

An Analysis of the Effects of the Selected Macroeconomic Variables on International Tourism, Emphasizing on Economic Growth and Employment in Iran (1989-2017)

**Fereshteh Ghaemi*¹, Karim Azarbayjani², Nematollah Akbari³,
S.Komail Tayebi⁴**

1. Master of Economic, University of Isfahan, Iran, ghaemi.fereshte@gmail.com

2. Professor, Economics Department, University of Isfahan, Iran, k_azarbayjani@ase.ui.ac.ir

3. Professor, Economics Department, University of Isfahan, Iran, nemata1344@yahoo.com

4. Professor, Economics Department, University of Isfahan, Iran, komail@econ.ui.ac.ir

Received: 2018/05/05 Accepted: 2019/10/08

Abstract

The present study uses a system of simultaneous equations to analyze the effect of international tourists entering Iran on the country's economy & effect of country's economy on the international tourists entering Iran. The estimation was done using the 3SLS method. the results of this estimate showed that every 1 percent increase in global gross domestic product will decrease the number of tourists entering Iran by 2.87 percent. the effect of tourism on economic growth can also be confirmed. accordingly, economic growth will increase by 1% with a 0.15% increase in the number of international tourists. Also, with a 1% increase in the number of international tourists, employment will increase by 0.05%.

JEL Classification: L83, O47, E24, C32

Keyword: Tourism, economic growth, employment, Export, Simultaneous Equation

*. Corresponding Author, Tel: +98313220087

تحلیل اثرات متغیرهای اقتصادی بر تعداد گردشگران بین‌المللی وارد شده به ایران، با تأکید بر رشد اقتصادی و اشتغال (۱۳۹۶- ۱۳۶۸)*

فرشته قائمی^{***}، کریم آذربایجانی^۱، نعمت‌الله اکبری^۲، سید کمیل طیبی^۴

۱. کارشناس ارشد اقتصاد دانشگاه اصفهان، ghaemi.fereshte@gmail.com

۲. استاد گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان، k_azarbayjani@ase.ui.ac.ir

۳. استاد گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان، nemata44@yahoo.com

۴. استاد گروه اقتصاد دانشگاه اصفهان، Komail@econ.ui.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۷/۱۶

چکیده

گردشگری یکی از بزرگ‌ترین صنایع در دنیاست که از مهم‌ترین عوامل اشتغال‌زایی بوده و برای سرمایه‌گذاری منجر به رشد، انگیزه زیادی را به وجود آورده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با کمک سیستم معادلات همزمان و پس از تعیین وضعیت شناسایی معادلات به صورت «بیش از حد مشخص»، نتایج را با استفاده از شیوه 3SLS برآورد کرده است. نتایج نشان می‌دهد که ۱ درصد افزایش در GDP جهانی، تعداد گردشگران ورودی به ایران را ۲/۸۷ درصد کاهش خواهد داد. همچنین ۱ درصد افزایش در GDP ایران سبب افزایش ۴/۲۸ درصدی تعداد گردشگران ورودی به کشور خواهد بود. با افزایش نرخ ارز به میزان ۱ درصد نیز، ۰/۶ درصد به بازدیدکنندگان از ایران افزوده شده است. از سوی دیگر با مساعد بودن سیاست‌های دولت برای گردشگری، ۰/۳۱ درصد به تعداد گردشگران وارد شده به کشور افزوده شده است. پیرامون اثر گردشگری بر رشد اقتصادی هم با ۱ درصد افزایش تعداد گردشگران بین‌المللی ورودی، رشد اقتصادی ۰/۱۵ درصد افزایش خواهد یافت. در مورد اثر متغیر گردشگری بر اشتغال هم با ۱ درصد افزایش در تعداد گردشگران بین‌المللی، اشتغال به میزان ۰/۰۵ درصد افزایش می‌یابد.

طبقه‌بندی JEL: L83، O47، E24، C32

واژه‌های کلیدی: گردشگری، رشد اقتصادی، اشتغال، صادرات، معادلات همزمان

*. این مقاله بر اساس پایان‌نامه کارشناسی ارشد مؤلف اول، به راهنمایی آقای دکتر کریم آذربایجانی و مشاوره آقایان دکتر نعمت‌الله اکبری و دکتر سیدکمیل طیبی، استخراج شده است.

** نویسنده مسئول، شماره تماس: ۰۳۱۳۲۲۰۰۸۷

۱- مقدمه

گردشگرانی که برای گذراندن اوقات فراغت یا انجام مأموریت، حداقل یک شب در کشور دیگری اقامت کنند، گردشگر بین‌المللی نامیده می‌شوند (ولا و بیچریل^۱، ۱۹۹۸: ۳۷).

همچنین طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری (WTO)، مسافرت به خارج از محل اقامت، از ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰، به بیش از ۱ میلیارد نفر در حال حاضر رسیده است. این امر سبب اثرپذیری اقتصاد مقصد از گردشگران ورودی خواهد شد. هر چند مناطق مختلف، شرایط گوناگونی دارند، اما صنعت جهانگردی همیشه یکی از عوامل بهتر شدن وضعیت اقتصادی محسوب می‌شود. اتکای آن به ارائه خدمات، بستر مناسبی را برای ایجاد شغل و درآمد، فراهم کرده است. این صنعت جزو مهم‌ترین منابع ایجاد ثروت و نیز از قسمت‌های اصلی تجارت بین‌الملل به حساب می‌آید. منابع ارزی که گردشگری بین‌المللی به صورت بالقوه در اختیار یک کشور قرار داده، نه تنها زیاد، بلکه سهل‌الوصول نیز هست. در واقع یکی از مهم‌ترین اثرات گردشگری بین‌المللی، درآمدهای ارزی آن بوده؛ به طوری که گاهی به اصلی‌ترین منبع درآمدهای ارزی برخی از کشورها تبدیل شده است. این صنعت همچنین یکی از پویاترین بخش‌های اقتصاد بوده و با سایر بخش‌ها ارتباط زنجیروار دارد.

