

## تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه:

### دو رویکرد پانل ایستا<sup>۱</sup> و پانل پویا<sup>۲</sup>

سمیه حسنونند<sup>۳</sup>، مسعود خدایانه<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۴/۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۶/۱۲

### چکیده

صنعت گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی شناخته شده است. رشد این صنعت، همواره آثار زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجهند، از اهمیت فراوانی برخوردار است. از این رو هدف این مطالعه آن است که در جستجوی پاسخ دادن به این پرسش باشیم که «آیا بخش گردشگری کشورهای در حال توسعه منجر به رشد اقتصادی این کشورها می‌شود یا خیر؟» در این مطالعه، رابطه میان گردشگری و رشد اقتصادی در منتخبی از کشورهای در حال توسعه (شامل کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین) در دوره زمانی ۱۹۹۹-۲۰۱۱ و با استفاده از تخمین‌زن‌های اثرات ثابت<sup>۵</sup> و گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی<sup>۶</sup> (System GMM) (به کمک نرم‌افزار *stata11*) برآورد شده است. عواملی که باعث شد در مطالعه حاضر، روش گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی را مورد استفاده قرار دهیم، وجود متغیرهای درون‌زا، وجود وقفه‌ای از متغیر وابسته و همچنین خودهمبستگی بین جملات خطا بود. نتایج تجربی حاصل از این تحقیق، رابطه مثبت بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی را در این کشورها تأیید می‌کند.

طبقه‌بندی JEL: L83, O40, C23

واژگان کلیدی: گردشگری، رشد اقتصادی، گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی، کشورهای در حال توسعه.

1. Static Panel Data

2. Dynamic Panel Data

Email: hasanvand13@yahoo.com

Email: khodapanah@scu.ac.ir

5. Fixed Effects

6. System Generalized Method of Moments

۳. کارشناسی ارشد اقتصاد دانشگاه شهید چمران اهواز

۴. عضو هیئت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

## مقدمه

رشد اقتصادی در اکثر کشورهای در حال توسعه مایوس‌کننده است. با رشد آهسته، تولید نسبت به کشورهای مقایسه‌شونده روند نزولی دارد. روند رشد اقتصادی مزایا و منافع زیادی می‌تواند داشته باشد و به‌همین دلیل همه اقتصادها با وجود تفاوت‌های زیادی که ممکن است با یکدیگر داشته باشند، رشد و توسعه اقتصادی را یکی از اهداف اصلی خود قرار می‌دهند؛ اما بایستی در نظر داشت که دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار، نیازمند شناخت عوامل مؤثر بر آن است. در میان عوامل مختلف مؤثر بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، صنعت گردشگری یکی از عواملی است که گسترش آن با توجه به اثرات زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی که دارد، موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای را برای برخی کشورها به‌دنبال داشته است.

گردشگری، صنعتی است که امروزه سهم بزرگی از فعالیت‌های اقتصادی جهان را در بر گرفته و طبق محاسبات انجام‌شده، بالغ بر یک‌سوم کل تجارت خدمات سراسر جهان را به‌خود اختصاص داده است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۶).<sup>۱</sup> منافع و آثار مطلوب اقتصادی گردشگری، کلیه بخش‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ به‌گونه‌ای که علاوه بر ایجاد زمینه برای توسعه زیرساخت‌ها، ایجاد درآمد و اشتغال برای میزبانان و همچنین فراهم آوردن درآمدهای مالیاتی برای دولت از جمله آثار بارز این صنعت بوده است.

در چند دهه گذشته، تعداد کل گردشگران جهان رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است؛ به‌طوری که از حدود ۲۵ میلیون توریست در سال ۱۹۵۰، به ۸۲۵ میلیون نفر در سال ۲۰۰۷، با نرخ رشد ۶/۵ درصدی روبرو بوده است و انتظار می‌رود که این تعداد تا سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱/۵ میلیارد نفر برسد (سازمان جهانی گردشگری ایالات متحده آمریکا،<sup>۲</sup> ۲۰۱۰). صنعت گردشگری در چهارپنجم کشورهای جهان، یعنی در بیش از ۱۵۰ کشور، یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی است و در ۶۰ کشور، رتبه اول را به‌خود اختصاص می‌دهد (رضوانی، ۱۳۸۷). در این میان، کشورهای در حال توسعه نیز از مزایای این صنعت بی‌نصیب نمانده‌اند، چنان‌که براساس نظر رضوانی (۱۳۸۷)، در ۸۳ درصد کشورهای در حال توسعه، گردشگری یکی از منابع اصلی درآمد و در یک‌سوم کشورهای فقیر عمده‌ترین منبع درآمد بوده است. همچنین، برآوردها نشان می‌دهد که صنعت گردشگری در کشورهای در حال توسعه حدود ۳ تا ۱۰ درصد از GDP را به‌خود اختصاص داده است (جعفری صمیمی و همکاران، ۲۰۱۱).

