

Research Paper

The effect of social progress on tourism demand according to the division of countries based on the corruption perception index score

Nader Razeghi^{*1} , Hoda Rezaei Roshan² 

¹ Associate Professor of Sociology, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran (razeghi@umz.ac.ir)

² Postdoctoral Researcher in Sociology of Economy and Development, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran (h.rezaei@umz.ac.ir).



© The Author(s)

publisher: University of Mazandaran



[10.22080/jtpd.2024.27943.3930](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27943.3930)

Received:

October 11, 2024

Accepted:

November 9, 2024

Available online:

November 20, 2024

Keywords:

social progress; economic freedom; tourism demand; corruption perception.

Abstract

Context and Purpose: Tourism, as one of the most important sustainable development industries, creates great economic, social, and cultural opportunities for megacities and the mother cities of the world. Competition in the direction of sustainable tourism development, according to the tourists' needs, should be given importance to planning tourism management and urban management. In this way, the current research examines the effect of social progress and economic freedom on tourism demand in countries with different levels of corruption.

Design/methodology/approach: The statistics related to corruption perception index, tourism demand, social progress index, and economic freedom index in 79 countries are respectively taken from information banks of Transparency International, World Bank, Social Progress Index, and Heritage Foundation from 2011 to 2020.

Findings: The effect of the mentioned variables on tourism demand, and panel data method has been used and analyzed with Eviews12 software. The results of panel data estimation in the years under review showed the impact of social progress on tourism demand in somewhat corrupt countries; To some extent free from corruption and very clean; And the effect of economic freedom on tourism demand is confirmed in relatively corruption-free and very clean countries.

Conclusion: Since tourism demand is influenced by social progress and economic freedom, it is necessary to pay attention to social and economic factors for the continuation and growth of tourism.

***Corresponding Author:** Nader Razeghi

Address: Department of Social Sciences- Faculty of Humanities and Social Sciences- University of Mazandaran- Babolsar

Email: razeghi@umz.ac.ir

Tel: 01135302657



Extended Abstract

1. Introduction

Since a long time ago, tourism has evolved in various forms in human societies based on the motivation, the principle of travel and movement. The fundamental change in tourism can be identified with the Industrial Revolution, which brought about a tremendous change in life, especially in transportation. Today, tourism activities are considered the fourth part of human activities after agriculture, industry, and services. The sustainable management of tourism seeks to improve the quality of life of local residents in tourism areas by optimizing the benefits of the local economy, protecting the natural and man-made environment, and providing Suitable experiences for visitors. This requires systematic attention to the technical, social, cultural, political, economic, historical, and environmental dimensions, in moving towards the use of tourist attractions according to today's needs and the preservation and sustainability of these resources for future generations.

2. Research Methodology

This study is quantitative and applied. In this research, firstly, using the library and documentation method, statistics, and information, the theoretical and experimental bases of the research are collected, then the collected data are processed using descriptive and analytical statistics, and finally, using the theoretical and experimental bases, The statistical model and the econometric analysis method of Hadri, F Limer, Hausman, Breusch-Pagan test, LR variance heterogeneity, autocorrelation, and finally fixed effects tests are introduced. Moreover, using Eviews12 software, the effect of variables related to social

progress and economic freedom on tourism demand is investigated. In this research, since the data are of the secondary data type, all the required information was collected from the library method and also from the electronic information center of the International Transparency Information Banks to collect the data of the Corruption Perception Index (CPI); World Bank to collect tourism demand data; Social Progress Index (SPI) site to collect social progress index data; and the Heritage Foundation to collect economic freedom index data. Based on the maximum available information, the studied countries that have a more complete time series, including 79 countries, were investigated. Also, the period of this research includes the years 2011 to 2020.

3. Research Findings

Index of social progress and economic freedom on tourism demand in completely corrupt countries; somewhat corrupt; Somewhat free from corruption; and free from corruption. According to the fixed effects pattern of panel data, the mentioned independent variables do not have a significant effect on tourism demand in completely corrupt countries. In somewhat corrupt countries, the meaningless economic freedom index and the social progress index have an increasing and significant effect on tourism demand. In countries that are somewhat free from corruption, the index of economic freedom and social progress has an increasing and significant effect on tourism demand. In corruption-free countries, the index of economic freedom and social progress has an increasing and significant effect on tourism demand. As a result, the first research hypothesis in somewhat corrupt countries; It is certified to be somewhat free from corruption and

free from corruption, And the second hypothesis of the research is confirmed in countries that are somewhat free from corruption. Also, the regression coefficient showed that economic freedom is related to social progress, and among four groups of countries with different levels of corruption, economic freedom has the greatest impact on tourism demand in countries that are relatively free from corruption.

4. Conclusion

social progress among somewhat corrupt countries; Somewhat free from corruption and free from corruption does not have the same effects on tourism demand in terms of direction and significance; But we can generally mention the higher quality of social progress in somewhat corrupt countries; Somewhat free from corruption and free from corruption has caused tourism demand in this group of countries to accept a positive and significant impact of social progress. Therefore, efforts to improve social progress can increase tourism demand. The effect of economic freedom among somewhat corruption-free and corruption-free countries has a positive and significant relationship with

tourism demand. Regarding the meaninglessness of social progress in completely corrupt countries and also, the meaninglessness of economic freedom in completely corrupt and somewhat corrupt countries, it is argued that economic freedom and social progress have great effects on tourism demand, but because the level of corruption in these countries is more, the two mentioned variables did not affect tourism demand.

Funding

This article is the result of a post-doctoral research project that was carried out with the material and spiritual support of University of Mazandaran, which was the main study project.

Authors' Contribution

The contribution of the authors in writing the article was equal.

Conflict of Interest

The authors declare that they have no conflict of interest related to the authorship or publication of this article.

Acknowledgments

The authors would like to thank everyone for their scientific advice and guidance and their participation in this article.



علمی پژوهشی

تأثیر پیشرفت اجتماعی بر تقاضای گردشگری با توجه به تقسیم‌بندی کشورها براساس امتیاز شاخص ادراک فساد

نادر رازقی^{۱*}، هدی رضائی روشن^۲ 

^۱ دانشجویار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران (razeghi@umz.ac.ir)
^۲ پژوهشگر پسادکترای جامعه‌شناسی اقتصاد و توسعه، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران
(h.rezaei@umail.umz.ac.ir)



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه مازندران



[10.22080/jtpd.2024.27943.3930](https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.27943.3930)

چکیده

زمینه و هدف: گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای کلان‌شهرها و مادرشهرهای جهانی به وجود می‌آورد. رقابت در جهت توسعه گردشگری پایدار با توجه به ارائه نیازهای گردشگران، باید مورد اهمیت و برنامه‌ریزی مدیریت گردشگری و مدیریت شهری قرار گیرد. به این ترتیب پژوهش پیش رو نحوه تأثیر پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری کشورهای با سطح فساد متفاوت را بررسی می‌کند.

روش‌شناسی: آمارهای مربوط به شاخص ادراک فساد، تقاضای گردشگری، شاخص پیشرفت اجتماعی و شاخص آزادی اقتصادی در ۷۹ کشور برگرفته از بانک‌های اطلاعاتی شفافیت بین‌المللی، بانک جهانی، شاخص پیشرفت اجتماعی و بنیاد هریتیج است. به منظور بررسی تأثیر متغیرهای مذکور بر تقاضای گردشگری از روش داده‌های تابلویی استفاده و با نرم‌افزار Eviews12 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

یافته‌ها: نتایج برآورد داده‌های تابلویی در سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۲۰ نشان داد کیفیت بالاتر پیشرفت اجتماعی در کشورهای با حدودی فساد، تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد باعث شده است، تقاضای گردشگری در این گروه از کشورها تأثیر مثبت و معناداری از پیشرفت اجتماعی بپذیرد. همچنین، آزادی اقتصادی در بین کشورهای با حدودی عاری از فساد و عاری از فساد، ارتباط مثبت و معنادار با تقاضای گردشگری دارد.

نتیجه‌گیری: از آنجایی که تقاضای گردشگری از پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی تأثیرپذیری دارد، برای تداوم و رشد گردشگری لازم است به عوامل اجتماعی و اقتصادی توجه کرد.

تاریخ دریافت:

۲۰ مهر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۹ آبان ۱۴۰۳

تاریخ انتشار:

۳۰ آبان ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

پیشرفت اجتماعی؛ آزادی
اقتصادی؛ تقاضای گردشگری؛
ادراک فساد.

* نویسنده مسئول: نادر رازقی

آدرس: بابل‌سر- دانشگاه مازندران- دانشکده علوم انسانی و
اجتماعی- گروه علوم اجتماعی

ایمیل: razeghi@umz.ac.ir
تلفن: ۰۱۱۳۵۳۰۲۶۵۷

۱ مقدمه

در بیشتر کشورهای جهان، گردشگری به‌عنوان یک صنعت پردرآمد شناخته می‌شود و همچنین، گردشگری منبع اولیه درآمد بودجه دولت است. متخصصان گردشگری به‌طور منظم تأثیر گردشگری را بر اقتصاد یک کشور یا یک منطقه خاص مطالعه می‌کنند. نویسندگان هم اثرات مثبت و هم منفی گردشگری را بر اقتصاد در نظر می‌گیرند؛ اما به‌طورکلی بر تأثیر مثبت توسعه گردشگری بر توسعه اقتصادی، رفاه جمعیت و کاهش فقر تأکید می‌کنند (Tang & Tan, 2015). با این حال، طبق گفته ماتاریتا-کاسکانت (Matarrita-Cascante, 2010)، علی‌رغم تأثیر مثبت توسعه گردشگری، ساکنان محلی همیشه برای تغییرات آتی آماده نیستند و به نقطه تنش در این منطقه تبدیل می‌شوند. طبق نظر توگکو (Tugcu, 2014)، گردشگری همیشه منجر به رشد اقتصادی نمی‌شود. توگکو، با تجزیه و تحلیل داده‌های تابلویی در مورد گردشگری در اروپا، آسیا و آفریقا در مجاورت دریای مدیترانه برای سال‌های ۲۰۱۱-۱۹۹۸، به یک رابطه علی دوطرفه بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در اروپا، آسیا و منطقه مدیترانه نتیجه گرفت. با این حال، چنین رابطه‌ای در آفریقا وجود ندارد. بریدا و همکاران (Brida et al., 2020) نیز در مورد تأثیر ناهمگون گردشگری بر رشد اقتصادی می‌نویسند. تجزیه و تحلیل پویایی‌های رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در ۸۰ کشور طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۱۶ نشان داد که آن‌ها ناهمگن بودند. در این راستا کشورهای با درجه وابستگی متقابل بالا و پایین شناسایی شدند. توسعه پایدار گردشگری نیز به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان یکی از حوزه‌های اولویت‌دار برای حل مشکلات گوناگونی که در فرآیند توسعه گردشگری به‌وجود می‌آید، به موضوع مطالعه تبدیل می‌شود. تقریباً همه کشورها، برنامه‌های توسعه گردشگری پایدار را توسعه داده‌اند که مناطق مشکل را شناسایی کرده و راه‌حلی را ارائه می‌دهد.

¹ Tugcu

اصول توسعه گردشگری پایدار در برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌های ادارات گردشگری در گردشگری مدنظر قرار می‌گیرد. برنامه‌ها منجر به حفاظت از محیط زیست، کنفرانس‌ها، جلسات، کارگاه‌های آموزشی بیشتر و درگیری‌های کم‌تری با افراد محلی و گردشگران شده‌است (Andrades & Dimanche, 2017).

وظیفه اصلی دولت‌ها در یک جامعه از نظر اقتصادی آزاد، حفاظت از اموال خصوصی و اجرای قراردادها است. اگر دولت‌ها نتوانند از املاک خصوصی محافظت کنند یا محدودیت‌هایی را برای محدود کردن خریدوفروش املاک ایجاد کنند، آزادی اقتصادی شهروندان خود را نقض می‌کنند. مقررات نهادی که تجارت را محدود می‌کند، هزینه‌های مبادله را افزایش می‌دهد، حقوق مالکیت را تضعیف می‌کند و باعث عدم اطمینان می‌شود، منجر به کاهش درآمدهای حاصل از تجارت و کاهش فعالیت‌های تولیدی افراد می‌شود (De Haan & Sturm, 2000). مؤلفه‌های اساسی آزادی اقتصادی عبارت‌اند از انتخاب شخصی، مبادله داوطلبانه، آزادی رقابت و حمایت از افراد و دارایی. اگر جامعه‌ای از نظر اقتصادی آزاد باشد، انتخاب افراد تعیین می‌کند که کدام کالا و خدمات تولید شود. هنگامی که دولت‌ها از اموال و حقوق مالکیت رعایای خود در برابر کسانی که تلاش می‌کنند با خشونت، فشار و تقلب به آن‌ها دست یابند، محافظت می‌کنند، می‌توانند آزادی اقتصادی را تضمین کنند (Gwartney & Lawson, 2003). آزادی اقتصادی در کشورهایی که شرایط تجارت آزاد اعمال می‌شود، ارز باثبات در دسترس است، مخارج عمومی تحت کنترل است، دسترسی به فرصت‌های مالی آسان است، شرایط رقابتی حفظ می‌شود، روش‌هایی مانند تبعیض و طرفداری وجود ندارد و مالیات کمتر است (Miller & Kim, 2013). حرکت آزادانه کامل عوامل تولید، مانند نیروی کار و سرمایه باید فراهم شود. دولت‌ها نباید در استفاده از این عوامل تولید اعمال محدودکننده‌ای انجام



در مصر، به واسطه گردشگری، مشاغل هتلداری به طور قابل توجهی گسترش یافته است. تعداد هتل‌ها از ۷ هتل در سال ۲۰۰۳ به ۱۶ هتل در سال ۲۰۰۷ افزایش یافت و در سال ۲۰۰۹ به ۲۹ هتل رسید (Ayad and Ye, 2015). آياد و يه (۲۰۱۵) گزارش کردند که گردشگری تأثیرات مثبت بر ساکنان محلی در مصر از نظر بهبود کیفیت زندگی آن‌ها دارد (Ayad and Ye, 2015).

