

مقایسه اثرگذاری توریسم بر رشد اقتصادی در ایران و ترکیه

ابوطالب کاظمی^۱ حسین یغفوری^۲ مهسا کلانترزاده^۳ داود حاتمی^{۴*}

۱. دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه یزد
۲. استادیار گروه جغرافیا دانشگاه سیستان و بلوچستان
۳. کارشناس ارشد علوم اقتصادی دانشگاه علوم تحقیقات خوزستان
۴. کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه سیستان و بلوچستان

چکیده

یکی از متغیرهای مهم اقتصادی در هر جامعه، میزان تولید و روند رشد در آن به عنوان شاخص اندازه‌گیری است. این شاخص از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که در این میان ظرفیت‌های صنعت توریسم، مانند ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها، ورود گردشگران خارجی، افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی، افزایش صادرات و افزایش امکان سرمایه‌گذاری خارجی، از دلایل اصلی است که در راستای رشد اقتصادی باید بدان توجه ویژه‌ای داشت. لذا امروزه توریسم به عنوان صنعتی درآمدزا و نجات بخش از لحاظ اقتصادی برای کشورهای مختلف معرفی شده است. گردشگری اگر به درستی در راهبردهای توسعه کشور جای گیرد می‌تواند اساس نظام‌های مولدی با هدف ریشه کنی فقر و همپیوندسازی کشورهای در حال توسعه قرار گیرد. با توجه به اهمیت مسأله فوق، مطالعه حاضر به مقایسه اثر توریسم بر رشد اقتصادی در دو کشور ایران و ترکیه با استفاده از روش‌های تخمین بلند مدت پرداخته است. نتایج نشان داد که در بلند مدت توریسم بر رشد اقتصادی ایران اثر مثبتی دارد، اما در سطح قابل قبولی معنادار نمی‌باشد، این در حالی است که برای ترکیه، این اثر مثبت و کاملاً معنادار است.

واژه‌های کلیدی: توریسم، رشد اقتصادی، بلندمدت، ایران، ترکیه

* نویسنده رابط: davoud.hatami@yahoo.com

۱- مقدمه

صنعت گردشگری از لحاظ اقتصادی پدیده نسبتاً جدیدی در مبادلات بین‌المللی می‌باشد. امروزه جهانگردی در بسیاری از کشورها یکی از منابع مهم درآمد ارزی تلقی می‌گردد. صنعت گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه کشورها اهمیت بسزایی یافته است. گردشگری در بسیاری از کشورها با انگیزه دستیابی به منافع اقتصادی آن رشد کرده است. طبق آمارهای منتشرشده از سوی سازمان جهانی گردشگری، دریافتی کل کشورها از محل گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۵۰ بالغ بر ۲/۱ میلیارد دلار بوده است که این رقم در سال ۲۰۰۷ به ۸۵۶ میلیارد دلار رسیده و در سال ۲۰۱۰ به یک تریلیون دلار می‌رسد (رنج پور و همکاران، ۱۳۹۰). پیش‌بینی می‌شود که این صنعت در ۶/۵ تریلیون دلار از اقتصاد جهانی مشارکت غیرمستقیم داشته باشد و حدود ۲۶۰ میلیون شغل نیز در ارتباط با این صنعت هستند که حدوداً یک شغل از هر ۱۲ شغل بر روی کره زمین می‌باشد. این آمار برای سال ۲۰۱۱ حدود ۶/۳ تریلیون دلار از کل تولید ناخالص داخلی جهانی، ۲۵۵ میلیون شغل، ۷۴۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری و ۱/۲ تریلیون دلار مشارکت در صادرات بوده است (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲). گردشگری بر میزان اشتغال کشورها، افزایش درآمد ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی و مهم‌تر از همه، ارتقای سطح زندگی و معیشتی مردم و بسیاری دیگر از عوامل پیش‌برنده‌ی اقتصادی، موجب شده است تا نگرش کشورهای دنیا به مرز آن تغییر یافته و به عنوان یکی از مهم‌ترین نیروهای محرک توسعه‌ی اقتصادی، جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند (شریفی رنانی و همکاران، ۱۳۸۹).

در مطالعه حاضر به منظور بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی در دو کشور ایران و ترکیه، پس از بیان مقدمه وضعیت گردشگری در دو کشور با هم مقایسه شده است. سپس مبانی نظری و مطالعات انجام شده در حوزه گردشگری مورد بحث قرار گرفته شده است. سپس با استفاده از روش ARDL به برآورد مدل پرداخته شده و نهایتاً نتیجه‌گیری انجام گرفته است.

وضعیت گردشگری و سهم آن در تولید ناخالص داخلی ایران و ترکیه

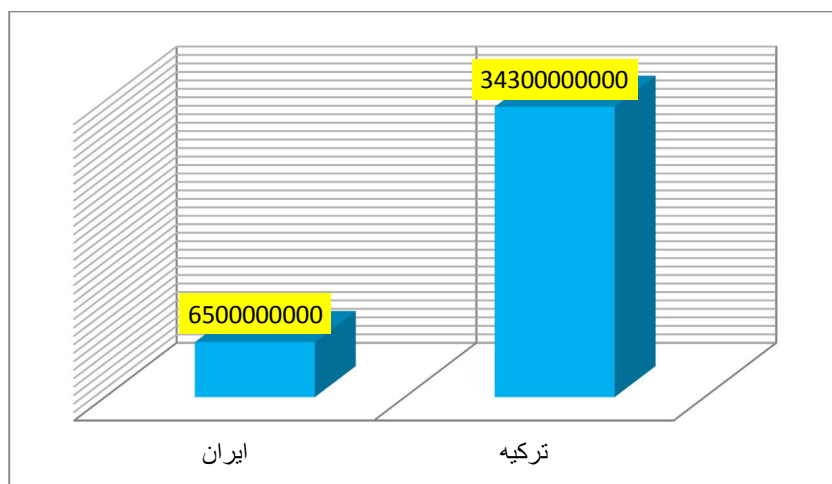
کشور ایران از قطب‌های مهم گردشگری در جهان به شمار می‌رود و با برخورداری از سابقه‌ی دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و عوامل دیگر از جمله زیارتگاه‌های متعدد، توانایی قرارگیری در جایگاه مناسب نقاط پرجاذبه‌ی گردشگری در سطح آسیا و بین‌المللی را داراست. ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری، تنوع گردشگری و تنوع صنایع‌دستی به ترتیب جزء ۱۰، ۵ و ۳ کشور اول جهان است. با توجه به گزارش شورای جهانی مسافرت و گردشگری^۱ در سال ۲۰۱۲، ایران در صنعت

¹ World Traveland Tourism Council

گردشگری، دارای رتبه چهارم در خاور میانه و در میان ۱۸۰ کشور جهان، دارای رتبه ۳۶ ام می‌باشد (جعفری صمیمی و خبره، ۱۳۹۲).

