

## **Comparative Analysis of Regional Tourism with Income-Oriented Approach**

Samira Motaghi<sup>1\*</sup>.

1- Assistant Professor of Economics, Payame Noor University, Tehran, Iran

**Received: 30 March 2020**

**Accepted: 1 August 2020**

### **Extended Abstract**

#### **Introduction**

In recent decades, the tourism industry, as one of the most effective service industries, creating employment and protecting the environment, has been growing rapidly and has greatly improved the economic growth of countries that according to various researchers, tourism has many economic and non-economic benefits (including cultural, social and environmental) for communities. Expansion of tourism has variety advantages that includes economic benefits such as GDP growth, reducing unemployment (creating jobs for unskilled and skilled workers, creating businesses related to housing, food, etc.), increasing the income of local and even national residents, attracting foreign investment, promoting development and diversity in other sectors, socio-cultural benefits such as cultural exchange, improvement of cultural activities, promotion of social status, social participation, protection of cultural heritage, protection and promotion of indigenous cultural values and entrepreneurship and environmental benefits such as environmental protection and natural resources, improving infrastructure and protecting the natural landscape. . Accordingly, considering the expansion of this industry and its role in the economies of countries, especially developing countries without production resources, identifying the effective factors on the improvement of tourism is necessary and is of great importance. Therefore, the present study seeks to identify the key and influential factors in the development of regional tourism based on different indicators of each region (including income issues) and by dividing the regions into three sections of high, low and middle income, compare the effective indicators on tourism in different regions with the economic modeling approach.

#### **Methodology**

The present study intends to compare regional tourism with income-oriented approach among low, high and middle income regions with an analytical-descriptive nature and using modeling techniques. This research is applied one in terms of purpose and the period of study is 1995 to 2015. The data included information of 120 cities in the capitals of middle, low, and high-income countries, derived from indicators of the World Tourism Organization, the World Bank, and the International Monetary Fund (IMF) and with data panel method (fixed and random effects method) and EViews 9 software have been examined.

#### **Results and discussion**

According to the estimation of research models with fixed and random data panel methods and based on theoretical foundations and previous studies related to the research topic, three indicators of tourism cost share of GDP, per capita tourist expenditures and number of tourists are approved as dependent variables and the effect of independent variables on them was investigated. Based on the results, the share of tourism expenditure in GDP is recognized as the most appropriate regional and international tourism index and the effectiveness of economic

---

\* Corresponding Author (Email: [samira.motaghi@gmail.com](mailto:samira.motaghi@gmail.com))

Copyright © 2020 Journal of Urban Tourism. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

variables on the index, showed that the variables of exchange rate, Consumer Price Index (CPI) and GDP per capita, are the most influential regional tourism indicators at the international level.

### **Conclusion**

The results of comparing the effective factors on the regional tourism in all three groups of low, middle and high income, showed that the variables of exchange rate, Consumer Price Index (CPI) and GDP per capita are the most important factors affecting global tourism in all countries and all three groups are low, middle and high income countries. And this factor means that the factors affecting international and regional tourism are the same in different regions and countries.

In other words, regardless of any geographical and regional conditions, economic variables are the most effective indicators in the field of international tourism and, consequently, attracting tourists to the capitals of different countries. Meanwhile, exchange rate and GDP per capita indicators have a positive effect and Consumer Price Index (inflation) has a negative impact on tourism in different countries, which shows the steady impact of these indicators in different regions.

The coefficients of these variables also show well that the lower the inflation in different regions, and the higher the exchange rate and GDP of countries, tourism in countries (in general), will have a more appropriate trend and absorption and also the process of attracting tourists in the regions will be better. In addition, the negative and very high coefficient of price index (inflation) in all three models and for all three groups, shows that high inflation, in other words, price instability in all countries of the world, is a negative indicator in attracting foreign tourists.

Also, exactly the same coefficients related to middle and high income countries, in the estimated models, show the high similarity of the two groups in the tourism sector and tourist attraction and consequently, it means that politicians and legislators in this group of countries can conform each other.

**Keywords:** Regional tourism, Income-oriented approach, Tourism economy.

## تحلیل مقایسه‌ای گردشگری منطقه‌ای با رویکرد در آمد محور

سمیرا متقی<sup>۱</sup> - استادیار اقتصاد، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۱۱

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۱/۱۱

### چکیده

با توجه به گسترش صنعت گردشگری و نقش آن در اقتصاد کشورها، به‌ویژه کشورهای در حال توسعه فاقد منابع تولیدی، شناسایی عوامل مؤثر در بهبود گردشگری، امری ضروری بوده و از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد. از این رو پژوهش حاضر به دنبال این هدف است تا عوامل کلیدی و اثرگذار در توسعه گردشگری منطقه‌ای را بر اساس شاخص‌های مختلف هر منطقه (از جمله مباحث درآمدی) شناسایی و با تقسیم مناطق به سه بخش درآمد بالا، پایین و متوسط، شاخص‌های اثرگذار بر گردشگری را در مناطق مختلف، با رویکرد مدل‌سازی اقتصادی، موردقیاس قرار دهد. این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش، تحلیلی - توصیفی می‌باشد. دوره زمانی موردبررسی تحقیق، ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ بوده و نمونه موردبررسی ۱۲۰ شهر از پایتخت‌های کشورهای با درآمد متوسط، پایین و بالا می‌باشد. نتایج حاصله از تحقیق، نشان می‌دهد که متغیرهای نرخ ارز، شاخص قیمت خرده‌فروشی (CPI) و تولید ناخالص داخلی سرانه از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر گردشگری جهانی همه کشورها و هر سه گروه کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا، محسوب می‌شود و در این میان شاخص‌های نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی سرانه تأثیر مثبت و شاخص خرده‌فروشی قیمت‌ها (تورم)، تأثیر منفی بر گردشگری در کشورهای مختلف داشته که نشان‌دهنده تأثیرگذاری یکنواخت این شاخص‌ها در مناطق مختلف می‌باشد. همچنین، ضرایب کاملاً یکسان مربوط به کشورهای با درآمد متوسط و بالا، در مدل‌های تخمینی، شباهت زیاد این دو گروه در بخش گردشگری و جذب گردشگر را نشان می‌دهد و بالطبع حاکی از این است که سیاستمداران و قانون‌گذاران بخش گردشگری در این گروه کشورها، می‌توانند از یکدیگر تبعیت کنند.

