

بررسی اثر درآمدهای گردشگری بر توسعه اقتصادی کشورهای منطقه چشم انداز با تاکید بر ایران، یک مطالعه تجربی طی دوره (۱۳۹۲-۱۳۷۴)

یوسف محنت فر^۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۱۰

چکیده

در اقتصاد امروز، صنعت گردشگری نقش اساسی در توسعه پایدار دارد؛ به گونه ای که از این صنعت به عنوان یکی از ملاک های مهم توسعه یافتگی کشور ها نام برده می شود. گسترش و پیشرفت فناوری در قرن اخیر، موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد و ثروتش افزون شود و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود کند. از این رو توجه به صنعت گردشگری می تواند زمینه ساز تاثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری شود. در این مقاله سعی بر این شده است تا با استفاده از رویکرد پانل دیتا تاثیر درآمدهای حاصل از گردشگری را بر رشد اقتصادی کشورهای منطقه چشم انداز، در دوره ۱۳۷۴-۱۳۹۲ مورد بررسی قرار دهیم. نتایج تجربی حاصل از این تحقیق نشان می دهد که بین درآمدهای حاصل از گردشگری و رشد اقتصادی در این کشورها رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. بنا براین سایر درآمدها از جمله درآمد ناشی از گردشگری؛ بر مبنای اهداف برنامه توسعه پنجم و سند چشم انداز بیست ساله کشور؛ می تواند برای رهایی از وابستگی به درآمدهای نفت مورد تاکید قرار گیرد.

واژگان کلیدی: رشد اقتصادی، کشورهای منطقه چشم انداز، درآمد های ناشی از گردشگری، اقتصاد ایران

^۱ عضو هیات علمی دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اقتصادی و اداری

۱. مقدمه

گردشگری نقشی اساسی در توسعه پایدار دارد؛ به گونه‌ای که امروزه از صنعت گردشگری به عنوان یکی از ملاک‌های مهم توسعه یافتگی نام برده می‌شود. با توجه به ضرورت توسعه پایدار که شامل توسعه همه جانبه، با ثبات و آینده نگر است؛ تقویت و بهبود وضعیت گردشگری و سایر بخش‌های اقتصاد جایگاه برجسته‌ای پیدا می‌کند. گردشگری می‌تواند به توسعه پایدار از بعد اقتصادی کمک کند. زیرا سبب افزایش درآمد ملی، اشتغال، سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، ثبات اقتصادی، تداوم فعالیت‌های اقتصادی و توسعه منطقه‌ای می‌شود.

صنعت گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین و پردرآمدترین صنایع جهان در آغاز هزاره سوم بوده و می‌تواند نقش قابل توجهی را در تامین درآمدهای ارزی و رشد و توسعه اقتصادی کشورها ایفا کند؛ به طوری که با درآمد سالانه نزدیک به ۱۰۰۰ هزار میلیارد دلار در جهان، یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قرن حاضر است که علاوه بر فقر زدایی، عدالت گستری و اشتغال زایی، درآمد بالایی را ایجاد کرده و برای فقرا نیز ایجاد اشتغال می‌کند (یاوری و همکاران، ۱۳۸۸). یافتن عوامل موثر و اتخاذ سیاست‌هایی که به رشد اقتصادی ختم می‌شود در هر دوره-ای از زمان متفاوت است و شرایط اقتصادی، سیاسی و اجتماعی هر کشور، تعیین کننده می‌باشد.

گردشگری یکی از صنایعی است که از سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم جایگاهش میان کشورها مشخص شده و در سال‌های اخیر، با توجه به نقش مثبت و فزاینده آن در اقتصاد؛ در سطوح کوچک مانند روستاها و در سطوح بزرگ مانند شهرها و همچنین با سهمی که در رشد اقتصادی کشورها یافته، مورد توجه و اهمیت فراوان دولت‌ها قرار گرفته است. توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر سبب تاثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می‌شود. از این رو گردشگری را می‌توان «صنعت سفید» نام نهاد زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده سازی

محیط زیست انسانی، زمینه ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌ها را فراهم می‌کند و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد (محنت فر و صالحی، ۱۳۹۱). بر این اساس توجه به این مسئله که صنعت گردشگری چگونه و به چه میزان می‌تواند بر رشد اقتصادی کشوری تاثیر بگذارد، از مباحثی است که در این تحقیق به دنبال آن هستیم.

گردش مالی صنعت گردشگری جهان، در این قرن از گردش مالی بخش صنعت فراتر خواهد رفت و در آینده ای نزدیک دست کم به ۲ تریلیون دلار خواهد رسید. در این فرآیند، کشورهای که از جاذبه‌های وسیع گردشگری برخوردارند، به ازای یک درصد ارزش مالی جهانی این صنعت، سالانه درآمدی حدود ۲۰ میلیارد دلار برای خود ایجاد خواهند کرد (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۰). رسیدن به این درآمد، نیازمند برنامه ریزی‌های جامع و همچنین سرمایه گذاری در این صنعت است. با توجه به این که در زمینه گردشگری و رشد اقتصادی، تحقیقات زیادی در داخل کشور صورت نگرفته است که به طور کمی تاثیر صنعت گردشگری را بر میزان رشد اقتصادی مورد سنجش قرار دهد، در نتیجه تحقیق حاضر سعی بر این دارد که تاثیر شاخص گردشگری را در کنار سایر عوامل تاثیرگذار بر رشد اقتصادی در کشورهای حوزه چشم انداز شامل: ایران، ارمنستان، آذربایجان، مصر، امارات متحده عربی، گرجستان، رژیم صهیونیستی، قزاقستان، قرقیزستان، لبنان، کویت، عمان، پاکستان، عربستان سعودی، سودان، سوریه، تاجیکستان، ترکیه، یمن، مورد بررسی قرار دهد؛ تا با بررسی درآمد‌های ناشی از گردشگری، وضعیت کشور را با کشورهای منطقه چشم انداز مورد ارزیابی قرار دهد.

