



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال پنجم، شماره‌ی ۱۶، بهار ۱۳۹۵

صفحات ۳۰-۸

تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه منتخب

ابوالفضل شاه‌آبادی^۱

فریبا مهری تلیابی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۸/۰۵

چکیده

طی چند دهه اخیر صنعت گردشگری به یکی از مهمترین منابع درآمدی کشورها تبدیل شده است. با توجه به تفاوت قابل ملاحظه کشورهای توسعه‌یافته با کشورهای در حال توسعه در جذب عایدات گردشگری بین‌المللی، اقدام به بررسی تأثیر شاخص نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای منتخب در حال توسعه طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ نموده‌ایم. یافته‌های تحقیق بیانگر تأثیر مثبت و معنادار شاخص نهاد حکمرانی بر درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه دارد. این مطلب بیان‌کننده لزوم حرکت جدی کشورهای در حال توسعه نسبت به بهبود اجزای شاخص حکمرانی است. علاوه بر این یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد توسعه زیرساخت فناوری ارتباطات و اطلاعات و سطح آموزش عمومی اثر مثبتی بر درآمد گردشگری بین‌المللی دارد. براساس نتایج ضریب تخمینی شاخص مخارج بهداشت بی‌معناست. همچنین نتایج نشان می‌دهد علاوه بر افزایش درآمد سرانه واقعی و جمعیت کشورها و نرخ ارز، زیرساخت‌های حمل و نقل از اهمیت بسزایی در جذب گردشگر برخوردارند.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، زیرساخت‌های اقتصادی، حکمرانی، پانل دیتا.

^۱ نویسنده مسئول: دانشیار گروه اقتصاد، دانشگاه بوعلی سینا، همدان (shahabadia@gmail.com)

^۲ کارشناسی ارشد علوم اقتصادی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان

مقدمه

در جهان امروز سهم قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی کشورها را صنعت گردشگری به خود اختصاص داده است و با روند فعلی توسعه آن، آینده روشنی برای صنعت گردشگری می‌توان انتظار داشت. صنعت گردشگری برای کشورها به ویژه کشورهای درحال توسعه که در فکر خروج از وضعیت تک محصولی بوده، اهمیتی مضاعف پیدا می‌کند. از این رو توجه به این صنعت و توسعه آن امری بدیهی است. زیرا گردشگری به عنوان صنعتی نوپا تاثیرات شگرفی بر تحولات اجتماعی و اقتصادی جهان به همراه داشته است. با افزایش درآمد سرانه کشورها و با پیشرفت‌های شگرف فناوری صورت گرفته در عرصه حمل و نقل و همچنین در عرصه فناوری اطلاعات، موجب تبدیل شدن این صنعت به عنوان بزرگ‌ترین صنعت جهان گردیده است (لوت^۱، ۲۰۰۵).

کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۲ (OECD) طی سال‌های متمادی جایگاه بالایی در جذب گردشگر بین‌المللی برخوردارند. به طوری که در سال ۲۰۱۲ بیش از ۵۵۰ میلیون گردشگر از حدود یک میلیارد گردشگر دنیا را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین دریافتی‌های گردشگران در کل دنیا برابر با ۱۰۰۰ میلیارد دلار بوده که از این میان سهم کشورهای توسعه یافته OECD حدود ۶۸ درصد بوده است. از سوی دیگر طی چندین سال اخیر شاهد بوده‌ایم بعضی از کشورهای درحال توسعه از جمله ترکیه، مالزی و تایلند توانسته‌اند موفقیت‌های چشمگیری در جذب گردشگران بین‌المللی داشته باشند، به طوری که مالزی توانسته در سال‌های اخیر حدود دو و نیم درصد از گردشگران بین‌المللی را جذب کند و درآمدهای دریافتی خود از حوزه گردشگری را به بیش از هفده میلیارد دلار برساند. علی‌رغم پیشرفت بعضی از کشورهای درحال توسعه، هنوز شکاف عمیقی در میزان بهره‌مندی از عایدات گردشگران بین‌المللی بین کشورهای توسعه یافته با کشورهای درحال توسعه با توجه به دارا بودن ظرفیت‌های استثنایی طبیعی، فرهنگی، تاریخی و باستانی وجود دارد.

بررسی عوامل تعیین‌کننده کسب درآمد بیشتر از کانال گردشگری ضروری است؛ زیرا انگیزه‌های گردشگری متفاوت است و نمی‌توان به راحتی انواع متغیرهای تأثیرگذار بر آن را مشخص کرد. نگاه غالب در بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی عوامل تأثیرگذار بر درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری صرفاً تأکید بر متغیرهای اقتصادی بوده است و کمتر به عوامل اجتماعی و نهادی توجه شده است. موضوع نهادها در دو دهه اخیر هم زمان با گسترش موج انتقادی به بسته‌های سیاستی نئوکلاسیک‌ها در عرصه اقتصاد بین‌الملل توسط اقتصاددانانی که به نهادگرایان جدید معروف شدند، مطرح شده است. نهادگرایان معتقدند مولفه‌های نهادی به ویژه شاخص نهادی حکمرانی بر توسعه اقتصادی و جذب گردشگری کشورها در عرصه‌های مختلف تأثیرگذارند. بدون شک کشورهایی در صحنه بین‌الملل در حوزه گردشگری موفق هستند که با افزایش جاذبه‌ها و

¹ Levett

² Organization for Economic Co-operation and Development

کاهش دافعه‌ها موجب جذب گردشگران از سایر نقاط جهان گردند. علی‌رغم اهمیت تعیین‌کننده عوامل نهادی بر جذب گردشگران بین‌المللی تاکنون تحقیقات جامعی در این خصوص صورت نگرفته است.

چنانچه کشورهای در حال توسعه توجه جدی برای شناسایی تأثیر نهادها بر درآمد حاصل از گردشگری نداشته باشند و با توجه به یافته‌های علمی، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مناسبی نداشته باشند خود را از مزایا و عایدات این صنعت که در قرن ۲۱ به عنوان موتور محرکه اقتصاد نامبرده می‌شود، محروم کرده‌اند. از این‌رو با توجه به وجود اشتراکات فرهنگی، نهادی و اعتقادی فراوان بین بسیاری از کشورها، در این پژوهش اقدام به بررسی تأثیر شاخص نهادی حکمرانی کشور میزبان و سایر تعیین‌کننده‌ها بر درآمد گردشگری ۳۶ کشور برگزیده در حال توسعه طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ نموده‌ایم. از این‌رو در بخش دوم پیشینه تحقیق ارائه می‌شود، سپس در بخش سوم به معرفی الگو، تشریح متغیرها و داده‌ها، پرداخته می‌شود. در بخش چهارم تخمین الگو و تجزیه و تحلیل آماری ضرایب انجام می‌شود و نهایتاً در بخش پنجم نتیجه‌گیری و پیشنهادات بیان می‌شود.

ادبیات موضوع

مبانی نظری

گردشگری اساساً به معنای مسافرت از یک مبدأ به یک مقصد است و مفهوم آن فرآیندهای مبادله فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی را در بر می‌گیرد. این عوامل در مجموع شبکه‌ای از فعالیت‌ها را پدید می‌آورد که واژه گردشگری برای آن به کار برده می‌شود. توریسم واژه‌ای است فرانسوی که از ریشه تور گرفته شده است و به معنای چرخش، پیمودن، طی کردن، سیر کردن و گردش نمودن است.

در بررسی عوامل موثر بر درآمد حاصل از جذب گردشگر شاهد گونه‌ای نقص در الگوسازی تابع گردشگری هستیم. چرا که توجه اصلی در مطالعات بر روی عواملی همچون درآمد و سطح قیمت‌های کشورهای گردشگرفرست معطوف گردیده و عوامل نهادی کشور میزبان در مطالعات مورد غفلت واقع شده است. برخی از صاحب‌نظران همچون وایت^۱ (۱۹۹۵)، لیم^۲ (۱۹۹۷) و لیم و مک‌آلر^۳ (۲۰۰۲) بیان می‌دارند نهادها و سطح توسعه در کشور مقصد مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر است. نهادها به عنوان نظام‌هایی از قواعد اجتماعی تثبیت شده و مرسوم، عرف قراردادی، آداب و عادات که تعاملات و روابط اجتماعی را شکل و سازمان می‌دهد، نقش بسزایی در شکل‌دهی فضای عمومی جامعه دارد. نهادهای رسمی مانند قانون اساسی و نهادهای غیررسمی همچون آداب و رسوم سنتی و زبان، پول، قانون، سامانه‌های وزن و اندازه‌گیری، طرح‌ریزی رفتار

