مجله اقتصادی

شماره‌های ۹ و ۱۰، آذر و دی ۱۳۹۵، صفحات ۱۰۴- ۸۳

تخمین تابع تقاضای کوتاه‌مدت و بلندمدت گردشگری در ایران

علی اسماعیلی خوشمردان

کارشناس ارشد رشته علوم اقتصادی دانشگاه شهید بهشتی تهران

eco.aekh@gmail.com

رقیه اکبری افروزی

کارشناس ارشد رشته علوم اقتصادی دانشگاه شهید بهشتی تهران

r.akbari1988@gmail.com

در شرایط فعلی جهان، گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های اقتصاد، فرهنگ، محیط‌زیست و خدمات در تعامل است، از اهمیت فراوانی برخوردار است. تجربیات سایر کشورهای جهان نیز نشان داده که توسعه صنعت گردشگری در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه گردیده است. یکی از مزیت‌های بخش خدمات، متنوع‌سازی بخش‌های اقتصادی، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها، حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار می‌باشد. از این‌رو، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند کشورمان را در رسیدن به این اهداف یاری رساند. در این پژوهش به‌بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای جهانگردان خارجی از ایران در کوتاه‌مدت و بلندمدت پرداخته شده است. بدین منظور از الگوی خودتوضیحی با وقفه‌های گسترده برای تخمین روابط استفاده شده است. متغیرهای مورد استفاده در این پژوهش؛ تعداد توریست‌های ورودی به ایران، درآمد سرانه در جهان خارج، هزینه واسطه بخش حمل‌ونقل، نرخ برابری ارز غیررسمی و شاخص توسعه انسانی می‌باشند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که؛ نرخ برابری ارز غیررسمی، متغیر مجازی برای وقوع انقلاب اسلامی و دوران جنگ تحمیلی در ایران، شاخص توسعه‌یافتگی ایران، درآمد سرانه جهان خارج و هزینه توریست در کشور، به ترتیب بیش‌ترین تأثیر را در جذب توریست به ایران داشته‌اند.

واژه‌های کلیدی: تابع تقاضا، گردشگری، شاخص توسعه

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

۱. مقدمه

در دوران باستان مردم برای بدست آوردن غذا، دوری از خطرات، استفاده و بهره‌برداری از مناطق دارای آب و هوای مساعد، اقدام به مهاجرت می‌کردند. با افزایش مهارت و کسب فنون، مهاجرت‌ها بیش‌تر با هدف تجارت و معامله کالا انجام گرفت سپس مفهوم گردشگری وارد عرصه مهاجرت شد. بنابراین حکومت‌ها به فکر تقویت زیربناهای خود به منظور جذب گردشگر و استفاده از نفع حاصله افتادند.

در شرایط فعلی با توجه به درصد بالای بیکاری جوانان کشور لازم است با استفاده از تمام امکانات در جهت رفع محرومیت، ایجاد اشتغال و کسب درآمد از طرق مختلف اقدام شود. گسترش صنعت گردشگری به عنوان صنعتی که با حوزه‌های مختلف نظیر اقتصاد، فرهنگ، محیط زیست، کشاورزی و خدمات در تعامل است از اهمیت فراوانی برخوردار است.

تجربیات سایر کشورهای جهان نشان داده است که توسعه صنعت گردشگری در هر منطقه باعث رشد و پیشرفت اقتصادی و اجتماعی آن ناحیه گردیده است، بنابراین می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای اصلی در کشور ایران مورد توجه قرار گیرد. به خاطر نقش کلیدی تقاضا به عنوان یک عامل تعیین‌کننده در سودآوری و کسب و کار، تخمین تقاضای مورد انتظار آینده، عنصر بسیار مهمی در برنامه‌ریزی فعالیت‌های مربوط به آن است.

واضح است که پیش‌بینی صحیح تقاضای گردشگری، برای کارآمد بودن برنامه‌ریزی‌ها بسیار ضروری می‌باشد، به خصوص در برخی از فعالیت‌ها که امکان جبران درآمدهای از دست رفته، وجود نداشته باشد. برای مثال شرکت‌های هواپیمایی، درآمد از دست رفته به خاطر کاهش مسافرین و خالی بودن صندلی‌ها را نمی‌توانند جبران کنند. یکی از مزیت‌های بخش خدمات، متنوع‌سازی بخش‌های اقتصادی، بالابودن شاخص‌های توسعه انسانی، افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها، حفظ محیط زیست و در مجموع توسعه پایدار می‌باشد. توسعه فعالیت مسافرت و صنعت گردشگری می‌تواند کشورها را در رسیدن به این اهداف یاری رساند.

در این تحقیق، از مدل جاذبه گردشگری استفاده شده است. اطلاعات آماری مورد استفاده در این پژوهش مربوط به تعداد توریست‌های ورودی به ایران، درآمد سرانه در جهان خارج، هزینه واسطه بخش حمل‌ونقل، نرخ برابری ارز غیررسمی، شاخص توسعه انسانی، برای

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

دوره زمانی (۱۳۹۳-۱۳۴۸) می‌باشد. برآورد مدل نیز با استفاده از الگو خودرگرسیون برداری با وقفه‌های توزیعی ($ARDL$) صورت می‌گیرد.

۲. پیشینه تحقیق

۲-۱. مطالعات داخلی

یکی از این مطالعات در سال ۱۳۷۵ تحت عنوان «بررسی وضعیت توریسم و تخمین توزیع تقاضا و عرضه توریسم خارجی در ایران» به همت صباغ کرمانی به سفارش مرکز پژوهش‌های بنیادی انجام شده که در آن با استفاده از داده‌های مربوط به تعداد گردشگران خارجی دیدارکننده از ایران (به صورت جداگانه برای هر کشور) با استفاده از داده‌های منتهی به ۱۳۷۲، یک فرم ثابت تبعی در خصوص تابع تقاضای گردشگری برای هر کشور معرفی شده است.

نوری (۱۳۷۵)، در مطالعه‌ای به برآورد تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران در سال‌های(۱۳۷۰-۱۳۴۸) می‌پردازد. وی تقاضای گردشگری در ایران را تابعی عواملی چون درآمد سرانه گردشگران، قیمت کالاها و خدمات خریداری شده توسط گردشگران، نرخ ارز در بازار آزاد، متوسط هزینه اقامت هر گردشگر در ایران، در نظر می‌گیرد. نتایج برآورد مدل ایشان حاکی از آن است که تقاضای گردشگری ایران به درآمد سرانه گردشگران، حساس و کشش‌پذیر است. براین‌اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت که ایران یک مقصد گردشگری نرمال برای خارجیان است به خصوص برای کشورهای پردرآمد، زیرا هزینه سفر به ایران به طور متوسط برای این کشورها پایین است. همچنین تقاضای گردشگری به طور منفی با قیمت کالاها و خدمات خریداری شده توسط گردشگران رابطه داشته و تقریباً بی‌کشش است.

