

تحلیل و بازبینی ارتباط درآمدها و مخارج بخش گردشگری با رشد اقتصادی: شواهدی جدید از علّیت پنلی در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا

علی سرخوش سرا^۱، خدیجه نصرالهی^۲، کریم آذربایجانی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۳/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۶/۰۳

چکیده

گردشگری به عنوان منبع مهم مبادله ارز در سطح بین‌المللی شناخته شده که می‌تواند منابع مالی برای رشد اقتصادی در کشورها را تأمین کند. درآمدهای گردشگری نمونه‌ای از موارد جایگزین صادرات است که می‌تواند باعث بهبود در تعادل تراز پرداخت‌ها، افزایش اشتغال و درنهایت رشد اقتصادی شود. در این مطالعه به بررسی ارتباط و رابطه علّیت بین درآمدها و مخارج گردشگری با رشد اقتصادی در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)^۴، طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۱۵، با استفاده از رهیافت داده‌های تابلویی پرداخته می‌شود. بدین‌منظور، در این مطالعه رویکردی جدید برای فرضیه گردشگری منجر به رشد ارائه شده و روابط علی بین گردشگری و رشد اقتصادی در قالب چهار فرضیه رشد، حفاظت، بازخورد و بی‌طرفی طبقه‌بندی می‌شود. این طبقه‌بندی جدید باعث می‌شود رابطه علت و معلولی متفاوت موجود بین گردشگری و رشد اقتصادی در هر کشور به‌طور خاص توضیح داده شود. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که با وجود رابطه علّیت دوطرفه بین گردشگری و رشد اقتصادی (تأیید فرضیه بازخورد) برای مجموعه کشورهای، جهت‌گیری علّیت بین گردشگری و رشد اقتصادی بسته به وضعیت کشور و شاخص گردشگری استفاده‌شده برای هر یک از کشورها متفاوت است. همچنین، مطابق نتایج این مطالعه، بین درآمدها و مخارج گردشگری با رشد اقتصادی در کشورهای مورد مطالعه ارتباط مثبت وجود دارد.

طبقه‌بندی JEL: O40، L83

واژه‌های کلیدی: رشد اقتصادی، گردشگری، داده‌های تابلویی، علّیت پنلی، کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)

۱- نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان (alisarkhosh1988@gmail.com)

۲- دانشیار دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

۳- استاد دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان

4. MENA: Middle East and North Africa region

مقدمه

رشد اقتصادی یکی از عناصر مهم در تجزیه و تحلیل اقتصاد کلان است. روند فعلی در محیط اقتصادی کاهش هزینه‌های دولت و حل مشکلات اقتصاد کلان از قبیل رشد، بیکاری و ناپایداری مالی و پولی توسط بخش خصوصی است. گردشگری یکی از بخش‌هایی است که با پشتیبانی سیاست‌گذاران می‌تواند برای حل این مشکلات به کار رود و با فراهم کردن ارزش خارجی منابع مالی برای سرمایه‌گذاری را فراهم کند. گردشگری با ایجاد فرصت شغلی بیشتر، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های جدید، حمل‌ونقل، مسکن و غذا و افزایش درآمدهای مالیاتی به رشد اقتصادی هر کشور کمک می‌کند. بالاگویر و سانتاوالا^۱ (2002) استدلال می‌کنند که گردشگری ارزش خارجی را برای وارد کردن کالاهای سرمایه‌ای که برای تولید ضروری هستند فراهم می‌کند و از این راه به رشد اقتصادی منجر می‌شود. از طرف دیگر، گردشگری بین‌المللی با انتقال درآمد از کشورهای توسعه‌یافته به کشورهای در حال توسعه باعث همگرایی درآمد بین این کشورها نیز می‌شود. بنابراین سیاست‌گذاران می‌توانند از گردشگری به‌منزله ابزار سیاستی برای کاهش نابرابری رفاه منطقه‌ای بهره‌مند شوند.

با توجه به اهمیت گردشگری به‌عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی، امروزه توسعه این صنعت به یکی از اهداف اصلی دولت‌ها تبدیل شده است. در شصت سال اخیر، گردشگری از رشد پیوسته‌ای برخوردار بوده، به طوری که به یکی از بخش‌های اقتصادی با سرعت رشد بالا در جهان تبدیل شده است. طی سال‌های ۱۹۵۰ تا ۲۰۱۱، با نرخ رشد سالانه ۶/۸ درصد، تعداد گردشگران بین‌المللی از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به یک میلیارد و ۲۳۵ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ رسیده است. در این میان سهم اقتصادهای در حال توسعه از بازار جهانی گردشگری از ۳۰ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۴۵ درصد در سال ۲۰۱۶ افزایش پیدا کرده است (UNWTO^۲ Tourism Highlights, 2017). ارزش افزوده گردشگری (مستقیم، غیرمستقیم و القاشده) در سال ۲۰۱۵ به ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان رسیده و بیش از یک سوم ارزش کل تجارت خدمات در سطح جهانی را به خود اختصاص داده است.

کشورهای حوزه منا تاریخی کهن دارند و از جاذبه‌های متنوع و منحصر به فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی و طبیعی برخوردارند. با وجود این، بسیاری از کشورهای دارای جاذبه‌های فراوان این حوزه، مانند ایران و عراق و سوریه، هنوز نتوانسته‌اند جایگاه واقعی خود را در صنعت گردشگری به دست آورند. برعکس، کشورهایی مانند قطر، امارات و کویت، که از این جاذبه‌ها کمتر دارند، رشد اقتصادی خوبی را تجربه کرده و در سال‌های اخیر توانسته‌اند به موفقیت‌های چشمگیری در این زمینه دست یابند. همچنین آمارها نشان می‌دهد، در سال ۲۰۱۶، منطقه آسیا و اقیانوسیه ۹ درصد، آفریقا ۵ درصد، آمریکا ۴ درصد و اروپا ۳ درصد رشد در تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی داشته‌اند، در حالی که منطقه خاورمیانه کاهش ۹ درصدی تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی را داشته است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۶). لذا، این سؤال برای سیاست‌گذاران مطرح شده که توسعه صنعت گردشگری رشد اقتصادی را به دنبال دارد یا برعکس رشد اقتصادی و توسعه زیرساخت‌ها شرایط لازم

1. Balaguer and Cantavella-Jorda

2. World Tourism Organization

برای جذب و ورود گردشگران را فراهم می‌کند. برای ارزیابی این فرضیه، در این مطالعه با استفاده از روش داده‌های تابلویی و استفاده از دو شاخص درآمد گردشگری بین‌المللی و مخارج گردشگری بین‌المللی، به بررسی ارتباط و رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای عضو حوزه منا در طی دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ پرداخته می‌شود.

مروری بر ادبیات موضوع

گردشگری و رشد اقتصادی

رشد اقتصادی یکی از مهم‌ترین مسائل کشورهای جهان تلقی می‌شود. رشد اقتصادی شاخص کمی سنجش میزان پیشرفت اقتصاد کشورها است و به همین علت عوامل اثرگذار بر آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. این شاخص از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که در میان آن‌ها توسعه گردشگری، با توجه به مزایای بالقوه آن برای اقتصاد، به یکی از مسائل اصلی بسیاری از کشورها تبدیل شده است. ارتباط گردشگری با رشد و ثبات اقتصادی، ارز خارجی، اشتغال، ارزش‌های فرهنگی، توسعه زیرساخت‌ها، کاهش فقر و همچنین آثار زیست‌محیطی و اجتماعی به‌طور گسترده مورد بحث قرار گرفته است (Gwenhure and Odhiambo, 2017). همچنین گردشگری نقش مهمی در انتقال ثروت و درآمد از ساکنان کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه به ساکنان کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته دارد (Vanegas and Croes, 2008). شهباز و همکاران (2018) در مقاله‌ای برای ده مقصد مهم گردشگری جهان نشان دادند که رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی در طول زمان و در کشورهای مختلف از لحاظ جهت و اندازه متفاوت است.

