

برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران

دکتر سهیلا خوشنویس یزدی^۱، مریم غمامی^۲

تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۹۵/۳/۳۰

چکیده

توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه هستند، دارای اهمیت فراوانی است. اقتصاد کشور ما نیز اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام داشته است. بنابراین، پیش‌بینی‌ها و تحلیل‌های قابل اعتماد برای یک برنامه‌ریزی کارآ در صنایع مرتبط با بازار گردشگری، ضرورت تام دارد. هدف اصلی این پژوهش، تخمین تابع تقاضای خارجی برای گردشگری در ایران و اندازه‌گیری میزان تأثیرگذاری متغیرهای تولید ناخالص جهانی، نرخ ارز رسمی، شاخص قیمت مصرف‌کننده و قیمت نفت بر تقاضای گردشگری در ایران است. در این بررسی، از روش الگوی خود توضیح با وقفه‌های گسترده و با کمک آزمون ریشه واحد دیکی-فولر تعمیم یافته و آزمون هم‌جمعی جوهانسون و آزمون ARDL استفاده کردیم. در نهایت، به این نتیجه رسیدیم که در بلندمدت، متغیرهای تعداد گردشگر خارجی وارد شده به ایران، قیمت نفت، شاخص قیمت مصرف‌کننده و تولید ناخالص داخلی جهانی، مثبت و معنا دار بوده و متغیر نرخ ارز، منفی و معنا دار است. کشش قیمتی تقاضا در بلندمدت، باکشش و متغیر نرخ ارز رسمی و تولید ناخالص داخلی جهانی بی‌کشش است و با توجه به کشش درآمدی گردشگری کالای ضروری است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
کلیه‌ها: تقاضای گردشگری، ایران، گردشگری، ARDL، ایران.
پرتال جامع علوم انسانی

۱. مقدمه

به نظر می‌رسد که جهانگردی، پدیده‌ای نو در تاریخ زندگی بشر است؛ درحالی‌که این صنعت در تاریخ زندگی جمعی ریشه دارد و از دوره‌های کهن، صورت‌های مختلف جهانگردی و گردشگری وجود داشته است.

امروزه اهمیت گردشگری از نظر اقتصادی و اشتغال‌زایی به حدی است که می‌توان آن را به عنوان نیروی محرکه اقتصادی هر کشوری محسوب کرد. گردشگری، مزیت‌های فراوانی دارد و می‌تواند منبع مهمی برای اشتغال باشد؛ چراکه اشتغال در این صنعت به مهارت و کارآموزی بالایی نیاز ندارد و مردم محلی، با کمی مهارت، می‌توانند در مشاغل خدماتی مشغول به کار شوند (براون، ۲۰۰۳).

آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری، مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴)

مهم‌ترین ابعاد اثرات اقتصادی گردشگری را می‌توان در ۷ گروه طبقه‌بندی کرد: ۱. درآمدزایی، ۲. اشتغال، ۳. ایجاد درآمد مالیاتی، ۴. اثر بر تراز پرداخت‌ها، ۵. بهبود ساختار اقتصادی یک منطقه، ۶. ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی، ۷. زیان‌های اقتصادی. (کاندلا^۲ و فیجینی^۳، ۲۰۱۲)

گردشگری، فعالیتی است که غیر از مزایای اقتصادی و اشتغال‌زایی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی بسیاری دارد. با توسعه گردشگری می‌توان باعث سطح رفاه زندگی اجتماعات بومی شد؛ اما جذب گردشگر، نیازمند مکانیزم‌های مختلفی است؛ یکی از آنها رضایت گردشگران است (هزارجریبی و نجفی، ۱۳۹۰). بسیاری از کشورها، این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. اگرچه در مناطق مختلف، شرایط متفاوت

است، گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (ابراهیمی و خسروی، ۱۳۸۴).

باید افزود که در عصر حاضر، یعنی دوران مبارزه با آلودگی محیط زیست، به گردشگری در مقام مقایسه با صنایع دیگر، به عنوان صنعتی بدون آثار شدید آلودگی نگاه می‌شود؛ به این معنا که حفظ محیط زیست و زیبایی‌های طبیعی در ارتباط تنگاتنگ با جهانگردی هستند (عشوندی، ۱۳۸۰).

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی، مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند (لطفی، ۱۳۸۴).

گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلف، نظیر اقتصاد، فرهنگ، محیط زیست، کشاورزی و خدمات در تعامل است، اهمیت فراوانی دارد و تجربیات سایر مناطق جهان نشان داده است که توسعه صنعت گردشگری در هر منطقه، باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه شده است. (اوپرمن^۴، ۱۹۹۶)

۲. پیشینه پژوهش

۲-۱. پیشینه خارجی

اوزال و کرامپتون^۵ (۱۹۸۴) در پژوهشی، با هدف شناسایی عواملی که بیشترین تأثیر را بر گردشگری بین‌المللی ترکیه، به عنوان یک کشور در حال توسعه دارد، به برآورد تقاضای گردشگران خارجی کشور ترکیه پرداخته است، چراکه در سال‌های اخیر، گردشگری نقش اساسی در اقتصاد این کشور ایفا کرده است.

مدل، با استفاده از آمارهای سری‌های زمانی ۱۹۶۰ تا ۱۹۸۰، به شکل ضمنی زیر برآورد شده است. در این مدل،

1. Brown, D.
2. Candela, G.
3. Figini, P.

4. Oppermann, M.
5. Uysal and Crompton

انگلستان و آمریکا، طی سال‌های ۱۹۷۳ در نتایج اصلی این پژوهش، نشان می‌دهد که کشش تقاضای گردشگری نسبت به متغیرهای درآمد و قیمت‌های نسبی در ۶ کشور مبدأ با یکدیگر متفاوت است.

