

اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در خارج و داخل)

دکتر محمد حسین ایمانی خوشخو¹، ولی الله علی زاده²

(تاریخ دریافت: 91/11/2، تاریخ تصویب: 92/01/23)

چکیده

گردشگری، در پنج دهه اخیر به عنوان یک فعالیت بشری و از صنایع با رشد بالا و گسترده شناخته شده است. گردشگری، دارای طرف عرضه و تقاضا و محصولات مخصوص به خود با ویژگی‌های متمایز از سایر فعالیت‌های اقتصادی بوده و با استفاده از منابع اقتصادی دارای آثار مثبت یا منفی اجتماعی اقتصادی در سطوح ملی یا بین‌المللی است.

می‌توان گفت تحقیقات جدی در زمینه اقتصاد گردشگری از اواسط دهه 1960 شروع شده است و در طی 50 سال اخیر رشد خوبی را در مطالعات و تحقیقات گردشگری شاهد هستیم و عملاً با انتشار مجله‌های علمی، در زمینه اقتصاد گردشگری نیز تحقیقات وسیع تری صورت پذیرفته است. اگرچه رشته اقتصاد گردشگری چند سالی است که در ایران در سطح دکتری به عنوان یک رشته مستقل مطرح شده، اما پژوهش‌های جامعی در زمینه ادبیات اقتصاد گردشگری انجام نگرفته است. پژوهش حاضر در صدد مروری بر ادبیات تحقیق اقتصاد گردشگری و بررسی روند توسعه مباحث نظری و روش‌های متدولوژی در آن می‌باشد. البته از آنجایی که ذکر مطالعات اساسی همه گروه‌های مطالعات اقتصاد گردشگری در یک مقاله ممکن نیست، سعی شده است تنها مطالعات طرف تقاضا و پیش‌بینی تقاضای گردشگری ذکر شود و با پرهیز از بیان موارد مشابه، مطالعات صورت پذیرفته در ایران نیز بیان گردد.

واژگان کلیدی: اقتصاد گردشگری، تقاضای گردشگری، مدل‌های پیش‌بینی، ایران.

مقدمه

می‌توان گفت که تحقیقات جدی در زمینه اقتصاد گردشگری از اواسط دهه 1960 شروع شده است. از اولین مطالعات گردشگری با نگاه اقتصادی، کتاب Clawson and Knetsch (1966) با عنوان Economics of Outdoor Recreation که بیشتر در مورد مسائل محیطی و محیط

1 عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ تهران

2 نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری اقتصاد گرایش گردشگری جهاد دانشگاهی

alizadehamoli@yahoo.com

زیست بحث می‌کند و نیز کارهای انجام شده توسط گری¹ (1966) و گادری² (1961) و گراکیس³ (1965) است. در سال‌های بعد نیز (گری، 1970) با انتشار کتابی، ارتباط بین مسافرت‌های بین المللی و تجارت بین الملل را بیان نمود. در طی 50 سال اخیر، رشد خوبی را در مطالعات و تحقیقات گردشگری شاهد هستیم و عملاً با انتشار مجله‌های علمی *Annals of tourism research*، *Journal of Travel research*، *Tourism management research* و *Tourism economics Research* (1995) در زمینه اقتصاد گردشگری نیز تحقیقات وسیع تری صورت پذیرفته است. در سال 2007 نیز با تأسیس انجمن اقتصاد گردشگری⁴ (IATE) به صورت رسمی مطالعات جامع تر و هدفمند تری در حال انجام است.

امروزه اهمیت اقتصادی و اثرهای گردشگری بر کسی پوشیده نیست. گردشگری، از صنایع عمده اقتصاد جهانی و حتی اصلی ترین بخش اقتصادی بسیاری از کشورها است. بر اساس گزارش UNWTO⁵ در طی شش دهه اخیر، گردشگری، دارای رشدی پیوسته بوده و امروزه یکی از بزرگ ترین بخش های اقتصادی است که دارای بیشترین نرخ رشد در بین سایر بخش‌ها می باشد. بر اساس برآورد WTTC⁶ گردشگری، 10 درصد از GDP جهانی را در بر می‌گیرد (10 تریلیون دلار) و با رشد کنونی 4 درصدی تا سال 2020 تقاضای گردشگری در جهان به 1.6 میلیارد دلار خواهد رسید و از ده شغل در جهان، یکی را به خود اختصاص خواهد داد (تقریباً 328 میلیون شغل). امروزه گردشگری بالغ بر 6 تریلیون دلار ارزش افزوده در سال ایجاد و شغل 255 میلیون نفر در جهان را تأمین می‌کند.

همانند سایر رشته‌های علمی، گردشگری نیز برای توسعه دانش و انتظام مطالب خود از رهیافت‌های جدید، ابزارهای نوین و نظریات مختلف استفاده کرده است. تا کنون کارهای کمی در زمینه بررسی پیشینه تحقیق، مطالعات اقتصاد گردشگری و توسعه آنها در طی زمان صورت پذیرفته است؛ برای مثال، ادینتون و ردمن⁷ (1991) در مطالعه ای به نام "اقتصاد و گردشگری" نگاهی به مسیر توسعه مطالعات اقتصاد گردشگری داشته اند. در این تحقیق، بیشتر روی کوشش

1 -Gray

2 -Guthrie

3 -Gerakis

4- International Association for Tourism Economics

5 -United Nation Word Tourism Organization

6 -World Travel and Tourism Council

7- Eadington & redman

تابع تقاضا و تکنیک‌های مدل سازی تقاضا و ساختار بازار و اثرهای اقتصادی بحث شده است. سینکلار¹ (1998) نیز در مطالعه خود با عنوان "گردشگری و توسعه اقتصادی" ادبیات تحقیق دو دهه را آورده است که نسبت به کار ادینتون و ردمن موضوعات نوینی چون پایداری، محیط و مدل‌های تعادل عمومی قابل محاسبه (CGE) را اضافه کرده است.

در سال‌های بعد (سینکلار، بلاک و سوجیارتو²، 2003) دامنه مطالعات اقتصاد گردشگری را به تحلیل تقاضا و کمی مباحث طرف عرضه (شامل اشکال مختلف کسب و کار گردشگری) محدود کرده اند. (سانگ و لی³، 2008) در تحقیق دیگری، یک بازنگری در مطالعات مدلسازی‌ها و پیش بینی تقاضای گردشگری داشته اند. اخیرا دایور، فورسیس و پاپاسئودورو⁴ (2011) در مطالعه خود با عنوان "اقتصاد گردشگری" مروری بر تحقیقات توسعه ای و مباحث کلیدی اقتصاد توسعه در گردشگری انجام داده اند.