در این راستا، باید گفت جایگاه اجتماعی و اقتصادی در ارتقای تقاضای گردشگری هر کشور تأثیر بسزایی دارد، به نحوی که کشورهای عاری از فساد درصد بالایی از تقاضای گردشگری خود را از راه پیشرفت عوامل اجتماعی و اقتصادی به دست می‌آورند. در مقابل، تأثیر پیشرفت اجتماعی بر گردشگری در کشورهای با فساد بالا ناچیز است. با توجه به اینکه شاخص‌های متفاوتی برای اندازه‌گیری تقاضای گردشگری، آزادی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی وجود دارد، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود با تمرکز بر آخرین داده‌های مربوط به کشورهای مختلف جهان، رابطه بین تقاضای گردشگری به عنوان یکی از شاخص‌های گردشگری؛ پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی به عنوان مهم‌ترین شاخص‌های اصلی توسعه اجتماعی و اقتصادی بررسی شود. به این ترتیب، پرسش اصلی پژوهش حاضر به این صورت است که اثرگذاری کدام یک از متغیرهای مستقل (آزادی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی) بیشتر است و از بین عوامل اجتماعی و اقتصادی کدام می‌تواند اهمیت بیشتری داشته باشند؟

۲ ادبیات پژوهش

۲٫۱ مفاهیم

۲٫۱٫۱ تقاضای گردشگری

افراد زمانی توریست می‌شوند که به طور داوطلبانه محیط عادی خود را که در آن زندگی می‌کنند، برای بازدید از محیط دیگری ترک کنند. این افراد معمولاً بدون توجه به اینکه این محیط (مقصد) چقدر

دهند (Borović, 2014). هنگامی که گردشگران تصمیم به بازدید از کشوری می‌گیرند، ممکن است علاقه‌مند شوند که آیا اقتصاد آن کشور لیبرال است یا خیر. فعالیت‌های کارآفرینی تنها در کشورهایی که سطح آزادی اقتصادی بالایی دارند رایج است. می‌توان بیان کرد که کیفیت خدمات گردشگری به دلیل فضای رقابتی فزاینده در کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینانه رایج است، بهتر است (Saha et al., 2017). با افزایش فعالیت‌های کارآفرینی، کسب‌وکارهای گردشگری بیشتری افتتاح می‌شود. باز هم در رابطه با آزادی اقتصادی، کاهش بار مالیاتی و آزادی تجاری بالا، فعالیت‌های کارآفرینی را بیشتر خواهد کرد. آزادی تجارت که یکی از عناصر مهم آزادی اقتصادی است، به تنوع کالاها و خدمات کمک می‌کند و سطح رضایت گردشگرانی را که به کشور می‌آیند، افزایش می‌دهد (Öcal et al., 2020).

گردشگری نه تنها منافع اقتصادی به همراه دارد، بلکه می‌تواند به طور قابل توجهی به توسعه اجتماعی یک منطقه کمک کند (Guo et al., 2018). توسعه اجتماعی مفهومی گسترده است اما تعاریف مختلف آن بر ایجاد فرصت‌های شغلی، بهبود کیفیت زندگی و بهبود سایر شاخص‌های اجتماعی متمرکز است. برخی از محققان مانند فردلین و همکاران (۲۰۰۶) استدلال کرده بودند که تأثیرات اجتماعی می‌تواند «واقعی» یا «درک» باشد. اثرات واقعی را می‌توان با یک نتیجه قابل اندازه‌گیری (به عنوان مثال تراکم ترافیک) ارزیابی کرد. درحالی که اثرات درک شده براساس نظرات شخصی است. بسیاری از ادبیات تأثیرات اجتماعی گردشگری مبتنی بر درک جامعه از پیامدهای منفی و مثبت گردشگری بر جوامع میزبان است (Fredline et al., 2006). اگر درآمد یا درآمد حاصل از آن در توسعه زیرساختی و سایر صنایع مرتبط سرمایه‌گذاری شود، گردشگری می‌تواند مثبت تلقی شود (Simons, 1986). درواقع، یک شاخص کلیدی سهم گردشگری در توسعه اجتماعی، بهبود زیرساخت‌ها است. به عنوان مثال،

شد، کمی اصلاح شد: «گردشگری ممکن است شامل اقامت یک شبه دور از خانه باشد یا نباشد. در سال ۱۹۹۱، سازمان جهانی جهانگردی سازمان ملل متحد^۳ اعلام کرد که می‌توان بین گردشگری داخلی و بین‌المللی تمایز قائل شد. اولی به سفرهایی اشاره دارد که منحصراً در داخل مرزهای ملی کشور متبوع مسافر انجام می‌شود. مورد دوم به سفر در داخل مرزهای کشور خود اشاره دارد. سفرهای داخلی بر تراز پرداخت‌ها تأثیر می‌گذارد و خروج پول را از کشور محل اقامت گردشگران کاهش می‌دهد (Camilleri, 2018).

گردشگران ورودی بین‌المللی به تعداد گردشگرانی گفته می‌شود که برای مدتی بیش از ۱۲ ماه به کشوری غیر از کشوری که در آن محل سکونت معمولی خود هستند، اما خارج از محیط معمول خود سفر می‌کنند و هدف اصلی آن‌ها از بازدید غیر از این است. زمانی که داده‌های تعداد گردشگران در دسترس نباشد، تعداد بازدیدکنندگان که شامل گردشگران، بازدیدکنندگان همان روز، مسافران کشتی تفریحی و اعضای خدمه می‌شود، نشان داده می‌شود. منابع و روش‌های جمع‌آوری ورودی‌ها در کشورهای مختلف متفاوت است. در برخی موارد داده‌ها از آمارهای مرزی (پلیس، مهاجرت و موارد مشابه) دریافت و تکمیل شده است. در موارد دیگر داده‌ها از مؤسسات اقامتی گردشگری است. برای برخی از کشورها، تعداد ورودی‌ها به ورودی‌های هوایی و برای برخی دیگر به مسافرانی که در هتل‌ها اقامت می‌کنند، محدود می‌شود. برخی از کشورها شامل ورود اتباع مقیم خارج از کشور می‌شوند؛ درحالی‌که برخی دیگر این طور نیستند. بنابراین باید احتیاط را در مقایسه ورودی‌های بین کشورها به کار برد. داده‌های مربوط به گردشگران ورودی به تعداد ورودی‌ها اشاره دارد نه به تعداد افرادی که سفر می‌کنند. بنابراین شخصی که در یک دوره معین چندین سفر به یک کشور انجام می‌دهد،

نزدیک یا چقدر دور است، در فعالیت‌های مختلفی شرکت می‌کنند. بنابراین، گردشگران بازدیدکننده هستند و کاری که شما هنگام بازدید از مکان دیگری انجام می‌دهید، ممکن است به‌عنوان گردشگری در نظر گرفته شود (Camilleri, 2018). در اقتصاد جهانی در حال تغییر که با افزایش پیوستگی افراد و مکان‌ها مشخص می‌شود، شوک‌های جهانی گسترده درک این تغییرات را حتی مهم‌تر کرده است. این تغییرات منجر به پیشرفت‌هایی در تحلیل نظری و تجربی تحقیقات تقاضای گردشگری شده است (Gunter et al., 2019). در سال ۱۹۶۳، کنفرانس سازمان ملل در مورد مسافرت و جهانگردی بین‌المللی موافقت کرد که از اصطلاح "بازدیدکنندگان" (به‌غیر از ساکنان) برای توصیف افرادی که از کشور دیگری بازدید می‌کنند استفاده کند. این تعریف دو دسته از بازدیدکنندگان را در بر می‌گرفت: گردشگران به‌عنوان بازدیدکنندگان موقت طبقه‌بندی می‌شدند که حداقل ۲۴ ساعت در یک مقصد اقامت داشتند. اگر آن‌ها برای تفریح، سلامتی، ورزش، تعطیلات، مطالعه یا مقاصد مذهبی سفر می‌کنند، بازدید آن‌ها می‌تواند به‌عنوان اوقات فراغت طبقه‌بندی شود. از طرف دیگر، گردشگران، اگر کمتر از ۲۴ ساعت در مقصدی اقامت داشته باشند، ممکن است به‌عنوان بازدیدکنندگان موقت در نظر گرفته شوند. با این حال، این تعاریف، گردشگران داخلی را در نظر نمی‌گیرند. در سال ۱۹۷۶، مؤسسه گردشگری (که بعداً به انجمن جهانگردی تبدیل شد) پیشنهاد کرد که گردشگری عبارت است از جابه‌جایی موقت و کوتاه‌مدت افراد به مقاصدی خارج از مکان‌هایی که معمولاً در آن زندگی و کار می‌کنند. بنابراین، گردشگری شامل جابه‌جایی افراد برای همه اهداف، از جمله بازدیدهای روزانه یا گشت‌وگذار است. این تعریف گسترده‌تر در کنفرانس بین‌المللی گردشگری تفریحی که توسط شبکه جهانی کارشناسان گردشگری و انجمن گردشگری در کاردیف^۲ در سال ۱۹۸۱ سازمان‌دهی

³ United Nations World Tourism Organization

¹ Worldwide Network of Tourism Experts

² Tourism Society in Cardiff



هر بار به‌عنوان یک تازه‌وارد حساب می‌شود (بانک جهانی^۱، ۲۰۲۴).

۲،۱،۲ آزادی اقتصادی

آزادی اقتصادی از ابتدای سال ۱۹۸۶ توسط واکر^۲ و فریدمن^۳ در یک دوره از سمینارهایی که بر سنجش آزادی اقتصادی متمرکز بود، مطرح شد. چندین محقق برجسته از جمله بکر^۴ و نورث^۵ نیز طی سال‌های ۱۹۹۴-۱۹۸۶ شاخص‌های آزادی اقتصادی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دادند، در نهایت به این نتیجه رسیدند که انسجام سیاست‌ها و عوامل نهادی یک کشور را باید با شاخص آزادی اقتصادی مورد سنجش قرار داد (Shahabadi and Davarikish, 2015). فرض اساسی کسانی که طرفدار آزادی اقتصادی هستند، این است که افراد نیازها و خواسته‌های خود را به بهترین نحو می‌دانند و یک زندگی خودگردان که براساس فلسفه‌ها و اولویت‌های خود فرد هدایت می‌شود و نه دولت یا نخبگان تکنوکرات^۶، پایه و اساس تحقق بخشیدن به آن است. وجود استقلال و عزت نفس از توانایی و مسئولیت مراقبت از خود و خانواده سرچشمه می‌گیرد و کمک‌های ارزشمندی برای کرامت و برابری انسانی است. بدیهی است که چون افراد در جوامع با دیگران زندگی می‌کنند، استقلال فردی مطلق نیست. برای بسیاری از افراد، رفاه خود و خانواده و جوامعشان به یک اندازه مهم است و حقوق شخصی که یک فرد از آن برخوردار است، ممکن است به دامنه همسایگانش ختم شود. تصمیمات و فعالیت‌هایی که بر دیگران تأثیر یا تأثیر بالقوه دارند، به‌درستی توسط هنجارهای اجتماعی و در بحرانی‌ترین زمینه‌ها، توسط قوانین یا مقررات دولتی محدود می‌شوند. در اقتصاد بازارمحور، هنجارهای اجتماعی و نه قوانین و مقررات دولتی، تنظیم‌کننده اولیه رفتار هستند. چنین هنجارهایی به‌طور ارگانیک

از خود جامعه رشد می‌کنند و تاریخ، فرهنگ و تجربه نسل‌های آن را منعکس می‌کنند که یاد گرفته‌اند چگونه با یکدیگر زندگی کنند. آن‌ها درک افراد از اخلاق، آداب روابط شخصی و حرفه‌ای و سلیقه مصرف‌کننده را راهنمایی می‌کنند (بنیاد هریتیج^۷، ۲۰۲۴). آزادی اقتصادی از دیدگاه مؤسسه هریتیج^۸ عبارت است از: عدم وجود الزام یا اجبار دولت بر روی تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات تا اندازه که افراد بتوانند آزادی خود را حفظ نمایند (Friedman et al., 2000). از دید بنیاد هریتیج، جامعه‌ای را می‌توان آزاد نامید که در آن سه شرط برقرار باشد: نخست، افراد اختیاردار ماحصل تلاش و کوشش خود باشند. دوم، موفقیت و شکست افراد مرهون تلاش فردی آن‌ها باشد نه وابسته به موقعیت‌های رانتی آن‌ها و ویژگی‌هایی مانند نژاد، جنسیت، طبقه اجتماعی و موقعیت خانوادگی و سوم، قدرت اتخاذ تصمیمات اقتصادی در میان افراد و گروه‌ها پخش شده باشد (Daei Karimzadeh and Soleimani, 2017). در بهترین حالت، نظام‌های سیاسی دموکراتیک، هنجارهای اجتماعی را در قوانین و مقررات خود منعکس می‌کنند، اما اگر توسط قانون اساسی یا سایر محدودیت‌های سنتی محدود نشوند، حتی دولت‌های دموکراتیک نیز می‌توانند تهدیدهای اساسی برای آزادی اقتصادی ایجاد کنند. محدودیتی که توسط حاکمیت اکثریت بر آزادی اقتصادی تحمیل می‌شود، کم‌تر از محدودیتی نیست که توسط یک حاکم مطلقه یا الیگارشی^۹ اعمال می‌شود. بنابراین نوع دولت تعیین‌کننده درجه آزادی اقتصادی نیست، بلکه میزان محدودیت‌هایی است که دولت ممکن است فراتر از آن‌ها نرود (یا حداقل نمی‌رود). ناگزیر، هر بحثی از آزادی اقتصادی بر رابطه انتقادی بین فرد و دولت متمرکز خواهد شد. به‌طور کلی، اقدام دولت یا کنترل دولت که با استقلال فردی تداخل دارد، آزادی