هالیسی اوغلو^۳ (۲۰۰۴) در پژوهش خود، با بهره‌گیری از آزمون باند، تقاضای خارجی گردشگری به کشور ترکیه را طی سال‌های ۲۰۰۲-۱۹۶۰ تخمین زده است. نتایج اصلی این پژوهش نشان می‌دهد که متغیر درآمد، یکی از متغیرهای مهم و تعیین‌کننده در توضیح تعداد گردشگران ورودی به کشور ترکیه محسوب می‌شود.

آلگیری^۴ (۲۰۰۶)، با بهره‌گیری از روش هم‌جمعی جوهانسن، یک رابطه تعادلی بلندمدت را بین متغیرهای درآمد ارزی گردشگری، نرخ واقعی ارز، درآمد کل جهان و هزینه حمل و نقل برای کشور روسیه، طی سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۹۳ نتیجه‌گیری می‌کند.

هانلی و وید^۵ (۲۰۰۷) در پژوهش خود، به مدل‌سازی تقاضای گردشگری کشورهای آمریکای شمالی به کشور ایرلند، طی سال‌های ۲۰۰۴-۱۹۸۵ پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که متغیر نرخ واقعی ارز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تقاضای گردشگری این کشورها به ایرلند دارد.

مونتینهو^۶ و همکاران (۲۰۰۸)، با استفاده از مدل‌های شبکه عصبی به مدل‌سازی و پیش‌بینی تقاضای گردشگری کشور چین به کشور تایوان، طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۹ پرداخته‌اند. در این پژوهش، متغیرهای مؤثر بر تقاضای بین‌المللی گردشگری بررسی شده است. یافته‌های اصلی این پژوهش، نشان می‌دهد که متغیرهای نرخ ارز و درآمد سرانه کشور چین به عنوان متغیرهای تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری محسوب می‌شوند.

چایونسری^۷ و همکاران (۲۰۰۸)، با بهره‌گیری از رویکرد هم‌جمعی و ریشه واحد در داده‌های پانل به مدل‌سازی تقاضای خارجی کشور هند، طی سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۲ پرداخته‌اند.

کشور ترکیه به عنوان کشور مقصد و کشورهای اتریش، کانادا، فرانسه، یونان، ایتالیا، اسپانیا، سوئیس، آلمان فدرال، انگلیس، ایالات متحده آمریکا و یوگسلاوی به عنوان مبدأ در نظر گرفته شده‌اند. مدل به صورت خطی لگاریتمی برآورد شد و نتایج حاصل از تخمین تابع، نمایانگر آن است که: متغیرهای درآمد، قیمت و نرخ ارز، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر جریان گردشگری کشور ترکیه هستند و مقدار کشش درآمدی از ۰,۷۵۹ تا ۰,۰۷۲ در نوسان است. این به آن مفهوم است که درجه حساسیت گردشگری ترکیه، نسبت به تغییرات درآمدی، از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. تأثیر نرخ ارز و تغییرات آن در کشور ترکیه برای کشورهای نزدیک و همسایه، چون یونان و یوگسلاوی، در مقایسه با کشورهای با فاصله دورتر، بیشتر است.

ساماری^۱ (۱۹۸۷)، پژوهشی درباره کشور کنیا انجام داد که به دلیل داشتن جاذبه‌های گردشگری متنوع، همواره مورد توجه گردشگران کشورهای مختلف، از جمله کشورهای اروپایی و آمریکایی بوده است و صنعت گردشگری، سهم قابل توجهی در اقتصاد و درآمد ارزی این کشور ایفا می‌کند. این پژوهش، برای شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای کشور کنیا و برنامه‌ریزی و سیاستگذاری مناسب در راستای توسعه هرچه بیشتر این صنعت انجام گرفته و اقدام به برآورد تابع تقاضای گردشگری خارجی برای این کشور کرده است. وی به علت وجود آمارهای مناسب گردشگری، طی سال‌های ۱۹۶۸ تا ۱۹۸۳، دو مدل طراحی کرده است. در این پژوهش، تک‌معادله‌های بین زوج کشور مبدأ و مقصد، برآورد شد که کشور کنیا به عنوان مقصد و کشورهای انگلستان، آمریکا، ایتالیا، آلمان غربی و سوئیس به عنوان مبدأ در نظر گرفته شده‌اند.

سانگ و وانگ^۲ (۲۰۰۳) در پژوهش خود، با بهره‌گیری از رهیافت (TVP) و مدل فضا - حالت به مدل‌سازی تقاضای گردشگری کشور هنگ کنگ به ۶ کشور همسایه استرالیا (۱۹۹۷) پرداخته‌اند. یافته‌های - کانادا، فرانسه، آلمان،

1. Summary

2. Song and Wong

3. Halicioglu

4. Algieri

5. Hanly and Wade

6. Mountinho

7. Chaiboonsri

یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که رشد درآمد، تأثیر مثبت و هزینه‌های حمل و نقل، تأثیر منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری کشور هند داشته است.

اصلان و همکاران^۱ (۲۰۰۹)، تابع تقاضای گردشگری ترکیه را طی دوره ۲۰۰۴-۱۹۹۵ برآورد کرده است. آنان معتقدند مطالعات تجربی قبلی، به دلیل عدم توجه به عوامل سمت عرضه، دارای اتکای کمی هستند. به بیان دیگر، عواملی مانند زیرساخت شبکه حمل و نقل، ظرفیت اقامت در کشور میزبان و شبکه‌های ارتباطی نوین در مطالعات نادیده گرفته شده‌اند. به همین منظور، در تابع تقاضا، از متغیر ظرفیت اقامتی ترکیه و نسبت سرمایه‌گذاری دولتی به تولید ناخالص داخلی (در زمینه فرودگاه، راه‌آهن، بیمارستان و ارتباطات)، به عنوان شاخص توسعه زیرساخت‌ها استفاده کرده‌اند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد، ضریب متغیر ظرفیت هتل‌ها و زیرساخت‌های عمومی برای تقاضای گردشگران دارای علامت مثبت است. به بیان دیگر، توسعه عوامل سمت عرضه، چون توسعه فرودگاه‌ها، راه‌آهن و شبکه‌های مخابراتی و هتل‌ها تأثیر مثبتی بر تعداد ورودی گردشگران بین‌المللی دارد.

