

مقاله پژوهشی: تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان^۱

میرعلی اکبر اخباری آزاد* ابوالفضل شاه‌آبادی**

داود حق‌خواه***

پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۴

دریافت: ۱۳۹۸/۷/۱۶

صنعت گردشگری / انواع سرمایه / جهانی شدن / نرخ ارز

چکیده

گردشگری از متنوع‌ترین و بزرگترین صنایع جهان و مهم‌ترین منبع درآمدی و ایجاد فرصت‌های شغلی در بسیاری از کشورها است. بنابراین، بررسی تعیین‌کننده‌های توسعه گردشگری در مباحث اقتصادی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در این راستا، تحقیق حاضر سعی نمود با استفاده از داده‌های تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به بررسی تأثیر انواع سرمایه شامل سرمایه طبیعی، سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه مالی، نوآوری و سرمایه مستقیم خارجی بر توسعه صنعت گردشگری در دو گروه از کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه‌یافته و نوظهور طی

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری آقای میرعلی اکبر اخباری آزاد در دانشگاه آزاد اسلامی واحد میانه به راهنمایی دکتر ابوالفضل شاه‌آبادی است.

*. دانشجوی دکتری گروه اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران.

aakhbari2@yahoo.com

** استاد گروه اقتصاد دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران a.shahabadi@alzahra.ac.ir

*** استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران.

davoud.haghkhah@gmail.com

■ ابوالفضل شاه‌آبادی، نویسنده مسئول.

دوره ۲۰۱۷-۲۰۰۷ پردازد. نتایج مدل برآوردی تحقیق نشان داد، یک درصد افزایش انباشت سرمایه‌های طبیعی، فیزیکی، انسانی، مالی، نوآوری و سرمایه مستقیم خارجی به ترتیب موجب افزایش ۰/۰۶۳، ۰/۱۸۱، ۰/۰۵۲، ۰/۰۸۹، ۰/۱۲۸ و ۰/۰۶۶ درصدی درآمد کشورهای منتخب درحال توسعه از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. همچنین، یک درصد افزایش انباشت سرمایه‌های طبیعی، فیزیکی، انسانی، مالی، نوآوری و سرمایه مستقیم خارجی به ترتیب موجب افزایش ۰/۱۱۳، ۰/۱۰۴، ۰/۰۸۰، ۰/۰۵۵، ۰/۰۹۱ و ۰/۱۱۸ درصدی درآمد کشورهای منتخب توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. به علاوه، تأثیر متغیرهای کنترلی جهانی شدن، ثبات سیاسی و نرخ ارز واقعی بر توسعه صنعت گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است.

طبقه‌بندی JEL: L83, E22, F6, F31.



مقدمه

امروزه، گردشگری^۱ یکی از بخش‌های پیشرو در اقتصاد جهانی است که منبع عظیمی از درآمدها، اشتغال‌زایی، صادرات و مالیات به‌شمار می‌رود. به نحوی که ۱۰/۴ درصد از تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۱۸ به صنعت گردشگری اختصاص داشته و ۳۱۹ میلیون نفر در آن مشغول به فعالیت بوده‌اند. همچنین، در این سال، صنعت گردشگری با رشد ۳/۹ درصدی همراه بوده که در مقایسه با رشد ۳/۲ درصدی اقتصاد جهانی، رقم بیشتری بوده است. به‌علاوه، یکی از هر پنج شغل جدید طی پنج سال گذشته توسط صنعت گردشگری ایجاد شده؛ بنابراین، توسعه گردشگری بهترین گزینه برای مشارکت دولت در ایجاد اشتغال است.^۲ ضمن این که توسعه گردشگری از طریق ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی و صنایع دستی و محصولات کشاورزی (جهت ارتزاق گردشگران) سبب متنوع‌سازی اقتصاد و رهایی از اقتصاد تک محصولی می‌شود. مضافاً، صنعت گردشگری به دلیل اثر تکاثری بالا و مدخلیت با صنایع مختلف سبب به حرکت درآمدن چرخ اقتصادی کشورها می‌شود.^۳ ضمناً، به سبب سهم بیشتر اشتغال جوانان در این صنعت، کشورهای دارای جمعیت جوان و مبتلا به مشکل بیکاری، از توسعه صنعت گردشگری می‌توانند از آن به‌عنوان ابزاری برای رفع معضل بیکاری بهره ببرند. افزون بر اینها، آلودگی ایجاد شده در صنعت گردشگری نسبت به دیگر بخش‌های تولیدی ناچیز است و به همین دلیل از آن به‌عنوان صنعت سفید^۴ یاد شده که بدون آلوده‌سازی محیط زیست انسانی، زمینه دوستی و تفاهم بین ملت‌ها را فراهم می‌کند.^۵

بنابراین، بسیاری از کشورها - خاصه کشورهای کوچک - استراتژی‌های توسعه خود را بر مبنای توسعه صنعت گردشگری تهیه و تدوین نموده‌اند، تا آنجا که درآمد حاصل از گردشگری به‌عنوان بزرگترین درآمد صادراتی آنها شناخته شده و برخی اوقات به بیش از یک چهارم تولید ناخالص داخلی آنها بالغ می‌شود.^۶ بنابراین، صنعت گردشگری به مثابه نوعی صادرات

1. Tourism

2. World Travel and Tourism Council (WTTC), (2019)

۳. معادی، (۱۳۹۱).

4. White Industry

۵. خسروی پور و سلیمانی هارونی، (۱۳۹۸).

6. Yang et al, (2010).

نامرئی^۱، نه تنها در افزایش صادرات و رشد اقتصادی کشورها نقشی بی‌بدیل دارد. بلکه، سرمایه‌گذاری و توسعه آن می‌تواند به افزایش درآمدهای مالیاتی دولت‌ها و تعالی فرهنگی میزبانان و مهمانان منجر شود.

از سویی، توسعه اقتصادی به‌طور عام و توسعه صنعت گردشگری به‌طور خاص نیازمند سرمایه‌گذاری در کلیه بخش‌های روبنایی و زیربنایی اقتصاد است.^۲ سرمایه^۳ نیز هر نهاده‌ای است که در ترکیب با دیگر نهاده‌ها در فرایند تولید کالاها و خدمات نقش دارد و دارای انواع متعدد است.^۴ از جمله سرمایه طبیعی^۵ که اولین سرمایه مورد استفاده بشر بوده و ابتدایی‌ترین شکل آن نیز زمین است. زمین شامل انواع منابع طبیعی از قبیل آب، نفت، مس، گاز طبیعی، زغال سنگ و جنگل‌ها است که به‌عنوان ماده خام در فرایند تولید به کار می‌روند. این منابع خود به دو دسته کلی تجدیدپذیر مانند جنگل‌ها و تجدیدناپذیر مانند نفت و گاز طبیعی تقسیم می‌شود. البته، در حوزه گردشگری از میراث ملی و جاذبه‌های طبیعی کشورها به‌عنوان سرمایه طبیعی آنها یاد می‌شود. یکی از انواع سرمایه‌ها که در تولید کالاها و ارائه خدمات بخش‌های مختلف اقتصادی از جمله گردشگری نقش تعیین‌کننده‌ای دارد، سرمایه فیزیکی^۶ است که ماشین‌آلات، ابزارآلات و ساختمان از مصادیق بارز آن به‌شمار می‌رود. البته، در بحث توسعه صنعت گردشگری که تقاضا و سلیقه مشتری در آن حرف اول را می‌زند، سرمایه فیزیکی بیشتر به توسعه زیرساخت‌های خدماتی و فناورانه مقصد (برای مثال حمل و نقل، عرضه آب و انرژی، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات) اشاره دارد. سرمایه مالی^۷ نیز از دیگر انواع سرمایه است که با کمک به تأمین مالی آسان و کم هزینه فعالیت‌های گردشگری می‌تواند توسعه این صنعت را بهبود بخشد. اما، برخورداری از سرمایه‌های طبیعی، فیزیکی و مالی به‌عنوان مزیت نسبی در تجارت خارجی و گردشگری بین‌المللی به مرور زمان اهمیت خود را نسبت به انواع

1. Invisible Exports

۲. شاکری و سلیمی، (۱۳۸۵).

3. Capital

4. Bourdieu, (1986).

5. Natural Capital

6. Physical Capital

7. Financial Capital

جد سرمایه نظیر سرمایه انسانی^۱، نوآوری^۲ و ... از دست داده است^۳. زیرا، اگر «سرمایه» به چیزهایی اطلاق شود که به تولید ارزش افزوده و خلق ثروت منجر می‌گردد. سرمایه‌های جدید با کمک به طراحی و ارائه خدمات جدید و کاهش بهای خدمات سنتی موجب افزایش رقابت‌پذیری کشورها در حوزه گردشگری می‌شود^۴. ضمناً، علاوه بر سرمایه‌های تأمین شده از منابع داخلی کشورها، جذب سرمایه خارجی^۵ نیز می‌تواند به توسعه صنعت گردشگری - خاصه در کشورهای درحال توسعه^۶ دچار کمبود منابع داخلی - کمک شایان توجهی نماید. بنابراین، اهمیت نقش گردشگری در افزایش رشد اقتصادی عموم کشورها و نقش سازنده آن در متنوع‌سازی اقتصاد کشورهای درحال توسعه صادرکننده نفت به‌طور خاص سبب شد تا مطالعه حاضر با هدف بررسی تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب طی دوره ۲۰۱۱-۲۰۱۷ به منصفه ظهور برسد و با ارائه نتایج حاصله در قالب توصیه‌های سیاستی به سیاست‌مداران و سیاست‌گذاران کلان، مدیران و تصمیم‌گیران بخش گردشگری و سرمایه‌گذاران بالقوه و بالفعل این حوزه - مخصوصاً در کشورهای درحال توسعه - به آنها در اتخاذ سیاست‌های صحیح و برنامه‌ریزی دقیق جهت توسعه صنعت گردشگری و به تبع آن نیل به مراتب بالاتر رشد و توسعه اقتصادی کمک نماید. در ادامه، مقاله پیش‌رو چنین ساماندهی شده که در ابتدا ادبیات موضوع بیان شده است. سپس، سازوکار تأثیر انواع سرمایه بر توسعه گردشگری تبیین و تشریح شده و پیشینه مطالعات تجربی مرتبط با موضوع مرور گردیده است. بعد از آن، مدل تحقیق معرفی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته تخمین زده شده است. در پایان، نتایج مورد بحث و بررسی قرار گرفته و چند توصیه سیاستی پیشنهاد شده است.