کاوه‌ئیان (۱۳۸۱)، در مطالعه خود سعی کرده است تا عوامل اصلی اقتصادی و غیراقتصادی مؤثر بر تقاضای گردشگری را در شش منطقه جهان یعنی اروپا، آمریکا، شرق آسیا و اقیانوسیه، خاورمیانه، جنوب آسیا و جهان شناسایی کند. مهم ترین یافته‌های این مطالعه عبارتند از:

- ایران یک مقصد گردشگری نرمال برای گردشگران این مناطق است.
- تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران با قیمت نسبی حساس و کشش‌پذیر است.
- تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران با کاهش ارزش ریالی رابطه مستقیم دارد.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

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

موسایی (۱۳۸۳)، در مطالعه‌ای به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای سفر در ایران می‌پردازد. وی برای این کار از یک الگوی کلان تابع تقاضای سفر به ایران استفاده کرده است. مهمترین یافته مطالعه ایشان آن است که پایین بودن میزان تقاضا برای سفر به ایران به علت کمبود امکانات و تسهیلات رفاهی در زمینه حمل‌ونقل و اقامت نمی‌باشد، بلکه عنصر امنیت، اصلی‌ترین مانع در افزایش تقاضای سفر به ایران است.

خوارزمی (۱۳۸۴)، در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه علّیت بین گردشگری و تجارت در ایران» با استفاده از داده‌های سال‌های (۱۳۸۰-۱۳۳۸) رابطه خودرگرسیون برداری زیر را تخمین زده‌اند. وی پس از بررسی ورود گردشگران به ایران، طی سال‌های مورد مطالعه، هفت کشور از بین ده کشور عمده متقاضی یعنی کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان، هندوستان، ژاپن، پاکستان و ترکیه را انتخاب و از داده‌های سالیانه آن‌ها در تخمین الگوها استفاده کرده است. ایشان به پیروی از شان و ویلسون الگوی خود توضیح برداری شش متغیره‌ای را انتخاب و با استفاده از تکنیک رگرسیون‌های به ظاهر نامرتبط تخمین زده و جهت بررسی رابطه علی بین متغیرهای تجارت و گردشگری از آزمون تودا یاماماتو[1] (۱۹۹۵) استفاده کرده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه علی یک‌طرفه از تجارت به گردشگری وجود دارد. بدین معنا که افزایش تجارت در ایران منجر به معرفی بیش‌تر ایران و کالاهای صادراتی ایران در صحنه جهانی شده و باعث افزایش ورود جهانگردان خواهد شد و به استناد نتیجه پیشنهاد شده است که در برآورد الگوهای پیش‌بینی تقاضا برای گردشگری، تجارت به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده صنعت گردشگری در نظر گرفته‌شود.

طیبی و همکاران (۱۳۸۶)، در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران» طی دوره (۱۳۸۳-۱۳۳۸) به بررسی رابطه علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی برای ایران پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بین توسعه‌ی گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی رابطه متقابل و دو طرفه‌ای وجود دارد؛ به طوری که می‌توان گفت هر چه کشور از رشد اقتصادی بیش‌تری برخوردار باشد، از تعداد گردشگران بیش‌تری نیز برخوردار است. همچنین هرچه

1. Toda Yamamoto test

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

صنعت گردشگری بین‌المللی کشور از میزان توسعه بالاتری برخوردار باشد، کشور به رشد اقتصادی بیش‌تری نیز دست خواهد یافت. بر اساس نتایج بدست آمده، یک درصد افزایش در GDP کشور باعث افزایش ۰/۹۲ درصد در گردشگری و یک درصد افزایش در گردشگری باعث افزایش ۰/۴۱ درصد در GDP می‌شود.

علیرضا پورفرج و همکاران (۱۳۸۷)، با استفاده از داده‌های تلفیقی سال‌های(۲۰۰۶-۲۰۰۰) در ۷۰کشور مختلف توسعه یافته و درحال توسعه، سعی بر آن دارد که نشان دهد نخست آنکه، با افزایش مخارج فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری، چه تغییری در جذب گردشگر ایجاد می‌شود؟ دوم آنکه، با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در این بخش، اثرگذاری آن بررشد اقتصادی چه تغییری خواهد کرد؟ یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد:

- در کشورهای مورد مطالعه، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری بر روی رشد اقتصادی اثر مثبت دارد و شدت آن در کشورهای توسعه یافته نسبت به کشورهای درحال توسعه بیش‌تر است.
- در هر دو دسته کشورها، هر چه سهم مخارج فناوری اطلاعات و ارتباطات به تولید ناخالص داخلی در زیربخش‌های خدمات رایانه، مالی، آموزشی و حمل‌ونقل در این صنعت افزایش می‌یابد، جذب گردشگر فزونی یافته به طوری‌که به ازای هر یک واحد افزایش در مخارج بالا به ترتیب ۰/۰۳، ۰/۱۴، ۰/۱۲، ۰/۱۸ واحد گردشگری افزایش می‌یابد، همچنین متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه، درجه باز بودن اقتصاد، سرمایه انسانی و سرانه مخارج آموزشی، اثر مثبت و معناداری بر جذب گردشگر دارند.

طیبی و همکاران (۱۳۸۷)، در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین‌المللی گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای عضو OECD به علاوه کشورهای منتخب)» به بررسی رابطه علّی بین گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی برای کشورهای OECD و چین، هنگ‌کنگ، مالزی، روسیه و تایلند، طی سال‌های(۲۰۰۴-۱۹۹۵) با استفاده از یک الگوی Panel پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه علّی بین گردشگری و رشد اقتصادی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب، رابطه علّی دو طرفه است و بین این دو متغیر، تعادل بلندمدت وجود دارد. بین توسعه گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی رابطه‌ای متقابل و دو طرفه وجود دارد

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

به‌طوری‌که هرچه کشورهای ذکر شده در این مطالعه از رشد اقتصادی بیش‌تری برخوردار باشند از تعداد گردشگر بیش‌تری نیز برخوردار هستند و هرچه گردشگر بین‌المللی از میزان توسعه بالاتری برخوردار باشند، این کشورها می‌توانند به رشد اقتصادی بیش‌تری دست یابند.

