

## The Role of Economic Freedom in Tourism Development (Using PVAR Approach)

**Roohollah Babaki** \* 

Assistant Professor, Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Bojnord, Bojnord, Iran.

**Mahnaz Efati** 

Master's degree in Economics, Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Bojnord, Bojnord, Iran.

### Abstract

The tourism sector is one of the largest and fastest-growing industries worldwide. Owing to its significant contribution to economic growth and employment, identifying the determinants of inbound tourism has continuously attracted scholarly attention. Within this framework, examining the role of economic freedom in shaping the development of the tourism industry holds particular importance in the literature. Therefore, this study investigates the impact of economic freedom on tourism development across selected member countries of the Organization of Islamic Cooperation (OIC) over the period 2006–2020, employing the Panel Vector Auto regression (PVAR) approach. The empirical findings reveal that economic freedom exerts a positive and statistically significant effect on tourism development. These results suggest that policymakers should prioritize measures aimed at improving economic freedom as an effective strategy to strengthen the tourism sector and enhance international tourist inflows.

**Keywords:** Economic Freedom, Tourism, Panel Vector Auto Regression (PVAR) Approach.

\* Corresponding Author: babaki@ub.ac.ir  
**How to Cite:** xxxxxxx

## 1. Introduction

The tourism sector has garnered attention in both developed and developing countries, as it is the fastest-growing sector globally. Nations also prioritize the development of tourism for its contributions to growth through the production of goods and services, as well as the creation of significant job opportunities. Given that economic growth is the primary macroeconomic objective of countries, identifying the key factors that contribute to the development of the tourism sector and the prosperity of international tourism is crucial, as it aids in formulating development policies for this sector. In this context, studies examining the role of freedoms in the development of the tourism sector are of vital importance in the literature. Reviews indicate that only a limited number of empirical studies have explored the impact of institutional factors, such as economic freedom, on inbound tourism. Consequently, this paper aims to investigate the effect of economic freedom on tourism revenue in selected member countries of the Organization of the Islamic Conference (OIC) during the period from 2006 to 2020.

## 2. Methodology

The approach utilized in this Research is the Panel Vector Auto Regression (PVAR) method. The application of the Panel Vector Auto Regression (PVAR) method offers significant methodological advancements in tourism studies and yields useful and practical results for analyzing the effects of economic freedom on tourism development across countries. The multivariate PVAR model selected in this Research to estimate the relationship between economic freedom, the tourism industry, and economic growth can be expressed as follows:

$$TOUR_{it} = \sigma + \sum_{i=1}^k \beta_i TOUR_{t-1} + \sum_{j=1}^k \theta_j EF_{t-j} + \sum_{m=1}^k \varphi_m EG_{t-m} + u_t$$

In the equation above, TOUR denotes tourism, EF signifies economic freedom, and EG represents economic growth. Specifically, TOUR indicates the number of foreign tourists entering each country, with data sourced from the World Bank database. The overall index of economic freedom (EF) for countries worldwide, calculated by the Heritage Foundation, ranges from 0 to 100; this indicates that as the values approach 100, economic freedom increases. The data for this index was obtained from the Heritage Foundation website. The data for the annual economic growth (EG) variable, expressed as a percentage, was sourced from the World Bank website.

### 3. Findings

The coefficient of the economic freedom variable in selected member countries of the Organization of the Islamic Conference (OIC) is 4.48 and is statistically significant at the 95% confidence level. This means that economic freedom has a positive and significant effect on the tourism industry. With the liberalization of the economy of this group of countries, the necessary conditions for the entry of tourists are provided and thus it has a positive effect on the tourism industry. The coefficient of the economic growth variable in selected OIC countries is 3.12 and is statistically significant at the 95% confidence level. This means that economic growth has a positive effect on the tourism industry.


Also, the instantaneous response functions show the response of the tourism variable to the shocks caused by economic growth and economic freedom. The response of tourism to the economic freedom shock was initially downward and in a short period of time, it was decreasing; but then it increased and finally it became stable. This is while the tourism variable has suffered a large shock to the economic growth variable shock over time and has taken an increasing trend and then it has undergone a decreasing trend and gradually its trend has stabilized and has had the greatest effect on the tourism industry variable.


In addition, variance analysis has been used to measure the contribution of economic growth and economic freedom variables in explaining the changes in the tourism industry variable of selected member countries of the Organization of the Islamic Conference (OIC). According to the results obtained, in the first period (short term), 100% of the explanations in the tourism industry are made by itself, but with the increase in the period under Research, the effect of independent variables in the explanatory power of the tourism industry increases.

### 4. Conclusion

According to the findings of this Research, the assumption that increasing economic freedoms will have a positive effect on tourist arrivals is confirmed and accepted. Therefore, policymakers are advised to prioritize increasing economic freedom as a means to strengthen the tourism industry (increasing the number of international tourists). Creating and strengthening a competitive environment in economic activities will provide superior and better services to incoming tourists, which will attract more incoming tourists to the country and, as a result, increase economic growth.

## نقش آزادی اقتصادی در توسعه گردشگری (با استفاده از رهیافت خود توضیح برداری تابلویی)

روح اله بابکی \*  استادیار، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران.

مهناز عفتی  کارشناسی ارشد، اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران

### چکیده

بخش گردشگری یکی از بخش‌های بزرگ و در حال رشد سریع در جهان است. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری، بررسی عواملی که گردشگری ورودی را به خود جلب می‌کند، همواره مورد توجه محققان بوده است. در این زمینه، بررسی نقش آزادی اقتصادی در توسعه بخش گردشگری از اهمیت حیاتی در ادبیات برخوردار است. بر این اساس، این پژوهش به دنبال بررسی اثر آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) طی دوره زمانی ۲۰۰۶-۲۰۲۰ با استفاده از رهیافت خود توضیح برداری تابلویی بوده است. نتایج نشان می‌دهد که اثر آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری، مثبت و معنی‌دار است. از این رو سیاست‌گذاران باید افزایش آزادی اقتصادی را به عنوان وسیله‌ای برای تقویت صنعت گردشگری (افزایش ورود گردشگران بین‌المللی) در اولویت قرار دهند.

کلیدواژه‌ها: آزادی اقتصادی، گردشگری، روش خود توضیح برداری تابلویی

## مقدمه

بخش گردشگری هم در کشورهای توسعه یافته و هم در کشورهای در حال توسعه کانون توجه قرار گرفته است؛ چراکه این بخش، از لحاظ کمک به رشد اقتصادی از طریق افزایش تولید کالا و خدمات و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی زیاد، حائز اهمیت است. سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد<sup>1</sup> (UNWTO) استدلال می‌کند که بخش گردشگری به شدت به بهبود اقتصاد بین‌المللی کمک کرده و میلیون‌ها شغل در سراسر جهان ایجاد کرده است (UNWTO, 2015). به ویژه، گردشگری در ایجاد فرصت‌های شغلی و کسب و کارهای کوچک در کشورهای در حال توسعه، بسیار موثر است و از این رو تا حدودی با مشکلات بیکاری مزمن مقابله می‌کند (Saha et al. 2016). تعداد زیادی از مطالعات در ادبیات وجود دارند که نشان می‌دهند توسعه بخش گردشگری به گسترش تولید کالاها و خدمات کشورها کمک می‌کند و رشد اقتصادی آن‌ها را افزایش می‌دهد (Öcal et al., 2020; Aslan, 2016; Lean et al., 2014; Aslan, 2014; Samimi et al., 2011). با توجه به این‌که رشد اقتصادی هدف اصلی اقتصاد کلان کشورهاست، شناسایی عوامل کلیدی که به توسعه بخش گردشگری و رونق گردشگری بین‌المللی کمک می‌کند، یک امر بسیار مهم و ضروری است. تعیین عوامل تعیین‌کننده تقاضای گردشگری بین‌المللی به طور خاص، شکل‌گیری سیاست‌های توسعه این بخش را فراهم می‌کند. در این زمینه، مطالعات مربوط به سهم آزادی‌ها در توسعه گردشگری از اهمیت حیاتی در ادبیات برخوردار است (Özcan et al. 2014؛ Gholipour et al. 2016؛ Kubickova, 2016؛ Saha et al. 2016؛ Özcan et al. 2016). سهم این مقاله در ادبیات اقتصادی، پر کردن شکاف‌های موجود در ادبیات مرتبط، تأکید بر اهمیت مؤلفه‌های آزادی اقتصادی از نظر بخش گردشگری و ارائه شواهد قوی با روش مورد استفاده است. از آنجا که در کشورهای در حال توسعه، به ویژه کشورهای صادرکننده نفت، معضلاتی از قبیل نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی، اقتصاد تک محصولی، سطح پایین درآمد سرانه و نرخ‌های پایین رشد اقتصادی به وضوح دیده می‌شود، در نتیجه، این کشورها برای رهایی از چنین مشکلاتی نیازمند رشد اقتصادی سریع و مستمر هستند و با توجه به این‌که صنعت گردشگری، یکی از صنایع مهم و پردرآمد جهان شناخته شده است، می‌تواند نقش قابل توجهی در راستای این هدف داشته باشد.

---

<sup>1</sup> . The United Nations World Tourism Organization (UNWTO)

از این رو این مقاله به دنبال بررسی اثر آزادی اقتصادی بر درآمد گردشگری در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی<sup>۱</sup> (OIC) طی دوره 2006-2020 با استفاده از رهیافت خودتوضیح برداری تابلویی<sup>۲</sup> (PVAR) است. این تحقیق به درک گسترده‌تر تأثیر سیاست‌های اقتصادی بر گردشگری کمک می‌کند و بینش‌های ارزشمندی را برای سیاست‌گذارانی که قصد دارند از آزادی اقتصادی برای توسعه گردشگری استفاده کنند، ارائه می‌دهد. کاربرد رهیافت خودتوضیح برداری تابلویی (PVAR)، پیشرفت روش‌شناختی قابل توجهی را در مطالعات گردشگری ایجاد می‌کند و نتایج مفید و کاربردی برای تجزیه و تحلیل تأثیرات آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری در بین کشورها ارائه می‌دهد. این پژوهش در ۵ بخش ارائه خواهد شد؛ به این صورت که در بخش اول، مقدمه ارائه شد. بخش دوم به ادبیات موضوع پژوهش اختصاص دارد و در آن به مبانی نظری و پیشینه تحقیق، پرداخته خواهد شد. در بخش سوم، روش تحقیق و تصریح مدل و در بخش چهارم، یافته‌های حاصل از برآوردهای مدل پژوهش، ارائه خواهد شد. بخش پنجم نیز به نتیجه‌گیری و ارائه‌ی پیشنهادهای سیاستی، اختصاص دارد.