اگرچه رشته اقتصاد گردشگری چند سالی است که در ایران در سطح دکتری به عنوان یک رشته مستقل مطرح شده، اما پژوهش‌های جامعی در زمینه ادبیات اقتصاد گردشگری انجام نگرفته است. پژوهش حاضر در صدد مروری بر ادبیات تحقیق اقتصاد گردشگری و بررسی روند توسعه مباحث نظری و روش‌های متدولوژی در آن می‌باشد. البته از آنجایی که ذکر مطالعات اساسی همه گروه‌های مطالعات اقتصاد گردشگری در یک مقاله ممکن نیست، سعی شده است تنها مطالعات طرف تقاضا و پیش بینی تقاضای گردشگری ذکر شود. در این گزارش از بیان موارد مشابه خود داری شده و مطالعات صورت پذیرفته در ایران نیز مورد اشاره قرار گرفته است. البته در کاری مشابه از همین مؤلفین، مطالعات اقتصاد کلان مقاصد گردشگری نیز جمع آوری شده است.

1- تقاضا	
تقاضای گردشگری و مؤلفه‌های آن	
توسعه متدولوژیکی بررسی تقاضای گردشگری	
ارتباطات بین تقاضاهای از مقاصد گردشگری	
2- عرضه	
ساختار بازار، رفتار عرضه کننده و کارایی	

1 -Sinclair

2 -Sinclair, Blake and Sugiyarto

3- Song & Li

4- Dwyer, Forsyth and Papatheodorou

تئوری بازی و زنجیره عرضه	
نگاه نهادی به رفتار بنگاه‌ها	
خوشه بندی صنعت گردشگری	
	3- اقتصاد مقاصد گردشگری
اثرات اقتصادی	
روش‌های تحلیل اثرات	
حساب اقماری گردشگری TSA	
اثر اشتغال	
گردشگری و رشد اقتصادی	
	4- اقتصاد بین الملل
	5- رقابت پذیری مقاصد گردشگری
	6- مباحث محیطی
تحقیقات محیطی در سطح خرد و کلان	
ارزشگذاری منابع محیطی	
دولت و سیاست‌های محیطی	

تقاضا

تحلیل‌های تقاضا بیشترین قدمت را در مطالعات اقتصاد گردشگری دارند و برای مدیریت بهتر، بازاریابی، اهداف سیاسی و نیز به عنوان مواد اولیه دیگر ابزارهای مدلسازی مهم هستند (سانگ و ویت، 2000 و لی و دیگران¹، 2005). در مطالعات طرف تقاضا زمینه‌های زیر را می‌توان پیدا نمود:

تقاضای گردشگری و مؤلفه‌های آن

تقریباً 4 دهه است که مطالعات بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری، به طور گسترده آغاز شده است. عوامل عمده ذکر شده در این مطالعات، درآمد، نرخ ارز تعدیل شده²، قیمت‌های نسبی، درآمد کشور مبدأ، هزینه زندگی، قیمت کالاهای مکمل و جانشین، هزینه حمل و نقل، بازاریابی و فعالیت‌های توسعه‌ای، سطح مهاجرت و عوامل کیفی (مانند زمان در دسترس، ارتباطات تجاری و

1 -Li, G., Song, H., and Witt, S. F

2 -exchange rate adjusted

وابستگی‌های بین دو کشور، جذابیت‌های مقاصد، فرهنگ، آب و هوا، تاریخ، زیرساخت‌های گردشگری، رخدادهایی که در کشور مقصد اتفاق می‌افتد، بلایای طبیعی، ناپایداری‌های سیاسی و مباحث سلامت گردشگری) هستند (لیم¹، 2006 و کروچ²، 1994-1992 و سایمن و دیگران³، 2008).

از چالش‌هایی که در مطالعات گردشگری وجود دارد می‌توان موارد زیر را برشمرد: محصولات گردشگری نامانای بوده و دارای عمر زیادی نیستند؛ رفتار مصرف‌کنندگان (گردشگر) پیچیده است؛ مردم در مصرف محصولات مختلف با هم تمایز دارند؛ رضایت مشتری به کالاهای و خدمات مکمل بستگی دارد؛ و تقاضای گردشگری به مقدار زیادی نسبت به بلایای طبیعی یا خود ساخته بشری، حساس است (آرچر⁴، 1980، 1994)؛ لذا در این دنیای در حال تغییر، هم برای سیاست‌های توسعه ای دولت و هم برای طرح‌های کسب و کار مهم است تا یک پیش‌بینی معقول کوتاه مدت و بلند مدت از فعالیت‌های گردشگری داشته باشند (فرچلینگ⁵، 2001).

در زمینه بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری، مطالعات تجربی متعددی در خارج و داخل کشور صورت گرفته که در این مطالعات، تأثیر متغیرهای نرخ واقعی ارز، قیمت‌های نسبی، عادات و انتظارات رفتاری و درآمد سرانه بر تعداد گردشگران وارد شده و یا درآمد ارزی گردشگری بررسی شده است. مطالعات (کولندران و ویلسون⁶، 2000) (فاکدیش و کیم⁷، 2007) (سانگ و ویت⁸، 2003) و (الیات و ایناو⁹، 2004) و (حبیبی و دیگران¹⁰، 2008 و 2005) از مطالعات مهم انجام شده در زمینه بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری محسوب می‌شوند. در این مطالعات از روش‌های مختلف اقتصادسنجی (داده‌های سری زمانی و داده‌های تابلویی) برای تبیین مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری استفاده شده است.

از عوامل مؤثر بر خط بودجه گردشگر، درآمد مصرف‌کننده و قیمت کالا یا خدمت گردشگری است؛ به ویژه، در مطالعات تجربی از شاخص (شاخص درآمد کشور فرستنده تقسیم بر شاخص

1 -Lim

2 -Crouch

3 -Saayman, A and A. Saayman

4- Archer

5 -Frechtling

6 -Kulendran and Wilson

7 -Phakdisoth, L. & Kim, D.

8- Song, h & s.f.witt

9 -Eilat, Y. & Einav, L

10 -Habibi, F. Abdul Khalid, R. Chin L

درآمد کشور مرجع) و سطح قیمت‌های مقصد و سطح قیمت در مقاصد گردشگری جانشین، به عنوان عوامل مؤثر بر تابع تقاضا استفاده شده است (سانگ، ویت و لی¹ 2009). غالباً معیار سنجش تقاضای گردشگری، تعداد ورود و یا سطح مخارج گردشگری است. یکی از سنجش‌های جانشین، تعداد شب‌های اقامت گردشگران است.

