



تأثیر شاخص‌های خوشبختی لگاتوم در توسعه گردشگری بین‌المللی

ابوالفضل شاه‌آبادی^۱، بهناز خوش‌طینت^۲، سمانه احمدی یوسف^۳، ثمینه قاسمی فر^۴

DOI:10.22034/jtd.2023.333614.2585

چکیده

صنعت گردشگری یکی از پایه‌های اصلی اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته است که در دستیابی آن‌ها به رشد اقتصادی بالاتر و ایجاد اشتغال بیشتر نقش مهمی ایفا کرده است. از سویی، افزایش خوشبختی مردمان کشور میزبان و تقویت روحیه کارآفرینانه در آن‌ها می‌تواند به درک بهتر فرصت‌های کسب‌وکار و پذیرایی مناسب از گردشگران بین‌المللی و ایجاد سفر خاطره‌انگیز برای آن‌ها کمک کند و جذابیت آن کشور به‌مثابه مقصد گردشگری را نزد گردشگران بین‌المللی بیفزاید. در این خصوص، تحقیق حاضر به بررسی تأثیر شاخص‌های نه‌گانه خوشبختی مؤسسه لگاتوم در صنعت گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب منطقه منا (شمال آفریقا و خاورمیانه) می‌پردازد که اغلب از اقتصاد تک‌محصولی رنج می‌برند و توسعه گردشگری بین‌المللی می‌تواند آن‌ها را در رهایی از این وضعیت و دستیابی به توسعه اقتصادی متوازن یاری رساند. برای این منظور، مدل تحقیق با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته برای دوره زمانی ۲۰۰۷-۲۰۱۸ برآورد شد که نتایج نشان داد کلیه شاخص‌های خوشبختی شامل کارآفرینی و فرصت، اقتصاد، حکمرانی، آموزش، سلامت، ایمنی و امنیت، آزادی‌های فردی، سرمایه اجتماعی و محیط زیست با ضرایب متفاوت و در سطوح اطمینان گوناگون در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب منطقه منا تأثیر مثبت و معناداری دارند. البته، ضریب تخمینی شاخص ایمنی و امنیت از دیگر شاخص‌ها بزرگ‌تر و ضریب تخمینی آموزش از دیگر شاخص‌ها کوچک‌تر بوده است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری بین‌المللی، خوشبختی، کارآفرینی و فرصت

مقدمه

امروزه، صنعت گردشگری^۱ یکی از بخش‌های پیشرو در اقتصاد جهانی است و منبع عظیمی از درآمدها، اشتغال‌زایی، صادرات و مالیات به شمار می‌رود، به نحوی که ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص جهان در ۲۰۱۸ به این صنعت اختصاص داشته و ۳۱۹ میلیون نفر در آن مشغول به فعالیت بوده‌اند. همچنین، در این سال، صنعت گردشگری با رشد ۳/۹ درصدی همراه بوده که رشد بیشتری را در مقایسه با رشد ۳/۲ درصدی

اقتصاد جهانی نشان می‌دهد. به‌علاوه، در طول پنج سال گذشته، یکی از هر پنج شغل جدید را صنعت گردشگری ایجاد کرده است و، به همین دلیل، توسعه صنعت گردشگری بهترین گزینه برای مشارکت دولت در ایجاد اشتغال محسوب می‌شود (World Travel and Tourism Council, 2019).
ضمناً، صنعت گردشگری با توجه به حجم بالای مبادلات مالی با ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی و صنایع دستی و محصولات کشاورزی (برای

۱. استاد گروه اقتصاد دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول). shahabadi@alzahra.ac.ir

۲. استادیار بازاریابی، گروه مدیریت، واحد بوئین‌زهره، دانشگاه آزاد اسلامی، بوئین‌زهره، ایران.

۳. کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت کارآفرینی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

۴. استادیار اقتصاد، دانشکده مدیریت، اقتصاد و حسابداری، اقتصاد و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران.



ارتزاق گردشگران) سبب متنوع‌سازی اقتصاد و رهایی از اقتصاد تک‌محصولی می‌شود. مضافاً، به‌دلیل اثر تکاثری بالا و مدخلیت صنایع گوناگون با آن، توسعه صنعت گردشگری سبب به حرکت درآمدن چرخ اقتصادی کشورها می‌شود. به‌علاوه، به‌دلیل سهم بیشتر جوانان از اشتغال در این صنعت، کشورهایی با جمعیت جوان و دارای مشکل بیکاری می‌توانند از توسعه گردشگری به‌منزله ابزاری برای رفع معضل بیکاری بهره‌جویند. افزون بر این، آلودگی ایجادشده توسط صنعت گردشگری در مقایسه با سایر صنایع بسیار ناچیز است. بنابراین، بسیاری از کشورها، و مخصوصاً کشورهای کوچک، راهبردهای توسعه خود را بر مبنای توسعه صنعت گردشگری تهیه و تدوین کرده‌اند، تا حدی که درآمد حاصل از گردشگری به بزرگ‌ترین درآمد صادراتی آن‌ها تبدیل شده و گاهی بیش از یک‌چهارم تولید ناخالص داخلی آن‌ها را شامل شده است (Yang et al., 2010). از سویی، در ادبیات اقتصادی، درباره عوامل مؤثر در توسعه گردشگری (درآمد حاصل از گردشگری و تعداد گردشگران ورودی) و نحوه توزیع آن در جهان در چهارچوب نظریه‌های تجارت بین‌الملل در قالب سه دسته از متغیرهای سمت عرضه، متغیرهای سمت تقاضا و متغیرهای ارتباطی^۳ بحث و بررسی شده است (Shahabadi & Sayyah, 2014). در این بین، تحقیق حاضر سعی کرد تأثیر شاخص‌های خوشبختی مؤسسه لگاتوم در کشور میزبان شامل کارآفرینی و فرصت، اقتصاد، حکمرانی، آموزش، سلامت، ایمنی و امنیت، آزادی فردی، سرمایه اجتماعی و محیط زیست را به‌منزله متغیرهای سمت عرضه در گردشگری بین‌المللی با تأکید بر شاخص کارآفرینی و فرصت^۵ بررسی و تعیین کند؛ زیرا خوشبختی یکی از مسائل «بنیادین» بشری است که با ابعاد گوناگونی از زندگی انسان پیوند دارد و می‌تواند در گردشگری تأثیرات گوناگونی بر جای بگذارد.

علی‌رغم اهمیت روزافزون صنعت گردشگری در رشد و شکوفایی جوامع، شواهد تجربی از درآمد بسیار ناچیز کشورهای درحال توسعه نفتی (امارات متحده عربی، اکوادور، الجزایر، ایران، عراق، عربستان سعودی، عمان، مصر، نیجریه و ونزوئلا) از محل

گردشگری بین‌المللی در مقایسه با ده (۱۰) کشور رقابت‌پذیر در حوزه گردشگری (اسپانیا، فرانسه، آلمان، امریکا، بریتانیا، سوئیس، استرالیا، ایتالیا، ژاپن و کانادا) حکایت دارد.^۶ لذا، تحقیق حاضر سعی کرد با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی این موضوع را در کشورهای منتخب طی دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۸ بررسی و تعیین کند.

در ادامه، مقاله چنین سازمان‌دهی شده که ابتدا مبانی نظری موضوع بیان و پیشینه تجربی تحقیق مرور شده است. سپس، روش‌شناسی تحقیق معرفی و مدل تحقیق برآورد شده است. آن‌گاه، نتایج برآوردی بررسی شده‌اند و، با توجه به جمع‌بندی به‌عمل آمده، چند توصیه سیاستی پیشنهاد شده است.

ادبیات موضوع

امروزه، نقش صنعت گردشگری در ایجاد آثار مثبت اقتصادی بیش‌ازپیش آشکار شده و دولت‌مردان، چه در کشورهای توسعه‌یافته و چه در کشورهای درحال توسعه، گردشگری را عامل مهمی در ایجاد اشتغال و کاهش نرخ بیکاری می‌دانند (Mohammadi et al., 2010). همچنین، در کشورهای کوچک با منابع سرمایه‌ای کمتر، صنعت گردشگری عاملی مهم و استراتژیک در فرایند توسعه است و، در کشورهای بزرگ‌تر، منبعی اضافی برای کسب درآمد و راهی برای پیشرفت مناطق کمتر توسعه‌یافته است (Balaguer & Cantavella-Jorda, 2002).

خوشبختی

از نظر اقتصاددانان، خوشبختی با لذت بردن^۷، خوشنودی^۸ و رفاه^۹ فرق واضح و مشخصی ندارد، به‌نحوی که (Ng, 1997) خوشبختی را به رفاه تعبیر کرده است. از نظر اسوالد (Oswald, 1997) خوشبختی مترادف با لذت بردن و خوشنودی است (Sterlin & Orr, 2001) و از کلمات خوشبختی، سلامت ذهنی،^{۱۰} مطلوبیت،^{۱۱} خوشی^{۱۲} و رفاه به‌جای یکدیگر استفاده کرده است (Falihi-Pirbasti & Rahbari-Nezhad, 2012).

6. <https://data.worldbank.org> (2019)

7. Pleasure

8. Satisfaction

9. Welfare

10. Subjective well-being

11. Utility

12. Well-being

1. Demand Side Variables

2. Supply Side Variables

3. Relationship Factors

4. Economy

5. Entrepreneurship and Opportunity



درآمد سرانه و افزایش خوشبختی کمک می‌کند. مشخصاً، رشد اقتصادی با افزایش درآمد سرانه و افزایش پس‌انداز در جامعه در تشکیل سرمایه در بخش گردشگری و توسعه کمی و کیفی تسهیلات گردشگری تأثیر مثبت می‌گذارد. همچنین، رشد اقتصادی، با توسعه زیرساخت‌های گردشگری از جمله حمل‌ونقل و راه‌ها، توسعه بخش مالی و گسترش پول الکترونیک موجب توسعه صنعت گردشگری می‌شوند (Yavari et al., 2010). همچنین، نرخ ارز یکی دیگر از متغیرهای اقتصاد کلان است که تغییرات آن با صنعت گردشگری ارتباط کاملاً مستقیم دارد؛ اگر نرخ ارز در کشور مقصد افزایش یابد، کالا و خدمات گردشگری برای گردشگران خارجی ارزان می‌شود و این امر سبب افزایش تقاضا برای گردشگری به آن کشور می‌شود (Ergen & Yavuz, 2017). در نهایت، افزایش تورم با رشد سطح عمومی قیمت‌ها سبب گران شدن هزینه‌های گردشگران می‌شود و تقاضای گردشگری را کاهش می‌دهد (Zamparini et al., 2017; Taghavi & Gholipour, 2009).