**واژگان کلیدی:** گردشگری منطقه‌ای، رویکرد درآمد محور، اقتصاد گردشگری.

## مقدمه

در دهه‌های اخیر، صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع اثرگذار خدماتی ایجادکننده اشتغال و حافظ محیط‌زیست، به‌سرعت در حال رشد بوده و تا حد زیادی، رشد اقتصادی کشورها را بهبود بخشیده است (Chianeh et al, 2013:20). بر اساس نظر پژوهشگران مختلف، گردشگری، مزایای اقتصادی و غیراقتصادی (اعم از فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی) بسیاری را برای جوامع به همراه دارد (Atkociuniene, 2011:38). گسترش گردشگری، مزایای اقتصادی از قبیل رشد تولید ناخالص داخلی، کاهش بیکاری (ایجاد کار برای کارگران غیر ماهر و ماهر، ایجاد کسب‌وکار مرتبط با مسکن، غذا و ...)، افزایش درآمد ساکنان محلی و حتی ملی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی (Sodhro et al, 2019:1168)، ارتقای توسعه و تنوع در بخش‌های دیگر، مزایای اجتماعی - فرهنگی مانند تبادل فرهنگی، بهبود فعالیت‌های فرهنگی، ارتقای وضعیت اجتماعی، مشارکت اجتماعی، حفاظت از میراث فرهنگی، حفاظت از ترویج ارزش‌های فرهنگی بومی و کارآفرینی (Gunn & Var, 2002:14) و مزایای زیست‌محیطی مانند حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی، بهبود زیرساخت‌ها و حفاظت از چشم‌انداز طبیعی را به همراه دارد (Gao et al, 2009:442). بر این اساس، به نظر می‌رسد که در مناطقی که تولید یا استخراج، از نظر اقتصادی به‌صرفه نیست یا صورت نمی‌پذیرد، یا نقش مهمی در صحنه تجارت و بازرگانی بین‌المللی ندارند، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت بالایی برخوردار بوده و ضرورت توجه دست‌اندرکاران را می‌طلبد (Kerr et al, 2001:28؛ غلامی و خلجی، ۱۳۹۶: ۱۸). در واقع، گسترش صنعت گردشگری، برای کشورهای جهان به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، از اهمیت بسیاری برخوردار است (Brida et al, 2011:195). به طوری که، بر اساس آمار سازمان جهانی جهانگردی، صنعت توریسم، تأثیر بسیاری در سیستم اقتصاد کشورها دارد (Atkociuniene, 2011:25)؛ به صورتی که بر اساس آمار سازمان گردشگری جهانی، گردش مالی بیش از ۸۰۰ میلیارد دلار در سال را به همراه داشته و بخش درخور توجه و رو به رشدی از GDP<sup>۱</sup> کشورها را به خود اختصاص داده است (Peng et al, 2015:35; WTO, 2018). همچنین، گردشگری، حدود ۱۰ درصد از درآمد جهان را فراهم می‌کند و حدود یک‌دهم از نیروی کار جهان را به کار می‌گیرد (صادقی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۰)، بعلاوه بر اساس آمار سازمان متبوع، شمار گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۷، با رشد ۷ درصدی مواجه بوده و با ثبت رقم ۱/۳ میلیارد نفر، رکورد قابل‌ملاحظه‌ای را میان صنایع بخش سوم<sup>۲</sup> به خود اختصاص داده است (WTO, 2017). که این عامل، منجر به رشد صنعت گردشگری در سطح بین‌الملل می‌شود.

اما نکته حائز اهمیت در این راستا این است که با وجودی که، آمار جهانی و منطقه‌ای گردشگری به‌صورت کلان بوده و همه کشورها و مناطق به یک اندازه، در گردشگری بین‌المللی سهم نیستند (برای نمونه، سهم ایران از گردش مالی بین‌المللی در سال ۲۰۱۷، کمتر از یک‌دهم درصد است و این سهم در دوره‌های مختلف، متفاوت بوده است (WTO, 2017)؛ اما برخی کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته‌ای چون مصر، تونس، فلسطین، ایسلند و نیکاراگوئه، از درصد بسیار بالای جذب گردشگر در سال مذکور، برخوردار بوده‌اند تا جایی که، رشد قابل توجه جذب گردشگر در این کشورها، در کنار رشد معمولی جذب گردشگر کشورهای توسعه‌یافته اروپایی مانند اسپانیا، فرانسه و آلمان (که همواره از پرطرفدارترین جاذبه‌ای گردشگری در سطح جهانی هستند) (WTO, 2017) قرار گرفته است و همین امر، لزوم توجه به گردشگری و عوامل مؤثر بر آن را، بیش‌ازپیش نمایان می‌سازد. چراکه بر اساس آمار جذب گردشگر در مناطق مختلف توسعه‌یافته و در حال توسعه، به نظر می‌رسد که گردشگری، حاکی از تأثیرگذاری متغیرهای کلانی است که به‌دوراز هیاهوهای سیاسی و امنیتی، گردشگران را به بازدید از مناطق مختلف، رهنمون می‌شود (برخی از مناطق در حال توسعه رشد یافته در آمار گردشگری، به لحاظ امنیتی در وضعیت کاملاً قابل قبولی به سر نمی‌برند). از این رو پژوهش حاضر به دنبال این هدف است تا عوامل کلیدی و اثرگذار در توسعه گردشگری منطقه‌ای را بر اساس شاخص‌های مختلف هر

<sup>۱</sup>Gross Domestic Production

منطقه (از جمله مباحث درآمدی و منطقه‌ای) شناسایی و با تقسیم مناطق به سه بخش درآمد بالا، پایین و متوسط، به این سوالات پاسخ دهد که آیا سردمداران در مناطق و جوامع مختلف می‌توانند از عوامل اثرگذار در جذب گردشگر در مناطق دیگر برای جذب گردشگر خارجی در منطقه خودشان، بهره ببرند یا خیر؟ آیا مناطق مختلف، می‌توانند از عوامل کلان اثرگذار کشورهایی با شرایط مشابه خودشان، در جذب گردشگر خارجی، استفاده کنند یا خیر؟

لیم<sup>۱</sup> (۱۹۹۷)، در مطالعه همه‌جانبه خود، که روی ۱۰۰ مطالعه که در ارتباط با عوامل اثرگذار بر گردشگری متمرکز بودند، شاخص‌های زیر را مورد بررسی قرار داد:

