

بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی کشور ایران با تأکید بر صنایع غیر نفتی (مطالعه موردی: صنعت گردشگری)

سمیرا متقی^۱

تاریخ وصول: ۱۳۹۵/۱/۱۵، تاریخ تایید: ۱۳۹۵/۲/۱۵

چکیده

مقاله حاضر، با بررسی عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی با تأکید بر صنایع غیرنفتی مانند گردشگری، که در برنامه‌های توسعه‌ای کشور نیز به شدت مورد توجه قرار گرفته است، به تجزیه و تحلیل تأثیر مستقیم و غیرمستقیم شاخص‌های رشد اقتصادی دوره قبل، دریافتی‌های گردشگران بین‌المللی و نرخ ارز حقیقی بر رشد اقتصادی کشور ایران طی دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ پرداخته و این مهم را با تحلیل نتایج حاصل از مدل‌سازی تحقیق و به روش توصیفی - تحلیلی، صورت داده است.

نتایج به دست آمده موید این امر است که: اولاً؛ شاخص‌های رشد اقتصادی دوره قبل، دریافتی از گردشگران بین‌المللی و نرخ ارز حقیقی، به ترتیب، بیشترین تأثیر را بر رشد اقتصادی کشور ایران، طی دوره زمانی مذکور داشته‌اند، که این نشان‌دهنده اثرگذاری بسیار نرخ رشد دوره قبل بر نرخ رشد دوره جاری و به عبارتی اثر پروانه‌ای در رشد اقتصادی است. در ثانی؛ ضریب قابل قبول شاخص دریافتی از گردشگران بین‌المللی (نماینده رشد صنعت توریسم)، از یک سو، حاکی از تأثیر مستقیم و بسیاربالای صنعت مذکور بر رشد اقتصادی کشور ایران می‌باشد (تأثیر دریافتی از گردشگران بر GDP) و از سوی دیگر، با تأثیر بر سایر بخش‌های اقتصادی، منجر به تأثیر غیرمستقیم بر رشد اقتصادی می‌گردد، همچنین این اثر دوگانه در نرخ ارز حقیقی نیز به چشم می‌خورد.

کلیدواژگان: گردشگری، توسعه، رشد اقتصادی.

مقدمه

صنعت گردشگری با قراردادن منبع درآمد ارزی مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار یک کشور، به عنوان یکی از صنایع مهم و پردرآمد، نقش بسیار مهمی را در رشد و توسعه اقتصادی از طریق تولید ارزهای خارجی، افزایش اشتغال، تحریک اقتصاد محلی و ... ایفا می‌کند (Scheyvens and Momsen 2008) و به علت خصلت بین‌رشته‌ای خود قابلیت نگرش‌های متفاوت را دارا می‌باشد، که خود سبب ارائه تعاریف بسیاری از آن گردیده است. در تعاریف اولیه بیشتر بر بعد فاصله تأکید گردیده و گردشگران بر مبنای فاصله‌ای که از محل مسکونی داشتند، طبقه‌بندی می‌شدند. به‌گونه‌ای که کمیسیون ملی گردشگری آمریکا (۱۹۷۳) در تعریف گردشگری داخلی فاصله پنجاه مایل را در نظر گرفته که دربرگیرنده تمامی سفرها به جز سفر برای کار می‌شد (گارتنر، ۱۹۹۶: ۵). تعاریف فاصله‌ای صرف نظر از خطا و اشتباهات، تنها به این دلیل که کمیته اقتصادی و آماری را برای پدیده گردشگری آماده می‌کند، مورد قبول واقع گردید. در حالی که این تعاریف فاصله‌ای به تنهایی نمی‌توانست گردشگری را به‌خوبی توصیف کند. آنها تنها بر جنبه تقاضا تأکید داشتند و عرضه و همچنین اثرات ناشی از گردشگری را نادیده می‌گیرند. از این رو گردشگری به تعاریف دیگری احتیاج پیدا می‌کند. بر این مبنا تعاریف دیگری ارائه می‌گردد که هر یک از آنها در ابعاد مختلف، گردشگری را توصیف می‌کنند. در بعد جغرافیایی گردشگری زمانی از فعالیت‌گذران اوقات فراغت یا تفریح که مستلزم غیبت شبانه از مکان مسکونی عادی است تعریف می‌شود (اسکینر، ۱۹۹۰: ۲۸۰). از بعد اجتماعی نیز تعریف گردشگری، فصل مشترک بین زندگی عادی ساکنان بومی و زندگی غیرعادی گردشگران را دربرمی‌گیرد (بارنارد، ۱۹۹۶: ۵۵۲).