۲. مبانی نظری

۲-۱. تعریف گردشگری

از نظر انجمن آماری سازمان ملل^۱ (۱۹۹۳)، گردشگری شامل فعالیت‌های افراد از جمله مسافرت به مکان‌هایی خارج از محیط معمول زندگی‌شان و ماندن در آن‌جا برای کمتر از یک سال به منظور تفریح،

^۱. United Nations Statistical Commission

به طور کلی صنعت گردشگری عمدتاً از دو جهت حائز اهمیت است. اولاً زمینه‌ی آشنایی مردم با دیگر فرهنگ‌ها، نژادها، اقوام، سرزمین‌ها و گویش‌ها و... را فراهم می‌نماید. ثانیاً از نظر اقتصادی یکی از منابع درآمدی و ارزی محسوب می‌شود. کشورهای مختلف جهان در سایه‌ی برخورداری از امکانات گوناگون و جاذبه‌های متنوع، درصدد جلب جهانگردی که پدیده‌ی ای کهن بر پایه حرکت و جابجایی انسان است، می‌باشند. دگرگونی‌ها و تحولاتی که در قرون ۱۸ و ۱۹ در ساختار اجتماعی اروپا رخ داد، به تدریج مسافرت‌های تفریحی را امکان‌پذیر ساخته و منجر به رشد صنعت گردشگری شد. انقلاب صنعتی و متعاقب آن مشکلات شهری، ایجاد راه‌های ارتباطی و وسایل نقلیه، تدوین قوانین مطلوب کار، افزایش درآمد و بالا رفتن فرهنگ و سطح بینش، همگی در توسعه جهانگردی و گردشگری نقش اساسی داشتند. در رابطه با نیازهای گردشگران، تنوع پدیده‌ها و جاذبه‌های گردشگری پدیدار می‌شود. گردشگری در معرفی تمدن و فرهنگ بشریت، روابط انسانی، صلح جهانی، معرفی توان‌های قابل دسترسی و در امر اشتغال و سایر موارد نقش کلیدی را ایفا می‌کند.

رشد سالانه گردشگری از آمارهای به دست آمده از انجمن گردشگری و مسافرت جهانی در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۳ در جدول زیر مشاهده می‌شود.

جدول (۱): رشد گردشگر در سطح جهان

| گردشگران بین‌المللی (رشد سالانه %) | | |
|------------------------------------|------|------------|
| | ۲۰۱۲ | فبریه ۲۰۱۳ |
| اروپا | ۳.۳ | ۴.۲ |
| امریکا | ۳.۷ | ۱.۱ |
| امریکا شمالی | ۳.۴ | ۲.۹ |
| امریکا لاتین | ۴.۲ | -۰.۲ |
| آسیا-اقیانوسه | ۶.۸ | ۵.۳ |
| خاورمیانه | -۴.۹ | ۴.۶ |
| آفریقا | ۶.۳ | -۲.۱ |
| شمال آفریقا | ۸.۷ | -۲.۴ |
| کشورهای جنوب صحرای آفریقا | ۵ | -۲ |
| جهان | ۳.۸ | ۳.۶ |

منبع: انجمن گردشگری و مسافرت جهانی ۲۰۱۳

طبق جدول (۱)، میزان گردشگر در سطح جهانی تا فوریه ۲۰۱۳، به مقدار ۳.۶ درصد رشد کرده است

تجارت و هدف‌های دیگر می‌شود (انجمن گردشگری و مسافرت جهانی، ۲۰۰۲).

گردشگری را می‌توان به روش‌های مختلف تعریف نمود، اما تمرکز کلی آن، بر مسافرانی که از خانه خارج می‌شوند و خدماتی که آنها استفاده می‌کنند؛ شامل روش‌های حمل و نقل، خدمات غذا و استراحت، سرگرمی و جاذبه‌های گردشگری می‌باشد. اقتصاد گردشگری به آثار اقتصادی مسافرت بر بخش‌های مختلف گردشگری و روش‌های کلی پیش‌بینی مسافرت و طرح‌های گردشگری می‌پردازد.

۲-۲. اهمیت صنعت گردشگری در دنیای امروز

اگر به مقوله گردشگری یا گردشگری با دو بعد داخلی (ایرانگردی) و خارجی (جهانگردی) که آثار اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، زیست محیطی و همچنین سیاسی بسیاری در بر دارد، به دیده مثبت بنگریم، می‌توان ادعا نمود که این صنعت نقشی اساسی در توسعه پایدار ایفا می‌نماید، به گونه‌ای که امروز از گردشگری به عنوان یکی از ملاک‌های مهم توسعه یافتگی نام برده می‌شود.

صنعت گردشگری با درآمد سالانه بسیار بالا در جهان، یکی از مهم‌ترین پدیده‌های قرن حاضر است که علاوه بر عدالت گستری و اشتغال‌زایی، درآمد بالایی را ایجاد کرده و برای فقرا نیز ایجاد شغل می‌کند (Nikolas, Dritsakis, 2004). این صنعت که پس از صنایع نفت و خودرو سازی، سومین صنعت مهم جهان محسوب می‌شود، علاوه بر مزیت‌های اقتصادی، عامل مهمی در پیشبرد اهداف اجتماعی و فرهنگی محسوب می‌شود. در این میان کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری که به لحاظ جلوه‌های طبیعی، فرهنگ و تمدن کهن و آثار باستانی و مذهبی؛ استعداد و توانمندی‌های به‌سزایی در جذب جهانگردان دارند، با سرمایه‌گذاری مناسب در بخش‌های مختلف این صنعت و حفظ جایگاه خود در جهان می‌توانند سالانه میلیاردها دلار از این صنعت بهره‌برداری کنند.

¹. World Travel & Tourism Council (WTTC)

که این مقدار در مقایسه با کل سال ۲۰۱۲، میزانش به اندازه ۲ دهم درصد کاهش داشته است. طبق آمار انجمن گردشگری و مسافرت جهانی، اروپا و خاور میانه تنها مناطقی در جهان هستند که در سال جدید شاهد رشد خوبی در جذب گردشگر بودند و در مناطق دیگر جهان از جمله آسیا - اقیانوسه، امریکا و افریقا، رشد میزان گردشگر منفی بوده است.

۲-۳. تاثیر درآمد های گردشگری بر رشد

اقتصادی

فرضیه "صادرات منجر به رشد" ^۱ بیان می‌دارد که گردشگری هم می‌تواند به عنوان نوعی از صادرات محسوب شود، اما با این تفاوت که در صادرات کالا و خدمات، مصرف کننده آن را در کشور میزبان مصرف می‌کند (مارین^۲، ۱۹۹۲). فرضیه ای که در ادبیات اقتصاد نقش گردشگری را مطرح می‌کند، به فرضیه "گردشگری منجر به رشد" معروف است که حالت خاصی از فرضیه صادرات منجر به رشد است. بر طبق این نظریه، رشد اقتصادی یک کشور نه تنها تابعی از نیروی کار، سرمایه، صادرات و سایر عوامل موثر در اقتصاد آن کشور است، بلکه می‌تواند تحت تاثیر میزان گردشگر وارد به آن کشور نیز باشد. (کورتس و پولینا^۳، ۲۰۰۶).

پنج محور عمده که سازمان جهانی گردشگری^۴ به منظور اندازه گیری اثرات اقتصادی صنعت گردشگری منتشر کرده، به شرح زیر است:

الف- افزایش تولید ناخالص داخلی: درآمد حاصل از گردشگری به افزایش تولید ناخالص داخلی کمک می‌کند.

ب- ورود ارز: این امر شامل محاسبه درآمدهای ناخالص ارزی است. کل ارزی که گردشگرهای خارجی هزینه می‌کنند پس از کسر ضریب خروج آن از کشور که برای واردات کالاها و خدمات مورد استفاده در گردشگری صرف می‌شود محاسبه می‌شود.