بر اساس مطالعات انجام شده درآمد حاصل از جذب یک گردشگر خارجی با فروش ۱۵ بشکه نفت برابری می‌کند و اگر این صنعت در کشور توسعه پیدا کند و تعداد فراوانی گردشگر خارجی به ایران بیایند، درآمد حاصل از توریسم می‌تواند جایگزین بخش‌های قابل توجهی از درآمد فروش نفت شود. در خصوص اشتغال‌زایی این صنعت در داخل کشور تنها می‌توان به این نکته اشاره نمود که در مقابل ورود ۶ نفر گردشگر برای یک نفر در کشور ایجاد اشتغال می‌شود. درآمد ارزی حاصل از ورود گردشگران بین‌المللی به ایران طی سال‌های ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۷ با افزایش رو به رو بوده است. بیش‌ترین درآمد ارزی گردشگران به ایران پیش از انقلاب در سال ۱۳۵۷ با رقمی بالغ بر ۲۳۵ میلیون دلار بوده است. از سال ۵۷ به بعد به علت پیروزی انقلاب اسلامی و سال‌های جنگ تحمیلی تا سال ۶۷ تقریباً ثابت و با تغییرات جزئی مواجه بوده است. از سال ۶۷ تا ۸۷ نیز با توجه به آرامش نسبی اوضاع سیاسی و اجتماعی کشور، درآمد حاصل از ورود گردشگران بین‌المللی با روند رو به رشد رو به رو بوده است. اما متأسفانه در سال‌های اخیر به دلیل عدم توجه و کاهش سرمایه‌گذاری‌های ثابت در این صنعت روند رو به کاهش داشته است (یعقوب زاده، ۱۳۹۳).

در مقایسه کشور ترکیه (کشور اروپایی آسیایی) با ایران که طی سال‌های اخیر سرمایه‌گذاری‌های فراوانی در حوزه گردشگری انجام داده است، مشخص می‌شود که هر سال شاهد رشد صنعت گردشگری این کشور هستیم. در سال ۲۰۱۲ در بین کشورهای جهان رتبه ششم را از لحاظ جذب گردشگر به خود اختصاص داده است. تعداد گردشگرانی که سال ۲۰۱۱ از ترکیه دیدن کردند ۷/۳۴ میلیون نفر بود؛ اما در سال ۲۰۱۲ این رقم به ۷/۳۵ میلیون نفر افزایش یافت که رشد ۳ درصدی را نشان می‌دهد. نکته جالب در مورد ترکیه این است که تعداد گردشگرانی که به این کشور سفر کرده‌اند در سال ۲۰۱۱ میلادی ۱۰/۵ درصد بیشتر از سال ۲۰۱۰ بود (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۲). انجمن آژانس‌های مسافرتی ترکیه در گزارشی اعلام کرد، در سال ۲۰۱۴ حدود ۴۱ میلیون و ۴۰۰ هزار گردشگر خارجی از ترکیه دیدن کردند که از مجموع ۳۴.۳ میلیارد دلار درآمد حاصله از ورود این گردشگران، بوده است. در حالی که طبق آخرین آمار اعلام شده از سوی رئیس سازمان میراث فرهنگی و گردشگری کشورمان، درآمد ایران از ورود گردشگران خارجی در سال گذشته حدود ۶.۵ میلیارد دلار بوده است.

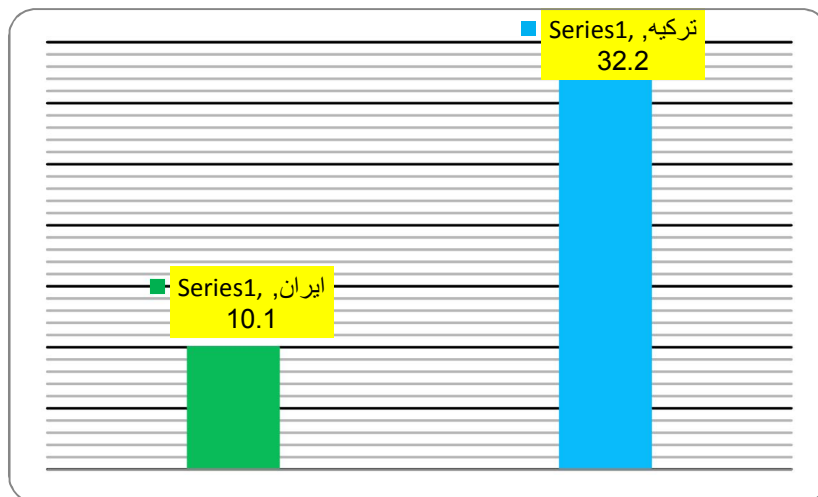


شکل ۱: مقایسه درآمد ناشی از گردشگری در دو کشور ایران و ترکیه در سال ۲۰۱۴

مأخذ: [uhwtwo.org](http://www.uhwtwo.org) tourism 2014 organization

عملکرد رشد اقتصادی ایران طی سال‌های اخیر چندان امیدوار کننده نبوده است. رشد اقتصادی ایران پس از رشد فزاینده خود در دوره ۵۵-۱۳۴۵ با رکود مواجه شد. علت افزایش این نرخ را می‌توان به شوک نفتی دهه ۵۰ که سبب بالارفتن چند برابر قیمت نفت ایران در بازارهای جهانی دانست که همین مهم باعث رشد اقتصادی ۱۹/۵ درصدی سالانه گردید. پس از انقلاب و دوران جنگ تحمیلی که باعث بی‌ثباتی اقتصادی و تشدید ریسک سرمایه‌گذاری شد، با کاهش شدید رشد اقتصادی سالیانه به کمتر از منفی ۷ درصد مواجه شدیم. پس از دوران جنگ تحمیلی نرخ رشد سالیانه طی برنامه‌های توسعه اقتصادی معادل ۳/۵ درصد بوده است (جهانگرد، ۱۳۸۶). طی سال‌های پایانی دهه ۸۰ علی‌رغم بالارفتن قیمت نفت، متأسفانه رشد اقتصادی در حد مطلوب و مورد انتظار نبوده است، که علت اصلی آن را می‌توان به عدم توجه به بخش عرضه اقتصاد دانست، البته تحریم‌های اقتصادی و ناامنی‌های منطقه نیز بر کاهش سرمایه‌گذاری‌ها و رشد اقتصادی دخیل بوده‌اند.

