

تاریخ دریافت: ۸۹/۱۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۹۰/۷/۱۷

اثرات درآمدی صنعت جهانگردی بر رشد اقتصادی کشورهای اسلامی عضو D8

احسان سلیمی سودرجانی*

** داود محمودی نیا

*** علی زارعی نمین

**** فرشید پورشهابی

چکیده

در این مطالعه با توجه به اهمیت صنعت جهانگردی و درآمدهایی که می‌توان از طریق این صنعت وارد کشورهای توسعه یافته نمود، به بررسی اثرات مخارج جهانگردی بر رشد اقتصادی کشورهای اسلامی عضو D8 پرداخته خواهد شد. برای این منظور از روش داده‌های تلفیقی جهت بررسی رابطه بین متغیرهای مورد نظر در طی دوره زمانی ۱۹۹۵-۲۰۰۶ استفاده شده است. نتایج مطالعه نشان دهنده آن است که درآمدهای ناشی از جهانگردی تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی این

* دانشجوی دکتری دانشگاه تهران، ehsansalimi2005@gmail.com

** داود محمودی نیا پژوهشگر اقتصاد دانشگاه یزد، davoud.mahmoudinia@gmail.com (نویسنده مسئول)

*** علی زارعی نمین کارشناس ارشد اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، alizareina@gmail.com

**** فرشید پورشهابی دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه سیستان و بلوچستان، farshid.py@gmail.com

مجموعه از کشورها داشته است. همچنین تأثیر متغیرهای دیگر، مانند: نیروی کار، نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی، سرمایه انسانی و تشکیل سرمایه ناخالص بر رشد اقتصادی این مجموعه از کشورها مثبت و معنادار بوده است. از اینرو پیشنهاد شود تا با افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت جهانگردی و فراهم کردن امکانات رفاهی مورد نیاز این صنعت و نیز توجه به جاذبه‌های گردشگری در این مجموعه از کشورها، امکان بهره‌برداری هر چه بیشتر از پتانسیل‌های این صنعت به منظور افزایش رشد اقتصادی کشورها فراهم شود.

طبقه بندی JEL: L83; C33

واژگان کلیدی: رشد اقتصادی، صنعت گردشگری، کشورهای اسلامی عضو D8، داده‌های تلفیقی.

مقدمه

واژه جهانگردی نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله انگلیسی به نام اسپورتینگ ماگازین ارائه شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی برای کسب لذت به کار می‌رفت^۱ (محللاتی، ۱۳۸۰). جهانگردی امروزه به رکن تجارت تبدیل شده است و درآمد سرشاری برای کشورهایی دارد که جاذبه گردشگری دارند و کشورهای مختلف دنیا با بهره‌گیری از مواهب طبیعی، آثار باستانی، تمدن کهن یا حتی فناوری جدید، شهرکهای توریستی و امکانات تفریحی، قطب جهانگردی شدند و هر ساله از چهار گوشه جهان افرادی را به خود فرا می‌خوانند تا با فروش کالا و خدمات، سیل درآمد را به کشورهایشان جاری نمایند. کشورهایی مانند چین، هند، ترکیه، ایتالیا و ... امروزه به شدت در این تجارت که خود آنرا صنعت می‌نامند، سرمایه‌گذاری می‌کنند. با این همه امروز جایگاه کشور ایران در صنعت جهانگردی متناسب با پتانسیل‌های موجود در کشور نیست.

بر اساس آمار و داده‌های سازمان جهانی گردشگری، گردشگری بالغ بر ۱۲۰

میلیون شغل در دنیا بوجود آورده و حدود ۵/۵ درصد اقتصاد جهانی ناشی از فعالیتهای گردشگری است. بیش از یک دهم جمعیت جهان یعنی حدود ۶۵۰ میلیون نفر در سال در جهان مسافرت می کنند و این صنعت برای بیش از یک نهم نیروی کار جهان اشتغال ایجاد کرده است و بیش از ۱۰ درصد تولید ناخالص دنیا مربوط به صنعت گردشگری است.^۱ طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۰۷، سفر و جهانگردی بیش از ۶ درصد از کل صادرات کشورهای جهان را به خود اختصاص داده است و پیش بینی می شود که در سال ۲۰۱۰ این میزان به حدود بیش از ۸ درصد افزایش یابد.

توسعه اقتصادی نیز که هدف علم اقتصاد برای کشورهاست، دارای تعاریف مختلف است و برای توضیح آن از شاخص های مختلفی استفاده می شود. یکی از شاخص هایی که برای توسعه اقتصادی تعریف می شود، رشد اقتصادی است. برای کسب رشد اقتصادی بالاتر، کشورها در بخش های مختلف اقتصادی سعی می کنند تا راندمان آن بخش و تولید آن را بالاتر ببرند تا بتوانند به رشد اقتصادی بالاتری دست یابند. یکی از این بخش ها بخش جهانگردی می باشد. عده ای معتقدند که گسترش و توسعه بخش جهانگردی باعث رشد اقتصادی می شود و می تواند در توسعه اقتصادی نقش مهمی ایفا کند. برای مثال کشورهایمانند ترکیه و مالزی همزمان با رونق بخش جهانگردی توانسته اند به رشد اقتصادی قابل قبولی دست یابند. برخی دیگر معتقدند که رشد اقتصادی باعث رونق بخش جهانگردی می شود و توسعه بخش توریسم را در بر دارد. کشورهای توسعه یافته مانند انگلیس و فرانسه که از لحاظ بخش جهانگردی نیز در رده های بالا قرار دارند، مثالهایی برای این دسته از نظریات می باشد.^۲

برای کشور میزبان، گردشگری یک صنعت صادراتی است. زیرا گردشگر برای تهیه مایحتاج خود ارز وارد کشور می نماید. علاوه بر این، توسعه صنعت گردشگری تأثیر چشمگیری بر تخصیص منابع در درون اقتصاد دارد و هرچه سطح توسعه

۱ - طرح حسابهای اقماری گردشگری.

2 - Liu, J. C., & Var, T. (1986).

اقتصادی کشور میزبان پایین تر باشد، این تأثیر بیشتر خواهد بود. از اینرو توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است. ایران نیز از جمله کشورهای با اقتصاد تک محصولی است که اتکای شدیدی به درآمدهای حاصل از صادرات نفت خام دارد. این شرایط باعث شده تا متغیرهای کلان اقتصادی با دنباله روی از قیمت جهانی نفت خام در طول زمان دچار نوسانات شدیدی شوند. رهایی یافتن از اقتصاد تک محصولی برای اقتصاد ایران در سایه افزایش صادرات کالاهای صنعتی، محصولات کشاورزی یا تکیه بر صادرات دیگر کالاهای غیر نفتی ممکن است. با وجود این گردشگری در ایران پدیده‌ای فصلی با قطبهای محدود و تقریباً درون‌زا است و در قسمت گردشگری خارجی بیشتر بازاری برای کشورهای همسایه است تا جلب جهانگردی برای بازارهای داخلی.

بنابراین، دست کم به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصتهای شغلی، توسعه صنعت گردشگری در اقتصاد ایران از اهمیت فراوانی برخوردار خواهد بود. البته تأکید بر اهمیت مطالعه اقتصادی این صنعت زمانی نمود پیدا می کند که بدانیم ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری یکی از ۱۰ کشور اول جهان و از لحاظ آثار باستانی یکی از ۵ سرزمین نخست جهان به جهت جاذبه اکوجهانگردی و تنوع گیاهی و جانوری است. با وجود این تنها ۰/۰۵ درصد سهم درآمد گردشگری جهان را به خود اختصاص داده و از نظر درآمد جذب گردشگر در قیاس با دیگر کشورهای جهان در رتبه ۹۰ قرار دارد. لذا با توجه به محدودیت منابع تخصیصی برای فعالیتهای مختلف اقتصادی، مطالعه در زمینه اثرات اقتصادی جهانگردی از اهمیت شایان توجهی برخوردار خواهد بود.^۱ (تاج علی، ۱۳۸۵).

مطالعات اقتصادی در مورد ساختار صنعتی کشور نشان دهنده توسعه نیافتگی عمیق این بخش است. بخش کشاورزی نیز چه در طول سالهایی که به عنوان محور

توسعه مطرح بود و چه پس از آن، ظرفيت محدودی برای رشد از خود نشان داد و نتوانست حتی نیازهای اولیه کشور را تأمین کند. سایر اقلام صادرات غیر نفتی کشور را نیز عمدتاً کالاهای سنتی و مواد خام صنایع تولیدی تشکیل می دهد. تکیه بر این نوع صادرات به معنی صدور ارزانتر مواد اولیه و کالاهای سنتی است که طی قرون گذشته، به بازارهای معین در صحنه جهانی عرضه شده و نتوانسته است رشد زیادی به دست آورد.

