

تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری مقایسه کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه

هادی رفیعی^۱، سمیرا حیدریان^۲، علی رهنما^۳، سحر اتحادی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۰۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۲/۱۸

چکیده

نفت، در حکم ماده اولیه تأمین انرژی در جهان، دارای اهمیت بسزایی است. وابستگی کشورهای خاورمیانه و کشورهای پیشرفته صنعتی به این ماده و تأثیرپذیری اقتصاد این کشورها از نوسانات قیمت نفت اهمیت تأثیر این تحولات را آشکار می‌کند. هدف اصلی از نگارش این مقاله بررسی اثر نوسانات قیمت نفت بر تقاضای گردشگری طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۴ است. الگوهای مورد بررسی در این پژوهش با استفاده از روش داده‌های پانل دیتا برای کشورهای OECD و خاورمیانه به روش واریانس ناهمسانی شرطی اتورگرسیون برآورد شده‌اند. متغیرهای داخل مدل تولید ناخالص داخلی، نرخ ارز مؤثر واقعی، قیمت نفت، شاخص آزادسازی تجاری و جمعیت و هزینه سرانه بهداشتی و شاخص قیمت مصرف‌کننده است. نتایج تخمین‌های به دست آمده درباره کشورهای مختلف نشان می‌دهد که قیمت نفت یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر درآمد ورودی گردشگران است که تأثیر مثبت و معناداری در کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه دارد و دیگر متغیرهای مدل بر درآمد ورودی گردشگری اثر غیرمستقیم خواهد گذاشت.

طبقه‌بندی JEL: Q43, R4

واژه‌های کلیدی: قیمت نفت، تقاضای گردشگری، پانل دیتا، کشورهای خاورمیانه، کشورهای OECD

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه اقتصاد گردشگری، پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، مشهد، میدان آزادی، پردیس دانشگاه، سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی خراسان رضوی (yahoo.com)

۲. پژوهشگر پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، گروه اقتصاد گردشگری، پردیس دانشگاه، سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

۳. پژوهشگر پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی، گروه اقتصاد گردشگری، پردیس دانشگاه، سازمان مرکزی جهاد دانشگاهی خراسان رضوی

۴. مدرس دانشگاه دولتی بجنورد، استان خراسان شمالی، بجنورد

مقدمه

در دوران معاصر، نفت نقش مهمی در شکل‌دهی اقتصاد، توسعه سیاسی و اقتصاد صنعتی دارد (هانگ و تو^۱، ۱۹۹۶). ارزیابی اثر نوسانات قیمت نفت بر تقاضای آن در کل جهان اهمیت زیادی دارد؛ به‌خصوص در کشورهای خاورمیانه که نیمی از ذخایر نفت خام جهان را در اختیار دارند و همچنان مرکز ثقل بازار جهانی نفت‌اند و کشورهای سازمان توسعه و همکاری‌های اقتصادی (OECD) که از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان نفت‌اند و نفت مصرفی آن‌ها اغلب وارداتی است.

با توجه به تقاضای روزافزون برای استفاده از انرژی‌های نو و تجدیدپذیر، که آلودگی زیست‌محیطی کم‌تری به‌همراه دارند، کشورهای OECD برنامه‌هایی را برای پی‌ریزی اقتصاد و درآمدزایی کشور خود بر مبنایی به‌جز نفت دنبال می‌کنند. همچنین، با توجه به این‌که منطقه خاورمیانه منطقه‌ای نفت‌خیز است، بیش‌تر کشورهای آن به‌علت بهره‌مندی از منابع طبیعی فراوان نیاز چندانی به منابع دیگر خود و درآمدزایی از برخی صنایع همچون گردشگری احساس نمی‌کردند (کروزک^۲، ۲۰۱۵)، اما با توجه به افت شدید قیمت نفت این کشورها نیز برنامه‌هایی را به‌جز نفت دنبال می‌کنند. یکی از صنایعی که در درآمدزایی غیرنفتی برای هر دو گروه کشورها مفید است، صنعت گردشگری است. این صنعت، در قرن بیست‌ویکم، از ستون‌های اصلی در اقتصاد ملی هر کشور روبه‌پیشرفت به‌شمار می‌رود و همچنین، به‌عنوان صنعت پاک، یکی از پررونق‌ترین فعالیت‌های اقتصادی جهان است (کروزک، ۲۰۱۵). این صنعت اکنون در بسیاری از کشورها، با رشدی سریع‌تر از سایر بخش‌های اقتصادی و با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، یک صنعت پیشرو تلقی می‌شود و امروزه به‌قدری در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند. سال ۲۰۱۵ شاهی بر تحولات مهم این صنعت در عرصه جهانی بود که به‌طور متداول اغلب اعضای جامعه نمی‌توانستند زندگی‌شان را بدون آن تصور کنند (کروزک، ۲۰۱۶). با توجه به این‌که گردشگری انرژی‌بر است، اغلب سفرها (هوایی و زمینی) به نفت وابسته است. تغییرات قیمت نفت تأثیراتی در حمل‌ونقل (برای مثال، کرایه و قیمت سوخت) و هزینه تولید دارد و باعث آسیب‌رسانی به صنعت گردشگری و فعالیت‌های اقتصادی و همچنین باعث نااطمینانی اقتصادی و درآمد قابل‌تصرف می‌شود (بکن^۳، ۲۰۰۸). بنابراین، نوسانات قیمت نفت بررسی رابطه بین توسعه بخش گردشگری، رشد اقتصادی و نفت را ضروری کرده است، خصوصاً برای کشورهایی که صنعت اصلی آن‌ها گردشگری است؛ درآمد حاصل از بخش گردشگری به‌طور بالقوه در دستیابی آن‌ها به راهبردهای توسعه و اهدافشان یا ایجاد یک اقتصاد انعطاف‌پذیر کمک می‌کند (لنوکس^۴، ۲۰۱۲). باوجود این، باید بر این واقعیت تأکید کرد که در کشورهایی با وابستگی بالا به نفت فعالیت‌های گردشگری به‌طور نامنظم در معرض نوسانات ناگهانی قیمت نفت قرار گرفته است (بکن، ۲۰۱۲).

1. Hang and Tu
2. Crozak
3. Becken
4. Lennox

هدف از این مقاله بررسی تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری، مقایسه کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه است.