از لحاظ درآمدهای مستقیم حاصل از سفر و گردشگری در بخش تولید ناخالص داخلی و در سال ۲۰۱۲ میلادی، ایران با ۱۰.۱ میلیارد دلار درآمد (۱۲.۳ هزار میلیارد تومان بوده که بر اساس ارزش مرجع ۱۲۲۰ تومانی تبدیل به دلار شده است)، رتبه ۳۷ را در بین ۱۸۴ کشور جهان به خود اختصاص داده است. این در حالی است که ترکیه با جمعیتی نزدیک به ۷۴ میلیون نفر (ایران ۷۶ میلیون نفر) از محل کمک مستقیم سفر و گردشگری به تولید ناخالص داخلی، دارای درآمد ۳۲.۲ میلیارد دلاری بوده و در بین ۱۸۴ کشور دنیا رتبه ۱۳ را به خود اختصاص داده است.



شکل ۲: مقایسه درآمدهای مستقیم حاصل از گردشگری در بخش تولید ناخالص داخلی دو کشور ایران و ترکیه در سال ۲۰۱۲ میلادی

مأخذ: uhwto:word tourism 2012 organization

۲- مبانی نظری و پیشینه تحقیق

امروزه رشد اقتصادی یکی از مهم‌ترین مسائل کشورهای جهان تلقی می‌شود. رشد اقتصادی یکی از شاخص‌های کمی سنجش میزان پیشرفت اقتصاد کشورها بوده و عوامل اثرگذار بر آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. این شاخص از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که در این میان ظرفیت‌های صنعت گردشگری، مانند ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها، ورود گردشگران خارجی، افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی، افزایش صادرات و افزایش امکان سرمایه‌گذاری خارجی، از دلایل اصلی است که در راستای رشد اقتصادی باید بدان توجه ویژه‌ای داشت.

یکی از پایه‌های نظری پیرامون ارتباط گردشگری و رشد اقتصادی بدین گونه استدلال می‌کند که رشد اقتصادی یک کشور نه تنها تابعی از نیروی کار، سرمایه، صادرات و سایر عوامل مؤثر در اقتصاد آن کشور است بلکه می‌تواند تحت تأثیر میزان توریسم وارد به آن کشور نیز باشد (کورتس و پولینا، ۲۰۰۶).^۱ در این بین، فرضیه صادرات منجر به رشد (ELGH)^۲ فرض می‌کند که رشد اقتصادی نه تنها به وسیله افزایش در میزان نیروی کار و سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایجاد می‌شود، بلکه به وسیله توسعه صادرات نیز حاصل می‌شود. مستقیماً از این فرضیه، فرضیه گردشگری منجر به رشد (TLGH)^۳ اقتباس شده است؛ زیرا یک عامل استراتژی بالقوه برای رشد و توسعه اقتصادی به حساب می‌آید که مبنای بسیاری از مطالعات

¹ Cortes & Pulina

² Export-Led Growth Hypothesis

³ Tourism-Led Growth Hypothesis

اقتصادی در سطح جهانی قرار گرفته و در بیشتر موارد درستی آن به اثبات رسیده است که تنها تفاوت آن با صادرات کالاها و خدمات این است که مصرف‌کننده، آن را در کشور میزبان مصرف می‌کند. این نظریه استدلال می‌کند که رشد اقتصادی یک کشور نه تنها تابعی از نیروی کار، سرمایه، صادرات و عوامل دیگر در آن کشور است، بلکه می‌تواند تحت تأثیر میزان گردشگر وارد به آن کشور نیز باشد (بالاگوئر و کانتاولا، ۲۰۰۲).

صنعت گردشگری زیرمجموعه صنایع خدماتی می‌باشد و از آنجا که خدمات یکی از مواردی است که تولید و یا ارزش افزوده آن در محاسبه تولید ناخالص داخلی یک کشور لحاظ می‌گردد، در نتیجه درآمد حاصل از صنعت گردشگری در تولید ناخالص داخلی محسوب می‌شود و به صورت مستقیم بر رشد اقتصادی اثرگذار است (حقیقت و همکاران، ۱۳۹۲). صنعت گردشگری می‌تواند راهکاری مناسب برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر باشد. به عنوان نمونه، در سال ۱۹۹۸ گردشگری بین‌المللی حدود ۸ درصد از کل درآمدهای جهان و ۳۷ درصد از صادرات بخش خدمات را به خود اختصاص داده است. همچنین بر اساس پیش‌بینی‌های رسمی سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصل از گردشگری در سطح جهان تا سال ۲۰۲۰، به ارزش تقریبی ۲ تریلیون دلار در هر سال خواهد رسید (رنج پور و همکاران، ۱۳۹۰). با توجه به مطالعه پین و مروار (۲۰۱۰)^۲ رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی از دو جنبه دارای اهمیت می‌باشد، اول اینکه؛ رشد اقتصادی منجر به تحقق این فرضیه می‌شود که گردشگری در نتیجه سیاست‌های مؤثر دولت و مؤسسات، و سرمایه‌گذاری‌های کافی در این مقوله به اثبات می‌رسد و دوم اینکه؛ فرضیه رشد گردشگری به عنوان موتور رشد اقتصادی محسوب شده و انتظار می‌رود دارای اثرات جانبی مثبتی در اقتصاد شود.