زمان چاپ اثر، انواع داده (سری زمانی، مقطعی، پانل و ...)، اندازه مشاهدات، نوع مدل مورد استفاده، انواع متغیرهای وابسته (تعداد گردشگران، مخارج گردشگران، صادرات و واردات صورت گرفته از طریق سفر، مدت اقامت و ...)، متغیرهای مستقل (درآمد، قیمت‌های نسبی، هزینه حمل‌ونقل، نرخ ارز و ...) و تعداد متغیرهای مستقل و وابسته مورد استفاده در تحقیق و به این نتیجه رسید که، بیشتر مطالعات تجربی انجام شده در دهه ۸۰، از داده‌های سالانه، استفاده کرده و مشاهدات کمی را به کار برده‌اند، بعلاوه اغلب معادلات مورد استفاده برای تخمین مدل، خطی بوده‌اند. متغیرهای وابسته مورد استفاده در این تحقیقات (شاخص گردشگری)، تعداد گردشگران وارد شده به کشور و مخارج گردشگران بوده و متغیرهای درآمد، قیمت‌های نسبی (شاخص قیمت‌ها)، هزینه‌های حمل‌ونقل و نرخ ارز، اثرگذارترین متغیرهای مستقل مورد استفاده در تحقیقات دوره مذکور، بوده‌اند. لیم (۱۹۹۹)، در مطالعات خود که روی ۷۰ مقاله صورت گرفته بر گردشگری، انجام داد، رابطه میان درآمد، شاخص قیمت‌ها و هزینه‌های حمل‌ونقل (رایج‌ترین متغیرهای برون‌زای مورد استفاده در آن دهه) و تقاضای گردشگری را از دیدگاه‌های مختلف، مورد بررسی قرار داد و به این نتیجه رسید که متغیرهای درآمد و قیمت در بیشتر مطالعات، تأثیرگذاری بیشتری نسبت به سایر متغیرها بر تقاضای گردشگری داشته‌اند.

استوکا<sup>۲</sup> (۲۰۰۲)، نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات تجربی، سعی می‌کنند که به مدل‌سازی تقاضای گردشگری میان کشورهای عرضه‌کننده و دریافت‌کننده توریسم با مدل  $q = f(y, p)$  بپردازند. جایی که  $q$ ، مصرف گردشگری در کشورهای دریافت‌کننده گردشگر  $y$ ، درآمد سرانه کشورهای عرضه‌کننده به عنوان ظرفیت قدرت خرید و  $p$ ، شاخص نسبی قیمت است و سطوح قیمتی را میان کشورهای مبدأ و مقصد، اندازه‌گیری می‌کند. در تعدادی از این مطالعات از قیمت‌های جانشین نیز، استفاده می‌شود (Cheng et al, 2013: 890). عبدالرحیم<sup>۳</sup> (۲۰۰۹)، در مطالعه خود، به تخمین تابع تقاضای توریسم در کشور مالزی با رویکرد پانل دیتا پرداخت و گستردگی جاذبه‌های گردشگری را از مهم‌ترین عوامل جذب توریست به این کشور، معرفی کرد (Chen et al, 2015: 548). اصلان<sup>۴</sup> و همکاران (۲۰۰۹)، در مطالعه‌ای تحت عنوان "تقاضای توریسم بین‌الملل برای کشور ترکیه: با رویکرد پانل دیتا"، به بررسی عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری این کشور پرداخته و درآمد سرانه و مخارج مصرفی گردشگران را از مهم‌ترین عوامل ورود گردشگران به این کشور، معرفی می‌کنند. پنگ<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، در مطالعه جامع خود که روی ۱۹۵ مطالعه در دوره زمانی ۱۹۶۱ تا ۲۰۱۱ پرداختند، تأثیر فاکتورهای کلان اقتصادی (بالأخص درآمد و قیمت)، را بر تقاضای گردشگری مورد بررسی قرار دادند و تأثیر، منطقه مورد مطالعه، دوره زمانی مورد بررسی، روش‌شناسی تحقیق و مدل‌های مورد استفاده و ... را مورد تحلیل قرار داده و اثرگذاری هر کدام از این شاخص‌ها در نتایج تحقیقات را به‌وفور، مورد مشاهده قرار دادند. مطالعات صورت گرفته انجام شده در زمینه گردشگری بین‌المللی و عوامل مؤثر بر آن، اغلب برای مناطق همگن انجام شده، بعلاوه، بیشتر مطالعات صورت گرفته برحسب مطالعات منطقه‌ای است نه گروه‌های درآمدی؛ به عبارتی، مطالعه منسجمی که به صورت مقایسه‌ای، عوامل مؤثر بر گردشگری منطقه‌ای در گروه کشورهای مختلف را با تقسیم‌بندی درآمدی، مورد

<sup>۱</sup>Lim

<sup>۲</sup>Stoka

<sup>۳</sup>Abdo Alrahim

<sup>۴</sup>Aslan

<sup>۵</sup>Peng

تحلیل قرار دهد، صورت نگرفته و همین امر، نوآوری تحقیق حاضر محسوب می‌شود.

## مبانی نظری

گردشگری، به صورت کلی، مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا شرکت در مراسمی خاص، صورت می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود، گذرا و موقتی خواهد بود (Chang & Lai, 2011: 970؛ حسام و آقای زاده، ۱۳۹۸: ۴). به عبارتی، هرگونه فعل و انفعالی که در جریان سفر یک سیاحت‌گر صورت می‌گیرد، گردشگری تلقی می‌شود (Lee, 1996: 530). حال اگر در جریان این انفعالات، رویکردهای اقتصادی، محور تحرکات قرار گیرد، گردشگری از این بعد مورد توجه قرار می‌گیرد و بر این اساس، گردشگری، مجموعه روابطی قلمداد می‌شود که از مسافرت و اقامت یک نفر غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید (درویشی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴۲۰) و از این منظر، گردشگری، فعالیتی اقتصادی قلمداد می‌شود که به دلیل ماهیت ویژگی‌های خاص آن، فرصت‌هایی مناسب برای ورود به عرصه تجارت بین‌المللی را فارغ از سطح توسعه‌یافتگی کشورها فراهم می‌آورد (Odhiambo, 2011). این مهم باعث شده است که از این فعالیت اقتصادی به عنوان صنعتی یاد شود که اساساً ماهیتی خدماتی دارد (محمدی، ۱۳۹۷: ۸۳). گردشگری با در اختیار داشتن ۹ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی، بیش از ۸ درصد اشتغال و ۳۰ درصد از صادرات در سطح بین‌الملل، یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی رو به رشد در جهان است (UNWTO, 2014). بنا بر آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۰۵، به ۷۹۸ میلیون نفر، در سال ۲۰۰۹ به ۸۸۲ میلیون نفر، در سال ۲۰۱۰ با رشد ۷ درصدی به ۹۴۰ میلیون نفر و در سال ۲۰۱۷ به ۱/۳ میلیارد نفر رسیده است و بر اساس نظر سازمان جهانی گردشگری<sup>۱</sup> پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۳۰ به ۱/۸ میلیارد نفر، برسد (UNWTO, 2017). این ارقام به خوبی نشان‌دهنده گسترش حجم مبادلات مالی گردشگری در سطح بین‌الملل می‌باشد که می‌تواند این صنعت را با توجه به اثرات پیشین و پسین گسترده آن و دخیل بودن در صنایع قابل توجه، به صنایع چشم‌گیر در اقتصاد داخل کشورها، بالأخص کشورهای دارای مزیت نسبی در حوزه گردشگری، تبدیل کند (متقی، ۱۳۹۶: ۱۲)؛ چراکه گردشگری با فعالیت‌های متنوعی مانند حمل‌ونقل، خطوط هوایی، خطوط دریایی، هتل‌ها و آژانس‌های مسافرتی، مکان‌های تفریحی و ... در ارتباط بوده و اقتصاد همه این فعالیت‌ها به طور خاص و اقتصاد کل کشور به صورت عام را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد (لاندرگ، ۱۳۸۳). بنا بر عقیده کاسترز<sup>۲</sup> (۱۹۸۴)، گردشگری دانشی چند رشته‌ای است که اگر بدون انجام تجزیه و تحلیل‌های سیاسی دقیق و برنامه‌های مدون، توسعه و تکامل یابد، کامل نخواهد بود. اینسکیپ<sup>۳</sup> (۱۹۹۱) نیز حکومت‌ها را در جهت شناسایی آثار و آینده گردشگری، مؤثر می‌بیند تا نقش خود را در این فرآیند افزایش دهند. بر این اساس، گردشگری، یک فرآیند تک‌بعدی نیست و به عوامل متعددی، وابسته است. عوامل اصلی اثرگذار بر تقاضای گردشگری بین‌المللی را می‌توان به سه دسته کلی عوامل برون‌زا، اجتماعی - روان‌شناختی و عوامل اقتصادی، تقسیم کرد (غفارزاده، ۱۳۸۸: ۴۵). عوامل برون‌زای تقاضای گردشگری معمولاً به روند ادوار تجاری، پیشرفت در استفاده از فناوری، تغییرات در محل بازار، رشد اقتصادی، ویژگی‌های سیاسی و اجتماعی مقصدها و توانایی بهره‌برداری از منابع عرضه مربوط می‌شوند (De Vita, 2014: 229). عوامل اجتماعی - روان‌شناختی، به وضعیت خود گردشگر مربوط می‌شود و طبعاً، به آسانی قابل اندازه‌گیری نیست (Kiliç, Bayar, 2014: 85). عوامل اقتصادی تقاضای گردشگری، بر اساس تابع تقاضای گردشگری، که بر مبنای تابع تقاضای کالا و خدمات بنا نهاده شده، می‌باشد.