### مبانی نظری

بسیاری از تحقیقات تجربی، نقش محوری صنعت گردشگری در تقویت رفاه اقتصادی را به طور قطعی اثبات کرده‌اند (Aslan, 2015; Selimi et al., 2017; Manzoor et al., 2019; Rasool et al., 2021). این ادعا در نظریه‌هایی مانند نظریه رشد مبتنی بر گردشگری<sup>۳</sup> (TLEG) اعتبار می‌یابند. در نتیجه، محققان و نظریه‌پردازان توسعه خود را مجبور به درک عمیقی از محرک‌های اصلی توسعه گردشگری می‌دانند. تلاش‌های آنها شامل بررسی جامع عوامل مختلف اقتصادی، سیاسی، نهادی و زیرساختی در هر دو طرف تقاضا و عرضه بوده است. برخی از متغیرهای مورد بررسی عبارتند از: تولید ناخالص داخلی، سطح قیمت‌ها، نرخ ارز، هزینه سفر، ریسک سفر، اضطراب گردشگری، بی‌ثباتی سیاسی، مکان‌های میراث، شباهت‌های فرهنگی و فساد (Hamza et al., 2025). یکی دیگر از این متغیرهای اثرگذار، آزادی اقتصادی است که مورد توجه این پژوهش است. عواملی مانند

<sup>1</sup>. Organization of the Islamic Cooperation (OIC)

<sup>2</sup>. Panel vector autoregression (PVAR)

<sup>3</sup>. Tourism Led Economic Growth (TLEG)

آزادی اقتصادی و نهادهای قوی برای افزایش تقاضای گردشگری و هدایت توسعه گردشگری به سمت رونق اقتصادی بسیار مهم هستند (Acemoglu et al., 2012). آزادی اقتصادی، یکی از اصول مهم در ارزیابی توسعه یافتگی کشورها است. آزادی اقتصادی، بر پایه‌ی شرکت در مبادله‌ی داوطلبانه، انتخاب‌های شخصی، بازارهای باز و حقوق مالکیت می‌باشد؛ البته تا زمانی که به شخص یا اموال دیگران آسیبی نرساند (Gwartney et al., 2023). آزادی اقتصادی، شامل حق اساسی افراد و مشاغل برای کنترل کار و دارایی خود در محیطی است که یک سیستم حقوقی منصفانه از حقوق آنها محافظت می‌کند (Hamza et al., 2025). به بیان دیگر، آزادی اقتصادی به معنای آزاد بودن افراد در دخل و تصرف، معاوضه، مبادله و واگذاری دارایی‌های شخصی‌شان است که از طریق قانونی آن را به دست آورده‌اند. همچنین می‌توان آزادی اقتصادی را به صورت نبود تحمیل یا محدودیت بر تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات تعریف کرد. به عقیده آن‌ها «اگر جامعه‌ای از نظر اقتصادی، آزاد باشد، انتخاب افراد تعیین می‌کند که کدام کالا و خدمات تولید شود». طبق تعریف بنیاد هریتیج<sup>۱</sup> در سال 2023، آزادی اقتصادی باعث رفاه بیشتر می‌شود، شاخص آزادی اقتصادی رابطه مثبت بین آزادی اقتصادی و انواع اهداف مثبت اجتماعی و اقتصادی را مستند می‌کند. آرمان‌های آزادی اقتصادی به شدت با جوامع سالم‌تر، محیط‌های پاک‌تر، ثروت سرانه بیشتر، توسعه انسانی، دموکراسی و رفع فقر مرتبط است. البته برای ایجاد آزادی‌های اقتصادی باید نهادهای مناسب فعالیت کنند و سیاست‌های لازم اعمال شود. وقتی دولت‌ها از اموال و حقوق مالکیت مردم خود در برابر کسانی که تلاش می‌کنند با خشونت، فشار و تقلب به آنها دست یابند، محافظت کنند، می‌توانند آزادی اقتصادی را تضمین کنند (Gwartney & Lawson, 2003).

آزادی اقتصادی، معیار جامعی برای تعیین سازگاری نهادها و سیاست‌های یک کشور است و شاخص آزادی اقتصادی، پرکاربردترین شاخص در زمینه‌ی تعیین کیفیت نهادهای اقتصادی است. شاخص آزادی اقتصادی، میزانی است که نهادها و سیاست‌های دولتی می‌توانند از منافع مردم، بدون دخالت در تصمیم‌گیری‌هایشان محافظت کنند (Sharma, 2020). یکی از شناخته‌شده‌ترین شاخص‌های آزادی اقتصادی در سطح بین‌المللی، شاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتیج است که در این پژوهش از این شاخص آزادی اقتصادی استفاده خواهد شد. شاخص آزادی اقتصادی بنیاد هریتیج برای نخستین بار، در سال ۱۹۸۰ مطرح

<sup>1</sup> . The Heritage Foundation

شد. بنیاد هریتیج، آزادی اقتصادی را معیاری می‌داند که طبق آن، افراد فارغ از فشار یا اجبار بیش از حد نیاز دولت، آزادند به تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات بپردازند.

این شاخص، از مجموع ۴۱ شاخص فرعی تشکیل شده است. بنیاد هریتیج در روش اندازه‌گیری و رتبه‌بندی آزادی اقتصادی خود در سال ۲۰۰۷ تغییر و تحولی را اتخاذ کرد، به این شکل که قبل از سال ۲۰۰۷، هر شاخص فرعی از عدد ۱ تا ۵ اندازه‌گیری شده و هرچقدر عدد مذکور بیشتر می‌شد، نشان‌دهنده‌ی کمترین میزان آزادی اقتصادی بود؛ از آن سال به بعد، هر شاخص فرعی از ۰ تا ۱۰۰ درصد، اندازه‌گیری شده و مقدار بالاتر آن، برعکس روش قبل، نشان‌دهنده‌ی بالاترین میزان آزادی اقتصادی است. در تقسیم‌بندی دیدگاه بنیاد هریتیج، کشورها بر اساس امتیاز کسب شده‌ی خود به پنج گروه تقسیم می‌شوند: ۱- آزاد، ۲- عمدتاً آزاد، ۳- تقریباً بسته، ۴- عمدتاً بسته و ۵- سرکوب شده.

۱۰ مؤلفه آزادی اقتصادی در شاخص آزادی اقتصادی هریتیج عبارتند از: ۱- آزادی کسب و کار، ۲- آزادی نیروی کار، ۳- آزادی تجاری، ۴- آزادی مالیاتی، ۵- آزادی از مداخله دولت، ۶- آزادی پولی، ۷- آزادی سرمایه‌گذاری، ۸- آزادی مالی، ۹- حقوق مالکیت و ۱۰- آزادی از فساد. هر کدام از ۱۰ عامل در سطح آزادی اقتصادی، به یک اندازه مهم تلقی می‌شوند، بنابراین برای تعیین امتیاز آزادی اقتصادی یک کشور، به تمامی این عوامل، وزن مساوی داده می‌شود (بنیاد هریتیج، ۲۰۲۰). هریتیج، شاخص آزادی اقتصادی را با در نظر گرفتن ۱۰ عامل کمی و کیفی شکل داده‌است؛ این ۱۰ عامل، در چهار حوزه‌ی گسترده پراکنده شده‌اند که شامل موارد زیر است: ۱- حاکمیت قانون (حقوق مالکیت، رهایی از فساد)، ۲- اندازه دولت (آزادی مالی، مخارج دولت)، ۳- کارایی نظارتی (آزادی کسب و کار، آزادی کار، آزادی پولی) و ۴- درجه باز بودن (آزادی تجارت، آزادی سرمایه‌گذاری، آزادی مالی). از زمان پیدایش، این شاخص سهم مهمی در باز بودن سیاست بین‌المللی داشته است، زیرا این امر، درک بهتر کارایی اقتصاد بازار را تسهیل می‌کند (Razvi, 2016).

در زمینه‌ی تأثیر عوامل نهادی مانند آزادی اقتصادی بر تعداد گردشگر ورودی، ادبیات نسبتاً محدودی وجود دارد. به‌طور کلی، بخش گردشگری تمایل دارد در محیط‌های اقتصادی و تجاری باثبات که در آن نهادها و سیاست‌ها، باز، سازگار و آزاد هستند و نیز در کشورهایی با سطوح بالاتر آزادی اقتصادی، توسعه و گسترش یابد (Das & Dirienzo, 2010). کشورهایی که سطوح بالایی از شاخص آزادی اقتصادی را گزارش می‌کنند، تمایل دارند

فضای کسب و کار مطلوب‌تری داشته باشند که این امر، ثبات بازار کار را افزایش می‌دهد. نظام پولی و حاکمیت قانون می‌تواند سرمایه‌گذاری‌های بیشتری را در بخش‌های مختلف از جمله صنعت گردشگری جذب کنند. از این رو انتظار می‌رود که آزادی اقتصادی باعث رونق صنعت گردشگری شود (Muslija et al. 2019).