با توجه به اثرپذیری سریع و وسیع اقتصاد جهانی از گردشگری بین‌المللی، پژوهش حاضر به شناسایی و تحلیل اثرات ورود گردشگران بین‌المللی به ایران، می‌پردازد. همچنین، میزان اثرگذاری شرایط اقتصادی ایران بر جذب گردشگران بین‌المللی بررسی می‌شود. تفاوت ساختاری آن نیز با سایر پژوهش‌های انجام گرفته در این حوزه عبارتست از: تمرکز بر گردشگران بین‌المللی، نگاه به اثر ورود این گردشگران در ساختار کلان اقتصادی کشور و نیز بررسی این اثرات در قالب سیستم معادلات همزمان.

۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

طبق بررسی‌ها، گردشگری در کشورهای مختلف بر رشد اقتصادی اثر مثبت داشته است.

در مقابل، دغدغه‌های روزافزونی با موضوع محیط‌زیست، فرهنگ و ... در دنیا شکل گرفته است که لزوم محاسبه اثرات اقتصادی آن را آشکار می‌کند. از سوی دیگر

1. Vellas, Becherel

کشورهای در حال توسعه را که از نظر اقتصادی در وضعیت مناسبی قرار ندارند، باید با اسناد معتبر متقاعد کرد که اختصاص بودجه بخش عمومی یا خصوصی به گردشگری، مقرون به‌صرفه می‌باشد. در حقیقت اگر بنا باشد که گردشگری را به‌عنوان مسیری برای رسیدن به اهدافی نظیر اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی در نظر گرفت، باید با محاسبه فواید و مضرات و نیز ارائه دلایل محکم، آن را به مسئولان و جامعه تفهیم کرد (گی و فایوسولا^۱، ۱۹۹۷).

۳- مطالعات داخلی

پناهی و خداوردیزاده (۱۳۹۴)، به بررسی تأثیر غیرخطی تورم و توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی ایران در سال‌های (۱۳۷۴-۱۳۹۱) و با استفاده از مدل مارکوف-سویچینگ پرداخته و نشان داده‌اند که میان درآمد حاصل از گردشگری و رشد اقتصادی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

کازمی و همکاران (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «مقایسه اثرگذاری توریسم بر رشد اقتصادی ایران و ترکیه»، به مقایسه گردشگری در دو کشور ایران و ترکیه به‌وسیله شیوه‌های تخمین بلندمدت پرداخته و مطرح کرده‌اند. آنها نشان دادند که اثر گردشگری بر اقتصاد ترکیه مثبت و معنادار است، ولی در ایران هر چند مثبت بوده، اما معنی‌دار نمی‌باشد.

کرمی‌پور (۱۳۹۱)، طی پژوهشی با بررسی «نقش صنعت گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه‌ای»، نشان داده است که بین توسعه گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی، رابطه‌ای دو طرفه وجود دارد؛ یعنی هر چه کشور از رشد اقتصادی بیشتر برخوردار باشد، از گردشگران بیشتری نیز برخوردار است و هر چه گردشگری بین‌المللی کشوری از توسعه بیشتری برخوردار باشد، کشور به رشد اقتصادی بیشتری نیز دست خواهد یافت.

حقیقت و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی با «بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا MENA»، نشان داده‌اند که گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای عضو منا از رابطه علیت دو طرفه برخوردار می‌باشد. همچنین در صورتی که رشد اقتصادی این کشورها ۱ درصد افزایش

1. Gee, Fayos sola

یابد، گردشگری در این مناطق ۰.۲۱ افزایش خواهد داشت. همچنین آنها نشان داده‌اند که با افزایش گردشگری به میزان ۱ درصد، GDP آنها ۰.۱۴ درصد افزایش خواهد یافت. رنج‌پور و همکاران (۱۳۹۰)، در پژوهشی با عنوان «بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره (۴۷-۸۸)»، با استفاده از روش هم‌انباشتگی جوهانسن-جوسلیوس و نیز آزمون علیت گرنجری، به بررسی فرضیه گردشگری عامل رشد در ایران پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که علاوه بر اینکه ضریب متغیر درآمد حاصل از گردشگری مثبت می‌باشد، یک رابطه علیت گرنجری بلندمدت هم از سوی درآمدهای حاصل از گردشگری به رشد تولید ناخالص داخلی بدون نفت، وجود داشته است. میرزایی و جلیلی (۱۳۹۰)، در پژوهش خود با بررسی «تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی» و برآورد داده‌های تابلویی نشان داده‌اند که توسعه گردشگری اثر مثبت بر رشد GDP کشورهای خاورمیانه دارد، اما این اثر در کشورهای صادرکننده نفت، کمتر است.

بختیاری و یزدانی (۱۳۸۹)، در پژوهش خود با نام «بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر اشتغال (۱۳۶۷-۱۳۸۸)»، با به‌کارگیری روش‌های رگرسیون و آماری، نشان داده‌اند که برای هر ۲۰ گردشگر، یک شغل مستقیم و با ورود هر ۶ گردشگر یک شغل جدید (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم) ایجاد می‌شود.

فرزین و گل‌لاله (۱۳۸۹)، طی مطالعه‌ای با عنوان «تخمین تابع تقاضای گردشگری در ایران» به کمک روش OLS نشان داده‌اند که ۱ درصد افزایش در نسبت شاخص بهای کالاها و خدمات داخل به همین شاخص در کشورهای مبدأ، به میزان ۰.۹۸ درصد، تقاضای گردشگران بین‌المللی را کم می‌کند. همچنین ۱ درصد افزایش GNP سرانه کشورهای مبدأ، به اندازه ۱.۵۹ درصد، تقاضای بازدید از ایران را زیاد می‌کند. ضریب ۰.۵۶ هم برای نرخ ارز، بیانگر این واقعیت است که با افزایش قدرت خرید گردشگران بین‌المللی در ایران، افزایش تقاضای سفر آنها مشاهده خواهد شد.

طیبه و همکاران (۱۳۸۷)، در پژوهشی به «بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی» پرداخته‌اند. در این پژوهش که از الگوی VAR و نیز علیت گرنجری استفاده شده است، وجود رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران، کشورهای OECD، همچنین هنگ‌کنگ، چین، روسیه و تایلند، به‌صورت علیت دو طرفه اثبات شده است و همچنین نشان داده می‌شود که بین این متغیرها در بلندمدت، تعادل برقرار می‌باشد.