توکاموشابا و لین^۲ (۲۰۱۳)، با استفاده از روش اتو رگرسیو تأخیری مدل به تخمین مدل تقاضای گردشگری پرداخته‌اند. نتایج حاصل نشان می‌دهد، عواملی مانند سطح درآمد بازارهای مبدأ، هزینه‌های گردشگری در پکن و هزینه گردشگری در مقصد این رقابت از عوامل بسیار مهم گردشگری از سه جریان بلندمدت بازارهای بین‌المللی است.

حبیبی^۳ (۲۰۱۵)، با استفاده از روش ARDL، مدل تقاضای گردشگران ایرانی برای کشور مالزی را بین سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۰۰ تخمین کرده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که گردشگران ایرانی که به مالزی می‌روند، تحت تأثیر مثبت متغیر وابسته با وقفه، تنظیم قیمت گردشگری از طریق نرخ ارز، قیمت جایگزین گردشگری و ارزش تجارت قرار دارد. دانش متغیرهایی که بر تقاضای گردشگری تأثیرگذار هستند،

بازرزش‌تر از سیاست‌گذاری استراتژی‌های رشد برای صنعت گردشگری در مالزی است. مالزی به یک مقصد گردشگری جایگزین امن برای گردشگران مسلمان تبدیل شده است.

خوشنویس یزدی و خان علیزاده^۴ (۲۰۱۶)، با استفاده از روش ARDL بین ۱۴ کشور منتخب، به تخمین تابع تقاضای گردشگری آمریکا، بین سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۹۵ می‌پردازند. در این بررسی، کشش درآمدی نشان می‌دهد که گردشگری، یک کالای لوکس نیست و قیمت و نرخ ارز واقعی، رابطه منفی با ورود گردشگر خارجی دارد.

۲-۲. پیشینه داخلی

سابقه پژوهش‌های علمی در تقاضای گردشگری و اقتصاد گردشگری با تأخیر زمانی اتفاق افتاده است؛ ولی خوشبختانه در سال‌های اخیر، مطالعات محدودی در این زمینه انجام گرفته است و در ادامه، مهم‌ترین آنها بررسی می‌شوند.

نوری^۱ (۱۳۷۵) در پژوهشی، تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران در سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۴۸ را برآورد می‌کند. وی تقاضای گردشگری در ایران را تابع عواملی چون درآمد سرانه گردشگران، قیمت کالاها و خدمات خریداری‌شده از طریق گردشگران، نرخ ارز در بازارهای آزاد، متوسط هزینه اقامت هر گردشگر در ایران در نظر می‌گیرد. نتایج برآورد مدل ایشان، حاکی از آن است که تقاضای گردشگری ایران، نسبت به درآمد سرانه گردشگران، حساس و کشش‌پذیر است و بر این اساس، می‌توان چنین نتیجه گرفت که ایران یک مقصد گردشگری نرمال برای خارجی‌ها است؛ به‌ویژه کشورهای پردرآمد؛ زیرا هزینه سفر به ایران به‌طور متوسط برای این‌گونه کشورها پایین است. به علاوه، تقاضای گردشگری به‌طور منفی، با قیمت کالاها و خدمات خریداری‌شده از سوی گردشگران رابطه دارد و تقریباً بی‌کشش است.

کاوه‌ئیان^۲ (۱۳۸۱) در پژوهش خود، سعی کرده است تا عوامل اقتصادی و غیراقتصادی مؤثر بر تقاضای گردشگری را در شش منطقه جهان، یعنی اروپا، آمریکا، شرق آسیا و

1. Aslan et al.

2. Tukamushaba and Lin

3. Habibi

4. Khoshnevis Yazdi, Khanalizadeh

تقاضای خارجیان برای گردشگری در ایران را طی سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۵۰ تخمین زده است. برای این منظور، مدل پژوهش، با استفاده از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان (TVP) و روش کالمن - فیلتر برآورد شده است. نتایج تخمین مدل، دلالت بر این دارد که کشش‌های درآمدی، قیمتی و عادات رفتاری و انتظاری دارای تغییرات منظم و ثابت، طی زمان است و به تدریج تغییرات آنها طی زمان کاهش می‌یابد. به علاوه، کشش درآمدی تقاضای خارجی گردشگری در ایران، در مقایسه با کشش‌های قیمتی و عادات رفتاری بیشتر است. به بیان دیگر، براساس مبانی نظری موضوع و پیشینه تجربی پژوهش، با سفر و عزیمت گردشگران به کشور ایران و اظهار لذت و مطلوبیت از سفر به کشور، گردشگران خارجی تمایل پیدا می‌کنند که دوباره برای گردش و سفر به ایران مسافرت کنند.

۳. مبانی نظری

۳-۱. الگوهای برنامه‌ریزی خطی

یکی از الگوهای کاربردی بسیار معروف در برنامه‌ریزی برای تقاضای گردشگری، در سال ۱۹۵۵ به چاپ رسیده است. این الگویی است که «ون در کینجف» و «جان استرهيون»^۱، در آن، به بررسی امر گردشگری در جزایر وادن می‌پردازند که متشکل از چهار جزیره و مقصد گردشگری آلمانی‌ها است. ویژگی اصلی این جزایر، عمدتاً وابستگی شدید آنها به فعالیت‌های گردشگری است؛ به طوری که ۷۰ درصد اشتغال در این جزایر، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، به صنعت گردشگری وابسته‌اند. این الگو، چهار قید و یک تابع هدف دارد.

