

بررسی رابطه توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی

(مطالعه موردی: کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی)

Relationship between International Tourism and Economic Growth (Case Study: Selected Countries of OIC)

Shirin Arbabian *, Batol Rafat **,

Maryam Ashrafian Pour ***

شیرین اربابیان*، بتول رفعت**،

مریم اشرفیان‌پور***

Received: 31/July/2013 Accepted: 17/Nov/2013

دریافت: ۱۳۹۲/۵/۹ پذیرش: ۱۳۹۲/۸/۲۶

چکیده:

Abstract:

Tourism as a highest earning industry in the world can play an important role in the economic growth of countries. On the other hand, economic growth can also lead to the development of tourism facilities and infrastructure and finally to tourism development. Therefore, in this study the relationship between international tourism and economic growth in the OIC member states is discussed.

In this study -to evaluate the impact of tourism on economic growth and the impact of economic growth on tourism- using panel data econometric framework, tourism and economic growth models in the period 1995-2011 for 21 OIC member countries are analysed. Results represent a significant and positive impact of international tourism, foreign direct investment, the degree of economic openness and economic freedom on economic growth and also economic growth due to increase of infrastructures and facilities leads to tourism development and increase the per capita income of any of the Islamic countries which lead to increased demand for tourism among members. Also the expansion of trade and lower prices affect tourism development.

Keywords: International Tourism, Economic Growth, OIC Member Countries.

JEL: L83 , O40, C33.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از پر درآمدترین صنایع جهان می‌تواند نقش مهمی را در تأمین رشد اقتصادی کشورها ایفا کند و از سوی دیگر رشد اقتصادی نیز می‌تواند با توسعه تسهیلات و زیر بناهای گردشگری موجب توسعه صنعت گردشگری شود؛ لذا در این مطالعه رابطه همزمان میان توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مورد بررسی قرار گرفته است.

در این مطالعه به منظور بررسی همزمان اثر توسعه بخش توریسم بر رشد اقتصادی و نیز اثر رشد اقتصادی بر جذب توریسم مدل‌های توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی برای ۲۱ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی در بازه زمانی (۲۰۱۱-۱۹۹۵) با استفاده از داده‌های تابلویی همزمان، پایه ریزی گردیده است.

نتایج نشان دهنده تأثیر مثبت و معنادار توریسم بین‌الملل، سرمایه‌فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد و آزادی اقتصادی بر رشد اقتصادی است. همچنین نتایج بدست آمده در مدل توریسم بین‌الملل نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در این کشورها با توسعه تسهیلات و امکانات زیر بنایی سبب توسعه گردشگری می‌شود و افزایش درآمد سرانه هر یک از کشورهای اسلامی منجر به افزایش تقاضای توریسم بقیه اعضا می‌شود. همچنین گسترش تجارت و کاهش قیمت‌ها بر توسعه گردشگری مؤثر است.

کلمات کلیدی: توریسم بین‌الملل، رشد اقتصادی، کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC).

طبقه‌بندی JEL: L83 , O40, C33 .

* Assistant Professor of Shahid Ashrafi Isfahani University.
Email: arbabian_sh@yahoo.com

** Assistant Professor, Isfahan University, Isfahan, Iran.
(Corresponding Author).
Email: monir_rafat@yahoo.com

*** M.A. in Economics, Shahid Ashrafi Isfahani University.
Email: ashrafian.maryam@gmail.com

* استادیار مؤسسه آموزش عالی شهید اشرفی اصفهانی

Email: arbabian_sh@yahoo.com

** استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)

Email: monir_rafat@yahoo.com

*** کارشناس ارشد مؤسسه آموزش عالی شهید اشرفی اصفهانی

Email: ashrafian.maryam@gmail.com



۱. مقدمه

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به این نتیجه رسیده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برایند (لطفی، ۱۳۸۴: ص ۶۰). آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمد ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طهماسبی پاشا و مجیدی، ۱۳۸۴: ص ۳۸). صنعت گردشگری که در واقع نوعی سرمایه‌گذاری غیر مستقیم خارجی در داخل کشورها محسوب می‌گردد دارای اثرات توسعه‌ای زیادی است به طوری که ارتباط تنگاتنگی با صنایع دیگری مانند هتل داری، حمل و نقل، آژانس‌های مسافرتی، صنایع دستی، رستوران داری، کشاورزی و... دارد. اصلی‌ترین کارکرد این صنعت کسب درآمد ارزی، توزیع مجدد درآمدها، فروش کالاها و خدمات مورد نیاز گردشگران، ایجاد اشتغال و رونق اقتصادی است.

جهان دارای اقتصادهایی بسیار متفاوت و ناهمگون است، با این وجود رشد و توسعه اقتصادی از جمله اهدافی است که هر اقتصادی دنبال می‌کند که دلیل این مسئله نیز وجود منافع و مزایای فراوانی است که در روند رشد تحقق می‌یابد. سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تشکل‌های سیاسی و اقتصادی جهان، در زمینه گسترش همکاری میان کشورهای اسلامی به ویژه در امر همکاری جنوب-جنوب، توسعه صنعت گردشگری اسلامی را در دستور کار خود قرار داده است. سازمان کنفرانس اسلامی با نام‌گذاری سال ۲۰۱۰ میلادی به سال «گردشگری اسلامی» که گامی در راستای توجه کشورها به اهمیت فزاینده آن در اقتصاد کشورهای اسلامی است، تلاش داشت با تبدیل شدن صنعت گردشگری به عامل مؤثر در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها

و برقراری انس و الفت بین ملت‌ها زمینه را برای همگرایی عمیق‌تر میان دولت‌های اسلامی فراهم آورد.

با توجه به این که بیش‌تر کشورهای اسلامی، از جمله کشورهای در حال توسعه و یا کمتر توسعه یافته بوده و با معضلاتی هم چون سطح پایین درآمد سرانه و نرخ‌های نازل رشد اقتصادی روبرو می‌باشند، لذا این کشورها برای رهایی از چنین مشکلاتی نیازمند رشد اقتصادی سریع و مستمر هستند. اما برای تحقق رشد اقتصادی در جوامع مختلف و از جمله کشورهای اسلامی، محدودیت‌های متفاوتی مطرح بوده است که با توجه به این محدودیت‌ها، راه‌های متنوعی ارائه و به اجرا گذاشته شده است. یکی از راه‌هایی که موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای را برای برخی کشورها به همراه داشته، اتکا به صنعت توریسم و گسترش آن است؛ لذا این صنعت به عنوان یکی از پردرآمدترین صنایع جهان می‌تواند نقش قابل توجهی را در رشد اقتصادی کشورها از جمله کشورهای اسلامی ایفا کرده و همچنین میان مردم این کشورها که معتقد به یک دین بوده و سختی زیادی با هم دارند ضمن حفظ منافع ملی آن‌ها، منجر به وحدت بیشتر آن‌ها شود.

در این مطالعه رابطه توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با استفاده از روش داده‌های تابلویی همزمان در دوره زمانی (۲۰۱۱-۱۹۹۵) مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر اساس سازماندهی مباحث مقاله، بعد از مقدمه به مطالعات تجربی موضوع پرداخته می‌شود. سپس مبانی نظری مرور می‌شود. در نهایت، مدل‌های رشد اقتصادی و توریسم معرفی شده، برآورد و تحلیل می‌شوند.

۲. مطالعات انجام شده

۲-۱. مطالعات خارجی

آرنسون و همکاران^۱ (۲۰۰۹)، در مطالعه خود با استفاده از تکنیک رگرسیون به ظاهر نامرتبب تکراری به تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی کشورهای سوئد و نروژ به پنج کشور دانمارک، انگلستان، سوئیس، ژاپن و آمریکا طی ۱۹۹۳-

رشد سرانه گردشگری را به دست آورده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها نشان می‌دهد که صنعت گردشگری برای رشد اقتصادی کشورهای با درآمد پایین و متوسط همچون کشورهای آمریکای لاتین مناسب است.

بالاگوئر و کانتاولا^۴ (۲۰۰۲: ص ۸۷۷)، در مطالعه ای ارتباط بلندمدت بین گردشگری و رشد اقتصادی کشور اسپانیا با استفاده از آزمون علیت و هم‌جمعی را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج مطالعه آن‌ها که از داده‌های فصلی ۱۹۷۵-۱۹۹۷ استفاده شده، نشان داد رشد اقتصادی در اسپانیا، حداقل در سه دهه اخیر به طور محسوس و مشهود، به توسعه پایدار گردشگری بین‌المللی منجر شده است.

۲-۲. مطالعات داخلی

یاوری و همکاران (۱۳۸۹: ص ۲۱۹)، تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) را با استفاده از مدل‌های داده تابلویی پویا^۵ (DPD) و داده تابلویی ایستا (SPD) طی دوره زمانی ۱۹۹۰-۲۰۰۷ و با استفاده از تخمین زندهای گشتاور تعمیم یافته^۶ (GMM) را بررسی نموده‌اند. نتایج تجربی حاصل از این تحقیق، رابطه مثبت بین مخارج توریسم و رشد اقتصادی در این کشورها را تأیید می‌کند.

طیبی و همکاران (۱۳۸۷: ص ۶۳) برای بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران و کشورهای OECD به علاوه چین، هنگ کنگ، مالزی، روسیه و تایلند طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۵، از تکنیک خود توضیح برداری تابلویی استفاده کرده‌اند. نتایج مطالعه مذکور نشان دهنده رابطه علی دو طرفه بین این دو متغیر می‌باشد.

امیریان و صباغ کرمانی (۱۳۷۹)، به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در ایران با استفاده از تحلیل داده-ستانده پرداخته‌اند. در مقاله مزبور، اثر مخارج گردشگران خارجی بر تولید درآمد، اشتغال، عواید دولت، توزیع درآمد و واردات

۲۰۰۶ پرداخته‌اند. آن‌ها در این مطالعه به این نتیجه رسیدند که شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی و متغیر عادات رفتاری، تأثیری معنی‌دار بر تقاضا برای گردشگری این کشورها دارد، ولی تأثیر متغیر نرخ ارز معنی‌دار نیست (آرنسون و همکاران، ۲۰۰۹: ص ۱).

فایسا و همکاران^۱ (۲۰۰۹: ص ۱۲)، با استفاده از داده‌های تلفیقی ۱۷ کشور آمریکای لاتین برای دوره زمانی ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۴، اثر صنعت توریسم بر توسعه اقتصادی کشورهای آمریکای لاتین را با استفاده از مدل رشد نئوکلاسیک مورد بررسی قرار دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که درآمدهای حاصل از صنعت توریسم همانند متغیرهای سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، اثر مثبت بر سطح جاری تولید ناخالص داخلی و همچنین بر رشد اقتصادی کشورهای آمریکای لاتین داشته است.