کشش تقاضای گردشگری

مطالعاتی در محاسبه کشش تقاضا در تحلیل تقاضای گردشگری نیز انجام شده است. به عنوان مثال (سانگ، کیم و یانگ² 2010) با روش bias-corrected bootstrap برای کشش تقاضای گردشگری، بازه اطمینان محاسبه کرده اند. این روش، محدودیت‌های برآورد نقطه ای مرسوم را که درجه تغییر پذیری را نادیده می‌گرفت، حل می‌کند. در ضمن، برای به دست آوردن سایر مطالعات انجام شده می‌توان از منابع این مقاله استفاده نمود.

توسعه روش‌های بررسی تقاضا

دو رهیافت عمده برای پیش بینی تقاضای گردشگری وجود دارد: پیش بینی کیفی و پیش بینی کمی. می‌توان گفت (سانگ و ویت، 2000) اولین محققانی بودند که تعدادی از مدل‌های جدید اقتصادسنجی را برای تحلیل تقاضای گردشگری ارائه داده اند. اخیراً روش‌های اقتصادسنجی مانند مدل‌های خود رگرسیون با وقفه توزیعی³ (ADLM)، مدل تصحیح خطا⁴ (ECM)، خود رگرسیون برداری⁵ (VAR) و رهیافت سیستم آرمانی⁶ (AIDS) و مدل‌های پارامتر متغیر زمانی⁷ (TVP) برای پیش بینی تقاضای گردشگری استفاده می‌شوند که در مقاله‌های (سانگ و ویت، 2000) و (لی، سانگ و ویت، 2006) و (سانگ و لی، 2008) شرح شده اند. پیش بینی‌های کیفی گردشگری بر اساس جمع آوری داوری‌های فردی بر اساس علم و ادراک آن‌ها است. این داوری‌ها از طریق سرشماری یا رأی‌گیری از نظر کارشناسان، تحقیقات میدانی،

1 - Song, Witt and Li

2 - Song, Kim & yang

3 - Autoregressive Distributed Lag Model

4 - Error Correction Model

5 - Vector Autoregressive

6 - Ideal Systems Approach

7 - Time Varying Parameter

تکنیک دلفی و یا غیره هستند که اغلب از پیش بینی‌های کمی هم استفاده می‌کنند. پیش بینی‌های کیفی موقعی کاربرد بهتری دارند که اطلاعات تاریخی، موجود نباشند یا اینکه سری‌های زمانی مورد اعتمادی در دسترس نباشند و یا اینکه محیط کلان (جامعه یا اقتصاد و یا غیره) تغییر کند و یک ناپایداری مهم به وجود بیاید؛ لذا، انتخاب روش پیش بینی تقاضا به عوامل زیر بستگی دارد: 1- سطح صحت و دقت مورد نیاز 2- سهولت روش 3- هزینه استفاده از این روش در مقایسه با سایر روش‌ها 4- چارچوب زمانی پیش بینی 5- کیفیت و دسترسی به اطلاعات مورد نیاز 6- پیچیدگی ارتباطاتی که باید پیش بینی شوند، امروزه از ترکیب روش‌های کیفی و کمی برای مدل سازی و پیش بینی تقاضای گردشگری استفاده می‌شود (فاکنر و والریو¹، 1995) و (بلاک و دیگران²، 2004).

از دهه 1990 تا به حال، مطالعات مدل سازی تقاضا از مدل رگرسیون ایستا به سمت مدل‌های پیچیده تر و پویاتر حرکت نمود. مدل‌های پویا از هم جمعی تکنیک پارامتر متغییر زمانی TVP و سری زمانی علیتی به دست می‌آیند (سانگ، لی، ویت و آساناسوپولوس³، 2011)؛ به عبارتی، امتیازات روش‌های فوق را با هم جمع کرده و یک روش پیش بینی خوب را ارائه می‌دهد. با توسعه رهیافت‌های سیستم معادلاتی و توان محاسبه این معادلات به وسیله نرم افزارهای تخصصی، تکنیک‌های VAR و AIDS ابعاد وسیعی از مطالعات را به خود اختصاص داده اند. این روش‌ها بر محدودیت‌های روش‌های تک معادلاتی غلبه می‌کنند و بر اساس پایه‌های نظری قابل اطمینان، تقاضای گردشگری را مدلسازی کرده و زمینه‌های پیش بینی تقاضا را مهیا می‌کنند.

روش حداقل مربعات معمولی و سری زمانی

(کاوئیان، 1381) در پایان نامه خود، با بهره گیری از روش حداقل مربعات معمولی، به برآورد تابع تقاضا برای گردشگری بین المللی ایران طی سال‌های 1350-1375 پرداخته است. نتایج، حاکی از آن است که متغیرهای نرخ ارز، نسبت قیمت داخل به خارج و متغیر موهومی⁴ جنگ از عوامل مؤثر بر تقاضا برای گردشگری خارجی ایران محسوب می‌شوند. از مهم ترین یافته‌های این تحقیق این است که: 1- ایران مقصدی نرمال برای گردشگران است. 2- تقاضای گردشگری بین المللی ایران با قیمت‌های نسبی، حساس و کشش پذیر است. 3- تقاضای گردشگری بین المللی ایران با کاهش ارزش ریال رابطه مستقیم دارد. 4- ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی ناشی از جنگ و

1 -Faulkner, B. and Valerio, P

2 -Blake, A., R. Durbarry, J.L. Eugenio-Martin et al

3-Song, Li, Witt, Athanasopoulos

4 -Dummy

آثار روانی شوک‌های نفتی دهه 1970 موجب کاهش تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران بوده است.

(نوری، 1375) با بهره‌گیری از روش حداقل مربعات معمولی به برآورد تابع تقاضا برای گردشگری بین‌المللی ایران طی سال‌های 1372-1348 در ایران پرداخته است. نتایج این مطالعه دلالت بر این دارد که "تقاضا برای گردشگری ایران نسبت به درآمد سرانه با کشش و نسبت به قیمت کالاها و خدمات داخلی بی‌کشش است؛ علاوه بر این، رابطه معکوسی نیز بین نرخ ارز اسمی و تقاضای گردشگری برقرار است.

