

بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا به روش گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی^۱

سید محمد قائم ذبیحی^۱

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(Smq.Zabihi@mail.um.ac.ir)

دکتر محمود هوشمند^{۲*}

۲- استاد گروه اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

* نویسنده مسئول: (M-Hoshmand@um.ac.ir)

دکتر نرگس صالح‌نیا^۳

۳- استادیار گروه اقتصاد، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

(N.Salehnia@um.ac.ir)

چکیده

مسئله مورد پژوهش: همان‌گونه که می‌دانیم، اقتصاد علم دستیابی به عایدی بهینه با استفاده از منابع کمیاب می‌باشد. به‌همین نحو، مشکلی که اقتصادهای جهان در حال تلاش برای رفع آن‌اند این مسئله است که چگونه به یک سهم بهینه اقتصادی از منابع محدود گردشگری دست پیدا نمایند. باتوجه به این امر که مطالعات و آمارهای جهانی حاکی از آن است که حکمرانی خوب از مهمترین عوامل در کشورهای درحال توسعه قلمداد گردیده و به‌گونه‌ای حکمرانی خوب به‌عنوان چارچوب‌های مستحکم از توسعه لقب گرفته است. **اهداف:** بدین جهت هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب، که خود از شش زیرشاخص اصلی معرفی شده توسط بانک جهانی (حق اظهارنظر و پاسخگویی، ثبات سیاسی، کارایی و اثربخشی دولت، کیفیت قانون‌گذاری، حاکمیت قانون و کنترل فساد) قوت می‌گیرد، بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری می‌باشد. **روش پژوهش:** در این مطالعه داده‌ها و اطلاعات مربوط به ۱۴ کشور منتخب درحال توسعه جنوب غربی آسیا در بازه سالیانه ۲۰۱۱-۲۰۱۶ به‌صورت داده‌های تابلویی جمع‌آوری گردیده، و مدل پانل پویا ارائه شده به روش گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی مورد برآورد قرار گرفته است. **نتایج و یافته‌ها:** نتایج برآورد مدل گویای این مهم می‌باشد که تنها فرضیه این پژوهش که حاکی از تاثیر مثبت و معنادار شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری می‌باشد، مورد تایید واقع گردیده و تاثیر آن مثبت و معنادار بوده است و نیز متغیرهای توضیحی دیگر از جمله: نرخ ارز، درآمدسرانه و بازبودن تجاری، نیز تاثیری مثبت و معنادار بر درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری داشته‌اند.

واژگان کلیدی: شاخص حکمرانی خوب، صنعت گردشگری، پانل پویا، روش گشتاورهای تعمیم یافته.

طبقه‌بندی JEL: O16, L86, L63, C23, C15, C26

^۱ این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان، بررسی تاثیر شاخص آمادگی شبکه‌ای و حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد می‌باشد.

مقدمه

در طی دهه‌های اخیر حکمرانی خوب^۱ به‌عنوان موضوعی داغ در مدیریت بخش دولتی تبدیل شده است و این به جهت نقش مهمی است که دولت در سلامت جامعه ایفا می‌نماید. مطالعات و آمارهای جهانی حاکی از آن است که حکمرانی خوب از مهمترین عوامل در کشورهای در حال توسعه قلمداد گردیده و حکمرانی خوب به‌عنوان چارچوبه‌ای مستحکم از توسعه لقب گرفته است. این اصطلاح توسط اتحادیه اروپا اینگونه تعریف می‌گردد که حکمرانی خوب عبارت است از: مدیریت شفاف و پاسخگو در کشور با هدف اطمینان از توسعه اقتصادی و اجتماعی عادلانه و پایدار (بارنارد^۲، ۲۰۰۷).

محققان با رویکردهای مختلف (فرآیند، لیبرال و سوسیالیست)، ابعاد گوناگون (سیاسی، اقتصادی و...) و اهداف متعدد (توسعه اقتصادی، سیاسی و نیز توسعه پایدار انسانی^۳)، بحث بسیار کلیدی حکمرانی خوب را ابراز کرده‌اند. در طی دو دهه گذشته، محققان و دانشمندان اقتصادی، اجتماعی و سیاسی روایت‌های متنوعی را از حکمرانی ارائه کرده‌اند که هر یک از این رویکردها به نوبه‌ی خود، ویژگی‌ها و جنبه‌های حکمرانی خوب را مشخص و تبیین نموده است.

از طرفی، برخی صاحب‌نظران تعریف گسترده‌تری از حاکمیت بیان کرده که از دیدگاه آن‌ها، حکمرانی فرآیندی است که به‌طور جمعی مشکلات جامعه را مرتفع کرده و نیز نیازهای جامعه را برآورده می‌سازد. براساس این دیدگاه‌ها و شواهد موجود، حکومت تنها دولت نیست، بلکه گروه‌ها و افراد، بخش خصوصی و جامعه مدنی هم درگیر هستند و همچنین این مبحث شامل سیستم‌ها، رویه‌ها و فرآیندهایی هستند که در برنامه‌ریزی، مدیریت و تصمیم‌گیری هم دخیل‌اند، می‌گردد (بووارید^۴، ۲۰۰۷).

از سویی دیگر، امروزه موضوع گردشگری^۵ به یکی از موضوعات جذاب و مورد بحث اساتید، دانشجویان و محققان تبدیل گشته است. با توجه به آمار منتشر شده توسط سازمان جهانی گردشگری^۶، در سال ۲۰۱۷م. در مجموع یک میلیارد و ۳۲۳ میلیون نفر توریست برای بازدید از مقاصد سایر کشورها خاک کشور خود را ترک کردند؛ که این آمار برای سال ۲۰۱۸م. حدود ۶ درصد افزایش داشته و یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفر گزارش شده و با پیش بینی‌های انجام شده این مهم در سال ۲۰۳۰ به یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون نفر توریست در سراسر جهان خواهد رسید.

صنعت گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی هست که می‌تواند به‌عنوان صنعت پاک مطرح گردد و باعث افزایش درآمدهای ارزی شده و سهم شایسته‌ای را در بهبود اشتغال و درآمدزایی ایفا نماید (الکساندر لیتائو^۷، ۲۰۱۰). این صنعت به‌عنوان صنعتی است که صنایع داخلی و بین‌المللی را به سمت جلو سوق می‌دهد، چرا که افزایش ورود گردشگر باعث درخواست کار در میهمانداری هواپیما، کار در هتل، آموزش زبان انگلیسی، کار در آژانس مسافرتی^۸، کارمند وزارت امور خارجه، عکاسی، راهنمای تور، حمل و نقل، بیمه، صنایع دستی و غیره می‌شود. بنابر همین دلیل اساسی و مهم است که این مقوله برای کشورهایی که با معضل بیکاری مواجه‌اند بسیار مفید واقع می‌گردد. امروزه این صنعت نقش برجسته‌ای را در اقتصاد جهانی برعهده داشته و اکثریت کشورهای دنیا درصد آن هستند تا سهم خود را از بازار گردشگری افزایش و ارتقاء بدهند.

بدین ترتیب باتوجه به این امر که نهاد حکمرانی هرکشوری در مسیر رشد و شکوفایی اقتصاد آن جامعه می‌تواند موثر باشد، و از آنجایی که شاخص حکمرانی خوب از شش زیر شاخص مهم و اساسی ساخته می‌گردد (که شرح مبسوط‌تری از آن در ادامه در دسترس خواهد بود)، ما در این پژوهش برآنیم تا تاثیر شاخص حکمرانی خوب و همچنین یکایک زیرشاخص‌های آن

¹ Good Governance

² Barnard

³ Sustainable Human Development

⁴ Bovarid

⁵ Tourism

⁶ UNWTO

⁷ Alexandra Leitao

⁸ travel agency

را بر درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا را مورد بررسی قرار داده و به تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از آن پردازیم.

با توجه به مطالب فوق، این مطالعه با استفاده از رویکرد اقتصادسنجی و با بهره‌گیری از رهیافت داده‌های تابلویی پویا، به صورت تجربی اثر همزمان شاخص حکمرانی خوب را بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری ۱۴ کشور منتخب جنوب غربی آسیا طی سال‌های ۲۰۱۱-۲۰۱۶ مورد بررسی قرار می‌دهد. این پژوهش درصدد یافتن پاسخ به این سوال است که، آیا شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای گردشگری تاثیری مثبت و معنادار دارند یا خیر؟

ساختار مقاله بدین نحوه تنظیم گردیده است که در بخش دوم، مبانی نظری و تجربی مربوطه ارائه می‌گردد. بخش سوم و چهارم، به معرفی اهداف فرضیه پژوهش، الگو، متغیرها، روش انجام پژوهش مورد بررسی اختصاص یافته است. در بخش پنجم، تخمین الگو و یافته‌های تجربی حاصل از پژوهش را در بر گرفته و در انتها در بخش ششم از این پژوهش، نتیجه‌گیری و ارائه‌ی پیشنهادات ارائه می‌گردد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در این بخش ابتدا به جنبه‌های نظری حکمرانی و در ادامه به جنبه‌های نظری عوامل تعیین کننده اقتصادی در گردشگری پرداخته می‌گردد.

با توجه به اینکه گردشگری یک فعالیت چندوجهی است که بخش‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و سایر گروه‌های ذی نفع را در بر می‌گیرد، در مسیر توسعه پایدار نیازمند به یک سیستم حکمرانی قوی هست. بنابراین حکمرانی در توسعه گردشگری در سال‌های اخیر اهمیت بیشتری یافته، چون به طور مستقیم و غیرمستقیم پارامترهایی را که گردشگری به عنوان یک فعالیت در آن اتفاق می‌افتد، تعیین می‌کند و به طور نسبی بر پیامدهای توسعه گردشگری تاثیر می‌گذارد (کورنلیسن^۱، ۲۰۰۵).

دولت یکی از عناصر مهم مدیریت گردشگری است، هم در زمینه ملی (از طریق سیاست‌گذاری در گردشگری) و هم در سطح بین‌المللی (به عنوان یک شرکت کننده در رژیم‌های نظارتی جهانی) موثر است، ولی چنین مهمی مغفول مانده است. شاو و ویلیامز^۲ در سال ۲۰۰۴ میلادی، چندین وسیله را شناسایی کرده‌اند که از طریق آنها دولت عامل اصلی تنظیم مقررات است. این یک نقطه اصلی است که به سبب ارتباط با اقتصاد جهانی بوده، و شامل ایجاد چارچوبی است که در آن بنگاه‌ها با دیگران فعالیت می‌نمایند و در خلال آن جنبش بین‌المللی می‌تواند رخ بدهد. دولت همچنین به شکل‌دهی به چارچوب قانونی و سیاست‌گذاری (از طریق قانون‌گذاری یا اهداف سیاسی) که در آن فعالیت‌های گردشگری اتفاق می‌افتد، به شکل‌گیری تولید و مصرف گردشگری کمک می‌کند.