به منظور تصمیم گیری صحیح در بخش جهانگري و ارائه سیاست گذاریهای مناسب در این زمینه داده‌ها و آزمون‌های مورد نیاز فراتر از یک کشور و به صورت مجموعه‌ای از کشورها در نظر گرفته می شود تا نتایج به دست آمده قابل اعتمادتر باشد و مبنای مناسبی را برای تصمیم گیری ارائه کند. اگر تصمیم گیری‌ها بر مبنای نتایج حاصل برای کشوری مانند ایران که در طول چند دهه اخیر وقایعی مانند انقلاب اسلامی و جنگ را تجربه کرده است، صورت پذیرد آنگاه ممکن است نتایج مناسبی از مطالعه قابل استخراج نباشد و در نتیجه نتوان سیاستهای مناسبی را اتخاذ کرد. اما با افزایش حجم نمونه از طریق در نظر گرفتن مجموعه‌ای از کشورها در مدل برآوردی می توان نتایج قابل اعتمادتری را استخراج و برای سیاست گذاریهای صحیح در راستای توسعه بخش جهانگري بکار گرفت.

از اینرو این مطالعه به بررسی تأثیر جهانگري بر رشد اقتصادی کشورهای مسلمان عضو D8 از طریق روش داده‌های تلفیقی و برای دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۶ می پردازد. در بخش ۲ مبانی نظری و مطالعات انجام شده در مورد گردشگری و رشد اقتصادی مورد بررسی قرار خواهد گرفت. در بخش ۳ وضعیت گردشگری و جهانگري در کشورهای اسلامی عضو D8 مورد بررسی قرار می گیرد. ارائه مدل و تخمین آن در قسمت ۴ ارائه شده و در پایان جمع بندی و پیشنهادهای تحقیق ارائه خواهد شد.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات انجام شده

جنبه های نظری عوامل اقتصادی در گردشگری

عواملی که بر روند درآمد و ورود گردشگر و نحوه توزیع آن در سراسر جهان تأثیر می گذارند، از طریق تئوری های اولیه مبادلات بین المللی توجیه پذیر هستند. مطالعه اقتصادی عوامل تعیین کننده گردشگری بین المللی متکی بر روش بررسی نظری است و مطالعات تجربی آن را تأیید می کند. بر این اساس چهار نظریه را در مورد عوامل تعیین کننده موقعیت یک کشور در مبادلات گردشگری بین المللی می توان برشمرد: ۱- نظریه وفور منابع طبیعی ۲- نظریه هزینه نسبی ۳- نظریه مزیت مطلق و دانش فنی ۴- نظریه شرایط تقاضا (ولا و ؟؟؟؟ ۱۳۸۶: ۱۰۶).

نظریه وفور منابع طبیعی

نظریه وفور منابع طبیعی در سال ۱۹۱۹ توسط هکشر به وجود آمد و در سال ۱۹۳۳ توسط اوهلین تکمیل شد. این نظریه متکی بر توزیع منابع طبیعی در هر کشور است. با توجه به این نظریه کشورهای که در بعضی امور دارای منابع فراوان هستند، از مزیت نسبی تولید و صادرات کالاهای ناشی از این منابع برخوردار خواهند بود. این نظریه در مورد منابع طبیعی که برای گردشگری بین المللی بسیار مهم هستند صدق می کند. بنابراین ویژگی، گردشگری بین المللی هر کشور مستقیماً با فراوانی منابع در آن کشور در ارتباط است تا با عرضه بیشتر امکانات گردشگری گردشگران بین المللی بیشتری را جذب کند.

نظریه هزینه نسبی

بر پایه این نظریه کشوری می تواند در تولید کالاها و خدمات تخصص یابد که کالاها را نسبت به سایر کشورها با قیمت بهتری عرضه کند. این نظریه ابتدا در سال ۱۸۱۷ توسط دیوید ریکاردو بیان شد. با توجه به اینکه محصولات گردشگری عموماً خدماتی هستند که نمی توانند به صورت مشابه هر بار تکرار شوند، بنابراین مطالعه

هزینه نسبی متوجه صفات و شرایط بخصوصی از گردشگری بین‌المللی است و صرفاً نمی‌توان اجزای تشکیل دهنده هزینه (حمل و نقل، تسهیلات، خدمات وابسته) را تحلیل کرد، بلکه باید ضریب کیفی قیمت و پیشرفت‌های فناوری را نیز به حساب آورد.

نظریه مزیت مطلق و پیشرفت فناوری

این نظریه بسط و توسعه تحلیل آدام اسمیت در تجارت بین‌المللی است. مزیت مطلق نقش سازنده‌ای در گردشگری بین‌المللی دارد. در حقیقت برخی از کشورها دارای منابع گردشگری منحصر به فردی هستند و این منابع می‌توانند به صورت امکانات طبیعی یا منابع هنری و معماری شناخته شده در سطح جهان باشند و گردشگران را برای بازدید ترغیب کنند و بر حسب اهمیت این منابع، منحصر به فرد بودن کشور تعیین می‌شود. نوآوری و پیشرفت در فناوری از سیاست‌هایی است که می‌تواند مزیت‌های مطلق یک کشور را قوت بخشد. نوآوری فنی در بخش گردشگری شامل نهادهای ظاهری، اطلاعات و پیشبرد و توسعه فرآورده‌ها و بازاریابی است.

نظریه شرایط تقاضا

این نظریه در سال ۱۹۶۱ توسط لیندر مطرح شد. نظریه‌های تقاضا، توضیحی بر توسعه و تراکم حرکت گردشگری در میان کشورها هستند. تقاضای گردشگری شامل کالاها و خدماتی است که در لحظه‌ای خاص مصرف کننده به آنها نیاز دارد و تابع درآمد و میزان علاقه مردم به گردشگری بین‌المللی است. عامل تفاوت در تقاضا به ویژه در زمینه گردشگری بین‌المللی حائز اهمیت است و در قالب تفاوت‌های جغرافیایی، فرهنگی و گفتاری، سبب مبادلات بین کشورهای مختلف می‌شود. از این رو کشورهایی که به لحاظ جغرافیایی نزدیک هم بوده و دارای منابع تقریباً مشابهی هستند از مبادلات گردشگری بیشتری برخوردارند تا کشورهایی که منابع کاملاً متفاوتی دارند و از نظر جغرافیایی از هم دور هستند.

اثرات اقتصادی گردشگری

ارزیابی آثار اقتصادی صنعت گردشگری سبب فراهم کردن اطلاعات برای شکل‌گیری سیاست‌های توسعه گردشگری می‌شود. این سیاست‌ها تعیین‌کننده کل ساختار مورد نیاز یک کشور برای دست یافتن به مناسب‌ترین نوع تولید در گردشگری است. مزایای اقتصادی اولیه گردشگری عموماً عبارت‌اند از: کمک به درآمد ارزی و تراز پرداختها، ایجاد اشتغال و درآمد، بهبود ساختارهای اقتصادی، تشویق فعالیتهای کارآفرینی و افزایش درآمدهای مالیاتی. شواهد مربوط به مناطق توریستی کشورهای در حال توسعه، ترکیبی از کلیه این موارد را نشان می‌دهند. هزینه‌های اقتصادی گردشگری بین‌المللی به خوبی شناخته نشده‌اند اما به نظر می‌رسد که شامل این موارد باشند: افزایش تورم و قیمت زمین، افزایش واردات، فصلی شدن تولید و اشتغال، مشکلات مربوط به وابستگی بیش از حد به یک محصول، تأثیر نامطلوب بر تراز پرداختها، هزینه‌های سنگین زیرساختها، و تأثیر بر رشد بیش از اندازه نیروی کار شاغل در یک صنعت خدماتی با بهره‌وری پایین (لی، ۱۳۷۸: ۷۱).

مهمترین اثرات گردشگری بر رشد اقتصادی

گردشگری از جنبه‌های زیر بر رشد اقتصادی اثر می‌گذارد:

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

۲- افزایش درآمد ملی جامعه میزبان: مخارجی که یک گردشگر در کشور میزبان

صرف می‌کند به اقتصاد آن جامعه یا منطقه تزریق می‌شود. وقتی که گردشگری به کشور مقصد می‌رود، پولی را که در کشور خود کسب کرده در این کشور خرج می‌کند. بنابراین این پول به اقتصاد کشور میزبان تزریق می‌شود و مخارجی را که گردشگران در کشور میزبان هزینه می‌کنند را می‌توان به عنوان صادرات خدمات گردشگری کشور میزبان تعریف کرد. وقتی که گردشگری در یک کشور مقصد پولی خرج می‌کند این خرج او باعث ایجاد درآمد برای شخص دیگری می‌شود. مثلاً شخصی که به ایران می‌آید و به هتل دار خود هزینه هتل را می‌پردازد، این هزینه برای هتل دار درآمد ایجاد می‌کند. این اولین منفعتی است که از گردشگری حاصل می‌شود.