(گرینیچ¹، 2001) به پیش‌بینی تقاضای گردشگری با استفاده از مدل‌های سری زمانی پرداخته است.

(موسایی، 1383) ابتدا، الگوهای دایاموند، کلیمان، کوانت و بامول، آربل و آبراهام، تروت و تروت، یوزال و کرامپتون، ویت و مارتین را معرفی می‌کند و سپس یک مدل رگرسیون لگاریتمی را برآورد می‌کند. در این مطالعه، اهمیت متغیرهای مجازی دوران جنگ و انقلاب بر تقاضای گردشگری ایران بیان شده است و الگوها و کارهای انجام شده در زمینه تخمین توابع عرضه و تقاضای توریسم در کشورهای دیگر آورده شده است. وی در این مطالعه نشان می‌دهد که "یک درصد افزایش در نسبت شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در ایران 0/25 درصد تقاضا برای گردشگری در ایران را کاهش می‌دهد و یک درصد افزایش تولید جهانی باعث 0/45 درصد افزایش تقاضای گردشگری به ایران می‌شود".

(خسروآبادی، 1385) با استفاده از روش رگرسیون حداقل مربعات معمولی، به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضا برای گردشگری خارجی ایران طی سال‌های 1344-1383 پرداخته است. نتایج حاصل از تخمین مدل، بیانگر این است که متغیرهای تبلیغات، انقلاب و جنگ به عنوان متغیرهای مهم و مؤثر بر تقاضا برای گردشگری کشور محسوب می‌شوند.

(مراسلی، 1375) با استفاده از داده‌های سری زمانی، عرضه و تقاضا را برآورد کرده است (1345-1371) نتیجه اینکه، درآمد سرانه، قیمت‌های نسبی و متغیر مجازی جنگ و انقلاب، بیشترین تأثیر را بر گردشگری خارجی ایران داشته‌اند.

(آرنسون و دیگران²، 2009) با استفاده از تکنیک رگرسیون به ظاهر نامرتبب تکراری، به تخمین تابع تقاضا برای گردشگری خارجی کشورهای سوئد و نروژ به 5 کشور دانمارک، انگلستان،

1-Greenidge, K

2-Arnsson et all

سویس، ژاپن و امریکا طی سال های 1993-2006 پرداخته اند. آنها در این مطالعه به این نتیجه رسیدند که شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و متغیر عادات رفتاری، تأثیر مثبت و معنی دار بر تقاضا برای گردشگری این کشورها دارد، ولی تأثیر متغیر نرخ ارز، معنی دار نیست.

(خوارزمی، 1384) به بررسی رابطه علی بین گردشگری و تجارت در ایران طی سال های 1380-1388 می پردازد. وی پس از بررسی روند گردشگران ورودی به ایران طی این سالها، هفت کشور از بین ده کشور عمده متقاضی، یعنی کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان، هندوستان، ژاپن، پاکستان و ترکیه را انتخاب و از داده های سالانه آنها در تخمین الگوها استفاده کرده است. این محقق به پیروی از شان و ویلسون، یک الگوی خود توضیح برداری شش متغیره را در نظر گرفته و با استفاده از تکنیک رگرسیون های به ظاهر نامرتب تخمین زده و جهت بررسی روابط علت و معلولی بین متغیرهای تجارت و گردشگری از آزمون تودا یاماماتو (yamamoto 1995) استفاده نموده است. نتایج این تحقیق نشان می دهد که رابطه علی یک طرفه بین تجارت و گردشگری (از تجارت به گردشگری) برقرار است. با توجه به این نتیجه، پیشنهاد شده است که در برآورد الگوهای پیش بینی تقاضا برای گردشگری، تجارت به عنوان یک عامل مهم در نظر گرفته شود.

(زارعی نمین) در پایان نامه خود وضعی توریسم کشورهای عضو D8 (ایران، اندونزی، بنگلادش، پاکستان، ترکیه، مصر، نیجریه و مالزی) را بررسی و از یک الگوی رگرسیون لگاریتمی بر اساس تابع تولید کاب داگلاس استفاده کرده است.

هم انباشتگی یوهانسون - جوسلسیوس

(آلگیری¹، 2006) با استفاده از روش هم انباشتگی یوهانسون - جوسلسیوس، یک رابطه تعادلی بلند مدت را بین متغیرهای درآمد ارزی کشور، نرخ ارز واقعی، درآمد کل جهان و هزینه حمل و نقل کشور روسیه برای سال های 1993 - 2003 را استخراج کرده است.

(حبیبی و دیگران²، 2008) با استفاده از روش هم انباشتگی یوهانسون - جوسلسیوس، به تخمین تقاضای گردشگری کشورهای انگلیس و آمریکا به مالزی طی سال های 1972 - 2006 پرداخته اند.

(دومبروسکی و هودزیک¹، 2010) تأثیر گذاری منفی و معنی دار مالیات بر ارزش افزوده، بر تقاضای گردشگری کشور کروواسی طی سال های 1980 تا 2007 را بیان نموده اند.

1 -Algieri

2- Habibi, et al

مدل پارامتر متغیر در طی زمان TVP

مدل AIDS برای تحلیل وابستگی تخصیص بودجه و مصارف کالا و خدمات طراحی شده که در دهه اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است. مدل پویای AIDS با همراهی تکنیک TVP، یک مدل مبتنی بر سیستم معادلات پویا را فراهم نموده است. کاربرد این مدل‌ها در بررسی اثرهای جانشینی یا مکملی بین مقاصد گردشگری (کورتز، دورباری و پولینا²، 2009 و لی، سانگ و ویت، 2006) و یا بین گروه‌های مصرف کنندگان (یو، لی و سانگ³، 2011 و 2012) و رقابت بین مقاصد گردشگری است (منجیون، دورباری و سینکلار⁴، 2005).

(محمد زاده و دیگران، 1389) از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان TVP و روش کالمن-فیلتر برای تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران، به تفکیک سه کشور هند، پاکستان و ترکیه طی سال‌های 1353-1385 استفاده کرده و تأثیر مثبت و معنی دار درآمد سرانه و عادات رفتاری بر تقاضای گردشگران خارجی به ایران را یافته‌اند. در این مقاله نشان داده شده است که این روش می‌تواند عوامل غیر قابل مشاهده نظیر سلیقه مصرف کننده، عادات رفتاری و تغییرات رژیمی را شبیه سازی نماید. کشش تقاضای گردشگران هندی بین صفر و یک بوده است در حالی که این کشش برای پاکستان و ترکیه بزرگتر از یک برآورد شده است. *Time varying parameter* ناپایداری ساختاری در مدل را بررسی نموده و امکان تغییر پارامترهای مدل در طی زمان را فراهم می‌کند؛ در این روش نیازی به آزمون‌های ریشه واحد و تفاضل گیری نیست. این مقاله از نظر منابع و ادبیات تحقیق غنی است.