با توجه به اینکه در کشورهای در حال توسعه معضلاتی همچون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی، اقتصاد تک‌محصولی، سطح پایین درآمد سرانه و نرخ‌های نازل رشد اقتصادی به‌وضوح دیده می‌شود، از این رو این کشورها برای رهایی از چنین مشکلاتی نیازمند رشد اقتصادی سریع و مستمر هستند و از آنجا که صنعت گردشگری یکی از صنایع مهم و پردرآمد جهان شناخته شده است، می‌تواند نقش قابل توجهی در راستای این هدف داشته باشد. بنابراین، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشورها و به‌ویژه کشورهای در حال

<sup>1</sup> World Tourism Organization (WTO)

<sup>2</sup> United Nation World Tourism Organization (UNWTO)

توسعه، بایستی توجه بیشتری به این صنعت به‌عنوان یک استراتژی توسعه اقتصادی داشته باشند. از این‌رو، هدف مطالعه حاضر آن است تا رابطه میان صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را در ۶۸ کشور در حال توسعه<sup>۱</sup> (شامل برخی از کشورهای آسیایی، آفریقا و امریکای لاتین) از جمله ایران بررسی کنیم. تعیین این رابطه در دوره‌ی زمانی ۱۹۹۹-۲۰۱۱ و با استفاده از نظریات اقتصادی و با تکیه بر مدل‌های پانل ایستا و پانل پویا و به‌کارگیری تخمین‌زن‌های اثرات ثابت و گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی صورت خواهد گرفت. لازم به ذکر است که برخی از پژوهشگران داخلی برای بررسی اثر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی در مورد داده‌های پانلی [البته در نمونه‌ای متفاوت از نمونه مقاله حاضر] از رویکرد GMM استفاده کرده‌اند و ما در اینجا با ذکر تفاوت بین GMM و System-GMM و اینکه System-GMM بر GMM ارجحیت دارد، رویکرد ارجح یعنی System-GMM را برای برآورد مدل پویای خود استفاده می‌کنیم. در ادامه، پس از ارائه مطالعات انجام‌شده در این زمینه و مبانی نظری موجود، به ارائه مدل تجربی مناسب و در پایان به برآورد و تجزیه و تحلیل نتایج تجربی مدل می‌پردازیم. نمونه‌گیری کشورها براساس در دسترس بودن داده‌ها صورت گرفته و به‌جز شاخص آزادی اقتصادی که از بنیاد هریتیج<sup>۲</sup> اخذ شده، سایر آمار و اطلاعات مورد نیاز جهت این مطالعه از سایت بانک جهانی<sup>۳</sup> گردآوری شده است.

## ۱. ادبیات موضوع

### ۱-۱. مبانی نظری

#### ۱-۱-۱. گردشگری در کشورهای در حال توسعه

در جنگ جهانی دوم، جریانی از بدبینی نسبت به صادرات به تئوری‌های توسعه، نفوذ پیدا کرد. شماری از تئوری‌ها مدعی بودند که تجارت جهانی به‌ویژه در مورد کالاهای عمده، موتور محرک کشورهای جهان سوم را به‌خوبی راه‌اندازی نمی‌کند. بر اساس این تئوری‌ها، استراتژی‌های درون‌گرا<sup>۴</sup> (مانند استراتژی جانشین‌ی واردات) می‌تواند رشد پایدارتری ایجاد کند. از اواخر دهه ۱۹۶۰، تأکید بر رشد برون‌گرا<sup>۵</sup> جایگزین مدل‌های درون‌گرای توسعه شد. از جمله منتقدان مدل‌های درون‌گرا نظریه‌پردازان نئوکلاسیک‌ها (برای مثال، بائر و یامی<sup>۶</sup>، ۱۹۶۸؛ هابرلر<sup>۷</sup>، ۱۹۵۰؛ وینر<sup>۸</sup>، ۱۹۵۳) بودند که اعتقاد داشتند این رویکردها با روند طبیعی توسعه مبتنی بر مزیت نسبی تداخل دارد. بر اساس نظر این نظریه‌پردازان، کشورهای جهان سوم به‌جای تلاش برای توسعه بخش‌های صنعتی پیچیده‌تر از طریق دخالت دولت - که با مزیت نسبی مبتنی بر نسبت‌های عوامل تطابق ندارد - باید حداقل در مراحل اولیه توسعه خود در صادرات کالاهای عمده اختصاصی شوند.

<sup>۱</sup>. برای مشاهده اسامی این کشورها به پیوست ۱ رجوع کنید.

<sup>۲</sup>. Heritage Foundation <sup>۳</sup>. World Bank <sup>۴</sup>. Inward-Oriented Strategies

<sup>۵</sup>. Outward-Oriented Growth <sup>۶</sup>. Bauer and Yamey

<sup>۷</sup>. Haberler <sup>۸</sup>. Viner

پیشرفت استراتژی‌های برون‌گرا با افزایش دخالت صندوق بین‌المللی پول (IMF) و بانک جهانی در سیاست‌گذاری جهان سوم از طریق مکانیسم‌هایی مانند اعطای وام همگام بود. این، بدان معناست که دسترسی مداوم به این وام‌ها مشروط به کاهش مداخله اقتصادی دولت و افزایش تولید مبتنی بر بازار است. در بسیاری از کشورها، این عامل منجر به یک جهت‌گیری قاطع در استراتژی‌های توسعه از درون‌گرایی به سمت برون‌گرایی از جمله تأکید بر گسترش بخش‌های نادیده گرفته شده مانند گردشگری بین‌المللی شد. با گذشت زمان، گردشگری بین‌المللی در میان ادبیات توسعه با دیگر بخش‌های جدید رشد (برای مثال، صنایع صادرات محور و صادرات غیرسنتی محصولات کشاورزی) که برای رشد سریع مبتنی بر مزیت نسبی کشورهای جهان سوم مؤثر هستند، گروه‌بندی شد.

از جمله استدلالاتی که منجر به افزایش حمایت از رشد برون‌گرا شد، عبارتند از:

۱. سیاست‌های برون‌گرا حداقل آسیب را برای اقتصاد خرد به همراه دارد و کارایی و منافع بی‌شماری را به بار می‌آورد.

۲. اثرات چندگانه مرتبط با تجارت بین‌المللی و گردشگری ممکن است که رشد اقتصادی بلندمدت را از طریق گسترش تولید کل و اشتغال فراهم آورد.