اوه^۲ (۲۰۰۵: ص ۳۹)، در مطالعه‌ای بحث می‌کند این فرضیه که گردشگری در اسپانیا به رشد اقتصادی آن منجر می‌شود، ممکن است به این واقعیت مربوط باشد که این کشور یکی از برترین کشورها در کسب درآمد از گردشگری بین‌المللی است. تحلیل هم‌جمعی در مطالعه وی، مشخص می‌کند که رابطه بلندمدتی بین درآمدهای گردشگری و رشد اقتصادی در کشور کره جنوبی طی دوره ۱۹۷۵ تا ۲۰۰۱ وجود ندارد. نتایج وی نشان می‌دهد که تنها یک رابطه از سوی رشد اقتصادی به سوی رشد گردشگری وجود دارد. از این رو در کشور کره جنوبی، بیشتر رشد اقتصادی به گسترش گردشگری منجر می‌شود تا این که توسعه گردشگری به رشد اقتصادی کمک کند.

اجنیو-مارتین و همکاران^۳ (۲۰۰۴: ص ۱)، به بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین طی دوره ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۸ پرداخته‌اند. آن‌ها از روش داده‌های تابلویی و تخمین زنده آرلانو - باند برای داده‌های تابلویی پویا استفاده کرده‌اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و

4. Balaguer & Cantavella (2002)

5. Dynamic Panel Data

6. Generalized Method of Moment

1. Fayissa et al. (2009)

2. Oh (2005)

3. Eugenio-Martín et al. (2004)



درآمد ننماید.

در مارس ۱۹۹۳، کمیسیون آمار ملل متحد، تعریف ارائه شده از جهانگردی توسط سازمان جهانی جهانگردی را پذیرفت. بر اساس این تعریف، جهانگردی عبارت است از «مجموعه فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند». این تعریف، به بعد تقاضای جهانگردی توجه و تأکید دارد. تعاریف ارائه شده از جهانگردی معمولاً هر دو بعد عرضه و تقاضای جهانگردی را مد نظر قرار می‌دهد. تعاریفی که متوجه بعد عرضه جهانگردی هستند، بر محصولات و خدمات ارائه شده به جهانگردان متمرکز می‌باشند؛ در حالی که تعریف‌های مربوط به بعد تقاضای جهانگردی بر رفتار جهانگردان و آنچه آنان نیاز دارند و جستجو می‌کنند، تمرکز می‌کنند (زارعی، ۱۳۸۸: ص ۳۵).

۳-۱. توسعه‌ی گردشگری و رشد اقتصادی

با توجه به فرضیه «صادرات منجر به رشد»، گردشگری هم می‌تواند به عنوان نوعی صادرات محسوب شود که تنها تفاوت آن با صادرات کالاها و خدمات این است که مصرف کننده، آن را در کشور میزبان مصرف می‌کند (مارین^۱، ۱۹۹۲: ص ۶۷۹). فرضیه دیگری که در ادبیات اقتصادی به فرضیه «توریسم منجر به رشد» معروف شده است و حالت خاصی از فرضیه صادرات منجر به رشد می‌باشد؛ مبنای بسیاری از مطالعات اقتصادی در سطح جهانی قرار گرفته و در بیشتر موارد، درستی آن به اثبات رسیده است. این نظریه استدلال می‌کند که رشد اقتصادی یک کشور نه تنها تابعی از نیروی کار، سرمایه و سایر عوامل مؤثر در اقتصاد آن کشور است، بلکه می‌تواند تحت تأثیر میزان توریست وارد به آن کشور نیز باشد. در واقع توریسم از طرق مختلفی بر رشد اقتصادی کشورها تأثیر می‌گذارد. از سوی دیگر رشد اقتصادی نیز می‌تواند با توسعه تسهیلات و زیر بناهای گردشگری موجب توسعه صنعت گردشگری شود. سازمان جهانی توریسم پنج محور عمده را

محاسبه شده است. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که فعالیت‌های هتل داری و رستوران داری، صنایع غذایی، صنایع پوشاک و جرم، صنایع دستی و صنعت حمل و نقل داخلی بیشترین تأثیر را پذیرفته و بیشترین سهم را از تولید، درآمد و اشتغال ایجاد شده در اثر مخارج گردشگران خارجی، به خود اختصاص داده‌اند (امیریان و صباغ کرمانی، ۱۳۷۹: ص ۵۷).

محمد زاده و همکاران (۱۳۸۹)، اقدام به تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگری ایران نمودند. نتایج مدل تخمینی آن‌ها دلالت بر این دارد که کشش‌های درآمدی، قیمتی و عادات رفتاری و انتظاری دارای تغییرات منظم طی زمان بوده و تقاضای گردشگری در ایران با متغیر مجازی جنگ رابطه معکوس داشته است (محمدزاده و همکاران، ۱۳۸۹: ص ۱۰۷).

۳. مبانی نظری تحقیق

سازمان ملل متحد در تعریف خود از توریست به عنوان یک ملاقات کننده موقتی از یک کشور یا منطقه، با هدف تفریح یا تجارت یاد می‌کند. شاید بتوان گفت کلیه موضوعاتی که به تحلیل چنین رفتاری از انسان می‌پردازند، در قالب توریسم جای دارند. اصولاً توریست یک ملاقات کننده موقتی است. به عبارت دیگر توریست کسی است که پس از یک دوره معین، تصمیم به مراجعت به موطن یا منطقه اصلی خود دارد. آنچه مسلم است عامل تصمیم به مراجعت، عنصری مهم در تشخیص فرد به عنوان توریست است. به این ترتیب توریسم و توریست به بعضی از مسافرت‌ها و مسافرینی گفته شد که هدف آن‌ها استراحت و گردش و سرگرمی و آشنایی با مردم بود نه کسب درآمد و اشتغال به کار.

در فرهنگ لاتین، توریسم به معنای سیاحت در داخل یک کشور یا سفر به کشورهای خارجی می‌باشد درحالی‌که در ادبیات فارسی جهانگردی به معنای گشتن و سیر آفاق معنی می‌دهد و لذا سفرهای داخلی را شامل نمی‌شود. در سال ۱۹۳۳ جهانگرد به کسی گفته می‌شد که دو شرط درباره او مصداق داشته باشد اول آنکه از محل اقامت خود برای مدتی کمتر از یک سال دور بوده و دوم آنکه در محل اقامت جدید کسب

برای اندازه گیری اثرات اقتصادی صنعت توریسم پیشنهاد می‌کند:

الف) کسب درآمد ارزی

یکی از جنبه‌های بسیار مهم گردشگری در کشور میزبان، افزایش درآمدهای ارزی آن کشور می‌باشد. بدیهی است که مسافران خارجی در بدو ورود باید پول خود را به پول کشور میزبان تبدیل کنند. بنابراین درآمد ارزی کشور میزبان به میزان تبدیل پول گردشگر اضافه می‌شود. این امر برای کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته از اهمیت بیشتری نسبت به کشورهای پیشرفته برخوردار است. چرا که آنان به علت وابستگی به ویژه در مسائلی نظیر تکنولوژی که ارزبری فراوانی دارد نیاز به مقدار زیادی ارز جهت واردات دارند و به همین دلیل است که در برخی کشورهای در حال توسعه، گردشگری و توسعه آن از بالاترین اولویت‌ها برخوردار می‌باشد.

ب) افزایش درآمد ملی جامعه میزبان

مخارجی که یک گردشگر در کشور میزبان صرف می‌کند به صورت تزریقی به اقتصاد آن جامعه یا منطقه تلقی می‌گردد. وقتی که گردشگری به کشور مقصد می‌رود، پولی را که در کشور خود کسب کرده در این کشور خرج می‌کند. بنابراین، این پول به اقتصاد کشور میزبان تزریق می‌شود و مخارجی را که گردشگران در کشور میزبان هزینه می‌کنند می‌توان به عنوان صادرات خدمات گردشگری کشور میزبان تعریف کرد.

ج) افزایش درآمد دولت

مهم‌ترین منبع درآمد دولت در یک جامعه اخذ مالیات است و سهم عمده‌ای از این درآمد مالیاتی را درآمد مالیات بر فروش تأمین می‌کند. گردشگران نیز مانند سایر اقشار جامعه مجبور به پرداخت مالیات خواهند بود. اگر پولی که آن‌ها هزینه می‌کنند زیاد باشد، درآمدهای مالیاتی نیز زیاد خواهد بود. البته به جز مالیات‌های مشخص که گردشگران مجبور به پرداخت آن هستند، به صورت غیرمستقیم نیز درگیر پرداخت مالیات می‌گردند. مالیات فرودگاه‌ها، مالیات خروج، حقوق و عوارض گمرکی، هزینه تهیه ویزا و... از جمله مواردی هستند که می‌توان نام برد. همچنین اثرات ضریب تکاثری درآمد ناشی از

افزایش درآمد جامعه باعث خواهد شد که درآمد مالیاتی دولت افزایش یابد.

د) اشتغال

اشتغال محلی ایجاد شده توسط توریسم که به واسطه نوع آن محاسبه می‌شود و به چهار شکل زیر می‌باشد:

اشتغال مستقیم: افرادی که در مؤسسات مرتبط با توریسم کار می‌کنند از قبیل: هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های توریستی و آژانس‌های سیر و سفر.

اشتغال غیر مستقیم: مشاغل ایجاد شده در بخش عرضه از قبیل: کشاورزی، شیلات و صنایع مرتبط.

اشتغال بالقوی: این مشاغل از طریق خرج کردن درآمدی حاصل می‌شود که شاغلان به طور مستقیم یا غیر مستقیم کسب نموده‌اند.

اشتغال ساختمانی: شغل‌هایی که در بخش احداث تسهیلات و زیر بناهای توریستی ایجاد می‌شوند. این اشتغال معمولاً موقتی است ولی ممکن است در مورد مکان‌هایی که توسعه مداوم توریستی وجود دارد بسیار طولانی شود.

ه) رشد اقتصادی

این موضوع به تأثیری که یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد داخلی دارد اشاره می‌کند؛ لذا گردشگری به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد که به صورت اجمالی در زیر به بررسی آن‌ها پرداخته می‌شود (مارین، ۱۹۹۲: ص ۶۸۲):

- اثر مستقیم

هر چه تعداد ورود گردشگر بین‌المللی به یک کشور زیاد شود درآمد حاصل از آن نیز زیاد می‌شود. از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی این کشور محسوب شده و مستقیم بر رشد اقتصادی آن کشور اثر می‌گذارد. از این رو صنعت گردشگری می‌تواند راهکاری مناسب برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر باشد.



درجه تأثیرگذاری تحولات در صنعت گردشگری بر رشد اقتصاد ملی بیشتر خواهد بود.

- جامعه توسعه یافته‌تر، دارای زیر ساخت‌های مناسب‌تری است. در چنین جامعه‌ای صنعت گردشگری با دیگر صنایع از تعامل بیشتر و منطقی‌تری برخوردار است. از این رو درجه توسعه یافتن کشور میزبان با میزان تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی آن رابطه مستقیم دارد.

- افزایش سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و مخارج دولت برای گسترش زیر ساخت‌های اقتصادی - اجتماعی مورد نیاز صنعت گردشگری، خود به گسترش و افزایش تولید ناخالص ملی با ضریبی فزاینده و به صورت تکاثری خواهد انجامید.

