظامیان در سیاست	۶
شرایط اجتماعی و اقتصادی	۱۲	حاکمیت نظم و قانون	۶
ریسک مصادره	۱۲	تنش مذهبی	۶
تنش خارجی	۱۲	پاسخ‌گویی حکومت	۶
تنش داخلی	۱۲	تنش‌های نژادی	۶
فساد	۶	کیفیت دیوان سالاری	۴
		امتیاز کل	۱۰۰

تنش (درگیری) داخلی^۱: ارزیابی خشونت سیاسی در کشور و تأثیر واقعی یا بالقوه آن بر حکمرانی با ۳ مؤلفه؛ جنگ داخلی / تهدید کودتا، خشونت سیاسی / تروریسم و اغتشاش شهری است. تنش (درگیری) خارجی^۲: ارزیابی دو نوع ریسک برای حکومت است شامل فشار خارجی بدون خشونت (فشارهای دیپلماسی، محدودیتهای تجاری و...) و فشار خارجی همراه با خشونت (درگیری مرزی و جنگ کامل). تنشهای مذهبی^۳: ممکن است از تسلط جامعه یا/و حکومت توسط یک گروه مذهبی برآید. جلوگیری از آزادی مذاهب تهدیدی برای سرمایه گذاری خارجی (جذب گردشگران خارجی) محسوب میشود

تنشهای نژادی^۴: ارزیابی درجه تنشها در یک کشور نسبت به تقسیمات نژادی، ملی و زبانی است. امتیاز پایینتر به کشورهایی داده میشود که تنشهای نژادی و ملی به دلیل مقابله گروههایی که متعصب و بیمیل به توافق میباشند، به میزان بالایی وجود دارد و به کشورهایی امتیاز بالا داده میشود که اینگونه کشمکشها حداقل باشند. (احمدیان، ۱۳۹۰)

پیشینه تحقیق**الف) مطالعات خارجی**

هال سی ام^۵ (۱۹۹۴) در مقاله ای با عنوان «گردشگری و ثبات سیاسی: نقش انقلاب، تروریسم و خشونت سیاسی بر گردشگری» درباره رابطه بین گردشگری و ثبات سیاسی، با تأکید ویژه

^۱ - Internal Conflict

^۲ - External Conflict

^۳ - Religion tensions

^۴ - Ethnic tensions

^۵ - Hall, C.M

بر اثرهای خشونت سیاسی، تروریسم و جنگ بر رفتار گردشگر و توسعه گردشگری بحث می کند. جنگ ها، کودتاها و انقلابها، حتی اگر دارای طبیعتی نسبتاً کم شدت باشند، نه تنها برای زیرساختهای گردشگری و ورودی ها؛ بلکه برای تصور بلندمدت از مقصد به شدت ویرانگرند.

استینر^۱ (۲۰۰۶) به بررسی وضعیت گردشگری کشورهای عربی پرداخته است که به رغم جاذبه های گردشگری، درآمد چندانی از گردشگری نداشته اند. نتایج بررسی او نشان داد مهم ترین علل فقدان درآمدزایی گردشگری در این کشورها، متغیرهای نهادی مانند نبود امنیت، تهدیدهای اجتماعی و روانی و متغیرهای اقتصادی مانند بهینه نبودن خدمات رسانی است.

فلچر^۲ (۲۰۰۸) از دانشگاه استنفورد به تاثیر بی ثباتی سیاسی بر محصول آسیب پذیر جهانگردی در فیجی و کنیا پرداخته اند. مقاله، طبیعت حملات و پیامد آنها از لحاظ تأثیر بر گردشگری و حجم درآمدها را مورد بررسی قرار می دهد. نتایج بدست آمده نشان می دهد که رویدادهای سیاسی مانند کودتا و مسائل سیاسی داخلی اثرات به مراتب شدیدتر در سطح فعالیتهای گردشگری نسبت به حملات تروریستی تا سطح پایین تا متوسط دارند.

سیکورا و نوناس^۳ (۲۰۰۸) به بررسی تأثیر شاخص راهنمای بین المللی ریسک کشوری در گردشگری برای ۱۲۰ کشور در فاصله سالهای ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۲ پرداختند. برآورد آنان از میزان گردشگران، در قالب مدل پنل دیتای پویا (GMM)، نشان داد یک درصد افزایش در ریسک کشوری، ۲ درصد گردشگری خاص کشورها را کاهش می دهد. آنان نتیجه گرفتند در برآورد گردشگری از متغیر ریسک کشوری غفلت شده است.

ب) مطالعات داخلی

حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعات خود با بررسی نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری خاورمیانه نشان می دهند نوسان شدید در ورودی گردشگران منطقه خاورمیانه ارتباط بسیار نزدیکی با تحولات سیاسی در عرصه جهانی (نظیر استراتژی مبارزه با تروریسم بین الملل)، فضای سیاسی - امنیتی منطقه خاورمیانه (چون تشدید اقدامات گروه های بنیادگرا) و شرایط داخلی کشورهای این منطقه (چون رژیم های استبدادی) دارد.

امامقلی پور و آسمانه (۱۳۹۰) به بررسی تأثیر شاخص نهادی حکمرانی خوب در گردشگری در کشورهای عضو OECD طی دوره زمانی ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۲ پرداخته است. این مطالعه با استفاده از روش داده های تابلویی پویا (GMM) نشان می دهد که کیفیت حکمرانی، تولید ناخالص داخلی و تعداد گردشگران دوره های گذشته، تأثیر مثبت و معنی دار و نرخ ارز تأثیر منفی در ورود گردشگران داشته است.