تابع هدف، شامل حداکثر کردن سطح اشتغال مربوط به تخت‌های موجود، تعداد شب‌های اقامت، اثر اشتغال‌زایی هر تخت، تعداد تخت‌های جدید و ... است؛ و قیود، شامل قید بودجه عمومی برای سیاست‌های گردشگری، قید مربوط به ظرفیت انواع اقامت (با هزینه‌های مختلف)

اقیانوسیه، خاورمیانه، جنوب آسیا و جهان شناسایی کند. مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، عبارت‌اند از:

- ایران، یک مقصد گردشگری نرمال برای گردشگران این مناطق است.

- تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران، با قیمت نسبی، حساس و کشش‌پذیر است.

- تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران با کاهش ارزش ریالی رابطه مستقیم دارد.

- ناآرامی‌های سیاسی ناشی از انقلاب و جنگ و نیز آثار روانی شوک‌های نفتی دهه ۱۹۷۰ میلادی، موجب کاهش تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران شده است.

موسایی (۱۳۸۳) در پژوهشی، عوامل مؤثر بر تقاضای سفر در ایران را بررسی می‌کند. وی برای این کار، از یک الگوی کلان تابع تقاضای سفر به ایران استفاده کرده است. مهم‌ترین یافته پژوهش ایشان، آن است که پایین بودن میزان تقاضا برای سفر به ایران، به علت کمبود امکانات و تسهیلات رفاهی در زمینه حمل و نقل و اقامت نیست؛ بلکه عنصر امنیت، اصلی‌ترین مانع در افزایش تقاضای سفر به ایران است.

عباسی‌نژاد و حبیبی (۱۳۸۴) به تصریح و تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران، با استفاده از داده‌های سری زمانی و مقطعی پرداخته‌اند. در پژوهش آنان، بیشتر بر روی عوامل اقتصادی و تأثیر آن بر تقاضای گردشگری تأکید شده و با بررسی مدل‌های برآورده شده تقاضای گردشگری در ایران، مشخص شده است که بیشترین تأثیر بر تقاضای گردشگری را متغیرهای درآمد سرانه و قیمت‌های نسبی در طی دوره مورد بررسی داشته‌اند.

خسروآبادی (۱۳۸۵)، با استفاده از روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی، عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی ایران، طی سال‌های ۱۳۸۳ تا ۱۳۴۴ را بررسی کرده است. نتایج حاصل از تخمین مدل، بیانگر آن است که متغیرهای تبلیغات، انقلاب و جنگ، به عنوان متغیرهای مهم و مؤثر بر تقاضای گردشگری کشور محسوب می‌شوند.

محمدزاده، بهبودی، فشاری و ممی‌پور (۱۳۸۹)، تابع

مقدار پولی است که برای مصرف کالاهای دیگر اختصاص می‌یابد و محدودیت‌ها نیز، یکی محدودیت بودجه و دیگری محدودیت زمان است.

البته الگوی فوق باوجود اصلاحات فراوانی که در آن انجام گرفته، هنوز در عمل به‌طور تجربی، تخمین زده نشده است.

الگوهای تجربی دیگری نیز در اقتصاد خرد وجود دارند که با استفاده از تخمین تجربی به نتایجی دست یافته‌اند که ازجمله آنها می‌توان به الگوی «ساکای»^۳ اشاره کرد که درخصوص سفرهای تجاری است.

از دیگر الگوهای طراحی شده با گرایش اقتصاد خرد و توابع تقاضای لگاریتمی، که در آن از روش تابع مطلوبیت «ترانسلوگ»^۴ استفاده شده، الگوی «بکال» و «اسکپرلود»^۵ است که درباره عوامل مؤثر در تقاضای گردشگری در ایالات متحده است (همان منبع).

۳-۴. الگوی تقاضای کیلمان^۶

این الگو، تک‌معادله‌ای است و در آن، با بهره‌گیری از روش سری همزمان^۷ با داده‌های مقطعی، میزان سفرهای گردشگران به کانادا بررسی می‌شود. در این الگو، متغیر وابسته، تعداد سفرهای خارجی، و متغیرهای توضیحی شاخص تورم، نرخ ارز تعدیل‌شده، قیمت بلیت هوایی و درآمد حاصل از جاذبه‌های قومی و ملیتی است. به کارگیری مدل در کشورهای جهان سوم به‌علت کمبود اطلاعات، با مشکلات همراه است (همان منبع).

۳-۵. الگوی ویت و مارتین^۸

در الگوی مذکور، تابع عرضه جهانگردی برای دو کشور آلمان و انگلیس، تصریح و برآورد شده است. در این مدل، متغیر وابسته در کشور آلمان، سرانه تعداد بازدیدهای جهانگردی است که شامل آن دسته از جهانگردانی می‌شود

و قید مربوط به نرخ حداقل اشتغال است. اشکال اصلی این الگوها، این است که قیده‌های الگو که اغلب به‌صورت خطی بیان می‌شوند، تصویری پذیرفتنی از واقعیت نشان نمی‌دهند. به‌علاوه، کاربرد این الگوها برای کشورهای در حال توسعه، تأمل‌پذیر است؛ زیرا استفاده از این الگوها، مستلزم داشتن جدول داده - ستانده بخش‌های مختلف، ازجمله گردشگری است که متأسفانه چنین جداولی در کشورهای در حال توسعه، یا وجود ندارد، یا محاسبه آن مشکل است (موسایی، ۱۳۸۳).

۳-۲. الگوهای تجرید

این الگوها روشی برای پیش‌بینی تقاضای سفر هستند که به‌صورت تک‌معادله‌ای و با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی، تقاضا را تخمین می‌زنند و پیش‌بینی می‌کنند. اصول این الگو برای حمل و نقل و تقاضای آن طراحی شده است. فرضیه اصلی الگو، این است که تقاضای سفر با هر وسیله‌ای به خصوصیات آن وسیله و نیز محیطی که مردم در آن زندگی می‌کنند، بستگی دارد. متغیر وابسته، در این الگو که برای انگلستان تخمین زده شده، تعداد سفرهای خارجی شهروندان انگلیسی است، و متغیرهای مستقل، عموماً حاصل ضرب جمعیت در مبدأ و مقصد و متوسط وزنی درآمد سرانه در دو نقطه است (موسایی، ۱۳۸۳).

