

بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای

خاورمیانه و شمال آفریقا MENA

علی حقیقت^۱، عبدالحالقی خرسندیان^۲، حامد عربی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۸/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۱/۲۶

چکیده

بسیاری از برنامه ریزان و سیاست گذاران توسعه، از صنعت گردشگری به عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می کنند که می تواند با برنامه ریزی اصولی و مناسب و شناسایی فرصت ها و محدودیت های گردشگری، نقش موثری در توسعه روابط و مناسبات اقتصادی و در نتیجه توسعه ملی و منطقه‌ای و تنوع بخشی به اقتصاد ملی و منطقه‌ای، بر عهده داشته باشد. این مطالعه رابطه‌ی بین رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه منا را به کمک رابطه علیت و برآورد الگو برای دوره زمانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹، به روش اثرات ثابت بررسی نموده است. بر اساس نتایج به دست آمده، میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد و همچنین اگر رشد اقتصادی کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۲۱ درصد افزایش می یابد. از طرفی چنانچه گردشگران کشورهای منا یک درصد افزایش یابند در این صورت تولید ناخالص داخلی کشورهای منا به عنوان شاخص رشد اقتصادی ۰/۱۴ درصد افزایش می یابد.

طبقه بندی JEL: O53, C33, O47, L83.

واژگان کلیدی: رشد اقتصادی، توسعه گردشگری، نرخ حقیقی ارز.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز.

۲. کارشناس ارشد اقتصاد از دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز (abkhorsandian@yahoo.com).

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد از دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز (hamedhamed601@yahoo.com).

مقدمه

همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات، گردشگری به عنوان یک صنعت بین المللی که از جنبه های متفاوتی می توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. از طرف دیگر، رشد اقتصادی بر رشد این صنعت نیز تأثیر گذار است. به عبارت دیگر تأثیر گذاری دو عامل رشد اقتصادی و رشد گردشگری بر یکدیگر، تأثیری دوجانبه به نظر می رسد. موضوع و هدف این پژوهش، تلاش در اثبات این موضوع و میزان اثر گذاری و اثر پذیری این دو پدیده بر یکدیگر است.

قرن بیست و یکم، قرن بهره گیری از فرصت های تجاری ارزشمند در بخش های خدماتی به ویژه گردشگری است.^۱

با این حال، هنگامی که اثرات گسترده تر صنعت گردشگری را در دنیا به حساب آوریم، پیش بینی می شود که این صنعت در ۶/۵ تریلیون دلار از اقتصاد جهانی مشارکتی غیر مستقیم داشته باشد و حدود ۲۶۰ میلیون شغل نیز در ارتباط با این صنعت هستند که حدوداً ۱۲ شغل بر روی کره زمین می باشد. این آمار برای سال ۲۰۱۱ حدود ۶/۳ تریلیون دلار از کل تولید ناخالص داخلی جهانی، ۲۵۵ میلیون شغل، ۷۴۳ میلیارد دلار در سرمایه گذاری و ۱/۲ تریلیون دلار مشارکت در صادرات بوده است. این آمار برابر است با ۹ درصد تولید ناخالص (GDP) جهانی، یک دوازدهم اشتغال، ۵ درصد از سرمایه گذاری و ۵ درصد از صادرات است.^۲

^۱. WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p47.

^۲. WTO (2012 Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p 48.

کشورهای منا^۱، یا کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، شامل کشورهای عمده تولیدکننده نفت هستند. حد این منطقه منا از کشور مراکش در شمال غربی قاره آفریقا آغاز می‌شود و تا ایران، شرقی‌ترین کشور منطقه خاورمیانه امتداد می‌یابد. این منطقه دارای ۶۰ درصد منابع نفتی و ۴۵ درصد منابع گازی جهان است. اقتصاد این کشورها رابطه تنگاتنگی با تغییرات جهانی بهای نفت دارد. این منطقه یکی از قدیمی‌ترین حوزه‌های برداشت نفت در جهان محسوب می‌شود.^۲

طی چند دهه اخیر بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری‌های کلانی در بخش گردشگری انجام داده‌اند. به عنوان مثال کشورهای عضو شورای همکاری خلیج فارس^۳ که تقریباً تا چندی پیش نامی از آنها در عرصه گردشگری نبود، هم اکنون برنامه ریزی نموده‌اند تا سه تریلیون دلار در توسعه زیرساخت‌های گردشگری و تجاری سرمایه‌گذاری کنند. از آنجایی که نیاز به تنوع زیرساخت‌های اقتصادی و تجاری از چند سال گذشته به دغدغه اصلی برای کشورهای تک محصول تبدیل گشته است، این گونه ترفندهای اقتصادی راهبردی جدید را برای افزایش و چند شاخه‌ای کردن درآمد آنها به وجود آورده است. بنا بر اظهار نظر بانک جهانی، کشورهای ثروتمند منطقه همچون عربستان و امارات به صورت گسترده‌ای در این بخش برای تغییر اقتصاد و صادرات خود سرمایه‌گذاری کردند درحالی‌که کشورهای عربستان، مصر و مراکش

^۱. MENA: Middle East and North Africa.

^۲. مطالب از سایت بانک جهانی گرفته شده است.

<http://go.worldbank.org/7UEP77ZCB0>.

^۳. کشورهای عرب منطقه خلیج فارس که شامل کشورهای عربستان، امارات متحده عربی، بحرین، کویت، عمان و قطر هستند.

جزئی از کشورهای منطقه منا محسوب می شوند، از درآمد بالایی در صنعت گردشگری نیز برخوردارند.^۱

با توجه به به اهمیت صنعت گردشگری به عنوان راه مطمئنی برای کسب درآمد و کم کردن وابستگی به صادرات نفت و اینکه کشورهای حوزه منا دارای قدمت زیاد و همچنین دارای جذابیت های فرهنگی ، طبیعی و تاریخی هستند ، لازم است که در زمینه جذب گردشگران خارجی گام بردارند، تا زمینه رشد اقتصادی کشورهای منا بیش از پیش فراهم شود.^۲

با شناسایی جایگاه گردشگری و نقش آن در رشد اقتصادی کشورهای حوزه منا ، به منظور بهره گیری بهینه از این قابلیت ها در زمینه تنظیم روابط اقتصادی کشورهای حوزه منا می توان استفاده نمود.

لذا با توجه به اهمیت موضوع ، در این مقاله با استفاده از داده های آماری دوره زمانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ ، به بررسی رابطه علی بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در محدوده جغرافیایی منا شامل کشورهای افغانستان، ارمنستان، آذربایجان، بحرین، مصر، جمهوری اسلامی ایران، عراق، مورو کو، کویت، لیبی، الجزایر، مالت، سومالی، سودان، جیبوتی، گرجستان، قبرس ، فلسطین، رژیم اشغالگر قدس، اردن، لبنان، نیجر، نیجریه، عمان، پاکستان، قطر، عربستان سعودی، سوریه، تونس، ترکیه، ترکمنستان، امارات متحده عربی و یمن پرداخته و با هدف پاسخگویی به پرسش های:

۱) آیا میان رشد اقتصادی و رشد گردشگری در منطقه منا رابطه علیت برقرار است؟

1. <http://go.worldbank.org/7UEP77ZCB0>.

^۴ مطالب از سایت بانک جهانی گرفته شده است.

<http://go.worldbank.org/7UEP77ZCB0>.

۲) تاثیر پذیری رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه منا چگونه خواهد بود؟
به آزمون فرضیات اساسی زیر می پردازیم :

- ۱) میان رشد اقتصادی و رشد گردشگری در منطقه منا رابطه علیت دوطرفه برقرار است .
- ۲) رابطه اثر میان رشد اقتصادی و گردشگری مثبت است .

۱_ پیشینه تحقیق

۱-۱) مطالعات انجام شده در داخل کشور

مطالعات اقتصادی مربوط به صنعت گردشگری در ایران بسیار محدود است ، در صورتی که مطالعات مربوط به اقتصاد گردشگری در سایر کشورها وسیع و گسترده است. (موسایی ۱۳۸۳) در این پژوهش با وجود محدودیت منابع، سعی بر آن داریم مطالعاتی را بررسی کنیم که رابطه بین اقتصاد و یا زیر بخشهایی از اقتصاد و گردشگری را به صورت علی بیان کرده اند. • خوارزمی(۱۳۸۴)^۱، در مطالعه‌ای با عنوان « بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران» با استفاده از داده‌های سال‌های ۸۰-۱۳۳۸ رابطه خود رگرسیون برداری زیر را تخمین زده‌اند.