۳. درآمدهای کسب‌شده از تجارت و گردشگری ممکن است ثبات اقتصاد کلان را از طریق کمک به تراز تجاری و حساب‌های خارجی پرورش دهد که برای دستیابی به رتبه‌های برتر در بازارهای بین‌المللی (و از این‌رو دستیابی به وام‌های خارجی و سایر سرمایه‌گذاری‌ها) حائز اهمیت است.

۴. چنین درآمدهایی ممکن است ارزش خارجی برای کالاهای وارداتی به‌ویژه کالاهای سرمایه‌ای مورد نیاز برای افزایش ظرفیت تولید را فراهم آورد.

با در نظر گرفتن تمام اینها، این استدلالات جهت‌گیری بسیاری از کشورها به سمت اقتصاد برون‌گرا را نشان می‌دهد. آنچه که از استراتژی‌های توسعه برون‌گرا نادیده گرفته شده است، این است که تمرکز صرف بر تجارت و گردشگری، نگرانی‌هایی در مورد اهداف توسعه وسیع‌تر بهبود استانداردهای زندگی و ترویج رشد متعادل‌تر در میان بخش‌های اقتصادی و مناطق جغرافیایی مختلف ایجاد می‌کند. در صورت نبود ارتباط عمیق و مناسب بین اقتصاد یک کشور با بخش‌های خارجی ممکن است محدودیت‌هایی رخ دهد که منجر به عدم تحریک توسعه بیشتر شود.

## ۱-۲. گردشگری و رشد اقتصادی

یکی از آثار استراتژی توسعه برون‌گرا در بسیاری از کشورها، ترویج بخش‌های جدید مانند گردشگری و صادرات غیرسنتی بود. تاکنون، در ادبیات توسعه بر گردشگری و صادرات غیرسنتی تمرکز شده و ادبیات موجود حاکی از این است که گردشگری نیز به‌عنوان بخش مهمی از رشد برون‌گرا ارتقاء یافته است. تئوری‌ها بیانگر این است که افزایش گردشگری به‌ویژه در کشورهای کم‌درآمد که امکان صنعتی‌شدن سریع را ندارند، می‌تواند منجر به تنوع اقتصادی بدون اتکای بیش از حد به صادرات سنتی شود.

گردشگری یکی از بخش‌های صادراتی مهم است که از نظر مارین<sup>۱</sup> (۱۹۹۲) تفاوت آن با صادرات کالاها و خدمات این است که مصرف‌کننده آن را در کشور میزبان مصرف می‌کند. این صنعت، اگرچه نمی‌تواند اقتصاد شهر را به‌طور کامل بسازد، اما نقش مثبتی از طرق مستقیم و غیر مستقیم در اقتصاد جوامع ایفا می‌کند. اثرات مستقیم صنعت گردشگری از مخارج اولیه گردشگران برای کالاها و خدمات مصرفی ایجاد می‌شود. این بخش از اثرات، باعث ایجاد اشتغال مستقیم و کسب درآمدهای ارزی از طریق تولید و فروش کالاها و خدمات به گردشگران می‌شود (باچر و همکاران،<sup>۲</sup> ۲۰۰۳). بر اساس نظر مارین (۱۹۹۲)، گردشگری به‌صورت غیرمستقیم نیز بر رشد تأثیر می‌گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل آثار سرریز<sup>۳</sup> و یا دیگر آثار خارجی<sup>۴</sup> نشان می‌دهد. به‌عبارت دیگر، گردشگری می‌تواند به‌عنوان موتور محرک برای رشد اقتصادی عمل کند و رشد سایر فعالیت‌های اقتصادی را نیز که با آن صنعت مرتبط هستند و به آن، کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند به همراه داشته باشد.

## ۲-۱. پیشینه تحقیق

اهمیت رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی کشورها از جمله موضوعات غیر قابل اغماض است که همواره مورد توجه بسیاری از پژوهشگران کشورهای مختلف قرار گرفته است. در ادامه، به مواردی از این مطالعات اشاره می‌شود.

ایجنیو- مارتین و همکاران<sup>۵</sup> (۲۰۰۴)، به بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی در ۲۱ کشور امریکای لاتین در سال‌های ۱۹۵۸-۱۹۹۸ با استفاده از روش داده‌های تابلویی<sup>۶</sup> و تخمین‌زنده‌ی آرلانو- بوند<sup>۷</sup> پرداختند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در کشورهای با درآمد سرانه پایین (۳ کشور) و نیز در کشورهای با درآمد متوسط (۱۱ کشور) رشد گردشگری بر رشد اقتصادی کشور مؤثر بوده است و تأثیر مثبتی بر آن دارد؛ اما در کشورهای با درآمد بالا (۷ کشور) این رابطه عکس شده و رشد گردشگری اثر منفی بر رشد اقتصادی می‌گذارد.

گوندوز و هاتمی<sup>۸</sup> (۲۰۰۵) رابطه صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را در سال‌های ۱۹۶۳-۲۰۰۲ با استفاده از آزمون علیت، برای کشور ترکیه مورد بررسی قرار دادند. نتایج این مطالعه حاکی از وجود یک رابطه یک‌طرفه از صنعت گردشگری به رشد اقتصادی است. به‌عبارت دیگر، در این مطالعه گردشگری بر رشد اقتصادی اثرگذار بوده است.

