

تأثیر توسعه گردشگری بر اقتصاد ایران

دکتر بهرام شکوری^۱، دکتر سهیلا خوشنویس یزدی^۲، نیلوفر ناطقیان^۳

تاریخ پذیرش: ۹۶/۹/۲۰

تاریخ دریافت: ۹۶/۴/۲۱

چکیده

در طول چند دهه گذشته، ارتباط بین مخارج گردشگری و رشد اقتصادی، هم در کشورهای در حال توسعه و هم در کشورهای توسعه یافته به شکل گسترده‌ای مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته است. دانش و آگاهی نسبت به ارتباط سببی بین مخارج گردشگری و رشد اقتصادی برای سیاست‌گذاران دارای اهمیت خاصی است؛ چون سیاست‌های گردشگری جزو نگرانی‌های این کشورها محسوب می‌شوند. گردشگری بین‌المللی، مبادلات ارزی را نیز به همراه داشته است که می‌تواند برای واردات کالاها و خدمات مورد استفاده واقع شود، که به نوبه خود، به رشد اقتصادی می‌انجامد. اهمیت این بخش، به دلیل این حقیقت که این صنعت درآمدها را افزایش می‌دهد، اشتغال ایجاد می‌کند، بخش خصوصی را تشویق می‌کند و زیرساخت‌ها را توسعه می‌دهد، قابل توجه است. در پژوهش حاضر، پیرامون ارتباط بین تعداد ورود گردشگران خارجی و رشد اقتصادی در ایران، بین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۲ بررسی شده است. با استفاده از آزمون‌های ARDL و علیت گرنجر، در این پژوهش، ارتباط پویای بین تعداد ورود گردشگران بین‌المللی، تولید ناخالص داخلی حقیقی، نرخ ارز مؤثر واقعی و عدم ثبات سیاسی را مورد بررسی قرار دادیم. نتایج نشان می‌دهند که بین تعداد ورود گردشگران خارجی، نرخ ارز مؤثر واقعی، عدم ثبات سیاسی و تولید ناخالص داخلی حقیقی در کشور ایران رابطه بلندمدت وجود دارد. آزمون علیت گرنجر نشان می‌دهد که ارتباط علی دوطرفه‌ای بین نرخ ارز مؤثر واقعی و رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت و بلندمدت وجود دارد. همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهند که گردشگری تاحدودی بخشی از فرایند رشد داخلی است و وجود رشد ناشی از گردشگری را در ایران تأیید می‌کنند. به علاوه، مشخص شد که فرضیه صادرات گردشگری، با محوریت رشد اقتصادی، به شکل بهتری با هر اقتصاد ایران مطابقت دارد. هرچه کشور پیشرفت بیشتری می‌کند، ثبات بیشتری می‌یابد و وضعیت اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بهتری پیدا می‌کند.

کلیدواژه‌ها: گردشگران خارجی، رشد اقتصادی، نرخ ارز مؤثر واقعی، ایران ARDL.

sh.b1253@gmail.com

soheila_khoshnevis@yahoo.com

nateniloo@gmail.com

۱. استادیار دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد جنوب تهران، پست الکترونیکی نویسنده مسئول:

۲. استادیار دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد جنوب تهران،

۳. کارشناس ارشد دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد جنوب تهران،

۱. مقدمه

صنعت گردشگری، به عنوان یک فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه کشورها اهمیت بسزایی یافته است. گردشگری، پدیده‌ای است که در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند به افزایش تولید، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی و اشتغال بسیاری از عوامل تولید از جمله کار، سرمایه و زمین منجر شود. اقتصاددانان از صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال‌زا نام می‌برند و توجه خاصی به این صنعت دارند؛ از این رو، معتقدند توسعه صحیح گردشگری به لحاظ اقتصادی، موجب افزایش ارزآوری می‌شود. اگر کشوری بتواند از پتانسیل‌ها استفاده کند و چرخ‌های این صنعت را در کشور خود به حرکت درآورد، شاهد شکوفایی شگرفی در سطح اقتصاد کشور خواهند بود.

براساس آمارهای منتشرشده از سوی سازمان جهانی گردشگری، دریافتی کل کشورهای از محل گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۵۰، بالغ بر ۲/۱ میلیارد دلار بوده است که این رقم در سال ۲۰۰۷، به ۸۵۶ میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۰، به یک تریلیون دلار رسیده است. همچنین، براساس گزارش این سازمان، ایران رتبه ۱۰ جاذبه‌های باستانی و تاریخی و نیز رتبه ۵ جاذبه گردشگری‌های طبیعی را دارد؛ اما از لحاظ بهره‌برداری از این منابع در جایگاه مطلوبی قرار نگرفته است؛ چراکه سهم ایران با وجود رتبه ممتازش در جاذبه‌های گردشگری از درآمد گردشگری جهان، حتی به یک درصد هم نمی‌رسد و متأسفانه، در چند سال گذشته، به علت عدم توجه به امر گردشگری در ایران و نادیده گرفتن آن، باعث شده است، کشور ما درآمد کلانی را که از این راه حاصل می‌شود، از دست بدهد. براساس گزارش‌های یونسکو، کشور ایران، با بیش از ۴۰۰۰ جاذبه گردشگری، در زمره ۱۰ کشور دارای تمدن و باستانی در جهان قرار دارد که بیشترین جاذبه‌های گردشگری را با پتانسیلی بالقوه بالا دارد و با اتکا به آن، می‌توان از میان خیل گردشگران خارجی، پاسخگوی نیازهای جهانگردان فرهنگی‌ای باشد که حدود ۲۰ درصد کل گردشگران را تشکیل می‌دهند؛ جمعیتی بالغ بر ۱۶۰ میلیون نفر.

همچنین، ایران در میان کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی از لحاظ تعداد گردشگر ورودی رتبه ۱۳ و به سبب درآمد حاصل از آن، رتبه دهم را دارا است، در حالی که از جنبه جاذبه‌های گردشگری در ردیف ۱۰ کشور اول جهان و اولین کشور جهان سوم است. در این میان، ترکیه ظرف ۲۰ سال گذشته، از ۲۵۰۰۰ نفر گردشگر به حدود ۱۳ میلیون نفر و تونس از ۵۰۰ هزار نفر به بیش از ۶ میلیون نفر ارتقا یافته است. براساس گزارش «رقابت‌پذیری گردشگری» که از سوی مجمع جهانی اقتصاد منتشر شده است، چهارده شاخص رقابت‌پذیری گردشگری در زمینه روش‌ها و مقررات سیاسی، پایداری محیطی، سلامت و امنیت، بهداشت و درمان، خصوصی‌سازی صنعت گردشگری، زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی و زمینی، زیرساخت‌های گردشگری (هتل، بانکداری، تسهیل ویزا، ... فناوری ارتباطات و اطلاعات، قیمت‌ها (قیمت بلیط، سوخت، هتل و موارد دیگر) منابع انسانی، وابستگی به گردشگری و سفر، منابع طبیعی و منابع فرهنگی مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته که در نهایت، به رتبه‌بندی کشورها منجر شده و رتبه ایران از نظر شاخص رقابت‌پذیری، در میان ۱۳۹ کشور جهان، ۱۱۴ بوده است.

براساس سند چشم‌انداز، سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی باید از ۰/۷ درصد در سال ۱۳۸۳، به ۲ درصد در سال ۱۴۰۴ رشد یابد، به گونه‌ای که کشور ما در سال ۱۴۰۴، سالانه نزدیک به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگران درآمد کسب کند. اما روند کنونی به هیچ عنوان رضایت‌بخش نیست و تنها حدود ۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۱ میلادی دریافت کرده است و راه دشوار ایران برای دستیابی به ۲ درصد از درآمد جهانی گردشگری را نمایان می‌سازد؛ از این رو، توجه به اهداف سند چشم‌انداز در این راستا می‌تواند عامل مهمی برای شتاب بخشیدن به آهنگ رشد و توسعه را فراهم سازد. تأثیر صنعت گردشگری از جهات مختلف، قابل بررسی و مهم است که می‌توان به ورود ارز به کشور، اشتغال در بسیاری از زمینه‌ها، پویایی بازار خرده‌فروشی، فعال شدن فرودگاه‌ها و سیستم‌های حمل و نقل، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی (صنایع دستی و محصولات فرهنگی)، افزایش

میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (هتل‌سازی و سایر خدمات مرتبط) اشاره کرد.

صنعت گردشگری، نوعی سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی در داخل کشور است و اثرهای انبساطی آن در کلیه بخش‌های اقتصادی، اثرهای توسعه‌ای دارد. درواقع می‌توان گردشگری را یک رویه، دوسویه دانست. یعنی به همان ترتیب که کشوری با جذب گردشگر، درآمد ارزی کسب می‌کند، بر اثر مسافرت ساکنان کشور به خارج از آن، متحمل هزینه‌های ارزی نیز می‌شود؛ از این رو، استفاده خالص درآمد از گردشگری، مربوط به رابطه میان درآمد و هزینه حاصل از آن است که در موازنه پرداخت‌ها محسوب می‌شود. گردشگری پول و جمعیت را از حالت تمرکز و ثقل صنعتی به‌سوی روستاها و نقاط طبیعی می‌کشاند. از گردشگری به‌عنوان صادرات نامرئی نیز یاد می‌شود، زیرا در حالی که اثر اقتصادی آن در تراز پرداخت‌های یک کشور مشهود می‌شود، درآمدهای ناشی از آن، نظیر درآمدهای به‌دست‌آمده از ارائه خدمات افراد یک کشور در کشور بیگانه معلوم نیست. در این مقاله، برای ارزیابی دقیق‌تر، تأثیر توسعه گردشگری بر اقتصاد ایران، ابتدا با مروری بر پیشینه پژوهش، چارچوب نظری، تبیین و سپس متغیرها، معرفی و بررسی می‌شوند و در ادامه، برآورد مدل و تخمین ضرایب انجام می‌گیرد و در انتها، نتیجه‌گیری و

پیشنهادهایی ارائه می‌شود.

۲. پیشینه پژوهش

به‌طور کلی، در مقالات تحلیلی، ارتباط بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی از طریق دو مؤلفه مختلف مورد پیگیری قرار گرفته است. نخستین مؤلفه از نظریه ضریب فزاینده کینز^۱ ناشی می‌شود. تحت این رویکرد، گردشگری بین‌المللی می‌تواند به‌عنوان یک مؤلفه خارجی از تقاضای کل که تأثیری مثبت بر درآمد و اشتغال دارد، از طریق یک ضریب فزاینده مد نظر قرار گیرد. باوجود این، این رویکرد کاملاً ایستا است و اجازه نمی‌دهد تا مقایسه‌ای برای مطالعه اثرات بلندمدت توسعه گردشگری انجام شود.

