

تخمین تابع تقاضای اکوتوریسم (مطالعه ی موردی شهر اصفهان)

دکتر رحمان خوش اخلاق*

فاطمه نیافرده**

رحیم دلالی اصفهانی***

چکیده

گردشگری از صنایع پر سودی است که بسیاری از کشورها در آن سرمایه گذاری کرده اند و همچنین این صنعت باعث تماس کشورهای با یکدیگر شده و بر فرهنگ مردم آنها نیز اثر می گذارد. امروزه با افزایش درآمد و کاهش زمان کار، تقاضا برای گردشگری افزایش یافته است. طبیعت گردی (اکوتوریسم) که زیر مجموعه ای از گردشگری به شمار می رود از جمله صنایعی است که نه تنها باعث حفظ اکوسیستم ها و ایجاد محیط سالم برای زیست می شود بلکه بخش عظیمی از هزینه های جاری کشور را تامین می کند و موجب کاهش معضل بیکاری می گردد. ایران از دیدنی ترین مناطق جهان و اصفهان نیز یکی از زیباترین شهرهای ایران است، لیکن با وجود ظرفیت های بالای اصفهان برای جذب گردشگران، فقدان آمار قابل اطمینان، برنامه ریزی علمی را برای توسعه ی بازار اکوتوریسمی این شهر مشکل می گرداند. در این مقاله گردشگران داخلی اصفهان در فروردین سال ۱۳۹۰ جامعه ی آماری و تعداد ۴۰۰ نفر آنان حجم نمونه ی این پژوهش بوده اند که با استفاده از روش آماری واستنباطی، تاثیر متغیرهای موثر بر تقاضای اکوتوریسم داخلی برآورد گردیده است.

کلیدواژه: مقدار تقاضای طبیعت گردی، طبیعت گردی، جاذبه های طبیعی، توسعه ی پایدار

طبقه بندی JEL: k32,L83,P28

* استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان و دانشگاه خمینی شهر، E.Mail:rahmankh44@yahoo.com

E.Mail:mhn132@gmail.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه خمینی شهر،

E.Mail:rdalaliesf@yahoo.com

*** استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان،

مقدمه

گردشگری از صنایع پرسودی است که بسیاری از کشورها در آن سرمایه گذاری کرده اند. این صنعت مورد مطالعه ی بسیاری از کشور های در حال توسعه و توسعه یافته می باشد و یکی از پردرآمدترین صنایع در جهان برای افزایش اشتغال و یک پدیده ی اجتماعی جهانی که باعث تماس کشورها با یکدیگر شده و بر مردم آنها اثر گذاشته و همچنین باعث شناخت مردم از چگونگی زیست، باورها و فرهنگ می شود. امروزه گردشگری در تمامی عرصه ها چه ملی، منطقه ای و چه بین المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت های خصوصی قرار گرفته است. این صنعت بعد از نفت و خودرو سازی مقام سوم را در جهان داراست. براساس پیش بینی این صنعت تا پایان سال ۲۰۱۲ بزرگترین صنعت جهان به حساب خواهد آمد. (کریمایی، ۱۳۸۷) گردشگری انواع مختلف دارد که یکی از آنها گردشگری طبیعت یا اکوتوریسم می باشد. اکوتوریسم به دلیل اشتغال و تولید پیشوند اکو، وواژه ی توریسم فعالیتی غیر مخرب از دید گاه طبیعت و باعث سود آوری محسوب می شود. متقاضیان اکوتوریسم ساکنان دیگر کشورها و یا ساکنان خود کشور هستند. طبیعت گردی به عنوان یک صنعت پویای جهانی از رشد بسیار سریع برخوردار می باشد. از اواسط دهه ی ۱۹۸۰ طبیعت گردی ستون اصلی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را تشکیل می دهد. (ای.فنل، ۱۳۸۵)

اکوتوریسم به مثابه ی یک فرصت برای تبادل فرهنگی، شناخت و آگاهی بازدید کننده، آموزش زیست محیطی، توجیه مناطق حفاظت شده، ایجاد درآمد (درآمدزایی)، بهبود/حفظ تنوع زیست محیطی، اشتغال و همچنین این صنعت سود آور و باعث رونق احداث هتل، رستوران، صنایع دستی و افزایش تولید و سرمایه گذاری می شود. اکوتوریسم در حل مشکلاتی از قبیل کمبود درآمدهای ارزی کمک می کند این صنعت تا پایان دهه ی آینده در صدر جدول صنایع پردرآمد قرار خواهد گرفت و انتظار می رود بیش از ۴۰٪ از اشتغال کشورها را تامین کند. (کرمانی و امیریان، ۱۳۸۴)

