

مدل سازی تقاضا کردستگی

تالیف

دکتر حسن الماسی

دکتر پرویز محمدزاده

اکرم اکبری



پژوهشگاه

سرشناسه: الماسی، حسن، ۱۳۴۵ -
عنوان و نام پدیدآور: مدل‌سازی تقاضای گردشگری / مولتفان حسن الماسی، پرویز محمدزاده، اکرم اکبری.
مشخصات نشر: تهران: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری: ۲۷۱ ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک: ۷-۱۳-۶۹۵۳-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: گردشگری -- برنامه‌ریزی
موضوع: گردشگری - بازاریابی
پایه افزوده: محمدزاده، پرویز.
پایه افزوده: اکبری، اکرم.
پایه افزوده: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری. پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
رده بندی کنگره: ۳۳۸.۰۲ / ۱۳۹۲ / ۹۳ الف / ۱۵۵ G
رده بندی دهکده: ۳۳۸.۰۲
شماره کتابشناختی: ۳۲۳۴۹۹



مدل‌سازی تقاضای گردشگری

تألیف: حسن الماسی، پرویز محمدزاده و اکرم اکبری
ناشر: پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
نظارت و اجرا: علیرضا ناصری مالوانی
صفحه‌آرایی: الهام گودرزی
طراحی جلد: خسرو چگینی
مجری: موسسه فرهنگی و هنری نقش و نگاه
چاپ نخست: ۱۳۹۲
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
شابک: ۷-۱۳-۶۹۵۳-۶۰۰-۹۷۸
قیمت: ۱۷۰۰۰ ریال
همه حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران، میدان امام خمینی(ره)، خیابان امام خمینی(ره)، خیابان سی تیر، محوطه موزه ملی،
پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری
تلفن: ۰۰۳ ۶۶۷۳۷۰۰۳ - ۸۸۹۳۴۶۹۲
وبسایت: www.rchtoobook.ir
پست الکترونیکی: ch.publish@yahoo.com

صنعت گردشگری واژه ای است که با حکومت، دولت، جامعه از یک طرف و اقتصاد، فرهنگ، سیاست و روابط بین الملل از طرف دیگر گره خورده و چون به طور چشمگیری بیرسطح اشتغال، تولید ناخالص، داخلی، مصرف و سرمایه گذاری کشور تاثیر گذار است. به همین دلیل در اکثر کشورهای جهان مورد توجه جدی کارشناسان، مدیران و سیاستگذاران می باشد. دانش گردشگری در مفهوم نظام علمی سازمان یافته سابقه طولانی ندارد و به عنوان رشته ای علمی در سال های بعد از جنگ دوم جهانی مورد توجه محافل علمی و دانشگاهی قرار گرفته است. در سال های اخیر بعضی از دانشگاه ها، مراکز علمی و پژوهشی کشورمان فعالیت هایی در زمینه توسعه دانش گردشگری را در کنار ابزار آموزشی و پژوهشی در این راستا بهره می برند. تاسیس پژوهشکده گردشگری در کنار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان یکی از مراکز علمی و پژوهشی، نمونه ای از این اقدامات محسوب می شود.

این مرکز پژوهشی در طول سال های اخیر تلاش های بسیاری برای کمک به سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری منظور تولید دانش گردشگری در قالب مشاوره، تحقیق و تدوین کتب، مقالات و نشریات، برگزاری گارگاه های تخصصی و همایش های ملی و بین المللی ارائه کرده است. مجموعه حاضر به عنوان نمونه ای از همین فعالیت ها می باشد که نویسندگان این کتاب با تکیه بر تجارب، سوابق اجرایی و دانش لازم و با استفاده از ادبیات نظری موجود بررسی و تحلیل مدل سازی تقاضای گردشگری پرداخته اند. امید است برای صاحبان، مدیران، اندیشمندان و اساتید حوزه گردشگری مفید باشد.