- همچنین این که گردشگران در کشور میزبان چقدر و چگونه پول خرج می‌کنند نیز بر درجه تأثیرگذاری صنعت گردشگری در رشد اقتصادی آن کشور مؤثر است. نکته مهم در این جا تأکید بر دو ویژگی مهم کشور میزبان از نظر هزینه‌های گردشگران است. نخست اینکه هرچه مجموع مبالغی که گردشگران در کشور میزبان هزینه می‌کنند بیشتر باشد، صنعت گردشگری تأثیرات قابل توجه‌تری بر اقتصاد این کشور برجای می‌گذارد. ویژگی دوم آن است که هر گردشگر تا چه اندازه پول در کشور میزبان هزینه می‌کند. در واقع موضوع شدت هزینه‌های گردشگران به توانایی کشور میزبان در واداشتن گردشگران به پول خرج کردن وابسته است. به عبارت دیگر، موضوع هزینه کردن از سوی گردشگران به حدود امکانات و تنوع جذابیت‌ها مرتبط می‌شود. این امر، موجب گسترش حجم فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با صنعت گردشگری در کشور میزبان می‌شود و بر درجه تأثیرگذاری این صنعت در رشد اقتصادی کشور میزبان تأثیری مستقیم برجای می‌گذارد.

از سوی دیگر رشد اقتصادی بر توسعه گردشگری مؤثر است. رشد اقتصادی به عنوان یکی از عوامل مهم مؤثر بر تورسیم در نظر گرفته می‌شود. رشد اقتصادی با توسعه تسهیلات و زیربنای گردشگری از جمله توسعه حمل و نقل و راه‌ها، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، گسترش پول الکترونیک، توسعه اماکن اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها،

- اثر غیر مستقیم

گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی اثر می‌گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز^۱ و یا دیگر آثار خارجی^۲ نشان می‌دهد. به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی دچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا و خدمات می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند همراه با آن حرکت خواهند کرد. بنابراین گردشگری و مخارج تورسیم می‌تواند به عنوان موتور بر رشد اقتصادی اثر بگذارد و سایر فعالیت‌ها را به دنبال خود رو به جلو براند.

از طرفی اندازه تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشور میزبان به عوامل گوناگونی بستگی دارد که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- افزایش اشتغال خارجی‌ان در صنعت گردشگری کشور میزبان، به خروج درآمدهای عمده ایشان از کشور به سوی موطن خود منجر می‌شود. از این رو، وجوه کمتری در اقتصاد کشور میزبان جریان می‌یابد و از اثرگذاری گردشگری بر رشد اقتصادی کاسته می‌شود.

- اگر منابعی که صرف ارائه خدمات و محصولات صنعت گردشگری در کشور میزبان شده‌اند، متعلق به این کشور نباشند، یا به عبارت دیگر این کشور در تولید و عرضه محصولات و گردشگری، خود متکی نباشد، آنگاه بخش قابل توجهی از وجوهی که گردشگران در آن هزینه می‌کنند، باید برای تأمین این منابع مجدداً از این کشور خارج شود. از این رو، هرچه درجه خود اتکایی صنعت گردشگری کشور میزبان بالاتر باشد درجه تأثیرگذاری فعالیت‌های مرتبط با این صنعت در اقتصاد ملی و منطقه ای بیشتر خواهد بود.

- هر اندازه اقتصاد ملی کشور میزبان گردشگری، بزرگ‌تر باشد و سهم این صنعت در مجموع فعالیت‌های اقتصادی کشور و به تعبیر دقیق‌تر اقتصادی، سهم ارزش افزوده صنعت گردشگری در تولید ناخالص ملی قابل توجه‌تر باشد، که به طور متعارف این امر در اقتصادهای کوچک‌تر خود را نشان می‌دهد، آنگاه

1. Spillovers
2. Externalities

بنگلادش، بنین، بورکینافاسو، چاد، جزایر، کومور، جیبوتی، گامبیا، گینه، گینه بیسائو، مالدیو، مالی، موریتانی، موزامبیک، نیجر، سنگال، سیرالئون، سومالی، سودان، توگو، اوگاندا، یمن و ۷ کشور موجود در منطقه آسیای میانه شامل: آلبانی، آذربایجان، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان.

ب) ۲۷ کشور در حال توسعه شامل: کامرون، مصر، گویان، اندونزی، ساحل عاج، اردن، لبنان، مالزی، مغرب، پاکستان، سورینام، سوریه، ترکیه، تونس، الجزایر، بحرین، بروئی، گابن، جمهوری اسلامی ایران، عراق، کویت، لیبی، نیجریه، عمان، قطر، عربستان سعودی و امارات.

این کشورها دارای نقاط قوت فراوانی جهت جذب گردشگران خارجی و به ویژه مسافران مذهبی می‌باشند. مهم‌ترین نقاط اشتراک ملت‌های اسلامی وجود سنخیت فرهنگی میان مردم است، آن‌ها زبان فرهنگی مشترکی دارند و بر اساس اعتقاداتشان می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و همگی زیر چتر اسلام هستند. از طرف دیگر برخی از این کشورها با بهره‌گیری از اقتصاد نفت و از نظر دارا بودن برخی تأسیسات زیربنایی، دیگر در آن فقر قدیمی نیستند و امکانات اقامتی، حمل و نقل، دسترسی به مواد مصرفی و غذای کافی در این کشورها وجود دارد. همچنین قلمرو جغرافیایی که در آن قرار گرفته‌اند، سبب شده است تا به طور متنوعی به بیابان‌های خشک، کویرها، مناطق کوهستانی، سواحل، آبشارها، آب‌های معدنی، منابع اکو توریستی، شکار و جزایر دسترسی داشته باشند.

از سوی دیگر کشورهای اسلامی در حوزه تمدن قدیم قرار دارند و این پتانسیل بالا در زمینه تجربه دوره‌های مختلف تاریخی، آن‌ها را تبدیل به کشورهای جذابی کرده است. به طوری که ۷۰ درصد مسایل مربوط به تاریخ و تمدن کره زمین در محدوده کشورهای اسلامی به وقوع پیوسته است.

به منظور آشنایی با وضعیت توریسم در کشورهای مورد مطالعه (OIC)، بر اساس آمارهایی که از سازمان جهانی گردشگری (WTO) به دست آمده، در سال ۲۰۰۷ حدود ۹۴۵ میلیون گردشگر وجود داشته که از این آمار، ۴۶۴ میلیون نفر

توسعه بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی سبب توسعه صنعت گردشگری می‌شود. همچنین تغییر در درآمد مصرف کننده می‌تواند باعث تغییر در تقاضا برای کالاها و خدمات شود. افزایش در درآمد حقیقی قدرت خرید مصرف کننده را افزایش داده و بنابراین باعث افزایش مصرف برخی از تولیدات می‌شود و در برخی از موارد ممکن است مصرف کالای خاصی کاهش یابد. درآمد سرانه یکی از عوامل مهم اقتصادی تأثیرگذار بر تقاضای گردشگری خارجی می‌باشد. بحران مالی اخیر سبب شده است که درآمد سرانه جهان به طور متوسط کاهش یابد و این کاهش درآمد سرانه جهان منجر به کاهش تقاضای گردشگری شده است (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷: ص ۷۱).

۴. وضعیت صنعت گردشگری در کشورهای عضو

سازمان کنفرانس اسلامی

گردشگری در سراسر جهان به رشد خود ادامه داده است به طوری که اکنون به یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در حال رشد تبدیل شده است. در این راستا، تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۱ به بیش از یک میلیارد نفر رسید. شرق میانه و شمال آفریقا تنها مناطقی هستند که شاهد کاهش گردشگری در سال ۲۰۱۱ بودند (WDI، ۲۰۱۳: ص ۹۳).

۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی، بخش‌های وسیعی را در قاره‌های چهارگانه به جز استرالیا به خود اختصاص داده‌اند. این کشورها یک ششم مساحت کره زمین و یک پنجم سکنه آن را تشکیل داده‌اند و اعضای آن نیز بخش مهمی از کشورهای در حال توسعه را شکل می‌دهند. اما این کشورها از نظر اقتصادی یک مجموعه متجانس اقتصادی را تشکیل نمی‌دهند به طوری که مجموعه کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی از نظر اقتصادی به دو مجموعه فرعی تقسیم می‌شود:

الف) ۳۰ کشور کمتر توسعه یافته شامل: افغانستان،



تحقیق از سال ۱۹۹۵ تا سال ۲۰۱۱ است.

اطلاعات و آمار مورد نیاز برای محاسبه متغیرها از طریق مراجعه به پایگاه داده بانک جهانی (WDI)^۳ و بنیاد هریتیج (Heritage)^۴ و همچنین در قالب اطلاعات اسنادی و کتابخانه‌ای جمع آوری و دسته بندی شده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل، از شاخص‌های آماری و تکنیک‌های اقتصادسنجی و نرم‌افزار Stata SE12 بهره گرفته شده است.

۶. چارچوب نظری و معرفی مدل‌های تحقیق

با توجه به تجربه موفق بسیاری از کشورها در زمینه رشد صنعت گردشگری و اهمیت آن در رشد و توسعه اقتصادی، این پژوهش به بررسی رابطه همزمانی توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می‌پردازد. برای این منظور، از دو الگوی داده‌های تابلویی استفاده می‌گردد که در چارچوب معادلات همزمان برآورد می‌شوند.

بنابراین در این بخش ابتدا مدل رشد اقتصادی با استفاده از الگوی سولو^۵ و متغیرهایی با عنوان توریسم بین‌الملل و دیگر منابع سنتی رشد مانند سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۶ و آزادی اقتصادی تصریح می‌شود (زیربخش ۶-۱). همچنین مدل تقاضای توریسم بر اساس مدل سونگ و ونگ^۷ پایه‌ریزی می‌شود (زیربخش ۶-۲) و در نهایت معادلات معرفی شده در قالب یک سیستم معادلات همزمان به صورت زیر تبیین می‌شوند (زیربخش ۶-۳):

(۱)

(متغیرهای کنترل مربوطه و توریسم بین‌الملل) $f =$ رشد اقتصادی

(۲)

(متغیرهای کنترل مربوطه و رشد اقتصادی) $g =$ توریسم بین‌الملل

که در آن f و g توابع چند متغیره هستند.

مربوط به اروپا، ۱۶۴ میلیون نفر آسیا، ۸۲ میلیون نفر آفریقا و ۹۳ میلیون نفر آن مربوط به کشورهای اسلامی می‌باشد. تعداد توریسم بین‌الملل در سال ۲۰۱۱ به یک میلیارد نفر رسید. بر اساس پیش‌بینی رسمی سازمان جهانی گردشگری، درآمد گردشگری در سطح جهان تا سال ۲۰۲۰ به ارزش تقریبی ۲ تریلیون دلار در هر سال خواهد رسید. متأسفانه با وجود جاذبه‌های فراوان کشورهای اسلامی، این کشورها سهم کمی از درآمد گردشگری در جهان دارند. بر اساس پیش‌بینی‌های سازمان جهانی گردشگری (WTO) تا سال ۲۰۲۰ میلادی، کشورهای اسلامی واقع در آفریقا، خاورمیانه و جنوب آسیا که بیش‌تر کشورهای اسلامی در این مناطق قرار دارند، هم‌چنان سهم اندکی از درآمدهای این صنعت را به خود اختصاص خواهند داد. این در حالی است که عمده کشورهای اسلامی نظیر مصر، ترکیه، لبنان، مالزی، تونس، اندونزی و مراکش در ردیف سرزمین‌های پر جاذبه هستند و جاذبه‌های مورد توجه گردشگران را دارند. لازم به ذکر است که از میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، ۱۰ کشور ترکیه، مالزی، عربستان سعودی، مصر، تونس، امارات، مراکش، اندونزی، بحرین و قزاقستان به عنوان مقاصد عمده توریست بوده که در این میان نیز ترکیه سهم خوبی از این رقم را دارا است (دامار و گان، ۲۰۱۱: ص ۱۱).

