



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)
doi <http://dx.doi.org/10.22067/pg.2021.27250.0>

پژوهشی

تأثیر کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر توسعه گردشگری در کشورهای منا با استفاده از الگوی جاذبه توسعه یافته

بهروز صادقی عمرآبادی (استادیار اقتصاد، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران، نویسنده مسئول)

b.sadeghi@scu.ac.ir

مجید نجات‌پور (استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه جامع امام حسین، تهران، ایران)

majidnejatpoor616@gmail.com

لیلا کیانی (کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران)

lkiani16@gmail.com

چکیده

امروزه گردشگری تبدیل به یک صنعت بزرگ و در حال رشد در جهان شده است. سهم قابل توجه صنعت گردشگری و وابستگی فزاینده اقتصادها به درآمد آن، تجزیه و تحلیل دقیق عوامل و گرایشهای اساسی این صنعت را ضروری می‌سازد. نهادها، هنجارهای رسمی و غیررسمی هستند که چگونگی رفتار افراد با یکدیگر را تعیین می‌کنند و ریسک سیاسی و کیفیت نهادی به عنوان نهادهای یک جامعه می‌توانند از طریق هزینه‌های گردشگری بر صنعت گردشگری تأثیرگذار باشند. در این مطالعه، تأثیر کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر گردشگری در قالب چندین الگوی جاذبه توسعه یافته، که به ابزاری استاندارد برای تحلیل جریان تجارت/گردشگری تبدیل شده است، مورد بررسی قرار می‌گیرد. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و با بهره‌گیری از داده‌های پانل و روش رگرسیونی انجام شده است. جامعه آماری شامل مطالعه ۱۹ کشور منای^۱ طی دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۹ است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اثر کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر توسعه گردشگری در کشورهای منا مثبت و معنادار است. همچنین در بین چند الگوی جاذبه مطالعه، روش برآوردگر پواسون شبه راست نمایی^۲ دارای بالاترین ضریب تعیین و قدرت توضیح دهنده است.

واژگان کلیدی: کیفیت نهادی، ریسک سیاسی، گردشگری، کشورهای منا، الگوی جاذبه. طبقه‌بندی JEL:

L85,D81,O17

۱. مقدمه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۱۷

۱. منا (MENA: Middle East and North Africa) به معنی خاورمیانه و شمال آفریقا اصطلاحی است که برای نامیدن کشورهای عمده تولیدکننده نفت که در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا قرار دارند به کار می‌رود. حد این منطقه از کشور مراکش در شمال غربی قاره آفریقا آغاز می‌شود و تا ایران، شرقی‌ترین کشور منطقه خاورمیانه امتداد می‌یابد. این کشورها عبارتند از الجزایر، بحرین، جیبوتی، مصر، عراق، اردن، ایران، کویت، لبنان، لیبی، مالت، موراگو، عمان، عربستان سعودی، تونس، امارات متحده عربی و یمن.

² Poisson Pseudo-Maximum Likelihood estimator (PPML)

امروزه صنعت گردشگری یکی از محرک‌های اصلی رشد و توسعه اقتصادی است. از این رو، سهم قابل توجه صنعت گردشگری و وابستگی فزاینده اقتصادها به درآمد آن، تجزیه و تحلیل دقیق عوامل و گرایشهای اساسی این صنعت را ضروری می‌سازد. بیشتر مطالعات بر عوامل تعیین کننده اقتصادی گردشگری متمرکز هستند. برخی دیگر با توجه به تأثیر عوامل خاص مقصد، مانند اماکن فرهنگی و باستانی (Su & Lin, 2014)، ریسک سفر (Fischhoff, 2004) و فناوری و زیرساخت‌ها بر گردشگری متمرکز است (Zhang & Jensen, 2007). در مطالعه حاضر، نقش کیفیت حاکمیت و ریسک سیاسی برای تبیین تقاضای جریان گردشگری از چند طریق بررسی می‌شود. اول، از دیدگاه تقاضا، کیفیت نامساعد نهادی، از جمله درگیری‌های داخلی و خارجی، یک تصویر منفی بین المللی از یک کشور ایجاد می‌کند. برخی از مطالعات تجربی مستند می‌کنند که این موضوع تضاد منفی درک گردشگران بین المللی را تعیین می‌کند (Pizam & Mansfeld, 2006). علاوه بر این، گردشگران تمایل دارند از مناطق ضعف حاکمیتی اجتناب کنند و این گونه مناطق برای گردشگری کمتر جذاب هستند، اما مناطقی که دارای حکمرانی بهتری هستند درصد بالاتری از گردشگران را جذب می‌کنند (Araña & León, 2008).

برخی استدلال می‌کنند که ریسک سیاسی کشور مقصد برای گردشگری مورد توجه اساسی است. بنابراین، کیفیت پایین حاکمیت همراه با ریسک سیاسی بالاتر برای رشد صنعت گردشگری مضر است. همچنین استدلال می‌کنند که ریسک سیاسی و حاکمیت ضعیف بر طرف عرضه صنعت گردشگری نیز تأثیر منفی می‌گذارد (Hyndman, 2015). Saha & Yap, 2014). آشفته‌گی سیاسی می‌تواند تعداد قابل توجهی از ارائه دهندگان خدمات و بهره‌برداران در بخش گردشگری فعالیت‌های تجاری را به حالت تعلیق درآورد. همچنین درگیری نظامی سیاسی به دلیل عدم صلح و امنیت مانع رشد صنعت گردشگری می‌شود (Kalid. et al.2019). این مطالعات به بررسی ابعاد پیچیده‌تر اثرات سیاسی بر گردشگری، از جمله تمامیت ارضی ملل، امنیت، ثبات سیاسی، صلح و آرامش و نهادها می‌پردازد که همگی در تأثیرگذاری بر جریان گردشگران نقش مهمی دارند.

تهدید تروریسم، خشونت خانگی یا درگیری مدنی کاملاً تأثیر منفی بر جریانات گردشگری دارد. در مقابل، شواهد در مورد تأثیر کیفیت نهادی و به ویژه فساد به صورت ترکیبی است. در حالی که برخی شواهدی از تأثیر منفی فساد حکایت می‌کنند (Poprawe, 2015). برخی دیگر استدلال می‌کنند که ممکن است فساد به جای اینکه مانع فعالیت تجاری شود تسهیل کننده آن باشد (Huntington, 1968, Leff, 1964). در این مطالعه، تأثیر کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر گردشگری در قالب چندین الگوی جاذبه، که به ابزاری استاندارد برای تحلیل جریان تجارت تبدیل شده است، مجدداً مورد بررسی قرار می‌گیرد (Head & Mayer, 2014). در ابتدایی‌ترین شکل، جریان تجارت دو جانبه با اندازه اقتصادی دو کشور و فاصله بین آنها توضیح داده می‌شود. فاصله غالباً به این دلیل افزوده می‌شود که ماهیت روابط بین کشورها از قبیل زبان مشترک یا میراث استعماری و وجود روابط ترجیحی را در نظر بگیرد. از آنجا که روابط تجاری ذاتاً دو جانبه است، مدل جاذبه ابزاری برتر برای تجزیه و تحلیل عوامل تعیین کننده جریان تجارت نسبت به مدل‌های مبتنی بر کل جریان تجارت است.