۱. ادبیات موضوع

۱-۱. صنعت گردشگری

سازمان جهانی گردشگری^۷، گردشگری را به صورت مجموعه فعالیت‌های افرادی که به قصد

1. Humanity Capital

2. Innovation

۳. شاه‌آبادی و همکاران، (۱۳۹۵).

۴. شاه‌آبادی و سیاح، (۱۳۹۲).

5. Foreign Capital

6. World Tourism Organization, (1995).

تفریح، استراحت و انجام امور دیگر به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان نمی‌مانند، تعریف کرده است^۱، گردشگری هم علت و هم پیامد روند جهانی شدن و نیروهای محرکه توسعه جهانی است و امروزه به رکن تجارت تبدیل شده و کشورهای مختلف با بهره‌گیری از مواهب طبیعی، آثار باستانی، تمدن کهن یا حتی فناوری‌های جدید، شهرک‌های توریستی و امکانات تفریحی سعی دارند افرادی را از نقاط مختلف جهان به سوی خود فرا خوانده تا سیلی از درآمد به سمت‌شان جریان یابد^۲. زیرا، رشد اقتصادی صرفاً تابعی از نیروی کار، سرمایه، صادرات و دیگر عوامل داخل یک کشور نیست، بلکه تحت تأثیر تعاملات بین‌المللی یک کشور از جمله میزان گردشگران وارد شده به آن کشور نیز قرار دارد^۳. به‌طور مشخص، صنعت گردشگری به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در اقتصاد جوامع نقش مثبتی دارد. اثرات مستقیم صنعت گردشگری از مخارج اولیه گردشگران برای کالاها و خدمات مصرفی ناشی می‌شود و باعث ایجاد اشتغال مستقیم و کسب درآمدهای ارزی می‌گردد^۴. همچنین، گردشگری به صورت غیرمستقیم و به شکل آثار سرریز و دیگر آثار خارجی بر اقتصاد اثر مثبت دارد^۵. مخصوصاً در کشورهای کوچک با منابع سرمایه‌ای کمتر، توسعه صنعت گردشگری یک عامل مهم و راهبردی در فرایند نیل به توسعه است و در کشورهای بزرگتر نیز یک منبع اضافی کسب درآمد و راهی برای پیشرفت مناطق کمتر توسعه‌یافته محسوب می‌شود^۶.

۲-۱. سرمایه و انواع آن

در تعاریف اولیه، سرمایه به مثابه امری فیزیکی، مادی، غیرهمگن و جمع‌ناپذیر تعریف شده که زمین، مواد اولیه، پول و دارایی‌های مالی را شامل نمی‌شود. به‌طور مثال، بلاک^۷ سرمایه را به معنای وسایل تولید ساخت بشر تعریف کرده است. اما، هنینگز^۸، موجودی مواد اولیه و

1. Williams, (2003).

۲. لطفی خاچکی، (۱۳۸۷).

3. Balaguer & Cantavella-Jorda, (2002).

4. Butcher et al, (2003).

5. Marin, (1992).

6. Hick man, (2007).

7. Black, (1974).

8. Heenings, (1977).

کالاهای تولید شده‌ای (کالاهای سرمایه‌ای) را که در فرایند تولید به کار می‌روند ذیل مفهوم «سرمایه» تعریف نموده است. به عبارتی، از نظر او، مواد اولیه و کالاهای سرمایه‌ای نیز سرمایه محسوب می‌شود. فرهنگ در تعریف سرمایه چنین آورده که به مالی که از آن عایدی حاصل شود، سرمایه گویند. بدین ترتیب، اوراق مالی نیز ذیل مفهوم سرمایه جای می‌گیرد. زیرا، دارای عایدی و بازده هستند. همچنین، پول اگر در بانک سپرده‌گذاری شود و به آن سود تعلق گیرد، سرمایه محسوب می‌شود^۱. اما، تحول مفهوم سرمایه به موارد بالا نیز محدود نمانده و این مفهوم طی دهه‌های اخیر به قدری تحول یافته که به ظهور نظریه‌های جدیدی درباره آن انجامیده است. به نحوی که امروزه بر اهمیت نقش انواع جدید سرمایه مانند سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و ... در فرایند نیل به توسعه بیش از سرمایه فیزیکی تأکید می‌شود^۲. زیرا، تفاوت موجود در سطح تولید و درآمد کشورهای مختلف، فراتر از تفاوت بین آنها به لحاظ برخورداری از سرمایه فیزیکی است^۳. بر این اساس، مهم‌ترین انواع سرمایه عبارتند از:

- **سرمایه طبیعی:** ابتدایی‌ترین شکل سرمایه است که انواع منابع طبیعی از قبیل آب، نفت، گاز طبیعی، زغال سنگ، جنگل‌ها و ... را که به‌عنوان ماده خام در فرایند تولید به کار می‌روند، شامل می‌شود. این منابع به دو دسته کلی تجدیدپذیر مانند جنگل‌ها و تجدیدنپذیر مانند نفت و گاز طبیعی تقسیم می‌شوند^۴.
- **سرمایه فیزیکی:** مجموعه کالاهای سرمایه‌ای فیزیکی، مشهود و قابل اندازه‌گیری که در فرایند تولید کالاها و خدمات و ایجاد درآمد نقش دارند را سرمایه فیزیکی گویند. بنابر تعریف نظام حساب‌های ملی، موجودی سرمایه، خالص ارقام تجمعی تشکیل سرمایه با توجه به طول عمر مفید آنهاست. بنابراین، موجودی سرمایه فیزیکی را شامل مجموع ارزش ساختمان و تأسیسات و ماشین‌آلات و تجهیزاتی است که در فرایند تولید مورد استفاده قرار گرفته یا قابل استفاده هستند^۵.
- **سرمایه انسانی:** همان‌گونه که در بخش پیشین بیان شد، اقتصاددانان به هر چیزی که در فرایند تولید نقش دارد، «سرمایه» می‌گویند. سرمایه انسانی نیز نشان‌دهنده حجم دانش،

۱. میرمعزی، (۱۳۸۳).

2. Chang, (2009).

۳. عمرانی و فرج زاده، (۱۳۹۴).

4. Cai et al, (2014).

5. Jovanovic & Ilic, (2016).

مهارت‌های فنی، خلاقیت و تجربه افراد است که در فرایند تولید اهمیت فرآیندهای پیدا کرده است. بر این اساس، نیروی انسانی دیگر نه یک دارایی هزینه‌بردار، بلکه به عنوان یک دارایی مولد شناخته می‌شود.^۱

- **سرمایه مالی:** به منابع مالی نظیر وجه نقد، حساب‌های بانکی و ... که ضرورتاً ارزش فیزیکی ندارد و برای امرار معاش در اختیار افراد و یا برای تولید در اختیار صاحبان صنایع قرار دارد، سرمایه مالی گویند. سرمایه مالی در بازارهای مالی مانند بانک‌ها، بازار سرمایه، بیمه‌ها و ... معامله می‌شود و ارزش بازار آنها نه بر انباشت تاریخی سرمایه‌گذاری شده، بلکه بر ادراک بازار از درآمد پیش‌بینی شده و ریسک آن بستگی دارد.^۲
- **نوآوری:** نوآوری پدیده جدیدی نیست و قدمتی به درازای تاریخ بشر دارد. در فرهنگ لغت وبستر^۳، نوآوری به معنای ساخت کالا، خدمت و روش جدید تعریف شده است.^۴ شومپتر^۵ به عنوان نخستین کسی که مفهوم نوآوری را وارد ادبیات اقتصادی کرد، آن را به صورت ترکیب جدیدی از منابع مولد ثروت تعریف کرد. اما، از آن زمان تا امروز، مفهوم نوآوری دستخوش تغییرات فراوان شده است. مارکوس^۶ نوآوری را یک واحد تغییر فناورانه که به ایجاد محصول، خدمت و یا روش جدید منجر شود، تعریف کرده است. برخی نوآوری را اختراع به همراه بهره‌برداری تعریف کرده‌اند. بر این اساس، نوآوری تنها خلاقیت نیست. بلکه، عرضه اختراع حاصل از خلاقیت به بازار و فروش آن به مردم نیز هست. بر این اساس، نوآوری فرآیند توسعه تا پیاده‌سازی یک اختراع می‌باشد.^۷ بدین ترتیب، مفهوم نوآوری با حدی از نو یا جدید بودن همراه است. اما، صرفاً به اختراع یا اکتشاف محدود نمی‌شود. بلکه فعالیتی است که ایده یا محصول ناشی از آن به بازار راه می‌یابد، در بازار می‌ماند و تأثیر اجتماعی و اقتصادی ایجاد می‌کند.^۸
- **سرمایه خارجی:** منابع مالی لازم برای سرمایه‌گذاری در یک کشور می‌تواند از محل

1. Webb et al, (2018).

2. Shahbaz et al, (2018).

3. Merriam-Webster Inc, (2004).

۴. شفقت و همکاران، (۱۳۹۴).