مروری بر ادبیات و مطالعات پیشین

گردشگری در جهان کنونی نقش مهمی در ارتباط بین‌الملل و اقوام جهان دارد و امروزه بعد از نفت، در حکم کالایی تجاری، موجب درآمدهای جهانی سرشاری است و حجم زیادی از کل تولید ناخالص ملی جهان را تشکیل می‌دهد؛ به نحوی که در طول دو دهه گذشته سریع‌ترین بخش اقتصادی در حال رشد جهان بوده است (سارا جی آر، ریو، ۲۰۰۷).

۱. تأثیر قیمت نفت بر تقاضای کل

افزایش قیمت نفت و به دنبال آن افزایش درآمدهای نفتی، هم از طریق افزایش تقاضای کل یا افزایش هزینه‌های دولت و هم از طریق افزایش عرضه کل (افزایش سرمایه‌گذاری کل اعم از دولتی و خصوصی، واردات کالاهای سرمایه‌ای و تکنولوژی جدید و...)، تولید ناخالص داخلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. افزایش قیمت نفت و در نتیجه افزایش درآمدهای نفتی یا همان درآمدهای ارزی موجب افزایش دارایی‌های خارجی کشور می‌شود و، به عنوان یکی از اقلام منابع پایه پولی، موجبات رشد پایه پولی را فراهم می‌آورد (فرجی، ۱۳۸۳).

۲. گردشگری و رشد اقتصادی

در خصوص رابطه بین گردشگری و رشد اقتصادی مطالعات گوناگونی انجام شده است. با وجود این، هنوز ارتباط دقیقی بین گردشگری و رشد اقتصادی وجود ندارد. براساس برخی از مطالعات، گردشگری به رشد اقتصادی منجر می‌شود (برایدا و همکاران^۱، ۲۰۱۰؛ فایسا و همکاران^۲، ۲۰۱۱؛ اسکوبرت و برایدا^۳، ۲۰۱۱). نارایان^۴ (۲۰۰۴) نشان داد که رشد اقتصادی عامل مهمی برای افزایش درآمد گردشگری است. برخی از مطالعات نیز نشان دادند که بین گردشگری و رشد اقتصادی ارتباط دوسویه وجود دارد (چن و چو وی^۵، ۲۰۰۹؛ کورتز - جیمینزا و همکاران^۶، ۲۰۰۹؛ کاسیماتی^۷، ۲۰۱۱؛ لی و چانگ^۸، ۲۰۰۸). در نهایت برخی از مطالعات به نبود ارتباط بین گردشگری و رشد اقتصادی پرداختند (کاتیرسیوگلو^۹، ۲۰۰۹).

1. Brida et al
2. Fayissa et al
3. Schubert and Brida
4. Narayan
5. Chen and Chiou- Wei
6. Cortes-Jimenez et al
7. Kassimati
8. Lee and Chang
9. Katircioglu

با توجه به مطالعات صورت گرفته درباره گردشگری و رشد اقتصادی، افزایش درآمد گردشگری تأثیرات فراوانی در رشد اقتصادی یک کشور از قبیل افزایش اشتغال در بخش گردشگری، توسعه بخش‌های شغلی مرتبط با فعالیت‌های گردشگری و تأثیر مثبت بر تراز پرداخت‌های ملی از طریق افزایش ورودی گردشگران خواهد داشت.

درباره این دیدگاه که رشد اقتصادی به رشد گردشگری منجر می‌شود، این بحث وجود دارد که هر سیاست اولیه‌ای که توسعه اقتصادی را در تمام ابعاد ارتقا دهد، باید تمام معیارهایی را که مستقیماً رشد اقتصادی را ارتقا می‌دهد سرعت بخشد (چاتزیانتونیو و همکاران^۱، ۲۰۱۳).

۳. عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری

رویکرد غالب در بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه عوامل تأثیرگذار بر تقاضای مؤلفه گردشگری صرفاً تأکید بر مؤلفه‌های اقتصادی بوده است و کم‌تر به سایر عوامل اجتماعی توجه شده است. به طوری که در مطالعات صورت گرفته، صرفاً به متغیرهای درآمد سرانه کشورهای مبدأ، نرخ ارز و یا قیمت‌های نسبی پرداخته شده است. حال آن‌که می‌توان عوامل مؤثر بر تقاضای گردشگری را به سه دسته تقسیم کرد (شاه‌آبادی و سیاح، ۱۳۹۱):

الف) متغیرهای سمت تقاضا: به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه مبدأ اطلاق می‌شود که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران تأثیرگذار است. متغیرهایی همچون: انگیزه‌های فردی سفر گردشگران، فرهنگ و سنن مردم، شرایط جغرافیایی، میزان درآمد شخصی قابل تصرف، توزیع درآمد، میزان فراغت، انتظارات مصرف‌کنندگان و سیاست‌های مالی و نظارتی بر مخارج جهان‌گردان.

ب) عوامل سمت عرضه: به مجموعه‌ای از متغیرهای اقتصادی، اجتماعی و طبیعی منطقه گردشگرپذیر اطلاق می‌شود که بر ترجیحات و انگیزه‌های گردشگران بر ورود به منطقه گردشگرپذیر تأثیرگذار است. از جمله متغیرهای اقتصادی در منطقه گردشگرپذیر، که عوامل سمت عرضه نامیده می‌شود، می‌توان به شاخص درآمد واقعی مردم، میزان تأثیرگذاری مستقیم خارجی، سطح توسعه‌یافتگی زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین سطح زیرساخت حمل‌ونقل، میزان رقابت و کیفیت عرضه محصول جهان‌گردی و همچنین به مقررات اقتصادی موجود در کشور میزبان اشاره کرد.

ج) عوامل ارتباطی: متغیرهای ارتباطی به آن دسته از متغیرهایی اطلاق می‌شود که در دو کشور با همدیگر مرتبط‌اند، از جمله متغیرهای ارتباطی می‌توان به تبلیغات منطقه گردشگرفرست در گردشگرپذیر، نرخ ارز، مدت زمان و هزینه سفر اشاره کرد.