⁶ technocratic

⁷ The Heritage Foundation. heritage.org/Index

⁸ Heritage foundation

⁹ oligarch

¹ World Bank

² Walker

³ Friedman

⁴ Becker

⁵ North

حکومت)، اندازه دولت (بار مالیاتی، مخارج دولت، سلامت مالی)، کارایی قانونی (آزادی کسب‌وکار، آزادی نیروی کار، آزادی پولی)، باز بودن بازار (آزادی تجارت، آزادی سرمایه‌گذاری، آزادی مالی) (Miller et al., 2018). شاخص آزادی اقتصادی دیدگاهی جامع از آزادی اقتصادی دارد. برخی از جنبه‌های آزادی اقتصادی که مورد ارزیابی قرار می‌گیرند (مثلاً میزان باز بودن اقتصاد برای سرمایه‌گذاری یا تجارت جهانی) به تعاملات یک کشور با سایر نقاط جهان مربوط می‌شود. با این حال، بیشتر آن‌ها بر روی سیاست‌های داخل یک کشور تمرکز می‌کنند و آزادی افراد برای استفاده از نیروی کار یا منابع مالی خود را بدون محدودیت و دخالت دولت ارزیابی می‌کنند. هریک از جنبه‌های اندازه‌گیری شده آزادی اقتصادی، نقشی حیاتی در ارتقا و حفظ رفاه فردی و ملی ایفا می‌کند؛ اما همه آن‌ها در تأثیر خود مکمل یکدیگر هستند و پیشرفت در یک زمینه می‌تواند به راحتی در دیگری تقویت یا حتی الهام‌بخش پیشرفت باشد. به طور مشابه، آزادی اقتصادی سرکوب شده در یک حوزه (به عنوان مثال، عدم رعایت حقوق مالکیت) می‌تواند دستیابی به سطوح بالای آزادی در سایر مقوله‌ها را بسیار دشوارتر کند (بنیاد هریتیج).

۱۲ جنبه آزادی اقتصادی که در این شاخص اندازه‌گیری می‌شوند در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. مؤلفه‌های شاخص آزادی اقتصادی

حاکمیت قانون	اندازه دولت	کارایی قانونی	باز بودن بازار
I. حقوق مالکیت	I. بار مالیاتی	I. آزادی کسب‌وکار	I. آزادی تجارت
II. اثربخشی قضایی	II. مخارج دولت	II. آزادی نیروی کار	II. آزادی سرمایه‌گذاری
III. یکپارچگی دولت	III. سلامت مالی	III. آزادی پولی	III. آزادی مالی

منبع: بنیاد هریتیج (The Heritage Foundation, 2014).

آزادی در هر بخش است (The Heritage Foundation, 2014).

۲،۱،۳ پیشرفت اجتماعی

پیشرفت اجتماعی همان‌طور که در قانون پیشرفت اجتماعی ۲۰۱۸ تعریف شده است عبارت است از

اقتصادی را محدود می‌کند. با این حال، هدف آزادی اقتصادی بیش از فقدان اجبار یا محدودیت دولتی است: هدف نهایی ایجاد و حفظ احساس آزادی متقابل برای همه است. برخی اقدامات دولت هم برای شهروندان یک ملت برای دفاع از خود و هم برای ارتقای تکامل مسالمت‌آمیز جامعه مدنی ضروری است؛ اما اقدام دولت که فراتر از حداقل سطح لازم است، ناگزیر به آزادی اقتصادی یا شخصی افراد آسیب می‌رساند. در طول تاریخ، دولت‌ها مجموعه وسیعی از محدودیت‌ها را بر فعالیت‌های اقتصادی تحمیل کرده‌اند. گاه این محدودیت‌ها را به نام برابری یا اهداف اجتماعی به ظاهر اصیل دیگری اعمال کرده‌اند. با این حال، اغلب آن‌ها را به نفع نخبگان یا منافع خاص تحمیل کرده‌اند. نفوذ بیش از حد دولت به حوزه‌های گسترده فعالیت‌های اقتصادی هزینه بالایی برای کل جامعه دارد. دولت با جایگزین کردن قضاوت‌های سیاسی به جای قضاوت‌های بازار، منابع کارآفرینی و انرژی را از فعالیت‌های تولیدی به سمت رانت‌جویی منحرف می‌کند: تلاش برای کسب منافع اقتصادی. در نتیجه، جامعه، بهره‌وری کمتر، رکود اقتصادی و کاهش رفاه را تجربه می‌کند (بنیاد هریتیج). شاخص آزادی بنیاد هریتیج، شامل ۱۲ بخش خاص می‌شود و مقدار آن از میانگین ساده این ۱۲ بخش به دست می‌آید. این بخش‌ها عبارت‌اند از: حاکمیت قانون (حقوق مالکیت، اثربخشی قضایی، یکپارچگی

در محاسبه شاخص آزادی اقتصادی، همه این بخش‌ها دارای وزن یکسانی هستند. هر یک از این ۱۲ شاخص در مقیاس صفر تا ۱۰۰ درجه‌بندی می‌شوند. عدد ۱۰۰ نشان‌دهنده بیشترین میزان آزادی در هر بخش و عدد صفر نشان‌دهنده نبود



دسترسی به اطلاعات را در داخل و خارج از کشور و داشتن شرایطی را که تضمین‌کننده زندگی سالم هستند، اندازه‌گیری می‌کند. این منطقه همچنین حفاظت از محیط زیست را مورد توجه قرار می‌دهد. بعد سوم -فرصت- نیز به چهار مؤلفه (حقوق شخصی، دسترسی به آموزش عالی، آزادی فردی و حق انتخاب و تحمل و مدارا) تقسیم می‌شود که حقوق و آزادی‌های شهروندان و توانایی آن‌ها برای عمل براساس تصمیمات خود را در بر می‌گیرد. همچنین مؤلفه‌ها نشان می‌دهد که آیا تعصبات یا خصومت‌های موجود افراد را از دستیابی به پتانسیل‌های خود منع می‌کند یا خیر. این بعد همچنین دسترسی به اشکال پیشرفته آموزش را ارزیابی می‌کند که پتانسیل افراد در یک جامعه را برجسته می‌کند. تمام امتیازات-برای شاخص کل، برای سه بعد و برای مؤلفه‌ها-براساس یک مقیاس از ۰ تا ۱۰۰ است. این مقیاس با شناسایی بهترین و بدترین عملکرد مطلق، در سطح جهانی، برای هر شاخص ثبت شده تعیین می‌شود. برای هر کشور، این سطوح عملکرد برای تنظیم حداکثر (۱۰۰) و حداقل (۰) استفاده می‌شود (Asandului et al., 2016).

جدول ۲ چارچوب سطح مؤلفه شاخص پیشرفت اجتماعی را نشان می‌دهد:

"ظرفیت جامعه برای برآوردن نیازهای اساسی انسانی شهروندان، ایجاد بلوک‌های ساختمانی که اجازه می‌دهد و شرایطی را برای همه افراد ایجاد می‌کند تا به پتانسیل خود دست یابند" (Almatarneh and Lawrence Emeagwali, 2019). تقاضا برای زندگی بهتر و برابری بیشتر در سراسر جهان مشهود است؛ زیرا اعتراضات و جنبش‌های سیاسی جدید برای برابری نژادی، حقوق زنان، تغییرات آب‌وهوایی، خشونت با اسلحه و فراتر از آن دیده می‌شود (Social Progress Imperative, 2022). بهبود پیشرفت اجتماعی و استفاده از آن به عنوان ابزار می‌تواند به ساخت و حفظ تصویر یک کشور و همچنین تصویر سیاست‌گذاران کمک کند (Almatarneh and Lawrence Emeagwali, 2019). شاخص پیشرفت اجتماعی براساس سه بعد نیازهای اساسی انسان، زیرساخت‌های رفاه و فرصت است. این ابعاد را می‌توان در قالب شاخص پیشرفت اجتماعی بررسی و براساس این شاخص وضعیت کلی کشورها را ارزیابی کرد. بعد اول در چهار جزء (تغذیه و مراقبت‌های اولیه پزشکی، هوا، آب، و بهداشت، سرپناه و ایمنی شخصی) درجه‌ای از برآورده شدن اساسی‌ترین شرایط را برای بقا نشان می‌دهد. بعد زیرساخت‌های رفاه شامل چهار مؤلفه است که میزان دسترسی شهروندان به آموزش ابتدایی،

پروژه گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲. مؤلفه‌های شاخص پیشرفت اجتماعی

فرصت	زیرساخت رفاه	نیازهای اساسی انسان
I. حق شخصی • حقوق سیاسی • آزادی اجتماعات مسالمت‌آمیز • آزادی مذهب • دسترسی به عدالت • حقوق مالکیت برای زنان • آزادی بحث II. آزادی شخصی • اشتغال آسیب‌پذیر • ازدواج زود هنگام • تقاضای راضی برای پیشگیری از بارداری • فساد اداری • آزادی رفت‌وآمد داخلی • جوانانی که در اشتغال یا آموزش نیستند III. فراگیر بودن • پذیرش همجنس‌گرایان و لژیونرها^۱ • تبعیض و خشونت علیه اقلیت‌ها • شاخص حفاظت برابر • شاخص دسترسی برابر • توزیع قدرت براساس گرایش جنسی • دسترسی به خدمات عمومی توزیع شده توسط گروه اجتماعی IV. دسترسی به آموزش پیشرفته • سال‌های مورد انتظار برای تحصیلات عالی • زنان با تحصیلات پیشرفته • دانشگاه‌های باکیفیت • اسناد قابل استناد • آزادی تحصیلی	I. دسترسی به دانش پایه • بدون تحصیل • ثبت‌نام دبستان • دستیابی به دبیرستان • برابری جنسیتی در تحصیلات ثانویه • دسترسی به آموزش با کیفیت II. دسترسی به اطلاعات و ارتباطات • اشتراک تلفن همراه • کاربران اینترنت • دسترسی به حاکمیت آن‌لاین • فهرست منابع جایگزین اطلاعات III. سلامتی و تندرستی • امید به زندگی در ۶۰ سالگی • مرگ‌های زودرس ناشی از بیماری‌های غیرواگیر • دسترسی به خدمات ضروری • دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی با کیفیت • رضایت از در دسترس بودن مراقبت‌های بهداشتی با کیفیت IV. کیفیت محیطی • آلودگی هوای بیرون • قرارگیری در معرض سرب • آلودگی ذرات معلق • حفاظت از گونه‌ها	I. تغذیه و بهداشت اولیه پزشکی • سوء تغذیه • میزان مرگ‌ومیر مادران • کوتاه قدی کودک • میزان مرگ‌ومیر کودکان • مرگ‌ومیر ناشی از بیماری‌های عفونی • قانون رژیم غذایی در میوه‌ها و سبزیجات II. آب و فاضلاب • دسترسی به سرویس بهداشتی بهبودیافته • دسترسی به منبع آب بهبودیافته • تلفات ناشی از آب ناسالم، بهداشت و مرگ ناشی از بهداشت • رضایت از کیفیت آب III. پناهگاه • دسترسی به برق • آلودگی هوای خانگی • نارضایتی از مقرون به صرفه بودن مسکن • استفاده از سوخت‌های پاک و تکنولوژی برای پخت‌وپز IV. ایمنی شخصی • خشونت بین فردی • صدمات مربوط به حمل‌ونقل • قتل‌های سیاسی و شکنجه • خشونت شریک صمیمی • پول دزدیده

منبع: شاخص پیشرفت اجتماعی (social progress imperative, 2022).

(2000). علاوه بر این، به‌دست‌آوردن اطلاعات دقیق در مورد سطوح واقعی فساد دشوار است (Reinikka & Svensson, 2005). داده‌های واقعی اندازه‌گیری فساد به نوعی کارایی و ظرفیت نظام حقوقی کشور در تعقیب و مجازات فساد بستگی

۲٫۱٫۴ ادراک فساد

فساد به‌عنوان یک گلوگاه بزرگ برای توسعه اقتصادی تلقی می‌شود. با این حال، تحقیقات تجربی در مورد فساد به‌دلیل دشواری اندازه‌گیری فساد در بین کشورها محدود است (Treisman,)

¹ lesbians



طبقه‌بندی ۴۱ کشور بود و در سال ۲۰۱۴ به ۱۷۵ کشور گسترش یافت. شاخص درک فساد کشورها را در مقیاسی از ۰ تا ۱۰ نمره می‌دهد. کشوری با نمره ۰ نشان‌دهنده سطح بالایی از فساد درک شده است که در آن معاملات تجاری کاملاً تحت سلطه فساد، رشوه‌خواری و اخاذی است؛ درحالی‌که امتیاز شاخص درک فساد برابر با ۱۰ نشان می‌دهد که کشور کاملاً تمیز است. شاخص درک فساد هر سال ارزیابی‌های دو سال گذشته را ترکیب می‌کند تا تغییرات ناگهانی را در امتیازدهی کاهش دهد. علاوه بر این، همبستگی قوی بین منابع نیز تمایل به کاهش تفاوت بین تغییرات منابع دارد (International, 2017).

