

تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا

حمیدرضا فعالجو*

ابراهیم نصیریان**

چکیده

هدف اصلی این مطالعه بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۷۰ می‌باشد. برای این منظور در این مطالعه متغیر تعداد گردشگران وارد شده به این گروه از کشورها به عنوان متغیر جایگزین تقاضای گردشگری در نظر گرفته شده و با بهره‌گیری از رهیافت داده‌های تابلویی پویا و تخمین‌زننده گشتاور تعمیم یافته به برآورد مدل پرداخته شده است. نتایج تخمین مدل دلالت بر این دارد که متغیر بحران مالی جهانی تأثیر منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری در کشورهای مورد بررسی داشته است. علاوه بر این، متغیرهای عادت رفتاری، نرخ واقعی ارز و درآمد سرانه جهانی تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا دارد. از این رو مهمترین توصیه سیاستی این مطالعه آن است که سیاست‌گذاران اقتصادی این قبیله کشورها با بکارگیری سیاست‌های مناسب به کاهش هزینه سفر و کنترل نرخ تورم مبادرت ورزیده و از این طریق زمینه را برای افزایش تقاضای گردشگری فراهم نمایند. علاوه بر این، مصون‌سازی اقتصاد داخلی در مقابل بحران‌های پولی و مالی جهانی از طریق افزایش ظرفیت تولید و درآمد و نیز بهبود ساختارهای فرهنگی و اجتماعی می‌تواند زمینه افزایش تقاضا برای گردشگری را به این کشورها فراهم نماید.

واژگان کلیدی: بحران مالی جهانی، تقاضای گردشگری، کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، رهیافت داده‌های تابلویی پویا

* استادیار دانشکده اقتصاد و مدیریت دانشگاه ارومیه

** دانشجوی دکتری علوم اقتصادی پردیس دانشگاه ارومیه (نویسنده مسئول) Email: nasirian1353@gmail.com

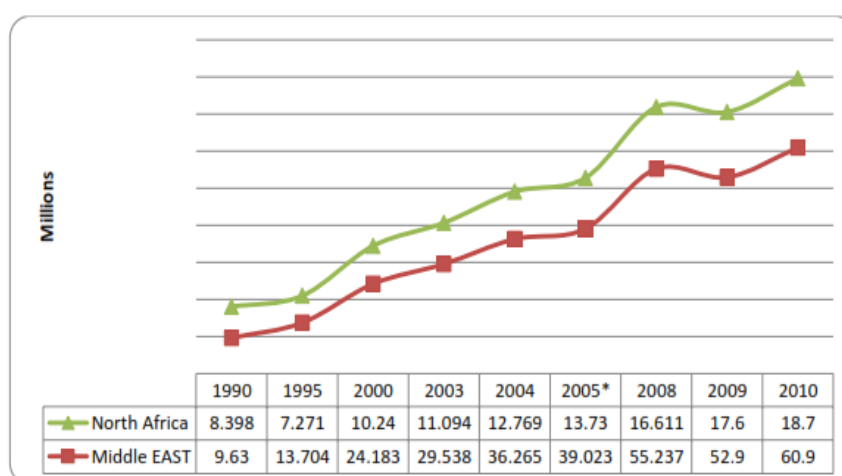
مقدمه

گردشگری صنعتی است که امروزه مورد توجه بسیاری از دولت‌ها قرار گرفته و در حال حاضر یکی از پردرآمدترین بخش‌های اقتصاد جهانی می‌باشد. صنعت گردشگری به شکل چشمگیری بر نرخ اشتغال، درآمد ملی، مصرف و سرمایه‌گذاری اثرات مثبت دارد. این صنعت حدود ۹ درصد کل اشتغال جهانی را به خود اختصاص داده و با نرخ رشدی تا ۲ برابر نرخ رشد اقتصاد جهانی از پررونق‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود. از این رو رشد سریع صنعت گردشگری یکی از پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی قابل ملاحظه در یک دهه گذشته بوده است. بر این اساس، آمارهای منتشره توسط سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که تعداد گردشگران بین‌المللی در جهان از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به حدود یک میلیارد نفر در سال ۲۰۱۰ رسیده که این مقدار متناظر با متوسط نرخ رشد حدود ۶/۵ درصد طی سالهای مذکور بوده است (UNWTO; 2014). بنابراین این آمارها حاکی از افزایش روز افزون تعداد گردشگران در جهان و اهمیت صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه می‌باشد.

همچنین بر اساس این گزارش، متوسط نرخ رشد تعداد گردشگران در منطقه خاورمیانه طی سالهای ۱۹۵۰-۲۰۱۰ در حدود ۱۰ درصد بوده که بعد از کشورهای منطقه آسیا و اقیانوس آرام (۱۳ درصد) این منطقه از لحاظ متوسط نرخ رشد تعداد گردشگر در جایگاه دوم قرار دارد. با این حال کشور ایران که در منطقه خاورمیانه قرار دارد با داشتن تنوع آب و هوایی و همچنین وجود مکان‌های تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد، سهم بسیار اندکی از صنعت گردشگری جهان را به خود اختصاص داده و تاکنون نتوانسته است از توانمندیها و ظرفیت‌های بالقوه خود استفاده مناسبی نماید. بررسی وضعیت صنعت گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا و همچنین تعداد گردشگران ورودی به این کشورها و ملاحظه درآمد ارزی حاصل از آن بیانگر این است که سهم درآمد ارزی حاصل از گردشگری در تولید ناخالص داخلی این کشورها در حدود ۳/۳ درصد و در درآمد ارزی گردشگری جهان کمتر از ۰/۱ درصد بوده است. همچنین بر اساس این گزارش، سهم کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا از تعداد گردشگران ورودی به کل دنیا در حدود ۱۰ درصد بوده در حالیکه سهم کشورهای آسیا و پاسیفیک ۱۳ درصد بوده است. از در این میان یکی از متغیرهایی که بر تقاضا و درآمد ارزی گردشگری تأثیرگذار بوده بحران مالی جهانی است. با وقوع بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸ و تشدید

آن، متغیرهای کلان اقتصادی و به ویژه تقاضای گردشگری تحت تأثیر این بحران قرار گرفته است. در نمودار زیر روند ورود گردشگران در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های ۲۰۱۰-۱۹۹۰ نمایش داده شده است:

نمودار (۱) روند گردشگران وارده به منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های ۲۰۱۰-۱۹۹۰



مأخذ: گزارش سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۵)

روند نمودار فوق نشان می‌دهد که تعداد گردشگران وارده به منطقه خاورمیانه در سال ۱۹۹۰ در حدود ۹/۶۳ میلیون نفر بوده در حالی که در منطقه شمال آفریقا ۸/۳۹ میلیون نفر بوده است. همچنین تعداد کل گردشگران در دو منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۱۹۹۰ در حدود ۱۸ میلیون نفر بوده که به حدود ۸۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۰ رسیده است. بنابراین می‌توان بیان کرد که تعداد گردشگران وارد شده به این منطقه طی ۲۰ سال بیش از ۴ برابر شده است.

مروری بر سابقه مطالعات انجام شده دلالت بر این دارد که تا کنون مطالعه مستقیمی پیرامون بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای در حال توسعه و به ویژه کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا^۱ صورت نگرفته است. از این-

۱. کشورهای منطقه منا شامل ۲۰ کشور الجزایر، بحرین، جیبوتی، مصر، ایران، عراق، اردن، کویت، لبنان، لیبی، مالت، مراکش، عمان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، تونس، امارات، نوار غزه و یمن می‌باشد

رو، هدف اصلی این مطالعه، بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سالهای ۲۰۱۴-۱۹۷۰ می‌باشد. برای این منظور از الگوی اقتصادسنجی و در قالب روش حداقل مربعات پویا^۱ استفاده می‌شود. براساس سازماندهی مباحث مقاله، بعد از مقدمه، به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری پرداخته شده، سپس مطالعات تجربی صورت گرفته در دو حوزه مطالعات خارجی و داخلی مرور می‌شود. در قسمت چهارم، به روش شناسی تحقیق و معرفی رهیافت حداقل مربعات پویا پرداخته شده و در قسمت بعدی، نتایج تخمین مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. بخش پایانی مقاله نیز به نتیجه‌گیری کلی و ارائه توصیه‌های سیاستی تحقیق اختصاص یافته است.

عوامل تعیین کننده تقاضای گردشگری خارجی

از اواخر دهه ۱۹۶۰ مطالعات تجربی گسترده‌ای برای بسط و گسترش یک درک مشخص از عوامل تعیین کننده تقاضای گردشگری صورت گرفته است. عواملی که تقاضای گردشگری را تحت تاثیر قرار می دهند می توان به سه دسته تبدیل کرد:

الف- عوامل برونزا

ب- عوامل اجتماعی - روانشناختی

ج- عوامل اقتصادی

عوامل برونزای تقاضای گردشگری معمولاً به روند ادوار تجاری، پیشرفت در استفاده از فناوری، تغییرات در محل بازار، رشد اقتصادی، ویژگی‌های سیاسی و اجتماعی مقصدها و توانایی بهره برداری از منابع عرضه مربوط می‌شوند.