ج- اشتغال: اشتغال محلی ایجاد شده توسط گردشگری که به واسطه نوع آن محاسبه می‌شود و به چهار شکل می‌باشد: ۱- اشتغال مستقیم: افرادی که در موسسات مرتبط با گردشگری کار می‌کنند از قبیل: هتل‌ها، رستوران‌ها، فروشگاه‌های توریستی و آژانس‌های سیر و سفر. ۲- اشتغال غیر مستقیم: مشاغل ایجاد شده در بخش عرضه از قبیل: کشاورزی، شیلات و صنایع مرتبط. ۳- اشتغال القایی: این مشاغل از طریق خرج کردن درآمدی حاصل می‌شود که شاغلان به طور مستقیم و غیر مستقیم کسب نموده اند. ۴- 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.

د- ضریب تکاثر: این موضوع به تاثیری که یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد داخلی دارد، اشاره می‌کند. این تاثیر مقدار نفوذ درآمدهای توریستی به داخل اقتصاد و ایجاد سایر فعالیت‌های اقتصادی را اندازه‌گیری می‌کند.

ه- کمک به افزایش درآمدهای دولتی: این امر شامل مالیات هتل‌ها و سایر انواع مالیات‌های توریستی، عوارض خروجی فرودگاه‌ها، عوارض گمرکی مرتبط با واردات صنعت گردشگری، مالیات بر درآمد موسسات و کارمندان مرتبط با صنعت گردشگری و مالیات بر دارایی تاسیسات توریستی می‌شود (حیدری، ۱۳۸۳؛ رنج پور و همکاران، ۱۳۹۰).

به نظر اوه (۲۰۰۵)، صنعت گردشگری می‌تواند تاثیر مهمی بر اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. همچنین فینیل (۲۰۰۸) معتقد است تاثیرات گردشگری در اقتصاد ملی هر جامعه‌ای از دو جنبه بررسی می‌شود؛ تاثیرات مستقیم (مرئی) و غیر مستقیم (نامرئی) (مثنوی و همکاران، ۱۳۹۲). از این رو، گردشگری به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر رشد اقتصادی تاثیر می‌گذارد:

^۱.Export-Led Growth Hypothesis (ELGH)

^۲. Marin

^۳.Cortes & Pulina

^۴. UNWTO(United Nations World Tourism Organization)

اندازه سرمایه گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی سهم دارد.

خلیل و همکاران (۲۰۰۷) در مقاله‌ای نقش گردشگری در رشد اقتصادی پاکستان را، از طریق آزمون تصحیح خطا در کوتاه مدت و همچنین رابطه علی میان درآمدهای حاصل از گردشگری و رشد اقتصادی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج نشان دهنده یک رابطه قوی میان رشد و درآمدهای حاصل از گردشگری می‌باشد که بیان می‌دارد که رشد اقتصادی برای توسعه گردشگری در پاکستان ضروری است.

چنگ و چپو وی (۲۰۰۹) در تحقیقی تحت عنوان "توسعه گردشگری، نااطمینانی گردشگری و رشد اقتصادی"، رابطه علی میان توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در دو کشور آسیایی تایوان و کره جنوبی را مورد بررسی قرار داده‌اند. برای آزمون جهت علیت میان توسعه گردشگری و رشد اقتصادی و تاثیر عدم اطمینان بر هر دو متغیر، از مدل EGARCH-M به همراه عوامل عدم اطمینان مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج، فرضیه گردشگری منجر به رشد را در تایوان تایید می‌کند، در حالیکه رابطه علیت دوسویه برای کره جنوبی وجود دارد. همچنین تاثیرات معنادار عدم اطمینان بر رشد نیز شناسایی شده است. کریشان (۲۰۱۱) در تحقیقی فرضیه "گردشگری منجر به رشد" را در اردن مورد بررسی قرار داده‌است. در این تحقیق رابطه علیت میان درآمدهای گردشگری و رشد اقتصادی در اردن با استفاده از داده‌های سالانه و در دوره ۲۰۰۹-۱۹۷۰ آزمون شده است. روش‌های جوهانسون - جوسیلیوس برای همگرایی، تست علیت گرنجر برای روابط علیت و ADF برای ریشه واحد مورد استفاده قرار گرفته است. نتایج نشان دهنده رابطه مثبت میان توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی در بلند مدت است و همچنین آزمون علیت گرنجر، یک علیت یک سویه از درآمدهای گردشگری به رشد اقتصادی را بیان می‌کند.

صمیمی و همکاران (۲۰۱۱) رابطه گردشگری و رشد اقتصادی را در کشورهای درحال توسعه بررسی

الف- اثر مستقیم

از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، از این رو، درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب می‌شود و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تاثیر می‌گذارد.

ب- اثر غیر مستقیم

گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد تاثیر می‌گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز^۱ و یا دیگر آثار خارجی^۲ نشان می‌دهد (marin, 1992). به این صورت که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا خدمات ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن حرکت خواهند کرد. یعنی گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل نماید که سایر فعالیت‌ها را نیز به دنبال خود رو به جلو براند. از سوی دیگر، رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری موثر است. رشد اقتصادی، با توسعه تسهیلات و زیر بناهای گردشگری از جمله توسعه حمل و نقل و راه‌ها، توسعه فناوری و ارتباطات (ICT)^۳، گسترش پول الکترونیک، توسعه اماکن اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها، توسعه بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، سبب توسعه صنعت گردشگری می‌شود (طیبی و همکاران، ۱۳۸۷).

۳. مطالعات تجربی

۳-۱. مطالعات انجام شده در خارج کشور

فایسا و همکاران (۲۰۰۷) تاثیر گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی ۴۲ کشور آفریقایی را با استفاده از رویکرد پانل دیتا در دوره ۲۰۰۴-۱۹۹۵ مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که دریافتی‌های حاصل از صنعت گردشگری به طور معناداری هم در سطح اسمی تولید ناخالص داخلی و هم در رشد اقتصادی کشورهای صحرای آفریقا به

1. Spillovers

2. Externalities

3. Information and Communication Technology

کردند. در این تحقیق علیت و رابطه بلند مدت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای درحال توسعه با استفاده از روش P-VAR در دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۵ مورد آزمون قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد، یک علیت دو سویه و رابطه بلند مدت مثبت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری وجود دارد، به عبارتی فرضیه گردشگری منجر به رشد تثبیت می‌شود.

گائوتام (۲۰۱۱) در تحقیق خود به دنبال اثبات تجربی تاثیر مثبت گردشگری در نپال است. در این تحقیق از آزمون همجمعی برای رابطه بلند مدت و برای رابطه پویای کوتاه مدت از روش تصحیح خطا استفاده شده است و همچنین برای رابطه علی میان متغیرها از آزمون علیت گرنجر استفاده می‌شود. نتایج حاکی از آن است که گردشگری هم در کوتاه مدت و هم در بلند مدت منجر به رشد اقتصادی می‌شود و علیت دوسویه میان متغیرها وجود دارد.