۲،۲ مروری بر پیشینه پژوهش

مطالعه‌های تجربی که در حوزه عوامل اقتصادی-اجتماعی و تقاضای گردشگری انجام شده به سه دسته مطالعه به شرح زیر طبقه‌بندی می‌شود:

۱،۲،۲. تأثیر عوامل اجتماعی بر تقاضای گردشگری؛

۲،۲،۲. تأثیر عوامل اقتصادی بر تقاضای گردشگری؛

۳،۲،۲. تأثیر عوامل اجتماعی-اقتصادی بر تقاضای گردشگری.

۲،۲،۱ تأثیر عوامل اجتماعی بر تقاضای گردشگری

استویانوویچ و همکاران (Stojanović et al., 2024) «ارزش‌های طبیعی و اجتماعی-فرهنگی یک مقصد گردشگری در کارکرد توسعه پایدار گردشگری» را بررسی کردند. آن‌ها در این مقاله از روش کمی استفاده کردند که شامل مصاحبه با پاسخ‌دهندگان به‌عنوان یک تکنیک تحقیق بود. این تحقیق براساس مدل منشور پایداری (P³OS) طراحی شده است.

دارد (Lambsdorff & Cornelius, 2000). داده‌های عینی فساد عمدتاً منعکس‌کننده موفقیت طرح‌های ضدفساد است تا سطوح واقعی فساد؛ بنابراین میزان فساد براساس ادراکات مختلف اندازه‌گیری شد. شاخص‌های ادراک فساد براساس پاسخ‌های نظرسنجی توسط افراد تجاری، دانشگاهیان و ساکنان ساخته می‌شوند. با این حال، هر یک از تعاریف مختلف فساد دارای کاستی‌هایی است. شاخص ادراک فساد (CPI¹)، منتشرشده توسط «شفافیت بین‌الملل» (TI²)، به‌عنوان شاخصی که بیشترین استفاده را در اندازه‌گیری فساد دارد، در نظر گرفته می‌شود، اگرچه توسط برخی از محققان به‌عنوان یک شاخص ذهنی توصیف می‌شود (Rose & Mishler, 2010). شاخص ادراک فساد کشورها را براساس میزان درک شده در مقابل کارمندان دولت و سیاستمداران رتبه‌بندی می‌کند. همچنین توجه داشته باشید که یکی از ویژگی‌های مهم شاخص درک فساد شفافیت بین‌الملل، ارائه واریانس (انحراف استاندارد) طبقه‌بندی آن است. اندازه‌گیری میزان اجماع در میان نظرسنجی‌های مختلف، فرصتی برای آزمایش این‌که آیا اجماع در طول زمان تکامل می‌یابد یا خیر، فراهم می‌کند؛ زیرا مقادیر انحراف استاندارد رتبه‌بندی شاخص درک فساد، ادراک فساد را نشان می‌دهد که مستلزم تحلیل عمیق‌تر است.

شاخص درک یا تصور فساد شفافیت بین‌الملل یک شاخص ترکیبی است که نظرسنجی‌هایی را در نظر می‌گیرد که منعکس‌کننده ادراکات افراد تجاری، دانشگاهیان، تحلیل‌گران کشوری و عموم مردم اعم از ساکنان و غیرساکنان است. امتیاز در شاخص درک فساد ۱۹۹۵ برای هر کشور حداقل دو منبع را در نظر می‌گیرد و از آن زمان به ۱۸ منبع افزایش یافته است تا واقعیت را منعکس کند. استفاده از شاخص درک یا تصور فساد شفافیت بین‌الملل همان‌طور که در سال ۱۹۹۵ آغاز شد شامل

³ Prism of Sustainability

¹ Corruption Perception Index

² Transparency International

گرفت. این تحقیق یک مفهوم نظری عمده بین رشته‌ای را از توسعه پایدار، توسعه گردشگری پایدار، گردشگری میراث، جامعه‌شناسی سیاسی، نظریه اقتصادی، نظریه اجتماعی، حکومت‌داری و توسعه شهری گردآوری می‌کند تا یک تحقیق چند بعدی جدید در موضوع پایداری اجتماعی ایجاد کند. بنابراین، این تحقیق درک جنبه‌های پایداری اجتماعی را ارائه می‌دهد که به بهبود مفهوم سیال پایداری گردشگری اجتماعی، به‌ویژه در گردشگری میراث کمک می‌کند.

۲،۲،۲ تأثیر عوامل اقتصادی بر تقاضای گردشگری

توپکو و همکاران (Topcu et al., 2023) «حکمرانی خوب و تقاضای گردشگری آمریکا» را در دوره ۲۰۲۰-۱۹۹۹ بررسی کردند. آن‌ها از مجموعه داده‌ای از ۱۳ بازار مختلف گردشگری استفاده می‌کنند تا از هرگونه سوگیری انباشتگی در حین کنترل عوامل اقتصادی و سیاسی جلوگیری کنند. نتایج تجربی آن‌ها نشان می‌دهد که دو بعد حکمرانی، (۱) ثبات سیاسی و عدم وجود خشونت/تروریسم و (۲) اثربخشی دولت، از نظر آماری تأثیر مثبت معناداری بر تقاضای گردشگری ایالات متحده دارد. آن‌ها همچنین دریافتند که حزبی که کاخ سفید را کنترل می‌کند، تأثیر آماری معناداری بر تقاضای گردشگری دارد.

تمیرالیووا و همکاران (Temiraliyeva et al., 2021) به «تحلیل اقتصادی و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری» پرداختند. تحولات جاری در جنبه‌های مختلف در زمینه خدمات گردشگری منجر به افزایش اهمیت گردشگری در توسعه اقتصاد ملی می‌شود که به دلیل تغییر مکانیسم عملکرد صنعت گردشگری، تأثیر پیچیده‌ای بر اقتصاد سایر صنایع با در نظر گرفتن عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری، باید توجه داشت که صنعت گردشگری اثر هم‌افزایی دارد: کیفیت خدمات بهبود می‌یابد، شرکت‌های بیمه جذب می‌شوند، بخش‌های جدیدی از گردشگری پدیدار می‌شوند، مسیرهای جدید در حال توسعه هستند. حمایت از صنعت گردشگری، توسعه رقابت

برای این تحقیق گردشگری پایدار، در مجموع ۷۵۰ پاسخ‌دهنده (۴۷۰ ساکن و ۲۸۰ بازدیدکننده) مورد بررسی قرار گرفتند. در نظرسنجی از پاسخ‌گویان از پرسش‌نامه مکتوب و آن‌لاین استفاده شد. پاسخ‌دهندگان با استفاده از پرسش‌نامه نظرات خود را در مورد عبارات خاصی که به دو دسته تقسیم شده بودند، بیان کردند. این ادعاها به عوامل طبیعی و اجتماعی فرهنگی توسعه گردشگری در این منطقه حفاظت شده اشاره دارد. هر دو دسته از عوامل مقصد گردشگری می‌توانند به‌طور قابل توجهی بر گردشگری پایدار تأثیر بگذارند. علاوه بر این، آن‌ها تأثیر عوامل اجتماعی-فرهنگی و طبیعی را بر رضایت پاسخ‌دهندگان از گردشگری پایدار بررسی کردند. نتایج تحقیق حاکی از تأثیر معنادار این عوامل بر رضایت ساکنین و بازدیدکنندگان از گردشگری پایدار است. نتایج این تحقیق می‌تواند اطلاعات مهمی را هنگام برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در این منطقه حفاظت‌شده ارائه دهد. همچنین، نتایج می‌تواند به تحول توسعه گردشگری در سطوح محلی، ملی و منطقه‌ای کمک کند.

پریهانتی نوگرهانی و همکاران (Prihanti Nugraheni et al., 2019) «جنبه‌های اجتماعی تحلیل توسعه گردشگری پایدار» را بررسی کردند. این تحقیق با استفاده از یک مرور ادبیات سیستماتیک برای شناسایی جنبه‌ها یا مضامین ابعاد اجتماعی توسعه پایدار، توسعه گردشگری پایدار و گردشگری میراث پایدار است. یافته‌های اولیه نشان می‌دهد که مطالعات کمی در مورد بعد اجتماعی توسعه گردشگری پایدار وجود دارد. بنابراین، دستیابی به مقالات مرتبط با بعد اجتماعی، به‌ویژه در زمینه‌های موضوع گردشگری، نسبتاً دشوار است. تا این مرحله، ۱۶۰ اثر ادبی به دست آمد و پس از غربال‌گری، ارزیابی و انتخاب براساس معیارهای واجد شرایط بودن، ۱۹ اثر ادبی انتخاب شد. ادبیات منتخب برای بررسی چگونگی درک ابعاد اجتماعی در بحث‌های توسعه پایدار و چگونگی ایجاد یک ستون اجتماعی مورد بررسی قرار



متغیر در کشورهای توسعه‌یافته یکی از متغیرهای مهم اثرگذار بر جذب گردشگر است. همچنین متغیر لگاریتم تولید ناخالص داخلی سرانه، جمعیت و نرخ ارز از دیگر متغیرهای اثرگذار بر تقاضای گردشگری در هر دو گروه کشوری بودند. در کشورهای درحال-توسعه علاوه بر متغیرهای مذکور درجه باز بودن تجاری به‌عنوان یکی دیگر از متغیرهایی بوده که بر جذب گردشگر در این کشورها اثر داشته و در کشورهای توسعه‌یافته نیز درصد جمعیت شهرنشین از دیگر متغیرهای مؤثر بر تقاضای گردشگری بوده است.

۲،۲،۳ تأثیر عوامل اجتماعی-اقتصادی بر تقاضای گردشگری

نظیرالله و همکاران (Nazirullah et al., 2023) «تأثیر فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی بر حمایت از گردشگری: نقش میانجی ارزش جامعه» را بررسی کردند. علاوه بر این، این مطالعه همچنین اثر میانجی ارزش جامعه را بین تأثیر اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و حمایت گردشگری اندازه‌گیری کرد. مبانی نظری تئوری تبادل اجتماعی در قالب تحلیل هزینه و سود برای آزمایش پیش‌بینی تأثیر اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی، ارزش جامعه و مدل حمایت از گردشگری استفاده شد. ماهیت پژوهش از نوع تحقیقات کمی و همبستگی بود. ساکنان گیلگیت بالتستان در مجموع به ۴۵۴ پرسش‌نامه نظرسنجی پاسخ دادند. ارتباط بین ارزش جامعه، سازه‌های تأثیر اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی و حمایت ساکنان محلی برای گردشگری آینده با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM^۱) (AMOS نسخه-۲۸) مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و ارزش جامعه دارای پیش‌بینی‌کننده‌های آماری معنادار و مثبتی برای حمایت از گردشگری در میان ساکنان است. این پیشنهاد به سیاست‌گذاران ارائه شد که پیامدهای اجتماعی-فرهنگی و اقتصادی ارزش جامعه

و جذابیت سرمایه‌گذاری به طیف گسترده‌ای از عوامل بستگی دارد که وضعیت کلی سیاست اقتصادی دولت و موقعیت مؤسسات دولتی را منعکس می‌کند، که در ارتباط با آن مسائل مربوط به توسعه جو کارآفرینی، افزایش جذابیت سرمایه‌گذاری و به‌طورکلی رقابت‌پذیری بخش گردشگری یکی از جهت‌گیری‌های کلیدی سیاست اقتصادی دولت است.

نکاتی کوبان (Necati ÇOBAN, 2021) در مقاله «تأثیر آزادی‌های اقتصادی بر رقابت‌پذیری گردشگری» در کشورهای آمریکای لاتین بیان کرد شاخص آزادی اقتصادی منتشرشده توسط بنیاد هریتیج به‌عنوان شاخص آزادی‌های اقتصادی استفاده شد. شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری منتشر شده توسط مجمع جهانی اقتصاد به‌عنوان شاخص رقابت‌پذیری گردشگری مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر مخارج دولت که زیرشاخصی از شاخص آزادی اقتصادی است، شاخص ادراک فساد، سرانه تولید ناخالص داخلی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و نسبت باز بودن تجارت به‌عنوان متغیرهای کنترلی در این تحقیق لحاظ شد. تجزیه و تحلیل داده‌های پانل با استفاده از داده‌های دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۹ متعلق به ۱۸ کشور آمریکای لاتین انجام شد. در پایان تحلیل مشخص شد که با افزایش آزادی‌های اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین؛ رقابت‌پذیری گردشگری نیز در این کشورها افزایش یافت.

