

## عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا

دکتر نارسیس امین رشتی\*

فاطمه فهیمی فر\*\*

ابراهیم صیامی عراقی\*\*\*

تاریخ پذیرش: ۹۰/۹/۲۱

تاریخ ارسال: ۹۰/۳/۲۰

### چکیده

قاره آسیا از دیرباز به دلیل برخورداری از تاریخ کهن و گونه‌های طبیعی متنوع خاص خود، جهانگردان را از سراسر دنیا به سوی خود جذب کرده است، اما بدلیل ناامنی در مناطق مختلف آن از قبیل جنگ‌های داخلی و خارجی، تروریسم، نبود امکانات مناسب در ارائه خدمات به جهانگردان، محدودیت‌های گوناگون در خصوص، تعصب‌های قومی و قبیله‌ای و غیره همواره سهم اندکی از گردشگری جهانی را به خود اختصاص داده است. به رغم وجود تمرکز ذخایر عظیم نفت و گاز در برخی از کشورهای این منطقه و وجود درآمدهای بالا در این حوزه، صنعت گردشگری در این منطقه مغفول مانده و توجه شایسته و درخور به آن نشده است. این مقاله قصد دارد عوامل مؤثر بر گردشگری منطقه جنوب، غرب و مرکز آسیا را مورد مطالعه قرار داده و همچنین با توجه به شرایط جهانی و درگیریهایی اخیر نظامی در منطقه، این اثرها را بر صنعت گردشگری تحلیل کند. علاوه بر هدف‌های یاد شده، هدف مهم دیگر این مقاله، بررسی اثر جاذبه‌های طبیعی مانند انقراض گونه‌های گیاهان، پرندگان، پستانداران و ماهیان بر جذب گردشگر است. در این جا از روش داده‌های تابلویی در دوره زمانی ۲۰۰۸-۱۹۹۵ استفاده شده است. از نتایج این پژوهش می‌توان به عوامل ناامنی و عدم ثبات در منطقه جغرافیایی مانند جنگ اشاره کرد که بر میزان آمار گردشگر اثر منفی گذارده و عوامل ایجاد کننده اکوتوریسم می‌تواند اثر مثبت بر تعداد گردشگران داشته باشد.

**واژه های کلیدی:** گردشگران، اکوتوریسم، جنگ و ناامنی، داده‌های تابلویی.

**طبقه بندی L83,C33, H56:JEL**

\*دکتری اقتصاد، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده اقتصاد و حسابداری. [Narciss.Aminrashti@Gmail.com](mailto:Narciss.Aminrashti@Gmail.com).

\*\*کارشناس ارشد علوم اقتصادی - برنامه ریزی سیستم های اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، عضو باشگاه پژوهشگران جوان. [fatemeh\\_fahimifar@yahoo.com](mailto:fatemeh_fahimifar@yahoo.com).

\*\*\*کارشناس ارشد علوم اقتصادی - برنامه ریزی سیستم های اقتصادی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، عضو باشگاه پژوهشگران جوان. [ebrahimsiami@gmail.com](mailto:ebrahimsiami@gmail.com).

## مقدمه

بدون شک صنعت گردشگری در جهان به مثابه یکی از صنایع کاربر همواره مطرح است. بسیاری از کشورهای دنیا سهم عمده‌ای از ارزش افزوده اقتصادی خود را در این صنعت بدست می‌آورند. در سال ۲۰۰۳ بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار ارزش افزوده صنعت گردشگری در جهان بوده است، که از این میان، کشورهایی که زیر ساخت‌های مناسبی را در اختیار داشته‌اند سهم عمده را به خود تخصیص داده‌اند. در حال حاضر، گردشگرهای زیادی با هدف‌های متفاوتی در جهان در گردش‌اند که از آن جمله می‌توان به گردشگران تفریحی، مذهبی، درمانی، طبیعی، فرهنگی و غیره اشاره کرد. هر گروه از این افراد بسته به نوع هدف سفر آن‌ها به مقصد مورد نظر قابلیت تمیز دارند. هر کشوری با توجه به پتانسیل و امکانات خود سهمی از این درآمد جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. بدیهی است در این میان کشورهایی که توانایی بیشتری در برقراری جذابیت‌های مختلف گردشگری برای ایجاد انگیزه در گردشگران قبل از سفر و ارائه خدمات بهتر با قیمت کمتر را داشته باشند، قدرت بیشتری در تخصیص درآمد حاصل از این صنعت را نیز خواهند داشت.

گردشگران در واقع از لحاظ اقتصادی نقش مصرف کننده و تقاضاکننده را دارند و انتظار این است که رفتار این گروه در بازار گردشگری را بتوان به کمک تئوریهای اقتصادی مربوط به مصرف و تقاضا، در علم اقتصاد تبیین و مورد تجزیه و تحلیل قرار داد. هدف گردشگران کسب حداکثر مطلوبیت و رضایت از سفر است که با محدودیتهایی از جمله محدودیت درآمد، زمان، دانش مربوط به مقاصد و محدودیتهای سیاسی و اجتماعی روبرو هستند. (موسایی، ۱۳۸۶)

منابع مربوط به صنعت گردشگری را می‌توان به دو دسته تقسیم کرد، دسته اول منابع طبیعی و دسته دوم منابع و جاذبه‌های ساخت بشر است. منابع طبیعی شامل، آب و هوای خوب، مناظر دیدنی، سواحل زیبا، کوهپایه‌های مناسب کوهنوردی و یا شکار، وجود آبهای معدنی و یا گرم از جمله منابع طبیعی هستند که در طبیعت وجود دارند و ساخت بشر نمیباشند. متقاضی این گونه منابع معمولاً گردشگران تفریحی، درمانی و گردشگران ورزشی هستند. همانطور که بیان شد دسته دوم منابع و جاذبه‌های ساخت بشر هستند که منابعی از قبیل موزه‌ها، آثار باستانی و تاریخی، نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها را که به وسیله انسان ساخته شده است شامل میشوند. متقاضیان این گونه جاذبه‌ها معمولاً گردشگران فرهنگی، مذهبی، کاری و سیاسی هستند.