هتل دار بخشی از این درآمد را بابت هزینه های خود (از قبیل دستمزد و خرید کالا) می‌پردازد. بنابراین پول برای یک دسته دیگر درآمد ایجاد می‌کند. افرادی که برایشان درآمد ایجاد شده به نوبه خود این پول را برای لباس، مسکن، غذا و... هزینه می‌کنند و کسانی که این پول را دریافت می‌کنند (فروشگاه‌های پوشاک و مواد غذایی) آن را برای موارد دیگری هزینه می‌کنند و موج تزریق اولیه پول یعنی پرداخت به هتل دار باعث ایجاد درآمد و هزینه‌های متوالی در جامعه می‌شود. بنابراین اگر در هر مرحله اثرات افزایش درآمد ناشی از تزریق اولیه پول را جمع کنیم، خواهیم دید که در نهایت درآمد کل جامعه میزبان به میزان بیشتری از مخارج گردشگر افزایش یافته است.

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

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

مروری بر مطالعات انجام شده

روشهای زیادی برای بررسی اثرات گردشگری در ادبیات اقتصادی وجود دارد. این روشها شامل اقتصادسنجی، روشهای آماری و روش داده - ستانده و است. در ایران و خارج از کشور تحقیقاتی در این زمینه با روشهای موجود صورت گرفته است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می شود:

امیریان (۱۳۷۹) به بررسی اثر مخارج گردشگران خارجی بر تولید، درآمد، اشتغال، عواید دولت، توزیع درآمد و واردات پرداخته است. وی براساس روش پیشنهادی اسکاپ (ESCAP) و با انجام تعدیلات جزئی در نتایج نمونه گیری سال ۱۳۵۲ و تبدیل جدول ۷۸ بخشی در سال ۱۳۷۰ به ۱۷ بخش اقتصادی به این نتیجه دست یافته است که فعالیتهای هتل داری و رستوران، صنایع غذایی، صنایع پوشاک و چرم و صنایع دستی، حمل و نقل داخلی بیشترین سهم از تولید، درآمد و اشتغال ایجاد شده در اثر مخارج گردشگران خارجی را به خود اختصاص داده اند.

محلاتی (۱۳۸۰) به بررسی اهمیت گردشگری در توزیع ثروت، ارتقای زندگی و کسب درآمد توسط دولتها و همچنین تأثیر آن در بازار کار و تجارت جهانی پرداخته است و اشاره می کند که سالانه حدود ۲/۵ میلیون شغل جدید ایجاد شده و افراد شاغل در صنعت گردشگری تا سال ۲۰۰۵ به بیش از صد و پنجاه و هفت میلیون نفر خواهند رسید. رابطه بین بخش جهانگردی و بخش های دیگر اقتصادی در ایران، با استفاده از جداول داده ستانده توسط معصومه تاج علی (۱۳۸۵) بررسی شده است. نتایج این پژوهش نشان دهنده آن است که درآمدهای ناشی از ورود گردشگران خارجی سبب افزایش درآمد، تولید و اشتغال خواهد شد و توسعه بخش گردشگری و افزایش مخارج گردشگران، افزایش واردات و افزایش عواید دولت را در پی دارد.

در مطالعات خارجی هم رابطه علی بین توسعه جهانگردی و رشد اقتصادی برای اقتصاد کره، با استفاده از روش انگل - گرنجر و بر اساس مدل VAR توسط (2005)

oh) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که اولاً بر اساس آزمون همجمعی هیچ رابطه بلندمدتی بین این دو متغیر وجود ندارد و ثانیاً بر اساس آزمون علیت فقط یک رابطه یک طرفه از توسعه اقتصادی به سمت توسعه گردشگری مورد تأیید قرار گرفت.

Kim, H. J., Chen, M. H., & Jang, S. C. (2006) رابطه علی بین گسترش جهانگردی و رشد اقتصادی در تایوان را مورد بررسی قرار دادند که برای این منظور آزمون علیت گرنجر بر اساس روش هم‌گرایی مورد استفاده قرار گرفت. نتایج این مطالعه وجود رابطه علیت دو طرفه بین این دو متغیر را مورد تأیید قرار داد. به عبارت دیگر توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در تایوان همدیگر را تقویت می‌کند.

در مطالعه دیگر، Fayissa, b. et.al.(2009) با استفاده از داده‌های تلفیقی ۱۷ کشور امریکای لاتین برای دوره زمانی ۱۹۹۴ تا ۲۰۰۴، اثر صنعت گردشگری بر توسعه اقتصادی این مجموعه از کشورها را با استفاده از مدل رشد نئوکلاسیک مورد بررسی قرار دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری همانند متغیرهای سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، اثر مثبت بر سطح جاری تولید ناخالص داخلی و همچنین بر رشد اقتصادی کشورهای امریکای لاتین داشته است.

Kaplan, M. & Celik, T. (2008) در مطالعه خود رابطه بین توسعه گردشگری و عملکرد اقتصادی در ترکیه را برای دوره زمانی ۱۹۶۳ تا ۲۰۰۶ با استفاده از روش VAR مورد بررسی قرار دادند. نتایج وجود یک بردار همجمعی بین تولید حقیقی، درآمدهای حاصل از گردشگری به قیمت حقیقی و نرخ ارز حقیقی موثر را تأیید کرد و نشان داد که گردشگری اثر بلندمدت بر تولید دارد. در ادامه از طریق آزمون علیت گرنجر، وجود علیت یک طرفه از گردشگری و نرخ ارز به سمت تولید مورد تأیید گرفت.

رابطه بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در دو کشور کره و تایوان توسط Chen, C. F. & Chiou-Wei, S. Z. (2009) مورد بررسی قرار گرفت. آنها با استفاده از یک مدل EGARCH-M و با لحاظ کردن عوامل عدم اطمینان، به

بررسی جهت علیت بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی، هنگامی که اثرات تکانه‌ای نااطمینانی این دو متغیر لحاظ شود پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که در تایوان توسعه گردشگری علت رشد اقتصادی بوده است اما در کره جنوبی رابطه بین این دو متغیر به صورت علیت متقابل است.

بررسی وضعیت گردشگری در کشورهای عضو D8

گروه دی هشت (D8) شامل ۸ کشور بنگلادش، مصر، مالزی، اندونزی، ایران، نیجریه، پاکستان و ترکیه است که به دنبال برگزاری کنفرانس همکاری توسعه در سال ۱۹۹۷ در کشور ترکیه و با هدف بهبود موقعیت کشورهای در حال توسعه در اقتصاد جهانی، تنوع و ایجاد فرصت‌های جدید در روابط تجاری، ارتقای همکاری و مشارکت در تصمیم‌گیری در سطوح بین‌المللی و تهیه استانداردهای بهتر زندگی شکل گرفت. اهداف اولویت دار همکاری بین این ۸ کشور عبارت‌اند از: فقرزدایی، رویارویی با مشکلات جهانی شدن، تشکیل بانک اطلاعات علمی صنعتی، بازاریابی بین‌المللی، طراحی، تولید و بازاریابی صنایع دستی و کشاورزی و تقویت روابط اجتماعی و اقتصادی بین کشورهای اسلامی شریک.

درآمدهای حاصل از صنعت گردشگری، تعداد گردشگر و درصد سهم درآمد گردشگر در تولید ناخالص داخلی در سالهای ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ برای کشورهای دی هشت به ترتیب در نمودارهای ۱، ۲ و ۳ نشان داده شده است. وضعیت کشورهای دی هشت و بررسی صنعت گردشگری در این کشورها در ادامه بیان می‌شود:

ایران

کشور ایران سرزمینی پهناور با سابقه تمدن چند هزار ساله، موقعیت جغرافیایی ویژه و پل ارتباطی آسیا و اروپا، سواحل گسترده و زیبا و تنوع اقلیمی بسیار زیاد است. ایران از لحاظ تعداد جاذبه‌های گردشگری در ردیف ۱۰ کشور اول پرجاذبه گردشگری در جهان است و از لحاظ تنوع زیستی و تنوع جاذبه‌های طبیعی رتبه پنجم را در جهان دارا می‌باشد (معصومی ۱۳۸۴). در سال ۱۳۷۸، ۷/۵ درصد از