شاکری بستان‌آباد و همکاران (Shakri Bostanabad et al., 2024) «تأثیر شاخص ادراک فساد بر تقاضای گردشگری» را بررسی کردند. به منظور تجزیه و تحلیل، از داده‌های ۶۶ کشور، در قالب دو گروه کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته در بازه زمانی ۱۹۹۵-۲۰۲۲ و از روش پانل کوانتیل استفاده شد. نتایج مطالعه حاکی از آن است که متغیر ادراک فساد در کشورهای درحال توسعه اثر معنی‌داری بر تقاضای گردشگری نداشته، اما این

¹ structural equation modelling

مشکلات مدیریت زباله است. مشکلات زیست-محیطی فوق به نوع و مقیاس گردشگری و میزان آگاهی زیست‌محیطی گردشگران ورودی بستگی دارد.

کریشتانویچ و همکاران (Kryshtanovych et al., 2020) به بررسی «مدیریت توسعه اقتصادی-اجتماعی بنگاه‌های گردشگری» در مناطق کوهستانی اروپای شرقی پرداختند. آن‌ها از روش‌های سنتز، تجزیه و تحلیل، استنتاج، استقراء، روش‌های ریاضی، روش‌های تحقیق تخصصی استفاده کرده‌اند. اهمیت تحقیق در مورد مدیریت توسعه اقتصادی اجتماعی در شرایط افزایش کارایی کسب‌وکار گردشگری ثابت می‌شود. ویژگی‌های مدیریت توسعه اقتصادی-اجتماعی در شرایط افزایش کارایی کسب‌وکار گردشگری مورد توجه قرار می‌گیرد. در نتیجه این مطالعه، تهدیدهایی شناسایی شدند که بیشترین تأثیر منفی را بر سیستم مدیریت توسعه اقتصادی اجتماعی کسب‌وکار گردشگری دارند. نکته جدید پژوهش، شکل‌گیری سیستم‌های مختصات در اعتماد یا بی‌اعتمادی مدیریت و کادر اجرایی شرکت‌های مسافرتی در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی است.

سیمون و همکاران (Simon et al., 2010) در مقاله «سهم اقتصادی و اجتماعی گردشگری از دیدگاه توسعه پایدار» توضیح دادند که شاخه اقتصادی تداخل، با علاقه زیاد و در دسترس بودن مهم، گردشگری رومانی باید به یک جزء پویا از سیستم اقتصادی جهانی تبدیل شود. زیرسیستم اقتصاد ملی، گردشگری متأثر از سایر زیرسیستم‌ها و تمرینات است، به نوبه خود، تأثیر فزاینده‌ای بر تکامل آن‌ها دارد. بخش گردشگری در رومانی در حال حاضر تنها سهم متوسطی از تولید ناخالص داخلی را در اختیار دارد، به‌ویژه به این دلیل که عوامل تصمیم‌گیری قویاً از آن حمایت نشده است و توسعه آن به شانس واگذار شده است. توانایی گردشگری برای تبدیل شدن به بخش اصلی اقتصاد ملی، در زمینه‌ای که اهداف ملی در این زمینه را

را بهبود می‌بخشد و همه این عوامل می‌توانند به‌طور پایدار حمایت عینی از گردشگری را تقویت کنند.

شاریکو و همکاران (Sharikov et al., 2021) در مقاله «جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی در فدراسیون روسیه» مسائل روش‌شناسی جمع‌آوری اطلاعات آماری رسمی را در گردشگری در نظر گرفتند. تجزیه و تحلیل داده‌های آماری مشخص‌کننده توسعه گردشگری در فدراسیون روسیه در سال‌های ۲۰۱۸-۲۰۱۴ و ترکیب نتایج به‌دست‌آمده استفاده کردند. منبع داده‌ها شاخص‌هایی بود که توسعه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی در روسیه، فعالیت‌های تسهیلات اقامتی جمعی و شرکت‌های توریستی را مشخص می‌کرد. این مطالعه جنبه‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی در روسیه توصیف می‌کند. شرایط سازمانی و اقتصادی لازم را برای افزایش حجم گردشگری داخلی از طریق اقدامات اداری، مالی و اجتماعی شناسایی می‌کند، مکانیسم‌هایی را پیشنهاد می‌کند.

سوالله و عبداللهی جالوه (Thullah, Alpha and Abdulai Jalloh, 2021) در مقاله «مروری بر اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری» بیان کردند گردشگری به تقویت رشد اقتصادی، افزایش پایه درآمد، ایجاد اشتغال انبوه و افزایش توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط در مناطق میزبان کمک کرده است. علی‌رغم گام‌های مثبت اقتصادی، به نتایج منفی مانند افزایش قیمت کالاها، هزینه بالای زندگی و بی‌ثباتی خدمت در جوامع میزبان کمک کرده است. توسعه گردشگری منجر به اثرات مثبت اجتماعی-فرهنگی مانند توسعه زیرساختی و تبادلات فرهنگی شده است. با وجود این، منجر به مشکلات اجتماعی-فرهنگی، از جمله تراکم، افزایش نرخ جرم و جنایت، نارضایتی و درگیری در جوامع میزبان شده است. در زمینه محیط زیست، گردشگری مشکلات زیست‌محیطی عمیقاً ناامیدکننده‌ای را ایجاد کرده است. این‌ها شامل انتشار کربن، اختلالات زیست محیطی و



برآورده می‌کند، به‌طور گسترده‌ای شناخته شده است.

با توجه به بررسی‌های انجام‌شده پیرامون پیشینه پژوهش، در میان مطالعات داخلی و خارجی پژوهشی که به بررسی تأثیر پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری با توجه به تقسیم‌بندی کشورها براساس امتیاز شاخص ادراک فساد پرداخته باشد، ملاحظه نشد و خلأ مطالعاتی در این زمینه وجود دارد. امید است با انجام این پژوهش، این خلأ مطالعاتی رفع شود و به سازمان‌های اطلاعاتی و صنعت گردشگری و به‌ویژه مدیران جامعه مورد بررسی در شناسایی و اهمیت عوامل اقتصادی و نیز عوامل اجتماعی و نقشی کمک کند که می‌توانند در تقاضای گردشگری ایفای نقش داشته باشد. بنابراین ارتباط دو شاخص آزادی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی با تقاضای گردشگری از جمله موضوع‌های مهم است و پژوهش حاضر با بررسی این جنبه جدید از موضوع بررسی تأثیر آزادی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی بر تقاضای گردشگری با توجه به تقسیم‌بندی کشورها براساس امتیاز شاخص ادراک فساد ادبیات نظری و پیشینه این مبحث را تقویت کند و این موضوع در حقیقت مهم‌ترین نوآوری پژوهش حاضر است.

۲/۳ چارچوب نظری

به گفته بولوک و همکاران (Boluk et al., 2019)، دولت و شهروندان محلی باید بر توسعه گردشگری پایدار و پارادایم‌های رشد محور برای حمایت از گردشگری تأکید کنند. برابری اجتماعی، شرایط کاری خوب و کیفیت زندگی جامعه، شاخص‌های قوی دستیابی به اهداف بلندمدت حمایت از گردشگری منطقه‌ای هستند (Söderbaum, 2017). با این حال، ارزش جامعه و برنامه‌ریزی حمایت از گردشگری نیاز به روش‌های نئوکلاسیک دارد که می‌تواند به راحتی اقتصاد پایداری را برای کشورهای در حال توسعه ایجاد کند (Gretzel et al., 2020). بحران‌های متعدد مقصد گردشگری ناپایدار ناشی از عدم برنامه‌ریزی اقدامات گردشگری دولتی و نهادی

است که عمدتاً بر تأثیرات اجتماعی-اقتصادی و توسعه آتی آن برای جوامع روستایی و شهری متمرکز نیست (Bengtsson et al., 2018). تاریخ فرآیند جهانی‌شدن به اندازه تاریخ روابط بین‌الملل غنی است. اولین اشاره به این موضوع در اواخر قرن هفدهم ظاهر شد (Cheater, 1995). جهانی‌شدن منجر به تشکیل بلوک‌های تجاری، شرکت‌های جهانی و اقتصاد جهانی می‌شود. جهانی‌شدن اقتصادی امکانات بسیاری را در اختیار کشورهای سراسر جهان قرار می‌دهد. به لطف این امکانات، بسیاری از کشورها از حاشیه‌های جهانی به کشورهای بسیار توسعه‌یافته پیشرفت کرده‌اند و ممکن است به‌عنوان نمونه خوبی برای کشورهای دیگری باشد که تازه شروع به فتح بازار کرده‌اند. بنابراین جهان به یک سیستم واحد تبدیل می‌شود و بازار جهانی برای همه قابل دسترسی است (Deszczynski, 2009). به عقیده مک‌گرو (McGrew, 1992)، جهانی‌شدن شامل انبوهی از ارتباطات متقابل و تأثیرات متقابل بین کشورها و جوامعی است که سیستم جهانی فعلی را تشکیل می‌دهند. بنابراین جهانی‌شدن با دو بعد مشخص می‌شود: دامنه و شدت. مشخصه آن گسترش یک شرکت فراتر از مرزهای کشور مقرر آن، جریان سرمایه بین‌المللی و گسترش دامنه فعالیت تجاری انجام شده و خدمات ارائه شده است (Rosinska-Bukowska, 2009). بنابراین جهانی‌شدن فرآیندی پویا است، به همین دلیل است که درجه و سیر آن ممکن است در زمینه‌های مختلف تغییر کند، ممکن است هم به بازارهای کالا و بازارهای خدمات، تولید، صنعت، فناوری و دانش و همچنین الگوهای مصرف و فرهنگ انبوه مربوط باشد. وهاب و کوپر (Wahab and Cooper, 2001) توصیفی از جهانی‌شدن را به‌گونه‌ای که در زمان کنونی درک می‌شود، ارائه می‌دهند، توصیفی که با بسیاری از تفاسیر رایج منطبق است: بنابراین، جهانی‌شدن اصطلاحی فراگیر است که به جهانی اشاره می‌کند که به دلیل بسیاری از پیشرفت‌های سیاسی-اقتصادی، فناوری و اطلاعاتی در راه تبدیل شدن به یک کل به هم

جهانی‌شدن، مرحله توسعه پویا به لطف پیشرفت علمی و فنی بی‌سابقه و توسعه اقتصادها و بازار بین‌المللی سروکار داریم (Zorska, 1998). فرآیندهای جهانی‌شدن بر شکل ترافیک توریستی در مناطق توریستی تأثیر می‌گذارد.

۲٫۴ چارچوب نظری

پیشرفت اجتماعی تأثیری مثبت بر تقاضای گردشگری در کشورهای کاملاً فاسد؛ تا حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد؛ و عاری از فساد دارد.

آزادی اقتصادی تأثیری مثبت بر تقاضای گردشگری در کشورهای کاملاً فاسد؛ تا حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد دارد.

۳ روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه از نوع کمی و کاربردی است. در این پژوهش ابتدا با استفاده از روش کتابخانه‌ای و اسنادی، آمار و اطلاعات، مبانی نظری و تجربی پژوهش جمع‌آوری می‌شود، سپس داده‌های جمع‌آوری شده با استفاده از آمار توصیفی و تحلیلی مورد پردازش قرار می‌گیرد و در نهایت با استفاده از مبانی نظری و تجربی، الگوی آماری و روش تجزیه و تحلیل اقتصادسنجی آزمون‌های ریشه واحد^۱، F لیمر^۲، هاسمن^۳، بروش‌پاگان^۴، ناهمسانی واریانس LR^۵، خودهمبستگی^۶ و در

پیوسته و بدون مرز است. هر رخدادی در هر نقطه از جهان، به یک شکل یا به روش دیگر، در جای دیگری تأثیر می‌گذارد. تفاوت‌های ملی به تدریج محو می‌شوند و در یک توده همگن یا یک نظم اجتماعی-اقتصادی واحد غوطه‌ور می‌شوند. موضوع تناقض‌آمیز بودن فرآیندهای جهانی‌سازی معاصر اغلب مطرح می‌شود. زیرا جهانی‌شدن باعث پدیدآمدن پدیده‌ها و فرآیندهایی می‌شود که - آن‌طور که به نظر می‌رسد- با یکدیگر مخالفت می‌کنند یا حداقل در جهت‌های متفاوتی حرکت می‌کنند (Masloch, 2005). بنابراین، جهانی‌شدن موجودیت‌ها را در مقیاس بین‌المللی هم از نظر اجتماعی و هم از نظر اقتصادی، یکپارچه می‌کند. در حوزه اقتصادی، ارتباط تنگاتنگی با انقلاب علمی و فنی دارد. این به‌عنوان یک سرنوشت اجتناب‌ناپذیر جهان در نظر گرفته می‌شود (Bauman, 2008). به عقیده رابرتسون (Robertson)، نظریه جهانی‌شدن یک الگوی تحلیلی است که می‌تواند مبنایی برای تأمل در توصیف پدیده‌های دارای اهمیت فراملی باشد. جهانی‌شدن فرآیندی از تلاقی فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است. با این حال، روند جهانی‌شدن اقتصادها توسط تعدادی از رویدادهای سیاسی و اقتصادی چشمگیر در دوره بین جنگ جهانی اول و پایان جنگ جهانی دوم و ده‌ها سال بعد از بهبود اقتصادی کشورها متوقف شد. بنابراین، در حال حاضر، ما با مرحله دوم

^۱ آزمون ریشه واحد (مانایی) از داده‌ها اولین آزمونی است که پژوهشگران در تخمین مدل به کار می‌برند. داده‌ای مانا تلقی می‌شود که طی زمان میانگین، واریانس و خودکواریانس آن متغیر در وقفه‌های یکسان با هم برابرند.