۵. روش تحقیق

این پژوهش به بررسی رابطه همزمان توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی طی سال‌های ۲۰۱۱-۱۹۹۵ می‌پردازد. بنابراین قلمرو مکانی این تحقیق، اطلاعات و داده‌های مربوط به ۲۱ کشور منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی (آذربایجان، بنین، کامرون، جیبوتی، مصر، گویان، اندونزی، ایران، قزاقستان، کویت، قرقیزستان، مالزی، مالی، مغرب، عمان، پاکستان، عربستان سعودی، سنگال، تاجیکستان، تونس، ترکیه)^۲ و قلمرو زمانی برای الگوهای این

3. World Development Indicators (WDI)

4. Heritage Foundation

5. Solow

6. Foreign Direct Investment

7. Song and Wong

1. Dumar and Gun (2011)

2. Azerbaijan, Benin, Cameroon, Djibouti, Egypt, Guinea, Indonesia, Iran, Kazakhstan, Kuwait, Kyrgyz Republic, Malaysia, Mali, Morocco, Oman, Pakistan, Saudi Arabia, Senegal, Tajikistan, Tunisia, Turkey.

X_{it} : بردار متغیرهای توضیحی (توریسم، سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، آزادی اقتصادی و سرمایه گذاری مستقیم خارجی) برای کشورهای $i=1,2,3,...,m$ در زمان $t=1,2,..,T$

Φ : یک بردار اسکالر (ماتریس تک عنصری) از پارامترهای β_1 و ... β_6

ε_{it} : جزء اختلال تصادفی که $\text{var}(\varepsilon_{it})=\sigma^2$ و $E(\varepsilon_{it})=0$ ؛ δ_i به ترتیب نشان‌دهنده تأثیرات ویژه مقاطع و زمان می‌باشند

بنابراین با استفاده از مدل رشد اقتصادی تعمیم یافته سولو و با استفاده از مطالعات پالمر و ریرا، فایسا و همکاران، به منظور تعیین واکنش نرخ رشد اقتصادی نسبت به توریسم بین‌الملل و دیگر منابع سنتی رشد مانند سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، آزادی اقتصادی و سرمایه گذاری مستقیم خارجی از تابع تولید لگاریتمی زیر برای تصریح مدل تحقیق استفاده شده است:

(۵)

$$\begin{aligned} \ln GDP_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln TOUR_{it} + \beta_2 \ln k_{it} \\ & + \beta_3 \ln EFI_{it} + \beta_4 \ln SCH_{it-1} + \beta_5 \ln FDI_{it} \\ & + \beta_6 \ln TOT_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

که در آن:

$\ln GDP_{it}$: لگاریتم GDP سرانه کشور i در زمان t
 $\ln TOUR_{it}$: لگاریتم تعداد ورود توریسم بین‌الملل کشور i در زمان t

توریسم به عنوان یکی از صنایع خدماتی محسوب می‌شود، بنابراین درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب شده و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر می‌گذارد. هرچه تعداد ورود گردشگر بین‌المللی به یک کشور افزایش یابد، درآمد حاصل از آن نیز افزایش می‌یابد. از این رو می‌تواند راهکار مناسبی برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر باشد (صدیقی و همکاران، ۲۰۰۱: ص ۱۸۷).

$\ln k_{it}$: لگاریتم سرمایه گذاری در سرمایه فیزیکی کشور i در

مدل اول رشد اقتصادی را بر اساس تعداد گردشگرهایی که از یک ناحیه بازدید می‌کنند با توجه به یک مجموعه گوناگون از متغیرها توضیح می‌دهد، بنابراین برای تخمین معادله (۱) از معادله (۲) به عنوان مدل ابزاری استفاده می‌شود. مدل دوم تلاش می‌کند که تقاضای توریسم را بر اساس رشد اقتصادی و مجموعه‌ای از متغیرهای کنترل توضیح دهد. برای تخمین معادله (۲)، مدل (۱) به عنوان مدل ابزاری استفاده شده است؛ بنابراین به منظور برآورد معادلات فوق از روش داده‌های تابلویی همزمان استفاده می‌شود.

۱-۶. مدل رشد اقتصادی

تولید ناخالص داخلی یکی از پرکاربردترین شاخص‌های اقتصاد کلان برای اندازه‌گیری خروجی (بازدهی) است. نرخ رشد این شاخص منعکس‌کننده افزایش یا کاهش ثروت در یک کشور می‌باشد. بخش وسیعی از ادبیات سعی کرده است مکانیزم‌هایی که رشد را توضیح می‌دهد، بیابد.

اکثر مدل‌های رشد که در مطالعات کشورهای در حال توسعه به کار می‌روند، در چارچوب الگوی رشد سولو (۱۹۵۶) قرار می‌گیرند. الگوی مزبور از یک تابع تولید آغاز می‌شود که به وسیله آن سطح محصول (تولید کل) به عوامل تولید مرتبط می‌گردد. این تابع را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

$$Y = Af(K, L, Z) \quad (3)$$

که در آن Y سطح محصول کل تولید شده (محصول بالقوه)، K ذخیره سرمایه فیزیکی، L نیروی کار، Z بردار عوامل مؤثر بر رشد و متغیر A عامل بهره‌وری را اندازه‌گیری می‌کند.

رابط بین توریسم و رشد اقتصادی را همان‌گونه که پالمر و ریرا^۱ (۲۰۰۳: ص ۶۶۸) معرفی می‌کنند می‌توان به صورت زیر نشان داد:

$$Y_{it} = \delta_i + \Gamma t + X_{it} \Phi + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

که در آن، Y_{it} : لگاریتم طبیعی سرانه GDP واقعی در کشور i در سال t



زمان t

است. سرمایه انسانی در واقع مکمل سرمایه فیزیکی است و موجب می‌شود تا از سرمایه‌های فیزیکی به صورت مناسب‌تری بهره برداری شود. بنابراین انتظار می‌رود که سرمایه انسانی رابطه مثبتی با رشد اقتصادی داشته باشد.

$\ln FDI_{it}$: لگاریتم سرمایه گذاری مستقیم خارجی کشور i در زمان t که اثر منابع خارجی سرمایه گذاری بر رشد را در نظر می‌گیرد. ورود FDI از مجاری گوناگون بر رشد اقتصادی کشورهای میزبان تأثیر مثبت می‌گذارد. این مجاری عبارتند از: تأمین سرمایه، انتقال فناوری، انتقال مهارت مدیریت و ارتقای توان نیروی کار، دسترسی به شبکه توزیع بین‌المللی شرکت‌های فراملیتی و تسهیل ورود به بازار جهانی برای کشور میزبان، برانگیختن رقابت بین بنگاه‌های اقتصادی کشور میزبان، اثر بر اشتغال و سطح دستمزدها و تقویت پیوندهای بین صنایع. کشورهای در حال توسعه معمولاً با کمبود سرمایه مواجه‌اند؛ لذا همواره سعی نموده‌اند که برای جبران آن از استقراض خارجی استفاده نمایند ولی به دلیل بحران‌های شدید ناشی از بازپرداخت آن، امروزه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به عنوان جانشینی برای آن و ابزاری برای رسیدن به هدف رشد اقتصادی مطرح شده است. با گسترش مباحث مرتبط با جهانی شدن و ارتباط متقابل کشورها و عدم تکافوی منابع داخلی برای سرمایه‌گذاری، کشورها ناگزیر به جذب سرمایه‌های خارجی و رقابت در جذب آن هستند. بنابراین می‌توان انتظار داشت که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ابزاری برای رسیدن به هدف رشد اقتصادی مطرح می‌شود و رابطه مثبت با آن خواهد داشت.

$\ln TOT_{it}$: لگاریتم رابطه مبادله^۴ کشور i در زمان t که از طریق نسبت شاخص قیمت‌های صادرات به واردات اندازه‌گیری می‌شود و به منظور تعیین تأثیر مبادله یا باز بودن اقتصاد بر روی رشد اقتصادی وارد معادله می‌شود. نظریه‌های رشد مبتنی بر تجارت خارجی تأکید می‌کنند که تجارت خارجی از طریق بهبود تخصیص منابع، دسترسی به فناوری و کالاهای واسطه‌ای بهتر، استفاده از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس تولید، افزایش

اقتصاددانان و سیاست‌گزاران اقتصادی کشور، موجودی سرمایه را یکی از اساسی‌ترین متغیرهای رشد و توسعه دانسته و از اهمیت برآورد آن آگاهند. موجودی (انباره) سرمایه، موجودی و وسایل تولید ساخته شده‌ای است که در هر لحظه در اختیار یک شرکت یا یک اقتصاد قرار دارد و عبارت است از مجموع انباشته‌ای از خالص کالاهای سرمایه‌ای (موجودی سرمایه با کسر استهلاک هر دوره) که در دوره‌های قبل خریداری شده‌اند. بنابراین انتظار می‌رود که رابطه سرمایه فیزیکی و رشد اقتصادی مثبت باشد.

$\ln EFI_{it}$: لگاریتم معیار شاخص آزادی اقتصادی کشور i در

زمان t

اون^۱ (۱۹۸۷) و سن^۲ (۱۹۹۹) بیان می‌کنند که آزادی (سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و امنیت) زمینه ساز تسریع نرخ رشد اقتصادی کشورهای مختلف جهان است و موجب می‌شود فضای اقتصادی برای آغاز کارهای مختلف و ادامه آن مناسب‌تر باشد. از طرف دیگر نیز بالاترین سرانه تولید ناخالص داخلی در کشورهایی وجود دارد که اقتصاد آزادتری دارند. طبق آمار بنیاد هریتیج (۲۰۰۵)، در تعیین این شاخص ده فاکتور مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند که عبارتند از: آزادی تجاری، آزادی مشاغل، آزادی مالی، بزرگی دولت، آزادی پولی، آزادی سرمایه گذاری، آزادی نظام مالی، حقوق دارایی‌ها، عدم فساد اقتصادی و در نهایت آزادی بازار کار. در این مطالعه برای محاسبه داده‌ها و آمارهای مربوط به شاخص آزادی اقتصادی از بنیاد هریتیج^۳ استفاده شده است.

$\ln SCH_{it-1}$: لگاریتم میزان ثبت‌نام افراد در دوره‌های راهنمایی و دبیرستان کشور i در زمان $t-1$ که به عنوان جانشینی جهت اندازه‌گیری سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی استفاده می‌شود. در توضیح نرخ رشد اقتصادی کشورهای پیشرفته صنعتی، سرمایه انسانی نقش مهمی داشته و گفته می‌شود که سهم مهمی از رشد اقتصادی این کشورها ناشی از توسعه سرمایه انسانی

1. Owen (1987)
2. Sen (1999)
3. Heritage Foundation

ص ۲۵) و همچنین حبیبی و همکاران^۵ (۲۰۰۸: ص ۸) از شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی یا از شاخص قیمت مصرفی تعدیل شده نسبت به نرخ ارز به عنوان متغیر جایگزین مناسب برای هزینه‌های زندگی در کشور مقصد استفاده شده است.

