

بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری ایران با تأکید بر شکاف نرخ ارز (رهیافت مارکوف سوئیچینگ- تصحیح خطای برداری)

مریم ضیاءآبادی^{*}، سیدعبدالمجید جلائی اسفندآبادی^{**} و لیلا جلالآبادی^{***}

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۶	تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۱۷	شماره صفحه: ۳۳۵-۳۶۵
-------------------	--------------------------	-------------------------	---------------------

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری در همه کشورهای جهان، به ویژه کشورهای در حال توسعه از جمله ایران و نقش نرخ ارز در این صنعت، هدف این مطالعه بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۹۸-۱۳۶۹ با تأکید بر متغیر شکاف نرخ ارز است. بدین منظور ابتدا شکاف نرخ ارز رسمی و حقیقی در سال‌های مورد مطالعه محاسبه شد و سپس با استفاده از روش غیرخطی مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری، تأثیر عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران بررسی شده است. نتایج مطالعه حاکی از آن است که شکاف نرخ ارز در هر دو رژیم مارکوف تأثیر مثبت و معناداری بر تقاضای گردشگری کشور داشته است. همچنین متغیرهای درآمد سرانه جهانی، تولید ناخالص داخلی و عادت رفتاری گردشگران در دوره‌های قبل، تأثیر مثبت بر تقاضای گردشگری کشور گذاشته است. شاخص آزادی تجاری نیز اثر مثبت و معناداری بر تقاضای گردشگری می‌گذارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود برای برون‌رفت از اقتصاد تک‌محصولی نفتی و مقابله با تحریم‌های اقتصادی، در برنامه‌ریزی‌های رشد و توسعه کشور، صنعت گردشگری مورد توجه ویژه قرار گیرد. همچنین برای توسعه صنعت گردشگری علاوه بر سیاست‌های ارزی مناسب، باید در زمینه افزایش تولید ناخالص داخلی برای افزایش پتانسیل جذب گردشگر سیاست‌گذاری‌های لازم انجام شود.

کلیدواژه‌ها: تقاضای گردشگری؛ شکاف نرخ ارز؛ مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری؛ ایران

* استادیار گروه گردشگری و هتل‌داری، دانشکده گردشگری، مجتمع آموزش عالی بم، بم، ایران؛

Email: mziaabadi@bam.ac.ir

** استاد گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران؛

Email: jalae@uk.ac.ir

*** پسادکتری گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده مسئول)

Email: leili_jalalabadi@yahoo.com

فصلنامه مجلس و راهبرد، سال سی و یکم، شماره یکصد و بیستم، زمستان ۱۴۰۳

doi:10.22034/mr.2023.5698.5379

صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و پردرآمدترین صنایع در دنیا است که به‌طور مستقیم و غیرمستقیم فعالیت‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این صنعت به‌شکل چشمگیری بر نرخ اشتغال، درآمد ملی، مصرف و سرمایه‌گذاری تأثیر مثبت دارد، به‌طوری‌که حدود ۱۰ درصد کل اشتغال جهان، ۷ درصد کل صادرات و ۲۹ درصد صادرات خدمات جهانی را به خود اختصاص داده و همچنین درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی رشدی سریع‌تر از درآمد صادرات جهانی کالا داشته است (UNWTO^۱, 2019). درواقع صنعت گردشگری رشد بهره‌وری ملی و بهبود استانداردهای زندگی را به‌دنبال دارد. بنابراین کشورهای کمتر توسعه‌یافته اما مستعد در زمینه گردشگری می‌توانند از طریق رونق این صنعت، درآمد اقشار مختلف جامعه را افزایش داده و به کاهش بیکاری، کاهش فقر، افزایش رشد اقتصادی و افزایش رفاه اجتماعی کمک کنند (مروت و همکاران، ۱۳۹۷).

کشور ایران با وجود تنوع آب و هوایی و مکان‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی به‌علت عدم استفاده مناسب از پتانسیل‌های بالقوه خود نتوانسته سهم قابل‌قبولی از صنعت گردشگری جهان را به خود اختصاص دهد. براساس آمار سازمان جهانی گردشگری، رشد گردشگران بین‌المللی در جهان سال ۲۰۱۷ نسبت به سال ۲۰۱۶، ۷ درصد بوده اما در همین دوره زمانی جذب گردشگران خارجی در ایران ۱/۵ درصد کاهش داشته است (UNWTO, 2017) و با اینکه ایران از نظر رقابت‌پذیری قیمتی در دهه اخیر تقریباً ارزان‌ترین کشور برای گردشگری بوده، با در نظر گرفتن سایر عوامل مانند عدم زیرساخت‌های مناسب و تبلیغات منفی بین‌المللی، در جذب گردشگران بین‌المللی موفق عمل نکرده است به‌طوری‌که در بین ۱۴۷ کشور جهان رتبه ۹۷ و در بین کشورهای خاورمیانه رتبه ۱۲ را به خود اختصاص داده است که با نظر به توانایی‌های بالقوه کشور جایگاه پایینی است؛ (World Tourism Organization, 2015؛ Feshari, 2016). با توجه به موهبت‌های طبیعی، تاریخی و توان بالقوه ایران در

1. United Nations World Tourism Organization

گردشگری، با برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری و مدیریت صحیح، کشور می‌تواند به قطب گردشگری منطقه مبدل شده و با ورود ارز فراوان در این صنعت، به برون‌رفت از اقتصاد تک‌محصولی نفتی کمک زیادی کند. همچنین با رونق این صنعت، تأثیر نامطلوب ناشی از نوسان‌های درآمدهای نفتی نیز کاهش خواهد یافت.

با وجود آنکه در مورد اهمیت و نقش گردشگری بین‌المللی در رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها توافق عمومی وجود دارد و با توجه به اینکه نرخ ارز یکی از کلیدی‌ترین شاخص‌ها بر عملکرد اقتصاد کلان به‌ویژه تقاضای گردشگری بین‌المللی است، هدف مطالعه حاضر بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران با تأکید بر متغیر شکاف نرخ ارز است.

بنابراین ابتدا با مرور مطالعات انجام شده، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی شناسایی شد و سپس با استفاده از روش غیرخطی مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری تأثیر عوامل مذکور بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران مورد بررسی قرار گرفته است. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این روش امکان تغییر هم‌زمان در عرض از مبدأ مدل و ضریب متغیر اصلی مورد بررسی است که مزیت روش مذکور جلوگیری از پنهان شدن اثر شکست‌های سری‌های زمانی دوره مورد مطالعه در ضریب متغیرها است. شایان ذکر است بررسی تأثیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری بین‌المللی به‌ویژه در کشورهایی که نرخ ارز رسمی و نرخ ارز حقیقی تفاوت معناداری دارد، حائز اهمیت زیادی است و تاکنون مطالعه‌ای در زمینه بررسی تأثیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران انجام نشده است. بر این اساس مهم‌ترین شکاف مطالعاتی که باعث شده موضوع این پژوهش قرار گیرد برجسته دیدن نقش شکاف نرخ ارز در مدل تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران و روش مطالعاتی مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری است.

برای نیل به هدف مقاله، ابتدا پس از مقدمه مبانی نظری و پیشینه پژوهش مطرح شده است. طراحی الگو و روش‌شناسی در ادامه ارائه شده و سپس به برآورد الگو و ارائه نتایج اختصاص یافته و در نهایت جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادها در بخش پایانی مطرح شده است.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، هدف این پژوهش بررسی تأثیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران است. در این راستا، بخش حاضر به‌مرور مبانی نظری و ادبیات موضوع اختصاص یافته است.

۱-۱. مبانی نظری

اهمیت صنعت گردشگری از بعد اقتصادی برای کشورهای در حال توسعه به‌قدری است که بسیاری آن را مناسب‌ترین صنعت پیش روی این کشورها برای رشد و توسعه دانسته‌اند (Gunter, Onder and Smeral, 2019). گردشگری به‌صورت غیرمستقیم به‌شکل سرریزهای اقتصادی نیز بر رشد اقتصادی مؤثر است و به‌دلیل تعامل زیاد میان گردشگری با سایر فعالیت‌های اقتصادی، در صورت رونق اقتصادی، تولید کالا و خدمات نیز افزایش خواهد یافت و گردشگری از این طریق موجب تحرک رشد اقتصادی خواهد شد. از این‌رو هرچه کشوری توسعه‌یافته‌تر باشد به‌دلیل وجود زیرساخت‌های مناسب‌تر و تعامل بیشتر میان بخش‌های مختلف اقتصادی، تأثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی بیشتر می‌شود (مروت و همکاران، ۱۳۹۷).