از سوی دیگر ایران جزء ۱۰ کشور اول جهان از لحاظ جاذبه های گردشگری می باشد و جزء ۵ کشور اول جهان از نظر تنوع گردشگری و نیز جزء ۳ کشور اول جهان از نظر صنایع دستی می باشد. (زیرک باش، زنگی آبادی و محمدی، ۱۳۸۵) و از طرف دیگر ایران بعد از هندوستان بالاترین رتبه ی گردشگری جنوب آسیا را داراست. (WTO, 2000) و اصفهان از پرجاذبه ترین مناطق ایران می باشد که رتبه ی اول در جذب گردشگر و تعداد آثار گردشگری و مناطق دیدنی را دارد. شهر اصفهان در مرکز جغرافیای ایران و بر روی دشتی رسوبی و در حاشیه ی کویر واقع شده است. وجود زاینده رود و خاک حاصلخیز اصفهان را از صورت یک شهر کویری خارج ساخته و اعتدال آب و هوایی آن بگونه ای است که ضریب آسایش مناسبی را برای گردشگران تامین می نماید.

تنها آمار پیش از انقلاب مربوط به شهر اصفهان در سال ۱۳۴۶ بیانگر آن است که در این سال تعداد ۱۱۵۰۹۱ نفر در هتل های اصفهان پذیرایی شده اند که از این عده ۷۰۲۳۵ نفر (۶۱٪) مسافران داخلی بوده اند که برای ۲/۵ روز در شهر اصفهان اقامت کرده اند. (اداره ی کل امور اقتصادی و دارایی استان اصفهان، ۱۳۴۶) اما اطلاعات دقیقی در مورد تعداد گردشگران در سال ۸۸ در دسترس نمی باشد فقط در ۱۰ ماه سال ۸۸ آمار

گردشگران خارجی ورودی به اصفهان از مرز ۲۰ هزار نفر فراتر نرفته است که عموم این گردشگران همان افرادی هستند که از تهران، شیراز، یزد و کرمان دیدن کرده اند و در شمار گردشگران خارجی به حساب آمده اند. (میراث فرهنگی CHN)

حال با توجه به مطالب بیان شده و اهمیت گردشگری به عنوان یک صنعت پر درآمد و اشتغال زا و همچنین با وجود پتانسیلی که ایران از لحاظ جذب توریست دارد و بخصوص شرایط جغرافیایی استان اصفهان، در این مقاله تابع تقاضای اکوتوریسم این استان با توجه به تقاضای گردشگران داخلی برآورد می شود و تلاش می گردد جایگاه واقعی این صنعت همان گونه که در جهان وجود دارد در این استان نیز یافته شود.

۱. مروری بر مطالعات انجام شده

در این بخش به ارائه ی پیشینه ی تحقیق پرداخته می شود. بدیهی است در تحقیقات اولیه انجام شده در محور بحث ها مبانی تئوریک مورد توجه قرار نگرفته ولی به تدریج اهمیت داشتن مبانی تئوریک در ساختن مدل ها مورد توجه محوری قرار گرفته است، در زیر به ارائه تحقیقات مهم صورت گرفته پرداخته می شود.

مطالعات داخلی:

مطالعه ی عباسی نژاد و حبیبی (۱۳۸۴) در این مطالعه به تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی - مقطعی پرداخته شده است. در این مقاله بیشتر بر روی عوامل اقتصادی و تاثیر آن بر تقاضای گردشگری تاکید شده است و یک تجزیه و تحلیل از تقاضای گردشگری ارائه شده است و برای برآورد از ترکیب سری زمانی - مقطعی استفاده شده است. مورد بررسی از سال ۱۳۵۰ تا سال ۱۳۸۰ بر روی کشورهای آلمان، ایتالیا، انگلستان، ژاپن، سوئیس، فرانسه، کویت و هندوستان انجام شده است چون بیشترین گردشگر ورودی را در طی این دوره به ایران داشته اند.

نتایج برآوردها با استفاده از روش OLS و روش ترکیب داده های سری زمانی - مقطعی GLS تقریباً مشابه هم بوده و بیانگر رابطه ی مثبت بین درآمد سرانه ی کشورهای مورد بررسی و رابطه ی عکس بین قیمت های نسبی و همچنین رابطه ی مثبت بین حجم مبادلات تجاری کشورهای مبدا و مقصد است.