¹ Witt

² C. Lim

³ M. McAleer

شخصی و گروهی، بنگاه‌ها همه و همه محیط یک جامعه را تشکیل می‌دهند. نهاد حکمرانی به عنوان یکی از شاخص‌های نهادی در واقع عاملی هست که قدرت اقتصادی - سیاسی و اجتماعی در یک جامعه از طریق آن اعمال می‌شود. موضوع محوری حکمرانی خوب چگونگی دست یافتن به حکومتی است که بتواند زمینه‌ساز توسعه اقتصادی مردم سالار و برابرخواهانه باشد (میدری و خیرخواهان، ۱۳۸۳). حکمرانی خوب مشتمل بر سازوکارها، فرآیندها و نهادهایی است که از طریق آن شهروندان و تشکّل‌ها منافع خود را ابراز نموده، حقوق قانونی خود را استفاده نموده و تعهدات و تکالیف خود را تحت حاکمیت قانون ایفا کنند. محققان بانک جهانی کافمن^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، شش شاخص شفافیت و پاسخگویی (VOICE)^۲، شاخص ثبات سیاسی (POLITICAL)^۳، شاخص اثربخشی دولت (EFFECT)^۴، شاخص کیفیت قوانین و مقررات (REGUL)^۵، شاخص حاکمیت قانون (RULE)^۶ و شاخص کنترل فساد (CONTROL)^۷ است. کشورهای با شفافیت بالاتر، اثربخشی بیشتر دولت، حاکمیت بیشتر قانون و دستگاه قضایی، فساد و بار مالی مقررات کمتر و ثبات سیاسی بالاتر و یا به طور کلی حکمرانی بهتر دارای فضای مناسب‌تر کسب و کار، محیط رقابتی‌تر، سرمایه‌گذاری و انباشت‌های بیشتر در منابع فیزیکی و منابع دانش محور همچون سرمایه انسانی، ابداعات و اختراعات و به همین دلیل نرخ رشد و درآمد سرانه مستمر و باثبات و سرانجام توسعه اقتصادی - اجتماعی از جمله توسعه گردشگری هستند. در ادامه سازوکار اثرگذاری شاخص‌های حکمرانی خوب بر درآمد گردشگری بیان شده است (شریفی‌رنانی و سجادی‌خواجویی، ۱۳۹۲):

شاخص ثبات سیاسی: این شاخص نشان‌دهنده‌ی عدم خشونت و وجود آرامش در یک جامعه است. زیرا خشونت در یک جامعه نه تنها به مرور زمان روحیه‌ی نشاط و فعالیت را در مردمان آن جامعه از بین می‌برد، بلکه به عنوان یکی از اصلی‌ترین عوامل کاهش جذب گردشگر محسوب می‌شود چرا که حضور و وقوع خشونت در یک جامعه برای امنیت و سلامت افراد تهدیدی جدی خواهد بود. بر این اساس می‌توان گفت یکی از اصلی‌ترین پارامترهای اساسی در شکل‌گیری محیط گردشگری برای انتخاب آگاهانه مقصد گردشگری، وجود یک محیط با شاخص‌های نهادی مطلوب بویژه مولفه امنیت و ثبات سیاسی است. از این رو انتظار می‌رود شاخص حکمرانی و مولفه‌های نهادی آن به عنوان یک متغیر اثرگذار بر درآمد حاصل از ورود گردشگران بین‌المللی به شمار آید. همانطور که نوده^۸ و سایمان^۹ (۲۰۰۴) اعتقاد دارند ثبات سیاسی، امنیت شخصی، تلاش‌های بازاریابی و

^۱ Kaufmann e

^۲ Voice and Accountability

^۳ Political Stability

^۴ Government Effectiveness

^۵ Regulatory Quality

^۶ Rule of Law

^۷ Control of Corruption

^۸ Naudee

^۹ Saayman

زیرساخت‌های در دسترس از عوامل مهم در جریان گردشگری است (کادارو^۱ و ستانا^۲، ۲۰۰۷). همچنین ایلات^۳ و اینوا^۴ (۲۰۰۳) بیان می‌دارند خطر سیاسی تأثیر قابل توجهی در تقاضای گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه دارد (ایلات و اینوا، ۲۰۰۳).

شاخص اثربخشی دولت: برای بررسی اثرات این شاخص به مواردی چون کیفیت خدمات عمومی، عدم وابستگی خدمات اجتماعی به فشارهای سیاسی و میزان تعهد دولت به اجرای سیاست‌ها توجه می‌شود. افزایش کیفیت خدمات عمومی و تعهدات دولت به اجرای سیاست‌های پیشبینی‌شده و کاهش یا فقدان وابستگی خدمات اجتماعی به فشارهای سیاسی، می‌تواند انگیزه و تمایل گردشگران را برای ورود به کشور افزایش دهد زیرا آنان در مقابل وقت و هزینه‌ای که صرف می‌کنند خواستار آن هستند تا شاهد کیفیتی مطابق با استانداردهای بین‌المللی برای خدمات عمومی باشند و به دور از فشارهای سیاسی و در پناه تعهدات دولت به اجرای سیاست‌های قابل از اقامت خود لذت ببرند.

شاخص کیفیت قوانین و مقررات: کیفیت قوانین و مقررات بسترساز گردشگری خواهد بود زیرا کشوری دارای کیفیت قوانین و مقررات بالاتر است که متکی به روح علم محوری و منطبق بر واقعیات جهت رفع موانع در تمامی فعالیت‌های اقتصادی از جمله گردشگری خواهد بود، عادلانه و فراگیر بودن قوانین نمایانگر کیفیت تنظیم‌کنندگی است که از اصول اساسی حکمرانی خوب محسوب می‌شود این شاخص با تنظیم عوامل اختلال‌زا در بازار در ارتباط است، هرچه کیفیت قوانین و مقررات در یک کشور بالاتر باشد، آن کشور می‌تواند گردشگران بیشتری را به خود جذب کند.

شاخص حاکمیت قانون: آن گونه که سازمان ملل تعریف می‌کند این شاخص به اصول حاکمیت اشاره داشته به طوری که همه‌ی افراد و نهادهای خصوصی و دولتی در برابر قوانین سازگار با حقوق بشر بین‌المللی پاسخگو هستند، همانگونه که از تعریف این شاخص پیداست پاسخگو بودن افراد و نهادها در برابر قوانین سازگار با حقوق بشر بین‌المللی به نوعی تداعی‌کننده‌ی احترام به ذات بشر و در نهایت احترام به فرهنگ‌های دیگر کشورها و موجب اطمینان خاطر گردشگر و جذب آنان است.

شاخص شفافیت و پاسخگویی: این شاخص از بازخواست کردن و مورد سؤال قرار دادن دولت توسط مردم در برابر آنچه که بر آنان اثر می‌گذارد، دفاع می‌کند. وقتی چنین حقی برای مردمان یک کشور محفوظ باشد بازتاب بین‌المللی آن بسیار قابل ملاحظه خواهد بود به طوری که برای مردمان دیگر کشورها این تصور شکل می‌گیرد که اگر دولتی به مردمان خود احترام می‌گذارد و خود را در برابر سؤالات آنان پاسخگو می‌داند، بنابراین دولتی است که در رفتار انعطاف‌پذیر و ملایم خواهد بود و همین امر می‌تواند انگیزه‌ی آنان را برای ورود به آن کشور تقویت کند.

¹ Khadaroo

² Seetanah

³ Eilat

⁴ Einv

کنترل فساد: کنترل فساد به معنای مبارزه با مواردی چون رانت خواری، پرداخت رشوه، کسب ناعادلانه‌ی منافع خصوصی و بی‌توجهی به قوانین می‌باشد. به خوبی قابل فهم است جامعه‌ای که در آن به قوانین احترام گذاشته می‌شود و اثراتی از رانت خواری و پرداخت رشوه و کسب ناعادلانه‌ی منافع خصوصی نیست خود می‌تواند زمینه‌ساز جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و هم چنین باعث ورود گردشگران و منابع ارزی به کشور شود.

پیشینه تحقیق

پانیک^۱ (۲۰۱۵) به بررسی تاثیر حکمرانی بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی مجارستان می‌پردازد. نتایج بیانگر نقش تعیین‌کننده برنامه‌ریزان محلی از کانال بسترسازی جهت مشارکت بیشتر روستائیان و حمایت‌های هدفمند از پروژه‌های گردشگری و ارائه آموزش‌های لازم بر ابعاد گردشگری روستایی است.

نونکو^۲ و اسمیت^۳ (۲۰۱۳) با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی و مدل معادلات ساختاری براساس اطلاعات اخذ شده از ۳۹۱ شهروند منطقه نیاگارا و در قالب نظریه اجتماعی به بررسی اعتماد ساکنان به پشتیبانی دولت از فعالیت‌های گردشگری می‌پردازند. یافته نشان می‌دهد برداشت ساکنان از مزایا و هزینه‌های گردشگری و اعتماد آنان پشتیبانی دولت از فعالیت‌های گردشگری و حمایت سیاسی دولت از گردشگران نقش تعیین‌کننده‌ای در گسترش گردشگری دارد.

ماسیدا^۴ و ایتزو^۵ (۲۰۱۲) با استفاده از روش GMM به بررسی تعیین‌کننده‌های گردشگری دوجانبه منطقه‌ای در ایتالیا طی دوره ۱۹۹۸-۲۰۰۷ می‌پردازند. نتایج بیانگر اهمیت متغیرهای سنتی اقتصادی و تفاوت‌های منطقه‌ای از لحاظ کیفیت محیطی بر جریان گردشگری است. علاوه بر آن بیان می‌دارند انتخاب گردشگران ایتالیایی درخصوص مقصدهای داخلی و بین‌المللی عمدتاً تابع تغییرات در درآمد بوده و آنان حساسیت کمتری نسبت به تفاوت قیمت در مناطق مختلف نشان می‌دهند. همچنین بیان می‌دارند گردشگران در جنوب ایتالیا بیشتر به ویژگی‌های زیست محیطی واکنش نشان داده درحالی‌که گردشگران شمال ایتالیا حساسیت بیشتری نسبت به فعالیت‌های فرهنگی دارند.