گردشگران ورودی به کشور، تبعه کشورهای عرب همسایه بوده‌اند و سهم کشورهای حاشیه شمالی بجز آذربایجان برابر ۳/۱۴ درصد بوده است. تحلیل وضعیت گردشگران ورودی به کشور نشان می‌دهد بخش عمده‌ای از گردشگران ورودی (۵۵/۲ درصد) از کشورهای آذربایجان، افغانستان و پاکستان وارد کشور می‌شوند که گردشگران این کشورها اغلب قدرت خرید بالایی ندارند و نمی‌توانند درآمد ارزی بالایی برای کشور به همراه داشته باشند. روند تعداد گردشگران ورودی طی دوره قبل از انقلاب اسلامی تقریباً در تمام سال‌ها صعودی بوده است به طوری که تعداد گردشگران بین‌المللی از ۳۵۰/۱ هزار نفر در سال ۱۳۵۰ به ۶۷۸/۲ هزار نفر (۹۳ درصد افزایش) در سال ۱۳۵۶ افزایش یافته است و در این دوره فقط در سال ۱۳۵۲ تعداد گردشگران ورودی کم شده است. میزان درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران بین‌المللی طی سال‌های ۱۳۵۰ تا ۱۳۵۶، از ۵۷/۵ میلیون دلار به ۱۷۶/۲ میلیون دلار (۲/۷ برابر) افزایش یافته است که بخشی از آن مربوط به افزایش تعداد گردشگران و بخش دیگر مربوط به افزایش هزینه سرانه هر گردشگر در کشور از ۱۶۴/۲ دلار به ۲۵۹/۸ دلار (یعنی حدود ۶۰ درصد) در این دوره می‌باشد. در سال ۱۳۵۷ با وجود اینکه تعداد گردشگران ورودی حدود ۲۵ درصد نسبت به سال قبل کاهش یافت، اما میزان درآمدهای گردشگری در این سال ۳۳/۵ درصد افزایش یافت که ناشی از افزایش ۸۰/۲ درصدی هزینه سرانه هر گردشگر در کشور بوده است. اما در سال ۱۳۵۸ کشور ایران شاهد کاهش بیش از ۷۰ درصدی در تعداد گردشگران ورودی و درآمد ارزی حاصل از ورود آنها بود و در واقع وقوع انقلاب اسلامی و تغییر ساختار جذب گردشگر به دلیل تغییر شرایط کشور و ایدئولوژی‌های حاکم بر آن اثرات خود را در نیمه دوم سال ۱۳۵۷ و سال ۱۳۵۸ نشان داده است. به لحاظ مقایسه ای تعداد گردشگران ورودی در سال ۱۳۵۸ حدود ۲۲ درصد و درآمد حاصل ۳۶/۱ درصد ارقام مشابه در سال ۱۳۵۶ بوده است. در سال ۱۳۵۹ با وقوع جنگ تحمیلی بر خلاف انتظار تعداد گردشگران ورودی ۴/۱ درصد افزایش اما میزان درآمدهای ارزی حاصل حدود ۳/۲ درصد کاهش یافته است که نشان دهنده کاهش هزینه‌های سرانه هر گردشگر در کشور است. به طور کلی تا

پایان جنگ تحمیلی روند تعداد گردشگران ورودی و درآمد ارزی حاصل از آنها دارای ثبات نبوده است به طوری که در سال‌های ۱۳۶۱، ۱۳۶۴ و ۱۳۶۶ تعداد گردشگران ورودی و درآمدهای حاصل به شدت کاهش یافته است و در سال‌های ۱۳۶۲ و ۱۳۶۵ تعداد گردشگران ورودی به ترتیب ۵۷ و ۷۴ درصد نسبت به سال قبل رشد داشته است. به طور کلی میزان ورود گردشگران و درآمدهای حاصل در سال ۱۳۶۶ به کمترین مقدار خود می‌رسد و در این سال تنها ۶۸/۴ هزار نفر گردشگر خارجی از کشور بازدید می‌کنند که درآمدی برابر ۲۷/۹ میلیون دلار برای کشور ایجاد کرده‌اند. در سال ۱۳۶۷ و با پایان یافتن جنگ تحمیلی روند ورود گردشگران و افزایش درآمد ارزی شروع شده و به دلیل پایان یافتن جنگ تحمیلی و افزایش میزان ثبات و امنیت کشور رشد زیادی در ورود گردشگران و افزایش درآمد ارزی به وجود می‌آید. این رشد تقریباً تا سال ۱۳۷۸ وجود داشته است و در سال ۱۳۷۹ با وجود پیش‌بینی رشد بالایی در ورود گردشگران در برنامه سوم توسعه اقتصادی اجتماعی و فرهنگی، رشد ورود گردشگران تنها ۱/۶ درصد و افزایش درآمد ارزی حدود ۱۴/۵ درصد بوده است. در سال‌های بعد رشد گردشگری کشور متعادل‌تر شده است به طوری که به رغم کاهش ۵/۳ درصدی در سال ۱۳۸۲ متوسط رشد متغیرهای بخش گردشگری بعد از سال ۱۳۷۹ حدود ۲/۲ درصد محاسبه شده است. تعداد و میزان درآمد حاصل از ورود آنها به کشور در سال ۱۳۸۳ به ترتیب برابر ۱۶۵۹/۵ هزار نفر و ۴۹۹/۶ میلیون دلار بوده است و در سال ۱۳۸۶ تعداد کل گردشگران به ۲/۲ میلیون نفر و میزان درآمد حاصل از ورود گردشگران به ۱/۹۵ میلیارد دلار افزایش یافته است.

اندونزی

اندونزی، چهارمین کشور پرجمعیت دنیا محسوب می‌شود. مردم این کشور در سواحل جزایر و یا در دره‌ها زندگی کرده و اکثراً کشاورز هستند. این کشور، آب و هوای گرم و استوایی داشته، و بارانهای موسمی، سبب رونق کشاورزی می‌شود. رشته کوههای شیب دار، رودخانه‌های روان، دریاچه‌هایی با دره‌های عمیق،

جنگل‌های سرسبز و نخلستان‌های وسیع در حاشیه‌ای از ساحل ماسه‌ای سپید "ماوا" از جمله مناطق دیدنی اندونزی هستند که سالیانه میلیون‌ها گردشگر را به این کشور جذب می‌کنند. تعداد گردشگر در این کشور در سال ۲۰۰۳ نسبت به سال ۲۰۰۲ ۱۱ درصد کاهش یافته است، اما از سال ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۷ از ۴/۸ به ۵/۵ میلیون نفر افزایش داشته است. بیشترین بازدید کنندگان این کشور از منطقه شرق آسیا و اقیانوسیه هستند. سهم گردشگری در صادرات خدمات این کشور بالای ۸۰ درصد است که نشان دهنده اهمیت این صنعت است و همچنین سهم درآمد گردشگری از تولید ناخالص داخلی این کشور در سال ۲۰۰۷ حدود ۱/۳ درصد بوده است.

بنگلادش

بنگلادش در شمال شرقی جنوب آسیا واقع شده است. بنگلادش کشوری ساحلی است که دارای شش فصل در طول سال است. تعداد گردشگری از سال ۲۰۰۰ در بنگلادش افزایش یافته است. البته این افزایش تنها مربوط به گردشگرهای خارجی نیست، بلکه افراد مقیم داخل نیز تعطیلات خود را در کنار سواحل آرام این کشور می‌گذرانند. منطقه (Cox Bazar) جنوبی‌ترین بخش بنگلادش است و دارای زیبایی‌های طبیعی فراوانی است. گردشگران از نقاط مختلف جهان برای دیدن مناظر این منطقه به کشور بنگلادش سفر می‌کنند. افزایش گردشگرها باعث افزایش تقاضا برای امکانات اقامتی نظیر هتل‌ها و ... شده است. با این حال سهم درآمد جهانگردی در این کشور نسبت به تولید ناخالص داخلی و صادرات کالا و صادرات خدمات ناچیز است. به طوری که سهم درآمد جهانگردی از تولید ناخالص داخلی و صادرات کالا به ترتیب حدود ۰/۱ درصد و ۰/۸ درصد در ۲۰۰۷ بوده است. این کشور در میان کشورهای دی هشت کمترین تعداد گردشگری و درآمد حاصل از این صنعت را دارد.