مطالعه ی زنگی آبادی - زیرک باش - محمدی (۱۳۸۵) که در زمینه ی تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان می باشد. در این تحقیق کلیه ی گردشگران داخلی که در سال ۱۳۸۴ به شهر اصفهان وارد شده اند به روش تصادفی ساده ۴۰۰ نفر آن ها انتخاب گردیده اند که از ابزار اندازه گیری پرسشنامه تعداد ۱۹ سوال از آن ها پرسیده شده است.

برای تعیین « پایایی » از روش « ضریب آلفای گرانباخ » استفاده گردیده است. همچنین برای تحلیل داده ها از انواع روش های آماری توصیفی مانند « جداول توزیع فراوانی »، « میانگین »، « نما »، « انحراف معیار » و « واریانس » و روش های آمار استنباطی از جمله « کای اسکوتر » و « آزمون تک نمونه ای » استفاده گردیده است.

نتایج نشان می دهد که مهمترین بازار گردشگری داخلی اصفهان از استان تهران و کمترین میزان گردشگر از ایلام و گلستان وارد شده اند. تحلیل آماری نشان می دهد رابطه ی معنا داری بین شاخص های توسعه و میزان

جمعیت استان ها با گردشگران ورودی به اصفهان وجود دارد.

مطالعه ی کریمایی (۱۳۸۷) که در این پایان نامه به تخمین تابع تقاضای اکوتوریسم در گیلان پرداخته شده است. طول دوره مطالعه ۲۲ سال از سال های ۶۳ تا ۸۴ میباشد. در واقع این تحقیق به منظور مدیریت تقاضا و ایجاد امکانات برای تامین این تقاضا در استان گیلان در نظر گرفته شده است.

تابع تقاضا به صورت:

$$X^d = F(P_x, M, P, T, Y)$$

P_x : قیمت اکوتوریسم در مقصد

M : انتظارات مردم

P : قیمت سایر کالاها

T : سلیقه

$$V_{nt} = \alpha + \beta_1 POP + \beta_2 WEA + \beta_3 MRC + \beta_4 PT + \beta_5 PA + \beta_6 PH \quad Y: \text{درآمد}$$

تابع تقاضای اکوتوریسم داخلی:

V_{nt} : تعداد توریست داخلی وارد شده به استان گیلان

POP : جمعیت استان های مختلف در سال t

WEA : هوا

MRC : تبلیغات

PT : هزینه ی حمل و نقل

PA : هزینه ی ایاب و ذهاب

PH : هزینه ی مسکن

$$RF_T = C + \beta_1 LGDPPF + \beta_2 LPI + \beta_3 LRF_{T-1} + \beta_4 DUM2 + TR$$

تابع تقاضای اکوتوریسم خارجی:

RF_T : تعداد توریست های خارجی وارد شده به استان گیلان

GDP : تولید ناخالص داخلی به تولید ناخالص جهانی در حکم متغیر درآمدی

$PCPI$: شاخص قیمت داخلی به شاخص قیمت جهانی در حکم متغیر قیمتی

RF_{T-1} : تعداد توریست های خارجی وارد شده به استان گیلان در دوره قبل

$DUM2$: متغیر مجازی، وجود دولت آقای خاتمی

TR : متغیر زمان

نتایج تخمین ها نشان می دهد که:

در بخش داخلی

۱- متغیر جمعیت استان های فرستنده ی گردشگر روی تقاضای گردشگری استان گیلان اثر مثبت و معنی

دارد اما نسبت به تاثیر سایر متغیرها بسیار کوچک است.

۲- شرایط آب و هوایی تاثیر مثبت روی تعداد گردشگران ورودی دارد.

۳- مخارج تبلیغاتی اثر منفی دارد(این اثر تقریباً صفر می باشد)

۴- هزینه هر چه بالا تر تعداد گردشگران ورودی کمتر می شود.

۵- هزینه ی مسکن اثر منفی بر روی تقاضای گردشگری دارد.

۶- هزینه ی ایاب و ذهاب در این تخمین بی معنی و بر خلاف انتظار، مثبت ارزیابی شده است.

در بخش خارجی

۱- درآمد گردشگران خارجی با دو دوره تاخیر معنا دار شده است و علامت منفی یعنی هر چه درآمد

گردشگران افزایش میابد آن ها مقصد های جانشین ایران را برای مسافرت انتخاب می کنند.