علاوه بر این، یکی دیگر از متغیرهای مؤثر بر تقاضا برای گردشگری بر مبنای مدل معرفی شده، متغیر درآمد کشورهای مبدأ است. میزان درآمد کشورهای مبدأ می‌تواند از طریق انتقال منحنی تقاضا به افزایش تقاضا برای گردشگری به کشور مقصد در بلندمدت منجر شود. به عبارتی دیگر، از آنجا که گردشگری معمولاً به عنوان کالای نرمال و یا لوکس محسوب می‌شود، این متغیر نسبت به سطح درآمد، حساسیت بیشتری نشان می‌دهد و به عنوان یکی از متغیرهای کلیدی در تابع تقاضا وارد می‌شود. همچنین، متغیر قیمت کالاهای جانشین که به صورت نسبت میانگین وزنی هزینه زندگی در کشورهای جانشین کشور مقصد به هزینه‌های زندگی کشور مقصد تعریف می‌شود، می‌تواند یکی از متغیرهای مؤثر بر تقاضا برای گردشگری خارجی باشد. بر اساس مباحث نظری، انتظار بر این است که با افزایش قیمت کالاهای جانشین، تقاضای گردشگری خارجی برای کشور مقصد افزایش یابد، زیرا به طور نسبی هزینه‌های زندگی در کشورهای جانشین مقصد افزایش می‌یابد و این امر منجر به افزایش تقاضا برای گردشگری در کشور مقصد می‌شود.

مدل مورد استفاده در مطالعه، مدل سونگ و ونگ (۲۰۰۳):

ص ۶۰) به شرح زیر است:

$$\ln Q_{it} = \beta_{it} + \beta_{1t} \ln Y_{it} + B_{2t} \ln P_{it} + B_{3t} \ln Q_{it-1} + U_{it}, B_{jt} = B_{jt-1} + e_{jt} \quad (7)$$

در رابطه‌ی فوق $j=0, 1, 2, \dots, 21$ است و i نشانگر کشورهای مبدأ است. در معادله‌ی B_{jt} که به معادله‌ی حالت^۶ معروف است، B_{jt} بیانگر پارامترهای معادله‌ی سیستم یا معادله مشاهده شده است که نحوه‌ی تصریح مناسب آن بر اساس معیارهای خوبی برازش و ملاک‌های تعیین وقفه‌ی بهینه تعیین می‌شود.

رقابت داخلی، ایجاد محیطی مناسب برای ابداعات و ارتقاء بهره‌وری عوامل تولید بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد (مرادی و مهدی زاده، ۱۳۸۴: ص ۳۹). بنابراین انتظار می‌رود که تأثیر مبادله بر رشد اقتصادی مثبت باشد.

۲-۶. مدل تورسیم بین‌الملل

در ادبیات گردشگری، موضوعی که اقتصاددانان بیشتر به آن توجه کرده‌اند، پیش‌بینی تقاضای گردشگری وارد شونده است. در مورد عوامل مؤثر بر تقاضا برای گردشگری خارجی در میان محققان دیدگاه‌های متفاوتی مطرح است. اقتصاددانان معتقدند که تقاضای خارجی برای گردشگری به وسیله متغیرهای مختلفی نظیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و متغیرهای جغرافیایی در کشور مقصد تحت تأثیر قرار می‌گیرد. علاوه بر این متغیرها، عوامل اقتصادی دیگری نظیر سطح درآمد کشور مبدأ، هزینه زندگی و قیمت کالاهای جانشین یا مکمل و نرخ ارز می‌تواند بر تقاضا برای گردشگری خارجی به کشور مقصد مؤثر باشند (سونگ و ونگ^۱، ۲۰۰۳: ص ۵۹).

برای بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی گردشگری، سونگ و وایت^۲ (۲۰۰۰) تابع زیر را معرفی می‌نمایند:

$$Q_{it} = f(P_t, Y_{it}, P_{st}) \quad (6)$$

در تابع فوق Q_{it} تقاضای گردشگری برای کشور مقصد از کشور مبدأ i ام در زمان t ، y_{it} درآمد کشور مبدأ در زمان t ، P_t قیمت گردشگری در کشور مقصد و P_{st} قیمت گردشگری در مقاصد جانشین است.

با توجه به مدل معرفی شده توسط سونگ و وایت، یکی از متغیرهای مؤثر بر تقاضا برای گردشگری قیمت است که معمولاً از دو متغیر به عنوان تقریب^۳ آن استفاده می‌شود: یکی هزینه مسافرت از کشور مبدأ به مقصد و دیگری هزینه زندگی برای گردشگران در مقصد است.

در اغلب مطالعات تجربی نظیر وایت و مارتین^۴ (۱۹۸۷):

1. Song and Wong (2003)
2. Song and Witt (2000)
3. Proxy
4. Witt & Martin (1987)

5. Habibi et al. (2008)

6. State Equation



متغیرهای مورد استفاده عبارتند از:

Q_{it} : تقاضای گردشگری کشور i بر حسب تعداد گردشگران

وارد شده از کشور i به کشور مقصد

Y_{it} : تولید ناخالص داخلی سرانه i کشور i به عنوان درآمد

سرانه i کشور مبدأ i

P_{it} : هزینه نسبی زندگی در کشور مقصد است که به صورت

زیر محاسبه شده است:

$$p_{it} = \frac{CPI_j/EX_j}{CPI_i/EX_i}$$

که در آن CPI_j , CPI_i به ترتیب نشانگر شاخص قیمت

مصرف کننده در کشور مقصد و کشور مبدأ i است و EX_j

و EX_i به ترتیب نشانگر نرخ ارز اسمی کشور مقصد و کشور

مبدأ است.

در سطح کلان، نیاز است که عوامل تعیین کننده انتخاب

مقصد توسط گردشگرها بیشتر مطالعه شود. برای این هدف،

ورود گردشگر با در نظر گرفتن چند خصوصیت اصلی مدل

سازی شده است: قیمت، بر حسب نرخ ارز و برابری قدرت

خرید؛ تولید ناخالص داخلی سایر کشورها و همچنین

متغیرهایی نظیر امید به زندگی، درآمد سرانه، تجارت و آموزش

در نظر گرفته شده است. بنابراین مدل این مطالعه با الهام از

مطالعه اجنیو- مارتین و همکاران (۲۰۰۴: ص ۱۳) به صورت

زیر تصریح می‌شود:

(۸)

$$\ln TOUR_{PC_{it}} = c + \psi_1 \ln GDP_{PC_{it-1}} + \psi_2 \ln GDP_{PC_{it}}$$

$$+ \psi_3 \ln PRICE_{it-1} + \psi_4 \ln EDUC_{PC_{it}}$$

$$+ \psi_7 \ln LIFEEXP_{it-1} + \psi_8 \ln TRADE_{it} + u_{i,t}$$

که $i=1,2,\dots,21$; $t=1,2,\dots,16$

متغیرهای توضیحی:

$\ln TOUR_{pcit}$: لگاریتم تعداد ورود توریسم بین‌الملل کشور i

در زمان t . گردشگرهای وارد شده بین‌المللی تعداد

بازدیدکنندگانی هستند که به یک کشور به غیر از جایی که

سکونت معمول آن‌ها در آنجا است، برای یک دوره‌ای که ۱۲

ماه بیشتر نباشد سفر می‌کنند و هدفشان از بازدید چیزی غیر از

فعالیتی است که به آن از داخل کشور بازدید شونده پاداش داده

می‌شود.

$\ln GDP_{pcit}$: لگاریتم GDP سرانه کشور i در زمان t

$\ln GDP_{ipcit-1}$: لگاریتم GDP سرانه سایر کشورها در زمان

$t-1$

تغییر در درآمد مصرف کننده می‌تواند باعث تغییر در

تقاضا برای کالاها و خدمات شود. افزایش در درآمد حقیقی

قدرت خرید مصرف کننده را افزایش داده و بنابراین باعث

افزایش مصرف برخی از تولیدات می‌شود و در برخی از موارد

ممکن است مصرف کالای خاصی کاهش یابد. اکثراً

جهانگردی را کالایی لوکس می‌دانند، بنابراین افزایش درآمد

سایر کشورها منجر به افزایش تقاضای آن کشورها برای

جهانگردی خواهد شد.

$\ln PRICE_{it-1}$: لگاریتم شاخص قیمت مصرفی تعدیل شده

نسبت به نرخ ارز کشور i در زمان $t-1$.

قیمت به صورت مقدار نسبی یا مطلق بیان می‌شود. روشی

که کدام متغیر هزینه جهانگردی در مدل تقاضا وارد شود بین

مطالعات به طور قابل توجهی متفاوت است. اکثر محققان

اذعان داشته‌اند که جهانگردان نه تنها به قیمت‌های خود مقصد

بلکه به قیمت مقصدهای جانشین نیز توجه دارند. بر اساس

مباحث نظری انتظار بر این است که با افزایش قیمت کالاهای

جانشین، تقاضای گردشگری خارجی برای کشور مقصد

افزایش یابد، زیرا به طور نسبی هزینه‌های زندگی در کشورهای

جانشین مقصد افزایش می‌یابد و این امر منجر به افزایش تقاضا

برای گردشگری در کشور مقصد می‌شود.

مسافران به قیمت پول خارجی نیز توجه دارند و از قیمت

پول خارجی تأثیر می‌پذیرند. اگر قیمت پول خارجی کاهش

یابد جهانگردی ارزان‌تر می‌شود، در نتیجه جریان مسافرت به

آن کشور افزایش می‌یابد و بر عکس. تغییرات نرخ ارز رسمی

می‌تواند اثرات قابل پیش بینی روی الگوی تقاضای جهانگردان

داشته باشد یعنی نرخ ارز به عنوان شاخص اولیه قیمت

انتظاری تلقی می‌شود.

افزایش نرخ ارز و کاهش ارزش پول ملی نیز تقاضای

گردشگران خارجی برای سفر را افزایش می‌دهد. با توجه به

می‌کند که شرایط اجتماعی مرتبط با سلامتی برای جذب گردشگر به یک کشور مناسب هستند. بنابراین می‌توان انتظار داشت برای دستیابی به سطح بالای گردشگر افزایش امید به زندگی می‌تواند اثر مثبتی بر تورسیم بین‌الملل داشته باشد.

$\ln EDUC_{pcit}$: مخارج عمومی بر آموزش کشور i در زمان t آموزش (مخارج عمومی بر آموزش، نام نویسی در سطح آموزش متوسطه و عالی) هم یک شرط ضروری برای اشتغال بالقوه مردم محلی در فعالیتهای گردشگری می‌باشد. معمولاً سروکار داشتن با بخش‌هایی مثل ارتباطات، تدارکات غذا، پذیرایی، حمل و نقل و مهارت‌های مدیریت نیاز به دانش دارد. مخارج عمومی بر روی آموزش درصدی از تولید ناخالص ملی است که از طریق صرف هزینه عمومی (ملی) بر آموزش عمومی به اضافه کمک‌های مالی دولت به آموزش بخش خصوصی در سطوح ابتدایی، متوسطه و عالی محاسبه می‌شود. بنابراین انتظار می‌رود که افزایش مخارج عمومی بر آموزش رابطه مثبتی با تورسیم بین‌الملل داشته باشد.