سازوکار تأثیر حکمرانی در توسعه صنعت گردشگری: جوامعی که به خوبی اداره شوند شهروندان آن‌ها احساس خوشبختی بیشتری می‌کنند. نهاد حکمرانی با مداخلات قانونی، سیاستی و اجرایی می‌تواند زمینه تعامل آسان، کم‌هزینه و به دور از اتلاف وقت جامعه میزبان و گردشگران بین‌المللی را فراهم کند و در توسعه صنعت گردشگری تأثیرات مثبت بگذارد (Kim et al., 2018). در صورتی که نهاد حکمرانی در زمره نظام‌های سیاسی بسته و مبتنی بر ارزش‌های ایدئولوژیک غیرمنعطف و محلی باشد، از رونق صنعت گردشگری آزاد و فراگیر بین‌المللی ممانعت می‌کند و در مقابل آن، رویکرد احتیاطی و حتی تهدیدآمیز اتخاذ می‌کند (Webster & Ivanov, 2016)، تا حدی که رونق گردشگری بین‌المللی در یک کشور را نشانه بازبودن و عدم‌انزوای نظام سیاسی و ایجاد تعامل مناسب آن با نظام بین‌المللی دانسته‌اند (Veicy, 2018).

سازوکار تأثیر آموزش در توسعه صنعت گردشگری: برخورداری از تحصیلات و آموزش بالا در افزایش رضایت شهروندان از زندگی و احساس خوشبختی آن‌ها نقش سازنده‌ای دارد. سرمایه انسانی یک کشور نشان‌دهنده حجم دانش و مهارت‌های فنی آن کشور است. از آنجاکه گردشگری نیز مانند فعالیت‌های خدماتی است و افراد آن را ارائه می‌دهند، توجه به امر آموزش و

شاخص خوشبختی لگاتوم

مؤسسه لگاتوم، برای اندازه‌گیری میزان رضایت شهروندان یک کشور از زندگی، شاخصی به نام خوشبختی تعریف کرده که از دو بخش ثروت و سعادت تشکیل شده است. به این صورت که، علاوه بر تولید ناخالص داخلی به‌مثابه نماد ثروت، از عواملی مانند سرمایه اجتماعی، سلامتی و آزادی سیاسی به‌منزله نمادهای سعادت برای اندازه‌گیری خوشبختی ملی استفاده کرده است. روش محاسبه این شاخص نیز چنین است که به هر کشور در هر شاخص فرعی نمره‌ای داده می‌شود که حاصل ترکیب عملکرد آن در متغیرهای گوناگون و سطوح گوناگون اهمیت آن‌ها است. سپس، میانگین نمره شاخص‌های فرعی، که وزن مساوی دارند، نمره شاخص اصلی خوشبختی کشورها در نظر گرفته می‌شود و، براساس آن، کشورها رتبه‌بندی می‌شوند (شاخص لگاتوم، ۲۰۱۸).

سازوکار تأثیر اجزای شاخص‌های خوشبختی در توسعه صنعت گردشگری

سازوکار تأثیر کارآفرینی و فرصت در توسعه صنعت گردشگری: وجود شرایط مناسب برای کارآفرینی به کاهش هزینه شروع کسب‌وکار منجر می‌شود و وجود درک مثبت از محیط کارآفرینی، توانایی تجاری‌سازی ابداعات و اختراعات و دسترسی به فرصت برابر و شایسته‌سالاری، رضایت شهروندان از زندگی را بالا می‌برد و احساس خوشبختی آن‌ها را افزایش می‌دهد. کارآفرینی، با تفوق بر چالش‌های رقابتی و محیط پرآشوب حاصل از این تغییرات، از طریق مدیریت صحیح منابع می‌تواند تهدیدات را به فرصت و فرصت‌ها را به ثروت تبدیل کند و موجب توسعه صنعت گردشگری شود (Gregori & Pajic, 2014). در نهایت، سرعت بالای تغییرات را بارزترین ویژگی سمت تقاضا در صنعت گردشگری دانسته‌اند و نتیجه گرفته‌اند که افزایش قدرت انطباق سمت عرضه با این تغییرات می‌تواند به توسعه گردشگری کمک کند (Akrivos et al., 2014; Bagheri, 2016; Shabestri, & Keshavarznia, 2016).

سازوکار تأثیر اقتصاد در توسعه صنعت گردشگری: افزایش درآمد سرانه باعث افزایش احساس خوشبختی می‌شود. بر این اساس، افزایش سرمایه فیزیکی، رشد صادرات با فناوری بالا و افزایش رقابت‌پذیری در جذب سرمایه‌های خارجی به افزایش



ارتقای دانش افراد شاغل در آن از رموز اصلی توسعه و تضمین حیات آن به شمار می‌رود (Romanova et al., 2016). همچنین، به دلایل پیشرفت‌های فناوری و لزوم انطباق با آن‌ها، توسعه آموزش می‌تواند قدرت انطباق و انعطاف‌پذیری کارکنان را افزایش دهد و، با ارائه خدمات مطلوب، تجربه لذت‌بخش‌تر و فراموش‌نشدنی‌تری برای گردشگران رقم بزند و در تصمیم آنان برای تجربه مجدد سفر و ترغیب دیگران به کسب این تجربه تأثیر مثبت بگذارد (Perman & Mikinac, 2016). از دیگر مزایای آموزش، افزایش رضایت شغلی کارکنان، کمک به بهداشت و ایمنی محل کار است که در ارائه خدمات مناسب به گردشگران تأثیر مثبت می‌گذارند. همچنین، آموزش از طریق افزایش استانداردهای عملکرد، استفاده بهینه از منابع، کاهش اتلاف منابع، کاهش شکایات، شناسایی بهتر کارکنان ماهر و استخدام آن‌ها سبب افزایش سود کارفرما می‌شود و انگیزه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری را تقویت می‌کند (Tomas et al., 2020).

سازوکار تأثیر سلامت در توسعه صنعت گردشگری: برخورداری از زیرساخت‌های قوی سلامت در یک کشور سبب افزایش سلامت ذهنی و فیزیکی شهروندان می‌شود و لذت از زندگی و احساس خوشبختی آن‌ها را افزایش می‌دهد. افزایش سطح بهداشت و سلامت سبب افزایش ابعاد مثبت سفر و کاهش جوانب منفی آن می‌شود و تقاضای گردشگری به آن کشور را افزایش می‌دهد (Andrinou et al., 2020)، ضمن این‌که با مسن شدن جمعیت و نبود پوشش‌های بیمه‌ای برای برخی از بیماری‌ها و ملاحظات عرفی و قانونی درباره برخی از بیماری‌ها گردشگری سلامت یا درمانی امروزه به یکی از زیرشاخه‌های گردشگری تبدیل شده که طی آن افراد با هدف معالجه بعضی بیماری‌ها تقاضای گردشگری دارند. بنابراین، وجود سطح بالایی از سلامت در یک کشور می‌تواند نشانه‌ای از دسترسی آسان به خدمات پیشرفته پزشکی، هزینه‌های پایین خدمات درمانی، وجود نیروی انسانی متخصص در حوزه درمان و تنوع خدمات درمانی باشد که به رونق گردشگری سلامت و درمان و در نهایت توسعه صنعت گردشگری کمک شایان توجهی می‌کند (Rollandi, 2014).

سازوکار تأثیر ایمنی و امنیت در توسعه صنعت گردشگری: بهبود امنیت ملی و ایمنی شخصی سبب افزایش رفاه اجتماعی و احساس خوشبختی بیشتر شهروندان می‌شود. عرصه عمومی نمایش زندگی

روزمره مردم است و مهم‌ترین عامل تهدیدکننده حضور مردم در عرصه عمومی ترس از بزه‌دیدگی مالی و جانی است که از آن با عنوان ایمنی و امنیت یاد می‌شود (Erdozmez, 2009). موضوع امنیت و احساس امنیت و ترس از جرم یکی از عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری است و آمار پایین جرم و جنایت در هر کشوری می‌تواند آن کشور را به منزله قطبی امن به جهانیان معرفی کند و موجب رونق گردشگری آن کشور شود (Hamarneh & Jeřábek, 2018).

سازوکار تأثیر آزادی‌های فردی در توسعه صنعت گردشگری: برخورداری از آزادی بیان، آزادی ابراز عقیده در جامعه سبب افزایش رضایت‌مندی شهروندان از زندگی و احساس خوشبختی بیشتر می‌شود. تعصب کورکورانه نداشتن و پذیرش تنوع قومیت‌ها و پاسداشت آزادی‌های فردی می‌تواند تصویر مثبتی از یک کشور به خارج از مرزها مخابره کند و در روند تصمیم‌گیری گردشگران بالقوه برای انتخاب آن کشور به مثابه مقصد سفر تأثیرات مثبت بگذارد (Bastanegar & Hassani, 2018)، مخصوصاً این‌که صنعت گردشگری شامل زیربخش‌های گوناگونی است که «گردشگری مذهبی» از مهم‌ترین آن‌ها به شمار می‌رود؛ زیرا تمامی ادیان و مذاهب در سراسر جهان اماکن، آثار، سنت‌ها و مراسم مذهبی گوناگونی دارند که از جمله جاذبه‌های مهم گردشگری آن‌ها محسوب می‌شود (Kurmanaliyeva et al., 2014).

سازوکار تأثیر سرمایه اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری: برخورداری جامعه از شبکه‌های اجتماعی منسجم در افزایش رضایت‌مندی شهروندان از زندگی و احساس خوشبختی بیشتر آن‌ها نقش بسزایی دارد. درباره تأثیر سرمایه اجتماعی در صنعت گردشگری باید گفت افزایش این سرمایه در جامعه میزبان سبب بهبود تعاملات افراد آن جامعه با هم و با گردشگران می‌شود و تقاضای سفر به آنجا را افزایش می‌دهد. به‌علاوه، افزایش سرمایه اجتماعی با ایجاد اعتماد متقابل بین افراد در شبکه‌های انسانی سبب بهبود روابط انسانی و پایبندی آن‌ها به هنجارهای اجتماعی می‌شود، میزان بزهکاری و جرایم اجتماعی را کاهش می‌دهد و با افزایش امنیت جامعه شرایط مناسب‌تری را برای گردشگران فراهم می‌کند (Lee & Hallak, 2020).