از نظر اقتصادی، گردشگران نقش مصرف‌کننده اقتصاد خرد را دارند بنابراین رفتار این گروه با استفاده از نظریه‌های مصرف‌کننده و تقاضا تجزیه و تحلیل می‌شود. تابع تقاضای گردشگری از حداکثر کردن تابع مطلوبیت با توجه به محدودیت بودجه به‌دست می‌آید. اگر برای سهولت فرض شود که مصرف‌کننده در یک فضای دو کالایی قرار دارد و کالای گردشگری و یک کالای دیگر را به‌عنوان نماینده سایر کالاها مصرف می‌کند در آن صورت تابع تقاضای گردشگری از حداکثرسازی تابع مطلوبیت نسبت به محدودیت بودجه به‌صورت رابطه (۱) خواهد بود (دائی کریم‌زاده، قبادی و فرودستان، ۱۳۹۲؛ راسخی و محمدی، ۱۳۹۶؛ Morley, Rossello and San-tana- Gallego, 2014):

$$\begin{aligned} \text{Max:} \quad & u = u(q_t^t, q_t^s) \\ \text{s.t:} \quad & Y_t - (p_t^t q_t^t + p_t^s q_t^s) = 0 \end{aligned} \quad (1)$$

پس از تشکیل لاگرانژ و مشتق‌گیری مرتبه اول از تابع لاگرانژ نسبت به (q_t^t) و (q_t^s) تابع تقاضای گردشگری و تابع تقاضای سایر کالاها استخراج می‌شود (موسایی، ۱۳۸۶، ۲۰۰۵). بدین ترتیب تابع تقاضای گردشگری به صورت رابطه (۲) خواهد بود.

$$q_t^t = f(p_t^t, p_t^s, Y_t) \quad (2)$$

که q_t^t تعداد گردشگران وارد شده به مقصد گردشگری، p_t^t قیمت محصولات گردشگری در مقصد، p_t^s قیمت سایر کالاها و Y_t درآمد کشور مبدأ است.

منظور از قیمت گردشگری در مقصد، شاخص قیمت گردشگری است که معمولاً از دو متغیر، یکی هزینه مسافرت از کشور مبدأ به مقصد و دیگری هزینه زندگی برای گردشگران در مقصد، به عنوان تقریب آن استفاده می‌شود. در مطالعه انجام شده حبیبی و همکاران^۱ (۲۰۰۹) بیان شده است که از متغیر نسبت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی بر حسب نرخ ارز اسمی یا شاخص قیمت مصرفی تعدیل شده نسبت به نرخ ارز برای نشان دادن قیمت گردشگری در مقصد استفاده می‌شود و شاخص قیمتی مصرف‌کننده یا نرخ ارز اسمی به تنهایی بیان‌کننده هزینه‌های سفر و زندگی در کشور مقصد نیست.

اصولاً نرخ ارز و نوسان‌های آن بر همه فعالیت‌های اقتصادی از جمله صنعت گردشگری

اثرگذار است (طلابیگی، بهمنی و جلایی، ۱۳۹۷) و صنعت گردشگری نیز مانند بسیاری از صنایع دیگر، با نوسان‌های بازار ارز دچار آشفتگی شده است. نوسان‌های نرخ ارز مجموعه‌ای از تغییرات متفاوت و حتی متضاد را در بخش داخلی و خارجی اقتصاد به همراه دارد که برآیند آن عملکرد اقتصاد کشور را تحت تأثیر مثبت یا منفی قرار می‌دهد. نوسان‌های غیرعادی در سیستم ارزی از معضلات اقتصادی هر کشور است که ثبات اقتصادی را با مشکل مواجه می‌کند و کاهش نسبی قدرت خرید در مقایسه با موازنه‌های بین‌المللی را در پی دارد. ارزش‌گذاری نامناسب نرخ ارز و شکاف میان نرخ ارز رسمی و حقیقی باعث کاهش کارایی نظام ارزی، ایجاد هزینه فرصت نگهداری ارز و کاهش انگیزه‌های تولیدی و رقابتی در بخش‌های مختلف اقتصادی می‌شود که در نهایت سبب ایجاد آثار منفی بر اقتصاد کشورها خواهد شد (بزدانی و محمدی، ۱۳۹۶). این تأثیرات در بازار جهانگردی بسیار قابل‌رؤیت‌تر از دیگر صنایع است، زیرا صنعت جهانگردی در ارتباط کاملاً مستقیم با تغییرات نرخ ارز قرار دارد (دشتبان فاروجی، الیاس‌پور و دشتبان فاروجی، ۱۳۹۸). به عبارت دیگر مسافران و گردشگران به قیمت پول خارجی توجه دارند و از قیمت پول خارجی تأثیر می‌پذیرند بدین‌صورت که اگر نرخ ارز در کشور مقصد افزایش یابد، کالا و خدمات گردشگری برای گردشگران خارجی ارزان‌تر می‌شود و برعکس (اربابیان، رفعت و اشرافیان‌پور، ۱۳۹۲؛ Mousaei, 2005). همچنین براساس مبانی اقتصاد خرد و نظریه رفتار مصرف‌کننده، تابع تقاضای گردشگری از حداکثر کردن تابع مطلوبیت به دست می‌آید که در تابع استخراج شده رابطه تقاضا با قیمت تصریح می‌شود و با توجه به ادبیات موضوع، شکاف نرخ ارز به جای قیمت‌هایی که گردشگر با آن مواجه است، جای‌گذاری شده است. گفتنی است در رفتار نرخ ارز حقیقی که یکی از پارامترهای محاسبه شکاف نرخ ارز است، از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی کمک گرفته شده است.

۲. پیشینه پژوهش

در این بخش، مطالعات تجربی درباره موضوع تحقیق ارائه شده است.

دالاین و همکاران^۱ (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای نشان دادند متغیرهای نرخ ارز، عادات رفتاری، هزینه‌های زندگی و درآمد سرانه گردشگران، تأثیر مثبت و معنادار بر تقاضای گردشگری در اردن داشته‌اند.

آجمیرجیاناکیس و همکاران^۲ (۲۰۱۵) به بررسی تأثیر نوسان نرخ ارز بر گردشگری ایسلند در دوره ۲۰۱۴-۱۹۹۰ پرداختند و با استفاده از روش خودرگرسیون با وقفه توزیعی نشان دادند که نوسان نرخ ارز تأثیر منفی بر گردشگری خارجی ایسلند داشته است.

کارلوس لتائو^۳ (۲۰۱۵) با استفاده از روش پنل دیتا^۴ تقاضای گردشگری را در پرتغال بررسی کرده و نشان داد که متغیرهای قیمت نسبی، درآمد سرانه و هزینه‌های دولت بر تقاضای گردشگری بین‌المللی در پرتغال تأثیر مثبت و معنادار داشته است.

کو و همکاران^۵ (۲۰۱۷) به بررسی شوک‌های منفی درآمد واقعی و قیمت بر تقاضای گردشگری چین پرداختند و نشان دادند در بلندمدت کشورهای درحال توسعه و کشورهای همسایه چین نسبت به کشورهای توسعه‌یافته بیشتر تحت تأثیر منفی این شوک‌ها قرار خواهند گرفت.

سنتوز و سینکرا^۶ (۲۰۱۸) در مطالعه خود یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر تقاضای گردشگری بروکسل را هزینه سفر دانستند به‌طوری‌که گردشگران سفرهایی را ترجیح می‌دهند که هزینه کمتری دارد.

چیسامپانساکول و فولفیرول^۷ (۲۰۱۸) به بررسی رابطه تجارت و تقاضای گردشگری بین‌المللی در تایلند با استفاده از داده‌های ۲۰۷ کشور شریک تجاری تایلند پرداختند

1. Dalain, Allhham and Qudah

2. Agiomirgianakis, Serenis and Tsounis

3. Carlos Leita

4. Panel Data

5. Cao, Li and Song

6. Santos and Cincera

7. Chaisumpunsakul and Pholphirul

و نشان دادند میزان باز بودن تجارت عامل مثبتی بر تقاضای گردشگری تایلند بوده است.

آجمیرجیاناکیس و همکاران^۱ (۲۰۱۸) به بررسی عملکرد تقاضای گردشگری ترکیه پرداختند و با استفاده از روش تعادل عمومی پویا نشان دادند نوسان نرخ ارز واقعی تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری داشته است.

لیوکسا و همکاران^۲ (۲۰۱۹) تغییرات تقاضای گردشگری بین‌المللی را بین ۳۰ کشور اروپایی مطالعه کردند و نشان دادند تقاضای گردشگری در این کشورها به هم پیوستگی خاصی داشته است و عمدتاً روابط بین کشورها دوطرفه بوده است.

ایراندوست^۳ (۲۰۱۹) به بررسی تأثیر نوسان‌های نرخ ارز بر تقاضای گردشگری در ۱۰ کشور اروپایی پرداخته و نتایج مطالعه نشان داده تقاضای گردشگری به صورت نامتقارن به تغییرات نرخ ارز واکنش نشان داده است.

حسین و کارا^۴ (۲۰۲۰) تقاضای گردشگری ایالات متحده را برآورد کردند و نشان دادند رابطه غیرخطی بین تقاضای گردشگری و تولید ناخالص داخلی سرانه (واقعی)، هزینه سفر، مقاصد رقیب گردشگری و هزینه حمل‌ونقل گردشگری برقرار است.