۳-۶. مدل همزمان رشد اقتصادی و تورسیم بین‌الملل

در این بخش به منظور تعیین چگونگی ارتباط همزمان ما بین تورسیم بین‌الملل و رشد اقتصادی در گروه کشورهای منتخب و در پرتو مباحث نظری و ادبیات تجربی موجود در این زمینه، از دو الگوی داده‌های تابلویی (پانل دیتا) استفاده می‌گردد که در چارچوب معادلات همزمان برآورد می‌شوند. با توجه به مطالعات انجام شده از جمله مطالعه فایسا و همکاران (۲۰۰۷) و با استفاده از الگوی سولو^۲، منابع سنتی رشد مانند سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، درجه باز بودن اقتصاد، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۳ و آزادی اقتصادی در مدل رشد اقتصادی به کار رفته است و جهت دستیابی به هدف اصلی مقاله، متغیر تورسیم بین‌الملل نیز به عنوان متغیر توضیحی درون‌زا به معادله اضافه گردید. این مسئله برای پاسخ‌گویی به سؤال اصلی مقاله است که رشد اقتصادی تا چه حد تحت تأثیر تورسیم بین‌الملل قرار گرفته است.

روند نرخ ارز در ایران که غالباً سیر صعودی داشته، انتظار می‌رود که سیاست‌های ارزی کشور در راستای منافع سرمایه‌گذاران در بخش گردشگری کشور باشد. بنابراین با توجه به مطالب عنوان شده می‌توان انتظار داشت که افزایش قیمت گردشگری اثر معکوس و منفی بر رشد گردشگری خواهد گذاشت.

$\ln TRADE_{it}$: لگاریتم شاخص تجارت کشور i در زمان t تحقیقات زیادی در این زمینه انجام شده است و به این نتیجه رسیده‌اند که افزایش تجارت منجر به معرفی بیشتر آن کشور و کالاهای صادر شده آن در صحنه جهانی شده و باعث افزایش ورود گردشگر خواهد شد.

با توجه به وجود رابطه بین تجارت و تورسیم (از تجارت به تورسیم) ملاحظه می‌گردد که تجارت یکی از عوامل تعیین کننده تورسیم می‌باشد و گسترش تجارت به دلیل گسترش صنعت تورسیم و افزایش تعداد جهانگردان ورودی به کشور تأثیر مضاعفی در روند توسعه اقتصادی کشور خواهد داشت. بنابراین انتظار می‌رود که تجارت رابطه مثبتی با تورسیم بین‌الملل داشته باشد.

$\ln LIFEEXP_{it-1}$: لگاریتم امید به زندگی^۱ کشور i در زمان $t-1$

ارتقای سلامت افراد جامعه به خصوص نیروی کار تأثیر مستقیمی بر روی رشد اقتصادی دارد و به دنبال آن توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه را می‌تواند به دنبال داشته باشد و از آنجایی که رشد اقتصادی یکی از مؤلفه‌های اصلی تورسیم به حساب می‌آید، شاخص سلامتی می‌تواند بر روی تورسیم تأثیر غیر مستقیم داشته باشد. شاخص‌های موجودی سلامت شامل امید به زندگی، نرخ مرگ و میر نوزادان، نرخ بقای بزرگسالان و نرخ باروری می‌باشد. امید به زندگی، متوسط طول عمر در یک جامعه را نشان می‌دهد. هر چه شاخص‌های بهداشتی و همچنین درمانی بهبود یابد امید به زندگی افزایش خواهد یافت و از این رو این شاخص یکی از شاخص‌های سنجش رشد و عقب‌ماندگی کشورهاست. این امر آشکار

2. Solow

3. Foreign Direct Investment

1. Life expectancy at birth



متغیرابزاری در X_{2it} وجود داشته باشد، شرط رتبه‌ای برای مشخص بودن معادلات مدل هنگامی برقرار است که $k_2 \geq g_2$ باشد.

تخمین زنده اثرات تصادفی (G2SLS)، μ_i را به عنوان متغیر تصادفی که مستقل و به صورت نرمال توزیع شده است در نظر می‌گیرد. همچنین V_{it} دارای توزیع نرمال با میانگین صفر بوده و دارای هیچ گونه ارتباطی با متغیرهای X_{it} نمی‌باشد (درست مانند موقعی که هیچ متغیر درون‌زایی در مدل وجود نداشته باشد).

تخمین زنده GLS اثرات تصادفی، نسبت به تخمین زنده‌های درون‌گروهی کاراتر است، هرچند اگر μ_i با متغیرهای X_{it} دارای ارتباط باشد، یک تخمین زنده ناسازگار خواهد بود. به همین دلیل هنگام تخمین مدل بهتر است از متغیرهای ابزاری استفاده گردد. X_{it} (روش پانل دیتا با متغیرهای ابزاری) فقط برای مدل‌های 2SLS (حداقل مربعات دو مرحله‌ای) با جزء خطای یک طرفه تخمین زنده دارد. در چارچوب مدل‌های با جزء خطای یک طرفه، دو جزء واریانس برای تخمین زدن وجود دارد یکی واریانس μ_i و دیگری واریانس V_{it} .

در یک مدل اگر ترکیب کلیه اجزاء خطا u نامیده شود ($u = \mu_i + V_{it}$)، آنگاه برداری u $N \times 1$ خواهد بود و با فرض وجود مدل اثرات ثابت خواهیم داشت:

$$E(uu') = \sigma_v^2 \text{diag} [I_{T_i} - \frac{1}{T_i} \tau_{T_i} \tau_{T_i}'] + \text{diag} [W_i \frac{1}{T_i} \tau_{T_i} \tau_{T_i}', W_i] = T_i \sigma_\mu^2 + \sigma_v^2 \quad (12)$$

T_i تعداد مشاهدات در هر پانل، n تعداد پانل‌ها و N تعداد کل مشاهدات است. T_{T_i} برداری سطری یا ستونی از یکی از ابعاد T_i است و diag نیز به معنای قطر ماتریس بکار رفته است. از آنجایی که اجزاء واریانس ناشناخته هستند برای آنکه روش GLS ناسازگار نباشد باید از GLS کاربردی استفاده گردد. به این ترتیب روش G2SLS برای داده‌های تابلویی (پانل دیتا) روشی سازگار و کارا است.

همچنین برای بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای خارجی برای گردشگری، از مدل سونگ و وایت (۲۰۰۰) استفاده شده و برای بررسی ارتباط تعاملی رشد اقتصادی و توریسم بین‌الملل، به این معادله نیز رشد اقتصادی به عنوان متغیر توضیحی درون‌زا اضافه شده است. در حقیقت از این طریق می‌توان نشان داد که آیا رشد اقتصادی انجام شده در کشور در جهت جذب توریسم بوده است یا خیر؟

فرم ساختاری الگوها به صورت زیر قابل ارائه است:

$$GDP_{pc_{it}} = f(TOUR_{pc_{it}}, k, EFI_{it}, CH_{it-1}, FDI_{it}, TOT_{it}, TOUR_{pc_{it}}) = f(GDPI_{pc_{it-1}}, GDP_{pc_{it}}, PRICE_{it-1}, EDUC_{pc_{it}}, IFEEXP_{it-1}, TRADE_{it}) \quad (10)$$

$$TOUR_{pc_{it}} = f(GDPI_{pc_{it-1}}, PRICE_{it-1}, EDUC_{pc_{it}}, IFEEXP_{it-1}, RADE_{it}, GDP_{pc_{it}}) = f(TOUR_{pc_{it}}, K_{it}, EFI_{it}, CH_{it}, FDI_{it}, TOT_{it})$$

الگوهای مورد نظر از طریق بکارگیری داده‌های تابلویی (پانل دیتا) با الگوی اثرات تصادفی و با استفاده از روش حداقل مربعات دو مرحله‌ای و با استفاده از نرم افزار کامپیوتری STATA برآورد می‌گردند.

از آنجایی که در این مطالعه همزمانی در الگوهای مبتنی بر داده‌های تابلویی مورد استفاده قرار می‌گیرد، لازم است بحث مختصری راجع به مبانی نظری این الگوها ارائه گردد. معادله‌ای با فرم زیر در نظر گرفته می‌شود:

$$y_{it} = Y_{it}\gamma + X_{it}\beta + \mu_i + V_{it} = Z_{it}\delta + \mu_i + V_{it} \quad (11)$$

که در آن y_{it} متغیر وابسته، Y_{it} بردار $1 \times g_2$ از مشاهدات روی g_2 متغیر درون‌زایی است که به عنوان متغیر توضیحی وارد مدل شده‌اند و این متغیرها می‌توانند با V_{it} مرتبط باشند. X_{1it} یک بردار $1 \times k_1$ از مشاهدات روی متغیرهای برون‌زایی است که به عنوان متغیر توضیحی در مدل هستند و بردارهای X و Z نیز به صورت $X_{it} = [X_{1it} \ X_{2it}]$ و $Z_{it} = [Y_{it} \ X_{it}]$ می‌باشند. γ بردار $g_2 \times 1$ از ضرایب، β بردار $k_1 \times 1$ از ضرایب و δ نیز یک بردار از ضرایب و با ابعاد $K = g_2 + k_1$ است.

با فرض اینکه یک بردار $1 \times k_2$ از مشاهدات روی k_2

۷. برآورد مدل و تجزیه و تحلیل نتایج

برای تخمین معادله (۵)، از معادله (۸) به عنوان مدل ابزاری استفاده می‌شود. مدل دیگر تلاش می‌کند که رابطه معکوس را دریابد، بنابراین برای تخمین معادله (۸)، مدل (۵) به عنوان مدل ابزاری استفاده شده است. این دو مدل با استفاده از نرم افزار Stata SE 12 و روش 2SLS بر روی داده‌های تابلویی^۱، اثرات تصادفی^۲ مورد برآورد قرار گرفته است تا امکان مقایسه نتایج و انتخاب بهترین روش تخمین را فراهم آورد. به علاوه جهت تصمیم‌گیری در مورد روش داده‌های تابلویی از آماره F لیمر استفاده شده است که نتایج حاصل از آن نشان دهنده روش داده‌های تابلویی است. تخمین و برآورد مدل با تکیه بر مدل‌های پانل همزمان انجام می‌گیرد. روش داده‌های تابلویی خود به دو صورت است: روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی، که انتخاب یکی از این دو روش با استفاده از آزمون هاسمن انجام می‌پذیرد.

به طور کلی، با توجه به نتایج بدست آمده در مورد هر معادله از قبیل ضریب تعیین تعدیل شده (R^2) و آماره‌های t و خطاهای معیار رگرسیون مشاهده می‌شود که نتایج کسب شده قابل قبول بوده و از لحاظ آماری قابلیت لازم را برای تعیین روابط و تحلیل‌های اقتصادی بین متغیرها برخوردارند. در زیر به بررسی نتایج کسب شده برای هر یک از معادلات متغیرهای درون‌زا پرداخته می‌شود.