توسعه صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی چون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه‌اند، می‌تواند از اهمیت فراوانی برخوردار باشد. در زمینه قدرت اشتغال‌زایی این صنعت می‌توان به این نکته اشاره کرد که درمقابل ورود هر ۶ نفر جهانگرد به کشور، یک فرصت شغلی برای یک نفر ایجاد می‌شود به‌گونه‌ای که هم کارگران ساده بدون مهارت و هم صاحبان مهارت‌های گوناگون می‌توانند در این صنعت مشغول به فعالیت شوند (مکیان، ۱۳۸۲). طبق آمارهای منتشر شده سازمان جهانی گردشگری روند رو به رشد گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۴ کماکان ادامه دارد و تعداد گردشگران بین‌المللی (یعنی گردشگرانی که اقامت شبانه داشته‌اند) نسبت به سال ۲۰۱۳ با افزایش ۴۸ میلیون نفری یا ۴/۴ درصدی روبه‌رو شد و به رکورد جدید ۱۱۳۵ میلیون نفر رسید. سازمان جهانی جهانگردی در گزارش سالانه خود در سال ۲۰۱۴ اعلام کرده است که گردشگری بین‌المللی با رشد ۴/۴ درصدی یکبار دیگر از پیش‌بینی بلندمدت سازمان جهانی گردشگری مبنی بر رشد سالانه ۳/۸ درصدی برای دوره ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰، فراتر رفته است. این

مساله نشان‌دهنده عملکرد خوب و پایدار گردشگری بین‌المللی به‌رغم چالش‌هایی است که جهان در سال ۲۰۱۴ آن‌ها را سپری کرد؛ چالش‌هایی مانند کندی احیای اقتصادی جهان، درگیری‌های ژئوپلیتیکی و شیوع ویروس ابولا در غرب آفریقا.

کشور ایران از قطب‌های مهم گردشگری در جهان به‌شمار می‌رود و با برخورداری از سابقه‌ی دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و عوامل دیگر، در جایگاه مناسب نقاط پرجاذبه‌ی گردشگری در سطح آسیا و بین‌المللی قرار دارد. ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، تنوع گردشگری و تنوع صنایع دستی به ترتیب جزو ۱۰، ۵ و ۳ کشور اول جهان است (زنگی‌آبادی و دیگران، ۱۳۸۵).

با این وجود، کشور ما به‌رغم غنای تاریخی، فرهنگی و طبیعی به سبب عوامل متعدد در زمینه جذب گردشگر توفیق نداشته است. ایران به‌عنوان کشوری در حال توسعه که ساختار اقتصادی آن به شدت متکی به صادرات نفت و درآمدهای ارزی حاصل از آن بوده است، برای ایجاد یک توسعه همه‌جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع جدید کسب درآمد به جای منابع نفتی، نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌های خود می‌باشد (مدهوشی و ناصرپور، ۱۳۸۲). گردشگری می‌تواند به‌عنوان یکی از راهکارهای علمی، رهایی از اقتصاد تک محصولی و متنوع‌سازی منابع ارزی باشد (صدری و همکاران، ۱۳۸۶). این درحالی است که کشورمان همچنان به درآمد بی‌ثبات نفت وابستگی شدیدی دارد. از اینرو، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه گردشگری و سرمایه‌گذاری‌های کلان کشور در این بخش و توجه به این درآمد حاصل از گردشگری در سطح بین‌المللی کمک قابل ملاحظه‌ای به تأمین مالی کسری حساب جاری و در نتیجه بهبود وضعیت اقتصادی کشور، می‌کند و در سطح منطقه‌ای، گردشگری، به حل مشکل بیکاری کمک می‌کند و جایگزین فعالیت‌هایی می‌شود که مزیت رقابتی خود را از دست داده‌اند (به خصوص در کشورهای مواجه با صادرات مواد خام). بر این اساس، مقاله حاضر بر آن است تا با رویکردی توصیفی - تحلیلی، و با به‌کارگیری داده‌های سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ کشور ایران، به بررسی رابطه بین متغیرها پرداخته و مهمترین عوامل رشد اقتصادی کشور ایران را با تأکید بر صنایع غیرنفتی، مورد بحث و بررسی قرار دهد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

صنعت گردشگری، یکی از صنایع مهم و تأثیرگذار در اقتصاد کشورهاست که بر اساس آمارهای سازمان

ملل متحد و شورای گردشگری و مسافرت‌های جهانی^۱، به صورت مستقیم و غیرمستقیم، اقتصاد جوامع را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد.