موسایی^۵ (۲۰۰۵) و موسایی و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعاتی به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای سفر به ایران پرداختند. ایشان در پژوهش‌های خود به بیان و تحلیل انواع مختلف مدل‌های تقاضای گردشگری از جمله مدل برنامه‌ریزی خطی، الگوهای تجرید، الگوهای اقتصاد خرد، الگوی کیلمان و سایر مدل‌های تقاضای گردشگری و همچنین ارائه اشکال‌های انواع مدل‌های مذکور اشاره داشتند. نتایج مطالعات حاکی

1. Agiomirgianakis, Bertsatos and Tsounis

2. Lyócsa, Vasanicova and Litavcova

3. Irandoust

4. Husein and Kara

5. Mousaei

از آن است که نسبت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران به شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی جهانی، تقاضای گردشگری به ایران را کاهش داده و افزایش تولید ناخالص جهانی سبب افزایش تقاضای سفر به ایران بوده است.

محمدی و همکاران (۱۳۸۹) در بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری ایران برای دوره ۱۳۸۸-۱۳۷۰ نشان دادند متغیرهای تولید ناخالص ملی جهانی و نرخ ارز حقیقی بر تقاضای گردشگری تأثیر معناداری داشته‌اند.

دائی کریمزاده، قبادی و فرودستان (۱۳۹۲) با استفاده از روش خودتوضیح با وقفه‌های گسترده و داده‌های سال‌های ۱۳۸۹-۱۳۵۵ نشان دادند درآمد واقعی سرانه، نرخ ارز آزاد و درجه باز بودن اقتصاد تأثیر مثبت بر تعداد گردشگران ورودی به ایران داشته‌اند.

فعالجو و نصیریان (۱۳۹۴) در مطالعه خود نشان دادند متغیرهای عادت رفتاری، نرخ واقعی ارز و درآمد سرانه جهانی در دوره زمانی ۲۰۱۴-۱۹۷۰ دارای تأثیر مثبت و معنادار بر تقاضای گردشگری کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا بوده‌اند.

رضاقلی‌زاده، آقایی و عیسی‌زاده روشن (۱۳۹۵) با استفاده از مدل پنل پویا^۱ و داده‌های سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۰۹ نشان دادند ارتباط معناداری میان درآمد ناشی از گردشگری بین‌المللی و کاهش نابرابری‌های درآمدی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی وجود داشته و صنعت گردشگری توانسته باعث کاهش نابرابری‌های درآمدی شود.

راسخی و محمدی (۱۳۹۶) به شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در کشورهای منتخب حوزه دریای خزر پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آنها حاکی از آن است که درآمد سرانه و نرخ ارز تأثیر مثبت بر گردشگری داشته است.

مروت و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیق خود با استفاده از اطلاعات گردشگری کشورهای منتخب جهان در این زمینه، ویژگی‌های مؤثر مقاصد گردشگری در جذب گردشگران خارجی را شناسایی کردند و نشان دادند شاخص زیرساخت‌های گردشگری، فضای کسب‌وکار و منابع انسانی، طبیعی و فرهنگی، اثر معناداری در جذب گردشگر خارجی داشته است.

تمیزی و شهبازی (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر نوسان‌های نرخ ارز بر بخش گردشگری ایران برای سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۶۰ پرداخته‌اند و با استفاده از روش‌های ناهمسان واریانس شرطی و الگوی خودبازگشت وقفه توزیعی نشان دادند که بین نوسان‌های نرخ ارز و گردشگری ورودی به ایران رابطه منفی و معنادار وجود دارد.

اخباری آزاد، شاه‌آبادی و حق‌خواه (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با استفاده از داده‌های تابلویی و روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به بررسی تأثیر نوآوری ملی بر توسعه صنعت گردشگری در ۲۰ کشور منتخب جهان در سال‌های ۲۰۱۷-۲۰۰۷ پرداختند. نتایج مطالعه آنها حاکی از آن است که جهانی شدن و نرخ ارز واقعی تأثیر مثبت و معنادار بر توسعه صنعت گردشگری داشته است.

رحمانی و رهنما (۱۳۹۹) تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا را بررسی کردند. آنها با استفاده از مدل پانل دیتا در ۱۵ کشور نشان دادند سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۱۱ متغیرهای زیرساخت‌های گردشگری، منابع انسانی و رقابت‌پذیری قیمتی بالاترین تأثیر را در جذب گردشگران خارجی به کشورهای مورد مطالعه داشته‌اند.

حکم‌آبادی و دولت‌آبادی (۱۳۹۹) با استفاده از روش تحلیلی-توصیفی، تأثیر تحریم‌های اقتصادی بر صنعت گردشگری ایران را بررسی کردند. نتایج مطالعه آنها نشان داد تحریم اقتصادی و کمبود امکانات زیرساختی و مالی از مهم‌ترین عوامل

عدم توسعه مناسب صنعت گردشگری ایران است و مزیت رقابتی ارزانی سفر به ایران می‌تواند زمینه توسعه این صنعت را فراهم کند.

شایان، مودودی ارخودی و فردوسی (۱۴۰۱) به بررسی عوامل مؤثر بر عرضه و تقاضای گردشگری ایران براساس تحولات نظام سرمایه‌داری پرداختند. نتیجه مطالعه نشان می‌دهد تغییرات رفتاری تقاضای گردشگری بر مبنای سه مؤلفه برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری و خصوصیات و تغییرات رفتاری عرضه گردشگری مبتنی بر چهار مؤلفه اقتصادی، برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری و ساختار و کارکرد قابل تعریف است.

بررسی مطالعات پیشین حاکی از آن است که به‌طور کلی دو دسته پژوهش در زمینه تقاضای گردشگری انجام شده است، به‌گونه‌ای که برخی مطالعات از جنبه خرد و برخی به‌صورت کلان تقاضای گردشگری را مورد بررسی قرار داده‌اند. همچنین متغیرهای مورد بررسی در زمینه تقاضای گردشگران خارجی اغلب شامل متغیرهای کیفی مانند فرهنگ، امنیت و احساس امنیت (مروت، سالم و خادم‌نعمت‌اللهی، ۱۳۹۷؛ Mousai, 2005) و متغیرهای کمی مانند تولید ناخالص جهانی، درآمد کشور و نرخ ارز حقیقی بوده‌اند (راسخی و محمدی، ۱۳۹۶؛ Mousai et al, 2011).

براساس مروری بر پژوهش‌های گذشته و مبانی تئوری در این مطالعه از جنبه کلان به بررسی تأثیر متغیرهای اقتصادی بر تقاضای گردشگری ایران پرداخته می‌شود. شایان ذکر است در اکثر مطالعات متغیر نرخ ارز حقیقی به‌عنوان متغیری مؤثر بر تقاضای گردشگری مورد استفاده قرار گرفته اما در پژوهش حاضر از متغیر شکاف نرخ ارز در مدل اقتصادی استفاده شده است.

بنابراین این مطالعه از سه جنبه حائز اهمیت است: اول اینکه براساس مبانی تئوری و مطالعات گذشته به شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی

ایران پرداخته است. دوم، به علت معنادار بودن شکاف نرخ ارز رسمی و حقیقی در ایران، اثر متغیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری بین‌المللی مورد بررسی قرار گرفته است. سوم، برای بررسی تأثیر عوامل مختلف بر تقاضای گردشگری، از روش غیرخطی مارکوف سوئیچینگ- تصحیح خطای برداری با تغییر هم‌زمان در عرض از مبدأ مدل و ضریب متغیر شکاف نرخ ارز استفاده شده است، این روش قادر است ضریب تعدیل نوسان‌های کوتاه‌مدت برای رسیدن به روند بلندمدت را نیز نشان دهد که در اتخاذ سیاست‌های مناسب حائز اهمیت است.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و هدف کلی آن، از نوع تحلیلی- کاربردی با استفاده از داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای سری زمانی ۱۳۶۹-۱۳۹۸ است و داده‌ها و اطلاعات آماری از بانک جهانی استخراج شده است. برای بررسی تأثیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری در ایران از روش مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری^۱ استفاده شده است زیرا نسبت به مدل تصحیح خطای برداری دارای این مزیت است که می‌تواند در رژیم‌های مختلف، تأثیر شکاف نرخ ارز بر تقاضای گردشگری را اندازه‌گیری کند.