یاوری و همکاران (۱۳۸۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی OIC» به دنبال پیدا کردن پاسخی برای این پرسش هستند که آیا بخش توریسم منجر به رشد اقتصادی کشورهای اسلامی خواهد شد و آیا می‌تواند یک عامل مؤثر بر رشد اقتصادی آن‌ها باشد یا خیر؟ بدین منظور از میان ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی، تعداد ۲۷ کشور که بر اساس طبقه‌بندی بانک جهانی به عنوان کشورهای عضو این سازمان هستند برای پژوهش انتخاب شده‌اند. در این پژوهش به منظور تخمین پارامترها از روش اثرات ثابت استفاده کرده و نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان می‌دهند که منابع متداول برای رشد، از جمله سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی و نیز مخارج مصرفی خانوار می‌تواند منجر به افزایش رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی گردند. کشورهای اسلامی نه تنها از طریق منابع متداول رشد (مانند سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی، مبادله، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و...) بلکه از طریق بهبود در صنعت گردشگری نیز می‌توانند اقتصاد خود را توسعه داده و به نرخ‌های بالاتری از رشد دست یابند.

رنج پور و دیگران (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران» طی دوره(۱۳۸۸-۱۳۴۷) با استفاده از روش هم‌جمعی جوهانسن- جوسلیوس، رابطه بین درآمد حاصل از صنعت گردشگری و تولید ناخالص داخلی بدون نفت را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. در این تحقیق سعی شده است تا نوع رابطه علیت بین درآمد حاصل از گردشگری خارجی و تولید ناخالص داخلی بدون نفت با استفاده از آزمون علیت گرینجری برمبنای مدل‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت حاصله تعیین گردد. در این مطالعه برای آزمون پایایی متغیرهای مدل، از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته و فیلیپس- پرون استفاده شده است و برای برآورد مدل اصلی تحقیق ابتدا از روش هم‌جمعی جوهانسن- جوسلیوس استفاده شده، سپس با استفاده از نتایج مدل‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت بدست آمده به مطالعه علیت گرنجری بین متغیرهای اصلی مدل پرداخته شده است. نتایج آزمون هم‌جمعی جوهانسن- جوسلیوس نشان می‌دهد که یک رابطه

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

هم‌جمعی بلندمدت بین متغیرهای مذکور وجود دارد و ضریب متغیر درآمد حاصل از گردشگری عددی مثبت است. همچنین آزمون‌های علیت نشان می‌دهند که یک رابطه علیت گرنجری بلندمدت از طرف درآمدهای حاصل از گردشگری به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت وجود دارد. از این رو می‌توان استدلال کرد که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان محرک تولید ناخالص داخلی و نیز رشد اقتصادی کشور ایفای نقش کند.

سایر مطالعات صورت گرفته اغلب به بیان مسائل جامعه‌شناسی گردشگری[۱]، اصول و مبانی گردشگری[۲]، برنامه‌ریزی برای صنعت گردشگری[۳]، اهمیت اقتصادی گردشگری[۴]، رابطه مسائل جغرافیایی و توسعه صنعت گردشگری[۵]، گردشگری و توسعه گردشگری[۶]، جهانگردی و توسعه ملی[۷]، وضعیت گردشگری در ایران و مقایسه با سایر کشورها[۸] و جرم و جهانگردی[۹]، محدود شده است (موسایی، ۱۳۸۳). این مطالعات اغلب توصیفی‌اند و اغلب الگو(هایی) برای تخمین توابع تقاضا یا عرضه گردشگری ارائه نکرده‌اند، در صورتی که مطالعات مربوط به اقتصاد گردشگری در سایر کشورها آن چنان وسیع و گسترده است که در این مقاله حتی به فهرست مقاله‌ها و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه هم نمی‌توان پرداخت.

۲-۲. مطالعات خارجی

دیاموند[۱۰] (۱۹۷۷)، به بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی کشور ترکیه می‌پردازد و معتقد است که گسترش گردشگری نه تنها می‌تواند مشکلات ارزی ناشی از توسعه صنعتی را جبران

---

۱. محمدبیگی (۱۳۷۲)
۲. الوانی و دیگران (۱۳۷۲)
۳. پوریا (۱۳۷۲)
۴. محمدبیگی (۱۳۷۳)
۵. سجادیه (۱۳۷۳)
۶. پیران (۱۳۷۴)
۷. پیران (۱۳۷۴) صص ۴۹ و ۵۰
۸. فیض‌بخش (۱۳۷۵)
۹. میرمحمدصادقی (۱۳۷۹)

10. Diamound

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

نماید، بلکه در بلندمدت می‌تواند صادرات کالاهای با کشش (از لحاظ درآمدی و قیمتی) را جایگزین کالاهای کم‌کشش نماید (فرزین و گل لاله، ۱۳۸۹).

ساماری[1] (۱۹۸۷)، مطالعه‌ای بر روی صنعت گردشگری کشور کنیا انجام داد. زیرا این کشور به به جهت داشتن جاذبه‌های گردشگری متنوع همواره مورد توجه گردشگران کشورهای مختلف از جمله کشورهای اروپایی و آمریکایی بوده و صنعت گردشگری سهم قابل توجهی در اقتصاد و درآمد ارزی این کشور ایفاء می‌کند. این مطالعه به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای کشور کنیا و برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب در جهت توسعه هرچه بیش‌تر این صنعت انجام گرفته و اقدام به برآورد تابع تقاضای گردشگری خارجی برای این کشور نموده است (فرزین و گل لاله، ۱۳۸۹).

اوزال و کرامپتون[2] (۱۹۹۸)، در مطالعه‌ای با هدف شناسایی عواملی که بیش‌ترین تأثیر را برگردشگری بین‌المللی ترکیه به عنوان یک کشور درحال‌توسعه دارد، به برآورد تقاضای گردشگران خارجی کشور ترکیه پرداخت‌هاند چراکه در سال‌های اخیر گردشگری نقش اساسی در اقتصاد این کشور ایفاء نموده است (همان).

اجنیو و همکاران[3] (۲۰۰۴)، به بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۸ پرداخت‌هاند. آن‌ها از روش داده‌های پانل و تخمین زننده آرنالدو – بوند برای پانل‌های پویا استفاده کرده‌اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه گردشگری به دست آورده‌اند. نتایج مطالعه آنان نشان می‌دهد که رشد صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای با درآمد پایین و متوسط نظیر کشورهای آمریکای لاتین اثر مثبت دارد (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲).