چو^۶ (۲۰۱۰) به بررسی تعیین‌کننده‌های غیر اقتصادی تقاضای گردشگری ۱۳۶ کشور در چهار قاره آسیا، آمریکا، اروپا و اقیانوسیه می‌پردازد. نتایج نشان داد که تفاوت‌ها و شباهت فرهنگی و نهادی به عنوان تعیین‌کننده تقاضا و درآمد گردشگری است.

¹ Panyik

² Nunkoo

³ Smith

⁴ Massidda

⁵ Etzo

⁶ Cho

سیتانها و همکاران^۱ (۲۰۱۰) با استفاده از یک چارچوب نظری براساس مدل جاذبه به برآورد تقاضای گردشگری آفریقای جنوبی می‌پردازد. براساس نتایج بیان می‌دارد تقاضای گردشگری در آفریقای جنوبی علاوه بر تعیین‌کننده‌های سنتی قیمت و درآمد تابع عوامل اجتماعی-سیاسی است. همچنین نشان می‌دهند گردشگران نسبت به سطح توسعه، زیرساخت‌های گردشگری، فاصله (یا هزینه‌های حمل و نقل)، مرز مشترک و زبان حساس هستند.

سونگ^۲ و لی^۳ (۲۰۱۰) به بررسی عوامل تعیین‌کننده گردشگران استرالیا، انگلستان و آمریکا به هنگ‌کنگ طی دوره ۲۰۰۶-۱۹۸۱ پرداخته‌اند. نتایج بیانگر نقش تعیین‌کننده قیمت گردشگری و هزینه‌های سفر در تقاضای گردشگری هنگ‌کنگ است. علاوه بر این نتایج نشان می‌دهد درآمد سرانه کشورهای مبدأ و همچنین استمرار عادت تاثیر بسزایی در تقاضای گردشگری هنگ‌کنگ ایفا می‌کنند.

اصلان^۴ و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند مطالعات تجربی قبلی به دلیل عدم توجه به عوامل سمت عرضه (زیرساخت شبکه حمل‌ونقل، ظرفیت اقامت در کشور میزبان و شبکه‌های ارتباطی نوین) از درجه اطمینان کمی برخوردارند. به همین منظور در تابع تقاضا گردشگری متغیر ظرفیت اقامتی ترکیه و نسبت سرمایه‌گذاری دولتی به تولید ناخالص داخلی (در زمینه فرودگاه، راه آهن، بیمارستان و ارتباطات) به عنوان شاخصی از توسعه زیرساخت‌ها به عنوان تعیین‌کننده‌های طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۴ استفاده کرده‌اند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد ضریب متغیر ظرفیت هتل‌ها و زیرساخت‌های عمومی برای تقاضای گردشگران دارای علامت مثبت است.

کادارو و ستانا (۲۰۰۷) به بررسی اهمیت زیرساخت‌های حمل و نقل به عنوان عامل تعیین‌کننده در توسعه گردشگری جزیره موریس طی دوره ۲۰۰۳-۱۹۷۸ پرداخته‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد گردشگران از اروپا، آمریکا و آسیا نسبت به زیرساخت‌های حمل و نقل جزیره حساس هستند. نوده و سایمن (۲۰۰۵) به بررسی عوامل موثر بر گردشگران ورودی به ۴۳ کشور آفریقایی طی دوره ۱۹۹۶-۲۰۰۰ پرداخته‌اند. براساس نتایج بیان می‌دارند ثبات سیاسی، زیرساخت‌های گردشگری، بازاریابی و اطلاعات، سطح توسعه در مقصد عوامل کلیدی سفر به کشورهای آفریقایی مورد مطالعه است. همچنین نتایج نشان می‌دهد سطح درآمد در کشور مبدأ، قیمت‌های نسبی و هزینه‌های سفر در تبیین تقاضا برای آفریقا به عنوان مقصد گردشگری چندان قابل توجه نیست.

شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) به بررسی تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری پرداخته و براساس نتایج بیان می‌دارند شاخص فناوری ارتباطات و اطلاعات، هزینه‌های آموزشی و نرخ ارز از اهمیت بسزایی در جذب گردشگری برخوردارند. همچنین نتایج تخمین بیانگر تاثیر مثبت و معنی‌دار توسعه بهداشت و سطح سلامت جامعه بر تقاضای گردشگری است.

¹ Seetana

² Song

³ Li

⁴ Aslan

شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۰) به بررسی اثر متغیرهای درآمد سرانه واقعی، نرخ تورم، نرخ ارز موثر واقعی، حجم سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، زیرساخت حمل و نقل بر میزان جذب گردشگر کشورهای اسلامی عضو D8 طی دوره ۲۰۰۰-۲۰۰۸ پرداخته‌اند. براساس نتایج تحقیق بیان می‌دارند بین میزان درآمد سرانه واقعی، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و زیرساخت حمل و نقل با میزان عایدی‌های گردشگران خارجی همبستگی مثبت درحالی‌که بین نرخ تورم و نرخ ارز موثر واقعی با میزان عایدی‌های گردشگران خارجی رابطه‌ای معکوس و منفی وجود دارد. همچنین حبیبی و عباسی نژاد(۱۳۸۴) به تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران طی دوره زمانی ۱۳۵۰-۱۳۸۰ پرداخته‌اند. براساس نتایج تخمین کشش قیمتی مدل برابر ۰/۱۶- است.

در مجموع براساس مطالعات محدود تجربی می‌توان بیان داشت حکمرانی و شش مولفه نهادی آن (مطابق تعریف بانک جهانی) بویژه ثبات سیاسی و عدم خشونت، هر یک تقاضای گردشگری بین‌المللی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با این حال در بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی عوامل تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری صرفاً تأکید بر مولفه‌های اقتصادی همچون درآمد سرانه واقعی، نرخ ارز و تورم بوده است و کمتر به مولفه‌های نهادی و حکمرانی توجه شده است. بررسی و ارزیابی این موضوع می‌تواند شناخت مناسبی از کیفیت عوامل تأثیرگذار بر درآمد گردشگری برای سیاست‌گذاران ایجاد کند و زمینه‌های ارائه توصیه‌های سیاستی مناسبی را برای تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران اقتصادی کشورهای در حال توسعه به ویژه ایران فراهم آورد.

روش تحقیق

در این بخش با الهام از مبانی نظری و مطالعات تجربی پانیک (۲۰۱۵)، نونکو و همکاران (۲۰۱۳)، ماسیدا و ایتزو (۲۰۱۲)، چو (۲۰۱۰)، سیتانها و همکاران (۲۰۱۰)، اصلان و همکاران (۲۰۰۹) و کادارو و ستانا (۲۰۰۷) پیرامون الگوهای اقتصادسنجی مورد استفاده در پژوهش حاضر با وارد نمودن شاخص نهادی حکمرانی کشور میزبان و سایر عوامل تعیین‌کننده به کنکاش پیرامون عوامل موثر بر درآمد گردشگری طی دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۱۲ می‌پردازیم. بر این اساس متغیرهای مورد استفاده در الگوی اقتصادسنجی مورد بررسی به شرح زیر است:

$$RECP_{it} = f(GDP_{it}, POP_{it}, REX_{it}, INFRA_{it}, ICT_{it}, EGDU_{it}, HEAL_{it}, GOV_{it}) \quad (1)$$

به طوری که Y_{it} بیانگر درآمد گردشگری کشور نام در سال t ام است. به پیروی از مطالعات پانیک (۲۰۱۵)، ماسیدا و ایتزو (۲۰۱۲)، چو (۲۰۱۰)، اصلان و همکاران (۲۰۰۹)، کادارو و ستانا (۲۰۰۷) و نوده و سایمن (۲۰۰۵) و به منظور حفظ گستردگی صنعت گردشگری از شاخص میزان عایدات گردشگران بین‌المللی (RECP) به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

شاخص نهادی حکمرانی (GOVT): با توجه به مطالعات پانیک (۲۰۱۵)، نونکو و همکاران (۲۰۱۳)، ماسیدا و ایتزو (۲۰۱۲)، چو (۲۰۱۰)، سیتانها و همکاران (۲۰۱۰) و نوده و سایمن (۲۰۰۵) شاخص نهادی حکمرانی وارد الگو شده است. شاخص حکمرانی براساس میانگین ساده از شش شاخص منفرد حکمرانی (مطابق با مطالعات کافمن و همکاران) در نظر گرفته شده است و در مجموع بیان‌کننده عملکرد کلی حاکمیت در مدیریت یک کشور است که از کانال‌های مختلف همچون دادن آزادی‌های مدنی، مشارکت دادن شهروندان در امور، مبارزه با فساد و عدم ایجاد تمایز بین دولتمردان و شهروندان عادی، ثبات سیاسی و امنیت، حاکمیت قانون، کیفیت قوانین و مقررات و اثر بخشی دولت به دنبال بهبود استانداردهای زندگی و رفاه شهروندان جامعه است.

بانک جهانی، حکمرانی خوب را نهادها، قوانین رسمی و غیررسمی و آداب و رسوم تعریف می‌کند که به وسیله آنها قدرت برای مصلحت عمومی در یک کشور اعمال می‌شود (کافمن و همکاران، ۲۰۰۹). براساس سندی که از سوی بانک جهانی منتشر شده است، حکمرانی خوب دارای شش شاخص حق اظهارنظر و پاسخگویی، شاخص ثبات سیاسی، شاخص اثربخشی دولت، شاخص کیفیت قوانین و مقررات، شاخص حاکمیت قانون و شاخص کنترل فساد است.