این صنعت به صورت غیرمستقیم نیز بر رشد اقتصادی اثرگذار است. به صورتی که اگر گردشگری به دلیل تعامل زیادی که با دیگر فعالیت‌های اقتصادی دارد، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به صنعت گردشگری کالا و یا خدمات ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با رشد صنعت گردشگری رشد خواهند کرد. یعنی اینکه صنعت گردشگری می‌تواند به عنوان موتوری برای رشد اقتصادی عمل نماید که سایر فعالیت‌ها را همراه خود روبه جلو حرکت دهد و اثر پویایی را در اقتصاد به شکل اثرات سرریز^۳ و یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد.

از طرفی اندازه تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشور میزبان به عوامل گوناگونی بستگی دارد که شامل موارد زیر می‌باشند (اربابیان و همکاران، ۱۳۹۲):

¹ Balaguer and Cantavella

² Payne and Mervar

³ Spillovers

۱- افزایش اشتغال خارجیان در صنعت گردشگری کشور میزبان؛ به خروج درآمدهای حاصل از این صنعت منجر خواهد شد، در نتیجه وجوه کمتری در کشور میزبان جریان می‌یابد و اثر کمتری بر رشد اقتصادی دارد.

۲- درجه خوداتکایی صنعت گردشگری کشور میزبان؛ هرچه میزان خوداتکایی به پتانسیل‌ها و امکانات داخلی کشور میزبان بیشتر باشد، درجه اثرگذاری بیشتر به جای خواهد داشت.

۳- اندازه این صنعت در اقتصاد ملی کشور میزبان؛ هر اندازه این صنعت سهم بیشتری در اقتصاد کشور داشته باشد، سهم ارزش افزوده آن در تولید ناخالص داخلی قابل توجه‌تر می‌باشد.

۴- توسعه‌یافتگی؛ هرچه درجه توسعه‌یافتگی و تعامل این صنعت با صنایع دیگر بیشتر باشد، اثر بیشتری بر رشد اقتصادی خواهد داشت.

۵- تعامل مناسب بخش خصوصی و دولتی؛ اصولاً در کشورهای که بین بخش خصوصی و دولتی تعامل مناسبی وجود داشته باشد و بخش دولت به عنوان مکمل بخش خصوصی عمل کند، شاهد رشد و توسعه پایدار خواهیم بود. در صورتی که بخش خصوصی زیرساخت‌های توسعه گردشگری را فراهم کند و دولت به عنوان حامی این بخش عمل کند، شاهد رشد این صنعت و در نهایت افزایش تولید ناخالص داخلی خواهیم بود. نکته قابل توجه دیگر این است که رشد اقتصادی نیز به رشد گردشگری منجر خواهد شد. در کشوری که تسهیلات و زیرساخت‌های گردشگری (توسعه سیستم حمل‌ونقل، فناوری اطلاعات و ارتباطات، بهداشت عمومی و...) فراهم باشد، قطعاً بر رشد این صنعت اثرگذار خواهد بود.

مطابق نظریه رشد سولو (۱۹۵۶)^۱ یک تابع تولید کاب-داگلاس در نظر گرفته می‌شود. این الگو از یک تابع تولید آغاز می‌شود که به وسیله آن سطح محصول کل (تولیدکل) به عوامل تولید بستگی دارد. این تابع را می‌توان به صورت زیر نشان داد (کومار و کومار، ۲۰۱۲؛ کومار، ۲۰۱۳؛ کومار و همکاران، ۲۰۱۴)^۲:

$$Y = A_t K_t^a L_t^B$$

از آنجا که a و B سهم نیروی کار و سرمایه در تابع تولید می‌باشند و $a + B = 1$ می‌باشد، پس فرض می‌شود که بازدهی ثابت نسبت به مقیاس وجود دارد. معادله تولید سرانه به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$y_t = A_t k_t^a \quad a > 0$$

A سهم تکنولوژی و k سرمایه سرانه نیروی کار می‌باشد. در مدل سولو فرض بر این است که عامل

تکنولوژی از معادله زیر به دست می‌آید:

$$A_t = A_0 e^{gT}$$

¹ Solow

² Kumar and Kumar 2012؛ Kumar 2013a,b,c؛ Kumar et al. 2014

A_0 به عنوان انباره دانش اولیه ورودی و T متغیر زمان می‌باشد. حال برای جای دادن تورسیم و سایر متغیرهای مؤثر در مدل، انباره تکنولوژی به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$A_t = f(\text{tur}, z_i)$$

از آنجایی که tur به تورسیم مربوط می‌باشد و به عنوان جزئی از GDP لحاظ می‌شود و z_i برداری از تغییر متغیرهای مؤثر دیگر می‌باشد (رائو، ۲۰۱۰)^۱، پس می‌توان پراکسی برای آن انتخاب کرده و به صورت زیر عمل کنیم:

$$A_t = A_0 e^{gT} \text{tur}_t^\varphi z_i^\theta$$

و

$$y_t = (A_0 e^{gT} \text{tur}_t^\varphi z_i^\theta) k_t^\alpha$$

$$\Delta L y^* = g + \varphi \Delta L \text{tur} + \theta \Delta L z_i$$

که ΔL تفاضل مشتقات جزئی لگاریتم متغیرهای مربوطه را نشان می‌دهد. g عرض از مبدا می‌باشد. مطابق مدل عبادل و همکاران (۲۰۱۳)^۲، بردار متغیرها به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$z_i = f(\text{oopen}, \text{cpi}, \text{capital})$$

oopen باز بودن تجاری (مجموع صادرات و واردات تقسیم بر GDP) را نشان می‌دهد، cpi شاخص قیمتی مصرف کننده به عنوان پراکسی برای تورم و capital سرمایه فیزیکی سرانه را نشان می‌دهد. کاررا و همکاران (۲۰۰۸)^۳، بریدا و همکاران (۲۰۱۰)^۴ نشان دادند که نرخ ارز حقیقی نیز یکی از فاکتورهای مؤثر می‌باشد. بنابراین با ترکیب دو مدل فوق و با توجه به داده‌های موجود مدل نهایی تابع فاکتورهای زیر می‌باشد:

$$z_i = f(\text{oopen}, \text{cpi}, \text{RER})$$

RER : نرخ ارز حقیقی می‌باشد. pergdp : تولید سرانه (پراکسی رشد)

$$\text{pergdp} = g + \varphi \text{tur} + \delta \text{oopen} + \delta \text{RER}$$

مطالعات داخلی و خارجی زیادی بر وجود رابطه میان رشد اقتصادی و تورسیم پرداخته‌اند. رنج پور و همکاران (۱۳۹۰) در مطالعه‌ای به بررسی فرضیه تورسیم منجر به رشد در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷ با استفاده از روش هم انباشتگی یوهانسون-جوسلیوس پرداختند. نتایج نشان داد که یک رابطه هم انباشتگی بلندمدت بین متغیرهای موجود در مدل وجود دارد و ضریب متغیر درآمد حاصل از گردشگری عددی

¹ Rao

² Abdul et al

³ Carrera et al

⁴ Brida et al

مثبت است. 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.