۳-۱. الگوی مارکوف سوئیچینگ- تصحیح خطای برداری

الگوی مارکوف-سوئیچینگ را برای اولین بار کوانت^۲ (۱۹۷۲) و گلدفلد و کوانت^۳ (۱۹۷۳) معرفی کردند. همیلتون^۴ (۱۹۸۹) بیان کرده است که در اغلب مطالعات

1. Markov Switching- Vector Error Correction Model (MS-VECM)

2. Quandt

3. Quandt and Goldfeld

4. Hamilton

پیش‌بینی بهینه متغیرها به‌عنوان یک تابع خطی از ارزش‌های گذشته آنها فرض شده است در صورتی که ممکن است یک‌سری ثابت غیرخطی جایگزین مناسبی از یک‌سری ثابت خطی باشد. الگوهای غیرخطی بیان می‌کنند رفتار متغیری که الگوسازی روی آن انجام می‌شود، در وضعیت‌های مختلف متفاوت است و تغییر می‌کند. منشأ غیرخطی چنانچه به تغییرات گسسته در بخش‌های مختلف رژیم منجر شود، رفتار پویای آن را کاملاً متفاوت می‌کند (کردی تمندانی، احسانی و تقی‌نژاد عمران، ۱۳۹۸). الگوی مارکوف سوئیچینگ یک مدل غیرخطی است. یکی از مزایای روش مارکوف-سوئیچینگ نسبت به روش‌های دیگر تفکیک درون‌زایی مشاهدات یک متغیر و نیز تفکیک درون‌زایی روابط بین مشاهدات متغیرها است و از این حیث، روش مارکوف سوئیچینگ کاملاً متفاوت از مدل‌های مبتنی بر شکست ساختاری و متغیرهای مجازی است. در مدل‌های مبتنی بر شکست ساختاری، سال‌های شکست ساختاری در متغیرهای سری زمانی به‌صورت برونزا و یا درونزا بدون توجه به احتمالات تعیین می‌شود این در حالی است که در مدل‌های مارکوف-سوئیچینگ به‌منظور تفکیک متغیرهای سری زمانی یا روابط بین متغیرها به دو یا چند رژیم، از احتمالات استفاده می‌شود و احتمال انتقال از یک رژیم به رژیم دیگر محاسبه می‌شود. اما در بحث شکست ساختاری چنین مباحثی موضوعیت ندارد. به عبارت دیگر در مدل‌های مبتنی بر شکست ساختاری امکان پیش‌بینی تغییرات متغیرها وجود ندارد اما در مدل مارکوف-سوئیچینگ امکان پیش‌بینی تغییرات متغیرها از یک رژیم به رژیم دیگر وجود دارد (اصغرپور و همکاران، ۱۳۸۹).

در مدل‌های مارکوف امکان وجود یک تغییر دائمی یا چندین تغییر موقت وجود داشته و این تغییرات می‌تواند به دفعات و برای مدت کوتاهی اتفاق بیفتد. درعین حال در این مدل به‌صورت درونزا، زمان‌های دقیق تغییرات و شکست‌های ساختاری تعیین می‌شود. علاوه بر این، مدل مارکوف فروض کمتری را بر توزیع متغیرهای مدل تحمیل می‌کند و همچنین به برآورد هم‌زمان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته مشروط به درونزا بودن وضعیت اقتصاد کشور در هر مقطعی از زمان (رژیم‌های مختلف) قادر است (Yingfu, Jun and Bo, 2007). تمام اجزای تصادفی

مدل‌های مارکوف-سوئیچینگ تابعی از رژیم است که در طول زمان بر اثر تغییرات نهادی و ساختاری تغییر می‌کند که احتمال مربوط به هر رژیم را می‌توان به دست آورد. بنابراین مزیت روش غیرخطی مارکوف سوئیچینگ امکان برآورد معادله در شرایط متفاوت با نااطمینانی‌های موجود در قالب رژیم‌های مختلف است و مدل مذکور شرایط عدم اطمینان را در شیب‌ها و عرض از مبدأهای متفاوت دو رژیم منعکس می‌کند و نیازمند وارد کردن متغیرهای مجازی، عدم اطمینان و شکست ساختاری نیست (اصغری‌پور و همکاران، ۱۳۸۹).

فرم کلی مدل مارکوف-سوئیچینگ - خطای برداری به صورت زیر است:

$$\Delta Y_t = \alpha ECM_{t-1, s_{t-1}} + \sum_{i=1}^{\gamma} \Gamma_j \Delta X_{t-i} + \sum_{j=1}^s \pi_j \Delta Y_{t-j} + u_t \quad (۳)$$

$$ECM_{t-1, s_{t-1}} = (Y_{t-1} - \beta'_{st-1} X_{t-1} - \mu_{st-1}) \quad (۴)$$

سرعت تعدیلات بلندمدت α ، بردار متغیرهای مستقل X_t ، متغیر وابسته Y_t ، تفاضل مرتبه اول Δ ، γ و s به ترتیب وقفه‌های متغیر مستقل و وابسته در کوتاه‌مدت و st متغیر موهومی دارای ارزش ۱ و ۲ (در حالت دو رژیم) که مارکوف تعیین می‌کند (Charfeddine, 2017).

$$s_t \begin{cases} 1 & \text{with probability } p_{11} \\ 2 & \text{with probability } p_{22} \end{cases} \quad (۵)$$

$$\begin{aligned} \text{Where } p_{11} &= P[s_t = 1 | s_{t-1} = 1] \\ p_{22} &= P[s_t = 2 | s_{t-1} = 2] \\ \sum_{i=1}^2 p_{ij} &= 1 \text{ for } j = 1, 2. \end{aligned}$$

بنابراین می‌توان عرض از مبدأ و ضرایب شیب در روش مارکوف سوئیچینگ را این گونه نوشت:

$$\mu_{st} = \mu_1 + (\mu_2 - \mu_1) (s_t - 1) \quad (۶)$$

$$\beta^{st} = ((\beta_1^1, \beta_1^2), (\beta_2^1, \beta_2^2), \dots, (\beta_k^1, \beta_k^2))$$

که K تعداد متغیرهای مستقل مدل و B ها شیب متغیرهای مستقل در رژیم‌های مختلف است. برای به‌کارگیری روش مارکوف-سوئیچینگ ابتدا باید داده‌ها برای وجود رابطه غیرخطی آزمایش شود بنابراین فرض وجود رابطه خطی در برابر الگوی غیرخطی مارکوف با استفاده از آزمون نسبت درست‌نمایی^۱ (LR) انجام می‌شود. مرحله بعد در الگوسازی مارکوف، تعیین تعداد رژیم‌های آن است که برای این کار معیار آکائیک مورد استفاده قرار می‌گیرد.

برای برآورد مدل مارکوف-سوئیچینگ خطای برداری از نرم‌افزارهای Gauss ۱۵ و Matlab استفاده شده است.

در این مطالعه براساس مبانی نظری موضوع و پیشینه تحقیق (فعالجو و نصیریان، ۱۳۹۴؛ Dalain, Allhham and Qudah, 2013) مدل تجربی تحقیق برای تقاضای گردشگری به‌صورت زیر تصریح شده است:

$$LTour_t = \mu_{st} + \beta_1^{st} LRE_t + \beta_2 LTour_{t-1} + \beta_3 LRGDP_t + \beta_4 LGDP_t + \beta_5 LOPEN_t + \epsilon_t \quad (۷)$$

که $LTour_t$ تقاضای گردشگری (تعداد گردشگر ورودی به کشور) تابعی از تعداد گردشگران دوره قبل $LTour_{t-1}$ ، به‌عنوان شاخص عادت رفتاری گردشگران (فعالجو و نصیریان، ۱۳۹۴؛ حیدری، تقی‌پور و فشاری، ۱۳۹۱)، $LRGDP_t$ درآمد سرانه جهانی، $LGDP_t$ تولید ناخالص داخلی کشور، $LOPEN_t$ درجه باز بودن تجاری (نسبت مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی) و LRE_t شکاف نرخ ارز حقیقی و نرخ ارز رسمی، در نظر گرفته شده است. شایان ذکر است متغیر شکاف نرخ ارز، به‌صورت رابطه (۸) محاسبه شده است:

$$LRE_t = \frac{RER_t - REN_t}{REN_t} \quad (۸)$$

که RER_t و REN_t به ترتیب نشان‌دهنده نرخ ارز حقیقی و نرخ ارز رسمی است. همچنین همه متغیرهای مدل تقاضای گردشگری به صورت فرم لگاریتمی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

درخصوص داده‌های سری زمانی، ابتدا باید ایستایی متغیرها مورد بررسی قرار گیرد که در این مطالعه از آزمون دیکی-فولر تعمیم‌یافته استفاده شده است. سپس با استفاده از روش مارکوف-سوئیچینگ رابطه بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفت و مجموعه باقی‌مانده‌های سری‌های بلندمدت ECT_t نامیده شده است.

$$ECT_t = (LTour_t - \beta_1 LRE_t - \beta_2 LTour_{t-1} - \beta_3 LRGDP_t - \beta_4 LGDP_t - \beta_5 LOPEN_t - \mu_{st}) \quad (۹)$$

سپس به تخمین روابط کوتاه‌مدت با استفاده از رابطه (۱۰) پرداخته می‌شود.