وی پس از بررسی ورود گردشگران به ایران ، طی سال های مورد مطالعه هفت کشور از بین ده کشور عمده متقاضی یعنی کشورهای آلمان ، فرانسه ، انگلستان ، هندوستان ، ژاپن ، پاکستان و ترکیه را انتخاب و از داده های سالیانه آنها در تخمین الگوها استفاده کرده است. ایشان به پیروی از شان و ویلسون الگوی خود توضیح برداری شش متغیره ای را انتخاب و با استفاده از تکنیک رگرسیون های به ظاهر نا مرتبط تخمین زده و جهت بررسی رابطه علی بین متغیرهای تجارت و گردشگری از آزمون تودا یاماماتو (۱۹۹۵) استفاده کرده است .

۱. ابوالقاسم خوارزمی (۱۳۸۴) " بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران (۸۰-۱۳۳۸)" پژوهشنامه بازرگانی شماره ۳۷ صص ۹۱-۱۰۸.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه علی یک طرفه از تجارت به گردشگری وجود دارد، بدین معنا که افزایش تجارت در ایران منجر به معرفی بیشتر ایران و کالاهای صادراتی ایران در صحنه جهانی شده و باعث افزایش ورود جهانگردان خواهد شد و باستناد نتیجه پیشنهاد شده است که در برآورد الگوهای پیش بینی تقاضا برای گردشگری، تجارت به عنوان یکی از عوامل تعیین کننده صنعت گردشگری در نظر گرفته شود.

• طیبی و همکاران (۱۳۸۶)^۱ در مطالعه ای با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۸۳-۱۳۳۸» به بررسی رابطه علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی برای ایران پرداخته‌اند.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که بین توسعه گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی رابطه ی متقابل و دو طرفه ای وجود دارد؛ به طوری که می‌توان گفت هر چه کشور از رشد اقتصادی بیشتری بر خوردار باشد، از تعداد گردشگران بیشتری نیز برخوردار است و همچنین هر چه گردشگری بین المللی کشور از میزان توسعه ی بالاتری برخوردار باشد، کشور به رشد اقتصادی بیشتری نیز دست خواهد یافت.

بر اساس نتایج به دست آمده، یک درصد افزایش در GDP کشور باعث افزایش ۰/۹۲ درصد در گردشگری و یک درصد افزایش در گردشگری باعث افزایش ۰/۴۱ درصد در GDP می‌شود.

• علیرضا پورفرج و همکاران (۱۳۸۷)^۱ با استفاده از داده های تلفیقی سال های ۲۰۰۰ - ۲۰۰۶ در ۷۰ کشور مختلف توسعه یافته و در حال توسعه، سعی بر آن دارد که نشان دهد

۱. سیدکمیل طیبی، روح اله بابکی و امیر جباری (۱۳۸۶) " بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در

ایران ۱۳۸۳-۱۳۳۸" پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی شماره ۲۶ صص ۸۳-۱۱۰.

نخست آنکه، با افزایش مخارج فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری چه تغییری در جذب گردشگر ایجاد می‌شود؟ دوم آنکه، با توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در این بخش، اثرگذاری آن بر رشد اقتصادی چه تغییری خواهد کرد؟ یافته‌ها نشان می‌دهد:

۱ - در کشورهای مورد مطالعه، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری بر روی رشد اقتصادی اثر مثبت دارد و شدت آن در کشورهای توسعه یافته نسبت به کشورهای در حال توسعه بیشتر است.

۲ - در هر دو دسته کشورها، هر چه سهم مخارج فناوری اطلاعات و ارتباطات به تولید ناخالص داخلی در زیر بخش‌های خدمات رایانه، مالی، آموزشی و حمل و نقل در این صنعت افزایش می‌یابد، جذب گردشگر فزونی یافته به طوری که به ازای هر یک واحد افزایش در مخارج بالا به ترتیب ۰/۳، ۰/۱۴، ۰/۱۲، ۰/۱۸ واحد گردشگری افزایش می‌یابد، همچنین متغیرهای تولید ناخالص داخلی سرانه، درجه باز بودن اقتصاد، سرمایه انسانی و سرانه مخارج آموزشی اثر مثبت و معناداری بر جذب گردشگر دارند.

طیبی و همکاران (۱۳۸۷)^۲ در مقاله‌ای با عنوان «بررسی رابطه بین‌المللی گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه‌ی موردی ایران، کشورهای عضو OECD به علاوه کشورهای منتخب)» به بررسی رابطه علی بین گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی برای کشورهای OECD و چین،

۱. علیرضا پورفرج، یوسف عیسی زاده روشن و کبری چراغی (۱۳۸۷) "فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت

گردشگری، رشد اقتصادی" فصلنامه اقتصاد و تجارت نوین، تابستان ۱۳۸۷، شماره ۱۳ صص ۶۶-۶۶.

۲. سید کامیل طیبی، و امیر جباری و روح‌الله بابکی، (۱۳۸۷) «بررسی رابطه علی گردشگری و رشد اقتصادی»

(مطالعه موردی ایران، کشورهای عضو OECD به علاوه کشورهای)، مجله دانش و توسعه (علمی، پژوهشی)

سال پانزدهم شماره ۲۴ صص 84-63.

هنگ کنگ، مالزی، روسیه و تایلند، طی سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۴ با استفاده از یک الگوی Panel پرداخته‌اند.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب، رابطه علی دو طرفه است و بین این دو متغیر، تعادل بلند مدت وجود دارد.

بین توسعه گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی رابطه‌ای متقابل و دو طرفه وجود دارد به طوری که هرچه کشورهای ذکر شده در این مطالعه از رشد اقتصادی بیشتری برخوردار باشند از تعداد گردشگر بیشتری نیز برخوردار هستند و هرچه گردشگر بین‌المللی از میزان توسعه بالاتری برخوردار باشند، این کشورها می‌توانند به رشد اقتصادی بیشتری دست یابند.

• یآوری و همکاران (۱۳۸۹)^۱ در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی OIC» به دنبال پیدا کردن پاسخی برای این پرسش هستند که آیا بخش توریسم منجر به رشد اقتصادی کشورهای اسلامی خواهد شد و آیا می‌تواند یک عامل مؤثر بر رشد اقتصادی آنها باشد یا خیر؟

بدین منظور از میان ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی، تعداد ۲۷ کشور که بر اساس طبقه‌بندی بانک جهانی به‌عنوان کشورهای عضو این سازمان هستند برای پژوهش انتخاب شده‌اند.

در این پژوهش به منظور تخمین پارامترها از روش اثرات ثابت استفاده کرده و نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان می‌دهند که منابع متداول برای رشد، از جمله سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی و نیز مخارج مصرفی خانوار می‌تواند منجر به افزایش رشد اقتصادی

۱. کاظم یآوری، مهدیه رضاقلی زاده، مجید آقایی و سید محمدحسن مصطفوی (۱۳۸۹) "تأثیر مخارج توریسم

بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) " مجله تحقیقات اقتصادی - شماره ۲۵.

در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی کردند. کشورهای اسلامی نه تنها از طریق منابع متداول رشد (مانند سرمایه گذاری در سرمایه مادی و انسانی، مبادله، سرمایه گذاری مستقیم خارجی و ...) بلکه از طریق بهبود در صنعت گردشگری نیز می توانند اقتصاد خود را توسعه داده و به نرخ های بالاتری از رشد دست یابند.

• رنج پور و دیگران^۱ (۱۳۹۰) در مقاله ای تحت عنوان "بررسی فرضیه "توریسم منجر به رشد" در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷" با استفاده از روش همجمعی جوهانسن-جوسلیوس، رابطه ی بین درآمد حاصل از صنعت گردشگری و تولید ناخالص داخلی بدون نفت را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده اند. در این تحقیق سعی شده است تا نوع رابطه ی علیت بین درآمد حاصل از گردشگری خارجی و تولید ناخالص داخلی بدون نفت با استفاده از آزمون علیت گرنجری بر مبنای مدل های کوتاه مدت و بلند مدت حاصله تعیین گردد.