شاخص زیرساخت‌های حمل و نقل^۱ (INFRA): یکی از دلایل مهم افزایش گردشگری وجود پیشرفت‌های شگرف فناوری صورت گرفته در عرصه حمل و نقل است. بویژه پیدایش هواپیما و برقراری ارتباط هوایی بین کشورها علی‌رغم اینکه مدت زمان رسیدن به مقصد را کاهش داده است، دسترسی به نقاط دورتر را برای انسان میسر کرده است. بنابراین گسترش زیرساخت‌های حمل و نقل (بنادر، فرودگاه‌ها و شبکه جاده‌ای) یکی از مهم‌ترین اقدامات دولت‌ها برای گسترش گردشگری است.

تعداد کاربران اینترنتی در کشورها به ازای هر ۱۰۰ نفر (ICT): دنیای امروز به شکل گریزناپذیری تبدیل به دهکده‌ای جهانی با ارتباط گسترده و عمیق شده است. تحولات حاصل از دگرگونی ژرف فناوری در رابطه با گردشگری از یک سو به شکل‌گیری گردشگری الکترونیکی منتهی گردیده است و از دیگر سو با رشد سریع فناوری اطلاع‌رسانی در چارچوب نظام مبادله الکترونیکی و سرعت بخشیدن به امر بازاریابی و مسافرت، کاهش هزینه‌ها و دستیابی به بازارهای جدید را در زمینه گردشگری فراهم آورده است. بنابراین هر چه کشوری از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بیشتری برخوردار است، امکان بهره‌مندی از عایدات گردشگری نیز بیشتر خواهد داشت.

شاخص نسبت هزینه‌های آموزشی به تولید ناخالص داخلی^۲ (EGDU): با توجه به این امر که گردشگری بسیار متأثر از ارتباط دو سویه میان میزبان و مهمان بوده و بدون شک محصول این ارتباط تجربه‌ای فراموش‌نشدنی است و منجر به تصمیم‌گیری در مورد تجربه مجدد و یا عدم تکرار آن می‌شود، نقش سطح فرهنگ و نحوه برخورد مردم با گردشگران در این زمینه می‌تواند بسیار حائز

^۱ Infrastructure

^۲ Public spending on education

اهمیت است. در جهان پر رقابت کنونی نه تنها برآورده ساختن نیازها بلکه کیفیت این پاسخگویی نیز بسیار اهمیت دارد و سطح آموزش مردم به ویژه کارکنان در ارائه خدماتی با حداکثر کیفیت به گردشگران مهم است. از این رو سطح عمومی آموزش و فرهنگ مردم جامعه بر جلب گردشگران بسیار تأثیرگذار است. به همین منظور از شاخص نسبت هزینه‌های آموزشی سرانه به تولید ناخالص داخلی استفاده شده است.

مخارج سرانه بهداشتی^۱ (HEAL): یکی دیگر از عوامل موثر بر درآمد گردشگری بین‌المللی سطح بهداشت و خدمات درمانی کشورها است. طبیعی است انسان‌ها از محیط آلوده به انواع بیماری‌ها و آلودگی‌های زیست محیطی گریزان است. از سوی دیگر بسیاری از گردشگران برای بهره‌مندی از انواع خدمات بهداشتی و پزشکی اقدام به سفر می‌کنند. این امر به اندازه‌ای گسترش یافته است که هم اکنون به عنوان یکی از شاخه‌های گردشگری با عنوان گردشگری سلامت نام برده می‌شود. مخارج سرانه بهداشتی به عنوان شاخصی برای سطح توسعه بهداشتی در کشورها انتخاب شده است.

متغیر درآمد سرانه کشور مبدأ (GDP): یکی از اساسی‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر درآمد گردشگری کشور مقصد است. به عبارت دیگر از آنجا که گردشگری معمولاً به عنوان کالای نرمال و یا لوکس محسوب می‌شود، این متغیر نسبت به سطح درآمد حساسیت بیشتری نشان داده و به عنوان یکی از متغیرهای تعیین‌کننده در معادله درآمد گردشگری وارد می‌شود. در این مطالعه درآمد سرانه واقعی بر اساس قدرت خرید وارد الگو شده است.

جمعیت^۲ (POP): مطالعات نشان از رابطه بین میزان جذابیت‌های شهرنشینی با افزایش گردشگر به آن منطقه است. آبادانی با تمرکز جمعیت همراه و مترادف همدیگر هستند. از یک سو تجمیع امکانات و مدنیت حاکم بر منطقه پرجمعیت و از سوی دیگر تنوع و تعدد قومیت‌ها و فرهنگ‌ها عاملی در راستای جذب بیش از پیش گردشگر است.

نرخ ارز واقعی (REX): معمولاً شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) در کشور مقصد به عنوان یک شاخص برای هزینه‌های زندگی آن کشور در نظر گرفته می‌شود، از این رو به منظور برآورد هزینه گردشگری یا قیمت گردشگری در یک مقصد خاص، CPI کشور مقصد به مبدا مدنظر قرار می‌گیرد. چنانچه نسبت بدست آمده را در نرخ ارز اسمی ضرب کنیم نرخ ارز واقعی به دست می‌آید. در این پژوهش از شاخص نرخ ارز واقعی (REX) به عنوان بیان‌کننده شاخص هزینه‌های زندگی در کشورها استفاده شده است.

گردشگری تحت تاثیر شوک‌های طبیعی، جنگ، تغییراتی در سیاست‌ها، سلیقه‌ها، تبلیغات، انتظارات، بی‌ثباتی سیاسی، تروریسم و دیگر رویدادهای خاص قرار می‌گیرد. با توجه به عدم در

^۱ Health expenditure per capita, PPP (constant 2005 international \$)

^۲ Population

دسترس بودن داده‌ها، معمولاً موارد فوق‌الذکر به عنوان عبارت جزء اخلاص^۱ یا عبارت خطا (μ_i) وارد الگو می‌شود.

بنابراین با توجه به متغیرهای اشاره شده در بالا، می‌توان بیان داشت:

$$\frac{\partial RECP_{it}}{\partial X_{it}} \geq 0, \text{ that } : X_{it} = [GDP_{it}, POP_{it}, INFRA_{it}, ICT_{it}, EGDU_{it}, HEAL_{it}, REX_{it}, GOV_{it}] \quad (2)$$

بر اساس رابطه ۲ و مطابق مبانی نظری و مطالعات تجربی انتظار می‌رود افزایش درآمد سرانه در کشورهای مبدأ، افزایش نرخ ارز واقعی، افزایش جمعیت، بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل، بهبود زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، بهبود سطح آموزش، بهبود شاخص‌های بهداشتی و بهبود شاخص نهادی حکمرانی در کشور مقصد تأثیر مثبت بر درآمد گردشگری کشور میزبان داشته است.

با توجه به اینکه معادله اقتصادسنجی بصورت لگاریتمی در نظر گرفته شده است. از این رو اگر معادله شماره یک را به صورت صریح بیان داریم. معادله زیر را خواهیم داشت:

$$LRECIPT_{it} = \alpha + \beta_1 LGOV_{it} + \beta_2 LGDP_{it} + \beta_3 LPOP_{it} + \beta_4 LREX_{it} + \beta_5 LINFRA_{it} + \beta_6 LICT_{it} + \beta_7 LEGDU_{it} + \beta_8 LHEAL_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

بر اساس معادله ۳، μ_i ویژگی‌های خاص هر کشور در نمونه مورد بررسی را نشان می‌دهد. به بیان ساده‌تر، μ_i ضرایب مربوط به متغیرهای مجازی مقاطع و کشورها است که در صورت چشم‌پوشی از آنها، در جملات خطا و پسماندها (ε_{it}) خود را نشان خواهد داد.

مطالعه حاضر پژوهش بین‌کشوری است، از این رو به منظور بررسی اثر شاخص نهادی حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری بین‌المللی ۳۶ کشور برگزیده در حال توسعه از نرم‌افزار Eviews و تکنیک‌های اقتصادسنجی پانل دیتا که مقاطع و دوره‌های زمانی را با همدیگر ترکیب می‌کند، بهره گرفته‌ایم. شایان ذکر است برای تهیه آمار و اطلاعات مورد نیاز در این تحقیق از اطلاعات مستند مرکز آمار ایران، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و سازمان جهانی گردشگری و پایگاه‌های آماری از جمله اطلاعات مستند شاخص‌های توسعه جهانی^۲ (WDI) و UNWTO و www.govindications.org استفاده گردیده است.