عوامل اجتماعی - روانشناختی به آسانی قابل اندازه گیری نیست و به آسانی نمی توان آنها را در مدل‌های اقتصادی تقاضا قرار داد. این عوامل معمولاً در ارتباط با تصمیم‌گیری سفر و انتخاب مقاصد بررسی می‌شوند و برای درک هر چه بیشتر از بازار و تقاضای گردشگری اساسی هستند.

عوامل اقتصادی تقاضای گردشگری به آسانی قابل اندازه‌گیری‌اند و معمولاً در مطالعات تقاضای گردشگری استفاده می‌شوند.

در مورد عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی در میان محققین دیدگاه‌های متفاوتی مطرح می‌باشد. در این میان اقتصاددانان معتقدند تقاضای خارجی گردشگری به وسیله متغیرهای مختلفی نظیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و متغیرهای جغرافیایی در کشور مقصد، ممکن است تحت تأثیر قرار گیرد. علاوه بر این متغیرها، عوامل اقتصادی دیگری نظیر سطح درآمد کشور مبدأ، هزینه زندگی و قیمت کالاهای جانشین و یا مکمل و نرخ ارز می‌توانند بر تقاضای گردشگری خارجی به کشور مقصد مؤثر باشند (Song and Wong, 2003, p.58). برای بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری، سانگ و وانگ^۱ (۲۰۰۰) تابع زیر را معرفی می‌نمایند:

$$Q_{it} = f(P_t, Y_{it}, P_{st}, \dots) \quad (1)$$

در تابع فوق، Q_{it} تقاضای گردشگری برای کشور مقصد از کشور مبدأ i ام در زمان t ، Y_{it} درآمد کشور مبدأ در زمان t ، P_t سطح عمومی قیمت‌ها در کشور مقصد و P_{st} سطح عمومی قیمت‌ها در مقاصد جانشین می‌باشد.

با توجه به مدل معرفی شده توسط سانگ و وایت، یکی از متغیرهای مؤثر بر تقاضای گردشگری قیمت می‌باشد که معمولاً از دو متغیر به عنوان تقریب^۲ آن استفاده می‌شود. یکی از این متغیرهای جایگزین، هزینه مسافرت از کشور مبدأ به مقصد بوده و دیگری هزینه زندگی برای گردشگران در مقصد می‌باشد. اگرچه بر مبنای چارچوب نظری، هزینه‌های حمل و نقل از عوامل تعیین کننده تقاضای گردشگری محسوب می‌شود، اما در اغلب مطالعات تجربی نظیر مارتین و ویت^۳ (۱۹۸۷) و همچنین حبیبی و همکاران^۴ (۲۰۰۸) از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و یا از شاخص قیمت مصرفی تعدیل شده نسبت به نرخ ارز به عنوان متغیر جایگزین^۵ مناسب برای هزینه‌های زندگی در کشور مقصد استفاده شده است. یکی دیگر از متغیرهای مؤثر بر تقاضای گردشگری بر مبنای مدل معرفی شده، متغیر درآمد کشورهای مبدأ می‌باشد. میزان درآمد کشورهای مبدأ می‌تواند از طریق انتقال منحنی تقاضا به افزایش تقاضای گردشگری به کشور مقصد در بلندمدت منجر شود. 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 می‌دهد بنابراین

-
1. Song and Wong
 2. Proxy
 3. Martin & Witt
 4. Habibi et al
 5. Proxy

درآمد به عنوان یکی از متغیرهای کلیدی در تابع تقاضا وارد می‌شود. علاوه بر این، متغیر قیمت کالاهای جانشین که به صورت نسبت میانگین وزنی هزینه زندگی در کشورهای جانشین کشور مقصد به هزینه‌های زندگی کشور مقصد تعریف می‌شود، می‌تواند یکی از متغیرهای مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری باشد. بر اساس مباحث نظری انتظار بر این است که با افزایش قیمت کالاهای جانشین، تقاضای خارجی گردشگری برای کشور مقصد افزایش یابد. زیرا به طور نسبی هزینه‌های زندگی در کشورهای جانشین مقصد افزایش یافته است و این امر منجر به افزایش تقاضای گردشگری برای کشور مقصد می‌شود. علاوه بر متغیرهای قیمتی و درآمد، یکی دیگر از متغیرهای اساسی و مؤثر بر تقاضای گردشگری، انتظارات و عادات رفتاری^۱ است که معمولاً به صورت وقفه متغیر وابسته (تقاضای گردشگری) وارد مدل می‌شود. دلیل وارد نمودن متغیر انتظارات و عادت در تابع تقاضای گردشگری این است که با سفر و عزیمت گردشگران به کشور مقصد و اظهار لذت و مطلوبیت از سفر به آن کشور، این افراد تمایل پیدا می‌کنند که دوباره برای گردش و سفر به آن کشور مسافرت کنند. زیرا سفر دوباره به کشوری که قبلاً به آنجا سفر شده است، در مقایسه با کشور خارجی دیگری که به آنجا سفر نشده است، ریسک کمتری داشته و جذاب‌تر است. علاوه بر این، استدلال نظری دیگری که وارد نمودن مقدار وقفه‌دار متغیر وابسته (عادات رفتاری) را در مدل تقاضای گردشگری توجیه می‌کند، محدودیت طرف عرضه گردشگری می‌باشد که این قید یا محدودیت به دلیل وجود محدودیت در امکانات هتل‌ها و ظرفیت انتقال مسافر می‌باشد.

در اغلب مطالعات تجربی صورت گرفته در زمینه تخمین تابع تقاضای گردشگری نظیر مطالعات نوردسترم^۲ (۲۰۰۵)، لیم^۳ (۲۰۰۳) و سانگ و ویت^۴ (۲۰۰۳) از مقدار وقفه‌دار متغیر وابسته به عنوان انتظارات و عادات رفتاری استفاده شده است. علاوه بر متغیرهای مذکور، متغیرهایی مانند مخارج تبلیغاتی و متغیرهای کیفی بر تقاضای گردشگری مؤثرند. اثرات کیفی^۵ برای نمایش اثرات حوادث تکی^۶ مانند بحران‌های سیاسی و اجتماعی، حوادث غیر مترقبه و ناامنی‌های اجتماعی و جنگ در تابع تقاضا وارد می‌شود. برای مثال

-
1. Expectation & Habits
 2. Nordstrom
 3. Lim
 4. Song & Witt
 5. Qualitative Effects.
 6. one-off events

مارتین و ویت^۱ (۱۹۸۷) و سانگ و ویت (۲۰۰۳) برای نشان دادن اثرات حوادث تکی مانند بحران نفت در سال ۱۹۷۴ و ناامنی‌های اجتماعی از متغیرهای مجازی استفاده نموده‌اند. در مورد علامت‌های انتظاری متغیرهای توضیحی مدل می‌توان بیان کرد که بر طبق مبانی نظری تابع تقاضا، انتظار بر این است که متغیر درآمد تأثیر مثبت و شاخص هزینه زندگی در کشور مقصد (به عنوان متغیر جایگزین قیمت گردشگری) تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری داشته باشند. همچنین سلیقه و عادات رفتاری گردشگران بسته به کشورهای مقصد می‌تواند اثرگذاری متفاوتی بر تقاضای گردشگری داشته باشد.

متغیر بحران مالی یکی دیگر از متغیرهایی است که می‌تواند تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری داشته باشد. بر این اساس می‌توان انتظار داشت که با تشدید بحران مالی جهانی، درآمد سرانه در کشورها کاهش یافته و با کاهش درآمد سرانه و کاهش قدرت خرید واقعی گردشگران، تقاضای گردشگری کاهش یابد.

مروری بر مطالعات تجربی

در این قسمت از مطالعه به مروری بر مطالعات انجام یافته خارجی و داخلی پرداخته می‌شود.

مطالعات خارجی

لیسیوتو^۲ (۲۰۰۰) در مطالعه خود با استفاده از مدل فضا-حالت و داده‌های سری زمانی فصلی به تحلیل پویای تقاضای گردشگری انگلستان به کشورهای خارج طی سال‌های ۱۹۹۱-۱۹۷۹ پرداخته است. در این پژوهش چگونگی تأثیر ترجیحات بر هزینه گردشگری بررسی شده است. نتایج اصلی این مطالعه نشان می‌دهد که ترجیحات تأثیر مهمی بر هزینه گردشگری دارد.

مک آلیر و لیم^۳ (۲۰۰۱) در مطالعه‌ای به تخمین تابع تقاضای خارجی گردشگری کشورهای مالزی و سنگاپور به استرالیا طی دوره ۱۹۷۵:۱-۱۹۹۶:۴ می‌پردازند. در این مطالعه از روش هم‌انباشتگی جوهانسن-جوسیلیوس برای تخمین رابطه هم‌انباشتگی بین متغیرهای تعداد گردشگران خارجی وارد شده به استرالیا، درآمد، نرخ ارز اسمی و هزینه حمل و نقل استفاده شده است. یافته‌های به دست آمده از این مطالعه دلالت بر تأثیر مثبت و

1. Martin & Witt

2. Lyssiotou; 2000

3. McAleer and Lim

معنی دار درآمد کشورهای مبدأ و نرخ ارز اسمی بر تعداد گردشگران وارد شده به استرالیا دارد.