دریتساکیس[4] (۲۰۰۴)، اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلندمدت یونان را با استفاده از روش علیت گرنجر آزمون کرد. نتایج نشان داد که یک بردار هم‌جمعی بین GDP و درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی طی دوره ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۰ وجود دارد. آزمون‌های علیت گرنجر که بر مدل‌های

1. Summary
2. Ouzal and Kerampton
3. Eugenio et al
4. Dritsakis

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

تصحیح خطا پایه‌ریزی شده بود مشخص کرد که یک رابطه علی قوی دو طرفه بین درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی در کشور یونان وجود دارد (محمدزاده و عزیزی، ۱۳۹۰).

کارلی، سانگ و وایت[1] (۲۰۰۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان «سیستم تقاضا تقریباً ایده‌آل خطی با پارامترهای متغیر و ثابت در طول زمان»، تقاضای گردشگری به اروپای غربی توسط ساکنان ایالات متحده در طول دوره(۲۰۰۰-۱۹۷۳) را مورد بررسی قرار داده‌اند (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲).

کیم و همکاران[2] (۲۰۰۶)، به کمک داده‌های(۲۰۰۳-۱۹۸۰) رابطه علّی بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی را در تایوان آزمون نمودند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که رابطه تعادلی بلندمدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشور تایوان وجود دارد و در کشور تایوان گردشگری و رشد اقتصادی یکدیگر را تقویت می‌کنند (محمدزاده و عزیزی، ۱۳۹۰).

تانگ و جانگ[3] (۲۰۰۶)، در مطالعه‌ای با عنوان «علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی در ایالات متحده» به تحلیل رابطه میان عملکرد صنایع مرتبط با گردشگری (خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها) و تولید ناخالص داخلی برای ایالات متحده پرداخته است. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش داده‌های فصلی فروش شرکت‌های مرتبط با گردشگری است که برای دوره بیست و پنج ساله(۲۰۰۵-۱۹۸۱) جمع‌آوری شده است. نتایج آزمون یک رابطه هم‌جمعی را میان رشد اقتصادی و عملکرد صنایع در ایالات متحده نشان نمی‌دهد. این موضوع نشان می‌دهد که مکانیزم‌هایی که در ارتباط با افزایش درآمد صنایع مرتبط با گردشگری هستند به صورت بالقوه‌ای در بلندمدت موفق هستند، حتی در مواردی که با رکود اقتصادی مواجه هستیم. نتایج همچنین یک رابطه علّی دوطرفه میان تعداد گردشگران و رشد درآمد خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها را نشان می‌دهد (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲).

لی و شین[4] (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای تحت عنوان «وقفه‌های ساختاری، توسعه گردشگری در رشد اقتصادی، شواهدی از تایوان» به بررسی نقش صنعت گردشگری در اقتصاد کشور تایوان پرداخته‌اند. این مقاله به بررسی رابطه علّی بین توسعه گردشگری، رشد اقتصادی و نرخ ارز واقعی در یک مدل

1. Carly et al
2. Kim et al
3. Tang and Jang
4. Lee and Chine

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

چندمتغیره پرداخته است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که رابطه علّی بین گردشگری و رشد اقتصادی در تایوان یک رابطه دوطرفه است (محمدزاده و عزیزی، ۱۳۹۰).

لی و چانگ[1] (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان «توسعه گردشگری و رشد اقتصادی: بررسی دقیق‌تر با روش پانل» با بکارگیری روش هم‌جمعی پانل ناهمگن، سعی در بررسی روابط علّی بلندمدت میان رشد گردشگری و رشد اقتصادی برای کشورهای OECD و NONOECD (کشورهای مورد بررسی در آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا) در دوره زمانی(۲۰۰۰-۱۹۹۰) دارند. آن‌ها از آزمون پدرونی جهت بررسی وجود یا عدم وجود رابطه هم‌جمعی میان متغیرها استفاده نموده و آزمون وجود همبستگی بین متغیرها را تأیید می‌کنند. براساس نتایج، یک رابطه هم‌جمعی بین تولید ناخالص ملی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین تعیین می‌کند که رشد گردشگری اثر بیش‌تری بر روی تولید ناخالص ملی در کشورهای غیرعضو OECD در مقایسه با کشورهای عضو دارد. این مطالعه نشان می‌دهد که رشد گردشگری اثر بزرگتری بر GDP در کشورهای غیرعضو نسبت به کشورهای عضو OECD دارد و هنگامی که متغیر مورد نظر برای گردشگری، دریافتی‌های حاصل از گردشگری باشد، بزرگترین اثرات را در کشورهای زیر صحرای آفریقا دارد. علاوه‌براین، نرخ حقیقی ارز دارای اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی کشورهای OECD است. در نهایت در بلندمدت، آزمون علیت پانل یک رابطه علیت یکطرفه از رشد گردشگری به رشد اقتصادی در کشورهای عضو OECD، یک رابطه دوطرفه در کشورهای غیرعضو و تنها یک رابطه ضعیف در آسیا را نشان می‌دهد. علاوه بر این، نرخ حقیقی ارز اثرات معناداری بر روی رشد اقتصادی دارد (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲).

۳. الگوی اقتصادی

۳-۱. مبانی نظری

در مورد گردشگری و عوامل مؤثر بر آن نظریات مختلفی وجود دارد. هر یک از این نظریات، از یک یا چند بعد به مسئله نگریسته‌اند، در ادامه به اختصار به بررسی نظریات مرتبط پرداخته خواهد شد.

1. Lee Chun and Ping Chang

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

۳-۱-۱. نظریات عطایای إلهی

این نظریه در سال ۱۹۱۹ توسط هکشر ارائه شد و در سال ۱۹۳۳ توسط اوهلین تکمیل گردید. این نظریه متکی به توزیع عطایای الهی در هر کشور است تا بیانگر مزیت نسبی آن به سایر شرکای تجاری خود باشد. کشورهایی که در بعضی از امور دارای منابع فراوان هستند، از مزیت نسبی تولید و صادرات کالاهای ناشی از این منابع برخوردار خواهند شد.

۳-۱-۲. نظریه هزینه نسبی

این نظریه ابتدا توسط ریکاردو در سال ۱۸۱۷ بیان گردید. نظریه هزینه نسبی تعداد زیادی از مبادلات گردشگری بین‌المللی را مشخص می‌کرد. بررسی هزینه‌های نسبی مشخص می‌کند که کشوری می‌تواند در تولید کالاها و خدمات متخصص باشد که کالاها را نسبت به سایر کشورها با قیمت مناسبتری عرضه کند.