(سانگ و وونگ⁵، 2003) با بهره گیری از رهیافت TVP و مدل فضا-حالت، به مدلسازی تقاضا برای گردشگری کشور هنگ کنگ به 6 کشور همسایه استرالیا، کانادا، فرانسه، آلمان، انگلستان و آمریکا طی سال‌های 1973-1997 پرداختند. یافته‌های اصلی این پژوهش نشان داد که کشش تقاضا برای گردشگری نسبت به متغیرهای درآمد و قیمت‌های نسبی در 6 کشور مبدأ با یکدیگر متفاوت است.

1-Dombrovski, R&. Hodzic, S

2-Cortes-Jimenez, Durbarry, & Pulina

3 -Wu, Li, & Song

4 -Mangion, Durbarry, & Sinclair

5 -Song & Wong

مدل‌های VAR

مدل‌های VAR توجه کمتری را در تحلیل‌های اقتصاد گردشگری به خود معطوف کرده اند و از میان این مطالعات می‌توان به مطالعات زیر اشاره کرد:
(سیتانا و خادارو¹، 2009) با عنوان "بررسی ارتباط بین حجم سرمایه در حمل و نقل و توسعه گردشگری با استفاده از یک مدل پویا" و نیز مطالعه (سانگ و ویت²، 2006) با عنوان "پیش بینی جریان گردشگری بین المللی ماکائو" و نیز مطالعه (تورالیا، واکیز و فرانکو³، 2009) در بررسی جریان‌های گردشگری در آمریکا.

تکنیک داده‌های تابلویی

تحلیل‌های مبتنی بر تکنیک داده‌های تابلویی⁴ که به نوعی تجمیع روش سری زمانی و تحلیل بین بخشی است، نیاز به داده‌های بیشتری دارد و همبستگی خطی در آن کمتر است. درجه آزادی در این تکنیک بیشتر بوده و برآوردهای بهتری را ارائه می‌کند. در عین حال، این روش در گردشگری کاربرد وسیعی نداشته است و از مطالعات انجام شده می‌توان به کارهای زیر اشاره کرد:
مطالعه (گارین - مونوز⁵، 2009) در باره بررسی تقاضای گردشگری بومی و تقاضای گردشگر خارجی در گالیکیا که به وسیله تکنیک panel مدلسازی و پیش بینی شده است. مطالعه دیگر، کار (لسما، ناوارو و پرز⁶، 2001) در مطالعه موردی منطقه تریف (Tenerife) با استفاده از داده‌های تابلویی است.
تحقیق دیگر، کار (نود و سایمن⁷، 2005) است که تقاضای گردشگری در آفریقا را مدلسازی کرده است. (سیتارام⁸، 2010) نیز با استفاده از داده‌های تابلویی پویا، تقاضای گردشگری منطقه استرالیا را مدلسازی کرده است. (سایمن و سایمن، 2008) نیز با استفاده از این تکنیک، عوامل

1 -Seetanaah & Khadaroo

2 -Song & Witt

3 -Torrreleja, Vazquez, & Franco

4 -Panel Data

5 -Garin-Munoz

6 -Ledesma-Rodriguez, Navarro-Ibanez, & Perez-Rodriguez

7- Naude & Saayman

8 -Seetaram

مؤثر بر گردشگری ورودی به آفریقا را بررسی کرده اند. لازم به ذکر است که مدل‌های پویای تابلویی می‌توانند کاربردهای بسیار وسیع تری در مطالعات تقاضای گردشگری داشته باشند.

(مجید افشاری و دیگران، 1391) در مطالعه‌ای با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی پویا، به تأثیر نرخ مالیات بر درآمد ارزی گردشگری کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال‌های 2009-1995 پرداخته اند. نتایج نشان می‌دهد نرخ مالیات، تأثیر منفی بر درآمد ارزی گردشگری داشته و متغیرهای مقدار وقفه دار درآمد ارزی گردشگری، درآمد سرانه و رشد درآمد سرانه، تأثیر مثبت و معنادار بر درآمد گردشگری دارند.

(گورموش و گوچر¹، 2010) به وسیله تکنیک پانل دیتا به بررسی عوامل اجتماعی اقتصادی مؤثر بر تقاضای گردشگری در ترکیه پرداخته اند. در این تحقیق، از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و یا از متغیر نرخ واقعی ارز به عنوان متغیر جایگزین مناسب برای هزینه‌های زندگی در کشور مقصد استفاده شده است. همچنین مانند برخی مطالعات دیگر مانند (نوردسترم²، 2005) و (لیم، 2003) و (سانگ و ویت، 2003) از مقدار وقفه دار متغیر وابسته، به عنوان انتظارات و عادات رفتاری استفاده شده است.

(بین³، 1995) و (چای و گوپال⁴، 2008) در مطالعه‌هایی مستقل به وسیله تکنیک پانل، تأثیر منفی و معنی دار نرخ مالیات بر تقاضای گردشگری را در کشورهای حوزه کارائیب شرقی بیان می‌کنند و (وان پاریس و جیمز⁵، 2010) نیز در همان حوزه، تأثیر متفاوت انگیزه‌های مالیاتی بر جذب سرمایه گذاری خارجی در بخش گردشگری را مورد بررسی قرار می‌دهند.

(عباسی نژاد و حبیبی، 1384-2005) به معرفی مدل‌های 1- اوزال - کرومپتون 2- ساماری 3- استفان وایت 4- مانوئل 5- کار عزیز مراسلی می‌پردازد، سپس کار خود را که بر اساس تلفیق سری زمانی و پانل است برآورد می‌کنند. آنها با بررسی گردشگران وارد شده به ایران، تأثیر مثبت درآمد سرانه و تأثیر منفی قیمت‌های نسبی بین کشورهای مبدا و مقصد بر تقاضای گردشگری را بیان نموده اند.

1- Gormus, S. and Gocer, I.

2- Nordstrom

3- Bain, L

4 -Chai, J. & R. Goyal

5 -Van Parys, S. & James, S

آندرا و نود¹، 2005) به بررسی عوامل ورود گردشگر به 43 کشور آفریقایی طی سال‌های 1996 - 2000 پرداخته و ثبات سیاسی و عوامل بازاریابی را مهم قلمداد کرده‌اند. پژوهش آنها نشان داد که متغیرهای درآمد، قیمت‌های نسبی و هزینه‌ی زندگی تأثیر معنی‌دار بر تقاضای گردشگری به این کشورها نداشته‌است.