هلستروم^۱ (۲۰۰۲) با استفاده از مدل‌های خودرگرسیون و میانگین متحرک اعداد صحیح^۲ و مدلسازی داده‌های شمارشی به تخمین تقاضای گردشگری خارجی سوئد به کشور نروژ پرداخته است. نتایج تخمین مدل نشان می‌دهد که مدل خود رگرسیونی اعداد صحیح با وقفه یک^۳ به دلیل انعطاف‌پذیری بیشتر و کاربردهای اقتصادی تجربی مناسب-ترین مدل جهت تخمین تقاضای گردشگری کشور سوئد می‌باشد.

دوملو و همکاران^۴ (۲۰۰۲) در مطالعه‌ای با استفاده از سیستم تابع تقاضای تقریباً ایده-آل^۵ به تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی انگلستان به کشورهای فرانسه، اسپانیا و پرتغال طی سال‌های ۱۹۷۰-۱۹۹۳ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که سهم مخارج گردشگری انگلستان به کشور اسپانیا نسبت به دو کشور دیگر طی دوره مورد بررسی افزایش یافته است. علاوه بر این حساسیت تقاضای خارجی گردشگری به کشورهای مقصد نسبت به قیمت‌های خودی و متقاطع طی زمان تغییر می‌یابد.

دیوسکرا (۲۰۰۳) در مطالعه خود با استفاده از سیستم تابع تقاضای تقریباً ایده‌آل به تخمین تابع تقاضای خارجی گردشگری کشورهای آمریکا، انگلستان، ژاپن و زلاندنو به کشور استرالیا پرداختند. نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که کشش‌های قیمتی خودی و متقاطع تقاضا بیانگر اهمیت قیمت‌های مؤثر کشورها در تعیین تخصیص هزینه گردشگری کشورهای مبدأ به کشورهای مقصد می‌باشد.

سانگ و ویت^۶ (۲۰۰۳) با استفاده از رهیافت عام به خاص و مدل‌های خودرگرسیونی با وقفه‌های توزیعی^۷ (ADLM) به پیش‌بینی تقاضای گردشگری کره جنوبی به کشورهای ژاپن، آلمان، انگلستان و آمریکا طی سال‌های ۱۹۶۲-۱۹۹۴ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه بیانگر این است که مدل مناسب و سازگار با تئوری‌های اقتصادی برای ۴ کشور مبدأ وجود ندارد.

-
1. Helstrom; 2002
 2. Integer Valued Auto Regressive Moving Average
 3. Integer-valued autoregressive (INAR(1))
 4. De Mello et al
 5. Almost Ideal Demand System
 6. Song & Witt
 7. Autoregressive Distributed Lag Model

سانگ و وانگ^۱ (۲۰۰۳) در مطالعه خود با بهره‌گیری از رهیافت (TVP)^۲ و مدل فضا-حالت به مدل سازی تقاضای گردشگری کشور هنگ‌کنگ به ۶ کشور استرالیا، کانادا، فرانسه، آلمان، انگلستان و آمریکا طی سال‌های ۱۹۷۳-۱۹۹۷ پرداخته‌اند. یافته‌های اصلی این پژوهش نشان می‌دهد که کشش تقاضای گردشگری نسبت به متغیرهای درآمد و قیمت‌های نسبی در ۶ کشور مبدأ با یکدیگر متفاوت می‌باشد.

دریتساکیس (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای با استفاده از روش هم‌انباشتگی جوهانسن جوسیلیوس به تخمین تقاضای گردشگری کشورهای آلمان و انگلستان به یونان طی سالهای ۱۹۶۰-۲۰۰۰ می‌پردازد. وی در این مطالعه به این نتیجه می‌رسد که متغیر هزینه زندگی تأثیر منفی و متغیرهای نرخ ارز و درآمد کشورهای انگلستان و آلمان (کشورهای مبدأ) تأثیر مثبت و معنی‌دار بر ورود گردشگر به یونان داشته است.

هالیچی اوغلو^۳ (۲۰۰۴) در مطالعه خود با بهره‌گیری از آزمون کران^۴ به تخمین تقاضای خارجی گردشگری به کشور ترکیه طی سالهای ۱۹۶۰-۲۰۰۲ پرداخته است. نتایج اصلی این مطالعه نشان می‌دهد که متغیر درآمد یکی از متغیرهای مهم و تعیین‌کننده در توضیح تعداد گردشگران ورودی به کشور ترکیه محسوب می‌شود.

مونوز^۵ (۲۰۰۵) در مطالعه‌ای با بهره‌گیری از تکنیک داده‌های تابلویی پویا^۶ به تخمین تابع تقاضای خارجی گردشگری آلمان به ۱۷ استان اسپانیا طی سالهای ۱۹۹۱-۲۰۰۳ می‌پردازد. وی در این مطالعه به این نتیجه می‌رسد که متغیر عادت رفتاری (مقدار وقفه‌دار متغیر وابسته) اثر قابل ملاحظه‌ای بر تقاضای خارجی گردشگری داشته و قیمت‌های نسبی بین دو کشور و هزینه حمل و نقل نیز از جمله عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری آلمان به اسپانیا محسوب می‌شوند.

نود و آندریا (۲۰۰۵) در مطالعه خود به بررسی عوامل تعیین‌کننده ورود گردشگر به ۴۳ کشور آفریقایی طی سالهای ۱۹۹۶-۲۰۰۰ می‌پردازند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که ثبات سیاسی و عوامل بازاریابی از عوامل مؤثر بر مسافرت به کشورهای آفریقایی بوده و متغیرهای درآمد، قیمت‌های نسبی و هزینه زندگی تأثیر معنی‌دار بر تقاضای گردشگری به این کشورها نداشته است.

1. Song & Wong
2. Time Varying Parameter
3. Halicioglu
4. Bound Test
5. Munoz
6. Dynamic Panel Data

آتاناسوپولوس و هیدمن^۱ (۲۰۰۶) طی مطالعه‌ای با استفاده از مدل‌های فضا-حالت به مدلسازی و پیش‌بینی تقاضای داخلی استرالیا طی سالهای ۱۹۹۸-۲۰۰۵ پرداخته‌اند. نتایج حاصل از تخمین و پیش‌بینی تقاضای گردشگری با استفاده از مدل‌های فضا-حالت بیانگر این است که این مدل‌ها رویکردهای مناسبی برای پیش‌بینی کوتاه‌مدت بوده و در بلندمدت نیز پیش‌بینی‌های معقول و منطقی ارائه می‌کنند. علاوه بر این، پیش‌بینی‌هایی که با استفاده از این مدل‌ها صورت می‌گیرد نسبت به پیش‌بینی مقامات دولتی خوش‌بینانه‌تر و معقول‌تر بوده است.

آلگیری^۲ (۲۰۰۶) با بهره‌گیری از روش هم‌انباشتگی جوهانسن یک رابطه تعادلی بلندمدت را بین متغیرهای درآمد ارزی گردشگری، نرخ واقعی ارز، درآمد کل جهان و هزینه حمل و نقل برای کشور روسیه طی سالهای ۱۹۹۳-۲۰۰۲ نتیجه‌گیری می‌کند. هلستروم^۳ (۲۰۰۶) در مطالعه خود با استفاده از رهیافت داده‌های شمارشی^۴ و روش تخمین پوآسون به تخمین تابع تقاضای گردشگری برای کشور سوئد می‌پردازد. در این مطالعه از اطلاعات مربوط به درآمد و هزینه خانوار برای تخمین مدل استفاده شده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که قیمت‌های خودی و قیمت‌های متقاطع اثرات متفاوتی بر تقاضای گردشگری در این کشور در دوره‌های مختلف داشته است.

هنلی و وید^۵ (۲۰۰۷) در مطالعه خود به مدلسازی تقاضای گردشگری کشورهای آمریکای شمالی به کشور ایرلند طی سالهای ۱۹۸۵-۲۰۰۴ پرداخته‌اند. نتایج مطالعه آنان نشان می‌دهد که متغیر نرخ واقعی ارز تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تقاضای گردشگری این کشورها به ایرلند دارد.

ژو^۶ و همکاران (۲۰۰۷) طی مطالعه‌ای با استفاده از رویکرد هم‌انباشتگی و مدل تصحیح خطای برداری (VECM) به تخمین تابع عرضه و تقاضای گردشگری خارجی کشور هاوایی طی دوره ۱:۱۹۸۰-۲:۲۰۰۱ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه بیانگر این است که یک رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای مدل برقرار بوده و متغیرهای قیمت‌های نسبی و درآمد از عوامل مهم در تعیین تقاضای گردشگری می‌باشند.

1. Athanasopoulos and Hyndman
2. Algieri
3. Helstrom
4. Count Data Approach
5. Hanly and Wade
6. Zhou

نورلیدا هنیم^۱ (۲۰۰۷) در مطالعه خود با استفاده از آزمون باند به تخمین تقاضای خارجی گردشگری از ۴ کشور عضو آسه آن^۲ به مالزی طی سالهای ۱۹۷۰-۲۰۰۴ می-پردازد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که متغیرهای درآمد، قیمت گردشگری، هزینه‌های سفر و قیمت مقاصد جانشین گردشگری از عوامل مهم و مؤثر بر تقاضای گردشگری به مالزی محسوب می‌شوند.