همچنین، هال^۳ در سال ۲۰۰۰ میلادی خاطر نشان کرده که گردشگری یک مسئله سیاسی بسیار حائز اهمیت است. این مهم لایه‌های مختلف حکمرانی را باهم متصل کرده و مهمتر از همه، در تمامی این سطوح به هماهنگی و تدوین نیاز دارد. پس با عطف به نظریات و بحث‌های مافوق می‌توان به این نتیجه دست یافت که حکمرانی تاثیر به‌سزایی در صنعت گردشگری دارد. اگر حکمرانی خوب در اقتصاد هر کشوری به‌ویژه اقتصاد ایران به درستی و سیستماتیک طنین انداز گردد، شاید بتوان به نتیجه‌ای مطلوب که حکایت از توسعه گردشگری و افزایش میزان درآمدهای حاصله از این صنعت بزرگ و مهم دست یافت.

عواملی که بر روند درآمدهای حاصل از گردشگری و ورود گردشگر و نحوه توزیع آن در سراسر جهان موثر است، از بستر نظریه‌های پایه‌ای دادوستد در سطح بین‌المللی قابل ارزیابی و استنباط هست. مطالعه‌ی گسترده‌ی اقتصادی عوامل تعیین کننده صنعت گردشگری، بر ضمه روشی هست که مبنی بر تئوری‌های نظری است، و این امری است که مطالعات تجربی آن را مورد تایید قرار می‌دهد. برای دستیابی به این مهم، نظریات اقتصادی از جمله تئوری تخصصی نمودن امور بین‌المللی

¹ Cornelissen

² Show & Williams

³ Hall

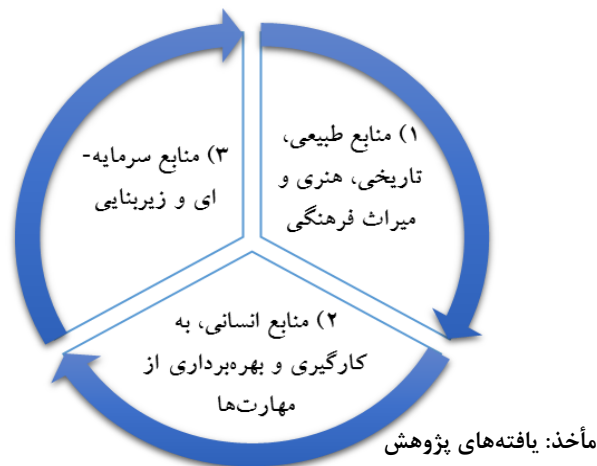
بسیار حائز اهمیت می باشد. بر این مبنا، چهار نظریه را بابت عوامل تعیین کننده موقعیت یک کشور در دادوستدهای گردشگری بین المللی می توان تصور نمود که عبارتند از: (۱) نظریه عطاای الهی، (۲) نظریه هزینه نسبی، (۳) نظریه مزیت مطلق و دانش فنی، (۴) نظریه شرایط تقاضا. در مورد گردشگری و عوامل مؤثر در آن نظریات مختلفی وجود دارد. هر یک از این نظریات، از یک یا چند بعد به این مسأله نگریسته اند. نظریات عمده در این زمینه عبارتند از:

(۱) نظریه عطاای الهی (فراوانی منابع طبیعی) و گردشگری بین المللی؛

تئوری فراوانی منابع طبیعی^۲ در سال ۱۹۱۹ توسط "ئی-هکشر"^۳ برای اولین بار مطرح گردید و در ادامه ی آن در سال ۱۹۳۳ توسط "ب-اولین"^۴ تکمیل و گسترش یافت. بر طبق این نظریه می توان به این استدلال دست پیدا نمود که کشورهایی که دارای مقادیر بسیار زیادی از سرمایه ها هستند، گروه کالاهایی را باید صادر نمایند که سرمایه بر است و در نقطه ی مقابل، گروه کالاهایی را باید وارد نمایند که کاربر هستند.

این تئوری برای منابع طبیعی که در مباحث گردشگری بین المللی بسیار حائز اهمیت اند، صادق است. چرا که موارد بسیاری از امکانات مربوط به گردشگری از مزیت نسبی منابع طبیعی بهره مند می گردند. در حقیقت از عطاای الهی می توان به عنوان منابع یا عواملی نام برد که متضمن تولید کالاها و خدمات در گردشگری بین المللی می گردد. با توجه به این مهم، می توان به این مدعا دست یافت که فراوانی منابع طبیعی تاثیر بالایی در موقعیت گردشگری بین المللی هر کشور می تواند برجای بگذارد. از این عطا یا و موهبت های خدادادی، می توان به عنوان پتانسیل هایی جهت به حرکت درآوردن چرخه های اقتصاد و گردشگری یاد کرد.

منابع موجود در عطاای الهی را می توان به صورت شکل زیر، به سه دسته مجزا تفکیک و تقسیم بندی نمود:



شکل (۱): منابع موجود در نظریه عطاای الهی

(۲) نظریه هزینه نسبی^۵ و گردشگری بین المللی؛

تئوری فوق توسط دیوید ریکاردو^۶ و در سال ۱۸۱۷، برای اولین بار مطرح گردید. با مقایسه و بررسی تئوری هزینه های نسبی مبین آن است که کشوری می تواند در تولید کالاها و خدمات دارای مزیت و تخصص های مورد نیاز نسبت به سایر کشورها باشد که کالاها را با قیمت پایین تری عرضه نماید. تفاوت این تئوری با تئوری عطاای الهی در آن می باشد که، تئوری عطاای الهی

¹ International Tourism

² Natural Resources Abundance Theory

³ Heckscher

⁴ Ohlin

⁵ Relative cost theory

⁶ David Ricardo



در رابطه‌ی با داده‌هایی کمی بوده و اما تئوری هزینه‌ی نسبی در رابطه با داده‌ها و عوامل کیفی می‌باشد. اگر کشوری در این میان در بازه‌ای قرار گرفته که می‌تواند کالاها و خدمات را که در آن دارای هزینه‌ی نسبی پایین‌تری نسبت به سایر گروه کشورهای موجود تولید نماید، این به نفع آن کشور می‌باشد که گروه‌های کالایی و خدماتی را که در آن دارای هزینه‌ی نسبی بالاتری نسبت به سایر کشورها می‌باشد را در محدودیت قرار بدهد؛ این هم بدان معنا می‌باشد که اگر این گروه‌های کالایی خاص را می‌تواند با قیمت کمتری از داخل کشور خودش از خارج تهیه نماید، حتما باید این کار را ترتیب اثر بدهد. با تمام موارد و کم و کاستی‌ها و نقاط قوتی که بر این تئوری حادث است، هزینه نسبی می‌تواند به‌عنوان یکی از عوامل محرک در زمینه‌ی مبادلات گردشگری بین‌المللی محسوب بشود. در مباحث مربوط به صنعت گردشگری، ما تنها نمی‌توانیم اجزاء تشکیل دهنده‌ی هزینه اعم از (حمل و نقل، تسهیلات و سایر خدمات وابسته) را مورد تجزیه و تحلیل قرار بدهیم، بلکه در چنین عملی باید حتما ضرایب کیفی قیمت و نیز پیشرفت‌های فن‌آوری و تکنولوژی را برآورد نماییم.

۳) نظریه‌ی برتری مطلق و پیشرفت فن‌آوری^۱ در گردشگری بین‌المللی؛

این تئوری شرح و بسطی از تحلیل آدام اسمیت^۲ در زمینه تجارت‌های بین‌المللی می‌باشد. مزیت مطلق هم نقش شایسته و بسیار مهمی را در زمینه‌ی گردشگری بین‌المللی ایفا می‌نماید. برخی کشورها در سطح جهان دارای منابع گردشگری بکر و منحصربه‌فرد خودشان می‌باشند؛ که این منابع را می‌توان در اکوتوریسم^۳ کشورها که شامل گونه‌های گیاهان، جانوران، هنرها، معماری و غیره مشاهده نمود. اغلب این مزیت‌ها بشر ساخته بوده که پدیده‌ی انحصاری و منحصربه‌فردی کشوری را تعیین می‌نماید. این آثار بشر ساخته قابلیت این را دارند که می‌توان آنها را بازسازی، بهبود، ارتقاء، به‌سازی و غیره کرد، تا به کشورهای میزبان این قابلیت را عطا کند تا خروجی‌های گردشگری خاص‌تر و شکل‌تری نسبت به سایر کشورهای موجود داشته باشد.

۴) نظریه شرایط تقاضا^۴؛

این تئوری برای اولین بار توسط لیندر^۵ در سال ۱۹۶۱ میلادی مطرح گردید. وی در همان سال‌ها توجهش به این مقوله معطوف شد که همیشه تفاوت در سطح عطایای الهی مابین کشورهای جهان روایت کاملی از گردشگری بین‌المللی را شکل نمی‌دهد. به‌طور کلی مشاهده می‌گردد که بعضا بیشترین تعداد مبادلات مابین آن دسته از کشورهایی را می‌توان مثال زد که عمده‌ی فعالیت‌های گردشگری بین‌المللی مابین کشورهای همسایه شکل می‌گیرند. این موارد لیندر را برآن داشت تا تئوری فراوانی منابع طبیعی که در سال ۱۹۱۹ بیان گردید را مورد پسند ندادند و تئوری جدیدی را بر پایه‌ی تقاضای داخلی یا تقاضای عوامل پایه‌ریزی نماید.

۵) جمع‌بندی این چهار نظریه:

به‌طور کلی می‌توان این چهار نظریه مطرح شده که در ارتباط با گردشگری بین‌المللی می‌باشند را در شکل (۱) به‌صورت خلاصه مشاهده کرد.