(موهیتین و دیگران²، 2008) با بهره‌گیری از تکنیک داده‌های تابلویی پویا، به تخمین تقاضا برای گردشگری خارجی 9 کشور آلمان، روسیه، انگلستان، هلند، فرانسه، اتریش، ایران، بلغارستان و اوکراین به کشور ترکیه طی سال‌های 1995-2004 پرداخته‌اند. نتایج نشان داد که متغیر عادت رفتاری دارای تأثیر مثبت و معنی‌دار بر تقاضا برای گردشگری خارجی به کشور ترکیه است و کوشش تقاضا برای گردشگری نسبت به متغیر هزینه‌ی زندگی بیشتر از سایر کوشش‌ها است.

(بریدا و ریسو³، 2009) به تخمین تابع تقاضا برای گردشگری خارجی آلمان به ایتالیا طی سال‌های 1987-2007 پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد که متغیر عادت رفتاری، تأثیر مثبت، و متغیرهای هزینه‌ی زندگی و قیمت‌های نسبی تأثیر منفی و معنی‌دار بر تقاضا برای گردشگری خارجی کشور آلمان داشته‌است.

مطالعات دیگری هم با روش ترکیب معادلات خطی و غیر خطی و یا رهیافت برنامه‌ریزی به مدل‌سازی تقاضای گردشگری پرداخته‌اند:

مطالعه (واندر و جان⁴، 1990) یکی از الگوهای کاربردی بسیار معروف در برنامه‌ریزی برای تقاضای گردشگری است. این مطالعه به امر گردشگری در جزایر وادن که متشکل از چهار جزیره و مقصد گردشگری آلمانی‌ها است، می‌پردازد. این الگو، چهار قید و یک تابع هدف دارد. تابع هدف، شامل حداکثر کردن سطح اشتغال مربوط به تخت‌های موجود، تعداد شب‌های اقامت، اثر اشتغال زایی هر تخت، تعداد تخت‌های جدید و ... است؛ و قیود، شامل قید بودجه‌ی عمومی برای سیاست‌های گردشگری، قید مربوط به ظرفیت انواع اقامت (بازه‌های مختلف) و قید مربوط به نرخ حداقل اشتغال است. اشکال اصلی این الگوها این است که قیدهای الگو که اغلب به صورت خطی بیان می‌شوند تصویری پذیرفتنی از واقعیت را نشان نمی‌دهند. همچنین کاربرد این الگوها، برای کشورهای در حال توسعه تأمل‌پذیر است، زیرا استفاده از این الگوها، مستلزم داشتن جدول داده

1- Andréa & Naude

2 -Muhittin & all

3 -Brida & Risso

4-Van Der Knijff and Jon Oostehaver

فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ

ستانده بخش های مختلف، از جمله گردشگری است که متأسفانه چنین جداولی در کشورهای در حال توسعه یا وجود ندارد یا محاسبه آن مشکل است.

(لیسیوتو¹، 2000) با استفاده از مدل فضا-حالت و داده های سری زمانی فصلی، به تحلیل پویای پویای گردشگری انگلستان در سال های 1979 - 1991 پرداخته است. نتیجه تحقیق نشان داده است که ترجیحات، تأثیر مهمی بر هزینه های گردشگری دارد.

(آساناسوپولوس²، 2006) با استفاده از مدل های فضا-حالت به مدلسازی و پیش بینی تقاضای داخلی استرالیا طی سال های 1998-2005 پرداخته اند. نتایج حاصل از تخمین و پیش بینی تقاضای گردشگری با استفاده از مدل های فضا-حالت، نشان داد که این مدل ها، رویکردهای مناسبی برای پیش بینی کوتاه مدت بوده است و در بلندمدت نیز پیش بینی های معقول و منطقی ارائه می کنند.

(استفان و دیگران³، 1992) یک سیستم کامل معادلات تقاضا را استفاده کرده است. این مدل، جریان ورود و خروج 18 کشور صنعتی را روشن می کند (یعنی هر کشور را، هم به عنوان مبدأ گردشگری و هم به عنوان مقصد گردشگری در نظر گرفته اند).

(کنگ⁴، 2011) در مطالعه خود روش برآورد تقاضای گردشگری به وسیله یک مدل غیر خطی را آورده است. (چان، ویت، لی و سانگ⁵، 2010) نیز در مطالعه خود از تکنیک برنامه ریزی استفاده کرده اند. (کوشال و چارلس ورث⁶، 2011) نیز در تحقیق خود برای برنامه ریزی گردشگری از برنامه ریزی چند معیاره⁷ استفاده کرده اند.

از موضوعات دیگری که توجه زیادی را به خود جلب کرده چرخه تقاضای گردشگری باتلر⁸ است که یکی از روش های مواجهه با آن مدل های Markov می باشد. این مدل، دوره عمر گردشگری را بررسی می کند. بر اساس این رهیافت، مقاصد گردشگری، از 6 مرحله عبور می کنند: 1- کشف 2- درگیری 3- توسعه 4- تثبیت 5- شروع رکود 6- احیای دوباره. از میان مطالعاتی که در

1 -Lyssiotou

2 -Athanasopoulos

3 -Stephen. F.Witt & Christane A. Witt

4 -Cang

5 -Chan, Witt, Lee, and Song

6 -Coshall and Charlesworth

7 -Goal Programing

8 -Butler

این زمینه انجام شده است می توان به کار (مور، ویتهاال¹، 2005) اشاره نمود که مبانی نظری خوبی را با روش انجام کار تلفیق نموده و کار ارزنده ای را انجام داده اند. اگرچه به وسیله مدل های تعادل عمومی قابل محاسبه نیز می توان به مدلسازی و پیش بینی تقاضای گردشگری پرداخت، ولی اینگونه مطالعات را در زیر عنوان اقتصاد کلان مقاصد گردشگری ذکر خواهیم نمود.