رویکرد متفاوتی که به گسترده‌ترین شکل در مقالات مد نظر قرار گرفته است، به بررسی پتانسیل تئوری رشد درونی^۲ و تئوری تجارت نوین^۳ به‌کار گرفته‌شده در بخش گردشگری می‌پردازد. بنابراین، مانند فرضیه ناشی از رشد صادرات^۴، فرضیه رشد ناشی از گردشگری^۵، فرض می‌کند که چندین مبحث تئوریک وجود دارد که در آنها گردشگری به یک عامل اصلی تعیین‌کننده در زمینه رشد اقتصادی بلندمدت تبدیل می‌شود. اغلب مطالعاتی که در حوزه اقتصاد گردشگری در داخل انجام گرفته است، کلان بوده و در سطح کشور و یا کشورهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته است که در جدول‌های ۱ و ۲ به برخی از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

جدول ۱. مطالعات انجام‌شده داخلی

محققان	سال	عنوان پژوهش	روش و بازه زمانی پژوهش	نتایج حاصل
خسروآبادی	۱۳۸۵	تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره ۱۳۴۴ - ۱۳۸۳ و ارائه استراتژی‌های گسترش صنعت گردشگری ایران	روش حداقل مربعات معمولی (۱۳۸۳ - ۱۳۴۴)	متغیرهای تبلیغات، انقلاب و جنگ به‌عنوان متغیرهای مهم و مؤثر بر تقاضای گردشگری محسوب می‌شوند.
طیپی و همکاران	۱۳۸۶	بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳ - ۱۳۳۸)	الگوی علی گرنجری (۱۳۸۳ - ۱۳۳۸)	رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی ایران، یک رابطه علی دوطرفه است و بین این دو متغیر، یک تعادل بلندمدت وجود دارد.



1. Keynesian Theory of Multiplier
2. Endogenous Growth Theory
3. New Trade Theory

4. Export-Led Growth Hypothesis (ELGH)
5. Tourism-Led Growth Hypothesis (TLGH)



طیبی و همکاران	۱۳۸۷ الف	بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی	الگوی VAR (۱۳۸۳-۱۳۳۸) الگوی VAR-Panel (۲۰۰۴-۱۹۹۵)	نتایج آنها نشان می دهد که رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی ایران، کشورهای OECD به علاوه چین، هنگ کنگ، مالزی، روسیه و تایلند، رابطه علی دوطرفه است و بین این دو متغیر، تعادل بلندمدت وجود دارد.
محمدزاده و نجفی نسب	۱۳۸۷	بررسی رابطه علی بین تعداد ورود گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی	آزمون استاندارد علیت گرنجر (۲۰۰۵-۱۹۹۵)	یک رابطه علی یک طرفه از تولید ناخالص داخلی به تعداد ورود گردشگران وارده به این کشورها در دوره زمانی مورد مطالعه برقرار بوده است
یاوری و همکاران	۱۳۸۹	تأثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی	مدل های داده های تابلویی پویا و پانل ایستا و گشتاورهای تعمیم یافته، (۲۰۰۷-۱۹۹۰)	نتایج تجربی پژوهش آنها، رابطه مثبت میان مخارج گردشگری و رشد اقتصادی در این کشورها را تأیید می کند.
محمدزاده و همکاران	۱۳۸۹	تخمین تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب، با استفاده از رهیافت TVP	رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان (TVP) و روش کالمن - فیلتر (۱۳۸۷-۱۳۵)	کشش درآمدی تقاضای خارجی گردشگری در ایران در مقایسه با کشش های قیمتی و عادات رفتاری بیشتر است.
کریمی و توتونچی	۱۳۹۲	بررسی تأثیر درآمدهای گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان اگو	روش داده های تابلویی (۲۰۱۰-۲۰۰۰)	درآمدهای حاصل از گردشگری، تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی در کشورهای مورد بررسی دارد. همچنین، تشکیل سرمایه، نیروی کار و اندازه دولت (مخارج دولت)، تأثیر مثبت و معنادار بر رشد اقتصادی دارد.
ابراهیمیان قاجاری و شکری	۱۳۹۲	مقایسه اثر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه	روش داده های تابلویی و روش اثرات ثابت (۲۰۰۷-۱۹۹۸)	در هر دو گروه از این کشورها رابطه مثبت بین رشد دریاقتی گردشگری و رشد اقتصادی تأیید شده است. با مقایسه میزان اثر در هر دو گروه از کشورها، مشخص شد که میزان این اثر تقریباً با هم برابر است.
عبداللهی الوان و همکاران	۱۳۹۲	بررسی تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب در حال توسعه	روش گشتاورهای تعمیم یافته مبتنی بر مدل داده های تابلویی پویا (۲۰۰۹-۱۹۹۵)	درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی تأثیر مثبت و معنا داری بر رشد اقتصادی این کشورها داشته است.

جدول ۲. مطالعات انجام شده خارجی

بالاگور ^۱ و کانتاولا ^۲	۲۰۰۲	بررسی رابطه بین رشد صنعت گردشگری و توسعه اقتصادی بلندمدت در کشور اسپانیا	تکنیک هم جمعی جوهانسن - جوسلیوس (۱۹۹۷-۱۹۷۵)	در دوره مورد مطالعه، رشد اقتصادی در اسپانیا به شدت تحت تأثیر درآمدهای حاصل از محل گردشگری بوده است. نتایج این پژوهش، حاکی از آن است که رشد صنعت گردشگری از طریق اثرات تکاثری، تأثیر مثبتی بر توسعه اقتصادی بلندمدت کشور اسپانیا داشته است.
اجنیو ^۳ و همکاران	۲۰۰۴	بررسی رابطه بین رشد اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری در کشورهای امریکای لاتین	از رویکرد داده های تابلویی پویا (۱۹۹۸-۱۹۸۵)	توسعه صنعت گردشگری شرط لازم برای رشد اقتصادی در کشورهای امریکای لاتین با درآمد متوسط و پایین است؛ در حالی که برای کشورهای با درآمد بالا ضروری نیست
دریتساکیس ^۴	۲۰۰۴	اثر گردشگری بر رشد اقتصادی بلندمدت یونان	روش علیت گرنجر آزمون کرد یک بردار هم جمعی (۲۰۰۰-۱۹۶)	یک رابطه علی قوی دوطرفه بین درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی و رشد اقتصادی وجود دارد و روابط علی معناداری بین نرخ ارز مؤثر و رشد اقتصادی و همچنین، بین نرخ ارز مؤثر و درآمدهای حاصل از گردشگری بین المللی در این دوره در کشور یونان مشاهده شد.



1. Balaguer, J.

2. Cantavella, J.

3. Eugenio, J.

4. Dritsakis, N.



بررسی ارتباط بین صنعت گردشگری و تولید ناخالص داخلی در کشور نیکاراگوئه	۲۰۰۵	سکویرا ^۱ و کامپوس ^۲	تکنیک هم‌جمعی جوهانسن جوسلیوس و آزمون علیت گرنجر (۱۹۸-۲۰۰۵)	نتایج این پژوهش، حاکی از وجود یک رابطه بلندمدت پایدار بین تولید ناخالص داخلی و گردشگری و نیز، رابطه علیت از سمت گردشگری به رشد اقتصادی است.
بررسی تأثیر احتمالی گردشگری بر رشد اقتصادی	۲۰۰۸	کورتس - جیمز ^۳	روش‌های داده‌های تابلویی (۱۹۹۰-۲۰۰۴)	هر دو گردشگری داخلی و بین‌المللی، اثر مثبت و مهمی در رشد اقتصادی منطقه ای دارند. از یک سو، گردشگری داخلی، عامل اقتصادی مربوط به اسپانیا است، درحالی‌که به‌نظر می‌رسد گردشگری بین‌المللی برای ایتالیا مهم باشد.
بررسی رابطه بلندمدت بین توسعه گردشگری و تولید ناخالص داخلی در تایوان	۲۰۰۸	لی ^۴ و چنگ ^۵	آزمون ریشه واحد و آزمون هم‌جمعی (۱۹۵۹-۲۰۰۳)	رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی دوطرفه است، درنهایت، تغییرات سیاسی و شوک‌های اقتصادی و سستی کنترل بخش گردشگری و برخی سیاست‌ها، ایستایی رابطه بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی را می‌شکند.
بررسی رابطه رشد اقتصادی و صنعت گردشگری در کشور ترکیه	۲۰۰۹	کاتیرکویگلو ^۶	روش جوهانسون (۱۹۶۰-۲۰۰۶)	رابطه علیت از صنعت گردشگری به رشد اقتصادی را رد کرد.
مطالعه‌ای بر ارتباط علی فرضیه رشد ناشی از گردشگری کشور ایتالیا و اسپانیا	۲۰۱۰	کورتس - جیمز و پولینا ^۷	آزمون هم‌جمعی جوهانسن و آزمون علیت گرانجر (۱۹۵۴-۲۰۰۰)	عدم وجود علیت همگنی را برای کنترل ناهمگنی به‌منظور تحمیل یک محدودیت به ارتباط علی بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای حوزه مدیترانه مد نظر قرار داده‌اند.
بررسی رابطه علی بین درآمدهای گردشگری و رشد اقتصادی برای کشور اردن	۲۰۱۰	کریشان ^۸	روش خودرگرسیون برداری (VAR) آزمون‌های هم‌جمعی جوهانسن و جوسلیوس و علیت گرنجر (۱۹۷۰-۲۰۰۹)	یک رابطه مثبت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشور اردن وجود دارد، همچنین، رابطه بین این دو متغیر از گردشگری به‌سوی رشد اقتصادی است.
بررسی ارتباط بین گردشگری، نرخ ارز مؤثر واقعی و رشد اقتصادی در اقتصاد موریتانی	۲۰۱۲	نوزه ^۹ و همکاران	آزمون علیت گرانجر (۱۹۸۱-۲۰۱۰)	ارتباط علی یک‌طرفه‌ای را از ورود گردشگران به نرخ ارز مؤثر واقعی و از رشد اقتصادی به‌سوی نرخ ارز مؤثر واقعی آشکار ساخت.
بررسی وجود علیت بین رشد تولید و هزینه‌های گردشگری	۲۰۱۳	ژورگنتوپولوس ^{۱۰}	مدل تصحیح خطا و آریانس و تجزیه و آریانس (۱۹۸۸-۲۰۱۱)	تمام متغیرها در بلندمدت به روابط تعادلی خود خواهند رسید و یک ارتباط علی دوطرفه بین رشد تولید و رشد هزینه‌های گردشگری و یک ارتباط یک‌طرفه از هزینه‌های گردشگری تجاری و گردشگری تفریحی به رشد تولید را نشان داد.
بررسی روابط بلندمدت بین گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی	۲۰۱۴	خوشنویس‌یزدی ^{۱۱} و ماستوراکیس ^{۱۲}	روش خودرگرسیون توضیحی با وقفه توزیعی (۱۹۷۵-۲۰۱۱)	وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها ثابت شده است و همچنین، گردشگری بین‌المللی در بین سایر متغیرها، ازجمله سرمایه فیزیکی، تعداد ورود گردشگران خارجی، مصرف انرژی و نرخ ارز مؤثر واقعی، در رشد مؤثرتر است و فرضیه رشد موجب گردشگری بین‌المللی تأیید می‌شود.