۲- شاخص قیمت داخلی به جهانی که افزایش یابد(گران شدن هزینه ی مسافرت به ایران) باعث می شود

تعداد گردشگران ورودی کاهش یابد.

۳- تعداد گردشگران خارجی ورودی در دوره ی قبل اثر مثبت و معنا دار روی تقاضای گردشگری خارجی این

استان دارد.

۴- متغیر مجازی دولت آقای خاتمی معنا دار و مثبت می باشد.

مطالعه ی رضا زاده(۱۳۸۸) در این پایان نامه به برآورد تابع تقاضای گردشگری در استان اصفهان پرداخته

شده است. در این مطالعه اطلاعات مقطعی شامل ۵۰۰ خانوار گردشگر داخلی در تابستان ۸۸ می باشد. نمونه به

صورت تصادفی طبقه بندی شده است و اطلاعات از طریق شفاهی انجام گردیده است.

مدل آیزر در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفته است(سیستم تقاضای تقریباً ایده آل).

$$W_i = \alpha_i + \sum_{j=1,2,\dots,5} \gamma_{ij} \ln P_j + \beta_i \ln(X/P)$$

$$i, j = 1, 2, \dots, 5$$

W_i : سهم هزینه ی کالای i ام به کل هزینه ی گردشگری

P_j : قیمت کالای j ام

X/P : هزینه ی کل مسافرت خانوار

رگرسیون ها برای برآورد تقاضا برای ۵ کالای غذا، محل اقامت، ایاب و ذهاب، بازدید از نقاط دیدنی و

سوغات استفاده شده است و کشش قیمتی و درآمد تقاضا برای آن ها محاسبه گردیده است.

نتایج نشان می دهد که کشش به ترتیب برای ۵ کالای بالا ۰/۲، ۰/۰۵، ۰/۷۶، ۰/۴۳، ۰/۱۳۲-

کشش مخارجی (درآمد)، اما تقاضا به ترتیب ۰/۰۴، ۰/۹۰۴، ۰/۰۳۵، ۰/۵۱۶، ۰/۵۳۴ هم کشش قیمتی تقاضا کم

کشش بوده است با توجه به کشش مخارجی همه ی کالاها، کالاهای ضروری بوده اند.

مطالعات خارجی:

الگوی تقاضای اوزال-کروپستون^۱ (۱۹۸۶) این الگو تابع تقاضای گردشگری خارجی کشور ترکیه رابا استفاده از داده های سری زمانی سال های ۱۹۷۰-۱۹۶۰ برآورد کرده است. شکل تابع به صورت:

$$T=F(PCI,RPI,EXR,PE,DUM)$$

T: تعداد گردشگران کشورهای مختلف که به ترکیه وارد شده اند.

PCI: متغیر درآمدسرانه کشورهای جهانگردی فرست

RPI: متغیر قیمت نسبی، که از نسبت قیمت های ترکیه به کشورهای جهانگرد فرست

EXR: متغیر نرخ ارز

PE: مخارج بازاریابی و تبلیغی کشور ترکیه برای جذب گردشگر

DUM: متغیر مجازی برای آشوب سیاسی-اجتماعی کشور مقصد (ترکیه)

در این الگو ترکیه مقصد گردشگری در نظر گرفته شده است و کشورهای اتریش، کانادا، فرانسه، یونان، ایتالیا، اسپانیا، سوئیس، آلمان فدرال، انگلیس، آمریکا و یوگسلاوی به عنوان کشورهای مبدا در نظر گرفته شده است. طبق ارزیابی های انجام شده، متغیرهای درآمد- قیمت- نرخ ارز از مهم ترین عوامل تاثیرگذار جریان گردشگری ترکیه اند.

الگوی استفان-وایت^۲ (۱۹۹۲) این الگو برای پیش بینی میزان واردات و صادرات گردشگری در مناطق عمده جهان بکار رفته است. که در آن یک سیستم کامل معادلات تقاضا ارائه شده است.

در این الگو جریان ورود و خروج توریست های ۱۸ کشور صنعتی بزرگ راروشن می کند (یعنی هر کشور به عنوان مبدا توریسم و هم به عنوان مقصد آن در نظر گرفته شده است). این کشورها شامل آلمان، اتریش، اسپانیا، استرالیا، ایالات متحده، ایتالیا، بریتانیا (شامل انگلستان و ایرلند شمالی)، بلژیک، دانمارک، ژاپن، سوئد، سوئیس، فرانسه، فنلاند، کانادا، نروژ، هلند و یونان.