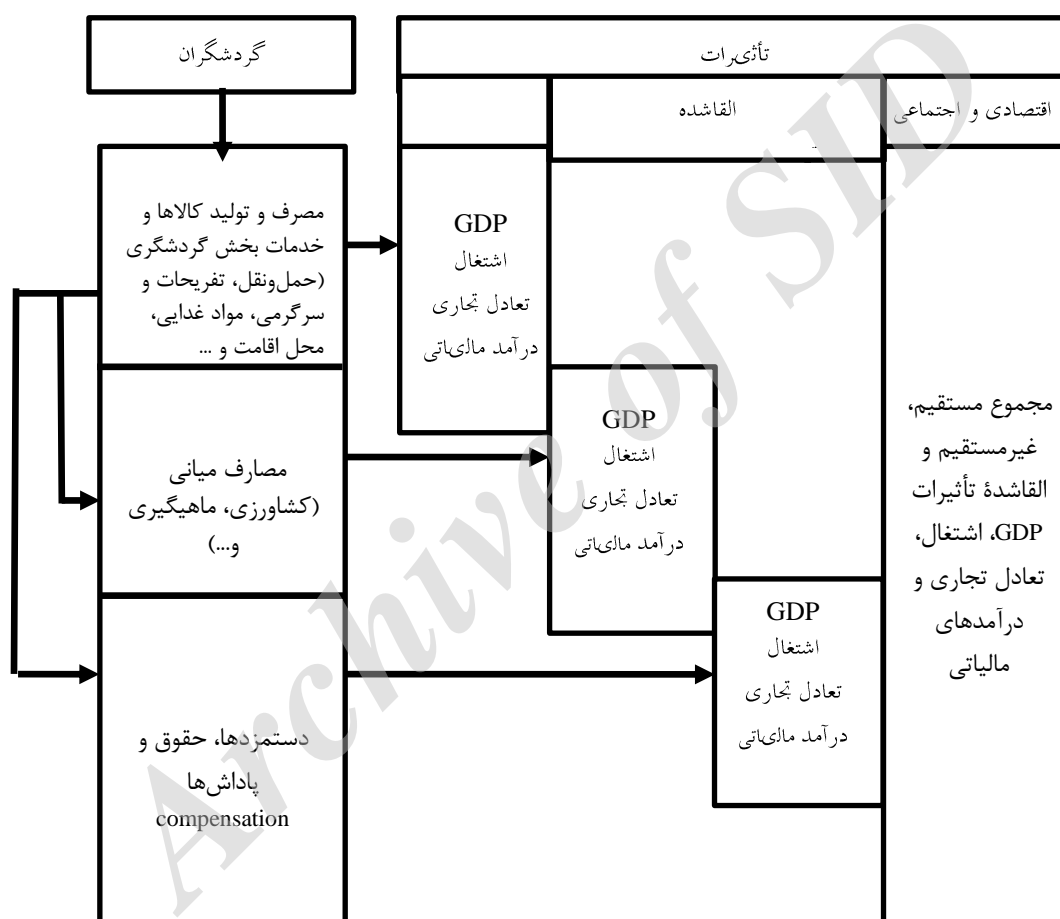
از نظر آردهای^۱ (2011)، درآمدهای گردشگری را می‌توان جایگزین صادرات محصولات دیگر در نظر گرفت که به تأثیر مثبت بر کیفیت زندگی ساکنان کشور مقصد و همچنین افزایش توسعه کسب‌وکارهای کوچک منجر می‌شود. اما برخلاف صادرات در روش سنتی و مرسوم، در گردشگری بین‌المللی هیچ محصول ملموسی جابه‌جا نمی‌شود و مصرف‌کننده خدمات شخصی را در همان نقطه تولید دریافت می‌کند و در نهایت به تقاضا و ایجاد یک منبع درآمدی در همان محل منجر می‌شود (Cortés-Jiménez, 2009). طبق نظر ماتیسون و وال^۲ (1992) گردشگری نوعی صادرات نامطمئن با کسب قیمتی و درآمدی بالا و همچنین وابسته به تغییرات فصلی به‌شمار می‌رود. از نظر سازمان جهانی گردشگری (2015)، گردشگری در جهان، به‌عنوان یک گروه صادرات، در رتبه چهارم پس از سوخت، مواد شیمیایی و مواد غذایی قرار دارد. بنابراین توسعه فعال شده توسط بخش گردشگری دارای پیامدهای مثبت برای دیگر بخش‌های اقتصاد است. گردشگری به پرداخت بدهی‌های کشور کمک می‌کند و به تولید فرصت‌های اشتغال و درآمد مالیاتی برای دولت منجر می‌شود. از طریق گردشگری، درآمد و استانداردهای زندگی کشورهای در حال توسعه افزایش می‌یابد (Vanegas and Croes, 2008). با وجود این، اگرچه بسیاری از محققان اعتقاد دارند گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد،

1. Ardahaey

2. Mathieson and Wall

اما رابطه علی میان این دو متغیر موضوعی بحث‌برانگیز است. به همین دلیل، در سال‌های اخیر تعدادی از محققان مانند اوزتورک (2010) رابطه بین گردشگری و رشد را تحت چهار فرضیه مختلف تقسیم‌بندی کرده‌اند:

۱. رابطه علی از توسعه گردشگری به رشد اقتصادی (فرضیه رشد)؛ ۲. رابطه علی از رشد اقتصادی به توسعه گردشگری (فرضیه حفاظت)؛ ۳. رابطه علی دوطرفه میان گردشگری و رشد اقتصادی (فرضیه بازخورد)؛ ۴. نبود رابطه علی میان گردشگری و رشد اقتصادی (فرضیه بی‌طرفی). مباحث نظری مرتبط با هر یک از چهار حالت فوق در ادامه توضیح داده می‌شود.



شکل ۱: تأثیرات گردشگری در رشد اقتصادی؛ منبع: Vellas, 2011 و مبانی نظری پژوهش

گردشگری منجر به رشد (فرضیه رشد)

فرضیه رشد به وضعیتی اشاره می‌کند که گردشگری به‌طور مستقیم یا به‌عنوان مکمل دیگر عوامل تولید تأثیر مهمی در فرایند رشد اقتصادی دارد. بلاگوئر و کانتاولا (2002) نخستین پژوهشگرانی بودند که به وجود فرضیه رشد اشاره کردند و از آن‌پس توجه زیادی به این موضوع معطوف شده است. در

میان این مطالعات، اکینبود و برایمه^۱ (2010)، بیلومی (2010)، چن و چو-وی (2009)، تانگ و آبوسدرا^۲ (2012)، سلیمی و همکاران (2017)، حسینی و همکاران (2017)، سکویرا و نونس^۳ (2008) و عبدالجلیل و همکاران (2013) از این فرضیه حمایت می‌کنند. درواقع، نظریه گردشگری منجر به رشد بیان می‌کند که گردشگری از چندین مسیر به رشد اقتصادی بلندمدت کمک می‌کند. مسیر اول افزایش سطح درآمد است که با گسترش رقابت میان بنگاه‌های محلی و خارجی و همچنین با بهبود دانش فنی حاصل می‌شود. مسیر دوم از طریق بهبود بازدهی به نسبت مقیاس در بنگاه‌های محلی است. در مسیر سوم، افزایش درآمد گردشگری موجب کاهش محدودیت‌های مربوط به ارز خارجی می‌شود. براین اساس، نظریه گردشگری منجر به رشد اقتصادی بیان می‌کند که اثر مثبت صنعت گردشگری بر بهبود تراز پرداخت‌ها از طریق افزایش درآمدهای ارزی، گسترش صادرات و در دسترس بودن سرمایه برای واردات کالاها است، به طوری که مجموع این سه عامل تأثیرات مثبتی در رشد اقتصادی خواهند داشت (Seetanaah, 2011; Tang and Tan, 2013).

گردشگری به طور گسترده‌ای، از طریق سرریزها و تأثیرات خارجی در سایر بخش‌ها، در کل اقتصاد تأثیر دارد و رشد بخش گردشگری موتور رشدی برای سایر بخش‌ها (که محصولات بخش گردشگری و مصرف را تولید می‌کنند) است (Marin, 1992). گردشگری همچنین می‌تواند سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و رقابت‌های جدید را تحریک کند و موجب اشاعه و گسترش دانش فنی شود (Brid et al., 2008). از نظر اشلی و میچل^۴ (2006)، گردشگری می‌تواند با ارتقای مشاغل غیرتخصصی و ارائه مشاغل نیمه‌وقت یا فصلی (که پس‌از آن به استخدام افراد در اشتغال درازمدت منجر می‌شود) به کاهش فقر کمک چشمگیری کند. همچنین صنعت گردشگری، از طریق افزایش میزان کارایی به وسیله رقابت بین شرکت‌های گردشگری داخلی و گردشگری بین‌المللی، به رشد اقتصادی کمک می‌کند (Bhagwati and Srinivasan, 1979). سازمان جهانی گردشگری (2011) جنبه‌های دیگری از تأثیر گردشگری در اقتصاد مانند ایجاد انواع مستقیم، غیرمستقیم و القاشده اشتغال محلی از طریق گردشگری را مطرح می‌کند. یکی دیگر از جنبه‌های مطرح‌شده سازمان جهانی گردشگری (2011)، افزایش درآمد دولت از طریق مالیات بر درآمد حاصل از هتل‌ها و سایر مالیات‌های گردشگری مانند عوارض فرودگاه‌ها، عوارض واردات صنایع گردشگری، مالیات بر درآمد مؤسسات گردشگری و پزشکان است.

رشد منجر به گردشگری (فرضیه حفاظت)

فرضیه رشد منجر به گردشگری (فرضیه حفاظت) به معنی آن است که رشد اقتصادی به طور پویایی بخش گردشگری را تقویت می‌کند. اگر علیت یک‌طرفه از رشد اقتصادی به گردشگری وجود داشته باشد، اعتبار فرضیه حفاظت ثابت می‌شود. در این وضعیت، انتقال منابع از گردشگری به بخش‌های

1. Akinboade and Braimoh
2. Tang and Abosedra
3. Sequeira and Nunes
4. Ashley and Mitchell

دیگر تأثیر منفی در رشد اقتصادی ندارد. از آنجاکه در این فرضیه این اعتقاد وجود دارد که رشد اقتصادی عاملی ضروری برای افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری است، این نظریه تحت عنوان رشد گردشگری با محوریت اقتصادی شناخته می‌شود. در این نظریه این استدلال را مطرح می‌شود که هرگونه برنامه سیاستی با هدف بهبود توسعه اقتصادی باید مقدم بر سیاست‌هایی باشد که به طور مستقیم باعث افزایش رشد گردشگری می‌شوند. مطابق این دیدگاه، رشد اقتصادی در نهایت به توسعه صنعت گردشگری منجر می‌شود (Chatziantoniou et al., 2013). در این راستا، اوزتورک و اکاراجی^۱ (2009) برای ترکیه، کاکلین و همکاران (2012) برای کشورهای آمریکا، آمریکای لاتین و کارائیب، اوه^۲ (2005) برای کره جنوبی، پین و مروار^۳ (2010) برای کرواسی و سورس و سنتیلنثان^۴ (2014) برای سریلانکا نشان دادند که علیت یک‌طرفه از رشد اقتصادی به درآمد گردشگری وجود دارد و فرضیه حفاظت در مورد این کشورها معتبر است.

رابطه علی دوطرفه بین گردشگری و رشد (فرضیه بازخورد)

فرضیه بازخورد نشان‌دهنده رابطه متقابل بین گردشگری و رشد است. فرضیه بازخورد در صورت وجود رابطه دوطرفه بین رشد اقتصادی و گردشگری پشتیبانی می‌شود. در مورد اعتبار این فرضیه، سیاست‌های بازدارنده گردشگری می‌تواند عملکرد رشد اقتصادی را کاهش دهد و به همین ترتیب، اثر رشد اقتصادی دوباره به بخش گردشگری بازمی‌گردد. در برخی از ادبیات تجربی شواهدی وجود دارد که بر مبنای آن رابطه علی دوطرفه میان گردشگری و رشد اقتصادی وجود دارد. وجود رابطه علی دوطرفه میان گردشگری و رشد اقتصادی نمایانگر آن است که سطح فعالیت‌های اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری تأثیرات متقابلی در یکدیگر دارند.