¹ Theory of Absolute Superiority and Technology Advancement

² Adam Smith

³ Ecotourism

⁴ Theory of Demand Terms

⁵ Linder

نظریه عطایای الهی } به پتانسیل های موجود در کشور مقصد برای جلب و جذب گردشگران ورودی بیشتر از سایر تئوری ها توجه نموده؛

نظریه هزینه نسبی } برای پتانسیل های موجود در کشور مقصد اهمیت کمتری را قائل شده است و بیشتر به سطوح مختلف قیمتی به عنوان عامل ایجادکننده فضای رقابتی در صنعت گردشگری پرداخته؛

نظریه مزیت مطلق } به جاذبه های بکر گردشگری در کشورهای میزبان گردشگران، اهمیت ویژه تری قائل شده است؛ چرا که جاذبه های منحصر به فرد گردشگری، مخاطبان بیشتری را به سمت خودش جذب می نماید.

نظریه شرایط تقاضا } به هر دو عامل مهم مطرح شده یعنی: (۱) پتانسیل های گردشگری و (۲) سطح قیمت رقابتی، توجه ویژه ای شده است.

مأخذ: یافته های پژوهش
شکل (۲): جمع بندی چهار نظریه مرتبط با گردشگری بین المللی

برطبق نظریات مطرح شده، با در نظر گرفتن این مهم که نهاد دولت بسیار نقش کلیدی را در پیشبرد یک جامعه به سمت رشد و ترقی برعهده دارد و با توجه به نظریات پیرامون گردشگری بین المللی، می توان شکافی را یافت که انگار اکثر افراد آن را پشت گوش انداخته و زیاد روی آن سرمایه گذاری نمی نمایند، بر همین اساس تنها فرضیه این پژوهش یعنی تاثیر مثبت و معنادار شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری را می توان نتیجه گرفت.

مروری بر مطالعات پیشین

۱. مطالعات داخلی

(۱) اشرفی پور و حسینی (۱۳۹۱)، در پژوهشی به بررسی اثرات حکمرانی خوب بر توسعه صنعت توریسم پرداخته اند. در این مطالعه با استفاده از روش داده های پانل دیتا، اثرات شاخص های حکمرانی خوب، تولید ناخالص ملی به عنوان شاخص رشد، رشد تکنولوژی اطلاعاتی، میزان تورم به عنوان شاخص زیرساخت اقتصادی و شاخص بهبود وضعیت تحصیلات، بر میزان جذب توریست در ۳۰ کشور منتخب در حال توسعه، طی دوره ۲۰۰۹ - ۱۹۹۶ آزمون گردیده است. برای دستیابی به نتایج بهتر و افزایش قدرت مقایسه در نتایج حاصل شده، آزمون مشابه در مورد ۳۰ کشور عضو OECD نیز در دوره زمانی مشابه انجام گرفته است. نتایج حکایت از آن دارند که در هر دو گروه از کشورهای علیرغم تاثیر مثبت رشد اقتصادی (افزایش تولید ناخالص ملی) و ارتقای سطح اطلاعات بر میزان جذب توریست، افزایش تورم در کاهش میزان توریست در هر دو گروه کشورها موثر بوده، همچنین شاخص سطح سواد در کشورهای OECD در افزایش توریست پذیری مثبت و معنی دار ولی در کشورهای در حال توسعه منتخب، بدون معنا می باشد. در بررسی شش شاخص حکمرانی خوب شامل قدرت پاسخگویی، ثبات سیاسی، حاکمیت قانون، کیفیت مقررات، مبارزه با فساد و اثربخشی دولت، بر میزان جذب توریست در دو گروه کشورهای مورد نظر، نتایج نشان می دهند که بهبود شاخص های حکمرانی نیز اثرات مثبتی در جذب توریست در هر دو گروه از کشورها دارد.

(۲) شریفی رنانی و همکاران (۱۳۹۲)، به بررسی نقش حکمرانی خوب بر جذب گردشگر در کشورهای منتخب حوزه اوپک پرداخته اند. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش حکمرانی خوب در جذب گردشگر برای منتخبی از کشورهای اوپک و یافتن مؤثرترین شاخص از میان چهار شاخص حکمرانی مورد مطالعه بر جذب گردشگر در کشورهای مورد نظر بوده است. الگوهای مورد بررسی در این پژوهش با استفاده از روش داده های تابلویی برای تعداد ۱۰ کشور در بازه زمانی ۱۹۹۶-۲۰۱۱ برآورد

شده‌اند. برای انجام تخمین الگوها از آزمون‌های ریشه واحد فیشر و لوین لین چو، آزمون‌های هاسمن، بروش پاگان، نسبت درست‌نمایی، وولدریج و روش تخمین رگرسیونی GLS استفاده شده است. نتایج حاصل از تخمین الگوها نشان دهنده تأثیر مثبت و معنی‌دار متغیرهای مورد استفاده در این مطالعه که عبارتند از تولید ناخالص داخلی، نرخ ارز، حاکمیت قانون، ثبات سیاسی، کارایی و اثر بخشی دولت و کنترل فساد بر تعداد گردشگران وارد شده به کشورها بوده، که از میان شاخص‌های مورد بررسی، کارایی و اثر بخشی دولت تأثیر بیشتری بر جذب گردشگر در کشورهای مورد مطالعه دارد. از طرفی نتایج حاصل از تخمین، تأثیر منفی و معنی‌دار درآمدهای نفتی بر تعداد گردشگران وارد شده به کشورهای مورد مطالعه را مورد تأیید قرار می‌دهد.

۳) طیبی و همکاران (۱۳۹۴)، به ارزیابی شاخص‌های حکمرانی خوب شهری در شهرهای مقصد گردشگری به روش IPA^۱ (مطالعه موردی: شهر تنکابن) پرداخته‌اند، که هدف این تحقیق شناخت جامع میزان اهمیت حکمرانی خوب شهری و ارزیابی عملکرد شاخص‌های حکمرانی خوب شهری در شهر تنکابن، به‌عنوان یکی از شهرهای مقصد گردشگری، است. روش تحقیق و گردآوری مطالب از نوع پیمایشی و تحلیلی مبتنی بر پرسش‌نامه است که پس از تأیید روایی پرسش‌نامه، در اختیار کارشناسان برجسته، مهندسان مشاور و اعضای گروه تخصصی شهرسازی نظام مهندسی استان مازندران و همچنین استادان صاحب‌نظر دانشگاه مازندران، با شرط داشتن تحصیلات دانشگاهی کارشناسی ارشد یا دکترا در زمینه مدیریت شهری، برنامه‌ریزی شهری و سایر رشته‌های مرتبط با امور شهری، قرار گرفت. برای تحلیل آماری از روش IPA استفاده شده است. مهم‌ترین شاخص با کمترین عملکرد، شاخص مشارکت شهروندان تعیین شده که سنگ بنای حکمرانی خوب شهری به‌منزله روش مدیریت مشارکتی است. شاخص امنیت نیز بالاترین عملکرد را در این شهر داشته است. در نهایت، نتیجه‌گیری شده است که شاخص‌های حکمرانی خوب شهری، با وجود اهمیت بالای آن‌ها، عملکرد پایینی در مدیریت شهر تنکابن داشت که راهکارهایی به منظور ارتقای آن در این مطالعه ارائه گردیده است.

۴) شاه‌آبادی و تلیایی (۱۳۹۵)، در پژوهشی به بررسی تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای درحال توسعه منتخب پرداخته‌اند. در این مطالعه با توجه به تفاوت قابل ملاحظه کشورهای توسعه‌یافته با کشورهای در حال توسعه در جذب عایدات گردشگری بین المللی، اقدام به بررسی تأثیر شاخص نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای منتخب در حال توسعه طی دوره ۲۰۱۲-۲۰۰۰ گردیده است. یافته‌های این تحقیق بیانگر تأثیر مثبت و معنادار شاخص نهاد حکمرانی بر درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه دارد. این مطلب بیان‌کننده لزوم حرکت جدی کشورهای در حال توسعه نسبت به بهبود اجزای شاخص حکمرانی است. علاوه بر این، یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد توسعه زیرساخت فناوری ارتباطات و اطلاعات و سطح آموزش عمومی اثر مثبتی بر درآمد گردشگری بین المللی دارد. براساس نتایج ضریب تخمینی شاخص مخارج بهداشت بی معناست. همچنین نتایج حاصله از این تحقیق نشان می‌دهند که علاوه بر افزایش درآمد سرانه واقعی و جمعیت کشورها و نرخ ارز، زیرساخت‌های حمل و نقل از اهمیت بسزایی در جذب گردشگر برخوردار بوده‌اند.

۵) پورنامدار (۱۳۹۵)، در پژوهشی به دنبال بررسی تأثیر نرخ ارز بر فرآیند جذب گردشگر در کشورهای منتخب حوزه منا با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی طی دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۴ بوده است. نتایج این مطالعه که با استفاده از نرم‌افزارهای اقتصادسنجی برآورد گردیده است دلالت بر تأثیر مثبت و معنادار نرخ حقیقی موثر ارز، درآمد سرانه، شاخص تعداد پروازهای مستقیم بین کشورها، جمعیت، تعداد کاربران اینترنت، مخارج دولت در زمینه آموزش و سلامت بر تعداد گردشگران وارد شده به این مجموعه کشورهای مورد مطالعه دارد.

۶) عارفی (۱۳۹۶)، در پژوهشی به بررسی تأثیر حکمرانی خوب و گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای عضو اوپک پرداخته است. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش حکمرانی خوب و گردشگری بر رشد اقتصادی برای کشورهای اوپک است. الگوهای موردبررسی در این پژوهش با استفاده از روش داده‌های تابلویی برای ۲۱ کشور در بازه زمانی ۲۰۱۳-۲۰۰۳ برآورد شده‌اند. برای انجام تخمین الگوها از آزمون‌های ریشه واحد، آزمون‌های هاسمن و آزمون اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج حاصل از

¹ Importance-Performance Analysis

تخمین الگوها نشان می‌دهد که متغیرهای تعداد گردشگران وارد شده، نرخ ارز، نرخ تورم، حاکمیت قانون، کنترل فساد و حق اظهار نظر و پاسخگویی تأثیر مثبت و متغیرهای نرخ تورم، ثبات سیاسی، کارایی و اثربخشی دولت، کیفیت قوانین و مقررات اثر منفی بر رشد اقتصادی کشورهای عضو اوپک داشته است.