در این مطالعه برای آزمون پایایی متغیرهای مدل، از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته و فیلیپس - پرون استفاده شده است و برای برآورد مدل اصلی تحقیق ابتدا از روش همجمعی جوهانسن-جوسلیوس استفاده شده سپس با استفاده از نتایج مدل های بلند مدت و کوتاه مدت بدست آمده به مطالعه علیت گرنجری بین متغیر های اصلی مدل پرداخته شده است.

نتایج آزمون همجمعی جوهانسن-جوسلیوس نشان می دهد که یک رابطه همجمعی بلند مدت بین متغیرهای مذکور وجود دارد و ضریب متغیر درآمد حاصل از گردشگری عددی مثبت است.

۱. رضا رنج پور، زهرا کریمی تکالو و میر حجت نجفی نسب (۱۳۹۰) "بررسی فرضیه "توریسم منجر به رشد" در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷" فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه، پاییز ۱۳۹۰ صص ۱۳۴ ° ۱۱۵.

همچنین آزمون های علیت نشان می دهند که یک رابطه ی علیت گرنجری بلند مدت از طرف درآمدهای حاصل از گردشگری به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت وجود دارد. از این رو می توان استدلال کرد که توسعه صنعت گردشگری می تواند به عنوان محرک تولید ناخالص داخلی و نیز رشد اقتصادی کشور گردد.

۱-۲) مطالعات انجام شده در خارج از کشور

- اجنیو، مارتین و همکاران (۲۰۰۴)^۱ به بررسی رابطه ی گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای امریکای لاتین طی دوره ی ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۸ پرداخته اند. آنها با استفاده از روش داده های پانل و تخمین زننده آرنالدو^۲ بوند برای پانل های پویا استفاده کرده اند و برآوردی از روابط بین رشد اقتصادی و رشد سرانه گردشگری را به دست آورده اند.

نتایج مطالعه آنان نشان می دهد که رشد صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای با در آمد پایین و متوسط نظیر کشورهای امریکای لاتین اثر مثبت دارد .

- دریتساکیس (۲۰۰۴)^۲ اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلند مدت یونان را با استفاده از روش علیت گرنجر آزمون کرده و یک بردار هم جمعی بین GDP و درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی طی دوره ی ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۰ وجود داشت آزمون های علیت گرنجر که بر مدل های تصحیح خطا پایه ریزی شده بود مشخص کرد که یک رابطه ی علی قوی دو طرفه بین درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی در کشور یونان مشاهده شد .

¹. Juan Luis Eugenio-Martín, Noelia Martín Morales and Riccardo Scarpa(2004) Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach , Natural Resources.

² . Dritsakis, N.(2004) Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis , *Tourism Economics*, 10(3), p.305° 316.

- کیم و همکاران (۲۰۰۶)^۱ به کمک داده‌های ۱۹۸۰-۲۰۰۳ رابطه‌ی علی بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی را در تایوان از موم می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که رابطه تعادلی بلند مدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشور تایوان وجود دارد و در کشور تایوان گردشگری و رشد اقتصادی یکدیگر را تقویت می‌کنند.
- تانگ و جانگ (۲۰۰۶)^۲ در مطالعه‌ای با عنوان «علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی در ایالات متحده» به تحلیل رابطه میان عملکرد صنایع مرتبط با گردشگری (خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها) و تولید ناخالص داخلی برای ایالات متحده پرداخته است. داده‌های مورد استفاده در این پژوهش داده‌های فصلی فروش شرکت‌های مرتبط با گردشگری است که برای دوره بیست و پنج ساله ۱۹۸۱ الی ۲۰۰۵ جمع‌آوری شده است. نتایج آزمون یک رابطه همجمعی را میان رشد اقتصادی و عملکرد صنایع در ایالات متحده نشان نمی‌دهد. این موضوع نشان می‌دهد که مکانیزم‌هایی که در ارتباط با افزایش درآمد صنایع مرتبط با گردشگری هستند به صورت بالقوه‌ای در بلند مدت موفق هستند حتی در مواردی که با رکود اقتصادی مواجه هستیم. نتایج همچنین یک رابطه علی دو طرفه میان تعداد گردشگران و رشد درآمد خطوط هوایی، هتل‌ها و رستوران‌ها را نشان می‌دهد.
- لی‌وشین (۲۰۰۸)^۱ در مقاله‌ای تحت عنوان «وقفه‌های ساختاری، توسعه گردشگری در رشد اقتصادی، شواهدی از تایوان» به بررسی نقش صنعت گردشگری در اقتصاد کشور تایوان

¹. Hyun Jeong Kim, Ming-Hsiang Chen, SooCheong Shawn Jang(2006) Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan , Tourism Management, No.27, p.925° 933.

². X. M Tang (2006). Causality between tourism and economic growth in the United States . Journal of Information Management, 23(6), 451-467.

1. Lee and Chine(2008) " Tourism development in economic growth, evidence from Taiwan" urnal of policy Modeling, 25, 477-503.

پرداخته‌اند. این مقاله به بررسی رابطه علی بین توسعه گردشگری، رشد اقتصادی و نرخ ارز واقعی در یک مدل چند متغیره پرداخته است. نتایج آزمون نشان می‌دهد، رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی یک رابطه دو طرفه در تایوان است.

• لی وچانگ (۲۰۰۸)^۱ در مقاله ای با عنوان «توسعه گردشگری و رشد اقتصادی: بررسی دقیقتر با روش پانل» با بکارگیری روش همجمعی پانل نا همگن، سعی در بررسی روابط علی بلند مدت میان رشد گردشگری و رشد اقتصادی برای کشورهای OECD و nonOECD (کشورهای مورد بررسی در آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا قرار دارند) در دوره زمانی ۱۹۹۰-۲۰۰۰، دارند.

آنها از آزمون پدرونی جهت بررسی وجود یا عدم وجود رابطه هم جمعی میان متغیرها استفاده نموده و آزمون وجود همبستگی بین متغیرها را تایید می‌کند. براساس نتایج، یک رابطه هم جمعی بین تولید ناخالص ملی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین تعیین می‌کند که رشد گردشگری اثر بیشتری بر روی تولید ناخالص ملی در کشورهای غیر عضو OECD در مقایسه با کشورهای عضو دارد.

این مطالعه نشان می‌دهد که رشد گردشگری اثر بزرگتری بر GDP در کشورهای غیر عضو نسبت به کشورهای عضو OECD دارد و هنگامی که متغیر مورد نظر برای گردشگری، دریافتی‌های حاصل از گردشگری باشد، بزرگترین اثرات را در کشورهای زیر صحرای آفریقا دارد. علاوه بر این، نرخ حقیقی ارز دارای اثرات قابل توجهی بر رشد اقتصادی کشورهای OECD است. در نهایت در بلند مدت، آزمون علیت پانل یک رابطه علیت یک طرفه از رشد

¹.Chien-Chiang Lee Chun-Ping Chang (2008) Tourism development and economic growth: A closer look at panels Tourism Management 29 PP 180° 192.

گردشگری به رشد اقتصادی در کشورهای عضو OECD، یک رابطه دوطرفه در کشورهای غیر عضو و تنها یک رابطه ضعیف در آسیا را نشان می‌دهد.

علاوه بر این، نرخ حقیقی ارز اثرات معنی داری بر روی رشد اقتصادی دارد.

۲) مبانی نظری الگو

منطقه‌گرایی در حوزه گردشگری یکی از شاخص‌های کلیدی در اقتصاد جهانی به شمار می‌رود و می‌تواند سیطره خود را بر سیاست‌های اقتصاد ملی تحمیل کند، زیرا امروزه انگیزه‌های اقتصادی و بویژه تجاری منطقه‌گرایی از قوت بیشتری نسبت به جنبه‌های دیگر برخوردار است. (Jenkins and Franks, 1997) در منطقه‌گرایی حضور و مشارکت در نظام تجاری چند جانبه و حمایت از آزادسازی تجاری چند جانبه از اهمیت خاصی برخوردار است تا از این طریق میزان و تضمین مشارکت موثرتر در نظام اقتصاد جهانی را بالا ببرند و افزون بر این به جای نگرانی از وابستگی به اقتصاد جهانی، میزان نگرانی از حذف و در حاشیه قرار گرفتن را به حد اقل برسانند. (Hall and Page, 2000)

بسیاری از مطالعات اقتصادی مربوط به گردشگری به منظور تخمین تابع تقاضای گردشگری، از متغیر "دریافتی‌های ارزی گردشگری" به عنوان نماینده‌ای مناسب برای تقاضا (متغیر وابسته) استفاده کرده‌اند. (تقوی ۱۳۸۸). مناسب‌ترین متغیری که به عنوان متغیر وابسته در مدل‌های گردشگری تا کنون مورد استفاده قرار گرفته است، در آمد ارزی حاصل از گردشگری برای کشور مقصد است. (Tse 1999)