5. Schumpeter, (1934).

6. Marcus, (1969).

7. White & Bruton, (2007).

۸. شفقت و همکاران، (۱۳۹۴).

پس اندازهای داخلی یا جذب منابع خارجی تأمین شود. منابع خارجی شامل بدهی خارجی^۱، سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی^۲ و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۳ است. البته از بین آنها سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی که نشان‌دهنده منافع پایدار و کنترل واحد اقتصادی مقیم یک کشور (سرمایه‌گذار مستقیم خارجی یا بنگاه مادر) بر واحد اقتصادی مقیم کشور دیگر (سرمایه‌پذیر یا شعبه فرعی بنگاه مادر) است بر بدهی خارجی و سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی ارجحیت دارد^۴.

۱-۳. سازوکار تأثیر انواع سرمایه بر صنعت گردشگری

- سازوکار تأثیر سرمایه طبیعی بر توسعه صنعت گردشگری: با توجه به این که سرمایه‌های طبیعی و مناطق زیست محیطی، اشکال محیط طبیعی شامل تپ‌های کوهستانی، ساحلی، کویری و بیابانی و تنوع اقلیمی از جاذبه‌های گردشگری محسوب می‌شود و گردشگری زیست محیطی یک بخش در حال گسترش از صنعت گردشگری است، بنابراین برخورداری بیشتر یک کشور از سرمایه‌های طبیعی بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت دارد^۵.
- سازوکار تأثیر سرمایه فیزیکی بر توسعه صنعت گردشگری: افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها مانند اقامتگاه‌ها، اماکن پذیرایی و غذاخوری، وسایل حمل‌ونقل، توسعه راه‌ها، تسهیلات اطلاعاتی و ارتباطی، اماکن بهداشتی و درمانی و ... بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت دارد.
- سازوکار تأثیر سرمایه انسانی بر توسعه صنعت گردشگری: از آنجا که گردشگری یک فعالیت خدماتی است و افراد آن را ارائه می‌دهند، توجه به امر آموزش و ارتقای دانش افراد از رموز اصلی تضمین حیات و توسعه این صنعت به شمار می‌رود. به علاوه، صنعت گردشگری نقطه اتصال میزبان و مهمان و ارتباط دوسویه بین آنان است. در نتیجه، هر چه جامعه میزبان تحصیل‌کرده‌تر باشد، قادر خواهد بود تا تجربه لذت بخش‌تر و فراموش

1. Foreign Debt

2. Foreign Portfolio Investment

3. Foreign Direct Investment

4. Webb et al, (1998).

نشدنی‌تری را برای مهمان رقم زده و بر تصمیم او برای تجربه مجدد و نیز ترغیب دیگران به کسب این تجربه تأثیر مثبت بگذارد. بنابراین، توسعه منابع انسانی با ارائه خدمات استاندارد، ارائه خدمات متناسب با نیازهای گردشگران، استفاده از خلاقیت و نوآوری در ارائه خدمات و ... می‌تواند به توسعه صنعت گردشگری کمک شایان توجهی بنماید.^۱

- **ساز و کار تأثیر سرمایه مالی بر توسعه صنعت گردشگری:** افزایش سرمایه مالی از کانال توسعه بازارهای مالی و استفاده فناوری‌های نوین با فراهم سازی امکان انتقال سریع و کم هزینه وجوه از کشور مبدأ به کشور مقصد به رشد صنعت گردشگری کمک به سزایی خواهد نمود.^۲

- **ساز و کار تأثیر نوآوری بر توسعه صنعت گردشگری:** افزایش نوآوری با عرضه کالاها و خدمات منطبق بر نیازها و علایق گردشگران، کاهش ریسک توسعه بازار و محصول، افزایش سود کسب و کارها و کاهش هزینه‌های ناشی از حل مسائل به روش‌های نوین، ایجاد تمایز در خدمات و کسب مزیت رقابتی و در نهایت افزایش چابکی و سرعت عمل در ارائه خدمات بر توسعه صنعت گردشگری تأثیر مثبت می‌گذارد.^۳

- **ساز و کار تأثیر سرمایه خارجی بر توسعه صنعت گردشگری:** جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می‌تواند به وسیله توسعه زیرساخت‌ها مانند بزرگراه‌ها، هتل‌ها و فناوری‌های مدرن به توسعه صنعت گردشگری کمک نماید.^۴ همچنین، به دلیل افزایش تقاضای گردشگری، وضع قوانین جدید، جهانی‌شدن و تغییرات دائمی در محیط و فناوری، فشارهای رقابتی بر صنعت گردشگری افزایش یافته است. در این بین، افزایش سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با سرریز فناوری‌های جدید و فعالیت‌های تحقیق و توسعه خارجی، کشورها را قادر می‌سازد تا نوآوری در کسب و کارهای حوزه گردشگری را افزایش و فرصت‌های پیش روی این صنعت را بهتر درک و شناسایی کنند و با ایجاد روابط بلندمدت با گردشگران به توسعه صنعت گردشگری کمک نمایند.^۵

۱. پریچ و رادیچ، (۲۰۱۵).

۲. شهباز و همکاران، (۲۰۱۸).

۳. سیلوار و همکاران، (۲۰۱۷) و کریم‌پور ریحان و شریف جاها، (۱۳۹۵).

۴. بهبودی و باستان، (۱۳۸۹).

۴-۱. پیشینه پژوهش

حاجیوا و تیموروا^۱ با استفاده از تجزیه و تحلیل همبستگی-رگرسیون و به روش حداقل مربعات معمولی به بررسی تأثیر سرمایه انسانی بر توسعه صنعت گردشگری در آذربایجان پرداخته‌اند. نتایج نشان داد بین فارغ التحصیلان گردشگری از مؤسسات آموزش عالی، منابع انسانی درگیر گردشگری، درآمد سرانه و امید به زندگی با توسعه گردشگری ارتباط مستقیم وجود دارد.

شهباز و همکاران (۲۰۱۸) رابطه علی گرنجری بین گردشگری و توسعه مالی در مالزی را با استفاده از داده‌های سالانه سری زمانی ۲۰۱۶-۱۹۷۵ و به روش تودا-یاماموتو^۲ بررسی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد بین توسعه گردشگری و توسعه مالی در مالزی یک رابطه مثبت و علی دوطرفه وجود دارد.

جوانویچ و ایلیچ (۲۰۱۶) با استفاده از تحلیل همبستگی به بررسی رابطه سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و توسعه گردشگری در کشورهای جنوب شرقی اروپا شامل اسلونی، بلغارستان، بوسنی و هرزگوین، کرواسی، صربستان، مقدونیه و مونته‌نگرو طی دوره ۲۰۱۳-۲۰۰۷ پرداخته‌اند. برای این منظور از تعداد اطاق‌های هتل‌ها به‌عنوان شاخص زیرساخت‌های گردشگری استفاده شد. نتایج نشان داد بین سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری و نوسازی آنها با توسعه بخش گردشگری همبستگی بالایی وجود دارد.

پریچ و رادیچ (۲۰۱۵) با استفاده از داده‌های فصلی سری زمانی ۲۰۰۰ (۱) تا ۲۰۱۲ (۴) و تحلیل رگرسیون چندمتغیره به بررسی تأثیر سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی بر بهره‌وری گردشگری در کرواسی پرداخته‌اند. نتایج نشان داد سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در گردشگری بر بهره‌وری گردشگری تأثیر مثبت دارد. همچنین، سطح ابتدایی بهره‌وری و متغیر آموزش بر بهره‌وری گردشگری تأثیر مثبت و معناداری دارند. اما، کنترل فساد، حاکمیت قانون، شاخص بازبودن سرمایه و صادرات بر بهره‌وری گردشگری تأثیر منفی دارند.

کای و همکاران (۲۰۱۴) با تحلیل همبستگی و استفاده از مدل شکارچی-شکار^۳ به مدل‌سازی تأثیر سرمایه فیزیکی و طبیعی بر جاذبه‌های گردشگری در دو شهر گرجستان

1. Hajiyeva & Teymurova, (2019).

2. Toda-Yamamoto Granger

3. Predator Prey Model Simulation

پرداخته‌اند. نتایج نشان داد افزایش نسبت سرمایه فیزیکی بر سرمایه طبیعی در بلندمدت موجب رشد تعداد گردشگران می‌شود.