۷-۱. تجزیه و تحلیل نتایج مربوط به اثرگذاری توریسم و

سایر متغیرها بر رشد اقتصادی

نتایج معادله (۵) برای کل نمونه مورد بررسی در جدول (۱) آمده است.

همان‌طور که گفته شد برای انتخاب بین روش‌های داده‌های تابلویی و داده‌های تلفیقی از آماره F استفاده می‌شود. در این تحقیق F لیمر محاسبه شده برابر ۱۵۱۳/۲۰ است که با مقایسه با مقدار بحرانی آن فرضیه H_0 رد می‌شود و بنابراین داده‌های تابلویی خواهد بود. آزمون هاسمن برای تعیین روش تخمین

با استفاده از داده‌های تابلویی به کار می‌رود که مقدار آن در این تحقیق برابر ۷/۹۸ محاسبه شده است که با توجه به اینکه در این تحقیق سطح معنی دار ۰/۰۵ در نظر گرفته شده است، لذا الگو به صورت تابلویی از نوع تصادفی برآورد می‌شود.

جدول (۱): برآورد مدل رشد اقتصادی به روش اثرات تصادفی

اثرات تصادفی روش			متغیرها
احتمال	آماره t	ضرایب متغیر	
۰/۱۳۴	-۱/۵۰	-۰/۹۹	عرض از مبدأ
۰/۰۰۰	۶/۸۶	۱/۷۳	$LnTOI_t$
۰/۰۰۰	۲۵/۲۶	۰/۷۲	Lnk_{it}
۰/۰۰۰	۳/۶	۰/۵۱	$LnEFI_t$
۰/۰۱۳	۲/۴۸	۰/۱	$LnTOUR_{it}$
۰/۰۵۹	۱/۹۵	۰/۰۸	$LnFDI_t$
۰/۰۷۲	۱/۸	۰/۰۲۶	$LnSCH_{t-1}$
۱۵۱۳/۲۰			آماره F
۰/۰۰۰۰			Prob>F
۰/۸۰			R^2
۷/۹۸			آماره H

مأخذ: محاسبات تحقیق

با توجه به آماره هاسمن، روش اثرات تصادفی در این مدل به عنوان روش کارتر انتخاب گردیده است. با توجه به نتایج اثرات تصادفی، ضریب توریسم بین‌الملل مثبت و به اندازه (۰/۱) است که می‌توان گفت به لحاظ آماری معنی‌دار است. این ضریب مثبت حاکی از آن است که گردشگری پدیده‌ای است که در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند منجر به افزایش رشد اقتصادی گردد. این نتایج مطابق با نتایج به دست آمده توسط فایسا و همکاران، اجنیو-مارتین و همکاران و نیز یاوری و همکاران و صدیقی و همکاران است.

به لحاظ اقتصادی درآمد حاصل از جهانگردان خارجی برای هر کشوری در حکم صادرات محسوب می‌شود. بنابراین دامنه اثر گردشگری بسیار وسیع بوده زیرا با ورود ارز به کشور از طریق ضریب تکاثری، موجب تحرک اقتصادی می‌شود، در نتیجه توریسم به عنوان یک منبع درآمدزا می‌باشد که از طریق

1. Panel Data
2. Random Effects



این عوامل به طور مستقیم و غیر مستقیم اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی و سطح درآمد سرانه کشورها می‌گذارد. طبق برآوردهای انجام شده، یک درصد افزایش در آزادی اقتصادی منجر به ۰/۵۱ درصد افزایش در GDP سرانه خواهد شد. این نتایج مطابق با نتایج به دست آمده توسط سن (۱۹۹۰)، اون (۱۹۸۷) و یاوروی و همکاران (۱۳۸۹) است.

- طبق نتایج به دست آمده، درجه باز بودن اقتصاد از طریق نسبت شاخص قیمت صادرات به واردات اندازه‌گیری می‌شود و به منظور تعیین تأثیر مبادله یا باز بودن اقتصاد بر روی رشد اقتصادی وارد معادله می‌شود. درجه باز بودن اقتصاد تأثیر مثبت و معنی‌دار بر روی GDP سرانه یا همان رشد اقتصادی کشورهای مورد مطالعه دارد. در برآورد انجام شده مشاهده می‌شود که یک درصد افزایش در مبادله منجر به ۱/۷۳ درصد افزایش در GDP سرانه خواهد شد. در واقع باز کردن اقتصاد بر روی تجارت خارجی به رقابت بیشتر می‌انجامد. با گسترش رقابت، بنگاه‌های داخلی با کارایی بیشتری از منابع موجود استفاده کرده و بهره‌وری خود را بهبود می‌بخشند. همچنین، گسترش روابط تجاری می‌تواند موجب افزایش سرعت انتشار تکنولوژی شده، که این امر نیز همراه با رقابت بین‌المللی، سبب افزایش بهره‌وری شرکت‌های داخلی و به دنبال آن رشد اقتصادی می‌شود. بنابراین تجارت بین‌الملل اغلب به عنوان «موتور توسعه» یاد می‌شود.

متغیر سرمایه انسانی نیز یک رابطه مثبت با رشد اقتصادی دارد اما این رابطه از نظر آماری در سطح بالایی معنادار نیست. بنابراین نتایج به دست آمده از برآورد مدل منطبق با تئوری‌های موجود بوده و به جز متغیر سرمایه انسانی که بی‌معناست، متغیر وابسته رشد اقتصادی دارای روابط مورد انتظار با تمامی متغیرهای توضیحی است. از آنجا که در این مطالعه مدل به صورت لگاریتمی تخمین زده شده است، همه ضرایب به دست آمده بیانگر کشش متغیرهای توضیحی مدل نسبت به رشد اقتصادی می‌باشد.

ارز خارجی، افزایش درآمد، ایجاد اشتغال، تعادل در تراز پرداخت‌ها و توسعه زیر ساخت‌ها منجر به رشد اقتصادی می‌شود. بنابراین توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجهند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. طبق این برآورد، یک درصد افزایش در توریسم بین‌الملل منجر به افزایش ۰/۱ درصدی در متوسط درآمد سرانه کشورهای عضو کنفرانس اسلامی خواهد شد.

- طبق نتایج به دست آمده، سرمایه فیزیکی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر روی GDP سرانه یا همان رشد اقتصادی کشورهای مورد مطالعه دارد. موجودی سرمایه فیزیکی، مجموع کالاهای سرمایه‌ای است که با یک معیار سنجش واحد اندازه‌گیری می‌شوند، به عبارت دیگر، کالاهای سرمایه‌ای از قبیل کارخانه‌ها و ماشین‌آلات و غیره وقتی با یک واحد اندازه‌گیری مشترک تبدیل و با هم جمع می‌شوند و ملاکی از موجودی سرمایه فیزیکی به دست می‌دهند. سهم موجودی سرمایه از تولید کل، مجموع تولیدات حاصل از خالص کالاهای سرمایه‌ای است که در دوره‌های متفاوت (در زمان‌های گذشته) به موجودی سرمایه اضافه شده‌اند و اکنون در پروسه تولید بکار گرفته می‌شوند. بر طبق برآوردهای انجام شده، یک درصد افزایش در سرمایه فیزیکی منجر به ۰/۷۲ درصد افزایش در GDP سرانه خواهد شد. این نتایج مطابق با نتایج به دست آمده توسط لوکاس^۱ (۱۹۸۸)، بارو^۲ (۱۹۹۰) و نیز یاوروی و همکاران (۱۳۸۹) است.

- طبق نتایج به دست آمده، آزادی اقتصادی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر روی GDP سرانه یا همان رشد اقتصادی کشورهای مورد مطالعه دارد. آزادی اقتصادی و نبود تحمیل و محدودیت بر تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات از جمله مهم‌ترین عوامل تعیین کننده در ایجاد انگیزه افزایش رقابت، افزایش قدرت رقابت پذیری، افزایش سرمایه‌گذاری، انگیزه کارآفرینی، افزایش مسئولیت پذیری مدیران، کاهش فساد مالی، کاهش رانت جویی، کاهش بخش غیررسمی و غیره می‌باشد.

1. Lucas (1988)
2. Barro (1990)

۲-۷. تجزیه و تحلیل نتایج مربوط به اثرگذاری رشد

اقتصادی و سایر متغیرها بر توریسم بین‌الملل

نتایج برآورد مربوط به اثرگذاری رشد اقتصادی و سایر متغیرها بر توریسم بین‌الملل را می‌توان در جدول (۲) نشان داد:

جدول (۲): برآورد مدل توریسم بین‌الملل به روش اثرات تصادفی

اثرات تصادفی روش			متغیرها
احتمال	آماره t	ضرایب متغیر	
۰.۰۰۰	-۵/۳۹	-۱۳/۰۴	عرض از مبدأ
۰/۰۴۴	۲/۰۲	۰/۴۸	$LnGDP_{it}$
۰/۰۰۹	۲/۶۱	۰/۳۹	$LnGDP_{i,Cit-1}$
۰.۰۰۰	۴/۱۴	۰/۵۴	$LnTRADE_{it}$
۰/۶۳۹	۰/۴۷	۰/۳۱	$LnLIFEEXP_{i,t-1}$
۰.۰۰۰	-۳۸۸	-۰/۸۴	$LnPRICE_{i,t-1}$
۰/۳۱۷	۱/۰۰	۰/۰۰۸	$LnEDUCPC_{it}$
۹۳/۸۱			آماره F
۰.۰۰۰۰			Prob>F
۰/۴۸			R ²
۸/۳۶			آماره H

مأخذ: محاسبات تحقیق

با توجه به آماره هاسمن، روش اثرات تصادفی به عنوان روش کارا تر انتخاب گردیده است. با توجه به نتیجه اثرات تصادفی، ضریب تولید ناخالص داخلی سرانه مثبت و به اندازه (۰/۴۸) است که می‌توان گفت به لحاظ آماری معنی‌دار است و این حاکی از آن است که تولید ناخالص داخلی سرانه بر توریسم بین‌الملل تأثیر مهمی دارد. به عبارت دیگر رشد اقتصادی با توسعه تسهیلات و زیربنای گردشگری سبب توسعه صنعت گردشگری می‌شود. بر طبق برآوردهای انجام شده یک درصد افزایش متغیر رشد اقتصادی منجر به افزایش ۰/۴۸ درصدی سرانه توریسم بین‌الملل خواهد شد. این نتایج مطابق با نتایج به دست آمده توسط بالاگوئر و کانتاولا، اجنیو-مارتین و همکاران و موسایی (۱۳۸۳) است.

- متغیر رشد اقتصادی سایر کشورها به عنوان متغیری که تأثیر مثبت بر توریسم بین‌الملل کشورهای عضو کنفرانس اسلامی

دارد در مدل لحاظ می‌شود. به عبارت دیگر تغییر در درآمد مصرف‌کننده می‌تواند باعث تغییر در تقاضا برای کالاها و خدمات شود. افزایش در درآمد حقیقی قدرت خرید مصرف‌کننده را افزایش داده و بنابراین باعث افزایش مصرف برخی از تولیدات می‌شود. از آنجا که گردشگری به عنوان کالای لوکس به شمار می‌آید، بنابراین افزایش درآمد مصرف‌کننده منجر به افزایش گردشگری خواهد شد. بر طبق برآوردهای انجام شده، یک درصد افزایش متغیر رشد اقتصادی سایر کشورها منجر به افزایش ۰/۳۹ درصدی سرانه توریسم بین‌الملل خواهد شد.