در برخی از مطالعات که دسترسی به آمارهای مربوط به در آمد ارزی حاصل از گردشگری برای کشور مقصد، دشوار است از متغیر دیگری به جای آن استفاده شده است. به عنوان مثال، طبیعی در مطالعه‌ای (۱۳۸۷) تعداد گردشگران وارد شده به کشور I_t در سال t - ام، و در مطالعه دیگر (۱۳۸۶) تعداد گردشگران وارد شده به کشور ایران، لی‌وچانگ (۲۰۰۸)

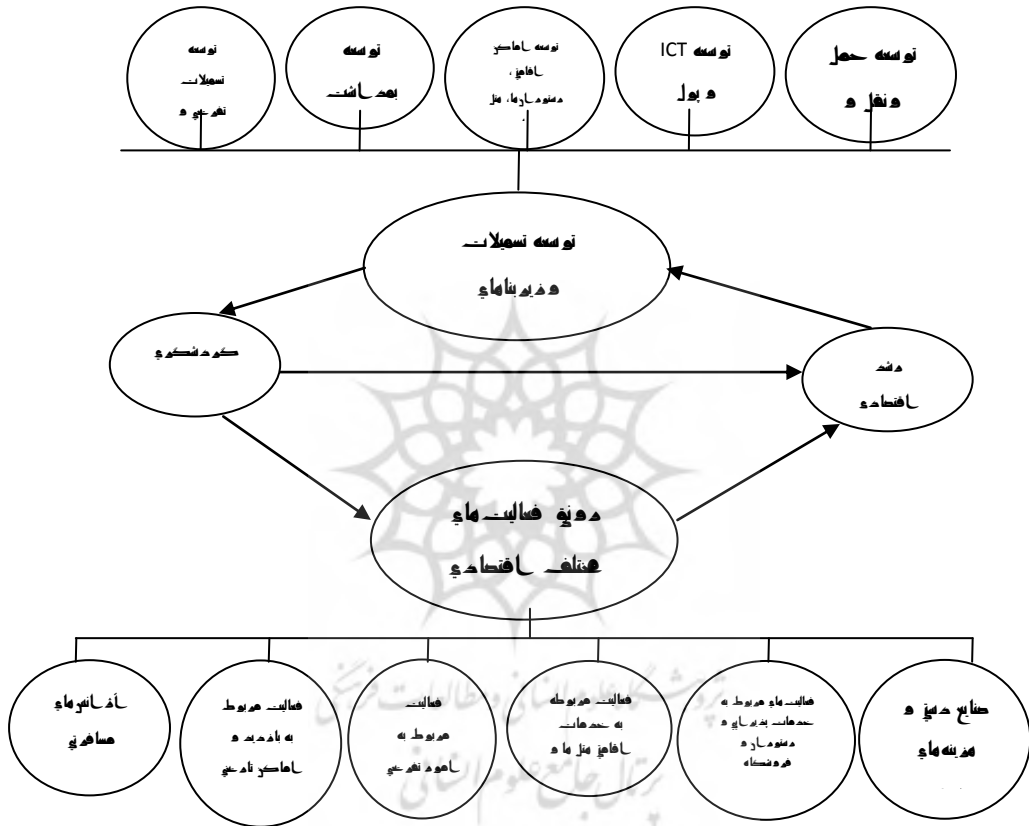
دریافتی‌های سرانه گردشگری کشور i -ام در سال t -ام، t -ام، لی‌وشین (۲۰۰۸) تعداد گردشگران وارد شده به تایوان و دریتساکیس (۲۰۰۴) در آمد های حاصل از گردشگری بین المللی را به عنوان متغیر جایگزین معرفی نموده اند.

رابطه میان رشد اقتصادی و گردشگری در کشورهای حوزه منا

به نظر اوه (Oh 2005) صنعت گردشگری می‌تواند تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. از این رو گردشگری به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌تواند بر رشد اقتصادی اثرگذار باشد. صنعت گردشگری زیر مجموعه صنایع خدماتی می‌باشد و از آنجا که خدمات یکی از مواردی است که تولید و یا ارزش افزوده آن در محاسبه تولید ناخالص داخلی یک کشور لحاظ می‌گردد، در نتیجه درآمد حاصل از صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی محسوب می‌شود و به صورت مستقیم بر رشد اقتصادی اثرگذار است. صنعت گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی اثرگذار است. به صورتی که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیادی که با دیگر فعالیت‌های اقتصادی دارد، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به صنعت گردشگری کالا و یا خدمات ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با رشد صنعت گردشگری رشد خواهند کرد. یعنی اینکه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل نماید که سایر فعالیت‌ها را همراه خود روبه جلو حرکت دهد.

¹ .WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p88.

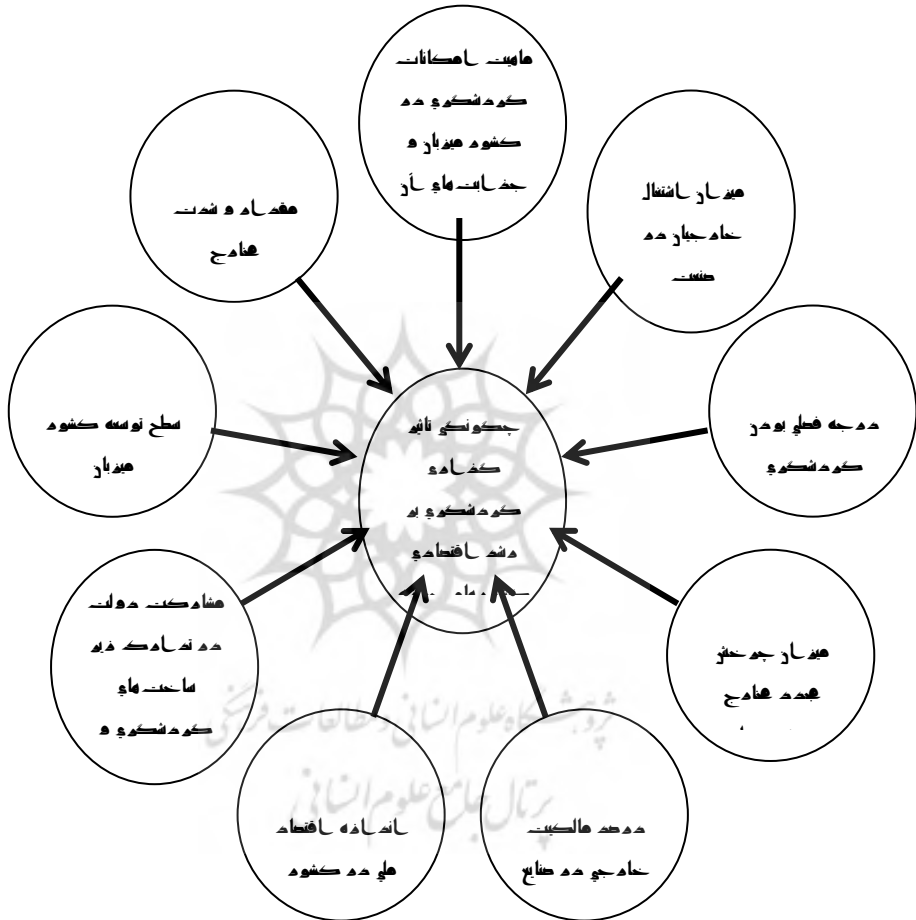
نورماد (۱-۳) رابطه بین گزردنكرد و سایر فعالیت‌های اقتصادی



منابع:

WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p88.