وان- چن و بونانگ<sup>۹</sup> (۲۰۰۸)، در مطالعه‌ای به بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از داده‌های سالانه ۱۹۹۵-۲۰۰۵ در ۸۸ کشور مختلف پرداختند. آنها از یک مدل غیرخطی برای این بررسی

1. Marin 2. Butcher and et al 3. Spillovers  
4. Externalities 5. Eugenio- Martin and et al 6. Panel Data Approach  
7. Arellano- Bond Estimator 8. Gunduz and Hatemi  
9. Wan- Chen and Bwo- Nung

استفاده کرده و به تحلیل این موضوع پرداختند. نتایج برآورد انجام شده نشان می‌دهد که رابطه مثبت و معناداری بین رشد گردشگری و رشد اقتصادی در این کشورها وجود دارد.

کاتیرکویگلو<sup>۱</sup> (۲۰۰۹)، با استفاده از روش جوهانسون، رابطه رشد اقتصادی و صنعت گردشگری را برای کشور ترکیه مورد بررسی قرار داد. این مطالعه که برای سال‌های ۱۹۶۰-۲۰۰۶ طراحی شده بود، برخلاف مطالعات بالا رابطه علیت از صنعت گردشگری به رشد اقتصادی را رد کرد.

لیتاوو<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی را طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۸ برای پرتغال و ۲۰ کشور همسایه‌اش با استفاده از تخمین‌زننده گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی بررسی کرد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که گردشگری اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد.

در کنار مطالعات بین‌المللی، در بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی مطالعات داخلی بسیاری انجام شده است که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم.

یاوری و همکاران (۱۳۸۹)، با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته، رابطه بین صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را در منتخبی از کشورهای عضو کنفرانس اسلامی<sup>۳</sup> در دوره ۱۹۹۰-۲۰۰۷ بررسی کردند. نتایج تجربی حاصل از این تحقیق، رابطه مثبت بین مخارج گردشگری و رشد اقتصادی را در این کشورها تأیید می‌کند.

جعفری صمیمی و همکاران (۲۰۱۱)، رابطه علیت بین صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را با استفاده از مدل پانل خودرگرسیون برداری<sup>۴</sup>، برای کشورهای در حال توسعه و در دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۹ مورد بررسی قرار دادند. نتایج حاکی از آن است که در بلندمدت رابطه دوطرفه مثبتی بین این دو متغیر وجود دارد. به عبارت دیگر، در عین حال که گردشگری منجر به رشد اقتصادی می‌شود، رشد اقتصادی و سطح توسعه نیز عامل مهمی در جذب گردشگران است.

صفدری و همکاران (۲۰۱۲)، رابطه بلندمدت بین مصارف صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را برای ایران و در دوره ۱۹۷۵-۲۰۰۸ بررسی کرده‌اند. نتایج این مطالعه که براساس مدل خودرگرسیون برداری انجام شده است، بیانگر آن است که مخارج گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد.

<sup>1</sup>. Katircioglu

<sup>2</sup>. Leitao

<sup>3</sup>. Organization of the Islamic Conference (OIC)

<sup>4</sup>. Panel Vector Autoregressive Model (P-VAR)

## ۲. روش تحقیق

با توجه به اهمیت موضوع، در ادامه به مدل‌سازی تأثیر مخارج گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه می‌پردازیم.

فایسا و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) اشاره می‌کنند که اکثر مدل‌های رشد که در کشورهای در حال توسعه به کار می‌روند، در چارچوب الگوی رشد سولو<sup>۲</sup> (۱۹۵۶) قرار می‌گیرند. الگوی مزبور از یک تابع تولید آغاز می‌شود که به‌وسیله آن سطح محصول کل (تولید کل) به عوامل تولید مرتبط می‌گردد. این تابع را می‌توان به صورت زیر نشان داد:

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

که در آن،  $y$  سطح محصول کل تولیدشده (محصول بالقوه)،  $K$  ذخیره سرمایه فیزیکی،  $L$  نیروی کار،  $Z$  بردار عوامل مؤثر بر رشد و متغیر  $A$  عامل بهره‌وری را اندازه‌گیری می‌کند. به‌منظور تعیین کنش نرخ رشد اقتصادی نسبت به مخارج گردشگری و دیگر منابع اثرگذار بر رشد مانند سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی و فیزیکی، سرمایه‌گذاری خارجی از تابع تولید لگاریتمی زیر استفاده می‌کنیم:

$$\ln GDP_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln TRP_{it} + \beta_2 \ln GCF_{it} + \beta_3 \ln EFI_{it} + \beta_4 \ln SCH_{it} + \beta_5 \ln FDI_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

که در آن:

$\ln GDP_{it}$ : لگاریتم طبیعی GDP واقعی سرانه،

$\ln TRP_{it}$ : لگاریتم طبیعی مخارج گردشگری<sup>۳</sup>،

$\ln GCF_{it}$ : لگاریتم طبیعی تشکیل سرمایه ثابت ناخالص که به‌صورت درصدی از GDP واقعی بوده و به‌عنوان سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی در نظر گرفته می‌شود (بارو<sup>۴</sup> (۱۹۹۰) و گروسمن و هلیمن (۱۹۹۱)).

$\ln EFI_{it}$ : لگاریتم شاخص آزادی اقتصادی<sup>۵</sup>،

1. Fayissa and et al

2. Solow

۳. به‌طور کلی، مخارج گردشگری از سوی سازمان جهانی گردشگری این‌گونه تعریف می‌شود: «کل مخارج مصرفی بازدیدکننده طی بازدید و اقامت وی در مقصد».