برخی مطالعات شواهدی مبنی بر رابطه علیت دوطرفه بین گردشگری و رشد اقتصادی برای کشورهای مختلف پیدا کرده‌اند. در این زمینه می‌توان به مطالعاتی که از تحلیل‌های سری زمانی استفاده کرده‌اند مانند مطالعات خلیل و همکاران (2007) برای پاکستان، دریتساکیس^۵ (2004) برای یونان، دمیرز و انگان^۶ (2005) برای ترکیه، لی و چن^۷ (2008) برای تایوان، کیم و همکاران (2006) برای تایوان و کورتس-خیمنز و همکاران^۸ (2009) برای ایتالیا اشاره کرد. همچنین در چارچوب داده‌های تابلویی، سقیر و همکاران^۹ (2015) برای ۴۹ کشور، تاگجو^{۱۰} (2014) برای کشورهای حوزه مدیترانه، آپرگیس و پین^{۱۱} (2012) برای ۹ کشور حوزه کارائیب و چو (2013) برای ۱۰ کشور در حال

-
1. Ozturk and Acaravci
 2. Oh
 3. Payne and Mervar
 4. Suresh and Senthilnathan
 5. Dritsakis
 6. Demiroz and Ongan
 7. Lee and Chien
 8. Cortés-Jiménez et al
 9. Seghir et al
 10. Tugcu
 11. Apergis and Payne

گذار شواهدی برای اعتبار فرضیه بازخورد ارائه کرده‌اند.

عدم رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (فرضیه بی طرفی)

فرضیه بی طرفی نشان می‌دهد که گردشگری در رشد اقتصادی و رشد اقتصادی در گردشگری تأثیر نمی‌گذارد. نبود علیت بین گردشگری و رشد اقتصادی شواهدی برای وجود فرضیه بی طرفی نشان می‌دهد. برخی از محققان مانند تانگ و ژانگ (2009) و چتریانتونیو^۱ و همکاران (2013) اعتقاد دارند که هیچ‌گونه رابطه علی میان گردشگری و رشد اقتصادی وجود ندارد. اصلان (2013) نیز در بررسی رابطه علی بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای حوزه دریای مدیترانه با استفاده از داده‌های تابلوی برای دوره زمانی ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۲ مشاهده کرد که هیچ رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی برای مصر و مالت وجود ندارد. برای مثال، بردا و همکاران (۲۰۱۱) برای کلمبیا؛ ارسلان ترک^۲ (۲۰۱۱) و کاتریچی‌اگلو^۳ (2009) برای ترکیه و کاسماتی (2011) برای یونان، هیچ‌گونه شواهدی برای اثبات وجود علیت بین تولید ناخالص داخلی و گردشگری نیافتند. در جداول ۱ و ۲ به تفکیک به مهم‌ترین مطالعات مرتبط با موضوع در سال‌های اخیر اشاره شده است.

جدول ۱: مطالعات خارجی

علیت از گردشگری به رشد اقتصادی وجود دارد			
نتیجه	روش	کشور مورد مطالعه	نویسنده
T→G	علیت گرنجر	اسپانیا	Balaguer and Cantavella-Jorda (2002)
T→G	E_GARCH	تایوان و کره جنوبی	Chen and Chiou-Wei (2009)
T→G	علیت گرنجر	پاکستان	Hye and Khan (2013)
T→G	علیت گرنجر	۱۳۵ کشور	Caglayan et al. (2012)
T→G	ARDL Bounds	کنیا	Obadiah et al. (2012)
T→G	علیت گرنجر	آفریقای جنوبی	Akinboade and Braimoh (2010)
T→G	ARDL Bounds	بحرین	Kreishan (2015)
T→G	علیت گرنجر	مالزی	Tang and Tan (2013)
T→G	ARDL Bounds	پاکستان	Jalil et al. (2013)
T→G	Input-Output	ترکیه	Arslanturk and Atan (2012)
T→G	داده‌های تابلویی	بین کشوری	Sequeira and Nunes (2008)
T→G	تحلیل سری زمانی	برزیل	Brida et al. (2016)
T→G	تحلیل بین مقطعی	۸۴ کشور	Chiu and Yeh (2016)
T→G	پنل GMM	۱۲۹ کشور	De Vita and Kyaw (2016)

1. Chatziantoniou
9. Arslanturk
3. Katircioglu

T→G	داده‌های تابلویی	کشورهای غربی بالکان	Selimi et al. (2017)
T→G	علیت گرنجر	ترکیه	Huseyni et al. (2017)
علیت از رشد اقتصادی به گردشگری وجود دارد			
نتیجه	روش	کشور مورد مطالعه	نویسنده
T←G	علیت انگل گرنجر VAR	کره جنوبی	Oh (2005)
T←G	علیت تودا باماموتو	کرواسی	Payne and Mervar (2010)
T←G	علیت گرنجر	قبرس	Katircioglu (2009)
T←G	ARDL Bounds	تانزانیا	Odhiambo (2011)
T←G	علیت گرنجر	سری لانکا	Suresh and Senthilnathan (2014)
علیت دوطرفه بین رشد اقتصادی و گردشگری وجود دارد			
نتیجه	روش	کشور مورد مطالعه	نویسنده
T↔G	علیت گرنجر	۴۹ کشور	Seghir et al. (2015)
T↔G	داده های تابلویی	حوزه مدیترانه	Tugcu (2014)
T↔G	داده های تابلویی	۹ کشور حوزه کارائیب	Apergis and Payne (2012)
T↔G	علیت گرنجر	پاکستان	Khalil et al. (2007)
T↔G	علیت گرنجر	یونان	Dritsakis (2004)
T↔G	علیت گرنجر	ترکیه	Demiroz and Ongan (2005)
T↔G	علیت گرنجر	تایوان	Lee and Chien (2008)
T↔G	علیت گرنجر	تایوان	Kim et al. (2006)
T↔G	علیت گرنجر	ایتالیا و اسپانیا	Cortés-Jiménez (2009)
T↔G	علیت گرنجر GMM	۱۹ کشور جزیره‌ای	Seetanah (2011)
T↔G برای چک، لهستان، استونی و مجارستان	علیت گرنجر - پنبلی	۱۰ اقتصاد در حال گذار	Chou (2013)
رابطه علیت بین رشد اقتصادی و گردشگری وجود ندارد			
نتیجه	روش	کشور مورد مطالعه	نویسنده
T ≠G	پانل GLS	آمریکای لاتین	Eugenio-Martins et al. (2004)
T ≠G	تحلیل سری زمانی	کلمبیا	Brida et al. (2011)
T ≠G	Rolling Window VECM	ترکیه	Arslanturk et al. (2011)
T ≠G	ARDL Bounds	ترکیه	Katircioglu (2009)
T ≠G	علیت گرنجر-VECM	یونان	Kasimati (2011)

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۲: مطالعات داخلی

نویسنده	کشور مورد مطالعه	روش	نتیجه
Shakouri et al. (2017)	ایران	ARDL و علیت گرنجر	T→G
قلی‌زاده (۱۳۹۵)	ایران	گشتاورهای تعمیم‌یافته	T→G
کهنسال و توحیدی (۱۳۹۲)	منا	VAR تابلویی	T→G
میرزایی و جلیلی (۱۳۹۰)	منتخب خاورمیانه	داده‌های تابلویی	T→G
حسنوند و خداپناه (۱۳۹۳)	منتخب در حال توسعه	GMM سیستمی	T→G
Safdari et al. (2012)	ایران	مدل خود توضیح برداری	T→G
یاوری و همکاران (۱۳۸۹)	کنفرانس اسلامی	گشتاورهای تعمیم‌یافته	T→G
طییبی و همکاران (۱۳۸۹)	ایران	علیت گرنجر	T↔G
Samimi et al. (2011)	در حال توسعه	پانل خود توضیح برداری	T↔G

منبع: یافته‌های پژوهش

به‌طور کلی در ادبیات موجود یافته‌های متناقضی به‌دست‌آمده است و توافق نظری درباره‌ی ارتباط میان گردشگری و رشد اقتصادی وجود ندارد. به همین علت، محققان سعی کرده‌اند توضیح دهند که این ناسازگاری نتایج ناشی از تکنیک‌های متفاوت اقتصادی با مجموعه داده‌های گوناگون و در کشورهای مختلف است و تلاش‌های زیادی برای یافتن عوامل تعیین‌کننده احتمالی در ارتباط با اقتصاد - گردشگری انجام داده‌اند. در مجموع می‌توان گفت اکثر مطالعات قبلی، درباره‌ی رابطه علیت بین گردشگری و رشد اقتصادی، تمایل به حمایت از فرضیه گردشگری منجر به رشد داشته و بسیاری از آن‌ها، به‌جای استفاده از داده‌های تابلویی، به تحلیل سری‌های زمانی داده‌ها پرداخته‌اند. وجه تمایز این مطالعه از مطالعات پیشین این است که ابتدا ارتباط بین بخش گردشگری و رشد اقتصادی در قالب داده‌های تابلویی بررسی می‌شود. سپس با استفاده از روش علیت دومیترسکو و هورلین^۱ (2012) ارتباط علی بین گردشگری با رشد اقتصادی، در قالب چهار فرضیه متفاوت (رشد، حفاظت، بازخورد و بی‌طرفی) طبقه‌بندی و تفسیر می‌شود. این طبقه‌بندی جدید باعث می‌شود رابطه علیت و معلولی موجود بین گردشگری و رشد اقتصادی در بعضی کشورها و معکوس این رابطه در بعضی کشورهای دیگر به‌طور خاص‌تری توضیح داده شود.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش، بر اساس مطالعه تاگجو (2014) و همچنین مطالعه اصلان (2013)، الگویی برای بررسی رابطه بین رشد اقتصادی و گردشگری در کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) بر اساس رویکرد داده‌های تابلویی ارائه می‌شود. در این رابطه از یک تحلیل عاملی گرنجر داده‌های تابلویی که توسط دومیترسکو و هورلین (2012) توسعه یافته استفاده می‌شود. این روش نسبت به

1. Dumitrescu & Hurlin

آزمون‌های علیت عمومی در ارائه نتایج کارآمد حتی در پانل‌های با اندازه‌های کوچک برتر است و در پانل‌های غیرمتعارف و یا مقطعی بدون نیاز به تخمینی خاص قابل استفاده است و امکان اعمال وقفه متفاوت برای هر واحد مقطعی را فراهم می‌کند.