جلیل گلشن

رئیس پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری

www.ketab.ir

الف

پیشگفتار

ج

مقدمه

۱	فصل اول: صنعت گردشگری
۱	۱-۱- مقدمه
۲	۲-۱- تعاریف و ماهیت تلف گردشگری
۲	۱-۲-۱- تعریف گردشگری
۴	۲-۲-۱- تعاریف فنی گردشگری
۶	۳-۲-۱- تعریف گردشگر
۶	۴-۲-۱- ویژگی‌های گردشگری
۱۱	۳-۱- تاریخچه گردشگری
۱۱	۱-۳-۱- نگاهی به تاریخچه گردشگری در جهان
۱۲	۲-۳-۱- نگاهی به تاریخچه گردشگری در ایران
۱۴	۴-۱- اهمیت گردشگری
۱۶	۵-۱- شناخت صنعت گردشگری
۱۷	۱-۵-۱- عوامل موثر بر جریان واقعی گردشگری
۲۰	۲-۵-۱- طرف تقاضای گردشگری
۲۱	۳-۵-۱- اشکال مختلف و انگیزه‌های گردشگری
۲۸	۴-۵-۱- طرف عرضه گردشگری
۲۹	۵-۵-۱- اجزای مختلف صنعت گردشگری
۳۳	۶-۱- موانع گردشگری
۳۵	۷-۱- اثرات گردشگری در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه
۴۳	۸-۱- گردشگری در عصر جدید
۴۴	۱-۸-۱- دوره نوین گردشگری

۴۵	۱-۸-۲- گردشگری پایدار
۵۱	۱-۸-۳- سازمان‌های ملی و بین‌المللی گردشگری
۶۵	۱-۹- وضعیت گردشگری در جهان و ایران
۷۲	۵-۱۰- مطالعات تجربی
۷۳	۶-۱۱- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۷۴	منابع

۷۷	فصل دوم: مبانی نظری تقاضای گردشگری
۷۷	۲-۱- مقدمه
۷۸	۲-۲- مفهوم تقاضا و مدل‌سازی آن در اقتصاد
۸۱	۲-۳- انواع تابع تقاضا
۸۳	۲-۴- تقاضای گردشگری
۹۱	۲-۵- تصریح تابع تقاضای گردشگری
۹۹	۲-۶- فرم تبعی و کشش‌های تقاضا
۱۰۴	۲-۷- مدل‌سازی تقاضای گردشگری
۱۰۵	۲-۷-۱- مدل‌سازی سنتی تقاضای گردشگری
۱۱۲	۲-۷-۲- مطالعات تجربی
۱۱۴	۲-۷-۳- مثال کاربردی
۱۱۵	۲-۷-۴- شکست رهیافت سنتی در مدل‌سازی تقاضای گردشگری
۱۱۶	۲-۸- مروری بر رهیافت‌های نوین تقاضای گردشگری
۱۲۳	۲-۹- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۲۵	منابع

۱۲۷	فصل سوم: هم‌انباشتگی
۱۲۷	۳-۱- مقدمه
۱۲۷	۳-۲- رگرسیون کاذب (جعلی)
۱۳۰	۳-۳- مفهوم هم‌انباشتگی

۱۳۱	۴-۳- آزمون مرتبه انباشتگی
۱۳۲	۴-۳-۱- سری زمانی مانا و نامانا
۱۳۳	۴-۳-۲- سری زمانی نامانا و ریشه واحد
۱۳۴	۴-۳-۳- آزمون‌های ریشه واحد دیکی-فولر و دیکی-فولر تعمیم یافته
۱۳۴	۴-۳-۱- آزمون دیکی-فولر (DF)
۱۳۶	۴-۳-۲- آزمون دیکی-فولر تعمیم یافته
۱۳۷	۴-۴- آزمون فلیس-پرون
۱۳۸	۴-۳-۴- فائند انجام آزمون ریشه واحد
۱۳۹	۴-۳-۵- ریشه واحد فصلی
۱۴۱	۴-۳-۵- مطالعات تجربی
۱۴۲	۴-۳-۶- مدل‌های بردی
۱۴۵	۴-۳-۷- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۴۶	منابع