۲-۲. مطالعات انجام شده در داخل کشور

امیریان (۱۳۷۹)، در یک بررسی با استفاده از تحلیل داده-ستانده، اثرات اقتصادی گردشگری را در ایران مورد بررسی قرار داده است. در این بررسی تاثیر مخارج گردشگران خارجی بر تولید، درآمد، اشتغال، عواید دولت، توزیع درآمد و واردات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. بر اساس نتایج بدست آمده، فعالیت هتلداری و رستوران، صنایع غذایی، پوشاک و چرم، صنایع دستی و حمل و نقل داخلی، بیشترین تاثیر را از جذب گردشگر پذیرفته و بنابراین بیشترین سهم از تولید، اشتغال و درآمد ایجاد شده در اثر مخارج توریست‌های خارجی را به خود اختصاص داده است.

تولایی (۱۳۸۵)، با استفاده از تکنیک‌های رگرسیون همبستگی و آزمون مجذور خی، تاثیر جهانی سازی را بر توسعه گردشگری ایران، استان کرمان، مورد بررسی قرار داده است. یافته‌ها بیانگر این می‌باشند که تبلیغات اعمال شده در خصوص گردشگری، جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی و تضادهای فرهنگی به طور مثبتی با انتخاب ایران به عنوان مقصد

انتخابی گردشگران و انگیزه مسافرت آن‌ها همبستگی دارد. همچنین هزینه‌های حمل و نقل هوایی و عدم ثبات سیاسی به طور منفی با این عوامل همبسته هستند. آزمون مجذور خی نیز معناداری تمامی روابط را در سطح ۵ درصد تایید می‌کند.

طیبه و همکاران (۱۳۸۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی»، به بررسی رابطه گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی در ایران و کشورهای OECD^۱ پرداخته‌اند. در این تحقیق از روش‌های VAR و Panel VAR استفاده شده است. نتایج نشان دهنده یک رابطه علی دوطرفه بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران و کشورهای OECD است. همچنین بین این دو متغیر، تعادل بلند مدت وجود دارد.

پور فرج و همکاران (۱۳۸۷)، در تحقیقی رابطه میان فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق از روش داده‌های پانل، در سال‌های ۲۰۰۶-۲۰۰۰ برای ۷۰ کشور در حال توسعه و توسعه یافته استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که: ۱- در کشورهای مورد مطالعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، اثرگذاری صنعت گردشگری را بر رشد اقتصادی افزایش می‌دهد و شدت آن در کشورهای توسعه یافته نسبت به در حال توسعه بیشتر است؛ ۲. در هر دو دسته از کشورها، هر چه سهم مخارج فناوری اطلاعات و ارتباطات به تولید ناخالص داخلی در زیر بخش‌های خدمات رایانه، مالی، آموزشی و حمل و نقل در این صنعت افزایش می‌یابد، جذب گردشگری فزونی می‌یابد. همچنین متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه، درجه باز بودن اقتصاد، سرمایه انسانی و سرانه مخارج آموزشی اثر مثبت و معناداری بر جذب گردشگری دارند.

یاوری و همکاران (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای تاثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی را مورد بررسی قرار داده‌اند.

¹. Organization for Economic co-Operation and Development

لبنان، کویت، عمان، پاکستان، عربستان سعودی، سودان، سوریه، تاجیکستان، ترکیه و یمن را، طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۱۱ مورد بررسی قرار داده‌ایم.

داده‌های به کار رفته در این پژوهش از مجموعه داده‌های بانک جهانی^۱ و پایگاه اینترنتی موسسه KOF^۲ استخراج شده و از روش اقتصادسنجی داده‌های ترکیبی (پنل دیتا) استفاده شده است. استفاده از تکنیک اقتصادسنجی با رویکرد داده‌های پنلی دارای مزایایی می‌باشد. از جمله اینکه داده‌های پنل، محیط بسیار مناسبی برای گسترش روش‌های تخمین و نتایج نظری فراهم می‌سازد و محققان قادر به استفاده از داده‌های مقطعی - سری زمانی، برای بررسی مسائلی می‌شوند که امکان مطالعه آن‌ها در محیط‌های فقط مقطعی یا سری زمانی وجود ندارد. روش داده‌های پنلی، روشی برای تلفیق داده‌های مقطعی و سری زمانی است.

بالتاجی (۱۹۹۵) به این نتیجه رسید که روش داده‌های پنلی قادر است متغیرهای پایا را نسبت به مکان و زمان لحاظ کند، در حالی که سری زمانی و مطالعات مقطعی این قدرت را نداشتند. بنابراین یک امتیاز روش داده‌های پنلی این است که برآورد ناریب و سازگار می‌دهد. این مدل همچنین، اطلاعات بیشتر، تغییرپذیری بیشتر، هم خطی کمتر، درجه آزادی بیشتر و کارایی بیشتر را ارائه می‌کند و بهتر می‌تواند پویایی‌های تعدیل را نشان دهد. توضیح‌های مقطعی که نسبتاً ثابت به نظر می‌آیند تغییرات چند جانبه را نشان نمی‌دهند، ولی این تغییرات توسط روش داده‌های پنل بهتر مورد مطالعه قرار می‌گیرند. روش داده‌های پنلی و تشخیص و اندازه‌گیری اثراتی که به راحتی در مطالعات مقطعی و سری زمانی قابل پیش بینی نیستند توانایی بهتری دارد و اجازه می‌دهد مدل‌های رفتاری پیچیده‌تری را در مقایسه با داده‌های مقطعی یا سری زمانی ساخته و مورد آزمایش قرار دهند.

در این مقاله از مدل‌های پنل پویا و پنل ایستا استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده‌ی رابطه مثبت میان مخارج گردشگری و رشد اقتصادی است.

بردار و موسوی (۱۳۹۰)، رابطه میان گردشگری و رشد اقتصادی را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که توسعه گردشگری به صورت مجزا از سایر بخش‌های اقتصادی، اتفاق نمی‌افتد، به عبارتی این بخش با سایر فعالیت‌های اقتصادی در ارتباط متقابل است. در نتیجه برای اینکه گردشگری منجر به توسعه شود، نیازمند همکاری و پیوند این صنعت با سایر فعالیت‌ها است.

رنج پور و همکاران (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای فرضیه "گردشگری منجر به رشد" را طی دوره ۸۸-۱۳۴۷ در ایران مورد بررسی قرار داده‌اند. در این تحقیق از روش‌های هم‌انباشتگی جوهانسن-جوسیلیوس و آزمون علیت گرنجری استفاده شده است. نتایج نشان‌دهنده‌ی یک رابطه هم‌انباشتگی بلند مدت میان درآمد‌های حاصل از گردشگری و رشد تولید ناخالص داخلی است و ضریب متغیر درآمد مثبت است؛ همچنین یک رابطه علیت گرنجری بلند مدت از طرف درآمدهای حاصل از گردشگری به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت وجود دارد.