ارتباطات و وابستگی میان مقاصد گردشگری

وابستگی بازارها به همدیگر در دنیای در حال جهانی شدن امروز، سهم ویژه ای در مطالعات اخیر داشته است. تقاضای گردشگری از یک مقصد، از سایر مقاصد جانشین متأثر می شوند و این تأثیر نه تنها به خاطر شباهت های فرهنگی و جغرافیایی است، بلکه مؤلفه های اقتصادی همچون قیمت ها و کیفیت و... نیز در آن مؤثر هستند. این مطالعات، اغلب با استفاده از تکنیک همجمعی و مدل های VAR، اثر علی ارتباط میان متغیرهای تقاضا در مقاصد مختلف را بررسی می کنند. مطالعاتی که ارتباط بین تقاضاهای مختلف کالاها و یا مقاصد گردشگری را بررسی کرده باشند محدود هستند و از جمله آنها می توان به کار (ستو، پارک و بو²، 2010) اشاره کرد که به وسیله آزمون علیت گرانجری ارتباط بین تقاضاهای گردشگری از خارج را در کشور کره بررسی کرده اند.

1- Moore and Whitehall

2 -Seo, Park, and Boo

منابع

1. افشاری، مجید و علی اکبر تقی پور، مجتبی ولی بیگی، نیر قمری (1390)، تأثیر نرخ مالیات بر درآمد ارزی گردشگری کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (رهیافت داده های تابلویی پویا)، فصلنامه مدلسازی اقتصادی (سال پنجم، شماره 4 پیاپی 16، ص 71-86)
2. حبیبی، فاتح و حسین عباسی نژاد (1384)، تصریح و برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده های سری زمانی - مقطعی، تحقیقات اقتصادی.
3. خسرو آبادی، محمد (1385)، تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره 1344 - 1383 و ارائه استراتژی های گسترش صنعت گردشگری ایران، پایان نامه دانشگاه اصفهان.
4. خوارزمی، ابوالقاسم (1384)، بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران (38-80)، پژوهشنامه بازرگانی.
5. زارعی نمین، علی، بررسی اثرات توسعه بخش توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای 8D، پایان نامه تربیت مدرس.
6. کاوئیان، نسترن (1381)، برآورد تابع تقاضای جهانگردی بین المللی ایران 1350 - 1375، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
7. محمد زاده، پرویز و بهبودی، داود و سبب ممی پور و مجید افشاری، (1389)، تخمین تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب با استفاده از رهیافت TVP، مقاله فصلنامه اقتصاد مقداری.
8. مراسلی، عزیز (1375)، تخمین توابع عرضه و تقاضای خارجی گردشگری ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس.
9. موسایی، میثم (1383)، تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی.
10. نوری، مهناز (1375)، برآورد تابع تقاضای گردشگری در ایران 1348 - 1372، پایان نامه دانشگاه تهران.
11. Algieri, 2006. an economic estimation of the demand for tourism: the case of Russia.
12. Andréa & naude , 2005. determinants of tourism arrivals in Africa: a panel data regression analysis.
13. Archer, B. (1980), "Forecasting Demand, Quantitative and Intuitive Techniques", International Journal of Tourism Management, March, pp. 5-12.
14. Archer, B. (1994), "Demand Forecasting and Estimation", Travel, Tourism, and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers. J. R.

- Brent Ritchie and Charles R. Goeldner (ed.), New York, John Wiley and Sons Ltd. Second Edition: 105-114.
15. Arnesson, L., A.K. Salman, A. Sorensson & G. Shukur. (2009) "Estimating the Swedish and Norwegian international tourism demand using (ISUR) technique." Centre for Labour Market Policy Research Working Paper Series
 16. Athanapoulos, 2006. modeling and forecasting Australian domestic tourism.
 17. Athanapoulos, G. & R.J. Hyndman, 2006 "Modeling and Forecasting Australian Domestic Tourism." Monash Econometrics and Business Statistics Working Paper.
 18. Bain, L. (1995). Tax concessions and their impact on the revenue base of the eccb territories. Background paper for the Eastern Caribbean Central Bank. Basseterre, St. Kitts.
 19. Blake, A., R. Durbarray, J.L. Eugenio-Martin, N. Gooroochurn, B. Hay, J. Lennon, G. Sugiyarto, M. T. Sinclair, I. Yeoman (2004) "Tourism in Scotland: The Moffat Model for Forecasting and Policy in Complex Situations" 2004/2
 20. brida & risso (2009) "A Dynamic Panel Data Study of the German Demand for Tourism in South Tyrol." School of Economics and Management - Free University of Bolzano.
 21. Butler, R. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for management resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5-16.
 22. Cang, S. (2011). A non-linear tourism demand forecast combination model. *Tourism Economics*, 17(1), 5-20.
 23. Chai, J. & R. Goyal. (2008). Tax concessions and foreign direct investment in the eastern caribbean currency union. *IMF Working Paper* 08/257.
 24. Chan, C. K., Witt, S. F., Lee, Y. C. E., & Song, H. (2010). Tourism forecast combination using CUSUM technique. *Tourism Management*, 31, 891-897.
 25. Clawson, M. and Ketch, J.L. (1966) *Economics of Outdoor Recreation*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
 26. Cortes-Jimenez, I., Durbarray, R., & Pulina, M. (2009). Estimation of outbound Italian tourism demand: A monthly dynamic EC-LAIDS model. *Tourism Economics*, 15(3), 547-565.
 27. Coshall, J. T., & Charlesworth, R. (2011). A management oriented approach to combination forecasting of tourism demand. *Tourism Management*, 32, 759-769.
 28. Crouch, G.I. (1994a), "The Study of International Tourism Demand: A Review of Findings", *Journal of Travel Research*, 33, 12-23.