$$\begin{pmatrix} \Delta LTour_t \\ \Delta LRE_t \\ \Delta LTour_{t-1} \\ \Delta LRGDP_t \\ \Delta LGDP_t \\ \Delta LOPEN_t \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \theta_1 \\ \theta_2 \\ \theta_3 \\ \theta_4 \\ \theta_5 \\ \theta_6 \end{pmatrix} + \sum_{j=1}^k \begin{pmatrix} c_{1,1,j} & \dots & c_{1,6,j} \\ & \ddots & \\ & & c_{6,1,j} & \dots & c_{6,6,j} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \Delta LTour_{t-1} \\ \Delta LRE_{t-1} \\ \Delta LTour_{t-2} \\ \Delta LRGDP_{t-1} \\ \Delta LGDP_{t-1} \\ \Delta LOPEN_{t-1} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \lambda_1 \\ \lambda_2 \\ \lambda_3 \\ \lambda_4 \\ \lambda_5 \\ \lambda_6 \end{pmatrix} ECT_{t-1} + \begin{pmatrix} u_{1,t} \\ u_{2,t} \\ u_{3,t} \\ u_{4,t} \\ u_{5,t} \\ u_{6,t} \end{pmatrix} \quad (۱۰)$$

بنابراین با استفاده از روابط (۹) و (۱۰) رابطه بلندمدت و کوتاه‌مدت بین متغیرها برآزش می‌شود و ضرایب و معناداری آنها مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۴. نتایج

قبل از برآورد ضرایب معادله تقاضای گردشگری لازم است ایستایی متغیرها بررسی شود که این کار با استفاده از آزمون ریشه واحد خطی دیکی-فولر تعمیم یافته و آزمون ریشه واحد غیرخطی کاپتانایوس، شین و اسنل^۱ انجام شده و نتایج آن در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. نتایج آزمون ریشه واحد خطی و غیرخطی متغیرهای مدل

آزمون خطی دیکی-فولر تعمیم یافته (ADF)		آزمون غیر خطی کاپتانایوس، شین و اسنل (KSS)		متغیر
آماره محاسباتی سطح صفر	آماره محاسباتی سطح یک شکست	سال شکست	آماره محاسباتی سطح صفر	
-۲/۵۴۳	-۳/۶۱۲**	۱۳۸۸	-۵/۲۹۳***	LTour _t
-۱/۹۲۴	-۵/۳۹۸***	۱۳۷۶	-۶/۳۷۷***	LRE _t
-۰/۱۰۱	-۴/۵۰۷***	۱۳۸۹	-۷/۱۳۰***	LRGDP _t
-۰/۷۱۳	-۵/۳۰۰***	۱۳۸۴	-۴/۹۲۴**	LGDP _t
-۰/۹۹۸	-۳/۷۲۱***	۱۳۹۱	-۴/۵۸۱**	LOPEN _t

توضیح: ***، ** و * به ترتیب سطح معناداری ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪. مقادیر بحرانی آزمون دیکی-فولر در سطح ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ به ترتیب -۳/۷۱، -۲/۹۸ و -۲/۶۲ و مقادیر بحرانی آزمون دیکی-فولر با شکست در سطح ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ به ترتیب -۴/۹۴۹، -۴/۴۴۳، -۴/۱۹۳. مقادیر بحرانی آزمون کاپتانایوس، شین و اسنل در سطح ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ به ترتیب -۳/۴۸، -۲/۹۳ و -۲/۶۶ است. مأخذ: یافته‌های تحقیق.

نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد دیکی-فولر تعمیم یافته نشان می دهد همه متغیرهای مورد استفاده در مطالعه، ایستا از درجه یک هستند اما ممکن است وجود ریشه واحد به علت شکست ساختاری باشد که در اقتصاد اتفاق افتاده و متغیرهای کلان اقتصادی را تحت تأثیر قرار داده باشد و عدم لحاظ این شکست های ساختاری در بررسی درجه انباشتگی متغیرها می تواند نتایج گمراه کننده ای به همراه داشته باشد. بنابراین آزمون دیکی فولر با وجود شکست و آزمون ریشه واحد غیرخطی کاپتانوس، شین و اسنل نیز استفاده شده است. نتایج آزمون های ریشه واحد خطی و غیرخطی حاکی از آن است که همه متغیرها ایستا از درجه یک هستند.

بعد از بررسی پایایی متغیرهای مدل، برای اطمینان حاصل کردن از مدل غیرخطی در مقابل مدل خطی، آزمون نسبت درستنمایی (LR) استفاده شده است. در آزمون نسبت درستنمایی، فرضیه صفر خطی بودن مدل در مقابل فرضیه وجود الگوی غیرخطی مارکوف سوئیچینگ آزمون شده است (جدول ۲).

جدول ۲. نتایج آزمون LR

سطح معناداری	مقدار آماره آزمون	آماره آزمون
۰/۰۰۰	۱۴۲/۹۵۵	$X^2 (۶)$

مأخذ: همان.

مدل مارکوف-سوئیچینگ در صورتی مدل مناسبی برای تخمین الگوست که الگوی داده های مورد بررسی غیرخطی باشد. برای اینکه از غیرخطی بودن الگوی داده ها اطمینان حاصل شود از آزمون نسبت راستنمایی پیشنهاد شده گارسیا و پرون، فرض وجود الگوی خطی در مقابل الگوی چرخشی مارکوف بررسی شده است. بنابراین ابتدا مدل به صورت خطی و سپس به صورت غیرخطی برآورد شده است و با استفاده از رابطه $LR = 2(LL_{ms} - LL_{linear})$ و سطح معناداری آن، فرضیه صفر مبنی بر خطی بودن مدل مورد آزمون قرار گرفته است. با توجه به اینکه آماره این آزمون ۱۴۲/۹۵۵ به دست آمده و احتمال مرتبط با آن ۰/۰۰۰ بوده است، فرضیه صفر خطی بودن مدل پژوهش رد شده و وجود الگوی غیرخطی مارکوف

سوئیچینگ مورد تأیید قرار گرفته است. در بررسی تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر گردشگری بین‌المللی ایران با تأکید بر متغیر شکاف نرخ ارز در دوره مورد مطالعه، الگوی چرخشی مارکوف بر الگوی خطی برتری دارد. همچنین با استفاده از معیار آکائیک تعداد رژیم‌های بهینه برای برازش مدل، دو رژیم تعیین شد. بنابراین در ادامه با استفاده از روش مارکوف سوئیچینگ-تصحیح خطای برداری رابطه غیرخطی میان متغیرها، زمانی که عرض از مبدأ مدل و ضریب شکاف نرخ ارز مورد تغییر قرار گرفته‌اند در رژیم‌های ۱ و ۲ گزارش شده‌اند (مقادیر داخل پرانتز آماره احتمال است).

جدول ۳. نتایج برآورد الگوی مارکوف سوئیچینگ

متغیر	پارامتر	ضریب	آماره احتمال
C	μ_1	$16/116^{***}$	۰/۰۰۰
	μ_2	$18/027^{**}$	۰/۰۴۱
LRE _t	β_1	366^{***}	۰/۰۰۰
		398^{***}	۰/۰۰۳
LTour _{t-1}	β_2	771^{**}	۰/۰۱۲
LRGDP _t	β_3	836^{***}	۰/۰۰۰
LGDP _t	β_4	451^{**}	۰/۰۱۵
LOPEN _t	β_5	161^{***}	۰/۰۰۰
Probability Transition	P11	88^{***}	۰/۰۰۰
	P22	89^{***}	۰/۰۰۰

توضیح: ***, **, * به ترتیب سطح معناداری ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ است.

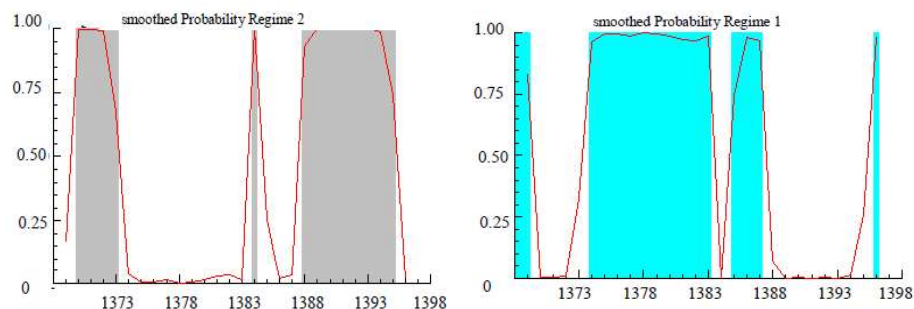
مأخذ: همان.