تأثیر مستقیم گردشگری بین‌المللی بر اقتصاد، از طریق مخارج کل صورت گرفته در یک کشور خاص توسط ساکنان و افراد غیرمقیم برای اهداف متفرقه، مخارج انجام شده توسط دولت به منظور افزایش جاذبه‌های گردشگری (مانند بهبود فضای موزه‌ها و افزایش تعداد آنها)، ایجاد بخش‌های نهادی و خدماتی گردشگری توسط دولت و بخش خصوصی (مانند هتل‌ها، شرکت‌های هواپیمایی، فرودگاه‌ها، آژانس‌های مسافرتی و اوقات فراغت و خدمات تفریح و سرگرمی در ارتباط مستقیم با گردشگران و ...) صورت می‌گیرد.

همچنین اشتغال ایجاد شده در صنایع و خدمات وابسته به صنعت توریسم، به صورت مستقیم تولید ناخالص داخلی کشورها را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد چرا که، بر اساس آمار WTTC، سهم مستقیم گردشگری در GDP در سال ۲۰۱۲، ۲.۹ درصد از کل GDP بود؛ در حالی که این رقم در سال ۲۰۱۳ به ۴.۳ درصد از GDP افزایش یافته است و این افزایش در درجه اول نشان‌دهنده فعالیت‌های اقتصادی تولید شده توسط صنایعی مانند هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، خطوط هوایی، رستوران‌ها، اوقات فراغت، حمل و نقل مسافران و سایر خدمات وابسته به صنعت گردشگری، می‌باشد.

همچنین، تأثیر غیرمستقیم گردشگری بین‌المللی بر اقتصاد از طریق مخارج سرمایه‌گذاری بلندمدت گردشگری (مانند خرید هواپیما و ساخت‌وساز هتل جدید و ...)، مخارج کلی دولت به نمایندگی از جامعه (مانند بازاریابی و ارتقاء گردشگری، حمل و نقل هوایی، خدمات امنیتی و بهداشتی مناطق پر رفت و آمد و ...)، خرید داخلی کالا و خدمات توسط بخش‌هایی که در ارتباط مستقیم با گردشگران هستند، (مانند خدمات غذا و تمیز کردن توسط هتل‌ها، خدمات سوخت و غذا توسط شرکت‌های هواپیمایی و خدمات IT توسط آژانس‌های مسافرتی) صورت می‌گیرد.

بر این اساس، به نظر می‌رسد که بررسی تأثیر صنعت مذکور بر رشد اقتصادی کشور ایران بسیار حائز اهمیت بوده و بحث و بررسی سیاستمداران و پژوهشگران را می‌طلبد. البته این مهم، توسط پژوهشگران زیادی انجام شده برای نمونه:

جعفری صمیمی و خبره (۱۳۹۴)، در مطالعه تأثیر گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران، به تعیین موقعیت بخش گردشگری مذهبی در اقتصاد استان‌های ایران و تأثیر آن بر رشد اقتصادی این استان‌ها پرداخت. در این راستا، بر اساس اطلاعات مربوط به حساب‌های مناطق استان‌ها، به

1 . WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC)

ارزیابی مزیت نسبی ارزش افزوده گردشگری مذهبی در استان‌های ایران و مقایسه وضعیت بین استان‌ها پرداخت و اثر مزیت نسبی گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در طول برنامه چهارم توسعه را بررسی کرد. نتایج نشان داد که استان‌های قم، سیستان و بلوچستان، یزد، کردستان، زنجان، ایلام و خراسان رضوی بیشترین شاخص موردنظر را در طول برنامه چهارم توسعه به خود اختصاص داده‌اند. همچنین نتایج برآورد براساس رگرسیون داده‌های تابلویی نشان داد که در دوره مورد بررسی اثر مزیت نسبی ارزش افزوده مذهبی بر رشد اقتصادی مثبت و معنادار است.