تحقیق حاضر از چندین طریق به ادبیات مربوط به گردشگری کمک می‌کند. اول، مطالعه حاضر از نظر داده‌ای، برای ۱۹ کشور و منطقه منا در دوره زمانی ۲۰۰۸ م. تا ۲۰۲۰ م. لحاظ شده است که در برگیرنده محدوده گسترده‌ای

می‌باشد. دوم، نقش نسبی عوامل تعیین کننده اقتصادی، جغرافیایی، ریسک سیاسی و کیفیت نهادی در جریان گردشگری ارزیابی می‌شود. سوم، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که رویکرد حداکثر درست نمایی (ML) نسبت به مدل‌های جاذبه اساسی و تقویت شده، از جمله رویکردهای هاسمن تیلور (Hausman & Taylor, 1981) قویتر است.

در این بخش تلاش شده است تا ضمن بررسی مفاهیم و ادبیات ارتباط بین کیفیت نهادی، ریسک سیاسی و توسعه گردشگری، مروری اجمالی بر مطالعات و تحقیقات انجام شده در این زمینه داشته باشیم.

گردشگری، ترکیبی از خدمات است که همکاری کامل این خدمات، محصول نهایی یا همان گردشگری مطلوب برای گردشگر را عرضه خواهد کرد. گردشگری تبدیل به یک صنعت بزرگ و در حال رشد در جهان شده است. بر اساس اطلاعات سازمان همکاری اقتصادی و توسعه^۱ در سال ۲۰۱۶، ۱.۲ میلیارد سفر در سراسر جهان وجود داشته و طبق نظر سازمان جهانی گردشگری، ۱۰.۴٪ از تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۱۷ را صنعت گردشگری تشکیل داده است و به طور متوسط ۱.۴٪ از تولید ناخالص داخلی و ۵.۹٪ از اشتغال را به خود اختصاص می‌دهد. این در حالی است که این آمار برای کشورهای در حال توسعه، از نرخ متوسط هم بالاتر است. گزارشات منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری نشان می‌دهد که گردشگری بین‌المللی ۷٪ از سهم صادرات جهانی را در اختیار داشته که نشان از رشد گردشگری در تجارت جهانی دارد. هر گردشگر در ابتدای سفر، ترکیبی از انتظارات و نگرانی‌ها را برای شروع سفر، به همراه خود دارد. بنابراین بسیار مهم است که انتظارات گردشگر را با واقعیت مطابقت داد تا تجربیات ارزشمند خود را به دیگران منتقل کند. گردشگر با مجموعه‌ای از دارایی‌های ذهنی باقی می‌ماند و نتیجه نهایی سفر وی خاطراتی می‌شود که رابطه ویژه‌ای میان مقصد و سفر ایجاد می‌کند. از آنجا که خدمات در صنعت گردشگری مبتنی بر ارائه کالاهای ذهنی است، این موضوع بر پیش فرض‌ها، تصاویر و انتظارات شخصی گردشگران تأثیر به‌سزایی دارد. بر خلاف کالاهای ملموس، یک کالای ذهنی همچون خاطرات، برای مدت زیادی می‌تواند باقی بماند و به عنوان یکی از پارامترهای ضروری در ارائه یک تجربه به یاد ماندنی مورد توجه قرار گیرند. به دلیل همین ویژگی‌ها، گردشگری در مقایسه با بسیاری از صنایع دیگر، دارای موقعیت منحصر به فردی در دنیای تجارت است. این ویژگی به صنعت گردشگری اجازه می‌دهد پویا و متنوع باشد. این که آیا محصول نهایی در صنعت گردشگری، یعنی تجربه، موفقیت آمیز است یا خیر عمدتاً با ارزش درک گردشگران از کل مسافرت، سنجیده می‌شود. به همین دلیل موفقیت در صنعت گردشگری مبتنی بر یک عامل یا یک نهاد نخواهد بود. یکی از مهمترین عوامل موثر گردشگری، کیفیت نهادی می‌باشد (Khan. et al.2020).

نهادها شامل هنجارهای رسمی و غیررسمی هستند که چگونگی رفتار افراد با یکدیگر را تعیین می‌کنند (North, 1990). نهادهای خوب برای رشد و توسعه اقتصادی مساعد هستند، زیرا آنها اعتماد و همکاری را تقویت می‌کنند و سرمایه‌گذاری را تشویق می‌کنند. نهادهای بد تمایل به گسترش رکود اقتصادی و افزایش بی‌ثباتی سیاسی دارند. شواهد فراوان وجود دارد که نشان می‌دهد. کیفیت نهادی یکی از مهمترین عوامل تعیین کننده اختلاف در توسعه اقتصادی در بین کشورهاست (Acemoglu. Et al. 2001, 2002, Hall & Jones,1999). کیفیت نهادی از منظر بانک

^۱. OECD

جهانی ترکیبی از شاخص های قانون گرایی، نظم و آرامش، کارآمدی دولت، کاهش فساد، عدم خشونت و بی ثباتی سیاسی در کشورها می باشد (بانک جهانی، ۲۰۲۰). این که آیا کیفیت نهادی باید تأثیر قابل توجهی در اقتصاد کشورهای وابسته به گردشگری داشته باشد، کمتر مشهود است. گردشگران، به ویژه مسافرانی که به کشورهای کمتر توسعه یافته سفر می کنند، معمولاً فقط از مناطق خاص بازدید می کنند، برای مدت زمان نسبتاً کوتاهی می مانند و با افراد محلی و بخش تجاری فقط در مبادلات اقتصادی نسبتاً ساده شرکت می کنند. علاوه بر این، کشورهایی که با شهروندان خود رفتار نسبتاً ضعیفی با توجه به کیفیت نهادی و حقوق سیاسی دارند، می توانند با موفقیت گردشگران را از تأثیرات منفی نهادهای ضعیف محافظت کرده و از دسترسی آنها به کلیه امکانات مدرن اطمینان حاصل کنند. به طور کلی، عوامل سیاسی مؤثر بر گردشگری را می توان به چهار دسته تقسیم کرد (Ardakani, Et al. 2010): ۱. عوامل بیرونی، همچون جنگ علیه کشوری دیگر یا اقدامات تروریستی علیه یک یا چند کشور؛ ۲. ثبات یا بی ثباتی سیاسی داخلی، همچون کودتا یا جنگ داخلی، شورش یا اعتراض علیه یک دولت؛ ۳. مهاجرت برای رفاه، راحتی و آسایش و ۴. کارآیی و اثربخشی پلیس گردشگری در حفاظت از گردشگران در مقابل صدمات جهانی یا تلفات مالی و ایجاد حس ایمنی از سوی راهنمای تور و تجار.