یک گردشگر بین المللی هنگامی که وارد کشوری میشود دارای هزینه‌های گوناگونی اعم از اقامتی، حمل و نقل، غذایی و تفریحی و غیره می‌باشد و در حقیقت مانند آن است که خدمات و کالاهایی را از کشور میزبان به کشورهای صادرکننده گردشگر ارسال کند از این رو، چون این جریان قابل محاسبه نیست به گردشگر، صادرات نامرئی گفته می‌شود و منبع مهم درآمد ارزی برای کشورهای مختلف به حساب می‌آید.

آثار گردشگری در مقیاس بین‌المللی به مراتب بیشتر از آثار آن در مقیاس ملی است. شاید مهمترین اثر گردشگر با توجه به اینکه گردشگرها در سراسر سال میان نواحی و نقاط مختلف جهان به سیر و سفر می‌پردازند توزیع دوباره ثروت و سرمایه در میان ملت‌های جهان است؛ از طرفی گردشگر بین‌المللی در وضع و اندوخته ارزی دولت‌ها و تراز پرداخت‌هایشان تاثیر بسزایی دارد.

با توجه به اهمیت موضوع، در این مقاله عوامل مؤثر بر جذب گردشگر، شناسایی و میزان اثرگذاری و نوع تاثیر هر یک از آنها مورد بررسی قرار می‌گیرد. شایان ذکر است علاوه بر متغیرهای کلان اقتصادی مانند تورم، تولید ناخالص داخلی، شاخص هریتیج و تاثیر سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌ها از جمله شبکه جاده‌ای، توجه ویژه ای به سایر عوامل تاثیرگذار مانند گونه‌های در حال انقراض و وقوع جنگ در این منطقه شده و در پی اثبات این فرضیه است که علاوه بر عوامل اقتصادی، دو عامل اخیر بر جذب گردشگر در منطقه مذکور تاثیر دارند. در مقاله حاضر ابتدا به بیان مبانی نظری صنعت گردشگری پرداخته، سپس روند متغیرهای مرتبط با موضوع مورد بررسی قرار گرفته و در پایان الگوی عوامل مؤثر بر ورود گردشگران بین‌المللی تخمین زده می‌شود.

### مبانی نظری

در این قسمت، آثار اقتصادی گردشگری بر منطقه میزبان گردشگر و استخراج تابع تقاضای گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است:

### آثار اقتصادی گردشگری

آثار اقتصادی صنعت گردشگری تحت تاثیر عوامل زیر است:

#### • درآمد ملی

با توجه به این که یکی از اجزای درآمد ملی، خالص صادرات  $(X - M)$  بوده که دارای رابطه مستقیم با درآمد ملی است، صنعت گردشگری در حوزه های گردشگری داخلی و گردشگری خارجی به افزایش میزان این جز کمک می‌کند. به طوری که گردشگری داخلی به عنوان جانشین واردات محسوب می‌شود و از خروج ارز جلوگیری کرده و با کاهش واردات، منجر به افزایش خالص صادرات و در نتیجه افزایش درآمد ملی میشود. از منظر گردشگری خارجی نیز با افزایش آن، درآمدهای ارزی افزایش یافته و این امر به منزله افزایش صادرات محسوب شده و در نتیجه خالص صادرات و در نهایت درآمد ملی را افزایش می‌دهد.

### • ثروت و درآمد

در گردشگری بین‌المللی ثروت از کشورهای اعزام کننده که غالباً کشورهای با درآمد بالا هستند به سایر مناطق انتقال می‌یابد. در گردشگری داخلی نیز ثروت و درآمد از مناطق پردرآمد به مناطق دارای جاذبه‌های گردشگری انتقال می‌یابد، این امر منجر به تقسیم مجدد درآمد در گستره‌های بین‌المللی و داخلی می‌شود.

### • سطح قیمت‌های داخلی

چنانچه گردشگران از منطقه‌ای بیایند که سطح درآمد یا قیمت در آن بالاتر از مقصد باشد، ممکن است فشارهای قیمتی ایجاد شود. البته این مسئله در صورتی است که افزایش تقاضای بوجود آمده با محدودیت عرضه روبرو شود.

### • ارزش پول داخلی

اکثر کشورهای در حال توسعه، دارای کمبود منابع ارزی هستند. این امر منجر به افزایش نرخ ارز در این کشورها میشود. توسعه صنعت گردشگری از طریق افزایش درآمد ملی و افزایش عرضه پول خارجی در کشور می‌تواند موجب جذب این ارزها در داخل و جلوگیری از خروج گردشگران داخلی شود که از یک طرف عرضه پول خارجی را افزایش داده و از طرف دیگر تقاضای پول خارجی را کاهش داده و در مجموع این امر به افزایش ارزش پول ملی می‌انجامد.

### • اشتغال

بسیاری از سیاست‌گذاران، توسعه گردشگری را سیاستی مطلوب برای کاهش بیکاری در مناطقی میدانند که در سایر بخشهای اقتصادی فرصتهای شغلی اندکی دارند. نقش بخش سفر و گردشگری بین‌المللی در اشتغالزایی بستگی به نحوه محاسبه اشتغال و ماهیت بازارهای کار محلی دارد. (موسایی، ۱۳۸۶)

### تابع تقاضای گردشگری خارجی

تئوری متداول تقاضا، برای تحلیل تقاضای گردشگری بر اساس این رویکرد که گردشگری نه به عنوان یک کالا، بلکه به عنوان کالاهایی منفرد است، به کار می‌رود. بر اساس این رویکرد، گردشگران به کالاهای مختلف گردشگری به مثابه مجموعه‌ای که دارای یک قیمت کل هستند، نگاه می‌کنند. اثر تغییر در هر جزء از این بسته مانند اقامتگاه بستگی به درجه اهمیت آن در کل هزینه دارد و هر جزء می‌تواند جای جزء دیگر را بگیرد. به عبارت دیگر اجزا در مصرف قسمتی از بودجه گردشگر با یکدیگر رقابت می‌کنند. در این رویکرد هر سفر یک محصول تلقی می‌شود و هر جزء محصول، ویژگی خاصی به آن می‌بخشد. این رویکرد اولین بار توسط لنکستر مورد مطالعه قرار گرفته است.