4. Barro

۵. بنابر تعریف بنیاد هریتیج، آزادی اقتصادی عبارت است از: امکان تولید، توزیع و مصرف کالاها و خدمات، فارغ از فشار یا اجبار بیش از حد نیاز دولت. شاخص آزادی اقتصادی هریتیج با استفاده از ترکیب حدود ۴۰ مؤلفه که در ۱۰ شاخص فرعی دسته‌بندی شده‌اند، محاسبه و ارائه می‌شود. این شاخص‌های فرعی عبارتند از: آزادی تجاری، آزادی کسب و کار، آزادی مالیاتی، اندازه دولت، آزادی پولی، آزادی سرمایه‌گذاری، آزادی نظام مالی (تأمین اعتبار)، حقوق مالکیت، آزادی از فساد اقتصادی و در نهایت آزادی نیروی کار. در این مؤسسه برای تعیین شاخص آزادی اقتصادی کشورهای مختلف جهان، به هر یک از این ده متغیر، عددی بین صفر تا صد اختصاص داده می‌شود که هرچه این عدد به ۱۰۰ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده بالاتر بودن میزان آزادی در آن بخش است. برآیند عددی که به این ده متغیر تعلق می‌گیرد، شاخص آزادی اقتصادی را ایجاد می‌کند.

$LnSCH_{it}$  لگاریتم میزان ثبت‌نام افراد در دوره دبیرستان که به‌عنوان جانشینی از سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی استفاده می‌شود،  
 $LnFDI_{it}$ : لگاریتم سرمایه‌گذاری خارجی،  
 به‌منظور تخمین پارامترها از روش برآورد Panel Data استفاده خواهیم کرد که به‌صورت زیر ارائه می‌شود:

$$Y_{it} = \delta_i + \Gamma_t + (X_{it})\Phi + \psi_{it} \quad (3)$$

$Y_{it}$ : لگاریتم طبیعی سرانه GDP واقعی در کشور  $i$  در سال  $t$ ،  
 $X_{it}$ : بردار متغیرهای توضیحی (سرانه‌ی گردشگری، سرمایه‌گذاری در سرمایه‌ی انسانی و سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌گذاری خارجی و شاخص آزادی اقتصادی) برای کشورهای  $m$ ،  $i=1, 2, \dots, m$  در زمان  $t=1, 2, \dots, T$

$\Phi$ : یک بردار اسکالر (ماتریس تک‌عنصری) از پارامترهای  $\beta_1, \dots, \beta_5$

$\psi$ : جزء اخلاص تصادفی است که:  $E(\psi)=0, \text{Var}(\psi)=\sigma_\psi^2$

$\delta_i$  و  $\Gamma_t$ : به ترتیب نشان‌دهنده تأثیرات ویژه مقاطع و زمان هستند.

از دیدگاه ایجنیو و همکاران (۲۰۰۴)، در بیشتر مدل‌ها و هم‌چنین مدل‌های رشد، متغیرهای توضیحی مدل یا دارای خاصیت درون‌زایی<sup>۱</sup> قوی هستند، یا وقفه‌ای از متغیر وابسته در سمت متغیرهای توضیحی وجود دارد و یا هر دو مورد در مدل وجود دارند. از این‌رو، در تجزیه و تحلیل اثر گردشگری بر رشد اقتصادی، از مدل پویای آرانو و بوند (۱۹۹۱) که برای رفع این مشکلات ارائه شده است، استفاده می‌کنیم. مدل پویای آرانو و بوند به‌صورت زیر نوشته می‌شود:

$$\Delta Y_{it} = \alpha' \Delta Y_{it-1} + \beta' \Delta X_{it-1} + \gamma' Z_{it} + v_i + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

که در آن،

$\Delta Y_{it}$ : اولین تفاضل لگاریتم طبیعی رشد درآمد سرانه در کشور  $i$  و در طول دوره  $t$ ،

$\Delta Y_{it-1}$ : تفاضل متغیر وابسته با تأخیر زمانی،

$\Delta X_{it-1}$ : بردار متغیرهای تأخیری و متغیرهای درون‌زا،

$Z_{it}$ : بردار متغیرهای برون‌زا،

$\alpha$ ،  $\beta$  و  $\gamma$  نشان‌دهنده پارامترهای برآورد شده است،

$\varepsilon_{it}$  و  $v_i$ : فرض می‌شود که در همه زمان‌ها در کشور  $i$  مستقل هستند.

عبارت  $v_i$  به اثرات ویژه مقطع  $i$  اشاره دارد که به‌طور مستقل و یکسان در همه کشورها توزیع شده است؛ در حالی که  $\varepsilon_{it}$  جزء اخلاص تصادفی است و فرض می‌شود که به‌طور مستقل توزیع شده‌اند.

همان‌طور که اشاره شد، وجود دو عامل متغیرهای درون‌زا و وقفه‌ای از متغیر وابسته در سمت متغیرهای توضیحی، استفاده از روش پانل پویا را الزامی می‌کند. در مطالعه حاضر علاوه بر وجود این عوامل، با انجام

<sup>1</sup>. Endogeny



تست خودهمبستگی که با استفاده از نرم افزار Stata 11 صورت گرفت، دریافتیم که بین جملات خطا خودهمبستگی وجود دارد و وجود این عامل نیز یکی از دلایل استفاده از پانل پویا در این مطالعه است. برآوردگرهای پویا دو برآوردگر GMM و System-GMM هستند. رویکرد System-GMM امکان معرفی ابزارهای بیشتری را فراهم می‌کند و می‌تواند به‌طور چشمگیری باعث بهبود کارایی ضرایب شود. به همین دلیل System-GMM بر GMM ارجحیت دارد (و به همین دلیل در پژوهش حاضر، برآوردها را از طریق رویکرد برتر انجام داده‌ایم). از طرف دیگر، در حالی که برخی از متغیرها مانند FDI و SCH، بر رشد اقتصادی یک کشور مؤثر هستند، شواهد زیادی (از جمله هانسن و رند<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) و دی‌ملو<sup>۲</sup> (۱۹۹۹)) وجود دارد که اثر رشد اقتصادی را بر این متغیرها نشان می‌دهند. بنابراین، وجود این متغیرها به‌عنوان متغیر درون‌زا، سیستمی از معادلات را به‌وجود می‌آورد و به همین دلیل به‌جای GMM، از تخمین‌زن System-GMM ارائه‌شده توسط آزلانو-باورا/بلاندل-بوند<sup>۳</sup> (۱۹۹۸) برای تخمین ضرایب استفاده می‌کنیم. بنابر نظر میلوا<sup>۴</sup> (۲۰۰۷) این روش باعث افزایش کارایی نتایج تخمین می‌شود.