با توجه به ادبیات موجود و با پیروی از مطالعات بالاگویر و کانتاولا - جوردا (2002)، کاتریچی‌اغلو (2009) و کاسیماتی (2011)، الگوی پژوهش به صورت رابطه زیر به دست آمده است:

$$GDP = f(TUR, EXG) \quad (1)$$

که در آن رشد اقتصادی (GDP) با تولید ناخالص داخلی سرانه، و گردشگری (TUR) توسط درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی (REC) و هزینه‌های گردشگری بین‌المللی (EXP) اندازه‌گیری شده است. همچنین به علت تأثیر زیاد روی گردشگری، از متغیر نرخ ارز (EXG) نیز به عنوان متغیر کنترل استفاده می‌شود.

آزمون علیت در داده‌های تابلویی

در استفاده از آزمون علیت برای داده‌های تابلویی، باید ناهمگنی میان مقاطع را در نظر گرفت. آزمون دومیترسکو - هورلین این امکان را فراهم می‌آورد که هر دو بعد ناهمگنی (ناهمگنی روابط علی و ناهمگنی مدل رگرسیونی مورد استفاده برای آزمون علیت گرنجر) در نظر گرفته شود. بنابراین برای پرداختن به وابستگی مقطعی و عدم یک‌نواختی، در مطالعه حاضر آزمون علیت گرنجر توسعه یافته توسط دومیترسکو و هورلین (2012) به کار گرفته شده است.

پیشنهاد دومیترسکو و هورلین (2012) یک آزمون علیت پانل بر اساس آماره والد فردی از گرنجر غیرعلیت به طور متوسط در سراسر واحدهای مقطعی است. روش آزمون ناهمگونی روابط علت و معلولی و ناهمگونی مدل رگرسیونی آزمون علیت گرنجر در نظر گرفته است. مدل رگرسیونی خطی دومیترسکو و هورلین (2012) به صورت زیر است:

$$y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{j=1}^J \lambda_i^j y_{i,t-j} + \sum_{j=1}^J \beta_i^j x_{i,t-j} + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

که y رشد درآمد واقعی و x بردار متغیر گردشگری است (یعنی درآمدها و هزینه‌های گردشگری بین‌المللی).

در رابطه ۲، فرض می‌شود که تعداد وقفه برای تمام واحدهای مقطعی یکسان است و پارامترهای خود توضیح λ_i^j و ضرایب β_i^j در میان مقاطع متفاوت در نظر گرفته می‌شوند. در چارچوب تحلیل سری زمانی، آزمون علیت استاندارد مشتمل بر آزمون محدودیت‌های خطی بر بردار ضرایب β_i^j است که در مدل داده‌های تابلویی باید مسئله ناهمگنی میان مقاطع را نیز در نظر گرفت. تأثیرات فردی α_i منشأ اولیه ناهمگنی است و منشأ دیگر مربوط به ناهمگنی شیب ضرایب β_i^j است.

از نظر دومیترسکو و هورلین (2012)، اگر هر فرد نمونه رفتار اقتصادی متفاوت از دیگران داشته باشد، یک مشخصه همگن از روابط بین متغیرهای x و y اجازه تفسیر روابط علی را نمی‌دهد. بنابراین آن‌ها آماره والد متوسط را پیشنهاد می‌دهند که فرضیه صفر عدم ارتباط علی برای هریک از واحدهای

مقطعی است:

$$H_0: \beta_i = 0, (i = 1, \dots, N) \quad (3)$$

در مقابل فرضیه انتخاب که روابط علی برای حداقل یک گروه پانل رخ دهد، تحت فرضیه مقابل (مدل ناهمگن)، دو زیرگروه از واحدهای مقطعی وجود دارد: زیرگروه اول توسط روابط علی از x به y توصیف می‌شوند و زیرگروه دیگر شامل روابط غیرعلی از x به y است. لذا فرضیه مقابل را می‌توان به صورت زیر بیان نمود:

$$H_1: \beta_i = 0, (i = 1, \dots, N_1), \beta_i \neq 0, (i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N) \quad (4)$$

نسبت N_1/N در رابطه فوق کمتر از یک است. زیرا اگر $N_1=N$ باشد، آن‌گاه رابطه علی برای هیچ‌یک از مقاطع در مدل داده‌های تابلویی وجود ندارد. رد فرضیه صفر به $N_1 = 0$ اشاره دارد، آن‌گاه رابطه علی از x به y برای تمام مقاطع نمونه برقرار است. درحالی‌که رد فرضیه صفر با $N_1 > 0$ شواهدی را فراهم می‌کند که مدل رگرسیون و روابط علی از یک فرد یا نمونه به دیگری متفاوت است. تحت این شرایط، به طور متوسط آماره والد فردی که توسط دومیترسکو هورلین (2012) فرض شده به شکل رابطه ۵ قابل بیان است:

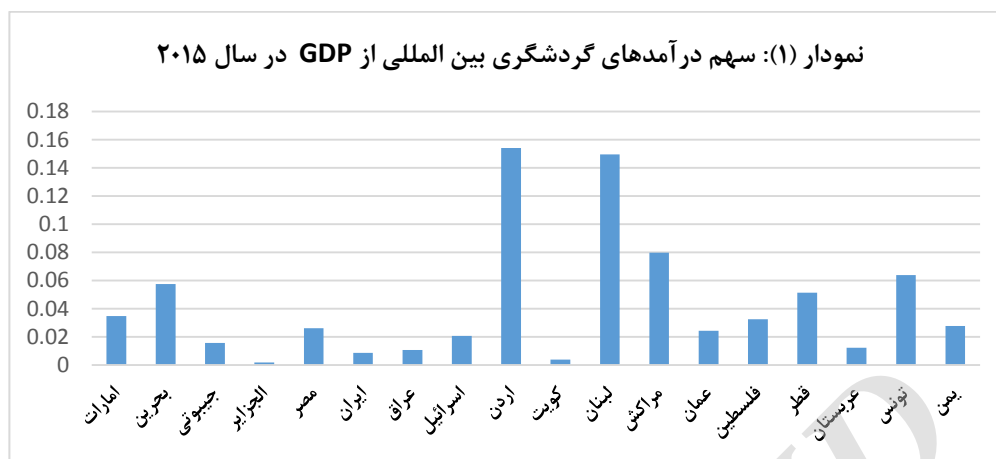
$$w_{N,T}^{Hnc} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N W_{i,T} \quad (5)$$

که در آن آماره والد فردی برای واحد مقطعی نام است.

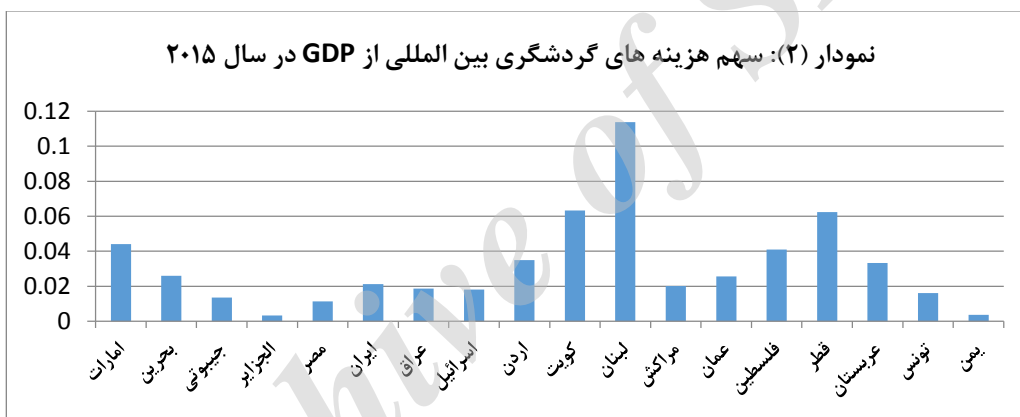
داده‌ها و اطلاعات

داده‌ها و اطلاعات این مطالعه از سایت بانک جهانی گردآوری شده است. انتخاب شاخص مناسب برای رشد اقتصادی و گردشگری نیاز به بررسی بیشتری دارد. بدین منظور، در این مطالعه بر اساس مطالعه بارو^۱ (۲۰۰۲) و سالای-مارتین^۲ (۲۰۰۲) رشد تولید ناخالص داخلی سرانه به عنوان بهترین جانشین^۳ برای رشد اقتصادی استفاده می‌شود. همچنین درحالی‌که در بسیاری از مطالعات قبلی درآمد گردشگری تنها شاخص استفاده شده برای اندازه‌گیری گردشگری بین‌المللی است، در این مطالعه علاوه بر این شاخص از میزان هزینه‌های گردشگری بین‌المللی نیز به عنوان شاخص توسعه گردشگری استفاده می‌شود. درآمدهای حاصل از گردشگری بین‌المللی^۴ (RCPT) و هزینه‌های بین‌المللی گردشگری^۵ (EXP) هر دو به صورت لگاریتم طبیعی است و بر اساس دلار آمریکا نشان داده می‌شوند. در نمودارهای ۱ و ۲، وضعیت هریک از کشورها از نظر دو شاخص درآمدها و مخارج بخش گردشگری نشان داده شده است.

1. Barro
2. Xavier Sala-i-Martin
3. Proxy
4. International tourism, receipts (current US\$)
5. International tourism, expenditures (current US\$)



منبع: محاسبات تحقیق بر اساس داده‌های بانک جهانی



منبع: محاسبات تحقیق بر اساس داده‌های بانک جهانی

نتایج آزمون مانایی متغیرها

پیش از برآورد الگو لازم است مانایی تمام متغیرهای مورد استفاده در تخمین‌ها مورد آزمون قرار گیرد. زیرا مانا نبودن متغیرها، چه در مورد داده‌های سری زمانی و چه در مورد داده‌های تابلویی، باعث بروز مشکل رگرسیون کاذب می‌شود. برای بررسی مانایی در داده‌های تابلویی از آزمون‌های لوین لین چو^۱، ایم، پسران و شین^۲، برتونگ^۳، فیشر و هادری استفاده می‌شود (Baltagi, 2005). در این پژوهش برای آزمون مانایی از آزمون لوین لین چو استفاده شده است. در این آزمون فرضیه صفر مبتنی بر عدم مانایی و فرضیه مخالف مبتنی بر مانایی متغیرها است.