۱۴۷	فصل چهارم: مدل تصحیح خطا
۱۴۷	۴-۱- مقدمه
۱۴۷	۴-۲- هم‌انباشتگی و مکانیسم تصحیح خطا (ECM)
۱۴۸	۴-۱-۱- تبدیل مدل خودرگرسیون با وقفه‌های توزیعی (ARDL) به مدل تصحیح خطا (ECM)
۱۵۱	۴-۱-۲- از ECM به رگرسیون هم‌انباشتگی
۱۵۱	۴-۳- تخمین مدل تصحیح خطا (ECM)
۱۵۱	۴-۳-۱- روش دو مرحله‌ای انگل-گرنجر
۱۵۲	۴-۳-۳- رویکرد تک مرحله‌ای ویکنز-بروش
۱۵۳	۴-۳-۳- رویکرد خودرگرسیون با وقفه‌های توزیعی (ARDL)
۱۵۵	۴-۴- مثال کاربردی
۱۶۰	۴-۵- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۱۶۲	منابع

فصل پنجم: خود توضیح برداری (VAR) و خود رگرسیونی انباشته میانگین متحرک (ARIMA) ۱۶۳

- ۱-۵- مقدمه ۱۶۳
- ۵-۲- روش‌های پیش‌بینی تقاضا با استفاده از مدل‌های سری زمانی مانند VAR ۱۶۴
- ARIMA ۱۶۴
- ۵-۳-۱- فرایند خود رگرسیونی انباشته میانگین متحرک (ARIMA) ۱۶۶
- ۵-۳-۲- فرایند خود رگرسیونی مرتبه اول ۱۶۷
- ۵-۳-۳- نوی گام تصادفی ۱۶۸
- ۵-۳-۴- علل وجود وقفه در اقتصاد ۱۶۹
- ۵-۳-۵- فرایند میانگین متحرک (MA) ۱۷۰
- ۵-۳-۶- فرایند خود رگرسیونی میانگین متحرک (ARMA) ۱۷۱
- ۵-۳-۷- فرایند خود رگرسیونی انباشته میانگین متحرک (ARIMA) ۱۷۲
- ۵-۳-۴- مابانی تجزیه و تحلیل VAR ۱۷۴
- ۵-۴- تحلیل واکنش آنی ۱۷۷
- ۵-۵- پیش‌بینی از طریق VAR و تجزیه و تحلیل سیستم‌ها ۱۸۰
- ۵-۶- آزمون علیت گرنجر و برون‌زایی ۱۸۲
- ۵-۶-۱- مفهوم علیت گرنجر ۱۸۲
- ۵-۶-۲- آزمون علیت گرنجر ۱۸۳
- ۵-۷- مطالعات تجربی ۱۸۴
- ۵-۸- مثال کاربردی ۱۸۸
- ۵-۹- خلاصه و جمع‌بندی فصل ۱۹۶
- منابع ۱۹۶

فصل ششم: مدل‌سازی پارامترهای متغیر در طول زمان ۱۹۷

- ۱-۶- مقدمه ۱۹۷
- ۲-۶- آیا کشش تقاضای گردشگری در طول زمان ثابت است؟ ۱۹۹
- ۳-۶- مدل TVP و فیلتر کالمن ۲۰۳

۲۰۷	۴-۶- مطالعات تجربی
۲۰۹	۵-۶- مثال کاربردی
۲۱۴	۶-۶- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۲۱۶	منابع

۲۱۹	فصل هفتم: تجزیه و تحلیل داده‌های نابلویی
۲۱۹	۷-۱- مقدمه
۲۲۰	۷-۳- ضریح و تخمین مدل
۲۲۱	۷-۳-۱- آزمون همبستگی
۲۲۳	۷-۲-۲- اثرات ثابت و اثرات تصادفی
۲۲۶	۷-۳- مثال کاربردی
۲۳۳	۷-۴- خلاصه و جمع‌بندی فصل
۲۳۴	منابع