- Sequeira, T.
- Campos, C.
- Cortés-Jiménez, I.
- Lee, C.
- Chang, C.
- Katircioğlu, S. T.
- Pulina, M.
- Kreishan, F.
- Nowjee, A.
- Georgantopoulos
- Khoshnevis Yazdi, S.
- Mastorakis, N.



خوشنویس یزدی و همکاران	۲۰۱۴	بررسی رابطه علی بین گردشگری بین‌المللی، نرخ ارز واقعی و رشد اقتصادی	مدل خودرگرسیون توضیحی با وقفه توزیعی و آزمون علیت گرنجر (۱۹۷۵-۲۰۱۴)	رابطه علیت یک‌طرفه از گردشگری بین‌المللی به رشد اقتصادی در ایران وجود دارد. همچنین، علیت یک‌طرفه از نرخ ارز واقعی به گردشگری بین‌المللی وجود دارد.
خوشنویس یزدی و همکاران	۲۰۱۵	بررسی ارتباط کوتاه‌مدت و بلندمدت بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران	مدل خودرگرسیون توضیحی با وقفه توزیعی و آزمون علیت گرنجر (۱۹۸۵-۲۰۱۳)	ارتباط مثبتی بین هزینه گردشگری و رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت و بلندمدت وجود دارد. و ارتباط مثبتی بین نرخ ارز مؤثر واقعی، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و رشد اقتصادی است. آزمون علیت گرنجر نشان داد که رابطه علی دوطرفه ای بین هزینه‌های گردشگری و رشد اقتصادی وجود دارد.

۳. چارچوب نظری و روش پژوهش

تا قبل از جنگ جهانی اول، امکانات تفکیک اشکال جهانگردی، باتوجه به طبقات اجتماعی وجود نداشت، در حالی که امروزه باید از عواملی استفاده کرد که شامل زمان، مکان، انگیزه و هدف است. باتوجه به مدت زمان اقامت و یا به عبارت دیگر، طول مدت مسافرت، می‌توان از جهانگردی کوتاه‌مدت و جهانگردی بلندمدت، صحبت و آنها را از یکدیگر تفکیک کرد. امروزه انواع گردشگری را به گردشگری الکترونیک، تجاری، تفریحی، روستایی، سلامت، شهری، عشایری، فرهنگی، کشاورزی، مذهبی، ورزشی و گردشگری در طبیعت (طبیعت گردی) طبقه‌بندی کرده‌اند. فصل سال نیز می‌تواند دو نوع از جهانگردی را که شامل گردشگری زمستانی (از آبان تا فروردین) و گردشگری تابستانی (از اردیبهشت تا مهرماه) است، مشخص سازد. مکان مسافرت و یا محل اقامتی که گردشگر انتخاب می‌کند نیز شکل معینی را عرضه می‌دارد. اقامت، ممکن است در هتل، کمپینگ، ویلای شخصی و یا خانه‌های اجاره‌ای باشد. انجام چنین مسافرت‌هایی معمولاً از طریق وسایط حمل و نقل زمینی، هوایی و یا دریایی انجام می‌گیرد که این عامل نیز خود می‌تواند شکل خاصی از جهانگردی، به نام جهانگردی زمینی، هوایی و دریایی را به وجود آورد (رضوانی، ۱۳۷۴). عوامل بی‌شماری در توسعه گردشگری نقش دارند، اما سه عامل اصلی مؤثر در توسعه گردشگری عبارت‌اند از: گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد. به

عبارت دیگر، مهمانان، میزبانان و جاذبه‌ها، سه عامل اصلی در توسعه گردشگری هستند. در صنعت گردشگری، بخش دولتی و خصوصی مکمل یکدیگر هستند و نبود یکی از آنها باعث ناکارآمدی وجود دیگری می‌شود؛ از این رو، باید بخش دولتی و بخش خصوصی، هریک در جایگاه خود قرار بگیرند تا شاهد رشد و شکوفایی این صنعت باشیم.

۴. معرفی و بررسی روند متغیرهای پژوهش

متغیرهای پژوهش، عبارت‌اند از:

متغیر مستقل: تعداد ورود گردشگران خارجی، نرخ ارز مؤثر واقعی، مخارج دولت، شاخص قیمت مصرف‌کننده.

متغیر وابسته: تولید ناخالص داخلی حقیقی (GDP).

میزان سهم خاورمیانه و ایران از صنعت گردشگری: سازمان جهانی جهانگردی در گزارش سال ۲۰۰۵ اعلام کرد که رشد قابل توجه گردشگر به منطقه خاورمیانه، باعث تبدیل شدن این منطقه به چهارمین نقطه جهانگردی جهان شده است. بنا بر گزارش این سازمان، مبنی بر روند رو به رشد تعداد سفرهای گردشگری به خاورمیانه، می‌توان دریافت که با تبیین و تعیین جاذبه‌های ایران و تحقیق و تخمین میزان تقاضای سفرهای خارجی به ایران و سپس هموارسازی ناهمواری‌ها و نامالایمتی‌های اجتماعی، سیاسی و بسترسازی محیطی نئولیبرال که دولت را موظف به گشایش راه برای تحقق آزادی‌هایی می‌کند که به اشتغال‌زایی منتهی می‌شود

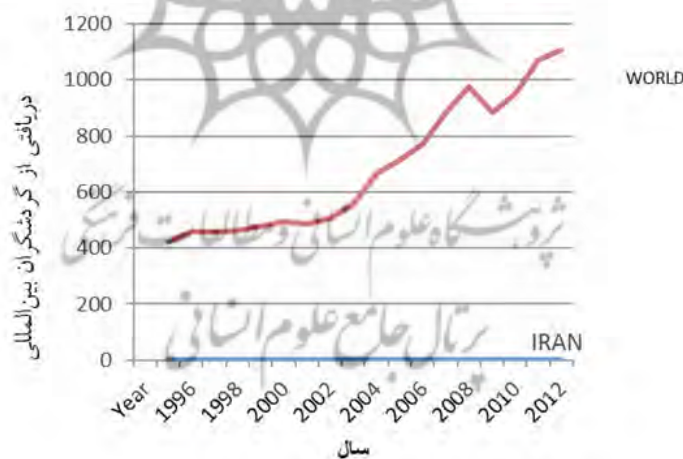
که از نکات بارز این قاعده، محترم شمردن مالکیت خصوصی قدرتمند و تجارت آزاد در بازارهای آزاد است، به منظور جذب و هدایت و توسعه پایدار گردشگری و اکو گردشگری که موجب افزایش سهم ایران از این صنعت و در نهایت، بهره‌مندی از منافع فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خواهد شد (جدول ۳).

جدول ۳. متوسط میزان رشد گردشگران ورودی به ایران

۱۵/۴۳	قبل از انقلاب (۱۳۵۷-۱۳۳۸)
-۹/۱۸	بعد از انقلاب در دوران جنگ (۱۳۶۷-۱۳۵۸)
۲۸/۸۳	برنامه اول (۱۳۶۸-۱۳۷۳)
۲۹/۸۱	برنامه دوم (۱۳۷۴-۱۳۷۸)
۴/۷۴	برنامه سوم (۱۳۷۹-۱۳۸۳)

منبع: لطفی و همکاران، ۱۳۸۷.

ایران براساس اعلام سازمان جهانگردی، به دلیل جاذبه‌های تاریخی، در رتبه دهم جهان و از نظر جاذبه‌های طبیعی، در جایگاه پنجم قرار دارد. این جایگاه می‌تواند ارزش افزوده اقتصادی- اجتماعی زیادی در پی داشته باشد، اما آمارها حاکی از آن است که سهم ایران از گردشگری، سهم قابل توجهی نیست. به طوری که از نظر درآمد گردشگری، حتی جزو صد کشور اول جهان هم نیست (اینانلو، ۱۳۷۹). در نمودار ۱، سهم ناچیز گردشگران در ایران نشان داده شده است:



نمودار ۱. سهم دریافتی‌های ایران از گردشگران بین‌المللی نسبت به جهان (میلیارد دلار)

منبع: بانک جهانی، ۲۰۱۵.

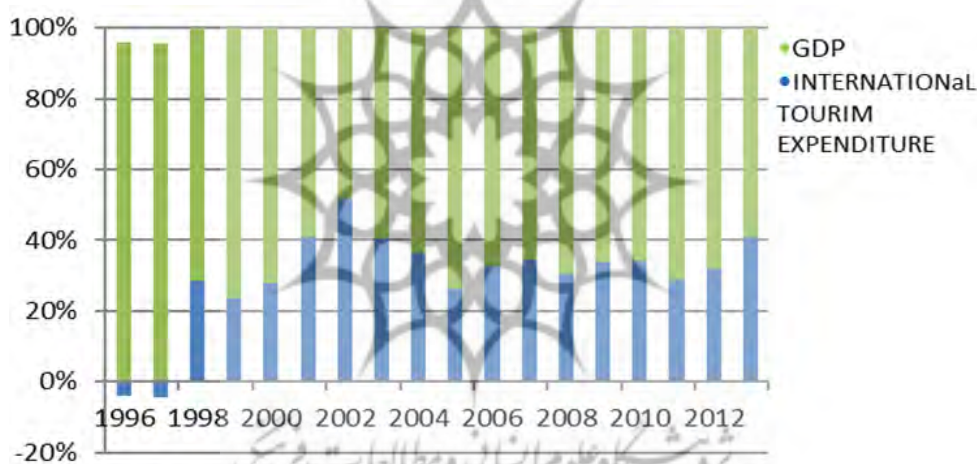
بررسی وضعیت صنعت گردشگری در ایران و ملاحظه ارقام درآمدی ارزی حاصل از آن، حاکی از این است که به رغم این واقعیت که ایران یکی از ده کشور مهم جهان از حیث آثار تاریخی و باستانی است، کمتر از یک هزارم درآمد جهانی

حاصل از گردشگری را نصیب خود کرده است (موسایی، ۱۳۸۳). ایران با داشتن تنوع اقلیمی کم‌نظیر، فرهنگ و تاریخ کهن، وجود آثار باستانی فراوان و جاذبه‌های طبیعی و دیدنی نادر، همواره جزو ده کشور برتر در زمینه دارا بودن منابع

این در حالی است که براساس آمار در سال ۲۰۱۱، کشورهای اسپانیا، فرانسه و چین بیش از ۵۰ میلیارد دلار درآمدزایی از بخش گردشگری و ورود مسافر داشته‌اند.