^۲ Hadri

^۳ این آزمون در فرآیند انتخاب مدل مناسب از بین دو مدل رگرسیون تلفیقی و مدل اثرات ثابت به کار گرفته می‌شود.

^۴ آزمون هاسمن در فرآیند انتخاب بین دو مدل اثرات تصادفی و مدل اثرات ثابت، معمول‌ترین آزمون محسوب می‌شود.

^۵ این آزمون در فرآیند انتخاب مدل مناسب از بین دو مدل رگرسیون ترکیبی و مدل اثرات تصادفی به کار گرفته می‌شود.

^۶ ناهمسانی واریانس پدیده‌ای است که واریانس اجزای اخلاص طی زمان یا بین مقاطع تغییر می‌کند. وجود ناهمسانی

واریانس در مدل منجر می‌شود برآوردها با وجود طبیعی و سازگار بودن ناکارا باشند. بنابراین این آزمون برای شناسایی مشکل واریانس ناهمسانی است، به این صورت که پس از برآورد مدل، جمله‌های پسماند استخراج شده و مجذور آن‌ها روی متغیرهای توضیح‌دهنده مدل رگرسیون می‌شود. در صورتی که رگرسیون حاصل به‌طور کلی معنادار باشد، شواهدی بر وجود واریانس ناهمسانی خواهد بود.
^۷ نشانگر وجود وابستگی بین مشاهده‌ها در مقاطع مختلف زمانی است. خودهمبستگی یکی از مشکلاتی است که در تحلیل رگرسیون خطی عادی ممکن است به وجود آید. یکی از روش‌های تشخیص خودهمبستگی استفاده از آزمون دوربین واتسون است. برای اصلاح خودهمبستگی می‌توان از روش‌های معمول مانند مدل تصحیح خطا یا هموارسازی را به کار گرفت.



گرفته شده و سپس، کشورها با توجه به شاخص ادراک فساد به کشورهای کاملاً فاسد^۶، کشورهای تا حدودی فاسد^۷، کشورهای تا حدودی عاری از فساد^۸ و کشورهای عاری از فساد^۹، تقسیم‌بندی کرده و در نهایت با توجه به حداکثر داده‌های موجود کشورها را انتخاب می‌کنیم. با توجه به مبانی نظری و تجربی، در این پژوهش از سه متغیر استفاده شده است: متغیر وابسته پژوهش به‌عنوان تقاضای گردشگری؛ متغیرهای مستقل شامل پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی. پژوهش حاضر با هدف شناخت عوامل اجتماعی و اقتصادی، به تعیین تأثیر پیشرفت اجتماعی (Thullah et al., 2021) و نیز تأثیر آزادی اقتصادی (Necati ÇOBAN, 2021) در کشورهای کاملاً فاسد؛ تا حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد پرداخته است، تا گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ اقتصادی و اجتماعی برای کلان شهرها و مادر شهرهای جهانی به وجود آورد.

با توجه به مطالب فوق در الگوی مورد بررسی، تأثیر متغیرهای مذکور بر تقاضای گردشگری بررسی می‌شود.

$$\log(TOU_{it}) = \beta_0 + \beta_1.SPI_{it} + \beta_2.EFI_{it} + U_{it}$$

TOU_{it}^{10} : گردشگری بین‌المللی، تعداد ورود (نفر)؛
 SPI_{it}^{11} : شاخص پیشرفت اجتماعی (درصد)؛

نهایت اثرات ثابت^۱ معرفی و با استفاده از نرم‌افزار Eviews12 تأثیر متغیرهای مربوط به پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری بررسی می‌شود.

در این پژوهش به دلیل اینکه داده‌ها از نوع داده‌های ثانویه‌اند، کلیه اطلاعات مورد نیاز به روش کتابخانه‌ای و نیز از مرکز اطلاع‌رسانی الکترونیکی بانک‌های اطلاعاتی شفافیت بین‌المللی^۲ جهت جمع‌آوری داده‌های شاخص ادراک فساد (CPI)؛ بانک جهانی^۳ جهت جمع‌آوری داده‌های تقاضای گردشگری؛ سایت شاخص پیشرفت اجتماعی (SPI^۴) جهت جمع‌آوری داده‌های شاخص پیشرفت اجتماعی و بنیاد هریتیج^۵ جهت جمع‌آوری داده‌های شاخص آزادی اقتصادی جمع‌آوری شده است. بر اساس حداکثر اطلاعات موجود، کشورهای مورد مطالعه که سری زمانی کامل‌تری دارند، شامل ۷۹ کشور مورد بررسی قرار گرفتند. همچنین، دامنه زمانی این پژوهش شامل سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ است. با توجه به اینکه سازمان بین‌المللی شفافیت، مقدار عددی شاخص ادراک فساد را بین ۰ تا ۱۰ در نظر گرفته است، تقسیم‌بندی کشورها براساس امتیاز شاخص فساد به‌صورت: کاملاً فاسد (کشورهای با متوسط امتیاز ۳/۹۹ و کمتر)؛ تا حدودی فاسد (کشورهای با متوسط امتیاز ۴ تا ۵/۹۹)؛ تا حدودی عاری از فساد (کشورهای با متوسط امتیاز ۶ تا ۷/۹۹)؛ عاری از فساد (کشورهای با متوسط ۸ و بالاتر) می‌باشد. در پژوهش حاضر، داده‌های هر کشور از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ میانگین

اندونزی، قزاقستان، مکزیک، مولدوا، پرو، جمهوری شمالی مقدونیه، روسیه، صربستان، پاناما.

^۷ کابو ورد، اردن، تونس، بلغارستان، کاستاریکا، کوبا، مالدی، موریس، مونتنگرو، نامیبیا، آفریقای جنوبی، ترکیه، بحرین، کرواسی، مجارستان، ایتالیا، جمهوری کره، کویت، لتونی، لیتوانی، مالتا، عمان، رومانی، اسلونی.

^۸ بوتان، استرالیا، اتریش، بلژیک، استونی، فرانسه، آلمان، ایسلند، پرتغال، قطر، اسپانیا، انگلستان، ایالات متحده آمریکا.

^۹ دانمارک، فنلاند، لوکزامبورگ، هلند، نیوزلند، نروژ، سوئد.

¹⁰ International tourism, number of arrivals

¹¹ Social Progress Index

^۱ در مدل با اثرات ثابت، شیب رگرسیون در هر مقطع ثابت و عرض از مبدأ رگرسیون از مقطعی به مقطع دیگر متفاوت است. منظور از مقطع، همان کشورها در داده‌های پانل‌اند.

² Transparency International

³ World Bank

⁴ Social Progress Index

⁵ The Heritage Foundation

^۶ بورکینا فاسو، اتیوپی، گامبیا، چاد، توگو، الجزایر، بولیوی،

کامبوج، هندوراس، ایران، مغولستان، مراکش، نپال، فیلیپین،

سری لانکا، اوکراین، ویتنام، زامبیا، آلبانی، ارمنی، آذربایجان،

بلاروس، کلمبیا، جمهوری دومینیکن، السالوادور، گواتمالا،

¹EFI: شاخص آزادی اقتصادی (درصد).

دربارۀ کمیت‌های بحرانی مدل و حاصل شدن رگرسیون کاذب منجر شود. بنابراین در این مقاله، در ابتدا به کمک آزمون ریشه واحد هادری^۲ اقدام به آزمون پایایی متغیرهای مورد استفاده شده کرده‌اند که نتایج آن در جدول (۳) به‌طور خلاصه آمده است.

به منظور ارائه استنباطات صحیح باید در ابتدا از پایانی این متغیرها طی زمان اطمینان یافت. بی‌توجهی به این مهم شاید به ارائه استنباط غلط

جدول ۳. نتایج آزمون ریشه واحد (مانایی) متغیرهای الگوی پیشنهادی

کشور	متغیرها	مقدار آماره هادری	احتمال	نتیجه
کشورهای کاملاً فاسد	شاخص پیشرفت اجتماعی	۱۱/۰۷	۰/۰۰۰	مانا
	شاخص آزادی اقتصادی	۹/۲۲	۰/۰۰۰	مانا
	تقاضای گردشگری	۴/۱۵	۰/۰۰۰	مانا
کشورهای تا حدودی فاسد	شاخص پیشرفت اجتماعی	۹/۳۵	۰/۰۰۰	مانا
	شاخص آزادی اقتصادی	۷/۰۳	۰/۰۰۰	مانا
	تقاضای گردشگری	۴/۴۴	۰/۰۰۰	مانا
کشورهای تا حدودی عاری از فساد	شاخص پیشرفت اجتماعی	۶/۶۵	۰/۰۰۰	مانا
	شاخص آزادی اقتصادی	۵/۶۱	۰/۰۰۰	مانا
	تقاضای گردشگری	۲/۱۰	۰/۰۱۷	مانا
کشورهای عاری از فساد	شاخص پیشرفت اجتماعی	۴/۷۵	۰/۰۰۰	مانا
	شاخص آزادی اقتصادی	۳/۶۱	۰/۰۰۰	مانا
	تقاضای گردشگری	۱/۷۹	۰/۰۳۵	مانا

منبع: یافته‌های پژوهشگر.

مربوط به آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های ناهمسانی واریانس LR، آزمون خودهمبستگی، F لیمر، LM بریوش پاگان و هاسمن استفاده شد و نتایج در جدول (۴) گزارش گردید.

همان‌طور که در جدول مشخص شده است، در سطح ۵ درصد متغیرهای شاخص پیشرفت اجتماعی، شاخص آزادی اقتصادی و تقاضای گردشگری در چهار گروه متفاوت کشورها از نظر فساد مانا بوده است. در ادامه به منظور برازش مدل

² Hadri

¹ Economic Freedom Index



جدول ۴. آزمون‌های ناهمسانی واریانس LR، آزمون خودهمبستگی، F لیمر، LM بریوش-پاگان و هاسمن

کشورهای عاری از فساد	کشورهای تا حدودی عاری از فساد	کشورهای تا حدودی فاسد	کشورهای کاملاً فاسد	متغیرهای توضیحی	
۱۸/۴۹	۴۶۴/۰۵	۷۱۳/۴۹	۱۵۱۶/۶۴	Value	آزمون ناهمسانی واریانس LR
۷	۱۳	۲۴	۳۵	درجه آزادی	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	Probability	
۱۰۳/۶۰	۱۶۹/۹۷	۱۳۵۱/۲۶	۲۱۷۶/۰۳	آماره آزمون	آزمون خودهمبستگی
۲۱	۷۸	۲۷۶	۵۹۵	درجه آزادی	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	P_Value	
۹۹/۸۰	۱۴۱/۴۵	۹۳/۷۶	۲۰۸/۲۹	آماره آزمون	آزمون F لیمر
(۶,۶۱)	(۱۲,۱۱۵)	(۲۳,۲۱۴)	(۳۴,۳۱۳)	درجه آزادی	
۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	P_Value	
۲۰۸/۰۹ (۰/۰۰)	۵۰۳/۳۷ (۰/۰۰)	۹۱۳/۹۳ (۰/۰۰)	۱۳۹۶/۶۷ (۰/۰۰)	Cross-section	آزمون LM بریوش-پاگان
۰/۳۱ (۰/۵۷)	۳/۰۷ (۰/۰۷)	۰/۶۳ (۰/۴۲)	۱/۸۴ (۰/۱۷)	Time	
۲۰۸/۴۱ (۰/۰۰)	۵۰۶/۴۴ (۰/۰۰)	۹۱۴/۵۶ (۰/۰۰)	۱۳۹۸/۵۱ (۰/۰۰)	Both	
۱۶/۹۲	۸/۵۷	۵/۷۹	۵/۱۹	Chi-Sq. Statistic	آزمون هاسمن
۲	۲	۲	۲	درجه آزادی	
۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۵	۰/۰۵	P_Value	

منبع: یافته‌های پژوهشگر.

پانل برای تخمین مدل استفاده گردیده است. نتایج آزمون LM بریوش-پاگان نشان می‌دهد که بین پانل تصادفی و ترکیبی، باید پانل ترکیبی را انتخاب کرد. در نهایت، نتایج حاصل از آزمون هاسمن در تمام گروه‌ها نشان داده شده است. با توجه به این که آماره آزمون بزرگ‌تر از نقطه بحرانی و مقدار P_Value کوچک‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است، در نتیجه، فرضیه صفر، مبتنی بر یکسان بودن عرض از مبدأ رد شده است. لذا از روش اثرات ثابت^۱ برای تخمین مدل استفاده گردیده است.

همان‌طور که از اطلاعات جدول فوق مشاهده می‌شود، آزمون ناهمسانی واریانس LR در هر چهار گروه کشور، مقدار احتمال کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا نمی‌توان از حداقل مربعات معمولی برای تخمین مدل استفاده نمود. در نتیجه، تخمین‌زنده حداقل مربعات وزنی یا تعمیم‌یافته برای تخمین مدل به کار گرفته شده است تا از تورش تخمین جلوگیری گردد. نتایج آزمون خودهمبستگی نشان می‌دهد که مقدار احتمال کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین مشکل خودهمبستگی وجود دارد. نتایج آزمون F لیمر در هر چهار گروه کشور نشان داد که مقدار این آماره بزرگ‌تر از نقطه بحرانی به دست آمده است. در نتیجه، فرضیه صفر، مبتنی بر استفاده از Pool رد شده است. لذا از روش داده‌های

¹ Fixed Effect

۴ یافته‌ها و بحث

نتایج حاصل از اثرات ثابت^۱ در جدول (۵) آورده شده است.