ماتریس انتقال بین دو رژیم عبارت است از:

$$\hat{P} = \begin{pmatrix} \hat{p}_{11} & \hat{p}_{12} \\ \hat{p}_{21} & \hat{p}_{22} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0.88(0.000) & 0.12 \\ 0.11 & 0.89(0.000) \end{pmatrix} \quad (11)$$

با توجه به نتایج ماتریس انتقال، احتمال پایداری در رژیم ۱ (سال‌های جذب پایین گردشگر)، ۰/۸۸ و در رژیم ۲ (سال‌های جذب بالای گردشگر) ۰/۸۹ است و احتمال انتقال از رژیم ۱ به رژیم ۲ و برعکس به ترتیب ۰/۱۲ و ۰/۱۱ است. سطح بالای معناداری احتمال پایداری رژیم‌های ۱ و ۲ نیز حاکی از آن است که هریک از رژیم‌ها برای مدت زمان کافی پایدار هستند که تأییدکننده قابلیت اطمینان نتایج به دست آمده از مدل است. احتمال قرار گرفتن در سال‌های مربوط به رژیم‌های ۱ و ۲ تقاضای گردشگری در نمودار ۱ نشان داده شده که جذب گردشگر بالا (رژیم ۲) عمدتاً تحت تأثیر تحریم‌های بخش نفت و سیاست‌های ارزی قرار داشته است.

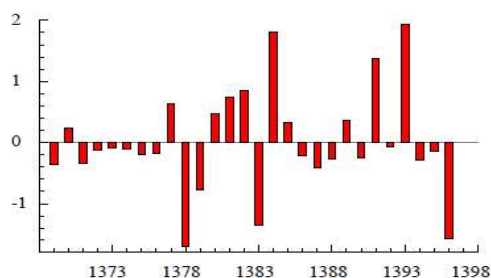
نمودار ۱. احتمال واقع شدن دوره مورد بررسی در دو رژیم تقاضای گردشگری ایران



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

وضعیت جزء اخلاص مدل برآوردی تقاضای گردشگری ایران در نمودار ۲ نشان داده شده است.

نمودار ۲. وضعیت جزء اخلال معادله برآورد شده تقاضای گردشگری



مأخذ: همان.

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که متغیر شکاف نرخ ارز به ترتیب در رژیم اول و دوم دارای تأثیر مثبت و معناداری به اندازه ۰/۳۶۶ و ۰/۳۹۸ بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران در دوره مورد مطالعه بوده است. در این مطالعه از متغیر شکاف نرخ ارز حقیقی و رسمی به عنوان متغیر جایگزین مناسب برای هزینه‌های زندگی در کشور مقصد استفاده شده است؛ زیرا از دیدگاه کشور مبدأ، افزایش سطح قیمت‌های داخلی، قدرت خرید گردشگران بالقوه و در نتیجه تقاضای گردشگری را کاهش می‌دهد. از سوی دیگر افزایش نرخ ارز در کشور مقصد و کاهش سطح قیمت‌ها در این کشور مشوق ورود گردشگران به این کشور شده یا باعث می‌شود گردشگران همچنان در سفرهای بعدی خود این کشور ارزان‌تر را انتخاب کنند. به عبارت دیگر با افزایش نرخ ارز و افزایش قدرت خرید پول مبدأ به‌ویژه با وجود شکاف بیشتر نرخ ارز رسمی و حقیقی، ممکن است افراد بیشتری انگیزه سفر به کشور مقصد را پیدا کنند. در ایران نیز افزایش نرخ ارز و وجود تفاوت معنادار بین این دو نرخ ارز (شکاف موجود) به تأثیر مثبت و معنادار آن بر تقاضای گردشگری کشور منجر شده است به‌طوری‌که در سال‌های اخیر ایران از ارزان‌ترین مقاصد گردشگری جهان شناخته شده است.

متغیر دیگری که بر تقاضای گردشگری تأثیر مثبت و معنادار دارد عادت رفتاری گردشگران در دوره‌های قبل است. این متغیر به میزان ۰/۷۷۱ درصد بر تقاضای گردشگری کشور تأثیر داشته به عبارت دیگر با توجه به ضرایب به‌دست‌آمده، متغیر

عادت رفتاری بر تقاضای گردشگری ایران تأثیری بیش از شکاف نرخ ارز داشته که نشان‌دهنده این است که عامل عادت رفتاری تأثیر زیادی بر تقاضای گردشگری ایران در دوره مورد بررسی داشته است. بنابراین گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری ایران عادت رفتاری خود را مهم‌تر از شکاف نرخ ارز دانسته‌اند. تقاضای گردشگری در دوره قبل بیانگر تداوم و استمرار تمایل گردشگران است و با کسب رضایت و مطلوبیت در دوره‌های قبل، تقاضای گردشگری خارجی به کشور بیشتر شده است. ضریب متغیر انتظارات و عادات رفتاری نشان می‌دهد با سفر گردشگران به کشور میزبان (مقصد گردشگری) و اظهار رضایت آنان از سفر، این گردشگران تمایل خواهند داشت مجدداً به آن کشور سفر کنند که دلیل آن ریسک کمتر سفر به مقاصد گردشگری قبلی و تکراری است. همچنین این متغیر می‌تواند دربرگیرنده محدودیت‌های طرف عرضه خدمات گردشگری از جمله امکانات اقامتی، غذا و حمل‌ونقل باشد زیرا گردشگر با استفاده از تجربیات سفر گذشته و اطلاعات زیرساختی کسب شده، به سفر مجدد اقدام می‌کند.

درآمد کشور مبدأ گردشگری نیز عامل مهم دیگری در تقاضای گردشگری است که در این مطالعه براساس مطالعات پیشین، متغیر درآمد سرانه جهانی به‌عنوان شاخص آن استفاده شده است. افزایش درآمد سرانه به‌معنای افزایش قدرت خرید و در نتیجه باعث افزایش تقاضای افراد (برای کالا، خدمات و گردشگری) می‌شود البته با توجه به نوع سفر (لوکس یا نرمال بودن) تأثیر درآمد بر تقاضای گردشگری متفاوت است ضریب به‌دست آمده (۰/۸۳۶) بیانگر آن است که گردشگری ایران برای خارجی‌ان کالایی نرمال تلقی می‌شود. با افزایش ۱ درصد تولید ناخالص داخلی کشور، تقاضای گردشگری ایران ۰/۴۵۱ درصد افزایش یافته است. تولید ناخالص داخلی بیانگر کلیت ظرفیت اقتصادی کشور است بنابراین افزایش تولید ناخالص داخلی موجب بهبود امکانات، زیرساخت‌ها و پتانسیل امکانات کشور شده و تقاضای گردشگری را افزایش داده است. در دوره مورد مطالعه، درجه باز بودن تجاری نیز تأثیر مثبت و معنادار بر تقاضای گردشگری داشته که نشان می‌دهد با افزایش ۱ درصدی درجه باز بودن تجاری در ایران تقاضای گردشگری ۰/۱۶۲ درصد افزایش یافته است. تجارت خارجی

یکی از عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری محسوب می‌شود و شاخص باز بودن تجاری بیانگر درجه آزادی تجارت کالا و خدمات کشور است. از آنجاکه گردشگری در حیطه صادرات و واردات خدمات قرار می‌گیرد و از جذب گردشگران خارجی به‌عنوان صادرات نامرئی نام برده می‌شود، از این‌رو گردشگری متأثر از سطح آزادی اقتصاد قرار گرفته است به‌طوری‌که گسترش حجم تجارت با سایر کشورها به‌معنای فضای بازتر اقتصادی برای همه بخش‌ها از جمله صنعت گردشگری است.

در مرحله بعد ضرایب کوتاه‌مدت رابطه تقاضای گردشگری برآورد شده‌اند که جدول ۴ نشان‌دهنده این ضرایب است. ضریب ecm یا ضریب تصحیح خطا در روش مارکوف سوئیچینگ- تصحیح خطای برداری نشان می‌دهد در هر دوره به میزان ۰/۲۳۹- انحرافات کوتاه‌مدت به سمت بلندمدت تعدیل می‌شود.

جدول ۴. ضرایب کوتاه‌مدت معادله تقاضای گردشگری ایران

MS-ECM	
متغیر	ضریب
$ecm(-1)$	۰/۲۳۹***
$D(LTour_t (-1))$	۰/۶۳۵*
$D(LRE_t (-1))$	۰/۲۵۳**
$D(LTour_t (-2))$	۰/۸۹۷*
$D(LRGDP_t (-1))$	۰/۱۹۹***
$D(LGDP_t (-1))$	۰/۱۵۳**
$D(LOPEN_t (-1))$	۰/۲۴۰**
C	۰/۲۱۴

توضیح: ***، **، * به ترتیب سطح معناداری ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ است.

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

در ادامه اعتبار الگو با آزمون‌های تشخیصی LM به منظور بررسی خودهمبستگی، آزمون آرچ^۱ به منظور بررسی ناهمسانی واریانس، آزمون رمزی^۲ به منظور بررسی تورش تصریح و آزمون نرمالیتی به منظور بررسی نرمال بودن باقی‌مانده‌ها استفاده شده است که نتایج آنها در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول ۵. آزمون‌های سنجش اعتبار الگو

نوع آزمون	آزمون LM	آزمون ARCH	آزمون رمزی	آزمون نرمالیتی
آماره	۰/۸۴۲۳	۰/۳۵۷۳	۰/۹۵۴۲	۰/۲۳۰۵
(سطح احتمال)	(۰/۳۹۱۲)	(۰/۶۳۲۳)	(۰/۲۸۴۲)	(۰/۷۹۵۷)

مأخذ: همان.