¹ Disruption component

² World Development Indicators (WDI)

تجزیه و تحلیل

الف. تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این قسمت به تجزیه و تحلیل آماری متغیر وابسته و متغیر مستقل شاخص حکمرانی کشورهای درحال توسعه منتخب طی دوره زمانی ۲۰۱۲-۲۰۰۰ پرداخته شده است. میزان عایدات گردشگران بین‌المللی مبین عملکرد کشورها در حوزه گردشگری است. این پارامتر علاوه بر اینکه تابعی از تعداد ورودی‌های گردشگری است، نشان‌دهنده میزان توفیق کشورها برای ارائه خدمات بیشتر و با کیفیت‌تر به گردشگران خارجی است. به طوری‌که گردشگران مایلند تعداد روزهای بیشتری در آن کشور بمانند و از خدمات ارائه شده کشور میزبان استفاده بیشتری نمایند. مطابق جدول (۱)، میانگین عایدات گردشگری بین‌المللی در کشورهای درحال توسعه منتخب طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ از ۲۴/۷۴ میلیون دلار در ابتدای دوره به ۵۶/۵۲ میلیون دلار در انتهای دوره افزایش یافته است که این امر موید ظرفیت‌های مناسبی در راستای ارتقای صنعت گردشگری کشورهای درحال توسعه است. طی همین دوره کشورهای هند، سنگاپور و مصر به ترتیب بیشترین عایدات گردشگری را داشته‌اند به طوری‌که هند از ۴۰/۸۰ میلیون دلار در ابتدای دوره به ۱۵۶/۰۰ میلیون دلار در انتهای دوره و با میانگین ۸۸/۴۴ میلیون دلار رتبه اول، سنگاپور نیز از ۵۸/۳۱ میلیون دلار در ابتدای دوره به ۱۶۱/۰۵ میلیون دلار در انتهای دوره و با میانگین ۸۴/۵۸ رتبه دوم و مصر از ۵۲/۸۱ میلیون دلار در ابتدای دوره به ۹۲/۰۶ میلیون دلار در انتهای دوره رسیده و رتبه سوم را در بین کشورهای درحال توسعه منتخب طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ به خود اختصاص داده‌اند. طی همین دوره کشورهای مالت، رومانی و ایران به ترتیب با میانگین ۱۰/۱۵، ۱۲/۴۴ و ۱۵/۶۲ میلیون دلار به ترتیب دارای کمترین عایدات گردشگری بین‌المللی در بین کشورهای درحال توسعه منتخب هستند. به بیان دیگر ایران در بین کشورهای درحال توسعه در شاخص عایدات گردشگری بین‌المللی جایگاه مناسبی ندارد و فاصله زیادی با میانگین عایدات گردشگری بین‌المللی در کشورهای درحال توسعه دارد. در این قسمت جهت شفافیت بیشتر از عملکرد کشورهای درحال توسعه در حوزه گردشگری به بررسی آماری متغیر محوری پژوهش یعنی شاخص حکمرانی می‌پردازیم. شاخص‌های جهانی حکمرانی^۱ (WGI) پس از ۱۹۹۶ هر ساله توسط سه تن^۲ از محققان بانک جهانی تولید می‌شود. این منابع اطلاعاتی بر اساس نظرسنجی از شرکت‌ها و افراد، ارزیابی آژانس‌های رتبه‌بندی ریسک‌های تجاری، سازمان‌های غیردولتی و نیز تعدادی از آژانس‌های کمک‌های چندجانبه و سازمان‌های بخش دولتی به وجود می‌آید. شش شاخص کلی مورد اشاره در بالا بر اساس متغیرهای متعدد جزئی و خاص پایه‌ریزی شده‌اند و ابعاد متنوع حکمرانی را اندازه‌گیری می‌کند. محققان این سازمان بین‌المللی داده‌های خام و پرسشنامه‌ی حکمرانی را از ۳۵

^۱ World Governance Indicators

^۲ Kaufmann

منبع اطلاعاتی که به وسیله ۳۳ سازمان مختلف در سرتاسر دنیا فراهم می‌شود، دریافت می‌کنند. پس از آن، این محققان با استفاده از اطلاعات گسترده، بر اساس یک سری معادلات اقتصادسنجی اقدام به برآورد نقطه‌ای شاخص‌های حکمرانی و محاسبه انحراف استاندارد خط رگرسیونی هر جنبه از حکمرانی می‌نمایند. در واقع شاخص‌های حکمرانی جنبه‌های گوناگون اداره و عملکرد بخش عمومی، بخش خصوصی، تخصص‌ها و کارایی NGO ها در هر کشور را منعکس می‌کند (کافمن و همکاران، ۲۰۰۹). بر این اساس دامنه اعداد شش شاخص حکمرانی بین ۲/۵- تا ۲/۵ اندازه‌گیری می‌شوند، به طوریکه اعداد بزرگ‌تر نشان‌دهنده پیامدهای بهتر نهادهای حکمرانی هستند. شایان ذکر است در این بخش جهت رعایت کوتاهی مطالب و همچنین به دلیل هم پوشانی و همبستگی بالایی که بین مولفه‌های ششگانه حکمرانی وجود دارد، شاخص کل حکمرانی بر اساس یک میانگین ساده از شش شاخص منفرد حکمرانی (مطابق با مطالعات کافمن و همکاران) را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهیم. میانگین شاخص کلی حکمرانی در گروه کشورهای توسعه‌یافته حدود ۱/۳۹ است. در حالی که متوسط این شاخص برای گروه کشورهای در حال توسعه منتخب کمتر از صفر و برابر ۰/۰۵- است. بر اساس جدول (۱) طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ به ترتیب کشورهای سنگاپور، مالت و شیلی بیشترین شاخص حکمرانی را داشته‌اند به طوری که شاخص حکمرانی در سنگاپور با ۱/۵۱ در ابتدای دوره و ۱/۵۴ در انتهای دوره و با میانگین ۱/۴۹ رتبه اول، مالت با ۱/۱۹ در ابتدای دوره و ۱/۱۶ در انتهای دوره و با میانگین ۱/۱۹ رتبه دوم و شیلی با ۱/۱۰ در ابتدای دوره و ۱/۱۷ در انتهای دوره و با میانگین ۱/۱۷ رتبه سوم را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین طی همین دوره کشورهای تونس، ایران و لبنان با میانگین ۱/۰۲-، ۰/۹۹- و ۰/۷۷- کمترین شاخص حکمرانی کل را در بین کشورهای در حال توسعه منتخب داشته‌اند. به بیان دیگر سنگاپور با رتبه اول در شاخص حکمرانی، رتبه دوم را در عایدات گردشگری بین‌المللی به خود اختصاص داده است. شواهد همچنین نشان‌دهنده پایین بودن شاخص حکمرانی در ایران در بین کشورهای در حال توسعه منتخب طی دوره مورد مطالعه است به طوری که رتبه ۱۹ را در بین ۲۰ کشور در حال توسعه مورد مطالعه دارد و می‌توان یکی از دلایل پایین بودن عایدات گردشگری بین‌المللی را همین امر دانست چنانکه در جدول (۱) ملاحظه می‌شود ایران رتبه ۱۸ را در شاخص عایدات گردشگری بین‌المللی بین ۲۰ کشور در حال توسعه منتخب به خود اختصاص داده است.

جدول (۱): شاخص عایدات گردشگری بین‌المللی و شاخص حکمرانی

کشورهای در حال توسعه منتخب طی دوره‌ی زمانی ۲۰۱۲-۲۰۰۰

کشور شاخص	درآمد گردشگری ابتدای دوره	درآمد گردشگری انتهای دوره	میانگین درآمد گردشگری	شاخص حکمرانی ابتدای دوره	شاخص حکمرانی انتهای دوره	میانگین شاخص حکمرانی
آرژانتین	۳۶/۲۳	۴۷/۹۵	۳۷/۹۹ (۱۰)*	۰/۰۳	-۰/۳۶	-۰/۲۹
برزیل	۲۲/۳۳	۵۸/۶۱	۴۱/۷۸ (۹)	۰/۰۸	-۰/۰۳	۰/۰۱
بلغارستان	۱۵/۴۷	۳۵/۷۴	۳۰/۱۳ (۱۲)	۰/۰۸	۰/۱۲	۰/۱۹
شیلی	۱۳/۳۷	۲۶/۴۹	۱۸/۶۵ (۱۶)	۱/۱۰	۱/۱۷	۱/۱۷
کلمبیا	۱۴/۸۹	۳۷/۱۱	۲۲/۵۴ (۱۴)	-۰/۶۱	-۰/۳۱	-۰/۴۶
مصر	۵۲/۸۱	۹۲/۰۶	۷۸/۳۵ (۳)	-۰/۲۸	-۰/۹۰	-۰/۵۶
هند	۴۰/۸۰	۱۵۶/۰۰	۸۸/۴۴ (۱)	-۰/۱۹	-۰/۳۵	-۰/۲۷
اندونزی	۵۶/۴۲	۸۰/۴۹	۶۰/۶۴ (۵)	-۰/۷۶	-۰/۳۵	-۰/۶۰
ایران	۷/۶۸	۱۱/۴۵	۱۵/۶۲ (۱۸)	-۰/۸۱	-۱/۱۲	-۰/۹۹
لبنان	۸/۴۱	۵۸/۰۵	۵۲/۰۰ (۸)	-۰/۳۵	-۰/۹۳	-۰/۷۳
مالت	۸/۲۹	۱۲/۷۲	۱۰/۱۵ (۲۰)	۱/۱۹	۱/۱۶	۱/۱۹
موراکو	۲۵/۸۶	۷۲/۲۲	۵۸/۲۴ (۶)	-۰/۱۰	-۰/۳۳	-۰/۳
فیلیپین	۲۶/۴۷	۴۲/۲۱	۳۰/۷۰ (۱۱)	-۰/۳۵	-۰/۳۲	-۰/۴۵
رومانی	۴/۴۷	۱۶/۱۷	۱۲/۴۴ (۱۹)	-۰/۲۱	۰/۱۵	۰/۰۵
عربستان سعودی	۲۵/۴۷	۷۱/۴۵	۵۳/۰۶ (۷)	-۰/۳۵	-۰/۳۱	-۰/۳۵
سنگاپور	۵۸/۳۱	۱۶۱/۰۵	۸۴/۵۸ (۲)	۱/۵۱	۱/۵۴	۱/۴۹
اسلواکی	۵/۰۰	۲۰/۱۲	۱۵/۶۴ (۱۷)	۰/۴۹	۰/۷۰	۰/۷۲
آفریقای جنوبی	۳۷/۸۶	۹۵/۲۷	۷۵/۲۱ (۴)	۰/۳۸	۰/۲۲	۰/۳۲
سوریه	۱۲/۲۷	۱۰/۳۲	۲۱/۴۵ (۱۵)	-۰/۸۹	-۱/۶۸	-۱/۰۲
تونس	۲۲/۴۲	۲۴/۹۳	۲۶/۵۵ (۱۳)	-۰/۰۲	-۰/۳۰	-۰/۱۱
میانگین کل	۲۴/۷۴	۵۶/۵۲	۴۱/۷۱	۰/۶۰	-۰/۰۴	-۰/۰۵

منبع: WDI، (۲۰۱۴)؛ WTO، (۲۰۱۵) و WGI، (۲۰۱۵).