۲. مطالعات خارجی

۱) دریایی و همکاران^۱ (۲۰۱۲)، در پژوهشی به این مهم می‌پردازند که حکمرانی خوب یکی از مهمترین عوامل در کشورهای در حال توسعه می‌باشد. با عنایت به اهمیت مقوله گردشگری در اقتصاد کشورها، در این مطالعه با استفاده از روش‌های داده‌های پانل، به بررسی اثر شاخص حکمرانی خوب، رشد تولید ناخالص داخلی، رشد فناوری، نرخ تورم و شاخص هزینه‌های آموزشی دولت بر توسعه صنعت گردشگری در ۳۰ کشور منتخب در حال توسعه و مجموعه کشورهای OECD در بازه‌ی سالیانه ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۹، می‌پردازد. نتایج حاصل از این پژوهش بیان می‌دارد که هر دو مجموعه کشورها رشد اقتصادی و سطح فناوری تأثیر مثبتی از خود بروز داده‌اند و سطح آموزش در کشورهای OECD تأثیر مثبت داشته و در کشورهای در حال توسعه این مهم معنادار نگشته است. و نیز، میانگینی از ۶ زیر شاخص حکمرانی که در قالب شاخص حکمرانی خوب در این مطالعه بیان گشته است، تأثیری مثبت و معنادار در هر دو گروه کشورهای مورد مطالعه از خود بر جای گذاشته است.

۲) مامی‌پور و نظری^۲ (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای تحت عنوان میزان سهم توسعه گردشگری در رشد اقتصادی در استان‌های ایران، به تخمین تأثیرات گردشگری روی رشد اقتصادی استان‌های کشور ایران ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۰ می‌پردازد. برای تخمین این مهم از روش پانل دیتا در اقتصاد سنجی استفاده شده است. این پژوهش نشان می‌دهد که میان درآمدهای حاصله از گردشگری و رشد اقتصادی در استان‌های ایران رابطه‌ای مثبت برقرار می‌باشد. همچنین اثبات می‌نمایند که به ازای هر ۱۰ درصد افزایش در مصارف گردشگری، ۱۱ درصد افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه را به دنبال دارد. دیگر نتایج این پژوهش عبارتند از: رابطه‌ی مثبت میان سرمایه انسانی و فیزیکی و رابطه‌ی منفی میان نرخ بیکاری و شاخص قیمتی مصرف کننده^۳، با رشد اقتصادی به دست آمده است.

۳) لیتائو^۴ (۲۰۱۵)، تحقیقی را در بازه‌ی ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۳ برای کشور پرتغال انجام داده است. در این پژوهش، از روش‌های اقتصاد سنجی برای تجزیه و تحلیل نتایج و تخمین مدل مربوطه بهره گرفته شده است. از جمله آزمون‌های ریشه واحد و پنل پویا (GMM^۵)، آزمون‌هایی بوده‌اند که در این تحقیق از آن‌ها بهره گرفته شده است. با توجه به تخمین و برآورد مدل به روش پانل پویا، قیمت‌های نسبی، درآمد سرانه، سرمایه انسانی و هزینه‌های دولت تأثیرگذار بوده‌اند بر تقاضای بین-المللی گردشگری کشور پرتغال و این متغیرها تقاضای بین‌المللی گردشگری را در پرتغال تشویق می‌نمایند.

۴) غلام‌علی و همکاران^۶ (۲۰۱۸)، در مطالعه‌ی خود با استفاده از مدل الگوی خود بازگشت برداری ساختاری (SVAR) درصد بررسی شوک‌هایی در اقتصاد کلان بر میزان درآمدهای صنعت گردشگری کشور مالزی هستند؛ و به دنبال بررسی آن بوده‌اند که در بازه‌ی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۲ اقتصاد این کشور چه رفتارهایی را در مقابل شوک‌های تغییر قیمت نفت، نرخ ارز، تغییر در سطح قیمت‌ها، صادرات، رشد اقتصادی و درآمدهای گردشگری از خود نشان می‌دهد. نتایج حاصله از این پژوهش حاکی از آن می‌باشد که شوک‌های قیمت نفت، رشد اقتصادی، نرخ ارز و صادرات تأثیر معکوسی بر درآمدهای گردشگری دارند، به جز شاخص قیمت مصرف کننده که تأثیر مثبتی را در این پژوهش از خود نشان داده است.

۵) شمائی و یوسفی^۷ (۲۰۱۸)، در پژوهشی به تحلیل نقش حاکمیت خوب درآمدهای پایدار گردشگری (پرونده: شهر مسجد سلیمان) مبادرت ورزیده‌اند. روش این تحقیق از نوع پیمایشی-اکتشافی بوده و داده‌ها از نوع تحقیق کمی و کیفی بوده و روش

¹ Daryaei and et al

² Mamipur and Nazari

³ CPI

⁴ Leitao

^۵ گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی

⁶ GhulamAli and et al



دسترسی به داده ها به صورت اسنادی و پیمایشی می باشد. جامعه مورد مطالعه ۳۰ نفر از متخصصان شهری است و روش نمونه گیری انتخابی و هدفمند است. به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از آمار استنباطی (آزمون t-test) در نرم افزار SPSS استفاده شد و همچنین برای وزن دهی متغیرهای در نظر گرفته شده توسط مدل های تصمیم گیری چند معیاره از نرم افزارهای ANP و Super vendim استفاده شد. یافته ها حاکی از آن است که از بین متغیرهای حاکمیت خوب شهری که تأثیرگذاری بر درآمد شهری پایدار دارد، شاخص های تجهیز زیرساخت ها و تسهیلات برای جذب سرمایه گذاری خصوصی در جهانگردی بیشترین وزن را داراست و شاخص برابری همه سهامداران در برابر مزایا و برنامه های توسعه گردشگری، کمترین وزن را به خود اختصاص داده است.

۶) بoga و ارکیسی^۱ (۲۰۱۹)، در تحقیقی رابطه ی کوتاه مدت و بلندمدت میان درآمدهای گردشگری و رشد اقتصادی را نشان داده اند. این پژوهش شامل ۴۸۳ داده در بازه سالیانه ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۷ برای ۲۱ کشور آسیایی و اقیانوسیه صورت گرفته است. یک نتیجه دوطرفه در این پژوهش قابل رویت است: ۱) درصد افزایش در میزان رشد اقتصادی میزان درآمدهای گردشگری را ۱٫۹ درصد در بلندمدت افزایش می دهد و بالعکس و ۲) درآمدهای گردشگری بر رشد اقتصادی تأثیر می گذارند، و با هر ۱ درصد افزایش در درآمدهای گردشگری، رشد اقتصادی به میزان ۰٫۴۹ درصد در بلندمدت افزایش می یابد و بالعکس. همچنین فرضیه ای که مربوط بر رابطه ی دوطرفه میان درآمدهای گردشگری و رشد اقتصادی بوده است، مورد تایید واقع می شود.

اهداف و فرضیه های پژوهش

هدف اصلی این پژوهش بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری در مجموعه کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا می باشد. بر همین اساس، به منظور بررسی رابطه و اثر بین شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری تنها فرضیه انتخابی این پژوهش با توجه به مبانی نظری و مطالعات تجربی گذشته از قرار زیر می باشد:

شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری اثر مثبت و معناداری دارد.

روش پژوهش

در این پژوهش به منظور ارزیابی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری از تکنیک داده های تابلویی پویا^۲ و از روش گشتاور تعمیم یافته سیستمی^۳ برای ۱۴ کشور منتخب جنوب غربی آسیا در طی دوره سال های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ استفاده شده است.

الگوهای اقتصادسنجی با رابطه های پویا، به وسیله ی وارد شدن وقفه یا وقفه هایی از جنس متغیر وابسته به عنوان متغیر توضیحی (متغیرهای سمت راست مدل) مشخص می گردد. روش گشتاورهای تعمیم یافته، اولین بار توسط هانسن^۴ (۱۹۸۲) شرح و بسط یافت که چارچوبه ای آسان را به جهت بدست آوردن تخمین هایی با کارایی مجانبی فراهم می سازد. این روش اثرات پویای متغیر وابسته را در بر می گیرد. اگر متغیر وابسته با مقادیر باوقفه وارد الگو بگردد، سبب خواهد شد که بین متغیرهای توضیحی و جملات اخلاص (پسماندها) همبستگی به وجود آید که در نتیجه استفاده از روش حداقل مربعات معمولی^۵ نتایج توروش دار و ناسازگاری را نشان خواهد داد؛ که این ایراد مطرح شده را روش گشتاورهای تعمیم یافته می تواند با بکارگیری متغیرهای ابزار^۶ بر طرف نماید.

¹ Boga and Erkisi

² Dynamic Panel Data

³ System Generalized Method of Moments

⁴ Hansen

⁵ OLS

⁶ Instrumental variables

اما از آنجایی که در الگوی داده‌های تابلویی پویا، وقفه‌ی متغیر وابسته با جمله اخلاص همبستگی ایجاد می‌نماید، همانند آرانو و باند^۱ از وقفه‌ی دوم متغیر وابسته و وقفه‌های سایر متغیرها (در چارچوب یک فرم بازگشتی^۲) به‌عنوان ابزاری برای وقفه‌ی متغیر وابسته مبتنی بر روش گشتاور تعمیم یافته استفاده می‌شود. تخمین زن (GMM) که توسط آرانو و باند (۱۹۹۱) پیشنهاد گردید به جهت رهایی از معضل اثرات خاص مربوط به مقاطع (افراد) و تمامی رگرس کننده‌های ثابت نسبت به زمان، اساساً از الگوی موجود تفاضل‌گیری می‌نماید. همچنین در این روش برای رفع همبستگی متغیر وابسته با وقفه و جمله خطا، وقفه متغیرها به عنوان ابزار در تخمین زن، گشتاور تعمیم یافته سیستمی دو مرحله‌ای^۳ به کار گرفته می‌شود. تخمین زن دو مرحله‌ای به صورت مجانبی در صورت وجود واریانس ناهمسانی جزء خطا بهینه‌تر و کاراتر عمل می‌نماید. شرایط گشتاوری از شرایط متعامد بودن بین خطاهای تفاضل‌گیری شده و مقادیر وقفه‌دار متغیر وابسته استفاده می‌نماید. در این پروسه فرض بر این گذاشته می‌شود که اخلاص‌های اصلی همبستگی سریالی^۴ ندارند. که در آن از روش و آزمون آرانو و باند برای آزمون همبستگی سریالی در اخلاص‌ها بهره گرفته می‌گردد. در این الگو، از آزمون سارگان^۵ به جهت آزمون قیده‌های شناسایی بیش از حد استفاده می‌شود تا معتبر بودن متغیرهای ابزاری مورد بررسی قرار بگیرد (بالتاجی^۶، ۲۰۰۵).