معادلات رفتاری با استفاده از آمار سالانه ی گردشگری سال های ۸۸-۱۹۷۵ برآورد شده است. فرم اقتصادسنجی:

توابع واردات (کشورهای فرستنده ی توریست یا مبدا)

$$M_{jt}=\alpha_{1j}+\alpha_{2j}Y_{jt}+\alpha_{3j}RPG_{jt}+\alpha_{4j}DV_{jt}+U_{jt}$$

توابع صادرات (کشورهای پذیرای توریست یا مقصد)

$$X_{it}=\beta_{1i}+\beta_{2i}Y_{it}+\beta_{3i}RPD_{it}+\beta_{4i}DV_{it}+U_{it} \quad \sum U_{jt}=TU_t$$

$$\sum_{j=1}^{118} X_{it}=TX_t$$

1. Uysal and Crampton, 1987.
2. Stephen and witt, 1992.

$$i=1 \text{ ROW} = TM_t - TX_t$$

M_{jt} : میزان واردات توریسم کشور فرستنده توریست در سال t (میلیارد دلار آمریکا و قیمت های ۱۹۸۰)
 Y_{it} : میزان تولید ناخالص داخلی کشور فرستنده ی توریست i در سال t (میلیارد دلار آمریکا و قیمت
 ه: شاخص RPG_{jt} : قیمت نسبی کشور فرستنده ی توریست i در سال t که به صورت نسبت قیمت واردات
 توریسم به قیمت کالاها و خدمات مصرفی ای ۱۹۸۰)

X_{it} : میزان صادرات توریسم کشور پذیرای گردشگر در سال t

TM_t : مجموع واردات توریسم ۱۸ کشور در سال t (میلیارد دلار آمریکا و قیمت های ۱۹۸۰)

RPD_{it} : شاخص قیمت نسبی کشور پذیرای توریست i در سال t که به صورت نسبت قیمت های کشور i
 به قیمت سایر کشورهای پذیرای توریست (رقیب) می باشد.

DV_{it} : متغیر مجازی برای کشور پذیرای توریست i در سال t

TX_t : مجموع صادرات توریسم ۱۸ کشور در سال t

ROW : خالص صادرات توریسم از سایر کشورهای جهانی (میلیارد دلار آمریکا و قیمت های ۱۹۸۰)

از نتایج تخمین معادلات توریسم پیداست که در تمام این توابع ضریب درآمد مثبت و از نظر آماری در سطح
 ۵ درصدی معنی دار هستند. ضریب شاخص قیمت نسبی برای تمام کشورهای فرستنده ی توریست به جز اسپانیا
 علامت منفی است و از نظر آماری در سطح ۵ درصدی معنادار است. نتایج تخمین توابع صادرات توریسم بیانگر این
 است که ضریب درآمد تمام توابع بر طبق انتظار مثبت و از نظر آماری در سطح ۵ درصدی معنی دار است. اما تاثیر
 قیمت در توابع صادرات توریسم ژاپن، نروژ و یونان بسیار ناچیز است.

لی^۱ (۲۰۰۲) در مقاله ی خود با عنوان تخمین مدیریت محیطی اکوتوریسم در نگهداری طبیعت چین در تیان
 ماشن به بیان الگوی PSR پرداخته است.

بر طبق این الگو، نمایندگان گردآوری شده و در ۳ گروه طبقه بندی می شوند، با عنوان نمایندگان فشار،
 نمایندگان کشور و نمایندگان پاسخگو. نمایندگان کشور منعکس کننده ی وضعیت محیط زیست کشور به منظور
 مقصد های توریستی که فاکتورهای کلیدی برای توسعه و درجه ی توسعه ی توریسم را در ذخیره ی طبیعی
 تعیین می کنند. نمایندگان پرس فعالیت های توریسم و فشار های دیگر که بر محیط زیست وارد می شود که
 نشان می دهد آیا بالا رفتن فعالیت توریست از حد محدود آن ظرفیت مقصد توریست را بالا می برد و یا بی اثر در
 اندازه گیری مدیریت محیط زیست توریست است را منعکس می کند. نمایندگان پاسخگو پوشش می دهند اندازه
 گیری، تنظیم و استاندارد هایی که مدیران برای کنترل و پیشگیری از تنزل توریسم محیط زیست استفاده می
 کنند. نتایج حاصل شده نشان می دهد که نمایندگان پیشنهاد می کنند باید از جنبه های محیط زیست طبیعی،
 اجتماعی و اقتصادی برای انعکاس فشارهای وارده بر توریسم استفاده شود و نیز باید حمایت از توسعه توریسم
 تضمین شود.