۳-۱-۳. نظریه مزیت مطلق و دانش فنی

این نظریه بسط و توسعه تحلیل آدام اسمیت در تجارت بین‌الملل است. امروزه این نظریه مترادف است با انحصارات صادراتی برخی از کشورها که ناشی از ویژگی‌های طبیعی یا پیشرفت فناوری این کشورها است. مزیت مطلق نقش سازنده‌ای در گردشگری بین‌المللی دارد. در حقیقت، برخی از کشورهای دارای منابع گردشگری منحصربه‌فرد هستند و این منابع به صورت اماکن طبیعی استثنایی و یا از منابع طبیعی شناخته‌شده در سراسر جهان می‌باشند و بر حسب اهمیت آن‌ها در گردشگری بین‌المللی است که منحصربه فرد بودن کشوری تعیین می‌شود.

۳-۱-٤. نظریه شرایط تقاضا

این نظریه در واقع منطبق بر نظریه تقاضا برای کالاها و خدمات می‌باشد که مصرف‌کننده با توجه به درآمد و سطوح قیمتی کالاها، درصدد حداکثر کردن مطلوبیت خود می‌باشد. در فضای دو کالایی که مصرف‌کننده کالای توریسم، q_1 و یک کالای دیگر مانند q_2 را به عنوان نماینده بقیه کالاها و خدمات مصرف می‌نماید، تابع تقاضای توریسم از طریق روابط زیر به دست می‌آید.

فرض می‌شود تابع مطلوبیت فرد مصرف‌کننده به صورت زیر می‌باشد؛

$$U = u(q_1 + q_2) \qquad (۱)$$

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

فرض دیگر این است که مصرف‌کننده به دنبال حداکثرکردن مطلوبیت خود با توجه به سطح درآمدی خویش است و تابع درآمدی وی به صورت زیر است؛

$$y = p_1.q_1 + p_2.q_2 \quad (۲)$$

در تابع درآمدی فوق، q_1 بیانگر مقدار کالای توریسم و q_2 بیانگر مقدار کالاهای دیگر (نماینده بقیه کالاها و خدمات) است. p_1 و p_2 به ترتیب بیانگر قیمت کالای توریسم و قیمت کالاهای دیگر و y بیانگر درآمد فرد می‌باشد. با استفاده از تابع لاگرانژ و با در نظر گرفتن قید بودجه، تابع مطلوبیت مصرف‌کننده را ماکزیمم می‌کنیم؛

$$V = u(q_1, q_2) + \lambda(y - p_1q_1 - p_2q_2) \quad (۳)$$

از تابع فوق، نسبت به مقادیر مصرف و ضریب لاگرانژ مشتق گرفته و مساوی صفر قرار می‌دهیم؛

$$\frac{\vartheta V}{\vartheta q_1} = \mu_1 - \lambda p_1 = 0 \rightarrow \mu_1 = \lambda p_1 \quad (۴)$$

$$\frac{\vartheta V}{\vartheta q_2} = \mu_2 - \lambda p_2 = 0 \rightarrow \mu_2 = \lambda p_2 \quad (۵)$$

$$\frac{\vartheta V}{\vartheta \lambda} = y - p_1q_1 - p_2q_2 = 0 \rightarrow y = p_1q_1 + p_2q_2 \quad (۶)$$

که μ_1 و μ_2 به ترتیب مقادیر مطلوبیت نهایی مصرف کالای توریسم و سایر کالاها و خدمات می‌باشد. از حل معادله فوق، تابع تقاضا به صورت زیر به دست می‌آید؛

$$q_1 = f(y, p_1, p_2) \quad (۷)$$

با توجه به اینکه در محاسبه توابع تقاضا، هدف اصلی محاسبه کشش درآمدی و قیمتی می‌باشد از این رو تابع تقاضا به طور معمول به صورت لگاریتمی نوشته می‌شود. با توجه به این وضعیت، شکل اولیه تابع تقاضا نیز باید چنین باشد؛

$$q_1 = \alpha_0.y^{\alpha_1}.p_1^{\alpha_2}.p_2^{\alpha_3}.e^{u_t} \quad (۸)$$

تبدیل لگاریتمی‌تابع یا همان تابع تقاضا نیز چنین است؛

$$lnq_1 = ln\alpha_0 + \alpha_1 lny + \alpha_2 lnp_1 + \alpha_3 lnp_2 + u_t \quad (۹)$$

در تابع بالا، ضرایب رگرسیون به ترتیب بیانگر کشش درآمدی، کشش قیمتی خود کالا و کشش قیمتی کالای جانشین می‌باشد و u_t جمله اخلال است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

۳-۲. فرضیه تحقیق

مسئله اصلی در پژوهش حاضر این است که چه عواملی بر افزایش تقاضای سفر به ایران و در نتیجه بر افزایش درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران خارجی به ایران تأثیر دارد و سهم هریک از عوامل چه مقدار است؟

۳-۳. تصریح الگو

قبل از تصریح مدل، لازم است عوامل مؤثر بر ورود گردشگران خارجی به کشور شناسایی شود، در ادامه به معرفی مختصر این عوامل پرداخته می‌شود. در ضمن باید اشاره شود که این پژوهش به روش کتابخانه‌ای انجام گرفته است.

امنیت و آرامش کشور مبدأ اگر مهمترین عامل در جذب گردشگر نباشد یکی از عوامل بسیار مهم است که گردشگران قبل از سفر توجه ویژه‌ای به آن می‌کنند. یکی از متغیرهای مهم در زمینه گردشگری، سطح درآمد گردشگران می‌باشد که هرچه درآمد بیش‌تری داشته باشند انتظار می‌رود مسافرت‌های بیش‌تری خواهند رفت. از طرفی هزینه‌های گردشگر در کشور مبدأ می‌تواند عامل بازدارنده در مسافرت وی به آن کشور باشد. این هزینه‌ها شامل هزینه‌های حمل‌ونقل، اقامت، کالاها و خدمات و... می‌شود. عامل مهم دیگر در جذب گردشگر، سطح توسعه‌یافتگی کشور مبدأ است. چون این شاخص تا حدود زیادی سطح بهداشت، سواد، امید به زندگی و.. را در هر کشور مشخص می‌کند و عامل مهمی در جذب گردشگر می‌باشد. نرخ ارز نیز بر صنعت گردشگری تأثیر گذار خواهد بود زیرا افزایش نرخ ارز باعث ارزان شدن کالا و خدمات کشور ما برای گردشگران خارجی شده و می‌تواند عاملی در ترغیب گردشگران به کشور شود.