الگوی اصلی تابع تقاضای گردشگری، در واقع منطبق بر نظریه تقاضا برای کالاها و خدمات می‌باشد که مصرف‌کننده با توجه به درآمد و سطوح قیمتی کالاها، در صدد حداکثر کردن مطلوبیت خود بوده و این مهم در فضای دو کالایی که

<sup>۱</sup> World Travel & Tourism Council (WTTC)

<sup>۲</sup> United Nation – World Tourism Organization (UN – WTO)

<sup>۳</sup> Kastors

<sup>۴</sup> Inseep

مصرف‌کننده کالای گردشگری،  $q_1$  و یک کالای دیگر مانند  $q_2$  را به‌عنوان نماینده بقیه کالاها و خدمات، مصرف می‌نماید، صورت می‌گیرد. بر این اساس، تابع تقاضای گردشگری مصرف‌کننده، با فرض حداکثر کردن تابع مطلوبیت فرد مصرف‌کننده ( $U = u(q_1 + q_2)$ ) و ثبات قید بودجه ( $y$ )، به‌صورت اولیه زیر درمی‌آید:

$$Q_1 = F(y, p_1, p_2)$$

و بر این اساس، تقاضای گردشگری در همه سطوح، از جمله سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی، به میزان درآمد گردشگران، قیمت گردشگری در هر منطقه (به‌منظور جذب گردشگر) و قیمت سایر کالاها وابسته هستند؛ که از عوامل اقتصادی اولیه اثرگذار بر گردشگری محسوب می‌شوند اما به تدریج و با مطالعات صورت گرفته در این راستا، طیف این عوامل، تغییر کرد.

### روش پژوهش

مقاله حاضر بر آن است تا با رویکردی تحلیلی - توصیفی و به‌کارگیری تکنیک‌های مدل‌سازی به بررسی مقایسه‌ای گردشگری منطقه‌ای با رویکرد درآمد محور در میان مناطق با درآمد پایین، بالا و متوسط، بپردازد. روش به کار گرفته شده در تحقیق، روش اثرات ثابت و تصادفی و نرم‌افزار مورد استفاده، 9 eviews می‌باشد. این مطالعه داده‌های مربوط به پایتخت‌های ۱۲۰ کشور را، از میان کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا، که در دوره زمانی ۱۹۹۵-۲۰۱۵ و از شاخص‌های مربوط به سازمان گردشگری جهانی، بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول (IMF)، استخراج شده‌اند، مورد بررسی قرار می‌دهد. مدل‌های مورد استفاده در تحقیق حاضر، با توجه به مبانی نظری و بر اساس مدل فیلیپ<sup>۱</sup> همکاران (۲۰۱۷)، به شرح زیر است:

$$\text{Arrivalit} = f(\text{XR}, \text{P}, \text{GDP})$$

$$\text{EXit} / \text{Arrivalit} = f(\text{XR}, \text{P}, \text{GDP})$$

$$\text{EXit} / \text{GDPPit} = f(\text{XR}, \text{P}, \text{GDP})$$

با لگاریتم‌گیری از مدل‌های شماره ۱، ۲ و ۳، به‌منظور بهره‌گیری از کشش متغیرها، مدل‌های شماره ۴، ۵ و ۶ به شرح زیر حاصل می‌شود:

$$(۴) \text{Ln Arrivalit} = a_0 + a_1 \text{Ln XRit} + a_2 \text{Ln Pit} + a_3 \text{Ln GDPit} + \text{uit}$$

$$(۵) \text{Ln (EXit / Arrivalit)} = a_0 + a_1 \text{Ln XRit} + a_2 \text{Ln Pit} + a_3 \text{Ln GDPit} + \text{uit}$$

$$(۶) \text{Ln (EXit / GDPPit)} = a_0 + a_1 \text{Ln XRit} + a_2 \text{Ln Pit} + a_3 \text{Ln GDPit} + \text{uit}$$

شاخص‌های مورد استفاده در مدل‌ها به شرح زیر است:

Arrivalit: تعداد گردشگران خارجی وارد شده به کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

EXit: مخارج واقعی انجام شده توسط گردشگران (هزینه سفرهای انجام شده) کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

GDPPit: تولید ناخالص داخلی (برحسب برابری در قدرت خرید) کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

XRit: نرخ ارز واقعی برحسب دلار کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

Pit: شاخص قیمت خرده‌فروشی (CPI) کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$  که می‌تواند به‌عنوان شاخص تورم نیز به کار رود؛

GDPit: تولید ناخالص داخلی سرانه کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

EXit / Arrivalit: مخارج سرانه گردشگران خارجی کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ ؛

EXit / Arrivalit: سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی کشور  $i$  در دوره زمانی  $t$ .