برال، استرن و بهاتارای^۱(۲۰۰۷) در مطالعه‌ی خود با عنوان ارزیابی تصادفی اکوتوریسم در ناحیه‌ی حفاظت شده در آناپورنا، در نپال به بیان تمایل یا عدم تمایل افراد به پرداخت هزینه‌ها پرداخته‌اند که آن را با WTP^2 نشان داده‌اند.

در این مطالعه ارزیابی داوطلبان ثبت شده است که برای ۳۱۵ دیدارکننده‌ی خارجی در آپریل و می ۲۰۰۶ تهیه شده است. این تحقیق بر مبنای پاسخ‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه انجام گرفته است. پیرامون این سوال‌ها تخمین زیر صورت گرفته است که الگوی Logit Regression نام دارد:

$$\text{Probability}(WTP) = \alpha + \beta_1 \text{bid amount} + \beta_2 \text{age} + \beta_3 \text{gender} + \beta_4 \text{family size} + \beta_5 \text{education} + \beta_6 \text{environmental group membership} + \beta_7 \text{environmental concern} + \beta_8 \text{visitor satisfaction} + \beta_9 \text{guide} + \beta_{10} \text{group size} + \text{error}$$

bid amount: مبلغ پیشنهادی

age: سن

Gender: جنسیت

Family size: تعداد خانواده

Education: آموزش

environmental group membership: اعضای گروه محیط زیست

environmental concern: نگرانی‌های محیط زیست

visitor's satisfaction: رضایت بازدیدکنندگان

guide: استفاده از راهنما

Group size: تعداد اعضای گروه

در معادله‌ی بالا α ثابت و β_i ضرائب توضیح متغیرها می‌باشند.

نتایج نشان می‌دهند که کرایه‌ی راهنما بیشترین تمایل برای پرداخت می‌باشد و همچنین علامت ضرائب سن، جنس، آموزش، عضویت محیط زیست و نگرانی درباره‌ی محیط زیست قابل انتظار است.

۲. روش تحقیق

منحنی تقاضا برای فرد یا خانوار مقدار کالایی است که شخص مایل است در هر قیمت ممکن در یک دوره

زمانی خاص خریداری کند در نتیجه :

$$X^D = F(P_X)$$

$$X^D = F(P_X, P, Y)$$

1. Baral, Stern and Bhattarai, 2007

2. Willingness to pay

P: قیمت سایر کالاها

Y: درآمد

در مورد اکوتوریسم و تابع تقاضای آن نیز به همین شکل می باشد یعنی تقاضای اکوتوریسم مقدار اکوتوریسمی است که در یک قیمت مشخص وبا ثابت بودن سایر عوامل مورد درخواست قرار می گیرد . اکوتوریسم نیز مانند سایر کالاها که تقاضا می شود تحت تاثیر قیمت اکوتوریسم، قیمت کالاهای جانبی می باشد. همچنین تقاضای اکوتوریسم تحت تاثیر بودجه کل که در اختیار فرد است نیز می باشد .

می توان گفت یکی از عوامل اصلی در جذب گردشگر کیفیت خدماتی بخش های رفاهی و خدمات بخش عمومی مانند رضایت از وسایل نقلیه عمومی و روانی ترافیک و ... می باشد .علاوه بر آن کیفیت رستورانها و ... نیز باعث جذب باز دید کنندگان می شود . قیمت اکوتوریسم را می توان به صورت هزینه مسافرت از کشورمبدا به مقصد وهمچنین هزینه های اقامت در کشور مقصد که شامل هزینه مسکن یا هتل و ... و همچنین هزینه رفت و آمدها در منطقه می باشد در نظر گرفت . انتظار بر این است که هزینه هایی که به عنوان تبلیغات خرج می شود بر روی تعیین سطح تقاضای توریسم تاثیر داشته باشد و همچنین بهبود خدمات هواپیمایی و جاده ای و ... نیز می تواند در جذب توریسم موثر باشد.

شرایط آب و هوایی و تفاوت دمای بین مبدا و مقصد نیز از عوامل تاثیر گذار بر صنعت توریسم می باشد.