۳-۳. الگوهای اقتصادی خرد

در این الگوها به مفهوم مطلوبیت و زیربنای نظری الگوها توجه شده است. صرف‌نظر از کار «لنکستر»^۱ که در سالهای ۱۹۶۶ و ۱۹۷۱، روش جدیدی برای نظریه مطلوبیت مصرف‌کننده ارائه کرد و نیز مطالعه تجربی و تخمینی آماری «راگ»^۲ در سال ۱۹۷۳، کار جدیدی در این خصوص انجام نگرفته است. در الگوی مذکور، تابع مطلوبیت فرد، شامل زمانی است که برای امر سفر صرف می‌شود و

1. Lancaster
2. Rugg
3. Sakai
4. Tronslog

5. Bakkal & Scoperloud (1992)
6. Kilman (1981)
7. Panel Data
8. Witt and Martin (1987)

تابع تقاضای گردشگری، نشان‌دهنده رابطه بین تقاضای جهانگردی و عوامل تأثیرگذار بر تقاضا است. روابط اقتصادی مدل، وقتی برآورده می‌شوند، شناسایی و تشخیص اثر هریک از این عوامل روی تقاضای جهانگردی را امکان‌پذیر می‌سازد.

روش این پژوهش، تحلیلی - توصیفی است که با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی به بررسی و تعیین مدل می‌پردازد. برای تهیه داده‌های این پژوهش، عمدتاً از اطلاعات بانک جهانی، مرکز آمار ایران، مقالات و کتاب‌ها استفاده خواهد شد. و داده‌های سری زمانی، بین سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۸۷ است. نرم‌افزار استفاده‌شده برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و مدل‌ها Eviews9 است.

با استفاده از روش‌های اقتصادسنجی و الگوی پویای خود توضیح با وقفه‌های توزیعی (ARDL)، داده‌های سری زمانی و تفسیر ضرایب به‌دست‌آمده را بررسی می‌کنیم. در ابتدا، ایستایی متغیرها را بررسی خواهیم کرد و برای این کار از آزمون دیکی فولر استفاده می‌کنیم. در مرحله دوم، همزمان با انتخاب تعداد وقفه بهینه متغیرها، الگوهای تحت بررسی در هر بخش برآورد می‌شود. در مرحله بعد، با استفاده از نتایج به‌دست‌آمده در مرحله قبل، به بررسی هم‌جمعی الگوهای پویای فوق می‌پردازیم. بعد از تأیید وجود رابطه بلندمدت، با استفاده از الگوهای پویای به‌دست‌آمده، ضرایب مربوط به الگوهای بلندمدت برآورد می‌شود. در نهایت، با تخمین الگوهای تصحیح خطا، با استفاده از ضریب جمله تصحیح خطا، ساختار الگوهای پویای کوتاه‌مدت بررسی می‌شود.

۴-۲. آزمون ایستایی

در این قسمت به بررسی ایستایی متغیرها از طریق انجام آزمون دیکی فولر تعمیم‌یافته ADF می‌پردازیم.

که برای بازدید اقوام و دوستان خود عازم خارج از کشور هستند. در کشور انگلیس، سرانه تعداد بازدیدهای جهانگردی بدون در نظر گرفتن بازدیدهای اقوام و دوستان به‌عنوان متغیر وابسته است. مقصد سفر در هر دو کشور، عمدتاً اتریش، فرانسه، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سوئیس، یونان و بلژیک بوده است. برای هریک از مقصدها، چهار مدل طراحی شده است. مدل اول، مربوط به مسافرت‌های مستقل افراد با هواپیما، مدل دوم، مسافرت‌های تفریحی مستقل از طریق دریا و زمینی، مدل سوم، مربوط به سفر با هواپیما و مدل چهارم، سفر با تور از طریق دریا و زمین است. متغیرهای مستقل در این مدل‌ها، درآمد قابل تصرف شخصی سرانه، هزینه واقعی سفر، هزینه جهانگردی در مقصد نسبت به هزینه جهانگردی در مبدأ، نرخ تبدیل ارز مقصد نسبت به مبدأ و بالأخره، متغیر مجازی شوک نفتی سال ۱۹۷۴-۱۹۷۲ میلادی و ناآرامی‌های سیاسی درمورد یونان است (صباغ کرمانی، ۱۳۷۵).

۴. روش اقتصادسنجی

۴-۱. ارائه مدل و معرفی متغیرها

در این پژوهش، به‌منظور بررسی تأثیرات متغیرهای معرفی‌شده تقاضای گردشگری در کشور ایران، الگوی زیر، تخمین زده می‌شود (هالیسیوگلو، ۲۰۰۴):

$$TOUR_t = a_0 + a_1 \ln GDP_t + a_2 \ln POIL_t + a_3 \ln REER_t + a_4 \ln CPI_t + \varepsilon$$

متغیرها به شرح زیر است:

TOUR: تعداد گردشگر خارجی وارد شده به ایران
GDP: تولید ناخالص داخلی جهانی (دلار، برحسب سال پایه ۲۰۰۵)

POIL: قیمت نفت (دلار)

REER: نرخ ارز رسمی

CPI: شاخص قیمت مصرف‌کننده

جدول ۱. آزمون دیکی فولر تعمیم یافته در $I(0)$

متغیر	روش	ADF محاسبه شده	مقادیر بحرانی در سطح ۵٪	Prob
Ln TOUR	ADF	-۲/۳۵	-۲/۹۷	۰/۱۶
Ln GDP	ADF	-۰/۱۰	-۲/۹۸	۰/۹۳
Ln REER	ADF	-۱/۱۹	-۲/۹۷	۰/۶۶
Ln CPI	ADF	-۰/۸۴	-۲/۹۸	۰/۷۸
Ln POIL	ADF	-۰/۳۱	-۲/۹۷	۰/۹۰