همان‌گونه که نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد با توجه به سطح احتمال به دست آمده در آزمون LM، فرضیه صفر مبنی بر عدم خودهمبستگی در اجزای اختلال رد نشده است از این رو، در اجزای اختلال الگوی برآورد شده خودهمبستگی وجود ندارد. نتایج آزمون ناهمسان واریانس نیز نشان می‌دهد فرضیه صفر مبنی بر عدم ناهمسان واریانس رد نمی‌شود و ناهمسان واریانس وجود ندارد. نتایج آزمون رمزی نشان‌دهنده آن است که الگوی تصریح شده از فرم تبعی مناسب پیروی می‌کند. همچنین در آزمون نرمالیتی از آنجا که فرض صفر مبنی بر نرمال بودن باقی‌مانده‌ها رد نشده، در نتیجه نرمال بودن باقی‌مانده‌ها تأیید می‌شود. بنابراین نتایج به دست آمده حاکی از اعتبار الگوی برازش شده است.

۵. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادهای سیاستی

با توجه به اهمیت صنعت گردشگری و درآمدزایی آن به‌ویژه برای کشورهای در حال توسعه، این مطالعه با هدف بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۹۸ انجام شده است و برای بررسی مقدار

1. ARCH

2. Ramsey

تأثیر عوامل مختلف از جمله تولید ناخالص داخلی، شکاف نرخ ارز، عادات رفتاری گردشگران، درآمد سرانه جهانی و درجه باز بودن تجاری بر تقاضای گردشگری از روش مارکوف سوئیچینگ- تصحیح خطای برداری استفاده شد زیرا این روش علاوه بر بررسی تأثیر متغیرها در رژیم‌های مختلف (رژیم ۱ و ۲)، سرعت تعدیل نوسان‌ها را نیز اندازه‌گیری می‌کند.

نتایج مطالعه نشان می‌دهد کشش تقاضای گردشگری نسبت به متغیر درآمد سرانه در مقایسه با سایر متغیرهای توضیحی بیشتر بوده و با توجه به ضریب متغیر درآمد سرانه، تقاضا برای گردشگری ایران به‌عنوان یک کالای نرمال تلقی می‌شود و افزایش درآمد سرانه جهانی، تقاضای گردشگری کشور را در دوره مورد مطالعه افزایش داده است که این نتیجه با نتایج مطالعات راسخی و محمدی (۱۳۹۶)، کارلوس لئانو (۲۰۱۵) و لیوکسا و همکاران (۲۰۱۹) سازگاری دارد. تأثیر افزایش تولید ناخالص داخلی بر تقاضای گردشگری نیز مثبت و معنادار بوده و نشان‌دهنده تأثیر مثبت بهبود زیرساخت‌ها و افزایش کیفیت خدمات گردشگری بر تقاضای آن است، نتیجه مذکور با نتایج مطالعات لیوکسا و همکاران (۲۰۱۹) و حسین و کارا (۲۰۲۰) هم‌خوانی دارد. متغیرهای شکاف نرخ ارز (در هر دو رژیم مارکوف)، درجه باز بودن تجاری و عادات رفتاری نیز تأثیر مثبت و معنادار بر تقاضای ایران داشته است که نتایج به‌دست آمده همسو با نتایج مطالعات چیسامپانساکول و فولفیروول (۲۰۱۸)، ایراندوست (۲۰۱۹) و حسین و کارا (۲۰۲۰) است. با توجه به نتایج به‌دست آمده برای افزایش تقاضای گردشگری و مقابله با تحریم‌های موجود، همچنین خروج از اقتصاد تک‌محصولی نفتی، پیشنهاد می‌شود موارد زیر مورد توجه سیاستگذاران قرار گیرد:

- با توجه به نتایج به‌دست آمده، شکاف نرخ ارز موجود تأثیر مثبت بر رونق گردشگری داشته است اما باید توجه داشت که نوسان‌های نرخ ارز و انحراف زیاد آن می‌تواند عامل بی‌ثباتی اقتصادی و عدم امنیت اقتصادی شود که تأثیرات مخربی را بر جامعه و همه بخش‌های اقتصادی تحمیل خواهد کرد. بنابراین برای توسعه صنعت گردشگری لازم است به سایر عوامل مؤثر بر گردشگری مانند بهبود امکانات و توسعه زیرساخت‌های

گردشگری نیز توجه کرد.

- به علت تأثیر مثبت متغیر عادت رفتاری گردشگران بر تقاضای گردشگری، لازم است فضای گردشگری کشور را به گونه‌ای طراحی و آماده کرد که زمینه تجربه مطلوب و سفر مجدد برای گردشگران ایجاد شود.

- با توجه به معنادار بودن ضریب متغیر باز بودن اقتصاد، می‌توان کاهش موانع و محدودیت‌های تجاری به‌ویژه در حوزه خدمات را برای گسترش گردشگری توصیه کرد، هرچند برای اتفاق چنین پیشنهادی، باید روند رفع تحریم‌های اقتصادی با سرعت بیشتری رخ دهد.

- از آنجاکه تولید ناخالص داخلی به عنوان یکی از معیارهای ظرفیت اقتصادی کشور معرفی شده است، طبیعتاً رشد تولید ناخالص داخلی می‌تواند بیانگر بالندگی اقتصاد و تأثیر مثبت آن بر بخش گردشگری قلمداد شود. با وجود اینکه طی سال‌های اخیر چشم‌انداز مثبتی برای رشد اقتصادی وجود نداشته است ولی در آینده اقتصاد ایران داشتن رشد اقتصادی پیوسته و پایدار اجتناب‌ناپذیر است.

منابع و مآخذ

۱. اخباری آزاد، میر علی اکبر، ابوالفضل شاه آبادی و داود حق خواه (۱۴۰۱). «تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان»، پژوهشنامه بازرگانی، ۲۶ (۱۰۳).
 ۲. اربابیان، شیرین، بتول رفعت و مریم اشرفیان پور (۱۳۹۲). «بررسی رابطه توریسم بین الملل و رشد اقتصادی (مطالعه موردی: کشورهای منتخب عضو سازمان اسلامی)»، پژوهش های رشد و توسعه اقتصادی، سال چهارم، ش ۱۳.
 ۳. اصغری پور، حسین، علی رضازاده، سیاوش محمدپور و خلیل جهانگیری (۱۳۸۹). «بررسی تجربی مدل پولی نرخ ارز در ایران با استفاده از رهیافت مارکوف-سوئیچینگ»، مجله علمی پژوهشی سیاستگذاری اقتصادی، ۲ (۴).
 ۴. پیش بهار، اسماعیل، رقیه پرچم و حسین یادآور (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری منطقه آزاد ارس با رهیافت مدل معادلات ساختاری»، مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۲ (۴).
 ۵. تمیزی، علیرضا و ساناز شهبازی (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر نوسانات نرخ ارز بر بخش گردشگری ایران»، فصلنامه گردشگری و توسعه، ۴ (۷).
 ۶. حکم آبادی، علی اکبر و افسانه دولت آبادی (۱۳۹۹). «بررسی حقوقی و اقتصادی تأثیر تحریم ها بر صنعت گردشگری»، قانون یار، ۴ (۱۳).
- <https://sid.ir/paper/524166/fa>
۷. حیدری، رحیم، علی اکبر تقی پور و مجید فشاری (۱۳۹۱). «آثار تجارت خارجی بر تقاضای بین المللی گردشگری ایران مطالعه موردی: هند و ترکیه»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۹ (۷).
 ۸. دائی کریم زاده، سعید، سارا قبادی و نسیم فرودستان (۱۳۹۲). «عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری بین المللی ایران: رهیافت خودتوضیح با وقفه های گسترده (ARDL)»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۳ (۸).
 ۹. دشتبان فاروجی، مجید، بهنام الیاس پور و سحر دشتبان فاروجی (۱۳۹۸). «اثر ناطمینانی نرخ ارز بر

جریان گردشگری در ایران: رهیافت الگوی تلاطم تصادفی با اثرات اهرمی و داده‌های ترکیبی با تواتر متفاوت

(MIDAS)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸ (۲۹).

۱۰. راسخی، سعید و ثریا محمدی (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری کشورهای حوزه دریای

خزر»، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، (۱۲) ۳۸.

۱۱. رجبی خانقاه، عبدالله، هاشم نیکومرام، مهدی تقوی، فریدون رهنمای رودپشتی و میرفیض فلاح‌شمس

(۱۳۹۶). «طراحی و تبیین الگویی برای پیش‌بینی شوک‌های نرخ ارز و آزمون استرس ارز در ایران»،

فصلنامه دانش سرمایه‌گذاری، (۶) ۲۴.