نمودار (۲-۳) عوامل تأثیر گذار بر رشد گردشگری



مأخذ:

100:WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p

در نمودار شماره (۲-۳) عوامل تأثیرگذار بر رشد صنعت گردشگری و در نتیجه رشد اقتصادی کشور میزبان نشان داده شده که به عوامل گوناگونی بستگی دارد از جمله:

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

- اگر منابعی که صرف ارائه خدمات و محصولات صنعت گردشگری در کشور میزبان شده‌اند، متعلق به این کشور نباشند یا به عبارت دیگر این کشور بر تولید و عرضه محصولات و گردشگری خود متکی نباشد، آنگاه بخش قابل توجهی از وجوهی که گردشگران در آن کشور هزینه می‌کنند، باید برای تأمین این منابع مجدداً از این کشور خارج شود. از این رو هرچه درجه خود اتکایی صنعت گردشگری کشور میزبان بالاتر باشد، درجه تأثیرگذاری فعالیت‌های مرتبط با این صنعت در اقتصاد ملی و منطقه‌ای بیشتر خواهد بود.^۱

هم‌چنین اینکه گردشگران در کشور میزبان چقدر و چگونه پول خرج می‌کنند نیز بر درجه تأثیرگذاری صنعت گردشگری در رشد اقتصادی آن کشور موثر است. نکته مهم در اینجا تأکید بر دو ویژگی مهم کشور میزبان از نظر هزینه‌های گردشگران است. نخست اینکه هرچه مجموع مبالغی که گردشگران در یک کشور میزبان هزینه می‌کنند بیشتر باشد، صنعت گردشگری تأثیرات قابل توجه‌تری بر اقتصاد این کشور بر جای می‌گذارد. ویژگی دوم آن است که هر گردشگر تا چه اندازه پول در کشور میزبان هزینه می‌کند. در واقع موضوع شدت هزینه‌های گردشگران به توانایی کشور میزبان در واداشتن گردشگران به پول خرج کردن وابسته است. به عبارت دیگر، موضوع هزینه کردن از سوی گردشگران به حدود امکانات و

^۱ عبدالرضا رکن الدین افتخاری (۱۳۷۸) توسعه و توریسم، مرکز نشر بازرگانی ص ۳۰.

تنوع جذابیت‌ها مرتبط می‌گردد. اما این امر موجب گسترش حجم فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با صنعت گردشگری در کشور میزبان می‌شود و در واقع بر درجه تأثیرگذاری این صنعت در رشد اقتصادی کشور میزبان تأثیری مستقیم برجای می‌گذارد.

از سوی دیگر، رشد صنعت گردشگری با هدف تبدیل آن به بخش اصلی اقتصاد، با مشکلات و تردیدهایی روبرو است. اهم این موارد را می‌توان چنین خلاصه کرد:

- صنعت گردشگری، صنعتی فصلی به حساب می‌آید و اشتغال فصلی، نقش مهمی در مجموع اشتغال در این صنعت دارد. برای اینکه گردشگری بتواند تأثیر بیشتری بر رشد اقتصادی کشور میزبان بگذارد، باید از درجه فصلی بودن گردشگری کشور میزبان کاسته شود.

- موضوع وابستگی اقتصادی به یک صنعت یا بخش اقتصادی، از مشکلات عمومی کشورهای در حال توسعه به حساب می‌آید. چنانچه نمونه‌های معروف آن همچون وابستگی اعضاء اوپک به صادرات نفت، کوبا به شکر، اکوادور به موز، شیلی به مس و نظایر آن همواره از عوامل تهدید کننده این اقتصادها و نقطه ضربه‌پذیر آنها به حساب می‌آید. وابستگی کامل اقتصاد یک کشور به گردشگری نیز از این موضوع مبرا نیست. چنانچه نمونه‌هایی از قبیل قبرس و مالدیو را می‌توان یافت که گردشگری بخش اصلی اقتصاد آنهاست و ضربات وارده به این بخش می‌تواند کل اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهد.^۱

از طرفی دیگر رشد اقتصادی نیز بر توسعه گردشگری مؤثر است. رشد اقتصادی با توسعه تسهیلات و زیربنای گردشگری از جمله توسعه حمل و نقل و راه‌ها، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، گسترش پول الکترونیک، توسعه اماکن اقامتی رستوران‌ها و هتل‌ها و توسعه

^۱ عبدالرضا رکن الدین افتخاری (۱۳۷۸) توسعه و توریسم، مرکز نشر بازرگانی ص ۲۱.

بهداشت عمومی و همچنین توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی، سبب رشد صنعت گردشگری می‌شود.

- هر اندازه اقتصاد ملی کشور میزبان گردشگری بزرگتر باشد و سهم این صنعت در مجموع فعالیت‌های اقتصادی کشور به تعبیر دقیق‌تر اقتصادی، سهم ارزش افزوده صنعت گردشگری در تولید ناخالص ملی قابل توجه باشد که به طور متعارف این امر در اقتصادهای کوچک‌تر خود را نشان می‌دهد، آنگاه درجه تأثیرگذاری تحولات در صنعت گردشگری بر رشد اقتصاد ملی بیشتر خواهد بود.

- سفرهای تجاری، یکی از مولفه‌های مهم مسافرت‌های بین‌المللی است. (شان و ویلسون ۲۰۰۰)

- تجارت اغلب باعث تداوم مسافرت به کشور مورد نظر می‌گردد. (شان و ویلسون ۲۰۰۰)

- جامعه توسعه یافته‌تر، دارای زیرساخت‌های مناسب‌تری است. در چنین جامعه‌ای صنعت گردشگری با دیگر صنایع از تعامل بیشتر و منطقی‌تری برخوردار است. از این رو درجه توسعه یافتگی کشور میزبان با میزان تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی آن رابطه مستقیم دارد.^۱

- ریشه‌های تقاضا برای بازدید از یک کشور در خارج از آن کشور شکل می‌گیرد، یعنی اقتصاد کشور میزبان و درجه توفیق فعالیت‌های گردشگری در آن، تا حدود زیادی تابع روند فعالیت‌های اقتصادی در کشورهای مبدأ گردشگران است و کشور میزبان کنترل چندانی بر آن نخواهد داشت.

¹. WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.p100.

۱-۳) معرفی الگو

در این مطالعه، جهت بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا از رابطه علیت گرنجر به صورت زیر استفاده می شود.

رابطه (۱-۳)

$$Ltur_{it} = \alpha_i + \gamma \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \delta \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \phi \sum_{j=1}^n LREER_{it-j} + \varepsilon_{1it}$$

رابطه (۲-۳)

$$LRGDP_{it} = \beta_i + \lambda \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \nu \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \rho \sum_{j=1}^n LREER_{it-j} + \varepsilon_{2it}$$

که در آن:

$LRGDP_{it}$ لگاریتم رشد تولید ناخالص داخلی کشور i در زمان t ام.

$Ltur_{it}$ لگاریتم تعداد گردشگرانی که به کشور i در زمان t ام وارد می شوند.

α_i β_i پارامترهایی هستند که باید برآورد شوند.

γ : ضریب گردشگری (متغیر وابسته تاخیری).

δ : ضریب رشد اقتصادی (متغیر مستقل تاخیری).

ϕ : ضریب نرخ ارز حقیقی به عنوان متغیر کنترل.

ν : ضریب گردشگری (متغیر مستقل تاخیری).

λ : ضریب رشد اقتصادی (متغیر وابسته تاخیری).

ρ : ضریب نرخ ارز حقیقی به عنوان متغیر کنترل.

ε_{1it} و ε_{2it} جز اختلال دو معادله مدل می باشند.

$LRRER_{it}$: لگاریتم نرخ حقیقی ارز بوده که به عنوان متغیر کنترل وارد مدل می شود.

برای محاسبه نرخ حقیقی ارز به صورت زیر عمل می شود.

$$RER_i = \frac{E_i \times P^f}{P_i^d}$$

که در آن E_i نرخ ارز اسمی کشور آام است و به صورت واحد های پول داخلی در مقابل یک واحد دلار تعریف می گردد .

p^f شاخص قیمت کالاها در خارج (آمریکا)

و p_i^d شاخص قیمت داخلی کشور آام است.

هیسائو در مقاله معروف خود^۱ نشان داد که لازم است برای رهایی از خطاهای علیت کاذب در آزمون علیت گرنجر، با اضافه کردن متغیر کنترل، علیت مورد آزمون قرار گیرد و سپس اگر ضریب δ در رابطه (۳-۱) و γ در رابطه (۳-۲) معنی دار گردد و یا طبق آزمون والد، ضرایب δ و γ مخالف صفر شود در این صورت رابطه علیت دو طرفه برقرار است.

۲-۳ منابع آماری :

آمار و اطلاعات مربوط به تولید ناخالص داخلی و ورود گردشگران به کشورهای منا در بازه زمانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ به طور مستقیم از بانک اطلاعاتی بانک جهانی^۲ جمع آوری شده و تنها برای تولید ناخالص داخلی از آن نرخ رشد گرفته ایم و از تمامی متغیرها لگاریتم گرفته و سپس استفاده شده است. و چون داده ها سری زمانی^۳ مقطع عرضی هستند، از ساختار $pool$ و یا $panel$ برخوردار هستند.