۲۳۵	فصل هشتم: سیستم‌های تقاضا
۲۳۵	۸-۱- مقدمه
۲۴۱	۸-۲- انواع توابع تقاضا
۲۴۲	۸-۲-۱- معادلات تقاضای منفرد
۲۴۴	۸-۲-۲- معادلات تقاضای سیستمی
۲۴۵	۸-۲-۲-۱- رهیافت اول، سیستم مختار خطی
۲۵۴	۸-۲-۲-۲- رهیافت دوم، تابع مطلوبیت غیر مستقیم ترانسلوگ
۲۵۵	۸-۲-۲-۳- رهیافت سوم، سیستم تقاضای تقریباً ایده آل (AIDS)
۲۶۲	۸-۲-۲-۴- رهیافت چهارم سیستم رتردام
۲۶۵	۸-۲-۲-۵- خانواده توابع تقاضای د.یفرانسیلی (CBS , NBR)
۲۶۹	۸-۳- مطالعات تجربی
۲۷۰	۸-۴- مثال کاربردی
۲۷۴	۸-۵- خلاصه و جمع‌بندی فصل

پایه گفتا

امروزه صنعت گردشگری به دلایل مختلفی مورد توجه بسیاری از کارشناسان، محققان و سیاستگذاران قرار دارد و در حال حاضر یکی از درآمدزاترین بخش‌های اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. همچنین صنعت گردشگری به طور چشمگیری بر اشتغال، تولید ناخالص داخلی، مصارف و سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است. لذا به نظر می‌رسد هر گونه تحقیق و مطالعه در این خصوص می‌بایست ارزشمند باشد.

در حوزه مطالعات سیاست گردشگری، با توجه به نقش محوری شناسایی ترجیحات گردشگران در سیاستگذاران، مدل‌های مختلف صنعت، تقاضای گردشگری سهم عمده‌ای از مطالعات را به خود اختصاص داده است و مدل‌های مختلفی در این زمینه ارائه شده است. با پیشرفت علوم مختلف به خصوص بسط تکنیک‌های آماری و توسعه نرم‌افزارهای رایانه‌ای، مدل‌های پیشرفته‌ای در زمینه مدلسازی تقاضای گردشگری مطرح شده‌اند و جمع‌آوری آنها در یک نوشتار می‌تواند برای پژوهشگران، مدیران و علاقه‌مندان به تحلیل رفتار گردشگران اطلاعات مفیدی ارائه نماید.

در این کتاب سعی شده است تا ضمن بیان پایه‌های تئری تقاضای گردشگری، مدل‌های مختلف و پیشرفته تقاضای گردشگران معرفی شود. به همراه آن مثال‌های کاربردی برای اقتصاد ایران توضیح داده شود. شایان ذکر است که در بسیاری از مدل‌های معرفی شده از تکنیک‌های مختلف اقتصادسنجی بهره گرفته شده است و لازم است تا خوانندگان محترم، با تکنیک‌های اقتصادسنجی آشنایی کافی داشته باشند.

این کتاب در هشت فصل تنظیم شده است. در فصل اول، به تعاریف و مفاهیم مختلف گردشگری و گردشگر از جمله تعریف سازمان جهانی گردشگری پرداخته شده و جایگاه گردشگری در ایران از نظر برخورداری از نقاط دیدنی طبیعی و میراث تاریخی در جهان ارائه شده است.

در فصل دوم که مربوط به مبانی نظری تقاضای گردشگری است، ابتدا مفهوم تقاضا و مدل‌سازی تقاضای گردشگری ارائه شده و انواع تابع تقاضا توضیح داده شده است. سپس برای مدل‌سازی تابع تقاضا از روش سنتی استفاده شده است. از آنجایی که پیش‌بینی مدل‌های سنتی در مقایسه با روش‌های جدید ارائه شده ضعیف بوده و روش‌هایی سنتی تقاضای گردشگری پویایی‌های رابطه بلندمدت و کوتاه‌مدت را در تخمین مدل‌ها در نظر نمی‌گیرد، این عوامل باعث شکست رهیافت سنتی در مدل‌سازی تقاضای گردشگری شده است. لذا در قسمت بعدی فصل، کلیات رهیافت‌های نوین تقاضای گردشگری ارائه شده است. برای شروع بحث نیز یک الگوی عام ارائه شده و نشان داده شده است که بسیاری از الگوهای نوین کاربردی مطرح شده در تقاضای گردشگری، حالت خاصی از این الگوی عام می‌باشد.