هرچند در زمینه رشد اقتصادی و گردشگری در داخل کشور مطالعات کمی صورت گرفته و مطالعات خارجی موجود نیز ایران را در نظر نگرفته‌اند، اما می‌توان برداشت‌های مفیدی را از آن‌ها بدست آورد. بر مبنای مطالعات موجود می‌توان این نتیجه را گرفت که جایگاه گردشگری میان کشورها، به خصوص کشورهای در حال توسعه، در سال‌های اخیر اهمیت ویژه‌ای یافته است و دولت‌ها می‌توانند در جهت رشد و توسعه اقتصادی، گردشگری را به عنوان یک صنعت فعال و رو به رشد در نظر بگیرند.

۴- روش شناسی و تعیین مدل

در این پژوهش، تأثیر درآمدهای گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای حوزه چشم انداز شامل ایران، ارمنستان، آذربایجان، مصر، امارات متحده عربی، گرجستان، رژیم صهیونیستی، قزاقستان، قرقیزستان،

1. www.world bank.org

2. www.globalization.kof.ethz.ch

(۲)

$$GDP_i = AK_i^{\beta_1} L_i^{\beta_2} ITRC_i^{\beta_3} KOF_i^{\beta_4} FDI_i^{\beta_5} LSE_i^{\beta_6}$$

با لگاریتم گرفتن از دو طرف معادله‌ی فوق، داریم:

(۳)

$$\log GDP_i = \alpha_i + \beta_1 \log K_i + \beta_2 \log L_i + \beta_3 \log ITRC_i + \beta_4 \log KOF_i + \beta_5 \log FDI_i + \beta_6 \log LSE_i + \varepsilon_i$$

که در این مدل از متغیرهای زیر برای بررسی رابطه شاخص مخارج گردشگری و رشد اقتصادی استفاده شده است:

GDP: تولید ناخالص داخلی بر حسب دلار آمریکا.

K: تشکیل سرمایه ناخالص به صورت درصدی از تولید ناخالص داخلی واقعی بوده و به عنوان سرمایه گذاری در سرمایه فیزیکی در نظر گرفته می شود (لوکاس^۲، بارو^۳، ۱۹۸۸؛ بارو^۳، ۱۹۹۰؛ گروسمن و هلمپن^۴، ۱۹۹۱؛ بارو و مارتین^۵، ۱۹۹۲؛ بنها و اسپیکل^۶، ۱۹۹۴؛ بارو و لی^۷، ۱۹۹۴؛ و تمپل^۸، ۱۹۹۹).

L: نیروی کار.

ITRC: درآمدهای حاصل از گردشگری است که به صورت جاری و به واحد دلار آمریکا استخراج شده و با استفاده از شاخص قیمتی مصرف کننده^۹، به قیمت ثابت ۲۰۰۵ تبدیل شده است.

FDI: سرمایه گذاری مستقیم خارجی به صورت درصدی از تولید ناخالص داخلی.

SE: نسبت ثبت نام ناخالص اولیه است و به عنوان سرمایه گذاری در سرمایه انسانی در نظر گرفته می شود؛ که مجموع کل ثبت نام در آموزش ابتدایی بدون در نظر گرفتن سن بیان شده، به عنوان درصد از جمعیت در سن رسمی آموزش ابتدایی است که به علت گنجاندن دانش آموزان بیش از حد سن و زیر سن، به

برای بررسی علل و عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی، الگوهای متعددی طراحی شده است. این الگوها نیز همانند سایر الگوهای اقتصادی در طول زمان تکامل یافته‌اند و برای تطبیق با دنیای واقعی، فرض‌های واقعی‌تری را در بر گرفته‌اند. یک تحول اساسی در این زمینه، گذر از مدل‌های رشد برون‌زا به درون‌زا می‌باشد. کارهای تجربی نیز؛ متأثر از این تحولات در الگوهای نظری، نقش عوامل مختلف تأثیرگذار بر رشد اقتصادی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند. همان‌طور که لوین و رنلت^۱ با معرفی مدل زیر بیان می‌دارند، هنوز یک الگوی نظری مورد قبول همگان برای انجام کارهای تجربی وجود ندارد. الگوهای نظری موجود، نیز متغیرهایی را که معمولاً در الگوهای رشد، استفاده شده است و متغیرهای مورد بررسی در هر مطالعه‌ی تجربی را مشخص نمی‌کنند.

$$Y = \beta_1 I + \beta_2 Z + \beta_3 M + U \quad (۱)$$

در اینجا Y ، نرخ رشد تولید ناخالص داخلی واقعی، I ، مجموعه‌ای از متغیرهایی است که همواره در الگوی رشد وجود دارند، Z ، زیرمجموعه‌ای از متغیرهایی است که در تحقیقات گذشته به عنوان متغیرهای توضیحی مهم، به کار گرفته شده است و M ، متغیر مورد بررسی است. متغیر مورد بررسی در این پژوهش، شاخص عملکرد محیط زیست است. اولین متغیرهای مورد استفاده در مدل این تحقیق، دو متغیر اصلی مدل‌های رشد که از اولین مدل‌های رشد یعنی مدل‌های هارود دومار و سولو تا مدل‌های درونزای اخیر که اکثراً این دو متغیر را دارند، یعنی سرمایه و نیروی کار می‌باشد.

باتوجه به مبانی تئوریک و ادبیات موضوع موجود، متغیرهای لحاظ شده در مدل این تحقیق عبارتند از: شاخص مخارج گردشگری، شاخص آزادی اقتصادی، سرمایه گذاری مستقیم خارجی، سرمایه انسانی، سرمایه فیزیکی و نیروی کار است. با توجه به این متغیرها، مدل مورد بررسی در این تحقیق به صورت زیر است:

^۱. Levine and Renelt

^۲. Lucas

^۳. Barro

^۴. Grossman and Helpman

^۵. Barro and Sala-i. Martin

^۶. Benha and Spiegel

^۷. Barro and Lee

^۸. Temple

^۹. Consumer Price Index

از نرم افزار Eviews8 صورت گرفته و F محاسباتی برابر 272.6 و C^2 محاسباتی معادل 21.97 برآورد شده است و معنی دار می باشند (جدول ۲). طبق آزمون F ضرایب ثابت برای هر کشور جداگانه لحاظ شده و فرضیه صفر مبنی بر استفاده از حداقل مربعات معمولی رد می شود و در نتیجه باید عرض از مبدهای مختلفی (روش اثرات ثابت یا اثرات تصادفی) در مدل لحاظ نمود. بر اساس آماره C^2 آزمون هاسمن، فرضیه صفر مبنی بر استفاده از روش اثرات تصادفی رد می شود و بین اثرات ثابت و تصادفی، اثر ثابت انتخاب شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون

| نتیجه (مدل مناسب) | سطح معناداری | آماره F | متغیر وابسته در مدل | شماره مدل |
|--------------------------|--------------|-----------|---------------------|-----------|
| رد مدل داده‌های تابلوهای | ۰.۰۰۰ | ۲۷۲.۶ | تولید ناخالص داخلی | ۱ |