منبع: محاسبه شده از طریق Eviews 9

جدول ۲. آزمون دیکی فولر تعمیم یافته در $I(1)$

متغیر	روش	ADF محاسبه شده	مقادیر بحرانی در سطح ۵٪	Prob
Ln TOUR	ADF	-۳/۷۳*	-۲/۹۸	۰/۰۰۹۴
Ln GDP	ADF	-۳/۴۸*	-۲/۹۸	۰/۰۱۶۶
Ln REER	ADF	-۴/۸۹*	-۲/۹۸	۰/۰۰۰۶
Ln CPI	ADF	-۳/۱۵*	-۲/۹۸	۰/۰۳۴۷
Ln POIL	ADF	-۵/۱۱*	-۲/۹۸	۰/۰۰۰۴

نتایج آزمون ایستایی، حاکی از آن است که تمامی متغیرها در سطح ایستا نیستند؛ در نتیجه، ایستایی متغیرها، پس از یک بار تفاضل گیری، بررسی شده و نتایج آن در جدول ۲ ارائه شده است. ملاحظه شد، متغیرها با یک بار تفاضل گیری در سطح یک، ایستا شده‌اند.

۳-۴. آزمون هم‌جمعی

آزمون هم‌جمعی به روش جوهانسن^۱ برای تعیین تعداد بردارهای هم‌جمعی که از طریق آزمون اثر^۲ و آزمون حداکثر مقادیر ویژه^۳ صورت می‌گیرد، انجام گرفت که نتایج آن در جداول زیر ثبت شده است.

1. Johansen Cointegration Test

2. Trace Test

3. Maximal Eigen Value Test

جدول ۳. آزمون هم‌جمعی براساس آزمون اثر

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob
None	۰/۹۶	۱۲۹/۱۸	۶۰/۰۶	۰/۰۰
At most 1*	۰/۵۵	۳۹/۹۴	۴۰/۱۷	۰/۰۵
At most 2	۰/۳۴	۱۸/۲۶	۲۴/۲۷	۰/۲۳
At most 3	۰/۱۹	۶/۷۹	۱۲/۳۲	۰/۳۴
At most 4	۰/۰۲	۰/۷۸	۴/۱۲	۰/۴۳

جدول ۴. آزمون هم‌جمعی براساس حداکثر مقادیر ویژه

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob
None	۰/۹۶	۸۹/۳۳	۳۰/۴۳	۰/۰۰
At most 1*	۰/۵۵	۲۱/۶۸	۲۴/۱۵	۰/۱۰
At most 2	۰/۳۴	۱۱/۴۷	۱۷/۷۹	۰/۳۴
At most 3	۰/۱۹	۶/۰۰	۱۱/۲۲	۰/۳۴
At most 4	۰/۰۲	۰/۷۸	۴/۱۲	۰/۴۳

براساس نتایج به‌دست‌آمده، که در جدول‌های ۴ و ۵ ثبت شده است، فرضیه $H(0)=0$ در سطح ۵٪، مبنی بر عدم وجود هم‌جمعی، رد و وجود حداقل دو بردار هم‌جمعی در بلندمدت تأیید شد.

۴-۴. آزمون ARDL

جدول ۵. نتایج آزمون برآورد روابط بلندمدت (ARDL, 5, 2, 3, 3)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Ln GDP	۰/۵۵*	۰/۰۱۶	۳۳/۶۵	۰/۰۰۰۱
Ln REER	-۰/۴۵*	۰/۰۰۵	-۸/۸۳	۰/۰۰۳۱
Ln CPI	۱/۷۸*	۰/۰۰۹	۱۸/۳۷	۰/۰۰۰۴
Ln POIL	-۱/۰۲*	۰/۰۰۶	-۱۴/۷۵	۰/۰۰۰۷

هستند. به‌علاوه، کشش درآمدی کمتر از یک است (۰/۵۵)؛ بنابراین گردشگری، کالای ضروری محسوب می‌شود.

در این معادله، ضرایب به‌دست‌آمده دارای تفسیر بلندمدت هستند. از این رو، یافته‌های پژوهش، نشان می‌دهد که در بلندمدت، اثر تولید ناخالص داخلی جهانی بر تعداد گردشگر

بررسی و برآورد روابط بلندمدت با استفاده از آزمون حنان کوپین انجام گرفته است.

در این بررسی، در بلندمدت، کشش قیمتی تقاضا برای متغیرهای GDP، CPI، REER، کمتر از یک، و کم‌کشش ولی متغیرهای GDP، REER، کمتر از یک، و کم‌کشش

سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به‌صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به‌خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند.

کشور ایران که دارای توانایی‌های بالقوه عظیمی در زمینه‌های زیست محیطی، تاریخی، میراث فرهنگی و غیره است، نمی‌تواند و نباید به‌دلیل مسائل سیاسی و نگرانی‌های فرهنگی - اجتماعی، خود را از این جریان اقتصادی دور نگه دارد. ازسوی دیگر، بازار بین‌المللی گردشگری نیز نمی‌تواند از جاذبه‌های ایران برای گردشگری چشم‌پوشی کند.