۱۲. رحمانی، فاطمه و علی رهنما (۱۳۹۹). «تأثیر شاخص‌های رقابت‌پذیری سفر و گردشگری بر تقاضای

گردشگری خارجی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)»، مطالعات اجتماعی گردشگری، سال

هشتم، ش ۱۶.

۱۳. رضاقلی‌زاده، مهدیه، مجید آقایی، یوسف عیسی‌زاده روشن (۱۳۹۵). «توریسم بین‌المللی و نابرابری

درآمدی مطالعه موردی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی»، جغرافیا (فصلنامه انجمن جغرافیای

ایران)، ش ۴۹.

۱۴. زبیری، هدی (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر شکاف نرخ ارز رسمی و بازار آزاد بر تورم اقتصاد ایران (رهیافت

سری زمانی ساختاری)»، تحقیقات مدل‌سازی اقتصادی، ش ۲۶.

۱۵. شایان، حمید، مهدی مودودی ارخودی و سجاد فردوسی (۱۴۰۱). «رفتارشناسی عرضه و تقاضای

گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری»، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۱۰ (۱۹).

۱۶. طالبیگی، علی، مجتبی بهمنی و سیدعبدالمجید جلایی (۱۳۹۷). «تأثیر نوسان نرخ ارز حقیقی بر رشد

بهره‌وری کل عوامل با لحاظ توسعه مالی»، مجله اقتصاد و الگوسازی، ۹ (۳).

۱۷. فعالجو، حمیدرضا و ابراهیم نصیریان (۱۳۹۴). «تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در

کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا»، مطالعات مدیریت گردشگری، (۳۰) ۱۰.

۱۸. فلیحی، نعمت و بهروز جعفرزاده (۱۳۹۰). «بررسی عوامل مؤثر بر توریسم: تلفیق روش‌های اقتصادسنجی

و سیستم دینامیکی»، فصلنامه علوم اقتصادی، (۱۴) ۴.

۳۶۳ _____ بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری ایران با تأکید بر شکاف نرخ ارز...

۱۹. کردی تمندانی، خالد، محمدعلی احسانی و وحید نقی‌نژاد عمران (۱۳۹۸). «بررسی عدم تقارن داخل

رژیم‌ها در قانون اوکان: رهیافت چرخشی مارکوف»، *مجله اقتصاد و الگوسازی*، ۱۰ (۳).

۲۰. محمدی، تیمور، مجتبی کرمی، نگین نجارزاده و معصومه شاه‌کرم اوغلی (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر

تقاضای گردشگری در ایران»، *فصلنامه علوم اقتصادی*، ۳ (۱۰).

۲۱. مروت، حبیب، علی‌اصغر سالم و محبوبه خادم نعمت‌اللهی (۱۳۹۷). «شناسایی عوامل مؤثر بر تقاضای

گردشگری»، *پژوهشنامه اقتصادی*، (۶۹) ۱۸.

۲۲. موسایی، میثم (۱۳۸۶). *اقتصاد توریسم*، چاپ اول، تهران، انتشارات نور علم.

۲۳. مؤمنی وصالیان، هوشنگ و لیلا غلامی‌پور (۱۳۹۰). «تخمین تابع تقاضای گردشگری در استان‌های

منتخب»، *علوم اقتصادی*، (۱۴) ۵.

۲۴. یزدانی، مهدی و مهناز محمدی (۱۳۹۶). «آثار یکسان‌سازی نرخ ارز بر متغیرهای کلان اقتصاد در

کشورهای نوظهور: رویکرد تفاوت در تفاوت‌ها»، *پژوهش‌های پولی-بانکی*، (۱۰) ۳۲.

25. Agiomirgianakis, G., G. Bertsatos and N. Tsounis (2018). "Asymmetric Responses in the Tourism Demand Function", *The Journal of Economic Asymmetries*, 18.

26. Agiomirgianakis, G., D. Serenis and N. Tsounis (2015). "Effects of Exchange Rate Volatility on Tourist Flows into Iceland", *Procedia Economics and Finance*, 24.

27. Bokelmann, B. and S. Lessmann (2019). "Spurious Patterns in Google Trends Data-an Analysis of the Effects on Tourism Demand Forecasting in Germany", *Tourism Management*, 75.

28. Cao, Z., G. Li and H. Song (2017). "Modelling the Interdependence of Tourism Demand: The Global Vector Autoregressive Approach", *Annals of Tourism Research*, 67.

29. Carlos Leitao, N. (2015). "Portuguese Tourism Demand: A Dynamic Panel Data Analysis", *International Journal Economics and Financial Issues*, 5 (3).

30. Chaisumpunsakul, W. and P. Pholphirul (2018). "Does International Trade Promote International Tourism Demand? Evidence from Thailand's Trading Partners", *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(3).

31. Charfeddine, L. (2017). "The Impact of Energy Consumption and Economic Development on Ecological Footprint and CO2 Emissions: Evidence from a Markov Switching Equilibrium Correction Model", *Energy Economics*, 65.

32. Cro, S. and A.M. Martins (2017). "Structural Breaks in International Tourism Demand: Are They Caused by Crises or Disasters?", *Tourism Management*, 63.
33. Dalain, A.F., M.I. Allhham and A.A. Qudah (2013). "The Effects of the Global Financial Crisis on the Tourism Sector (Analytical Study: Jordan)", *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4 (15).
34. Ergen, E. and E. Yavuz (2017). "Empirical Analysis of the Relationship between Tourist Flows and Exchange Rate Volatility: ARDL Method", *International Journal of Economics and Innovation*, 3 (1).
35. Feshari, M. (2016). "The Role of ICT Indices in Tourism Demand of Iran (The FMOLS Co-integrating Approach)", *Iranian Journal of Economic Studies*, 5(2).
36. Fuleky, P., C.S. Bonham and Q. Zhao (2013). "Estimating Demand Elasticities in Non-stationary Panels: The Case of Hawaii Tourism", Working Paper Series.
37. Gabrila, T. and S. Smaranda (2015). "Analyzing the Mountain Tourism Demand in Romania Over the Last Two Decades", *Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Romania*.
38. Gunter, U., I. Onder and E. Smeral (2019). "Scientific Value of Econometric Tourism Demand Studies", *Annals of Tourism Research*, 78, 102738.
39. Habibi, F., K.A. Rahim, S. Ramchandran and L. Chin (2009). "Dynamic Model for International Tourism Demand for Malaysia: Panel Data Evidence", *International Research Journal of Finance and Economics*, 33.
40. Husein, J. and S.M. Kara (2020). "Nonlinear ARDL Estimation of Tourism Demand for Puerto Rico from the USA", *Tourism Management*, 77, 103998.
41. Irandoust, M. (2019). "On the Relation Between Exchange Rates and Tourism Demand: A Nonlinear and Asymmetric Analysis", *The Journal of Economic Asymmetries*, 20, e00123.
42. Lyocsa, S., P. Vasanicova and E. Litavcova (2019). "Interconnectedness of International Tourism Demand in Europe: A Cross-quantilogram Network Approach", *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 526, 120919.
43. Mordecki, G. (2014). "Determinants of Argentinean Tourism Demands in Uruguay", Working Paper.
44. Morley, C., J. Rossello and M. Santana- Gallego (2014). "Gravity Model for Tourism Demand: Theory and Use", *Annals of Tourism Research*, 48.
45. Mousaei, M. (2005). "A Study of Factors Influencing Demand for Travel to Iran", *Iranian Economic Review*, 10 (12).
46. Mousai, M., M. Mehrara, S.F. Nemati and M. Nekoolal Tak (2011). "Demand for

Travel to Iran and Human Development Index”, *European Journal of Social Sciences*, 25.

47. Samitas, A., D. Asteriou, S. Polyzos and D. Kenourgios (2018). “Terrorist Incidents and Tourism Demand: Evidence from Greece”, *Tourism Management Perspectives*, 25.

48. Santos, A. and M. Cincera (2018). “Tourism Demand, Low Cost Carriers and European Institutions: The Case of Brussels”, *Journal of Transport Geography*, 73.

49. Santamaria, D. and G. Filis (2019). “Tourism Demand and Economic Growth in Spain: New Insights Based on the Yield Curve”, *Tourism Management*, 75.

50. UNWTO (2019). “United Nation World Tourism Organization, Specialized Agency of the United Nations World Tourism Organization”, Travel and Tourism Competitiveness Reports.

51. UNWTO (2014). “United Nation World Tourism Organization”, World Tourism Organization Reports.

52. UNWTO (2015). “United Nation World Tourism Organization, Specialized Agency of the United Nations World Tourism Organization”, Travel and Tourism Competitiveness Reports.

53. UNWTO (2017). “United Nation World Tourism Organization, Specialized agency of the United Nations World Tourism Organization”, Travel and Tourism Competitiveness Reports.

54. Yingfu, X., Y. Jun and R. Bo (2007). “A General Autoregressive Model with Markov Switching: Estimation and Consistency Research Report”, Centre of Biostochastics, Swedish University of Agricultural Sciences Report, 6.