### ۳. تجزیه و تحلیل

به‌منظور تخمین معادله (۲)، ابتدا لازم است نوع روش تخمین جهت نوع داده‌های ترکیبی-مقطعی تعیین شود. رایج‌ترین آزمون‌ها در این زمینه آزمون چاو<sup>۵</sup> و آزمون هاسمن<sup>۶</sup> است. در این مطالعه، این دو آزمون را با استفاده از نرم‌افزار Eviews6 انجام داده‌ایم.

#### ۳-۱. آزمون چاو

آزمون چاو برای آزمون انتخاب بین روش حداقل مربعات معمولی<sup>۷</sup> و مدل آثار ثابت به‌کار می‌رود. مفروضات این مدل به صورت زیر است:

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_{n-1} = 0$$

$$H_1 = \text{Not}$$

$\mu$  ضریب متغیر مجازی در مدل آثار ثابت است. در این آزمون، فرضیه صفر بیانگر یکسان بودن ضرایب و عرض از مبدأ در داده‌های مورد مطالعه است. از این رو، رد فرضیه صفر مبین استفاده از داده‌های پانلی و عدم رد فرضیه صفر بیانگر استفاده از روش حداقل مربعات معمولی ادغام شده است. نتایج این آزمون در جدول (۱) آمده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود نتایج بیانگر رد فرضیه صفر و لزوم استفاده از روش پانل است.

<sup>۱</sup>. Hansen and Rand 2. de Mello 3. Arellano- Bover/ Blundell- Bond

4. Mileva 5. Chow Test 6. Hausman Test

7. OrdinaryLeast Squares

جدول ۱- نتایج آزمون چاو

Effect Test	statistic	Chi-sq,df	Prob
Cross-section F	۲/۶۳۲	۱۱	۰/۰۰۲۷

مأخذ: محاسبات تحقیق.

۳-۲. آزمون هاسمن

اگر در آزمون چاو تشخیص داده شود که می توان برای تمام مقاطع یا زمان ها در مطالعه، عرض از مبدأهای جداگانه در نظر گرفت، آنگاه باید به آزمون انتخاب بین تخمین با اثرات تصادفی و اثرات ثابت نیز مبادرت ورزید. فرض اصلی در الگوی اثرات ثابت این است که جزء خطا می تواند با متغیرهای توضیحی همبسته باشد، در حالی که در الگوی اثرات تصادفی فرض بر این است که همبستگی بین جزء خطا با متغیرهای توضیحی وجود ندارد. آزمون هاسمن، از معیار کای- دو استفاده می کند. در صورتی که احتمال آماره آزمون بیش از ۵٪ باشد، در سطح معناداری ۹۵ درصد می توان اثرات تصادفی را به اثرات ثابت ترجیح داد؛ در غیر این صورت، اثرات ثابت انتخاب می شود. همان گونه که جدول شماره (۲) نشان می دهد، الگوی مناسب برای داده های این مطالعه الگوی تخمین با اثرات ثابت است.

جدول ۲- نتایج آزمون هاسمن

Effect test	statistic	Chi-sq,df	Prob
Cross section Random	۲۳/۸۳۴	۵	۰/۰۰۰۲

مأخذ: محاسبات تحقیق.

۳-۳. الگوی اثرات ثابت

در مطالعه حاضر، روش اثرات ثابت را با استفاده از نرم افزار Stata11 انجام داده و به نتایج جدول (۳) دست یافته ایم:

جدول ۳- نتایج برآورد تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی به روش اثرات ثابت

متغیر وابسته: رشد اقتصادی (GDP)			
آزمون داده های ترکیبی			متغیرهای توضیحی
P- value	آماره ی آزمون	ضرایب	
۰/۰۰۰	۲۶/۵۵	۰/۶۰۳	TRP
۰/۰۱۷	۲/۳۹	۰/۱۳۰	GCF
۰/۰۰۰	۴/۵۷	۰/۶۷۵	EFI
۰/۰۰۰	۴/۰۴	۰/۱۸۳	SCH
۰/۰۵۲	-۱/۹۵	-۰/۰۲۲	FDI

ضریب ثابت	-۸/۴۲۷	-۱۳/۷۲	۰/۰۰۰
آماره F	۳۸۵/۵۷		
P- value	۰/۰۰۰		
R <sup>2</sup>	۰/۷۷۹		

مأخذ: محاسبات تحقیق.