برای افزایش گردشگران، تنها نمی‌توان به اقتصاددانان دل بست. راه‌حل درواقع در دستان دولت و برنامه‌ریزان است؛ چراکه آنان اگر نخواهند و تمایلی به گسترش توریسم و جذب گردشگر نداشته باشند، جاذبه‌های تاریخی، طبیعی و فرهنگی به‌تنهایی نمی‌تواند کارساز باشد. از طرف دیگر، تجربه و فرهنگ مردم نیز بی‌تأثیر نیست. گاه پیش می‌آید که دولت می‌خواهد، ولی مردم و مراکزی که با توریست‌ها در ارتباط هستند، تجربه لازم را ندارند و یا آموزش‌های مناسب را ندیده‌اند و از این رو، چگونگی برخورد با گردشگر و ارائه خدمات به او را نمی‌دانند. در این راه، انجام پژوهش می‌تواند یاری‌رسان سازمان‌ها و شرکت‌های مرتبط با بخش گردشگری باشد و موجب شناسایی اولویت‌ها و سیاست‌گذاری‌ها باشد. از این طریق می‌توان، بازار و ارائه روندهای نوین را پیش‌بینی کرد و به این ترتیب، آسیب‌ها و رویدادهای خطرآفرین و غیرمنتظره را کاهش داد.

باوجود اهمیت بی‌بدیل صنعت جهانگردی در توسعه و شکوفایی اقتصادی، سیاست‌گذاری‌های مناسبی درخصوص ارتقای آن در کشورمان انجام نشده و عمده تلاش‌های مربوط به توسعه صنعت جهانگردی در دهه‌های اخیر، معطوف به رهیافت‌های تشویقی و تبلیغاتی و یا به عبارتی، تقاضامحور بوده است. در این راستا، بیشتر هدف‌گذاری‌ها و وضع دستورالعمل‌های اجرایی، معطوف به خصوصی‌سازی واحدهای اقامتی، تبلیغات جهانگردی، آموزش نیروی

خارجی ورودی به کشور، مثبت و معنادار بوده است. به عبارتی، این رابطه نشان‌دهنده این است که ضریب تولید ناخالص جهانی ۰/۵۵ است؛ یعنی در بلندمدت با تغییر یک درصدی در تولید ناخالص داخلی جهانی، تعداد گردشگر خارجی ورودی به کشور، درصورت ثبات سایر شرایط، به میزان ۰/۵۵ درصد افزایش می‌یابد.

علاوه بر آن، در بلندمدت، اثر نرخ ارز رسمی بر تعداد گردشگر خارجی ورودی به کشور، منفی و معنادار است. به عبارتی، این رابطه نشان‌دهنده این است که ضریب نرخ ارز رسمی ۰/۴۵- است؛ یعنی در بلندمدت، با تغییر یک درصدی در نرخ ارز رسمی، تعداد گردشگر ورودی به کشور، به میزان ۰/۴۵ درصد کاهش می‌یابد.

در بلندمدت، اثر شاخص قیمت مصرف‌کننده بر تعداد گردشگر خارجی ورودی به کشور، مثبت و معنادار است. به عبارتی، این رابطه نشان‌دهنده این است که ضریب شاخص قیمت مصرف‌کننده ۱/۷۸ است؛ یعنی در بلندمدت، با تغییر یک درصدی در شاخص قیمت مصرف‌کننده، تعداد گردشگر ورودی به کشور به میزان ۱/۷۸ درصد افزایش می‌یابد.

در بلندمدت، اثر قیمت نفت بر تعداد گردشگر خارجی ورودی به کشور، منفی و معنادار است. به عبارتی، این رابطه نشان‌دهنده این است که ضریب قیمت نفت ۱/۰۲- است؛ یعنی در بلندمدت، با تغییر یک درصدی در قیمت نفت، تعداد گردشگر ورودی به کشور به میزان ۱/۰۲ درصد کاهش می‌یابد.

۵. جمع‌بندی و تبیین نتایج

در این بررسی، از روش الگوی خود توضیح با وقفه‌های گسترده (ARDL) و آزمون‌های دیکی فولر، هم‌جمعی که از طریق آزمون اثر و آزمون حداکثر مقادیر ویژه انجام گرفته، استفاده شده است. به‌علاوه، در پژوهش حاضر، اثر متغیرهای مستقل تولید ناخالص داخلی جهانی، قیمت نفت، نرخ ارز رسمی و شاخص قیمت مصرف‌کننده بر متغیر وابسته تعداد گردشگر خارجی واردشده به ایران، بررسی شده است. امروزه، توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در

زیرساخت‌ها و عدم توجه دولتمردان به این مهم است که البته وابستگی به درآمد نفتی و ناامنی‌های موجود در کشور هم بی‌تأثیر نیست. باتوجه به رفع تحریم‌ها و توافق کشور با ۵+۱، تمایل گردشگران به ورود به کشورمان بسیار بهتر شده است.

مرجع‌ها

ابراهیمی، ع. و خسروی، م. ر. ۱۳۸۴. «عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران»، مجموعه‌مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران.

خسروآبادی، م. ۱۳۸۵. تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره ۱۳۸۳-۱۳۴۴ و ارائه استراتژی‌های گسترش صنعت گردشگری ایران (با استفاده از استراتژی‌های توسعه گردشگری در مالزی، سنگاپور و مصر)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی اصفهان.

صباغ کرمانی، ا. ۱۳۷۵. بررسی وضعیت صنعت توریسم و تخمین تقاضا و عرضه توریسم. مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

طهماسبی پاشا، ج. و مجیدی، ر. ۱۳۸۴. «چشم‌انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر توسعه شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)»، مجموعه‌مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران.

عباس نژاد، ح.، حبیبی، ف. ۱۳۸۴. تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی-مقطعی، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۰.

عشوندی، م. ۱۳۸۰. موقعیت گردشگری در ایران. دانشگاه تهران، گروه جامعه‌شناسی.

کاوه ثیان، ن. ۱۳۸۱. برآورد تابع تقاضای جهانگردی بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۷۵-۱۳۵۰، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.

لطفی، ص. ۱۳۸۴. «نگرش سیستمی لازمه پایداری گردشگری در مازندران»، مجموعه‌مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران.