^۱ - Steiner

^۲ - flecher

^۳ - Sequeira & Nunes

شریفی رنانی و همکاران (۱۳۹۲) با استفاده از داده‌ی تابلویی به مطالعه‌ی تأثیر شاخص‌های حکمرانی در جذب گردشگر در کشورهای منتخب اوپک (۲۰۱۱-۱۹۹۶) پرداختند. نتایج مطالعه‌ی آنها نشان داد متغیرهای نهادی مانند حاکمیت قانون، ثبات سیاسی، کارایی و اثربخشی دولت و کنترل فساد و همچنین متغیرهای اقتصادی، مانند نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبت و معنی‌داری در ورودی تعداد گردشگران خارجی دارد.

موسوی شفاپی و همکاران (۱۳۹۱) بررسی تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد پس از حملات مذکور که به بروز جنگ، تروریسم و بی‌ثباتی رژیم‌های حاکم منطقه انجامید به دلیل مخدوش کردن چهره مسلمانان منطقه و همچنین ایجاد تصویر منفی نسبت به این کشورها باعث رکود در صنعت گردشگری آنها شده است.

روش تحقیق

در این مطالعه روش تحقیق، برحسب روش گردآوری داده‌ها، توصیفی مبتنی بر تحلیل همبستگی بوده و از نظر هدف، پژوهش کاربردی، و به لحاظ ماهیت متغیرها تحقیقی کمی است. در خصوص جامعه آماری این مطالعه تطبیقی، تعداد ۲۵ کشور توسعه‌یافته^۱ و ۲۵ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی^۲ (داده‌های آماری در دسترس داشتند) از قاره‌ها و مناطق متنوع جغرافیایی برای دوره زمانی ۲۰۱۹-۲۰۰۵ انتخاب و داده‌های مربوط به آنها از منابع آماری بین‌المللی نظیر بانک جهانی (WB)^۳، گروه خدمات ریسک سیاسی (PRS) و سازمان جهانی گردشگری (UNWTO) استخراج شد.

به لحاظ نوع داده‌ها و ساختار موضوع مطالعه‌شده، از داده‌های تلفیقی سری زمانی و مقطعی (داده‌های تابلویی) به صورت پویا استفاده شده است. این روش ترکیبی، محیطی غنی از اطلاعات را برای گسترش روش‌های برآورد و نتایج نظری فراهم می‌کند و مزایایی نظیر محدود شدن ناهمسانی واریانس، حداقل شدن تورش‌ها، کاهش هم‌خطی و افزایش درجات آزادی و کارایی را داراست (Baltagi, 2008). در چارچوب روش داده‌های تابلویی، از جمله روش‌های مناسب، به‌ویژه برای حل مشکل درون‌زابدن^۴ شاخص‌های نهادی و همبستگی آن با دیگر متغیرهای توضیحی و برآورد صحیح از مدل، تخمین با استفاده از گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM)^۵ داده‌های تابلویی پویا^۶ است. روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) علاوه بر کاربرد در متغیرهای نهادی، هنگامی به کار می‌رود که

^۱ شامل بلژیک، فنلاند، استرالیا، دانمارک، نروژ، فرانسه، آلمان، آمریکا، اسپانیا، انگلیس، یونان، ژاپن، کره جنوبی، ایتالیا، روسیه، هلند، لهستان، پرتغال، سوئد،

سوئیس، سنگاپور، ایرلند، اتریش، کانادا، و نیوزلند

^۲ شامل کشورهای مراکش، مالزی، الجزایر، بحرین، قطر، امارات، عربستان، نیجریه، عمان، کویت، لیبی، ترکیه، ساحل عاج، کامرون، آذربایجان،

سنگال، ایران، عراق، جمهوری سوریه، مصر، اردن، لبنان، تونس، بنگلادش، اندونزی

^۳ World Bank

^۴ Endogeneity

^۵ Generalized Method of Moments

^۶ Dynamic Panel Data

تعداد مقاطع متغیرها (N) بیشتر از طول زمانی (T) باشد (Baltagi, 2008; Bond, 2002). اهم مزایای روش GMM پویا عبارت‌اند از:

لحاظ کردن ناهمسانی‌های فردی، حذف تورش‌های موجود در رگرسیون‌های مقطعی، کاهش یا رفع هم‌خطی به سبب استفاده از متغیرهای وابسته و وقفه‌دار، حل مشکل درون‌زاد بودن متغیرهای نهادی به سبب استفاده از متغیر وابسته با وقفه در حکم متغیر ابزاری. همچنین این روش تأثیر بسیاری از متغیرها همانند فرهنگ، قومیت، و مذهب را بعنوان عواملی که بر متغیر تابع موثر بوده و می‌تواند با نهاد هم‌بسته باشند از راه تفاضل‌گیری از داده‌های آماری، حذف می‌نماید (Baltagi, 2008).

مدل و معرفی متغیرها

با نگاهی به مطالعات تجربی انجام شده، از جمله مطالعات سیکورا و نوناس^۱ (2008) و امامقلی‌پور و آسمانه (۱۳۹۰)، براساس ماهیت متغیرهای تحقیق الگوی اقتصادسنجی طبق روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) به تفکیک برای دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی منتخب ذکر شده برای دوره زمانی ۲۰۱۹-۲۰۰۵ به صورت زیر است:

$$L(\text{Tour}_{i,t}) = \alpha_1 L(\text{Tour}_{i,t-1}) + \alpha_2 L(\text{TEN}_{i,t}) + \alpha_3 L(\text{OP}_{i,t}) + \alpha_4 L(\text{CPI}_{i,t}) + \alpha_5 L(\text{EGDU}_{i,t}) + \alpha_6 L(\text{INFRA}_{i,t}) + \varepsilon_{it} + \mu_i$$

$$I = 1, 2, 3, \dots, N \quad t = 1, 2, 3, \dots, T$$

L(Tour_{i,t}): لگاریتم تعداد گردشگران ورودی هر دوره برای کشورهای منتخب بعنوان متغیر

تابع.