از سوی دیگر، فعالیت‌های کارآفرینی، اغلب در کشورهایی که سطح آزادی اقتصادی بالایی دارند، رایج است. چراکه به دلیل فضای رقابتی روزافزون در کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینی در آن‌ها رایج است، کیفیت خدمات گردشگری، بهتر است (Saha et al. 2016). در واقع، افزایش فعالیت‌های کارآفرینی به معنای کسب و کارهای بیشتر در بخش گردشگری است. زیرا آزادی اقتصادی به کارآفرینان اجازه می‌دهد تا طیف گسترده‌ای از خدمات گردشگری را ارائه دهند. وقتی رقابت در اقتصاد حاکم باشد، انگیزه قوی برای ارائه نکردن خدمات ضعیف و بی‌کیفیت وجود دارد. به عبارت دیگر، اقتصادهایی که با آزادی مشخص می‌شوند، محیطی رقابتی‌تر را پرورش می‌دهند و کارآفرینان را مجبور به ارائه کالاها و خدمات گردشگری با کیفیت برتر می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت آزادی اقتصادی باعث جذب بیشتر گردشگران می‌شود.

همچنین کشوری که از نظر اقتصادی، آزاد است، با ارائه یک سیستم حقوقی و پولی مدون و باثبات، بازارهای کار و محصول کارآمد، و فرصت‌های بازرگانی و سرمایه‌گذاری، محیط تجاری رقابتی‌تری ایجاد می‌کند. علاوه بر این، سطح بالاتر آزادی اقتصادی، می‌تواند سطح فساد یک کشور را کاهش دهد. به عبارت دیگر، آزادی اقتصادی با افزایش رقابت، فساد را کاهش می‌دهد. بنابراین می‌توان گفت سطح بالاتر آزادی اقتصادی می‌تواند صنعت گردشگری را رقابتی‌تر کند و سطح فساد را کاهش دهد که به نوبه خود، باعث جذب بیشتر گردشگران می‌شود. در نتیجه، می‌توان ادعا کرد که اگر یک کشور دارای آزادی اقتصادی قوی باشد، در جذب گردشگران خارجی، موفق‌تر خواهد بود.

علاوه بر این، بررسی اجزای شاخص آزادی، اثرات بیشتری بر ورود گردشگران را آشکار می‌کند. به عنوان مثال، اندازه دولت با بهبود زیرساخت‌های گردشگری همبستگی دارد، در حالی که بار مالیاتی و آزادی کسب و کار، فعالیت‌های کارآفرینی را تقویت کرده و کیفیت و رقابت‌پذیری خدمات گردشگری را افزایش می‌دهد. کشورهای آزاد اقتصادی، بازارهای کار و محصول کارآمد، سیستم‌های پولی و حقوقی پایدار و تجارت آزاد ایجاد می‌کنند و

در مجموع یک محیط تجاری رقابتی‌تر را پرورش می‌دهند. علاوه بر این، آزادی تجاری به عنوان عنصر محوری در تنوع‌بخشی به کالاها و خدمات ظاهر می‌شود و در نتیجه رضایت بازدیدکنندگان را افزایش می‌دهد (Hamza et al. 2025). برعکس، کشورهایی با آزادی اقتصادی محدود ممکن است گردشگران را در معرض سیستم‌های اجتماعی بی‌ثبات، قوه قضائیه ناکارآمد و فعالیت‌های اقتصادی فاسد قرار دهند که به طور بالقوه منجر به ناراحتی‌ها و خطراتی برای گردشگران می‌شود (Saha et al. 2016). تقویت شرایط رقابتی از طریق آزادی اقتصادی یک مقصد، ارائه دهندگان خدمات گردشگری را تشویق می‌کند تا کالاها و خدمات برتر را با قیمت‌های رقابتی ارائه دهند و در نهایت گردشگران را جذب کنند.

بر اساس مدل‌های رشد مبتنی بر گردشگری، انتظار می‌رود آزادی اقتصادی نقش مهمی در صنعت گردشگری بین‌المللی ایفا کند و با ایجاد اثرات جانبی، ورود گردشگران را افزایش دهد. در این زمینه، نظریه معروف دیگری به نام «نظریه رقابت‌پذیری مقصد»<sup>1</sup> (DCT) وجود دارد. مفهوم نظریه رقابت‌پذیری مقصد (DCT) جایگاه محوری در حوزه صنعت گردشگری دارد و ساختاری مفهومی برای درک و تقویت جذابیت و جایگاه رقابتی یک مقصد ارائه می‌دهد. در عصری که سفرهای جهانی به دسترسی فزاینده‌ای دست یافته‌اند، مقاصد برای جلب توجه مسافران در یک مسابقه رقابتی شرکت می‌کنند. این امر بر نیاز مبرم به درک جامع از اجزای مؤثر بر قدرت رقابتی آنها تأکید می‌کند. نظریه DCT به عمق این اجزا نفوذ می‌کند و طیف گسترده‌ای از ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی را در بر می‌گیرد که به طور مشترک جذابیت یک مقصد را شکل می‌دهند. این ساختار نظری، روش‌هایی را که از طریق آنها مقاصد می‌توانند خود را به صورت استراتژیک برای جلب مطلوبیت گردشگران قرار دهند، توضیح می‌دهد (Hamza et al. 2025).

بر اساس این نظریه، رقابت‌پذیری فراتر از ارزیابی‌های صرف قیمت است؛ در عوض، مستلزم ارزیابی چندوجهی از مطلوبیت کلی یک مقصد است. محققان بر تنوع رقابت‌پذیری و نیز بر اهمیت عناصری مانند مواهب طبیعی، قابلیت‌های زیرساختی، میراث فرهنگی و کیفیت خدمات در تعیین جذابیت یک مقصد تأکید می‌کنند (Crouch and Ritchie, 1999). طبق این نظریه، رقابت‌پذیری یک مقصد از طریق تعامل پویا بین عوامل طرف عرضه (شامل زیرساخت‌ها، خدمات و منابع) و عوامل طرف تقاضا (شامل تمایلات، انگیزه‌ها و ادراکات گردشگران) شکل می‌گیرد (Dwyer and Kim, 2003). ابعاد متعددی برای شکل‌دهی به

<sup>1</sup> . Destination Competitiveness Theory (DCT)

رقابت‌پذیری یک مقصد با هم ادغام می‌شوند و به طور پیچیده‌ای در هم تنیده می‌شوند. بستر گردشگری، از جمله زیرساخت‌ها و شبکه‌های حمل و نقل، به عنوان ستون‌های حیاتی جایگاه رقابتی یک مقصد قرار دارند (Dwyer et al. 2010). یک زیرساخت کارآمد و متصل نه تنها دسترسی را افزایش می‌دهد، بلکه عمیقاً بر درک جامع از مقصد نیز تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، فرهنگ ذاتی و اصالت نقش محوری دارند (Govers and Go, 2016)، به طوری که بازدیدکنندگان به طور فعال به دنبال تجربیات واقعی هستند که منعکس‌کننده هویت منحصر به فرد مقصد باشد.

نوآوری مداوم و سازگاری با روندهای در حال تغییر، برای حفظ جایگاه رقابتی مقاصد، ضروری است. در عصر دیجیتال، مقاصدی که به طور هوشمندانه از پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، با تعامل با مخاطبان گسترده‌تر و مسافران بالقوه، آماده‌اند تا از مزیت رقابتی برخوردار شوند. علاوه بر این، DCT نقش سیاست‌های دولتی و هم‌افزایی بین ذینفعان را در تقویت رقابت‌پذیری تصدیق می‌کند. قوانین و مقرراتی که محیطی مناسب برای گردشگری را تقویت می‌کنند، می‌توانند به طور قابل توجهی بر جدایی یک مقصد تأثیر بگذارند (Enright and Newton, 2004).

بنابراین بررسی رابطه بین آزادی اقتصادی و توسعه گردشگری برای تشریح مکانیسم‌هایی که باعث رونق اقتصادی و افزایش رفاه اجتماعی می‌شوند، بسیار مهم است. این امر به‌ویژه در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) اهمیت زیادی دارد. گردشگری در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی یک بخش اقتصادی ضروری است که به عنوان یک حوزه اولویت‌دار همکاری در طرح اقدام سازمان همکاری اسلامی برای تقویت همکاری اقتصادی و تجاری بین کشورهای عضو شناسایی شده است (SESRIC, 2017). کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی، مقاصد گردشگری جذابی برای گردشگران خارجی، به‌ویژه در حوزه گردشگری اسلامی، هستند. دلیل این امر آن است که کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی به دلیل دارایی‌های غنی و متنوع طبیعی، جغرافیایی، تاریخی و میراث فرهنگی خود، از پتانسیل گردشگری بالایی برخوردارند (SESRIC, 2016). علاوه بر این، گردشگری اسلامی در حال تبدیل شدن به یک مؤلفه مهم گردشگری در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی و منبع اصلی بازار برای صنعت جهانی گردشگری اسلامی است (SESRIC, 2020). این امر با همکاری و مشارکت

سازمان همکاری اسلامی در قالب ابتکارات و سیاست‌هایی مانند کمپین‌های تبلیغاتی مشترک و توسعه شبکه‌های حمل و نقل منطقه‌ای برای حمایت از توسعه گردشگری در کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی پشتیبانی می‌شود. از این رو پژوهش حاضر بر آن است تا اثر آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) را طی دوره 2006-2020 با استفاده از رهیافت خود توضیح برداری تابلویی (PVAR) مورد بررسی قرار دهد. رهیافت PVAR شواهد قوی برای این رابطه ارائه می‌کند. این رهیافت، رهیافت مناسبی برای تجزیه و تحلیل انتقال شوک‌هایی است که ممکن است در داده‌های تابلویی<sup>۱</sup> رخ دهد (Ciccarelli, 2013 & Canova). به طور خلاصه، سهم این مقاله در ادبیات، پر کردن شکاف‌های موجود در ادبیات مرتبط، تأکید بر اهمیت آزادی اقتصادی از نظر بخش گردشگری و ارائه شواهد قوی با رهیافت مورد استفاده است.