* اعداد داخل پرانتز رتبه کشورها در شاخص مورد نظر است.

واحد درآمدهای گردشگری بین‌المللی به میلیون دلار به قیمت ثابت سال ۲۰۰۵ است.

ب. تجزیه و تحلیل نتایج تخمین

به منظور بررسی ایستایی متغیرها در طول زمان از آزمون‌های ریشه واحد ایم^۱، پسران^۲ و شین^۳ (IPS) و فیشر-دیکی فولر تعمیم یافته^۴ (ADF) که توسط مادالا^۵ و وو^۶ (۱۹۹۹) و چوی^۷ (۲۰۰۱) ارائه شده، استفاده گردیده است. نتایج این آزمون در جدول (۱) ارائه شده است که براساس آن تمامی متغیرها در سطح ایستا می‌باشند.

جدول (۲) نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد متغیرهای مورد مطالعه

متغیرها		کشورهای منتخب در حال توسعه			
		آزمون ایم، پسران و شین		آزمون دیکی فولر تعمیم یافته	
		آماره	احتمال	آماره	احتمال
INFRA	I(۰)	-۲/۶۵۱	۰/۰۰۰۰	۴/۸۲۷	۰/۰۰۰
EGDU	I(۰)	-۳/۲۳۷	۰/۰۰۰	۲/۱۴۵	۰/۰۰۰
HEAL	I(۰)	-۳/۲۷۸	۰/۰۰۰	۵/۳۱۰	۰/۰۰۰
ICT	I(۰)	-۵/۱۷۹	۰/۰۰۰	۱۰/۶۳۴	۰/۰۰۰
REX	I(۰)	-۲/۶۰۴	۰/۰۰۰۲	۹/۶۶۷	۰/۰۰۰
POP	I(۰)	-۲/۷۲۱	۰/۰۰۰۲	۸/۱۲۳	۰/۰۰۰
GDP	I(۰)	-۴/۰۹۸	۰/۰۰۰۱	۷/۵۹۱	۰/۰۰۰
GOV	I(۰)	-۳/۵۹۲	۰/۰۰۰۲	۱۰/۰۷۸	۰/۰۰۰

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

پس از بررسی ایستایی اولین گام در برآورد مدل‌های پنل دیتا تعیین نمودن قیود وارد شده بر مدل اقتصادسنجی است. در برآورد مدل‌های پنل دیتا ابتدا مشخص گردید رابطه رگرسیونی در نمونه مورد بررسی دارای عرض از مبدأهای ناهمگن و شیب همگن است یا اینکه فرضیه عرض از مبدأهای مشترک و شیب مشترک در بین مقاطع (مدل پولینگ^۸) پذیرفته می‌شود. در صورتی که واحدها همگن باشند می‌توان از روش حداقل مربعات معمولی استفاده کرد و در غیر این صورت، باید از روش داده‌های تابلویی (پنل دیتا) استفاده کرد. برای درستی استفاده از روش داده‌های تابلویی از آزمون F لیمر استفاده می‌شود؛ آماره F نیز به صورت رابطه ذیل محاسبه می‌شود:

^۱ Im

^۲ Pesaran

^۳ Shin

^۴ Fisher - Augmented Deyki Fuller

^۵ Maddala

^۶ Wu

^۷ Choi

^۸ Pooling Data

$$F_{(N-1, NT-N-K)} = \frac{(R_{UR}^2 - R_R^2) / (N-1)}{(1 - R_{UR}^2) / (NT - N - K)} \quad (۴)$$

در آزمون بالا R_R^2 ضریب تعیین حاصل از مدل مقید (روش حداقل مربعات معمولی) و R_{UR}^2 ضریب تعیین حاصل از مدل نامقید (روش پانل دیتا) است. در رابطه مذکور، N تعداد کل کشورها، T تعداد مشاهدات زمانی و K تعداد پارامترهای مورد برآورد است. نتایج جدول (۲) با توجه به مقادیر F محاسبه شده برای کشورهای مورد مطالعه، پانل دیتا بودن داده‌های آماری در تمام حالات پذیرفته می‌شود. بنابراین، در مدل برآوردی بایستی عرض از مبدأهای متفاوت برای کشورهای مختلف ناهمگنی میان گروهی را در نظر گرفت.

جدول (۳): آزمون F_{Leamer} برای بررسی مدل‌های تلفیقی و پانل

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
F-Statistic	۱۳۲/۷۰	۱۲۱/۱۲	۱۴۱/۴۸	۱۳۹/۱۸	۱۳۵/۰۶	۱۲۹/۷۳	۱۳۷/۲۱
[Prob.]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]	[۰/۰۰]

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

پس از تعیین استفاده از روش داده‌های تابلویی، باید یکی از روش‌های اثرات ثابت^۱ و یا اثرات تصادفی^۲ برای برآورد مدل مشخص شود. این کار با استفاده از آزمون هاسمن صورت می‌شود. در آزمون هاسمن، فرضیه‌ی صفر آن مبتنی بر اثر تصادفی بودن داده‌های آماری در مدل است. چنانچه فرضیه‌ی صفر رد شود فرضیه‌ی مقابل آن مبنی بر اثر ثابت بودن داده‌های آماری مورد پذیرش قرار می‌گیرد. نتایج آزمون هاسمن در جدول (۳) بیانگر آن است که در تمام مدل‌های برآورد شده، داده‌های آماری آن با سطح اطمینان بیشتر از ۹۵ درصد، از اثر ثابت برخوردارند. به منظور تبیین دقیق‌تر، به بررسی جداگانه ضرایب متغیرهای تخمینی مورد مطالعه می‌پردازیم: با توجه به مقادیر $F(۳۶, ۴۶۸)$ برای کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه در جدول و احتمال محاسبه شده ([Prob]) برای آماره F اثرات گروهی در بین کشورها پذیرفته می‌شود و بایستی در برآورد الگوها، عرض از مبدأهای مختلف و ناهمگنی میان گروهی را لحاظ نمود.