با توجه به اینکه متغیر وابسته ما در این پژوهش از جنس درآمد می‌باشد و از آنجایی که می‌دانیم درآمدهای گردشگری بر سال‌های قبل و بعد خودش نیز تاثیر گذار است (به‌عنوان مثال امسال ۱۰۰۰ نفر گردشگر از یک نقطه توریستی بازدید به عمل می‌آوردند، لذا بخشی از درآمدهای کسب شده از این افراد در طی سال‌های متوالی در این نقطه توریستی صرف بازسازی و ارتقاء و غیره می‌گردد و همین امر موجب توسعه‌ی این بنا و بالابردن امکانات آن می‌شود)، به این ترتیب سال‌های بعدی گردشگر بیشتری را به سمت خود جلب و جذب می‌نماید و درآمدهای گردشگری آن سال‌ها را افزایش خواهد داد. به همین دلیل می‌توان اتکا کرد که برای این متغیرها از مجموعه کشورهای منتخب می‌توان از روش گشتاور تعمیم یافته برای ارزیابی تاثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری بهره گرفت.

اما داده‌های این مطالعه از وب سایت بانک جهانی^۷، پایگاه شاخص‌های توسعه‌ی جهانی^۸ و پایگاه شاخص‌های حکمرانی جهانی^۹ استخراج گردیده است. همین‌طور انتخاب کشورها از میان کشورهای در حال توسعه منتخب جنوب غربی آسیا بوده که براساس دسترسی به داده‌های در دسترس براساس جامعه مورد مطالعه، از میان ۲۲ کشور موجود در نهایت ۱۴ کشور^{۱۰} منتخب برگزیده شده‌اند. مهم‌ترین دلیل انتخاب این مجموعه کشورها به جهت موقعیت جغرافیایی و اقلیمی نزدیک و مرادفات و مبادلاتی که با کشور ایران داشته‌اند بوده است. در این بررسی برای انجام تخمین‌ها و برآوردهای لازم از نرم‌افزار استاتا^{۱۱} بهره گرفته خواهد شد.

در این بخش با الهام از مبانی نظری و مطالعات تجربی بوگا و ارکسی (۲۰۱۹)، لیتانو (۲۰۱۵)، دریایی و همکاران (۲۰۱۲)، شاه‌آبادی و تلیابی (۱۳۹۵)، شریفی رنایی و همکاران (۱۳۹۲) و اشرفی پور و حسینی (۱۳۹۱) و نیز الگوی داده‌های تابلویی معرفی و استفاده شده توسط بالتاجی (۲۰۰۵)، معادله‌ای که برای بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا به صورت زیر تصریح گردیده است:

¹ Arlano and Band

² Recursive form

³ Two Step GMM

⁴ Serial Correlation

⁵ Sargan

⁶ Baltagi

⁷ World Bank

⁸ World Development Indicators (WDI)

⁹ World Governance Indicators (WGI)

^{۱۰} در این پژوهش با توجه به محدودیت‌ها و نبود آمار و اطلاعات برخی از کشورها در نهایت ۱۴ کشور مورد مطالعه در این پژوهش عبارتند از: ایران، ارمنستان، آذربایجان، گرجستان، اردن، قزاقستان، کویت، لبنان، عمان، پاکستان، قطر، عربستان سعودی، تاجیکستان و ترکیه.

¹¹ STATA

$$(TR)_{it} = \beta_{0i} + \gamma(TR)_{i(t-1)} + \beta_1(GGI)_{it} + \beta_2(OER)_{it} + \beta_3(GDPP)_{it} + \beta_4(TO)_{it} + U_{it} \quad (1)$$

که در رابطه شماره (۱)، $U_{it} = \mu_i + \lambda_i + v_{it}$ بوده که در آن μ_i نشان دهنده اثرات خاص کشور و λ_i نشان دهنده اثر خاص سال می‌باشد. که در ذیل به بیان جزئی‌تر از هر یک از این موارد می‌پردازیم.

۱. تعاریف و منابع متغیرها

منابع اطلاعاتی و تعاریف هر یک از متغیرهای مدل موردنظر در جدول (۱) خلاصه شده است.

جدول (۱): متغیرهای مورد استفاده در مدل، تعاریف کوتاه و منابع آماری

| منبع | تعریف | متغیر |
|-----------------------------------|---|-----------------|
| بانک جهانی | لگاریتم طبیعی درآمد حاصل از صنعت گردشگری کشور t ام در سال t ام، (به میلیارد دلار جاری آمریکا)؛ | TR |
| پایگاه شاخص‌های حکمرانی جهانی | شاخص حکمرانی خوب ^۱ ؛ | GGI |
| بانک جهانی | نرخ ارز رسمی ^۲ (بر پایه دلار آمریکا)؛ | OER |
| پایگاه شاخص‌های توسعه‌ای جهانی | لگاریتم طبیعی تولید ناخالص داخلی سرانه واقعی براساس قدرت خرید ^۳ ؛ | GDPP |
| بانک جهانی | لگاریتم طبیعی باز بودن تجاری ^۴ ؛ | TO ^۴ |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

۲. متغیرهای توضیحی مورد استفاده در مدل

در ابتدا ذکر این نکته الزامی بوده که درآمدهای حاصل از گردشگری (TR)، به پیروی از مطالعات بوگا و ارکسی (۲۰۱۹)، پانیک^۶ (۲۰۱۵) و چو^۷ (۲۰۱۰) به منظور حفظ گستردگی صنعت گردشگری از شاخص میزان عایدات گردشگران بین‌المللی^۸ (بر حسب دلار رایج کشور آمریکا) به عنوان متغیر وابسته بهره گرفته شده است.

• شاخص حکمرانی خوب (GGI): برای این مهم تعاریف متعددی ارائه گردیده است. سازمان همکاری توسعه اقتصادی و توسعه همکاری (OECD) حکمرانی خوب را توانایی کار با محیط‌های مختلف برای دستیابی به تعادل در سطوح مختلف

^۱ از ترکیب شش زیرشاخص اصلی حکمرانی معرفی شده توسط بانک جهانی به واسطه‌ی تکنیک آنالیز عامل‌های اصلی (PFA) توسط نرم‌افزار SPSS به دست آمده است (نتایج و روش دقیق در پی‌نوشت‌ها ذکر گردیده شده است).

^۲ Official exchange rate

^۳ Real Gross domestic product per capita based on purchasing-power-parity in current prices. (From WDI2017 Report)

^۴ Trade Openness

^۵ این مهم از نسبت مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی (به قیمت ثابت ۲۰۱۰ دلار آمریکا) محاسبه گشته است.

^۶ Panyik

^۷ Cho

^۸ International Tourism Receipts



محلی و بین المللی می داند و از طرفی دیگر، لیون^۱ حکمرانی خوب را اینگونه تعریف می نماید: مدیریت اثربخشی منابع اقتصادی و اجتماعی یک کشور. به گونه ای که چنین مدیریتی شفاف، پاسخگو، عدالت جو و باز باشد (لیون، ۲۰۰۰).
بنابر مقیاس های سنجشی که توسط بانک جهانی برای این شاخص ارائه گردیده است، این مهم را با شش زیرشاخص مهم و تاثیرگذار که عبارتند از: (۱) حق اظهار نظر و پاسخگویی^۲؛ (۲) ثبات سیاسی^۳؛ (۳) کارایی و اثربخشی دولت^۴؛ (۴) کیفیت قانونگذاری^۵؛ (۵) حاکمیت قانون^۶ و (۶) کنترل فساد^۷، برای هر کشوری مورد سنجش و ارزیابی قرار می دهند. که در این پژوهش ما به لطف روش های آماری موجود (ارائه شه در پی نوشت ها)، این شش زیر شاخص را تبدیل به یک شاخص نهایی تحت عنوان حکمرانی خوب تبدیل کرده ایم و با توجه به مبانی نظری و نیز مطالعات گذشته از جمله: دریایی و همکاران (۲۰۱۲)، شمائی و یوسفی (۲۰۱۸)، شریفی رنانی و همکاران (۱۳۹۲) و شاه آبادی و تلیابی (۱۳۹۵) انتظار تاثیر مثبت و معنادار این متغیر را بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری داریم. در ادامه متغیرهای توضیحی کنترل که در کنار متغیر حکمرانی خوب قرار داده شده اند، که از مطالعات پیشین استخراج گردیده و مورد بررسی و معرفی قرار می گیرند.

- نرخ ارز رسمی (OER): به هر میزان که نرخ ارز رسمی بالاتر باشد، توان رقابت پذیری تولیدات و خدمات داخلی به نسبت تولیدات خارجی ارزان تر بوده و بدین جهت بیشتر خواهد بود. این مهم برای گردشگران بسیار حائز اهمیت می باشد و از این رو، هزینه های زندگی در کشور مقصد نسبت به کشور مبدا و نرخ ارز رسمی بر انگیزه ی سفر موثر هست. پس دیگر متغیر اثرگذار در فرآیند این مطالعه نرخ ارز بوده که از درون مبانی نظری و اغلب مطالعات پیشین از جمله: پورنامدار (۱۳۹۵) و عارفی (۱۳۹۶) تاثیر مثبت آن نیز قابل رویت است. شایان ذکر است که این متغیر با یک دوره تفاضل-گیری وارد مدل گردیده است.

- درآمد سرانه (GDP): درآمد سرانه کشور مبدا یکی از مهم ترین متغیرهای تاثیرگذار بر درآمد گردشگری کشور مقصد است. به صورت دیگر، از آنجایی که گردشگری معمولاً به عنوان کالای نرمال و یا لوکس به حساب می آید، این متغیر نسبت به سطح درآمد حساسیت بیشتری نشان داده و به عنوان یکی از متغیرهای حائز اهمیت و تعیین کننده در معادله درآمد گردشگری وارد می گردد. در این پژوهش از متغیر درآمد سرانه واقعی براساس قدرت خرید بهره گرفته شده است. در اکثر مطالعات صورت گرفته از جمله: شریفی رنانی و همکاران (۱۳۹۲)، پورنامدار (۱۳۹۵) و شاه آبادی و تلیابی (۱۳۹۵) متغیر تولید ناخالص داخلی سرانه از متغیرهای کنترلی بسیار تاثیرگذار بوده است.