#### پیشینه پژوهش

(Saha et al. 2016) تاثیر آزادی سیاسی و اقتصادی را بر گردشگری ورودی برای بیش از ۱۱۰ کشور طی دوره زمانی 1995-2012 بررسی کردند. آن‌ها با استفاده از روش اثرات ثابت پانل برای بررسی رابطه پس از کنترل سایر عواملی که به گردشگری ورودی کمک می‌کنند، به این نتیجه رسیدند که آزادی‌های مدنی و آزادی اقتصادی (در میان چندین معیار آزادی دیگر) به طور مثبت و معناداری با گردشگری ورودی مرتبط هستند. بررسی اثر تعدیل در مطالعه‌ی آن‌ها نشان می‌دهد که آزادی‌های مدنی (آزادی اقتصادی) زمانی که سطح آزادی اقتصادی (آزادی‌های مدنی) نسبتاً پایین است، تمایل بیشتری به ایفای نقش مؤثرتری بر گردشگری ورودی دارند.

(Özcan et al., 2017) رابطه علیت بین آزادی اقتصادی و تعداد گردشگر بین‌المللی ورودی را با استفاده از آزمون علیت گرنجر و بر اساس داده‌های ۱۷ کشور در حال گذار در دوره زمانی 1996-2012 بررسی کردند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که رابطه علیت بین دو متغیر وجود ندارد و نتایج حاکی از تایید فرضیه بی‌طرفی است.

(Muslija et al. 2019) به بررسی رابطه‌ی پویا بین آزادی اقتصادی و صنعت گردشگری با جمع‌آوری داده‌های پانل متوازن برای ۸۷ کشور طی دوره 2002-2015 با استفاده از

<sup>1</sup> . Panel Data

رویکرد خود توضیح برداری تابلویی (PVAR) پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که یک پیوند یک طرفه از آزادی اقتصادی به صنعت گردشگری وجود دارد. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری، آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که دولت‌ها باید تغییرات لازم را برای تقویت آزادی اقتصادی انجام دهند.

(Ocal et al. 2020) رابطه‌ی بین ورود گردشگر و شاخص‌های آزادی اقتصادی مانند یکپارچگی دولت، بار مالیاتی، مخارج دولت، آزادی کسب و کار و آزادی تجاری را مورد بررسی قرار داده‌اند. آن‌ها برای این منظور از روش خود توضیح برداری تابلویی (PVAR) برای نمونه کشورهای مدیترانه‌ای در بازه زمانی 1996-2016 استفاده کرده‌اند. نتایج آزمون علیت نشان داد که ورود گردشگر با هر متغیر توضیحی رابطه علیت دو طرفه دارد، در حالی که ضریب برآوردها نشان داد که افزایش شاخص‌های آزادی اقتصادی بر ورود گردشگران به کشورهای مدیترانه، تأثیر منفی گذاشته است؛ یعنی آزادی اقتصادی بدون سیاست‌های حمایتی عمومی برای گردشگری به معنای مزیت برای گردشگران نیست.

(Jiang, 2021) رابطه‌ی پویا بین گردشگری بین‌المللی و معیارهای مختلف آزادی اقتصادی را برای ۱۵۴ کشور مقصد طی دوره 2002-2019 بررسی کرده‌اند و برای این کار از سه تکنیک داده‌های پانل مکمل استفاده کرده‌اند: اثرات ثابت و تصادفی، برآوردهای داده‌های پانل پویا و آزمون‌های علیت گرنجر پانل. بر اساس نتایج مطالعه‌ی وی، مشخص شد که امنیت حقوق مالکیت بیشترین تأثیر را بر عملکرد صنعت گردشگری دارد و پس از آن سرمایه‌گذاری و آزادی تجارت قرار دارند. شواهد حاصل از آزمون‌های علیت نشان می‌دهد که تقویت حقوق مالکیت نیز بر رشد تولید ناخالص داخلی به روش علی گرنجر تأثیر می‌گذارد. با برآورد اثرات کوتاه‌مدت و بلندمدت، دریافت‌ها و هزینه‌های گردشگری سریع‌تر از تعداد ورودی‌های بین‌المللی به تغییر نهادی در آزادی اقتصادی پاسخ می‌دهند.

(Coban, 2021) به بررسی رابطه‌ی بین آزادی اقتصادی و رقابت‌پذیری گردشگری در ۱۸ کشور آمریکای لاتین طی دوره زمانی 2007-2019 پرداخته است. وی شاخص آزادی اقتصادی منتشر شده توسط بنیاد هریتیج را به عنوان شاخص آزادی اقتصادی و شاخص رقابت‌پذیری سفر و گردشگری منتشر شده توسط مجمع جهانی اقتصاد را به عنوان شاخص رقابت‌پذیری گردشگری مورد استفاده قرار داده است. نتایج نشان می‌دهد که با افزایش

آزادی اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین، رقابت‌پذیری گردشگری نیز در این کشورها افزایش یافت.

(Jiang, 2022) از روش داده‌های پانل پویا برای شناسایی اثرات کوتاه‌مدت و بلندمدت آزادی اقتصادی کشورهای میزبان بر گردشگری بین‌المللی، با تمرکز بر کشورهای کمتر توسعه‌یافته (LDC) استفاده کرده است. وی بر اساس داده‌های پانل ۱۵۴ کشور در بازه دوره زمانی ۲۰۰۲-۲۰۱۹، متوجه شد که سه جنبه وسیع آزادی اقتصادی - اجرای حقوق مالکیت، کارایی نظارتی، و باز بودن بازار - تأثیرات متفاوتی بر کشورهای LDC و همتای توسعه یافته‌تر آنها دارند. LDC ها بیشتر به بهبود کارایی نظارتی پاسخ می‌دهند. به طور خاص، بازار کار کارآمدتر و سطح قیمت باثبات در کشور میزبان، گردشگری ورودی بیشتری را جذب می‌کند. در مقابل، گردشگری در کشورهای توسعه‌یافته بیشتر به بهبود اجرای حقوق مالکیت پاسخ می‌دهد. به این ترتیب، وی به کشورها توصیه می‌کند که وضعیت توسعه خود را در جهت ترویج گردشگری در نظر بگیرند.

(Dang and Dang, 2024) به بررسی تأثیر آزادی اقتصادی و یکی از مؤلفه‌های آن، یعنی آزادی تجاری، بر ورود گردشگران بین‌المللی به کشورهای آسیایی انجام شده است. علاوه بر این، تأثیر عوامل مهم اقتصاد کلان، مانند سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، نرخ ارز، ثبات سیاسی، تولید ناخالص داخلی سرانه و تورم بر ورود گردشگران بین‌المللی به کشورهای آسیایی را نیز بررسی کرده‌اند. آن‌ها از سیستم تخمین دو مرحله‌ای GMM برای تجزیه و تحلیل داده‌های ۲۵ کشور آسیایی در بازه زمانی ۱۹۹۵-۲۰۲۰ استفاده کرده‌اند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که آزادی اقتصادی و آزادی تجاری تأثیر مثبتی بر گردشگری دارند، این در حالی است که آزادی تجاری تأثیر کمتری دارد.

(Hamza et al. 2025) یک تحلیل داده‌های پانلی مکانی را برای بررسی چگونگی تأثیر اجزای مختلف شاخص آزادی اقتصادی بر ورود گردشگران در ۴۱ کشور اروپایی طی دوره زمانی ۲۰۰۵-۲۰۱۸ معرفی کردند. آن‌ها با استفاده از این رویکرد نوآورانه، وابستگی‌های متقابل پیچیده بین آزادی اقتصادی و گردشگری را مشخص کردند و نشان دادند که افزایش یک درصدی در تولید ناخالص داخلی سرانه کشورهای همسایه با افزایش ۰/۴ درصدی ورود گردشگران به کشور مبدا مطابقت دارد. در مقایسه، افزایش مشابه در قیمت‌های کشورهای همسایه منجر به کاهش ۰/۴ درصدی گردشگران ورودی می‌شود. اکثر متغیرهای

آزادی اقتصادی، از جمله شاخص آزادی کسب و کار، شاخص آزادی سرمایه‌گذاری، شاخص آزادی کار، شاخص آزادی تجارت و شاخص یکپارچگی دولت، اثرات مثبت آماری معنی‌داری را نشان می‌دهند. با این حال، افزایش یک درصدی در شاخص آزادی پولی کشورهای همسایه منجر به کاهش ۰/۷۴۷ درصدی گردشگران داخلی می‌شود. نکته قابل توجه این است که بهبود شاخص آزادی سرمایه‌گذاری و شاخص صداقت دولت در این کشور و کشورهای همسایه به افزایش ورود گردشگران کمک می‌کند.

دائی کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۲) عوامل موثر بر تقاضای گردشگری بین‌المللی ایران را بررسی کرده‌اند. روش مورد استفاده آن‌ها الگوی خود توضیح با وقفه‌های توزیعی (ARDL) و دوره زمانی مورد بررسی آن‌ها ۱۳۸۹-۱۳۵۵ بوده است. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که درآمد واقعی سرانه و درجه باز بودن اقتصاد، اثر مثبت و معناداری بر تعداد گردشگر بین‌المللی ورودی به ایران داشته‌اند.

صفرزاده و اصغری (۱۳۹۸) به بررسی عوامل اقتصادی مؤثر بر تقاضای گردشگری در کشورهای منتخب خاورمیانه پرداخته‌اند. رویکرد مورد استفاده آن‌ها رویکرد اقتصادسنجی فضایی داده‌های تلفیقی و دوره زمانی مورد بررسی آن‌ها ۲۰۱۶-۱۹۹۰ بوده است. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که درآمد سرانه و آزادی اقتصادی اثر مثبت و معناداری بر تقاضای گردشگری داشته است.