1. Chatziantoniou et al

۴. تأثیر قیمت نفت بر گردشگری

براساس تحقیقات گذشته، قیمت نفت تأثیر منفی بر گردشگری دارد (بکن، ۲۰۱۱؛ بکن و لنوکس، ۲۰۱۲؛ یئومن و همکاران^۱، ۲۰۰۷). سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل (UNWTO) نیز نگرانی خود را درباره تأثیرات منفی قیمت نفت بر گردشگری ابراز داشته است. علاوه بر این، UNWTO به این نتیجه رسیده که قیمت‌های بالای نفت بر بخش‌های خاص صنعت گردشگری بیش از دیگر بخش‌ها تأثیر می‌گذارد (مانند خطوط هوایی، خطوط کروز، و...). علاوه بر این، بکن (۲۰۱۱) بین آثار قیمت نفت در اقتصاد کلان و اقتصاد خرد تفاوت قائل شد. برای کشورهای واردکننده نفت، با توجه به آثار اقتصاد کلان، قیمت‌های بالاتر نفت به طور کلی به تورم بیش‌تر منجر می‌شود، در حالی که بر درآمد کشور تأثیر منفی می‌گذارد. از دیدگاه اقتصاد خرد، شوک‌های مثبت نفتی به کاهش درآمد قابل‌استفاده منجر می‌شود. این تحولات، تأثیر فوری و منفی بر گردشگری خواهد داشت که عمدتاً به علت این واقعیت است که گردشگری کالایی لوکس در نظر گرفته می‌شود (دریتساکیس^۲، ۲۰۰۴؛ لیم و همکاران^۳، ۲۰۰۸ و نیکولا^۴، ۲۰۰۸). همچنین توجه به منشأ شوک قیمت نفت نسبتاً مهم است، زیرا ادبیات نشان داده که شوک‌های مختلف تأثیرات متفاوتی بر متغیرهای اقتصادی دارند و بنابراین ممکن است تأثیرات متفاوتی در بخش گردشگری داشته باشند (کیلیان و لويس^۵، ۲۰۱۱؛ فیلیس و همکاران^۶، ۲۰۱۱؛ آپرگیس و میلر^۷، ۲۰۰۹؛ لسکاروکس و میگنون^۸، ۲۰۰۸؛ کیلیان^۹، ۲۰۰۸ و بارسکی و کیلیان^{۱۰}، ۲۰۰۴). به طور خلاصه، شوک‌های طرف عرضه به طور کلی تأثیرات منفی یا غیرمعناداری دارند، در حالی که شوک‌های سمت تقاضا تأثیرات مثبت کوتاه‌مدت و طولانی‌مدت دارند (بائومیستر و پیرزمن^{۱۱}، ۲۰۱۲؛ همیلتون^{۱۲}، ۲۰۰۹؛ لپپی و نوبیلی^{۱۳}، ۲۰۰۹).

۵. پیشینه تحقیق

مطالعات داخلی:

در این راستا مطالعات متعددی در خارج و داخل انجام شده که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: موسوی و همکاران (۱۳۹۴) به ارزیابی آثار نامتقارن تغییرات قیمت نفت بر تقاضای آن در کشورهای عضو OECD، با استفاده از مدل‌های سری زمانی ساختاری، طی سال‌های ۱۹۶۵ تا ۲۰۱۲ پرداخته‌اند. نتایج حاکی از آن است که فرضیه برابری ضرایب قیمت، که بیانگر برگشت‌پذیری کامل

1. Yeoman et al
2. Dritsakis
3. Lim et al
4. Nicolau
5. Kilian and Lewis
6. Filis et al
7. Apergis and Miller
8. Lescaoux and Mignon
9. Kilian
10. Barsky and Kilian
11. Baumeister and Peersman
12. Hamilton
13. Lippi and Nobili

تقاضای نفت است، در مورد کشورهای OECD به عنوان یک مجموعه مصرف کننده نفت رد شده و تغییرات قیمت نفت دارای آثار نامتقارن بر تقاضای آن است. همچنین نتایج نشان می دهد که روند ضمنی، به عنوان عامل اثرگذار بر تقاضای نفت، ماهیت غیرخطی و هموار دارد.

خداپناه و همکاران (۱۳۹۳)، در مطالعه ای، رابطه میان گردشگری و رشد اقتصادی را در منتخبی از کشورهای در حال توسعه (شامل کشورهای آسیایی، آفریقایی و آمریکای لاتین)، در دوره زمانی ۱۹۹۹ تا ۲۰۱۱ و با استفاده از تخمین زن های اثرات ثابت و گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی (System GMM)، به کمک نرم افزار Stata11 برآورد می کنند. وجود متغیرهای درون زاء، وجود وقفه ای از متغیر وابسته و همچنین خودهم بستگی بین جملات خطا باعث شده که در این مطالعه از روش گشتاورهای تعمیم یافته سیستمی استفاده شود. نتایج تجربی حاصل از این تحقیق، رابطه مثبت بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی را در این کشورها تأیید می کند.

مولایی و همکاران (۱۳۹۳) آثار نامتقارن تکانه های نفتی را بر رشد اقتصادی کشورهای صادرکننده نفت، طی دوره زمانی ۱۹۸۰ تا ۲۰۱۱، بررسی می کنند. این رهیافت، علاوه بر تحلیل غیرخطی رابطه بلندمدت بین متغیرها، از قابلیت بسیار مهم دیگری مبنی بر مدل سازی عدم تقارن موجود بین متغیرهای مختلف برخوردار است. به این منظور، ابتدا با استفاده از آزمون های هم انباشتگی پانلی نشان داده شده که بین اجزای مثبت و منفی تجمعی قیمت نفت خام و تولید ناخالص داخلی این کشورها رابطه بلندمدت وجود دارد. سپس، با استفاده از آزمون حداقل مربعات معمولی پویا (DOLS)، رابطه های بلندمدت نامتقارن اندازه گیری شده اند. یافته های این تحقیق نشان می دهد که طی دوره مورد بررسی، آثار تکانه های منفی نفت در کاهش رشد اقتصادی کشورهای صادرکننده نفت بیش تر از آثار تکانه های مثبت آن در افزایش رشد اقتصادی این کشورهاست.