- بازبودن تجاری (To): این مهم که از حاصل کسر مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی محاسبه می گردد، یکی از اصول مهم در ارزیابی و سنجش توسعه یافتگی اقتصاد کشورهاست. بدین گونه که هرچه مرزهای یک کشور به روی صادرات و واردات بازتر باشند و به عبارتی صورت کسر ذکر شده بزرگتر باشد، در نتیجه می گوئیم آن کشور و آن اقتصاد دارای درجه تجاری بازتر و آزادتری می باشد. این متغیر هم بنا به مطالعات پیشین از جمله بوگا و ارکسی (۲۰۱۹) و زمانی (۱۳۹۲) می تواند از دیگر متغیرهای مهم و تاثیرگذار بر درآمدهای گردشگری در نظر گرفته گردد.

در ادامه، از این نکته نباید غافل گردید که گردشگری تحت تاثیر شوک های طبیعی، جنگ، تغییراتی در سیاست ها، سلايق، تبلیغات، انتظارات، بی ثباتی سیاسی، تروریسم و دیگر رویدادهای خاص قرار می گیرد. با عطف به این مهم که داده های موارد ذکر شده در دسترس نبوده، موارد مذکور به عنوان جزء اخلاص یا عبارت خطا وارد مدل گردیده و مورد آزمون قرار می گیرند.

¹ Lyon

² Voice & Accountability

³ Political Stability

⁴ Government Effectiveness

⁵ Regulatory Quality

⁶ Rule of Law

⁷ Control of Corruption

هدف و فرضیه اصلی پژوهش

به منظور بررسی رابطه و اثر بین شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری تنها فرضیه انتخابی این پژوهش باتوجه به مبانی نظری و مطالعات تجربی گذشته از قرار زیر می باشد:

شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری اثر مثبت و معناداری دارد.

یافته‌ها

به جهت دستیابی به یک تخمین غیرکاذب بین متغیرهای الگو، متغیرهای حاضر در رگرسیون بایستی ایستا باشند و یا ترکیب آن‌ها با همدیگر ایستا باشند. در صورتی که داده‌های مورد استفاده در یک پژوهش غیر ایستا باشند، نتایج حاصله از تخمین‌ها ما را به سمت یک رگرسیون کاذب سوق خواهد داد. اما در مورد آزمون مانایی داده‌های تابلویی این پژوهش باتوجه به اینکه سال‌های مورد مطالعه (با توجه به محدودیت جغرافیایی و آماری) شش سال در نظر گرفته شده است، و با عطف به مفاهیم موجود در کتاب بالتاجی، برای داده‌های تابلویی زیر ۱۵ سال نیازی به انجام آزمون مانایی نمی باشد (بالتاجی، ۲۰۰۵).

اما در ادامه، نتایج حاصل از برآورد اثرات متغیر شاخص آمادگی شبکه‌ای به عنوان متغیرهای توضیحی اصلی و دیگر متغیرهای کنترل بر سطح درآمدهای حاصل از گردشگری (متناظر با الگوی شماره (۱))، با استفاده از روش داده‌های تابلویی پویا (رویکرد SGMM) در جدول شماره (۲) به نمایش در آمده است. نتایج الگو حاکی از آن است که تمام ضرایب استخراج شده در سطح خطای کمتر از پنج درصد معنادار بوده و در نتیجه تمامی این ضرایب تاثیر مثبت و معناداری داشته‌اند.

جدول (۲): نتایج برآورد الگو به روش GMM دو مرحله‌ای

| ارزش احتمال | مقدار آماره Z | ضرایب | نام متغیرهای توضیحی |
|-------------|---------------|---------|---------------------|
| ۰,۰۰۰ | ۴,۶۴ | ۰,۶۵۵ | GGI |
| ۰,۰۰۰ | ۱۲,۳۱ | ۰,۰۰۰۴ | Ln(OER) |
| ۰,۰۰۰ | ۱۳,۹۵ | ۲,۶۸۳ | Ln(GDPP) |
| ۰,۰۰۰ | ۳,۵۴ | ۰,۲۴۶ | Ln(TO) |
| ۰,۰۰۰ | -۱۳,۴۷ | -۶۸,۵۱۰ | Cons |

ماخذ: یافته‌های پژوهش

باتوجه به اطلاعات بدست آمده از نتایج جدول (۲) یافته‌های ذیل (با سطح اطمینان آماری ۹۵ درصد) قابل برداشت می باشند:

✓ ضریب تخمینی شاخص حکمرانی خوب به عنوان یکی از متغیرهای حائز اهمیت در این پژوهش بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری تاثیر مثبت و معنادار داشته با این تفسیر که، با یک درصد افزایش در میزان شاخص حکمرانی خوب درآمدهای گردشگری به میزان ۰,۶۵۵ درصد افزایش پیدا می نماید. این یافته‌ی بسیار مهم بر تنها فرضیه مطرح شده در این مطالعه جامعه عمل پوشانیده و نتیجه بدست آمده هم‌راستا با مبانی نظری و مطالعات تجربی به‌ویژه پاکزادسلکی (۱۳۹۳)، زمانی (۱۳۹۲) و بوهایلیس و دیمزی^۱ (۲۰۰۴) نیز می باشد.

¹ Buhalis and Deimezi

✓ ضریب تخمینی نرخ ارز رسمی بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری تاثیری مثبت و معنادار داشته با این تفسیر که، با یک درصد افزایش در میزان نرخ ارز رسمی درآمدهای گردشگری به میزان ۰,۰۰۰۴ درصد افزایش پیدا می- نماید. این مهم با نتایج مطالعات غلامعلی و همکاران (۲۰۱۸) و پورنامدار (۱۳۹۵) همسو می باشد.

✓ ضریب تخمینی درآمدسرانه نیز بر درآمدهای گردشگری مثبت و معنادار بوده بدین صورت که به ازای یک درصد افزایش در بین متغیر میزان درآمدهای حاصل از گردشگری به میزان ۲,۶۸۳ درصد افزایش می یابد، بنابراین بهبود وضعیت درآمدی کشورها از عوامل موثر بر میزان عایدات حاصل از گردشگری بوده که این مهم با نتایج پورنامدار (۱۳۹۵)، زمانی (۱۳۹۲) و لیتانوف (۲۰۱۵) همسو می باشد.

✓ ضریب تخمینی درجه بازبودن تجاری نیز مثبت و معنادار بوده، بدین صورت که با یک درصد افزایش در بازبودن تجاری میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری به میزان ۰,۲۴۶ درصد افزایش می یابد. ذکر این نکته هم الزامیست که آماره والد تست^۱ که برای آزمودن اینکه آیا پارامتر تخمین زده شده توسط نمونه برابر با پارامتر مورد نظر است یا نه و بعضاً به جای آزمون تی^۲ مورد بررسی قرار می گیرد، با مقدار آماره ۳۲۱۱۴ و سطح احتمال خطا صفر درصد برای تخمین مدل (۱) بدست آمده، که فرض صفر این آزمون که مبنی بر بی اثر بودن متغیرها در مدل رگرسیونی است رد می گردد. البته در جدول (۶) هفت مدل تخمین زده شده (متغیر شاخص حکمرانی خوب و شش زیرشاخص آن)، آورده شده است که حکایت از تاثیر مثبت معنادار هر شش شاخص بر میزان درآمدهای صنعت گردشگری دارد.

همان گونه که قبل نیز اشاره شد، مدل مورد اتخاذ در این مطالعه مدل پانل پویا بوده و ارجحیت این مدل نسبت به مدل های پانل دیتای معمولی بدین جهت می باشد که در مدل های پویای معمولی به دلیل در نظر گرفتن اثرات ثابت نمی توان مشکل همبستگی اثرات مقطعی یا متغیرهای مستقل را حل کرد؛ بدین ترتیب از مدل پانل پویا که اثرات تعدیل پویای متغیر وابسته را مدنظر قرار می دهد استفاده گردیده است (کریمی تکانلو و زنج پور، ۱۳۹۲: ۱۸۴-۱۹۱). در ادامه، برای بررسی امکان استفاده از تخمین داده های تابلویی پویا ضروری است تا مشخص بودن معادله مورد بررسی قرار داده شود. پس از تخمین نهایی الگو، برای آزمون مشخص بودن معادله (الگوی پژوهش) از آماره آزمون سارگان که مبتنی بر آزمون جی^۳ است بهره گرفته می- شود.

نتایج آزمون سارگان در جدول (۳) ارائه گردیده است؛ که بر مبنای نتایج حاصله از این آزمون، باتوجه به اینکه فرضیه صفر (که مبنی بر مشخص بودن معادله بوده) رد نمی گردد و در نتیجه متغیرهای ابزاری به کار گرفته شده در تخمین الگو از اعتبار لازم برخوردار هستند (هیچگونه ارتباطی میان اجزاء اخلاص و متغیرهای ابزاری بکار گرفته شده وجود ندارد). پس بنابراین، استفاده از متغیرهای ابزاری^۴ برای کنترل همبستگی میان متغیرهای توضیحی و جملات اختلال در معادله الگو امری ضروری قلمداد می گردد.

جدول (۳): نتایج آزمون سارگان

| ارزش احتمال | مقدار آماره جی دو |
|-------------|-------------------|
| ۰,۶۰۰ | ۱۱,۱۴۰ |

مأخذ: یافته های پژوهش

^۱ Wald Test

^۲ T Test

^۳ J Tests

^۴ Instrument Variable (IV)

نکته‌ای که در اینجا حائز اهمیت است این می‌باشد که ارزش احتمال بدست آمده باتوجه به بالتاجی (۲۰۰۵)، باید بالاتر از سطح ۵ درصد باشد، که در جدول فوق این مهم تداعی گشته است. در نتیجه، متغیر ابزاری از اعتبار لازم برخوردار می‌باشد.

آزمون دیگر، آزمون همبستگی سریالی در جملات خطای تفاضلی مرتبه اول به واسطه‌ی آماره M می‌باشد. همبستگی سریالی با یک مرتبه بدین معنا است که پسماندها از یک فرآیند میانگین متحرک^۱ با مرتبه مشابه تبعیت می‌نمایند. نتایج به دست آمده از بررسی خودهمبستگی میان جملات اخلاص در جدول (۴) نشان دهنده‌ی این مهم می‌باشد که در سطح خطای ۵ درصد خودهمبستگی مرتبه اول^۲ و خودهمبستگی مرتبه دوم^۳ وجود نداشته و تخمین زنده‌ها دارای ویژگی سازگاری هستند.