منبع: محاسبات تحقیق

آزمون هاسمن^۱ برای انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی

جهت برآورد نیز روش های مختلفی همچون روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی وجود دارد که بر حسب مورد، کاربرد خواهند داشت. روش اثرات ثابت، با وارد کردن متغیرهای مجازی، اثرات واحدهای مقطعی مختلف را جدا می کند و روش اثرات تصادفی نیز به نوعی دیگر ناهمسانی واریانس بین گروهی را برطرف می نماید. به منظور اینکه مشخص گردد کدام روش (اثرات ثابت و یا اثر تصادفی) جهت برآورد مناسب تر است از آزمون هاسمن استفاده می شود. هاسمن به منظور تعیین روش اثرات ثابت یا تصادفی جهت برآورد مدلها مورد استفاده قرار می گیرد. فرضیه صفر در آزمون هاسمن این است که هیچ ارتباطی بین جزء اخلاص مربوط به عرض از مبدأ و متغیرهای توضیحی وجود ندارد و به عبارت دیگر، در

دلیل ورودی مدرسه زودرس و دیررس و تکرار درجه، می تواند بیش از ۱۰۰٪ باشد.

KOF شاخص آزادی اقتصادی یک شاخص ترکیبی جدید است که شامل آزادی مجموعه ای از شاخص های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی می باشد. مقیاس این شاخص ۰ تا ۱۰۰ می باشد و ۱۰۰ بالاترین درجه جهانی شدن را نشان می دهد.

ϵ_i : جمله پسماند.

با برآورد معادله ی ۳ به بررسی اثر شاخص مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای منطقه چشم انداز پراخته شده است. در روش داده های تلفیقی ابتدا دو آزمون انجام می شود:

جهت انتخاب بین دو روش *Pooling* و *Fixed* از آماره آزمون F استفاده می کنیم که فرمول آن به صورت زیر است:

(۴)

$$F = \frac{|RSS_R - RSS_{UR}| / N - 1}{RSS_{UR} / NT - N - K} \approx F_{N-1, NT-N-K}$$

N : تعداد کل مشاهدات

K : تعداد متغیرهای توضیحی

RSS_R : مجموع مربعات باقیمانده مدل با اثرات ثابت

RSS_{UR} : مجموع مربعات مدل مقید

با توجه به اینکه F محاسباتی بزرگتر از مقدار بحرانی جدول می باشد، فرض (H_0) رد می شود یا به عبارتی مدل (*Pooling*) رد می شود و مدل اثرات ثابت پذیرفته می شود.

و برای تعیین روش اثر ثابت و یا اثر تصادفی از آزمون هاسمن استفاده می شود.

۵. یافته های تحقیق

با استفاده از روش حداقل مربعات تعمیم یافته، معادله (۳) در دوره زمانی ۱۳۷۴-۱۳۹۲ به روش داده های تلفیقی در قالب ۲۲۷ مشاهده برآورد شده است. با توجه به آماره t کلیه ضرایب مدل در سطح ۱ درصد، معنی دار و قابل قبول می باشند. آزمون ها با استفاده

¹. Hausman

جدول ۳: نتایج آزمون هاسمن

| شماره مدل | متغیر وابسته در مدل | آماره χ^2 | سطح معناداری | نتیجه |
|-----------|---------------------|----------------|--------------|------------------------|
| ۲ | تولید ناخالص داخلی | ۲۴.۱۶ | ۰.۰۰۰ | تایید مدل اثرات تصادفی |

منبع: محاسبات تحقیق

همگرایی تصادفی سری زمانی

در ساختار داده های تابلویی همگرایی نسبت به میانگین مقطعی مورد بحث قرار می گیرد، از این جهت در این تعریف نمی توان بین همگرایی جهانی و همگرایی درون کشوری تفاوت قائل شد، زیرا زمانی که تنها تعدادی از کشورهای موجود در نمونه به سطح مشترک یکنواختی همگرا هستند مدل همگرایی مقطعی برای این وضع مناسب نیست. به این دلیل که فرضیه صفر در مدل مقطعی حاکی از این است که هیچ یک از کشورهای موجود در نمونه به سمت میانگین مقطعی همگرا نیستند، در حالی که فرضیه مقابل حاکی از آن است که کل کشورهای موجود در نمونه به سمت تولید ناخالص داخلی سرانه مشترکی همگرا می شوند، از این رو این فرضیه گرایش شدیدی به رد فرضیه صفر دارد، در حالی که ممکن است اقتصادها حالت پایدار بلندمدت متفاوتی داشته باشند، همچنین از آنجا که روش رگرسیون مقطعی قادر به تعیین گروه کشورهای همگرا در نمونه نمی باشد برای رفع این مشکل آزمون سری زمانی به صورت زیر پیشنهاد می شود:

(۵)

$$\lim_{t \rightarrow \infty} E \left(\frac{y_{i,t+T} - y_{j,t+T}}{y_{i,t} - y_{j,t}} \right) = 0$$

بر اساس نظریه برنارد و دورلاف (۱۹۹۶) همگرایی بین دو کشور زمانی محقق می شود که شکاف تولید ناخالص داخلی سرانه واقعی / درآمد های گردشگری این دو کشور همراه با میانگین ثابت مانا (پایا) شود، اما همگرایی در بیش از یک

صورتی که آنها مستقل از یکدیگر هستند فرضیه صفر رد و فرضیه مقابل پذیرفته شود، روش اثرات ثابت سازگار و روش اثرات تصادفی ناسازگار است و باید از روش اثرات ثابت استفاده کنیم. آماره آزمون هاسمن دارای توزیع کای-دو است و در صورتیکه احتمال آن کوچکتر از ۰.۰۵ باشد، مدل اثر ثابت در سطح ۹۵ درصد اطمینان پذیرفته می شود. برای تخمین معادلات با توجه به ویژگیهای الگو، ابتدا باید مشخص شود که کدام یک از روشهای اثرات ثابت یا اثرات تصادفی مناسب هستند. فرضیه صفر در آزمون هاسمن، تأیید استفاده از روش اثرات تصادفی در تخمین معادلات است و فرضیه مقابل بر استفاده از روش اثرات ثابت برای تخمین الگو تأکید دارد فرضیه صفر در آزمون هاسمن بدین صورت می باشد.

$$H_0: \alpha = \alpha_s$$

$$H_1: \alpha \neq \alpha_s$$

فرضیه صفر به این معنی است که ارتباطی بین جزء اخلاص مربوط به عرض از مبدأ و متغیرهای توضیحی وجود ندارد آن ها از یکدیگر مستقل هستند. در حالی که فرضیه مقابل به این معنی است که بین جزء اخلاص مورد نظر و متغیر توضیحی همبستگی وجود دارد و چون به هنگام وجود همبستگی بین جزء اخلاص و متغیر توضیحی با مشکل تورش و ناسازگاری مواجه می شویم، بنابر این بهتر است در صورت پذیرفته شدن H_1 از روش اثرات ثابت استفاده کنیم. تحت فرضیه H_0 ، اثرات ثابت و اثرات تصادفی هر دو سازگار هستند ولی روش اثرات ثابت ناکارا است. یعنی در صورت رد شدن فرضیه H_0 روش اثرات ثابت سازگار و روش اثرات تصادفی ناسازگار است و باید از روش اثرات ثابت استفاده کنیم.