حسنوند و خدایانه (۱۳۹۳)، در مطالعه تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه: دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا، به دنبال پاسخ به این سوال هستند که آیا بخش گردشگری کشورهای در حال توسعه منجر به رشد اقتصادی این کشورها شده و به این منظور تعدادی کشور را در دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۱ مورد بررسی قرار دادند که نتیجه این تحقیق، ارتباط مثبت را نشان داد.

رنج‌پور و همکاران (۱۳۹۰)، در بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷، از روش هم‌انباشتگی جوهانسن - جوسلیوس و آزمون علیت استفاده کرده‌اند. نتایج آزمون هم‌انباشتگی جوهانسن - جوسلیوس نشان می‌دهد که یک رابطه هم‌انباشتگی بلندمدت بین متغیرهای مذکور وجود دارد و ضریب متغیر درآمد حاصل از گردشگری عددی مثبت می‌باشد. همچنین آزمون‌های علیت نشان می‌دهند که یک رابطه علیت گرنجری بلندمدت از طرف درآمدهای حاصل از توریسم به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت وجود دارد. از این رو می‌توان استدلال کرد که توسعه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان محرک تولید ناخالص داخلی و نیز عامل رشد اقتصادی کشور مطرح گردد.

خوارزمی (۱۳۸۴)، به بررسی رابطه علی بین گردشگری و تجارت در ایران طی سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۳۸ می‌پردازد. وی پس از بررسی روند گردشگران ورودی به ایران طی این سال‌ها، هفت کشور از بین ده کشور عمده متقاضی یعنی کشورهای آلمان، فرانسه، انگلستان، هندوستان، ژاپن، پاکستان و ترکیه را انتخاب و از داده‌های سالیانه آن‌ها در تخمین الگوها استفاده کرده است. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که رابطه علی یک‌طرفه بین تجارت و گردشگری (از تجارت به گردشگری) برقرار است. با توجه به این نتیجه، پیشنهاد شده است که در برآورد الگوهای پیش‌بینی تقاضا برای گردشگری، تجارت به‌عنوان یک عامل مهم در نظر گرفته شود.

طیبه و همکاران (۱۳۸۶) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۸۳-۱۳۳۸» به بررسی رابطه علیت میان گردشگری و رشد اقتصادی برای ایران پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین توسعه گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی رابطه متقابل و دوطرفه‌ای وجود دارد؛ به طوری که می‌توان گفت هر چه کشور از رشد اقتصادی بیشتری برخوردار باشد، از تعداد

گردشگری بیشتری نیز برخوردار است و همچنین هرچه گردشگری بین‌المللی کشور از میزان توسعه بالاتری برخوردار باشد، کشور به رشد اقتصادی بیشتری نیز دست خواهد یافت.

یاوری و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای با عنوان «تاثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی OIC» به دنبال پیدا کردن پاسخی برای این پرسش هستند که آیا بخش توریسم منجر به رشد اقتصادی کشورهای اسلامی خواهد شد و آیا می‌تواند عامل موثر بر رشد اقتصادی آنها باشد یا خیر؟ در این پژوهش به منظور تخمین پارامترها از روش اثرات ثابت استفاده شده است و نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می‌دهند که منابع متداول برای رشد، از جمله سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی و نیز مخارج مصرفی خانوار می‌تواند منجر به افزایش رشد اقتصادی در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی گردند. کشورهای اسلامی نه تنها از طریق منابع متداول رشد (مانند سرمایه‌گذاری در سرمایه مادی و انسانی، مبادله، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و ...) بلکه از طریق بهبود در صنعت گردشگری نیز می‌توانند اقتصاد خود را توسعه داده و به نرخ‌های بالاتری از رشد دست یابند.

لیتائو^۱ (۲۰۱۱)، رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی را طی سالهای ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۸ برای پرتغال و ۲۰ کشور همسایه اش 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.

توحیدی^۲ (۲۰۱۱)، به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در کشورهای در حال توسعه با استفاده از روش تحلیل-توصیفی می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که با برنامه‌ریزی استراتژیک کوتاه مدت و بلندمدت و با استفاده از توانایی‌های خاص و تولیدات گردشگری کشورهای در حال توسعه، اکثر مشکلات اقتصادی حل می‌شوند.