L(Tour_{i,t-1}): لگاریتم تعداد گردشگران ورودی دوره قبل برای کشورهای منتخب.

میزان گردشگران دوره قبل، بعنوان منغیر بیان کننده تصویر گردشگران از مقاصد گردشگری به منزله شکل دهنده انگیزه‌ها، انتظارات و مطلوبیت آنها، به پیروی از مطالعات گارین^۲ (۲۰۰۷)، راسخی و همکاران (۱۳۹۳)، امامقلی‌پور و آسمانه (۱۳۹۰) در مدل لحاظ شده است. البته از لحاظ اقتصادسنجی به عنوان متغیر ابزاری در روش گشتاورهای تعمیم‌یافته شناخته می‌شود.

L(TEN_{i,t}): لگاریتم میانگین وزنی مولفه‌های تنش داخلی، تنش خارجی، تنش مذهبی، تنش

نزادی در هر دوره برای کشورهای منتخب.

L(OP_{i,t}): لگاریتم درجه بازبودن اقتصاد^۳ (مجموع صادرات و واردات به نسبت تولید ناخالص

داخلی) هر دوره برای کشورهای منتخب.

گسترش ارتباطات تجاری بین کشورها به مثابه عاملی ارتباطی و تقویت کننده گردشگری و تعاملات بین کشورها اهمیت بسزایی دارد لذا به پیروی از مطالعات کالیسکان^۱ و همکاران (۲۰۱۹)، پورفرج و همکاران (۱۳۸۷) متغیر درجه بازبودن اقتصاد، در مدل لحاظ شده است

^۱ - Sequeira & Nunes

^۲ - Garin

^۳ - The Openness Degree Of Economy

$L(CPI_{i,t})$: لگاریتم شاخص قیمت مصرف کننده^۲ هر دوره برای کشورهای منتخب.

این شاخص در کشور مقصد بعنوان متغیر بیان کننده هزینه سفر و گردشگری به پیروی از مطالعات نوده و سایمن^۳ (۲۰۰۵)، راسخی و همکاران (۱۳۹۲)، سونگ و لی (۲۰۰۹) در شکل تبعی لحاظ شده است.

$L(EGDU_{i,t})$: لگاریتم هزینه های عمومی در آموزش^۴ هر دوره برای کشورهای منتخب.

سطح آموزش و فرهنگ جامعه مقصد گردشگری بر ارتباط دوسویه بین میزبان و میهمان، کیفیت خدمات و رضایتمندی گردشگران تاثیرات قابل توجهی دارد. بنابراین به پیروی از مطالعات ماسیدا و ایتزو^۵ (۲۰۱۲) و شاه آبادی و تلیایی (۱۳۹۵) از متغیر هزینه های عمومی در آموزش، استفاده شده است.

$L(INFRA_{i,t})$: لگاریتم زیرساخت های حمل و نقل^۶ هر دوره برای کشورهای منتخب.

وضعیت زیرساخت های حمل و نقل هوایی، جاده ای، ریلی و دریایی در کشور میزبان بر تمایل و تسهیل ورود گردشگران تاثیرات قابل توجهی دارد. بنابراین سرمایه گذاری و گسترش زیرساخت های حمل و نقل (بوژه صنعت حمل و نقل هوایی) یکی از مهم ترین اقدامات دولت ها جهت توسعه صنعت گردشگری است. در این پژوهش به پیروی از مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲) از متغیر میزان حمل و نقل هوایی استفاده شده است.

ε_{it} : جزء اخلال.

μ_i : بیان کننده تأثیرات ثابت^۷ برای هر کشور (همان طور که در مزایای روش GMM اشاره شد، به سبب تفاضل گیری حذف خواهد شد).

چنانچه در مدل به جز $L(Tour_{i,t-1})$ و $L(TEN_{i,t})$ سایر متغیرهای توضیحی را با نماد (X_{it}) در قالب بردار $1 \times k$ ، شامل k متغیر توضیحی (متغیر کنترل) بشناسیم، مدل به صورت ذیل بیان می شود:

$$L(Tour_{i,t}) = \alpha_1 L(Tour_{i,t-1}) + \alpha_2 L(TEN_{i,t}) + \gamma X_{it} + \varepsilon_{it} + \mu_i$$

دو مورد در تخمین این معادله مدنظر قرار می گیرد: تأثیرات ثابت (μ_i) و متغیر وابسته وقفه دار در معادله. برای حل این مسائل، ارلانو و بوند (1991) تخمین زنده روش گشتاورهای تعمیم یافته تفاضلی مرتبه اول را پیشنهاد می دهند که شامل حذف تأثیرات ثابت با گرفتن تفاضل مرتبه اول از معادله است. پس از تفاضل گیری مرتبه اول در مدل خواهیم داشت:

$$\Delta L(Tour_{i,t}) = \alpha_1 \Delta L(Tour_{i,t-1}) + \alpha_2 \Delta L(TEN_{i,t}) + \gamma \Delta X_{it} + \Delta \varepsilon_{it}$$

یکی از نتایج تبدیل مدل آن است که تمامی متغیرهایی که در طی زمان ثابت اند (همانند تأثیرات ثابت کشوری) در مدل حذف می شوند (μ_i حذف می شود) اما مسئله مهم دیگر در این