۴- مطالعات خارجی

چولافان و باراهونا^۱ (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای با عنوان «سهم گردشگری در رشد اقتصادی تایلند»، از داده‌های سری زمانی فصلی گردشگرانی که بین سال‌های (۲۰۰۸-۲۰۱۵) از کشورهای گوناگون به تایلند وارد شده بودند، استفاده کرده و با کمک آزمون‌های همبستگی و علیت گرنجری نشان داده‌اند که گردشگران هم‌قاره‌ها به اقتصاد تایلند کمک نمی‌کنند. آنها اثبات کرده‌اند که تنها گردشگران ورودی از جنوب آسیا و نیز گردشگران اقیانوسیه منجر به رشد اقتصادی تایلند شده و آن را افزایش می‌دهند.

فوزل^۲ (۲۰۱۶)، در مقاله خود به کمک مدل تصحیح خطای پویا و داده‌های سری زمانی سال‌های (۱۹۸۸-۲۰۱۴) ثابت کرده است که در جزیره موریس، توسعه گردشگری در کوتاه‌مدت و بلندمدت به افزایش اشتغال، کمک کرده است. وی همچنین نشان داده است که سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری بر متغیر اشتغال اثر مثبت دارد. علاوه بر این، یک علیت یک‌جهته از توسعه گردشگری به ایجاد اشتغال یافت شده است.

کریشان^۳ (۲۰۱۴)، در مقاله خود با نام «اقتصاد گردشگری در اردن: یک مطالعه آماری در دوره ۱۹۹۰-۲۰۱۱»، نشان می‌دهد که بازار گردشگری رشدی چشمگیر را در دو طرف تقاضا و عرضه شاهد بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داده است که گردشگری، اثر زیادی بر رشد اقتصادی اردن داشته، به طوری که ۱۱/۲ درصد از GDP و ۱۰ درصد از اشتغال کشور را به خود اختصاص داده و ۳۸ درصد از صادرات نیز به گردشگری مربوط بوده است.

فایسا^۴ و همکاران (۲۰۰۹)، در مقاله‌ای به بررسی «گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای آمریکای لاتین» پرداخته‌اند. آنها با کمک داده‌های پانل نمونه‌ای از ۱۷ کشور منطقه در (۱۹۹۵ تا ۲۰۰۴)، تأثیری مثبت از درآمد گردشگری بین‌المللی بر نرخ رشد GNP سرانه به دست آورده‌اند. آنها همچنین نشان داده‌اند افزایش هزینه‌های گردشگران بین‌المللی به میزان ۱۰ درصد، موجب افزایش GDP به میزان ۰/۴ درصد خواهد شد.

1. Chulaphan, W., & Barahona, J. F.

2. Fauzel

3. Kreishan

4. Fayissa.

فیجینی و ویکی^۱ (۲۰۰۹)، در مقاله خود به نام «گردشگری و رشد در نمونه‌ای از کشورها»، با به‌کارگیری داده‌های بیش از ۱۵۰ کشور در بازه زمانی (۱۹۸۰-۲۰۰۵) نشان داده‌اند که در دهه ۱۹۸۰، تخصص در گردشگری به شکل یک فاکتور کلیدی بر رشد اقتصادی اثر داشته، اما از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵، تخصص در گردشگری شرط لازم تأثیر مثبت بر رشد اقتصادی نبوده است؛ یعنی برای تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی، نیازی نیست که یک کشور در صادرات گردشگری تخصص یابد. آنها حتی به این نتیجه رسیده‌اند که در بازه ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۵، رشد اقتصادی کشورهای متخصص در گردشگری بیشتر از نرخ رشد کشورهای بی‌تخصص در این زمینه نبوده است.

چایبونسری^۲ و همکاران (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان «مدل‌سازی تقاضای بین‌المللی گردشگری در هند»، با استفاده از رویکرد هم‌انباشتگی و ریشه واحد در داده‌های پانل برای سال‌های (۲۰۰۲ تا ۲۰۰۶)، به دنبال یافتن رابطه‌ای بلندمدت بین ورود گردشگران بین‌المللی به هند با متغیرهایی مانند GDP، نرخ ارز و... بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که رشد GDP در مراکز اصلی جذب گردشگر هند، اثر مثبت بر تعداد بازدیدکنندگان بین‌المللی دارد. همچنین هنگام افزایش ۱ درصدی در GDP بین‌المللی کشورهای گردشگر فرست مهم جهان، تعداد بازدیدکنندگان بین‌المللی هند، بین ۳ تا ۴ درصد افزایش می‌یابد. با افزایش ارزش پول نیز، تعداد گردشگران کاهش داشته است.

۵- مبانی نظری

ورود گردشگر بین‌المللی، گونه‌ای از صادرات بوده و صادرات هر کشور، وابسته به درآمدهای خارجی می‌باشد، زیرا واردات کشورهای خارجی، به میزان درآمدشان بستگی دارد. تابع خالص صادرات کشور به صورت ساده به شکل زیر نمایش داده می‌شود:

$$NX = \bar{X} + m*Y^f - (M_0 + mY)$$

که در آن m^* میل نهایی به واردات کشور خارج، m میل نهایی به واردات کشور خودی، \bar{X} صادرات، M_0 واردات، NX خالص صادرات، Y^f درآمد خارجی، Y درآمد داخل کشور است. از طریق این رابطه، رونق یا رکود کشورهای جهان به یکدیگر منتقل خواهد شد. این موضوع با عنوان «اثر انعکاسی» شناخته شده است (شاگری، ۱۳۸۷: ۵۶۴)؛

1. Figini and Vici
2. Chaiboonsri

بنابراین صادرات گردشگری، پتانسیل تحت تأثیر قرار گرفتن توسط GDP مبدأ و مقصد را دارد.