حقیقت و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) طی دوره ۲۰۰۹-۱۹۹۹ با روش علیت پرداختند. نتایج نشان داد که بین گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا، رابطه علیت دو طرفه وجود دارد و همچنین اگر رشد اقتصادی کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت گردشگری کشورهای منا ۰/۲۱ درصد افزایش می‌یابد. از طرفی چنانچه گردشگری در کشورهای منا یک درصد افزایش یابد، در این صورت تولید ناخالص داخلی این کشورها به عنوان شاخص رشد اقتصادی ۰/۱۴ درصد افزایش می‌یابد.

اربابیان و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی (مطالعه موردی: کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی) طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۹۵ با استفاده از داده‌های تابلویی پرداختند. نتایج نشان داد که توریسم بین‌الملل تأثیر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد. همچنین نتایج نشان داد رشد اقتصادی در این کشورها با توسعه تسهیلات و امکانات زیربنایی سبب توسعه گردشگری می‌شود و افزایش درآمد سرانه هر یک از این کشورها منجر به افزایش تقاضای توریسم بقیه اعضا می‌شود.

طیبی و همکاران (۱۳۸۷) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی در ایران و کشورهای OECD بعلاوه چین، هنگ‌کنگ، مالزی، روسیه و تایلند طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۵ با استفاده از روش پانل دیتا پرداختند. نتایج نشان داد که رابطه علی دو طرفه بین گردشگری و رشد اقتصادی وجود دارد.

یاوری و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی با استفاده از روش اثرات ثابت طی دوره ۲۰۰۷-۱۹۹۰ پرداختند. نتایج نشان داد که علاوه بر منابع متداول رشد، شامل سرمایه‌گذاری مادی و انسانی و مخارج مصرفی خانوار؛ در این کشورها بهبود صنعت گردشگری نیز می‌تواند منجر به توسعه اقتصادی و دستیابی به نرخ‌های رشد بالاتر شود.

لی و چانگ (۲۰۰۸)^۱ در مطالعه‌ای به بررسی توسعه گردشگری و رشد اقتصادی با استفاده از روش پانل برای کشورهای OECD و کشورهای منتخبی (آسیا، آمریکای لاتین و زیر صحرای آفریقا) طی دوره ۲۰۰۰-۱۹۹۰ پرداختند. نتایج نشان داد که یک رابطه هم جمعی بین تولید ناخالص داخلی و رشد گردشگری وجود دارد. همچنین رشد گردشگری اثر بیشتری بر تولید ناخالص ملی در کشورهای منتخب در مقایسه با کشورهای عضو OECD دارد.

¹ Chien-Chiang Lee & Chun-Ping Chang

مینگ چی (۲۰۱۳)^۱ در مطالعه‌ای به بررسی این سؤال که "آیا توسعه صنعت گردشگری اثری بر رشد اقتصادی دارد؟" پرداخت. بدین منظور با استفاده از داده‌های تابلویی برای ۱۰ کشور طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۸۸ به برآورد متغیر پرداخت. نتایج نشان داد که در بین ۱۰ کشور مد نظر در ۳ کشور (بلغارستان، رومانی و اسلوانی) رابطه علیت بی‌طرفه؛ برای قبرس، لتونی و اسلواکی تأیید علیت؛ برای جمهوری چک و لهستان رابطه معکوس؛ و برای استونی و مجارستان فرضیه بازخورد تأیید می‌شود.

عبدل و همکاران (۲۰۱۳)^۲ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی در پاکستان طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۷۲ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در بلندمدت گردشگری اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد. همچنین گردشگری بین‌المللی به همراه متغیرهای چون سرمایه فیزیکی و تجارت بین‌الملل اثر مثبتی بر رشد اقتصادی پاکستان دارند.

چار فون و صلاح (۲۰۱۴)^۳ در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گردشگری، مصرف انرژی و توانایی نهادهای سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای منا طی دوره ۲۰۱۰-۲۰۰۹ با استفاده از روش GMM پرداختند. نتایج نشان داد که گردشگری اثر قابل ملاحظه‌ای بر رشد اقتصادی این کشورها دارد.

کریشمان (۲۰۱۴)^۴ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و اقتصاد در کشور اردن طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۹۰ پرداخت. نتایج این مطالعه نشان داد که صنعت گردشگری اثر قابل توجهی بر اقتصاد و رشد اقتصادی این کشور دارد. به طوری که این صنعت سهم ۱۱/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی، ۱۰ درصد از اشتغال این کشور را دارا می‌باشد. همچنین ۳۸ درصد کل درآمد صادراتی این کشور نیز به بخش گردشگری تعلق دارد.

کومار و همکاران (۲۰۱۴)^۵ در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی: مطالعه موردی مالزی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۷۵ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در کوتاه مدت گردشگری اثر منفی بی‌معنایی دارد؛ ولی در بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی مالزی دارد. همچنین نشان دادند که فرضیه علیت دو طرفه نیز تأیید می‌شود.