ادبیات کوچک اما رو به رشد در جنبه های ارتباط بین گردشگری و کیفیت نهادی را می توان به دو رشته اصلی طبقه بندی کرد. رشته اول استدلال می کند که کیفیت نهادی داخلی یک عامل تعیین کننده در جذب گردشگر بین المللی است که در نهایت باعث رشد اقتصادی می شود. بررسی های تجربی مستند می کنند که کیفیت نهادی در کشورهای مقصد عامل مهمی از ورود گردشگران است (Aas, et al. 2005, Dacin, et al, 2002, Goeldner & Ritchie, 2003). اندرز و همکاران^۱ (۱۹۹۲) تأثیر تروریسم بر گردشگری در اسپانیا و سایر کشورهای غربی را مورد بررسی قرار دادند و نشان داده اند که اغلب ممکن است سه تا نه ماه بگذرد تا ورود گردشگران به دلیل تروریسم بطور چشمگیری کاهش یابد، اگرچه این نشان دهنده تأخیر ذاتی در اثر بسته های آژانس مسافرتی است. هال و اوسالیوان (Hall & O'Sullivan, 1996: 117) اظهار می کنند که بازدید از گردشگرها به شدت تحت تأثیر "برداشت از بی ثباتی سیاسی و خشونت" است. اعتراضات خشونت آمیز، ناآرامی های اجتماعی، جنگ داخلی، اقدامات تروریستی، نقض درک شده از حقوق بشر یا تهدیدهای ادراک شده از این فعالیت ها، همگی می توانند در خدمت گردشگران باشند تا رفتارهای خود را تغییر دهند. علاوه بر فاکتورهای نهادی، نام تجاری برند مقصد (Shams, 2016) و ظرفیت ذینفعان میزبان (Shams, 2017) نیز تعیین کننده های مهمی هستند که گردشگران این موارد را به منظور انتخاب مقصد گردشگری در نظر می گیرند. گردشگری یکی از صنایع حساس است که در مقابل بی ثباتی سیاسی، نبود امنیت و سایر نااطمینانی ها آسیب پذیر است. در کشورهایی که مناقشات و بی ثباتی سیاسی وجود دارد، صنعت گردشگری با وجود جاذبه های طبیعی و یا فرهنگی، هزینه های زیادی بر دوش می کشد (Kunwar, 2012)، به عبارت دیگر، ناآرامی های سیاسی و نبود حاکمیت قانون در یک منطقه، بیشترین صدمه و هزینه را بر صنعت گردشگری تحمیل می کند. رشته دوم ادبیات استدلال می کند که کیفیت نهادی بالا در واقع می تواند برای ورود گردشگران مضر باشد. به عنوان مثال، اثرات فساد بر گردشگری چند برابر است و لزوماً فقط

¹ . Enders et al.

منفی نیستند (Dutt & Traça, 2010). به عنوان مثال، فساد ممکن است فعالیت‌های تجاری را تسهیل کند، بنابراین سرعت گردش "پول" را افزایش می‌دهد و از این رو سرعت معاملات تجاری را تسهیل می‌کند. از این نظر، ممکن است فساد گاهی اثرات جانبی مثبتی برای گردشگران داشته باشد. چنین گردشگری به طور کلی با فعالیت‌های غیرقانونی و جنایتکارانه همراه است (به عنوان مثال قمار و روسپیگری). پژوهشگران اقتصادی معتقدند، گردشگری بخشی از مجموعه عظیم اقتصاد است که در حد بسیار زیادی با رگه‌های فرهنگی گره خورده است. کشورهای اسلامی نیز دارای جاذبه‌های گردشگری منحصر به خود هستند. بناهای مذهبی، آرامگاه‌ها و زیارتگاه‌ها با معماری اسلامی، آداب و رسوم، جشن‌ها و عزاداری‌های مذهبی؛ از جمله مهم‌ترین عوامل جذب گردشگر در این کشورهاست (Henderson, 2003). با این وجود قانون‌گرایی‌های سخت و اجرای قوانین سخت‌گیرانه مذهبی، ملی و ... برای اداره شهر می‌تواند هزینه‌های گردشگری را افزایش دهد.

در خصوص تأثیر کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر توسعه گردشگری در کشورهای منطقه منا، تاکنون پژوهش مستقل و بدیعی انجام نشده و از این جهت، پژوهش حاضر دارای نوآوری است. تحقیقات و پژوهش‌های داخلی و خارجی در این زمینه هر کدام از ابعاد و زوایای گوناگونی به آن پرداخته‌اند که به آنها اشاره می‌شود.

میرانی و اسدزاده (۱۳۹۸) در "تحلیل نقش کیفیت نهادی بر توریست سلامت در ایران" بیان می‌کنند که کشورهای وابسته به درآمد نفت به این نتیجه رسیده‌اند که نفت نمی‌تواند منبع درآمد قابل اطمینان باشد و اقتصاد وابسته به نفت به یک چالش بزرگ برای کشورهای صادرکننده نفت تبدیل شده است.

مروت و همکاران (۱۳۹۷) در "شناسایی عوامل موثر بر تقاضای گردشگری خارجی" بررسی می‌کنند که چگونه صنعت گردشگری یکی از پربازده‌ترین صنایع در کشورهای مختلف بوده و نقش بسیار مهمی در رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال ایفا می‌کند؟

نظری و همکاران (۱۳۹۶) در "ارزیابی عوامل موثر بر جذب گردشگران بین‌المللی با استفاده از مدل جاذبه" بیان می‌کنند که با توجه به افزایش شمار گردشگران بین‌المللی و نقش روزافزون صنعت گردشگری در اقتصاد کشورها، شناسایی عوامل موثر در جذب گردشگران بین‌المللی ضروری شده است.

صامتی و همکاران (۱۳۹۴) در "بررسی تأثیر ثبات سیاسی و حاکمیت قانون بر تعداد ورود گردشگران؛ مطالعه موردی: کشورهای منتخب اسلامی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۶" به اثرگذاری متغیرها بر تقاضای گردشگر از داده‌های هجده کشور اسلامی به شکل تلفیقی طی سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۲ پرداخته‌اند.

فلیحی و جعفرزاده (۱۳۹۰) در "بررسی عوامل موثر بر توریسم: تلفیق روش‌های اقتصادسنجی و سیستم دینامیکی" بحث می‌کنند که گردشگری به عنوان یک بخش با توانایی جذب درآمد ارزی بالا، به همراه گسترش تکنولوژی ارتباطات، در وضعیت فعلی جهان به عنوان صنعت گردشگری شناخته می‌شود.

موسایی (۱۳۸۳) در "تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران" نشان می‌دهد که یک درصد افزایش در نسبت شاخص بهای کالاهای خدمات مصرفی در ایران به شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی جهانی، ۰/۲۵ درصد تقاضای

گردشگری به ایران را کاهش می‌دهد، و یک درصد افزایش تولید ناخالص جهانی باعث می‌شود که ۰/۴۵ درصد تقاضای گردشگری به ایرن افزایش یابد.

سانتانا گالگو و همکاران (۲۰۱۶) تأیید کردند که جریان‌های دو طرفه گردشگری باعث تقویت تجارت بین کشورها می‌شود. در تحقیق دیگری، خادارو و ستانه (۲۰۰۸) از مدل جاذبه برای بررسی نقش زیرساخت‌های حمل و نقل در جذب گردشگری استفاده کردند. همچنین یانگ و وونگ (۲۰۱۲) تأثیر فاصله فرهنگی بر جریان‌های ورودی گردشگری به چین را ارزیابی کردند. این مطالعه نشان داد که بدیهیات اجتماعی مانعی برای سفر بین‌المللی است.

اریگیت و همکاران (۲۰۱۰) تأیید کردند که فاصله‌ها تأثیر منفی بر ورود گردشگران به ترکیه دارد. شاخص اقلیم گردشگری در تبیین جریان گردشگری بین ترکیه و سایر کشورها نقش مهمی ایفا می‌کند. با این حال، این مطالعات نقش ریسک نهادی و سیاسی را در چارچوب‌های جاذبه نادیده گرفته‌اند.

کوم^۱ (۲۰۱۰) به بررسی اعتبار معادله جاذبه برای تبیین الگوهای گردشگری بین‌المللی می‌پردازد، در حالی که آرچیبالد و همکاران^۲ (۲۰۰۸) از یک مدل جاذبه پویا برای اندازه‌گیری رقابت در بازارهای گردشگری کاراییب استفاده می‌کنند. از مدل‌های جاذبه برای بررسی تأثیر رویدادهای بزرگ (یعنی معیارهای فرهنگی و ورزشی) بر ورود گردشگران به داخل کشور / منطقه میزبان استفاده شده است (Fourie & Gallego, 2011).