از سوی دیگر بر اساس نظریه کشش‌ها، نخستین هدف افزایش نرخ ارز اسمی، افزایش صادرات و کاهش واردات است. افزایش نرخ ارز در عمل به دلیل افزایش قیمت پول خارجی‌ها، سبب افزایش قیمت واردات در داخل کشور و کاهش قیمت صادرات در خارج از کشور می‌شود. گفتنی است که میزان اثرپذیری صادرات و واردات یک کشور از نرخ ارز، وابستگی غیرقابل انکاری به کشش کالا و خدمات مورد نظر در داخل و خارج دارد. چنانچه تقاضای صادرات و واردات باکشش باشد، سیاست افزایش نرخ ارز سبب افزایش صادرات و کاهش واردات به صورتی قابل توجه خواهد شد. این روابط به شکل زیر می‌باشد:

$$\frac{dB}{dS} = - \left[EX \frac{\delta_{EX}(\sigma_{EX}+1)}{\delta_{EX}+\sigma_{EX}} + IM \frac{\sigma_{IM}(\delta_{IM}-1)}{\delta_{IM}+\sigma_{IM}} \right]$$

که در آن δ_{IM} کشش تقاضای واردات، δ_{EX} کشش تقاضای صادرات، σ_{IM} کشش عرضه واردات، σ_{EX} کشش عرضه صادرات، EX صادرات، IM واردات، dS تغییرات نرخ ارز، dB تغییر در تراز پرداخت‌ها می‌باشد (پورمقیم، ۱۳۹۲: ۲۶۴). بر همین اساس، انتظار بر این است که متغیر نرخ ارز نیز بر صادرات گردشگری مؤثر باشد.

برای بررسی میزان رضایت یک کشور از تجارت بین‌الملل، از منحنی پیشنهاد تجارت استفاده می‌شود. چنانچه از مبدأ مختصات، حرکت روی این منحنی آغاز شود، کشور خواهد توانست با صادرات کمتر، واردات بیشتری داشته باشد. اگر مناقشه‌های بین‌المللی منجر به اتخاذ تصمیم علیه یک کشور شود، فرصت‌های تجاری با دنیا برای کشور مزبور، محدود و یا حذف خواهد شد. این موضوع، کشور هدف را از وضعیت تعادلی خود روی منحنی پیشنهاد تجارت، به وضعیت عدم تجارت یا انزوا (که در مبدأ مختصات واقع است) منتقل می‌کند (طغیانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۸-۴۰). به همین دلیل به نظر می‌رسد که در تحلیل مدل، تصمیمات سیاسی دولت در سطح بین‌الملل نیز باید وارد شود.

همچنین بر اساس الگوی سولو، سه متغیر بر رشد اقتصادی اثرگذارند که عبارتند از سرمایه (K)، نیروی کار (L) و بهره‌وری نیروی کار (A) (رومر^۱، ۲۰۰۱: ۱۹):

$$Y(t) = F(K(t), A(t)L(t))$$

1. Romer

از سوی دیگر نظریه صادرات منجر به رشد (ELGH)^۱، بیان می‌کند که رشد اقتصادی فقط وابسته به گسترش نیروی کار و سرمایه‌گذاری نیست؛ بلکه توسعه صادرات نیز می‌تواند نقش مؤثری روی آن داشته باشد. از این نظریه به صورت مستقیم، نظریه گردشگری منجر به رشد (TLGH)^۲ استخراج شده است، زیرا اولاً گردشگری بین‌المللی جزو صادرات محسوب شده و ثانیاً مطالعات مختلف نیز اثر غیرقابل انکار آن بر رشد اقتصادی در دنیا را اثبات کرده است (شریفی رنانی و همکاران، ۱۳۸۹).

در حقیقت زمانی که گردشگران بین‌المللی در مقصد هزینه کنند، عملاً پولی که پیش از این در یک کشور نبوده است را به آنجا تزریق و به ازای خرید تجربیات سفر، پول پرداخت کرده‌اند. چون پایه این مبادله، دریافت ارزهای بین‌المللی است و خرید نیز توسط اتباع بیگانه صورت گرفته است و در عمل جزو صادرات کشور محسوب می‌شود. صادرات گردشگری در بسیاری از کشورها روی تراز پرداخت‌ها اثر چشمگیری دارد و از همین مسیر نیز تولید ناخالص داخلی را تحت تأثیر قرار داده است:

$$Y = C + I + G + (X - M)$$

بر این اساس، مشاهده می‌شود که جذب گردشگر (از طریق صادرات) به صورت بالقوه ممکن است بر تولید ناخالص داخلی یک کشور تأثیرگذار باشد (گلدنر و برنت^۳، ۲۰۰۹).

در نظریات جدید، انرژی هم به مدل‌های رشد اقتصادی ورود پیدا کرده و به‌عنوان نهاده در تابع تولید اقتصاد قرار گرفته است. بعضی اقتصاددان‌ها (اکولوژیست‌ها) اعتقاد داشته‌اند که اصلی‌ترین و به نوعی تنها عامل اثرگذار در تولید، انرژی بوده و فاکتورهای کار و سرمایه، فقط واسطه‌ای برای استفاده از انرژی هستند؛ اما اقتصاددان‌های دیگر (نئوکلاسیک‌ها) منکر اثر مستقیم بوده و اثر غیرمستقیم انرژی بر رشد اقتصادی را معتبر دانسته‌اند. آنها بیان کرده‌اند که قیمت حامل‌های انرژی ابتدا بر کار و سرمایه اثر گذاشته و از آن طریق فرایند رشد را تحت تأثیر قرار خواهد داد (یحیی‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۲). از سوی نفت مهم‌ترین صادرات ایران بوده و در درآمد کشور اثر مهمی دارد، بنابراین حضور آن در معادله رشد اقتصادی، الزامی است.

در مورد اشتغال و GDP، بر اساس «قانون اُکان» به ازای هر دو درصد کاهش در تولید ناخالص داخلی واقعی نسبت به تولید ناخالص داخلی بالقوه، نرخ بیکاری در حدود یک درصد افزایش یافته است (ساموئلسون و نوردهاوس^۴، ۱۹۹۸: ۱۱۹۵-۱۱۹۶).

1. Export-Led Growth Hypothesis
 2. Tourism-Led Growth Hypothesis
 3. Goeldner, Brent
 4. Samuelson, Nordhaus

ارتباط بین بیکاری و تورم نیز در قالب یک منحنی، توسط «فیلیپس» نشان داده می‌شود. بر این اساس از وجود یک رابطه معکوس بین این دو متغیر خبر داده شده است. مدتی بعد «فریدمن» اعتبار منحنی را در بلندمدت زیر سؤال برده است. وی با افزودن انتظارات تورمی به مدل، مسأله منتقل شدن آن به شکل یک خط عمودی را مطرح و عنوان کرده است که در شرایط تورمی نیز نرخ بیکاری می‌تواند افزایش یابد (رحمانی، ۱۳۸۷: ۱۳۱-۱۳۹).