فطرس و همکاران (۱۴۰۰) با استفاده از شاخص راهنمای ریسک بین‌المللی کشورها (ICRG) و با توجه به عوامل اقتصادی و نهادی، به مقایسه تطبیقی دو دسته کشورهای منتخب توسعه‌یافته و کشورهای در حال توسعه طی دوره زمانی ۲۰۱۶-۲۰۰۰ پرداخته‌اند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد درجه‌ی باز بودن اقتصاد و وضعیت شاخص نهادی ICRG در هر دو دسته کشورها، اثر مثبت و معناداری داشته است؛ البته شاخص نهادی ICRG در کشورهای در حال توسعه، اثر بیشتری داشته است.

بررسی مطالعات تجربی گذشته نشان می‌دهد که مطالعات خارجی مختلفی در زمینه رابطه بین آزادی اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری انجام شده که به نتایج متفاوت و متناقضی دست یافته‌اند. نتایج اغلب مطالعات، بیانگر اثر مثبت آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری است (Dang and Dang, 2024; Jiang, 2022; Coban, 2021; Jiang, 2021; Muslija et al. 2019; Saha et al., 2016). اما مطالعه‌ای همچون (Ocal et al. 2020)

نشان داد که شاخص‌های آزادی اقتصادی اثر منفی بر توسعه گردشگری دارند. همچنین مطالعه (Özcan et al., 2017) به این نتیجه رسیده است که رابطه‌ای بین این دو متغیر وجود ندارد و نتایج آن‌ها حاکی از تایید فرضیه بی‌طرفی است. علاوه بر این، (Hamza et al., 2025) در بررسی اثر اجزای آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری به نتایج متناقضی دست یافته است؛ به این صورت که به جز شاخص آزادی پولی که اثر منفی داشته است، سایر شاخص‌های آزادی اقتصادی اثر مثبت داشته‌اند. این در حالی است که در بین مطالعه‌ی داخلی، فقط مطالعه صفرزاده و اصغری (۱۳۹۸) است که به بررسی رابطه‌ی بین آزادی اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری پرداخته و اثر مثبت آزادی اقتصادی بر توسعه گردشگری را نتیجه گرفته است. بنابراین با توجه به این که مطالعات به نتایج متفاوت و متناقضی دست یافته‌اند، این امر لزوم بررسی اثر این رابطه در نمونه‌های مختلف را مشخص می‌کند. همچنین در مطالعات داخلی، مبنای نظری دقیق و متقنی در زمینه رابطه این دو متغیر وجود ندارد. از این رو این پژوهش بر آن است تا این شکاف مطالعاتی را پر کند و این رابطه را در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) مورد بررسی قرار دهد.

## روش

رویکرد مورد استفاده این پژوهش، رویکرد خودتوضیح برداری تابلویی (PVAR) است. فرض بر این است که همه متغیرها در مدل‌های خودتوضیح برداری (VAR)، درون‌زا و وابسته به یکدیگر هستند و مدل خودتوضیح برداری تابلویی از ترکیبی از روش سنتی VAR و مدل‌های داده‌های تابلویی تشکیل شده است (Canova and Ciccarelli, 2013). یک معادله پایه PVAR را می‌توان به صورت زیر نوشت (Abrigo & Love, 2015):

$$Y_{it} = Y_{it-1} + Y_{it-2}A_2 + \dots + Y_{it-p}A_{p-1} + Y_{it-p}A_p + X_{it}B + u_{it} + e_{it} \quad (1)$$

تجزیه و تحلیل PVAR از نظر ساختاری شامل سه تکنیک، شامل تجزیه و تحلیل علیت گرنجر<sup>۱</sup>، تجزیه و تحلیل تاثیر- پاسخ<sup>۲</sup> (تابع واکنش) و تجزیه واریانس<sup>۳</sup> است. آزمون علیت یک کاربرد ساده، برای مدل‌های داده‌های تابلویی ناهمگن است (Ocal et al. 2020). مدل اصلی برای علیت پانل به صورت زیر ساخته شده است:

$$y_{it} = \delta_i + \sum_{n=1}^N \gamma_i^{(n)} y_{it-n} + \sum_{n=1}^N \beta_i^{(n)} x_{it-n} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

1. Granger causality analysis

2. impact-response analyses

3. variance decomposition

که در آن  $x$  و  $y$  متغیرهای ثابت برای دوره  $t$  و واحد  $i$  هستند. در این آزمون، فرض بر این است که اثرات فردی ثابت هستند. در حالی که  $\gamma_i^{(n)}$  پارامترهای خودرگرسیون را بیان می‌کند،  $\beta_i^{(n)}$  نشان‌دهنده ضرایب شیب است. اگر مقادیر گذشته متغیر  $x$  مشاهده شده بر روی واحد  $i$ ، پیش‌بینی متغیر  $y$  را برای این واحد  $i$  بهبود ببخشد؛ پس می‌توان گفت که  $x$  باعث  $y$  می‌شود. مدل چند متغیره PVAR انتخاب شده در این مطالعه برای تخمین رابطه بین آزادی اقتصادی و صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

$$TOUR_{it} = \sigma + \sum_{i=1}^k \beta_i TOUR_{t-1} + \sum_{j=1}^k \theta_j EF_{t-j} + \sum_{m=1}^k \phi_m EG_{t-m} + u_t \quad (3)$$

در معادله فوق،  $TOUR$  نشان‌دهنده گردشگری،  $EF$  بیانگر آزادی اقتصادی و  $EG$  رشد اقتصادی است.  $TOUR$  بیانگر تعداد گردشگران خارجی وارد شده به هر کشور است که داده‌های آن از سایت اینترنتی بانک جهانی<sup>۱</sup> به دست آمده است. شاخص کل آزادی اقتصادی ( $EF$ ) برای کشورهای جهان که توسط بنیاد هریتیج محاسبه می‌شود، بین ۰ تا ۱۰۰ است که با نزدیک شدن مقادیر به ۱۰۰، آزادی اقتصادی افزایش می‌یابد. داده‌های این شاخص از سایت بنیاد هریتیج<sup>۲</sup> اخذ شده است. داده‌های متغیر رشد اقتصادی سالانه ( $EG$ ) نیز که به صورت درصد است، از سایت بانک جهانی به دست آمده است. دوره مورد بررسی در این پژوهش ۲۰۰۶-۲۰۲۰ است. یکی از دلایل انتخاب این دوره زمانی، محدودیت آماری است؛ در واقع، داده‌ها برای همه متغیرها و همه کشورها برای سال‌های قبل از ۲۰۰۶ وجود ندارد. دلیل دیگر آن این است که بعد از سال ۲۰۲۰، گردشگری بین‌المللی در جهان تحت تأثیر همه‌گیری بیماری کرونا دچار کاهش بسیار شدیدی شد و برای این که این کاهش بسیار شدید، رابطه بین آزادی اقتصادی و گردشگری بین‌المللی را تحت تأثیر خود قرار ندهد، داده‌ها تا سال ۲۰۲۰ لحاظ شده‌اند. نمونه مورد بررسی در این پژوهش از بین سازمان کشورهای اسلامی انتخاب شده است. سازمان همکاری اسلامی (OIC) یک سازمان بین‌المللی بزرگ است که شامل ۵۷ کشور اسلامی می‌شود (Sajilan et al., 2019). البته به دلیل محدودیت آماری، این مطالعه برای ۳۰ کشور عضو

1. www.worldbank.org

2. www.heritage.org

سازمان همکاری اسلامی (OIC) انجام می‌شود که عبارتند از: ایران، آلبانی، الجزایر، آذربایجان، بحرین، بورکینافاسو، کامرون، مصر، گویانا، گینه بیسائو، اندونزی، اردن، قرقیزستان، کویت، لبنان، مالی، مالزی، موزامبیک، مراکش، نیجر، عمان، عربستان سعودی، توگو، ترکیه، تونس، اوگاندا، قزاقستان، چاد، بنگلادش، ازبکستان.

### یافته‌ها

قبل از آنکه مدل، برآورد شود، باید مانایی متغیرهای مدل را بررسی کرد؛ زیرا چنانچه متغیرهای مدل، نامانا باشند، مشکل رگرسیون کاذب به وجود می‌آید. برای آزمون مانایی متغیرها می‌توان از آزمون فیشر PP مختص داده‌های تابلویی استفاده کرد که نتایج آن در جدول (۱) قابل مشاهده است. چنانچه مقدار آماره محاسبه شده بزرگتر از مقدار مربوط به سطح اطمینان رایج باشد، فرضیه صفر مبتنی بر نامانایی رد خواهد شد. نتایج این جدول نشان می‌دهد که نامانایی همه متغیرها رد می‌شود و همه آن‌ها در سطح، مانا هستند. بنابراین رگرسیون، کاذب نخواهد بود و می‌توان مدل پژوهش را برآورد کرد.