مرور و پاین^۳ (۲۰۰۷) در تخمین تقاضای خارجی گردشگری کشورهای عضو منطقه اتحادیه اروپا به کشور کرواسی طی سالهای ۱۹۹۴:۱-۲۰۰۴:۴ به این نتیجه رسیده‌اند که تقاضای گردشگری به کشور کرواسی با متغیر درآمد رابطه مستقیم و با متغیر ناآرامی‌های سیاسی رابطه معکوس دارد. علاوه بر این متغیرهای هزینه‌های حمل و نقل و نرخ واقعی ارز دارای تأثیر معنی‌دار بر تقاضای گردشگری نمی‌باشند.

کولندران و دریوسکرا^۴ (۲۰۰۷) اثرات مخارج بازاریابی بر تقاضای گردشگری استرالیا را با استفاده از روش هم‌انباشتگی خودرگرسیون با وقفه‌های توزیع شونده^۵ بررسی نموده‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که مخارج بازاریابی و عادات رفتاری و انتظارات از متغیرهای مهم و مؤثر در تعداد گردشگران ورودی به استرالیا محسوب می‌شوند.

مونتینهو^۶ و همکاران (۲۰۰۸) با استفاده از مدل‌های شبکه عصبی به مدل سازی و پیش-بینی تقاضای گردشگری کشور چین به کشور تایوان طی سالهای ۱۹۹۹-۲۰۰۵ پرداخته‌اند. در این پژوهش به بررسی متغیرهای مؤثر بر تقاضای بین‌المللی گردشگری پرداخته شده است. یافته‌های اصلی این مطالعه نشان می‌دهد که متغیرهای نرخ ارز و درآمد سرانه کشور چین به عنوان متغیرهای تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری محسوب می‌شوند.

حبیبی^۷ و همکاران (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای با استفاده از رویکرد هم‌انباشتگی جوهانسن-جوسیلیوس به تخمین تقاضای خارجی گردشگری کشورهای انگلستان و آمریکا به کشور مالزی طی سالهای ۱۹۷۲-۲۰۰۶ پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که یک رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای مدل برقرار بوده و تقاضای گردشگری کشورهای انگلستان و آمریکا نسبت به متغیر قیمت حساسیت بیشتری را نشان می‌دهد.

1. Norlida Hanim
2. Association of Southwest East Asian Nations
3. Mervar & Payne
4. Kulendran, and Divisekera
5. Auto Regressive Distributed Lag
6. Mountinho
7. Habibi

کویرفلی^۱ (۲۰۰۸) با استفاده از روش هم‌انباشتگی جوهانسن- جوسیلیوس و مدل تصحیح خطا به تخمین تقاضای خارجی گردشگری کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان و ایتالیا به کشور تونس طی سالهای ۱۹۹۸:۱-۲۰۰۴:۴ پرداخته است. وی در این مطالعه به این نتیجه رسیده است که تقاضای گردشگری کشورهای مذکور نسبت به قیمت‌های نسبی و درآمد حساسیت بیشتری را نشان می‌دهد.

چایبونسری^۲ و همکاران (۲۰۰۸) با بهره‌گیری از رویکرد هم‌انباشتگی و ریشه واحد در داده‌های پانل به مدل‌سازی تقاضای خارجی کشور هند طی سالهای ۲۰۰۲-۲۰۰۶ پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه بیانگر این است که رشد درآمد تأثیر مثبت و هزینه‌های حمل و نقل تأثیر منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری کشور هند داشته است.

موهیتین^۳ و همکاران (۲۰۰۸) با بهره‌گیری از تکنیک داده‌های پنل پویا^۴ به تخمین تقاضای گردشگری خارجی ۹ کشور آلمان، روسیه، انگلستان، هلند، فرانسه، اتریش، ایران، بلغارستان و اوکراین به کشور ترکیه طی سالهای ۱۹۹۵-۲۰۰۴ می‌پردازند. نتایج مطالعه آنان نشان می‌دهد که متغیر عادت رفتاری دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری خارجی به کشور ترکیه بوده و کشش تقاضای گردشگری نسبت به متغیر هزینه زندگی بیشتر می‌باشد.

بریدو و ریسو^۵ (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای به تخمین تقاضای گردشگری خارجی آلمان به ایتالیا طی سالهای ۱۹۸۷-۲۰۰۷ می‌پردازند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که متغیر عادت رفتاری تأثیر مثبت و متغیرهای هزینه زندگی و قیمت‌های نسبی تأثیر منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری خارجی کشور آلمان داشته است.

آرنسون و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه‌ای با استفاده از معادلات رگرسیون به ظاهر نامرتبب تکراری به تخمین تابع تقاضای خارجی گردشگری کشورهای دانمارک، انگلستان، سوئیس، ژاپن و آمریکا به کشورهای نروژ و سوئد طی سالهای ۱۹۹۳:۱-۲۰۰۶:۱۲ می‌پردازند. نتایج این مطالعه بیانگر این است که مقدار وقفه‌دار متغیر وابسته به عنوان متغیر عادت رفتاری، قیمت‌های نسبی بین کشورها و نرخ ارز اسمی از عوامل مهم و مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری این کشورها به دو کشور مقصد بوده است.

1. Querfelli
2. Chaiboonsri
3. Muhittin
4. Dynamic Panel Data
5. Brida and Risso

چایتپ و چایونسری^۱ (۲۰۰۹) در مطالعه خود با استفاده از رهیافت هم‌انباشتگی در داده‌های تابلویی به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری تایلند طی سالهای ۱۹۹۶-۲۰۰۷ می‌پردازند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی، هزینه زندگی و نرخ ارز از مهمترین عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری به تایلند محسوب می‌شوند.

ناتالیا^۲ (۲۰۱۰) در مقاله‌ای به تخمین تابع تقاضای گردشگری از ۱۴ کشور منتخب به ترکیه طی سالهای ۱۹۹۶-۲۰۰۰ می‌پردازد. وی در این مطالعه به این نتیجه می‌رسد که متغیر درآمد نسبت به متغیر هزینه زندگی دارای تأثیر بیشتری بر تقاضای گردشگری کشور ترکیه محسوب می‌شود.

بیجانا^۳ (۲۰۱۲) با بهره‌گیری از متدولوژی باکس-جنکینز و مدل ARIMA به مدل‌سازی و پیش‌بینی تقاضای گردشگری در کشور مقدونیه طی سالهای ۱۹۷۵-۲۰۰۹ می‌پردازد. نتایج این مطالعه بیانگر این است که متغیرهای نرخ ارز، هزینه زندگی و عادت رفتاری از عوامل تأثیرگذار بر پیش‌بینی تقاضای گردشگری این کشور می‌باشند. دیاز و همکاران^۴ (۲۰۱۲) در مطالعه خود با استفاده از آزمون باند به برآورد تابع تقاضای گردشگری کشور اسپانیا طی سالهای ۲۰۱۰-۱۹۸۰ می‌پردازند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کشش درآمدی تقاضای گردشگری برای این کشور در حدود ۱/۲۴ درصد بوده و متغیرهای هزینه سفر و شوک‌های قیمتی تأثیر منفی بر تقاضای گردشگری این کشور دارند.

فولکی و همکاران^۵ (۲۰۱۳) با استفاده از رهیافت هم‌انباشتگی حداقل مربعات اصلاح شده در داده‌های تابلویی به تخمین تابع تقاضای گردشگری در کشور هاوایی می‌پردازند. نتایج تجربی این مطالعه نشان می‌دهد که متغیرهای عادت رفتاری، درآمد سرانه و هزینه زندگی از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در این کشور محسوب می‌شوند.

دالاین و همکاران^۶ (۲۰۱۳) با بهره‌گیری از روش هم‌انباشتگی در داده‌های سری زمانی به بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری اردن طی سالهای ۲۰۱۰-۱۹۷۵ می‌پردازند. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد بحران مالی جهانی تأثیر منفی و

1. Chaitip and Chaiboonsri
2. Natalya
3. Biljana
4. Diaz et al
5. Fuleky et al
6. Dalain et al

متغیرهای نرخ ارز و درآمد سرانه در کشورهای مبدأ تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تعداد گردشگران ورودی به این کشور داشته است.

موردکی^۱ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای با استفاده از رهیافت همجمعی جوهانسن - جوسیلیوس به تبیین عوامل موثر بر تقاضای گردشگری اروگوئه طی سال‌های ۲۰۱۳-۱۹۷۰ می‌پردازد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد متغیرهای نرخ واقعی ارز، عادت رفتاری و درآمد سرانه گردشگران کشورهای مقصد تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری اروگوئه دارند. گابریل و اسماراندا^۲ (۲۰۱۵) به تخمین تابع تقاضای گردشگری کشور رومانی طی سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۹۸ می‌پردازند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد هزینه سفر در کشور مقصد گردشگری تأثیر منفی و متغیرهای نرخ ارز، درآمد سرانه و عادت رفتاری اثر مثبت و معنی‌داری بر تقاضای گردشگری این کشور در دوره مورد بررسی داشته است.

مطالعات داخلی

در داخل کشور نیز مطالعات متعددی در زمینه تخمین و پیش‌بینی تقاضای خارجی‌ان برای گردشگری در ایران صورت گرفته است که در ادامه به برخی از مهمترین این مطالعات پرداخته می‌شود.