در فصل سوم پنج الگوهای مختلف سری زمانی برای پیش‌بینی تقاضای گردشگری معرفی شدند. مهم‌ترین آن‌ها، الگوی هم‌انباشتگی (Cointegration)، الگوی تصحیح خطا (ECM)، الگوی خودرگرسیون (AR)، الگوی میانگین متحرک (MA)، فرایندهای خودرگرسیونی میانگین متحرک (ARMA)، فرایندهای خودرگرسیونی انباشته میانگین متحرک (ARIMA) و الگوی خودرگرسیون برداری (VAR) می‌باشد که در این فصول به معرفی آن‌ها پرداخته شد.

اندازه صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به سرعت افزایش یافته است. همچنین تقاضا برای گردشگری بین‌المللی (هم ورودی و هم خروجی) به تغییرات رژیم (تغییر سیاست‌های دولت، شرایط سیاسی و اقتصادی) حساس شده است. به همین دلیل است که کشش‌های تقاضا در طول زمان بدون تغییر باقی بمانند. بنابراین، مدل پارامترهای ثابت در طول زمان، این‌زار مناسبی برای بررسی اثرات تغییر رژیم در کشش‌های تقاضای گردشگری می‌باشد که در فصل ششم توضیح داده شده است.

گاهی به دلیل کافی نبودن مشاهدات سری زمانی مربوط به متغیرهای تقاضای گردشگری، نتایج تخمین و پیش‌بینی تورش‌دار است. لذا روش داده‌های تابلویی به عنوان راه‌حلی برای این مشکل است که در فصل هفتم معرفی شده است. همچنین در آخر هر فصل سعی شده است با ذکر مثال کاربردی، موضوعات مربوط به هر فصل مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

در فصل هشتم، رفتار مصرف‌کننده با استفاده از تابع تقاضای کالا و خدمات تبیین شده است. در این فرآیند از طریق حداکثر کردن مطلوبیت با توجه به قید بودجه و با در نظر گرفتن فروض رفتاری که ناشی از عقلایی بودن ترجیحات مصرف‌کننده است انواع توابع تقاضا

معرفی شده است. این توابع تقاضا، خود به دو گروه تک معادله‌ای و سیستم معادلات (برای اعصال قیود بین معادله‌ای، از جمله محدودیت‌های بودجه‌ای و همگنی معادلات تقاضا) تقسیم شده‌اند. در قسمت سیستم معادلات تقاضای مصرف‌کننده، روش‌های مختلف سیستمی استخراج تابع تقاضا در چهار رهیافت اصلی شامل سیستم مخارج خطی (LES)، تابع مطلوبیت غیرمستقیم ترانسلوگ، سیستم تقاضای تقریباً ایده آل (AIDS) و سیستم رتردام توضیح داده شده است. سپس سیستم‌های ترکیبی CBS و NBR ارائه شده‌اند. در قسمت پلانی این فصل، ضمن بیان مطالعات تجربی صورت گرفته در خصوص تقاضای گردشگری یک مثال کاربردی ارائه شده است.

اینکه که نسخه اول این کتاب به پایان رسیده است و یافته‌های آن پیش‌روی فرهیختگان، اساتید، محققان، تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است بر خود وظیفه می‌دانیم از زحمات و کوشش بی‌دریغ تمامی بزرگوارانی که ما را در تهیه این نوشتار یاری نموده‌اند قدردانی نماییم.