از مطالعات داخلی مرتبط با موضوع نیز می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- اخباری آزاد و همکاران (۱۳۹۸) با استفاده از داده‌های تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به بررسی تأثیر پنج نهاد نوآوری ملی شامل نهادها، سرمایه انسانی، زیرساخت‌ها، پیچیدگی بازار و پیچیدگی کسب‌وکار و دو ستاده نوآوری ملی شامل ستاده‌های دانش و فناوری و ستاده‌های خلاقانه بر توسعه صنعت گردشگری در ۲۰ کشور منتخب جهان طی دوره ۲۰۰۷ الی ۲۰۱۷ پرداخته‌اند. نتایج برآوردی نشان داد تأثیر کلیه نهادها و ستاده‌های نوآوری ملی بر توسعه صنعت گردشگری مثبت و معنادار است؛ اما ضریب تخمینی نهادها از سایر ابعاد، بزرگتر و ضریب تخمینی پیچیدگی بازار از سایر ابعاد، کوچکتر است. همچنین، تأثیر متغیرهای کنترلی سرمایه طبیعی، جهانی شدن، ثبات سیاسی و نرخ ارز واقعی بر توسعه صنعت گردشگری مثبت و معنادار است.
- پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷) با استفاده از رویکرد اقتصادسنجی بیزی^۱ و به‌کارگیری روش میانگین‌گیری مدل بیزی^۲ به تعیین عوامل بالقوه تقاضای گردشگری در کشورهای درحال توسعه طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۵ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد جمعیت کشور مقصد و درآمد سرانه کشور مقصد مهم‌ترین عوامل جذب گردشگر هستند. همچنین، زیرساخت‌ها، امکانات ارتباطی، تجارت بین‌المللی، کیفیت مطلوب زندگی و سرمایه انسانی اثر مثبت، قیمت‌های نسبی، نابرابری اقتصادی و کیفیت نامطلوب زندگی در کشور مقصد مثل آلودگی هوا اثر منفی بر جذب گردشگر داشته‌اند.
- نظری و همکاران (۱۳۹۶) با رویکرد داده‌های تابلویی و استفاده از مدل جاذبه به بررسی عوامل مؤثر بر جذب گردشگری بین‌المللی در ایران از ۵۳ کشور طی دوره ۲۰۰۹-۲۰۱۳ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد تولید ناخالص داخلی سرانه، فاصله جغرافیایی، جمعیت، نرخ ارز بر حسب قیمت واقعی سال ۲۰۱۰، تعداد تخت‌های هتل و شاخص برنند بر جذب گردشگران بین‌المللی تأثیر دارند. اما جاذبه‌های ثبت جهانی از لحاظ آماری معنادار نبود.

1. Bayesian Econometrics

2. Bayesian Model Averaging (BMA)

- فرزین و خزائی پول (۱۳۹۵) تابع تقاضای گردشگری ایران از ۱۰ کشور برتر گردشگرفرست با بیشترین هزینه‌کرد گردشگری را طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۹۸ با رویکرد داده‌های تابلویی برآورد کرده‌اند. نتایج نشان داد ضرایب برآوردی تولید ناخالص داخلی، تعداد تخت امکان اقامتی، تعداد فرودگاه و تعداد هواپیما بر تعداد گردشگران ورودی مثبت و معنی‌دار و ضریب برآوردی قیمت نسبی گردشگری بر تعداد گردشگران ورودی منفی و معنادار است. همچنین، ضریب برآوردی متغیر مجازی تحریم‌های بین‌المللی بر تعداد گردشگران ورودی منفی و معنادار است.
- فعالجو و نصیریان (۱۳۹۴) با رویکرد داده‌های تابلویی پویا و استفاده از تخمین‌زننده گشتاورهای تعمیم‌یافته به برآورد تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا طی دوره ۲۰۱۴-۱۹۷۰ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد متغیر بحران مالی جهانی تأثیر منفی و معنی‌داری بر تقاضای گردشگری در کشورهای مورد بررسی داشته است.
- اکبری و ابونوری (۱۳۹۳) با استفاده از روش تحلیل مولفه‌های اصلی به طبقه‌بندی مهم‌ترین عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی در ۳۲ کشور عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و ۷۳ کشور عضو گروه ۷۷ طی دوره ۲۰۰۸-۱۹۹۵ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد امکانات زیرساختی، ظرفیت‌های تاریخی-مذهبی و طبیعی از مهم‌ترین عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی هستند و شرایط سیاسی-اقتصادی کشورها در رتبه بعدی قرار دارد.
- شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) با رویکرد داده‌های تابلویی به بررسی تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منتخب توسعه‌یافته و درحال توسعه طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۰ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد درآمد سرانه واقعی، جمعیت کشورها، شاخص فناوری ارتباطات و اطلاعات و نرخ ارز از اهمیت به‌سزایی در جذب گردشگر برخوردارند. اما، هزینه‌های آموزشی و بهداشت و سطح سلامت جامعه بر تقاضای گردشگری کشورهای توسعه‌یافته تأثیر مثبت و معنی‌دار و در کشورهای درحال توسعه بی‌معناست.
- مومنی‌وصالیان و غلامی‌پور (۱۳۹۰) با تشکیل تابع لگاریتم خطی و تخمین آن به روش داده‌های تابلویی به تعیین سهم برخی از عوامل موثر بر تقاضای گردشگری در ۱۱ استان

گردشگرپذیری ایران طی دوره ۱۳۸۹-۱۳۸۴ پرداخته‌اند. نتایج نشان داد هزینه‌های سفر در مقصد همچون متغیر شاخص کل کالا و خدمات مصرفی و نسبت قیمت هتل آن استان به درآمد خانوار سایر استان‌ها، موثرترین متغیر در میزان تقاضای گردشگری داخلی هستند. همچنین، ضریب متغیرهای تعداد جاذبه‌های گردشگری و تعداد آژانس‌های مسافرتی و خدماتی گردشگری مثبت است.

۲. روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق از نظر هدف کاربردی است. زیرا، به قصد کاربرد نتایج در جهت توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب انجام شده است. از نظر نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی است و ارتباط متغیرها را با استفاده از آمارهای ثانویه و بدون مداخله و دست‌کاری در آنها بررسی می‌کند. از نظر اجرایی، از تحلیل رگرسیون چند متغیره، روش گشتاورهای تعمیم‌یافته^۱ و نرم‌افزار استاتا^۲ برای برآورد تأثیر انواع سرمایه بر توسعه گردشگری در کشورهای منتخب طی دوره ۲۰۱۷-۲۰۰۷ استفاده نموده است. نمونه آماری تحقیق نیز به پیروی از بوند و مالیک^۳ از ۱۹ کشور در حال توسعه^۴ با بیش از ۴۰ درصد سهم صادرات سوخت از کل صادرات کارخانه‌ای^۵ به استناد داده‌های بانک جهانی^۶ به‌عنوان گروه نمونه و ۲۰ کشور^۷ توسعه‌یافته و نوظهور با بیشترین رقابت‌پذیری در حوزه گردشگری به استناد گزارشات سفر و گردشگری^۸ مجمع جهانی اقتصاد^۹ به‌عنوان گروه کنترل تشکیل شده است. داده‌های تجربی متغیرها نیز به شرح جدول (۱) گردآوری شده‌اند.

1. Stata

2. Generalized Moment's Method

3. Bond & Malik, (2009).

۴. آذربایجان، آنگولا، اکوادور، الجزایر، امارات متحده عربی، ایران، بحرین، بولیوی، ترینیداد و توباگو، عراق، عربستان، عمان، قزاقستان، قطر، کلمبیا، مصر، نیجریه و ونزوئلا.

5. Fuel Exports of Merchandise Export

6. World Development Indicators

۷. اسپانیا، فرانسه، آلمان، ژاپن، آمریکا، بریتانیا، استرالیا، ایتالیا، کانادا، سوئیس، اتریش، پرتغال، چین، هنگ کنگ، هلند، کره جنوبی، سنگاپور، نیوزلند، نورژ و دانمارک.

8. The Travel & Tourism Competitiveness Index

9. World Economic Forum

جدول ۱- مآخذ آماری متغیرهای تحقیق

نام متغیر	نام منبع آماری	نشانی اینترنتی
توسعه گردشگری سرمایه فیزیکی نرخ ارز واقعی	بانک جهانی	https://data.worldbank.org/indicator
سرمایه طبیعی	یونسکو	https://whc.unesco.org/en/list
سرمایه انسانی	داده‌های بارو و لی	http://www.barrolee.com/data/full1.htm
سرمایه مالی	صندوق بین‌المللی پول	http://data.imf.org
نوآوری	سازمان مالکیت معنوی	https://www.wipo.int/publications/en/details
سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی	آنکتاد	https://unctad.org
جهانی شدن	مرکز تحقیقات کسب و کار	www.kof.ethz.ch
ثبات سیاسی	حکمرانی خوب	https://info.worldbank.org/governance/wgi

۲-۱. ارائه مدل

مدل تحقیق با الهام از مطالعات چورن^۱، ویستر و ایوانو^۲، اخباری آزاد و همکاران (۱۳۹۸) و زورکی و اولیایی نسب (۱۳۹۶) از نوع داده‌های تابلویی پویا^۳ انتخاب شده که وقفه متغیر وابسته به عنوان متغیر توضیحی در طرف راست معادله ظاهر می‌شود تا به درک بهتر محقق از روابط بین متغیرها کمک کند^۴. فرم تبعی مدل به صورت زیر است:

$$DTI = f(NC, PC, HC, FC, INOV, FDI, GLOB, PS, RER) \quad (۱)$$

$$NC \geq 0, PC \geq 0, HC \geq 0, FC \geq 0, INOV \geq 0, FDI \geq 0, GLOB \geq 0, PS \geq 0, RER \geq 0$$

$$\frac{\partial DTI}{\partial NC} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial PC} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial HC} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial FC} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial INOV} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial FDI} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial GLOB} > 0,$$

$$\frac{\partial DTI}{\partial PS} > 0, \frac{\partial DTI}{\partial RER} > 0$$

$$\log(DTI_{it}) = \beta_0 + \beta_1 L(DTI_{it-1}) + \beta_2 L(NC_{it}) + \beta_3 L(PC_{it}) + \beta_4 L(HC_{it}) + \beta_5 L(FC_{it})$$

$$+ \beta_6 L(INOV_{it}) + \beta_7 L(FDI_{it}) + \beta_8 L(GLOB_{it}) + \beta_9 L(PS_{it})$$

$$+ \beta_{10} L(RER_{it}) + U_{it} \quad (۲)$$

$$U_{it} = v_i + e_{it} \quad (۳)$$

در رابطه ۲، اندیس t معرف زمان، اندیس i معرف کشورهای منتخب است. U_{it} نیز جزء اخلاص

1. Chhorn, (2017).

2. Webster & Ivanov, (2014).

3. Dynamic Panel Data

4. Arellano & Bond, (1991).

مدل و شامل اثرات ثابت ویژه کشوری (V_i) و باقیمانده جزء خطا (e_{it}) است. همچنین، کلیه متغیرها به صورت لگاریمی لحاظ شده تا تفسیر ضرایب به آسانی صورت پذیرد. زیرا، فرم لگاریمی نشان‌دهنده درصد تغییر در متغیر وابسته به ازای درصد تغییر در متغیر توضیحی است.