باتوجه به نمودار ۲ و نیز براساس آمار بانک جهانی، موقعیت درآمد دریافتی ایران از گردشگری بین‌المللی، همواره سهم کمتر از ۴۰٪ را نسبت به GDP به خود اختصاص داده است. بااینکه حجم گردشگران خارجی ورودی به ایران قابل توجه نیست، با درنظرگرفتن همین تعداد کم هم سهم محسوسی در GDP نسبت دارد. درنتیجه، می‌توان موقعیت بالقوه ایران در گردشگری را با کمک مدیریت کارآمد بالفعل کرد تا بتوان به سطوح بالاتر GDP و درنهایت، به رشد اقتصادی قابل توجه‌تری رسید.

گردشگری محسوب می‌شود؛ با این حال، در میان ۱۵۰ کشور عضو سازمان جهانی گردشگری WTO در امر توریست‌پذیری، در مقام هفتاد و پنجم قرار دارد. به گزارش نشریه الکترونیک توسعه ترابری ایرانیان، براساس آمار سازمان جهانی گردشگری، تعداد ورود گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۲، درحدود یک میلیارد نفر بود. پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰، این تعداد به رقمی بالغ بر ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. همچنین، براساس آمار، میزان ورود مسافر خارجی به ایران در سال، حدود سه میلیون نفر اعلام شده است که باتوجه به ایجاد اشتغال به‌ازای ۶ تا ۸ مسافر خارجی برای یک نفر، ایران سهم اندکی از درآمد ناخالص و اشتغال این بخش را به خود اختصاص داده است.



نمودار ۲. سهم دریافتی‌های ایران از گردشگران بین‌المللی نسبت به GDP

منبع: بانک جهانی، ۲۰۱۵.

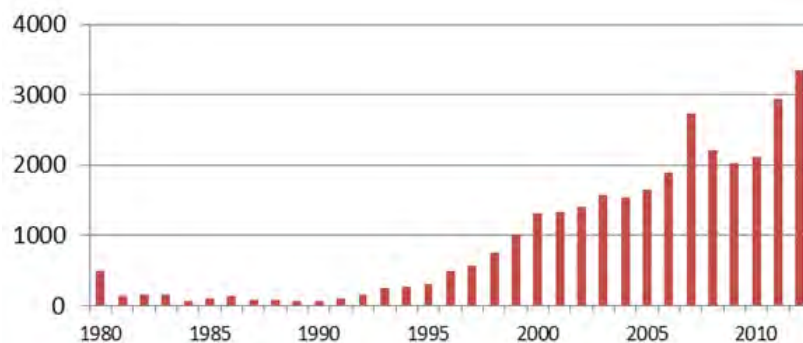
پتانسیل بی‌نظیری برای تبدیل شدن به یک مکان گردشگری در جهان دارد. ایران مکان گردشگری است که در سال ۲۰۱۱، پذیرای ورود تقریباً سه میلیون گردشگر بوده و از آن، دو بلیون دلار آمریکا درآمد داشته است (خوشنویس یزدی و همکاران، ۲۰۱۵).

در نمودار ۳، به‌طور کلی، ورود گردشگران بین‌المللی به ایران، نسبت به فاکتورهای متعدد مختلفی (مانند جنگ، تحریم‌ها، نرخ‌های تورم، و نرخ‌های ارز) تحت تأثیر قرار گرفته

ایران به‌علت ویژگی‌های ساحلی، چشم‌اندازهای طبیعی و نقاط تاریخی، یک مکان جذاب گردشگری است. ارتباط مثبت بین گردشگری و رشد اقتصادی، نیاز به پیشبرد گردشگری در راستای حفظ رشد کشور را نشان می‌دهد. در این زمینه، تصمیم‌گیرندگان باید نرخ ارز را به‌گونه‌ای تثبیت کنند که باعث افزایش گردشگری، به‌عنوان مهم‌ترین رکن توسعه اقتصادی شود.

ایران به‌واسطه چشم‌اندازهای ناب و فرهنگ متنوع خود،

و حساس است. اولین کاهش در ورود گردشگر به ایران در سال‌های ۱۹۸۰ تا ۱۹۸۸ رخ داده که به علت جنگ بین ایران و عراق بوده است. اما بعد از آن، به دنبال بازسازی در طول سال ۱۹۹۲، ورود گردشگر تا سال ۲۰۰۹ به علت آشوب‌های پس از انتخابات ریاست جمهوری و تحریم محصورکننده رشد ایران در طول سال ۲۰۰۰، به علت برنامه هسته‌ای، شروع به افزایش می‌کند.



نمودار ۳. ورود گردشگر به ایران.

منبع: سازمان جهانی مسافرت و گردشگری.^۱

گردشگری، $REER_t$: نرخ ارز مؤثر حقیقی، $POL1_t$: مخارج دولت، $POL2_t$: شاخص قیمت مصرف‌کننده.

برای آزمون رابطه بلندمدت بین تولید ناخالص داخلی حقیقی (GDP_t)، تعداد ورود گردشگران خارجی گردشگری ($TOUR_t$)، نرخ ارز مؤثر واقعی ($REER_t$)، مخارج دولت ($POL1_t$) و شاخص قیمت مصرف‌کننده ($POL2_t$) از معادله زیر در راستای یافتن رابطه بلندمدت بین متغیرها استفاده می‌شود:

$$LRGDP_t = \alpha_0 + \beta_1 TOUR_t + \beta_2 REER_t + \beta_3 POL1_t + \beta_4 POL2_t \quad (2)$$

همه متغیرها به صورت لگاریتم طبیعی و بیانگر کشش بین متغیرها و تولید ناخالص حقیقی شود. نرخ ارز مؤثر واقعی ($REER_t$)^۲، شاخص موزونی است که وزن‌های شاخص، حجم معاملات با طرف‌های تجاری و رقبای کشور ایران هستند. رابطه‌ای که از آن برای محاسبه شاخص نرخ مؤثر حقیقی ارز استفاده می‌شود، به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$REER_t = \frac{\sum_{i=1}^m W_{it} E_{it} P_{it}^*}{P_t} \quad (3)$$

سهم بسیار ناچیز ایران از صنعت گردشگری، نشان‌دهنده آن است که صنعت گردشگری نتوانسته است نقش خود را به عنوان یک عامل توسعه اقتصادی کشور و معرفی ایران به عنوان یک کشور توریستی و فرهنگی به خوبی ایفا کند. نگاهی اجمالی به جایگاه اقتصادی بخش گردشگری در اقتصاد جهانی و از طرفی، ظرفیت‌های غنی سرزمین کهن و با تمدن دیرینه ایران، با داشتن هزاران آثار تاریخی و فرهنگی کم‌نظیر در مقیاس جهانی، می‌طلبد به این بخش توجه بیشتری مبذول شود.

۵. معرفی و برآورد مدل و تخمین ضرایب

در چارچوب تجربی در این پژوهش، به منظور بررسی روابط بین تعداد ورود گردشگران خارجی و تولید ناخالص داخلی حقیقی با نرخ ارز مؤثر حقیقی، مدل زیر را مشخص می‌کنیم (ژیورگتوپولوس، ۲۰۱۳):

$$RGDP = f(TOUR_t, REER_t, POL1_t, POL2_t) \quad (1)$$

GDP_t : تولید ناخالص داخلی حقیقی (میلیارد دلار به قیمت ثابت ۲۰۰۵)، $TOUR_t$: تعداد ورود گردشگران خارجی

مؤثر حقیقی و مخارج دولت (GDP%) و شاخص قیمت مصرف کننده (۱۰۰=۲۰۱۰) از بانک جهانی (WDI) و تعداد ورود گردشگران خارجی از شورای جهانی گردشگری (WTTC)، (۲۰۱۴) در سال‌های ۲۰۱۲-۱۹۸۰ استخراج شده است.

مراحل انجام به این صورت است که در مرحله اول، آزمون‌های ریشه واحد دیکی - فولر تعمیم‌یافته برای تعیین ایستایی متغیرها استفاده می‌شود. در مرحله دوم، با استفاده از آزمون هم‌جمعی جوهانسون - جوسیلیوس، درجه هم‌جمعی بین متغیرها را مشخص می‌کنیم. در مرحله سوم، رابطه بلندمدت بین متغیرها، بررسی و ضرایب بلندمدت محاسبه می‌شود. در مرحله آخر، به‌منظور بررسی رابطه کوتاه‌مدت بین متغیرها، مدل تصحیح خطای توسعه‌یافته از سوی پسران^۱ و همکاران (۲۰۰۱)، ARDL، برآورد می‌شود و سرعت تعدیل در هر دوره، به‌منظور برقراری یک رابطه بلندمدت به‌دست می‌آید. انتخاب وقفه بهینه و معیارهای براساس معیار آکائیک (AIC) بیزی شوارتز است.

چارچوب ARDL از رابطه ۲، به‌شرح زیر است:

$$\Delta \ln RGDP_t = a_0 + \sum_{i=1}^n a_{1i} \Delta \ln RGDP_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{2i} \Delta \ln TOUR_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{3i} \Delta \ln REER_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{4i} \Delta \ln POL1_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{5i} \Delta \ln POL2_{t-i} + \lambda ECM_{t-i} + u_t \quad (4)$$

$$\Delta \ln TOUR_t = a_0 + \sum_{i=1}^n a_{1i} \Delta \ln RGDP_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{2i} \Delta \ln TOUR_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{3i} \Delta \ln REER_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{4i} \Delta \ln POL1_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{5i} \Delta \ln POL2_{t-i} + \lambda ECM_{t-i} + u_t \quad (5)$$

$$\Delta \ln REER_t = a_0 + \sum_{i=1}^n a_{1i} \Delta \ln RGDP_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{2i} \Delta \ln TOUR_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{3i} \Delta \ln REER_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{4i} \Delta \ln POL1_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{5i} \Delta \ln POL2_{t-i} + \lambda ECM_{t-i} + u_t \quad (6)$$

روش ARDL زمانی قابل اجرا است که متغیرها از مرتبه (1) I و هم‌جمعی وجود داشته باشد. جمله پسماند از معادله زیر برآورد می‌شود:

$$ECM_t = \ln GDP - a_0 + \sum_{i=1}^n a_{1i} \Delta \ln RGDP_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{2i} \Delta \ln TOUR_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{3i} \Delta \ln REER_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{4i} \Delta \ln POL1_{t-i} + \sum_{i=1}^n a_{5i} \Delta \ln POL2_{t-i} \quad (7)$$

که در آن، P_{it}^* شاخص قیمت‌ها در کشور P_i ، i شاخص قیمت‌ها در ایران، E_{it} نرخ ارز بین کشور i و ایران (که به‌صورت تعداد ریال به‌ازای واحد پول خارجی تعریف شده است) و W_{it} وزن کشور i در شاخص است (گودرزی‌نژاد، ۱۳۸۲).