فوری و سانتانا-گالگو (۲۰۱۳) تعیین‌کننده‌هایی را مورد بررسی قرار دادند که ورود گردشگری به داخل آفریقا را از خارج و از جاهای دیگر آفریقا هدایت می‌کند. آنها دریافتند که عوامل مؤثر بر گردشگری داخلی آفریقا و ورودی آفریقا کاملاً شبیه به عواملی است که بر گردشگر جهانی تأثیر می‌گذارد که شامل درآمد، مسافت و مساحت زمین می‌باشد. گیل پارجا، لاروکا و یورو و مارتینز سرانو^۳ (۲۰۰۷) گزارش می‌دهند که زبان مشترک و همچنین حضور سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌ها از عوامل مهم جذب گردشگر در کشورهای G7 هستند.

خان و همکاران (۲۰۲۰) در "اثرات غیر متقارن کیفیت نهادی بر جریانات گردشگری در بین کشورهای منتخب آسیایی"، نقش نامتقارن کیفیت نهادی را در تحریک ورود گردشگری در کشورهای منتخب آسیا بررسی می‌کنند. گالیا و همکاران (۲۰۱۹) در "کیفیت نهادی، ریسک سیاسی و گردشگری"، نشان داده‌اند که کیفیت نهادی و عدم وجود درگیری عوامل محرک در تقویت جریان‌های گردشگری برای کشورهای مبدا و مقصد هستند. اصلاحات نهادی به رونق اقتصادی کشورهایی که نهادهای کم کیفیت دارند کمک می‌کند. تغییر نهادی به عنوان پیشرفت مثبت، برای کشورهایی وابسته به گردشگری، مزایای مهم اقتصادی دیگری دارد.

کیم و همکاران (۲۰۱۸) در "اثرات کیفیت نهادی ملی بر جریانات گردشگری بین‌المللی: شواهد متقابلی از کشورها"، به بررسی اثرات کیفیت کلی نهادهای حاکمیت ملی یک کشور و همچنین کیفیت برخی از خصوصیات اصلی آن در ورود گردشگران بین‌المللی و درآمدهای حاصل از آن کشور پرداخته‌اند. افزایش کیفیت نهادی،

1. Keum

2. Archibald et al.

3. Gil-Pareja et al.

هزینه‌های معاملات و خطراتی را که هم تأمین کنندگان خدمات بین‌المللی گردشگری و هم گردشگران با آن مواجه هستند را کاهش می‌دهد.

تانگ^۱ (۲۰۱۸) به بررسی اثرات حاکمیت و نهادها بر جریان تقاضای گردشگری: شواهدی از تجزیه و تحلیل پانل پویا، پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که نهادها نقش بسیار مهمی در تبیین رفتار تقاضای گردشگری ورودی دارند. گردشگران بین‌المللی نگران ثبات سیاسی، اثربخشی دولت، مقررات، قوانین و فساد هستند. بنابراین، سیاستگذاران باید بر روی راه‌های بهبود کیفیت نهادی تمرکز کنند تا ورود گردشگران بین‌المللی را افزایش دهند.

وکاس و چاده^۲ (۲۰۱۳) در "اثرات نهادهای رسمی بر عملکرد بخش گردشگری در کشور فیلیپین"، معتقدند که اگرچه نهادهای رسمی و جهت‌گیری کارآفرینی به طور جداگانه و مثبت بر عملکرد شرکت نقش دارند، اما تعامل بین این دو عامل مورد توجه زیادی قرار نگرفته است. جهت‌گیری کارآفرینی (EO) مکانیزمی را فراهم می‌کند که از طریق آن محیط رسمی نهادی بر عملکرد شرکتها در بخش گردشگری تأثیر می‌گذارد.

۲. روش تحقیق

روش تحقیق توصیفی - تحلیلی، و با استفاده از داده‌های پانل و روش رگرسیونی می‌باشد. جامعه آماری این مطالعه شامل کشورهای مناطی دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۹ می‌شود. روش تخمین مورد استفاده ارتباط کیفیت نهادی و ریسک سیاسی با توسعه گردشگری در کشورهای منا مطابق بر مطالعات مورلی و همکاران^۳ (۲۰۱۴)، کولیک^۴ (۲۰۱۴) و گالیا و همکاران (۲۰۱۹)، الگوی دو طرفه جاذبه است. الگوی جاذبه ارتباط بین دو کشور را منطبق بر اندازه دو اقتصادی، فاصله بین آنها و برخی متغیرهای ثابت می‌باشد. بعد از مدل جاذبه ساده، بسیاری متغیرهای مجازی اضافی همچون شرایط اجتماعی، جغرافیایی، سیاسی همچون زبان و مرز مشترک به مدل اضافه گردید. در تئوری‌های تجارت به جای جرم نیوتونی، میزان تولید ناخالص داخلی در نظر گرفته می‌شود، که در اینجا چون با جریان گردشگری در ارتباط هستیم، P_0 و P_d جمعیت کشور های مبدا و مقصد در نظر گرفته می‌شوند (Culiuc, 2014). متغیر وابسته نیز T جریان گردشگری (تعداد بازدیدکننده ها) به جای جریان پولی خدمات گردشگری می‌باشد. D فاصله و X برداری از عوامل موثر می‌باشد. با استفاده از یک رویکرد اثرات ثابت که واحد مشاهده کشور، جفت کشور است، رگرسیون به صورت زیر می‌باشد:

(۱)

$$\ln T_{odt} = B_1 \ln P_{ot} + B_2 \ln P_{dt} + B_3 \ln D_{od} + B_A X_{odt} + \varepsilon_{odt} + \eta_t + \varphi_{od}$$

اگر^۵ (۲۰۰۲) و کولیک (۲۰۱۴) پیشنهاد می‌کنند از مدل تیلور و هاسمن (۱۹۸۱)، HTM، استفاده شود که تخمین ضرایب بر متغیرهای زمان متغیر را با تحمیل فرضیات درون زا/ برون زا بودن هر متغیر امکان پذیر می‌سازد.

1. Tang

2. Roxas & Chadee

3. Morley et al.

4. Culiuc

5. Egger

برآوردگر HTM دارای مزایایی نسبت به مدل‌های اثرات ثابت و تصادفی است، زیرا بستگی به متغیرهای ابزاری دارد که برای تغییر بین متغیرهای کاملاً برونزا از بین و درون آنها استفاده می‌شود. از سوی دیگر، یکی از معایب تخمین‌گر HTM مشکل چگونگی تعریف درون‌زا و برون‌زا بودن متغیرها است. در این مطالعه با تولید ناخالص داخلی سرانه و جمعیت به عنوان درون‌زا رفتار می‌شود. با توجه به HTM، می‌توان متغیرهای توضیحی را به چهار دسته تقسیم کرد: متغیرهای وابسته به زمان (X_{it}^1)؛ غیرمرتبط با اثرات فردی α و وابسته به زمان (X_{it}^2)؛ مرتبط به اثرات فردی α_i و غیرمرتبط با زمان (Z_i^1)؛ غیرمرتبط با زمان و غیرمرتبط با اثرات فردی (Z_i^2) (Rault et al. 2007).

$$T_{odt} = \beta_0 + \beta_1 X_{it}^1 + \beta_2 X_{it}^2 + Z_i^1 \gamma_1 + Z_i^2 \gamma_2 + \alpha_i + \theta_t + \eta_{odt} \quad (5)$$