جدول (۴): نتایج آزمون خودهمبستگی الگوی داده‌های تابلویی پویا

| شرح | مقدار آماره Z | ارزش احتمال |
|-----------|---------------|-------------|
| مرتبه اول | ۰,۷۷۸ | ۰,۴۳۷ |
| مرتبه دوم | -۰,۸۹۲ | ۰,۳۷۳ |

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

اقتصاد یعنی دستیابی به عایدی بهینه با استفاده از منابع کمیاب. مهم نیست فردی در حال جست‌وجوی منافع روحی حاصل از سفر است، کسب‌وکاری در حال ارائه کالاها و خدمات به گردشگران است و یا دولت میزبان به گردشگری به منزله منفعت اقتصادی از مخارج گردشگران نگاه می‌نماید، مهم این نکته طلایی می‌باشد که قاعده کلی در تمامی این‌ها یکسان می‌باشد. کارگزاران اقتصادی به دنبال عرضه منابع محدود گردشگری (فیزیکی و مالی) و برآوردن تقاضاهای گردشگران‌اند. تقاضاها نتایج نیازهای فیزیکی و کارکردی (که معمولاً محدوداند) و خواسته‌های روانی (که تقریباً نامحدوداند) آن‌هاست. به همین نحو، معضلی که اقتصادها در حال تلاش برای رفع آن‌اند این است که چگونه به یک سهم بهینه اقتصادی از منابع محدود گردشگری دست یابند، در حالی که با تقاضاهای دائمی در حال تغییر (که نیازهای فیزیکی و خواسته‌های روحی ایجاد می‌شوند) برای این منابع مواجه هستند.

مطالعه حاضر، با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی پویا و رویکرد گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی دو مرحله‌ای به بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوب غربی آسیا طی دوره ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۶ پرداخته است. از آنجا که براساس نظریات مطرح شده پژوهشگران داخلی و خارجی حکمرانی خوب یکی از مولفه‌های اساسی جذب گردشگران خارجی به‌شمار می‌آید، یافته‌های این مطالعه هم نیز تاثیر مثبت و معنادار کیفیت حکمرانی خوب بر میزان گردشگران خارجی را تایید می‌نماید. شاخص حکمرانی خوب که بدست آمده و ترکیب یافته از شش زیر شاخص حکمرانی ارائه گردیده توسط بانک جهانی است، تاثیر مثبت و معناداری بر میزان درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جنوبی غربی آسیا دارد. بدین منظور به جهت افزایش درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:

➤ تاکید به جهت ارتقاء و بهبود اکوسیستم نهادی و حکمرانی با تاکید موكد بر مولفه‌های شش‌گانه حکمرانی (کنترل فساد، کارایی و اثربخشی دولت، ثبات سیاسی و عدم وجود خشونت (تروریسم)، کیفیت قانون‌گذاری، حاکمیت قانون و حق اظهارنظر و پاسخگویی).

1 Moving Average
2 M1
3 M2

- تاکید بر امر آزادسازی تجاری و کاهش عمق نگاه ژئوپلیتیکی و امنیتی حاضر در کشوری همچون ایران، زیرا مادامیکه مرزهای یک کشور بازتر باشند و ورود و خروج به آن بیشتر صورت بگیرد، این مهم خود باعث تاثیر بر درآمدهای گردشگری می گردد؛ چون زمانی که ورود گردشگر به عنوان یک کالای لوکس به داخل مرزهای یک کشور تسهیل گردد، به دنبال آن درآمدهایی که از صنعت گردشگری کسب می گردد هم فزونی یافته و بر امر رشد و توسعه اقتصادی بسیار تاثیر گذار است.
- تاکید بر امر ارتقاء رشد تولید ناخالص داخلی سرانه، شاید اینطور بتوان تحلیل داشت که هرچه درآمدهای کشور به سمت صنعت گردشگری معطوف گردد می توان از چنگال اقتصاد تک محصولی گریخت و از طرفی دیگر هر مقدار در این زمینه سرمایه گذاری بیشتری صورت پذیرد درآمدهای گردشگری سال های بعدی بیشتر بوده و در نتیجه این درآمدها در توسعه بخش های مختلف اقتصادی خود را نشان داده و در نتیجه باعث رشد تولید داخل کشور گردیده و با توجه به نتایج این مطالعه بسیار چشم نواز می تواند در زمینه افزایش درآمدهای گردشگری رویت گردد.
- در پایان هم، با توجه به نتایج حاصل از تخمین شش مدل مجزا برای شش شاخص حکمرانی، با عطف به جدول نتایج حاصل از تخمین که در پی نوشت ها آورده شده، شاخص حق اظهار نظر و پاسخگویی و نیز کیفیت قانون گذاری بالاترین ضرایب برآوردی در بین این هفت مدل کلی برآورد شده را به خود اختصاص داده اند. توجه ویژه به این نتیجه مهم و نیز بسترسازی های لازم به جهت ارتقاء این شاخص ها می تواند تاثیر بزرگی در جهت افزایش درآمدهای حاصله از صنعت گردشگری داشته باشد.

❖ پیشنهادات آتی به پژوهشگران:

- در آخر نیز پیشنهاداتی پژوهشی ذیل برای مطالعات آتی پژوهشگران علاقه مند ارائه می گردد:
- (۱) بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری (مطالعه موردی: کشورهای OECD و OPEC)؛
 - (۲) بررسی تاثیر هر یک از زیر شاخص های حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری؛
 - (۳) بررسی تاثیر شاخص حکمرانی خوب بر میزان درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری: رویکرد غیرخطی؛

منابع

- 1) Arellno, M., Bond, S. (1991). Same tests of specification for panel data, Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The Review of Economic Studies*, 58 (2), 277-297.
- 2) Arefi, Elham. (2017). The Impact of Good Governance and Tourism on Economic Growth (Case Study of OPEC Member States). First International Conference on Economic Planning, Sustainable and Balanced Regional Approaches and Applications, The University of Kordestan. (In Persian).
- 3) Ashrafipour, Mohammad Ali; Naqib Hosseini, Seyed Rasoul. (2012). Investigating the Effects of Good Governance on Tourism Industry Development. Second National Conference on Regional Development Strategies with Regional Planning Focus, Sanandaj Islamic Azad University, Sanandaj Branch. (In Persian).
- 4) Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of Panel Data*. Chichester. John & Sons Ltd. 3. Edition - April 2005 49.90 Euro 2005.
- 5) Barnard, C. E. (2007). Key drivers in environmental legislation towards Good govarance goerance.
- 6) Bovaird, T. (2007). Beyon engagement and participation –user and community co-production of public services. *Public Administration Review*, 67 (5), 846-860.
- 7) Buhalis, D, Deimezi, O. (2004). E-tourism Development in Greece: Informaion Communication Technologies Adoptin For the Strategic Managment of the Gveece Tourism Industry. *Tourism and Hospitaly Research*, 5(2), 103-130.
- 8) Boga, Semra., Erkisi, Kemal. (2019). The relationship between international tourism receipts and Economic Growth in asia pacific countries: A panel Data Analysis. *Akademik Hassasiyetler*, 6(11).

- 9) Cornelissen, S. (2005). The Global Tourism System: Governance, Development and Lessons from South Africa. Retrieved from: [http://books.google.com/books?id=lx6dOKGZKAoC&printsec=frontcover&dq=Cornelissen,+S.+\(2005\).+The+Global+Tourism+System:+Governance,+Development+and+Lessons+from+South+Africa.&hl=en&ei=VKXOTcCxM4SfQa48qXXBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=lx6dOKGZKAoC&printsec=frontcover&dq=Cornelissen,+S.+(2005).+The+Global+Tourism+System:+Governance,+Development+and+Lessons+from+South+Africa.&hl=en&ei=VKXOTcCxM4SfQa48qXXBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CCkQ6AEwA#v=onepage&q&f=false)
- 10) Cho, V. (2010). A study of the non-economic determinants in tourism demand. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 307-320.
- 11) Daryaei, Abbasali., Aliashrafipour, Mohammad., & Eisapour, kamal., & Afshaian, Mojtaba. (2012). the effect of good governance on tourism industry development. *Advances in environmental biology*, 6(7), pp:2046-2052.
- 12) Ershi Qi, Jiang Shen, Runliang Dou. (2013). Proceedings of 20th International Conference on Industrial Engineering and Management: Theory and Apply of Industrial Management. Springer Science & Business Media.
- 13) Ghulam Ali , Kalid zaman., Talat Islam. (2018). Macroeconomic Shocks and Malaysian tourism Industry: Evidence from a Structural VAR Models. *Iran. Eco. Rev*, 22(4), 1113-11370.
- 14) Hansen, Lars Peter. (1982). Large Sample Properties of Generalized Method of Moments Estimators. *Econometrica*, 50(4), 1029-1054. <http://www.jstor.org/stable/1912775>.
- 15) Hall, C.M. (2000). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Harlow Pearson, Education Ltd.
- 16) KarimiTecanloo, Zahra., Ranjpour, Reza. (2013). *Panel Data Econometrics*. Tehran: Humanities Books Research and Development Organization (Samt), Humanities Research and Development Center. (In Persian).
- 17) Leitão, Alexandra. (2006). Corruption and the Environmental Kuznets Curve: Empirical Evidence for Sulfur. *Universidade Nova de Lisboa, CEGE, Rua Diogo Botelho, 1327, PT-4169-005*.
- 18) Leitão, Nuno Carlos. (2015). Portuguese Tourism Demand: A Dynamic Panel Data Analysis. *International journal of economics and financial issues*, 5(3), 673-677. Availabel at <https://www.econjournals.com>.
- 19) Michael J. Panik. (2015). *Growth Curve Modeling: Theory and Applications*. ISBN: 978-1-118-76404-6. 454 Pages.
- 20) Mamipour, Siab., Nazari, Kaveh. (2014). The Contribution of Tourism Development To Economic Growth in the Iranian Provinces. *journal of international Economic and Management Studies*, 1(11), 99-120.
- 21) Pournamdar, Hossein. (2016). *Investigation of the Impact of Exchange Rate on Tourism Attraction in Selected Mena Countries from 1995 to 2014*. Master thesis, Ferdowsi University of Mashhad, Faculty of Administrative Sciences and Economics. (In Persian).
- 22) Sharifi Renani, Hossein., Khajavi, Farzaneh & Torabi, Afsaneh. (2013). *The Role of Good Governance in Tourism Attraction: A Case Study: Selected OPEC Countries*. First National Conference on Perspective of Iranian Economy with National Production Support Approach. Islamic Azad University of Khorasgan Branch (Isfahan). (In Persian).
- 23) Shahabadi, Abolfazl., Talabi, Fariba. (2017). The Impact of Host Country Governance on Tourism Revenue in Selected Developing Countries. *Journal of Tourism Planning and Development*, Mazandaran University, 5(16), 30-30. (In Persian).
- 24) Shamai, A., Yousofi Babadi, S. (2018). An Analysis of Good Governance Role on Sustainable Tourism Revenues (Case: City of MasjedSeleyman). *Urban Economics and Management*, 6(4(24)), 477-496. (In Persian).
- 25) Show, G., Williams. A. (2004). *Tourism and Tourism spaces*. London, stage.
- 26) Tayebi, Mohammad Reza., Hosseini, Abolhassan & Rezaei, Timur. (2015). Evaluation of Urban Good Governance Indicators in Tourism Destination Cities by IPA Method (Case Study: Tonekabon City). *Urban Tourism Journal*, 2(3), 219-231. (In Persian).