با فرض اینکه تابع مطلوبیت گردشگر به صورت زیر است:

$$Max : U_i(x_1, \dots, x_n, z_1, z_2, \dots, z_m)$$

که در آن  $U_i$  مطلوبیت گردشگر  $i$  و  $x_1$  تا  $x_n$  محصولات گردشگری است که می‌تواند یک کالای منفرد

از یک سفر باشد یا مجموعه‌ای از یک بسته که در هر سفر مدنظر است؛  $z_1$  تا  $z_m$  نیز سایر کالاهایی که گردشگر در یک دوره معین مصرف می‌کند. تفکیک کالاهای گردشگری به غیر گردشگری به علت آنست که این دو گروه رقیب هم محسوب شده و مصرف بیشتر کالاهای امکان سفر و گردشگری را کاهش می‌دهد. فرض بر این است که محدودیت، صرفاً به درآمد محدود شده است و  $z_m$  در واقع هزینه‌ای که گردشگر قادر است به خرید کالاهای مختلف در یک دوره زمانی اختصاص دهد به سطح درآمد بستگی دارد. چنانچه درآمد قابل تصرفی که گردشگر به خرید کالاها و خدمات مصرفی اختصاص می‌دهد با  $Y$  نشان دهیم، آنگاه داریم:

$$j = 1, 2, \dots, m \quad i = 1, 2, \dots, n \quad st : Y = P_{xi} X_i + P_{zj} Z_j$$

با استفاده از ضریب لاگرانژ و با در نظر گرفتن قید بودجه، تابع مطلوبیت مصرف‌کننده ماکزیمم می‌شود:

$$L = U_i(x_i, z_j) + \lambda [Y - P_{xi} X_i - P_{zj} Z_j]$$

پس از مشتق‌گیری از تابع مطلوبیت نسبت به متغیرها و  $\lambda$  با فرض برقراری شرط مرتبه دوم خواهیم داشت:

$$\frac{\partial L}{\partial x_i} = U_1 - \lambda P_{xi} = 0 \rightarrow U_1 = \lambda P_{xi}$$

$$\frac{\partial L}{\partial z_j} = U_2 - \lambda P_{zj} = 0 \rightarrow U_2 = \lambda P_{zj}$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = Y - P_{xi} X_i - P_{zj} Z_j = 0 \rightarrow Y = P_{xi} X_i + P_{zj} Z_j$$

که منظور از  $U_1$  و  $U_2$  مقادیر مطلوبیت نهایی مصرف کالای گردشگری و سایر کالاها و خدمات است. از حل

دستگاه معادلات بالا  $X_i$  و  $Z_j$  و  $\lambda$  بدست می‌آیند. بنابراین تابع تقاضای گردشگری به صورت شکل تابعی زیر در خواهد آمد (موسایی، ۱۳۸۶):

$$X_i = f(Y, P_{xi}, P_{zj})$$

که  $X_i$  تعداد گردشگرهای وارد شده و یا درآمد ارزی بدست آمده از آنها و یا تعداد شهرهای اقامت در کشور

مقصد و متغیر  $Y$  درآمد و  $P_{xi}$  قیمت کالاهای گردشگری و  $P_{zj}$  قیمت سایر کالاها می‌باشد. با توجه به این امر که تجزیه و تحلیل مقادیر کشش‌های درآمدی و قیمتی هدف برآورد توابع تقاضا است، بنابراین چنانچه فرم اولیه تابع تقاضا به صورت زیر تصریح شده باشد:

$$X_i = \alpha_0 Y^{\alpha_1} P_{x_i}^{\alpha_2} P_{z_j}^{\alpha_3} e^{other+u}$$

در نتیجه با تبدیل لگاریتمی خواهیم داشت:

$$\ln X_i = \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln Y + \alpha_2 \ln P_{x_i} + \alpha_3 \ln P_{z_j} + other + u$$

در مطالعه حاضر علاوه بر  $Y$  به عنوان درآمد ناخالص داخلی و  $P_{z_j}$  تورم (به عنوان قیمت سایر کالاها) از  $other$  به عنوان دیگر عوامل اثرگذار بر جذب گردشگر استفاده شده است. لازم به ذکر است بردار  $other$  در بردارنده شاخص هریتیج، زیرساخت‌ها، انقراض گونه‌ها و ناامنی می‌باشد.

### پیشینه تحقیق

محمدزاده و دیگران (۱۳۸۹)، در مقاله‌ای با عنوان "تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگری ایران"، تابع تقاضای گردشگران خارجی در ایران را در طول سالهای ۱۳۸۵-۱۳۵۰ با استفاده از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان و روش کالمن-فیلتر برآورد کرده‌اند. از جمله نتایج این پژوهش، آن است که تقاضای گردشگری ایران با جنگ رابطه معکوس داشته و در نتیجه با وقوع جنگ، تقاضای خارجی برای گردشگری در ایران کاهش می‌یابد.

حبیبی و عباسی نژاد (۱۳۸۴)، در مقاله خود با عنوان "تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی-مقطعی" به بررسی عوامل اقتصادی موثر بر تقاضای گردشگری پرداخته‌اند. از نتایج این پژوهش می‌توان بیان نمود که بیشترین تاثیر بر تقاضای گردشگری را متغیرهای درآمد سرانه و قیمت‌های نسبی داشته‌اند.