- DTI توسعه صنعت گردشگری و متغیر وابسته تحقیق است که از مبلغ درآمد کشورهای منتخب از محل گردشگری بین‌المللی^۱ (به میلیارد دلار به قیمت ثابت) به عنوان جایگزین آن استفاده شده است.

- DTI it-1 توسعه صنعت گردشگری در یک سال قبل (متغیر وابسته باوقفه) است.

- NC انباشت سرمایه طبیعی است که به پیروی از کای و همکاران (۲۰۱۴)، نظری و همکاران (۱۳۹۶) و اکبری و ابونوری (۱۳۹۳) در مدل تحقیق منظور شده و از میراث ملی کشورها ثبت در فهرست میراث جهانی یونسکو به عنوان جایگزین آن استفاده شده است.

- PC انباشت سرمایه فیزیکی است که به پیروی از جوانویچ و ایلچ (۲۰۱۶)، کای و همکاران (۲۰۱۴)، پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷)، نظری و همکاران (۱۳۹۶)، شاه‌آبادی و مهری تلیابی (۱۳۹۵)، اکبری و ابونوری (۱۳۹۳) و شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) در مدل تحقیق لحاظ شده و از انباشت سرمایه ثابت^۲ (به میلیارد دلار به قیمت ثابت) به عنوان جایگزین آن استفاده شده است. البته، داده‌های این متغیر به صورت سالانه در دسترس بوده که یک متغیر جریان است. اما، در این تحقیق از انباره آن استفاده شده که میزان آن از طریق رابطه (۳) محاسبه شده است.

در این رابطه، موجودی سرمایه سال، موجودی سرمایه سال- $t-1$ ، سرمایه‌گذاری سال و نرخ استهلاک را نشان می‌دهد که به پیروی از کو و همکاران^۳ ۵ درصد لحاظ شده است. موجودی سرمایه اولین سال دوره نیز با استفاده از فرمول گریلیچیز^۴ (رابطه ۴) به دست آمده که g متوسط نرخ رشد سرمایه‌گذاری در دوره مورد نظر است.

$$K_t = K_{t-1} + I_t - \delta * K_{t-1} \quad (4)$$

1. International tourism, receipts

2. Fixed Capital Formation (Constant 2010 US\$)

3. Coe et al, (2009).

4. Griliches

- HC انباشت سرمایه انسانی است که به پیروی از حاجیوا و تیموروا (۲۰۱۹)، پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷)، شاه‌آبادی و مهری تلیابی (۱۳۹۵) و شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) در مدل تحقیق لحاظ شده و از متوسط سال‌های تحصیل در افراد بالای ۲۵ سال^۱ به‌عنوان جایگزین آن استفاده شده است.
 - FC انباشت سرمایه مالی است که به پیروی از شهباز و همکاران (۲۰۱۸) و مستولی زاده (۱۳۹۳) در مدل تحقیق لحاظ شده و از شاخص توسعه مالی^۲ صندوق بین‌المللی پول متشکل از توسعه نهادهای مالی و توسعه بازارهای مالی به‌عنوان جایگزین آن استفاده شده است.
 - INOV نوآوری است که به پیروی از سیلوار و همکاران (۲۰۱۷) و کریم‌پور ریحان و شریف جاهد (۱۳۹۵) در مدل تحقیق لحاظ شده و از شاخص جهانی نوآوری^۳ به‌عنوان جایگزین آن استفاده شده است.
 - FDI انباشت سرمایه مستقیم خارجی است که به پیروی از پریچ و رادیچ (۲۰۱۷)، پریچ و رادیچ (۲۰۱۵)، سلواناتان و همکاران^۴ و بهبودی و باستان (۱۳۸۹) در مدل تحقیق منظور شده و از انباشت سرمایه مستقیم خارجی جذب شده^۵ کشورها به میلیارد دلار به قیمت ثابت به‌عنوان جایگزین آن استفاده شده است.
- اما، ارائه یک مدل مناسب که تغییر رفتار متغیر وابسته (توسعه صنعت گردشگری) را به نحو حداکثری توضیح دهد، مستلزم منظور نمودن سایر عوامل موثر بر آن تحت عنوان متغیرهای کنترل است. در این تحقیق متغیرهای کنترل به شرح زیر انتخاب شده‌اند:
- GLOB^۶ جهانی‌شدن است که به پیروی از برلیک^۷، حیدری و همکاران (۱۳۹۱) و پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷) در مدل تحقیق لحاظ شده و علامت انتظاری آن مثبت است.

1. Public Spending on Education

2. Financial Development

3. Global Innovation Index

4. Selvanathan et al, (2009).

5. FDI Inward stock

6. Gross Domestic Product

7. Brelik, (2018).

زیرا، جهانی شدن با کم رنگ نمودن مرزهای جغرافیایی و گسترش روابط تجاری، سیاسی و فرهنگی کشورها با دنیای خارج، روند ورود گردشگران به کشور مقصد را تسهیل می نماید. PS^۱ ثبات سیاسی است که به پیروی از ایوانوف^۲، اینگرام^۳ و اوپادایا و همکاران (۲۰۱۱) در مدل تحقیق لحاظ شده و علامت انتظاری آن مثبت است. زیرا، گردشگری به بی ثباتی سیاسی و نبود امنیت حساس است و در کشورهای با مناقشات سیاسی بالا و بی ثباتی زیاد، هزینه های فراوانی به دوش می کشد. در نتیجه، کاهش ناآرامی ها و بهبود ثبات سیاسی بر توسعه آن تأثیر مثبت دارد.

RER^۴ نرخ ارز واقعی است که به پیروی از شفیق الله و همکاران^۵ و تاوارز و لیتائو^۶ در مدل تحقیق منظور شده و علامت انتظاری آن مثبت است. زیرا، افزایش نرخ ارز واقعی یا کاهش ارزش پول داخلی با ارزان تر نمودن قیمت کالاها و خدمات مورد استفاده گردشگران و کاهش هزینه های آنان موجب افزایش تعداد گردشگران ورودی می گردد.

۲-۲. برآورد مدل

پیش از تخمین مدل ایستایی متغیرها به روش لوین، لین و چو^۷ بررسی شد. نتایج به شرح جدول (۲) نشان داد فرضیه H0 (سری زمانی دارای ریشه واحد) برای کلیه متغیرهای مدل در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. به عبارتی، کلیه متغیرها در سطح نایستا هستند و احتمال کاذب بودن رگرسیون برآوردی وجود دارد. اما، بررسی ایستایی تفاضل مرتبه اول متغیرها نشان داد کلیه متغیرها ایستا هستند و احتمال تشکیل رگرسیون کاذب منتفی است.

1. Political stability
2. Ivanov, (2017).
3. Ingram, (2013).
4. Real Exchange Rate
5. Shafiullah et al, (2019).
6. Tavares & Leitão, (2017).
7. Levin-Lin-Cho

جدول ۲- آزمون ایستایی متغیرها

متغیر	کشورهای منتخب در حال توسعه					کشورهای منتخب توسعه یافته و نوظهور				
	سطح		تفاضل مرتبه اول		نتیجه	سطح		تفاضل مرتبه اول		نتیجه
	مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر	مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر		مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر	مقدار بحرانی (۰/۰۵)	احتمال پذیرش صفر	
DTI	-۳/۶۵	۰/۱۸	-۷/۸۶	۰/۰۰	I(1)	-۳/۹۳	۰/۱۵	-۸/۰۴	۰/۰۰	I(1)
NC	-۳/۰۹	۰/۲۳	-۷/۱۹	۰/۰۰	I(1)	-۳/۲۷	۰/۲۱	-۷/۳۷	۰/۰۰	I(1)
PC	-۲/۴۷	۰/۳۰	-۶/۵۸	۰/۰۰	I(1)	-۲/۶۵	۰/۲۷	-۶/۷۶	۰/۰۰	I(1)
HC	-۳/۱۴	۰/۲۴	-۷/۲۵	۰/۰۰	I(1)	-۳/۳۲	۰/۲۱	-۷/۴۳	۰/۰۰	I(1)
FC	-۲/۶۴	۰/۲۸	-۶/۷۵	۰/۰۰	I(1)	-۲/۸۲	۰/۲۶	-۶/۹۳	۰/۰۰	I(1)
INOV	-۲/۸۲	۰/۲۶	-۶/۹۰	۰/۰۰	I(1)	-۳/۰۰	۰/۲۴	-۷/۰۸	۰/۰۰	I(1)
FDI	-۳/۳۶	۰/۲۰	-۷/۴۸	۰/۰۰	I(1)	-۳/۵۴	۰/۱۹	-۷/۶۵	۰/۰۰	I(1)
GLOB	-۲/۲۰	۰/۳۲	-۶/۳۲	۰/۰۰	I(1)	-۲/۳۸	۰/۳۰	-۶/۵۹	۰/۰۰	I(1)
PS	-۳/۲۸	۰/۲۱	-۷/۳۹	۰/۰۰	I(1)	-۳/۴۶	۰/۲۰	-۷/۵۷	۰/۰۰	I(1)
RER	-۱/۷۹	۰/۳۶	-۵/۸۳	۰/۰۰	I(1)	-۱/۹۰	۰/۳۵	-۶/۰۱	۰/۰۰	I(1)