¹ - Caliskan

² - Consumer price Index

³ - naude and Saayman

⁴ - Public Spending on education

⁵ - Massidda and Etzo

⁶ - Transportation Infrastructure

⁷ - Fixed Effect

مدل، درون‌زابدون احتمالی متغیرهای کنترل و نیز هم‌بستگی بین جزء اخلاص ε_{it} و متغیر وابسته با وقفه $L(\text{Tour}_{i,t-1})$ است. برای اینکه تخمین‌گر GMM بتواند برآوردی سازگار و بدون تورش ارائه دهد، لازم است که اعتبار شرایط گشتاور^۱ یعنی شرط زیر برآورده شود (Arellano & Bond, 1991):

$$E[\Delta \varepsilon_{it} L(\text{Tour}_{i,t-1})] = E[\Delta \varepsilon_{it} X_{i,t-k}] = 0 \quad \forall k > 1$$

این موضوع از طریق آزمون‌های بیان‌شده در نتایج برآورد، ارزیابی خواهد شد. برای اطمینان از مناسب‌بودن روش گشتاورهای تعمیم‌یافته (GMM) دو آزمون مطرح است؛ یکی آزمون سارگان (آزمون عدم هم‌بستگی سریالی جملات خطا و متغیر ابزاری) جهت بررسی صحت و اعتبار متغیرهای ابزاری و دیگری آزمون آرلانو - بوند با هدف اعتبار برآورد به روش GMM مبنی بر این‌که در تخمین به این روش، باید جملات اخلاص دارای هم‌بستگی سریالی مرتبه اول $AR(1)$ بوده، اما دارای هم‌بستگی سریالی مرتبه دوم $AR(2)$ نباشند (Baltagi, 2008).

نتایج تخمین

نتایج برآورد مدل با استفاده از نرم‌افزار اقتصادسنجی stata برای دو گروه کشورهای توسعه‌یافته و عضو سازمان کنفرانس اسلامی منتخب به‌صورت زیر است:

جدول ۳: نتایج تخمین به روش GMM برای کشورهای توسعه‌یافته منتخب

متغیر توضیحی	ضرایب	Z	مقدار احتمال P-Value
$L(\text{Tour}_{i,t-1})$	۰/۵۷۱۶	۱۶/۳۲	۰/۰۰
$L(\text{TEN}_{i,t})$	۰/۴۳۱۷	۲/۶۹	۰/۰۳۱
$L(\text{OP}_{i,t})$	۰/۴۱۹۷	۴/۹۴	۰/۰۰
$L(\text{CPI}_{i,t})$	-۰/۳۶۱۹	-۲/۸۹	۰/۰۲۹
$L(\text{EGDU}_{i,t})$	۰/۳۱۲۳	۳/۴۲	۰/۰۰۲
$L(\text{INFRA}_{i,t})$	۰/۱۹۰۶	۴/۰۹	۰/۰۰
cons	۱/۸۶۰۳	۲/۳۵	۰/۰۰۵

جدول ۴: آزمون سارگان

Chi2(119)	۲۱/۷۶۲۳
Prob> Chi2	۱/۰۰۰

برطبق نتایج آزمون سارگان، فرض صفر یعنی مناسب و معتبربودن متغیرهای ابزاری را نمی‌توان رد کرد.

^۱- Moment Conditions

جدول ۵: آزمون آرلانو - بوند (خودهم‌بستگی مرتبه اول و دوم)

order	z	Prob>z
AR(1)	-۲/۲۲۱۹	۰/۰۲۴۶
AR (2)	۰/۸۲۱۴	۰/۴۱۱۲

برطبق نتایج این آزمون آرلانو - بوند، خودهم‌بستگی پسماندهای مرتبه اول $AR(1)$ وجود دارد که صحت اعتبار نتایج مدل آزمون شده براساس روش GMM را تأیید می‌کند.

براساس نتایج تخمین در جدول ۳، ضریب تخمینی گردشگران دوره قبل مثبت و معنی‌دار است؛ به طوری که یک درصد تغییر در میزان گردشگران دوره قبل منجر به واکنش ۰/۵۷۱۶ درصدی میزان گردشگران دوره جاری خواهد شد. به لحاظ تئوری نیز دلالت دارد بر اینکه تعداد گردشگران دوره قبل در نگرش و انگیزه گردشگران دوره جاری مؤثر است.

ضریب تخمینی شاخص تنش (TEN) مثبت و معنی‌دار است. طبق نتایج برآورد در این کشورها، یک درصد تغییر در مقدار این شاخص، منتج به واکنش ۰/۴۳۱۷ درصدی در میزان گردشگر خواهد شد. زیرا وضعیت مناسب نهادی (تنش داخلی و خارجی، تنش مذهبی و نژادی) به نحو مستقیمی در تمایل ورود گردشگران به کشورها مؤثر است.

ضریب برآوردی درجه بازبودن اقتصاد (OP)، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر گردشگری خارجی این گروه کشورها دارد؛ به نحوی که یک درصد تغییر در این عامل باعث واکنش ۰/۴۱۹۷ درصدی در ورودی گردشگران می‌شود؛ زیرا هرچه تعاملات تجاری کشورها بیشتر باشد، فرصت معرفی جاذبه‌های گردشگری فراهم شده، در نهایت بر رونق صنعت گردشگری مؤثر خواهد بود.

ضریب تخمین زده شده برای شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) در این گروه کشورها منفی و معادل ۰/۳۶۱۹- و از نظر آماری معنی‌دار است. زیرا افزایش سطح این شاخص به معنی افزایش قیمت کالاها و خدمات حوزه گردشگری و هزینه سفر شده و تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری خواهد داشت.

ضریب برآوردی برای هزینه‌های عمومی در آموزش (EGDU) مثبت و معنی‌دار است؛ به طوری که انتظار می‌رود یک درصد تغییر در این آن، به واکنش ۰/۳۱۲۳ درصدی در ورودی گردشگران خارجی منجر شود که نشان‌دهنده تأثیر مستقیم سطح آموزش کشور مقصد بر گردشگری این گروه کشورهاست.