در این پژوهش، استفاده از متغیر جدیدی را در معادله کشور ایران هدف قرار دادیم. این متغیر، بی‌ثباتی سیاسی است. مطالعه‌ای در این زمینه وجود دارد که تأثیرات عدم ثبات سیاسی بر رشد اقتصادی را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این پژوهش، دلایلی ارائه شده است که نشان می‌دهد چرا درجات بیشتری از عدم ثبات سیاسی می‌تواند باعث کاهش نرخ رشد اقتصادی در کشورها شود. بی‌ثباتی سیاسی اثرات مخربی بر متغیرهای کلیدی اقتصاد کلان، مانند سرمایه‌گذاری، بیکاری و تورم دارد (رودریک^۱، ۱۹۹۱).

برای متغیر بی‌ثباتی سیاسی از دو متغیر نسبت مخارج دولت به تولید ناخالص داخلی و شاخص قیمت مصرف‌کننده استفاده شده است و آمار تولید ناخالص داخلی و نرخ ارز

a_0 نوقه سفید و ECM_{t-1} مربوط به شرایط تصحیح خطا است. مدل مورد استفاده برای آزمون رابطه علت و معلولی بین متغیرهای رابطه ۱۴ است:

$$\begin{bmatrix} \Delta \ln RGDP_t \\ \Delta \ln TOUR_t \\ \Delta \ln REER_t \\ \Delta \ln POL1_t \\ \Delta \ln POL2_t \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} c_1 \\ c_2 \\ c_3 \\ c_4 \\ c_5 \end{bmatrix} + \sum_{i=1}^p \begin{bmatrix} \beta_{11i} & \beta_{12i} & \beta_{13i} & \beta_{14i} \\ \beta_{21i} & \beta_{22i} & \beta_{23i} & \beta_{24i} \\ \beta_{31i} & \beta_{32i} & \beta_{33i} & \beta_{34i} \\ \beta_{41i} & \beta_{42i} & \beta_{43i} & \beta_{44i} \\ \beta_{51i} & \beta_{52i} & \beta_{53i} & \beta_{54i} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} \Delta \ln RGDP_t \\ \Delta \ln TOUR_t \\ \Delta \ln REER_t \\ \Delta \ln POL1_t \\ \Delta \ln POL2_t \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} \lambda_1 \\ \lambda_2 \\ \lambda_3 \\ \lambda_4 \\ \lambda_5 \end{bmatrix} ECM_{t-1} + \begin{bmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \\ \varepsilon_{3t} \\ \varepsilon_{4t} \\ \varepsilon_{5t} \end{bmatrix} \quad (8)$$

ضروری است. بنابراین، به علت آزمون رابطه تعادل بلندمدت بین گسترش گردشگری و رشد اقتصادی، آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته (ADF)^۱ (دیکی^۲ و فولر^۳، ۱۹۸۱) و فیلیپس^۴ و پرون^۵ (PP) (فیلیپس و پرون، ۱۹۸۸)، برای آزمون پایایی متغیرها و ریشه واحد در سطح معناداری پنج درصد به کار می رود. نتایج آزمون های ADF و PP برای پایایی در جدول ۵ ارائه شده است.

با مقادیر بحرانی مک کینون^۶ (۱۹۹۱)، فرضیه صفر که وجود ریشه واحد و فرضیه مقابل که پایا بودن سری زمانی را نشان می دهد، آزمون می شوند. نتایج آزمون نشان می دهد که داده های LTOUR و LGDP در مرتبه اول I(1) هم جمع هستند. بنابراین، فرایند با تجزیه و تحلیل بلندمدت، با استفاده از تکنیک های هم جمعی انجام می شود. در مرحله بعد، آزمون ایستایی متغیرها انجام می شود؛ در صورتی که مقادیر پسماند مدل ایستا باشند و مقدار آماره ADF بیشتر از مقادیر بحرانی جدول باشد، نشان دهنده وجود رابطه بلندمدت و هم جمعی بین متغیرهای مدل است که نتایج آزمون ریشه واحد در جدول های ۴ و ۵ نشان داده شده است.

جمله تصحیح خطا ECM_{t-1} ، سرعت تنظیم را نشان می دهد و به این مفهوم است که چگونه متغیرها به تعادل بلندمدت بازگشت می کنند. ضریب آماری آن باید معنادار و علامت منفی داشته باشد. برای اطمینان از مناسب بودن مدل، آزمون های تشخیصی و ثبات انجام شده است. این آزمون ها عبارت اند از: آزمون خود هم بستگی، آزمون نرمال بودن و آزمون واریانس ناهمسانی که مرتبط با مدل انتخاب شده است. ثبات برآورد روابط بلندمدت و کوتاه مدت از طریق مجموع تجمعی بازگشتی CUSUM و مجموع مربعات تجمعی بازگشتی CUSUMSQ انجام شده است. آزمون های CUSUM و CUSUMSQ به منظور بررسی ثبات ضریب در مدل برآورد انجام شده است.

الف - آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته

آزمون F در مدل تخمینی، مبتنی بر این فرض است که تمامی متغیرهای موجود در مدل، $I(0)$ یا $I(1)$ هستند. از این رو، انجام آزمون ریشه واحد در مدل ARDL، برای تعیین اینکه هیچ یک از متغیرها جمعی از مرتبه هستند،

جدول ۴. آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته (ADF) در سطح I(0)

متغیر	عرض از مبدأ - بدون روند	مقدار بحرانی	احتمال
Ln RGDP	-۱/۴۵۳۹۹۲	-۲/۹۶۷۷۶۷	۰/۹۹۸۷
Ln TOUR	-۰/۰۷۴۹۷۹	-۲/۹۵۷۱۱۰	۰/۹۴۴۰
Ln REER	-۲/۴۴۸۸۲۳	-۲/۹۶۰۴۱۱	۰/۱۳۷۴
Ln POL1	-۲/۷۸۸۵۰۲	-۲/۹۵۷۱۱۰	۰/۰۷۱۲
Ln POL2	-۳/۴۴۴۵۲۱	-۲/۹۵۷۱۱۰	۰/۱۶۶

*** معناداری در سطح ۰/۰۵، ** معناداری در سطح ۰/۰۱.

منبع: محاسبات محقق.

1. Augmented Dickey-Fuller Test

2. Dickey, D. A.

3. Fuller, W. A.

4. Phillips, P.

5. Perron, P.

6. MacKinnon, J. G.

جدول ۵. آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته (ADF) در سطح I(1)

متغیر	عرض از مبدأ - بدون روند	مقدار بحرانی	احتمال
$\Delta \ln \text{RGDP}$	-۳/۶۷۱۹۰۵***	-۲/۹۶۳۹۷۲	۰/۰۱۰۰
$\Delta \ln \text{TOUR}$	-۶/۸۶۱۴۶۰***	-۲/۹۶۰۴۱۱	۰/۰۰۰۰
$\Delta \ln \text{REER}$	-۳/۴۶۵۹۲۸***	-۲/۹۶۰۴۱۱	۰/۰۱۶۰
$\Delta \ln \text{POL1}$	-۶/۰۸۴۲۸۴***	-۲/۹۶۰۴۱۱	۰/۰۰۰۰
$\Delta \ln \text{POL2}$	-۵/۷۶۷۶۶۴***	-۲/۹۶۳۹۷۲	۰/۰۰۰۰

*** معناداری در سطح ۰/۰۵، ** معناداری در سطح ۰/۰۱، * معناداری در سطح ۰/۱۰.

حداکثر مقدار ویژه^۱ است، برای آزمون تعداد روابط هم‌جمعی به کار می‌رود. زمانی که آزمون اثر (trace) و آزمون حداکثر مقدار ویژه^۲ ($\lambda_{\text{tr}} + 1$) نسبت به مقادیر بحرانی اوستروالد - لنوم^۳ (۱۹۹۲) بزرگ‌تر باشند؛ فرضیه صفر، وجود r بردار هم‌جمعی در برابر فرضیه مقابل بیش از r بردار هم‌جمعی رد می‌شود. در جدول ۵ و ۶ نتایج به دست آمده از آزمون‌های ماتریس اثر (λ -Trace) و حداکثر مقادیر ویژه (λ -Max) برای تعیین تعداد بردارهای هم‌جمعی نشان داده شده است. آزمون هم‌جمعی جوهانسون و جولیوس به منظور تقویت نتایج از طریق روش ARDL به کار گرفته می‌شوند.

وقفه بهینه بر مبنای معیار حداقل اطلاعات آکائیک (AIC) مدل (1, 0, 0, 0, 4) ARDL انتخاب شده است.

ب - آزمون هم‌جمعی جوهانسون - جوسیلیوس

باتوجه به فرایند تجزیه و تحلیل بلندمدت، با استفاده از تکنیک‌های هم‌جمعی، در مرحله بعد از روش توسعه یافته از سوی جوهانسن^۱ (۱۹۸۸ و ۱۹۹۱) و جوهانسون و جوسیلیوس^۲ (۱۹۹۰) برای رسیدن به آزمون هم‌جمعی، بر اساس الگوی خود توضیح برداری (VAR)^۳ استفاده می‌شود. روش جوهانسون که شامل دو آزمون نسبت درست‌نمایی^۴ (آزمون اثر^۵ و آزمون

جدول ۶. آزمون ماتریس اثر (λ -Trace)

فرضیه صفر	مقادیر ویژه	مقادیر آماره آزمون	مقدار بحرانی در سطح ۰/۰۵	ارزش احتمال در سطح ۰/۰۵
$r=0^*$	۰/۰۰۰۰	۶۰/۰۶۱۴۱	۱۰۲/۱۴۸۰	۰/۷۱۳۵۳۰
$r \leq 1^*$	۰/۰۰۰۰	۴۰/۱۷۴۹۳	۶۴/۶۴۴۳۸	۰/۵۳۴۸۰۱
$r \leq 2^*$	۰/۰۰۰۱	۲۴/۲۷۵۹۶	۴۱/۶۸۵۷۰	۰/۵۲۰۶۴۱
$r \leq 3^*$	۰/۰۰۲۵	۱۲/۳۲۰۹۰	۱۹/۶۲۶۵۳	۰/۴۲۷۷۹۴
$r \leq 4$	۰/۱۰۶۲	۴/۱۲۹۹۰۶	۲/۸۷۸۸۵۱	۰/۰۹۱۵۰۱

* معناداری در سطح ۰/۰۵.