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به این که کلیه متغیرها از نوع $I(1)$ هستند، باید وجود رابطه تعادلی بلندمدت بین متغیرهای توضیحی و متغیر وابسته مورد آزمون قرار گیرد. زیرا، در داده‌های تابلویی، هنگام وجود همجمعی میان متغیرها نیازی به ایستا کردن داده‌ها نیست. به عبارتی، زمانی که متغیرها همجمع هستند نتایج قابل اعتماد است. در این تحقیق از آزمون کائو^۱ برای بررسی وجود همجمعی استفاده شد که نتایج به شرح جدول (۳) نشان داد در هر دو حالت تخمین متغیرهای توضیحی با متغیر وابسته همجمع هستند و رابطه بلندمدت تعادلی بین آنها وجود دارد.

جدول ۳- نتایج آزمون هم‌جمعی کائو

Cointegration Kao			
کشورهای منتخب در حال توسعه		کشورهای منتخب توسعه‌یافته و نوظهور	
t-Statistic	-۵/۳۵	t-Statistic	-۴/۹۲
Value_p	[۰/۰۰]	Value_p	[۰/۰۰]

منبع: یافته‌های پژوهش

همچنین، داده‌های تابلویی حاصل ترکیب داده‌های مقاطع مختلف در طول زمان است. لذا، قابلیت ترکیب داده‌ها با انجام آزمون F لیمر بررسی شد و نتایج نشان داد در هر دو حالت تخمین مقادیر F محاسباتی از مقدار جدول بیشتر است. بنابراین، فرضیه H_0 (یکسان بودن عرض از مبدأها) رد و اثرات گروه (تخمین به صورت داده‌های تابلویی) پذیرفته شد. در نهایت، مدل تحقیق به تفکیک دو گروه از کشورهای منتخب و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته برآورد گردید.

جدول ۴- نتایج برآورد مدل به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته

متغیرهای توضیحی	متغیر وابسته: توسعه صنعت گردشگری			
	کشورهای در حال توسعه		کشورهای توسعه‌یافته	
	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t
DTI(-1)	۰/۱۷۴*	۶/۵۱۲	۰/۲۵۹*	۷/۱۳۱
LNC	۰/۰۶۳**	۴/۰۰۷	۰/۱۱۳**	۴/۴۸۰
LPC	۰/۱۸۱**	۵/۰۲۲	۰/۱۰۴**	۴/۴۳۶
LHC	۰/۰۵۲***	۲/۲۶۳	۰/۰۸۰**	۴/۱۱۵
LFC	۰/۰۸۹**	۴/۰۷۲	۰/۰۵۵**	۳/۲۲۸
LINOV	۰/۱۲۸**	۴/۹۹۶	۰/۰۹۱**	۴/۸۱۱
LFDI	۰/۰۶۶**	۴/۳۲۲	۰/۱۱۸**	۴/۵۴۰
LGLOB	۰/۲۰۱*	۶/۳۰۳	۰/۱۵۷*	۶/۰۰۳
LPS	۰/۲۶۷**	۷/۴۰۲	۰/۱۷۲**	۷/۰۴۴
LRER	۰/۰۵۶**	۳/۴۵۸	۰/۱۴۶**	۴/۶۶۶
Sargan Test Statistic	۸/۲۶۶		۸/۶۸۳	

متغیر وابسته: توسعه صنعت گردشگری				
متغیرهای توضیحی	کشورهای در حال توسعه		کشورهای توسعه یافته	
	ضریب	آماره t	ضریب	آماره t
AR(1)	۰/۰۰۰		۰/۰۰۰	
AR(2)	۰/۷۹۵		۰/۸۰۳	
R _۲	۰/۸۵۰		۰/۸۸۸	
A. R _۲	۰/۸۲۴		۰/۸۶۱	
Number of obs	۲۰۹		۲۲۰	
Number of groups	۱۹		۲۰	
Obs per group	۱۱		۱۱	

منبع: یافته‌های پژوهش (نشانه‌های *، ** و *** به ترتیب سطوح معناداری ۱٪، ۵٪ و ۱۰٪ است).

همان‌گونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود، برای اطمینان از مناسب بودن روش گشتاورهای تعمیم یافته برای برآورد مدل، دو آزمون انجام شده است. نخست، آزمون سارگان برای اثبات شرط اعتبار تشخیص بیش از حد یعنی اعتبار صحت متغیرهای ابزاری به کار رفته که فرضیه صفر آن نشان دهنده مناسب بودن متغیرهای ابزاری است. مقدار بزرگتر از پنج درصد احتمال آماره سارگان در هر دو حالت تخمین نشان داد عدم همبستگی ابزارها با اجزای اخلاص را نمی‌توان رد کرد. در نتیجه، ابزارهای استفاده شده برای تخمین مدل از اعتبار لازم برخوردارند. دوم، آزمون همبستگی پسمانده مرتبه اول AR(۱) و مرتبه دوم AR(۲) است که به زعم آرانو و بوند (۱۹۹۱) در تخمین گشتاورهای تعمیم یافته، جملات اخلاص باید دارای همبستگی سریالی مرتبه اول و فاقد همبستگی سریالی مرتبه دوم باشند. نتایج این آزمون نیز نشان داد در هر دو حالت تخمین چنین است و تورش تصریح وجود ندارد. به علاوه، نکویی برازش مدل با هدف بررسی همخوانی داده‌های تجربی و مدل مفهومی انجام شد و R_p و R_p تعدیل شده نزدیک به یک در هر دو حالت تخمین از نکویی مدل برازش شده حکایت داشت. البته، نتایج نیز با مبانی نظری و علامت انتظاری متغیرها مطابقت داشت.

۳. بحث و بررسی

تأثیر انباشت سرمایه طبیعی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت

و معنادار است که با نتیجه مطالعات کای و همکاران (۲۰۱۴)، نظری و همکاران (۱۳۹۶) و اکبری و ابونوری (۱۳۹۳) همخوانی دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش سرمایه طبیعی به ترتیب سبب افزایش ۰/۰۶۳ و ۰/۱۱۳ درصدی درآمد کشورهای منتخب درحال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، افزایش سرمایه طبیعی، جذابیت کشورها را برای بازدید بیشتر نموده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر سرمایه طبیعی در کشورهای توسعه یافته و نوظهور می‌تواند از تبدیل به احسن سرمایه‌های تاریخی و طبیعی به عنوان یک مزیت رقابتی در جهت جذب هرچه بیشتر گردشگران ناشی شود.

تأثیر انباشت سرمایه فیزیکی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتیجه مطالعات جوانویچ و ایلچ (۲۰۱۶)، کای و همکاران (۲۰۱۴)، پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷)، نظری و همکاران (۱۳۹۶)، شاه‌آبادی و مهری تلیابی (۱۳۹۵)، اکبری و ابونوری (۱۳۹۳) و شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) همخوانی دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش سرمایه طبیعی به ترتیب سبب افزایش ۰/۱۸۱ و ۰/۱۰۴ درصدی درآمد کشورهای منتخب درحال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، افزایش سرمایه فیزیکی به معنای ایجاد امکانات رفاهی و تفریحی بیشتر است که احتمال تجربه مجدد بازدیدکنندگان و ترغیب دیگران به این کار را افزایش داده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر سرمایه فیزیکی در کشورهای درحال توسعه می‌تواند از توسعه کمتر زیرساخت‌ها و امکانات رفاهی در این کشورها ناشی شود. لذا، افزایش سرمایه‌گذاری و بهبود این وضعیت، با تأثیر مثبت بیشتری بر توسعه گردشگری همراه شده است.

تأثیر انباشت سرمایه انسانی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتیجه مطالعات حاجیوا و تیموروا (۲۰۱۹)، پناهی و نصیب پرست (۱۳۹۷)، شاه‌آبادی و مهری تلیابی (۱۳۹۵) و شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش سرمایه انسانی به ترتیب سبب افزایش ۰/۰۵۲ و ۰/۰۸۰ درصدی درآمد کشورهای منتخب درحال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، بهبود سرمایه انسانی با ایجاد فرصت‌های جدید کسب‌وکار و افزایش توجیه اقتصادی طرح‌های مورد اجرا در صنعت گردشگری به توسعه این صنعت کمک نموده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر سرمایه انسانی در کشورهای توسعه یافته و نوظهور می‌تواند از رشد سرمایه انسانی متناسب با نیاز بازار در این کشورها ناشی شود.