سازوکار تأثیر محیط زیست در توسعه صنعت گردشگری: زندگی در محیط پاک، آشامیدن آب سالم و بهداشتی و عدم استنشاق هوای آلوده سبب افزایش



مثبت و معنادار است.

شاه‌آبادی و مهری تلیابی (۲۰۱۶) تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان در درآمد گردشگری کشورهای منتخب در حال توسعه طی دوره ۲۰۰۰-۲۰۱۲ را بررسی کرده‌اند. یافته‌های این تحقیق بیانگر تأثیر مثبت و معنادار شاخص نهاد حکمرانی در درآمد گردشگری کشورهای در حال توسعه مورد مطالعه بود. علاوه بر این، توسعه زیرساخت فناوری ارتباطات و اطلاعات و سطح آموزش عمومی در درآمد گردشگری بین‌المللی اثر مثبتی دارد.

شاه‌آبادی و سیاح (۲۰۱۴) تأثیر عوامل درآمد سرانه، جمعیت، نرخ ارز و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی (زیرساخت‌های حمل و نقل، شاخص فناوری ارتباطات و اطلاعات، شاخص‌های توسعه یافتگی سطح بهداشت و خدمات درمانی و سطح آموزش و فرهنگ جامعه) را در تقاضای گردشگری کشورهای منتخب توسعه یافته و در حال توسعه بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد درآمد سرانه واقعی، جمعیت کشورها، شاخص فناوری ارتباطات و اطلاعات و نرخ ارز اهمیت بسزایی در جذب گردشگر دارند.

فلیحی و جعفرزاده (۲۰۱۲) متغیرهای تأثیرگذار در گردشگری در ۵۳ کشور جهان را بررسی کرده و نتیجه گرفته‌اند درآمد سرانه و شاخص آزادی اقتصادی در صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارد.

آندریوس و همکاران (2020) تأثیر تصویر امن مقصد گردشگری در تصمیم‌گیری گردشگران اسپانیایی برای مسافرت به یونان در تابستان ۲۰۲۰ در میان پاندمی کووید-۱۹ را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد گردشگران اسپانیایی یونان را مقصد امن گردشگری در نظر گرفته‌اند.

هاجی‌یوا و تیموروا (2019) تأثیر سرمایه انسانی در توسعه صنعت گردشگری کشور آذربایجان را با استفاده از تجزیه و تحلیل همبستگی - رگرسیون در طی دوره ۲۰۰۳-۲۰۱۷ برآورد کرده‌اند. نتایج نشان داد، بین فارغ‌التحصیلان گردشگری از مؤسسات آموزش عالی، منابع انسانی درگیر گردشگری، درآمد سرانه و امید به زندگی با توسعه گردشگری ارتباط مستقیم وجود دارد. تانگ (2018) با استفاده از نوعی رویکرد داده‌های تابلویی پویا به بررسی تأثیر حکمرانی و نهادها در تقاضای ورود گردشگران به مالزی از ۴۵ کشور مبدأ گردشگری طی دوره ۲۰۱۵-۲۰۰۵ پرداخته است. نتایج نشان داد نهادها در تبیین رفتار تقاضای گردشگران ورودی نقش بسیار مهمی دارند.

احساس خوشبختی افراد می‌شود. محیط زیست ترکیبی از جاذبه‌های طبیعی، اماکن تاریخی - باستانی، فرهنگی و مذهبی است. برخورداری هرچه بیشتر یک کشور از این عوامل می‌تواند شرایط مناسب‌تری برای توسعه صنعت گردشگری را فراهم کند (Shopova et al., 2017). همچنین، چشم‌اندازهای زیبا و بکر طبیعی در جذب گردشگران بین‌المللی نقش بسزایی دارد (Nilsson, 2018; Kayani & Darvishi, 2012).

پیشینه تحقیق

شاه‌آبادی و همکاران (۱۳۹۹) اثر شاخص نهادی ریسک سیاسی و زیرشاخص‌های آن در جذب گردشگران خارجی را در کشورهای حوزه منا طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۱۶ بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد ریسک سیاسی به منزله شاخص کل اثری تعیین‌کننده در جذب گردشگران دارد. همچنین، برآورد تأثیر زیرشاخص‌های ریسک سیاسی در گردشگری نشان داد درگیری داخلی و خارجی در مقایسه با سایر اجزای ریسک سیاسی اثر بیشتری در جذب گردشگران خارجی دارد.

سنایی مقدم و همکاران (۲۰۲۰) با روش پیمایشی به مدل‌سازی آثار کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری در رضایت‌مندی گردشگران در نواحی روستایی پرداخته‌اند. نتایج نهایی مدل معادلات ساختاری نشان داد کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری تأثیر ناچیزی در رضایت‌مندی گردشگران دارد و در بین عامل‌های پنهان کیفیت محیطی عامل جاذبه‌های گردشگری بیشترین نقش را دارد.

نجار نهنوندی و کمال‌الدینی (۲۰۱۹) عوامل مؤثر در تمایل به گردشگری در شهرستان بم را با تأکید بر نقش امنیت ذهنی گردشگران بررسی کرده‌اند. این پژوهش با ابزار پرسش‌نامه انجام شد و یافته‌های آن نشان داد امنیت ذهنی سلبی در تمایل افراد به گردشگری تأثیر کاهنده دارد و امنیت ذهنی ایجابی در تمایل افراد به گردشگری تأثیر فزاینده دارد.

آزادخانی و عبدالهی‌پور (۲۰۱۹) نقش فعالیت‌های کارآفرینی در توسعه گردشگری شهر ایلام را با روش توصیفی - همبستگی بررسی کرده‌اند. جامعه آماری این تحقیق شامل مدیران و کارشناسان شاغل در سازمان‌های مرتبط با گردشگری استان بودند که تعداد ۱۹۵ نفر از آن‌ها به روش تصادفی طبقه‌بندی شده به منزله حجم نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه بود. نتایج نشان داد رابطه بین فعالیت‌های کارآفرینی و توسعه گردشگری در شهر ایلام



شهباز و همکاران (۲۰۱۸) رابطه بین توسعه گردشگری و توسعه مالی را در اقتصاد مالزی بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد توسعه گردشگری با توسعه مالی ارتباط مثبتی دارد. تجزیه و تحلیل علیت گرنجر از وجود علیت دوطرفه بین توسعه گردشگری و توسعه مالی حکایت داشت.

ایوانف (2017) تأثیر بی‌ثباتی سیاسی در صنعت گردشگری در اوکراین را بررسی کرده است. داده‌های این تحقیق با توزیع پرسش‌نامه بین ۱۰۲ مدیر هتل و ۷۳ مدیرعامل آژانس مسافرتی در اوکراین جمع‌آوری شد و تجزیه و تحلیل این داده‌ها نشان داد بی‌ثباتی سیاسی در صنعت گردشگری تأثیر منفی دارد.

یوانوویچ و ایلیچ (2016) تأثیر سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری را در توسعه گردشگری در کشورهای جنوب شرقی اروپا بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داد بین سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و نوسازی آن‌ها با توسعه بخش گردشگری هم‌بستگی بالایی وجود دارد.

کایی و همکاران (2014) تأثیر سرمایه‌فیزیکی و سرمایه طبیعی در جاذبه‌های گردشگری در دو شهر گرجستان را مدل‌سازی کرده‌اند. نتایج شبیه‌سازی تجربی نشان داد افزایش نسبت سرمایه فیزیکی بر سرمایه طبیعی در بلندمدت موجب رشد تعداد گردشگران می‌شود. آن‌ها اردن را بررسی کرده‌اند. نتایج بررسی ادبیات و سوابق تحقیق در داخل و خارج از کشور نشان می‌دهد که، در مطالعات انجام‌شده، تأثیر ابعاد نه‌گانه خوشبختی مؤسسه

لگاتوم با تأکید بر کارآفرینی و فرصت در توسعه گردشگری بین‌المللی بررسی نشده است. اغلب مطالعات انجام‌شده با محوریت بررسی اثر یکی از شاخص‌های خوشبختی در گردشگری از داده‌های اولیه برای این منظور استفاده کرده‌اند. به عبارتی، محقق با حضور در نمونه آماری و استفاده از پرسش‌نامه یا مصاحبه به گردآوری اطلاعات پرداخته است، در صورتی که این تحقیق از داده‌های ثانویه و ثبتی اندازه‌گیری شده توسط مراجع آماری معتبر بین‌المللی استفاده می‌کند. بسیاری از سوابق مطالعاتی موروثی به بررسی تعیین‌کننده‌های گردشگری روستایی، شهری، استانی و کشوری پرداخته‌اند، اما تحقیق حاضر با رویکرد تطبیقی و در قالب مطالعه‌ای بین‌کشوری به بررسی تأثیر شاخص‌های خوشبختی در گردشگری بین‌المللی پرداخته است.

جامعه آماری و نحوه گردآوری اطلاعات

جامعه آماری تحقیق کلیه کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا موسوم به منا است که از بین آن‌ها ۱۷ کشور اردن، الجزایر، امارات متحده عربی، ایران، بحرین، تونس، جیبوتی، عراق، عربستان سعودی، عمان، کویت، لبنان، لیبی، مالت، مراکش، مصر و یمن به علاوه افغانستان، پاکستان و ترکیه، که داده‌های موردنیاز آن‌ها طی دوره مورد مطالعه در دسترس قرار داشت به‌منزله نمونه آماری انتخاب شدند و سایرین به روشی نظام‌مند حذف شدند.

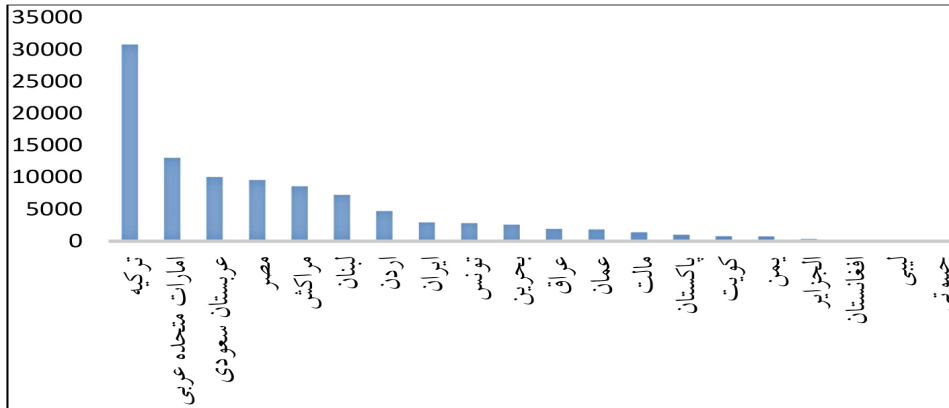
جدول ۱: مآخذ آماری متغیرهای تحقیق

نوع متغیر	نام متغیر	مآخذ آماری	نشانی اینترنتی
وابسته	توسعه گردشگری بین‌المللی	فایل داده‌های بانک جهانی	www.worldbank.data.org
توضیحی	کارآفرینی و فرصت	گزارش‌های سالانه خوشبختی مؤسسه لگاتوم	www.prosperity.com
	اقتصاد		
	حکمرانی		
	آموزش		
	سلامت		
	ایمنی و امنیت		
	آزادی فردی		
	سرمایه اجتماعی		
محیط زیست			



داده‌های تابلویی است. در نمودار ۱ نیز، میانگین درآمد گردشگری بین‌المللی کشورهای منتخب در دوره مطالعه مقایسه شده است.