^۱ Hsiao C. (1982), Autoregressive Modeling and Causal Ordering of Economic Variables, Journal of Economic Dynamics and Control, Volume4, pp. 243-259.

^۲ - به آدرس . <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>

۴- آزمون های و نتایج آن

در این پژوهش آزمون هایی برای سنجش رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری برگزار شده و نتایج آن به صورت زیر ارائه می شود:

۴-۱) آزمون ساکن پذیری

برای تخمین مدل

$$Ltur_{it} = \alpha_i + \gamma \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \delta \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \phi \sum_{j=1}^n LRER_{it-j} + \eta_{1i} + \varepsilon_{1it}$$

$$LRGDP_{it} = \beta_i + \lambda \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \nu \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \rho \sum_{j=1}^n LRER_{it-j} + \eta_{2i} + \varepsilon_{2it}$$

در ابتدا جهت حصول اطمینان از رگرسیون غیر کاذب و در پی آن نتایج نامطمئن، لازم است که چگونگی ساکن پذیری متغیرها را مورد آزمون قرار دهیم. روش های متفاوتی برای آزمون ساکن پذیری وجود دارد که در اینجا از آزمون ایم پسران^۱ استفاده شده که در آن وقفه های بهینه توسط معیار شوارتز^۲ تعیین شده است.

فرضیه صفر این آزمون مبنی بر ریشه واحد^۳ و فرضیه مقابل عدم وجود ریشه واحد است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

1. Im, Pesaran and Shin (2003).

بر اساس میانگین آزمون دیکی فولر تعمیم یافته بین نمونه های مقطعی شکل گرفته است. که در آن *ISP* آزمون رابطه زیر تخمین زده می شود.

$$y_{it} = \rho_i y_{i,t-1} + \sum_{j=1}^p \phi_{ij} \Delta y_{i,t-j} + Z'_{it} + \varepsilon_{it}$$

2. SHovartez (1997).

³. Unit root test.

با توجه به جدول (۴-۱) ملاحظه می‌گردد که فرض صفر، مبنی بر وجود ریشه واحد برای متغیر مورد نظر، رد می‌شود، بنابراین تمامی متغیرهای مدل در سطح، ساکن می‌باشند.

جدول (۴-۱) آزمون ساکن بنسب سطح

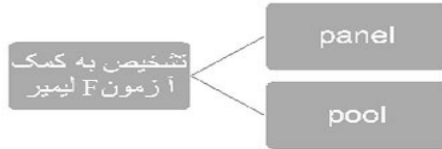
سطح			متغیر
نتیجه	prob	آماره محاسباتی	
ساکن	۰/۰۰۴	-۲/۹	LRGDP
ساکن	۰/۰۰۱	-۳/۴۸	LTUR
ساکن	۰/۰۰۰	-۴/۹	LRER
آماره جدول در سطح ۵٪=۲/۶۸-			

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۲) نتایج آزمون F-لیمر^۱

قبل از هر چیز باید نوع داده‌ها از جهت panel و یا پ-pool بودن مشخص گردد. رگرسیون تخمینی برای داده pool دارای یک عرض از مبدا است اما در روش panel به ازای هر مقطع که در اینجا کشورهای مناسبت می‌تواند یک عرض از مبدا بدهد.

^۱. F Limer.



برای این منظور از آزمون لیمر استفاده خواهد شد که دارای آماره F است. در این جا دو حالت وجود دارد یا داده های ما از نوع pool می باشند که رگرسیون آن به شکل زیر است، یعنی عرض از مبدا برای تمام سالها یکسان است.

$$Ltur_{it} = \alpha + \gamma \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \delta \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \phi \sum_{j=1}^n LRER_{it-j} + \eta_i + \varepsilon_{it}$$

و یا panel بوده و رگرسیون به شکل زیر در می آید.

$$Ltur_{it} = \alpha_i + \gamma \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \delta \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \phi \sum_{j=1}^n LRER_{it-j} + \eta_{1i} + \varepsilon_{1it}$$

در روش پانل دیتا برای اینکه تعیین کنیم که تخمین مدل از روش داده های Pool یا داده های Panel صورت بگیرد، از آزمون F- لیمر استفاده شده است. فرضیه های این آزمون به شکل زیر است.

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

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

این آزمون در قالب آماره‌ی F محاسبه می‌شود. رد فرضیه صفر نشان می‌دهد که فرضیه صفر مبنی بر این که داده‌ها به صورت Pool هستند به نفع فرضیه مقابل یعنی وجود قابلیت در روش داده‌های Panel رد می‌شود. بنابراین برای تخمین داده‌های کشورهای منا، از روش Panel استفاده می‌شود.

جدول (۲-۴) نتایج آزمون F لیمر محاسبه سطح ۵ درصد

نتیجه	F جدول	F لیمر محاسباتی
فرضیه H_0 مبنی بر Pool بودن داده‌ها رد می‌شود.	۱۲	۴۳

منبع: یافته‌های تحقیق

۳-۴ نتایج آزمون هاسمن^۱

در روش اثرات ثابت عرض از مبداها، پارامترهای نامعلوم ولی ثابت هستند در حالی که در مدل اثرات تصادفی عرض از مبدا ثابت نبوده و تصادفی است و همچنین مستقل از متغیرهای مستقل است. یعنی عرض از مبدا در اثرات تصادفی مقدارش مستقل از متغیر مستقل تعیین می‌شود.



به کمک آزمون هاسمن مشخص شود، کدامیک از روش‌های اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی برای برآورد مدل مناسب‌تر است.^۱

^۱. آزمون هاسمن یا همان Durbin ° Wu- Hansman است.

در آزمون هاسمن فرضیه صفر این است که هیچ همبستگی میان اثرات تصادفی و متغیرهای توضیحی وجود ندارد و باید از روش اثرات تصادفی استفاده کنیم و فرضیه مخالف نشان دهنده همبستگی میان اثرات تصادفی و متغیرهای توضیحی و در صورت پذیرش باید از روش اثرات ثابت استفاده شود.^۲

نتایج این آزمون و میزان احتمال پذیرفته شدن فرض صفر در جدول (۴-۳) آورده شده است. میزان آماره χ^2 بدست آمده برابر ۱۹/۲۳ می باشد. با مقایسه این آماره با آماره بدست آمده از جدول مقادیر بحرانی (۱۶/۱۳) می توان نتیجه گرفت که روش مناسب جهت برآورد الگو، برای کشورها منا روش اثرات ثابت می باشد زیرا که نمی توان فرض صفر را رد نمود. لذا براساس نتایج بدست آمده جهت برآورد الگو از روش اثرات ثابت استفاده می کنیم.

جدول (۳-۴) نتایج آزمون هاسمن

نتیجه	prob	میزان آماره محاسباتی	نوع آماره محاسباتی
فرضیه H_0 مبنی بر استفاده از روش اثرات تصادفی رد می شود.	۰/۰۰۰	۱۹/۲۳	χ^2

منبع: یافته های تحقیق

. برای مطالعه بیشتر به کتاب گجراتی جلد دوم مراجعه شود.

². Baltagi, Badi; H. (2005) : Econometric Analysis of Panel Data PP. 12.

۴-۴) تعیین وقفه بهینه جهت انجام آزمون علیت

برای انجام آزمون علیت گرنجر در ابتدا لازم است وقفه بهینه مدل تعیین شود بدین منظور مدل را به روش اثرات ثابت یکبار با وقفه یک بار دیگر دو، و در آخر سه تخمین زده، شوارتز بیزین آنها را یاد داشت و از بین آنها، شوارتزبیزین هر کدام کمتر شد آن را به عنوان وقفه بهینه انتخاب می نماییم.

جدول (۴-۴) نتیجه تعیین وقفه بهینه

وقفه	آماره آکائیک	آماره شوارتز بیزین
۰	-۴۴۷/۵	-۴۵۱/۳
۱	-۳۶۵/۷	-۳۸۸/۱
۲	-۳۷۷/۶	-۴۱۸/۸
۳	-۳۸۳	-۴۴۲/۹

منبع: یافته‌ها و نتیجه

همانطور که مشاهده می شود حداقل آماره بر اساس آماره شوارتز بیزین و آماره آکائیک، مربوط به وقفه یک است.