^۱ Fixed Effect

^۲ Random Effect

تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه منتخب.....۲۴

جدول (۴): نتایج برآورد مدل کشورهای در حال توسعه

متغیر وابسته: لگاریتم درآمد گردشگری							
متغیرهای توضیحی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
C	۴/۰۴ (۷/۳۹)	۴/۱۲ (۶/۴۶)	۳/۷۰ (۷/۷۷)	۴/۱۵ (۷/۶۹)	۳/۹۱ (۶/۹۱)	۳/۸۷ (۷/۰۶)	۳/۶۹ (۶/۲۷)
LINFRA	-۰/۲۹ (۷/۸۴)	-۰/۳۰ (۷/۲۵)	-۰/۲۷ (۷/۰۷)	-۰/۲۵ (۶/۷۶)	-۰/۳۲ (۷/۹۳)	-۰/۲۴ (۷/۶۵)	-۰/۲۶ (۶/۶۸)
LEGDU	۰/۰۴۹ (۰/۵۷)	۰/۰۵۳ (۰/۷۳)	۰/۰۴۴ (۰/۶۸)	۰/۰۳۸ (۰/۵۳)	۰/۰۴۷ (۰/۴۶)	۰/۰۳۵ (۰/۶۲)	۰/۰۵۷ (۰/۷۰)
LHEAL	-۰/۳۸ (-۶/۲۳)	-۰/۳۶ (-۶/۲۹)	-۰/۳۹ (-۶/۱۱)	-۰/۳۳ (-۵/۷۹)	-۰/۳۱ (-۶/۳۱)	-۰/۳۷ (-۶/۷۲)	-۰/۳۸ (-۶/۴۰)
LICT	۰/۲۳ (۱۰/۲۴)	۰/۲۵ (۱۰/۷۳)	۰/۲۲ (۸/۸۴)	۰/۲۳ (۱۱/۰۴)	۰/۲۱ (۹/۹۱)	۰/۲۳ (۱۰/۴۴)	۰/۲۴ (۹/۲۱)
LREX	-۰/۰۰۳ (-۰/۵۰)	-۰/۰۱۲ (-۴۳۰)	-۰/۰۰۲ (-۰/۸۱)	-۰/۰۰۳ (-۰/۵۲)	-۰/۰۰۸ (-۰/۷۶)	-۰/۰۰۶ (-۰/۶۴)	-۰/۰۰۱ (-۰/۵۹)
LPOP	۰/۳۱۸ (۸/۲۳)	۰/۳۲۵ (۷/۹۵)	۰/۳۰۹ (۸/۶۲)	۰/۲۹۷ (۸/۷۰)	۰/۳۰۸ (۹/۰۳)	۰/۳۰۱ (۸/۵۱)	۰/۳۳۰ (۷/۸۳)
LGDP	-۰/۸۱ (۹/۰۱)	-۰/۸۷ (۷/۵۷)	-۰/۸۳ (۸/۶۴)	-۰/۸۶ (۹/۲۱)	-۰/۷۹ (۸/۳۶)	-۰/۸۵ (۱۰/۱۵)	-۰/۸۲ (۸/۸۴)
LGOV	۲/۰۴ (۱۲/۲۳)	-	-	-	-	-	-
LVOICE	-	۱/۳۷ (۱۲/۲۳)	-	-	-	-	-
LPOLITICAL	-	-	۱/۴۹ (۱۲/۲۳)	-	-	-	-
LREGUL	-	-	-	۲/۳۲ (۱۲/۲۳)	-	-	-
LRULE	-	-	-	-	۱/۸۵ (۱۲/۲۳)	-	-
LCONTROL	-	-	-	-	-	۱/۵۳ (۱۲/۲۳)	-
LEFFECT	-	-	-	-	-	-	۱/۶۴ (۱۲/۲۳)
Adjusted R-squared	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۷۵	۰/۷۵
F-statistic [Prob.]	۱۸۳.۳۷ [۰/۰۰]	۱۷۸.۷۳ [۰/۰۰]	۱۷۸ [۰/۰۰]	۱۸۱.۴۹ [۰/۰۰]	۱۸۴.۶ [۰/۰۰]	۱۸۳.۲۴ [۰/۰۰]	۱۷۴.۸۲ [۰/۰۰]
Hausman Test: Chi-squared [Prob.]	۶۳/۴۶ [۰/۰۰]	۶۳/۲۵ [۰/۰۰]	۶۲/۷۴ [۰/۰۰]	۶۳/۶۲ [۰/۰۰]	۶۳/۲۱ [۰/۰۰]	۶۲/۹۲ [۰/۰۰]	۶۳/۴۹ [۰/۰۰]
Number of observations	۳۴۹	۳۴۹	۳۴۹	۳۴۹	۳۴۹	۳۴۹	۳۴۹
No. Country	۳۶	۳۶	۳۶	۳۶	۳۶	۳۶	۳۶

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

* اعداد داخل پرانتز مقدار آماره t-statistic و اعداد داخل کروشه احتمال (Prob.) را نشان می‌دهد.

مطابق نتایج جدول (۳) ضریب تخمینی متغیر نهادی حکمرانی کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه مثبت و معنادار است. به همین دلیل می‌توان بیان داشت با توجه به تاثیر قابل توجه متغیر نهادی حکمرانی بر درآمد گردشگری در کشورهای در حال توسعه، حرکت جدی در راستای بهبود شاخص‌های حکمرانی می‌تواند در کاهش خلاهای توسعه‌ای موجود بویژه در حوزه گردشگری کمک شایانی نماید. به عبارت دیگر بهبود هر یک از شاخص‌های آزادی و شفافیت، ثبات سیاسی، اثربخشی قوانین، حاکمیت قانون، مبارزه با فساد و استقلال دستگاه قوه قضائیه در راستای عملکرد بهتر مجموعه نهادها و دستگاه‌های مرتبط با جلب گردشگران بین‌المللی به صورت مستقیم و غیرمستقیم اثرگذار است. از این‌رو نتایج مطالعه حاضر با نتایج مطالعات پانیک (۲۰۱۵)، نونکو و همکاران (۲۰۱۳) و نوده و سایمن (۲۰۰۵) همسو است.

ضریب تخمینی شاخص حق اظهارنظر و پاسخگویی مثبت و معنادار است. در رابطه با این شاخص باید اذعان داشت، آزادی‌های قانونی و انتشار آزاد اطلاعات که مصادیقی از وجود حق اظهارنظر و پاسخگویی هستند، موجب تقویت آگاهی‌های عمومی و شفافیت اقتصادی و اجتماعی می‌شوند. از سوی دیگر وجود نهادهای جامعه مدنی مثل انجمن‌های صنفی، اتحادیه‌ها، احزاب و انتخابات آزاد و سالم به مردم یک جامعه قدرت می‌بخشد تا دولت‌ها را انتخاب، کنترل و برکنار کنند. طبیعی است در چنین شرایطی افراد از حقوق مناسب اجتماعی برخوردار بوده و منجر به بهبود فضای ذهنی گردشگر برای توانایی استحقاق حق خود در صورت تضییع حق می‌شود به همین علت بهبود حق اظهار نظر و پاسخگویی در یک کشور منجر به ایجاد انگیزه برای گردشگران بین‌المللی می‌شود.

ضریب تخمینی شاخص ثبات سیاسی و نبود خشونت نیز مثبت و معنادار است. نتایج برآورد نشان می‌دهد هر قدر ثبات سیاسی در یک کشور بیشتر است عایدات گردشگری افزایش می‌یابد. زیرا بیم آن می‌رود که با مشکلات متعدد مواجه شود. بدیهی است درگیری‌های جناحی، نزاع‌های داخلی، ترور، کودتا و پدیده‌های مانند آن با از بین بردن ثبات سیاسی موجب افزایش ریسک و نااطمینانی در فضای اقتصادی یک کشور می‌شود و از این رهگذر موجب کاهش عایدات گردشگری خواهد شد.

همچنین ضریب تخمینی شاخص کیفیت قوانین مثبت و معنادار است. حاکمیت قانون معرف میزان احترام عمل قائل شده توسط شهروندان و دولت‌مردان یک کشور برای نهادهایی است که باهدف وضع قوانین، اجرای آنها و حل اختلافات ایجاد شده‌اند. بر اساس این تعریف زمانی می‌توان ادعا کرد در یک جامعه قانون حاکم است که سه شرط تامین شده باشد. شرط اول حمایت از افراد در مقابل دزدی، خشونت و دیگر اقدام‌های غارتگری است. شرط دوم حمایت در مقابل اقدام‌های خودسرانه دولتی است که فعالیت‌های اقتصادی را مختل می‌کند و شرط سوم وجود نظام قضایی

قابل پیش بینی و منصف است. در صورتی که سه شرط فوق‌الذکر تحقق نپذیرد گردشگران بین‌المللی به دلیل احساس عدم امنیت تمایلی کمتری جهت سفر به چنین کشوری خواهند داشت. نتایج جدول (۳) بیانگر رابطه مثبت و معنادار متغیر کنترل فساد بر درآمد گردشگری است. به عبارت دیگر هر چقدر قدرت عمومی و دولتی مورد سوءاستفاده و در خدمت تحقق منافع شخصی و خصوصی نباشد به همان میزان انگیزه حضور گردشگران بین‌المللی فراهم خواهد شد. همچنین شاخص اثربخشی و کارایی دولت تأثیر مثبت و بی‌معنا بر روند درآمد گردشگری دارد. همانطور که قبلاً خاطرنشان گردید منظور از اثربخشی دولت، توانایی آن در تدوین و اجرای سیاست‌های صحیح و لازمه آن برخورداری از یک دستگاه اداری کارآمد است. یک دستگاه اداری کارآمد باید از قدرت و مهارت لازم برای اداره امور کشور برخوردار بوده و قادر باشد از بروز تغییرات چشمگیر در سیاست‌ها پیشگیری کند، از فشارهای سیاسی تأثیر نپذیرفته و سازوکارهای شفاف برای جذب گردشگران بین‌المللی داشته باشد.

ضریب تخمینی توسعه زیرساخت حمل و نقل هوایی مثبت و معنادار است. زیرا بواسطه عدم تجهیز و بهره‌مندی از زیرساخت‌های مناسب حمل و نقل در کشورهای در حال توسعه نسبت به کشورهای توسعه‌یافته، توسعه ناوگان حمل و نقل هوایی نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش درآمد گردشگری کشور مقصد ایفا خواهند نمود. از این‌رو نتایج مطالعه حاضر با نتایج مطالعات شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲ و ۱۳۹۰)، اصلان و همکاران (۲۰۰۹)، کادارو و ستانا (۲۰۰۷) و نوده و سایمن (۲۰۰۵) هم سو است.

مطابق نتایج فناوری ارتباطات و اطلاعات بویژه ارائه خدمات اینترنتی و در دسترس بودن اطلاعات کشورها در فضای مجازی عامل موثر دیگری در جلب نظر گردشگران است. ضریب تخمینی متغیر فوق‌الذکر مثبت و معنی‌دار است. به‌گونه‌ای که کشورهای در حال توسعه بخاطر اینکه در ابتدای مسیر توسعه زیرساخت‌های مرتبط با فناوری ارتباطات و اطلاعات هستند، طبعاً هر گام آنها اثر بیشتری در پر کردن خلأهای اطلاعاتی و ارتباطی و جلب نظر گردشگران بین‌المللی دارد. از این‌رو نتایج مطالعه حاضر با نتایج مطالعات شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲ و ۱۳۹۰) هم سو است.