مراسلی (۱۳۷۴) با استفاده از داده‌های سری زمانی ۱۳۴۵-۱۳۷۱ توابع عرضه و تقاضای گردشگری خارجی ایران را برآورد کرده است. در این مطالعه محقق نتیجه گرفته است که متغیرهای درآمد سرانه، قیمت‌های نسبی و متغیر مجازی جنگ و انقلاب بیشترین تأثیر را بر میزان تقاضای گردشگری خارجی ایران داشته است.

نوری (۱۳۷۵) طی مطالعه‌ای با بهره‌گیری از روش حداقل مربعات معمولی به برآورد تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۴۸-۱۳۷۲ در ایران می‌پردازد. نتایج این مطالعه دلالت بر این دارد که تقاضای گردشگری ایران نسبت به درآمد سرانه باکشش و نسبت به قیمت کالاها و خدمات داخلی بی‌کشش می‌باشد. علاوه بر این رابطه معکوسی نیز بین نرخ ارز اسمی و تقاضای گردشگری برقرار است.

کاوه‌ئیان (۱۳۸۱) در مطالعه خود با بهره‌گیری از روش حداقل مربعات معمولی به برآورد تابع تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۵۰-۱۳۷۵ پرداخته است. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که متغیرهای نرخ ارز، نسبت قیمت داخل به خارج و

1. Mordecki

2. Gabriela and Smaranda

متغیر موهومی جنگ از عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی ایران محسوب می‌شوند.

موسایی (۱۳۸۳) به تخمین تابع تقاضای گردشگری در ایران پرداخته است. در این مطالعه، عوامل مؤثر بر تقاضای سفر به ایران و سهم هر یک از آنها بر تقاضای گردشگری ایران در دوره ۱۳۴۴-۱۳۷۹ مورد بررسی قرار گرفته که نتایج تخمین مدل به روش حداقل مربعات معمولی بیانگر این است که یک درصد افزایش در نسبت شاخص بهای کالاهای خدمات مصرفی در ایران به شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی جهانی، ۰/۲۵ درصد تقاضای گردشگری در ایران را کاهش می‌دهد و یک درصد افزایش تولید ناخالص جهانی باعث می‌شود که ۰/۴۵ درصد تقاضای گردشگری به ایران افزایش یابد و بالاخره میزان تقاضای سفر و به تبع آن درآمد ارزی حاصل از آن در دوره مورد بررسی شدیداً تحت تأثیر مسائل امنیتی و تحولات داخلی است.

عباسی نژاد و حبیبی (۱۳۸۴) به تصریح و تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی و مقطعی پرداخته‌اند. در مطالعه آنان بیشتر بر روی عوامل اقتصادی و تأثیر آن بر تقاضای گردشگری تأکید شده و با بررسی مدل‌های برآورد شده تقاضای گردشگری در ایران مشخص شده که بیشترین تأثیر بر تقاضای گردشگری را متغیرهای درآمد سرانه و قیمت‌های نسبی در طی دوره مورد بررسی داشته‌اند.

خوارزمی (۱۳۸۴) در مطالعه‌ای با استفاده از داده‌های سری زمانی سالانه و آزمون علیت تودا و یاماماتو به بررسی رابطه علی بین تجارت (صادرات و واردات) و جریان ورود جهانگردان خارجی به ایران طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۳۸ (۲۰۰۱-۱۹۵۹) پرداخته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که رابطه علی یک طرفه بین تجارت و توریسم (از تجارت به توریسم) برقرار می‌باشد.

خسروآبادی (۱۳۸۵) با استفاده از روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی ایران طی سال‌های ۱۳۴۴-۱۳۸۳ پرداخته است. نتایج حاصل از تخمین مدل بیانگر این است که متغیرهای تبلیغات، انقلاب و جنگ به عنوان متغیرهای مهم و مؤثر بر تقاضای گردشگری کشور محسوب می‌شوند.

تاج‌علی (۱۳۸۵) در مطالعه‌ای با بهره‌گیری از روش داده-ستانده لئونتیف به بررسی اثر مخارج گردشگران خارجی بر تولید، درآمد، اشتغال و مالیات و واردات در ایران می‌پردازد. وی در این مطالعه به این نتیجه می‌رسد که فعالیت‌های صنایع غذایی، منسوجات،

پوشاک و چرم و هتل و رستوران بیشترین سهم از تولید، درآمد و اشتغال ایجاد شده در اثر مخارج گردشگران خارجی را به خود اختصاص داده و این بخشها برای تأمین نیازمندیهای گردشگران خارجی بیش از سایر بخشها وابسته به واردات می‌باشند.

محمدزاده و نجفی نسب (۱۳۸۷) با استفاده از آزمون استاندارد علیت گرنجر به بررسی رابطه علی بین تعداد گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی طی سالهای ۱۹۹۵-۲۰۰۵ پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه بیانگر این است که یک رابطه علی یک طرفه از تولید ناخالص داخلی به تعداد گردشگران وارده به این کشورها در دوره زمانی مورد مطالعه برقرار بوده است.

محمدزاده و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با استفاده از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان به تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب در سالهای ۱۳۸۵-۱۳۵۳ می‌پردازند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که بر اساس کشش‌های درآمدی، تقاضا برای گردشگری ایران از هر سه کشور، کالای نرمال است. ضرایب کشش قیمتی نیز نشان داد که تقاضای گردشگری کم کشش است. عادات رفتاری گردشگران از عوامل تاثیرگذار بر تقاضا برای گردشگری ایران است. مقایسه کشش‌های درآمدی و قیمتی تقاضا برای گردشگری ایران از سه کشور مذکور نشان داد که تقاضا برای گردشگری ایران از ترکیه نسبت به دو کشور دیگر از رونق بیشتری برخوردار بوده است.

در مطالعه دیگر مومنی و صالحیان و غلامی‌پور (۱۳۹۰) با استفاده از روش داده‌های تابلویی به تخمین تابع تقاضای گردشگری در ۱۱ استان منتخب ایران طی سالهای ۱۳۸۹-۱۳۸۴ می‌پردازند. بر اساس نتایج این مطالعه می‌توان بیان کرد که هزینه‌های سفر در مقصد همچون متغیر شاخص کل کالا و خدمات مصرفی و نسبت قیمت هتل آن استان به درآمد خانوار سایر استانها، موثرترین متغیر در میزان تقاضای گردشگری داخلی می‌باشد. همچنین ضریب متغیر تعداد جاذبه‌های گردشگری، تعداد آژانس‌های مسافرتی و خدماتی گردشگر، مثبت بوده و نشان دهنده رابطه مستقیم بین تعداد مسافران داخلی با دو متغیر مذکور آن استان است.

در جمع‌بندی مطالعات تجربی صورت گرفته در داخل و خارج از کشور می‌توان بیان کرد که در اغلب مطالعات از روش حداقل مربعات معمولی و یا روش‌های هم‌انباشتگی به تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی پرداخته شده و به بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا پرداخته نشده است.

لذا به منظور جبران خلا مطالعاتی موجود، در این پژوهش سعی می‌شود با بهره‌گیری از رهیافت حداقل داده‌های تابلویی پویا در داده‌های تابلویی به بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های ۱۹۷۰-۲۰۱۴ پرداخته شود.

معرفی مدل تجربی و پایگاه داده‌های آماری تحقیق

روش داده‌های تابلویی پویا یکی از روش‌های تخمین مناسب در داده‌های تابلویی بوده به طوری که این روش اثرات تعدیل پویای متغیر وابسته را در نظر می‌گیرد. از طرف دیگر اگر مشکل درون‌زایی بین متغیر و یا متغیرهای توضیحی وجود داشته باشد، این روش می‌تواند با بکارگیری متغیرهای ابزاری این نقیصه را برطرف نماید. در این رهیافت به منظور حفظ سازگاری ضرایب‌آورد شده لازم است از روش دومرحله‌ای استفاده شود. بدین ترتیب که ابتدا معتبر بودن متغیرهای ابزاری تعریف شده در مدل مورد آزمون قرار گیرد که برای این منظور از آزمون سارگان استفاده می‌شود. سپس در مرحله بعد مرتبه خود همبستگی جملات اختلال مورد آزمون قرار گیرد. زیرا در صورتی که مرتبه خود همبستگی جملات اختلال از مرتبه دو باشد، روش تفاضل‌گیری مرتبه اول برای حذف اثرات ثابت و انفرادی کشورها روش مناسبی نخواهد بود.