۴-۵) نتیجه آزمون علیت گرنجری

برای انجام علیت گرنجر رابطه زیر تخمین زده شده و به دنبال آن، آزمون فرض زیر انجام می گیرد.

رابطه (۱-۳)

$$Ltur_{it} = \alpha_i + \gamma \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \delta \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \phi \sum_{j=1}^n LREER_{it-j} + \varepsilon_{1it}$$

بعد از تخمین رابطه فوق به کمک آزمون والد آزمون فرض زیر انجام می گیرد.

$$H_0 : \delta = 0$$

$$H_1 : \delta \neq 0$$

رابطه (۲-۳)

$$LRGDP_{it} = \beta_i + \lambda \sum_{j=1}^n LRGDP_{it-j} + \nu \sum_{j=1}^n Ltur_{it-j} + \rho \sum_{j=1}^n LREER_{it-j} + \varepsilon_{2it}$$

بعد از تخمین رابطه فوق به کمک آزمون والد آزمون فرض زیر انجام می گیرد.

$$H_0 : \nu = 0$$

$$H_1 : \nu \neq 0$$

جدول (۴-۵) نتایج آزمون والد

نتیجه گیری	prob	آزمون والد (χ^2)
LTUR \longrightarrow LGDP علیت از سمت رشد اقتصادی کشورهای منا روی گردشگری کشورهای منا وجود دارد.	۰/۰۰۰	۱۲/۷۶۵۸
LGDP \longrightarrow LTUR علیت از سمت گردشگری کشورهای منا روی رشد اقتصادی کشورهای منا وجود دارد.	۰/۰۰۰	۶/۴۸

منبع: یافته های تحقیق

بر اساس آزمون علیت، می‌توان به نتایج زیر اشاره کرد. میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد. بنابراین فرضیه اول تحقیق تایید می‌شود.

۴-۶) نتایج برآورد الگو به کمک روش اثرات ثابت

از آنجایی که بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد. براساس آزمون هاسمن روش اثرات ثابت شیوه مناسب برآورد الگو است، از این شیوه استفاده شده و رابطه زیر بین متغیرها تخمین زده می‌شود.

این رابطه نشان دهنده اثر رشد اقتصادی بر توریسم است.

$$Ltur_{it} = \alpha_i + \delta LRGDP_{it} + \phi L RER_{it} + \varepsilon_{1it}$$

این رابطه نشان دهنده اثر توریسم بر رشد اقتصادی است.

$$LRGDP_{it} = \alpha_i + \delta Ltur_{it} + \phi L RER_{it} + \varepsilon_{1it}$$

نتایج بدست آمده از برنامه 7 Eviews در جدول (۴-۶) آورده شده است. بر اساس نتایج در ارتباط با آماره t بیانگر این مطلب است که تمامی ضریب گردشگری در سطح پنج درصد معنی دار است.

جدول (۴-۶) نتایج برآورد مدل معادلات ثابت (متغیر وابسته رشد تولید ناخالص

داخلی)

متغیر مستقل	ضرایب	آماره t	Prob
α_1	۴/۸	۷/۸	۰/۰۰۰۰
LTUR	۰/۱۴	۲/۰۴	۰/۰۴۱۸
LRER	۰/۲۳	۳/۶۷	۰/۰۳۴۵
\bar{R}^2		۰/۸۵۴۲۹۰	
F آماره		۸۲/۷۴۲۲۶	
Prob(F-statistic)		۰/۰۰۰۰۰۰	
D.W		۲/۰۲۸	

منبع: یافته‌ها و نتیجه

- همچنین این نتایج نشان می‌دهد که اگر تعداد گردشگران کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت رشد تولید ناخالص داخلی کشورهای منا به عنوان شاخص رشد اقتصادی ۰/۱۴ درصد افزایش می‌یابد.
- ضریب نرخ حقیقی ارز کشورهای منا در سطح پنج درصد معنی دار است. نتایج نشان می‌دهد که اگر نرخ حقیقی ارز کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت تولید ناخالص داخلی آن کشورها ۰/۲۳ درصد افزایش می‌یابد.
- از دیگر نتایج بدست آمده از برآورد الگو می‌توان بیان نمود که مدل به طور کلی معنی دار است زیرا که آماره F بدست آمده به مقدار ۸۲ می‌باشد که این مطلب بیانگر معنی داری مدل به طور کلی است.

• همچنین ضریب تشخیص مدل نشان می‌دهد که ۸۵ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل توضیح داده شده است.

• دوربین واتسن که نشان دهنده وجود و یا عدم وجود مشکل خود همبستگی است برابر با ۲ شده است و مشکل خود همبستگی هم بین متغیرهای مدل وجود ندارد.

بنابر این می‌توان گفت توسعه گردشگری در کشورهای منا بر رشد اقتصادی این کشورها اثر مثبت دارد بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید می‌شود.

در ادامه در جدول (۴-۷) نتایج تخمین اثر رشد اقتصادی بر گردشگری آورده شده است.

جدول (۴-۷) نتایج برآورد الگوه دینار از مدل (متغیر وابسته گردشگری)

متغیر مستقل	ضرایب	آماره t	Prob
B1	۲/۹	۴/۴۵	۰/۰۰۰۰
LGDP	۰/۲۱	۲/۰۴	۰/۰۴۱۸
LRER	۰/۵۴	۴/۴۳	۰/۰۰۰
\bar{R}^2		۰/۷۳	
آماره F		۴۵/۷۳	
Prob(F-statistic)		۰/۰۰۰۰۰۰	
D.W		۱/۲	

منبع: یافته‌های تحقیق

آماره F موجود در جدول (۴-۷)، بزرگتر از ۲ بوده و نشان دهنده معنی داری ضرایب است.

نتایج نشان می‌دهد که اگر رشد اقتصادی کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۲۱ درصد افزایش می‌یابد.

ضریب نرخ حقیقی ارزش کشورهای منا در سطح پنج درصد معنی دار است. نتایج نشان می‌دهد که اگر نرخ حقیقی ارزش کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۵۴ درصد افزایش می‌یابد.

آماره F بدست آمده به میزان ۴۵ می‌باشد که این مطلب بیانگر معنی‌داری مدل به طور کلی است.

همچنین ضریب تشخیص مدل نشان می‌دهد که ۷۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل توضیح داده شده است.

دوربین واتسن که نشان دهنده وجود و یا عدم وجود مشکل خود همبستگی است برابر با ۲ شده است و مشکل خود همبستگی هم بین متغیرهای مدل وجود ندارد.

بنابر این می‌توان گفت رشد اقتصادی کشورهای حوره منا و نرخ حقیقی ارزش بر توسعه گردشگری کشورهای منا اثر مثبت دارد.

۴-۷) خلاصه نتایج

بر اساس آزمون علیت، میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد. بنابراین فرضیه اول تحقیق تایید می‌شود.

بر اساس روش اثرات ثابت توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای منا اثر مستقیم دارد. یعنی با افزایش گردشگری، درآمد ارزی کشورهای منا افزایش یافته است. و از طرف دیگر رشد اقتصادی بر توسعه گردشگری کشورهای منا اثر مثبت دارد. بنابراین فرضیه دوم تحقیق تایید می‌شود.

۵-۱) خلاصه، نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات، گردشگری به عنوان یک صنعت بین‌المللی که از جنبه‌های متفاوتی می‌توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه‌ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. از طرف دیگر، رشد اقتصادی بر رشد این صنعت نیز تأثیر گذار است. به عبارت دیگر تأثیر گذاری دو عامل رشد اقتصادی و رشد گردشگری بر یکدیگر، تأثیری دوجانبه به نظر می‌رسد. موضوع و هدف این پژوهش، تلاش در جهت اثبات این موضوع و میزان اثرگذاری و اثر پذیری این دو پدیده بر یکدیگر است.

این مقاله به بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (محدوده جغرافیایی MENA) می‌پردازد.

فرضیات اساسی این پژوهش عبارتند از:

- ۱) میان رشد اقتصادی و رشد گردشگری در منطقه منای رابطه علیت دو طرفه برقرار است.
 - ۲) رشد اقتصادی بر توسعه گردشگری اثر مثبت دارد و بالعکس.
- برای انجام این تحقیق از متغیرهایی نظیر رشد اقتصادی، توسعه گردشگری، نرخ حقیقی ارز استفاده شده است

در روش پانل دیتا برای اینکه تعیین کنیم که تخمین مدل از روش داده‌های Pool و یا داده‌های Panel صورت بگیرد، از آزمون لیمر استفاده کرده و این نتیجه به دست آمد که که داده‌ها به صورت Panel هستند. بنابراین برای تخمین داده‌ها از روش Panel استفاده می‌شود، در ادامه از آزمون هاسمن استفاده شده تا بتوان از بین روش تصادفی و روش اثرات ثابت شیوه مناسب تخمین را بدست آورد که این نتیجه به دست آمد که روش مناسب جهت برآورد الگو روش اثرات ثابت می‌باشد.