پازوکی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی تبیین و تحلیل تأثیر نوسانات قیمت نفت اوپک بر تورم کشورهای منتخب واردکننده نفت OECD، طی سال های ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۱، به صورت فصلی پرداخته اند. نتایج به دست آمده درباره کشورهای مختلف نشان می دهد که اثر افزایش قیمت نفت اوپک بر تورم کشورهای واردکننده نفتی یک سان نبوده است. در تمام کشورهای مورد بررسی، افزایش قیمت نفت و تورم رابطه مثبتی با یکدیگر داشته اند، اما تأثیرات افزایش قیمت نفت در طی زمان بر تورم این کشورها کاهش یافته است و در مورد کاهش قیمت نفت، به جز چند کشور، تأثیرات چندانی مشاهده نمی شود، به عبارت دیگر، نوسانات قیمت اثر نامتقارن بر تورم دارد. حقیقت و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی رابطه علیت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا پرداختند. این تحقیق با مطالعه رابطه بین رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه منا، براساس رابطه علیت و برآورد الگو، برای دوره ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹، به روش اثرات ثابت، انجام شده است. براساس نتایج به دست آمده، میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای منا رابطه علیت دوطرفه وجود دارد و همچنین اگر رشد اقتصادی کشورهای منا یک درصد افزایش پیدا کند، در این صورت گردشگری آن ها ۰/۲۱ درصد افزایش پیدا می کند.

صالحی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی تأثیر شوک‌های قیمت نفت بر بازدهی سهام بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاکی از آن است که شوک عرضه نفت اثر معنی‌داری بر قیمت نفت ندارد و فقط شوک‌های تقاضای نفت و تقاضای کل از عوامل مؤثر بر بازدهی سهام در بورس اوراق بهادار تهران محسوب می‌شوند. امامی و همکاران (۱۳۹۰) به بررسی اثر شوک‌های نفتی بر رشد اقتصادی برخی کشورهای واردکننده و صادرکننده نفت طی سال‌های ۱۹۷۶ تا ۲۰۰۸ پرداختند. نتایج حاکی از آن است که شوک‌های قیمت نفت یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر رشد اقتصادی است. همچنین، در کشورهای صادرکننده نفت اثر شوک‌های نفتی بر رشد اقتصادی مثبت و در کشورهای واردکننده نفت منفی است.

سوری و همکاران (۱۳۸۹) به بررسی تحلیل رابطه تقاضای نفت خام و رشد اقتصادی در کشورهای خاورمیانه پرداختند. نتایج نشان داد که تقاضای نفت خام از نظر قیمتی و درآمدی نامتقارن است و رشد اقتصادی مهم‌ترین عامل مؤثر بر رشد مصرف نفت خام در این کشورهاست. پیغمبری (۱۳۸۸) در مقاله‌ای به بررسی اثر متقابل میان نرخ رشد قیمت نفت و رشد اقتصادی کشورهای مهم OECD، در دوره زمانی ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۵، با استفاده از داده‌های فصلی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که اثر قیمت نفت بر سطح تولید ناخالص داخلی واقعی کشورهای OECD کوتاه‌مدت است. به‌علاوه جهت علیت گرنجری^۱ از نرخ رشد قیمت سبد نفتی اوپک به نرخ رشد تولید ناخالص داخلی واقعی هریک از این کشورها برقرار است ولی عکس این جهت برقرار نیست.

مطالعات خارجی:

فیلیس و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی رابطه بین شوک‌های قیمت نفت و متغیرهای گردشگری و شاخص‌های اقتصادی در چهار کشور مدیترانه‌ای پرداختند. نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که شوک‌های تقاضای نفتی هم‌زمان بر بخش شاخص سهام گردشگری و تورم اثر می‌گذارد، درحالی‌که به‌نظر می‌رسد این شوک‌ها وقفه اثرگذاری ندارند. در مقایسه با تقاضای کل، شوک‌های قیمت نفت، مستقیم یا غیرمستقیم، وقفه‌ای اثرگذار بر درآمد گردشگری و رشد اقتصادی اعمال می‌کنند.

چارفون و صلاح^۲ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر گردشگری، مصرف انرژی و توانایی نهادهای سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای منا^۳، طی دوره ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۰، با استفاده از روش GMM پرداختند. نتایج نشان داد که گردشگری اثر قابل‌ملاحظه‌ای بر رشد اقتصادی این کشورها دارد. کریشمان^۴ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای به بررسی ارتباط گردشگری و اقتصاد در کشور اردن طی دوره ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۱ پرداخت. نتایج این مطالعه نشان داد که صنعت گردشگری اثر قابل‌توجهی بر اقتصاد و رشد اقتصادی این کشور دارد. به‌طوری‌که این صنعت ۱۱/۲ درصد از تولید ناخالص داخلی و ۱۰

1. Granger Causality

2. Chor foon & salah

۳. اکثر کشورهای واقع در منا از لحاظ گردشگری در ردیف سرزمین‌های پرجاذبه هستند اما در زمینه کسب درآمدهای گردشگری در جایگاه قابل قبولی نیستند.

4. cerishman

درصد از اشتغال این کشور سهم دارد. همچنین ۳۸ درصد کل درآمد صادراتی این کشور نیز به بخش گردشگری تعلق دارد.

ایکلس و همکاران^۱ (۲۰۱۳) به بررسی ارتباط بین درآمد گردشگری، قیمت نفت و رشد اقتصادی، با توجه به ساختار var، در کشورهای مدیترانه پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که شوک تقاضای نفت هم‌زمان بر شاخص سهام بخش گردشگری اثرگذار است. هیچ شواهدی وجود ندارد که شوک‌های طرف عرضه هر عکس‌العملی از متغیرهای باقی‌مانده را رها سازند.

بکن و همکاران (۲۰۱۲) به بررسی مفهوم افزایش قیمت نفت برای گردشگری پرداختند. نتایج حاکی از آن است که کمیابی نفت جهانی به افزایش قیمت منجر می‌شود که به‌طور کلی اثر اقتصادی منفی بر کشورهای واردکننده ندارد، اما اثر منفی قوی بر گردشگری ملی در بازارهای دوربرد دارد. لنوکس (۲۰۱۲) به بررسی اثر افزایش قیمت نفت بر گردشگری در کشور نیوزلند، با استفاده از مدل تعادل عمومی، پرداخت. نتایج حاکی از آن است که نوسانات قیمت نفت، با توجه به ترکیبی از تأثیرات درآمد و قیمت، اثرگذاری بیش‌تری بر صادرات بخش گردشگری داشته است.