جدول ۷. آزمون حداکثر مقادیر ویژه (λ -Max)

فرضیه صفر	مقادیر ویژه	مقادیر آماره آزمون	مقدار بحرانی در سطح ۰/۰۵	ارزش احتمال در سطح ۰/۰۵
$r=0^*$	۰/۰۰۵۶	۳۰/۴۳۹۶۱	۳۷/۵۰۴۶۳	۰/۷۱۳۵۳۰
$r \leq 1^*$	۰/۰۷۲۱	۲۴/۱۵۹۲۱	۲۲/۹۵۸۶۸	۰/۵۳۴۸۰۱
$r \leq 2$	۰/۰۱۰۷	۱۷/۷۹۷۳۰	۲۲/۰۵۹۱۷	۰/۵۲۰۶۴۱
$r \leq 3$	۰/۰۰۴۹	۱۱/۲۲۴۸۰	۱۶/۷۴۷۶۸	۰/۴۲۷۷۹۴
$r \leq 4$	۰/۱۰۶۲	۴/۱۲۹۹۰۶	۲/۸۷۸۸۵۱	۰/۰۹۱۵۰۱

* معناداری در سطح ۰/۰۵.

1. Johansen, S.

2. Juselius, K.

3. Vector Autoregression

4. Likelihood Ratio Test

5. Trace Test

6. Maximum Eigenvalue test

7. Osterwald-Lenum, M.

مبنی بر عدم وجود بردار هم‌جمعی یا رابطه بلندمدت بین متغیرهای مدل رد می‌شود و فرض مقابل، یعنی وجود حداقل ۳ بردار هم‌جمعی بین متغیرها رد نمی‌شود. نتایج به‌دست‌آمده، وجود رابطه بلندمدت بین متغیرها را تأیید می‌کند.

ج - برآورد مدل ARDL

ضرایب بلندمدت در جدول ۸ می‌تواند به‌عنوان کشش بلندمدت متغیرها مورد استفاده قرار گیرد. نتایج برآورد مدل ARDL، رابطه بلندمدت و رابطه کوتاه‌مدت ارائه می‌کند.

در جداول، بردارهای هم‌جمعی مورد آزمون قرار می‌گیرند. در ستون اول از سمت راست، فرضیه صفر مبنی بر تعداد بردارهای هم‌جمعی نشان داده شده است. در ستون دوم، مقادیر ویژه (ها) نشان داده شده است. در ستون سوم، آماره‌های و در ستون چهارم، مقادیر بحرانی و در ستون پنجم، احتمال‌ها ارائه شده است. براساس آماره آزمون ماتریس اثر، حداقل پنج بردار هم‌جمعی و حداکثر مقادیر ویژه، حداکثر ۳ بردار هم‌جمعی وجود دارد. بنابراین، در سطح اطمینان ۰/۰۵، فرضیه

جدول ۸. نتایج حاصل از برآورد رابطه بلندمدت مدل خود رگرسیونی با وقفه‌های توزیعی $ARDL(4, 0, 0, 0, 1)$

متغیر	ضریب	خطای معیار	آماره T	احتمال در سطح ۰/۰۵
Ln TOUR	۰/۱۹***	۰/۵۴۸۳۷	۳/۴۵۶۷	[۰/۰۰۳]
Ln REER	-۰/۷۷***	۰/۴۱۸۸۷	-۱/۸۴۳۵	[۰/۰۸۱]
Ln POL1	-۲/۰۶***	۱/۱۷۸۷	-۱/۷۴۴۷	[۰/۰۹۷]
Ln POL2	-۰/۶۰***	۰/۳۵۵۶۸	-۱/۶۸۸۶]	[۰/۱۰۸]
C	۳۵/۰۶***	۶/۶۵۲۸	۵/۲۶۹۴	[۰/۰۰۰]

معنادار بودن * در سطح ۰/۰۵، *** در سطح ۰/۱۰.

۰/۱۹٪ است. این ضریب نشان می‌دهد که تعداد ورود گردشگران خارجی به‌شدت وابسته به رشد اقتصادی ایران است.

این ارتباط با مبانی نظری و مطالعات کریشان (۲۰۱۰)، ژورگنتوپولوس (۲۰۱۳) و خوشنویس‌یزدی و مستوراکیس (۲۰۱۴) هماهنگ است. در بلندمدت، اثر نرخ ارز مؤثر واقعی بر تولید ناخالص داخلی حقیقی، منفی و معنادار است. به‌عبارتی، این رابطه نشان‌دهنده این است که کشش تولید ناخالص داخلی حقیقی نسبت نرخ ارز مؤثر حقیقی ۰/۷۷- است. یعنی در بلندمدت، با افزایش یک درصد در نرخ ارز مؤثر واقعی، تولید ناخالص داخلی حقیقی به‌میزان ۰/۷۷ درصد کاهش می‌یابد.

کشش مخارج دولت، معادل ۲/۰۶- است و تأثیر منفی و معناداری بر تولید ناخالص داخلی دارد. افزایش در مخارج

نتایج جدول ۸، نشانگر وجود رابطه معناداری بین تولید ناخالص داخلی با تعداد ورود گردشگران خارجی و نرخ ارز مؤثر حقیقی است.

معناداری متغیرها، باتوجه به آماره t سنجیده می‌شود؛ به‌طوری که اگر قدر مطلق مقدار آماره t ، بالاتر از ۱/۹۶ باشد و یا p -value آماره t کمتر از (۰/۰۵) باشد، نشان‌دهنده رد فرضیه صفر مبنی بر عدم وجود رابطه معنادار بین متغیرهای مستقل و وابسته است. از این رو، باتوجه به جدول، آماره t متغیرهای فوق معنادار است و نشان‌دهنده رابطه مهم و قابل توجه متغیرهای مستقل با تولید ناخالص داخلی است. علامت تمامی ضرایب قابل انتظار است. بزرگ‌ترین ضریب، مربوط به مخارج دولت است که نشان‌دهنده تأثیر منفی بیشتر این متغیر نسبت به بقیه متغیرها بر رشد است. ضریب تعداد ورود گردشگران خارجی نسبت به GDP سرانه مثبت و معنادار

دولت، علاوه بر تغییر در هزینه‌ها و قیمت‌ها، به رفاه اقتصادی منجر نمی‌شود. ضریب تورم، تأثیر منفی بر رشد اقتصادی دارد. ضریب متغیر تورم، معادل $-0/06$ است و تأثیر منفی و معناداری بر رشد اقتصادی در بلندمدت دارد.

ضرایب در جدول ۸ را می‌توان برای کشش‌های کوتاه‌مدت متغیرها به کار برد. با مدل تصحیح خطای ECM، رابطه کوتاه‌مدت بین متغیرها بررسی می‌شود. ضریب

ECM_{t-1} در سطح $0/05$ معنادار و علامت آن، مطابق انتظار، منفی است. مقدار این ضریب، $-0/06$ به دست آمده است، که سرعت تعدیل از کوتاه‌مدت به تعادل بلندمدت را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، سرعت فرایند تنظیم برای بازگرداندن تعادل را ارائه می‌دهد که ضریب نسبتاً بالا، مؤید یک فرایند تنظیم سریع‌تر است. مقادیر ضرایب ECM_{t-1} بود، نشان می‌دهد، متغیرهای به تعادل بلندمدت در $16/6$ دوره، پس از شوک‌های کوتاه‌مدت تعدیل می‌شوند.

جدول ۹. نتایج حاصل از برآورد مدل تصحیح خطای ECM و رابطه کوتاه‌مدت $ARDL(4, 0, 0, 0, 1)$

نام متغیر	ضریب	آماره T	احتمال در سطح $0/05$
dLn TOUR	$-0/01$	$0/00768117$	$[0/149]$
dLn REER	$-0/05^{***}$	$0/00678838$	$[0/000]$
dLn POL1	$-0/12^{***}$	$0/00379994$	$[0/004]$
dLn POL2	$-0/02^{***}$	$0/0087429$	$[0/041]$
C	$2/13^{***}$	$0/70961$	$[0/007]$
ECM (-1)	$-0/06$	$0/030862$	$[0/063]$
R-Squared			
Akaikeinfo Criterion			
Schwarz Criterion			
F-Statistic			
Durbin-Watson			
		$0/91318$	
		$73/6984$	
		$66/8620$	
		$24/9801$	$[0/000]$
		$2/0991$	

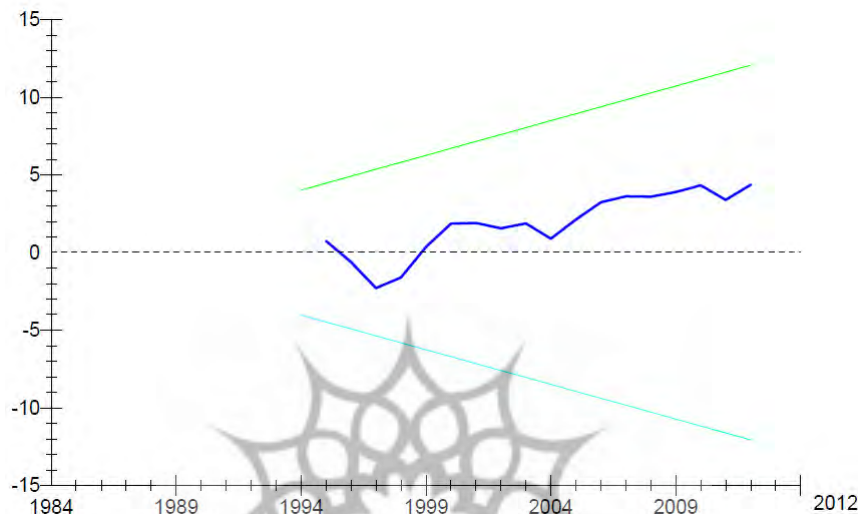
معنادار بودن *** در سطح $0/05$ ** در سطح $0/01$ * در سطح $0/10$