با استفاده از اطلاعات گردآوری شده از نظریات و مطالعات ذکر شده، تعداد ورودی گردشگران به کشور تابع عوامل زیر در نظر گرفته شده است:

$$LN = f(LY, LCG, LH, E, DR) \qquad (۱۰)$$

٤. الگوی آماری

$$LN = C + LY + LCG + LH + E + DR \qquad (۱۱)$$

LN: تعداد ورودی جهانگردان خارجی به ایران.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

LY: درآمد سرانه جهان خارج (از آنجایی که بیش‌ترین گردشگران ورودی به ایران و بیش‌ترین درآمد حاصل از گردشگری کشور از کشورهای اروپایی می‌باشد در این مدل درآمد سرانه کشورهای آلمان، فرانسه و ایتالیا به عنوان معیار درآمد سرانه جهان خارج مورد استفاده قرار گرفته است).

LH: شاخص توسعه یافتگی ایران (از شاخص توسعه انسانی به عنوان جایگزین استفاده شده است).

LCG: هزینه توریست (هزینه واسطه بخش حمل‌ونقل بوده و به عنوان جایگزین برای هزینه توریست در کشور به کار رفته است).

E: نرخ برابری ارز غیررسمی.

DR: متغیر مجازی برای وقوع انقلاب اسلامی و دوران جنگ تحمیلی در ایران (این متغیر به عنوان جایگزینی برای عدم ثبات سیاسی، نبود امنیت و ناآرامی‌های ایران طی سال‌های مذکور به‌کار رفته است).

٤-١. شرح داده‌های آماری

در این تحقیق، هزینه واسطه بخش حمل‌ونقل (CG)، نرخ برابری ارز غیررسمی (R) به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۸۳ هستند. دوره تحقیق داده‌های سالانه بازه زمانی(۱۳۹۳-۱۳۴۸) را دربرمی‌گیرد. آمارهای مربوطه از سایت بانک مرکزی جمهوری اسلامی، در قسمت حساب‌های ملی ایران و همچنین بخش بانک اطلاعات سری زمانی اقتصادی جمع‌آوری شده است. آمار مربوطه به تعداد ورودی جهانگردان خارجی به ایران از سایت سازمان فرهنگی و گردشگری استخراج شده است.

٤-٢. روش برآورد و تجزیه و تحلیل

به کارگیری روش‌های سنتی و معمول اقتصادسنجی در برآورد ضرایب الگو با استفاده از داده‌های سری زمانی، بر این فرض استوار است که متغیرهای الگو همگی پایا باشند. اگر متغیرهای مورد استفاده در برآورد ضرایب الگو ناپایا باشند در عین حال که ممکن است ارتباط با مفهومی بین متغیرها وجود نداشته باشد، می‌تواند R^2 بدست آمده خیلی بالا باشد تا استنباط‌های غلطی در مورد میزان ارتباط متغیرها حاصل شود (نوفرستی، ۱۳۷۸). بنابراین قبل از برآورد مدل به روش $ARDL$ ابتدا درجه هم‌جمعی هر یک از متغیرها را به روش آزمون ریشه واحد تعیین می‌کنیم.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

الگوی مورد استفاده در این مقاله $ARDL$ می‌باشد که برای برآورد آن نخست باید با استفاده از روش OLS برای همه ترکیب‌های ممکن، براساس وقفه‌های متفاوت متغیرها را برآورد کرد. حداکثر تعداد وقفه‌های متغیرها بر اساس تعداد مشاهدات تعیین می‌شود. در مرحله دوم با توجه به حداکثر وقفه‌ای که در نرم‌افزار مایکروفیت تعیین می‌کنیم، در میان $(m+1)^{k+1}$ رگرسیون برآورد شده (m، تعداد وقفه‌های بهینه الگو و k تعداد متغیرهای الگو می‌باشند)، بهترین رگرسیون با توجه به یکی از معیارهای آکائیک[1] یا شوارتز- بیزین[2] یا حنان-کوئین[3] انتخاب می‌شود. در مرحله سوم، مایکروفیت ضرایب مربوط به الگوی بلندمدت و انحراف معیار مجانبی مربوط به ضرایب بلندمدت را بر اساس الگوی $ARDL$ انتخاب شده، محاسبه می‌کند. این برنامه همچنین برآورد الگوی تصحیح خطای مربوط به الگوی $ARDL$ انتخابی را نیز ارائه می‌کند که سرعت تعدیل به سمت تعادل بلندمدت را به ما نشان می‌دهد. علت استفاده از این الگو برای برآورد ضرایب، کاهش تورش مربوط به برآورد ضرایب الگو در نمونه‌های کوچک می‌باشد.

لازمه آنکه الگوی پویای برآورد شده به روش $ARDL$، به سمت تعادل بلندمدت گرایش یابد، آن است که مجموع ضرایب متغیر وابسته کمتر از یک باشد.

$$\begin{cases} H_0: \sum_{i=1}^{p} \alpha_i - 1 \geq 0 \\ H_1: \sum_{i=1}^{p} \alpha_i - 1 < 0 \end{cases} \qquad (۱۲)$$

از کمیت آماره t و کمیت بحرانی ارائه شده توسط بنرجی، دولادو و مستر[4]، در سطوح اطمینان مختلف، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که، اگر فرضیه H_0 رد شود، می‌توان گفت رابطه تعادلی بلندمدتی بین متغیرهای الگو وجود دارد و در غیر این‌صورت، رابطه تعادلی بلندمدتی بین متغیرها وجود ندارد.

با پذیرش رابطه تعادلی بلندمدت، می‌توان در کوتاه‌مدت نیز آن را برآورد کرد و مورد برررسی قرار داد. وجود همگرایی بین مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، مبنای آماری استفاده از الگوی تصحیح خطای را فراهم می‌آورد. عمده‌ترین دلیل استفاده از این الگوها آن است که نوسانات

1. Akaike
2. Schwarz and Bayesians
3. Hannan and Quinn
4. Banerjee, Dolado and Master

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

کوتاه‌مدت را به بلندمدت آن‌ها ارتباط می‌دهند. در ضمن باید یادآوری شود که در این پژوهش آزمون پایایی متغیرها با نرم افزارEviews 8 و برآورد الگو با نرم افزار Microfit 4.1 انجام می‌شود.