ماسیدا و ایتزو^۲ (۲۰۱۲) به بررسی عوامل تعیین‌کننده اصلی جریان گردش دو منطقه ایتالیا پرداخته‌اند. محققان با استفاده از رویکرد پویای پانل (GMM) و با استفاده از داده‌های دوره ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۷ به تخمین تابع تقاضای گردشگری اقدام کردند. نتایج نشان داد که حمایت دولت‌های محلی از فعالیت‌های فرهنگی تأثیر مثبت بر گردشگران داشته است. ضرایب آماری عناصر سمت عرضه گردشگری، از جمله فرهنگ، امنیت عمومی و زیرساخت‌های حمل‌ونقل، هرچند پایین بوده ولی همه ضرایب معنی‌داری بودند و این امر ثابت می‌کند که مؤلفه‌های اقتصادی و کیفی سمت عرضه در جذب گردشگر مؤثر است.

جعفری صمیمی و همکاران (۲۰۱۱) رابطه علیت بین صنعت گردشگری و رشد اقتصادی را، با استفاده از مدل پانل خودرگرسیون برداری، برای کشورهای در حال توسعه و در دوره ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹ بررسی کردند. 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 به رشد اقتصادی منجر می‌شود، رشد اقتصادی و سطح توسعه نیز عامل مهمی در جذب گردشگران است.

روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش از روش رگرسیون مبتنی بر داده‌های پانل دیتا استفاده می‌شود. حجم نمونه در بردارنده نوزده کشور OECD، استرالیا، اتریش، آلمان، ایرلند، اسپانیا، ایتالیا، انگلستان، آمریکا، سوئد، سوئیس، ژاپن، فرانسه، هلند، کانادا، دانمارک، پرتغال، بلژیک، نروژ و فنلاند، و یازده کشور خاورمیانه شامل ایران، عربستان، قطر، فلسطین، سوریه، ترکیه، لبنان، الجزایر، لیبی، مراکش و اردن است. تمامی داده‌های استفاده‌شده مربوط به بازه زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵ است.

1. Ecles & et al

2. Massidda and Etzo

کلیه آمارهای منتشرشده بانک جهانی (WDI) و منبع داده‌های انرژی از سازمان اطلاعات انرژی (EIA) و اطلاعات سازمان OECD است.

بسیاری از مطالعات انجام شده برای اندازه‌گیری تقاضای گردشگری از پارامترهای متفاوتی استفاده می‌کنند، از جمله تعداد گردشگران ورودی به کشور، مخارج واقعی گردشگری، تعداد تخت رزرو شده هتل در طی سال یا تعداد شب‌هایی که گردشگران در کشور میزبان اقامت می‌کنند. براساس مطالعات انجام شده، متغیرهای مورد استفاده در الگوی اقتصادسنجی در این پژوهش بررسی شده که در ذیل به آن‌ها اشاره می‌شود:

در این پژوهش، از متغیرهای زیر در مدل استفاده شده به طوری که T_{it} بیانگر درآمد گردشگری کشور i در سال t است.

$$T_{it} = f(ER_{it}, GDP_{it}, HEAL_{it}, POP_{it}, POil_{it}, Cpi_{it}, Topen_{it})$$

رابطه فوق را گسترش داده و بعد از لگاریتم گرفتن از متغیرها الگوی ۱ برای دو گروه از کشورها، نوزده کشور OECD و پانزده کشور خاورمیانه، مدنظر قرار گرفت که به فرم ذیل است:

$$\Delta \text{Litr}_{it} = C_{it} + \beta_1 \text{Lprex}_{it} + \beta_2 \Delta \text{GDP}_{it} + \beta_3 \Delta \text{HEAL}_{it} + \beta_4 \text{LPOP}_{it} + \beta_5 \text{LPOil}_{it} + \beta_6 \text{Cpi}_{it} + \beta_7 \text{Topen}_{it} + U_i \quad (1)$$

متغیرها	
Itr	دریافتی گردشگران از کشور مبدأ به کشورهای OECD
GDP	تولید ناخالص داخلی
prex	نرخ ارز واقعی
HEAL	هزینه سرانه بهداشتی
POil	قیمت نفت
POP	جمعیت
Topen	آزادسازی تجاری
Cpi	شاخص قیمت مصرف کننده

آزمون ریشه واحد

آزمون ایستایی متغیرهای مدل با استفاده از آماره ایم، پسران و شین (ips) در جدول ۱ ارائه شده است. نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که در کشورهای OECD لگاریتم قیمت واقعی نفت (LPOil)، لگاریتم جمعیت (LPOP)، نرخ ارز مؤثر واقعی (Lfrex)، آزادسازی تجاری (Topen) و شاخص قیمت مصرف کننده (Cpi) در سطح مانا هستند؛ به طوری که فرضیه صفر روش ایم، پسران و شین، مبنی بر وجود ریشه واحد، رد می‌شود. متغیرهای لگاریتم دریافتی گردشگران (Litr)، تولید ناخالص داخلی (GDP)، هزینه سرانه بهداشتی (Heal) در سطح مانا نیستند و با یک بار تفاضل‌گیری مانا می‌شوند. در کشورهای خاورمیانه، همه متغیرها در سطح مانا هستند و فقط متغیر تولید ناخالص داخلی و جمعیت با روند مانا می‌شوند.

جدول ۱: نتایج آزمون ایستایی متغیرها در دو گروه کشورها

کشورهای در حال توسعه			کشورهای OECD			متغیر
سطح معنی داری	متغیر روند	آماره ایم، پسران و شین (IPS)	سطح معنی داری	روند	آماره ایم، پسران و شین (IPS)	
۰.۰۰۰	بدون	(-۱.۳۹)	۰.۰۴۵۴	بدون	(-۱.۶۹)	LITR
۰.۰۰۲	با روند	(-۴.۲۱)	۰.۰۰۰	بدون	(-۳.۷۷۷)	LGDP
۰.۰۱۳	بدون	(-۲.۰۶)	۰.۰۱۴۵	بدون	(-۱.۹۶)	LFREX
۰.۰۲۱۴	بدون	(-۱.۹۹)	۰.۰۱۷۵	بدون	(-۲.۱۰۴)	LHEAL
۰.۰۵۱	بدون	(-۲.۲۵)	0.0000	بدون	(-۵.۶۵)	LPOil
۰.۰۰۰	با روند	(-۴.۱۴)	0.0000	بدون	(-۳.۳۴)	LPOP
۰.۰۴۲۱	بدون	(-۲.۸۴)	۰.۰۱۷۹	بدون	(-۳.۵۴)	LCPI
۰.۰۱۷۸	بدون	(-۳.۶۳)	0.0000	بدون	(-۲.۴۸۷)	LTOPEN

یافته‌های تحقیق براساس خروجی نرم‌افزار Stata

آزمون F لیمر و هاسمن

پس از انجام آزمون‌های ریشه واحد، لازم است آزمون‌های تشخیصی برای تعیین نوع مدل تخمینی انجام شود. برای این کار از آزمون F استفاده می‌شود که فرض صفر آن مبتنی بر همگن بودن مقاطع و فرض مقابل آن مبتنی بر غیرهمگن بودن مقاطع است. حال اگر فرض صفر در این آزمون پذیرفته شود، از روش تلفیقی برای برآورد مدل استفاده خواهد شد و در غیر این صورت از روش پانل دیتا استفاده می‌شود.