ضریب تخمینی زیرساخت‌های حمل‌ونقل (INFRA) مثبت و معنی‌دار، معادل ۰/۱۹۰۶ است که تأیید می‌نماید سرمایه‌گذاری و تامین زیرساخت‌های حمل‌ونقل، به ویژه حمل‌ونقل هوایی، به منظور ایجاد تسهیلات و انتقال گردشگران تأثیرات قابل توجهی بر گردشگری بین‌المللی این گروه کشورها دارد.

همان‌طور که مشاهده می‌شود، عرض از مبدأ در این برآورد، مثبت و معنی‌دار است.

جدول ۶: نتایج تخمین به روش GMM برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی

متغیر توضیحی	ضرایب	Z	مقدار احتمال P-Value
L(Tour _{i,t-1})	۰/۹۴۰۹	۲۴/۶۲	۰/۰۰
L(TEN _{i,t})	۱/۲۱۳۲	۵/۸۹	۰/۰۰
L(OP _{i,t})	۰/۲۳۰۷	۴/۶۳	۰/۰۰
L(CPI _{i,t})	۰/۰۱۲۸	۲/۲۶	۰/۰۳۱
L(EGDU _{i,t})	۰/۰۰۳۴	۰/۴۶	۰/۶۰۲
L(INFRA _{i,t})	۰/۱۰۲۸	۳/۱۳	۰/۰۰۲
cons	۲/۱۴۲۳	۴/۴۲	۰/۰۰

جدول ۷: آزمون سارگان

Chi2(119)	۲۴/۱۱۵۸
Prob> Chi2	۱/۰۰۰

برطبق نتایج آزمون سارگان، فرض صفر یعنی مناسب و معتبر بودن متغیرهای ابزاری را نمی‌توان رد کرد.

جدول ۸: آزمون آرلانو - بوند (خودهم‌بستگی مرتبه اول و دوم)

order	Z	Prob>Z
AR (1)	-۲/۶۶۲۱	۰/۰۱۸۳
AR (2)	۱/۳۲۱۵	۰/۱۱۸۴

برطبق نتایج آزمون آرلانو - بوند، خودهم‌بستگی پسماندهای مرتبه اول AR(1) وجود دارد که صحت اعتبار نتایج مدل آزمون شده براساس روش GMM را تأیید می‌کند.

براساس نتایج تخمین در جدول ۵، برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، ضریب تخمین گردشگران دوره قبل، مثبت و معنی‌دار است؛ به این معنا که یک درصد تغییر در گردشگران دوره قبل، باعث واکنش ۰/۹۴۰۹ درصدی در گردشگران دوره جاری خواهد شد. این ضریب بیشتر از ضریب تخمینی آن برای کشورهای توسعه‌یافته است؛ بنابراین می‌توان گفت با توجه وضعیت ناکارآمد نهادی و زیر ساختی در این کشورها، ارتقاء تصویر گردشگران از مقاصد گردشگری اسلامی به‌منزله شکل‌دهنده انگیزه‌ها، انتظارات و مطلوبیت آنها تأثیرات بمراتب بیشتری بر جریان گردشگری دوره‌های آتی دارد.

ضریب برآوردی شاخص تنش (TEN) مثبت و معنی‌دار است. طبق نتایج برآورد در این کشورها، یک درصد بهبود در این شاخص، منجر به واکنش نسبتاً بالای ۱/۲۱۳۲ درصدی در ورودی گردشگران خواهد شد. از دیدگاه مکتب نهادگرایان، علاوه بر متغیرهای کمی اقتصادی، شاخص‌های

نهادی (مانند تنش و مناقشات) تأثیرات عمیقی در وضعیت اقتصادی و از جمله صنعت گردشگری دارد. به‌ویژه این‌که در گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی این شاخص‌های نهادی وضعیت مناسبی نداشته (عموماً در مناطق پر تنش) و ارتقای این مؤلفه‌های نهادی در بهبود وضعیت صنعت گردشگری آن‌ها تأثیرات بنیادی و شدیدتری را نشان می‌دهد.

ضریب تخمین درجهٔ بازبودن اقتصاد (OP)، مثبت و به لحاظ آماری معنی‌داری است یک درصد تغییر در این متغیر باعث واکنش ۰/۲۳۰۷ درصدی در گردشگری خارجی شده است. چراکه، با تقویت تجارت بین‌المللی فرصت بهتری برای ترسیم تصویر مطلوب از مقصد و معرفی جاذبه‌های گردشگری فراهم می‌شود.

در گروه منتخب کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی ضریب تخمینی برای شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) مثبت اما بسیار کوچک و معادل ۰/۰۱۲۸ و از نظر آماری معنی‌دار است. به نظر می‌رسد در این کشورها سطح قیمت‌ها تأثیر قابل ملاحظه‌ای در تقاضای گردشگری نداشته بلکه جاذبه‌های محیطی و عوامل نهادی و زیرساختی تعیین‌کننده اصلی تمایل سفر به این کشورهاست. ضریب برآوردی هزینه‌های عمومی در آموزش (EGDU)، برای گروه کشورهای اسلامی منتخب مثبت و بسیار کوچک معادل ۰/۰۰۳۴ و اما به لحاظ آماری معنی‌دار نیست؛ بنظر می‌رسد با توجه به جذابیت‌های بالای گردشگری در عموم این کشورها، ترجیحات گردشگران بیشتر تحت تأثیر وضعیت نهادی این کشورها (مناقشات، تروریسم، ثبات سیاسی و...) بوده و وضعیت آموزش مقصد گردشگری چندان قابل توجه نباشد.