همان‌طور که نتایج بالا نشان می‌دهند، گردشگری (TRP) اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد. طبق این برآورد، یک درصد افزایش در مخارج گردشگری منجر به افزایش ۰/۶ درصدی در رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه خواهد شد. سرمایه‌گذاری خارجی (FDI) منجر به کاهش GDP می‌شود و دیگر متغیرهای در نظر گرفته‌شده نیز از نظر آماری در سطح بالایی معنادار بوده و اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارند. در واقع، بر اساس نتایج، با افزایش یک درصدی سرمایه‌گذاری در سرمایه‌فیزیکی (GCF)، ۰/۱۳ درصد افزایش در GDP صورت می‌گیرد. افزایش یک درصدی در شاخص آزادی اقتصادی (EFI) و افزایش یک درصدی سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی (SCH) به ترتیب منجر به افزایش ۰/۶۷ درصدی و ۰/۱۸ درصدی در GDP می‌شوند. به عبارت دیگر، براساس برآوردهای حاصل از روش اثرات ثابت، در مجموع می‌توان گفت که توسعه صنعت گردشگری، افزایش سرمایه‌گذاری در سرمایه فیزیکی، افزایش شاخص آزادی اقتصادی (آزادی تجاری، آزادی کسب و کار، آزادی مالیاتی، اندازه دولت، آزادی پولی، آزادی سرمایه‌گذاری، آزادی نظام مالی (تأمین اعتبار)، حقوق مالکیت، آزادی از فساد اقتصادی و آزادی نیروی کار) و نیز افزایش سرمایه‌گذاری در سرمایه‌ی انسانی منجر به افزایش رشد اقتصادی می‌شوند.

### ۳-۴. تخمین‌زن گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی

علاوه‌بر تخمین مدل با استفاده از تخمین‌زن اثرات ثابت، مدل مربوطه به‌منظور کنترل بهتر درون‌زایی متغیرهای توضیحی و رفع مشکل خودهمبستگی، به روش برآوردگر System GMM با استفاده از نرم‌افزار Stata11 نیز تخمین زده شده است. نتایج حاصل از این تخمین در جدول (۴)، ارائه شده است.

جدول ۴- نتایج برآورد تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی به روش System GMM

متغیر وابسته: رشد اقتصادی (GDP)			
آزمون داده‌های ترکیبی			متغیرهای توضیحی
P-value	آماره یا آزمون	ضرایب	
۰/۰۰۰	۲۵/۲۶	۰/۵۴۵	GDP(-1)

۰/۰۰۰	۱۴/۷۸	۰/۲۱۴	TRP
۰/۰۰۰	۶/۵۶	۰/۱۳۵	GCF
۰/۰۰۲	۳/۰۹	۰/۱۹۶	EFI
۰/۰۰۰	۱۲/۴۶	۰/۲۴۹	SCH
۰/۰۰۰	۷/۶۲	۰/۰۳۲	FDI
۰/۰۰۰	-۷/۹۱	-۲/۸۸۱	ضریب ثابت
۰/۰۰۲			Arellano-Bond test for AR(1), (p value)
۰/۸۳۳			Arellano-Bond test for AR(2), (p value)
۰/۱۱۳			Sargan test of overid, (p value)
۰/۰۰۰			Wald test (p value)

مأخذ: محاسبات تحقیق.

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، نتایج حاکی از آن است که به ازای یک درصد افزایش در گردشگری (TRP)، رشد اقتصادی ۰/۱۷ درصد در همان جهت تغییر می‌یابد. گذشته از این، افزایش یک درصدی در GCF، EFI، SCH و FDI به ترتیب منجر به افزایش GDP به میزان تقریباً ۰/۱۳، ۰/۱۹، ۰/۲۴، ۰/۳۲ می‌شود و به عبارت دیگر، همه متغیرهای برآورد شده دارای علامت‌های سازگار با تئوری‌های موجود هستند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که تمام متغیرها از نظر آماری معنادار هستند. براساس نتایج آزمون والد که دارای توزیع  $\lambda^2$  با درجات آزادی معادل متغیرهای توضیحی منهای جزء ثابت است، فرضیه صفر مبنی بر صفر بودن تمام ضرایب در سطح معناداری ۹۵ درصد رد و در نتیجه اعتبار ضرایب برآورد شده تأیید می‌شود. آماره آزمون سارگان نیز که از توزیع  $\lambda^2$  با درجات آزادی برابر با محدودیت‌های بیش از حد مشخص<sup>۱</sup> برخوردار است، آزمون صفر مبتنی بر ناهمبسته بودن پسماندها با متغیرهای ابزاری (معتبر بودن ابزارها) را رد نمی‌کند و بنابراین، می‌توان گفت که نتایج حاصل، معتبرند. AR(2) دارای فرض صفر مبتنی بر عدم خودهمبستگی است. چنان‌که شواهد فوق نشان می‌دهد، نتایج آزمون، وجود خودهمبستگی را رد می‌کنند.

<sup>1</sup>. Over-identifying restrictions

## ۴. نتیجه‌گیری و پیشنهادات

دستیابی به رشد اقتصادی بالا و پایدار، نیازمند شناخت عوامل مؤثر بر آن است. در میان عوامل مختلف مؤثر بر رشد و توسعه اقتصادی کشورها، صنعت توریسم یکی از عواملی است که گسترش آن موفقیت‌های قابل ملاحظه‌ای را برای برخی از کشورها به دنبال داشته است. از این‌رو، در مطالعه حاضر رابطه بین صنعت گردشگری و رشد اقتصادی در منتخبی از کشورهای در حال توسعه با استفاده از تخمین‌زن‌های اثرات ثابت و گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج برآوردها نشان می‌دهد که گردشگری تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه دارد و بنابراین، این کشورها نه تنها از طریق منابع متداول رشد (از جمله سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی و ...) بلکه از طریق توسعه صنعت گردشگری نیز می‌توانند به رشد و توسعه اقتصادی دست یابند؛ زیرا صنعت گردشگری و گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع مهم و پر درآمد جهان به‌ویژه در قرن ۲۱، شناخته شده و از عواملی است که گسترش آن اثرات زیست‌محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مختلفی در کشورها به دنبال دارد. بنابراین، لازم است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان جهت افزایش رشد اقتصادی، به این صنعت توجه بیشتری داشته باشند و به‌منظور توسعه آن، سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی برای این بخش در نظر داشته باشند و موانع توسعه این صنعت از جمله عوامل زیربنایی، رفاهی و فرهنگی را تا حد ممکن رفع کنند.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). «توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار». تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

یآوری، کاظم، رضاقلی‌زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، سید محمدحسن (۱۳۸۹). «تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)». مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۴۵: ۹۱.