که در آن β_1 و β_2 ضرایب متغیرهای متغیر زمانی است، γ_1 و γ_2 ضرایب برای غیروابسته به زمان، θ_t یک اثر خاص است که برای همه واحدها مشترک است (برای اصلاح تأثیر همه عوامل تعیین کننده ثابت) اعمال می‌شود، α_i نمایانگر جلوه‌های فردی است که اثرات همه عوامل ممکن است در زمان متغیر وجود داشته باشد و η و θ یک اختلال تصادفی در واحدهای مقطعی است. سانتوس سیلوا و تریرو (۲۰۰۶) بیان می‌کنند که در مورد جریان‌های گردشگری صفر خطا ایجاد می‌شود. بحث در مورد چگونگی تبدیل لگاریتمی مدل در مواجهه با جریان تجارت صفر است. آنها روشی جایگزین برای تخمین رگرسیون لگاریتمی - خطی پیشنهاد می‌کنند که تخمین مستقیم معادله جاذبه با اشاره به اینکه این طبیعی‌ترین روش بدون نیاز به اطلاعات بیشتر در مورد الگوی ناهمسانی می‌باشد. از مزایای این مدل این است که آن را با وجود مشکل جریان تجارت صفر معامله می‌کند و تخمین‌های غیراریب در حضور ناهمسانی داده‌ها ارائه می‌کند که به موجب آن همه مشاهدات به طور یکسان وزن می‌شوند و میانگین همیشه مثبت است. نقطه ضعف این است که ممکن است هنگامی که برخی مشاهدات سانسور می‌شوند، اریب متغیر وابسته محدود را نشان دهد (Santos Silva & Tanniro, 2006, Shepherd & Wilson, 2009, Sliworstoff & Schumacher, 2009, Westerlund & Wilhelmson, 2009).

سانتوس سیلوا و نیریورو (۲۰۰۶) معادله جاذبه را در فرم نمایی به صورت زیر ارائه می‌کند:

$$T_{odt} = \exp(X_{odt} \beta) + \epsilon_{odt} \quad (6)$$

که در آن T نماینده تجارت دوجانبه بین کشور مبدا و کشور مقصد است و X_{odt} یک بردار از متغیرهای توضیحی است (که بعضی از آنها ممکن است خطی باشند، برخی لگاریتم و برخی متغیرهای مجازی). از این رو، می‌توان برآوردگر پواسون شبه راست نمایی^۱ (PPML) را همانطور که سانتوس سیلوا و نیریورو (۲۰۰۶) تعریف شده به صورت بیان می‌شود:

$$\beta \sim = \arg \min_b \sum_{ij} \left[T_{odt} - \exp(X_{odt} b) \right]^2 \quad (7)$$

(۸)

$$\sum_{o,d} [T_{odt} - \exp(X_{odt} \beta \sim)] X_{odt} = 0$$

^۱ Poisson Pseudo-Maximum Likelihood estimator (PPML)

که برای حل آن از شرایط مرتبه اول استفاده شده است. بنابراین نتایج رگرسیون لگاریتمی - خطی را با اثرات ثابت برای کشورها یا جفت کشورها و مدل‌های هاسمن-تیلور و پواسون، در یک حالت معادله جاذبه با مجموعه گسترده‌ای از کنترل‌های سیاسی با ریسک سیاسی مقایسه می‌شود. به صورت خلاصه می‌توان گفت روش‌های فوق، انواع مدل‌های الگوی جاذبه را نشان می‌دهد که هر کدام مزایایی دارد و استفاده از همه آنها امکان خطا را کاهش داده و بهتر و دقیق‌تر می‌توان رابطه بین متغیرها را تحلیل کرد. متغیرهای تحقیق به صورت جدول ۱ می‌باشند:

جدول ۱- متغیرهای تحقیق

متغیر	نماد	تعریف	منبع، مطالعه
ورود گردشگر (وابسته)	LNTR	لگاریتم ورود گردشگران به کشور مقصد از کشور مبدا	WTO
تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد	LGDPD	لگاریتم سرانه تولید ناخالص داخلی کشور مقصد	WDI
تولید ناخالص داخلی سرانه مبدا	LGDPD	لگاریتم سرانه تولید ناخالص داخلی کشور مبدا	WDI
فاصله بین یک جفت کشور	LDIST	فاصله بین جفت کشورها به عنوان هزینه حمل و نقل	WDI
مجازی مرز مشترک	COMBR	متغیر مجازی: هر دو کشور در این جفت مرز مشترک مشترکی دارند.	CEPII Gil-Pareja et al. (2007a)
مجازی زبان مشترک	COMLN	متغیر مجازی: هر دو کشور در این جفت زبان مشترک مشترکی دارند.	CEPII Gil-Pareja et al. (2007a)
جمعیت کشور مقصد	LPOPD	اندازه جمعیت کشور مقصد	WDI
جمعیت کشور مبدا	LPOPO	اندازه جمعیت کشور مبدا	WDI
کیفیت نهادی کشور مقصد	PC1	کیفیت نهادی	International Country Risk Guide (ICRG, 2018) Kim et al. (2018).
ریسک سیاسی کشور مقصد	PC2	ریسک سیاسی	International Country Risk Guide (ICRG, 2018)

منبع: یافته‌های پژوهش

۳. نتایج تحقیق

قبل از ارائه نتایج، به صورت خلاصه آمار توصیفی کلی داده‌های تحقیق به صورت جدول ۱ ارائه می‌گردد:

جدول ۱ آمار توصیفی متغیرهای پژوهش مربوط به کشورهای مناطی دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۹

متغیر	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل
رشد تولید ناخالص داخلی	۰.۰۳۹	۰.۰۲۱	۰.۱۴۱	-۰.۰۸۶
شاخص کیفیت نهادی	۳۰/۲	۲۵/۱	۸۲/۵	۰/۵۵
شاخص ریسک سیاسی	۵۹/۸	۷۴/۲	۷۷/۴	۵۳
شاخص گردشگری (تعداد توریست)	۷۰۲۱۵۱۴۵	۶۹۶۲۵۱۴۵	۸۹۹۵۶۲۱۵	۶۲۰۱۲۵۲۵

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که جدول ۱ نشان می‌دهد به‌طور متوسط رشد اقتصادی کشورهای منتخب منا ۰.۳۹ درصد بوده است. شاخص کیفیت نهادی برای تمام کشورهای منا به‌طور متوسط عدد ۳۰ بوده است. شاخص ریسک سیاسی (بی ثباتی سیاسی) به‌طور متوسط ۵۹.۸ برای کشورهای منا بوده است. تعداد گردشگر برای تمام کشورهای منا به‌طور متوسط ۷۰ میلیون نفر و دارای حداقل و حداکثر ۶۲ و ۸۹ میلیون نفر بوده است. داده‌ها به‌صورت نسبت یا لگاریتمی در مدل استفاده شده است. نتایج در سه مدل ارائه می‌شود. در بخش اول مدل سنتی جاذبه (با حضور متغیرهای جمعیت و فاصله)، سپس مدل توسعه داده شده جاذبه (با حضور متغیرهای جغرافیایی، اقتصادی و اجتماعی) و مدل سوم، مدل توسعه داده شده جاذبه با حضور متغیرهای کیفیت نهادی و ریسک سیاسی تخمین زده می‌شود. نتایج آن در جدول ۲ آورده شده است.