ضریب تخمینی زیرساخت‌های حمل‌ونقل (INFRA) مثبت و معنی‌دار بوده؛ به‌نحوی که یک درصد تغییر در زیرساخت‌های حمل‌ونقل واکنشی ۰/۱۰۲۸ درصدی بر ورودی گردشگران خارجی را نشان می‌دهد. از آنجاکه برای گردشگری بین‌المللی یکی از عوامل مهم، زیرساخت‌های حمل‌ونقل به‌ویژه هوایی است، این ضریب تخمینی تأییدکنندهٔ این تأثیر و مطابق با مطالعات مشابه است. درنهایت در جدول ۶ برآورد عرض از مبدأ مثبت و معنی‌دار است.

تحلیل نتایج

پژوهش حاضر به بررسی شاخص تنش بعنوان یک عامل نهادی در کنار سایر عوامل (نظیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل، شاخص قیمت مصرف‌کننده، هزینه‌های عمومی در آموزش و درجهٔ بازبودن اقتصاد) پرداخته است. در این پژوهش تطبیقی، به تفکیک ۲۵ کشور توسعه‌یافته و ۲۵ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی (که داده‌های آماری آن‌ها در دسترس بود) انتخاب شده و با استفاده رهیافت داده‌های تابلویی پویا (GMM) در خصوص تخمین مدل پیشنهادی اقدام شد. نتایج تخمین مدل، فرضیهٔ اصلی تحقیق مبنی بر تأثیر مثبت، معنی‌دار و قابل توجه شاخص نهادی تنش در گردشگری خارجی را تأیید می‌نماید.

براساس نتایج برآورد، در هر دو گروه کشورها، ضریب تخمین برای گردشگران ورودی دوره قبل مثبت و معنی دار است و با نتایج مطالعه سیکورا و نوناس (۲۰۰۸) و امامقلی پور و آسمانه (۱۳۹۰) مطابقت دارد. البته این ضریب برای کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (۰/۹۴۰۹) و بزرگتر از کشورهای توسعه یافته منتخب (۰/۵۷۱۶) بوده و تایید می نماید با توجه چالش های زیرساختی و ریسک های بالقوه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، وضعیت گردشگران دوره قبل تصویر مقصد گردشگری را برای گردشگران دوره جاری ترسیم می نماید و توجه به رضایتمندی آنها منجر به تقویت جاذبه ها و انگیزه گردشگران آتی خواهد شد.

همانگونه که در ادبیات پژوهش و نتایج تخمین مدل مشخص شد، در هر دو گروه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و توسعه یافته، شاخص نهادی تنش تأثیر درخور ملاحظه، مثبت و معنی داری بر ورودی گردشگر دارد و موید فرضیه اصلی تحقیق بوده و با نتایج مطالعات میرانی (۱۳۹۸) و سیکورا و نوناس (۲۰۰۸) همسو است. رفع تنشها، برقراری ثبات سیاسی و امنیت، محیط نهادی مناسب و ذهنیت مطلوب را برای تقاضای گردشگری خارجی فراهم می نماید. طبق جداول نتایج تخمین، شدت تأثیر این شاخص در کشورهای اسلامی (۱/۲۱۳۲) در مقابل کشورهای توسعه یافته (۰/۴۳۱۷) بیشتر است. به معنی دیگر با توجه به وضعیت مناقشات تروریسم و بنیادگرایی افراطی در برخی کشورهای اسلامی و ذهنیت منفی جهانی و دافعه گردشگری ناشی از آن، انجام اصلاحات نهادی، تنش زدایی و تامین امنیت پایدار با شدت بیشتری بر ترمیم تصویر مقاصد گردشگری اسلامی و ارتقاء گردشگری بین المللی آنها موثر است.

ضرایب تخمینی در هر دو گروه کشورها، نشان می دهد فارغ از تاثیر سایر عوامل، درجه بازبودن اقتصاد تأثیر مثبت و معنی دار بر ورودی گردشگر خارجی دارد که همسو با مطالعات پورفرج و همکاران (۱۳۸۷) و شاه آبادی و همکاران (۱۳۹۰) بوده و تأیید می نماید با تقویت تجارت بین المللی علاوه بر رونق گردشگری تجاری، زمینه ارتقای تعاملات و جذب گردشگر فراهم خواهد شد. البته ضریب برآوردی این متغیر در کشورهای توسعه یافته بزرگتر و دلالت دارد سهم بالای این کشورها در تجارت جهانی تاثیرات به مراتب بیشتری بر صنعت گردشگری آنها داشته است.

در هر دو گروه کشورها، زیرساخت های صنعت حمل و نقل تأثیر مثبت با ضرایب متفاوت بر میزان ورودی گردشگران خارجی داشته است. این نتیجه با عموم مطالعاتی که به عوامل موثر بر گردشگری پرداخته اند - از جمله مطالعات سیاح و شاه آبادی (۱۳۹۲)، رحمانی و رهنما (۱۳۹۹) - مطابقت دارد. بنابراین با توجه به مشکلات زیرساختی در صنعت حمل و نقل برخی کشورهای کمتر توسعه یافته اسلامی، سرمایه گذاری در این بخش اهمیت ویژه ای خواهد داشت.

ضریب برآوردی هزینه های عمومی در آموزش (EGDU) در گروه کشورهای توسعه یافته منتخب مثبت و معنی دار و با نتایج مطالعات لیم (۱۹۹۷) و راسخی (۱۳۹۲) مطابقت دارد. در حالی که در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، این ضریب به لحاظ آماری معنی دار نبوده و با نتایج مطالعات شاه آبادی و سیاح (۱۳۹۲) مطابقت دارد. استنباط می شود انگیزه سفر گردشگران به

کشورهای اسلامی آثار تاریخی، طبیعی و فرهنگی بوده و وضعیت آموزش جامعه مقصد، جاذبه یا دافعه‌ای را برای گردشگران ایجاد نمی‌کند.