### بحث و یافته‌ها

یکی از مشکلات اساسی تحقیقات در نظر نگرفتن مانایی متغیرها و روند تغییرات آن‌ها در طول زمان به‌عنوان یک عامل



اثرگذار بر تجزیه تحلیل‌های رگرسیونی است. از طرفی از خصوصیات مهمی که داده‌ها باید دارا باشند، مانا بودن آن‌هاست. مانا بودن داده‌ها مانع از رگرسیون کاذب میان متغیرها می‌شود. لذا پیش از انجام هرگونه تحلیلی برای اطمینان از ساختگی نبودن و در پی آن داشتن نتایج مطمئن، بایستی نسبت به وضعیت مانایی متغیرها، اطمینان حاصل کنیم. مانایی متغیرهای تحقیق حاضر با استفاده از آزمون‌هایی همچون لوین و لین، پسران و شین، آزمون فیشر و آزمون هاردی (گجراتی، ۱۳۸۷: ۴۵)، مورد آزمون قرار می‌گیرد.

جدول شماره ۱. بررسی آزمون ریشه واحد برای متغیرهای موجود در مدل (کشورهای با درآمد پایین)

متغیرها	LARI	LEX/Ari	LEX/GDP	LXR	LP	LGDP
Levin, Lin & Chu (احتمال)	۳۵/۹	۱۵/۲	۳۴/۰	۲۴/۱۰	۹/۱۴	۷۸/۱۷
	(۰/۰۰)	(۰/۶۴)	(۰/۸۹)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۹۵/۸	۵۴/۹	-	-	-
Im, Pesaran & Shin W-stat (احتمال)	۴۵/۲۳	۱۶/۱	۴۵/۲	۳۴/۱۸	۳۲/۱۴	۴۵/۳۱
	(۰/۰۰)	(۰/۸۹)	(۱/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۸۵/۸	۵۴/۱۳	-	-	-
ADF - Fisher Chi-square (احتمال)	۳۴/۹	۳۵/۱	۵۶/۱	۴۵/۱۳	۷/۴۵	۸۳/۴
	(۰/۰۰)	(۰/۹۹)	(۰/۸۴)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۸۴/۸	۲۴/۱۸	-	-	-

بر اساس نتایج جدول شماره (۱)، مشخص است که، متغیرهای تعداد گردشگران ورودی، نرخ ارز، سطح قیمت‌ها و تولید ناخالص داخلی سرانه، در سطح معنادار شدند بنابراین  $I(0)$  می‌باشند و متغیرهای نسبت هزینه‌های سفر به تعداد گردشگران ورودی و مخارج سرانه گردشگران خارجی، با یک مرتبه تفاضل گیری پایا شدند که در نتیجه از نوع  $I(1)$  می‌باشند.

جدول شماره ۲. بررسی آزمون ریشه واحد برای متغیرهای موجود در مدل (کشورهای با درآمد متوسط)

متغیرها	LARI	LEX/Ari	LEX/GDP	LXR	LP	LGDP
Levin, Lin & Chu (احتمال)	۱۰/۴۵	۱/۱۴	۱۳/۱۴	۲۴/۰۳	۱۸/۸	۱۸/۶
	(۰/۰۰)	(۰/۷۵)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۱۳/۶۵	-	-	-	-
Im, Pesaran & Shin W-stat (احتمال)	۱۴/۶۷	۰/۷۸	۱۹/۵۶	۳۲/۱۴	۱۵/۴۳	۳۲/۸
	(۰/۰۰)	(۰/۸۸)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۸/۷۸	-	-	-	-
ADF - Fisher Chi-square (احتمال)	۱۸/۵۴	۰/۲۴	۱۵/۷۶	۱۳/۴۵	۸/۴۳	۳۳/۴۵
	(۰/۰۰)	(۰/۹۹)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
	-	۱۴/۳۴	-	-	-	-



نتایج مربوط به جدول (۲)، نشان می‌دهد که کلیه متغیرها به جز مخارج سرانه گردشگران که با یک مرتبه تفاضل گیری مانا می‌شود، در سطح مانا هستند.

جدول ۳. بررسی آزمون ریشه واحد برای متغیرهای موجود در مدل (کشورهای با درآمد بالا)

متغیرها	LARI	LEX/Ari	LEX/GDP	LXR	LP	LGDP
در سطح با عرض از مبدأ و بدون روند	۳۲/۴	۱۳/۶	۱۸/۱۵	۲۱/۰۳	۲۳/۷	۳۴/۷
تفاضل مرتبه اول	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
احتمال	-	-	-	-	-	-
Im, Pesaran and Shin W-stat	۱۵/۳۲	۴۲/۸	۲۱/۳۴	۳۱/۶	۱۶/۸	۲۱/۵
در سطح با عرض از مبدأ و بدون روند	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
تفاضل مرتبه اول	-	-	-	-	-	-
احتمال	-	-	-	-	-	-
ADF - Fisher Chi-square	۲۷/۳۶	۱۲/۴	۲۳/۵	۱۴/۷	۴۲/۶	۳۲/۷
در سطح با عرض از مبدأ و بدون روند	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)	(۰/۰۰)
تفاضل مرتبه اول	-	-	-	-	-	-
احتمال	-	-	-	-	-	-

نتایج مربوط به جدول (۳)، نیز نشان می‌دهد که کلیه متغیرها در سطح مانا هستند. در ادامه به تخمین مدل مپرداخته شده است که به منظور تخمین مدل به روش پانل دیتا، ابتدا از آزمون F لیمر استفاده می‌کنیم تا مشخص شود که آیا عرض از مبدأها یکسان می‌باشند و یا خیر؟

$$F(n-1, nt-n-k) = ((R^2U - R^2R)/(n-1))/((1-R^2U)/(nt-n-1)) \quad (3)$$

به منظور تعیین روش (اثرات ثابت یا تصادفی)، از آزمون هاسمن، با فرضیات زیر، استفاده می‌شود.

$H_0$  = مناسب بودن مدل اثر تصادفی

$H_1$  = نامناسب بودن مدل اثر تصادفی

روش تخمین در ادامه در جداول مربوطه، قید شده است.

نتایج مربوط به تخمین تابع تقاضای گردشگری جهانی ۱۲۰ پایتخت کشورهای مختلف، در دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵، به روش اثرات ثابت و تصادفی، به شرح جدول (۴) می‌باشد.