بریدا و همکاران^۳ (۲۰۰۸)، به بررسی تاثیر بلندمدت صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشور مکزیک با استفاده از تکنیکهای اقتصادسنجی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که، بین متغیرهای مخارج گردشگری و نرخ ارز حقیقی و GDP، یک بردار هم‌انباشتگی وجود دارد. همچنین، یک رابطه علیت یک طرفه از سمت مخارج گردشگری و نرخ ارز حقیقی به سمت GDP واقعی برقرار است. به علاوه، یک شوک وارده بر مخارج گردشگری، دارای یک اثر کوتاه‌مدت در رشد اقتصادی مکزیک ولی در نهایت دارای تاثیر مثبت بلند مدتی بر رشد اقتصادی آن کشور می‌باشد.

1. Leitao.
2. Tohidi aredehy.
3. Brida , et al.

بالاگور و کانتاولا^۱ (۲۰۰۲) در مطالعه ای به آزمون نقش گردشگری در رشد بلندمدت اقتصادی اسپانیا، با استفاده از آزمون علیت گرنجری و همجمعی پرداخته‌اند. ایشان به منظور بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی، مدلی که شامل GDP واقعی، میزان جذب گردشگری و نرخ مبادله واقعی است را مورد برآورد قرار داده‌اند و جهت انجام این مطالعه از داده‌های فصلی سال ۱۹۷۵-۱۹۹۷ استفاده نموده‌اند. نتایج این بررسی نشان می‌دهد که رشد اقتصادی در اسپانیا، حداقل در سه دهه اخیر به طور محسوس و مشهود به توسعه پایدار گردشگری بین‌المللی منجر شده است.

سکویرا و کامپوس^۲ (۲۰۰۵) در مقاله‌ای با استفاده از روش داده‌های تابلویی و چهار دوره زمانی پنج ساله بین ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۹، به این نتیجه رسیدند که به طور متوسط کشورهای گردشگر محور نسبت به کشورهای دیگر رشد بیشتری دارند. آنان همچنین اشاره می‌کنند که گردشگری، به تنهایی نمی‌تواند نرخ‌های رشد بالاتر این کشورها را توضیح دهند.

مدل‌سازی تحقیق

تحقیق حاضر، بر آن است تا با رویکردی توصیفی - تحلیلی و با کاربرد نرم‌افزار eviews و روش OLS، به بررسی عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی با تأکید بر صنایع غیرنفتی (صنعت گردشگری) کشور ایران بپردازد. داده‌های مورد استفاده تحقیق حاضر، از بانک جهانی و سازمان گردشگری جهانی استخراج شده و دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ را دربر می‌گیرد. مدل مورد استفاده تحقیق حاضر برگرفته از مدل‌های اصلی استفاده شده در بخش ادبیات موضوع است که در بخش‌های پیشین نیز به صورت تلویحی به آن اشاره شده است. بر این اساس، تابع مورد استفاده به صورت زیر می‌باشد:

$$GDP_t = F(LIERT, LRER_t, LGDP_t) \quad (1)$$

و مدل لگاریتمیک مورد استفاده در تحقیق حاضر به صورت زیر مطرح می‌شود:

$$LGDP_t = \alpha_0 + \alpha_1 LITR_t + \alpha_2 LRER_t + \alpha_3 LGDP_{t-1} + \epsilon_t \quad (2)$$

LGDP_t: رشد اقتصادی دوره جاری (لگاریتم رشد تولید ناخالص داخلی کشور ایران)؛

LGDP_{t-1}: رشد اقتصادی دوره قبل (لگاریتم رشد تولید ناخالص داخلی کشور ایران در دوره قبل)؛

LITR_t: لگاریتم میزان دریافتی حاصل از گردشگران بین‌المللی وارده به کشور ایران؛

LRER_t: لگاریتم نرخ ارز حقیقی کشور ایران بر حسب دلار امریکا؛

ε: جزء استوکاستیک.

1. Balaguer & Cantavella.

2. Sequeira and Campos

تخمین مدل

در یک متغیر سری زمانی اگر میانگین، واریانس و کواریانس آن مستقل از عامل زمان باشد، آن متغیر ایستا و یا به عبارت دقیق‌تر ایستای ضعیف یا ایستای کواریانس می‌باشد (شیرین بخش، ۱۳۸۸). برای بررسی ایستایی در یک متغیر سری زمانی، آزمون‌های مختلفی وجود دارد که در تحقیق حاضر از آزمون دیکی فولر تعمیم یافته (ADF) استفاده شده است.