جدول ۱. بررسی مانایی متغیرها بر اساس آزمون فیشر

نتیجه	احتمال	سطح اطمینان	مقدار بحرانی	مقدار آماره فیشر	متغیر
مانا	۰/۰۰	۹۵ درصد	-۱/۹۶	۹۲/۲۰	آزادی اقتصادی
مانا	۰/۰۰	۹۵ درصد	-۱/۹۶	۲۳۱/۴۰	گردشگری
مانا	۰/۰۰	۹۵ درصد	-۱/۹۶	۱۷۴/۵۸	رشد اقتصادی

مأخذ: محاسبات تحقیق

به منظور بررسی وجود روابط تعادلی بلندمدت در مدل داده‌های تابلویی می‌توان از آزمون همجمعی کائو استفاده کرد. فرضیه صفر این آزمون، حاکی از عدم وجود همجمعی بین متغیرها است. نتایج حاصل از آزمون همجمعی کائو که در جدول (۲) قابل مشاهده است، نشان می‌دهد که فرضیه صفر را نمی‌توان پذیرفت و در نتیجه می‌توان گفت بین متغیرهای مدل، رابطه بلندمدت معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲. آزمون همجمعی

آزمون همجمعی کائو	آماره t	احتمال	نتیجه
	-۵/۹۶	۰/۰۰	وجود بردار همجمعی

مأخذ: محاسبات تحقیق

در این جا، تأثیر مدل پژوهش با استفاده از رویکرد خودرگرسیون برداری پانلی (PVAR) برآورد شده و نتایج حاصل از آن در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. نتایج برآورد الگوی PVAR (متغیر وابسته: صنعت گردشگری)

دوره نمونه: 2005-2019			
تعداد سال: ۱۵			
تعداد کشورها: ۴۰			
کل مشاهدات: ۶۰۰			
متغیرها	ضریب	انحراف معیار	آماره t
TO(-1)	۱/۰۴	۰/۰۴	۲۱/۹۹
EF (-1)	۴/۴۸	۰/۶۱	۷/۳۰
EG(-1)	۳/۱۲	۱/۸۰	۲/۸۱
$R^2 = ۰/۸۷$			

مأخذ: محاسبات تحقیق

مطابق با نتایج ذکر شده در جدول فوق، ضریب متغیر گردشگری برای کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) برابر ۱/۰۴ بوده و به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد. این بدین معناست که صنعت گردشگری دوره قبل بر گردشگری کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی، اثر مثبت و معنی دار دارد. ضریب متغیر آزادی اقتصادی نیز در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) برابر ۴/۴۸ بوده و به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار می باشد. این بدین معناست که آزادی اقتصادی بر صنعت گردشگری اثری مثبت و معنی دار دارد. با

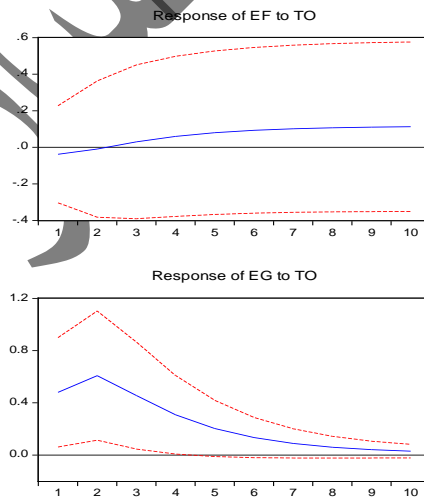
آزاد شدن اقتصاد این دسته از کشورها، زمینه‌های لازم برای ورود گردشگر فراهم شده و از این طریق بر صنعت گردشگری اثر مثبت می‌گذارد.

ضریب متغیر رشد اقتصادی نیز در کشورهای منتخب OIC برابر ۳/۱۲ بوده و به لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار می‌باشد. این بدین معناست که رشد اقتصادی اثری مثبت بر صنعت گردشگری می‌گذارد. بنابراین می‌توان گفت که رشد اقتصادی یک عامل ضروری برای افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری است که این نتیجه منطبق بر نظریه رشد گردشگری با محوریت اقتصادی<sup>۱</sup> (EDTG) است. بر اساس این نظریه، هرگونه سیاست‌گذاری به منظور افزایش رشد اقتصادی باید بر سیاست‌هایی که به طور مستقیم باعث افزایش رشد گردشگری می‌شوند، اولویت داشته باشد. مطابق با این دیدگاه، رشد اقتصادی در نهایت منجر به توسعه صنعت گردشگری می‌شود (Chatziantoniou et al., 2013).

مهم‌ترین مرحله پس از تخمین در رویکرد PVAR، بررسی روابط متقابل و پویای بین متغیرهای مدل است. در این بخش، واکنش متغیر گردشگری نسبت به شوک متغیرهای آزادی اقتصادی و رشد اقتصادی نشان داده شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد. نمودار (۱)، واکنش پویای متغیر گردشگری نسبت به شوک‌های متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد.

نمودار ۱. واکنش متغیر صنعت گردشگری نسبت به شوک‌های متغیرهای تحقیق

Response to Cholesky One S.D. Innovations  $\pm 2$  S.E.



مأخذ: محاسبات تحقیق

<sup>1</sup> . Economic-Driven Tourism Growth (EDTG)

در نمودار (۱)، محور افقی، بیانگر زمان است و محور عمودی، نشان‌دهنده اندازه انحراف از مقدار اولیه است. توابع واکنش آنی در این نمودار، واکنش متغیر گردشگری نسبت به تکانه‌های ناشی از رشد اقتصادی و آزادی اقتصادی را نشان می‌دهد. واکنش گردشگری نسبت به شوک آزادی اقتصادی، ابتدا روند نزولی داشته و در یک بازه زمانی کوتاه‌مدت، کاهشی بوده است؛ اما در ادامه روند افزایشی و در نهایت روند ثابتی به خود گرفته است. در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC)، افزایش آزادی اقتصادی هرچند در بلندمدت موجب رونق گردشگری می‌شود، اما در کوتاه‌مدت اثر کاهنده دارد، زیرا اجرای سیاست‌های آزادسازی معمولاً با اصلاحات ساختاری، خصوصی‌سازی و حذف یارانه‌ها همراه است که نااطمینانی اقتصادی، نوسان قیمت‌ها و بی‌ثباتی موقت در بازار خدمات گردشگری را در پی دارد. علاوه بر این، آزادسازی قیمت‌ها موجب افزایش هزینه سفر و کاهش تقاضای گردشگری در دوره گذار می‌شود. بنابراین، افت کوتاه‌مدت گردشگری را می‌توان به عنوان بخشی طبیعی از فرآیند گذار به اقتصاد آزاد و تطبیق تدریجی نهادها و رفتارهای بازار تلقی کرد، که پس از تثبیت و افزایش کارایی اقتصادی، اثر مثبت خود را بر بخش گردشگری ظاهر می‌سازد.

این در حالی است که متغیر گردشگری نسبت به شوک متغیر رشد اقتصادی در طی زمان، دچار شوک بزرگی شده و روند فزاینده‌ای به خود گرفته است و سپس دچار یک روند نزولی شده و رفته رفته روند آن ثابت شده است و بیشترین اثر را بر متغیر صنعت گردشگری داشته است. در کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC)، شوک رشد اقتصادی در ابتدا با افزایش درآمد، اشتغال و سرمایه‌گذاری، موجب رونق سریع گردشگری می‌شود، زیرا در این مرحله توان مالی خانوارها برای سفر بالا می‌رود و دولت‌ها نیز منابع بیشتری برای توسعه زیرساخت‌های گردشگری اختصاص می‌دهند. اما با گذر زمان و تداوم رشد، افزایش سطح قیمت‌ها و انتقال سرمایه‌ها به بخش‌های تولیدی و صنعتی‌تر، منجر به کاهش نسبی تقاضای گردشگری می‌شود و شدت اثر مثبت اولیه تعدیل می‌گردد. در ادامه، با رسیدن اقتصاد به وضعیت تعادلی، زیرساخت‌ها و الگوهای مصرف تثبیت می‌شوند و گردشگری وارد مرحله‌ای از ثبات و رشد پایدار می‌شود. از این رو، این رفتار را می‌توان نتیجه طبیعی پویایی اثرات رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری دانست.

توابع واکنش آنی، عکس‌العمل یک متغیر درون‌زا را در طی زمان نسبت به شوک متغیرهای دیگر سیستم نشان می‌دهد؛ اما تجزیه واریانس، بیانگر آن است که هر شوک در واریانس متغیر درون‌زای سیستم به چه میزان، سهم داشته است. بنابراین برای اندازه‌گیری سهم متغیرهای رشد اقتصادی و آزادی اقتصادی در تشریح تغییرات متغیر صنعت گردشگری کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) از تجزیه واریانس استفاده می‌شود. نتایج حاصل از تجزیه واریانس در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴. تجزیه واریانس صنعت گردشگری

دوره	SE	TO	EG	EF
۱	۰/۱۱۶۲۴۲۰	۱۰۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰
۲	۰/۱۶۸۲۸۵۵	۹۸/۵۳۰۴۶	۰/۱۰۸۷۰۷	۱/۳۶۰۸۳۷
۳	۰/۲۱۰۹۰۲۵	۹۷/۲۶۹۷۱	۰/۳۱۸۳۷۵	۲/۴۱۱۹۱۱
۴	۰/۲۴۸۱۶۳۶	۹۶/۴۱۶۷۸	۰/۵۹۳۰۱۵	۲/۹۹۰۲۰۶
۵	۰/۲۸۴۲۵۵۲	۹۵/۷۹۴۶۸	۰/۹۰۹۴۱۲	۳/۲۹۵۹۰۴
۶	۰/۳۱۸۱۳۲۹	۹۵/۲۸۳۰۷	۱/۲۵۲۳۹۹	۳/۴۶۴۵۲۹
۷	۰/۳۵۱۱۲۰۲	۹۴/۸۲۳۸۶	۱/۶۱۱۷۸۹	۳/۵۶۴۳۵۰
۸	۰/۳۸۳۶۲۵۰	۹۴/۳۹۰۸۵	۱/۹۸۰۷۹۰	۳/۶۲۸۳۶۴
۹	۰/۴۱۵۹۳۵۵	۹۳/۹۷۲۱۸	۲/۳۵۴۹۴۰	۳/۶۷۲۸۷۶
۱۰	۰/۴۴۸۲۶۷۵	۹۳/۵۶۲۳۶	۲/۷۳۱۳۴۶	۳/۷۰۶۲۹۶

مأخذ: محاسبات تحقیق

از آنجا که خطای پیش‌بینی هر سال بر اساس خطای سال قبل محاسبه می‌شود، لذا می‌توان گفت که خطای پیش‌بینی در طی دوره مورد بررسی، همواره افزایش می‌یابد. ستون‌های جدول فوق، میزان درصد واریانس پیش‌بینی به دلیل شوک‌های مختلف را نشان می‌دهد که مجموع هر سطر باید برابر با ۱۰۰ درصد باشد. بر اساس نتایج به دست آمده، در دوره اول (کوتاه‌مدت) ۱۰۰ درصد توضیحات در صنعت گردشگری توسط خودش صورت

می‌گیرد، اما با افزایش دوره مورد بررسی تأثیر متغیرهای مستقل، در توضیح‌دهندگی صنعت گردشگری افزایش می‌یابد.