همچنین استخدام نیروی کار توسط بنگاه‌ها تا جایی صورت می‌گیرد که درآمد نهایی آخرین واحد کارگر و سرمایه با هزینه نهایی استخدام آنها برابر شود:

$$\max \pi = pq(L, K) - WL - RK$$

که در آن π سود بنگاه، p قیمت محصول، q مقدار محصول، W دستمزد، R هزینه سرمایه، L مقدار نیروی کار و K سرمایه می‌باشد. پس دو عامل تأثیرگذار برای استخدام عوامل تولید برای بنگاه مشخص شده است: هزینه دستمزد و سرمایه (شاگری، ۱۳۸۷: ۴۱۷).

از سویی طبق نظریه مزیت نسبی ریکاردو، تنها عامل تولید، نیروی کار است. با افزایش تولید به منظور صادرات، بخش واردات به دلیل تولید نهایی پایین نیروی کار، نمی‌تواند در تجارت دوام بیاورد. پس افزایش تولید نهایی صادرات، سبب جایگزینی واردات شده و از آن طریق اشتغال را افزایش می‌دهد (پورمقیم، ۱۳۹۰: ۲۲). در نظریه هکشر-اوهلین، علاوه بر نیروی کار، سرمایه نیز جزو عوامل تولید محسوب می‌شود. با گشودن مرزهای تجارت و افزایش تقاضا برای کالای کاربر، قیمت نسبی آن بالا رفته و تقاضای نیروی کار، افزایش می‌یابد. این امر سبب کاهش نرخ بیکاری می‌شود (پورمقیم، ۱۳۸۲: ۱۳۱).

۶- ارائه الگو

مبانی نظری نشان می‌دهد که رشد اقتصادی، پتانسیل اثرگذاری بر تعداد گردشگران ورودی به کشور را داراست. رشد اقتصادی نیز خود می‌تواند تحت تأثیر تعداد گردشگران ورودی و نیز متغیر اشتغال قرار گیرد. همچنین اشتغال، خود زمینه تحت تأثیر قرار گرفتن توسط رشد اقتصادی و تعداد گردشگران ورودی را دارد. اثرات متقابل این متغیرها سبب شده است که پژوهش حاضر، برآورد معادلات را به شیوه همزمان ذیل مورد تحلیل قرار دهد:

$$\begin{cases} LTu_t = \beta_{11} + \beta_{12}LGDP_{wt} + \beta_{13}LGDP_{IRt} + \beta_{14}LRER_t + \beta_{15}POL + \varepsilon_{1t} \\ LGDP_{IRt} = \beta_{21} + \beta_{22}LL_t + \beta_{23}LI_t + \beta_{24}LTu_t + \beta_{25}LRER_t + \beta_{26}LINOIL_t + \varepsilon_{2t} \\ LL_t = \beta_{31} + \beta_{32}LTu_t + \beta_{33}LGDP_{IRt} + \beta_{34}Lr_t + \beta_{35}LINF_t + \beta_{36}LW_t \\ \quad + \beta_{37}LPRO_t + \beta_{38}LNetEXP_t + \varepsilon_{3t} \end{cases}$$

که متغیرهای وابسته در آن (LTu) لگاریتم تعداد گردشگران بین‌المللی وارد شده به ایران، (LGDP_{IR}) لگاریتم تولید ناخالص داخلی ایران، (LL_t) لگاریتم اشتغال می‌باشد و متغیرهای مستقل عبارتند از (LGDP_w) لگاریتم تولید ناخالص داخلی دنیا، (LRER) لگاریتم نرخ ارز، (POL) متغیر دامی سیاست‌های دولت^۱، (LINOIL) لگاریتم درآمد نفتی، (LI) لگاریتم سرمایه‌گذاری، (Lr) لگاریتم دستمزد سرمایه، (LW) لگاریتم دستمزد نیروی کار، (LINF) لگاریتم تورم، (LPRO) لگاریتم بهره‌وری، (LNetEXP) لگاریتم خالص صادرات و (ε) جزء اخلاص.

۷- روش برآورد الگوی معادلات همزمان^۲

در رابطه‌های اقتصادی ممکن است متغیرهای مستقل، علاوه بر اثرگذاری روی متغیرهای وابسته، از آنها نیز تأثیر بپذیرند. در این حالت به دلیل غیرتصادفی بودن متغیرهای مستقل، مدل با نقض یکی از فروض کلاسیک مهم مواجه است. چنانچه در این شرایط از تخمین زنده OLS استفاده شود، برآورد حاصل شده علاوه بر تورشدار بودن، ناسازگار نیز خواهد بود (گجراتی، ۱۹۹۵: ۸۱۵-۸۱۲). به منظور پیشگیری از این مشکل، در پژوهش حاضر از روش کمترین مربعات سه مرحله‌ای (3SLS)^۳ استفاده شده است.^۴

۱. برای دو دوره ریاست جمهوری جناب آقای خاتمی و دوره اول دکتر روحانی عدد (یک) و برای دو دوره ریاست جمهوری مرحوم رفسنجانی، دکتر احمدی‌نژاد و دوره دوم دکتر روحانی (صفر) در نظر گرفته شده است.

2. Simultaneous – Equation Models.

3. Three-Stage Least Squares.

۴. این شیوه شامل سه مرحله است: در ابتدا برآورد فرم حل شده برای متغیرهایی که در هر معادله وجود دارد، انجام می‌شود. در حقیقت اگر برداری از متغیرهای درون‌زای معادله Z ام باشد، ابتدا با استفاده از شیوه OLS معادله $Y_j = X_j\pi_j + v_j$ تخمین زده خواهد شد. در مرحله دوم عبارت $\hat{Y}_j = X_j\hat{\pi}_j$ محاسبه، سپس $\hat{Y}_j + \hat{v}_j$ در معادله Z ام جایگزین Y_j شده و دوباره ضرایب، تخمین زده می‌شود. نتیجه به دست آمده همان برآورد 2SLS است و به کمک آن، خطای معادله Z ام محاسبه شده، واریانس و کواریانس بین جملات اخلاص ($\hat{\sigma}_{ij}$) حساب می‌شود. در نهایت نیز از شیوه حداقل مربعات وزنی (GLS)، برای تخمین ضرایب سیستم معادلات استفاده شده که وزن‌ها معادل $\hat{\sigma}_{ij}$ ها است (سوری: ۹۳۸، ۱۳۹۴).