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

Barro, R. J (1990). "Government Spending in a Simple Model of Endogenous Growth". *Journal of Political Economy*, 98:103-25.

Bauer, P. & Yamey, B (1968). "Markets, Market Control and Marketing Reform". London: Weidenfeld and Nicolson.

Blundell, R. and Bond, S (1998). "Initial Conditions and Moment restrictions in Dynamic Panel Data Models". *Journal of Econometrics*, 87:115-143.

Butcher, G., Fairweather, J. R. & Simmons, D. G (2003). "The economic impact of tourism on christchurchcity and akaroa township." [http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/6862/908\\_Rpt37f\\_s3363.pdf](http://www.lincoln.ac.nz/PageFiles/6862/908_Rpt37f_s3363.pdf) (access 1 Mars 2013).

de Mello, L. R (1999). "Foreign Direct Investment- led Growth: Evidence from Time Series Panel Data". *Oxford Economic Papers*, 51(1): 133-151.

Eugenio-Martín, J., Martín Morales, N., & Scarpa, R (2004). "Tourism and economic growth in Latin American Countries": A panel data approach. *Milan, Italy, FondazioneEni Enrico Mattei Nota di Lavoro*, (26).

Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadasse, B (2007). "The impact of tourism on economic growth and development in Africa", (16).

Haberler, G (1950). "Some Problems in the Pure Theory of International Trade". *Economic Journal* 60:223-240.

Hansen, H. & Rand, J (2006). "On the Causal Links between FDI and Growth in Developing Countries" .

<http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1467-9701.2006.00756.x>(access 1 Mars 2013).

Heritage Foundation (2005). "Index of Economic Freedom" (available at <http://www.heritage.org/research/features/index/scores.cfm>.)

Grossman, G. M. & Helpman, E.(1991). "Innovation and Growth in the Global Economy". MIT Press, Cambridge, MA.

- Gunduz, L. & Hatemi, J.A (2005). "**Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?**" *Applied Economic Letters*, 12: 499-504.
- Katircioglu, S.T (2009). "**Tourism, trade and growth: The case of Cyprus.**" *Applied Economics*, 41: 2741-2750.
- Leitao, N. C (2011). "**Tourism and economic growth: a panel data approach.**"  
[http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/1/543/10400,15/NunoLeitao\\_APE\\_2011.pdf](http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/1/543/10400,15/NunoLeitao_APE_2011.pdf) (access 1 Mars 2013).
- Marin, D (1992). "**Is The Export-Led Hypothesis Valid for Industrialize Countries?**" *Review of Economics and Statistics*, 74: 678-688.
- Mileva, E (2007). Using "**Arellano-Bond Dynamic Panel GMM Estimators in Stata**". *Tutorial, Fordham University, New York*.
- Safdari, M., AbouieMehrizi, M. & Elahi, M (2012). "**Impact of Tourism Spending on Economic Growth in Iran**". *American Journal of Scientific Research*. 48: 68-73.
- 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.
- Solow, R (1956). A "**Contribution to the Theory of EconomicGrowth.**" *Quarterly Journal of Economics*, 70:65-94.
- United Nation World Tourism Organization (2010). UNWTO Tourism Highlights.
- Viner, J (1953). "**International Trade and Economic Development**". *Oxford: Clarendon Press. Weaver, D*.
- Wan- Chen, P. &Bwo-Nung, H (2008). "**Tourism, development and economicgrowth– a nonlinear approach**". *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 387(22): 5535-5542.
- World Tourism Organization (2006). WTO Tourism Highlights.

اسامی کشورهایی که آمارشان در مدل تجربی مورد استفاده قرار گرفته است.

۱	ایران	۱۸	تونس	۳۵	ترکیه	۵۲	اوگاندا
۲	کامرون	۱۹	بنگلادش	۳۶	بنین	۵۳	بورکینا فاسو
۳	گینه	۲۰	چین	۳۷	کوبا	۵۴	السالوادور
۴	لبنان	۲۱	هند	۳۸	جامائیکا	۵۵	قرقیزستان
۵	مونتنگرو	۲۲	ماداگاسکار	۳۹	مالی	۵۶	مکزیک
۶	آرژانتین	۲۳	پاکستان	۴۰	فیلیپین	۵۷	رومانی
۷	کیپورد	۲۴	بلاروس	۴۱	بوتسوانا	۵۸	بوروندی
۸	گویان	۲۵	کلمبیا	۴۲	جیبوتی	۵۹	اتیوپی
۹	لیتوانی	۲۶	اندونزی	۴۳	اردن	۶۰	لائوس
۱۰	مراکش	۲۷	مالاوی	۴۴	موریتانی	۶۱	مولداوی
۱۱	ارمنستان	۲۸	پاناما	۴۵	لهستان	۶۲	روسیه
۱۲	شیلی	۲۹	بلیز	۴۶	بلغارستان	۶۳	عربستان سعودی
۱۳	مجارستان	۳۰	کرواسی	۴۷	مصر	۶۴	جورجیا
۱۴	مقدونیه	۳۱	الجزایر	۴۸	قزاقستان	۶۵	لاتویا
۱۵	عمان	۳۲	مالزی	۴۹	موریس	۶۶	مغولستان
۱۶	کامبوج	۳۳	پاراگوئه	۵۰	قطر	۶۷	روآندا
۱۷	اکراین	۳۴	سنگال	۵۱	تاجیکستان	۶۸	تایلند