در دوره‌ی دوم، حدود ۹۸/۵۳ درصد از واریانس خطا در صنعت گردشگری توسط خود آن، حدود ۰/۱۱ درصد توسط متغیر رشد اقتصادی و حدود ۱/۳۶ درصد توسط آزادی اقتصادی توجیه می‌شود. در دوره سوم، حدود ۹۷/۲۷ درصد از واریانس خطا در صنعت گردشگری توسط خود آن، حدود ۰/۳۲ درصد توسط متغیر رشد اقتصادی و حدود ۲/۴۱ درصد توسط متغیر آزادی اقتصادی توجیه می‌شود. بالاخره در دوره آخر (دوره دهم)، حدود ۹۳/۵۶ درصد توسط متغیر صنعت گردشگری، حدود ۲/۷۳ درصد توسط متغیر رشد اقتصادی و حدود ۳/۷۳ درصد توسط متغیر آزادی اقتصادی توجیه می‌شود.

#### بحث و نتیجه‌گیری

حاو در این مطالعه، تأثیر آزادی اقتصادی بر ورود گردشگران خارجی به کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) طی دوره زمانی ۲۰۰۶-۲۰۲۰ با استفاده از روش خودتوضیح برداری تابلویی (PVAR) بررسی شده است. با توجه به این که ادبیات موضوع در این زمینه، بسیار محدود است و به دلیل جایگاه ویژه‌ای که بخش گردشگری در سطح جهانی دارد، نتایج این مطالعه، بسیار مهم و کاربردی است.

از آنجا که شاخص آزادی اقتصادی دارای ارزشی بین ۰ تا ۱۰۰ است و با نزدیک شدن به ۱۰۰، آزادی اقتصادی افزایش می‌یابد، پس نتایج نشان می‌دهد که افزایش آزادی اقتصادی بر ورود گردشگران به کشورهای منتخب عضو سازمان همکاری اسلامی (OIC) تأثیر مثبت می‌گذارد. این نتیجه با نتایج مطالعات همچون صفرزاده و اصغری (۱۳۹۸)، (Saha et al., 2016)، (Muslija et al. 2019)، (Jiang, 2021)، (Coban, 2021)، (Jiang, 2022) و (Dang and Dang, 2024)، سازگار است و از رابطه مثبت بین آزادی اقتصادی و توسعه گردشگری پشتیبانی می‌کند. البته این یافته با یافته‌های مطالعه‌ی (Lu et al., 2021) نیز مطابقت دارد. (Lu et al., 2021) از آزادی اقتصادی به عنوان متغیر کنترلی در مدل خود برای ارزیابی تأثیر ترجیحات تحت شرایط نااطمینانی بر توسعه گردشگری استفاده کردند و دریافتند که آزادی اقتصادی از طریق افزایش درآمد به رشد این صنعت کمک می‌کند.

بنابراین می‌توان گفت طبق یافته‌های این پژوهش، این فرضیه که افزایش آزادی‌های اقتصادی، تأثیر مثبتی بر ورود گردشگران خواهد داشت، مورد تایید و پذیرش قرار می‌گیرد. این نتیجه منطبق بر نظریه رشد مبتنی بر گردشگری است. بر اساس مدل‌های رشد مبتنی بر گردشگری، انتظار می‌رود آزادی اقتصادی، نقش مهمی در صنعت گردشگری بین‌المللی ایفا کنند و با ایجاد اثرات جانبی، ورود گردشگران را افزایش دهند. در این زمینه، (Saha et al., 2016) معتقدند افزایش آزادی اقتصادی، کارایی بخش گردشگری را به طور قابل توجهی بهبود می‌بخشد، به طوری که کشورهایی که استراتژی‌های بازار آزاد و مقررات زدایی را اتخاذ می‌کنند، اغلب رشد قابل توجهی را در صنایع گردشگری خود تجربه می‌کنند. از این رو همان‌طور که (Dang and Dong, 2024) و (Hamza, 2025) نیز تأکید می‌کنند، سیاست‌گذاران باید افزایش آزادی اقتصادی را به عنوان وسیله‌ای برای تقویت صنعت گردشگری (افزایش ورود گردشگران بین‌المللی) در اولویت قرار دهند. در واقع، کشورها باید سیاست‌هایی را با هدف بهبود شاخص آزادی اقتصادی اتخاذ کنند، که برای جذب گردشگران بین‌المللی حیاتی هستند. به عبارت دیگر، دولت‌ها می‌توانند برای کمک به توسعه گردشگری بین‌المللی، که خود کانالی برای جذب ارز خارجی نیز می‌باشد، تسهیل مسائل مربوط به آزادی اقتصادی را در نظر بگیرند. ایجاد و تقویت فضای رقابتی در فعالیت‌های اقتصادی باعث ارائه خدمات برتر و بهتر به گردشگران ورودی خواهد شد که این امر باعث جذب هرچه بیشتر گردشگران ورودی به کشور و در نتیجه افزایش رشد اقتصادی خواهد شد.

از سوی دیگر، نتایج آزمون علیت نشان می‌دهد که تمامی متغیرها با گردشگران ورودی به کشورهای منتخب OIC رابطه علیت دوطرفه دارند که این نتیجه با نتیجه مطالعه (Ocal et al., 2020) سازگار است. این بدان معناست که علاوه بر این که گسترش آزادی اقتصادی، منجر به توسعه صنعت گردشگری می‌شود، توسعه گردشگری نیز خود منجر به گسترش آزادی اقتصادی در کشور میزبان می‌شود. بنابراین، توسعه زیرساخت‌های گردشگری برای بهره‌مندی از مزایای آزادی اقتصادی ضروری است. سرمایه‌گذاری در حمل و نقل، مهمان‌نوازی و جاذبه‌های محلی نه تنها تجربه گردشگری را افزایش می‌دهد، بلکه محیطی مطلوب برای افزایش جریان‌های گردشگری ایجاد می‌کند. بنابراین، سیاست‌گذاران باید بر توسعه زیرساخت‌های قوی گردشگری تمرکز کنند که مکمل تلاش‌ها برای افزایش آزادی

اقتصادی است. به عبارت دیگر، از آنجا که رشد اقتصادی، توسعه گردشگری و آزادی اقتصادی، رابطه متقابل با یکدیگر دارند، بنابراین دولت در این کشورها به منظور افزایش رشد اقتصادی باید هم با گسترش زیرساخت‌های گردشگری، بستر توسعه صنعت گردشگری را مهیا کند و هم با اتخاذ سیاست‌های مناسب، زمینه‌ی افزایش رقابت‌پذیری و گسترش آزادی اقتصادی را فراهم نماید.

علاوه بر این، بر اساس نتایج این پژوهش، رابطه علیت دوطرفه بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منتخب OIC نیز برقرار است. این نتیجه منطبق بر نظریه رشد مبتنی بر گردشگری (TLEG) و نظریه رشد گردشگری با محوریت اقتصادی (EDTG) است. بر اساس نظریه TLEG، توسعه بخش گردشگری منجر به رشد و رونق اقتصاد می‌شود (Fayissa et al., 2011; Schubert, 2011; Brida et al., 2010) و بر اساس نظریه EDTG، رشد اقتصادی عامل مهمی در افزایش درآمد گردشگری است (Oh, 2005; Narayan, 2004; Chatziantoniou et al., 2013). فرض اساسی که زیربنای نظریه TLEG است این است که افزایش درآمد گردشگری مزایای متعددی برای اقتصاد یک کشور دارد، از جمله افزایش اشتغال در بخش گردشگری، توسعه سایر بخش‌های تجاری مرتبط با فعالیت‌های گردشگری و تأثیر مثبت بر تراز پرداخت‌های ملی به دلیل درآمد بالاتر گردشگری. از سوی دیگر، بر اساس نظریه EDTG که رشد اقتصادی منجر به رشد گردشگری می‌شود، استدلال این است که هرگونه ابتکار سیاستی که توسعه کلی اقتصادی را ارتقا دهد، باید بر اقداماتی که مستقیماً رشد گردشگری را ارتقا می‌دهند، اولویت داشته باشد. طبق این دیدگاه، این رشد منجر به گسترش بخش گردشگری خواهد شد.

## تعارض منافع

تعارض منافی بین نویسندگان مقاله وجود ندارد.