افتخاری و دیگران (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان "نقش کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در توریسم جهانی"، بیان می‌کنند چهار کشور ترکیه، مالزی و مصر و مراکش با اختصاص ۳۳ درصد از کل درآمد گردشگری کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، به رغم نمایش توزیع جغرافیایی نامتوازن توسعه گردشگری در میان کشورهای اسلامی، حرکت جدید و سیاست‌های موفق این کشورها را در حوزه گردشگری بازگو می‌کنند. افزون بر این، یافته‌های میدانی از دیدگاه کارشناسان صنعت گردشگری در تحلیل وضعیت این صنعت در کشورهای اسلامی نیز حاکی از آن است که فرصت‌های پیش رو در کنار نقاط قوت گردشگری، اتخاذ راهبرد تهاجمی را پیش روی کشورهای اسلامی مطرح می‌کنند که با اتخاذ سیاست‌های راهبردی خوشه‌ای و منطقه‌ای، زمینه یکپارچگی اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلامی در حوزه گردشگری را بیش از سایر حوزه‌های اقتصادی ممکن می‌سازد. چنین دورنمایی با تقویت اتاق بازرگانی منطقه‌ای و تنظیم نقشه راه توسط آنها زمینه‌های تحقق این ایده را از اندیشه به عمل منطقی جلوه می‌دهد.

کنتارسی (۲۰۰۶) در مقاله‌ای با عنوان "پذیرش سرمایه‌گذاران خارجی در بازار گردشگری در آسیای

عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا.....۱۰۳

مرکزی"، بیان میدارد که فرهنگ، تاریخ، باستانشناسی و جاذبه‌های طبیعی منطقه آسیای مرکزی فرصت‌های مهمی در حال حاضر برای این منطقه به شمار می‌روند. کشورهای مورد مطالعه در این مقاله شامل قزاقستان، قرقیزستان، ترکمنستان، ازبکستان بوده و شرایط سرمایه‌گذاری کل این چهار کشور آسیای مرکزی بعنوان تابعی از سرمایه‌گذاری کل، سرمایه‌گذاری ویژه گردشگری، تشریح شده و مورد آزمون قرار گرفته است. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که مفاهیم مدیریتی و سیاستی برای سرمایه‌گذاران و چهار کشور آسیای مرکزی اعمال شده است.

اردم یایا (۲۰۰۹) در مقاله‌های با عنوان "تروریسم و گردشگری: مطالعه موردی کشور ترکیه"، تاثیر تروریسم را بر گردشگری در کشور ترکیه را مورد آزمون قرار می‌دهد. نتایج این پژوهش بیانگر اثر منفی ولی اندک تروریسم بر گردشگری است، هر چند که حملات تروریستی در ترکیه آمار گردشگران خارجی را در نه سال گذشته به ۶ میلیون کاهش داده است. قابل ذکر است که هزینه اقتصادی تروریسم در صنعت گردشگری بیشتر از ۷۰۰ میلیون دلار در سال ۲۰۰۶ بوده است. این مقاله نشان می‌دهد حملات تروریستی در قاره اروپا و آمریکا و جنگ‌های کشورهای همسایه تاثیری در گردشگری در ترکیه نداشته است. در مورد با مطالعات تجربی صورت گرفته میتوان گفت در اکثر این کشورها، عواملی مانند درآمد، قیمت و همچنین ناامنیهای حاصل از جنگ از عوامل تاثیرگذار بر میزان گردشگر بوده و از عوامل طبیعی در باره جذب گردشگر استفاده نشده است. از این رو در مقاله حاضر سعی بر آن است تا به تاثیر عوامل مرتبط با محیط زیست علاوه بر عوامل موثر دیگر بر جذب گردشگر، بپردازد. پژوهش حاضر را می‌توان به عنوان مکمل مطالعات صورت گرفته در نظر آورد.

### بررسی روند متغیرها

در این قسمت به ارائه و تحلیل آمارهای مرتبط با موضوع به تفکیک مناطق جغرافیایی و کشورهای همسایه ایران پرداخته شده است. داده‌های آماری نیز از بانک آماری بانک جهانی و همچنین سازمان جهانی گردشگری جمع آوری و مورد استفاده قرار گرفته شده است. همانطور که در جدول (۱) مشاهده می‌شود بیشترین میزان ارز وارد شده از طریق گردشگران خارجی در طول سالهای ۲۰۰۵-۲۰۰۰-۱۹۹۵-۱۹۹۰ در قاره اروپا بوده و سپس به ترتیب مربوط به قاره آمریکا، آسیا و آفریقا هستند.

بیشترین میزان متوسط نرخ رشد سالیانه در طول سال های ۲۰۰۵-۱۹۹۰ متعلق به قاره آفریقا با ۸/۴ درصد بوده که بیانگر بهبود شرایط گردشگری در این قاره با گذشت زمان است بگونه‌ای که میزان دریافتی از صنعت گردشگری طی این سالها گسترش یافته است. در قاره آسیا نیز بیشترین میزان متعلق به منطقه شمال شرق آسیاست و منطقه جنوب آسیا نیز با رقمی معادل ۱۱ درصد بیشترین میزان نرخ

رشد را در این قاره به خود اختصاص داده است.