تخمین ضریب برای شاخص قیمت مصرف کننده (CPI) در کشورهای توسعه‌یافته منفی (کوچک) و با قواعد کلاسیک اقتصادی منطبق است و رابطه معکوس قیمت (هزینه) و تقاضای گردشگری را نشان می‌دهد. در مقابل این ضریب کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی تأثیر کم اما مثبت را نشان می‌دهد و برخلاف نتایج پژوهش‌های مشابه از جمله مطالعات سیاح و شاه‌آبادی (۱۳۹۲) است. در خصوص مثبت بودن ضریب (بر خلاف کشورهای توسعه یافته) استنباط می‌شود بالا بودن شاخص قیمت مصرف کننده در کشور مقصد به معنای تقویت ارزهای خارجی، افزایش قدرت خرید گردشگران و ارتقاء رقابت پذیری قیمتی این کشورها بوده بنابراین اثرات مثبت محدودی را بر ورودی گردشگران بین‌المللی خواهد داشت.

بعنوان شواهد آماری در تأیید نتیجه اصلی تحقیق؛ طبق اعلام سازمان جهانی گردشگری، در حالیکه از مجموع ۱,۵ میلیارد نفر گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹، سهم اروپا و آمریکا مجموعاً ۶۶ درصد بوده در مقابل سهم آفریقا و خاورمیانه (عمدتاً شامل کشورهای اسلامی) جمعاً ۹ درصد بوده است. همچنین طبق گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری سال ۲۰۱۹ مجمع جهانی اقتصاد^۱، در بین ۱۴۰ کشور جهان، ایران ارزان‌ترین کشور جهان بوده و از لحاظ رقابت‌پذیری قیمتی، رتبه اول را دارد. این شکاف عمیق بین دو گروه کشورهای مورد مطالعه، قدرت تأثیرات بالقوه کیفیت نهادی (از جمله تنش و مناقشات، ثبات، امنیت و ...) را در گردشگری، نشان می‌دهد.

پیشنهادات

الف) وضع یا اصلاح قوانین به منظور حمایت از بخش گردشگری و سیاست‌گذاری‌های هدفمند به منظور ارتقاء و بهبود شاخص‌های نهادی نظیر تنش زدایی داخلی و بین‌المللی، وفاق ملی، رفع تبعیض‌ها، تثبیت امنیت، حمایت‌های حقوقی و ... باید از اولویت‌های کشورهای اسلامی و از جمله کشور ایران باشد.

ب) گسترش و حمایت از تجارت خارجی (واردات و صادرات) و تسهیل هر چه بیشتر مبادلات بین‌المللی بویژه در ارتباط با کشورهایی که متقاضیان بالقوه گردشگری می‌باشند. سیاست‌گذاران باید از پیوند متقابل تجارت و گردشگری بهره برده و در تجارت خارجی، معرفی جاذبه‌های گردشگری کشورهای اسلامی در حکم مقاصد مطلوب سفر را مدنظر قرار دهند.

ج) تخصیص منابع و سرمایه‌گذاری گسترده در زیرساخت‌های بخش حمل‌ونقل با مشارکت بخش خصوصی داخلی و خارجی و گسترش خطوط هوایی، بمنظور تسهیل سفر گردشگران، مورد تأکید است.

^۱. World Economic Forum

د) ایجاد سازمان گردشگری کشورهای اسلامی به منظور انعقاد توافق‌نامه‌ها در حوزه امنیت و تبادل گردشگر، وضع قوانین و سازوکارهای حمایتی و تاسیس صندوق تسهیلات گردشگری جهت کمک به ارتقاء زیرساخت‌های گردشگری کشورهای اسلامی، پیشنهاد میگردد.

در خصوص اهم محدودیت‌های پژوهش می‌توان اشاره کرد عوامل مؤثر بر گردشگری بین‌المللی در مطالعات متعدد بررسی شده‌اند، اما در این تحقیق به جهت برآزش کارا تر و محدودیت داده‌ها، مجبور به انتخاب محدود عوامل مؤثر شده‌ایم. همچنین علیرغم اینکه شاخص تنش بعنوان متغییر نهادی و بصورت کمی در این پژوهش استفاده شده اما داده‌ها یا وضعیت برخی نهادهای غیررسمی و کیفی مانند فرهنگ‌ها، هنجارها، آداب و رسوم، ایدئولوژی‌ها و ... که به نحوی تاثیرات قابل توجهی بر وضعیت تنش‌ها، مناقشات و ثبات یک کشور دارد، بصورت داده‌های قابل استفاده، در دسترس محققین نمی‌باشد.