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که متغیرهای تحقیق در سطح مانا نیستند و تعدادی از متغیرها

1. Levin, Lin, Chu
2. Im, Pesaran, Shin
3. Breitung

هم جمع از درجه یک بوده و با یکبار تفاضل گیری مانا می شوند. لذا ضروری است، برای اطمینان از جعلی نبودن رگرسیون و قابلیت اطمینان به برآورد به دست آمده از پارامترها، آزمون هم جمع برای معادلات برآورد شده انجام گیرد. در این مطالعه، برای بررسی هم جمع بین متغیرهای پژوهش از آزمون کائو استفاده شده است.^۱ نتایج این آزمون نشان می دهد که متغیرهای موجود، به شیوه تصریح شده در معادلات، ارتباط بلندمدت با هم دارند و هم جمع اند. بنابراین هیچ کدام از معادلات برآورد شده جعلی نیست و رگرسیون های برآوردی کاذب نیستند.

جدول ۳: نتایج آزمون مانایی متغیرها

ایم، پسران و شین		لوین لین چو		متغیر آزمون
		تفاضل مرتبه اول	در سطح	
-۳/۴۹۴۲ (۰/۰۰۰۲)	۱/۸۵۹۴۰ (۰/۹۶۸۵)	-۱/۹۲۴۱ (۰/۰۲۷۲)	۰/۱۶۸۸۹ (۰/۵۶۷۰)	GDP
-۲/۷۵۵۹ (۰/۰۰۲۹)	۱/۴۹۶۳۶ (۰/۹۳۲۷)	-۵/۰۰۷۳ (۰/۰۰۰۰)	۲/۹۷۳۹۲ (۰/۹۹۸۵)	EXP
-۴/۴۰۶۵ (۰/۰۰۰۰)	۳/۳۹۸۲۱ (۰/۹۹۹۷)	-۳/۱۳۶۶ (۰/۰۰۰۹)	۳/۴۳۷۵۸ (۰/۹۹۹۷)	REC
-۶/۳۲۸۴ (۰/۰۰۰۰)	-۱/۰۰۳۹ (۰/۱۵۷۷)	-۱۰/۷۶۴ (۰/۰۰۰۰)	۳/۳۰۱۰۵ (۰/۹۹۹۵)	EXG

اعداد داخل پرانتز احتمال را نشان می دهند.

منبع: یافته های پژوهش

نتایج و یافته ها

تخمین الگو در چارچوب داده های پانلی^۲

در داده های تابلویی ابتدا لازم است آزمون های آماری لازم برای تبیین نوع داده ها انجام گیرد. بر اساس نتایج آزمون F لیمر و آزمون هاسمن، مدل پژوهش بر اساس رویکرد داده های تابلویی با اثرات ثابت تخمین زده شده است.^۳ نتایج حاصل از تخمین این مدل در جدول ۴ ارائه شده است. احتمال آماره F رگرسیون، که نشان از توان توضیح دهنده مدل دارد، در تمامی تصریح ها کمتر از ۰/۰۱ است، که می توان گفت در سطح اطمینان ۹۹ درصد این مدل معنادار و معتبر است. همچنین مقدار ضریب تعیین نشان از برازش خوب الگو دارد. نتایج جدول ۴ نشان می دهد که ارتباط مثبت و معنادار بین درآمدها و مخارج بخش گردشگری با رشد اقتصادی در کشورهای حوزه منا وجود دارد. همچنین نتایج

۱. با توجه به محدودیت حجم مقاله نتایج این آزمون ارائه نشده است.

۲. با توجه به اینکه هدف اصلی این مطالعه بررسی رابطه علیت بین متغیرها است، در این قسمت تفسیر نتایج بیان نشده است.

۳. با توجه به محدودیت حجم مقاله، نتایج این آزمون ها ارائه نشده است.

جدول ۴ نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار متغیر نرخ ارز بر درآمدها و مخارج گردشگری است. درحالی که این متغیر تأثیر معناداری بر رشد اقتصادی ندارد.

جدول ۴: نتایج تخمین الگوی پژوهش

EXX	REC	GDP	GDP	وابسته مستقل
۶/۲۲۹۴ (۰/۰۰۰۳)	۵/۵۱۹۹ (۰/۰۲۲۵)	۶/۷۱۱۵ (۰/۰۰۰۰)	۷/۶۹۰۲ (۰/۰۰۰۰)	عرض از مبدأ
۱/۵۴۲۷۰ (۰/۰۰۰۰)	۱/۵۹۰۱ (۰/۰۰۰۰)			GDP
۰/۴۴۸۲ (۰/۰۰۰۰)	۰/۵۱۲۸ (۰/۰۰۰۰)	-۰/۰۰۵۱ (۰/۶۰۱۱)	۰/۰۱۴۵ (۰/۱۳۰۴)	EXG
			۰/۰۵۲۰ (۰/۰۰۰۰)	REC
		۰/۰۹۷۶ (۰/۰۰۰۰)		EXX
۰/۹۰۰۶۰	۰/۸۳۶۴	۰/۹۸۸۶	۰/۹۸۷۸	(R ²)
۱۵۱۱/۵۳۸	۸۸/۱۳۵۹	۱۴۵۵/۹۴۷	۱۳۹۸/۶۶	آماره F
۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۰	احتمال مدل

اعداد داخل پرانتز احتمال را نشان می‌دهند.

منبع: یافته‌های پژوهش

آزمون علیت در چارچوب داده‌های پانلی

نتایج روابط علی تخمین زده شده با استفاده از نرم‌افزار Eviews9، در جداول ۵ و ۶ ارائه شده است. قبل از بررسی رابطه علیت، برای تعیین وقفه بهینه مدل از آماره شوارتز - بیزین استفاده شد، که بر اساس آن وقفه بهینه یک به دست آمد. همان‌طور که در جداول ۵ و ۶ نشان داده شده، برای مجموعه کشورهای در هر چهار حالت فرضیه صفر، که بیان‌کننده عدم وجود رابطه علیت بین متغیرها است، رد شده و در مقابل فرضیه یک پذیرفته می‌شود. که حاکی از وجود رابطه علی است. مقدار آماره‌های به دست آمده از آزمون علیت درآمد گردشگری بر رشد اقتصادی و برعکس به ترتیب ۳/۹۳۶ و ۲/۴۳۸ بوده، که هر دو در سطح ۵ درصد معنی دارند. در نتیجه می‌توان گفت، برای مجموع کشورهای مورد مطالعه، رابطه علی دوطرفه (فرضیه بازخورد) بین رشد اقتصادی و درآمدهای گردشگری برقرار است. همچنین مقدار آماره‌های به دست آمده از آزمون علیت مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی و رشد اقتصادی بر مخارج گردشگری به ترتیب ۴/۶۶۷ و ۳/۸۹۳ بوده که هر دو در سطح ۵ درصد معنی دارند. بنابراین می‌توان گفت رابطه علیت دوطرفه (فرضیه بازخورد) بین رشد اقتصادی و مخارج گردشگری نیز برقرار است.

جدول ۵: نتایج آزمون رابطه علیت طی دوره ۱۹۹۵-۲۰۱۵

کشورها	درآمد بر رشد		رشد بر درآمد		مخارج بر رشد		رشد بر مخارج	
	آماره	نتیجه	آماره	نتیجه	آماره	نتیجه	آماره	نتیجه
مجموعه کشورهای	۳.۹۳۶ (۰.۰۰۰۰)	رد	۲.۴۳۸ (۰.۰۰۲۹)	رد	۴.۶۶۷ (۰.۰۰۰۰)	رد	۳.۸۹۳ (۰.۰۰۰۰)	رد
امارات	۱۰.۱۲ (۰.۰۰۵۸)	رد	۲.۴۹۱ (۰.۱۳۴۰)	پذیرش	۳.۷۷۲ (۰.۰۷۸۱)	رد	۱.۲۳۱ (۰.۲۹۰۸)	پذیرش
بحرین	۳.۲۱۰ (۰.۰۹۲۱)	رد	۱.۶۳۵ (۰.۲۱۹۲)	پذیرش	۰.۰۹۹ (۰.۷۵۶)	پذیرش	۰.۴۳۶۵۱ (۰.۵۱۸۲)	پذیرش
جیبوتی	۷.۶۷۶ (۰.۰۱۳۱)	رد	۳.۴۰۲ (۰.۰۸۲۶)	رد	۰.۷۵۸۱ (۰.۳۹۶۰)	پذیرش	۷.۴۱۴ (۰.۰۱۴۵)	رد
الجزایر	۱.۴۳۳ (۰.۲۴۷۶)	پذیرش	۳.۹۷۰ (۰.۰۶۲۶)	رد	۸.۹۹۳ (۰.۰۰۸۱)	رد	۱۵.۲۳ (۰.۰۰۱۱)	رد
مصر	۳.۸۱۷ (۰.۰۶۷۴)	رد	۰.۰۷۵۸ (۰.۷۸۶۳)	پذیرش	۵.۳۷۷ (۰.۰۳۳۱)	رد	۱.۳۳۵ (۰.۲۶۳۸)	پذیرش
ایران	۲.۱۱۹ (۰.۱۶۳۶)	پذیرش	۰.۲۳۴۸ (۰.۶۳۴۱)	پذیرش	۶.۹۴۸۲ (۰.۰۱۸۰)	رد	۰.۶۳۲۳ (۰.۴۳۸۱)	پذیرش
عراق	۰.۰۳۹۰ (۰.۸۴۶۵)	پذیرش	۵.۷۵۸ (۰.۰۳۳۱)	رد	۱.۱۷۱ (۰.۲۹۷۴)	پذیرش	۲.۴۴۵ (۰.۱۴۰۲)	پذیرش
اسرائیل	۰.۶۶۱۹ (۰.۴۲۷۱)	پذیرش	۰.۸۴۱۳ (۰.۳۷۱۸)	پذیرش	۱.۵۰۱۴۵ (۰.۲۳۷۲)	پذیرش	۶.۷۹۷ (۰.۰۱۸۴)	رد
اردن	۲۲.۱۸ (۰.۰۰۰۲)	رد	۱۱.۶۷۱ (۰.۰۰۳۳)	رد	۴۷.۶۸ (۰.۰۰۰۳)	رد	۱۳.۳۸ (۰.۰۰۱۹)	رد
کویت	۶.۶۱۵ (۰.۰۱۹۸)	رد	۰.۵۵۵۷ (۰.۴۶۶۲)	پذیرش	۱.۱۰۸ (۰.۳۰۷۲)	پذیرش	۰.۰۰۶۸ (۰.۹۳۵۲)	پذیرش
لبنان	۰.۵۱۵۸ (۰.۴۸۲۴)	پذیرش	۰.۰۱۸۷ (۰.۸۹۲۸)	پذیرش	۰.۰۲۷۲ (۰.۸۷۲۲)	پذیرش	۰.۰۴۳۶ (۰.۸۳۸۸)	پذیرش
لیبی	۶.۵۴۲ (۰.۰۳۳۸)	رد	۱.۸۷۸ (۰.۲۰۷۷)	پذیرش	۱.۹۴۶ (۰.۲۰۰۵)	پذیرش	۰.۳۴۹۸ (۰.۵۷۰۵)	پذیرش
مراکش	۱.۴۱۷ (۰.۲۵۰۱)	پذیرش	۳.۳۱۲ (۰.۰۸۶۴)	رد	۲.۹۵۹ (۰.۱۰۳۵)	پذیرش	۱.۴۴۰ (۰.۲۴۶۵)	پذیرش
عمان	۲.۴۵۰ (۰.۱۳۷۰)	پذیرش	۰.۰۰۰۲ (۰.۹۸۸۳)	پذیرش	۲.۶۰۳ (۰.۱۲۶۲)	پذیرش	۰.۰۰۰۷ (۰.۰۹۹۷)	پذیرش
فلسطین	۲.۱۱۳ (۰.۱۶۴۲)	پذیرش	۰.۰۷۱۶ (۰.۷۹۲۱)	پذیرش	۰.۶۷۳۷ (۰.۴۳۳۱)	پذیرش	۰.۳۰۹۱ (۰.۵۸۵۵)	پذیرش
قطر	۴.۳۳۰ (۰.۰۷۶۰)	رد	۴.۸۱۴ (۰.۰۶۴۳)	رد	۶.۱۳۸ (۰.۰۴۲۴)	رد	۰.۱۸۳۷ (۰.۶۸۱۱)	پذیرش
عربستان	۲.۰۶۴ (۰.۱۸۴۶)	پذیرش	۰.۸۸۵۲ (۰.۳۷۱۳)	پذیرش	۰.۴۷۴۴ (۰.۵۰۶۶)	پذیرش	۸.۱۷۹۹ (۰.۰۱۷۰)	رد
سوریه	۰.۱۹۸۵ (۰.۶۶۳۲)	پذیرش	۴.۳۱۳ (۰.۰۵۸۲)	رد	۰.۰۴۳۶ (۰.۸۳۷۸)	پذیرش	۳.۹۱۳ (۰.۰۶۹۵)	رد
تونس	۰.۰۰۱۰ (۰.۹۷۵۱)	پذیرش	۰/۰۰۰۰ (۰.۹۹۷۴)	پذیرش	۰.۰۰۹۲ (۰.۹۲۴۷)	پذیرش	۷.۹۶۵ (۰.۰۱۱۷)	رد
یمن	۴.۹۳۲ (۰.۰۴۰۲)	رد	۳.۱۷۳ (۰.۰۹۲۷)	رد	۰.۰۸۷۱ (۰.۷۷۱۴)	پذیرش	۸.۱۷۵ (۰.۰۱۰۹)	رد