جدول ۲- نتایج الگوهای جاذبه در جذب گردشگری

نماد	متغیر	مدل سنتی جاذبه (متغیر وابسته: ورود گردشگری)	مدل توسعه یافته جاذبه	مدل توسعه یافته به همراه کیفیت نهادی و ریسک سیاسی
LPOPD	جمعیت کشور مقصد	۰.۱۴۵**	۰.۱۳۹**	۰.۱۲۷**
LPOPO	جمعیت کشور مبدا	۰.۲۳۸**	۰.۲۰۹**	۰.۱۹۶**
LDIST	فاصله بین یک جفت کشور	-۰.۰۱۵**	-۰.۰۱۴**	-۰.۰۰۹**
LGDPCD	تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد	-	۰.۰۹۸**	۰.۱۰۳**
LGDPCO	تولید ناخالص داخلی سرانه مبدا	-	۰.۲۹۳**	۰.۱۹۹**
COMBR	مجازی مرز مشترک	-	۰.۳۹۶**	۰.۲۹۶**
COMLN	مجازی زبان مشترک	-	۰.۲۶۱**	۰.۱۶۳**
PC1	کیفیت نهادی کشور مقصد	-	-	۰.۰۰۸**
PC2	ریسک سیاسی کشور مقصد	-	-	-۰.۱۵۲**
R-squared	ضریب تعیین مدل	۰.۵۲	۰.۷۱	۰.۸۱

منبع: یافته‌های تحقیق

عدد داخل جدول ضریب رگرسیونی را نشان می‌دهد. علامت یک ستاره به معنای معناداری با خطای ۰.۰۵ می‌باشد و علامت دو ستاره معناداری ضریب با خطای ۰.۰۱ را نشان می‌دهد. مانایی تمام متغیرها با استفاده از آزمون لوین لین چو (LLC) آزمون شده که حاکی از مانایی در سطح تمام متغیرهای پژوهش در دوره مورد مطالعه می‌باشند. همچنین آزمون فروض کلاسیک، همچون آزمون خودهمبستگی و واریانس ناهمسانی و هم خطی برای همه مدل‌های تحقیق انجام شده است و نتایج فاقد مشکلات کلاسیک می‌باشد. همانطور که نتایج مدل سنتی جاذبه نشان می‌دهد، اثرات متغیرهای مستقل جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار به ترتیب با ضرایب ۰.۲۳۸ و ۰.۱۴۵ می‌دهد، اثرات متغیرهای مستقل جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار به ترتیب با ضرایب ۰.۲۳۸ و ۰.۱۴۵ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین اثر متغیر فاصله بین کشورهای مبدا و مقصد اثر منفی و معنادار به با ضریب -۰.۰۱۵ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. نتایج مدل توسعه یافته جاذبه نشان می‌دهد، اثرات متغیرهای مستقل جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار به ترتیب با

ضرایب ۰.۱۳۹ و ۰.۲۰۹ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین اثر متغیر فاصله کشورهای مبدا و مقصد اثر منفی و معنادار با ضریب ۰.۰۱۴- بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین اثرات متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد و مبدا نیز مثبت و معنادار با ضرایب ۰.۰۹۸ و ۰.۲۹۳ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. اثر دو متغیر زبان و مرز مشترک نیز مثبت و معنادار بوده است. نتایج مدل توسعه یافته جاذبه به همراه متغیرهای کیفیت نهادی و ریسک سیاسی نشان می‌دهد، اثرات متغیرهای مستقل جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار به ترتیب با ضرایب ۰.۱۲۷ و ۰.۱۹۶ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورای منا دارند. همچنین اثر متغیر فاصله کشورهای مبدا و مقصد اثر منفی و معنادار با ضرایب ۰.۰۰۹- بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین اثرات متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد و مبدا نیز مثبت و معنادار با ضرایب ۰.۱۰۳ و ۰.۱۹۹ بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. اثر دو متغیر زبان و مرز مشترک نیز مثبت و معنادار به ترتیب ۰.۲۹۶ و ۰.۱۶۳ بوده است. نتایج الگوی جاذبه نشان می‌دهد که اثر متغیر کیفیت نهادی بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا مثبت و معنادار با ضریب ۰.۰۰۸ می‌باشد. همچنین اثر متغیر ریسک سیاسی بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا منفی و معنادار با ضریب ۰.۱۵۲- می‌باشد. ضریب تعیین مدل‌ها به ترتیب ۰.۵۲، ۰.۷۱ و ۰.۸۱ می‌باشد که نشان می‌دهد ورود متغیرهای کیفیت نهادی و ریسک سیاسی، علاوه بر متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و جغرافیایی بر توضیح دهندگی توسعه گردشگری اثر معناداری داشته است. با توجه به اینکه داده‌ها در الگوی جاذبه به صورت زوجی استفاده شده است، همانطور که در جدول ۲ آمده است، جمعیت و تولید ناخالص داخلی سرانه کشورهای مبدا و مقصد استفاده شده است اما متغیرهای مستقل کیفیت نهادی و ریسک سیاسی در داده‌های زوجی فقط کشور مقصد مورد توجه قرار گرفته است. در ادامه از سه روش اثرات ثابت، HTM و پوآسن PPML مدل جاذبه توسعه یافته به همراه کیفیت نهادی و ریسک سیاسی تخمین زده می‌شود که نتایج آن به صورت جدول ۳ می‌باشد:

جدول ۳- نتایج الگوی جاذبه توسعه یافته با سه روش اثرات ثابت، HTM و پوآسن PPML

متغیر	مدل اثرات ثابت	مدل HTM	مدل PPML
L POPD	۰.۱۰۳**	۰.۱۲۵**	۰.۰۰۶**
LPOPO	۰.۱۰۷**	۰.۰۰۹**	۰.۱۰۳**
LDIST	-۰.۰۰۸**	-۰.۰۳۹**	-۰.۰۰۲**
LGDPCD	۰.۰۲۴**	۰.۰۲۳**	۰.۰۸۵**
LGDPCO	۰.۱۰۵**	۰.۱۰۷**	۰.۰۰۲**
COMBR	۰.۵۳۶**	۰.۰۱۵**	۰.۱۲۸**
COMLN	۰.۰۲۴**	۰.۰۳۶**	۰.۰۰۸**
PC1	۰.۱۲۴**	۰.۱۰۲**	۰.۱۰۹**
PC2	-۰.۲۰۱**	-۰.۲۴۵**	-۰.۲۰۶**
R-squared	۰.۷۵	۰.۶۹	۰.۸۲

منبع: یافته‌های تحقیق

عدد داخل جدول ضریب رگرسیونی را نشان می‌دهد. علامت یک ستاره به معنای معناداری با خطای ۰.۰۵ می‌باشد و علامت دو ستاره معناداری ضریب با خطای ۰.۰۱ را نشان می‌دهد. نتایج هر سه مدل اثرات مثبت، HTM و PPLM جاذبه به همراه متغیرهای کیفیت نهادی و ریسک سیاسی نشان می‌دهند، اثرات متغیرهای مستقل جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین اثر متغیر فاصله کشورهای مبدا و مقصد اثر منفی و معنادار بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا داشته است. همچنین اثرات متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد و مبدا نیز مثبت و معنادار بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا دارند. اثر دو متغیر زبان و مرز مشترک نیز مثبت و معنادار بوده است. نتایج الگوی جاذبه نشان می‌دهد که اثر متغیر کیفیت نهادی (حاصل از شش متغیر حکمرانی خوب بانک جهانی) بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا مثبت و معنادار می‌باشد. همچنین اثر متغیر ریسک سیاسی بر متغیر وابسته ورود گردشگری کشورهای منا منفی و معنادار می‌باشد. ضریب تعیین مدل‌ها به ترتیب ۰.۷۵، ۰.۶۹ و ۰.۸۲ می‌باشند که نشان می‌دهد، الگوی PPLM قدرت توضیح دهنگی بالاتری نسبت به سایر مدل‌های جاذبه دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