در ادامه، به منظور بررسی تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی، به تخمین مدل شماره ۲، می‌پردازیم. در مدل حاضر ابتدا آزمون ایستایی متغیرها مورد بررسی قرار می‌گیرد تا فرض ریشه واحد مورد آزمون قرار گرفته و این روند تصادفی با تفاضل‌گیری حذف شود. چرا که روند مذکور، تخمین و استنباط‌های آماری را غیرمعتبر ساخته و در نتیجه تحلیل‌ها بر پایه چنین مدلی، بی‌پایه و اساس می‌باشد. بنابراین نتایج حاصل از آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته^۱ به صورت جدول شماره (۱) ارائه شده است:

جدول ۱. خلاصه نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد دیکی - فولر تعمیم یافته

مقدار آماره DW	وضعیت پایایی	مقدار بحرانی ۱۰ درصد	مقدار بحرانی ۵ درصد	مقدار بحرانی ۱ درصد	مقدار آماره ADF	عرض از مبدأ	متغیر
2.091537	I(2)	2.701103	3.119910	4.057910	4.39836	C	LGDPt
2.057319	I(1)	2.681330	3.081002	3.959148	4.334128	C	LITRt
2.001431	I(1)	2.681330	3.081002	3.959148	3.552103	C	LRERt
2.01105	I(1)	2.681330	3.15	3.9505	4.1065	C	LGDPt-1

ماخذ: یافته‌های تحقیق

بر اساس آماری که در جدول نشان داده شده است، قدرمطلق آماره دیکی - فولر تعمیم یافته محاسبه شده متغیرهای LGDPt، LITRt، LRERt، LGDP T-1 از قدرمطلق مقادیر بحرانی بزرگتر است و نتیجتاً پایا بودن این متغیرها به اثبات می‌رسد.

حال که پایا بودن متغیرها اثبات شد، به تخمین مدل شماره ۲ می‌پردازیم. نتایج تخمین مدل شماره ۲ در جدول ۲ آورده شده است که بر اساس نتایج مدل، و آماره دوربین واتسون، مشخص است که مدل دارای خود همبستگی می‌باشد.

1. Augmented Dickey-Fuller Unit Root Test

جدول ۲. نتایج تخمین مدل (بررسی عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی کشور ایران)

متغیرها	ضرایب	Prob
A	16.14	0.0000
LITER _t	0.15	0.005
LRER _t	0.08	0.0419
LGDP _{t-1}	0.38	0.006
R-squared		0.68
Adjusted R-squared		0.65
F-statistic		15.65074
Prob(F-statistic)		0.000269
Durbin-Watson stat		0.441

مأخذ: یافته‌های تحقیق

رفع خودهمبستگی جملات پسماند

با توجه به مقدار آماره دوربین واتسون بدست آمده در جدول شماره ۲ ($DW=0.44$) که دلالت بر خود همبستگی منفی بین جملات پسماند دارد ضروری است که جهت رفع خودهمبستگی اقدامات لازم صورت پذیرد. یکی از روش‌های رفع خودهمبستگی، استفاده از آزمون‌های خود بازگشت مرتبه اول $AR(1)$ و یا میانگین متحرک مرتبه اول $MA(1)$ می‌باشد که به مدل اصلی افزوده می‌شوند. نتایج حاصله پس از آزمون رفع خودهمبستگی توسط $AR(1)$ به صورت جدول زیر ارائه می‌شوند:

جدول ۳. نتایج تخمین مدل پس از رفع خود همبستگی

متغیرها	ضرایب	Prob
A	13.76	0.0000
LITER _t	0.13	0.000
LRER _t	0.03	0.0419
LGDP _{t-1}	0.42	0.006
AR(1)	1.005	0.000
R-squared		0.68
Adjusted R-squared		0.65
F-statistic		14.55
Prob(F-statistic)		0.00012
Durbin-Watson stat		1.910

مأخذ: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج بدست آمده از تخمین مدل بررسی عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی با تأکید بر صنایع غیر نفتی مانند گردشگری در دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ و بر اساس آمارهای بانک جهانی و سازمان جهانی

گردشگری، نکات زیر قابل ارایه و جمع‌بندی می‌باشند:

الف. کل مدل معنی‌دار بوده و تمامی متغیرهای رشد اقتصادی دوره قبل، دریافتی‌های گردشگران بین‌المللی و نرخ ارز حقیقی، تأثیر معنی‌داری بر رشد اقتصادی کشور ایران داشته‌اند؛

ب. آماره مناسب دوربین - واتسن (۱.۹۱)، پس از انجام تحقیق، عدم خودهمبستگی در متغیرهای مدل را نشان می‌دهد؛

ج. از آنجاییکه مدل مذکور به صورت لگاریتمیک است، تمامی ضرایب کشش محسوب شده و مشخص می‌شود که کشش بلندمدت تمامی متغیرهای مستقل مدل، مثبت بوده و نشان‌دهنده تأثیر مثبت این متغیرها بر رشد اقتصادی کشور ایران طی دوره مورد مطالعه، می‌باشد. به عبارتی، افزایش یک درصدی در متغیرهای دریافتی‌های گردشگران بین‌المللی، نرخ ارز حقیقی و نرخ رشد دوره قبلی کشور ایران، به ترتیب رشد اقتصادی را در کشور ایران به اندازه، ۰.۱۳، ۰.۰۳ و ۰.۴۲ درصد افزایش می‌دهد.

بر اساس آمارهای مذکور به خوبی مشخص است که متغیر رشد اقتصادی دوره قبل، بیشترین تأثیر را بر رشد اقتصادی جاری، خواهد داشت، استفاده از این متغیر که دربرگیرنده، متغیرهای اثرگذار بر رشد اقتصادی کشور ایران هستند، و ضریب بالای این متغیر، نقطه تمایز این تحقیق در مقابل تحقیقات پیشین صورت گرفته است که از تعداد محدودی متغیر به‌عنوان عوامل اثرگذار بر رشد اقتصادی، استفاده کرده‌اند. ضریب مثبت متغیر مذکور، نشان می‌دهد که با افزایش رشد اقتصادی دوره قبل فضا و بستر لازم جهت ورود گردشگران بیشتر به کشور مهیا خواهد شد که خود با ارزآوری و درآمدزایی بیشتر همراه بوده و با اثر بر GDP منجر به رشد اقتصادی خواهد شد.

د. ضریب ۰.۱۳ درصدی دریافتی از گردشگران بین‌المللی، تأثیر قابل قبول گردشگری بر رشد اقتصادی کشور ایران را نشان می‌دهد. این ضریب گویای این است که، هرچه مبالغی که گردشگران در کشور ایران، هزینه‌کنند بیشتر باشد، صنعت گردشگری تأثیرات قابل توجه‌تری بر اقتصاد این کشور بر جای می‌گذارد. این موضوع به نوعی به توانایی کشور ایران در جذب گردشگر خارجی و واداشتن این گردشگران به هزینه کردن، برمی‌گردد. به عبارت دیگر، این دو موضوع به‌منظور تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران، لازم و ملزوم یکدیگر هستند، چرا که از یک سو، سیاست‌گذاران را به جذب گردشگر (و افزایش تعداد گردشگر) از طرق مختلف فرامی‌خواند و از سوی دیگر، آنها را به ایجاد امکانات مناسبتر و متنوع‌تر به‌منظور هزینه‌کرد گردشگران، سوق می‌دهد.

همچنین، ضریب مثبت متغیر دریافتی‌های حاصل از گردشگری بین‌المللی، بر رشد اقتصادی کشور ایران، بیان می‌کند که گردشگری در کشور ایران مانند بسیاری کشورهای دیگر، هم تأثیر مستقیم و هم تأثیر غیرمستقیم بر رشد اقتصادی دارد. از آنجاییکه، دریافتی بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور

محسوب می‌شود، افزایش آن به صورت مستقیم، منجر به رشد اقتصادی کشور ایران می‌شود و به صورت غیرمستقیم با رشد و پیشرفت سایر بخشهای اقتصادی که با این بخش در ارتباطند (مانند هتلداری، رستوران‌داری، حمل و نقل و ...)، هم اشتغال را بهبود می‌بخشد هم ارزش افزوده این بخشها را ارتقا می‌دهد و از این طریق هم رشد اقتصادی را بهبود می‌بخشد.

به هر صورت نتایج تحقیق حاضر، به نوعی تأیید کننده تحقیقات پیشین صورت گرفته در ارتباط با گردشگری و تأثیر مثبت آن بر رشد اقتصادی جوامع می‌باشد.