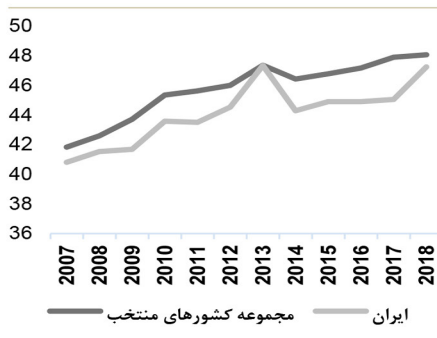
با توجه به این‌که تحقیق حاضر به بررسی تأثیر شاخص‌های خوشبختی در توسعه گردشگری بین‌المللی در ۱۷ کشور منتخب (مقاطع متعدد) طی ۱۱ سال (طول زمان) پرداخته، مدل مورد استفاده از نوع



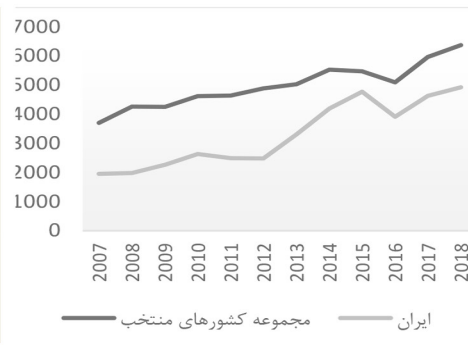
نمودار ۱: میانگین درآمد گردشگری بین‌المللی کشورهای منتخب

نمودار ۲، مکان استقرار منحنی‌ها نشان‌دهنده درآمد کمتر ایران از محل گردشگری بین‌المللی در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۳ نشان‌دهنده وضعیت نامناسب‌تر ایران از نظر کارآفرینی و فرصت در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۴ بیانگر وضعیت نامساعدتر اقتصاد ایران در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۵ کیفیت پایین‌تر نهاد حکمرانی ایران در مقایسه با کشورهای منتخب را نشان می‌دهد. نمودار ۶ نیز از وضعیت به مراتب بهتر آموزش در ایران در مقایسه با کشورهای منطقه حکایت دارد. در نمودار ۷ نیز، وضعیت شاخص ایمنی و امنیت در ایران با میانگین مجموعه کشورهای منتخب طی دوره مورد مطالعه مقایسه شده که از سطح پایین‌تر آن در ایران حکایت دارد.

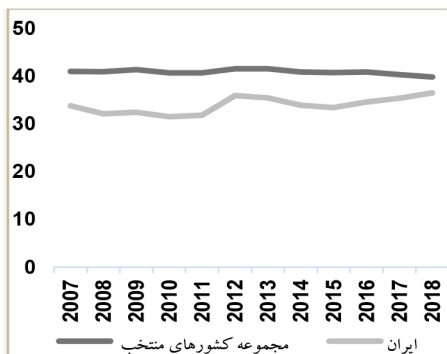
در نمودار ۲ نیز، مکان استقرار منحنی‌ها نشان‌دهنده درآمد کمتر ایران از محل گردشگری بین‌المللی در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۳ نشان‌دهنده وضعیت نامناسب‌تر ایران از نظر کارآفرینی و فرصت در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۴ بیانگر وضعیت نامساعدتر اقتصاد ایران در مقایسه با میانگین کشورهای منطقه است. نمودار ۵ کیفیت پایین‌تر نهاد حکمرانی ایران در مقایسه با کشورهای منتخب را نشان می‌دهد. نمودار ۶ نیز از وضعیت به مراتب بهتر آموزش در ایران در مقایسه با کشورهای منطقه حکایت دارد. در نمودار ۷ نیز، وضعیت شاخص ایمنی و امنیت در ایران با میانگین مجموعه کشورهای منتخب طی دوره مورد مطالعه مقایسه شده که از سطح پایین‌تر آن در ایران حکایت دارد.



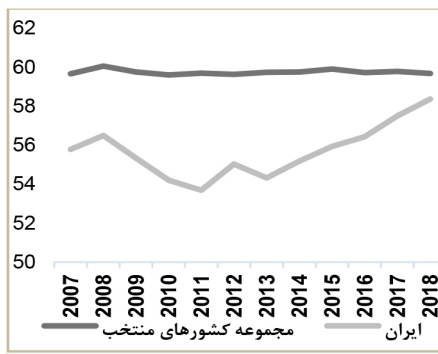
نمودار ۳: مقایسه روند امتیاز شاخص کارآفرینی و فرصت در ایران با میانگین کشورهای منتخب



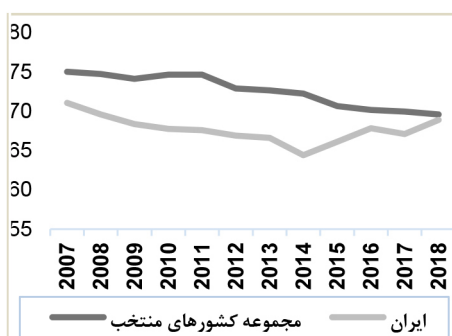
نمودار ۲: مقایسه روند درآمد گردشگری بین‌المللی در ایران با میانگین کشورهای منتخب



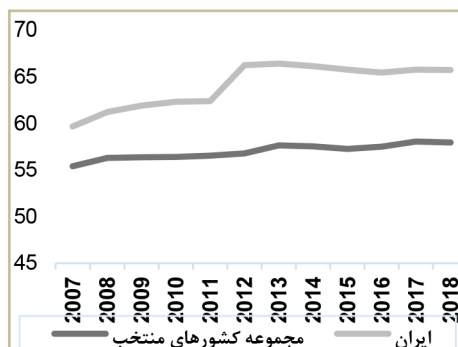
نمودار ۵: مقایسه امتیاز شاخص حکمرانی ایران با میانگین کشورهای منتخب



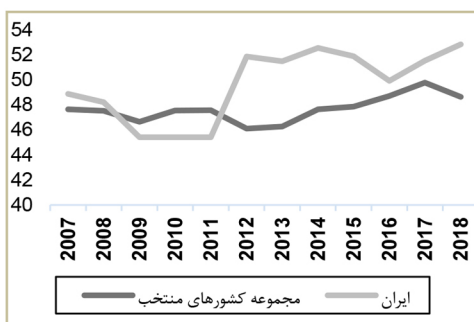
نمودار ۴: مقایسه روند امتیاز شاخص اقتصاد در ایران با میانگین کشورهای منتخب



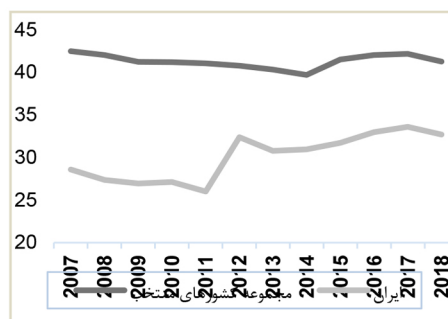
نمودار ۷: مقایسه امتیاز شاخص ایمنی و امنیت در ایران با میانگین کشورهای منتخب



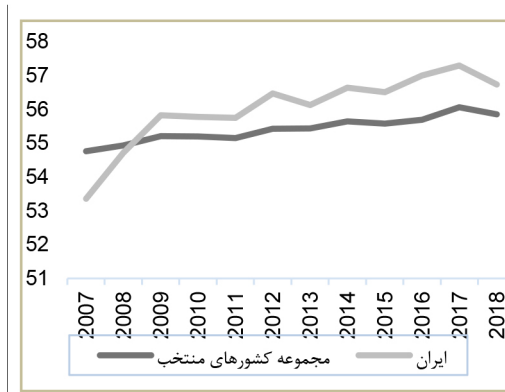
نمودار ۶: مقایسه امتیاز شاخص آموزش در ایران با میانگین کشورهای منتخب



نمودار ۹: مقایسه روند امتیاز شاخص سرمایه اجتماعی در ایران با میانگین



نمودار ۸: مقایسه روند امتیاز شاخص آزادی‌های فردی در ایران با میانگین



نمودار ۱۰: مقایسه روند امتیاز شاخص محیط زیست در ایران با میانگین کشورهای منتخب طی دوره ۲۰۰۷-۲۰۱۸

مأخذ: پایگاه داده‌های بانک جهانی (www.worldbank.data.org)
مأخذ: پایگاه مؤسسه لگاتوم (www.prosperity.com)

مدل تحقیق

مدل اقتصادسنجی تحقیق، که با هدف بررسی تأثیر شاخص‌های خوشبختی در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب ارائه شده، به صورت رابطه زیر است:

$$L(DIT)_{it} = \beta_0 + \beta_1 LDIT_{it-1} + \beta_2 LENTR_{it} + \beta_3 LECON_{it} + \beta_4 LGOVE_{it} + \beta_5 LEUC_{it} + \beta_6 LHEAL_{it} + \beta_7 LSAFE_{it} + \beta_8 LPERS_{it} + \beta_9 LSOCI_{it} + \beta_{10} LENVI_{it} + U_{it} \quad (1)$$

در رابطه بالا، اندیس t معرف زمان، اندیس i معرف کشورهای منتخب، توسعه صنعت گردشگری و متغیر وابسته تحقیق است. DIT_{it} - ۱ سطح توسعه صنعت گردشگری در یک سال قبل (متغیر وابسته باوقفه) است که به منزله متغیر توضیحی در سمت راست معادله ظاهر شده است. نماد آثار ثابت کشوری (عرض از مبداهای ویژه هر مقطع) است. جمله خطا است.