۸- بررسی وضعیت شناسایی معادلات

شرط درجه‌ای

برای تعیین وضعیت معادلات از طریق شرط درجه‌ای، می‌بایست از طریق تعیین جهتِ دستور $m - 1 \leq k - K$ ، به شناسایی معادلات پرداخت.

جدول ۱. بررسی شرط درجه‌ای بر اساس قابلیت تشخیص سیستم معادلات همزمان

معادله	K-k	m-1	قابلیت تشخیص
تعداد گردشگر بین‌المللی ورودی به ایران	$10 - 2 = 8$	$2 - 1 = 1$	بیش از حد مشخص
رشد اقتصادی ایران	$10 - 3 = 7$	$3 - 1 = 2$	بیش از حد مشخص
اشتغال	$10 - 5 = 5$	$3 - 1 = 2$	بیش از حد مشخص

منبع: یافته‌های تحقیق

در جدول بالا، مشاهده می‌شود که هر سه معادله «بیش از حد مشخص» هستند.

شرط رتبه‌ای

شرط رتبه‌ای بیان می‌کند که یک الگو با M معادله و M متغیر درون‌زا، معادله‌ای مشخص است، اگر و فقط اگر بتوان حداقل یک دترمینان غیرصفر از درجه $[(M - 1) \times (M - 1)]$ ، از ضرایب متغیرهای بیرون از معادله مربوطه اما موجود در بقیه معادلات الگو را به‌دست آورد.

جدول ۲. بررسی شرط رتبه‌ای بر اساس قابلیت تشخیص سیستم معادلات همزمان

معادله	Tu	GDP_w	GDP_{IR}	R	PO	L	I	r	W	INF	PR	IOIL	NEX
گردشگران بین‌المللی ورودی به ایران	۱	β_{12}	β_{13}	β_{14}	β_{15}	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
رشد اقتصادی ایران	β_{24}	۰	۱	β_{25}	۰	β_{22}	β_{23}	۰	۰	۰	۰	β_{26}	۰
اشتغال	β_{32}	۰	β_{33}	۰	۰	۱	۰	β_{34}	β_{36}	β_{35}	β_{37}	۰	β_{38}

منبع: یافته‌های تحقیق

چنانچه از جدول بالا مشخص است، برای تمامی معادلات موجود در سیستم می‌توان حداقل یک دترمینان غیر صفر 2×2 از ضرایب متغیرهای بیرون از معادلهٔ مربوطه اما موجود در بقیهٔ معادلات الگو به دست آورد، بنابراین معادلات بیش از حد مشخص هستند.

۹- نتایج برآورد الگو

معادلهٔ تعداد گردشگران بین‌المللی بازدیدکننده از ایران

جدول ۳. نتایج حاصل از برآورد معادلهٔ گردشگران وارد شده در ایران به شیوه 3SLS

احتمال	t-Statistic	Std. Error	ضریب	نماد	نام متغیر
۰/۵۴۴۹	-۰/۶۰۸۴	۲۳/۷۰۴۹	-۱۴/۴۲۲۱	C(1)	عرض از مبدأ معادله اول
۰/۰۲۱۳	-۲/۳۵۷۲	۱/۲۲۱۰	-۲/۸۷۸۱	LGDPw	لگاریتم تولید ناخالص جهانی
۰/۰۰۰۰	۵/۸۷۹۳	۰/۷۲۸۶	۴/۲۸۴۱	LGDPir	لگاریتم تولید ناخالص ایران
۰/۰۰۲۰	۳/۲۱۲۷	۰/۱۸۶۸	۰/۶۰۰۱	LRER	لگاریتم نرخ ارز حقیقی
۰/۰۲۴۳	۲/۳۰۲۳	۰/۱۳۷۸	۰/۳۱۷۳	POL	سیاست‌های دولت
۰/۹۸				R ²	

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج به دست آمده از جدول نشان می‌دهد که ۹۸٪ تغییرات لگاریتم تعداد گردشگران بین‌المللی بازدیدکننده از ایران، توسط متغیرهای توضیحی حاضر در معادله، قابل بیان است. همچنین ملاحظه می‌شود که به غیر از عرض از مبدأ، تمامی متغیرهای حاضر در معادله، با فاصله اطمینان ۹۵ درصد، دارای اثر معنی‌دار بر متغیر تعداد گردشگران بین‌المللی بازدیدکننده از ایران است. علامت منفی ضریب لگاریتم تولید ناخالص جهانی نیز نشان می‌دهد که کالای گردشگری ایران از نظر بازدیدکنندگان بین‌المللی، کالای پست بوده و با کاهش GDP جهانی، تقاضای بازدید از ایران افزایش می‌یابد. همچنین سیاست‌های دولت بر گردشگران بین‌المللی ورودی به ایران، دارای اثر معنی‌دار است. یعنی دولت‌هایی که سیاست مساعد برای گردشگری داشته‌اند، سبب افزایش ۰/۳۱ درصدی تعداد گردشگران بین‌المللی بازدیدکننده از ایران شده‌اند، که نشان‌دهنده اهمیت سیاست دولت در رشد گردشگری بین‌المللی می‌باشد.

معادله رشد اقتصادی ایران

جدول ۴. نتایج حاصل از برآورد معادله رشد اقتصادی ایران به شیوه 3SLS

نام متغیر	نماد	ضریب	Std. Error	t-Statistic	احتمال
عرض از مبدأ معادله دوم	C(6)	۱۹/۱۴۶۵	۱/۵۸۵۷	۱۲/۰۷۴۰	۰/۰۰۰۰
لگاریتم اشتغال	LL	-۰/۰۶۹۳	۰/۳۴۱۰	۰/۲۰۳۳	۰/۸۳۹۴
لگاریتم سرمایه‌گذاری	LI	۰/۱۳۹۸	۰/۰۶۵۳	۲/۱۳۸۷	۰/۰۳۶۰
لگاریتم گردشگری	LTU	۰/۱۵۲۶	۰/۰۴۷۳	۳/۲۲۳۷	۰/۰۰۱۹
لگاریتم نرخ ارز حقیقی	LRER	۰/۰۰۳۵	۰/۰۴۵۵	۰/۰۷۸۵	۰/۹۳۷۶
لگاریتم درآمد نفتی	LINOIL	۰/۰۸۵۲	۰/۰۳۶۶	۲/۳۲۴۱	۰/۰۲۳۱
R^2		۰/۹۶			