۳- نتایج برآورد مدل

۳-۱- بررسی مانایی

بر اساس ادبیات اقتصادسنجی جهت تخمین الگو ابتدا بایستی آزمون‌های مانایی متغیرها صورت گیرد. چنانچه متغیرهای نا مانا در برآورد مدل مورد استفاده قرار گیرند، علی‌رغم عدم وجود هیچ رابطه‌ای

¹ Ming Che Chou

² Abdul Jalil & et al

³ Chor Foon Tang, Salah Abosedra

⁴ Fuad Kreishan

⁵ Ronald Ravinesh Kumar & et al

بین متغیرها، ضریب تعیین به دست آمده مقدار بالایی است. در نتیجه استنباط‌های غلطی ممکن است صورت گیرد (مواجه شدن با مساله رگرسیون کاذب). برای بررسی مانایی از آزمون‌های چون فلیپس - پرون استفاده می‌شود. در صورت نامانا بودن متغیرها با روش تفاضل‌گیری می‌توان اغلب متغیرها را مانا کرد. از آن جایی که یکی از قابلیت‌های روش مورد استفاده در مطالعه حاضر (ARDL) این است که حساسیتی نسبت به تفاضل مرتبه اول نشان نمی‌دهد، پس با یک بار تفاضل‌گیری از متغیرها نتایج زیر را به دست آورده‌ایم. جدول شماره (۲و۱) مانایی متغیرها بر اساس آزمون فلیپس - پرون نشان داده شده است.

جدول ۱-۱- نتایج آزمون ریشه واحد فلیپس - پرون در سطح ۵ درصد برای کشور ایران

متغیر	مقدار بحرانی	آماره
Pergdp	-۲.۹۲	۱.۲۳
Dpergdp	-۲.۹۲	-۵.۴۶
Torism	-۲.۹۲	-۰.۲۹
Dtorism	-۲.۹۲	-۵.۴۱
Opeen	-۲.۹۲	-۰.۷۷
Dopeen	-۲.۹۲	-۴.۳۵
EX	-۲.۹۲	۱.۲۴
DEX	-۲.۹۲	-۴.۷۴

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول ۲-۲- نتایج آزمون ریشه واحد فلیپس - پرون در سطح ۵ درصد برای متغیرهای کشور ترکیه

متغیر	مقدار بحرانی	آماره
Pergdp	-۲.۹۲	۱.۰۸
Dpergdp	-۲.۹۲	-۴.۴۸
Torism	-۲.۹۲	-۰.۸۹
Dtorism	-۲.۹۲	-۳.۵۲
Opeen	-۲.۹۲	-۰.۹۸
Dopeen	-۲.۹۲	-۳.۱۷
EX	-۲.۹۲	۰.۷۱
DEX	-۲.۹۲	-۳.۱۴

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج نشان داد که تمامی متغیرها برای هر دو کشور در سطح نامانا هستند و با یک با تفاضل گیری مانا می شوند.

۳-۲- برآورد مدل

در این مطالعه برای بررسی همگرایی و روابط بلندمدت بین توریسم و رشد اقتصادی در دوره زمانی ۱۹۹۵-۲۰۱۲ برای دو کشور ایران و ترکیه از روش $ARDL^1$ برای متغیرها استفاده شده است. داده‌های استفاده شده در این مطالعه از سایت بانک جهانی و صندوق بین المللی پول استخراج شده است. به منظور بررسی وجود رابطه تعادلی بلند مدت شرط دست یابی به وجود رابطه پویای کوتاه مدت به سمت تعادل بلندمدت آن است که مجموع ضرایب کمتر از یک باشد. برای انجام آزمون مورد نظر باید (مطابق فرمول زیر) عدد یک را از مجموع ضرایب با وقفه متغیر وابسته کسر و بر مجموع انحراف معیار ضرایب مذکور تقسیم کرد.

$$t = \frac{\sum_{i=1}^p \hat{\phi}_i - 1}{\sum_{i=1}^p S_{\hat{\phi}_i}}$$

اگر قدر مطلق t به دست آمده از قدر مطلق مقادیر بحرانی ارائه شده توسط بنرجی و همکاران (۱۹۹۳) بزرگتر باشد، فرضیه صفر مبنی بر عدم وجود هم انباشتگی رد شده و وجود رابطه بلندمدت پذیرفته می شود (تشکینی، ۱۳۸۴).

$$T_{for\ iran} = -3.68$$

$$T_{for\ turkey} = -4.11$$

نتایج برآورد مدل رشد اقتصادی بر پایه توریسم برای کشور ترکیه

$$Dpergdp_{turkey} = 516.2 + 0.05629(Dtorism) - 2379.6(Dex) + 2605.0(Dopeen)$$

$$\begin{matrix} 5.5445 & 2.7925 & -6.3353 & 2.0916 \\ \left(\frac{0}{000}\right) & \left(\frac{0}{029}\right) & \left(\frac{0}{000}\right) & \left(\frac{0}{043}\right) \end{matrix} R^2 = 0.97874,$$

$$\bar{R}^2 = 0.96847, \quad DW = 1.84$$

¹ Ato-Regressive Distributed Lag

نتایج بر آورد مدل رشد اقتصادی بر پایه توریسم برای ایران

$$Dpergdp_{iran} = 212.2 + 0.00684(Dtorism) - 1524.45(Dex) + 145.86(Dopeen)$$

$$\begin{matrix} 4.4581 & 1.1025 & -4.8004 & 2.8701 \\ (0/000) & (0/133) & (0/000) & (0/023) \end{matrix}$$

$$R^2 = 0.96123, \quad \bar{R}^2 = 0.95481, \quad DW = 2.11$$

نتایج نشان داد که توریسم در بلند مدت اثر مثبتی بر رشد اقتصادی دارد، البته مطابق مبانی نظری رشد عوامل اصلی دیگری نیز بایستی باشند تا شاهد رشد اقتصادی بالا باشیم. این نتایج برای دو کشور ایران و ترکیه متفاوت می باشد. اثرگذاری توریسم بر رشد اقتصادی ایران در سطح قابل قبولی معنادار نمی باشد. در ایران علاوه بر عوامل اقتصادی؛ عوامل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و مذهبی و.. در کنار توریسم بایستی مورد تحلیل قرار گیرد که در مطالعه حاضر با توجه به اهداف آن مورد استفاده قرار نگرفته است. از طرفی چون توریسم به طور غیر مستقیم بر بسیاری از عوامل اقتصادی مانند سرمایه گذاری های داخلی و خارجی اثر گذار است، وجود ناامنی های منطقه نیز بر کاهش اثرگذاری آن بر سایر متغیرهای اقتصادی و در نهایت رشد اقتصادی قابل توجیه می باشد. در کشور ترکیه به دلیل مناسبات سیاسی با کشورهای اروپایی و رواج فرهنگ همسو با جوامع غربی و کم بودن محدودیت های مذهبی زمینه ورود شمار زیادی از گردشگران خارجی فراهم بوده است. به واسطه وجود گردشگران زیاد در این کشور سرمایه گذاری های داخلی و خارجی زمینه را برای رشد اقتصادی بیشتر در این کشور توجیه پذیر نموده است. اثرگذاری سایر متغیرهای اقتصادی موجود در هر دو مدل مشابه بوده، به طوری که نرخ ارز حقیقی اثر منفی بر رشد دارد ولی باز بودن تجاری اثر مثبت معناداری بر رشد را نشان می دهد، ولی میزان اثرگذاری متفاوتی دارند.