بر اساس این آزمون، رد فرضیه صفر بیانگر استفاده از روش اثرات ثابت می باشد. نتایج به دست آمده از آزمون هاسمن که در جدول شماره ۳ ارائه شده است نشان می دهد که سطح معنی داری در مدل کمتر از ۰/۰۵ است که دال بر رد فرضیه صفر و انتخاب روش اثرات ثابت برای مدل می باشد.

مجمعی به منظور آزمون فرضیه همگرایی استفاده می شود. در روش دوم همگرایی نسبت به یک کشور مبنا مورد بررسی قرار می گیرد، ما در این پژوهش از آزمون ریشه واحد استفاده کرده ایم.

مقطع (کشور) و بین کشوری به دلیل پیچیدگی های اقتصادسنجی کمی دشوار می شود. برنارد و دورلا ف دو روش را به منظور آزمون فرضیه همگرایی بین کشوری ذکر نمودند. در روش نخست از روش های

جدول ۴: نتایج آزمون ریشه واحد برای متغیرهای مدل

| Variables | PP - Fisher Chi-square | | ADF - Fisher Chi-square | | Im, Pesaran and Shin W-stat | | Levin, Lin & Chut | |
|-----------|------------------------|------------------|-------------------------|------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|------------------|
| | سطح احتمال | آماره محاسبه شده | سطح احتمال | آماره محاسبه شده | سطح احتمال | آماره محاسبه شده | سطح احتمال | آماره محاسبه شده |
| Litrc | 0.027 | 31.195 | 0.986 | 7.38 | 0.96 | 1.81 | 0.31 | -0.49 |
| Lkof | 0.987 | 9.81 | 0.36 | 23.7 | 0.34 | -0.409 | 0.75 | 0.67 |
| Lse | 0.332 | 26.42 | 0.124 | 32.08 | 0.138 | -1.087 | 0.001 | -2.95 |
| Ll | 0.99 | 6.31 | 0.898 | 15.7 | 0.99 | 2.79 | 0.72 | 0.6 |
| Lk | 0.99 | 2.31 | 0.97 | 3.1 | 0.95 | 1.73 | 0.32 | -0.46 |
| Lfdi | 0.67 | 20.39 | 0.99 | 10.43 | 0.96 | 1.806 | 0.75 | 0.68 |
| ضریب ثابت | 0.042 | 37.13 | 0.019 | 37.77 | 0.064 | -1.52 | 0.0001 | -3.86 |

منبع: محاسبات تحقیق

همچنین کشش شاخص آزادی اقتصادی (IKOF) مثبت برآورد شده است که نشان دهنده این موضوع است که افزایش ۱ درصد در آزادی اقتصادی، باعث افزایش ۱.۰۶ درصد در تولید ناخالص داخلی می شود، که می تواند بیانگر بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشورهای مورد بررسی در سال های اخیر باشد.

تاثیر سرمایه گذاری در سرمایه انسانی (ISE) بر تولید ناخالص داخلی مثبت برآورد شده است که نشان می دهد افزایش ۱ درصدی ثبت نام در مقطع ابتدایی، منجر به افزایش ۰.۳ درصدی تولید ناخالص داخلی یابد. طبق نتایج بدست آمده، سرمایه گذاری در سرمایه فیزیکی (IK) که از طریق تشکیل سرمایه ناخالص به صورت درصدی از GDP محاسبه می شود و نیز کل نیروی کار موجود در اقتصاد (IL)، تاثیر مثبت معناداری بر رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی دارند. برآورد ها نشان می دهند که ۱ درصد افزایش در کشش سرمایه فیزیکی و کل نیروی کار موجود در اقتصاد این کشورها به ترتیب افزایش ۰.۰۷ و ۰.۷ درصدی در رشد اقتصادی را در پی خواهد داشت.

کشش سرمایه گذاری مستقیم خارجی (FDI) منفی برآورد شده است که نشان دهنده تاثیر منفی آن بر رشد اقتصادی کشورهای مورد نظر است. تاثیر

با توجه به نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد مشاهده شده است که همه متغیرهای مدل در سطح نامانا هستند و با یک بار تفاضل گیری مانا می شوند. نتایج برآورد در جدول (۵) منعکس شده است. با توجه به این که مدل به صورت لگاریتمی تخمین زده شده، تمام ضرایب بدست آمده بیانگر کشش متغیرهای توضیحی مدل نسبت به تولید ناخالص داخلی است.

جدول ۵: برآورد تاثیر گردشگری بر تولید ناخالص

داخلی به روش اثرات ثابت

| متغیرها | ضرایب | آماره t |
|-----------|--------|---------|
| Litrc | ۰.۰۶۴ | ۵.۰۶ |
| Lkof | ۱.۰۶۷ | ۱۳.۰۵ |
| Lse | ۰.۳۶۵ | ۴.۸۲ |
| Ll | ۰.۷۹۸ | ۱۴.۵۹ |
| Lk | ۰.۰۷۹ | ۴.۷۵ |
| Lfdi | -۰.۰۱۶ | -۳.۶۲ |
| ضریب ثابت | ۲.۰۹۶ | ۷.۴۴ |

منبع: یافته های تحقیق

نتایج حاصل از تخمین، دلالت بر تاثیر مثبت و معنادار متغیر گردشگری (litrc) بر رشد اقتصادی کشور های منطقه چشم انداز دارد. به عبارت دیگر، ۱ درصد افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری منجر به افزایش ۰.۶ درصدی تولید ناخالص داخلی کشورهای مورد بررسی دارد.

منفی سرمایه گذاری مستقیم خارجی بر رشد بیانگر این موضوع است که در این کشورها به دلیل فقدان بازارهای مالی توسعه یافته، اثرات سرریز دانش حاصل از جذب FDI محدود می شود و شرکت‌ها برای جذب منافع حاصل از دانش جدید حاصل از سرمایه گذاری مستقیم خارجی، نیازمند اصلاح فعالیت‌های روزانه و سازماندهی مجدد ساختارهای خود، خرید ماشین آلات جدید و به کارگیری نیروی کار متخصص و ماهر هستند که تامین مالی این موارد به صورت داخلی، جزا طریق بازارهای مالی گسترده امکان پذیر نیست.