ترکیه

ترکیه در جنوب شرقی اروپا و جنوب غربی آسیا قرار گرفته است. از نظر

وسعت ترکیه ۸۱۴۵۷۸۱ کیلومتر مربع مساحت (کمتر از نصف مساحت ایران) سی و پنجمین کشور جهان محسوب است. مهمترین بناهای فرهنگی و تاریخی ترکیه که گردشگران زیادی را جذب می‌کنند عبارت‌اند از: بنای آناتولی در استانبول، موزه موزائیک در آنتالیا، قصبه مادر مقدس در متروپولیس. در ترکیه حدود ۱۴ میلیون نفر از این کشور در سال ۲۰۰۹ دیدن کردند. بر اساس گزارشات موجود در حال حاضر بیش از یک میلیون نفر در صنعت گردشگری این کشور مشغول به فعالیت هستند، این در حالی است که کارشناسان پیش‌بینی کرده‌اند که طی ۵ تا ۶ سال آینده این رقم به ۳ میلیون تن افزایش یابد. ترکیه در بین کشورهایی که بیشترین رقم درآمد حاصل از صنعت گردشگری را دارند رتبه هشتم را بدست آورده است. طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی، درآمد حاصل از صنعت گردشگری در این کشور در سالهای ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ به میزان ۱۸/۵ و ۲۰/۶ میلیارد دلار بوده که معادل ۳/۴ و ۳/۱ درصد از تولید ناخالص داخلی این کشور است. همچنین در سال ۲۰۰۷ سهم درآمد گردشگری از صادرات کالا حدود ۲۳ درصد بوده است.

پاکستان

پاکستان دارای مساحت حدود ۸۰۳۹۴۰ کیلومتر مربع و دارای جمعیتی حدود ۱۶۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۶ بوده است. بیش از ۵۰ درصد جمعیت پاکستان کشاورز بوده و در اطراف رودها به زراعت مشغول‌اند. یکی از عوامل مهم در جغرافیای طبیعی و اقتصادی پاکستان، وجود رودخانه ایندوس است که در شرق این کشور جاری است. تعداد گردشگری در این کشور چندان زیاد نیست. طی سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۴ بیشترین تعداد گردشگر ۵۵۷ هزار نفر در سال ۲۰۰۰ بوده است. علت این امر می‌تواند نبود امنیت (به دلیل حضور پایگاه‌های القاعده)، کمبود امکانات لازم از جمله امکانات اقامتی و همچنین وجود درگیری‌های قومی و مذهبی و .. می‌باشد. همچنین در سال ۲۰۰۷ سهم درآمد گردشگری از تولید ناخالص داخلی و صادرات کالا در این کشور به ترتیب حدود ۰/۹ و ۵/۴ درصد

بوده است.

مصر

جمهوری عربی مصر کشوری با آب و هوای مدیترانه‌ای گرم و خشک است. مصر از لحاظ تراکم جمعیتی یکی از پرتراکم‌ترین کشورهای جهان است. زیرا که تعداد ۱۱۲۰ نفر در هر کیلومتر مربع از خاک آن ساکن هستند. کشور مصر به دلیل داشتن جاذبه‌های فراوان گردشگری همچون اهرام ثلاثه، مجسمه ابوالهول و تمدن باستانی، هر ساله جهانگردان زیادی را به این کشور می‌کشاند. بیشتر این گردشگران از اروپا وارد این کشور می‌شوند. درآمد سالیانه مصر از این صنعت حدوداً ۴/۵ میلیارد دلار است. سهم درآمد گردشگری در صادرات خدمات این کشور حدوداً ۴۵ درصد است که سهم زیادی است. در سال ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ سهم درآمد گردشگری از تولید ناخالص داخلی حدود ۷/۵ و ۷/۹ درصد بوده است.

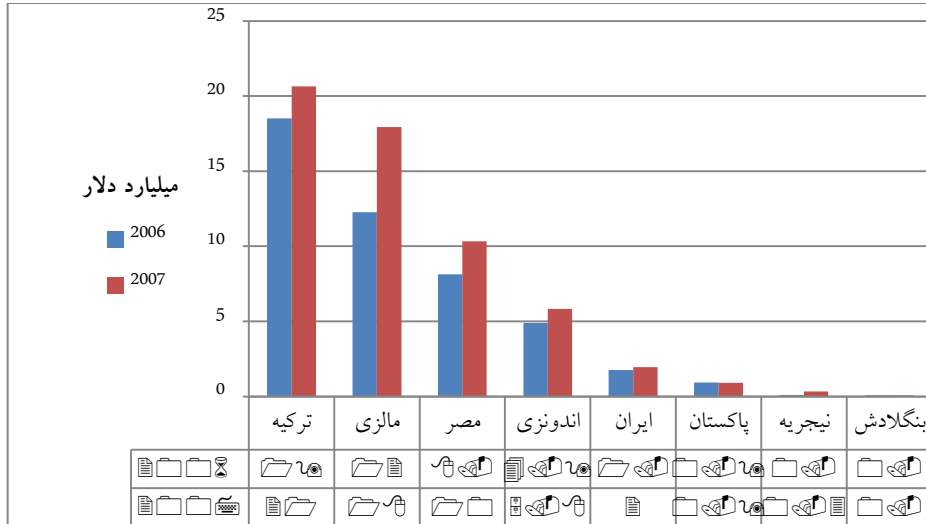
مالزی

از موفق‌ترین کشورهای در حال توسعه در گسترش و تقویت صنعت گردشگری مالزی است. این کشور در جنوب شرقی آسیا قرار دارد. طبق گزارشات وزارت گردشگری مالزی این کشور در ۱۰ ماه نخست ۲۰۰۶، میزبان بیش از ۱۳ میلیون و ۵۰۰ هزار گردشگر خارجی بوده که این رقم نسبت به تعداد گردشگران مدت مشابه سال ۲۰۰۵، ۳۹ درصد افزایش نشان می‌دهد. دولت مالزی در سال ۲۰۰۴ میلادی بودجه زیادی را در راستای گسترش بخش خصوصی و بخش خدمات در نظر گرفت و همین امر موجب جهش در صنعت گردشگری این کشور شد. اختصاص بودجه‌های کلان جهت اتصال راه‌های اصلی به اماکن گردشگری، بالا بردن سطح بهداشت در این اماکن، ارتقای خدمات‌رسانی به گردشگران، برگزاری نمایشگاه‌های گردشگری، راه اندازی تورهای خارجی و آژانس‌های سیاحتی و افزایش ضریب امنیت برای گردشگران از دیگر سیاست‌های پیش‌برنده دولت

مالزی در توسعه صنعت جهانگردی این کشور بوده است. طبق آمار موجود، مالزی دومین مقصد گردشگران بعد از چین در آسیا می‌باشد و فعال‌ترین عضو سازمان گردشگری آسیا در بازار گردشگری آسیا و منطقه اقیانوس آرام به شمار می‌رود. دولت مالزی در اقدامی جدید سال ۲۰۰۷ را سال گردشگری در این کشور نام نهاد. در سال ۲۰۰۷ سهم درآمد جهانگردی از تولید ناخالص داخلی حدود ۷/۸ درصد در این کشور بوده است که این رقم بیشترین سهم در میان کشورهای دی هشت است.

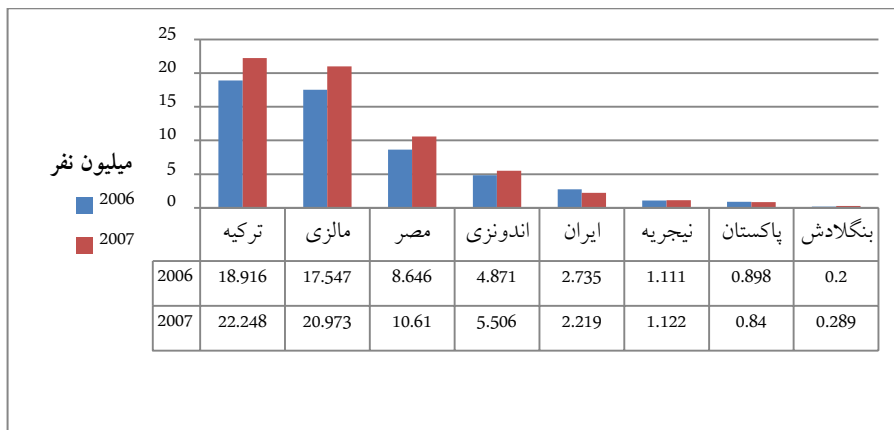
نیجریه

نیجریه یکی از بزرگترین کشورهای آفریقایی و از لحاظ جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی یکی از متنوع‌ترین این کشورهاست. نیجریه پرجمعیت‌ترین و ثروتمندترین کشور آفریقایی است. با وجود اینکه این کشور دارای منابع طبیعی و انسانی فراوان و از بازار داخلی قدرتمندی برخوردار است، به مقدار زیادی بر بخش اقتصاد خارجی و به طور ویژه به درآمد نفتی حاصل از فروش و صادرات آن تکیه کرده است. نقش بالقوه بخش جهانگردی به عنوان یک ابزار مهم در توسعه اقتصادی اجتماعی کشور نیجریه نمی‌تواند مورد تأکید قرار نگیرد. این کشور طی سالیان اخیر از پتانسیل‌های مربوط به گردشگری بهره‌چندانی نبرده است، هر چند تعداد گردشگران این کشور سالانه افزایش یافته است این افزایش چندان زیاد نبوده و تعداد گردشگران و درآمد حاصل از آنها در این کشور هنوز چشمگیر و قابل توجه نیست. سهم درآمد گردشگری در تولید ناخالص داخلی و صادرات کالا و صادرات خدمات در این کشور نسبتاً پایین است.