نتایج هر چهار الگوی جاذبه توسعه یافته، اثرات مثبت، HTM و PPLM جاذبه به همراه متغیرهای کیفیت نهادی و ریسک سیاسی نشان می‌دهند، اثرات جمعیت کشورهای مبدا و مقصد اثر مثبت و معنادار بر ورود گردشگری کشورهای منا دارند. همچنین فاصله کشورهای مبدا و مقصد اثر منفی و معنادار بر ورود گردشگر به کشورهای منا دارند. اثرات متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه مقصد و مبدا نیز بر ورود گردشگری کشورهای منا مثبت و معنادار بوده است. اثر دو متغیر زبان و مرز مشترک نیز مثبت و معنادار بوده است. نتایج الگوی جاذبه نشان می‌دهد که اثر کیفیت نهادی بر ورود گردشگری کشورهای منا مثبت و معنادار است. همچنین اثر ریسک سیاسی بر ورود گردشگر به کشورهای منا منفی و معنادار است. ضریب تعیین مدل‌ها به ترتیب ۰.۸۱، ۰.۷۵، ۰.۶۹ و ۰.۸۲ می‌باشند که نشان می‌دهد الگوی PPLM قدرت توضیح دهنگی بالاتری نسبت به سایر مدل‌های جاذبه دارد. نتایج این مطالعه مطابق با بخش از ادبیات تحقیق می‌باشد که معتقد است گردشگری بخشی از مجموعه عظیم اقتصادی است که در حد بسیار زیادی با رگه‌های فرهنگی گره خورده است. اکثر کشورهای منا، کشورهای مذهبی یا اسلامی هستند و کشورهای اسلامی نیز دارای جاذبه‌های گردشگری منحصر به خود هستند. فارغ از گردشگری طبیعی، بناهای مذهبی، آرامگاه‌ها و زیارتگاه‌ها با معماری اسلامی، آداب و رسوم، مناسک مذهبی از جمله مهم‌ترین عوامل جذب گردشگر در این کشورهاست. گردشگری یکی از صنایع حساس است که در مقابل بی‌ثباتی سیاسی، نبود امنیت و سایر نااطمینانی‌ها آسیب‌پذیر است و در کشورهایی که مناقشات و بی‌ثباتی سیاسی وجود دارد، صنعت گردشگری با وجود جاذبه‌های طبیعی و یا فرهنگی، هزینه‌های زیادی بر دوش می‌کشد. به عبارت دیگر همانطور که نتایج این

پژوهش نشان می‌دهد، ناآرامی‌های سیاسی و نبود حاکمیت قانون در یک منطقه، بیشترین صدمه و هزینه را بر صنعت گردشگری تحمیل می‌کند.

با توجه به اینکه اثرات کیفیت نهادی و ریسک سیاسی بر توسعه گردشگری در ادبیات تحقیق لزوماً مثبت یا منفی نیست، نتایج این مطالعه می‌تواند تعیین‌کننده باشد. به عبارت دیگر اثرات بهبود نهادها بر توسعه گردشگری لزوماً مثبت نیست. به صورت دقیق‌تر کیفیت نهادی بالا در واقع می‌تواند برای ورود گردشگران مضر باشد. به عنوان مثال، اثرات فساد بر جذب و توسعه گردشگری مورد توجه هست که لزوماً فقط منفی نیست (Dutt & Traça, 2010). به بیان دیگر، فساد ممکن است فعالیت‌های تجاری را تسهیل کند، سرعت گردش "پول" را افزایش دهد و از این رو سرعت معاملات تجاری را تسهیل کند. همچنین قانون‌گرایی‌های سخت و اجرای قوانین سخت‌گیرانه مذهبی، ملی و ... برای اداره شهر می‌تواند هزینه‌های گردشگری را افزایش دهد و منجر به کاهش گردشگری شود. لذا اثر کیفیت نهادی مبهم بوده و این مطالعه تلاش کرده که اثر آن در کشور‌های منا را تشریح کند. نتایج این مطالعه منطبق بر مطالعات خان و همکاران (۲۰۲۰) و گالیا و همکاران (۲۰۱۹) و رشته اول ادبیات تحقیق حاضر می‌باشد که استدلال می‌کنند، کیفیت نهادی داخلی یک عامل تعیین‌کننده و مثبت در جذب گردشگر بین‌المللی است که در نهایت باعث رشد اقتصادی می‌شود. نتایج این مطالعه منطبق بر بررسی‌های تجربی می‌باشد که نشان می‌دهد کیفیت نهادی در کشورهای مقصد عامل مهمی از ورود گردشگران است (Aas et al. 2005, Dacin et al, 2002, Goeldner & Ritchie, 2003). بازدید گردشگرها به شدت تحت تأثیر "برداشت از بی‌ثباتی سیاسی و خشونت" است. اعتراضات خشونت‌آمیز، ناآرامی‌های اجتماعی، جنگ داخلی، اقدامات تروریستی، نقض درک شده از حقوق بشر یا تهدیدهای ادراک شده از این فعالیت‌ها، همگی می‌توانند در خدمت گردشگران باشند تا رفتارهای خود را تغییر دهند.

با توجه به نتایج تحقیق به مدیران کلان اقتصادی و گردشگری کشورهای منا توصیه می‌شود جهت توسعه صنعت گردشگری کشورهای خود، سیاست‌های مبتنی بر بهبود کیفیت نهادی را در پیش بگیرند. به عبارت دیگر تقویت شاخص‌های کیفیت نهادی همچون قانون‌گرایی، تقویت نظم و آرامش، بهبود کارآمدی دولت، کاهش فساد، عدم خشونت و بی‌ثباتی سیاسی در کشورهای منا جهت تقویت گردشگری مورد نیاز می‌باشد. همچنین یکی دیگر از پیشنهادهای مهم سیاستی برای کشورهای منا جهت تقویت صنعت گردشگری، سیاست‌های مبتنی بر کاهش ریسک سیاسی این کشورها می‌باشد. از دیگر پیشنهادات این مطالعه جهت توسعه گردشگری کشورهای منا، توصیه به افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه و توجه به مناسبات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و مشترکات زبانی و ... می‌باشند.