۳-۳- نتایج الگوی تصحیح خطا

پس از انجام برآورد بلند مدت مدل، برآورد الگوی تصحیح خطای مدل انجام می گیرد. اگر ضریب مدل تصحیح خطا از نظر آماری معنادار و منفی باشد، بیانگر سرعت تعدیل بالایی می باشد. و همچنین معنی دار بودن ضریب آن، نشان دهنده وجود رابطه بلندمدت معنی دار بین متغیرهای الگو می باشد.

بر اساس نتایج ضریب $ECM(-1)$ برابر 0.85844 است (برای مدل ترکیه) و این امر نشان دهنده آن است که در هر دوره معادل ضریب فوق تعدیل صورت می گیرد. بنابراین حرکت به سمت تعادل با سرعت بسیار بالایی صورت می گیرد. نتایج ضریب $ECM(-1)$ برابر 0.63844 است (برای مدل ایران) و این امر نشان دهنده آن است حرکت به سمت تعادل با سرعت نسبتاً پایینی صورت می گیرد.

۴- جمع‌بندی

صنعت گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه کشورها اهمیت به‌سزایی یافته است. گردشگری در بسیاری از کشورها با انگیزه دستیابی به منافع اقتصادی آن رشد کرده است. از طرفی، رشد اقتصادی یکی از شاخص‌های کمی سنجش میزان پیشرفت اقتصاد کشورها بوده و عوامل اثرگذار بر آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. این شاخص از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که در این میان ظرفیت‌های صنعت گردشگری، مانند ایجاد فرصت‌های شغلی، توسعه زیرساخت‌ها، ورود گردشگران خارجی، افزایش تقاضا برای کالاهای داخلی، افزایش صادرات و افزایش امکان سرمایه‌گذاری خارجی، از دلایل اصلی است که در راستای رشد اقتصادی باید بدان توجه ویژه‌ای داشت. در مطالعه حاضر با استفاده از روابط بلند مدت نشان داده شد که توریسم بر رشد اقتصادی دو کشور ایران و ترکیه اثر مثبت و مستقیم دارد. ولی میزان اثر گذاری آن بر رشد اقتصادی متفاوت است. وجود برخی محدودیت‌های سیاسی، فرهنگی، مذهبی و اجتماعی در کنار سایر عوامل اقتصادی دو کشور، می‌تواند علت تفاوت در میزان اثر گذاری باشد. که در زیر پیشنهادهایی برای بهبود وضعیت صنعت گردشگری کشورمان با توجه به فرهنگ ایرانی - اسلامی ارائه شده است.

- پیشنهادها

- باید زمینه حضور بخش خصوصی را فراهم کرد تا با حضور سرمایه‌گذاری آنان شاهد روند رو به رشد گردشگری در کشور باشیم.
- ایجاد امنیت باعث رشد و توسعه صنعت توریسم می‌شود. تلاش در جهت تحکیم امنیت داخلی و خارجی موجب افزایش ورود گردشگران به کشور شده و متعاقب آن موجب افزایش درآمد در کشور می‌گردد.
- معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور، در جهان و فراهم نمودن شرایط لازم برای جذب توریست، می‌تواند سهم مؤثری در ایجاد فرصت‌های شغلی مربوط به جهانگردی داشته باشد.
- استفاده از مدیران تحصیل کرده و آگاه به مسائل گردشگری در راس امور تصمیم‌گیری و اجرایی.
- لغو مقررات دست و پاگیر مانند حذف روادید.
- ایجاد وزارتخانه توریسم و گردشگری در ایران.
- فقدان نیروی انسانی کار آزموده و متخصص امور جهانگردی در دفاتر گردشگری در ایران و بی‌اطلاعی و بی‌تجربگی کادر شاغل در مؤسسات جهانگردی (از قبیل خدمتگزاران هتلها، کارکنان آژانس و راهنمایان جهانگردی).
- حمایت و تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری.

- ایجاد یک شبکه ماهواره‌ای به زبان انگلیسی مختص تبلیغات جهانی در زمینه گردشگری در ایران.
- استفاده از کارشناسان مجرب و آشنا به صنعت جهانگردی در قسمت‌های مربوطه.
- بیمه شدن گردشگران خارجی توسط تفاهم نامه‌هایی بین بیمه و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری.
- جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی بر علیه گردشگران خارجی.
- بسط و گسترش ارتباط و وسایل مدرن حمل و نقل، توسعه خدمات هواپیمایی و فرودگاهی و بهره‌برداری از راه‌های ارتباطی و مواصلاتی، بهبود تأسیسات بهداشتی و شبکه‌های آب و...
- رفع ضعف خدمات هتل‌داری و رستوران‌داری.
- برگزاری هفته‌های فرهنگی ایران در کشورهای هدف.
- برگزاری نمایشگاه‌ها و همایش‌های اختصاصی در سطح بین‌المللی جهت شناساندن ظرفیت‌های گردشگری و شرکت فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی خارج از کشور.
- انتشار دائمی کتاب‌ها، مقالات، کاتالوگ‌ها و عکس‌ها از جاذبه‌های گردشگری ایران و تهیه نقشه‌های توریستی و بروشورهای حاوی اطلاعات مورد نیاز جهانگردان.
- ایجاد سیستمی مدون جهت تبلیغات داخلی گردشگران بین‌المللی و معرفی فرصت‌هایی که از این بابت حاصل می‌شود که می‌تواند از طریق آموزش و پرورش و پخش فیلم و آموزش لازم در این زمینه ارائه شود.
- جلوگیری از ارائه سلیق شخصی در زمینه تبلیغات گردشگری داخلی و بین‌المللی و ارائه راهکارهای علمی بازاریابی در این زمینه.
- رقبای ایران در صنعت توریسم همواره به تبلیغات منفی علیه ایران می‌پردازند و آن را کشوری ناامن معرفی می‌کنند. تبلیغات در سطح بین‌المللی و به صورت گسترده در خصوص نشان دادن چهره واقعی از ایران می‌تواند تا حدود زیادی این اقدام را خنثی کند.
- جلوگیری از تعدد مراکز تصمیم‌گیری و تقویت بیش از گذشته سازمان اصلی و متولی صنعت گردشگری.
- جلوگیری از تداخل وظایف سازمان‌های مرتبط و سیاست‌گذاری مشترک توسط این سازمان‌ها.
- تشویق ایرانیان مقیم خارج به استفاده از فرهنگ و رسوم ایرانی.
- تربیت نیروی انسانی کارآمد و آشنا به زبان‌های بین‌المللی.
- توسعه اماکن اقامتی، پذیرایی و ورزشی و تفریحی.
- استفاده از تجربیات دیگر کشورها به ویژه کشورهای موفق، در حوزه گردشگری.
- توجه خاص به گردشگری الکترونیکی.