۶) خلاصه، نتیجه گیری و پیشنهادات

هدف عمده و اصلی این تحقیق، بررسی تاثیر درآمدهای گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای منطقه چشم‌انداز می‌باشد. بر اساس نتایج بدست آمده، درآمدهای حاصل از این صنعت تاثیر مثبت بر رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی داشته است. به عبارت دیگر افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری، رشد اقتصادی این کشورها را افزایش می‌دهد. به همین جهت کشورهای منطقه چشم‌انداز می‌توانند در سطوح زیربنایی در جهت بهبود ساختار آن سرمایه گذاری کنند، بر این اساس، این کشورها بایستی:

۱- شرایط حمل و نقل داخلی و بین‌المللی را بهبود دهند: پیدایش راه آهن در قرن نوزدهم در حمل سریع کالا و نقل و انتقال مسافری نقش عمده ای ایفا کرد. در کشورهایی مثل فرانسه و ژاپن از این وسیله استفاده لازم صورت گرفته است. حمل و نقل‌های دریایی و رودخانه ای در توسعه توریسم نقش موثری ایفا کرده است، مثل رود راین و دانوب. همین طور در مورد هواپیما، از آنجاییکه مانند کشتی در همه جهات قابل گذر است و به فرودگاه وابسته است، در نقل و انتقال سریع مسافرین مهمترین نقش را ایفا می‌کند. به این ترتیب مجموع این عوامل منجر به تکامل گردشگری شده است. ۲- ارتقاء سطح فرهنگ و بینش اجتماعی: با پیشرفت رسانه‌های گروهی و

بالارفتن سطح آگاهی مردم از امکانات بالقوه و گذران اوقات فراغت؛ و افکار روشنفکران در بهبود وضع اجتماعی و رهایی از نارسایی‌های ناشی از کار زیاد، همگی در پیشرفت صنعت جهانگردی نقش اساسی ایفا کرد. ۳- موسسات و آژانس‌های توریستی: این آژانس‌ها تسهیلاتی همانند ترتیب دادن بازدیدها، گشت‌های مختلف، فراهم کردن امکانات لازم برای بازدید از اماکن تاریخی، تهیه و توزیع انواع نقشه و بروشور، تعیین هتل و تهیه بلیط و روادید و... برای گردشگران فراهم می‌آورند. در نتیجه می‌توانند در جهت جذب گردشگران خارجی نقش اساسی را ایفا کنند. ۴- این کشورها با تاسیس یک سازمان بین‌المللی گردشگری در بین کشورهای عضو و ایجاد شرایط بهتر و راحت‌تر در زمینه‌هایی مانند حمل و نقل بین کشورهای عضو، بهبود شرایط سیاسی و امنیتی برای گردشگران، معرفی جاذبه‌های گردشگری این کشورها در داخل کشورهای عضو و ... می‌توانند گام‌های اساسی در پیشبرد توسعه صنعت گردشگری در این منطقه بردارند. صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه‌های جهانگردی، روبه افزایش است. امروزه جذب گردشگران خارجی به رقابتی فزاینده در بین نهادهای درگیر در صنعت گردشگری تبدیل شده است. زیرا این صنعت نه تنها در پیشبرد اقتصاد ملی و درآمدهای ارزی نقش دارد، بلکه صنعتی پاکیزه و عاری از آلودگی و در عین حال ایجادکننده مشاغل جدید است. در نتیجه کشورهایی مانند ایران که جاذبه‌های گردشگری بیشماری دارند، باید اهمیت بیشتری به این صنعت دهند و با سرمایه‌گذاری در آن جایگاه، آن را در اقتصاد ملی و در جهت رشد و توسعه کشور بیش از پیش نمایان کنند تا این صنعت به مهم‌ترین منبع کسب درآمد ارزی تبدیل شود. مشروط بر اینکه برنامه ریزی صحیح و همه جانبه‌ای؛ توأم با آینده‌نگری برای آن تنظیم و اجرا شود.

منابع

استان اصفهان"، فصلنامه پژوهش های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، سال سیزدهم، ش ۱، ص ۲۳-۱.

۱۰. یاور، کاظم، رضاقلی زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، سید محمد حسن (۱۳۸۹)، "تاثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشور های عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)", مجله تحقیقات اقتصادی، ش ۹۱.

11. Baltagi, H.B.(2005), "Econometric Analysis of Panel Data", John Wiley and Sons, Third Edition.

12. Chen-Fu, C. Chiou-Wei, S. 2009. "Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea", Tourism Management, No 30, pp 812-818.

13. Dritsakis, N. 2009. "Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data", Tourism Economics, No 4, pp 801-816.

14. Fayissa, B. Nsiah, C. Tadasse, B. 2007. "The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa", Department of Economics and Finance Working Paper Series.

15. Gautam, B. P. ۲۰۱۱. "Tourism and Economic Growth in Nepal", NRB Economic Review.

16. Khalil. S. Khan Kakar, M. Waliullah. 2007. "Role of Tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan Economy", Pakistan Department Review, No 46, pp 985-995.

17. Jafari Samimi, A. Sadeghi, S. Sadeghi, S. 2011. "Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR Approach", Middle-East Journal of Scientific Research, No 10, pp 28-32.

18. Kreishan, F.M. 2011. "Time-series Evidence for Tourism-led Growth Hypothesis: A Case Study of Jordan", International Management Review, V 7, pp 89-93.

19. World bank, www.worldbank.org

20. World Travel & Tourism Council, www.wttc.org

۱. امیریان، سعید (۱۳۷۹)، "بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اقتصادی ایران با استفاده از تحلیل داده-ستانده، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.

۲. بردبار، بیتا، موسوی، سید نعمت الله (۱۳۹۰)، "گردشگری و رشد اقتصادی"، همایش ملی گردشگری، اقتصاد و بازاریابی.

۳. پورفرج، علیرضا، عیسی زاده روشن، یوسف و چراغی، کبری (۱۳۸۷)، "فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی، فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، ش ۱۳، ص ۴۶-۴۶.

۴. تولایی، سیمین (۱۳۸۵)، "جهانی شدن ابزاری در راستای توسعه گردشگری در ایران"، تحقیقات جغرافیایی، ش ۸۲، ص ۱۴۴-۱۳۲.

۵. رنج پور، رضا، کریمی تکانلو، زهرا و نجفی نسب، میر حجت (۱۳۹۰)، "بررسی فرضیه «گردشگری منجر به رشد» در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷"، فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه.

۶. طیبی، سید کامیل، بابکی، روح الله و جباری، امیر (۱۳۸۶)، "بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)", پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی «ویژه اقتصاد»، سال هفتم، ش ۲۶.

۷. طیبی، سید کامیل، جباری، امیر و بابکی، روح الله (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)", مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، ش ۲۴.

۸. محنت فر، یوسف، صالحی، صادق (۱۳۹۱)، "گردشگری و توسعه پایدار در اقتصاد ایران"، همایش گردشگری و توسعه پایدار.

۹. نصر اللهی، خدیجه، اکبری، نعمت الله و رضانی، صفورا (۱۳۹۲)، "ایجاد، تخصیص، توزیع، مصرف و پس انداز درآمد ارزی حاصل از مخارج گردشگری بین المللی در بخش های مختلف اقتصادی