جدول (۱). دریافتی های گردشگران بین المللی بر حسب کشورهای مقصد

نام کشورها سال	دریافتی ها از گردشگران خارجی (دلار، میلیون)				دریافتی به ازای هر ورودی	دریافتی سرانه
	۱۹۹۰	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۵		
اروپا	۱۴۲۸۸۵	۲۱۲۱۵۹	۲۳۲۴۸۶	۳۴۸۲۶۳	۷۷۵	۳۷۴
شمال اروپا	۲۶۲۶۷	۳۳۹۱۶	۳۵۹۳۲	۵۲۸۱۸	۹۸۵	۵۵۱
غرب اروپا	۶۳۱۱۴	۸۰۸۲۱	۸۲۷۷۴	۱۲۱۹۴۰	۸۴۵	۶۳۴
مرکز و شرق اروپا	۲۰۹۷	۱۹۶۳۳	۲۰۳۷۵	۳۳۳۲۸	۳۳۵	۷۶
جنوب اروپا و مدیترانه	۵۱۴۰۸	۷۷۷۸۸	۹۳۴۰۵	۱۴۰۱۷۶	۸۹۰	۵۹۶
آسیا و اقیانوسیه	۴۶۴۷۴	۸۰۷۰۰	۹۰۲۰۷	۱۴۰۷۶۵	۹۰۰	۳۶
شمال شرق آسیا	۲۲۶۵۱	۳۳۱۶۷	۴۴۴۶۰	۷۰۸۲۰	۸۰۵	۴۲
جنوب شرق آسیا	۱۴۴۷۹	۲۶۹۸۱	۲۶۲۱۰	۳۳۴۰۳	۶۸۵	۵۷
اقیانوسیه	۷۳۱۵	۱۴۱۴۸	۱۴۷۳۹	۲۶۷۲۷	۲۴۳۵	۷۶۳
جنوب آسیا	۲۰۲۹	۳۴۰۴	۴۷۹۷	۹۸۱۶	۱۱۴۰	۶
آمریکا	۶۹۲۷۴	۹۸۴۳۹	۱۳۰۷۹۷	۱۴۴۵۵۶	۱۰۵۰	۱۵۱
شمال آمریکا	۵۴۸۷۲	۷۷۴۹۱	۱۰۱۴۷۲	۱۰۷۰۶۷	۱۱۴۵	۲۲۸
مرکز آمریکا	۷۳۵	۱۵۲۳	۲۹۶۴	۴۵۷۶	۷۰۵	۱۰۵
جنوب آمریکا	۴۹۴۶	۷۱۸۹	۹۲۱۵	۱۲۵۲۷	۶۵۵	۲۹
آفریقا	۶۴۰۲	۸۵۰۰	۱۰۵۰۳	۲۱۵۲۶	۵۵۵	۲۴
شمال آفریقا	۲۳۳۳	۲۸۶۷	۳۸۲۳	۶۹۹۳	۴۷۵	۵۴
غرب آفریقا	۶۰۵	۵۳۷	۱۰۰۵	۱۹۱۷	۴۷۰	۷
مرکز آفریقا	۹۸	۱۳۳	۱۸۱	۲۷۴	۳۴۵	۲
شرق آفریقا	۱۲۸۵	۲۳۲۳	۲۳۷۷	۳۹۱۷	۵۰۰	۱۴
جنوب آفریقا	۲۰۸۱	۲۶۴۰	۳۱۱۸	۸۴۲۴	۷۵۰	۱۴۴

منبع: سازمان جهانی گردشگری، (UNWTO)

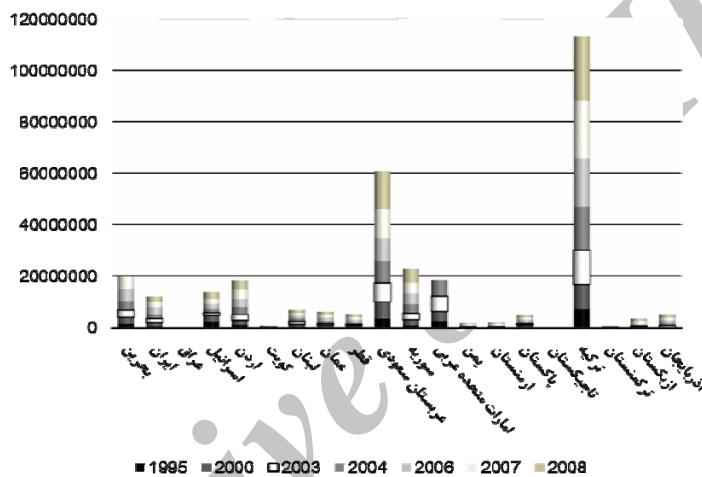
نمودار (۱) نشاندهنده تعداد گردشگران وارد شده به کشورهای مورد مطالعه در این تحقیق است. با توجه به نمودار زیر، ترکیه و عربستان بیشترین میزان گردشگر وارد شده به کشورشان را از بین کشورهای مورد مطالعه به خود اختصاص داده‌اند. باید در نظر داشت که موقعیت مذهبی عربستان و در نتیجه ورود زائران خانه خدا به این کشور، از دلایل عمده بیشتر بودن میزان گردشگران نسبت به کشورهای دیگر منطقه است. کشور ترکیه نیز به دلیل قرارگرفتن در منطقه مدیترانه و دارا بودن مناظر



عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا.....۱۰۵

طبیعی، میزان گردشگر فراوانی را در بردارد. لازم به ذکر است میزان گردشگر وارد شده به کشورهای مورد مطالعه به استثنای کشور ترکمنستان در سالهای اخیر بیشترین میزان را دارا بوده‌اند. از سویی دیگر با توجه به جنگ عراق در سال ۲۰۰۳، تمام کشورهای حوزه خلیج فارس در این سال میزان گردشگر ورودی کمتری نسبت به سال گذشته یعنی سال ۲۰۰۲ را به خود اختصاص داده‌اند (البته به استثنای کشور امارات متحده عربی).

نمودار(۱). تعداد گردشگران واردشده به کشورهای منطقه در منطقه جنوب، غرب و مرکز آسیا



منبع: شاخص توسعه جهانی، بانک جهانی (WDI)

بنا بر آمارهای چشم انداز گردشگری ۲۰۲۰ سازمان جهانی گردشگری، سفرهای بین‌المللی پیش بینی می‌شود نزدیک به ۱٫۶ میلیارد، در سال ۲۰۲۰ برسد. آمار گردشگران وارد شده به کشورها بنا بر هر منطقه جغرافیایی نشان میدهد که در سال ۲۰۲۰ سه ناحیه بالاترین میزان را به خود اختصاص خواهند داد، اروپا (۷۱۷ میلیون گردشگر)، شرق آسیا و اقیانوسیه (۳۹۷ میلیون گردشگر) و آمریکا (۲۸۲ میلیون گردشگر)، سپس آفریقا، خاورمیانه و جنوب آسیا. با توجه به پیشبینی‌های انجام گرفته، شرق آسیا و اقیانوسیه، خاورمیانه و آفریقا و جنوب آسیا نرخ رشدی بالای ۵ درصد در سال خواهند داشت، در مقایسه با میانگین رشد جهانی ۴/۱ درصد، اروپا و آمریکا پایینتر از نرخ رشد متوسط می‌باشند. اروپا بیشترین سهم را همچنان از سفرهای جهانی خواهد داشت، اگر چه این میزان از ۶۰ درصد در سال ۱۹۹۵ به ۴۶ درصد در سال ۲۰۲۰ کاهش یافته است.