## ORCID

Roohollah Babaki  <http://orcid.org/0000-0002-8363-4978>

Mahnaz Efati  <http://orcid.org/0000-0002-8247-2882>

## منابع

- دائی کریمزاده، سعید؛ قبادی، سارا؛ و فرودستان، نسیم. (۱۳۹۲). عوامل موثر بر تقاضای گردشگری بین-المللی ایران: رهیافت خود توضیح با وقفه های گسترده (ARDL). *مطالعات مدیریت گردشگری*، سال هشتم، شماره ۲۳، صص ۱۳۱-۱۵۴. [20.1001.1.23223294.1392.8.23.6.7](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1392.8.23.6.7)
- صفرزاده، اسماعیل؛ و اصغری، تامینا. (۱۳۹۸). عوامل موثر بر تقاضای گردشگری در کشورهای خاورمیانه: رویکرد اقتصادسنجی فضایی داده‌های تلفیقی. *سیاست‌گذاری پیشرفت اقتصادی*، سال هفتم، شماره ۱ (پیاپی: ۱۹)، صص ۱۳۳-۱۴۹. [10.22051/edp.2018.20226.1151](https://doi.org/10.22051/edp.2018.20226.1151)
- فطرس، محمدحسن؛ ایمانی خوشخو، محمدحسین؛ سرلک، احمد؛ و حسینی صالحی، سید محمد. (۱۴۰۰). مطالعه تطبیقی تأثیر عوامل مؤثر در گردشگری بین‌المللی در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه منتخب با تأکید بر شاخص نهادی ICRG (شاخص راهنمای بین‌المللی ریسک کشوری). *گردشگری و توسعه*، سال دهم، شماره ۳، صص ۱-۱۵. [10.22034/itd.2020.216854.1951](https://doi.org/10.22034/itd.2020.216854.1951)

## References

- Abrigo, M. R. M. & Love, I. (2015). Estimation of panel vector autoregressive in stata: A package of programs. Retrieved from <http://paneldataconference2015.ceu.hu/Program/Michael-Abrigo.pdf>.
- Acemoglu D, Johnson S, Robinson JA. (2012). The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation: Reply. *American Economic Review*. 102(6):3077-110. <https://doi.org/10.1257/aer.102.6.3077>
- Aslan, A. (2014). Tourism development and economic growth in the Mediterranean countries: Evidence from panel Granger causality tests. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 363-372. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.768607>
- Aslan A. (2015). Does tourism cause growth? Evidence from Turkey. *Current Issues in Tourism*. 19(12): 1176-84. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1015970>
- Aslan, A. (2016). Does tourism cause growth: evidence from Turkey? *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1176-1184. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1015970>
- Brida, J.G., Lanzilotta, B., Lionetti, S., & Risso, W.A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16, 765-771.
- Canova, C. & Ciccarelli, M. (2013). Panel vector autoregressive models: A survey. European Central Bank *Working Paper Series*, No: 1507. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1507.pdf>.
- Chatziantoniou, I., G. Filis, B. Eeckels, & A. Apostolakis. (2013). Oil prices, tourism income and economic growth: A structural VAR approach for European Mediterranean countries. *Tourism Management*, 36: 331-341.

- Coban, M. N. (2021). The Impact of Economic Freedoms on Tourism Competitiveness: Empirical Evidence from Latin America Countries. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 192-202. <https://doi.org/10.33905/bseusbed.906691>
- Crouch GI, Ritchie JRB. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*. 44(3):137–52. [https://doi.org/10.1016/s0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/s0148-2963(97)00196-3)
- Dang, B. K., & Dang, T. T. (2024). The role of economic freedom in the development of international tourism in Asian countries. *Economic Journal of Emerging Markets*, 16(2), 101–113. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol16.iss2.art1>
- Das, J., & Dirienzo, C. (2010). Tourism competitiveness and corruption: A cross-country analysis. *Tourism Economics*, 16 (3), 477–492.
- Dwyer L, Kim C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*. 6(5):369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Dwyer L, Forsyth P, Dwyer W. (2010). Tourism Economics and Policy. *Tourism Economics and Policy*. [https://doi.org/10.4337/9781800377486.tourism\\_economics](https://doi.org/10.4337/9781800377486.tourism_economics)
- Enright MJ, Newton J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*. 25(6):777–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadesse, B. (2011). Research note: Tourism and economic growth in Latin American countries – further empirical evidence. *Tourism Economics*, 17, 1365-1373.
- Gholipour, H. F., Tajaddini, R. & Al-Mulali, R. (2014). Does personal freedom influence outbound tourism? *Tourism Management*, 41, 19-25. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.010>
- Govers R, Go F. Place Branding: (2016) Glocal, Virtual and Physical Identities, Constructed, Imagined and Experienced. <https://doi.org/10.1007/978-0-230-24559-4>
- Gwartney, J., & Lawson, R. (2003). The concept and measurement of economic freedom. *European Journal of Political Economy*, 19 (3), 405–430.
- Gwartney J, Lawson R, Murphy R. (2023). Economic freedom of the world: 2023 annual report. Fraser Inst. <https://www.fraserinstitute.org/sites/default/files/economic-freedom-of-the-world-2023.pdf>
- Hamza S.H., Li, Q., Khezri, M. (2025). Economic freedom index effects on inbound tourism in European countries: A spatial analysis. *PLoS ONE* 20(4): e0316133. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0316133>
- Jiang, Y. (2021). Property Rights, Economic Freedom, and International Tourism: Evidence from Three Panel Data Models, <http://doi.org/10.2139/ssrn.3817596>

- Jiang, Y. (2022). Economic freedom and international tourism: evidence from least developed countries. *Studies in Economics and Econometrics*, 46 (4): 316-328. <https://doi.org/10.1080/03796205.2022.2138523>
- Kubickova, M. (2016). The role of government in tourism: Linking competitiveness, freedom, and developing economies. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 79-92. <http://doi.org/10.1515/cjot-2016-0005>
- Lean, H. H., Chong, S. H. & Hooy, C. W. (2014). Tourism and economic growth: Comparing Malaysia and Singapore. *International Journal of Economics and Management*, 8(1), 139-157.
- Lu, Z., Li, H., Lau, C. K. M., & Isah, A. B. (2021). Preferences and tourism development under uncertainty: An empirical study. *Sustainability (Switzerland)*, 13(5), 1–9. <https://doi.org/10.3390/su13052534>
- Manzoor F, Wei L, Asif M, Haq MZ, Rehman H. (2019). The Contribution of Sustainable Tourism to Economic Growth and Employment in Pakistan. *Int J Environ Res Public Health*. 16(19): 3785. <https://doi.org/10.3390/ijerph16193785>
- Muslija, A., Satrović, E. & Colaković, N. (2019). Dynamic Panel Data Analysis of the Relationship between Economic Freedom and Tourism. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 327-343. <https://doi.org/10.18074/ckuiibfd.408287>
- Narayan, P.K. (2004). Economic impact of tourism on Fiji's economy: empirical evidence from the computable general equilibrium model. *Tourism Economics*, 10, 419-433.
- Öcal, O. & Altınöz, B. & Aslan, A. (2020). The Nexus between Economic Freedom and Tourist Arrivals: Evidence from Mediterranean Countries. *Istanbul Journal of Economics-Istanbul İktisat Dergisi*, Istanbul University, Faculty of Economics, 70(2), 287-301.
- Oh, C.O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean Economy. *Tourism Management*, 26, 39–44.
- Özcan, C. C., Aslan, M., & Nazlıoğlu, S. (2017). Economic freedom, economic growth and international tourism for post-communist (transition) countries: A panel causality analysis. *Theoretical and Applied Economics*, 24(2), 75-98. Retrieved from <http://store.ectap.ro/articole/1270.pdf>
- Rasool H, Maqbool S, Tarique Md. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: a panel cointegration analysis. *Futur Bus J*. 7(1): 1–11. <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00048-3>
- Razvi, S. (2016). Does Economic Freedom Influence Major Health Indicators in India? Cross-state Panel Estimation Results. *Journal of Development Policy and Practice* 1(2) 203–221.
- Saha, S., Su, J-J. & Campbell, N. (2016). Does political and economic freedom matter for inbound tourism? A cross-national panel data estimation. *Journal of Travel Research*, 56(2), 221-234. <https://doi.org/10.1177/0047287515627028>

- Sajilan, S., Islam, M. U., Ali, M., & Anwar, U. (2019). The determinants of FDI in OIC countries. *International Journal of Financial Research*, 10(5), 466-473. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p466>
- Samimi, A. J., Sadeghi, S. & Sadeghi, S. (2011). Tourism and economic growth in developing countries: P-VAR approach. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28-32. Retrieved from [http://www.idosi.org/mejsr/mejsr10\(1\)11/5.pdf](http://www.idosi.org/mejsr/mejsr10(1)11/5.pdf)
- Schubert, S.F., & Brida, J.G. (2011). Dynamic model of economic growth in a small tourism driven economy. *Tourism Economics*, 3, 149-168.
- Selimi N, Sadiku ScL, Sadiku M. (2017). The Impact of Tourism on Economic Growth in the Western Balkan Countries: An Empirical Analysis. *IJBESAR*. 10(2): 19–25. <https://doi.org/10.25103/ijbesar.102.02>
- SESRIC. (2016). New Directions in the Tourism Sector: Islamic Tourism in the OIC Countries. Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC). Ankara. <https://www.oic-oci.org/docdown/?docID=2967&refID=1098>
- SESRIC. (2017). International Tourism in the OIC Countries: Prospects and Challenges 2017. Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC). Ankara. <https://www.oic-oci.org/docdown/?docID=1773&refID=1071>
- SESRIC. (2020). International Tourism in the OIC Countries: Prospects and Challenges 2020. Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC). Ankara. <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/757.pdf>
- UNWTO. (2015). Over 1.1 Billion Tourists Travelled Abroad in 2014. *UNWTO World Tourism Barometer*, 13 (1): 1–6.

#### References [In Persian]

- DaiKarimzadeh, S., Ghobadi, S. and Foroudastan, N. (2014). Factors affecting the International tourism demand in Iran: ARDL approach. *Tourism Management Studies*, 8(23), 131-154. [20.1001.1.23223294.1392.8.23.6.7](https://doi.org/10.1001.1.23223294.1392.8.23.6.7)
- Safarzadeh, Esmail; and Asghari, Tamina. (2019). Factors affecting tourism demand in Middle Eastern countries: A spatial econometric approach to pooled data. *Economic Progress Policy*, 7(1), 133-149. <https://doi.org/10.22051/edp.2018.20226.1151>
- Fetros, Mohammad Hassan; Imani Khoshkho, Mohammad Hossein; Sarlak, Ahmad; and Hosseini Salehi, Seyyed Mohammad. (1400). A comparative study of the impact of effective factors on international tourism in selected developed and developing countries with emphasis on the institutional index ICRG (International Country Risk Guide Index). *Tourism and Development*, 10(3), 1-15. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.216854.1951>

# املاکه انتشار

استناد به این مقاله: نام خانوادگی نویسنده اول، نام. (سال). عنوان مقاله. عنوان نشریه (ایتالیک)، سال (شماره)، ص  
آغاز-ص پایان.



Management Studies in Development and Evolution is licensed under  
a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.