جدول شماره ۴. برآورد تابع تقاضای گردشگری جهانی

متغیرها	مدل ۴ (Arrival)	مدل ۵ (EX/Arri)	مدل ۶ (EX/GDP)
XR	۰/۲۸ (۰/۰۰)	۰/۰۰۸ (۰/۰۰)	۰/۰۹ (۰/۰۰)
P	-۰/۰۷ (۰/۰۰)	-۰/۸۷ (۰/۰۰)	-۰/۸۹ (۰/۰۰)
GDP	۰/۴۸ (۰/۰۰)	۰/۵۱ (۰/۰۰)	۰/۰۸۷ (۰/۰۰)
روش تخمین	اثرات تصادفی	اثرات تصادفی	اثرات ثابت
ضریب تعیین ( $R^2$ )	۰/۰۸۶	۰/۴۹	۰/۹۳
آماره F	۸۶/۸ (۰/۰۰)	۱۱۲/۵ (۰/۰۰)	۹۸/۴۳ (۰/۰۰)

نتایج مربوط به تخمین تابع تقاضای گردشگری جهانی کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا در دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵، به شرح جدول (۵) می‌باشد:

جدول شماره ۵. برآورد تابع تقاضای گردشگری جهانی (کشورهای با درآمد پایین، درآمد متوسط و درآمد بالا) - مدل شماره ۴ با متغیر وابسته تعداد گردشگران

متغیرها	درآمد پایین	درآمد متوسط	درآمد بالا
XR	۰/۲۶ (۰/۰۰)	۰/۳۸ (۰/۰۰)	۰/۳۹ (۰/۰۰)
P	-۰/۱۲ (۰/۰۰)	-۰/۳۱ (۰/۰۰)	-۰/۰۵۲ (۰/۰۰)
GDP	۰/۴۹ (۰/۰۰)	۰/۴۵ (۰/۰۰)	۰/۶۸ (۰/۰۰)
روش تخمین	اثرات ثابت	اثرات ثابت	اثرات تصادفی
ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	۰/۱۶	۰/۲۷	۰/۴۵
آماره F	۷۶/۴ (۰/۰۰)	۹۸/۶ (۰/۰۰)	۱۲۳/۶ (۰/۰۰)

به نظر می‌رسد نسبت تأثیرگذاری ضرایب مستقل بر گردشگری در هر سه گروه یکسان می‌باشد. به صورتی که، به ترتیب افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه، افزایش نرخ ارز و کاهش شاخص قیمت‌ها، بیشترین تأثیر را بر افزایش رشد گردشگری در کشورها داشته‌اند.

جدول شماره ۶. برآورد تابع تقاضای گردشگری جهانی (کشورهای با درآمد پایین، درآمد متوسط و درآمد بالا) - مدل شماره ۵ با متغیر وابسته مخارج سرانه گردشگران

متغیرها	درآمد پایین	درآمد متوسط	درآمد بالا
XR	۰ (۰/۰۰)	۰ (۰/۰۰)	۰ (۰/۰۰)
P	-۰/۸۹ (۰/۰۰)	-۰/۷۸ (۰/۰۰)	-۰/۷۸ (۰/۰۰)
GDP	۰/۳۱ (۰/۰۰)	۰/۵۱ (۰/۰۰)	۰/۵۱ (۰/۰۰)
روش تخمین	اثرات تصادفی	اثرات تصادفی	اثرات تصادفی
ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	۰/۵۶	۰/۶۱	۰/۶۸
آماره F	۱۱۵/۸ (۰/۰۰)	۹۶/۹ (۰/۰۰)	۱۱۲/۲ (۰/۰۰)

در این راستا، باید به برآورد تقاضای گردشگری جهانی اقدام کرد تا سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی مشخص شود که مقادیر آن در جدول ۷ نشان داده شده است.

جدول شماره ۷. برآورد تابع تقاضای گردشگری جهانی (کشورهای با درآمد پایین، درآمد متوسط و درآمد بالا) - مدل شماره ۶ با متغیر وابسته سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی

متغیرها	درآمد پایین	درآمد متوسط	درآمد بالا
XR	۰/۰۵۶ (۰/۰۰)	۰/۰۷۶ (۰/۰۰)	۰/۰۷۶ (۰/۰۰)
P	-۰/۸۹ (۰/۰۰)	-۰/۸۹ (۰/۰۰)	-۰/۸۹ (۰/۰۰)
GDP	۰/۶۸ (۰/۰۰)	۰/۶۸ (۰/۰۰)	۰/۸۶ (۰/۰۰)
روش تخمین	اثرات ثابت	اثرات ثابت	اثرات ثابت
ضریب تعیین (R <sup>2</sup> )	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۹۰
آماره F	۱۱۳/۷ (۰/۰۰)	۹۷/۶ (۰/۰۰)	۱۱۲/۹ (۰/۰۰)

## نتیجه‌گیری

گردشگری، مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا شرکت در مراسمی خاص، صورت می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود، گذرا و موقتی خواهد بود. حال اگر در جریان این انفعالات، رویکردهای اقتصادی، محور تحرکات قرار گیرد، گردشگری از این بعد موردتوجه قرار می‌گیرد و بر این اساس، گردشگری، مجموعه روابطی قلمداد می‌شود که از مسافرت و اقامت یک نفر غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید و از این منظر، گردشگری، فعالیتی اقتصادی قلمداد می‌شود که به دلیل ماهیت ویژگی‌های خاص آن، فرصت‌هایی مناسب برای ورود به عرصه تجارت بین‌المللی را فارغ از سطح توسعه‌یافتگی کشورها فراهم می‌آورد و گردش مالی فراوانی را به همراه دارد. این مهم با توجه به آمار جذب گردشگر کشورهای درحال توسعه و حتی توسعه‌نیافته که گهگاه از امنیت اقتصادی - سیاسی خاصی هم برخوردار نبودند، به صورت مؤکد، تأیید می‌شود و همین امر، تحقیق حاضر را به بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری منطقه‌ای در مناطق مختلف با درآمد بالا، پایین و متوسط سوق داده و به بررسی این موضوع پرداخت که آیا عوامل مؤثر بر گردشگری در مناطق مختلف، یکسان است یا متفاوت می‌باشد؟

بررسی این مهم در تحقیق حاضر، با رویکردی تحلیلی - توصیفی و بایبانی مقایسه‌ای و در پایتخت‌های ۱۲۰ کشور منتخب با درآمد پایین، متوسط و بالا و در دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ و با به‌کارگیری شاخص‌های نرخ ارز، شاخص قیمت خرده‌فروشی (CPI)، تولید ناخالص داخلی سرانه تعداد گردشگران خارجی واردشده به کشور مبدأ، مخارج سرانه گردشگران، سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی و تخمین ۴ مدل، برای گروه کشورهای با درآمد بالا، گروه کشورهای با درآمد متوسط، گروه کشورهای با درآمد پایین و کل کشورها صورت گرفت.

### الف- برآورد عوامل کلان مؤثر بر گردشگری جهانی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده برای ۱۲۰ پایتخت مشخص است که:

(الف) هر سه مدل برآورد شده معنی‌دار می‌باشند (هم در سطح ۵ درصد و هم در سطح ۱۰ درصد) و نتایج مربوط به ضرایب آن‌ها نیز از معنی‌داری بالایی برخوردار است. در این میان، مدل شماره ۴ (با متغیر وابسته تعداد گردشگران) و ۵ (با متغیر وابسته مخارج سرانه گردشگری)، با اثرات تصادفی و مدل شماره ۶ (با متغیر وابسته سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی)، با اثرات ثابت، تخمین زده شده است.