جدول (۲). پیش بینی گردشگران وارد شده بر حسب مناطق جغرافیایی

شرح	سال پایه ۱۹۹۵	پیش بینی (میلیون)		درصد سهم از بازار		متوسط نرخ رشد سالانه ۱۹۹۵-۲۰۲۰
		۲۰۱۰	۲۰۲۰	۱۹۹۵	۲۰۲۰	
جهان	۵۶۵	۱۰۰۶	۱۵۶۱	۱۰۰	۱۰۰	۴,۱
آفریقا	۲۰	۴۷	۷۷	۳,۶	۵	۵,۵
آمریکا	۱۱۰	۱۹۰	۲۸۲	۱۹,۳	۱۸,۱	۳,۸
آسیای شرقی و اقیانوسیه	۸۱	۱۹	۳۹۷	۱۴,۴	۲۵,۴	۶,۵
اروپا	۳۳۶	۵۲۷	۷۱۷	۵۹,۸	۴۵,۹	۳,۱
خاورمیانه	۱۴	۳۶	۶۹	۲,۲	۴,۴	۶,۷
جنوب آسیا	۴	۱۱	۱۹	۰,۷	۱,۲	۶,۲

منبع: سازمان جهانی گردشگری، (UNWTO)

### تخمین و نتایج حاصل از برآورد الگو

با توجه به مطالب مطرح شده، در مقاله حاضر هدف بررسی عوامل موثر بر صنعت گردشگری می-باشد. متغیرهای تعداد گردشگران، درآمد ناخالص داخلی، جمعیت، گونه‌های انقراض یافته‌ی کشورهای مورد بررسی از بانک داده‌های "شاخص توسعه جهانی" بانک جهانی و شاخص هریتیج ۲ (آزادی اقتصادی) از بنیاد هریتیج استفاده شده است. داده‌های مورد استفاده مربوط به دوره زمانی ۲۰۰۸-۱۹۹۵ و کشورهای مورد بررسی کشورهای همسایه ایران در جنوب غربی و مرکز آسیا ۳ می‌باشد. بنابراین با در نظر گرفتن کشورها و همین طور سری زمانی مورد نظر از روش داده‌های تابلویی برای تخمین مدل استفاده شده است. در مدل داده‌های تابلویی از داده‌های سری زمانی و مقطعی استفاده می‌شود که برای تخمین از مدل با اثرات ثابت با فرم کلی  $y_{it} = \alpha_i + \bar{\beta}x'_{it} + \varepsilon_{it}$  و اثرات تصادفی  $y_{it} = \alpha_i + \bar{\beta}x'_{it} + u_i$  استفاده می‌گردد.

قبل از بیان نتایج حاصل از تخمین مدل، متغیرهای استفاده شده در الگو به صورت زیر شرح داده می‌شود:

1. World Development Index (WDI)

2. Heritage.

۳. شامل کشورهای ایران، بحرین، رژیم اشغالگر قدس، اردن، کویت، لبنان، عمان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، امارات متحده عربی، یمن، آذربایجان، ارمنستان، پاکستان، ترکیه، ترکمنستان، ازبکستان.

عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا.....۱۰۷

$$\text{Log}(T)_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{Log}\left(\frac{GDI}{L}\right)_{it} + \alpha_2 \text{Log}(TH)_{it} + \text{Log}\left(\frac{RO}{AREA}\right)_{it} + \alpha_4 \text{Log}(HER)_{it} + \alpha_5 (DUM)_t + \alpha_6 (INF)_{it}$$

که  $i$  بیانگر کشورهای مورد مطالعه،  $t$  نشان‌دهنده زمان است و متغیرهای بکارگرفته شده در مدل عبارتند از:

$(T)_{it}$  تعداد گردشگران وارد شده به کشور  $i$  ام در زمان  $t$

$\left(\frac{GDI}{L}\right)_{it}$  : درآمد ناخالص داخلی<sup>۱</sup> سرانه (به ازای تعداد نیروی کار) در کشور  $i$  ام در زمان  $t$

$(TH)_{it}$  : تعداد گونه‌های در حال انقراض (گیاهان، پرندگان، پستانداران و ماهیان) در کشور  $i$  ام در

زمان  $t$

$\left(\frac{RO}{AREA}\right)_{it}$  : شبکه حمل و نقل جاده‌ای به مساحت کشور (برحسب کیلومتر)، در کشور  $i$  ام در

زمان  $t$

$(INF)_{it}$  : نرخ تورم (برحسب تولید ناخالص داخلی) در کشور  $i$  ام در زمان  $t$

$(DUM)_t$  : متغیر دامی، جنگ عراق در زمان  $t$

$(HER)_{it}$  : شاخص هریتیج (آزادی اقتصادی) در کشور  $i$  ام در زمان  $t$

به منظور تعیین وجود و یا عدم وجود عرض از مبدا جداگانه برای هر یک از کشورها از تست  $F$  (لیمر) استفاده شده است. با توجه به این که میزان آماره محاسبه شده برابر با ۲۰۱،۴۲ شده است، بنابراین بایستی عرض از مبدهای متفاوتی در مدل لحاظ شود. به منظور انتخاب الگوی اثر

ثابت  $(E\left(\frac{U_{it}}{X_{it}}\right)) = 0$  در مقابل الگوی اثر تصادفی  $(E\left(\frac{U_{it}}{X_{it}}\right)) \neq 0$  از آزمون هاسمن استفاده شد و مدل

با اثرات ثابت پذیرفته شد.