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۶: نتایج فرضیه‌ها

شاخص گردشگری		کشورها
مخارج	درآمدها	
بازخورد	بازخورد	مجموع کشورها
رشد	رشد	امارات
بی‌طرفی	رشد	بحرین
حفاظت	بازخورد	جیبوتی
بازخورد	حفاظت	الجزایر
رشد	رشد	مصر
رشد	بی‌طرفی	ایران
بی‌طرفی	حفاظت	عراق
حفاظت	بی‌طرفی	اسرائیل
بازخورد	بازخورد	اردن
بی‌طرفی	رشد	کویت
بی‌طرفی	بی‌طرفی	لبنان
بی‌طرفی	رشد	لیبی
بی‌طرفی	حفاظت	مراکش
بی‌طرفی	بی‌طرفی	عمان
بی‌طرفی	بی‌طرفی	فلسطین
رشد	بازخورد	قطر
حفاظت	بی‌طرفی	عربستان
حفاظت	حفاظت	سوریه
حفاظت	بی‌طرفی	تونس
حفاظت	بازخورد	یمن

منبع: یافته‌های پژوهش

تأیید فرضیه بازخورد در راستای یافته‌های سقیر و همکاران (2015)، آپرگیس و پین (2012)، چو (2013)، خلیل و همکاران (2007)، کورتس - خیمنز و همکاران (2009) و تاگجو (2014) است. در این زمینه بعضی از نظریه‌های اقتصادی تأکید می‌کنند که رشد گردشگری یک کشور از طریق شرایط مساعد اقتصادی تحقق می‌پذیرد. به این معنا که فراهم‌آوردن شرایط اقتصادی مثبت موجب تشویق فعالیت‌های گردشگری می‌شود که در ادامه گردشگری نیز به‌نوبه خود به رشد و توسعه منجر می‌شود (Antonakakis et al., 2015). اما در مقابل شرایط نامطلوب اقتصادی مانعی برای توسعه گردشگری است. از لحاظ تجربی، وجود رابطه علی از رشد اقتصادی به سمت توسعه گردشگری مؤید نتایج

مطالعات پیشین مانند اوه (2005)، پین و مروار (2010)، سورش و سنتیلنتان (۲۰۱۴) و کاتریچی اگلو (2009) است.

از نتایج آماری موجود در جدول ۵، برای ساخت جدول نهایی ۶ استفاده شده که در آن به طور واضح نشان داده شده که برای هریک از کشورها کدامیک از فرضیه‌های رشد، حفاظت، بازخورد و بی‌طرفی پشتیبانی می‌شود. در این خصوص، جدول ۶ نشان می‌دهد که در مورد درآمدهای گردشگری بین‌المللی، فرضیه رشد برای امارات، بحرین، مصر، کویت و لیبی، فرضیه حفاظت برای الجزایر، عراق، مراکش و سوریه و فرضیه بازخورد برای جیبوتی، اردن، قطر و یمن پشتیبانی می‌شود. فرضیه بی‌طرفی برای ایران، اسرائیل، لبنان، عمان، فلسطین و عربستان معتبر است. از سوی دیگر، زمانی که گردشگری با هزینه‌های گردشگری بین‌المللی جانشین شده است، فرضیه رشد برای امارات، ایران، مصر و قطر، فرضیه حفاظت برای جیبوتی، اسرائیل، عربستان، سوریه، تونس و یمن پشتیبانی می‌شود؛ فرضیه بازخورد برای الجزایر و اردن معتبر است و فرضیه بی‌طرفی برای بحرین، عراق، کویت، لبنان، لیبی، مراکش، عمان و فلسطین تأیید می‌شود.

جداول ۵ و ۶ نتایج متفاوتی درباره فرضیه‌ها برای هر کشور خاص نشان می‌دهند و این نتایج از لحاظ نظری و تجربی سازگار با ادبیات موجود مانند گونهر و ادیامبو (2016)، ژو و هانگ (۲۰۱۸) و چن و چو-وی (2009) است که بیان می‌کنند، رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی پایدار نیست و این رابطه لزوماً به نتیجه‌ای یک‌سان نمی‌رسد. به این معنا که، بسته به پویایی‌های گوناگون مانند ساختارهای اقتصادی، شرایط اولیه، تعاملات بخش‌ها و پیشینه تاریخی کشور، این رابطه ممکن است متفاوت باشد. مطالعات نشان‌دهنده نتایج متفاوت در زمینه رشد منجر به گردشگری، حتی برای یک نمونه مشابه هستند. برای مثال، با استفاده از مجموعه داده‌های مشابه، لی و چن، (2008) و چن و چو-وی (2009) اعتبار فرضیه رشد منجر به گردشگری را برای اقتصاد تایوان بررسی کردند و به ترتیب از فرضیه‌های بازخورد و رشد حمایت شد. به همین ترتیب، گندوز و حاتمی (2005) و اوزتورک و آکارواجی (2009) وجود فرضیه گردشگری منجر به رشد در ترکیه را بررسی کردند، در حالی که نتیجه اولی فرضیه رشد را تأیید کرد ولی نتایج دومی از فرضیه بی‌طرفی حمایت کرد. در کوتاه‌مدت، ادبیات تجربی همچنین شواهد مربوط به بی‌ثباتی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی را فراهم می‌کند. این موضوع شاید به این مسئله برگردد که اساساً فرضیه TLGH برگرفته از فرضیه صادرات منجر به رشد^۱ (ELGH) است که بر اساس مدل تجارت ریکاردین^۲ بنا شده است (آدامو و کلیریدس^۳، ۲۰۰۹). بدین ترتیب، مطابق مدل تجارت ریکاردین، گردشگری (به‌ویژه گردشگری بین‌المللی) را می‌توان صادراتی غیرمتعارف در نظر گرفت که بر اساس مزیت نسبی بنا شده است. باین‌حال، نظریه ریکاردو با بازده ثابت نسبت به مقیاس مشخص و از سطوح متفاوت بهره‌وری کشورها در تولید کالاها در یک‌زمان ناشی شده است (چانگ و همکاران^۴، ۲۰۱۰). اعتقاد بر این است که رشد

1. Export-led growth hypothesis (ELGH)

2. Ricardian

3. Adamou and Clerides

4. Chang et al

اقتصادی بر افزایش بازده تولیدشده توسط تخصص استوار است (اسمیت^۱، ۱۷۷۶). با این حال، وقتی ورودی یک عامل افزایش می‌یابد، مزایای آن کمتر و کمتر می‌شود و بازده کاهش می‌یابد. افزایش ورود گردشگران به یک کشور و در نتیجه تخصص در گردشگری باعث افزایش بازدهی و رشد اقتصادی در مراحل اولیه می‌شود، اما در مراحل بعدی کشور گردشگرپذیر کاهش بازده و بنابراین کاهش عملکرد اقتصادی خواهد داشت (Zuo and Huang, 2018).