منبع: یافته‌های تحقیق

با توجه به R^2 در جدول بالا، مشخص می‌شود که ۹۶٪ تغییرات لگاریتم تولید ناخالص داخلی ایران به وسیله متغیرهای توضیحی موجود در معادله، بیان شده که این امر نشان‌دهنده قدرت بالای توضیح‌دهندگی الگو بوده است. بر این اساس به جز دو متغیر لگاریتم اشتغال و لگاریتم نرخ ارز، اثر سایر متغیرها بر رشد اقتصادی را نمی‌توان رد کرد. همچنین متغیر تعداد گردشگران بین‌المللی نشان می‌دهد که ۱ درصد افزایش در تعداد گردشگران ورودی به ایران، ۰/۱۵ درصد به رشد اقتصادی افزوده است. کوچک بودن این ضریب نه به معنای قابلیت کم اثرگذاری آن بر رشد، بلکه به دلیل کوچک بودن صنعت گردشگری ایران است، یعنی امکان دارد که با توسعه این صنعت در کشور، میزان اثرگذاری آن بر رشد اقتصادی افزایش یابد، زیرا درآمدهای حاصل از گردشگری، در ساختار یک ضریب تکاثری قرار گرفته و چند برابر درآمد اولیه، جریان درآمدی ایجاد خواهد کرد.

معادله اشتغال

بر اساس اطلاعات گزارش شده در جدول (۵)، مقدار R^2 نزدیک به ۷۰٪ بود، که نشان می‌دهد قدرت توضیح‌دهندگی در معادله سوم نیز قابل قبول می‌باشد. در این معادله نیز به غیر از دو متغیر لگاریتم اشتغال و لگاریتم خالص صادرات، اثر سایر

متغیرها بر اشتغال را در فاصله اطمینان ۹۵ و ۹۰ درصد نمی‌توان رد کرد. بر همین اساس ملاحظه می‌شود که ۱ درصد افزایش در تعداد گردشگران ورودی به کشور، سبب افزایش اشتغال به میزان ۰/۰۵ درصد خواهد شد. به‌طور مشابه با معادله قبل، در اینجا نیز کوچک بودن ضریب به معنای پتانسیل کم گردشگری برای اثرگذاری بر اشتغال نبوده، بلکه نشان‌دهنده کوچک بودن سهم این صنعت در اقتصاد ایران می‌باشد. در حقیقت به دلیل ایجاد اشتغال به صورت‌های مستقیم، غیرمستقیم و القایی، افزایش در ورود گردشگران بین‌المللی، می‌تواند سهم این صنعت از بازار اشتغال را افزایش دهد.

جدول ۵. نتایج حاصل از برآورد معادله اشتغال ایران به شیوه 3SLS

احتمال	t-Statistic	Std. Error	ضریب	نماد	نام متغیر
۰/۰۰۵۴	۲/۸۷۰۳	۰/۰۱۸۷	۰/۰۵۳۷	LTU	لگاریتم گردشگری
۰/۰۰۰۰	۲۲/۵۷۶۵	۰/۰۰۶۸	۰/۱۵۵۱	LGDPir	لگاریتم تولید ناخالص ایران
۰/۰۰۰۰	-۵/۱۴۶۴	۰/۰۱۰۳	-۰/۰۵۳۴	LW	لگاریتم دستمزد
۰/۹۳۴۱	-۰/۰۸۲۹	۰/۰۱۰۸	-۰/۰۰۰۹	LINF	لگاریتم تورم
۰/۰۰۰۱	-۴/۲۶۶۰	۰/۰۳۵۹	-۰/۱۵۳۴	LR	لگاریتم نرخ بهره سرمایه
۰/۰۹۸۳	-۱/۶۷۵۵	۰/۱۱۶۹	-۰/۱۹۵۸	LPRO	لگاریتم بهره‌وری
۰/۵۳۰۶	-۰/۶۳۰۲	۰/۰۰۶۷	-۰/۰۰۴۲	LNetExp	لگاریتم خالص صادرات
۰/۷۰				R ²	

منبع: یافته‌های تحقیق

۱۰- پیشنهادهای اجرایی

در پژوهش حاضر تلاش شده است که نگاهی کلان به صنعت گردشگری بین‌المللی ایران صورت پذیرد. با توجه به تأیید اثرات این صنعت بر دو متغیر مهم اقتصادی ایران (رشد و اشتغال)، راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- با توجه به اثر مثبت گردشگری بین‌المللی بر رشد اقتصادی، دولت زمینه بهره‌برداری بیشتر از آن را به‌منظور افزایش رشد اقتصادی فراهم کند.

- همچنین با توجه به اثر مثبت گردشگری بین‌المللی بر اشتغال، توصیه می‌شود دولت زمینه بهره‌برداری بیشتر از آن را با هدف افزایش اشتغال^۱ فراهم سازد.
- به دلیل مثبت بودن اثر سیاست‌های دولت بر تعداد گردشگران بین‌المللی کشور، پیشنهاد می‌شود که دولت به اتخاذ سیاست‌هایی در راستای تشویق اتباع سایر کشورها برای مسافرت به ایران بپردازد.
- همچنین دولت تلاش کند با حفظ ثبات روانی گردشگران خارجی توسط دیپلماسی قوی در خارج از کشور، ایران را به‌عنوان مقصدی امن معرفی نماید.
- کالای گردشگری ایران به شکل مناسب در سطح دنیا تبلیغ شود.
- برنامه‌ریزی برای تربیت نیروی متخصص در زمینه گردشگری و خدمات مرتبط با آن نیز می‌بایست در دستور کار قرار گیرد.