بعد از این که مشخص شد ناهمگنی در مقاطع وجود دارد و تفاوت‌های فردی قابل لحاظ کردن است و روش داده‌های ترکیبی برای برآورد مناسب است، باید مشخص شود که خطای تخمین ناشی از تغییر در مقاطع است یا این که در طی زمان رخ داده است. در نحوه در نظر گرفتن چنین خطاهایی با دو اثر ثابت و اثر تصادفی مواجهیم. از آزمون هاسمن برای مشخص شدن اثر ثابت و تصادفی استفاده می‌شود.

در جدول ۲، نتایج دو آزمون چاو و هاسمن در خصوص انتخاب الگوی عمومی، الگوی با اثرات ثابت و الگوی با اثرات تصادفی در هر دو گروه کشورهای خاورمیانه و OECD ارائه شده است. براساس نتایج به دست آمده و سطح معنی داری آزمون‌های ارائه شده، می‌توان گفت که الگوهای پانل (اثرات ثابت و تصادفی) بر الگوی عمومی ترجیح داده می‌شود. همچنین براساس نتایج آزمون هاسمن که انتخاب بین الگوی با اثرات ثابت و یا تصادفی است، با توجه به این که سطح معنی داری کمتر از ۰/۰۵ است، فرضیه H_0 مبنی بر وجود اثرات تصادفی رد و فرضیه مقابل مبنی بر وجود اثرات ثابت تأیید می‌شود. الگوی پانل با اثرات ثابت برای هر دو گروه کشورها تأیید می‌شود.

جدول ۲: نتایج آزمون‌های انتخاب نحوه برآورد الگوهای پانل در گروه کشورهای OECD

کشورهای OECD		کشورهای خاورمیانه		آزمون
سطح معنی داری	آماره	سطح معنی داری	آماره	
0.0000	125.46	0.0000	۲۲۱.۰۳	آزمون چاو (F)
0.000	44.87	۰.۳۶۱	۵۴.۳۲	آزمون هاسمن (خی دو)

یافته‌های تحقیق براساس خروجی نرم‌افزار Stata

با توجه به نتایج جدول ۳، درصد تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبت بر میزان گردشگران ورودی به کشورهای خاورمیانه و کشورهای OECD دارد و از لحاظ آماری نیز در سطح بالایی معنی‌داری است. با توجه به این که این مدل به صورت لگاریتمی برآورد شده و ضرایب متغیرها بیانگر کشش آن متغیر نسبت به تقاضای گردشگری است، اگر تولید ناخالص داخلی ۱ واحد افزایش پیدا کند، درآمد ورودی گردشگران به ترتیب ۱/۱۲ و ۰/۹۲ درصد افزایش می‌یابد. گردشگری برای هر دو گروه از کشورها کالای لوکس محسوب شده است. البته، با توجه به مقادیر به دست آمده از تخمین، گردشگری بین‌المللی برای کشورهای خاورمیانه، به نسبت کشورهای OECD، کالای لوکس تری محسوب می‌شود. یافته‌های پژوهش حبیبی و عباسی‌نژاد (۱۳۸۴)، شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) و ستاناه و همکاران (۲۰۱۱) نیز نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی و درآمد سرانه کشورهای تأثیر معنی‌دار و مثبتی بر تقاضای گردشگری دارد. از سوی دیگر، یافته‌های مدل بیانگر آن است که جمعیت یکی از عوامل مهم در تابع تقاضای گردشگری است. به عبارت دیگر، هرچه کشوری بزرگ‌تر و پرجمعیت‌تر باشد، تقاضای گردشگری به آن کشور بیش‌تر خواهد بود؛ زیرا افزایش جمعیت بستر ساز ارائه نیروی متخصص در خدمات گردشگری است. مطابق نتایج، اثر جمعیت بر تقاضای ورودی گردشگران در هر دو گروه کشورهای خاورمیانه و OECD تأثیر مثبت دارد. اثر جمعیت بر تقاضای گردشگری کشورهای خاورمیانه بیش‌تر و به لحاظ آماری مستحکم‌تر از کشورهای OECD است. این امر ناشی از تفاوت در انگیزه‌های گردشگری به کشورهای خاورمیانه و کشورهای OECD است؛ به طوری که انگیزه سفر به کشورهای OECD بهره‌مندی از خدمات گردشگری به ویژه خدمات هتل‌داری، سرگرمی و تفریح است، در حالی که انگیزه سفر به کشورهای خاورمیانه عمدتاً آشنایی با تنوع فرهنگها، نژادها و آداب و رسوم آنهاست. به طوری که اگر جمعیت ۱ درصد افزایش یابد، به ترتیب باعث افزایش ۲/۱۱ و ۱/۱۹ درصد درآمد ورودی گردشگران کشورهای خاورمیانه و کشورهای OECD می‌شود.

همچنین نتایج تحقیق نشان از وجود رابطه معنی‌دار و مثبت بین نرخ ارز مؤثر واقعی با ورودی درآمد گردشگری است. نرخ ارز مؤثر واقعی بر روی ورودی درآمد گردشگری کشورهای خاورمیانه و کشورهای OECD تأثیر مثبت دارد. به طوری که اگر نرخ ارز مؤثر واقعی ۱ درصد افزایش یابد، درآمد ورودی گردشگران به ترتیب ۰/۶۳ و ۰/۹۳ درصد افزایش می‌یابد. به بیان دیگر، با افزایش نرخ واقعی ارز انتظار بر این است که قدرت خرید خارجی و تقاضا برای مسافرت و گردشگری افزایش یابد.