یکی دیگر از نکات مهم در جدول ۶ تنوع در فرضیه‌های حمایت‌شده در کشورهای مورد مطالعه است. علت احتمالی این نتایج ممکن است در ساختار اقتصادی، سیاسی، جامعه‌شناسی و زیست‌محیطی کشورهای مختلف باشد. در حالی که کشورهای دارای اماکن مذهبی، مانند سوریه و عربستان، در گذشته نیز از آمار بالای گردشگران برخوردار بوده‌اند، کشورهایی مانند امارات و قطر به تازگی گذاری سریع به اقتصاد بازار را تجربه کرده‌اند و در نتیجه، تغییرات ساختاری در بخش گردشگری این کشورها رخ داده است.

علاوه بر این، اگر ارتباط بین بخش گردشگری و بقیه اقتصاد واقعی به اندازه کافی قوی باشد، رشد اقتصادی ممکن است به ابزاری تبدیل شود که به نوبه خود باعث افزایش بهره‌وری در بخش گردشگری شود. بنابراین، برای کشورهایی که این پیش‌فرض‌ها وجود داشته باشد، قابل پیش‌بینی است که هزینه‌های گردشگری به فرضیه بازخورد منجر شود؛ در حالی که فرضیه رشد برای مورد درآمدهای گردشگری معتبر خواهد بود. از این رو، مشابه یک شرکت یا یک صنعت، کشور مقصد گردشگری باید محصولاتی را برای تأمین نیاز گردشگران تولید کند، بنابراین ورود گردشگران به عنوان شاخص تقاضا برای تولید محصولات گردشگری کشور مقصد دیده می‌شوند. در ابتدا تعداد بازدیدکنندگان و شرکت‌های ارائه‌دهنده محصولات و خدمات گردشگری کم است؛ سپس با افزایش تعداد گردشگرها بازده بیشتر می‌شود و تعداد بیشتری از شرکت‌ها شروع به فعالیت می‌کنند و نیروی کار عظیمی در کشور به بخش گردشگری منتقل خواهد شد. در نهایت این امر به افزایش تقسیم کار و توسعه زنجیره تأمین و شبکه تولید محلی منجر خواهد شد و نرخ رشد اقتصادی افزایش خواهد یافت (Zuo and Huang, 2018). با این حال، با ورود گردشگران و افزایش تقاضاهای گردشگری، امکان دارد به سبب فقدان کارایی، افزایش هزینه‌های مدیریتی و کار، و نیز تأثیرات خارجی منفی مانند تراکم و آلودگی بازدهی کاهش یابد. البته ممکن است زمانی که کشور با چالش‌های جدیدی مانند نوآوری‌های فناورانه، سرمایه‌گذاری در ارتقای محصولات گردشگری و حفاظت از محیط‌زیست مواجه شود، بازدهی دوباره افزایش یابد (آرتور^۲، ۱۹۸۹). در این زمینه می‌توان به تأثیر تغییرات فناوری در افزایش دوباره تعداد گردشگران در کشورهایی مانند امارات متحده عربی و قطر اشاره کرد.

در نهایت، گردشگری در بعضی موارد هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی ناخوشایند به اقتصاد کشور تحمیل می‌کند (لی و چن، ۲۰۰۸). به همین سبب، کشورهای در حال توسعه اغلب با این نوع هزینه‌ها روبه‌رو هستند که قادر به شکستن ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی است. از این رو،

1. Smith
2. Arthur

اعتبار فرضیه بی طرفی در ایران، فرضیه بازخورد در اردن، فرضیه حفاظت در مراکش و فرضیه رشد در مراکش ممکن است پیامدهای طبیعی ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی در آن‌ها در نظر گرفته شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادهای سیاستی

در این مطالعه، رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای حوزه منا با استفاده از داده‌های تابلویی در طی سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۵ و با استفاده از روش علیت گرنجر پانلی دومتریسکو و هورلین (2012) بررسی شده است.

یافته‌های این مطالعه حاکی از شواهدی برای اعتبار هر چهار فرضیه است. بنابراین جهت علیت میان شاخص گردشگری و رشد اقتصادی خاص هر کشور است. چندین توضیح احتمالی برای این نتیجه وجود دارد. یکی از علل این امر می‌تواند به ارتباطات میان بخش‌ها مربوط شود. فرض بر این است که گردشگری با بسیاری از بخش‌های دیگر مرتبط است، در نتیجه انتظار می‌رود هنگامی که گردشگری بیشتر توسعه می‌یابد، بخش‌های دیگر نیز بیشتر تولید کنند و اقتصاد سریع‌تر رشد کند و برعکس. جاذبه گردشگری پذیر یکی دیگر از جنبه‌های تأثیرگذار در جهت علیت بین گردشگری و رشد اقتصادی است. کشورهایی که جاذبه گردشگری پذیر ایجاد کرده‌اند، احتمالاً از جریان ورودی گردشگران در بلندمدت بهره‌مند خواهند شد که به نوبه خود رشد اقتصاد را تقویت خواهد کرد. با این حال، کشورهایی که پیشینه طولانی در گردشگری ندارند، برای حفظ جریان گردشگری به منابعشان متکی‌اند و رشد اقتصادی تنها راه سرمایه‌گذاری در گردشگری و حفظ جریان ورودی گردشگر است و در نبود رشد اقتصادی، توسعه گردشگری کاهش می‌یابد. بنابراین، می‌توان پیش‌بینی کرد که جهت علیت بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری از گردشگری به رشد اقتصادی است، در حالی که در کشورهای دارای ثروت از رشد اقتصادی به گردشگری است.

در نهایت، رشد اقتصادی خود می‌تواند در تعیین جهت علیت بین گردشگری و رشد اقتصادی تأثیر مهمی داشته باشد. از آنجا که رشد اقتصادی توزیع درآمد را نیز تغییر می‌دهد، ممکن است به ناکارایی تخصیص منابع منجر شود. اگر منابع به‌طور نابرابر به بخش‌ها اختصاص داده شود، برخی از بخش‌ها منابع کافی را برای توسعه دریافت نخواهند کرد. بنابراین، اگر سهم منابع اختصاص یافته به گردشگری نسبت به سهم رشد اقتصادی کمتر باشد، علی‌رغم وجود رابطه علیت از گردشگری به رشد اقتصادی، امکان ایجاد رابطه علی از رشد اقتصادی به گردشگری وجود نخواهد داشت.

در مجموع، با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت کشورهای حوزه منا می‌توانند از گردشگری به‌عنوان ورودی یا خروجی مؤثر برای رشد اقتصادی بهره‌مند شوند. این بدان معنی است که سیاست‌های حمایتی از بخش گردشگری به نوبه خود در رشد اقتصادی در این کشورها تأثیر می‌گذارد. با توجه به نتایج به دست آمده، برای هر یک از کشورها می‌توان سیاست‌های پیشنهادی متفاوتی ارائه داد. برای مثال، در بعضی از کشورهایی که جاذبه‌های گردشگری تاریخی اندکی دارند، مانند قطر و

امارات، افزایش رشد اقتصادی برای افزایش مخارج در بخش گردشگری و ایجاد جاذبه‌های گردشگری پذیر ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین توصیه می‌شود استفاده از فناوری‌های نوین و تغییرات سریع در آن برای ایجاد جاذبه‌های جدید و تنوع در زمینه‌های گردشگری مانند پزشکی، بازرگانی و... همچنان در برنامه سیاست‌گذاران اقتصادی در این کشورها قرار گیرد. در حالی که در کشورها دارای جاذبه‌های فراوان تاریخی، مذهبی و... مانند عربستان و مصر، تخصیص منابع برای حفظ و نگهداری جاذبه‌های گردشگری موجود و تقویت زیرساخت‌های بخش گردشگری ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین پیشنهاد می‌شود در این کشورها توسعه حمل‌ونقل و راه‌ها، توسعه ICT، توسعه امکان اقامتی، رستوران‌ها و هتل‌ها، توسعه تسهیلات تفریحی و امور رفاهی در برنامه‌های سیاست‌گذاران قرار گیرد.

Archive of SID

منابع:

- حسنوند، سمیه و خدایانه، مسعود (۱۳۹۳). «تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا». *فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان*، سال دوم، شماره ۶، صص ۸۷-۱۰۲.
- خوارزمی، ابوالقاسم (۱۳۸۴). «بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران». *پژوهش‌نامه بازرگانی*، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص ۹۱-۱۰۸.
- رضاقلی‌زاده، مهدیه (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر گردشگری بر مثلث فقر، نابرابری و رشد اقتصادی». *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، سال یازدهم، شماره ۳۶، صص ۱۲۵-۱۶۰.
- کهنسال، محمدرضا و توحیدی، امیرحسین (۱۳۹۲). «بررسی رابطه علی میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای عضو منطقه منا». *فصلنامه اقتصاد مقداری*، دوره ۱، شماره ۴، صص ۵۵-۷۲.
- میرزایی، حسین و جلیلی، ساناز (۱۳۹۰). «تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی؛ مقایسه ایران و کشورهای منتخب». *فصلنامه علوم اقتصادی*، شماره ۱۵، صص ۷۳-۹۲.
- یاوری، کاظم، رضاقلی‌زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، سید محمدحسن (۱۳۸۹). «تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی». *مجله تحقیقات اقتصادی*، شماره ۴۵، صص ۲۲۱-۲۴۴.
- طیسی، سیدکامیل، بابکی، روح‌الله و جباری، امیر (۱۳۸۹). «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۳)». *پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی*، سال هفتم، شماره ۲۶، صص ۶۳-۸۴.
- Adamou, A., & Clerides, S. (2009). Tourism, development and growth: international evidence and lessons for Cyprus. *Cyprus Economic Policy Review*, 3(2), 3-22.
- Akinboade, O. A., & Braimoh, L. A. (2010). International tourism and economic development in South Africa: A Granger causality test. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 149-163.
- Antonakakis, N., M. Dragouni, M. & Filis, G. Filis. (2015). How strong is the linkage between tourism and economic growth in Europe? *Economic Modelling*, (44), 142-155.
- Apergis, N. & Payne, J. E. (2012). Tourism and Growth in the Caribbean - Evidence from a Panel Error Correction Model. *Tourism Economics*, 18(4), 449-456.
- Ardahaey, F. T. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 206-215.
- Arslanturk, Y. & Atan, S. (2012). Tourism and Economic Growth nexus: An input-output analysis in Turkey. *Procedia Social and Behavioural Sciences*, 62, 952 – 956.
- Arslanturk, Y., Balcilar, M. & Ozdemir, Z. A. (2011). Time-varying linkages between Tourism Receipts and Economic Growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28, 664-671.
- Arthur, W. B. 1989. "Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-in by Historical Events." *Economic Journal*, 99 (394): 116-31.
- Ashley, C. & Mitchell, J. (2006). *Can Tourism Reduce Poverty in Africa?* Overseas Development Institute (ODI) Briefing Paper. London, UK.
- Aslan, A. (2013). Tourism development and economic growth in the Mediterranean countries: evidence from panel Granger causality tests. *Current Issues in Tourism*. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.768607>.