(ب) بر اساس نتایج مربوط به ضریب تعیین، مشخص است که مدل شماره ۶، از وضعیت بسیار مناسب‌تری برخوردار می‌باشد و این نشان‌دهنده این است که در سطح بین‌الملل، متغیر وابسته مخارج سرانه گردشگران، بهترین شاخص برای گردشگری جهانی محسوب می‌شود.

(ج) علامت تمامی ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل، در هر سه مدل کاملاً مشابه می‌باشد به صورتی که، در هر سه مدل، نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی سرانه تأثیر مثبت و شاخص قیمت‌ها، تأثیر منفی بر گردشگری در کشورهای مختلف دارد.

### ب- برآورد عوامل کلان مؤثر بر گردشگری جهانی (به تفکیک کشورهای با درآمد پایین، متوسط و درآمد بالا)

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده برای سه گروه کشور و هر سه مدل، مشخص است که:

(الف) مدل شماره (۴)، در هر سه گروه کشور با درآمد پایین، متوسط و بالا، معنی‌دار می‌باشند و نتایج مربوط به ضرایب آن‌ها نیز از معنی‌داری بالایی برخوردار است. در این میان، مدل مربوط به کشورهای با درآمد پایین و متوسط با اثرات ثابت و مدل مربوط به کشورهای با درآمد بالا، با اثرات تصادفی، تخمین زده شده است.

(ب) بر اساس نتایج مربوط به ضریب تعیین، مشخص است که این مدل، برای هر سه گروه کشور، از ضریب تعیین قابل قبولی برخوردار نمی‌باشد و این می‌تواند به‌نوعی نشان‌دهنده، مناسب نبودن این شاخص (تعداد گردشگران ورودی) به‌تنهایی، به‌عنوان شاخص گردشگری در هر سه گروه باشد.

در این میان بالاتر بودن ضریب تعیین در گروه کشورهای با درآمد بالا نسبت به دو گروه کشور دیگر، حاکی از

متناسب‌تر بودن شاخص تعداد گردشگران ورودی به‌عنوان پراکسی شاخص گردشگری در کشورهای با درآمد بالا می‌باشد.

(ج) علامت تمامی ضرایب مربوط به متغیرهای مستقل، در هر سه مدل کاملاً مشابه می‌باشد به صورتی که، در هر سه مدل، نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی سرانه تأثیر مثبت و شاخص قیمت‌ها، تأثیر منفی بر گردشگری در هر سه گروه کشور دارد.

توجه به نتایج به‌دست‌آمده برای سه گروه کشور و هر سه مدل، نشان می‌دهد که:

(الف) مدل شماره (۵)، در هر سه گروه کشور با درآمد پایین، متوسط و بالا، معنی‌دار می‌باشند و نتایج مربوط به ضرایب آن‌ها نیز از معنی‌داری بالایی برخوردار است. در این میان، مدل مربوط به هر سه گروه کشور، با اثرات تصادفی، تخمین زده شده است.

(ب) بر اساس نتایج مربوط به ضریب تعیین، مشخص است که این مدل، برای هر سه گروه کشور، از ضریب تعیین قابل قبولی برخوردار می‌باشد و این می‌تواند به‌نوعی نشان‌دهنده، مناسب‌تر بودن این شاخص (مخارج سرانه گردشگران) نسبت به شاخص تعداد گردشگران ورودی به‌تنهایی، به‌عنوان شاخص گردشگری در هر سه گروه باشد.

(ج) ضریب صفر متغیر نرخ ارز در هر سه گروه، نشان از بی‌تأثیری این متغیر بر گردشگری داشته و یکسان بودن علامت ضرایب مربوط به سایر متغیرهای مستقل، و درعین‌حال نزدیک بودن ضرایب، در هر سه گروه، حاکی از یکسان بودن تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته داشته است.

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده برای سه گروه کشور و هر سه مدل، مشخص است که:

(الف) در مدل شماره ۶، با متغیر وابسته سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی، در هر سه گروه کشور با درآمد پایین، متوسط و بالا، علاوه بر اینکه، ضرایب و کل مدل، معنی‌دار می‌باشند، متغیرها و ضرایب تعیین مشخص می‌کنند که این مدل نسبت به دو مدل دیگر مناسب‌تر بوده و از کارایی بالاتری برخوردار می‌باشد.

به‌علاوه، مدل مربوط به هر سه گروه کشور، با اثرات ثابت، تخمین زده شده است.

(ب) بر اساس نتایج مربوط به ضریب تعیین، مشخص است که این مدل، برای هر سه گروه کشور، از ضریب تعیین بسیار قابل قبولی برخوردار می‌باشد و این می‌تواند به‌نوعی نشان‌دهنده، مناسب‌تر بودن این شاخص (سهم هزینه گردشگری از تولید ناخالص داخلی) نسبت به شاخص‌های دیگر، به‌عنوان شاخص گردشگری در هر سه گروه باشد.

(ج) ضریب منفی و بسیار بالای شاخص قیمت‌ها در این مدل برای هر سه گروه، نشان از تأثیر معکوس و بسیار بالای این متغیر بر گردشگری داشته و یکسان بودن علامت ضرایب مربوط به سایر متغیرهای مستقل و درعین‌حال نزدیک بودن ضرایب، در هر سه گروه، حاکی از یکسان بودن تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته داشته است.

نتایج حاصله از مقایسه عوامل مؤثر بر گردشگری منطقه‌ای در هر سه گروه درآمد پایین، متوسط و بالا، نشان داد که، متغیرهای نرخ ارز، شاخص قیمت خرده‌فروشی (CPI) و تولید ناخالص داخلی سرانه از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر گردشگری جهانی همه کشورها و هر سه گروه کشورهای با درآمد پایین، متوسط و بالا، محسوب می‌شود و این عامل به این مفهوم است که عوامل اثرگذار بر گردشگری بین‌الملل و منطقه‌ای، متغیرهای اقتصادی، اثرگذارترین شاخص‌های مطرح در