درآمد گردشگران نیز از متغیرهای تاثیرگذار بر تقاضای گردشگری است.

بنا بر این با توجه به اینکه در این مقاله، تاثیر قیمت اکوتوریسم، تاثیر ترویج بازار یابی، هزینه حمل و نقل و هزینه مسکن ، همچنین تاثیر شرایط آب و هوایی ، بر روی تقاضای اکوتوریسم بررسی می شود. نتیجتا مدل مورد استفاده به صورت خطی می باشد زیرا که در این مدل تخمین ضرایب راحت تر و مطالعات تجربی نشان داده است که بسیاری از روابط در تابع تقاضای اکوتوریسم در یک دوره ی مشخص زمانی ، می تواند تقریبا به وسیله ی یک رابطه ی خطی نشان داده شود. مدل استفاده شده عبارت است از:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 P X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

Y:متغیر وابسته که در اینجا تعداد گردشگران داخلی وارد شده به شهر اصفهان می باشد.

X₁:تفاوت دما بین مبدا و مقصد

X₂:تبلیغات و بازاریابی

X₃: هزینه ی حمل و نقل(هزینه ی مسافرت از استان مبدا به استان مقصد)

X₄:هزینه ی مسکن(اقامت)

X₅:هزینه ایاب و ذهاب

X₆:درآمد

مقاله ی حاضر با استفاده از پرسشنامه که به صورت تصادفی جمع آوری شده است و اطلاعات مربوط به فروردین ۱۳۹۰ و با بهره گیری از الگویی که در بالا معرفی گردیده، تقاضای کل اکوتوریسم داخلی شهر اصفهان را تخمین زده است.

۳. فرضیه های مورد بررسی

مسئله ی اصلی در مقاله ی حاضر این است که عواملی که بر تقاضای سفر تاثیر میگذارند ارزیابی شوند و سهم هر از عوامل و مقدار آنها مشخص شود و بالاخره تقاضا نسبت به عوامل مذکور چه اندازه است؟

نتیجه گیری

همانطور که بیان شد در بررسی مدل‌های مربوط به تابع تقاضای اکوتوریسم، باید به تئوری تقاضا دقت داشته باشیم.

بر اساس تئوری تقاضا که از نظریه ی مصرف کننده اخذ شده است، تقاضای فردی برای هر کالا تابعی از قیمت کالا، درآمد، تفاوت دما بین مبدا و مقصد و... می‌باشد که قبلا بیان گردید. حال در ادامه به برآورد تابع تقاضای اکوتوریسم در شهر اصفهان و بررسی میزان تاثیر متغیرهای موثر بر تقاضای اکوتوریسم می‌پردازیم. همانطور که بیان گردید این تخمین با استفاده از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده در فروردین ماه ۱۳۹۰ و نیز با توجه به تئوری تقاضا بوده و ساختار و فرم تصریح شده مدل پس از تخمین الگوهای دیگر و مقایسه با آنها انتخاب گردیده و معرفی شده است. این الگو قدرت توضیح دهندگی زیادی دارد و در آن از اطلاعات موجود حداکثر استفاده شده است.

همانطور که در قسمت قبل دیدیم شکل تابع تقاضای برآورد شده بیان گردید، حال بعد از وارد کردن اطلاعات پرسشنامه در نرم‌افزار SPSS و سپس استفاده از آنها در نرم‌افزار Eviews نتایج زیر حاصل گردید.

$$Y = 19.25 + 0.07X_1 - 0.0002X_2 + 5.36 \times 10^{-5}X_3 - 0.001X_4 + 6.26 \times 10^{-6}X_5 + 0.07X_6$$

متغیرهای توضیحی	ضریب	آماره t
تفاوت دما بین مبدا و مقصد	0.07	0.38 (0.7)
تبلیغات	0.07	0.10 (۰.۹)
هزینه حمل و نقل	5.36×10^{-5}	0.54 (0.58)
هزینه مسکن	-0.0002	-2.70 (0.00)
ایاب و ذهاب	-0.001	-1.05 (0.28)
درآمد	6.26×10^{-6}	1.69 (0.09)

* اعداد داخل پرانتز، مقدار احتمال (prob) نشان می دهد

تفسیر نتایج حاصل از برآورد معامله به شرح زیر است.

همان طور که در جدول مشاهده می کنید فقط متغییر درآمد و هزینه مسکن معنادار می باشند و بقیه متغییرها از نظر آماری معنی دار نیستند.