29. Crouch, G.I., (1992), "Effects of Income and Price on International Tourist Demand", *Annals of Tourism*, 19(4), 643–664.
30. Dombrowski, R. & Hodzic, S. (2010). Impact of value added tax on tourism. *EABR & ETLC Conference Proceedings*: 701-708.
31. Dwyer, L., Forsyth, P., & Papatheodorou, A. (2011). In C. Cooper (Series Ed.), *Economics of tourism, contemporary tourism reviews*. Oxford: Good fellow.
32. Eadington, W. R., & Redman, M. (1991). *Economics and tourism*. *Annals of Tourism Research*, 18, 41–56.
33. Eilat, Y. & Einav, L. (2004). Determinants of international tourism: A three-dimensional panel data analysis. *Applied Economics*, 36: 1315-1327.
34. Faulkner, B. and Valerio, P. (1995), "An Integrative Approach to Tourism Demand Forecasting", *Tourism Management*, Vol 16, No 1, pp29-37.
35. Frechtling, D. C. (2001). *Forecasting tourism demand: Methods and strategies*. Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
36. Garin-Munoz, T. (2009). Tourism in Galicia: Domestic and foreign demand. *Tourism Economics*, 15(4), 753–769.
37. Gerakis, A. S. (1965). Effects of exchange-rate devaluations and revaluations on receipts from tourism. *International Monetary Fund Staff Papers*, 12, 365–384.
38. Gormus, S. and Gocer, I. (2010). The socio-economic determinant of tourism demand in turkey: a panel data approach. *International Research Journal of Finance and Economics*, 55: 88-99.
39. Gray, H. P. (1966). The demand for international travel by United States and Canada. *International Economic Review*, 7, 83–92.
40. Gray, H.P. (1970) *International Travel—International Trade*, Lexington, Mass.: D.C. Heath.
41. Greenidge, K, 2001 "Forecasting tourism demand. an STM Approach", *Annals of Tourism Research*.
42. Guthrie, H. W. (1961). Demand for tourists' goods and services in a world market. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association*, 7, 159–175.
43. Habibi, F. & Abbasi nejad, H. (2005). The estimation of international tourism demand in iranian economy by using of panel data approach. *Quarterly Journal of Economic Studies*, 70:91-115. (In Persian).
44. Habibi, F. Abdul Khalid, R. Chin L. (2008). United Kingdom and United States tourism demand for Malaysia: a co-integration analysis, mpra (20).
45. Habibi, F., R.K. Abdul & L. Chin, 2008 "United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia: A Co-integration Analysis" MPRA Paper.

46. Ledesma-Rodriguez, F. J., Navarro-Ibanez, M., & Perez-Rodriguez, J. V. (2001). Panel data and tourism: A case study of Tenerife. *Tourism Economics*, 7(1), 75–88.
47. Li, G., Song, H., & Witt, S. F. (2006). Time varying parameter and fixed parameter linear AIDS: An application to tourism demand forecasting. *International Journal of Forecasting*, 22, 57–71.
48. Li, G., Song, H., and Witt, S. F. (2005), “Recent developments in econometric modeling and forecasting”, *Journal of Travel Research*, 44, 82–99.
49. Lim, C. (2003). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24: 835-489.
50. Lim, C. (2006) “Tourism Demand Modeling: issues and implications”, in L. Dwyer and P. Forsyth (eds) *International Handbook of Tourism Economics*, Edward Elgar, London.
51. Lyssiotou, 2000. dynamic analysis of British demand for tourism abroad.
52. Mangion, M., Durbarry, R., & Sinclair, M. T. (2005). Tourism competitiveness: Price and quality. *Tourism Economics*, 11(1), 45–68.
53. Moore, W., & Whitehall, P. (2005). The tourism area lifecycle and regime switching models. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 112–126.
54. muhittin & all, 2008, “International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach” Munich Personal RePEc Archiv.
55. Naude, W. A., & Saayman, A. (2005). Determinants of tourist arrivals in Africa: A panel data regression analysis. *Tourism Economics*, 11(3), 365–391.
56. Nordstom, J. (2005). Dynamic and stochastic structures in tourism demand modeling, *Journal of Empirical Economics*, (30):.379-392.
57. Phakdisoth, L., & Kim, D. (2007). The Determinants of inbound tourism in laos. *ASEAN economic bulletin*, 24 (2): 225- 237.
58. Saayman, A and A. Saayman (2008), “The determinants of inbound tourism to South Africa”, *Tourism Economics*, 14(1):81-96.
59. Seetana, B., & Khadaroo, J. (2009). An analysis of the relationship between transport capital and tourism development in a dynamic framework. *Tourism Economics*, 15(4), 785–802
60. Seetaram, N. (2010). Use of dynamic panel cointegration approach to model international arrivals to Australia. *Journal of Travel Research*, 49(4), 414–422.
61. Seo, J. H., Park, S. Y., & Boo, S. (2010). Interrelationships among Korean outbound tourism demand: Granger causality analysis. *Tourism Economics*, 16(3), 597–610.
62. Sinclair, M. T. (1998). Tourism and economic development: A survey. *Journal of Development Studies*, 34(5), 1–15.

63. Sinclair, M. T., Blake, A., & Sugiyarto, G. (2003). The economics of tourism. In C. Cooper (Ed.), *Classic reviews in tourism* (pp. 22–54). Cleve don: Channel View Publications.
64. Song & Wong, 2003 “tourism demand modeling: a time varying parameter approach”, *Journal of Travel Research*.
65. Song, H. & Witt, S. F. (2003). Tourism forecasting: the general to specific approach. *Journal of Travel Research*, 42: 65-74. Tourism forecasting: the general to specific approach. *Journal of Travel Research*, 42: 65-74.
66. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modeling and forecasting—A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203–220.
67. Song, H., & Witt, S. F. (2000). *Tourism demand modeling and forecasting: Modern econometric approaches*. Cambridge: Pergamon.
68. Song, H., & Witt, S. F. (2006). Forecasting international tourist flows to Macau. *Tourism Management*, 27(2), 214–224.
69. Song, H., Kim, J. H., & Yang, S. (2010). Confidence intervals for tourism demand elasticity. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 377–396.
70. Song, H., Li, G., Witt, S. F., & Athanasopoulos, G. (2011). Forecasting tourist arrivals using time-varying parameter structural time series models. *International Journal of Forecasting*, 27(3), 855–869.
71. Song, H., Witt, S. F., & Li, G. (2009a). *The advanced econometrics of tourism demand*. London: Routledge.
72. Stephen. F. Witt & Christane A. Witt , 1992, “econometric Forecasts Tourism trend to 2000”, *Annals of Tourism Research*.
73. Torraleja, F. G., Vazquez, A. M., & Franco, M. J. B. (2009). Flows into tourist areas: An econometric approach. *International Journal of Tourism Research*, 11, 1–15.
74. Van Der Knijff and Jon Oostehaver , 1990, “Optimizing Tourist Policy: A Linear Programming Approach”. *Regional Studies*.
75. Van Parys, S. & James, S. (2010). The effectiveness of tax incentives in attracting FDI: evidence from the tourism sector in the Caribbean. Department of Economics, Ghent University, Tweekerkenstraat. Working Paper: 1-32.
76. Wu, D. C., Li, G., & Song, H. (2011). Analyzing tourist consumption: A dynamic system-of-equations approach. *Journal of Travel Research*, 50(1), 46–56.
77. Wu, D. C., Li, G., & Song, H. (2012). Economic analysis of tourism consumption dynamics: A time-varying parameter demand system approach. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 667–685.