به عبارتی، فارغ از هرگونه شرایط جغرافیایی و منطقه‌ای، متغیرهای اقتصادی، اثرگذارترین شاخص‌های مطرح در زمینه گردشگری بین‌المللی و بالطبع جذب گردشگر به پایتخت‌های کشورهای مختلف، می‌باشند. در این میان، شاخص‌های نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی سرانه تأثیر مثبت و شاخص خرده‌فروشی قیمت‌ها (تورم)، تأثیر منفی بر گردشگری در کشورهای مختلف داشته که نشان‌دهنده تأثیرگذاری یکنواخت این شاخص‌ها در مناطق مختلف می‌باشد. ضرایب متغیرهای مذکور نیز، به‌خوبی نشان‌دهنده این است که هرچقدر تورم در مناطق مختلف، کمتر باشد و کشورها از نرخ ارز و تولید ناخالص داخلی بالاتری برخوردار باشند، گردشگری در کشورها (به‌صورت کلی)، روند مناسب‌تری خواهد داشت و جذب گردشگر در مناطق، بهتر صورت می‌گیرد به‌علاوه، ضریب منفی و بسیار بالای شاخص قیمت‌ها (تورم) در هر سه مدل و برای هر سه گروه، نشان می‌دهد که تورم بالا و به عبارتی عدم ثبات قیمت‌ها در همه کشورهای جهان، شاخصی منفی در جذب گردشگر خارجی، محسوب می‌شود. همچنین، ضرایب کاملاً یکسان مربوط به کشورهای با درآمد

متوسط و بالا، در مدل‌های تخمینی، شباهت زیاد این دو گروه در بخش گردشگری و جذب گردشگر را نشان می‌دهد و بالطبع حاکی از این است که سیاستمداران و قانون‌گذاران در این گروه کشورها، می‌توانند از یکدیگر تبعیت کنند.

## تشکر و قدردانی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

## منابع

- ۱) حسام، مهدی و آقائی‌زاده، اسماعیل (۱۳۹۸) تحلیل توزیع فضایی مراکز اقامتی در مقصدهای گردشگری شهری مطالعه موردی: شهر رشت، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۴، صص. ۱۶-۱.
- ۲) درویشی، رضا؛ رضایی، محمدرضا؛ شمس‌الدینی، علی (۱۳۹۷) بررسی نقش گردشگری ساحلی در توسعه اقتصادی از نظر شهروندان، فصلنامه جغرافیا، سال ۸، شماره ۴، صص. ۴۲۶-۴۱۱.
- ۳) صادقی، علی‌رضا؛ دهقانی، محمدامین؛ دادگر، مسعود (۱۳۹۸) رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر میزان رضایتمندی گردشگری شهری با استفاده از مدل کانو مطالعه موردی: شیراز، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۶، شماره ۳، صص. ۱۵۱-۱۳۹.
- ۴) غلامی، یونس و خلجی، نسترن (۱۳۹۶) تدوین و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری با رویکرد پایداری (نمونه موردی شهر کاشان)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۲، صص. ۳۰-۱۷.
- ۵) گجراتی، دامودار (۱۳۷۸) مبانی اقتصادسنجی، ترجمه حمید ابریشمی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۶) متقی، سمیرا (۱۳۹۶) مدیریت راهبردی اقتصاد گردشگری (مطالعه موردی: چهارمحال و بختیاری)، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۱، شماره ۲۱، صص. ۱۱۰-۹۷.
- ۷) محمدی، مصطفی (۱۳۹۷) بررسی نگرش ذینفعان به میزان پایداری توسعه طبیعت‌گردی، نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال ۷، شماره ۲۵، صص. ۹۶-۷۲.
- 8) Brida, J. G. & Riaño, E. & Aguirre, S. Z. (2011) Residents' attitudes and perceptions towards cruise tourism development: A case study of Cartagena de Indias (Colombia), *Tourism and Hospitality Research*, Vol.11, No.3, pp.181-196.
- 9) Chang, S. C., & Lai, F.-T. (2011) Intra-continental and intercontinental service trade in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, Vol.17, No.5, pp.963-982.
- 10) Chang, C.-L. & McAleer, M. (2012) Aggregation, heterogeneous autoregression and volatility of daily international tourist arrivals and exchange rates, *Japanese Economic Review*, Vol.63, No.3, pp.397-419.
- 11) Cheng, K. M. & Kim, H. & Thompson, H. (2013a) The real exchange rate and the balance of trade in US tourism, *International Review of Economics and Finance*, Vol.25, pp.122-128.
- 12) Cheng, K. M. & Kim, H. & Thompson, H. (2013b) The exchange rate and US tourism trade, 1973-2007. *Tourism Economics*, Vol.19, No.4, pp.883-896.
- 13) Chen, M.-H., Lin, C.-P., & Chen, B. T. (2015) Drivers of Taiwan's tourism market cycle, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.32, No.3, pp.260-275.
- 14) Chianeh, R. H. & Rezatab, S. K. & Soltani, N. & Motamedimehr, A. (2013) An Analysis of Tourism Policy Making in Iran, *Journal of Tourism Planning and Development*, Vol.2, No.5, pp.11-31.
- 15) Crouch, G. I. (1992) Effect of income and prices on international tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol.19, pp.643-664.
- 16) De Vita, G. (2014) The long run impact of exchange rate regimes on international tourism flows, *Tourism Management*, Vol.45, pp.226-233.
- 17) De Vita, G. & Kyaw, K. S. (2013) Role of the exchange rate in tourism demand, *Annals of Tourism Research*, Vol.43, pp.624-627.
- 18) Gunn, C. A. & Var, T. (2002) *Tourism planning: Basics, concepts, cases*, USA: Publisher Psychology.
- 19) International Monetary Fund, *World economic Outlook database* (2014) [Accessed in December, 2014]. <http://www.imf.org/external/data.htm#global>
- 20) Kiliç, C. & Bayar, Y. (2014) Effects of real exchange rate volatility on tourism receipts and expenditures in Turkey, *Advances in Management & Applied Economics*, Vol.4, No.1, pp.89-101.
- 21) Lee, C.-K. & Var, T. & Blaine, T. W. (1996) Determinants of inbound tourist expenditures, *Annals of Tourism Research*, Vol.23, No.3, pp.527-542.

- 22) Lim, C. (1997) Review of international tourism demand models, *Annals of Tourism Research*, Vol.24, No.4, pp.835-849.
- 23) Lim, C. (1999) A meta-analytic review of international tourism demand, *Journal of Travel Research*, Vol.37, pp.273-284.
- 24) Murphy, P. E. (2013) *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*, USA: Publisher Routledg.
- 25) Odhiambo, N. M. (2011) *Tourism development and economic growth in Tanzania: Empirical evidence from the ARDL-bounds testing approach*. Doctoral Dissertation. University of South Africa.
- 26) Peng, B. & Song, H. & Crouch, G. I. & Witt, S. F. (2015) A meta-analysis of international tourism demand elasticities. *Journal of Travel Research*, Vol.54, No.5, pp.611-633.
- 27) Sodhro, A. H. & Pirbhulal, S. & Luo, Z. & de Albuquerque, V. H. C. (2019) towards an optimal resource management for IoT based Green and sustainable smart cities, *Journal of Cleaner Production*, Vol.220, No.6, pp.1167–1179.
- 28) World Tourism Organization, World tourism data [Accessed in April, 2014] <http://data.un.org/DocumentData.aspx?q¼Tourism&id¼4369>.