برای بیان جبری روش گشتاور تعمیم یافته مدل پویای زیر را در نظر می‌گیریم:

$$y_{it} = \alpha y_{it-1} + \beta' X_{it} + \eta_i + \phi_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

در رابطه فوق، y متغیر وابسته، X بردار متغیرهای توضیحی، η بیانگر اثرات انفرادی یا ثابت کشورها، ϕ اثرات ثابت زمان، ε جمله اختلال و i و t به ترتیب نشانگر کشور و دوره زمانی می‌باشد. در تصریح مدل (۲)، فرض می‌شود که جملات اختلال دارای همبستگی با اثرات انفرادی یا اثرات ثابت کشورها و مقادیر وقفه‌دار متغیر وابسته نمی‌باشد. در صورتی که η با برخی از متغیرهای توضیحی همبستگی داشته باشد، در آن صورت یکی از روشهای مناسب برای حذف اثرات ثابت و انفرادی کشورها استفاده از روش تفاضل‌گیری مرتبه اول خواهد بود. زیرا در این حالت، استفاده از روش با اثرات ثابت منجر به تخمین زنده‌های تورش‌دار از ضرایب خواهد گردید و لازم است از رابطه (۱) تفاضل مرتبه اول گرفته شود. لذا در این وضعیت رابطه فوق به رابطه زیر تبدیل می‌شود:

$$\Delta y_{it} = \alpha \Delta y_{it-1} + \beta' \Delta X_{it} + \Delta \phi_t + \Delta \varepsilon_{it} \quad (۳)$$

در رابطه فوق، تفاضل وقفه‌دار متغیر وابسته (Δy_{it-1}) با تفاضل مرتبه اول جملات اختلال ($\Delta \varepsilon_{it}$) دارای همبستگی بوده و همچنین مشکل درون زایی مربوط به برخی متغیرهای توضیحی وجود دارد که در مدل ملحوظ نشده است. از اینرو لازم است برای برطرف نمودن این مشکل از متغیرهای ابزاری در مدل استفاده شود. بنابراین شرایط گشتاوری زیر در مورد رابطه (۳) صادق می‌باشد:

$$s \geq 2; t = 3, 4, \dots, T \quad (۴)$$

$$\begin{aligned} E(y_{it-s} \Delta \varepsilon_{it}) &= 0 \\ E(X_{it-s} \Delta \varepsilon_{it}) &= 0 \end{aligned} \quad s \geq 2; t = 3, 4, \dots, T \quad (۵)$$

برای تخمین پارامترهای رابطه (۳)، از ماتریس متغیرهای ابزاری به صورت زیر استفاده می‌شود:

$$(۶)$$

$$z_i = \text{diag}(y_{i1}, y_{i2}, \dots, y_{it-2}, X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{it-2})$$

بنابراین تخمین زنده‌های روش گشتاور تعمیم یافته که با $\hat{\delta}$ نمایش داده می‌شود به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$(۷)$$

$$\hat{\delta} = (B' z A_N z' B)^{-1} B' z A_N z' Y$$

در رابطه فوق، Z و z' بردار متغیرهای ابزاری و ترانهاده آن می‌باشند. در ادامه و پس از تخمین ضرایب لازم است از آزمون سارگان برای بررسی معتبر بودن متغیرهای ابزاری تعریف شده در مدل و بیش از حد مشخص بودن معادله استفاده شود. علاوه بر این باید مرتبه خودرگرسیون جملات اختلال نیز مورد آزمون قرار گیرد. زیرا روش تفاضل‌گیری مرتبه اول برای حذف اثرات ثابت در صورتی روش مناسبی است که مرتبه خود همبستگی جملات اختلال از مرتبه دو نباشد. آزمون سارگان (۱۹۵۸) به صورت مجانبی دارای توزیع χ^2 بوده که به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$(۸)$$

$$S = \hat{\varepsilon}' z \left(\sum_{i=1}^N z_i' H_i z_i \right)^{-1} z' \hat{\varepsilon}$$

در این آزمون، $\hat{\varepsilon} = Y - X\hat{\delta}$ ، $\hat{\delta}$ ماتریس $k \times 1$ از ضرایب برآورد شده، Z ماتریس متغیرهای ابزاری و H ماتریس مربع با ابعاد $(T-q-1)$ می باشد که در آن T تعداد مشاهدات و q تعداد متغیرهای توضیحی مدل می باشد. در این آزمون اگر فرضیه صفر رد نشود، در آن صورت متغیرهای ابزاری تعریف شده در مدل معتبر بوده و مدل نیاز به تعریف متغیرهای ابزاری بیشتر ندارد. اما در صورت رد فرضیه صفر متغیرهای ابزاری تعریف شده ناکافی و نامناسب بوده و لازم است متغیرهای ابزاری مناسبتری برای مدل تعریف شود. علاوه بر این آرانو و باند^۱ (۱۹۹۱) آماره آزمونی را برای بررسی مرتبه خود همبستگی جملات اختلال پیشنهاد می نمایند که به صورت مجانبی دارای توزیع نرمال استاندارد می باشد و به صورت زیر تعریف می شود:

(۹)

$$m2 = \frac{\hat{\varepsilon}'_{-2} \hat{\varepsilon}^*_{-2}}{\varepsilon^{1/2}} \sim N(0,1)$$

در این آزمون $\hat{\varepsilon}_{-2}$ بردار جملات اختلال با دو وقفه زمانی بوده و ε^* بردار $\sum_{i=1}^N (T_i - 4) \times 1$ از جملات اختلال سازگار با $\hat{\varepsilon}_{-2}$ می باشد. در این آزمون در صورت رد فرضیه صفر مرتبه خود همبستگی جملات اختلال از مرتبه دوم بوده و در صورتی که فرضیه صفر رد نشود جملات اختلال از خود همبستگی مرتبه اول برخوردار می باشند. در این شرایط استفاده از روش تفاضل مرتبه اول برای حذف اثرات ثابت نسبت به روش انحرافات متعامد^۲ روش مطلوب و مناسبی خواهد بود.

در این مطالعه بر اساس مبانی نظری موضوع و پیشینه تجربی تحقیق همانند مطالعات دالاین و همکاران (۲۰۱۳)، مدل تجربی تحقیق به منظور بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری به صورت زیر تصریح شده است:

(۱۰)

$$LTOUR_{it} = \alpha_i + \beta_1 LTOUR_{it-1} + \beta_2 LRER_{it} + \beta_3 LPI_{it} + \beta_4 DU_{it} + \beta_5 LTrade_{it} + \varepsilon_{it}$$

در رابطه فوق، $LTOUR$ ، لگاریتم تعداد گردشگران وارد شده به کشورهای منطقه منا به عنوان متغیر جایگزین برای تقاضای گردشگری، $LTOUR_{t-1}$ مقدار وقفه دار تعداد

1. Arellano and Bond
2. Orthogonal Deviations

گردشگران وارد شده به کشورهای منطقه منا به عنوان پروکسی برای متغیر عادت رفتاری، LRER، لگاریتم نرخ واقعی ارز که از حاصلضرب نرخ اسمی ارز در نسبت شاخص قیمت تولید کننده آمریکا به شاخص بهای مصرفی هر یک از کشورهای عضو منطقه منا حاصل شده است. LPI، لگاریتم درآمد سرانه جهان به قیمت ثابت سال ۲۰۰۵ و DU، متغیر مجازی برای در نظر گرفتن تأثیر بحران مالی جهانی بوده که برای سال‌های ۲۰۰۸-۲۰۱۰ مقدار یک و برای سایر سال‌ها مقدار صفر تعریف شده است. LTrade نیز مبین لگاریتم درجه بازبودن تجارت بوده که به صورت نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی در نظر گرفته شده است. شایان ذکر است که داده‌ها و اطلاعات آماری برای تخمین مدل فوق از شاخص توسعه بانک جهانی برای سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۷۰ استخراج شده است.

نتایج تجربی

در این بخش به تخمین مدل تجربی و تجزیه و تحلیل یافته‌های تحقیق پرداخته می‌شود. قبل از برآورد رابطه بلندمدت، لازم است پایایی متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرد. در داده‌های تابلویی آزمونهای متعددی برای بررسی پایایی متغیرها وجود دارند که برخی از آنها نظیر آزمون لوین، لین و چو، آزمون بریتونگ و هادری مفروضات محدودتری همانند یکسان بودن ضریب متغیر وابسته برای تمامی واحدهای مقطعی و انفرادی را در نظر می‌گیرند.

از آنجا که در نظر گرفتن مقدار یکسان و مشترک برای انجام آزمونهای ریشه واحد در داده‌های تابلویی فرض معقول و مناسبی به نظر نمی‌رسد، لذا در این بخش از آماره آزمونهای ایم، پسران و شین، آزمون فیشر-دیکی فولر تعمیم یافته و فیشر فیلیپس-پرون برای انجام آزمونهای پایایی متغیرها استفاده شده است. استفاده از این آماره آزمونها می‌تواند به متفاوت بودن ضریب متغیر وابسته بین واحدهای انفرادی (کشورها) منجر شده و نتایج منطقی از پایایی متغیرها ارائه دهد. در جدول زیر پایایی متغیرهای مدل ارائه شده است:

جدول (۱) نتایج آزمون‌های پایایی متغیرهای مدل

مقدار آماره آزمون در PP-Fisher سطح		مقدار آماره آزمون ADF-Fisher در سطح			مقدار آماره آزمون IPS در سطح			نام متغیر
ارزش احتمال (PV) باعرض از مبدا و روند زمانی	ارزش احتمال (PV) با عرض از مبدا	نتیجه	ارزش احتمال (PV) باعرض از مبدا و روند زمانی	ارزش احتمال (PV) با عرض از مبدا	نتیجه	ارزش احتمال (PV) باعرض از مبدا و روند زمانی		
۰/۹۶	۰/۹۵	I(1)	۰/۹۶	۰/۹۶	I(1)	۰/۵۵	۰/۷۷	LTOUR
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	I(0)	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	I(0)	۰/۰۰۰	۰/۰۳	LRER
۰/۱۳	۰/۶۲	I(1)	۰/۱۵	۰/۶۶	I(1)	۰/۲۴	۰/۵۵	LPI
۰/۳۷	۰/۵۴	I(1)	۰/۲۸	۰/۴۴	I(1)	۰/۳۳	۰/۴۷	LTrade