در پایان باید اشاره کرد که با هدف جذب گردشگر بیشتر لازم است تعداد مکان های مورد توجه گردشگران در شهر اصفهان و یا لاقبل با انجام تبلیغات مناسب بر روی مکانهای اکوتوریسمی، تعداد گردشگران بازدید کننده از این شهر را افزایش داد.

همچنین ایجاد تبلیغات و آگاه سازی برنامه ریزی شده در مکان هایی که دارای امکانات گردشگری و رفاهی و جاذبه های کمتری می باشند و یا نوع جاذبه های آنها با شهر اصفهان متفاوت است می تواند مفید باشد.

Archive of SID

منابع

۱. ای فنل، دیوید، مقدمه ای بر طبیعت گردی، جعفر اولادی قادیکلایی، بابلسر، دانشگاه مازندران، بهار ۱۳۸۵.
۲. جمشیدیان، مهدی، پورعطاءآبادی، اکبرمهدی، مدیریت توریسم، انتشارات مانی با همکاری سازمان برنامه و بودجه استان اصفهان، ۱۳۷۹.
۳. درام، اندی، مور، آلن، مقدمه ای بر برنامه ریزی و مدیریت اکوتوریسم، محسن رنجبر، جلد اول، تهران، آبیژ، بهار ۱۳۸۸.
۴. زاهدی، شمس السادات، مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تاکید بر محیط زیست)، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۵.
۵. شیرین بخش، شمس الله، خونساری، زهرا، کاربرد Eviews در اقتصاد سنجی، تهران، پژوهشکده ی امور اقتصادی، ۱۳۸۴.
۶. صدفی، ذبیح الله، تکنیک های خاص تحقیق (با تکیه بر برنامه ریزی Spss)، تهران، نشر آتیه، ۱۳۸۱.
۷. عباسی نژاد، حسین، اقتصادسنجی، مبانی و روشها، تهران، ۱۳۸۰.
۸. قره نژاد، حسن، مقدمه ای بر توسعه ی گردشگری و مهمانپذیری، اصفهان، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، بهار ۱۳۸۶.
۹. جمشیدی، نوید، ۱۳۸۱، بررسی و امکان سنجی (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی) اقامتگاه مناسب گردشگری مطالعه ی موردی شهر اصفهان، پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
۱۰. رضازاده، مهناز، تابع تقاضای گردشگری در استان اصفهان، پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشگاه خمینی شهر، دانشکده ی علوم انسانی، ۱۳۸۸.
۱۱. کریمایی، سمیه، ۱۳۸۷، تخمین تابع تقاضای اکوتوریسم مطالعه ی موردی استان گیلان، پایان نامه ی کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
۱۲. حبیبی، فاتح، عباسی نژاد، حسین، تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی - مقطعی، مجله ی تحقیقات اقتصادی، شماره ی ۷۰، صفحات ۹۱-۱۱۵، ۱۳۸۴.
۱۳. زنگی آبادی، علی، محمدی، جمال، زیرک باش، دیبا، تحلیل بازار گردشگری داخلی شهر اصفهان، مجله ی جغرافیا و توسعه، صفحات ۱۵۶-۱۳۱، ۱۳۸۵.
۱۴. صباغ کرمانی، مجید، امیریان، سعید، بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده- ستاده، پژوهشنامه ی بازرگانی، صفحات ۸۳-۵۷، ۱۳۸۴.
۱۵. سالنامه ی آماری کشور، آبان سال ۱۳۸۵.

16. Steohan. F, witt, christain. A, witt.(1999). " Econometric forecasts tourism trend to 2000". Anaals of Tourism Research.

17. Baral, Nabin, Stern, Marc J., Bhattarai, Ranju.(2008). " contingent

valuation of ecotourism in Annapurna conservation area, Nepal: Implication for sustainable park finance and local development". *Ecological Economics*, pp. 218-227.

18. Lascrain, D.(1987). " Redefining Ecotourism". *Journal of Travel Research*. pp.14-52.

19. Li, Wenjun.(2004)." Environmental management indicators for ecotourism in China's nature reserves: A case study in Tianmushan nature reserves". *Tourism Management*, pp. 559-564

20. Uysal, M, Crompton, J.(1984). " Determinants of Demand for International Tourist Flows to Turkey". *Tourism Management*, pp. 288-297.

21. [www. Weather.ir](http://www.Weather.ir)

Archive of SID