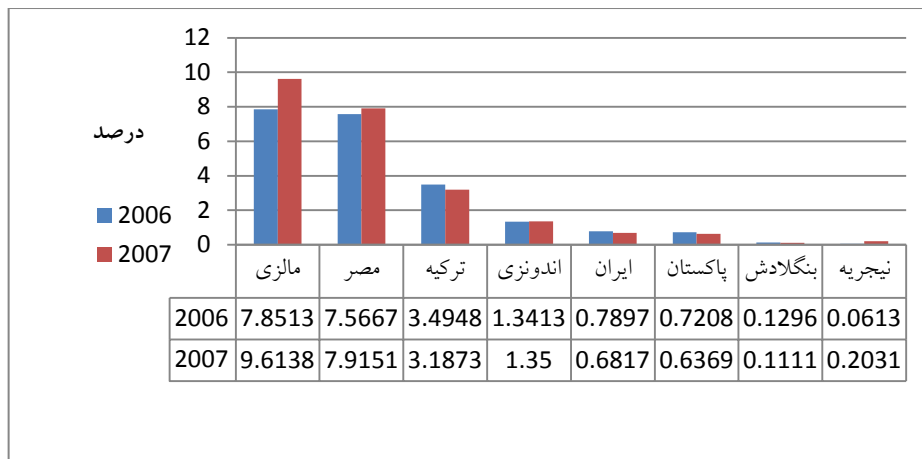
نمودار ۱. درآمد حاصل از صنعت گردشگری در کشورهای دی هشت

منبع: سازمان جهانی گردشگری (WTO)



نمودار ۲. تعداد گردشگری در کشورهای دی هشت

منبع: سازمان جهانی گردشگری (WTO)



نمودار ۳. درصد سهم درآمد جهانگردی از تولید ناخالص داخلی کشورهای دی هشت

منبع: سازمان جهانی گردشگری (WTO) و محاسبات محققان

معرفی مدل

اکثر مدل‌های رشد در مطالعات مربوط به کشورهای در حال توسعه در چارچوب الگوی رشد نئوکلاسیک سولو (۱۹۵۶) صورت گرفته‌اند. الگوی مزبور از یک تابع تولید شروع می‌شود که در آن سطح تولید کل تابعی از نهاده‌های تولیدی به کار گرفته شده است. این تابع تولید را می‌توان به صورت رابطه (۱) نشان داد:

$$Y = Af(K, L, Z) \quad (1)$$

که در این رابطه Y: تولید کل، A: عامل بهره‌وری فناوری، K: ذخیره سرمایه فیزیکی، L: نیروی کار و Z بردار سایر عوامل موثر بر رشد را نشان می‌دهد. مدل مورد استفاده در این تحقیق با توجه به مطالعات تجربی صورت گرفته و بر

اساس مدل رشد تعمیم یافته سولو به صورت زیر تصریح می‌شود:

$$\ln GDPPC_{it} = a_{it} + \beta_1 \ln TOUR_{it} + \beta_2 \ln LF_{it} + \beta_3 \ln GCF_{it} + \beta_4 \ln OPEN_{it} + \beta_5 \ln HC_{it} + \phi_{it}$$

(۲)

که در رابطه (۲) LN: لگاریتم طبیعی، GDP: تولید ناخالص داخلی حقیقی سرانه، TOUR: درآمد دریافتی از گردشگری، LF: نیروی کار، GCF: تشکیل سرمایه ثابت ناخالص به صورت درصدی از تولید ناخالص داخلی، OPEN: نسبت تجارت به تولید ناخالص داخلی سرانه جانشینی برای شاخص از بودن تجاری و HC میزان ثبت نام افراد در مقطع متوسطه جایگزینی از سرمایه انسانی است. اندیس‌های i و t به ترتیب نشان دهنده کشور (مقطع) و زمان است و ϕ_{it} جزء اخلاص تصادفی مدل است که فرض می‌شود تمام فروض کلاسیک مربوط به اجزای اخلاص رگرسیون در مورد آن صادق است.

تحقیق حاضر در مورد کشورهای عضو دی هشت برای دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۶ صورت گرفته و تمامی داده‌ها و آمار متغیرهای مدل از طریق بانک جهانی و نرم افزار شاخص توسعه جهانی (WDI 2008) جمع آوری شده است. تخمین مدل نیز با استفاده از روش داده‌های تلفیقی (Panel Data) صورت گرفته است.

روش داده‌های تلفیقی

- مدل داده‌های تلفیقی را در حالت کلی به صورت زیر می‌توان بیان کرد:

$$y_{it} = a_{it} + \beta' x_{it} + u_{it} \quad (3)$$

که در این معادله y_{it} بیانگر متغیر وابسته در کشور i ام و در زمان t ، a_{it} بیانگر عرض از مبدا مدل، β' بیانگر بردار ضرایب متغیرهای مستقل مدل، x_{it} بیانگر متغیرهای مستقل مدل و u_{it} بیانگر جملات اخلاص مدل است. تخمین معادلات در حالت داده‌های تلفیقی بستگی به فروضی دارد که در مورد ضرایب، عرض از مبداها و جمله خطا اعمال می‌کنم. البته این فروض جدا از فروض کلاسیک است که فرض می‌شود برقرار است. سه حالت کلی را می‌توان در نظر گرفت که عبارت‌اند از: حالت اول: فرض می‌کنیم که عرض از مبداها و ضرایب بین مقاطع و دوره‌ها یکسان باشد. در این حالت داده‌ها بر روی یکدیگر سوار می‌شوند و برای هر متغیر N.T مشاهده داریم. تخمین در این حالت از طریق روش داده‌های انباشته شده و با استفاده از روش حداقل مربعات معمولی (OLS) صورت می‌گیرد.

حالت دوم: فرض می‌کنیم که ضرایب شیب‌ها ثابت هستند و عرض از مبداها در طول زمان ثابت اما بین مقاطع مختلف، متفاوت از هم هستند. چارچوب مدل در این حالت به صورت زیر است:

$$y_{it} = a_i + \beta' x_{it} + u_{it} \quad (۴)$$

اختلاف بین مقاطع (کشورها در مدل ما) در a_i نشان داده می‌شود که در طول زمان ثابت فرض می‌شوند. یک راه برای در نظر گرفتن اثر مقاطع این است که فرض کنیم که عرض از مبداها بین مقاطع متفاوت باشند. ولی ضرایب متغیرها یکسان باشند که در ادبیات اقتصادسنجی به مدل اثرات ثابت معروف است. در این روش برای لحاظ کردن عرض از مبداهای متفاوت می‌توانیم از روش متغیر موهومی استفاده کنیم:

$$\begin{pmatrix} y_{1t} \\ y_{2t} \\ \mathbf{M} \\ y_{Nt} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 & \dots & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & \dots & 0 \\ \mathbf{M} & & & & & \\ 0 & 0 & 0 & 0 & \dots & 1 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \alpha_1 \\ \alpha_2 \\ \mathbf{M} \\ \alpha_N \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} X_{1t} \\ X_{2t} \\ \mathbf{M} \\ X_{Nt} \end{pmatrix} \beta + \begin{pmatrix} U_{1t} \\ U_{2t} \\ \mathbf{M} \\ U_{Nt} \end{pmatrix} \quad (۵)$$

مدل بالا به مدل حداقل مربعات متغیر مجازی (LSDV) نیز معروف است. حالت سوم: در این حالت فرض می‌کنیم که ضرایب شیب‌ها ثابت هستند و عرض از مبداها در طول زمان ثابت و برای هر مقطع برابر با یک مقدار ثابت به علاوه یک جزء تصادفی است. تخمین در این حالت از طریق مدل اثرات تصادفی و با استفاده از تکنیک حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) صورت می‌گیرد.

$$y_{it} = (a + \varepsilon_i) + \beta' x_{it} + u_{it} \quad (۶)$$

که فروض زیر را بر روی ε_i (جزء اخلاص مربوط به تفاوت‌های مقاطع) و u_{it} (جزء اخلاص مدل) در نظر می‌گیریم:

$$\varepsilon_{it} \approx N(0, \sigma_u^2) \quad (۷)$$

$$u_{it} \approx N(0, \sigma_u^2) \quad (۸)$$

$$E(\varepsilon_i, u_{it}) = 0, \quad (9)$$

$$i \neq j, t \neq s \quad E(u_{it}, u_{is}) = E(u_{it}, u_{js}) = E(u_{it}, u_{it}) = 0 \quad (10)$$

به منظور شناسایی و انتخاب روش مناسب از بین سه روش از دو آزمون F و آزمون هاسمن به صورت زیر استفاده می‌شود.