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج آزمون‌های پایایی متغیرهای مدل بر اساس هر سه آماره آزمون IPS، ADF-Fisher و ADF-PP بیانگر این است که متغیرهای لگاریتم تقاضای گردشگری، درجه بازبودن تجارت و درآمد سرانه با یک مرتبه تفاضل‌گیری پایا شده در حالیکه متغیر لگاریتم نرخ واقعی ارز در سطح پایا می‌باشند. بنابراین ترکیب متغیرهای توضیحی و وابسته I(1) و I(0) می‌باشد. در ادامه مدل تجربی تحقیق به روش داده‌های تابلویی پویا و در قالب تخمین زنده گشتاور تعمیم یافته برآورد شده که نتایج به صورت جدول زیر می‌باشد:

جدول (۲). نتایج تخمین مدل به روش GMM

ارزش احتمال (PV)	مقدار آماره t	ضریب	نام متغیرها
۰/۱	۱/۶۸	۴/۸۵	C
۰/۰۰۰	۴/۵۶	۰/۶۷	LTOUR _{t-1}
۰/۰۰۲	۳/۲۸	۰/۱۹	LRER
۰/۰۰۰	-۸/۳۶	-۲/۱۵	DU
۰/۰۰۰۰	۵/۸۹	۰/۹۶	LPI
۰/۰۹	۱/۷۵	۰/۰۹	LTrade

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج برآورد مدل نشان می‌دهد که کشش تقاضای گردشگری نسبت به متغیر درآمد سرانه در مقایسه با سایر متغیرهای توضیحی بیشتر بوده به طوری که با افزایش یک درصدی درآمد سرانه تقاضای گردشگری افزایش یافته و در نتیجه آن ورود گردشگران به کشورهای منطقه منا به میزان ۰/۹۶ درصد افزایش می‌یابد. علاوه بر این متغیر بحران جهانی نیز دارای تأثیرگذاری منفی و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری در بلندمدت بوده به طوری که با وقوع بحران جهانی در سال ۲۰۰۸ از میزان ورود گردشگران در ۲۱ کشور منطقه منا کاسته شده است. متغیر نرخ واقعی ارز نیز تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضای گردشگری داشته به طوری که کشش این متغیر برابر با ۰/۱۹ درصد می‌باشد. به بیان دیگر با افزایش نرخ واقعی ارز انتظار بر این است که قدرت خرید خارجیان افزایش یافته و تقاضا برای مسافرت و گردشگری افزایش یابد. با توجه به ضریب متغیر لگاریتم درآمد سرانه برای این قبیل کشورها می‌توان بیان کرد که تقاضا برای مسافرت به کشورهای منطقه منا به عنوان کالای لوکس محسوب گردیده و افزایش درآمد سرانه کشورهای جهان می‌تواند منجر به افزایش تعداد گردشگران وارد شده به کشورهای منطقه منا شود. همچنین درجه بازبودن تجارت نیز دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار در سطح ۱۰ درصد بر تقاضای گردشگری بوده که نشان می‌دهد با افزایش یک درصدی حجم تجارت و درجه بازبودن تجارت در کشورهای منطقه منا، انگیزه مسافرت به این کشورها افزایش یافته و در نتیجه آن تقاضای گردشگری در حدود ۰/۰۹ درصد افزایش می‌یابد. در بخش بعد با استفاده از آزمون سارگان، معتبر بودن متغیرهای ابزاری آزمون شده است. نتایج این آزمون در جدول زیر گزارش شده است:

جدول (۳) نتایج آزمون سارگان برای آزمون معتبر بودن متغیرهای ابزاری

مقدار آماره آزمون χ^2	درجه آزادی	ارزش احتمال
۳/۲۵	۲۵	۰/۹۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتایج آماره آزمون سارگان دلالت بر معتبر بودن متغیرهای ابزاری تعریف شده در مدل داشته که نشان می‌دهد متغیرهای ابزاری تعریف شده با جملات اختلال دارای همبستگی نبوده و بنابراین متغیر ابزاری تعریف شده (مقدار تفاضل وقفه‌دار مرتبه دوم متغیر تقاضای

گردشگری) معتبر می‌باشند. در ادامه به منظور تعیین مرتبه خودهمبستگی جملات اختلال از آماره آزمون آرلانو و باند استفاده شده است که نتایج در جدول (۴) ارائه شده است:

جدول (۴) نتایج آزمون آرلانو و باند برای تعیین مرتبه خودهمبستگی جملات اختلال

مرتبه خود همبستگی	مقدار آماره آزمون Z	ارزش احتمال
۱	-۱/۵۱	۰/۰۴
۲	۰/۱۸	۰/۸۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق

با توجه به نتایج جدول (۴) می‌توان بیان کرد که مرتبه خود همبستگی بین جملات اختلال از مرتبه یک بوده و بنابراین روش آرلانو و باند روش مناسبی برای حذف اثرات ثابت مدل می‌باشد. به بیان دیگر مرتبه خودهمبستگی در تفاضل مرتبه اول جملات اختلال از مرتبه یک بوده که خود دلالت بر وقفه بهینه الگوی خودرگرسیون برداری نیز دارد. لذا مدل برآورد شده با تفاضل وقفه‌دار مرتبه اول روش مناسبی برای تخمین مدل بوده و دارای تورش تصریح مدل نمی‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این مطالعه با هدف بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی سال‌های ۲۰۱۴-۱۹۷۰ انجام شده است. برای این منظور متغیر تعداد گردشگران ورودی به این کشورها به عنوان متغیر جایگزین برای تقاضای گردشگری و متغیرهای نرخ واقعی ارز، درآمد سرانه جهانی، بحران مالی جهانی، درجه بازبودن تجارت و عادت رفتاری به عنوان متغیرهای توضیحی مؤثر بر تقاضای گردشگری در نظر گرفته شده است. برای بررسی تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری از روش داده‌های تابلویی پویا استفاده شده است. قبل از تخمین مدل با بهره‌گیری از آزمون‌های ریشه واحد در داده‌های تابلویی، پایایی متغیرهای تحقیق آزمون گردید که نتایج دلالت بر پایایی متغیر نرخ واقعی ارز در سطح و پایایی متغیرهای درآمد سرانه جهانی و تقاضای گردشگری با یک مرتبه تفاضل‌گیری داشته است. در مرحله بعد، مدل تجربی تحقیق برآورد گردید که نتایج تخمین مدل نشان داد متغیرهای نرخ واقعی ارز، عادت رفتاری، درجه بازبودن تجارت و درآمد سرانه جهانی تأثیر مثبت و بحران مالی

جهانی تأثیر منفی و معنی دار بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه مناطی دوره مورد مطالعه داشته است. نتایج به دست آمده در این پژوهش با مبانی نظری و پیشینه مطالعات تجربی همانند مطالعات دالاین (۲۰۱۳) سازگار و همسو بوده است.

براساس نتایج حاصل از این پژوهش مهمترین توصیه سیاستی این مطالعه آن است که سیاست‌گذاران و کارشناسان اقتصادی و گردشگری در این گروه از کشورها و به ویژه ایران با بهره‌گیری از سیاست‌های مناسب به کنترل سطح عمومی قیمت‌ها و نرخ تورم مبادرت ورزیده و از طریق افزایش نرخ واقعی ارز به افزایش تقاضای گردشگری به این کشورها و در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی کمک نمایند. علاوه بر این ایجاد زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مناسب برای گردشگران خارجی می‌تواند به افزایش انگیزه سفر و عادت رفتاری آنها کمک نموده و به ارتقای موقعیت گردشگری کشور منجر شود. از آنجا که بحران مالی جهانی نیز تأثیر منفی و معنی دار بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه منا داشته است، مصون سازی اقتصاد داخلی در مقابل بحران‌های پولی و مالی از طریق افزایش ظرفیت تولید و درآمد و نیز بهبود ساختارهای فرهنگی و اجتماعی می‌تواند زمینه افزایش تقاضا برای گردشگری را به این کشورها فراهم نماید.