- Balaguer, J., & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, (34), 877-884
- Baltagi, H.B. (2005), "Econometric Analysis of Panel Data", John Wiley and Sons, Third Edition.
- Barro, R. (2002). Quantity and quality of economic growth. In N. Loayza, R. Soto, & K. Schmidt-Hebbel (Eds.), *Economic growth: sources, trends, and cycles* (pp. 135-162). Chile: Central Bank of Chile.
- Belloumi, M. (2010). The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research*, (12), 550-560.
- Bhagwati, J. & Srinivasan, T. (1979). Trade Policy and Development. In R. Dornbusch & J. Frenkel (Eds.), *International Economic Policy: Theory and Evidence* (1-35). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., & Pulina, M. (2016). Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394-430.
- Brida, J. G., Monterubbianesi, P. D. & Zapata-Aguirre, S. (2011). Impacts of Tourism on Economic Growth and Development. The case of the main tourist destinations in Colombia. *Journal of Tourism and Cultural Heritage*, 9(2), 291-303.
- Brida, J., Carrera, E., & Risso, A. (2008). Tourism's impact on long-run Mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21), 1-8.
- Caglayan, E., Sak, N. & Karymshakov, K. (2012). Relationship between Tourism and Economic Growth: A panel Granger causality approach. *Asian Economic and Financial Review*, 2(5), 591-602.
- Chang, C. L., Khamkaew, T., McAleer, M., & Tansuchat, R. (2010). A panel threshold model of tourism specialization and economic development. *International Journal of Intelligent Technologies and Applied Statistics*, 3(2), 159-186.
- Chatziantoniou, I., G. Filis, B. Eeckels, & A. Apostolakis. (2013). Oil prices, tourism income and economic growth: A structural VAR approach for European Mediterranean countries. *Tourism Management*, (36), 331-341.
- Chen, C. & Chiou-Wei, S. Z. (2009). Tourism expansion, Tourism uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30(6), 812-818.
- Chiu, Y. & Yeh, L. (2016). The Threshold Effects of the Tourism-Led Growth Hypothesis: Evidence from a Cross-sectional Model. *Journal of Travel Research*, 1-13.
- Chou, M. C. (2013). Does Tourism Development promote Economic Growth in Transition Countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*, (330), 226-232.
- Cortés-Jiménez, I., Pulina, M., Prunera, C. R. & Artis, M. (2009). Tourism and Exports as a means of Growth. *Working Papers 2009/10*. Research Institute of Applied Economics.
- De Vita, G. & Kyaw, K. S. (2016). Tourism Specialization, Absorptive Capacity, and Economic Growth. *Journal of Travel Research*, 1-13.
- Demiroz, D. M. & Ongan, S. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish Economic Growth" *Journal of Economics*, 09,
- Dritsakis, N. (2004). Cointegration analysis of German and British tourism demand for Greece. *Tourism Management*, (25), 111-119.
- Dumitrescu, E. I., & Hurlin, C. (2012). Testing for Granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460
- Eugenio-Martín, J. L., Morales, N. M. & Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American countries: A panel data approach. Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper Series. *Working Note*, 26.
- Gunduz, L., & Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for

- Turkey?. *Applied Economics Letters*, 12(8), 499-504.
- Gwenhure, Y., & Odhiambo, N. M. (2017). Tourism and economic growth: A review of international literature. *Tourism Review*, 65(1), 33-44.
- Huseyni, İ., Doru, Ö., & Tunç, A. (2017). The effects of tourism revenues on economic growth in the context of neo-classical growth model: in the case of turkey, *Ecoforum Journal*, 6(1), 1-6.
- Hye, Q. M. A. & Khan, R. E. A. (2013). Tourism-led Growth hypothesis: a case study of Pakistan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(4), 303-313.
- Jalil, A., Mahmood, T., & Idrees, M. (2013). Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests. *Economic Modelling*, (35), 185-191.
- Kasimati, E. (2011). Economic Impact of Tourism on Greece's Economy: Cointegration and Causality Analysis. *International Research Journal of Finance and Economics*, (79), 79-85.
- Katircioglu, S. (2009). Revisiting the Tourism-led-growth Hypothesis for Turkey Using the Bounds Test and Johansen Approach for Cointegration. *Tourism Management*, (30), 17-20.
- Khalil, S., Mehmood, K. K. & Waliullah, K. (2007). Role of tourism in economic growth: Empirical evidence from Pakistan Economy. *The Pakistan Development Review*, 46(4), 985-995.
- Kim, H. J., Chen, M. H., & Jang, S. S. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan. *Tourism Management*, (27), 925-933.
- Kreishan, F. M. (2015). Empirical study on tourism and economic growth of Bahrain: An ardl bounds testing approach. *International Journal of Economics and Finance*, 7(11), 1.
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: a closer look at panels. *Tourism Management*, (29), 180-192.
- Lee, C. C., & Chien, M. S. (2008). Structural breaks, tourism development, and economic growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77(4), 358-368.
- Marin, D. (1992). Is the Export-Led Hypothesis Valid for Industrialized Countries? *Review of Economics and Statistics*, 74, 678-688.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1992). *Tourism. Economic, Physical and Social Impacts.* Essex: Addison Wesley Longman Limited.
- Obadiah, N. K., Odhiambo, N. M. & Njuguna, J. M. (2012). Tourism and Economic Growth in Kenya: An empirical investigation. *International Business & Economics Research Journal*, 11(5), 517-528.
- Odhiambo, N. M. (2011). Tourism Development and Economic Growth in Tanzania: Empirical evidence from the ARDL bounds testing approach. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies and Research*, 45(3), 71-83.
- Oh, C. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39-44.
- Ozturk, I. & Acaravci, A. (2009). On the causality between tourism growth and economic growth: empirical evidence from Turkey. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, (25), 73-81.
- Ozturk, I. (2010). A literature survey on energy-growth nexus. *Energy Policy*, 38(1), 340-349.
- Payne, J. E. & Mervar, A. (2010). The Tourism-Growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16(4), 1089-1094.
- Safdari, m & Aboue Mehrrizi, M. (2012). Impact of Tourism Spending On Economic Growth In Iran. *American Journal Of Scientific Reserch*. (480), 68-73.
- Sala-i-Martin, X. (2002). 15 Years of new growth economics: what have we learnt?

- Journal Economía Chilena (The Chilean Economy), 5(2), 5e15.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. (2011). Tourism and economic growth in developing countries: P-VAR approach. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28-32.
- Seetanah, B. (2011). Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 291-308.
- Seghir, G. M., Mostefa, B., Abbes, S. M. & Zakarya, G. Y. (2015). Tourism Spending-Economic Growth Causality in 49 Countries: A Dynamic Panel Data Approach. *Procedia Economics and Finance*, (23), 1613-1623.
- Selimi, N., Sadiku, S., & Sadiku, M. (2017). The Impact of Tourism on Economic Growth in the Western Balkan Countries: An Empirical Analysis, *International Journal of Business And Economic Sciences Applied Research*, 10(2), 19-25.
- Sequeira, T.N. & P. Macas Nunes, P. (2008). Does tourism influence economic growth? A dynamic panel data approach. *Applied Economics*, 40(18), pp 2431-2441.
- Shahbaz, M., Ferrer, R., Shahzad, S. J. H., & Haouas, I. (2018). Is the tourism-economic growth nexus time-varying? Bootstrap rolling-window causality analysis for the top 10 tourist destinations. *Applied Economics*, 50(24), 2677-2697.
- Shakouri, B., Yazdi, S. K., Nategian, N., & Shikhrezaei, N. (2017). The relation between international tourism and economic growth. *Journal of Tourism and Hospitality*, 6(4), 1-7.
- Smith, A. (1776). An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations: Volume One. *London: printed for W. Strahan; and T. Cadell*, 1776.
- Suresh, J., Senthilnathan, S. (2014). Relationship Between Tourism and Economic Growth in Sri Lanka. *Published as the 7th Chapter of a Book Entitled "Economic Issues in Sri Lanka"*, 1-19. Available from: <http://www.dx.doi.org/10.2139/ssrn.2373931>.
- Tang, C. F., & Abosedra, A. (2012). Small sample evidence on the tourism-led growth hypothesis in Lebanon. *Current Issues in Tourism*. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2012.732044>.
- Tang, C. F., & Tan, E. C. (2013). How stable is the tourism-led growth hypothesis in Malaysia? Evidence from disaggregated tourism markets. *Tourism Management*, vol 37, pp. 52-57.
- Tang, C. H., & Jang, S. S. (2009). The tourism-economy causality in the United States: a sub-industry level examination. *Tourism Management*, vol. 30, pp. 553-558.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean Region. *Tourism Management*, (42), 207-212.
- UNWTO Tourism Highlights (2011), World Tourism Organization, eISBN: 978-92-844-1393-5.
- UNWTO Tourism Highlights (2015), World Tourism Organization, eISBN: 978-92-844-1689-9.
- UNWTO Tourism Highlights (2016), World Tourism Organization, eISBN: 978-92-844-1814-5.
- UNWTO Tourism Highlights (2017), World Tourism Organization, eISBN: 978-92-844-1902-9 | ISBN: 978-92-844-1901-2.
- Vanegas, M. & Croes, R. (2008). Growth Development and Tourism in a Small Economy: Evidence from Aruba. *International Journal of Tourism Research*, (5), 315-30.
- Vellas, F. (2011). The Indirect Impact of Tourism: An Economic Analysis. Paper presented at the Third Meeting of T20 Tourism Ministers. Paris, France.
- Zuo, B., & Huang, S. (2018). Revisiting the tourism-led economic growth hypothesis: The case of China. *Journal of Travel Research*, 57(2), 151-163.