پی‌نوشت‌ها

برای ایجاد شاخص کلی حکمرانی خوب (بنابر مقیاس‌های سنجشی که توسط بانک جهانی برای این مهم ارائه گردیده است، این مهم را با شش شاخص اساسی می‌سنجند برای هر کشوری که این موارد عبارتند از: ۱) حق اظهار نظر و پاسخگویی؛ ۲) ثبات سیاسی؛ ۳) کارایی و اثربخشی دولت؛ ۴) کیفیت قانونگذاری؛ ۵) حاکمیت قانون؛ ۶) کنترل فساد. از طریق روش مؤلفه‌های

¹ Voice & Accountability

² Political Stability

³ Government Effectiveness

⁴ Regulatory Quality

اصلی عامل‌های مهم بر اساس داده‌های مورد استفاده، شناسایی شده و سپس با ترکیب این عوامل شاخص کلی SPSS استخراج می‌شود. برای این روش از نرم‌افزار استفاده گردیده است. برای اطمینان از این که آیا این روش برای ترکیب داده‌های مورد استفاده مناسب هستند یا خیر، از آزمون کا-ام-او^۲ و از آزمون بارتلنت^۴ استفاده می‌گردد. که نتایج آن می‌تواند حالات زیر را در بر بگیرند:

(۱) اگر کا-ام-او بزرگتر مساوی ۰٫۹ باشد، یعنی تجزیه عامل‌ها بسیار مناسب است؛

(۲) اگر کا-ام-او بزرگتر مساوی ۰٫۸ و کوچکتر از ۰٫۹ باشد، یعنی تجزیه عامل‌ها مناسب است؛

(۳) اگر کا-ام-او بزرگتر مساوی ۰٫۷ و کوچکتر از ۰٫۸ باشد، یعنی تجزیه عامل‌ها به‌طور کلی مناسب است؛

(۴) اگر کا-ام-او بزرگتر مساوی ۰٫۶ و کوچکتر از ۰٫۷ باشد، یعنی تجزیه عامل‌ها به‌طور کلی مناسب نیست؛

(۵) اگر کا-ام-او کوچکتر از ۰٫۵ باشد، یعنی تجزیه عامل‌ها اصلاً مناسب نخواهد بود؛ (ارش چی و همکاران، ۵، ۲۰۱۳: ۴۵۴).

نتایج حاصل از این آزمون در جدول زیر آورده شده است:

جدول (۵): نتایج شاخص کا-ام-او و بارتلنت برای مجموعه کشورهای منتخب

| | | |
|---|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | | ۰٫۹۱۵ |
| | Approx. Chi-Square | ۱۵۴۳٫۳۴۲ |
| Bartlett's Test of Sphericity | Df. | ۱۵ |
| | Sig. | ۰٫۰۰۰ |

ماخذ: یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول (۵) و نتایج حاصله، چون شاخص کا-ام-او برابر با ۰٫۹۱۵ شده است و از مقدار ۰٫۹ بزرگتر می‌باشد؛ پس، ترکیب عامل‌ها بسیار مناسب می‌باشد و از این روش می‌توان برای ترکیب کردن داده‌های زیرشاخص‌های حکمرانی استفاده کرد.

در ادامه، در جدول (۶) هفت مدل مجزا (یک مدل برای مدل اصلی پژوهش، مدل (۱))، که همان شاخص حکمرانی خوب بود، و نیز شش مدل مجزای دیگر برای زیرشاخص‌های حکمرانی (معرفی شده توسط بانک جهانی) بر لگاریتم طبیعی درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری تخمین زده شده‌اند.

جدول (۶): برآورد ۷ مدل مجزا برای بررسی رابطه شاخص‌های حکمرانی و زیرشاخص‌هایش بر میزان درآمدهای صنعت گردشگری

| متغیر وابسته: لگاریتم طبیعی درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری | | | | | | | |
|---|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| متغیرهای توضیحی | ۱ | ۲ | ۳ | ۴ | ۵ | ۶ | ۷ |
| Cons | -۶۸٫۵۱۰ (-۱۳٫۴۷) | -۴۹٫۳۷۰ (-۶٫۹۷) | -۵۱٫۸۳۸ (-۱۰٫۷۰) | -۵۹٫۴۹۱ (-۴٫۴۱) | -۷۶٫۵۹۲ (-۱۰٫۳۵) | -۵۰٫۸۹۹ (-۴٫۹۴) | ۱۶۲٫۰۴۵ (-۱۵٫۵۷) |

¹ Rule if Low

² Control of Crruption

³ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy

⁴ Bartlett's Test of Sphericity

⁵ Ershi Qi et al.



| | | | | | | | |
|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| OER | ۰,۰۰۰۴ (۱۲,۳۱) | ۰,۰۰۰۲ (۵,۴۷) | ۰,۰۰۰۴ (۱۲,۹۲) | ۰,۰۰۰۲ (۷,۹۹) | ۰,۰۰۰۴ (۷,۰۰) | ۰,۰۰۰۴ (۶,۶۳) | ۰,۰۰۰۳ (۱۱,۰۰) |
| LnGDPP | ۲,۷۸۳ (۱۳,۹۵) | ۲,۱۱۲ (۷,۸۶) | ۲,۱۶۴ (۱۲,۴۲) | ۲,۵۲۰ (۴,۹۶) | ۳,۳۷۰۵۲ (۶,۱۴) | ۲,۱۵۸ (۵,۴۶) | ۶,۹۶۰ (۱۷,۵۶) |
| LnTO | ۰,۲۴۶ (۳,۵۴) | ۰,۳۹۵ (۶,۵۴) | ۰,۲۸۶ (۳,۷۶) | ۰,۳۱۰ (۶,۶۷) | ۰,۳۷۰ (۶,۱۴) | ۰,۲۹۲ (۴,۹۴) | ۰,۰۰۴ (۰,۰۶) |
| GGI | ۰,۶۵۵ (۴,۶۴) | - | - | - | - | - | - |
| CC | - | ۴,۰۵۴ (۶,۸۶) | - | - | - | - | - |
| GF | - | - | ۴,۷۷۸ (۵,۳۰) | - | - | - | - |
| PSAV | - | - | - | ۲,۱۴۰ (۴,۸۲) | - | - | - |
| RQ | - | - | - | - | ۷,۷۸۳ (۱۱,۵۴) | - | - |
| RL | - | - | - | - | - | ۴,۰۳۸ (۴,۵۳) | - |
| VA | - | - | - | - | - | - | ۹,۶۵۰ (۲۰,۵۲) |
| F-Statistics [Prob.] | ۳۲۱۱۴,۲۷ (۰,۰۰۰) | ۳۷۱۶,۴۲ (۰,۰۰۰) | ۵۲۶۶,۴۲ (۰,۰۰۰) | ۳۰۶۰,۹۵ (۰,۰۰۰) | ۳۷۸۹,۴۱ (۰,۰۰۰) | ۱۶۱۳,۵۹ (۰,۰۰۰) | ۵۲۶۶,۶۳ (۰,۰۰۰) |
| No. of Observation | ۸۴ | ۸۴ | ۸۴ | ۸۴ | ۸۴ | ۸۴ | ۸۴ |
| No. Country | ۱۴ | ۱۴ | ۱۴ | ۱۴ | ۱۴ | ۱۴ | ۱۴ |

ماخذ: محاسبات پژوهش

* اعداد داخل پرانتز مقدار آماره Z-Statistics و اعداد داخل کروشه احتمال را نشان می دهند.

فایل های پیوستی تخمین های مدل (۱) با نرم افزار استتا

جدول (۷): نتیجه برآورد معادله (۱) برای کشورهای مورد مطالعه به روش GMM سیستمی

```

System dynamic panel-data estimation
Group variable: id
Time variable: year

Number of instruments = 19

Two-step results

```

| | Number of obs | = | 70 |
|----------------|------------------|----------|----|
| | Number of groups | = | 14 |
| Obs per group: | min | = | 5 |
| | avg | = | 5 |
| | max | = | 5 |
| Wald chi2(5) | = | 32114.27 | |
| Prob > chi2 | = | 0.0000 | |

| | Coef. | Std. Err. | z | P> z | [95% Conf. Interval] |
|----------|-----------|-----------|--------|-------|----------------------|
| tr | | | | | |
| tr | | | | | |
| L1. | .7489293 | .0233733 | 32.04 | 0.000 | .7031185 .79474 |
| ggi | .6549265 | .1410338 | 4.64 | 0.000 | .3785053 .9313477 |
| gdpp2010 | 2.783494 | .1995245 | 13.95 | 0.000 | 2.392433 3.174554 |
| oer | .0004275 | .0000347 | 12.31 | 0.000 | .0003594 .0004955 |
| tradeo | .245902 | .0694618 | 3.54 | 0.000 | .1097594 .3820447 |
| _cons | -68.50963 | 5.084555 | -13.47 | 0.000 | -78.47517 -58.54408 |

Warning: gmm two-step standard errors are biased; robust standard errors are recommended.

Instruments for differenced equation
GMM-type: L(2/.) .tr
Standard: D.ggi D.gdpp2010 D.oer D.tradeo

Instruments for level equation
GMM-type: LD.tr
Standard: _cons

جدول (۸): نتیجه برآورد آزمون سارگان (جهت تعیین اعتبار متغیر ابزاری)

```

Sargan test of overidentifying restrictions
H0: overidentifying restrictions are valid

chi2(13) = 11.14043
Prob > chi2 = 0.5991

```

جدول (۹): نتیجه برآورد آزمون آرلانو و باند (جهت بررسی خودهمبستگی متغیرهای آزمون)

Arellano-Bond test for zero autocorrelation in first-differenced errors

| Order | z | Prob > z |
|-------|---------|----------|
| 1 | .7776 | 0.4368 |
| 2 | -.89171 | 0.3725 |

H0: no autocorrelation