نتایج آزمون علیت گرنجر نشان داد که میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا ، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد. بنابراین فرضیه اول تحقیق تایید می شود.

بعد از تخمین رابطه به کمک روش اثرات ثابت ، زمانی که متغیر وابسته تولید ناخالص داخلی باشد، نتایج زیر به دست آمد :

• اگر تعداد گردشگران کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت تولید ناخالص داخلی کشورهای منا به عنوان شاخص رشد اقتصادی ۰/۱۴ درصد افزایش می یابد و فرضیه دوم تحقیق تایید می شود

• ضریب نرخ حقیقی ارز کشورهای منا در سطح پنج درصد معنی دار است. نتایج نشان می دهد که اگر نرخ حقیقی ارز کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت تولید ناخالص داخلی کشورهای منا ۰/۲۳ درصد افزایش می یابد

اگر متغیر وابسته گردشگری باشد نتایج اثرات ثابت نشان می دهد :

• اگر رشد اقتصادی کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۲۱ درصد افزایش می یابد.

• ضریب نرخ حقیقی ارز کشورهای منا در سطح پنج درصد معنی دار است. نتایج نشان می دهد که اگر نرخ حقیقی ارز کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۵۴ درصد افزایش می یابد.

با توجه به نتایج این تحقیق ، پیشنهاد های زیر در جهت توسعه گردشگری و به دنبال آن رشد اقتصادی کشورهای منطقه منا ارائه می شود..

۱. شرایط جذب گردشگر در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا بهبود ، تا به دنبال آن رشد اقتصادی نیز در این حوزه افزایش یافته و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منطقه منا ، افزایش یابد.

۲. تلاش در جهت رفع کمبود آمارهای جامع و تفکیک شده نظیر تعداد گردشگران کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا، میزان هزینه‌های صرف شده و درآمدهای کشورهای منطقه منا از محل گردشگری.



منابع

- آدریان بول (۱۳۷۹)؛ اقتصاد سفر و جهانگردی، مترجم: علی اعظم محمد بیگی، موسسه فرهنگی آینده پویان، تهران.
- اشرف زاده و مهرگان (۱۳۸۹)؛ اقتصادسنجی پانل دیتا، موسسه تحقیقات تعاون دانشگاه تهران
- پلی یزدی، محمد حسین و مهدی سقایی (۱۳۸۵)؛ گردشگری (ماهیت و مفاهیم)، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول
- پورفرج، علیرضا، یوسف عیسی زاده روشن و کبری چراغی (۱۳۸۷)؛ "فناوری اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری، رشد اقتصادی"، اقتصاد و تجارت نوین شماره ۱۳.
- سیادت، کریم، (۱۳۸۷)، بررسی مدل جاذبه در همگرایی منطقه ای کشورهای عضو منا، پایان نامه کارشناسی ارشد گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان.
- چاک، دای. گی (۱۳۷۷)؛ جهانگردی در چشم اندازی جامع، مترجمان: علی پارسائیان و سید احمد اعرابی، دفتر پژوهش های فرهنگی.
- خوارزمی، ابوالقاسم (۱۳۸۴)؛ "بررسی رابطه علّیت بین گردشگری و تجارت در ایران (۸۰-۱۳۳۸)"، پژوهشنامه بازرگانی شماره ۳۷
- داس ویل، راجر (۱۳۸۴) مدیریت جهانگردی؛ مبانی، راهبردها و آثار، ترجمه اعرابی، سید محمد و ایزدی، داوود، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی، چاپ سوم.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۷۸)؛ توسعه و توریسم، مرکز نشر بازرگانی ص ۲۱
- طیبی، سید کمیل، امیر جباری و روح الله بابکی (۱۳۸۷)، "بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب"، مجله دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴

- طیبی، سیدکمیل، روح اله بابکی و امیر جباری (۱۳۸۶)؛ " بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۸۳-۱۳۳۸" پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی شماره ۲۶
 - کاظمی، محمد (۱۳۸۵)؛ مدیریت گردشگری، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول
 - موسایی، میثم (۱۳۸۳)؛ "تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران"، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۳۲

- نوبخت، محمدباقر، الهام پیروز (۱۳۸۷)؛ "توسعه صنعت گردشگری در ایران؛ موانع راهکارها"، معاونت پژوهش‌های اقتصادی مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
 - ولا، فرانسوا. بیچریل، یونل (۱۳۸۴)؛ گردشگری بین المللی، ترجمه گوهریان، محمد ابراهیم و کتابچی، محمد مهدی، موسسه انتشارات امیر کبیر، تهران، چاپ اول
 - همایون، محمد هادی (۱۳۸۴)؛ جهانگردی: ارتباطی میان فرهنگی، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، چاپ اول

- یاور، کاظم، مهدیه رضا قلی زاده، مجید آقایی و سید محمدحسن مصطفوی (۱۳۸۹)؛
 "تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)"
 مجله تحقیقات اقتصادی شماره: ۹۱

- یعقوب زاده، رحیم (۱۳۸۸)؛ برنامه ریزی توریسم، تهران، انتشارات کیان فردا،

- Baltagi, Badi; H. (2005) *Econometric Analysis of Panel Data*
- Dritsakis, N. (2004) *Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis*, *Tourism Economics*, 10(3).
- Hall, C.M and s. Page (2000), *Tourism in south ° east Asia*; Butterworth, oxford.
- Hien - Chiang Lee Chun-Ping Chang (2008) *Tourism development and economic growth: A closer look at panels* *Tourism Management* 29.

- Hsiao, C. (1982), Autoregressive Modeling and Causal Ordering of Economic Variables, Journal of Economic Dynamics and Control, Volume4.
- Hsiao, C. (1982), Autoregressive Modeling and Causal Ordering of Economic Variables, Journal of Economic Dynamics and Control, Volume4.
- Hyun Jeong Kim, Ming-Hsiang Chen, SooCheong Shawn Jang(2006) Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan , Tourism Management, No.27.
- Jenkins , C.L and M.G. Franks.(1997), Tourism and Economic development in Asia and Australia ; Pinter, London.
- Lee and Chine(2008) " Tourism development in economic growth, evidence from Taiwan" urnal of policy Modeling, 25.
- Luis Eugenio-Martín, Noelia Martín Morales and Riccardo Scarpa(2004) Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach , Natural Resources.
- Oh ,C.O.(2005)The contribution of Tourism development to economic growth in the Korean economy, Tourism Management, No.26.
- Tse, R.Y.C. "A simuitaneous model of Tourism Flow , Spending and Resipts" ., Tourism Economic ,5(3)
- WTO. (2012). Yearbook of tourism statistics. Madrid: World Tourism Organization.

Causality Between Economic Growth and Tourism Development in the Middle East and North Africa (MENA)

*A.haqiqat*⁵⁶, *A.K. Khorsandian*⁵⁷, *H.Arab*⁵⁸

Abstract

Tourism is recognized as one of the pillars of sustainable development in views of many economists. Tourists can play an important role to identify opportunities and constraints of a country and it can play a role in the development of economic relations, regional and national development and diversification of the national economy and regional. We analyze the relationship between economic growth and tourism development in the MENA region with causality model and estimates the relationship with the fixed effects method for the period 1999 to 2009. Based on the results, the tourism and economic growth in MENA countries, there has a two-way causality. And if economic growth in MENA countries have one percentage increase, tourism in the MENA countries 21/0% will increase. On the other hand, if arrival tourist to MENA countries has one percentage increase, then GDP for MENA countries -as an indicator for economic growth- have 14/0% increase.

JEL Classification: *L83, O47, C33, O53.*

Key words: *Economic Growth, Tourism Development, Real Exchange Rate.*

⁵⁶. Islamic Azad University of Shiraz Branch, Department of Management and Economics.

⁵⁷. M.Sc of Economics, Islamic Azad University of Shiraz Branch.

⁵⁸. M.Sc of Economics, Islamic Azad University of Shiraz Branch..