جدول ۵. نتایج برآورد تأثیر شاخص پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری به روش اثرهای ثابت در چهار گروه کشورها

متغیرهای توضیحی	کشورهای کاملاً فاسد	کشورهای تا حدودی فاسد	کشورهای تا حدودی عاری از فساد	کشورهای عاری از فساد
شاخص پیشرفت اجتماعی (SPI)	-۰/۰۵۷ (-۱/۴۴)	۰/۱۰ (۲/۲۶)	۰/۰۶ (۱/۹۹)	۰/۰۲ (۲/۰۰)
شاخص آزادی اقتصادی (EFI)	-۰/۰۴۶ (-۱/۹۰)	-۰/۰۱ (-۰/۹۰)	۰/۱۱ (۱/۹۶)	۰/۰۹ (۱/۹۷)
ضریب ثابت (C)	۲۰/۸۳۸ (۱۰/۳۰۷)	۲۵/۶۰ (۶/۲۳)	۲۹/۱۸ (۲/۲۶)	۲۲/۰۶ (۴/۰۷)
AR (1)	۰/۴۳۸ (۴/۵۶)	۰/۲۱ (۱/۲۷)	۰/۳۸ (۲/۲۱)	۰/۱۰ (۰/۳۶)
تعداد کشورها	۳۵	۲۴	۱۳	۷
R2	۰/۹۶	۰/۹۴	۰/۹۷	۰/۹۶
R2 تعدیل یافته	۰/۹۵	۰/۹۳	۰/۹۶	۰/۹۵
آماره F	۱۸۴/۳۱	۱۱۱/۶۹	۲۰۴/۲۰	۱۴۹/۲۴
آماره دوربین واتسون	۱/۵۱	۱/۵۵	۱/۴۸	۱/۵۱
Prob	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر.

برای توضیح متغیر وابسته تقاضای گردشگری برخوردارند. این امر نشانگر آن است که مدل، برازش بسیار بالایی دارد. به علاوه همان‌گونه که در جدول مشاهده می‌شود آماره دوربین واتسون^۲ در هر چهار گروه از کشورها، نشان از نبود خودهمبستگی در مدل دارد.

در فرضیه اول پژوهش نقش شاخص پیشرفت اجتماعی بر تقاضای گردشگری در فاصله زمانی ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۰ بررسی شد. نتایج آماری پژوهش حاکی از آن است که در کشورهای کاملاً فاسد، ارتباط بین پیشرفت اجتماعی و تقاضای گردشگری معنادار نیست ($t=-1/44$). در کشورهای تا حدودی فاسد،

با توجه به اینکه در صورت وجود ناهمسانی واریانس در روش داده‌های تابلویی، برآوردهای OLS ناکاراست، در این شرایط از برآورد مدل به روش اثرات ثابت استفاده شده است. همچنین به علت وجود خودهمبستگی، برای آزمون نهایی مدل رگرسیون از طریق روش اثرات ثابت، از متغیرهای کمکی (AR(1)) استفاده شد. مقدار آماره F به‌دست آمده برای کل ضرایب برآورد شده مدل در هر چهار گروه از کشورها، صحت نتایج به‌دست آمده از برآورد مدل ارائه شده در این قسمت از تحقیق برای تجزیه و تحلیل و اظهار نظر تأیید می‌شود. همچنین ضریب تعیین مدل حاکی از آن است که متغیرهای برآوردی مدل از توان توضیح‌دهندگی بسیار بالایی

نیستند. این ویژگی‌ها ممکن است با متغیرهای وابسته به هر مشاهده در ارتباط باشند یا نباشند.

^۲ DW

^۱ در این روش فرضیه کلیدی آن است که ویژگی‌های منحصر به فردی از مشاهده‌ها وجود دارند که طی زمان متفاوت



گردشگری با ضریب رگرسیونی ۰/۰۴ افزایش می‌یابد. در کشورهای عاری از فساد، با سطح اطمینان ۹۵ درصد، تأثیر مثبت و معنادار آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری دیده می‌شود ($t=1/97$, $P<0/05$). ضریب رگرسیونی به‌دست‌آمده ۰/۰۹ نشان‌دهنده این است که در دوره پژوهش، تقاضای گردشگری تحت تأثیر آزادی اقتصادی بوده است.

ضریب رگرسیون در بین پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی نشان‌دهنده تأثیرگذاری بیشتر آزادی اقتصادی نسبت به پیشرفت اجتماعی بر تقاضای گردشگری است. همچنین، آزادی اقتصادی از بین چهار گروه کشورها از نظر سطح فساد، کشورهای تا حدودی عاری از فساد با ضریب رگرسیون ۰/۱۱ بیشترین میزان تأثیر را نسبت به دیگر گروه کشورها از نظر سطح فساد بر تقاضای گردشگری دارد.

۵ نتیجه‌گیری

هدف از این مطالعه، بررسی پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی مرتبط با تقاضای گردشگری در کشورهای کاملاً فاسد؛ تا حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد است. برای این منظور از داده‌های سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۲۰ به روش اثرات ثابت-حداقل مربعات تعمیم‌یافته^۱ استفاده شده است. برای بررسی پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری سناریوی زیر مورد بررسی قرار گرفته است:

در این الگو، شاخص پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری در کشورهای کاملاً فاسد؛ تا حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد بررسی شد. با توجه به الگوی اثرات ثابت داده‌های تابلویی، متغیرهای مستقل مذکور در کشورهای کاملاً فاسد تأثیر معنادار بر تقاضای گردشگری ندارد. در کشورهای تا حدودی فاسد، شاخص آزادی اقتصادی بی‌معنی و شاخص پیشرفت اجتماعی تأثیر افزایشی و معنادار بر تقاضای گردشگری دارد. در کشورهای تا حدودی عاری از

ضرایب از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنی‌دار هستند، به طوری که شاخص پیشرفت اجتماعی تأثیر مثبت و معنادار بر تقاضای گردشگری دارد ($t=2/26$, $P<0/01$). به عبارتی دیگر، با افزایش یک درصد در شاخص پیشرفت اجتماعی، تقاضای گردشگری به اندازه ۰/۱۰ درصد افزایش می‌یابد. در کشورهای تا حدودی عاری از فساد، ضریب متغیر پیشرفت اجتماعی ۰/۰۶ و مقدار آماره T در این شاخص ۱/۹۹ که در سطح اطمینان بالای ۹۵ درصد معنادار است ($t=1/99$, $P<0/05$) و بیان می‌کند که بهبود شاخص پیشرفت اجتماعی تأثیر افزایشی و معنادار بر تقاضای گردشگری این گروه از سطح فساد کشورها دارد. در کشورهای عاری از فساد، شاخص پیشرفت اجتماعی، نقش افزایشی و معنی‌داری بر روی تقاضای گردشگری در کشورهای مورد بررسی داشته است. یعنی با توجه به مقدار آماره T در این شاخص که عدد ۲/۰۰ را نشان می‌دهد، می‌توان بیان داشت این متغیر در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار هستند ($t=2/00$, $P<0/01$). از سوی دیگر، با توجه به ضریب به‌دست‌آمده، نتیجه گرفته می‌شود که با افزایش یک درصد در شاخص پیشرفت اجتماعی، تقاضای گردشگری به میزان ۰/۰۲ درصد افزایش می‌یابد.

نتایج آزمون فرضیه دوم پژوهش نشان‌دهنده آن است که شاخص آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری در کشورهای کاملاً فاسد تأثیر معناداری ندارد ($t=-1/90$). در کشورهای تا حدودی فاسد، شاخص آزادی اقتصادی بر روی تقاضای گردشگری اثر بی‌معنی داشته است ($t=-0/90$). در کشورهای تا حدودی عاری از فساد، با سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر مثبت و معنادار آزادی اقتصادی بر تقاضای گردشگری را شاهدیم ($t=1/96$, $P<0/05$). ضریب رگرسیونی به‌دست‌آمده ۰/۱۱ نشان‌دهنده این موضوع است که در دوره پژوهش، آزادی اقتصادی تحت تأثیر تقاضای گردشگری بوده است، به این معنا که با افزایش آزادی اقتصادی، تقاضای

¹ General Least Square (GLS)

(Thullah and Abdulai Jalloh, 2021)
، کریشتانویچ و همکاران
(Kryshtanovych et al., 2020)
سیمون و همکاران (Simon et al., 2010)
، نظیرالله و همکاران
(Nazirullah et al., 2023) همسو
است؛

– تأثیر آزادی اقتصادی در بین کشورهای تا
حدودی عاری از فساد و عاری از فساد،
ارتباط مثبت و معنادار با تقاضای
گردشگری دارد. این نتیجه، با نتایج
توپکو و همکاران (Topcu et al., 2023)
، نکاتی‌کوبان (Necati ÇOBAN, 2021)
، تمیرالیووا و همکاران
(Temiraliyeva et al., 2021) ، شاکری
بستان‌آباد و همکاران (Shakri
Bostanabad et al., 2024) ، شاریکو
و همکاران (Sharikov et al., 2021) ،
سوالله و عبداللهی جالوه (Thullah
and Abdulai Jalloh, 2021) ،
کریشتانویچ و همکاران
(Kryshtanovych et al., 2020)
سیمون و همکاران (Simon et al., 2010)
، نظیرالله و همکاران
(Nazirullah et al., 2023) همسو
است.

در خصوص بی‌معنی بودن پیشرفت اجتماعی در
کشورهای کاملاً فاسد و همچنین، بی‌معنی بودن
آزادی اقتصادی در کشورهای کاملاً فاسد و تا حدودی
فاسد، شاید بتوان این‌طور بیان کرد که آزادی
اقتصادی و پیشرفت اجتماعی بر تقاضای گردشگری
تأثیرات زیادی دارد ولی به دلیل این‌که میزان فساد
در این کشورها بیشتر بوده، دو متغیر مذکور بر
تقاضای گردشگری تأثیری نداشته است. گردشگران
در این کشورها بیشتر به جنبه‌های تفریحی سفر
خود توجه داشته و شاید ابعاد دیگری مانند توان
طبیعی، فرهنگی، تاریخی و زیست‌محیطی برایشان

فساد، شاخص آزادی اقتصادی و پیشرفت اجتماعی
تأثیر افزایشی و معنادار بر تقاضای گردشگری دارد.
در کشورهای عاری از فساد نیز شاخص آزادی
اقتصادی و پیشرفت اجتماعی تأثیر افزایشی و
معنادار بر تقاضای گردشگری دارد. در نتیجه، فرضیه
اول پژوهش در کشورهای تا حدودی فاسد؛ تا
حدودی عاری از فساد و عاری از فساد تأیید می‌شود
و فرضیه دوم پژوهش در کشورهای تا حدودی عاری
از فساد و عاری از فساد تأیید می‌شود. همچنین،
ضریب رگرسیون نشان داد آزادی اقتصادی نسبت
به پیشرفت اجتماعی و از بین چهار گروه از کشورها
با سطح فساد متفاوت، آزادی اقتصادی در کشورهای
تا حدودی عاری از فساد بیشترین میزان تأثیر را بر
تقاضای گردشگری دارد.

به‌طورکلی با برآورد الگوها می‌توان نتایج کلی زیر
را در خصوص پیشرفت اجتماعی و آزادی اقتصادی
بر تقاضای گردشگری ارائه کرد:

– پیشرفت اجتماعی در بین کشورهای تا
حدودی فاسد؛ تا حدودی عاری از فساد
و عاری از فساد، اثرات یکسانی بر
تقاضای گردشگری از نظر جهت و
معناداری ندارند؛ اما می‌توان به‌طورکلی
اشاره کرد کیفیت بالاتر پیشرفت
اجتماعی در کشورهای تا حدودی فاسد؛
تا حدودی عاری از فساد و عاری از فساد
باعث شده است، تقاضای گردشگری در
این گروه از کشورها تأثیر مثبت و
معناداری از پیشرفت اجتماعی بپذیرد.
بنابراین تلاش در راستای بهبود
پیشرفت اجتماعی می‌تواند موجب
افزایش تقاضای گردشگری شود. این
نتیجه، با نتیجه تیجانا استویانوویچ و
همکاران (Tijana Stojanović et al., 2024)
، پریهانتی نوگراهنی و همکاران
(Prihanti Nugraheni et al., 2019)
، شاریکو و همکاران (Sharikov et al., 2021)
، سوالله و عبداللهی جالوه



امنیت در جلب رضایت گردشگران را سبب می‌شود.

- مشارکت مردم بومی در توسعه گردشگری به‌عنوان معیار اصلی در توان اجتماعی بوده، بنابراین آگاه کردن و توجه به دیدگاه درست بومیان منطقه از صنعت توریسم باعث می‌شود خدمات مناسب به گردشگران ارائه شود.

- وجود فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری (ساخت‌وساز هتل‌ها، پانسیون‌ها و مراکز اقامتی، دفاتر و آژانس‌های تفریحی و گردشگری، فروشگاه‌های عرضه‌کننده محصولات بومی و غیره) بدون شک یکی از ارکان توسعه توریسم در مناطق توریستی می‌باشد.

- تدوین استانداردهای گردشگری توسط دستگاه‌های مربوطه، وجود نظام بیمه‌ای مناسب برای گردشگران، استفاده از چهره‌های به‌نام فرهنگی جهت جذب گردشگر و غیره از دیگر عواملی هستند که توان اجتماعی یک منطقه را در جذب گردشگر تعیین می‌کنند.