کتابنامه

1. Nazari, M., Esfidani, M.R., & Tabatabai, S.M. (2017). *Assessing the factors affecting the attraction of international tourists using the model of economic research attraction*. Master Thesis, University of Tehran. [In Persian]
2. Sameti, M., Hosseini, M., & Mina Ehsani F. (2015). Investigating the Impact of Political Stability and the Rule of Law On the number of tourists arriving; Case study: Selected Islamic countries during the course 2012-1996. *Quarterly Journal of Strategic Research in Security and Social Order*. 4(3), 14-1. [In Persian]

3. Ardakani, S.S., Mir Ghafouri, S.H., & Barqi, Sh. (2010). Identifying and prioritizing the factors affecting the level of satisfaction of foreign tourists in Shiraz Using factor analysis techniques and multi-criteria decision making. *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 5(13), 24-1. [In Persian]
4. Musaei, M. (2004). Estimation of tourism demand function in Iran. *Quarterly Journal of Business Research*. 8(32), 244-225. [In Persian]
5. Falihi, N., Jafarzadeh B. (2011). Investigating the factors affecting tourism: ntegration of econometric methods and dynamic system. *Quarterly Journal of Financial Economics (Financial Economics and Development)*,5(14), 88-51. [In Persian]
6. Marwat, H., Salem A.A., Khadem N., & Elahi, M. (2017). Identifying the factors affecting the demand of foreign tourism. *Quarterly Journal of Economic Research*, 18(69), 306-275. [In Persian]
7. Aas, C., Ladkin, A., & Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 28-48.
8. Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J.A. (2001). The colonial origins of comparative development: An empirical investigation. *American Economic Review*, 91(5),1396-1401.
9. Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J. A. (2002). Reversal of fortune: Geography and institutions in the making of the modern world income distribution. *Quarterly Journal of Economics*, 117(4),1231-1294.
10. Araña, J. E., & León, C. J. (2008). The impact of terrorism on tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 299-315.
11. Ballia, F., Shahzad, S. J. H., & Salah Uddin, G. (2018). A tale of two shocks: What do we learn from the impacts of economic policy uncertainties on tourism? *Tourism Management*, No.68, 470-475.
12. Demir, E., & Gozgor, G. (2018). Does economic policy uncertainty affect tourism? *Annals of Tourism Research*, 69.
13. Dutt, P., & Traça, D. (2010). Corruption and bilateral trade flows: Extortion or evasion? *Review of Economics and Statistics*, 92(4), 843-860.
14. Edgell, D. L. S., DelMastro Allen, M., Smitch, G., & Swanson, J. R. (2013). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow* (2nd Ed.). London, UK: Routledge.
15. Egger, P. (2005). Alternative techniques for estimation of cross-section gravity models. *Review of International Economics*, 13(5), 881-891.
16. Eilat, Y., & Einav, L. (2004). Determinants of international tourism: A three-dimensional panel data analysis. *Applied Economics*, 36(12), 1315-1327.
17. Fischhoff, B., De Bruin, W. B., Perrin, W., & Downs, J. (2004). Travel risks in a time of
18. Fourie, J., & Santana-Gallego, M. (2013). The determinants of African tourism. *Development Southern Africa*, 11(3), 365-391.
19. Fratianni, M. U., & Kang, H. (2006). International terrorism, international trade, and borders. Working papers 2006–13, Indiana University, Kelley School of Business. Department of Business Economics and Public Policy. Retrieved from <https://kelley.iu.edu/riharbau/RePEc/iuk/wpaper/bepp2006-13-fratianni-kang.pdf>.
20. Ghalia, T., Fidrmuc, J., Samargandi, N., & Sohag, K. (2019). Institutional quality, political risk and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 32, 100576.
21. Goeldner, C. R., & Ritchie, B. J. R. (2003). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (9th Ed.). Hoboken, NJ: Wiley.
22. Hausman, J. A., & Taylor, W. E. (1981). Panel data and unobservable individual effects. *Econometrica*, 49(6), 1377-1398.
23. Head, K., & Mayer, T. (2014). *Gravity equations: Workhorse, toolkit, and cookbook*. In E. Gopinath, K. Helpman, & G. Rogoff (Vol. Eds.). Handbook of international economics. Vol. 4. Handbook of international economics (pp. 131–195). Oxford, UK: Elsevier.
24. Head, K., & Mayer, T. (2014). *Gravity equations: Workhorse, toolkit, and cookbook*. In E. Gopinath, K. Helpman, & G. Rogoff (Vol. Eds.). Handbook of international economics. Vol. 4. Handbook of international economics (pp. 131–195). Oxford, UK: Elsevier.

25. Henderson, J.C. (2003). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. *Journal of Tourism Management*, No. 24, 447–456.
26. Huntington, S. P. (1968). *Political order in changing societies*. New Haven, CT: Yale University Press.
27. Hyndman, J. (2015). The securitisation of Sri Lankan tourism in the absence of peace. Stability. *International Journal of Security and Development*, 4(1),1-16.
28. Khalid, U., Okafor, L. E., & Aziz, N. (2019). Armed conflict, military expenditure and international tourism. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/>
29. Khan, M. A., Popp, J., Talib, M. N. A., Lakner, Z., & Oláh, J. (2020). Asymmetric Impact of Institutional Quality on Tourism Inflows among Selected Asian Pacific Countries. *Sustainability*, 12(3), 1-16.
30. Kim, S. H., & Song, W. K. (2001). An interpretation of the determinants of international tourism flow: Application of the Hechsher-Ohlin's Factor Endowment Theorem. *Journal of Tourism Science*, 23(3), 1-23.
31. 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).
32. Kunwar, R.R. (2012). Safety and Security in Tourism: A Study of Crisis and Disaster Management. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, No. 2.
33. Leff, N. H. (1964). Economic development through bureaucratic corruption. *American Behavioral Scientist*, 8(2), 1-14.
34. Lim, C. (1999). A meta-analytic review of international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 37(3)
35. Mirani, N., Assadzadeh, A. (2019). The Investigating the Role of Institutional Quality on Development of Medical Tourism Industry in Iran: Gravitational Search Algorithm and Firefly Algorithm. *Quarterly Journal of Applied Theories of Economics*, 5(4), 1-30.[in Persian].
36. Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross-national estimation. *Journal of Conflict Resolution*, 48(2), 259-281.
37. North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change, and economic performance*. New York, NY: Cambridge University Press.
38. Pizam, & Y. Mansfeld (Eds.). *Tourism, crime and international security issues* (pp. 105–121). New York, NY: Wiley.
39. Pizam, A., & Mansfeld, Y. (2006). Toward a theory of tourism security. *Tourism, security and safety* (pp. 15–41). Routledge.
40. Poprawe, M. (2015). A panel data analysis of the effect of corruption on tourism. *Applied Economics*, 47(23), 1-14.
41. Roxas, B., & Chadee, D. (2013). Effects of formal institutions on the performance of the tourism sector in the Philippines: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Tourism Management*, 37, 1-12.
42. Shams, S. M. R. (2016). Sustainability issues in transnational education service: A conceptual framework and empirical insights. *Journal of Global Marketing*, 29(3), 139-155.
43. Shams, S. M. R. (2017). Transnational education and total quality management: A stakeholder-centred model. *Journal of Management Development*, 36(3), 376-389.
44. Socher, K. (1986). Tourism in the theory of international trade and payment. *Tourist Review*, 41(3), 24-26.
45. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting: A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203-220.
46. Song, H., Witt, S. F., & Li, G. (2009). *The advanced econometrics of tourism demand*. New York, NY: Routledge.
47. Su, Y.-W., & Lin, H.-L. (2014). Analysis of international tourist arrivals worldwide: The role of world heritage sites. *Tourism Management*, 40, 46-58.
48. 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.

49. Thompson, A. (2011). Terrorism and tourism in developed versus developing countries. *Tourism Economics*, 17(3), 693–700.
50. Upadhayaya, P. K. Müller-Böker, U. & Sharma, S. R. (2011). Tourism amidst Armed Conflict: Consequences, Copings, and Creativity for Peace-Building through Tourism in Nepal. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1(2), 22-40.
51. Witt, S. F., & Witt, C. A. (1995). Forecasting tourism demand: A review of empirical research. *International Journal of Forecasting*, 11(3), 447-475.
52. Yap, G., & Saha, S. (2013). Do political instability, terrorism, and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of UNESCO heritage? A cross-country panel estimate. *Tourism Analysis*, 18(5), 587- 599.
53. Zhang, J., & Jensen, C. (2007). Comparative advantage: Explaining tourism flows. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 223-243.