- متغیر تجارت به عنوان متغیر دیگری از فرایند توریسم بین‌الملل در مدل وارد شده است که در مورد کشورهای مورد مطالعه ضریبی معنادار و مثبت معادل (۰/۵۴) دارد. یعنی یک درصد افزایش متغیر تجارت منجر به افزایش ۰/۵۴ درصدی سرانه توریسم بین‌الملل خواهد شد و این مطابق با نظریه است. این ضریب مثبت نشان دهنده آن است که افزایش تجارت کشور منجر به معرفی بیشتر آن کشور و کالاهای صادر شده آن در صحنه جهانی شده و باعث افزایش ورود جهانگردان خواهد شد. بنابراین گسترش تجارت به دلیل گسترش صنعت توریسم و افزایش تعداد جهانگردان ورودی به کشور تأثیر مضاعفی در روند توسعه اقتصادی کشور خواهد داشت.

- سطح قیمت‌ها نیز به عنوان شاخص هزینه‌های زندگی تأثیر معکوسی بر توریسم بین‌الملل کشورهای مذکور دارد و به عنوان متغیر تأثیرگذار بر سطح توریسم در مدل لحاظ شده است. این متغیر با ضریبی معادل (۰/۸۴) دارای تأثیر کاهنده بر توریسم است. این حاکی از آن است که افزایش قیمت خدمات مربوط به گردشگری، اثر کم در کاهش تقاضا داشته، ولی کنترل قیمت مربوط به خدمات مذکور می‌تواند در افزایش تقاضای گردشگری مؤثر باشد. بنابراین بر طبق برآوردهای انجام شده، یک درصد افزایش در قیمت منجر به کاهش ۰/۸۴ درصدی سرانه توریسم بین‌الملل خواهد شد. این نتایج مطابق با نتایج به دست آمده توسط آرنسون و همکاران، اجنیو-مارتین و موسایی (۱۳۸۳) است.

- متغیر امید به زندگی نیز رابطه مثبت با توریسم بین‌الملل دارد



که رشد اقتصادی در این کشورها با توسعه تسهیلات و امکانات زیربنایی سبب توسعه گردشگری می‌شود و افزایش درآمد سرانه هر یک از کشورهای اسلامی منجر به افزایش تقاضای توریسم بقیه اعضا می‌شود. همچنین گسترش تجارت و کاهش قیمت‌ها بر توسعه گردشگری مؤثر است.

لذا با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه می‌توان پیشنهادات زیر را به منظور بهبود وضعیت خدمات توریسم و رشد اقتصادی در کشورهای اسلامی ارائه داد:

- افزایش سرمایه‌گذاری در توسعه صنعت توریسم و توجه بیشتر به جاذبه‌های گردشگری جهت افزایش بیشتر رشد اقتصادی کشورهای عضو کنفرانس اسلامی.
- استفاده از مزیت صنعت گردشگری در زمینه فرهنگی و اقتصادی با ایجاد فرصت برای کشورهای اسلامی به منظور نزدیکی به یکدیگر و رشد اقتصادی آن‌ها از سوی دیگر.
- سیاست‌گذاری در جهت گسترش تجارت و کاهش قیمت خدمات گردشگری به منظور جذب توریسم.
- توجه به زیر ساخت‌ها و امکانات لازم برای توسعه گردشگری.
- برگزاری اجلاس منطقه‌ای و بین‌المللی برای توریسم و رفع مشکلات آن به ویژه در سطح سازمان کنفرانس اسلامی.

اما این رابطه از نظر آماری در سطح بالایی معنادار نیست. بنابراین نتایج به دست آمده از برآورد مدل منطبق با تئوری‌های موجود بوده و به جز متغیر امید به زندگی که بی‌معناست، متغیر وابسته توریسم بین‌الملل دارای روابط مورد انتظار با تمامی متغیرهای توضیحی است.

۸. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

در این مطالعه رابطه توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با استفاده از روش داده‌های تابلویی همزمان در دوره زمانی (۲۰۱۱-۱۹۹۵) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که کشورهای اسلامی نه تنها از طریق منابع متداول رشد (از جمله سرمایه فیزیکی، رابطه مبادله و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و...) بلکه از طریق بهبود در صنعت توریسم نیز می‌توانند اقتصاد خود را توسعه دهند و به نرخ‌های بالاتری از رشد دست یابند. همان‌طور که از نتایج مشاهده می‌گردد متغیر تعداد ورود توریسم، آزادی اقتصادی، سرمایه فیزیکی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و درجه باز بودن اقتصاد تأثیر مثبت و معناداری را بر رشد اقتصادی می‌گذارد. بنابراین استفاده از مزیت صنعت گردشگری فرصت را برای کشورهای اسلامی به منظور نزدیکی به یکدیگر و رشد اقتصادی فراهم می‌کند. همچنین نتایج بدست آمده در مدل توریسم نشان می‌دهد

منابع فارسی:

توسعه شهرها و روستاهای منطقه (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن)، "مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات رسانش.

طیبی، کمیل؛ بابکی، روح‌الله و جباری، امیر (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)"، مجله دانش و توسعه، شماره ۲۴، صص ۶۳-۸۴.

لطفی، صدیقه (۱۳۸۴)، "نگرش سیستمی لازمه پایداری

امیریان، سعید و صباغ‌کرمانی، مجید (۱۳۷۹)، "بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران"، مجله پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۶، صص ۵۷-۸۳.

زارعی‌نمین، علی (۱۳۸۸)، "بررسی اثرات توسعه بخش توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای دی هشت"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.

طهماسبی‌پاشا، جمعی و مجیدی، روفیا (۱۳۸۴)، "چشم انداز گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر و آثار آن بر

خارجی و رشد اقتصادی در ایران"، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، شماره ۳، صص ۷۲-۳۸.

موسایی، میثم (۱۳۸۳)، "تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران"، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲، صص ۲۴۴-۲۵۵.

یاوری، کاظم؛ رضاقلی‌زاده، مهدیه و مصطفوی، محمدحسن (۱۳۸۹)، "تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۱، صص ۲۱۹-۲۴۲.

گردشگری در مازندران"، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات رسانش.

محمدزاده، پرویز؛ بهبودی، داود؛ فشاری، مجید و ممی‌پور، سیاب (۱۳۸۹)، "تخمین تابع تقاضای خارجی کل گردشگری ایران (رهیافت TVP)"، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، شماره ۱، صص ۱۳۱-۱۰۷.

مرادی، محمدعلی و مهدی‌زاده، مریم (۱۳۸۴)، "تجارت

منابع انگلیسی:

Amirian, S. and Sabaghe Kermani, M. (2000), "Economic Effects of Tourism in Iran", *Journal of Trade Studies*, 16, pp.57-83.

Arnesson, L., Salman, A.K., Sorensson, A. and Shukur, G. (2009), "Estimating the Swedish and Norwegian International Tourism Demand Using (ISURE) Technique", *Centre for Labour Market Policy Research, CESIS Electronic Working Paper Series*, 198, pp. 1-55.

Balaguer, J. and Cantavella-Jorda, M. (2002), "Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case", *Applied Economics*, 34, pp.877-884.

Dumar, G. and Gun, A. (2011), "OIC Tourism Cooperation", *Concept Paper, COMCEC Coordination Office, Ankara*, p11.

Eugenio-Martín, J. L., Martín Morales, N. and Scarpa, R. (2004), "Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach", *Natural Resources Management*, 26, pp. 1-20.

Fayissa, B., Nsiah, C. and Tadasse, B. (2009), "The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa", *Middle Tennessee State University, Department of Economics and Finance, Working Papers*, 16, pp.12-36.

Habibi, F., Abdul, R.K. and Chin, L. (2008), "United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia: A Co-integration Analysis", *MPRA Paper*, 20, pp. 1-17.

Lotfi, S. (2005), "Systemic Attitude for Sustainable Tourism in Mazandaran", *Proceedings of the First National Congress of the tourism industry in Mazandaran, Rasanesh Publication*.

Lucas, R.E. (1998), "On the Mechanics of Economic Growth", *Journal of Monetary Economics*, 22, pp. 3-42.

Marin, D. (1992), "Is The Export-Led Hypothesis Valid for Industrialized Countries?", *Review of Economics and Statistics*, 74, pp. 678-688.

Mohamadzadeh, P., Behbudi, D., Feshari, M. and Mamipur, S. (2010), "Estimation of Forigen Tourism Demand in Iran (TVP Approach)", *Quarterly Journal of Economic Growth and Development Research*, 1(1), pp. 137-162.

Moradi, M. and Mehdizadeh, M. (2005), "Foreign Trade and Economic Growth in Iran", *Quarterly Journal of New Economy & Commerce*, 3, pp. 38-72.

Mosaee, M. (2004), "Estimation the Demand Function of Tourism in Iran", *Journal of Trade Studies*, 32, pp. 225-244.

Oh, Chi-Ok (2005), "The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy", *Tourism Management*, 26, pp. 39-44.

Owen, E. (1987), "The Future of Freedom in the Developing World", *Pergamon Press*.

Palmer, T. and Riera, A. (2003), "Tourism and



Environmental Taxes”, *Tourism Management*, Volume 24(6), pp. 665-674.

River, B. and Romer, R. (1991), “Economic Integration and Endogenous Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, 6(2), pp. 531-555.

Seddighi, H.R., Nuttal, M. and Wand T.A. (2001), “Does Cultural Background of Tourists Influence the Destination Choice?, An empirical study with special reference to political instability”, *Tourism Management*, 22, pp. 181-191.

Sen, A. (1999), “Development as Freedom”, New York, Alfred A. Knopf.

Solow, R. (1956), “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, 70, pp. 100-256.

Song, H. and Witt, S.F. (2000), “Tourism Demand Modelling and Forecasting: modern econometric approaches”, Pergamon, Cambridge.

Song, H. and Wong, K.K.F. (2003), “Tourism Demand Modelling: A Time-Varying Parameter Approach”, *Journal of Travel Research*, 42, pp. 57-64.

Tahmasebi Pasha, J. and Majidi, R. (2005),

“Tourism Prospects of the Southern Coast of the Caspian Sea and Its Effects on the Development of Towns and Villages in the Region (Case study: Tonekabon)”, *Proceedings of the First National Congress of the Tourism Industry in Mazandaran*,: Rasanesh Publication.

Tayebi, K., Babaki, R. and Jabari, A. (2008), “The Relationship between Tourism and Economic Growth (Case study: Iran, OECD Countries and Selected Countries)”, *Knowledge and Development Journal*, 24, pp. 63-84.

Witt, S.F. and Martin, C.A. (1987), “Econometric Models for Forecasting International Tourism Demand”, *Journal of Travel Research*, 25, pp. 23-30.

World Development Indicators (2013), “The World Bank”.

Yavari, K., Rezagholizadeh, M. and Mostafavi, M.H. (2010), “Effects of Tourism Expenditures on Economic Growth of OIC Member Countries”, *Journal of Economic Research*, 91, pp. 219-242.

Zareie Namin, A. (2009), “Effects of Tourism on Economic Growth in D-8 Countries”, M.A. Thesis, Tarbiat Modarres University.