$ENTR_{it}$ کارآفرینی و فرصت، $ECON_{it}$ اقتصاد، $GOVE_{it}$ حکمرانی، $EDUC_{it}$ آموزش، $HEAL_{it}$ سلامت، $SAFE_{it}$ ایمنی و امنیت، $PERS_{it}$ آزادی‌های فردی، $SOCI_{it}$ سرمایه اجتماعی، $ENVI_{it}$ محیط

1. Development of International Tourism
2. Entrepreneurship & Opportunity
3. Economy
4. Governance
5. Education
6. Health
7. Safety & Security
8. Personal Freedom
9. Social Capital
10. Environment

زیست. ضمناً، براساس سازوکار بیان شده در قسمت مبانی نظری، علامت انتظاری کلیه شاخص‌های خوشبختی مثبت است و انتظار می‌رود بهبود هر یک از آن‌ها به توسعه صنعت گردشگری کمک کند.

برآورد مدل

پیش از تخمین مدل برای سنجش مانایی روش Levin-Lin-Cho استفاده شد که نتایج این آزمون به شرح جدول ۲ نشان داد که فرضیه H_0 در سطح اطمینان ۹۵ درصد برای کلیه متغیرهای مدل رد می‌شود. به عبارتی، کلیه متغیرها در سطح ایستا هستند و احتمال کاذب بودن رگرسیون برآوردی منتفی است.

جدول ۲: آزمون ایستایی متغیرها

نتیجه	احتمال	آماره	نماد	متغیر
I(۰)	۰/۰۰۰	-۱۲/۶۰۸	DTI log	لگاریتم گردشگری بین‌المللی
I(۰)	۰/۰۰۰	-۱۰/۳۱۵	log ENTR	لگاریتم کارآفرینی و فرصت
I(۰)	۰/۰۰۰	-۹/۰۸۱	log ECON	لگاریتم اقتصاد
I(۰)	۰/۰۰۰	-۷/۴۵۱	log GOVE	لگاریتم حکمرانی
I(۰)	۰/۰۰۰	-۷/۳۹۰	log EDUC	لگاریتم آموزش
I(۰)	۰/۰۰۰	-۸/۶۴۸	log HEAL	لگاریتم سلامت
I(۰)	۰/۰۰۰	-۱۷/۱۶۶	log SAFE	لگاریتم ایمنی و امنیت
I(۰)	۰/۰۰۰	-۷/۰۷۲	log PERS	لگاریتم آزادی‌های فردی
I(۰)	۰/۰۰۰	-۱۱/۱۷۹	log SOCI	لگاریتم سرمایه اجتماعی
I(۰)	۰/۰۰۰	-۷/۲۸۴	log ENVI	لگاریتم محیط زیست

منبع: یافته‌های پژوهش



مدل داده‌های تابلویی حاصل ترکیب داده‌های مقاطع گوناگون (در این تحقیق ۱۷ کشور منتخب) در طول زمان است و قبل از تخمین مدل باید همگنی این داده‌ها با انجام آزمون F لیمر بررسی شود. در این آزمون، فرضیه H_0 (یکسان بودن عرض از مبداها) در مقابل فرضیه H_1 (متفاوت بودن عرض از مبداها) بررسی می‌شود که نتایج آن در این تحقیق به شرح جدول ۳ نشان داد که مقدار F محاسباتی از مقدار جدول بیشتر است. این امر از معناداری مدل داده‌های تابلویی^۱ در مقایسه با مدل تجمیعی^۲ حکایت دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون قابلیت تخمین مدل به صورت داده‌های تابلویی

مقدار آماره محاسباتی c ₂	مقدار ارزش احتمال	نتیجه
۱۲۸/۳۰۲	۰/۰۰۰	تأیید داده‌های تابلویی

منبع: یافته‌های پژوهش

در نهایت، مدل تحقیق با استفاده از الگوی داده‌های تابلویی پویا و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته برآورد شد و نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است. البته، شایان ذکر است که برای اطمینان از مناسب بودن روش گشتاورهای تعمیم‌یافته در برآورد مدل دو آزمون انجام شده است. نخست، آزمون سارگان که مقدار بزرگ‌تر از ۵ درصد احتمال آماره آن نشان داد عدم هم‌بستگی ایزارها با اجزای اخلال را نمی‌توان رد کرد و ایزارهای مورد استفاده در تخمین مدل اعتبار لازم را دارند. دوم، آزمون هم‌بستگی پسمانده مرتبه اول $AR(1)$ و مرتبه دوم $AR(2)$ که نشان داد جملات اخلال دارای هم‌بستگی سریالی مرتبه اول $AR(1)$ و فاقد هم‌بستگی سریالی مرتبه دوم $AR(2)$ هستند. بنابراین، در تخمین مدل تورش تصریح وجود ندارد و نتایج برآوردی قابل اطمینان هستند.

جدول ۴: نتایج برآورد مدل تحقیق به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

متغیر وابسته: گردشگری بین‌المللی				
متغیرهای توضیحی ▼	نماد	ضریب	آماره t	ارزش احتمال
لگاریتم وقفه گردشگری بین‌المللی	DTI(-1)	۰/۱۹۸*	۶/۷۰۲	۰/۰۰۰
لگاریتم کارآفرینی و فرصت	L ENTR	۰/۱۳۷*	۵/۰۳۸	۰/۰۰۱
لگاریتم اقتصاد	L ECON	۰/۱۸۵*	۴/۸۵۹	۰/۰۰۲
لگاریتم حکمرانی	GOVE	۰/۱۰۳**	۳/۶۴۱	۰/۰۱۶
لگاریتم آموزش	L EDUC	۰/۰۱۶***	۲/۰۵۲	۰/۰۷۵
لگاریتم سلامت	L HEAL	۰/۰۹۲**	۳/۱۷۳	۰/۰۳۹
لگاریتم ایمنی و امنیت	L SAFE	۰/۲۷۹*	۶/۰۰۹	۰/۰۰۰
لگاریتم آزادی‌های فردی	L PERS	۰/۱۱۴*	۵/۲۰۷	۰/۰۰۱
لگاریتم سرمایه اجتماعی	L SOCI	۰/۰۶۵**	۴/۳۲۸	۰/۰۱۱
لگاریتم محیط زیست	LENVI	۰/۰۷۳**	۴/۲۰۷	۰/۰۱۲
آزمون سارگان	Sargan test statistic	۶/۷۶۵	۰/۵۰۶	۰/۰۰۰
آزمون هم‌بستگی پسمانده مرتبه اول	AR(1)	۰/۶۳	۱۴/۴۳۲	۰/۰۰۰
آزمون هم‌بستگی پسمانده مرتبه دوم	AR(2)	۰/۲۸	۱/۷۰۱	۰/۲۱۴
تعداد مشاهدات	Number of obs		۲۰۴	
تعداد کشورها	Number of groups		۱۷	
تعداد مشاهده برای هر کشور	Obs per group		۱۲	

مأخذ: یافته‌های پژوهش (نشانه‌های *، ** و *** به ترتیب سطوح معناداری ۱، ۵ و ۱۰ درصد است)

1. Panel Model
2. Pooled Model



مطالعات رومانووا و همکاران (۲۰۱۶)، هاجی‌یوا و تیموروا (۲۰۱۹)، توماسی و همکاران (۲۰۲۰)، پرمان و میکیناک (۲۰۱۶) و آلیووا (۲۰۱۵) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص آموزش در کشورهای منتخب به میزان ۰/۰۱۶ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا گردشگری فعالیتی خدماتی است و رشد آموزش عالی و افزایش آموزش‌های حرفه‌ای و ضمن خدمت به کارکنان سبب رشد مهارت‌های فنی و قدرت خلاقیت منابع انسانی جامعه به‌طورعام و بخش‌های مرتبط با گردشگری به‌طورخاص شده است. اما ضریب تخمینی این متغیر در مقایسه با سایر شاخص‌های خوشبختی کوچک‌تر بوده که می‌تواند از عدم مطابقت سطح آموزش در کشورهای منتخب به لحاظ کیفی و کمی با نیازهای صنعت گردشگری یا فقدان شایسته‌سالاری در بحث استخدام منابع انسانی ناشی شود که باعث شده با اثر مثبت ناچیزی در توسعه گردشگری بین‌المللی همراه باشد.

تأثیر سلامت در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج مطالعات رولاندی (۲۰۱۴)، آندریوس و همکاران (۲۰۲۰)، زیاری و همکاران (۲۰۱۴) و تقدیسی و همکاران (۲۰۱۲) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص سلامت در کشورهای منتخب به میزان ۰/۰۹۲ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا افزایش سطح بهداشت و سلامت در کشور مقصد گردشگری به منزله نظارت بیشتر درخصوص رعایت موارد بهداشتی در مراکز خرید، اقامتگاه‌ها، غذاخوری‌ها و ابنیه تاریخی و طبیعی است و با افزایش ضریب اطمینان تأمین سلامتی و آسایش گردشگران سبب رشد تقاضای گردشگری، افزایش مدت اقامت و ترغیب دیگران به این سفر شده است.

تأثیر ایمنی و امنیت در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج مطالعات اردونمز (۲۰۰۹)، نیکولسون (۲۰۱۰)، همارنه و جرابک^۱ (۲۰۱۸)، نجار نهایندی و کمال‌الدینی (۲۰۱۹) و کروبسی و همکاران (۲۰۱۹) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص ایمنی و امنیت در کشورهای منتخب به میزان ۰/۲۷۹ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا حفظ جان و حیات مهم‌ترین دغدغه انسان و اساسی‌ترین حق وی است. بنابراین، کاهش جنگ‌های

بحث و بررسی

تأثیر کارآفرینی و فرصت در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج مطالعات آکریوس و همکاران (۲۰۱۴)، گرگوری و پازیک (۲۰۱۴)، سوووال (۲۰۱۶)، آزادخانی و عبدلهی‌پور (۲۰۱۹) و باقری شستری و کشاورزینیا (۲۰۱۶) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص کارآفرینی و فرصت در کشورهای منتخب به میزان ۰/۱۳۷ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا گردشگری بین‌المللی صنعتی پویا و با تغییرات محیطی بالا است و رشد کارآفرینی که در وجود مدیران و افراد خلاق، ریسک‌پذیر و آگاه به فرصت‌های کسب‌وکار تجلی می‌یابد.