انتظار بر اینست که درآمد سرانه، شاخص هریتیج و شبکه حمل و نقل جاده‌ای بر میزان گردشگر اثر مثبتی داشته و متغیرهای نرخ تورم و وقوع جنگ، اثر منفی و گونه‌های در حال انقراض بر تعداد گردشگر می‌تواند به ترتیب اثر مثبت و یا منفی داشته باشند. خلاصه نتایج حاصل از برآورد الگو به روش حداقل

۱. به قیمت دلار ثابت سال ۲۰۰۰

مربعات تعمیم یافته تخمینی ( $EGLS$ ) و با اثرات ثابت در جدول زیر نشان داده شده است:

جدول (۳). نتایج حاصل از برآورد الگو

متغیرها	ضرایب	آماره t
C	-۲/۰۲	-۰/۶۲
$\frac{GDI}{L}$	۰/۸۲	۲/۷۱
TH	۱/۴۶	۵/۴۴
$\frac{RO}{AREA}$	۰/۷۹	۲/۰۱
HER	۰/۵	۲/۵۳
INF	-۰/۰۰۴	-۱/۸۹
DUM	-۰/۱۲	-۵/۵۱
$R^2 = ۰,۹۹$	D-W = ۱,۹۶	
$\bar{R}^2 = ۰,۹۹$	Hausman Test = ۱۴,۲۳	
F-Test = ۲۰۱,۴۲		

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که ملاحظه می‌شود تمامی متغیرهای بکارگرفته شده در سطح ۹۵ درصد و متغیر نرخ تورم در سطح ۹۰ درصد معنی‌دار بوده و ضریب تعیین مدل برآوردی نشان‌دهنده قدرت توضیح دهنده بالایی الگو است؛ بگونه‌ای که متغیرهای بکارگرفته توانسته اند ۹۹ درصد از عوامل اثرگذار بر تعداد گردشگران خارجی کشورها را توضیح دهند و این امر گویای دقت لازم در انتخاب متغیرها بوده است. همچنین مقدار آماره دوربین-واتسون نیز بیانگر این است که مدل دچار خود همبستگی نمی‌باشد.

ضریب متغیر درآمد سرانه دارای اثر مثبتی بر میزان گردشگر ورودی هر کشور است، این شاخص را می‌توان به عنوان شاخصی که نشان‌دهنده توسعه یافتگی یک کشور است بیان کرد به گونه‌ای که با افزایش میزان درآمد سرانه افراد یک کشور می‌توان انتظار افزایش تفریح و سپری کردن اوقات فراغت افراد در جاذبه‌های گردشگری را داشت. بنابراین کشور مورد نظر از حیث امکانات و جاذبه‌های گردشگری می‌تواند در سطح خوبی قرار داشته باشد و در نتیجه این امر به جذب گردشگر خارجی نیز می‌انجامد.

شاخص هریتیج نشان‌دهنده آزادی اقتصادی است که زیر شاخص‌های آن عبارتند از آزادی تجاری،

عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا..... ۱۰۹

آزادی مالی، اندازه دولت، آزادی پولی، آزادی سرمایه‌گذاری، آزادی نظام مالی، حقوق دارایی‌ها، عدم فساد اقتصادی، آزادی بازار کار و آزادی کسب و کار می‌باشد. طبق برآورد انجام شده، میزان این شاخص اثر مستقیمی بر میزان تعداد گردشگر در پژوهش حاضر داشته است.

افزایش مداوم سطح قیمت‌های یک کشور نشان‌دهنده افزایش سطح هزینه‌های یک کشور به طور مداوم است. در نتیجه عدم ثبات را در هزینه‌های گردشگری و جاذبه‌های گردشگری یک کشور به همراه دارد. اثر منفی نرخ تورم بر میزان گردشگران در این تحقیق نیز موید این امر است.

به عنوان یکی از زیرساخت‌های جذب گردشگر در یک کشور، شبکه حمل و نقل جاده‌ای مدنظر قرار گرفته است به منظور تشخیص اثرگذاری واقعی‌تر، این متغیر بر میزان مساحت هر کشور تقسیم شد تا از این طریق میزان راه‌های ارتباطی به مساحت هر کشور مشخص شود. بدین ترتیب با افزایش این زیر ساخت به مثابه عاملی برای جذب گردشگر از جنبه رفاه و همینطور مشاهده مناظر طبیعی اکثر نقاط هر کشور، بر میزان گردشگر افزوده میشود. از سوی دیگر، عدم امنیت یکی از عوامل اثرگذار بر میزان جذب گردشگر است؛ با توجه به این که منطقه خاورمیانه در دهه‌های اخیر دستخوش ناامنی‌های فراوانی شده است، بنابراین در مقاله حاضر وقوع جنگ عراق و آمریکا به عنوان عاملی اثر گذار بر کاهش گردشگر در نظر گرفته شده است. با توجه به مدل برآوردی مشاهده میشود که این متغیر بر میزان گردشگر خارجی اثر منفی گذاشته و این واقعیت را تاکید می کند که ناامنی در یک کشور بر کل آن منطقه تاثیر میگذارد.

با توجه به اینکه اکوتوریسم و یا گردشگری طبیعی یکی از عوامل محیطی جذب گردشگر است، در این مقاله از شاخصی به نام جذب گردشگر به لحاظ محیطی استفاده شده است. گونه‌های در حال انقراض گیاهان، پستانداران، ماهیان و پرندگان، به مثابه شاخصی برای این کار در نظر گرفته شده تا بتواند اثر مثبت و یا منفی آن را نشان دهد. علامت منفی از این حیث که با منقرض شدن جانوران، کشورها از داشتن گردشگران طبیعی که بواسطه وجود حیوانات و گیاهان اقدام به مسافرت می کردند، محروم می‌مانند. مثبت بودن اثرگذاری نیز این مهم را در نشان می دهد که در حال انقراض شدن جانوران و نایاب شدن آنها، می‌تواند بر میزان اکوتوریسم بیافزاید. همانطور که مشاهده می‌شود افزایش این متغیر بر میزان گردشگران در کشورهای مورد مطالعه افزوده است.