انسانی، سیاست‌های تشویقی ساخت تأسیسات ایرانگردی و جهانگردی، تخفیف‌های مالیاتی و ... بوده که بیشتر، جذب تقاضا را مد نظر قرار داده است؛ درحالی‌که چالش‌های پیش روی این صنعت، نه تنها استحکام و تداوم بیشتر سیاست‌های جانب تقاضا را طلب می‌کند، بلکه سیاست‌گذاری ابعاد عرضه و سازمان‌دهی ساختار فعالیت بنگاه‌ها را می‌طلبد.

توسعه صنعت گردشگری، با هدف تبدیل آن به بخش اصلی اقتصاد، با مشکلات و تردیدهایی روبه‌رو است. اهم این موارد را می‌توان چنین خلاصه کرد: - موضوع وابستگی اقتصادی به یک صنعت یا بخش اقتصادی از مشکلات عمومی کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آید. وابستگی کامل اقتصاد یک کشور به گردشگری نیز از این موضوع مستثنا نیست.

ریشه‌های تقاضا برای بازدید از یک کشور، در خارج از آن شکل می‌گیرد. یعنی اقتصاد کشور، میزبان و درجه توفیق فعالیت‌های گردشگری در آن، تا حدود زیادی تابع روند فعالیت‌های اقتصادی در کشورهای مبدأ گردشگران است و کشور میزبان، کنترل‌چندانی بر آن نخواهد داشت جمهوری اسلامی ایران، با داشتن جاذبه‌های جهانگردی (تاریخی - مذهبی - طبیعی)، با اتخاذ سیاست‌های مؤثر در این بخش، می‌تواند به سهم مناسب و درخور خود، به بازار جهانگردی جهان دست پیدا کند و این امر، به حل بسیاری از معضلات اقتصادی - اجتماعی کشور منجر خواهد شد.

با استفاده از آزمون دیکی فولر تعمیم‌یافته، ایستایی متغیرها بررسی، و مشاهده شد که تمامی متغیرها در سطح ایستا نیستند و با یک بار تفاضل‌گیری ایستا شده‌اند و با استفاده از دو آزمون حداکثر مقادیر ویژه و آزمون اثر تعیین شد، تعداد بردارهای هم‌جمع که بیانگر وجود حداقل یک بردار هم‌جمع است، بیان شده است. به علاوه، وجود رابطه بلندمدت و کوتاه‌مدت معنادار مثبت میان متغیرهای پژوهش است.

کشور ایران، باتوجه به موقعیت جغرافیایی و جاذبه‌های گردشگری فراوانی که دارد، نتوانسته است در جذب گردشگر خارجی و کسب درآمد ارزی از این طریق به‌طور چشمگیری عمل کند و این امر به دلیل ضعف فرهنگی مردم و نبود

- and econometric analysis of North American Tourist expenditure in Ireland, 1985-2004, *Journal of Tourism economic*, Vol 13.
- Halicioglu, F. 2004. "An ARDL Model of International Tourist Flows to Turkey", *Global Business and Economics Review*, Anthology, pp. 614-624.
- Khoshnevis Yazdi, S., Khanalizadeh, B., 2016. Tourism demand: a panel data approach, *Current Issues in Tourism*.
- Mountinho, L., Huarng, K. H., Tiffany, H. K., 2008. Modeling and forecasting tiourism demand: the case study of flows from mainland China to Taiwan, *journal of Serv Bus*, Vol 2.
- Oppermann, M. 1996. "Rural Tourism in Southern Germany", *Ann. Tourism Res.* 23.
- Summary, R. 1987. Estimation of tourism demand by multivariate regression analysis: Evidence from Kenya, tourism management,
- Song, H, Wong, K.K.F. & Chon, K.K.S. (2003). Modeling and forecasting demand for Hong Kong tourism. *International Hospitality Management*, 22(2), 435-455.
- Tukamushaba, E., Shanshan Lin, V., Bwire, T. (2013). Modeling and Forecasting Inbound Tourism Demand for Long-Haul Markets of Beijing, *Journal of China Tourism Research*, Volume 9.
- Uysal, m., and Crompton, j., (1984), "Determinants of Demand for International tourism flows to Turkey," *Tourism Management*, December, PP. 288-297.
- محمدزاده، پ.، بهبودی، د.، فشاری، م.، ممی پور، س. ۱۳۸۹. تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگری ایران رهیافت (TVP)، *مجله پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی*، دوره ۱، شماره ۱.
- موسایی، م. ۱۳۸۳. تخمین تابع تقاضای گردشگری به ایران عوامل موثر بر تقاضای سفر به ایران، *مجله پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۳۲.
- نوری، م. ۱۳۷۵. برآورد تابع تقاضای گردشگری در ایران ۱۳۷۲-۱۳۴۸، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه تهران.
- هزارجریبی، ج. و نجفی، م. ۱۳۹۰. «اعتماد اجتماعی و توسعه گردشگری»، *مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای*، سال دوم، شماره هفتم.
- Aslan, A., Muhittin, K., Ferit, K. 2008, "International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach", *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, Paper No.10601.
- Algieri, B. 2006. An econometric estimation of the demand for tourism: the case of Russia, *Tourism Economics*, 12(1), 5-20
- Brown, D. 2003. *Rural Tourism: An Annotated Bibliography*. Regional Economist. Washington
- Candela, G. & Figini, P. 2012. *The Economics of Tourism Destinations*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Chaiboonsri, C., Chaitip. P., Rangaswamy, N., 2008. A panel unit root and panel cointegration test of the modeling international tourism demand in India, *journal of annals the University of Petrosani-economics*, Vol 8.
- Habibi, F. 2015. Iranian Tourism Demand for Malaysia: A Bound Test Approach, *Iran. Econ. Rev.* Vol.19, No.1, 2015. p. 63-80.
- Hanly, P., Wade. 2007. *Modelling Tourism Demand*