۵. برآورد الگو و ارائه نتایج

پیش از برآورد الگو، ابتدا باید پایایی[1] متغیرهای مربوط به تابع تقاضای گردشگری به روش دیکی فولر تعمیم یافته[2] مورد آزمون قرار گیرد. نتایج مربوط به آزمون پایایی در جدول (۱) آورده شده است. (عبارت D قبل از متغیرها نشان‌دهنده تفاضل مرتبه اول متغیر مورد نظر می‌باشد.)

جدول ۱. نتایج آزمون پایایی

متغیرها	شامل عرض از مبدأ و روند		شامل عرض از مبدأ و بدون روند		بدون عرض از مبدأ و روند		نتیجه
	آماره آزمون	مقدار بحرانی	آماره آزمون	مقدار بحرانی	آماره آزمون	مقدار بحرانی	
LN	-۸/۶۸۸۶	-۳/۵۵۲۹					پایا
LY	-۳/۴۴۴۲	-۳/۵۲۶۶					ناپایا
DLY	-۴/۹۷۱۷	-۳/۵۲۹۷					پایا
LCG	-۲/۲۳۷۲	-۳/۵۲۰۷					ناپایا
DLCG					-۲/۸۸۸۸	-۱/۶۱۱۵	پایا
LH	-۰/۷۷۷۹	-۳/۵۲۰۷					ناپایا
DLH					-۶/۰۰۲۶	-۱/۹۴۹۶	پایا
E	-۱/۴۷۵۶	-۳/۵۲۳۶					ناپایا
DE			-۳/۶۶۰۴	-۲/۹۳۵۰			پایا

مأخذ: محاسبات ایویوز توسط محقق

همان‌طور که مشاهده می‌فرمایید؛ LN در سطح پایاست ولی LY، LCG، LH و E با یک مرتبه تفاضل‌گیری پایا می‌شوند. یعنی این متغیرها تفاضل پایا یا $I(1)$ هستند.

حال که مرتبه هم‌جمعی متغیرهای الگو مشخص شد، به برآورد عوامل مؤثر بر تعداد ورودی گردشگران به کشور می‌پردازیم. در این تحقیق با به کارگیری روش خودرگرسیون با وقفه گسترده

1. Stationary
2. Augmented Dickey-Fuller

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

$(ARDL)$ و با استفاده از اطلاعات سری زمانی، ضرایب الگو برآورد شده است. برآورد ضرایب الگوی $ARDL$ در جدول (۲) مشخص شده است؛

جدول ۲. نتایج برآورد رابطه کوتاه‌مدت

متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضریب	Prop
LN	$LN(-1)$	۰/۶۵۹۹۴	-۱/۸۹۹۳
	LY	۲۶/۱۱۹۲	-۲/۵۱۵۱
	LH	۷۴/۶۴۷۹	۴/۳۹۸۹
	LCG	-۱۰/۲۳۶۹	-۲/۵۱۵۱
	$LCG(-1)$	-۱۴/۰۵۹۴	۱/۸۹۹۸
	E	۱۳۱/۰۹۰۱	۲/۲۹۵۱
	C	-۴۳۲/۹۱۱۸	-۲/۸۱۷۴
	DR	-۱۲۱/۹۰۰۴	-۳/۳۰۷۸
آزمون‌های تشخیصی		$R^2 =$ ٪۹۸ $DW =$ ۱/۸۸	

مأخذ: محاسبات مایکروفیت توسط محقق

با توجه به آماره F، نتایج حاکی از معنی‌داری ضرایب در سطح ۹۵ درصد می‌باشد. همچنین با توجه به R^2، قدرت توضیح‌دهندگی مدل در سطح بسیار خوبی است. برای اطمینان یافتن از اینکه رگرسیون برآورد شده کاذب نیست و بیانگر رابطه تعادلی بلندمدت می‌باشد، باید آماره مربوط به آزمون را به دست آوریم و با کمیت بحرانی ارائه شده توسط بنرجی، دولادو مستر مقایسه کنیم. برای انجام این آزمون، باید ابتدا ضرایب مربوط به وقفه‌های متغیر وابسته را با هم جمع کرد، سپس از یک کم کرد و نتیجه را بر حاصل جمع انحراف معیار ضرایب وقفه‌های متغیر وابسته تقسیم کرد؛

$$t = \frac{0.6544-1}{0.0838} = -4.1241 \qquad (۱۳)$$

با توجه به اینکه کمیت بحرانی ارائه شده توسط بنرجی، دولادو و مسترز در سطح ۹۰٪ برابر ۳/۸۲- می‌باشد و چون قدر مطلق آماره آزمون بیش‌تر از قدر مطلق کمیت بحرانی است، در نتیجه

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

فرض H_0 مبنی بر نبود هم‌جمعی یا رابطه بلندمدت رد می‌شود یعنی یک رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای الگو وجود دارد. در جدول (۳) نتایج این رابطه بلندمدت آورده شده است.

جدول ۳. نتایج برآورد رابطه بلندمدت

متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضرایب	Prop
LN	C	۱۲۷/۳۰۵۶	-۲/۸۲۸۶
	LY	۷۶/۸۰۸۲	-۲/۹۶۰۸
	LH	۲۱۹/۵۱۵۷	۵/۸۳۲۶
	LCG	-۷۱/۴۵۵۰	۱/۹۴۲۹
	E	۳۸۵/۴۹۴۲	۲/۳۱۹۹
	DR	-۳۵۸/۴۷۰۲	-۲/۷۶۵۶

مأخذ: محاسبات مایکروفیت توسط محقق

همه ضرایب دارای علامت مورد انتظار می‌باشند و با توجه به آماره t، تمامی ضرایب در سطح ۹۰درصد معنی دارند.