R^2 ، معیاری برای بیان قدرت تشریح متغیرها است و معادله رگرسیون تخمین زده شده، می‌تواند حدود ۹۱ درصد از تغییرات GDP را توضیح دهد و بقیه آن، ناشی از عوامل تصادفی است. همچنین، فرض‌های کلاسیک برقرار بوده و باتوجه به بزرگ‌تر بودن آماره‌های محاسباتی از مقدار بحرانی جدول، مدل دچار ناهمسانی واریانس و همبستگی نیست، که درواقع، اعتبار مدل را نشان می‌دهد. به‌علاوه، آماره دوربین واتسن، برابر با $2/09$ شده است که نزدیک ۲، و حاکی از عدم وجود خودهمبستگی بین جملات اخلاص در مدل مورد نظر است. معناداری آماره F نیز نشان‌دهنده اعتبار کل رگرسیون است. کشش کوتاه‌مدت تولید ناخالص به تعداد گردشگران

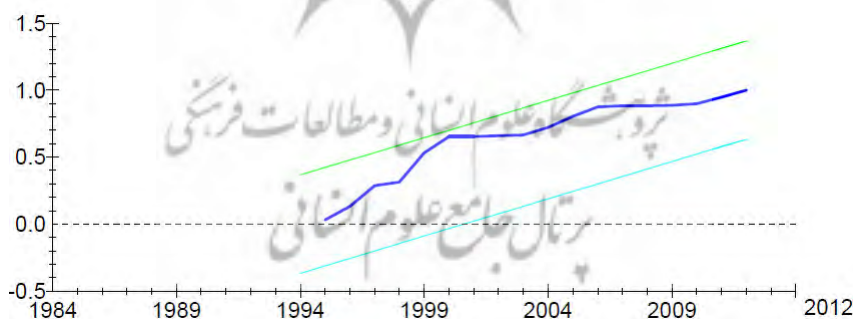
خارجی مثبت است. کشش به این مفهوم است که یک درصد تعداد گردشگران خارجی، به افزایش $0/01\%$ تولید ناخالص داخلی منجر می‌شود. اما رابطه معناداری برای گردشگری تجاری یافت نشد. همچنین، اگر یک درصد نرخ ارز مؤثر حقیقی، با فرض ثابت بودن سایر شرایط افزایش یابد، $0/05$ درصد تولید ناخالص داخلی حقیقی کاهش خواهد داشت. ضریب مخارج دولت، معادل $-0/12$ بوده و تأثیر منفی و معناداری بر تولید ناخالص داخلی داشته است. کشش مخارج دولت در کوتاه‌مدت، کمتر از کشش مخارج دولت در بلندمدت است. ضریب تورم تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت دارد. ضریب متغیر تورم، معادل $0/02$ است و تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی در کوتاه‌مدت دارد.

د- آزمون ثبات ضرایب

تحلیل آزمون، نشانگر وجود خودهمبستگی نیست. در نتیجه، مدل برآورد آزمون‌های برای نرمال بودن است. مدل آزمون شده، برای ثبات ضرایب کوتاه‌مدت و بلندمدت از طریق آزمون CUSUM و CUSUMSQ به کار گرفته می‌شود. در شکل‌های ۱ و ۲، ارائه‌ای از ثبات ضرایب است و دو آزمون CUSUM و CUSUMSQ در سطح ۵٪ معنادار هستند.



شکل ۱. مجموع انباشت پسماندهای عطفی CUSUM در مورد ثبات مدل.
خط مستقیم مرزهای بحرانی در سطح معناداری ۵٪



شکل ۲. مجموع انباشت پسماندهای مجذور عطفی CUSUMQ در مورد ثبات مدل.
خط مستقیم مرزهای بحرانی در سطح معناداری ۵٪

مؤید این است که دو متغیر، حداقل به صورت علی، حداقل در یک جهت ارتباط داده می‌شود. به عنوان گام نهایی، برای پاسخ‌دادن به جهت علیت بین متغیرها از آزمون علی گرنجر استفاده می‌شود.

انگل و گرنجر (۱۹۸۷) و گرنجر (۱۹۸۷) نشان دادند که اگر دو متغیر سری زمانی هم‌جمع باشند، حداقل یک رابطه مستقیم علی گرنجر وجود دارد. وجود رابطه بلندمدت پایدار (روابط هم‌جمعی) بین رشد اقتصادی و توسعه گردشگری،

جدول ۱۰. آزمون علیت گرنجر

متغیر	کوتاه مدت					بلند مدت
	DLn GDP	DLn TOUR	DLn REER	DLn POI1	DLn POI2	ECM(-1)
DLnGDP	-	۲.۲۵۱۲	۴۷/۹۰.۳۳**	۱۰/۸۲۹۸**	۴/۷۸۰.۸**	۳/۸۸۱۵**
		[۰/۱۳۴]	[۰/۰۰۰]	[۰/۰۰۱]	[۰/۰۲۹]	[۰/۰۴۹]
DLn TOUR	۱۸/۳۹۹۱**	-	۱۹/۰۵۰۷**	۱۲/۵۸۹۵	۲۰/۹۶۰.۳**	۴/۳۳۷۱**
	[۰/۰۰۱]		[۰/۰۰۰]	[۰/۰۱۳]	[۰/۰۰۰]	[۰/۰۳۷]
DLn REER	۴۲/۹۲۴۷**	۲۱/۴۹۴۸**	-	۱۶/۲۷۵۱**	۲۰/۹۹۳۷**	۳۱/۳۸۰۸**
	[۰/۰۰۰]	[۰/۰۰۰]		[۰/۰۰۳]	[۰/۰۰۰]	[۰/۰۰۰]

** اهمیت آماری در سطح ۵٪

تعیین جهت علیت بین متغیرها برای سیاست‌گذاری ضروری است. این یافته‌ها نشان می‌دهد که تعداد ورود گردشگران خارجی، نرخ ارز مؤثر حقیقی و تولید ناخالص داخلی از نظر آماری معنادار است. ضرایب آزمون مثبت است. این آزمون نشان می‌دهد که تعداد ورود گردشگران خارجی در ایران، تأثیر قابل‌توجهی در رشد اقتصادی دارد و رابطه علیت دوطرفه بین آنها وجود دارد که با کار تازگ (۲۰۱۳) مطابقت دارد. نتایج، همچنین نشان می‌دهد که بین تعداد ورود گردشگران خارجی و نرخ ارز مؤثر حقیقی در ایران رابطه علیت دوطرفه در بلندمدت وجود دارد. رابطه علی بین متغیرها، ممکن است باتوجه به تغییرات مکرر بی‌ثباتی سیاسی در بلندمدت پایدار باشد.

۶. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری، یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است که توانسته است به‌عنوان یک صنعت پاک مطرح شود و ضمن افزایش درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی، کمک شایسته‌ای به رونق اشتغال و ایجاد درآمدها کند. این صنعت به‌عنوان یک صنعت جلوبرنده در توسعه مجموعه‌ای از صنایع دیگر، به‌ویژه هتل‌داری، رستوران‌داری، حمل و نقل داخلی و بین‌المللی و صنایع دستی نقش مهمی داشته است و دارد. در این میان، ایران از لحاظ دارا بودن ابنیه تاریخی، جزء ۹ کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه‌های اکوتوریستی، در میان ۱۰ کشور برتر جهان قرار دارد.

باتوجه به تأکید رهبری بر اقتصاد مقاومتی، تنوع

بخشیدن به منابع درآمدی باید در مرکز توجه برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گیرد. باتوجه به پتانسیل‌های موجود در کشور، توسعه گردشگری، که منبع درآمدی مناسب برای کشور است، می‌تواند این مهم را تحقق بخشد. ایران به‌سبب موقعیت جغرافیایی و بیش از هفت هزار سال تمدن و فرهنگ و نیز تنوع فرهنگی در جغرافیای زیستی خود، یکی از شاخص‌ترین کشورها در حوزه گردشگری است. جمهوری اسلامی ایران، با داشتن جاذبه‌های گردشگری (تاریخی، مذهبی، طبیعی)، به‌لحاظ عدم اتخاذ سیاست‌های مؤثر در این بخش، هنوز نتوانسته است به سهم مناسب خود در بازار گردشگری جهان دست یابد.

از نظر اقتصادی، گردشگری بین‌المللی بیشترین عایدی را ایجاد می‌کند. گردشگری، نقش مهمی در ترغیب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد برای دولت و اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر دنیا داشته است. امروزه صنعت گردشگری به‌اندازه‌ای در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده‌اند.

توسعه گردشگری، به‌دلیل تأثیرگذاری بر متغیرهای کلان اقتصادی، نقش مهمی را در توسعه و رشد اقتصادی ایفا می‌کند. افزایش تولید ناخالص داخلی حقیقی، به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه اقتصادی به‌شمار می‌رود. به‌دلیل تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم توسعه گردشگری بر تولید ناخالص داخلی حقیقی، در این پژوهش، با استفاده از آزمون هم‌جمعی، روش الگوی خودتوضیح با وقفه‌های گسترده

(ARDL) و مکانیسم تصحیح خطا (ECM)، روابط بلندمدت و کوتاه مدت بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. مدل، شامل متغیرهای تولید ناخالص داخلی حقیقی، تعداد ورود گردشگران خارجی، نرخ ارز مؤثر واقعی، مخارج دولت و شاخص قیمت مصرف کننده در ایران در بازه زمانی ۱۳۸۰-۲۰۱۲ است. نتایج آزمون ریشه واحد دیکی فولر تعمیم یافته، بیانگر ناپایستابودن تغییرات در سطح است. همچنین، تمامی متغیرها با یکبار تفاضل گیری ایستا شدند. تعداد بردارهای هم جمعی با استفاده از سه آزمون حداکثر مقادیر ویژه و آزمون اثر تعیین شد که بیانگر وجود حداقل سه بردار هم جمعی است.

همچنین، نتایج پژوهش، حاکی از وجود رابطه کوتاه مدت و بلندمدت معنادار منفی میان نرخ ارز مؤثر حقیقی و تولید ناخالص داخلی حقیقی است. ازسوی دیگر، بین تعداد ورود گردشگران خارجی و تولید ناخالص داخلی حقیقی رابطه مثبت و معناداری در بلندمدت وجود دارد. اما بین تعداد ورود گردشگران خارجی و تولید ناخالص داخلی حقیقی در کوتاه مدت رابطه معناداری یافت نشد، که می توان آن را به دلیل کم بودن سهم این بخش در تولید ناخالص داخلی دانست. وجود تحریم ها و تصور وجود ناطمینانی از شرایط سیاسی و اجتماعی ایران، اغلب سرمایه گذاران و تاجران را از این گونه سفرها منع می کند.