تأثیر انباشت سرمایه مالی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتیجه مطالعات شهباز و همکاران (۲۰۱۸) و مستولی زاده (۱۳۹۳) مطابقت دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش سرمایه مالی به ترتیب سبب افزایش ۰/۰۸۹ و ۰/۰۵۵ درصدی درآمد کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، افزایش سرمایه مالی و توسعه نهادهای مرتبط با آن از طریق فراهم‌سازی زمینه تأمین مالی بخش گردشگری به صورت آسان و کم هزینه و تسهیل نقل و انتقال وجوه متعلق به گردشگران از کشور مبدأ به مقصد و تسریع مبادلات آنها به توسعه گردشگری کمک نموده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر سرمایه مالی در کشورهای در حال توسعه می‌تواند از لزوم استفاده هر چه بیشتر آنها از ابزارها و خدمات نوین مالی در جهت توسعه گردشگری حکایت دارد.

تأثیر نوآوری بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتیجه مطالعات سیلوار و همکاران (۲۰۱۷) و کریم‌پور ریحان و شریف جاهد (۱۳۹۵) همخوانی دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش نوآوری به ترتیب سبب افزایش ۰/۱۲۸ و ۰/۰۹۱ درصدی درآمد کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، نوآوری یک عنصر کلیدی در حل چالش‌های هزینه‌بر و پیچیده کسب‌وکارهای حوزه گردشگری در عصر رقابتی حاضر است و با ایجاد تمایز در خدمات گردشگری موجب تضمین بقا و رشد آنها شده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر نوآوری در کشورهای در حال توسعه از توان کمتر آنها در تبدیل ظرفیت‌های بالقوه نوآوری به محصولات جدید و تجاری‌سازی آنها برمی‌گردد. در نتیجه، افزایش این توان بر توسعه گردشگری تأثیر مثبت بیشتری داشته باشد.

تأثیر انباشت سرمایه مستقیم خارجی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با نتیجه مطالعات پریچ و رادیچ (۲۰۱۷)، پریچ و رادیچ (۲۰۱۵)، سلواناتان و همکاران (۲۰۰۹) و بهبودی و باستان (۱۳۸۹) همخوانی دارد. بر این اساس، یک درصد افزایش انباشت سرمایه مستقیم خارجی به ترتیب سبب افزایش ۰/۰۶۶ و ۰/۱۱۸ درصدی درآمد کشورهای منتخب در حال توسعه و توسعه یافته و نوظهور از محل گردشگری بین‌المللی می‌گردد. زیرا، جذب سرمایه خارجی با کمک به ساخت و آماده‌سازی زیرساخت‌های مرتبط با گردشگری مانند استراحتگاه، هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، مراکز

تفریحی و افزایش تردد سرمایه‌گذاران و کارگران خارجی و وابستگان آنها به کشور سرمایه‌پذیر موجب توسعه صنعت گردشگری شده است. همچنین، ضریب تخمینی بزرگتر انباشت سرمایه مستقیم خارجی در کشورهای توسعه‌یافته و نوظهور به حجم بالای این سرمایه و اهمیت نقش آن در اقتصاد این کشورها برمی‌گردد.

همچنین، تأثیر متغیرهای کنترلی جهانی‌شدن، ثبات سیاسی و نرخ ارز واقعی بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای منتخب مثبت و معنادار است که با مبانی نظری و نتایج مطالعات تجربی همخوانی دارد. به علاوه، تأثیر متغیر وابسته باوقفه بر توسعه صنعت گردشگری مثبت و معنادار است. به عبارتی، عایدی کشورهای منتخب از گردشگران بین‌المللی از شرایط سال قبل تأثیر مستقیم می‌پذیرد.

نتیجه‌گیری و ملاحظات

تحقیق حاضر با استفاده از داده‌های تابلویی و به روش گشتاورهای تعمیم‌یافته به بررسی تأثیر انواع سرمایه شامل سرمایه طبیعی، سرمایه فیزیکی، سرمایه انسانی، سرمایه مالی، نوآوری و سرمایه خارجی بر توسعه گردشگری در دو گروه از کشورهای منتخب درحال توسعه و توسعه‌یافته و نوظهور طی دوره ۲۰۱۷-۲۰۰۷ پرداخت که نتایج نشان داد کلیه انواع سرمایه با ضرایب متفاوت بر توسعه گردشگری در هر دو گروه از کشورهای مورد مطالعه تأثیر مثبت و معناداری دارد. در پایان، به منظور کاربرد نتایج در جهت توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب پیشنهاد می‌شود:

- با بهره‌گیری از مدیریت کارا، علمی و تخصصی و بهبود دیپلماسی عمومی در جهت بهره‌برداری مناسب از مواهب طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی و شناسایی آنها به جامعه جهانی اقدام شود تا جذابیت کشورها برای بازدید نزد گردشگران خارجی افزایش یابد و گردشگری بین‌المللی رونق بگیرد.
- با تضمین امنیت اصل و سود سرمایه، کاهش ناطمینانی در محیط اقتصاد کلان، پرهیز از قیمت‌گذاری دستوری کالاها و خدمات، بهبود فضای کسب‌وکار و ... انگیزه سرمایه‌گذاری در جهت ایجاد و گسترش زیرساخت‌ها گردشگری، حمل و نقل، اماکن تفریحی، استراحتگاه‌ها و ... تقویت شود.

- با پایه‌گذاری نظام آموزشی عالی متناسب با تربیت نیروی کار ماهر با توجه به نیازهای بازار، وضع قوانین کارا و افزایش انعطاف‌پذیری نرخ دستمزد متناسب با کارایی نیروی کار، حمایت از نخبگان و جلوگیری از مهاجرت آنان و رفع تبعیض‌های جنسیتی و حمایت از مشارکت اقتصادی زنان، زمینه برای تشکیل سرمایه انسانی در اقتصاد به‌طور عام و بخش گردشگری به‌طور خاص فراهم شود.
- نهادها مالی با به‌کارگیری ابزارهای متنوع، فناوری‌های مدرن، استفاده از مدیران آشنا به علم و دانش روز و استخدام کارکنان متخصص و ماهر در جهت ارائه خدمات نوین، متمایز و کم هزینه به مشتریان گام بردارند تا فرایند تجمیع پس‌اندازهای خرد و تشکیل سرمایه مالی در جامعه تقویت شود و از مجرای تأمین مالی فعالیت‌های بخش گردشگری به رشد و توسعه این صنعت منجر شود.
- با حمایت قانونی از مالکیت معنوی نوآوران، توسعه زیرساخت‌های نوآوری شامل فیزیکی (مخابراتی و الکترونیکی)، اداری (درخواست و صدور مجوز) و اطلاعاتی (شفافیت اطلاعاتی)، ایجاد صندوق‌های حمایت از سرمایه‌گذاری‌های ریسک‌پذیر با هدف تأمین مالی فعالیت‌های نوآورانه و اولویت‌دهی به پژوهش‌های مبتنی بر تقاضا و تقویت ارتباط مراکز تحقیق و توسعه و بخش گردشگری بستر مناسب برای افزایش نوآوری در این صنعت آماده گردد.
- با حمایت قانونی از امنیت حقوق مالکیت خارجی، اعطای معافیت‌های مالیاتی به سرمایه‌گذاران خارجی، حذف تعرفه واردات ماشین‌آلات و کالاهای واسطه‌ای توسط سرمایه‌گذاران خارجی، پرهیز از تعصبات نژادی و لغو انحصارات و حمایت از سرمایه‌گذاران داخلی در برابر سرمایه‌گذاران خارجی و ... زمینه برای جذب سرمایه مستقیم خارجی فراهم شود تا در پرتو آن کلیه بخش‌های اقتصادی از جمله گردشگری بین‌المللی رونق پیدا کند.

منابع

- اخباری آزاد، میرعلی اکبر، شاه‌آبادی، ابوالفضل و حق‌خواه، داود. (۱۳۹۸). تأثیر ابعاد نوآوری ملی بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، ۷(۳): ۳۵-۹.
- اکبری، زهرا و ابونوری، عباسعلی. (۱۳۹۳). طبقه‌بندی عوامل موثر بر شاخص‌های اقتصادی گردشگری