تأثیر اقتصاد در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج شاهباز و همکاران (۲۰۱۸)، یوانوویچ و ایلچ (۲۰۱۶)، ارگن و یاوز (۲۰۱۷)، کایی و همکاران (۲۰۱۴)، تمیزی و شهبازی (۲۰۱۹)، یآوری و همکاران (۲۰۱۰)، نسترن بروجنی و نسترن بروجنی (۲۰۱۳)، شاه‌آبادی و سیاح (۲۰۱۴) و تقوی و قلی‌پور سلیمانی (۲۰۰۹) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص اقتصاد در کشورهای منتخب به میزان ۰/۱۸۵ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا افزایش رشد اقتصادی در ترکیب با کاهش تورم سبب افزایش نرخ پس‌انداز و رشد سرمایه‌گذاری در جامعه شده و زمینه‌نوسازی و بازسازی مکان‌های اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها و اماکن تفریحی به منزله تسهیلات لازم برای گردشگری را فراهم کرده است.

تأثیر حکمرانی در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتایج وبستر و ایوانف (۲۰۱۶)، کیم و همکاران (۲۰۱۸)، تانگ (۲۰۱۸) و شاه‌آبادی و مهوری تلیابی (۲۰۱۶) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص حکمرانی در کشورهای منتخب به میزان ۰/۱۰۳ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا بهبود کیفیت نهاد حکمرانی در انتخاب حاکمان توسط مردم و افزایش پاسخ‌گویی آن‌ها، اثربخشی و کارایی دستگاه اجرایی، بی‌طرفی دستگاه قضایی و حاکمیت قانون، وضع قوانین و مقررات باکیفیت و کنترل فساد تجلی می‌یابد.

تأثیر آموزش در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتایج

1. Hamarneh & Jeřábek



داخلی و خارجی، کاهش بی‌نظمی، کاهش جرم و جنایت و کاهش هر نوع خشونت در کشور مقصد؛ نگرانی گردشگران خارجی درباره تأمین جانی‌شان را کمتر کرده و ورود گردشگران خارجی و رشد درآمد کشورهای منتخب از محل گردشگری بین‌المللی را افزایش داده است. ضمناً، ضریب تخمینی این شاخص از دیگر شاخص‌های خوشبختی بیشتر است که از بی‌ثباتی سیاسی و درگیرهای داخلی و خارجی در اغلب کشورهای منطقه مناشی می‌شود که عامل مهمی برای تهدید گردشگری خارجی است. لذا، بهبود این وضعیت در قیاس با سایر شاخص‌های خوشبختی آثار مثبت بیشتری در توسعه گردشگری بین‌المللی داشته است.

تأثیر آزادی‌های فردی در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج مطالعات کومانالیووا و همکاران (۲۰۱۴) و بسته‌نگار و حسنی (۲۰۱۸) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص آزادی‌های فردی در کشورهای منتخب به میزان ۰/۱۱۴ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا رعایت اصول دموکراتیک و شمول‌گرایی فرهنگی و آزادی‌های فردی و پذیرش تنوع سبک‌های زندگی و احترام به حقوق اقلیت‌های قومی، نژادی و مهاجران تصویری مثبتی از کشورهای منتخب در دنیای خارج ایجاد کرده و جذابیت آن‌ها به منزله مقصد گردشگری را نزد گردشگران خارجی بیشتر کرده است. تأثیر سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که این نتیجه با نتایج مطالعات لیو و همکاران (۲۰۱۴)، لی و هالاک (۲۰۲۰)، ابراهیم‌پور و همکاران (۲۰۱۷) و محمدی و همکاران (۲۰۱۵) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص سرمایه اجتماعی در کشورهای منتخب به میزان ۰/۰۶۵ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا افزایش سرمایه اجتماعی به افزایش اعتماد مردم به یکدیگر و افزایش اعتماد به سازمان‌ها و نهادهای گوناگون منجر شده و مسئولیت‌پذیری افراد و تعهد کاری آن‌ها در عرصه زندگی فردی و حیات اجتماعی را بیشتر و تعامل با گردشگری خارجی را بهبود بخشیده و با افزایش رضایت‌مندی آن‌ها در ورود گردشگران بین‌المللی تأثیر مثبت گذاشته است.

تأثیر محیط زیست در توسعه گردشگری بین‌المللی در کشورهای منتخب مثبت و معنادار است

که این نتیجه با نتایج مطالعات کاپی و همکاران (۲۰۱۴)، شوپووا و همکاران (۲۰۱۷)، نیلسون (۲۰۱۸)، سنایی مقدم و همکاران (۲۰۲۰)، کیانی و درویشی (۲۰۱۲) و امین‌رشتی و همکاران (۲۰۰۹) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد بهبود شاخص محیط زیست در کشورهای منتخب به میزان ۰/۰۷۳ درصد بر درآمد آن‌ها از محل گردشگری بین‌المللی افزوده است؛ زیرا افزایش کیفیت محیط زیست به منزله کاهش آلودگی هوا، دسترسی به آب‌های شیرین و برخورداری از چشم‌اندازهای طبیعی بکر و زیبا است که در جذب گردشگران بین‌المللی نقش مثبتی داشته و درآمد کشورهای منتخب از محل گردشگری بین‌المللی را افزایش داده است.

تأثیر متغیر وابسته باوقفه (درآمد گردشگری بین‌المللی در یک سال قبل) بر توسعه گردشگری بین‌المللی مثبت و معنادار است که با مبانی نظری نیز همخوانی دارد؛ زیرا افزایش درآمد گردشگری در دوره قبل از بستر مناسب برای این کار حکایت دارد و تداوم این شرایط در دوره بعد نیز موجب افزایش درآمد کشورهای منتخب از محل گردشگری بین‌المللی شده است.

پیشنهاد‌های کاربردی

با اعطای مجوز به ایجاد بانک‌های خصوصی ویژه توسعه کارآفرینی و تسهیل دسترسی کارآفرینان به خدمات مالی، اصلاح و بازنگری قوانین کار با رویکرد کارآفرینی و پایداری کسب‌وکارها (نه رویکرد کارگرم‌مدار و نه رویکرد کارفرمامدار)، ایجاد صندوق بیمه حمایت مالی و معنوی از کارآفرینان، وضع قوانین حمایتی از افراد کارآفرین به‌خصوص تأمین امنیت حقوق مالکیت معنوی آن‌ها، ارائه آموزش کارآفرینی و آموزش کارآفرینانه در مقاطع گوناگون تحصیلی، افزایش هزینه‌های تحقیق و توسعه، حمایت از استعدادهای درخشان و طرح‌های نوآور برای تقویت توان و انگیزه افراد برای تقبل مسئولیت کارآفرینی اقدام شود تا خلأقیقت و نوآوری در خدمات ارائه‌شده به گردشگران افزایش یابد و، از مجرای جلب رضایت‌مندی آنان، رقابت‌پذیری گردشگری در عرصه بین‌المللی تقویت شود.

با عدم‌توسل به چاپ نقدینگی بدون پشتوانه برای تأمین مخارج دولت از افزایش بی‌رویه سطح عمومی قیمت‌ها و تورم فزاینده جلوگیری شود تا محیط اقتصاد کلان باثبات شود و امکان برنامه‌ریزی



با حمایت از تشکیل نهادهای مدنی و شبکه‌های اعتماد بین آحاد مختلف مردم، ترغیب شهروندان به حضور داوطلبانه در این نهادها، ایجاد فضای مشترک برای شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر ارزش‌های وحدت‌آفرین نظیر ملیت، برنامه‌ریزی فرهنگی برای غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی، طراحی سازوکارهای دقیق به منظور افزایش کارآمدی دولت و جلوگیری از ایجاد گسست بین خواسته‌های مردم با خدمات دولتی، مقابله قاطع و جدی با فساد، زمینه‌سازی برای مشارکت سیاسی کلیه آحاد جامعه و تقویت مشروعیت حکومت و تحکیم نهاد خانواده به مثابه اصلی‌ترین قانون جامعه‌پذیری فرد برای افزایش سرمایه اجتماعی اقدام شود تا به رونق گردشگری بین‌المللی بینجامد.

با پایه‌ریزی نظام اطلاع‌رسانی ارزیابی راهبردی محیط زیست، آگاهی سیاست‌مداران، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان در کشورهای منتخب در خصوص محیط زیست افزایش یابد تا از تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر ذهنیت و سلیقه آن‌ها، که تخریب محیط زیست را در پی دارد، جلوگیری شود. همچنین، با گنجاندن آموزش محیط زیست در برنامه‌های رسمی، آگاهی عمومی درباره اهمیت محیط زیست به منزله بخش جدایی‌ناپذیر زندگی ارتقا یابد و مسئولیت‌پذیری آن‌ها در قبال حفظ و حمایت از آن افزایش یابد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

آزادخانسی، پاکزاد و عبدالهی‌پور، زهرا (۱۳۹۷). نقش فعالیت‌های کارآفرینی در توسعه گردشگری شهر ایلام. فصلنامه فرهنگ ایلام، ۱۹ (۶۰ و ۶۱)، ۱۳۰-۱۵۴. https://www.farhangeilam.ir/article_90092.html?lang=en

ابراهیم‌پور، حبیب، بابایی، یاور و سخندان، الناز (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶ (۲۲)، ۱۱۸-۱۴۳. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1712>

امین‌رشتی، نارسیس، فهیمی‌فر، فاطمه و صیامی عراقی، ابراهیم (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر صنعت گردشگری در منطقه مرکز، جنوب و غرب آسیا. اقتصاد مالی، ۳ (۸)، ۱۱۶-۱۲۹. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1388.3.8.6.1>

بلندمدت و تخصیص بهینه منابع توسط فعالان اقتصادی به‌طور عام و فعالان بخش گردشگری به‌طور خاص فراهم شود. همچنین، با انجام برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای حرکت از اقتصاد عامل محور (تولید و فروش مواد خام و با ارزش افزوده پایین) به اقتصاد دانش‌بنیان قدرت نوآوری و رقابت‌پذیری اقتصاد ملی تقویت شود تا به جذب بیش از پیش گردشگران بین‌المللی بینجامد. با تن دادن حکمرانان به برگزاری انتخابات آزاد و رقابتی، عدم مداخله نظامیان در سیاست، رعایت استقلال دستگاه قضایی، احترام به حاکمیت قانون، گسترش دولت الکترونیک زمینه افزایش شفافیت و کاهش فساد و در نهایت بهبود نظام حکمرانی فراهم شود تا هم بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری انگیزه داشته باشد هم تعامل با دنیای خارج بهبود یابد و رشد گردشگری بین‌المللی را در پی داشته باشد.