منابع

- تاج‌علی، معصومه (۱۳۸۵)، بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء (س).
- خسرو آبادی، محمد (۱۳۸۵)، تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره ۱۳-۱۳۴۴ و ارائه استراتژیهای گسترش صنعت گردشگری ایران (با استفاده از استراتژیهای توسعه گردشگری در مالزی، سنگاپور و مصر)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صنعتی اصفهان، دانشکده مهندسی صنایع و سیستمها، اصفهان.
- خوارزمی، ابوالقاسم (۱۳۸۴)، بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران (۸۰-۱۳۳۸)، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، سال دهم، شماره ۳۷، صص: ۹۱-۱۰۸.
- عباسی نژاد، حسین و حبیبی، فاتح (۱۳۸۴)، تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی - مقطعی، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۷۰، صص ۹۱-۱۱۵.
- کاوه‌ئیان، نسترن (۱۳۸۱)، برآورد تابع تقاضای جهانگردی بین‌المللی ایران طی سالهای ۱۳۷۵-۱۳۵۰"، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی، تهران.
- محمدزاده، پرویز و نجفی نسب، میر حجت (۱۳۸۷)، بررسی رابطه علی بین تعداد گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال اول، شماره چهارم، صص: ۹۹-۱۱۲.
- محمدزاده، پرویز، بهبودی، داوود، ممی‌پور، سیاب و فشاری، مجید (۱۳۸۹)، تخمین تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب با استفاده از رهیافت TVP، فصلنامه اقتصاد مقداری، سال هفتم، شماره دوم، صص ۱۷۱-۱۴۹.
- مراسلی، عزیز (۱۳۷۴)، تخمین توابع عرضه و تقاضای خارجی گردشگری در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، تهران.
- مرکز آمار ایران، آمار و اطلاعات خارجیان وارد شده بر حسب گردشگر و غیرگردشگر، دفتر آمار و اطلاعات، سالهای ۱۳۵۳-۱۳۸۵.
- موسایی، میثم (۱۳۸۳)، تخمین تابع تقاضای گردشگری به ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲، صص ۲۴۴-۲۲۵.
- مومنی وصالیان، هوشنگ و غلامی پور، لیلا (۱۳۹۰)، تخمین تابع تقاضای گردشگری در استانهای منتخب، مجله علوم اقتصادی، سال پنجم، شماره ۱۴، صص ۱۸۰-۱۶۲.

نوری، مهناز (۱۳۷۵)، برآورد تابع تقاضای گردشگری در ایران ۱۳۷۲-۱۳۴۸، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران.

- Algieri, B. (2006), "An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: The Case of Russia", *Journal of Tourism Economics*, Vol.12, No. 1, pp.5-20.
- Arnesson, L., Salman, A.K. Sorensson, A. and Shukur, G. (2009), Estimating the Swedish and Norwegian international tourism demand using (ISUR) technique, Centre for Labour Market Policy Research Working Paper Series, No.12, pp.1-45.
- Athanasopoulos, G. & Hyndman, R.J. (2006), "Modeling and Forecasting Australian Domestic Tourism", Monash Econometrics and Business Statistics Working Paper, pp. 1-29.
- Brida, J.G. and Risso, W.A. (2009), "A dynamic panel data study of the German demand for tourism in South Tyrol", School of Economics and Management - Free University of Bolzano, pp.1-11.
- Bihjana, P. (2012), Forecasting International Tourism Demand: The Evidence of Macedonia, *UTMS Journal of Economics*, Vol3, Issue 1, pp.45-55.
- Cameron, A.C. and Trivedi, P. (1998), "Regression Analysis of Count Data", Cambridge University Press, Cambridge.
- Chaiboonsri, C. and P. Chaitip and N. Rangaswamy (2008), "A Panel Unit Root and Panel Cointegration Test of the Modeling International Tourism Demand in India", *Journal of Annals the University of Petrosani-Economics*, Vol.8, Issue.1, pp.95-124.
- Chaitip, P. and Chaiboonsri, C. (2009), A Panel Cointegration Analysis: Thailand's International Tourism Demand Model, *Journal Annals of the University of Petrosani Economics*, vol.9, Issue 1, pp.1-14.
- Dalain, A.F., Allhham, M.I. and Qudah, A.A. (2013), The Effects of the Global Financial Crisis on the Tourism Sector (Analytical study: Jordan), *Journal of Economics and Sustainable Development*, Vol. 4, No. 15, pp. 161-169.
- De Mello, M., Pack, A. and Sinclair, T. (2002), "A System of Equations Model of UK Tourism Demand in Neighboring Countries", *Journal of Applied Economics*, vol.34, Issue 4, pp.509-521.
- Diaz, M.A., Gomez, M.G. and Giraldez, M.S. (2012), Estimating International Tourism Demand to Spain Separately by the Major Source Markets, Working Paper Series, pp.1-13.
- Divisekera, S. (2003), A Model of Demand for International Tourism, *Annals of Tourism Research Journal*, vol.30, Issue 1, pp.31-49.

- Fuleky, P., Bonham, C.S. and Zhao, Q. (2013), Estimating Demand Elasticities in Non-Stationary Panels: The Case of Hawaii Tourism, Working Paper Series, pp.1-32.
- Gabriela, T. and Smaranda, S. (2015), Analyzing The Mountain Tourism Demand In Romania Over The Last Two Decades, Bucharest University of Economic Studies, Bucharest, Romania, 696-705.
- Habibi, F., Abdul R., Khalid and Chin, L. (2008), "United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia: A Co-integration Analysis", MPRA Paper, No.20, pp. 1-17.
- Halicioglu, F. (2004), "An ARDL Model of Aggregate Tourism Demand for Turkey", *Global Business and Economics Review*, pp.614-624.
- Hanly, P., and Wade, A. (2007). "Modeling Tourism Demand an Econometric Analysis of North American Tourist Expenditure in Ireland, 1985-2004", *Journal of Tourism Economics*, Vol.13, No. 2, pp 319-327.
- Harvey, A.C. (1987), "Application of Kalman Filter in Econometric in Advances in Econometrics": Fifth World Congress, Vol.1, Cambridge University Press, pp.258-313.
- Hellstrom, J. (2002), "Count Data Modeling and Tourism Demand", *Umeå Economic Studies*, No.584, pp.1-24.
- Hellstrom, J. (2006), "A Bivariate Count Data Model for Household Tourism Demand", *Journal of Applied Econometrics*, vol.21, Issue 2, pp.213-226.
- Hill, R. Carter, Griffiths, William E. and Lim, Guay C. (2007), "Principles of Econometrics", published by John Wiley & Sons.
- Kulendran, N., and Divisekera, S. (2007), "Measuring the Economic Impact of Australian Tourism Marketing Expenditure", *Journal of Tourism Economics*, Vol.13, No. 2, pp.261-274.
- Lim, C. (2003), "Review of international tourism demand models", *Annals of Tourism Research*, Vol.24, pp.835-489.
- Lyssiotou, P. (2000), "Dynamic Analysis of British Demand for Tourism Abroad", *Journal of Empirical Economics*, Vol.15, pp.421-436.
- McAleer, M. and Lim, C. (2001), "Co-integration Analysis of Quarterly Tourism Demand by Hong Kong and Singapore for Australia", *Journal of Applied Economics*, vol.33, Issue 12, pp.1599-1612.
- Mervar, A. and Payne, J.E. (2007), "An Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates", Working Paper, pp.1-21.
- Mordecki, G. (2014), Determinants of Argentinean Tourism Demands in Uruguay, Working Paper: 1-17.

- Mountinho, L, Huarng, K.H. and Tiffany, H.K. (2008), "Modeling and Forecasting Tourism Demand: The Case Study of Flows from Mainland China to Taiwan", *Journal of Serv Bus*, Vol.2, pp.219-232.
- Muhittin, K., Ferit, K. and Kaplan, A. (2008), "International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach", Munich Personal RePEc Archive, No. 10601, pp. 1-14.
- Munoz, G., T. (2005), "German Demand for Tourism in Spain", *Journal of Tourism Management*, Vol.28, pp.12-22
- Natalya, K. (2010), Co-integration Analysis of Tourism Demand For Turkey, *Applied Econometrics and International Development*, vol 10, Issue 1, pp.512-523.
- Naude, W. and Andrea, S. (2005), Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis, Munich Personal RePEc Archive, No. 16479, pp. 1-28
- Nordstom, J. (2005), "Dynamic and Stochastic Structures in Tourism Demand Modeling", *Journal of Empirical Economics*, No.30, pp.379-392.
- Norlida Hanim, S. (2007), "An ARDL Model Of Tourism Demand for Malaysia", *IJUM Journal of Economics and Management*, vol.15, Issue.1, pp.65-92.
- Querfelli, C. (2008), "Co-integration Analysis of Quarterly European Tourism Demand in Tunisia", *Journal of Tourism Management*, Vol.29, No.1, pp.127-137.
- Song H. and K.F.Wong (2003), "Tourism Demand Modeling: A Time Varying Parameter Approach", *Journal of Travel Research*, No.42, pp.57-64.
- Song, H. and S.F. Witt (2000), "Tourism Demand Modeling and Forecasting", *Modern Econometrics Approaches*, Oxford, UK, Pergamon.
- Song, H. and S.F. Witt (2003), "Tourism Forecasting: The General to Specific Approach", *Journal of Travel Research*, No.42, pp.65-74.
- United Nation World Tourism Organization (2008), "World Tourism Organization Report".
- Winkelmann, R. (2000), "Econometric Analysis of Count Data", 3rd Edition, Springer- Verlag, Berlin
- Witt, S.F. and Martin, C.A. (1987), "International Tourism Demand Models: Inclusion of the Marketing Variables", *Journal of Tourism Management*, Vol.8, pp.33-40.
- World Development Indicators, WDI (2010), www.worldbank.org
- Zhou, T., C. Bohnman. and Gangnes, B. (2007), "Modeling the Supply and Demand for Tourism: A Fully Identified VECM Approach", Working Paper, No.17, pp.1-34.