حامی مالی

این مقاله حاصل طرح پژوهشی پسادکتر است که با حمایت مادی و معنوی دانشگاه مازندران که در غالب طرح مطالعاتی بوده انجام پذیرفته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان در نگارش مقاله برابر بوده است.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

اهمیت دارد. گردشگران تمایل به بازدید و سفر به کشورهای دارند که میزان فساد در آن‌ها کمتر بوده و آن‌ها متحمل هزینه‌های اضافی در سفر خود نباشند.

با توجه به این بررسی‌ها می‌توان نتیجه گرفت در بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته، بیشتر از هر شاخص دیگری تأثیر دو شاخص اجتماعی و اقتصادی را بر تقاضای گردشگری سنجیده‌اند؛ شاخص‌های اجتماعی- اقتصادی مانند حلقه‌های زنجیری به هم پیوسته‌اند و بر یکدیگر تأثیرگذارند و در بعضی موارد رشد شاخص در گروی رشد شاخصی دیگر است پس برای داشتن تقاضای گردشگری بالا باید به همه شاخص‌های اجتماعی-اقتصادی توجه شود.

با در نظر گرفتن این نتایج، پیشنهادهایی را برای مدیریت صحیح در جوامع و افزایش پیشرفت در عوامل اجتماعی و اقتصادی در کشورها می‌توان مطرح نمود که عبارت‌اند از:

- کشورها با توجه به شرایط خاص خود بهتر است سیاست‌های گردشگری متناسب با هر کشور را که سطوح تقاضای متفاوتی دارد، اعمال نمایند.

- کشورها باید در کاهش سطح فساد جامعه که در چهره سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و جذب گردشگر تأثیر دارد، کوشا باشند.

- وضع دستورالعمل‌های اجرایی معطوف به خصوصی‌سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات جهان‌گردی، آموزش نیروی انسانی، سیاست‌های تشویقی ساخت تأسیسات جهان‌گردی، تخفیف‌های مالیاتی و ... بوده که بیشتر جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است.

- توجه به وجود زیرساخت‌های مناسب در هر مکان از قبیل راه، بهداشت، مخابرات، آب، برق، تلفن و به‌خصوص

تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.





منابع

- Almatarneh, N. and Lawerence Emeagwali, O. (2019). Does institutional quality matter in fostering social progress: A cross-national examination, *Management Science Letters*, vol-
ume 9, issue 7, pages 1037-1046. DOI: 10.5267/j.msl.2019.4.002
- Andrades, L. & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62(C),
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Asandului, L.; Iacobuta, A.; Cautisanu, C. (2016). Modeling Economic Growth Based on Economic Freedom and Social Progress. *European Journal of Sustainable Development*, 5, 3, pages: 229-238. Doi: 10.14207/ejsd.2016.v5n3p229
- Ayad, T. H. A. E. L., and Ye, S. (2015). The Economical and Social Impacts of Tourism on Kharga Oasis Local Citizens in Egypt. In: Zeng G. (eds) *Tourism and Hospitality Development Between China and EU*. Springer, Berlin, Heidelberg.
https://doi.org/10.1007/978-3-642-35910-1_1235910-1_12.
- Bauman, Z. (2008). *Globalizacja i co z tego dla ludzi wynika* (Globalization and what's for it for people), Warszawa, p. 5.
- Bengtsson, M., Alfredsson, E., Cohen, M., Lorek, S., & Schroeder, P. (2018). Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: moving beyond efficiency. *Sustainability science*, 13(6), 1533-1547.
<https://doi.org/10.1007%2Fs11625-018-0582-1>
- Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). A critical framework for interrogating the United Nations Sustainable Development Goals 2030 Agenda in tourism. *Taylor & Francis*, 27(7), 847-864.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1619748>
- Borović, Z. (2014). Does economic freedom impact economic growth: Evidence from two Western Balkan countries. *Industrija*, 42 (2), 57-70.
- Brida, J.G., Matesanz, B.D., & Segarraa, G.V. (2020). On the empirical relationship between tourism and economic growth. *Tourism Management*, 81, 104131.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104131>
- Camilleri, M. A. (2018). The Tourism Industry: An Overview, In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product* (Chapter 1, pp. 3-27). Cham, Switzerland: Springer Nature.

- Cheater, A.P. (1995). Globalisation and the new technologies of knowing: Anthropological calculus or chaos? In M. Strathern (ed.) *Shifting Contexts: Transformations in Anthropological Knowledge*. London: Routledge.
- Daei Karimzadeh, S. and Soleimani, M. (2017), The Effect of Economic Freedom on Bank Performance in Iran (with Emphasis on the Heritage Foundation Economic Freedom Index), *Quarterly Journal of Strategic and Macroeconomic Policies*, Volume 5, Issue 19, pp. 77-100 (In Persian).
- De Haan, J., & Sturm, J.-E. (2000). On the relationship between economic freedom and economic growth. *European Journal of Political Economy*, 16 (2), 215-241.
- Deszczynski, P. (2009). *Konceptualizacja pojęcia globalizacji (Conceptualisation of Globalisation Definitione)* *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu* Nr 23/2009, p. 9.
- Fredline L, Deery M, and Jago L (2006). *Development of a scale to assess the social impact of tourism within communities*. CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, Australia (search for link).
- Friedman, E., Johnson, S., Kaufmann, D. & Zoido-Lobaton, P. (2000), *Dodging the Grabbing Hand: The Determinants of Unofficial Activity in 69 Countries*. *Journal of Public Economics*, 76 (3), 459-493.
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology & Tourism*, 22, 187-203.
<https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>
- Gunter U, O'nder I and Smeral E (2019). Scientific value of econometric tourism demand studies. *Annals of Tourism Research* 78: 102738.
- Guo Y, Zhang J, Zhang Y, and Zheng C. (2018). Examining the relationship between social capital and community residents' perceived resilience in tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (6), 973-986.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1428335>
- Gwartney, J., & Lawson, R. (2003). The concept and measurement of economic freedom. *European Journal of Political Economy*, 19 (3), 405-430.
- International, T. (2017). What is corruption Retrieved from
<https://www.transparency.org/what-is-corruption>
- Kryshtanovych, S.; Kindzer, B.; Goryn, M.; Kravchenko, A.; Frunza (2020). *Management of socio-economic development of tourism*



- enterprises, Verslas: Teorija ir praktika / Business: Theory and Practice, ISSN 1822-4202, Vilnius Gediminas Technical University, Vilnius, Vol. 21, Iss. 1, pp. 420-426, <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12162>
- Lambsdorff, J. G., & Cornelius, P. (2000). Corruption, foreign investment and growth. The Africa competitiveness report, 2001, 70-78.
- Masloch, P. (2005). Globalizacja i jej wpływ na rozwój współczesnej cywilizacji (Globalisation and its influence on development of contemporary civilization). Przedsiębiorczość a wyzwania cywilizacyjne. Przedsiębiorczość – edukacja, nr 1, Krakow
(file:///C:/Users/user/Downloads/710-2155-1- PB2.pdf, data dostępu: 06.12.2017)
- Matarrita-Cascante, D. (2010). Changing communities, community satisfaction, and quality of life: A view of multiple perceived indicators. Social Indicators Research, 98, 105-127.
<http://dx.doi.org/10.1007/s11205-009-9520-z>.
- McGrew, A. (1992). Conceptualizing Global Politics, [w:] Global Politics, pod red. A. McGrew, Polity Press. Cambridge, p. 28.
- Miller, T., & Kim, A. B. (2013). Defining economic freedom. Miller AT, Holmes KR, Feulner EJ (Eds), 87-94.
- Miller, T.; Kim, A. B.; Roberts, J. M. (2018), The Heritage Foundation., Index of Economic Freedom, available at: www.Heritage.org
- Nazirullah; Mat Som, A. P.; Mior Shariffuddin, N. S.; Wan Mohd Zain, W. M. A.; Al Qassem, Amer (2023), the influence of socio-cultural and economic impact on tourism support: a mediating role of community value, planning Malaysia: Journal of the Malaysian Institute of Planners, volume 21, issue 1, pp. 146-162.
- Necati ÇOBAN, M. (2021). The Impact of Economic Freedoms on Tourism Competitiveness: Empirical Evidence from Latin America Countries, BSEU Journal of Social Sciences, 6 (2), 192-202.
<https://doi.org/10.33905/bseusbed.906691>
- Öcal, O., Altınöz, B., & Aslan, A. (2020). The Nexus Between Economic Freedom and Tourist Arrivals: Evidence from Mediterranean Countries. İstanbul İktisat Dergisi, 70 (2), 287-301.
- Prihanti Nugraheni, Augusta Ika; Tri Kuntoro Priyambodo; Bayu Sutikno, and Hendrie Adji Kusworo (2019), The Social Dimensions' Aspects of Sustainable Tourism Development Analysis: A Systematic Literature Review, Digital Press Social Sciences and Humanities 4: 00001.
<https://doi.org/10.29037/digitalpress.44348>

- Reinikka, R., & Svensson, J. (2005). Fighting corruption to improve schooling: Evidence from a newspaper campaign in Uganda. *Journal of the European economic association*, 3(2-3), 259-267.
- Rose, R., & Mishler, W. (2010). Experience versus perception of corruption: Russia as a test case. *Global Crime*, 11(2), 145-163.
- Rosinska-Bukowska, M. (2009). Rola korporacji transnarodowych w procesach globalizacji. *Kreowanie globalnej przestrzeni biznesowej, maszynopis*.
- 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.
- Shahabadi, A. and Davarikish, R. (2015). The Effect of Economic Freedom on the Development of the Iranian Banking Sector, *Quarterly Journal of Economic Modeling*, Volume 9, Issue 2, Issue 30, pp. 47-66 (In Persian).
- Shakri Bostanabad, Reza; Jalili, Zahra; Salehi Kameroudi, Mohsen (2024), The effect of the corruption perception index on tourism demand: an application of quantile panel regression, *Council and Economy Quarterly*, first year, second issue, pp. 103-125 (In Persian).
- Sharikov, V.; Kireeva, Y.; Akchulpanov, Y.; Gribova, N.; Berketova, L. (2021), Socio-economic aspects of the development of the tourism and hospitality industry in the Russian Federation, *Amazonia Investiga*, 10(42), 43-55.
<https://doi.org/10.34069/AI/2021.42.06.5>
- Simon, D.; Mazilu, M.; Patrutescu, M.; Ispas, R. (2010), The Economic and Social Contribution of Tourism from the Sustainable Development Point of View, *Proceedings of the 5th WSEAS International Conference on Economy and Management Transformation (Volume I)*. See discussions, stats, and author profiles for this publication at:
<https://www.researchgate.net/publication/229004779>
- Simons D. G (1986). The Socio-Cultural Impacts of Tourism. A Review of Literature, Policy and Research Implications for New Zealand. New Zealand Tourist & Publicity Department Wellington, NEW ZEALAND.
- Social Progress Imperative (2022). Social Progress Index. Available at
https://www.socialprogress.org/static/8a62f3f612c8d40b09b3103a70bdacab/2022%20Social%20Progress%20Index%20Executive%20Summary_4.pdf
- Söderbaum, P. (2017). Do we need a new economics for sustainable



- development. Real world economics review, (80), 32-44.
- <http://www.paecon.net/PAEReview/issue80/whole80>
- Stojanović, Tijana; Igor Trišić; Eldin Brđanin; Snežana Štetić; Florin Nechita; Adina Nicoleta Candrea (2024), Natural and Sociocultural Values of a Tourism Destination in the Function of Sustainable Tourism Development—An Example of a Protected Area, Sustainability 16, no. 2: 759.
- <https://doi.org/10.3390/su16020759>
- Tang, C.F., & Tan, E.C. (2015). Does tourism effectively stimulate Malaysia's economic growth? Tourism Management, 46, 158-163.
- <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.020>
- Temiraliyeva, Zubaira; Abdykulova, Karlygash; Baibasheva, Gulnara; Sadykov, Zhassulan; Nakipova, Gulmira; Tokaeva, Layly (2021), Journal of Environmental Management and Tourism, [S.l.], v. 12, n. 8, p. 2109 - 2120, dec. 2021. ISSN 2068-7729. Available at:
- <<https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6655>>.
- Date accessed: 27 oct. 2024.
- The Heritage Foundation (2014). Methodology for the 10 Economic Freedom. available at:
- www.Heritage.org.
- Thullah, A. and Abdulai Jalloh, S. (2021). A Review of the Economic, Social and Environmental Impacts of Tourism Development, American Journal of Theoretical and Applied Business, 7(2): 39-46. <http://www.sciencepublishinggroup.com/j/ajtab>. doi: 10.11648/j.ajtab.20210702.12
- Topcu, M.; Denaux, Z.; Crews, C. (2023). Good governance and the us tourism demand, Annals of Tourism Research Empirical Insights, Vol. 4, 100095.
- Treisman, D. (2000). The causes of corruption: a cross-national study. Journal of public economics, 76(3), 399-457.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean region. Tourism Management, 42, 207-212.
- <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2013.12.007>
- Wahab, S., Cooper, C. (2001). Tourism, globalisation and the competitive advantage of nations. In S. Wahab and C. Cooper (eds) Tourism in the Age of Globalisation. London: Routledge.
- Zorska, A. (1998). Ku globalizacji. Przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej (Towards globalization. Transformation in Transnational Corporations and In The Global



Economy), Wydaw. Naukowe PWN,
Warszawa, p. 15.