با پایه‌ریزی نظام آموزشی مبتنی بر تربیت نیروی انسانی ماهر و متخصص مبتنی بر نیازهای بازار کار و رعایت شایسته‌سالاری در بحث استخدام کارکنان، ظرفیت جذب دانش و فناوری و انجام کارهای پیچیده در بخش‌های گوناگون اقتصادی از جمله گردشگری تقویت شود تا از مجرای ارائه خدمات با کیفیت بالاتر و هزینه کمتر به توسعه صنعت گردشگری کمک کند.

با استقرار نظام جامع آموزش سلامت در کلیه مقاطع تحصیلی و ارتقای سواد بهداشتی اقشار جامعه برای مراقبت فعال از سلامت خود، تجهیز کارکنان بخش بهداشت و درمان به علم و فناوری روز، ایجاد مراکز ارائه خدمات بهداشتی و درمانی (مانند درمانگاه‌ها و بیمارستان‌ها) متناسب با میزان جمعیت در کلیه مناطق، ایجاد دانشگاه‌ها و دانشکده‌های علوم پزشکی و غیرپزشکی برابر نیاز جامعه، توسعه برنامه‌های پیشگیری اولیه از بیماری‌های واگیر و ترویج شیوه زندگی سالم برای بهبود سلامت عمومی اقدام شود تا توانایی جامعه در تأمین سلامت گردشگران بین‌المللی نیز افزایش یابد. نظام سیاسی با برنامه‌ریزی‌های صحیح، وضع قوانین تشویقی و تنبیهی و تشکیل نیروی نظامی و انتظامی حرفه‌ای و قانون‌مدار برای حفظ جان، مال و حیثیت آحاد جامعه و مهاجران و گردشگران اهتمام ورزند و از ایجاد بی‌نظمی و اختلال در نظم و امنیت عمومی و روابط فردی و اجتماعی جلوگیری کنند.

با پذیرش تکثر قومی، نژادی، زبانی از تفتیش عقاید افراد جلوگیری به عمل آید و آزادی هیچ‌کس به خاطر دین، مذهب، آیین و عقیده سلب نشود و هیچ‌کس از حقوق انسانی و اجتماعی محروم نشود.



شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۷)، ۲۵-۴۳. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_588.html

شاه‌آبادی، ابوالفضل و مهری تلیابی، فریبا (۱۳۹۵). تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای درحال توسعه منتخب. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵(۱۶)، ۸-۳۰. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1234

شاه‌آبادی، ابوالفضل، مهری تلیابی، فریبا و امید، وحید (۱۳۹۹). تأثیر شاخص نهادی ریسک سیاسی بر جذب گردشگران خارجی در کشورهای حوزه منا. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۱)، ۲۲۹-۲۵۱. <https://doi.org/10.22054/251-229.tms.2020.6181.1141>

فلیحی، نعمت و جعفرزاده، بهروز (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر توریسم: تلفیق روش‌های اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی. فصلنامه اقتصاد مالی، ۵(۱۴)، ۵۱-۸۸. <https://doi.org/20.100.1.1.25383833.1390.5.14.3.4>

فلیحی پیربستی، نعمت و رهبری‌نژاد، شیرین (۱۳۹۱). خوشبختی و بهره‌وری نیروی کار در ایران: رویکرد اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی. فصلنامه اقتصاد توسعه و برنامه‌ریزی، ۱۱(۱)، ۱-۲۴. <https://doi.org/20.1001.1.22516263.1391.1.1.1.8>

کروبی، مهدی، قادری، اسماعیل و پرهامی، سروش (۱۳۹۸). ارتباط بین ترس از جرم و بی‌نظمی محلی با وفاداری گردشگران خارجی به مقصد (گرایش به اقامت مجدد) در بافت تاریخی شهر شیراز. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۱۹(۷۲)، ۳۵۳-۳۲۳. URL:<http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-3319-fa.html>

کیانی، اکبر و درویشی، حسین (۱۳۹۲). نقش چشم‌اندازهای طبیعی و تاریخی بر جذب گردشگر و توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر دره شهر). اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت‌گردی و جغرافیا،

باقری شبستری، بنفشه‌سادات و کشاورزینا، نگین (۱۳۹۶). نقش کارآفرینی زنان در توسعه صنعت گردشگری. کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، کازرون، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کازرون، ۷-۸ تیرماه. <https://elmnnet.ir>

بسته‌نگار، مهنوش و حسنی، علی (۱۳۹۷). رواداری؛ راهبردی معنوی یا معنوی راهبردی در توسعه گردشگری خلاق. ماهنامه باغ نظر، ۱۵(۶۰)، ۳۷-۵۰. <https://doi.org/10.22034/bagh.2018.62764>

تقدیسی، احمد، تقوایی، مسعود و پیری، سیامک (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو. فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، ۲(۱)، ۱۲۱-۱۴۰. <https://doi.org/20.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7>

تقوی، مهدی و قلی‌پور سلیمانی، علی (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران. فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، ۹(۳)، ۱۵۷-۱۷۲. https://joer.atu.ac.ir/article_2890.html?lang=en

تمیزی، علیرضا و شهبازی، ساناز (۱۳۹۷). بررسی تأثیر نوسانات نرخ ارز بر بخش گردشگری ایران. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۷(۴)، ۱-۱۷. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.118442.1334>

زیاری، کرامت‌الله، اشنویی، امیر و مولایی قلیچی، محمد (۱۳۹۳). سنجش رضایت گردشگران از کیفیت خدمات هتلداری با استفاده از شاخص CSM (مطالعه موردی: کلان‌شهر شیراز). فصلنامه گردشگری شهری، ۱(۱)، ۱-۱۵. <https://doi.org/10.22059/jut.2014.53140>

سنایی‌مقدم، سروش، رحمانی، بیژن، مریدسادات، پگاه و طاهری، نبی‌الله (۱۳۹۹). مدل‌سازی اثرات کیفیت محیطی مقصدهای گردشگری بر رضایت‌مندی گردشگران در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان دنا). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۳)، ۴۷-۷۰. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.18286.3239>

منابع

- Akrivos, C., Reklitis, P., & Theodoroyiani, M. (2014). Tourism entrepreneurship and the adoption of sustainable resources. The Case of Evritania Prefecture. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 148, 378-382. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.056>
- Aliyeva, G. (2015). Impacts of educational tourism on local community: The case of gazimagusa, North Cyprus. Master of Science in Tourism Management. Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism. <http://hdl.handle.net/11129/2258>
- Amin Rashti, N., Fahimifar, F., & Siami Araghi, E. (2009). The Effective Factors Analysis on Tourism Industry in Middle, South and West Asia. *Financial Economics*, 3(8), 116-129. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1388.3.8.6.1> [In Persian]
- Andrinos, M., Juarez, L., & Metaxas, T. (2020). The impact of Greece as a safe tourism destination (STD) in tourist psychology: Evidence from Spain. *Journal of Scientific & Technical Research*, 30(4), 23571-23576. <https://doi.org/10.26717/BJSTR.2020.30.004983>
- Azadkhani, P., & Abdullahipur, Z. (2019). The Role of Entrepreneurial Activities in Tourism Development in Ilam City. *Ilam Culture*, 19(60 and 61), 130-154. https://www.farhangeilam.ir/article_90092.html?lang=en [In Persian]
- Bagheri Shabestri, B., & Keshavarznia, N. (2016). The role of women's entrepreneurship in the development of the tourism industry. National Conference of New Research in Management, Economics and Human Sciences, Kazerun, Islamic Azad University, Kazerun Branch, July 8-7. <https://elmnet.ir> [In Persian]
- همدان: انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه، ۲۳ بهمن‌ماه. <https://elmnet.ir/article>
- محمدی، اسفندیار، پورشوهانی، فاطمه و آزادخانی، پاکزاد (۱۳۹۴). بررسی نقش سرمایه اجتماعی شهروندان در جذب گردشگر (مطالعه موردی: شهروندان ایلام). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۴(۱۲)، ۹۳-۱۰۶. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1057.html
- محمدی، تیمور، کریمی، مجتبی، نجارزاده، نگین و شاه‌کرم اوغلی، معصومه (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری در ایران. فصلنامه اقتصاد مالی، ۴(۱۰)، ۱۱۴-۱۴۲. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1389.4.10.6.2>
- نجار نهانودی، مریم و کمال‌الدینی، ناهید (۱۳۹۸). عوامل مؤثر در تمایل به گردشگری با تأکید بر نقش امنیت ذهنی گردشگران (مطالعه موردی: شهرستان بم). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۸(۶۹)، ۴۱-۵۵. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.14121.2843>
- نسترن بروجنی، الهام و نسترن بروجنی، ایمان (۱۳۹۳). ارتباط عوامل اقتصادی با شادکامی و تمایلات گردشگری ورزشی در کوهنوردان استان تهران. همایش ملی انجمن علمی مدیریت ورزشی، تهران، انجمن علمی مدیریت ورزشی ایران، ۲۶-۲۷ اسفندماه. <https://elmnet.ir/article>
- ویسی، هادی (۱۳۹۶). بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در قوانین بالادستی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۷(۲۵)، ۹۳-۱۱۲. http://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html?lang=en
- یاوری، کاظم، رضاقلی‌زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، سید محمد حسن (۱۹۹۳). تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی. فصلنامه تحقیقات اقتصادی، ۳۲(۲)، ۲۲۱-۲۴۴. doi.org/20.1001.1.00398969.1389.45.2.10.3