ارتقای ظرفیت های کمی و کیفی تأسیسات جهانگردی، به ویژه تعداد تورهای داخلی و خارجی به منظور تعدیل شکاف موجود در مقایسه با کشورهای پیشرفته جهانگردی، اتخاذ استراتژی حمایت، هدایت و نظارت درمورد بخش خصوصی برای حضور فعال در بازارهای گردشگری و سرمایه گذاری در زیرساخت های گردشگری کشور؛ اصلاح قوانین ورود و خروج اتباع خارجی، به ویژه مقررات موجود در مبادی ورودی کشور، افزایش هزینه کرد گردشگران، اعلام معافیت مالیاتی برای شاغلان در بخش گردشگری، اطلاع رسانی در راستای تغییر نگرش گردشگران خارجی، اطلاع رسانی بومی درمورد اهمیت نقش گردشگری در اقتصاد کشور، ایجاد بینش مشترک و نگرش سیستمی در ذی نفعان صنعت گردشگری درمورد

چشم انداز آینده به هم جهت شدن و هم افزایی کوشش ها، ایجاد پایگاه اطلاع رسانی و بانک اطلاعات گردشگری، آموزش نیروی انسانی به منظور تربیت کادر متخصص. برای هرچه پویاتر شدن گردشگری باید به چهار بعد حیاتی گردشگری، یعنی امور کمی گردشگری (نظیر توسعه و جذب گردشگران داخلی و خارجی)، امور کیفی گردشگری (نظیر ارتقای سطح حیاتی کیفی خدمات ارائه شده به گردشگران)، امور شکلی گردشگری (نظیر بالابردن وضعیت جاذبه های توریستی و تسهیلات اداری) و امور محتوایی گردشگری (نظیر پیام رسانی به گردشگرها، قبل، حین و بعد از بازدید از جاذبه های گردشگری) به صورت هم زمان توجه کنند. تأمین تدریجی شرایط خودکفایی در صنعت جهانگردی، توجه به قابلیت ها و پتانسیل های گردشگری موجود در تهیه طرح های توسعه، توجه دولت برگردشگری داخلی در کنار گردشگری خارجی، توسعه و تقویت برنامه های تبلیغاتی برای معرفی جاذبه های گردشگری ایران اسلامی، رفع بی ثباتی های سیاسی، اجتماعی، قانون گذاری، شناساندن جاذبه ها و امکانات گردشگری استان به عنوان «مقصد متفاوت»، با استفاده از برنامه های تبلیغی و ترفیعی مناسب و متنوع و شرکت فعالانه در جشنواره ها، نمایشگاه ها و سمینارهای گردشگری، قیمت گذاری براساس استانداردهای بین المللی، کاهش تصدی گری دولت و واگذاری امور اجرایی به بخش خصوصی، با اولویت در توسعه زیرساخت ها، و توانمندسازی شرکت های مرتبط با صنعت گردشگری با در نظر گرفتن الگوهای کامیابی جهانی، گسترش خدمات و امکانات زیربنای لازم برای توسعه گردشگری.

مرجع ها

ابراهیمیان قاجاری، ز. و شکری، خ. ۱۳۹۱. مقایسه اثر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای توسعه یافته و کشورهای در حال توسعه (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد تهران مرکزی. ۱۳۷۹. ع. م. ع. «وضعیت تبلیغات گردشگری در ایران»، مجموعه مقالات اولین همایش صنعت تبلیغات.

محمدزاده، پ. و نجفی نسب، م. ح. ۱۳۸۷. «بررسی رابطه علی بین تعداد ورود گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی»، فصلنامه مدل سازی اقتصادی، سال اول، ش چهارم، ص ۹۹-۱۱۲.

موسایی، م. ۱۳۸۳. «تخمین تابع تقاضای گردشگری به ایران»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی. دوره ۸، ش ۳۲، ص ۲۴۴-۲۲۵.

یاوری، ک.؛ قلی زاده، ر.؛ آقائی، م.؛ مصطفوی، س. م. ح. ۱۳۸۹. «تأثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی»، مجله تحقیقات اقتصادی. دوره ۴۵، ش ۲.

Balaguer, J. & Cantavella, J. 2002. "Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case", *Applied Economics* 34, 877-884.

Cortés-Jiménez, I. C. & Pulina, M. 2010. "Inbound Tourism and Long-Run Economic Growth", *Current Issues in Tourism* 13(1), 61-74.

Cortés-Jiménez, I. 2008. "Tourism and Economic Growth at Regional Level: The Cases of Spain and Italy", *International Journal of Tourism Research* 10(2), 127-139.

Dickey, D. A. & Fuller, W. A. 1981. "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with a Unit Root", *Econometrica* 49(4), 1057-1071.

Dritsakis, N. 2004. "Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causalit Analysis", *Tourism Economics* 10(3), 305-316.

Engel, R.F; Garenger, C.W.J. 1987. "Co-Integration and Error Correction: Reperasentation, Estimation, Testing ", *Econometrica*, Vol. 55: PP. 389-404

Eugenio, J.; Morales, M.; Scarpa, R. 2004. "Tourism and Economic Growth in Latin American

خسروآبادی، م. ۱۳۸۵. تخمین تابع تقاضای گردشگری خارجی ایران طی دوره ۱۳۴۴-۱۳۸۳ و ارائه استراتژی های گسترش صنعت گردشگری ایران (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه اصفهان.

رضوانی، ع. ۱۳۷۴. جغرافیا و صنعت توریسم. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.

طیپی، س. ک.؛ بابکی، ر.؛ جباری، ا. ۱۳۸۷الف. «بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی»، دانش و توسعه، سال پانزدهم، ش ۲۴.

طیپی، س. ک.؛ بابکی، ر.؛ جباری، ا. ۱۳۸۷ب. «بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی: ایران، کشورهای OECD، به علاوه کشورهای منتخب)»، دانش و توسعه، سال پانزدهم، ش ۲۴.

طیپی، س. ک.؛ بابکی، ر.؛ جباری، ا. ۱۳۸۶. «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۸۳-۱۳۳۸)». پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی (ویژه اقتصاد). پاییز ۱۳۸۶، دوره ۷، ش ۲۶، ص ۸۳-۱۱۰.

عبدالهی الوان، م.؛ پاسبان، ف.؛ امینی میلانی، م. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای منتخب درحال توسعه (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه پیام نور استان تهران - مرکز پیام نور تهران.

کریمی، ع.؛ توتونچی، ج. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر درآمدهای گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان اکو (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی - واحد یزد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

گودرزی نژاد، ش. ۱۳۸۲. ژئومورفولوژی و مدیریت محیط. جلد های اول و دوم، انتشارات سمت.

لطفی، ح. و همکاران. ۱۳۸۷. «گردشگری، دولت و اقتصاد سیاسی در ایران»، فصلنامه علمی - پژوهشی چشم انداز جغرافیایی، دوره ۳، ش ۷، ص ۸۷-۱۱۰.

محمدزاده، پ.؛ بهبودی، د.؛ ممپور، س.؛ افشاری، م. ۱۳۸۹. «تخمین تقاضای گردشگری ایران به تفکیک چند کشور منتخب، با استفاده از رهیافت TVP»، فصلنامه اقتصادی مقداری. دوره ۷، ش ۲، تابستان ۱۳۸۹، ص ۱۷۱-۱۴۹.

- Khoshnevis Yazdi, S.; Shakouri, B. and Khanalizadeh B. 2014. The Granger Causality among Tourist Arrival, Economic Growth and CO2 Emissions in Iran, *Advances in Environmental Biology*, 8(13): 632-637.
- Kreishan, F. 2010. "Tourism and Economic Growth: The Case of Jordan", *European Journal of Social Sciences* 15(2): 229-234
- Lee, C. & Chang, C. 2008. "Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels", *Tourism Management* 29, 180-192.
- MacKinnon, J. G. 1991. "Critical Values for Cointegration Tests", in: R. F. Engle, & C. W. J. Granger (Eds.), *Long-Run Economic Relationships: Readings in Cointegration*, Oxford University Press, 267-276
- Nowjee, A.; Poloodoo, V.; Lamport, M.; Padachi, K.; Ramdhony, D. 2012. "The Relationship between Exchange Rate, Tourism and Economic Growth: Evidence from Mauritius". Paper presented in the International Conference on International Trade and Investment, 24-26 October 2012, Mauritius.
- Osterwald-Lenum, M. 1992. "A Note with Quantiles of the Asymptotic Distribution of the ML Cointegration Rank Test Statistics", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* (54), 461-472.
- Pesaran, M. H.; Shi, Y.; Smith, R. 1995. "Estimating Long-Run Relationships from Dynamic Heterogeneous Panels", *Journal of econometrics*, 79-113.
- Pesaran, M. H.; Shi, Y.; Smith, R. 2001. "Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships", *Journal of applied econometrics*, Countries: A Panel Data Approach", *Natural Resources Management* (26), 1-28.
- Georgantopoulos, 2013. "Tourism Expansion and Economic Development: Var/Vecm Analysis and Forecasts for the Case of India," *Asian Economic and Financial Review*, *Asian Economic and Social Society*, vol. 3(4), pages 464-482, April
- Granger, C. W. J. 1987. "Causality, Cointegration and Control", *Journal of Economic Dynamics and Control* (12), 551-559.
- Johansen, S. 1991. "Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models", *Econometrica* (59), 1551-1580.
- Johansen, S. & Juselius, K. 1990. "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration with Application to the Demand for Money", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 52, 169-209.
- Johansen, S. 1988. "Statistical Analysis of Cointegration Vectors", *Journal of Economic Dynamics and Control* 12, 231-254.
- Katircoiglu, S. T. 2009. "Tourism, Trade and Growth: The Case of Cyprus", *Applied Economics* 41, 2741-2750.
- Khoshnevis Yazdi, S.; Salehia, K. H.; Soheilzada, M. 2015. "The Relationship between Tourism, Foreign Direct Investment Andeconomic Growth: Evidence from Iran", *Current Issues in Tourism*, 20(1): 15-26.
- Khoshnevis Yazdi, S. and Mastorakis, N. 2014. "Tourism Development and Economic Growth in Iran: Using ARDL Bounds Tests", *Advances in Economics, Law and .Political Sciences*, 172-180.

- Tang, C. F. 2013. "Temporal Granger Causality and the Dynamics Relationship between Real Tourism Receipts, Real Income and Real Exchange Rates in Malaysia", *International Journal of Tourism Research* Volume 15, Issue 3: 272-284
- The World Tourism Organization (UNWTO). 2007. www.unwto.org.
- World Bank (WDI). 2015. www.worldbank.org.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). www.wttc.org.
- 289-326.
- Phillips, P. & Perron, P. 1988. "Testing for a Unit Root in Time Series Regression", *Biometrika* 75(2), 335-346.
- Rodrik, D. 1991. "Policy Uncertainty and Private Investment in Developing Countries", *J. Dev. Econ.* 36(2), 229-242.
- Sequeira, T. & Campos, C. 2005. "International Tourism and Economic Growth", *Natural Resources Management* 14, 1-25.