در ادامه به برآورد الگوی تصحیح خطای معادلات بالا می‌پردازیم. الگوی تصحیح خطای معادلات به دلیل آنکه نوسانات کوتاه‌مدت متغیرها را به مقادیر بلندمدت آن‌ها ارتباط می‌دهد، در کارهای تجربی از شهرت زیادی برخوردار می‌باشد. الگوی تصحیح خطا نشان می‌دهد که در کوتاه‌مدت، تحت تأثیر خطای عدم تعادل در دوره قبل، چگونه مصرف بخش خصوصی تعدیل می‌شود و به سمت مقادیر تعادلی بلندمدت آن حرکت می‌کند. نتایج برآورد الگوی تصحیح خطا در جدول (۴) آورده شده است.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

جدول شماره ۴. نتایج برآورد الگوی تصحیح خطا

متغیر وابسته	متغیر مستقل	ضرایب	Prop
LN	DLY	۲۶/۱۱۹۲	-۲/۵۱۵۱
	DLH	۷۴/۶۴۷۹	۴/۳۹۸۹
	$DLCG$	-۱۰/۲۳۶۹	-۱/۸۹۹۳
	DE	۱۳۱/۹۰۱	۲/۲۹۵۱
	DC	-۴۳۳/۹۱۱۸	-۲/۸۱۷۴۸
	DDR	-۱۲۱/۹۰۰۴	-۳/۳۰۷۸
	$ECM(-1)$	-۰/۳۴۰۰۶	-۴/۳۰۰۸

مأخذ: محاسبات مایکروفیت توسط محقق

آماره t مربوط به ضرایب، روشنگر این مطلب است که تمامی ضرایب از نظر آماری معنی دارند. ضریب جمله تصحیح خطا، ۰/۳۴۰۰۶- می‌باشد یعنی حدود نیمی از عدم تعادل در هر دوره در دوره بعد تعدیل می‌شود.

٦. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات، گردشگری به عنوان یک صنعت بین‌المللی که از جنبه‌های متفاوتی می‌توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه‌ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. از طرف دیگر، رشد اقتصادی بر رشد این صنعت نیز تأثیرگذار است. در این تحقیق به بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگران خارجی به ایران پرداخته شد. برای تصریح مدل از متغیرهای؛ تعداد توریست‌های ورودی به ایران، درآمد سرانه در جهان خارج، هزینه واسطه بخش حمل‌ونقل، نرخ برابری ارز غیررسمی و شاخص توسعه انسانی، استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نرخ برابری ارز غیررسمی، متغیر مجازی برای وقوع انقلاب اسلامی و دوران جنگ تحمیلی در ایران، شاخص توسعه یافتگی ایران، درآمد سرانه جهان خارج و هزینه توریست در کشور، به ترتیب بیش‌ترین تأثیر را بر ورود توریست به

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

ایران داشته‌اند. می‌توان با توجه به هر یک از متغیرها و برنامه‌ریزی روی آن‌ها، به اهداف مورد نظر در صنعت گردشگری و سپس به اهداف کلان کشور رسید.

۷. پیشنهادها

- ارتقای ظرفیت‌های کمی و کیفی تأسیسات جهانگردی به ویژه تعداد تورهای داخلی و خارجی به منظور تعدیل شکاف موجود در مقایسه با کشورهای پیشرفته جهانگردی.
- اصلاح قوانین ورود و خروج اتباع خارجی به ویژه مقررات موجود در مبادی ورودی کشور.
- ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی و بانک اطلاعات گردشگری.
- ایجاد شبکه کارت اعتباری برای رفاه گردشگران خارجی.
- آموزش نیروی انسانی جهت تربیت کادر متخصص.
- تأمین تدریجی شرایط خودکفایی در صنعت جهانگردی.
- تلاش در جهت حفظ شرایط امن موجود با توجه به وجود گروه‌های تکفیری در پیرامون کشور.
- توسعه و تقویت برنامه‌های تبلیغاتی جهت معرفی جاذبه‌های گردشگری ایران اسلامی.
- داشتن ثبات اقتصادی و سیستم نرخ ارز مشخص در داخل.
- فعال کردن بخش خصوصی.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

منابع

- ابریشمی، حمید (۱۳۸۱)، *اقتصادسنجی کاربردی: رویکردهای نوین*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، اطلاعات سری زمانی حساب‌های اقتصادی.
- پورفرج، علیرضا؛ عیسی‌زاده روشن، یوسف و کبری چراغی (۱۳۸۷)، "فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی"، *اقتصاد و تجارت نوین*، شماره ۱۳.
- حقیقت، علی؛ خرسندیان، عبدالخالق و حامد عربی (۱۳۹۲)، "بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (MENA)"، *فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان*، مجمع تشخیص مصلحت نظام، دوره ۱، شماره ۲، صص۱۰۸-۷۱.
- خوارزمی، ابوالقاسم (۱۳۸۴)، "بررسی رابطه علّیت بین گردشگری و تجارت در ایران (۸۰-۱۳۳۸)"، *پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۳۷.
- رنج پور، رضا؛ کریمی‌تکانلو، زهرا و میرحجت نجفی‌نسب (۱۳۹۰)، "بررسی فرضیه (توریسم منجر به رشد) در ایران طی دوره ۱۳۸۸-۱۳۴۷"، *فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه*، صص ۱۳۴-۱۱۵.
- صباغ کرمانی، مجید (۱۳۷۵)، "بررسی وضعیت توریسم و تخمین توزیع تقاضا و عرضه توریسم خارجی در ایران"، *وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی*، طرح پژوهشی.
- طیبی، سیدکمیل؛ بابکی، روح اله و امیر جباری (۱۳۸۶)، "بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)"، *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی*، شماره ۲۶.
- طیبی، سیدکمیل؛ بابکی، روحالله و امیر جباری (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)"، *مجله دانش و توسعه*، سال پانزدهم، شماره ۲۴.
- فرزین، محمدرضا؛ گل لاله، منوچهر (۱۳۸۹)، "تخمین تابع گردشگری ایران"، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه علامه طبابایی، دانشکده مدیریت و حسابداری.
- کاوه‌ئیان، نسترن (۱۳۸۱)، "برآورد تابع تقاضای جهانگردی بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۷۰-۱۳۵۰"، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]

- محمدزاده، پرویز؛ عزیزی، فرهاد (۱۳۹۰)، "توریسم و توسعه اقتصاد شهری: تأثیر صنعت گردشگری بر درآمد و اشتغال افراد در شهرها"، *اولین کنفرانس اقتصاد شهری ایران*، مشهد: دانشگاه فردوسی.
- موسایی، میثم (۱۳۸۳)، "تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران"، *پژوهشنامه بازرگانی*، شماره ۳۲.
- نوری، مهناز (۱۳۷۵)، "برآورد تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران در سال‌های ۱۳۷۳-۱۳۴۸"، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه الزهرا، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی.
- نوفرستی، محمد (۱۳۷۸)، *ریشه واحد و هم جمعی در اقتصادسنجی*، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- یاوری، کاظم؛ رضاقلی‌زاده، مهدیه؛ آقایی، مجید و سید محمدحسن مصطفوی (۱۳۸۹)، "تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)"، *مجله تحقیقات اقتصادی*، شماره ۹۱.

[Downloaded from ejip.ir on 2026-11-01]