- Economics*, 5(14), 53-90. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1390.5.14.3.4> [In Persian]
- Falihi-Pirbasti, N., & Rahbari-Nezhad, S. (2012). Happiness and Productivity of Labor in Iran: Econometric Method and Systems Dynamic Approaches. *Bi-quarterly Journal of development economics and planning*, 1(1), 1-24. <https://doi.org/20.1001.1.22516263.1391.1.1.1.8> [In Persian]
- Gregori, M., & Pajic, A. K. (2016). The impact of small and medium entrepreneurship on tourism development in the Republic of Croatia. *Journal of Business Paradigms*, 1(1), 85-94. <http://journal.par.hr/archives/send/3-vol1no1/6-the-impact-of-small-and-medium-entrepreneurship-on-tourism-development-in-republic-of-croatia>
- Hajiyeva, L., & Teymurova, V. (2019). Analysis of the impact human capital on tourism development in Azerbaijan. Conference: 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development. Socio Economic Problems of Sustainable Development, At Azerbaijan, UNEC. https://www.researchgate.net/publication/331302210_ANALYSIS_OF_THE_IMPACT_OF_THE_HUMAN_CAPITAL_ON_TOURISM_DEVELOPMENT_IN_AZERBAIJAN
- Hamarneh, I. I., & Jeřábek, M. P. (2018). The impact of the security situation on tourism in the countries of the former Yugoslavia. *Security & Future*, 2(3), 111-115. <https://stumejournals.com/journals/confsec/2018/3/111>
- Jacobs, J. (1961). The death and life of great American cities. New York: Random House. <http://www.petkovstudio.com/bg/>
- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884. <https://doi.org/10.1080/00036840110058923>
- Bastenegar, M., & Hassani, A. (2018). Tolerance; a Spiritual Strategy or a Strategic Spirituality in Development of Creative Tourism. *The Monthly Scientific Journal of Bagh-e Nazar*, 15(60), 38-50. <https://doi.org/10.22034/bagh.2018.62764> [In Persian]
- Cai, Z., Wang, Q., & Liu, G. (2014). Modeling the natural capital investment on tourism industry using a predator-prey model. *Advances in Computer Science and its Applications*, 26(4), 751-756. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41674-3_107
- EbrahimPour, H., Babaei, Y., & Sokhandan, E. (2017). Examining the Role of Social Capital on the Participation of Host Communities in the Sustainable Tourism Development with the Mediator Role of Tourism Effects (Case Study: Sareyn). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(22), 118-143. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2017.1712> [In Persian]
- Erdonmez, E. (2009). The effect of media on citizens' fear of crime in Turkey. University of North Texas University of North Texas. <https://eric.ed.gov/?id=ED535581>
- Ergen, E., & Yavuz, E. (2017). Empirical analysis of the relationship between tourist flows and exchange rate volatility: ARDL Method. *International Journal of Economics and Innovation*, 3(1), 35-46. <https://www.acarindex.com/pdfler/acarindex-b5cad06a-4f24.pdf>
- Falihi, N., & Jafarzadeh, B. (2012). Factors affecting tourism: combining econometric methods and dynamic systems. *Financial*





- and values are made. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 958-963. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.534>
- Lee, C., & Hallak, R. (2020). Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs. *Tourism Management*, 80, 104128. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104128>
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., & Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41(1), 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.016>
- Mohammadi, T., karimi, M., Najarzadeh, N., & Shahkaram Oghli, M. (2010). Factors affecting demand for tourism in Iran. *Financial Economics*, 4(10), 114-142. <https://doi.org/10.1016/j.fec.2010.11.001> [In Persian]
- Mohammadi, E., Pourshahani, F., & Azadkhani, P. (2015). The Role of Social Capital of the Citizens of Ilam Province in Attracting Tourists. *Journal of Tourism Planning and Development*, 4(12), 93-106 http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1057.html [In Persian]
- Najar Nahavandi, M., & Kamaledini, N. (2019). Effective factors on tourism tendency with emphasis on the role of tourists' mental security (case study of Bam). *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 41-55. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.14121.2843> [In Persian]
- Nastern Borujeni, E., & Nastern Borujeni, I. (2013). The relationship of economic factors with happiness and sports tourism tendencies in climbers of Tehran province. wp-content/uploads/2017/03/The-Death-and-Life-of-Great-American-Cities_Jane-Jacobs-Complete-book.pdf
- Ivanov, S. (2017). Impacts of political instability on the tourism industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(1), 100-127. <https://doi.org/10.1080/19407963.2016.1209677>
- Jovanovic, S., & Ilic, I. (2016). Infrastructure as important determinant of tourism development in the countries of southeast Europe. *Ecoforum*, 5(1), 288-294. <https://core.ac.uk/reader/236086330>
- Karoubi, M., Ghaderi, E., & Parhami, S. (2019). The Relationship between Fear of Crime and Local Disorder with Loyalty to Destination among Foreign Tourists in the Historical Context of Shiraz. *REFAHJ*, 19(72):323-353. URL:<http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-3319-fa.html> [In Persian]
- Kayani, A., & Darvishi, H. (2012). The role of natural and historical landscapes on tourist attraction and urban tourism development (case study of Dareh Shahr city). The first national conference on tourism management, nature tourism and geography, Hamadan: Hegmataneh Environmental Assessment Association, 23rd of February. <https://elmnnet.ir/article> [In Persian]
- Kim, Y. R., Saha, S., Vertinsky, I., & Park, C. (2018). The impact of national institutional quality on international tourism inflows: A cross-country evidence. *Tourism Analysis*, 23(4), 533-551. <https://doi.org/10.3727/108354218X15391984820503>
- Kurmanaliyeva, A., Rysbekova, S., Duissenbayeva, A., & Izmailov, I. (2014). Religious tourism as a sociocultural phenomenon of the present «The unique sense today is a universal value tomorrow. This is the way religions are created

- in Rural Areas Case study: Central part of Dena city. *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(33), 47-70. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.18286.3239> [In Persian]
- Shahabadi, A., & Sayyah, A. (2014). An Investigation on the Effects of Economic Infrastructure on Tourism: Panel Data Approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2(7), 25-43. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_588.html [In Persian]
- Shahabadi, A., & Mehry Telyabi, F. (2016). The Effects Institutions on Income Tourism in the Selected Developing Countries. *Journal of Tourism Planning and Development*, 5(16), 8-30. http://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_1234.html [In Persian]
- Shahabadi, A., Mehri Telyabi, F., & Omidi, V. (2020). The Effect of Political Institutional Risk Index on the Attraction of Foreign Tourists in the MENA Countries. *Tourism Management Studies*, 15(51), 229-251. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.6181.1141> [In Persian]
- Shahbaz, M., Benkraiem, R., Miloudi, R., & Tiwari, A. K. (2018). Tourism-induced financial development in Malaysia: New evidence from the tourism development index. *Tourism Economics*, 24(1), 2-26. <https://doi.org/10.1177/1354816618806123>
- Shopova, I., Grigorova, Z., & Timareva, S. (2017). The impact of culture and history on tourism: Casestudy of Trakiatouristregion. Conference: V International Scientific-Practical Conference «Sustainable Development of Tourism Market: International Practice and Russian Experience» At: Stavropol, Russia. https://www.researchgate.net/publication/316788454_The_Impact_Of_
- National Conference of Sports Management Scientific Association, Tehran, Iran Sports Management Scientific Association, March 26-27. <https://elmnet.ir/article> [In Persian]
- Ng, Y. K. (1997). A case for happiness, cardinalism, and interpersonal comparability. *Economic Journal*, 107(445), 1848-1858. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.42881>
- Nicholson, D. F. (2010). Disadvantaged neighborhoods and fear of crime: Does family structure matter. The University of Oklahoma.
- Nilsson, P. K. (2018). Impact of cultural heritage on tourists. The heritagization process. *Athens Journal of Tourism*, 5(1), 35-54. <https://doi.org/10.30958/ajt.5.1.3>
- Oswald, A. J. (1997). Happiness and economic performance. *Economic Journal*, 107(445), 1815-1831. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:wrk:warwec:478>
- Perman, K., & Mikinac, K. (2014). Effectiveness of education processes in tourism and hospitality in the Republic of Croatia. Tourism and Hospitality Industry confpap05, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management. https://www.ftm.uniri.hr/files/Kongresi/THI/PaperMay2014_616to630.pdf (application/pdf)
- Romanova, G., Romanov, S., Popov, A., & Kushevskaya, R. (2016). Tourism education in the tourism industry as a key to competitiveness. *International Review of Management and Marketing*, 6(S1), 107-113. <https://econjournals.com/index.php/irmm/article/download/1885/pdf>
- Sanaeimoghadam, S., Rahmani, B., Moridsadat, P., & Taheri, N. A. (2020). Modeling the Impacts of Environmental Quality on Tourism Destinations on Tourist Satisfaction



- of Iran. *Strategic Studies of public policy*, 7(25), 93-112. http://sspp.iranjournals.ir/article_29728.html?lang=en [In Persian]
- Webster, C., & Ivanov, S. (2016). Political ideologies as shapers of future tourism development. *Journal of Tourism Futures*, 2(2), 109-124. <https://doi.org/10.1108/JTF-05-2015-0029>
- Yang, C. H., Lin, H. L., & Han, C. C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage sites. *Tourism Management*, 31(6), 827-837. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.008>
- Yavari, K., Rezagholizadeh, M., Aghaei, M., & Mostafavi, S. M. H. (2010). The Effect of Tourism on Economic Growth: The Case of OIC Member Countries. *Journal of Economic Research* (Tahghighat- E- Egtesadi), 45(2). <https://doi.org/20.1001.1.00398969.1389.45.2.10.3> [In Persian]
- Zamparini, L., Vergori, A. S., & Arima, S. (2017). Assessing the determinants of local tourism demand: A simultaneous equations model for the Italian provinces. *Tourism Economics*, 23(5), 981-992. <https://doi.org/10.1177/1354816616656423>
- Ziyari, K., Oshnooei, A., & Molaei Qelichi, M. (2014). Measuring tourist satisfaction with the quality of hotel services using the CSM index Case Study: Shiraz. *Urban Tourism*, 1(1), 1-15. <https://doi.org/10.22059/jut.2014.53140> [In Persian]
- Culture_And_History_On_Tourism_Case_Study_of_Trakia_Tourist_Region
- Sterling, S. R., & Orr, D. (2001). Sustainable education: Re-visioning learning and change (Vol. 6). Totnes: Green Books for the Schumacher Society. www.scirp.org/journal/ce
- Tang, C. F. (2018). The impacts of governance and institutions on inbound tourism demand: evidence from a dynamic panel data study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(10), 1000-1007. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1513052>
- Taghavi, M., & Gholipoor Soleymani, A. (2009). Factors Effecting the Growth of Tourism Industry in Iran. *Economics Research*, 9(34), 157-172. https://joer.atu.ac.ir/article_2890.html?lang=en [In Persian]
- Taghdisi, A., Taghvaei, M., & Piri, S. (2012). Analytic attitude Host Community Social effects - cultural tourism Dalahoo Township. *Spatial Planning*, 2(1), 121-140. <https://doi.org/20.1001.1.22287485.1391.2.1.7.7> [In Persian]
- Tamizi, A., & Shahbazi, S. (2019). Check effect the volatility exchange rate on the tourism sector Iran. *Journal of Tourism and Development*, 7(4), 1-17. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.118442.1334> [In Persian]
- Tomasi, S., Paviotti, G., & Cavicchi, A. (2020). Educational tourism and local development: The role of universities. *Sustainability*, 12, 6766. <https://doi.org/10.3390/su12176766>
- Veicy, H. (2018). The study of Tourism Industry in National Basic Laws of Islamic Republic