منابع

۱. بختیاری، صادق و یزدانی، مرتضی (۱۳۸۹). بررسی آثار مستقیم و غیرمستقیم گردشگری بر اشتغال، *فصلنامه علوم اقتصادی*، ۴، ۱۳، ۴۹-۶۰.
۲. پناهی، حسین و خداوریزاده، صابر (۱۳۹۴). تأثیر غیرخطی تورم و توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی ایران: رهیافت مارکوف- سوچینگ. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۴، ۱۴، ۸-۲۵.
۳. پورمقیم، سیدجواد (۱۳۸۲). *اقتصاد بین‌الملل (تجارت بین‌الملل)*، ۱۳۱، نشر سمت.
۴. پورمقیم، سیدجواد (۱۳۹۲). *اقتصاد بین‌الملل (مالیه بین‌الملل)*، ۲۶۴، نشر سمت.
۵. پورمقیم، سیدجواد (۱۳۹۰). *تجارت بین‌الملل (نظریه‌ها سیاست‌های بازرگانی)*، ۲۲، نشر نی، چاپ شانزدهم، تهران.
۶. 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*، ۲، ۷۱-۱۰۸.
۷. رحمانی، تیمور (۱۳۸۷). *اقتصاد کلان*، ۱۳۱-۱۳۹، مؤسسه آموزش عالی پارسه، چاپ پنجم.

۱. توسعه گردشگری با اهداف مختلف، راهکارهای مختلفی دارد. مثلاً اگر از شرکت‌های بین‌المللی برای سرمایه‌گذاری استفاده شود، ممکن است اشتغال‌زایی یا ارزآوری، کمتر از وقتی باشد، که سرمایه‌گذاران داخلی باشند، اما اگر هدف رشد اقتصادی باشد، حضور سرمایه‌گذاران بین‌المللی اخلاص ایجاد نخواهد کرد.

۸. رنج‌پور، رضا، کریمی، زهرا و نجفی‌نسب، میرحجت (۱۳۹۰). بررسی فرضیه‌ی توریسم منجر به رشد در ایران طی (۴۷-۸۸)، *فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه*، ۱۱۵-۱۳۴.
۹. رومر، دیوید (۲۰۰۱). *اقتصاد کلان پیشرفته*، ۱۹، ترجمه: تقوی، مهدی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، چاپ دوم، تهران، ۱۳۸۸.
۱۰. ساموئلسون، پل، هاوس، نورد (۱۹۹۸). *اصول علم اقتصاد*، ۱۱۹۵-۱۱۹۶، ترجمه: محمدخان، مرتضی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ دوم، تهران، ۱۳۸۸.
۱۱. شاکری، عباس، (۱۳۸۷). *اقتصاد کلان (نظریه‌ها و سیاست‌ها)*، ۵۶۴، نشر پارس نوپسا.
۱۲. طغیانی، مهدی، حسینی، سیدعقیل، درخشان، مرتضی، باستانی‌فر، ایمان و حیدری، محمدرضا، (۱۳۹۳). *مقدمه‌ای بر اقتصاد تحریم*، ۳۸-۴۰، انتشارات نیلوفران، تهران.
۱۳. طیبی، سیدکمیل، جباری، امیر و بابکی، روح‌اله (۱۳۸۷). بررسی رابطه‌ی علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه‌ی موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)، *مجله دانش و توسعه*، پانزدهم، ۲۴، ۶۵-۸۷.
۱۴. فرزین، محمدرضا و گل‌لاله، منوچهر (۱۳۸۹). تخمین تابع تقاضای گردشگری در ایران، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه علامه طباطبایی (ه).
۱۵. کاظمی، ابوطالب، یغفوری، حسین، کلانترزاده، مهسا و حاتمی، داود (۱۳۹۳). مقایسه اثرگذار توریسم بر رشد اقتصادی ایران و ترکیه، *فصلنامه فضای گردشگری*، ۱۳، ۱-۱۷.
۱۶. کرمی‌پور، عارفه (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه اقتصاد منطقه‌ای، همایش ملی توسعه اقتصادی با محوریت برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی سنندج.
۱۷. گلدنر، چارلز. آر، برنت ریچی، جی. آر (۲۰۰۹). *شناخت صنعت گردشگری (اصول، رویه‌ها و رویکردها)*، مترجمان: ضرغام بروجنی، حمید، بذرافشان، مرتضی، ایوبی یزدی، حمید، انتشارات مهکامه، چاپ چهارم، ۱۳۹۴.
۱۸. گی، چاک‌وای، فایوسولا، ادواردو (۱۹۹۷). *جهانگردی در چشم‌اندازی جامع*، ترجمه‌ی علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ هفتم، ۱۳۹۰.

۱۹. میرزایی، حسین و جلیلی، ساناز (۱۳۹۰). تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی (مقایسه ایران و کشورهای منتخب)، *فصلنامه علوم اقتصادی*، ۱۵، ۷۳-۹۱.
۲۰. ولا، فرانسوا و بیچریل، یونل (۱۹۹۸). گردشگری بین‌المللی، ۳۷، مترجمان: گوهریان، محمدابراهیم و کتابچی، محمدمهدی، انتشارات امیرکبیر، تهران، ۱۳۸۴.
۲۱. یحیی‌آبادی، ابوالفضل، صمدی، سعید و جهانتیغ‌الهی، مصطفی (۱۳۹۲). تحلیل تغییرپذیری قیمت نفت، نرخ ارز و تحریم اقتصادی بر رشد اقتصادی، *اولین همایش الکترونیکی ملی چشم‌انداز اقتصاد ایران (با رویکرد حمایت از تولید ملی)*.
22. Chaiboonsri, C., Chaitip, P., & Rangaswamy, N. (2008). A Panel Unit Root & Panel Cointegratin Test of the Modeling International Tourism Demand in India, *Journal of Annals the University of Petrosani-Economics*, 8, Issue, 95-124.
23. Chulaphan, W., & Barahona, J.F. (2017). Contribution of disaggregated tourism on Thailand's economic growth, *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 1-6.
24. Fayissa, B., Christian, N., & Bedassa T. (2009). *Tourism & Economic Growth in Latin American Countries (LAC): Further Empirical Evidence*, Department of Economics & Finance, Middle Tennessee State University.
25. Fauzel, Sh. (2016). *Tourism and Employment Spillovers in a small Island Developing state: A Dynamic Investinon*, *Theoretical Economics Letters*, 6, 138-144.
26. Figini, P., & Laura, Vici, (2009). *Tourism & Growth in a Cross-section of Countries*, *The Remini Centre for Economic Analysis*.
27. Kreishan, Fuad. (2014). *The Economy of Tourism in Jordan: A Statistical Study during the period 1990-2011*. *Arab Economic & Business Journal*. 9. 37-45.
28. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, *TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 IRAN*, (2017). WWW.WTTC.ORG