از مدیریت پژوهش‌های میث فداگی و گردشگری و هم چنین پژوهشکده گردشگری که زمینه چاپ این کتاب را فراهم آورده اند سپاسگزاری می‌کنیم. همچنین از جناب آقای مهندس پیام مهستی، خانم مهندس پرش ترشیزیان، دکتر حسین پناهی، دکتر مجید فشاری، دکتر سیاب می‌پور، آقای مهندس محمد اولاد، آقای علی هم‌تجو، سرکار خانم‌ها آمنه قائمی دیزجی و معصومه حقیقی سپاس بزرگوارانی که در تهیه این کتاب نقش داشتند و اسامی آنها ذکر نشد مراتب قدردانی و سپاسگزاری خود را اعلام می‌داریم.

دکتر پروین محمدزاده (دانشیار دانشگاه تبریز)

دکتر حسن اله‌مسعود (استادیار دانشگاه)

اسامی دیگر

مقدمه

صنعت گردشگری در آغاز هزاره سوم به یکی از پردرآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است. این صنعت توانسته است موجبات رشد اقتصادی و همچنین اشتغال میلیون‌ها نفر را در سراسر جهان فراهم آورد. در این میان منافع اقتصادی تنها بخشی از پیامدهای مثبت توسعه و گسترش این صنعت محسوب می‌شود و فواید و منافع مختلف دیگری از جمله فرهنگی آن کمتر از منافع اقتصادی نیست. از جمله فواید فرهنگی این صنعت کمک به درک متقابل و آگاهی از توانمندی‌های دستاوردهای ملل دیگر به منظور کسب بهترین خصایص انسانی و تمدنی بشر امروزی است. در طول شش دهه گذشته، تعداد گردشگران ورودی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به ۲۷۷ میلیون نفر سال ۱۹۸۰، ۴۳۸ میلیون نفر در سال ۱۹۹۰، ۶۸۱ میلیون نفر در سال ۲۰۰۰ و ۸۰۰ میلیون نفر در سال ۲۰۱۱ افزایش یافته است و درآمد حاصله یک تریلیون و سی میلیارد دلار بوده است و انتظار می‌رود این تعداد در سال ۲۰۲۰ به ۱/۶ میلیارد نفر و درآمد حاصل از آن به بالای یک تریلیون و هفت صد میلیارد دلار برسد.

امروزه سهم کشورهای در حال توسعه و کشورهای وظهور از تعداد گردشگران ورودی از ۳۲ درصد در سال ۱۹۹۰ به بیش از ۵۰ درصد در سال ۲۰۱۱ افزایش یافته است که این امر خود بیانگر ظهور تقاضا برای مقاصد گردشگری جدید در سطح جهانی و توسعه صنعت گردشگری در این دسته از کشورها است. در دنیای رقابتی امروز استفاده از مزایای هر یک از این صنایع برای مدیریت تقاضا و عرضه در حوزه صنعت گردشگری، ضامن افزایش سهم درآمدی و ارزشی اشتغال پایدار بوده و موجبات بهبود شرایط اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و روابط بین‌المللی آنها را فراهم می‌کند. به گونه‌ای که بر اساس آخرین گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC) پیش‌بینی می‌شود که در طول دهه آینده صنعت گردشگری ایران از نظر شاخص‌های رشد ارزش افزوده، سهم از تولید ناخالص داخلی، نسبت اشتغال، نسبت سرمایه‌گذاری، و نسبت صادرات با کاهش قابل توجهی مواجه گردد. در حالی که مطالعات حاکی از آن است که در همین فاصله زمانی شاخص‌های مذکور در منطقه خاورمیانه رو به بهبود

باشند. با این وصف مشاهده می‌شود که رقابت بین المللی برای جذب گردشگران خارجی در طول دهه آینده بسیار بیشتر از گذشته خواهد بود و فقدان یک راهبرد عملی در این زمینه چیزی جز تضعیف صنعت گردشگری و عدم استفاده از فرصت‌های موجود و سرانجام تاسف فراموش نشدنی، در پی نخواهد داشت.

این کتاب تلاش دارد مدل‌های مختلف و جدیدی، جهت کمک به تعیین و مدیریت تقاضای گردشگری کشور معرفی و ابزار علمی مناسب و مطمئن در اختیار مدیران و کارشناسان حوزه گردشگری جهت برنامه‌ریزی قرار دهد.

www.ketab.ir