منابع و مآخذ:

- ۱- ابوجعفری، روح‌الله (۱۳۸۵). «برداشت‌های اقتصاد نهادگرا و مطالعات اقتصاد اسلامی». فصلنامه اندیشه صادق، شماره ۲۲، ص ۱۲۲-۱۴۵.
- ۲- احمدیان، مریم (۱۳۹۰). معرفی و نقد شاخص راهنمای ریسک بین‌المللی کشوری. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات محیط کسب‌وکار.
- ۳- اشرفی‌پور، محمدعلی و نقیب، رسول (۱۳۹۱). «بررسی اثرات حکمرانی خوب بر توسعه صنعت توریسم». دومین همایش ملی راهکارهای توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد سنندج.
- ۴- امامقلی‌پور، سارا و آسمانه، زهرا (۱۳۹۰). «تعیین ارتباط بین گردشگری و حکمرانی در کشورهای عضو OECD با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته GMM». اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار، تهران.
- ۵- پورفرج، علیرضا، عیسی‌زاده روشن، یوسف و چراغی، کبری (۱۳۸۷). «فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی». فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، دوره ۴، شماره ۱۳، ص ۴۶-۶۶.
- ۶- تلیایی، فریبا و شاه‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۹۵). «تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای درحال توسعه منتخب». فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۵، شماره ۱۶، ص ۸-۳۰.
- ۷- حیدری، چپانه و رحیم سلطانی، ناصر (۱۳۹۳). تحلیلی بر نقش ثبات سیاسی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری مطالعه موردی منطقه خاورمیانه، فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، سال ۲۵، پیاپی ۵۴، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۳، ص ۲۰۹-۲۲۸.
- ۸- خداپرست مشهدی، مهدی و فلاحی، محمدعلی (۱۳۹۵). «بررسی نقش کیفیت نهادی بر توسعه مالی در کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی». دوفصلنامه اقتصاد پولی و مالی، دوره بیست‌وسوم، شماره ۱۱، ص ۲۶-۴۵.
- ۹- راسخی، سعید و حسینی، سپیده (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر تراکم گردشگری در کشورهای درحال توسعه منتخب». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، ص ۶۹-۸۶.
- ۱۰- رحمانی، فاطمه و رهنما، علی (۱۳۹۹). تاثیر شاخص‌های رقابت پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا. دو فصل نامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هشتم، شماره ۱۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۹ ص ۱۴۴-۱۱۳.
- ۱۱- سیاح، علی (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های حمل‌ونقل و شاخص حکمرانی بر تقاضای گردشگری کشورهای منتخب توسعه‌یافته و درحال توسعه طی دوره ۲۰۰۰-۲۰۱۱. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد دانشگاه بوعلی سینا.

- ۱۲- شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی (۱۳۹۲). «تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری (رویکرد پنل دیتا)». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۷، ص ۲۵-۴۳.
- ۱۳- شریفی رنالی، حسین، سجادیه خواجهویی، فرزاد و ترابی، افسانه (۱۳۹۲). «نقش حکمرانی خوب در جذب گردشگر (مطالعه موردی: کشورهای منتخب «OPEC»)». اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران با رویکرد حمایت از تولید ملی.
- ۱۴- صامتی و همکاران (۱۳۹۴)، نتایج مطالعات آنها در مورد تقاضای گردشگری کشورهای اسلامی منتخب در طی دوره ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۲ با استفاده از روش داده‌های پانل، نشان داد که ثبات سیاسی و حاکمیت قانون در این گروه کشورها تأثیر مثبت و معنی‌داری بر افزایش ورود گردشگران خارجی داشته است
- ۱۵- مریدی، مرضیه (۱۳۹۵). بررسی نقش گردشگری در توسعه اشتغال کلانشهرها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت شهری، دانشکده مدیریت، واحد علوم تحقیقات تهران.
- ۱۶- میرانی، نینا (۱۳۹۶). بررسی نقش کیفیت نهادی بر توسعه صنعت گردشگری پزشکی در ایران: رویکرد پویایی‌های سیستمی. پایان‌نامه دکتری، رشته اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه تبریز.
- ۱۷- ندیری، محمد و محمدی، تیمور (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر ساختارهای نهادی بر رشد اقتصادی با روش گشتاورهای تعمیم یافته». فصل‌نامه مدلسازی اقتصادی، سال پنجم، شماره ۱۵، ص ۱-۲۴.
- ۱۸- موسوی شفايي، مسعود، حسینی بیدختی، علی اکبر و اسماعیل شهابی، سید مجتبی (۱۳۹۱). تأثیر بی‌ثباتی سیاسی بر صنعت گردشگری ایران در دوره پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، فصل‌نامه روابط خارجی، سال چهارم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۱، ص ۲۴۰-۲۱۱.
- 19-Aslan, A., Kula, F., & Kaplan, M. (2009). "International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach". *A Research Journal of International Studies*, 9; p. 64-75.
- 20-Arellano, M., & Bond, S. (1991). "Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations". *Review of Economic Studies*, 58(12), 277-297.
- 21-Baltagi, B. H. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. West Sussex: Wiley.
- 22-Barro, R. J. and X. Sala-i-Martin. (2004). *Economic Growth*, 2nd ed. Cambridge: MIT Press.
- 23-Flecher, J., & Morakabati, Y. 2008. Tourism Activity Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: the Cases of Fiji and Instability Kenya.
- 24-Hall, C.M. (1994) *Tourism and Politics*, John Wiley and Sons, Brisbane
- 25-Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M. (2009). "Governance matters VIII: Aggregate and individual governance indicators 1996-2008". *World bank policy research working paper*, 4978.

- 26-Lee, S. (2015). "Research note: Quality of government and tourism destination competitiveness". *Tourism Economics*, 21(4), 881–888.
- 27-North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*. Cambridge University Press. New York.
- 28-Nunkoo, R., Ramkissoon, H. and Gursoy, D. (2012). "Public trust in tourism institutions". *Annals of Tourism Research*, 39(3), p. 1538–1564.
- 29-Rigobon, R., & Rodrik, D. (2005). "Rule of law, democracy, openness and income". *Economics of Transition*, 13(3), p. 533–64.
- 30-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.
- 31- Sequeira, T. N., & Nunes, P. M. (2008). "Does country risk influence international tourism? A dynamic panel data analysis". *Economic Record*, 84(265), 223-236.