آزمون F (آزمون برابری عرض از مبداها)

$$i \neq j \quad (11)$$

$$H_0 : \alpha_1 = \alpha_2 = \dots = \alpha_N$$

$$H_1 : \alpha_i \neq \alpha_j$$

آماره این آزمون دارای توضیح F است و به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$F(n-1, nT-n-K) = \frac{(R_{FE}^2 - R_{PD}^2)/(n-1)}{(1 - R_{FE}^2)/(nT-n-K)} \quad (12)$$

R_{FE}^2 : ضریب تعیین مدل اثرات ثابت (مدل غیر مقید)

R_{PD}^2 : ضریب تعیین مدل داده‌های انباشته شده (مدل مقید)

N: تعداد مقاطع

T: تعداد دوره زمانی

K: تعداد متغیرهای توضیحی مدل

اگر آماره F محاسباتی بزرگتر از آماره جدول باشد، فرضیه صفر رد شده و عرض از مبداها برای مقاطع مختلف متفاوت است و استفاده از OLS ناسازگار بوده و کارایی هم نخواهد داشت.

آزمون هاسمن (انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی)

برای انتخاب بین دو روش اثرات ثابت و تصادفی از آزمون هاسمن استفاده

می‌شود. آماره این آزمون که دارای توزیع کای-دو (x^2) با درجه آزادی K (تعداد متغیرهای توضیحی) است به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$\xi_H = (\hat{\beta}_{FE} - \hat{\beta}_{RE})' [V\{\hat{\beta}_{FE}\} - V\{\hat{\beta}_{RE}\}]^{-1} (\hat{\beta}_{FE} - \hat{\beta}_{RE}) \quad (۴)$$

که در این رابطه $\hat{\beta}_{FE}$ و $\hat{\beta}_{RE}$ به ترتیب نشانگر ضرایب متغیرها با استفاده از روش اثرات ثابت و روش اثرات تصادفی است و V ماتریس واریانس - کوواریانس ضرایب متغیرها را نشان می‌دهد. چنانچه آماره آزمون هاسمن محاسبه شده بزرگتر از آماره جدول باشد، فرضیه صفر رد می‌شود و نشان دهنده آن است که تفاوت در عرض از مبدأ مقاطع مختلف به صورت تصادفی نبوده و روش اثرات تصادفی مناسب نیست.

نتایج برآورد مدل

نتایج برآورد مدل از طریق سه روش داده‌های انباشته شده، اثرات ثابت و اثرات تصادفی در جدول ۱ گزارش شده است. برای انتخاب روش مناسب تخمین مدل، ابتدا برابری (یا عدم برابری) عرض از مبدأ مدل برای هر یک از کشورهای مورد مطالعه را با استفاده از آزمون F بررسی می‌کنیم با توجه به این که آماره F محاسباتی (۹.۸۸) بزرگتر از آماره جدول در سطح اطمینان ۹۵ درصد است، فرضیه صفر آزمون مبنی بر استفاده از روش داده‌های انباشته شده (PD) و تکنیک حداقل مربعات معمولی (OLS) رد می‌شود. در نتیجه عرض از مبدأ مدل در کشورهای مورد مطالعه برابر نبوده و باید یکی از روشهای اثرات ثابت (FE) یا اثرات تصادفی (RE) استفاده شود. به منظور انتخاب بین دو روش اثرات ثابت و اثرات تصادفی از آزمون هاسمن استفاده شده است. از آنجایی که آماره محاسباتی این آزمون که دارای توزیع کای - اسکور (x^2) می‌باشد، برابر ۱۱۴/۵۰ است و از آماره جدول در سطح اطمینان ۹۹ درصد بزرگتر است، در نتیجه فرضیه صفر مبنی بر کارایی تخمین زنده اثرات تصادفی رد می‌شود و ضرایب تخمین زده شده از این روش دارای تورش بوده و باید از روش اثرات استفاده شود.

با توجه به نتایج تخمین ضرایب متغیرهای توضیحی مدل با استفاده از روش اثرات ثابت مشاهده می‌شود که تمامی ضرایب متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و ضرایب همه متغیرهای مدل منطبق بر مبانی نظری مدل‌های رشد است. آماره ضریب تعیین ۹۹ درصد حاکی از قدرت توضیح دهنده بالایی مدل است. همچنین آماره دوربین - واتسون ۱/۹۱ نشان از خوبی تصریح مدل و نبود مشکلات تکنیکی اقتصادسنجی در مدل دارد. از آنجا که تمامی متغیرها به صورت لگاریتمی هستند، تفسیر ضرایب متغیرها به صورت کشش است.

جدول ۱. نتایج تخمین مدل رشد تولید ناخالص سرانه

روش اثرات تصادفی		روش اثرات ثابت		روش داده‌های انباشته شده		متغیرها
آماره t (Prob.)	ضریب متغیر	آماره t (Prob.)	ضریب متغیر	آماره t (Prob.)	ضریب متغیر	
۵.۳۶ (۰.۰۰۰)	۰.۰۷	۲.۱۴ (۰.۰۳۵)	۰.۰۰۷	۱۳.۳۷ (۰.۰۰۰)	۰.۲۲	LnTOUR
۴.۱۶ (۰.۰۰۰)	۰.۲۲	۳۵.۵۴ (۰.۰۰۰)	۰.۶۳	-۱۲.۳۴ (۰.۰۰۰)	-۰.۵۱	LnLF
۲.۱۳ (۰.۰۳۵)	۰.۰۶	۹.۸۵ (۰.۰۰۰)	۰.۰۸۴	۲.۸۶ (۰.۰۰۰)	۰.۳۴	LnGCF
۲.۹۳ (۰.۰۰۴)	۰.۰۴	۵.۲۸ (۰.۰۰۰)	۰.۰۱۴	۶۱.۱ (۰.۱۱۰)	۰.۰۹	LnOPEN
۵.۴۲ (۰.۰۰۰)	۰.۴۹	۴.۵۸ (۰.۰۰۰)	۰.۱۱	۴.۳۷ (۰.۰۰۰)	۰.۳۹	LnHC
۵۲.۰ R ² = ۴۹.۰ R ² =Adj ۶۴.۱۹ F-statistic=		۰.۹۹ R ² = ۰.۹۹ R ² =Adj ۲۱۳۳۷ F-statistic=		۹۴.۰ R ² = ۹۴.۰ R ² =Adj ۲۹۸.۶۷ F-statistic=		

با توجه به نتایج به دست آمده از تخمین مدل با استفاده از روش اثرات ثابت مشاهده می‌شود که درآمدهای دریافتی از گردشگری اثر مثبت و معناداری بر تولید ناخالص داخلی سرانه در کشورهای دی هشت داشته است و افزایش یک درصدی درآمدهای دریافتی از گردشگری باعث افزایش ۰/۰۰۷ درصدی در تولید ناخالص داخلی سرانه می‌شود. این نتیجه با یافته مطالعات محققان دیگر مانند فایسا و همکاران

(۲۰۰۹) و تاج علی (۱۳۸۵)، بلومی (۲۰۱۰) مطابقت دارد. یکی از دلایلی که منجر به اثر مثبت درآمدهای دریافتی از جهانگردی بر رشد اقتصادی شده است، کسب درآمدهای ارزی برای کشورهای میزبان بوده است که می‌تواند ارزهای وارده را صرف واردات فناوری پیشرفته مورد استفاده در اقتصاد کند. همچنین مخارج گردشگران خارجی منجر به تزریق پول به اقتصاد کشور میزبان می‌شود که می‌تواند رونق اقتصادی کشور را به همراه داشته باشد. از طرف دیگر با افزایش درآمدهای ناشی از جهانگردی برای دولت از طریق دریافت مالیات بودجه عمرانی دولت‌ها افزایش و این موضوع می‌تواند به عنوان محرک رشد اقتصادی در این کشورها عمل کند.

ضریب متغیر نیروی کار (LF) از لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار است و برابر ۰/۶۳ است و نشان می‌دهد که یک درصد افزایش نیروی کار تولید ناخالص داخلی سرانه را به میزان ۰/۶۳ درصد افزایش می‌دهد. بنابراین، می‌توان دریافت که نهاده نیروی کار نقش زیادی می‌تواند در تولید ناخالص داخلی این گونه کشورها بازی کند و دلیل آن را می‌توان فناوری پایین این کشورها و اقتصاد کاربر آنها دانست.