Archive of SID

کتابشناسی

۱. اکبرپور و اربابی (۱۳۹۵). واکاوی موانع توسعه گردشگری در روستاهای هدف گردشگری استان خراسان شمالی، میراث و گردشگری، دوره ۱، شماره ۱، ۱۳۹۵؛
۲. امیریان، سعدی (۱۳۷۹). اثر اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس؛
۳. بول، آدریان (۱۳۷۹). «اقتصاد سفر و جهانگردی»، مترجم علی اعظم محمد بیگی، موسسه فرهنگی آینده پویان تهران، تهران؛
۴. پلی یزدی، محمدحسین و مهدی یزدی (۱۳۸۵). گردشگری ماهیت و مفاهیم. تهران انتشارات سمت، چاپ اول؛
۵. تقوی، مهدی و پورسلیمانی، علی‌قلی (۱۳۸۸). عوامل مؤثر بر رشد صنعت گردشگری ایران، پژوهشنامه اقتصادی، شماره ۳: ص ۱۵۷؛
۶. حسونند، سمیه و خداپناه، مسعود (۱۳۹۳). تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، سال دوم، شماره ششم، تابستان ۱۳۹۳، ۱۰۲ - ۸۷؛
۷. خوارزمی، ابوالقاسم (۱۳۸۴). «بررسی رابطه علیت بین گردشگری و تجارت در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۰)»، پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۱۰، سال ۱۳۸۴، صص ۱۰۸-۹۱؛
۸. نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام (۱۳۸۷). توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی؛
۹. حبیبی، محسن (۱۳۷۷). مطالعه آثار بهبود سیستم اطلاعات جهانگردی بر میزان جذب توریست، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تهران؛
۱۰. حقیقت، علی؛ خرسندیان، عبدالخالق و عربی، حامد (۱۳۹۲). «بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا MENA، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، سال یکم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۲، صص ۱۰۸-۷۱؛
۱۱. دهاقانی، مجید (۱۳۷۷). تعیین یک الگوی مناسب برای گسترش بیمه‌های اشخاص در صنعت جهانگردی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد تهران، دانشگاه تهران؛
۱۲. زنگی‌آبادی و دیگران (۱۳۹۱). تبیین امنیت گردشگران با تأکید بر مؤلفه‌های مدیریت بحران گردشگری، پژوهشنامه جغرافیای انتظامی، شماره ۷، پاییز ۹۱؛
۱۳. سکاران، اوما (۱۳۸۰). روشهای تحقیق در عملیات، مترجمان: محمد صائبی و محمود شیرازی، چاپ اول، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی؛
۱۴. کاوه‌نیا، نسترن (۱۳۸۱). برآورد تابع تقاضای جهانگردی بین‌المللی ایران طی سالهای ۱۳۷۵-۱۳۵۰، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی، تهران؛

15. Brida, J, C. Carrera and W. Risso (2008), "Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth", *Economics Bulletin*, no. 21, pp.1-8;

16. Dritsakis, N. (2004), "Tourism as a Long-run Economic Growth Factor an Empirical Investigation for Greece", *Tourism Economics*, no. 3, pp. 305-316;

17. Freytag, A. and Vietze, C. (2005). International tourism, development and biodiversity : first evidence, Jena : Univ, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät;
18. Kerr Bill & Barron Gordon & C wood, Roy (1999); "Politics, Policy and regional tourism administration: a case examination of Scottish area tourist board funding", Tourism Management, 22 (2001);
19. Leitao, N.C (2011), Tourism and economic growth: a panel data approach, (http://repositorio.ipsantarem.pt/bitstream/1/543/10400.15/NunoLeitao_APE_2011);
20. Master Hoda & prideaux Bruce (1998); "Culture and vacation Satisfaction: a Study of Taiwanese tourists in South East Queens land", Tourism Management, 21 (2000);
21. Rathore, N., (2012), "Rural tourism impact, challenges and opportunities", Journal of Business Economics & Management Research, 2 (2): 252- 260;
22. Tohidy Ardahaey, F. (2011). Economic Impacts of Tourism, International Journal of Business and Management, 6(8): 206;
23. The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2010);
24. Tourism Highlights, Facts and Figures section. Available at www.unwto.org.

Archive of SID