منابع و مأخذ:

- ۱- اربابیان، شیرین و رفعت، بتول و اشرافیان پور، مریم (۱۳۹۲). بررسی رابطه توریسم بین‌الملل و رشد اقتصادی (مطالعه موردی: کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی)، فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۹۷-۱۱۶.
- ۲- باشگاه خبرنگاران جوان (۱۳۹۲). نگاهی به صنعت گردشگری در جهان در سال ۲۰۱۲، ۳۰ تیرماه ۱۳۹۲، کد خبر ۴۴۷۵۶۴۷.
- ۳- تشکینی، احمد (۱۳۸۴)، "اقتصادسنجی کاربردی به کمک microfit، تهران مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران"، ۱۶۰-۱۴۵.
- ۴- جعفری صمیمی، احمد و خیره، شیما (۱۳۹۲). اثر گردشگری بر توسعه انسانی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره هفتم، صص ۲۴-۱۱.
- ۵- جهانگرد، اسفندیار (۱۳۸۶). فراز و فرود نیم قرن رشد اقتصادی ایران، فصلنامه اقتصاد و جامعه، سال سوم، شماره سیزده و چهاردهم،
- ۶- حقیقت، علی و خرسندیان، عبدالخالق و عربی، حامد (۱۳۹۲). بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا (منا)، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، سال یکم، شماره دوم، صص ۱۰۸-۷۱.
- ۷- رنج پور، رضا و کریمی تکانلو، زهرا و نجفی نسب، میرحجت (۱۳۹۰). بررسی فرضیه توریسم منجر به رشد در ایران طی دوره ۸۸-۱۳۴۷، فصلنامه تحقیقات اقتصادی راه اندیشه، پاییز ۱۳۹۰، صص ۱۳۴-۱۱۵.
- ۸- شریفی رنانی، حسین و صفایی شکیب، مریم و عماد زاده، مصطفی (۱۳۸۹). بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران طی سال‌های ۸۷-۱۳۶۹، مجله علوم اقتصادی، شماره ششم، صص ۲۵-۹.
- ۹- طیبی، کمیل و بابکی، روح اله و جباری، امیر (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD، به علاوه کشورهای منتخب، مجله دانش و توسعه، شماره ۱۵، صص ۸۴-۶۳).
- ۱۰- یآوری، کاظم و رضاقلی زاده، مهدیه و آقایی، مجید و مصطفوی، سید حسن (۱۳۸۹) تاثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۱.
- ۱۱- یعقوب زاده، رحیم (۱۳۹۳). آمار گردشگری، <http://tourismroham.com>
- 12- Abdul Jalil, Tahir Mahmood, Muhammad Idrees. (2013). Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests. *Economic Modelling* 35 (2013) 185-191

- 13-**Balaguer, L. and M. Cantavella-Jorda. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*. 34, pp. 877-884.
- 14-**Brida. J. G , Rasso.W.A, Lanzilotta. B, Lionette. S (2010)." The Tourism-Led-Growth Hypothesis for Uruguay", *Tourism Economics*, Vol. 16, No. 3, pp. 765-771, 2010
- 15-**Carrera.S.E, Brida.J.G, Risso.W.A (2008)." Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth", *Economics Bulletin*, Vol. 23, No. 21, pp. 1-8, 2008
- 16-**Chien-Chiang Lee.Chun-Ping Chang (2008) "Tourism development and economic growth: A closer look at panels" *Tourism Management* 29 PP 180–192.
- 17-**Chor FoonTang AND Salah Abosedra. (2014). The impacts of tourism, energy consumption and political instability on economic growth in the MENA countries. *Energy Policy*68(2014)458–464
- 18-**Cortes, I. and M. Pulina (2006), " A further step into ELGH and TLGH for Spain and Italy", <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>
- 19-**Fuad Kreishan. (2014). The Economics of Tourism in Jordan: A statistical Study during the Period 1990-2011. *ARAB ECONOMIC AND BUSINESS JOURNAL* 9 (2014) 37–45
- 20-**Kumar, R.R., Kumar, R. Exploring the nexus between information and communications technology, tourism and growth in Fiji. *Tour. Econ.* 18, 359–371 (2012a)
- 21-**Kumar, R.R.: Linking remittances with financial development and ICT: a study of the Philippines. *Int. J. Econ. Bus. Res.* 5, 379–399 (2013)
- 22-**Ming Che Chou (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis, *Economic Modelling* 33 (2013) 226–232
- 23-**Rao, B.B. (2010). "Estimates of the steady state growth rates for selected Asian countries with an extended Solow Model". *Econ. Model.* 27, 46–53
- 24-**Ronald Ravinesh Kumar, Nantha kumar Loganathan , Arvind Patel, Radika Devi Kumar. (2014). Nexus between tourism earnings and economic growth: a study of Malaysia. Springer Science+Business Media Dordrecht 2014, DOI 10.1007/s11135-014-0037-4
- 25-**uhwto:word tourism 2012 organization
- 26-**uhwto:word tourism 2014 organization