ضریب میزان ثبت نام در مقطع متوسطه به عنوان شاخص توسعه انسانی، (HC) برابر ۰/۱۱ است و از نظر آماری در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار می‌باشد که نشان دهنده اثر مثبت سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی است و با یافته‌های مطالعات بارو (۱۹۹۰) و فایسا و همکاران (۲۰۰۹)، دریتساکیس (۲۰۰۴) مطابقت دارد و بیان می‌کند که افزایش یک درصد در سرمایه انسانی باعث افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه به میزان ۰/۱۱ درصد می‌شود. این نتایج فرضیه مدلهای رشد درونزا را که بیان می‌کنند سرمایه انسانی نقش مهمی در فرآیند رشد اقتصادی کشورها دارد را تأیید می‌کند. بنابراین، سطح سرمایه انسانی بالاتر در این کشورها از طریق افزایش بهره‌وری و مهارت نیروی انسانی می‌تواند رشد اقتصادی را برای این کشورها به همراه داشته باشد.

سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی که از طریق متغیر نسبت تشکیل سرمایه

ناخالص به تولید ناخالص داخلی (GCF) در مدل وارد شده است دارای اثر مثبت و معناداری بر رشد تولید ناخالص داخلی سرانه است به طوری که یک درصد افزایش در نسبت سرمایه فیزیکی به تولید ناخالص داخلی باعث ۰/۰۸۴ درصد افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه می‌شود، که مطابق با یافته‌های بارو و لی (۱۹۹۴) و اریک (۱۹۹۹) است. بنابراین، افزایش سرمایه گذاری داخلی می‌تواند از طریق فراهم کردن امکان تولید بیشتر در اقتصاد که از انباشت سرمایه ناشی می‌شود، رشد اقتصادی این کشورها را تحریک کند.

در پایان ضریب متغیر نسبت تجارت به به تولید ناخالص داخلی، (OPEN) از لحاظ آماری در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار و برابر ۰/۰۱۴ است و نشان می‌دهد افزایش یک درصدی در سهم تجارت از تولید ناخالص داخلی باعث افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه به میزان ۰/۰۱۴ درصد می‌شود. این حقیقت که افزایش درجه باز بودن تجاری با رشد اقتصادی بالاتر همراه است سازگار با تئوری‌های اقتصادی است. درجه باز بودن تجاری از طریق عوامل زیر باعث افزایش تولید ناخالص داخلی کشورها می‌شود: بهبود ساختار نهادها، انتقال فناوری، افزایش سرمایه گذاری مستقیم خارجی، استفاده از اثرات ناشی از مقیاس، افزایش قدرت رقابت پذیری اقتصاد و غیره.

نتیجه گیری و پیشنهادها

در این تحقیق اثر توسعه بخش جهانگردی بر روی رشد اقتصادی در کشورهای عضو گروه دی هشت بررسی شده است. نتایج حاصل از برآورد، با استفاده از مدل داده‌های تابلویی در طی دوره زمانی ۱۹۹۵-۲۰۰۶ نشان می‌دهد که درآمدهای به دست آمده از صنعت گردشگری تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی کشورهای دی هشت داشته است. همچنین در این مطالعه تأثیر سایر متغیرها مانند سرمایه انسانی، نیروی کار، باز بودن تجاری و تشکیل سرمایه ناخالص بر رشد اقتصادی کشورهای دی هشت تأثیر مثبت و معناداری بوده است. از این رو با توجه به نتایج بدست آمده از مدل، افزایش سرمایه گذاری در صنعت جهانگردی و فراهم کردن امکانات رفاهی

برای این افراد و توجه به جاذبه‌های گردشگری در این کشورها می‌توان افزایش بیشتر در رشد اقتصادی این کشورها را به همراه دارد.

همانطور که ملاحظه شد نهادهای نیروی کار و سرمایه می‌تواند نقش مثبتی بر رشد اقتصادی این مجموعه از کشورها باشد. اما از جمله عواملی که اثر گذاری این عوامل بر رشد اقتصادی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد و رشد اقتصادی بالاتری را به همراه دارد، افزایش درجه باز بودن تجاری و بهبود سرمایه انسانی این کشورها است. با افزایش درجه باز بودن تجاری، فناوری‌های جدید به کشور انتقال می‌یابد و قدرت رقابت پذیری کشور در بازارهای جهانی افزایش می‌یابد. همچنین سرمایه انسانی قدرت نوآوری در اقتصاد کشور را بالا می‌برد و می‌تواند نقش مهمی در رشد اقتصادی کشورها داشته باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود تا این کشورها با افزایش سرمایه گذاری در توسعه سرمایه انسانی و نیز افزایش درجه باز بودن تجاری کشورهایشان میزان رشد اقتصادی کشورهای خود را بهبود دهند.

بر اساس نتایج مطالعه می‌توان پیشنهادهای زیر را به منظور بهبود وضعیت خدمات گردشگری در کشورهای عضو گروه دی هشت منظور افزایش رشد اقتصادی ارائه کرد:

- ۱- افزایش همکاری‌های منطقه‌ای و تلاش برای تنش‌زدایی از مسائل سیاسی و ایجاد محیطی امن و راحت برای گردشگران.

- ۲- انجام تبلیغات به روش‌های جدید و مطابق سلیقه گردشگران با استفاده از ابزارهای نوین

- ۳- انجام تحقیقات لازم در خصوص عوامل موثر بر جذب گردشگر و اجرایی کردن نتایج تحقیقات.

- ۴- افزایش تنوع در گردشگری و استفاده از همه ظرفیت‌ها از جمله ظرفیت‌های بازرگانی و پزشکی به منظور هر چه متنوع کردن و افزایش ورود گردشگران.

- ۵- تلاش برای جذب سرمایه گذاری مستقیم خارجی و ایجاد انگیزه لازم در خصوص سرمایه گذاری شرکت‌های چندملیتی در بخش‌های مختلف گردشگری.

- ۶- داشتن راهبرد هم‌اندیشی و همگرایی منطقه‌ای برای توسعه تبلیغات و بازاریابی گردشگری در کشورهای عضو دی هشت.

کتابنامه

الف: فارسی

۱. امیریان، سعید (۱۳۷۹) اثر اقتصادی جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۲. تاج علی، معصومه (۱۳۸۵) بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهراء (س).
۳. لی، جان (۱۳۷۸) **گردشگری و توسعه در جهان سوم**. ترجمه عبدالرضا رکن الدین افتخاری و معصومه السادات صالحی امین؛ تهران، شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۴. محلاتی، صلاح الدین (۱۳۸۰) **درآمدی بر جهانگردی**، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۵. ولا، فرانسو و بیرچیل، یونل (۱۳۸۴) **گردشگری بین‌المللی**. محمد ابراهیم گوهریان، محمد مهدی کتابچی؛ تهران، انتشارات امیرکبیر.

ب: انگلیسی

6. Balaguer, J. & Cantavella-Jorda, M (2002) Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case, *Applied Economics*, 34, 877-884
7. Barro, r.j (1990) Government spending in a simple model of endogenous growth, *Journal of political economy*, 98, s103-25
8. Barro, R.& lee, j (1994) sources of economics growth, *Carnegie - rochester conference series on public policy*
9. Bellumi, m (2010) The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in tunisa, *International journal of tourism research*, 12, 550-560
10. Chen, C. F. & Chiou - Wei, S. Z (2009), Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea, *Tourism management*, 30, 812-818
11. Dritsakis, N (2004), tourism as a long-run economic growth factor.an empirical investigation for Greece, *tourism economics*, 10(3), 305-316
12. Erk, N.& S. Ate (1999) Long-Run Growth Effect of the Physical Capital-Human Capital Complementarity: An Approach by Time Series Techniques, *METU International Economic Conference III*, 8-11 September 1999, Ankara.
13. Fayissa, B., Nsiah C. & Tadesse, B (2009), Tourism and Economic Growth in Latin American Countries (LAC): Further Empirical

Evidence, Department of Economics and Finance Working Paper Series.

14. Kaplan, M. & Celik, T (2008) The impact of tourism on economic performance: the case of the turkey, **international journal of applied economics and finance**, 2, 13-18.
15. Kim, H. J. & Chen, M. H., & Jang, S. C. (2006) Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan". **Tourism Management**, 27(5), 925–933.
16. Liu, J.C., & Var, T (1986) Resident attitude toward tourism development in Hawaii, **Annals of Tourism Research**, 13, 193-214.
17. Lanza, A., Templec, P. & G. Urgad (2003) The Implications of Tourism Specialisation in the long run: An Econometric Analysis for 13 OECD economies, **Tourism Management**, 24, 315-321.
18. Oh, C. O (2005) the contribution of tourism development to economic growth, **Tourism Management**, 26, 39–44.
19. Zortuk, M (2009) Economic Impact of Tourism on Turkey's Economy: Evidence from Cointegration Tests, **International Research Journal of Finance and Economics**.