### نتیجه گیری و پیشنهادها

بر اساس مبانی صنعت توریسم، میتوان انتظار داشت، ورود گردشگران بین المللی به کشورهای میزبان دارای اثرات اقتصادی گوناگونی از جمله تاثیر بر درآمد ملی، انتقال ثروت و درآمد از مناطق گردشگر فرست به گردشگر پذیر، تاثیر بر سطح قیمت‌های داخلی، افزایش ارزش پول داخلی و افزایش اشتغال است؛

که از مهمترین آثار آن میتوان به افزایش درآمد ارزی کشور پذیرای گردشگر اشاره کرد. از منظری دیگر با افزایش تعداد گردشگران، درآمدهای ارزی افزایش یافته و این امر به منزله افزایش صادرات محسوب شده و در نتیجه خالص صادرات و در نهایت درآمد ملی را افزایش می دهد.

بدون شک صنعت گردشگری امروزه در جهان به عنوان یک صنعت پر رونق مطرح بوده و سهم ارزش افزوده زیادی را در برخی کشورهای در حال توسعه به خود اختصاص داده است. همچنین قاره آسیا از دیرباز با توجه به پیشینه کهن و گونه‌های طبیعی متنوع خود مورد توجه بسیاری از جهانگردان بوده است، اما بدلیل ناامنی در مناطق مختلف، نبود امکانات مناسب در ارائه خدمات به جهانگردان سهم اندکی از گردشگری بخصوص در سالهای اخیر را به خود اختصاص داده است.

بر این اساس، در این مقاله عوامل موثر بر جذب گردشگر از جمله تولید ناخالص داخلی سرانه، تورم، شبکه جاده ای به نسبت میزان وسعت کشور، شاخص هریتیج به عنوان متغیرهای اثر گذار اقتصادی، تعداد گونه‌های در حال انقراض و وقوع جنگ به عنوان متغیرهای موثر بر جذب گردشگر نیز در نظر گرفته شده‌اند. نتایج حاصله حاکی از آن است که متغیرهای درآمدسرانه، شاخص هریتیج و شبکه جاده ای اثر مثبت و نرخ تورم اثر منفی دارد. همچنین متغیر مجازی جنگ عراق و آمریکا اثر منفی و متغیر گونه‌های در حال انقراض اثر مثبت دارد. بنابراین عدم وجود امنیت در منطقه می تواند اثرات منفی بر تقاضای گردشگر در تمام کشورهای منطقه از خود به جای بگذارد، به گونه ای که جنگ های متعدد در طول سالهای گذشته و ناامن شدن منطقه خاورمیانه و از جمله در جنوب غرب آسیا منجر به کاهش گردشگر به داخل این کشورها شده است. عوامل طبیعی از جمله جاذبه های گردشگری و عوامل مرتبط با زیرساخت های ارتباطی داخل هرکشور مانند شبکه حمل و نقل جاده ای، ریلی، هوایی و آبی نیز بر جذب گردشگر موثر است، به گونه ای که نتایج این پژوهش نیز بر این امر صحنه گذاشته است.

در خاتمه می توان بیان کرد که علاوه بر متغیرهای اقتصادی که در بسیاری از مطالعات در نظر گرفته شده‌اند متغیرهای دیگری مانند ناامنی و گونه های در حال انقراض در جذب گردشگر موثر هستند.

با توجه به نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر، پیشنهاد می شود تا موارد زیر مورد توجه قرار گیرد:

- شناسایی، معرفی و حفاظت جاذبه های طبیعی (اکوتوریسم)
- تأمین امنیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و در منطقه
- کنترل و تثبیت قیمتها خصوصاً کالاها و خدمات مرتبط با صنعت گردشگری
- بهبود شرایط ارتباطی (حمل و نقل) کشور

## منابع

۱. اشرف زاده، حمیدرضا و نادر مهرگان(۱۳۸۷). "اقتصادسنجی پانل دیتا"، موسسه تحقیقات تعاون دانشکده تهران.
۲. پورکاظمی، محمدحسین و جواد رضایی(۱۳۸۵). "بررسی کارایی صنعت گردشگری با استفاده از روش‌های ناپارامتری(ایران و کشورهای منطقه)"، پژوهشنامه اقتصادی.
۳. حبیبی، فاتح و حسین عباسی نژاد(۱۳۸۴). "تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی-مقطعی"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۰، پاییز.
۴. رکن الدین افتخاری عبدالرضا و بهار بیشمی، حمداله سجاسی قیداری، یوسف حسن پور (۱۳۸۸). "نقش کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در توریسم جهانی"، فصلنامه ژئوپلیتیک، پاییز.
۵. زیبایی، منصور و آذر شیخ زین الدین(۱۳۸۸). "تنوع زیست محیطی و رشد اقتصادی: تحلیل مقطعی کشوری(با تاکید بر کشورهای در حال توسعه)"، مجله محیط شناسی، سال سی و پنجم، شماره ۴۹، بهار.
۶. محمدزاده، پرویز و داود بهبودی، مجید فشاری، سیاب ممی پور(۱۳۸۹). "تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگری ایران(رهیافت TVP)"، فصلنامه پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی، سال اول، شماره اول، زمستان.
۷. موسایی، میثم(۱۳۸۶). "اقتصاد توریسم"، موسسه تحقیقات تعاون دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران و انتشارات نور علم.
۸. یآوری، کاظم و مهدیه رضاقلی زاده، مجید آقایی، سید محمد حسن مصطفوی(۱۳۸۹). "تاثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۱، تابستان.
9. **Kantarci K.(2006).** " Perceptions of foreign investors on the tourism market in central Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan", Tourism Management, Volume 28, Issue 3.
10. **Erdem Yaya M.(2009).**" **TERRORISM AND TOURISM: THE CASE OF TURKEY**", *Defence and Peace Economics*, vol. 20, issue 6.
11. World Development Indicators 2010; [data.worldbank.org](http://data.worldbank.org)
12. World Tourism Organization; <http://www.unwto.org>