- خارجی مطالعه موردی: کشورهای منتخب. فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۲(۳۴): ۵۶-۳۳.
- بهبودی، داود و باستان، فرانک. (۱۳۸۹). رابطه گردشگری و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای درحال توسعه (رهیافت علیت در داده‌های تابلویی). فصلنامه اقتصاد مالی، ۴(۱۱): ۱۷-۱.
- پناهی، حسین و نصیب پرست، سیما. (۱۳۹۷). عوامل تعیین‌کننده توسعه گردشگری در کشورهای درحال توسعه: رویکرد اقتصاد سنجی بیزی. فصلنامه فضای گردشگری، ۷(۲۶): ۵۸-۴۳.
- حیدری، رحیم، تقی پور، علی اکبر و فشاری، مجید. (۱۳۹۱). آثار تجارت خارجی بر تقاضای بین‌المللی گردشگری ایران: مطالعه موردی هند و ترکیه. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۹): ۱۳۷-۱۱۷.
- خسروی پور، بهمن و سلیمانی هارونی، خدیجه. (۱۳۹۸). گردشگری صنعت سفید با گردشگری جامعه محور. فصلنامه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، ۲(۲): ۶۴-۵۹.
- رنانی، محسن و دلیری، حسن. (۱۳۸۸). آیا سرمایه اجتماعی، واقعا سرمایه است؟ فصلنامه راهبرد یاس، ۶(۱۹): ۱۴۷-۱۷۰.
- زورکی، شهریار و اولیایی نسب، مرضیه. (۱۳۹۶). بررسی عوامل مؤثر بر رشد گردشگری با تأکید بر رقابت‌پذیری مقصد کاربردی از روش داده‌های تابلویی پویا و تخمین زن Sys-GMM. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۳): ۱۰۴-۷۷.
- شاکری، عباس و سلیمی، فریدون. (۱۳۸۵). عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذاری در منطقه آزاد چابهار و اولویت‌بندی آنها با استفاده از تکنیک ریاضی AHP. فصلنامه پژوهشنامه اقتصادی، ۶(۱): ۱۳۰-۹۵.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل و سیاح، علی. (۱۳۹۲). تأثیر زیرساخت‌های اقتصادی بر گردشگری: رویکرد پانل دیتا مقایسه‌ی تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۷): ۴۳-۲۵.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل و مهری تلیابی، فریبا. (۱۳۹۵). تأثیر نهاد حکمرانی کشور میزبان بر درآمد گردشگری کشورهای درحال توسعه منتخب. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۵(۱۶): ۳۰-۸.
- شاه‌آبادی، ابوالفضل، سهرابی وفا، حسین و سلمانی، یونس. (۱۳۹۵). تأثیر انباشت سرمایه تحقیق و توسعه و سرمایه فیزیکی بر رشد اقتصادی: شواهدی از کشورهای ایران، ترکیه و مالزی. فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۶(۲۳): ۹۰-۷۵.
- شفقت، ابوطالب، الیاسی، مهدی، طباطبائیان، سید حبیب اله و بامداد صوفی، جهانیار. (۱۳۹۴). گونه‌شناسی فرآیندهای موفق نوآوری دفاعی پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران. فصلنامه مدیریت نوآوری، ۴(۴): ۱۵۴-۱۳۱.
- عمرانی، محمد و فرج زاده، ذکریا. (۱۳۹۴). نقش انواع سرمایه در رشد بخش کشاورزی ایران. فصلنامه تحقیقات اقتصاد کشاورزی، ۷(۴): ۱۹-۱.
- فرزین، محمدرضا و خزایی پول، مرتضی. (۱۳۹۵). برآورد تابع تقاضای گردشگری با استفاده از رویکرد پنل دیتا (مورد مطالعه: ایران و کشورهای منتخب). فصلنامه گردشگری علم و فرهنگ، ۴(۵): ۲۲-۱۰.

فعالجو، حمیدرضا و نصیریان، ابراهیم. (۱۳۹۴). تأثیر بحران مالی جهانی بر تقاضای گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۰): ۲۵-۵۲.

کریم‌پور ریحان، مجید و شریف جاهد، شهرزاد. (۱۳۹۵). تأثیر نوآوری‌های توسعه گردشگری در صنعت گردشگری شهری. دومین کنگره بین‌المللی علوم زمین و توسعه شهری، تبریز، شرکت کیان طرح دانش، پژوهشکده جهاد دانشگاهی واحد استان آذربایجان شرقی.

لطفی خاچکی، بهنام. (۱۳۸۷). گردشگری به مثابه یک صنعت. فصلنامه راهبرد، ۱(۲): ۱۷۱-۲۰۶.

مستولی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۳). اثر توسعه واسطه‌های مالی بر گردشگری با هدف: خروج از اقتصاد تک محصولی. اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها و چشم‌اندازها، مشهد، پژوهشگاه گردشگری جهاد دانشگاهی، ۲۶ مهر ۱۳۹۳ تا ۲۸ مهر ۱۳۹۳.

معدی، سهیلا. (۱۳۹۱) تخمین تابع تقاضای کل توریسم ایران با استفاده از روش ARDL. پایان‌نامه کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده مدیریت و اقتصاد.

مومنی وصالیان، هوشنگ و غلامی‌پور، لیلا. (۱۳۹۰). تخمین تابع تقاضای گردشگری در استان‌های منتخب. فصلنامه اقتصاد مالی، ۵(۱۴): ۱۸۰-۱۶۲.

میرمعزی، سیدحسین. (۱۳۸۳). هزینه فرصت سرمایه‌گذاری در اقتصاد اسلامی. فصلنامه اقتصاد اسلامی، ۴(۱۶): ۷۵-۹۶.

نظری، محسن، اسفیدانی، محمدرحیم و طباطبایی، سید مهدی. (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل موثر بر جذب گردشگران بین‌المللی با استفاده از مدل جاذبه. فصلنامه تحقیقات اقتصادی، ۵۲(۱): ۲۴۳-۲۱۵.

Arellano, M. & Bond, S. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations. *Review of Economic Studies*, 58(2): 277-297.

Balaguer, J. & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case. *Applied Economics*, 34(7): 877-884.

Brelik, A. (2018). Globalization in Tourism. *Proceedings of the 2018 International Conference "Economic Science for Rural Development"* No 47 Jelgava, LLU ESAF, 9 11 May 2018, 42-48.

Butcher, G., Fairweather, J. R. & Simmons, D. G. (2003). The Economic Impact of Tourism on Christchurchcity and Akaroa Township. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 11: 211-200.

Cai, Z., Wang, Q. & Liu, G. (2014). Modeling the Natural Capital Investment on Tourism Industry Using a Predator-prey Model. *Advances in Computer Science and its Applications*, 26(4): 751-756.

Chang, W. C. (2009). Social Capital and Subjective Happiness in Taiwan. *International Journal of Socio Economic*, 36(8): 844-868.

- Chhorn, T. (2017). On the Investigation of Factors Effecting International Tourist Arrivals to Cambodian Market: A Static and Dynamic Gravity Approach. https://mpa.ub.uni-muenchen.de/83813/1/MPRA_paper_83813.pdf.
- Hajiyeva, L. & Teymurova, V. (2019). Analysis of the Impact Human Capital on Tourism Development in Azerbaijan. Conference: 37th International Scientific Conference on Economic and Social Development. Socio Economic Problems of Sustainable Development, At Azerbaijan, UNEC.
- Ingram, H., Tabari, S. & Watthanakhomprathip, W. (2013). The Impact of Political Instability on Tourism: Case of Thailand. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(1): 92-103.
- Ivanov, S. (2017). Impacts of Political Instability on the Tourism Industry in Ukraine. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(1): 100-127.
- Jovanovic, S. & Ilic, I. (2016). Infrastructure as Important Determinant of Tourism Development in the Countries of Southeast Europe. *Ecoforum*, 5(1): 288-294.
- Marin, D. (1992). Is the Export-led hypothesis Valid for Industrialized Countries? *Review of Economics and Statistics*, 74(4): 678-688.
- McKercher, B., Wan, S. M. & Tse, S. M. (2006). Are Short Duration Cultural Festivals Tourist Attractions? *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1): 55-65.
- Peric, J. & Radic, M. N. (2015). Tourism Productivity and Tourism FDI in Croatia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(5): 425-433.
- Peric, J. & Radic, M. N. (2017). FDI-Led Tourism Growth Hypothesis: Empirical Evidence from Croatian Tourism. *The Journal of CiTUR Centre of Tourism Research, Development and Innovation*, 7(3): 168-175.
- Selvanathan, S., Selvanathan, E. A. & Viswanathan, B. (2009). Causality Between Foreign Direct Investment and Tourism: Empirical Evidence from India. *Finance Working Papers* 22944.
- Shafiullah, M., Okafor, L. E. & Khalid, U. (2019). Determinants of International Tourism Demand: Evidence from Australian States and Territories. *Tourism Economics*, 25(2): 274-296.
- Shahbaz, M., Benkraiem, R., Miloudi, R. & Tiwari, A. K. (2018). Tourism-induced Financial Development in Malaysia: New Evidence from the Tourism Development Index. *Tourism Economics*, 24(1): 2-26.
- Slivar, I., Bozic, S. & Batkovic, A. (2017). Innovation in Tourism: Perception of Tourism Providers from Croatia and Serbia. *Review of Innovation and Competitiveness*, 2(4): 37-56.
- Tavares, J. M. & Leitão, N.C. (2017). The Determinants of International Tourism Demand for Brazil. *Tourism Economics*, 23(4): 834-845.
- UNCTAD. (1998). *World Investment Report*. New York and Geneva, United Nation, 91-116.

- Upadhayaya, P. K. Müller-Böker, U. & Sharma, S. R. (2011). Tourism Amidst Armed Conflict: Consequences, Copings, and Creativity for Peace-Building Through Tourism in Nepal. *The Journal of Tourism and Peace Research*, 1(2): 22-40.
- Webb, M., Kuntuova, I. & Karabayeva, A. (2018). The Role of Education in Realising Youths' Human Capital: Social Philosophical Analysis. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*. 26 (100): 968-985.
- Webster, C. & Ivanov, S. (2014). Transforming Competitiveness into Economic Benefits: Does Tourism Stimulate Economic Growth in More Competitive Destinations? *Tourism Management*, 40: 137-140.
- White, M. & Bruton, G. (2007). *The Management of Technology and Innovation: A Strategic Approach*. Mason, OH. Thompson South-Western.
- Williams, S. (2003). *Tourism Geography*. London: Routledge, Williams, S. (2003). *Tourism geography*. This edition published in the Taylor & Francis e-Library, 2003.
- World Travel and Tourism Council. (2019). *Travel & Tourism Economic Impact 2019 world*. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>.
- Yang, C. H., Lin, H.L. & Han, C. C. (2010). Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites. *Tourism Management*, 31(6): 827-837.