ضریب تخمینی مخارج بهداشت و خدمات درمانی کشورهای در حال توسعه منفی و معنادار است. به عبارت دیگر افزایش و شکاف قابل توجه هزینه در حوزه سلامت و ارتقا خدمات پزشکی در کشورهای توسعه‌یافته نسبت به کشورهای در حال توسعه توانسته است متقاضیانی برای سفر به این کشورها برای بهره‌مندی از خدمات درمانی و بهداشتی به همراه داشته باشد. البته باید خاطرنشان ساخت برخی از کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه از جمله جمهوری اسلامی ایران نسبت به سایر کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه بدلیل پیشرفت‌های حوزه پزشکی موفق به جذب گردشگران در حوزه پزشکی بوده‌اند.

ضریب تخمینی متغیر جمعیت به عنوان عامل مهم و کلیدی گردشگری مثبت و معنادار است. علی‌رغم اینکه بیشتر کشورهای درحال توسعه مورد مطالعه همچون هند، چین، اندونزی و غیره بیشتر جذابیت‌شان به تنوع قومیتی، سنن و آداب و رسوم جمعیت‌ها مربوط می‌شود، ولی مراکز جمعیتی شلوغ در کشورهای درحال توسعه به واسطه عدم توسعه متوازن و همچنین وجود مشکلات متعدد از جمله ترافیک، آلودگی هوا و صدا و غیره به نسبت کشورهای توسعه یافته از تقاضای کمتری برخوردار هستند. به عبارت دیگر گردشگران خارجی برای آشنایی با اقوام، سنن و آداب و رسوم آنها اقدام به سفر می‌کنند. ولی جذابیت‌های کشورهای توسعه یافته بیشتر متوجه امکانات و بسترهای مدرن ناشی از فناوری‌های جدید همچون نمایشگاه‌ها و همایش‌های تخصصی و یا خدمات درمانی پیشرفته درمانی و... است که گردشگران بین‌المللی را به سمت خود می‌کشاند.

ضریب تخمینی متغیر درآمد مثبت و معنادار است، بنابراین بهبود وضعیت درآمدی کشورها از عوامل موثر و تعیین‌کننده افزایش تقاضای گردشگری در کشورها است که با نتایج ماسیدا و ایتزو (۲۰۱۲)، سیتانها و همکاران (۲۰۱۰)، سونگ و لی (۲۰۱۰) و مطالعات شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲ و ۱۳۹۰) همسو است. ضریب تخمینی مخارج عمومی کشورها در حوزه آموزش مثبت ولی بی‌معنی است. همچنین ضریب تخمینی نرخ ارز واقعی برای کشورهای درحال توسعه منفی و بی‌معنی است. از آنجا که در محاسبه نرخ ارز واقعی نسبت قیمت‌ها در نرخ ارز اسمی به دست می‌آید می‌توان این گونه بیان داشت که تقاضای گردشگری با نرخ ارز اسمی و سطح قیمت‌های داخلی رابطه منفی و با سطح قیمت‌های خارجی رابطه مستقیم دارد. به عبارت دقیق‌تر هرچه نرخ ارز اسمی کشورها بزرگ‌تر باشد، سطح قیمت‌های داخلی بیشتر باشد همچنین سطح قیمت‌های جهانی کمتر باشد، قدرت رقابت‌پذیری خدمات و کالاهای گردشگری نسبت به سایر کشورها کاهش می‌یابد. از این رو تقاضای گردشگری بین‌المللی کاهش می‌یابد که می‌توان علت بی‌معنی بودن این متغیر را با ثبات بودن آن طی دوره مورد مطالعه برای کشورهای درحال توسعه منتخب بیان نمود که این نتایج با نتایج مطالعات شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲ و ۱۳۹۰) مبنی بر منفی بودن ضریب نرخ ارز همسو است

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

بر اساس نظر بسیاری از محققان داخلی و خارجی حکمرانی خوب یکی از مولفه‌های اساسی جذب گردشگران خارجی است. یافته‌های این مطالعه نیز تاثیر مثبت بهبود کیفیت حکمرانی بر جذب گردشگران خارجی را تائید می‌کند. شاخص کل حکمرانی که میانگینی ساده از شش شاخص حکمرانی ارائه شده توسط بانک جهانی است، تاثیر مثبت و معناداری بر درآمد حاصل از ورود گردشگران خارجی دارد. از این رو به منظور جذب گردشگران خارجی در کشورهای مورد مطالعه پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- تأکید بر بهبود فضای نهادی و حکمرانی با تأکید بر مولفه‌های شش‌گانه حکمرانی - شفافیت و پاسخگویی، ثبات سیاسی و عدم خشونت، اثربخشی دولت، کیفیت تنظیم‌گری مقررات، تأمین قضایی و مبارزه با فساد.
- توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل به ویژه صنعت هوایی در راستای سهولت و دسترسی آسان گردشگران بین‌المللی برای ورود به کشورها یکی از مهم‌ترین سیاست‌ها در راستای انتفاع بیشتر از عایدات گردشگری است.
- تأکید بیش از پیش بر استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات بویژه اینترنت در ارائه خدمات متنوع پولی و بانکی بین‌المللی و همچنین بروزرسانی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی در راستای معرفی هر چه بهتر ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها و منابع طبیعی و تفریحی به گردشگران بین‌المللی.
- تأکید بر مولفه‌های جذب گردشگران سلامت با توجه به مزیت‌های رقابتی در عرصه ارائه خدمات درمانی و سلامت با کاهش هزینه‌های درمان و ارتقاء کیفیت خدمات درمانی و سلامت به گردشگران بین‌المللی.
- تأکید بر ارتقاء کیفیت آموزش عمومی و تربیت نیروهای متخصص در حوزه‌های مختلف مرتبط با صنعت گردشگری.

منابع

۱. حبیبی، فاتح و عباسی‌نژاد، حسین (۱۳۸۴). تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی-مقطعی، *مجله تحقیقات اقتصادی*، دوره ۴۰، شماره ۷۰: ۹۱-۱۱۵.
۲. شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ سیاح، علی و پورجوان، عبدالله (۱۳۹۰). عوامل موثر بر جذب گردشگر در کشورهای گروه D8، *اولین همایش ملی گردشگری پایدار سیستان و بلوچستان*، ۳-۵ خرداد ماه.
۳. شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته، *فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۲، شماره ۷: ۲۵-۴۳.
۴. شریفی‌رنانی، حسین و سجادیه‌خواجویی، فرزاد (۱۳۹۲). نقش حکمرانی خوب در جذب گردشگر (مطالعه‌ی موردی: کشورهای منتخب (OPEC))، *اولین همایش الکترونیکی ملی «چشم‌انداز اقتصاد ایران: با رویکرد حمایت از تولید ملی»*، ۲۸ آذرماه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان(اصفهان)
۵. میدری، احمد و خیرخواهان، جعفر (۱۳۸۳). *حکمرانی خوب بنیان توسعه*، چاپ اول، تهران، ناشر مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
6. Aslan, A., Kula, F. and Kaplan, M. (2009). International tourism demand for Turkey: A dynamic panel data approach, **A Research Journal of International Studies**, Issue 9; 64-75.
7. Cho, V. (2010). A study of the non-economic determinants in tourism demand. **International Journal of Tourism Research**, 12(4), 307-320.
8. Eilat, Y. and Einva, L. (2004). Determinants of international tourism: A three-dimensional panel data analysis, **Applied Economics**, 36(12); 1315-1327.
9. Kaufmann, D., Kraay, A. and Mastruzzi, M. (2009). Governance matters VIII: Aggregate and individual governance indicators 1996-2008, **Policy Research Working Paper**, 4978.
10. Khadaroo, J. and Seetanah, B. (2007). Transport infrastructure and tourism development, **Annals of Tourism Research**, 34(4); 1021-1032.
11. Lim, C. (1997). An econometric classification and review of international tourism demand models, **Tourism Economics**, 136(3); 69-81.
12. Lim, C. and McAleer, M. (2002). Time series forecasts of international travel demand for Australia, **Tourism Management**, 23(4); 389-396.
13. Levett, C. (2005). A slice of the action, **Sydney Morning Herald**, 29 October, 27.
14. Massidda, C. and Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis, **Tourism Management** 33(3); 603-610.
15. Naude, W. and Saayman, A. (2005). Determinants of tourist Arrivals in Africa: A panel data regression analysis, **Tourism Economics**, 11(3); 365-391.
16. Nunkoo, R. and Smith, S.L.J. (2013). Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants, **Tourism Management**, 36(1); 120-132.
17. Panyik, E. (2015). Rural tourism governance: determinants of policy-makers' support for tourism Development, **Tourism Planning & Development**, 12(1); 48-72.
18. Seetanah, B., Durbarry, R. and Ragodoo, J.F.N. (2010). Using the panel cointegration approach to analyse the determinants of tourism demand in South Africa, **Tourism Economics**, 16(3); 715-729.
19. Song, H. and Li, G. (2010). Tourism demand modelling and forecasting: How should demand be measured?, **Tourism Economics**, 16(1); 63-81.

20. Witt, S.F. and Witt, C.A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research, **International Journal of Forecasting**, 11(3); 447-475.
21. The World Development Indicators (WDI). latest edition, retrieved March 6, 2014, <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do?Step=12&id=4 &CNO=2>.
22. World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistic, 2014 edition. <http://www2.unwto.org/>.
23. Worldwide Governance Indicators (WGI). latest edition, retrieved December, 2015, <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx #home>.