بر اساس نتایج، رابطه مثبت و معنی‌داری بین افزایش توسعه بهداشت و سطح سلامت جامعه با افزایش ورودی گردشگران در کشورهای OECD وجود دارد. کشورهای OECD، طی سالیان متمادی، به واسطه پیشرفت‌های شگرف در حوزه پزشکی و ارائه خدمات متنوع درمانی توانسته‌اند جایگاه مناسبی را در جلب گردشگران به منظور بهره‌مندی از خدمات پزشکی کسب کنند. به طوری که افزایش یک واحد در هزینه بهداشتی باعث افزایش ۷ درصدی در درآمد ورودی گردشگران می‌شود؛ اما در کشورهای خاورمیانه، به علت ارائه خدمات درمانی ضعیف، رابطه معنی‌داری بین مخارج حوزه بهداشت و خدمات درمانی و درآمد تقاضای گردشگری وجود ندارد.

جدول ۳: نتایج برآورد مدل تحقیق با استفاده از اثرات ثابت

تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری کشورهای OECD			تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری کشورهای خاورمیانه			روش بهینه
روش اثرات ثابت			روش اثرات ثابت			
P-Value	آماره t	ضریب	P-Value	آماره t	ضریب	متغیرها
۰/۰۰۰	۵/۰۶	۰/۹۲۹	۰/۰۰۰	۶/۱۴	۱/۱۲	لگاریتم تولید ناخالص داخلی
۰/۰۰۰	-۵/۴۱	۰/۹۳۸۸	۰/۰۰۰	-۹/۹۷	۰/۶۳۸	لگاریتم نرخ ارز مؤثر واقعی
۰/۰۳۷	-۰/۳۰	۰/۰۷۰۲	۰/۰۰۷	۳/۵۲	۰/۱۲۱	لگاریتم قیمت نفت
۰/۰۱	۲/۳۶	۱/۱۹۰	۰/۰۱	۵/۵۶	۲/۱۱	لگاریتم جمعیت
۰/۱۵	۱/۴۳	۰/۰۷۴۵	۰/۰۶	-۱/۳۲	-۰/۰۰۴	هزینه بهداشتی
۰/۳۱	-۱/۰۲	۰/۵۳۴	۰/۰۰۱	-۱/۹۹	-۰/۲۲۱	شاخص قیمت مصرف‌کننده
۰/۹۵	-۰/۹۳	۴/۶۰۱	۰/۰۰۰	۲/۰۰	۲/۰۱۴	آزادسازی تجاری
۰/۰۱۶	-۱/۱۹	-۵/۶۵۷	۰/۰۵۱	-۱/۸۷	-۳/۱۴۴	عرض از مبدأ
۰/۸۰			۰/۶۹			R2
۰/۰۰۰			۰/۰۰۰			Prob
۱۰۵/۲۸			۲۰۱/۱۸			Wald χ^2
۱۴۷/۲۷			۱۵۲/۱۱			F-State

شاخص قیمت مصرف‌کننده (CPI) کشور مقصد به‌عنوان قیمت نسبی گردشگری در نظر گرفته شده است. ناودی و سایمن^۱ (۲۰۰۴) استدلال می‌کنند که معکوس این متغیر نشان‌دهنده برابری قیمت سبد کالای گردشگر در یک کشور با همان سبد در کشور مقصد است. تقاضای محصول گردشگری در یک مقصد به احتمال زیاد رابطه منفی با قیمت نسبی گردشگری دارد. به همان نسبت که هزینه زندگی در مقصد افزایش می‌یابد، گردشگران اشتیاق کم‌تری برای ورود به آن مقصد خواهند داشت (سیتاناه^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). به سبب این که قیمت نسبی می‌تواند تحت تأثیر شدید نوسانات نرخ ارز قرار گیرد، در این پژوهش قیمت مصرف‌کننده رابطه منفی با ورودی درآمد گردشگران در هر دو گروه کشورهای خاورمیانه و OECD دارد. افزایش یک واحدی در شاخص قیمت مصرف‌کننده باعث کاهش درآمد ورودی گردشگران، به ترتیب ۰/۲۲ و ۰/۵۳ درصد، می‌شود.

قیمت نفت تأثیر مثبت بر درآمد ورودی گردشگران وارد شده به کشورهای خاورمیانه و کشورهای OECD دارد. با افزایش یک درصد قیمت نفت، درآمد ورودی گردشگران به ترتیب ۱۲ و ۷ درصد افزایش می‌یابد. افزایش قیمت نفت تأثیر مثبت بر درآمد ورودی کشورهای OECD دارد، بنابراین ارزش پول آن‌ها را بیش‌تر می‌کند و رابطه نرخ ارز واقعی به نفع کشورهای صادرکننده نفت تغییر می‌کند. بخش اعظم گردشگران وارد شده به کشورهای OECD از کشورهای صادرکننده نفت است. بنابراین قیمت خدمات، به علت افزایش ارزش ارز این کشورها (کشورهای صادرکننده نفت) به نسبت کشورهای OECD، برای گردشگران کاهش می‌یابد، در نتیجه تقاضای آن‌ها برای گردشگری افزایش

1. Navdi & simen

2. Seetanaah

می‌یابد. همچنین، در کشورهای خاورمیانه، افزایش قیمت نفت و افزایش درآمدهای نفتی باعث افزایش سرمایه‌گذاری عمومی در زیرساخت‌ها می‌شود و این موضوع دو بخش گردشگری را توسعه می‌دهد. از یک طرف به توسعه زیرساخت توسط دولت، برای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بخش گردشگری، کمک خواهد کرد و از سوی دیگر این زیرساخت‌ها گردشگران را جذب می‌کنند. آزادی تجاری تأثیر مثبت بر ورودی درآمد گردشگری در هر دو گروه کشورها دارد. یک واحد افزایش در آزادی تجاری به ترتیب ۲ و ۴/۶ درصد درآمد ورودی گردشگران را افزایش می‌دهد. تجارت آزاد از متغیرهای تأثیرگذار بر رشد اقتصادی است که درآمد ملی واقعی را افزایش می‌دهد. وقتی گفته می‌شود آزادی تجاری، یعنی گسترش تجارت هم در کالا و هم در خدمات؛ و وقتی آزادی تجارت به عنوان یک راهبرد تعیین می‌شود، به منزله افزایش ظرفیت تجاری در خدمات و بالطبع افزایش درآمدهای گردشگری است.

نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت و جایگاه بالای صنعت گردشگری و لزوم تدوین برنامه‌های توسعه صنعت گردشگری، پژوهش حاضر به تأثیر قیمت نفت بر تقاضای گردشگری کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه با استفاده از رویکرد پانل دیتا پرداخته است. در این مطالعه، درک درستی از ماهیت تقاضای گردشگری به عنوان مجموعه‌ای از کالاها و خدمات تقاضا شده از سوی گردشگران و همچنین اجزا و عوامل مؤثر بر آن سیاست‌گذاران را در استفاده هرچه‌بیش‌تر از منافع و مزایای بی‌شمار صنعت گردشگری کمک می‌کند. با توجه به مدلی که به تبیین عوامل مؤثر تقاضای گردشگری در این مطالعه ارائه شده، می‌توان نتایج و سیاست‌های زیر را برشمرد:

نتایج نشان داد که قیمت نفت در کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه تأثیر مثبت و معنی‌داری بر درآمد ورودی گردشگران دارد. چنان‌که ایکلس و همکاران (۲۰۱۳)، استینس^۱ (۱۹۸۸)، سانتا^۲ و همکاران (۲۰۰۱)، مارکوآرت^۳ و همکاران (۲۰۰۹)، سیاح و همکاران (۱۳۹۲) نیز به همین نتیجه رسیده‌اند.

از سوی دیگر، نرخ ارز مؤثر واقعی، به‌مثابه قدرت رقابت‌پذیری کالاها و خدمات گردشگری، باید به‌گونه‌ای شود که خدمات گردشگری کشور قابلیت رقابت جهانی داشته باشد. این موضوع در هزینه‌های مرتبط با هزینه‌های اقامتی بسیار مهم و مؤثر است. نتایج نشان داد که نرخ ارز مؤثر واقعی و آزادی تجاری تأثیر مثبت بر درآمد ورودی گردشگران در هر دو گروه کشورها دارد که این منطبق بر نتایج مونوز^۴ (۲۰۰۷)، پین و مروار^۵ (۲۰۰۷)، یانگ^۶ و همکاران (۲۰۱۰)، کاوه‌ئیان (۱۳۸۱)، گل‌لاله (۱۳۸۹) است.

1. Stines

2. Santah & et al

3. Markuvart & Et al

4. Muñoz

5. Pin & mervar

6. Yang & et al

همچنین نتایج نشان می‌دهد که تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبت بر درآمد گردشگری در هر دو گروه کشورها دارد. نتیجه تحقیقات حبیبی و عباسی‌نژاد (۱۳۸۴)، شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) و ستاناه و همکاران (۲۰۱۱)، لی و چانگ^۱ (۲۰۰۸) و کریشمان (۲۰۱۴) مشابه است. با توجه به نتایج، میزان درصد تولید ناخالص داخلی تأثیر مثبتی بر میزان ورودی درآمد گردشگری به این کشورها دارد؛ بنابراین لازم است هدف‌گیری مناسبی از بازارهای هدف صورت گیرد، به گونه‌ای که کشورهایی برای تبلیغات بازاریابی انتخاب شوند که سطح درآمد سرانه بالاتری دارند. از این طریق می‌توان با هزینه کم‌تری میزان گردشگران با هزینه‌کرد بالاتری را جذب کرد و هدفمند رفتار کرد.

همچنین نتایج، تأثیر مثبت جمعیت بر درآمد گردشگری را نشان می‌دهد که مشابه یافته‌های شاه‌آبادی و سیاح (۱۳۹۲) و یانگ و همکاران (۲۰۱۰) است.

شاخص قیمت مصرف‌کننده، تأثیر منفی بر ورودی درآمد گردشگری در کشورهای OECD و کشورهای خاورمیانه دارد. این یافته با نتیجه تحقیقات پازوکی و همکاران (۱۳۹۲) و حسینی‌نسب و همکاران (۱۳۸۸)، رسولی (۱۳۸۲)، موسایی (۱۳۷۹)، نوری (۱۳۷۵)، صفایی (۱۳۸۶) و سیتانه و همکاران (۲۰۱۱) مشابه است.

هزینه سرانه بهداشتی در کشورهای OECD تأثیر مثبت و در کشورهای خاورمیانه تأثیر منفی دارد که بر نتایج تحقیق سررا^۲ و همکاران (۲۰۱۴) منطبق است.

افزایش قیمت نفت اثر مثبت و معنی‌داری بر ورودی درآمد گردشگری به این کشورها داشته است؛ یعنی افزایش قیمت نفت در کشورهای منتخب سبب افزایش ثروت در این کشورها می‌شود، باعث پیشرفت زیرساخت‌های مربوط به گردشگری می‌شود و گردشگران را جذب خواهد کرد؛ از این طریق درآمد ورودی به این کشورها افزایش می‌یابد.

از سوی دیگر، علاوه بر افزایش هزینه‌های سلامت و ارتقای شاخص‌های مرتبط با آن، توسعه مراکز درمانی و خدمات بهداشتی، از جمله بیمارستان‌ها، گام مؤثری در جلب نظر گردشگران، به ویژه بیماران، برای استفاده از خدمات درمانی کشور است. همچنین افزایش هزینه‌های آموزشی و کارآمدتر کردن هزینه در جهت افزایش سطح سواد و فرهنگ عمومی کشور و همچنین هزینه راه‌اندازی دانشگاه‌های بین‌المللی و جذب دانشجویان خارجی، به عنوان فرصت تحصیلی، گام مؤثر دیگری در این زمینه است.

1. Lee and Chang

2. Serra & et al

منابع

- امیرخانی، پاتریس، پازوکی، محمدرضا و پاشائی‌فام، رامین (۱۳۹۱). «تبیین و تحلیل تأثیر نوسانات قیمت نفت اوپک بر تورم کشورهای منتخب واردکننده نفت OECD». *فصل‌نامه تحقیقات توسعه اقتصادی*، شماره نهم، صص ۸۹-۱۱۶.
- امامی، کریم، شهریاری، سمانه و دربانی، سمن (۱۳۹۰). «اثر شوک‌های نفتی بر رشد اقتصادی برخی کشورهای واردکننده و صادرکننده نفت». *فصل‌نامه علوم اقتصادی*، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۲۵-۴۴.
- پیغمبری، سعید (۱۳۸۸). «بررسی اثرات متقابل میان نرخ رشد قیمت سبد نفتی OPEC و رشد اقتصادی کشورهای عمده OECD». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- حبیبی، فاتح و عباسی‌نژاد، حسین (۱۳۸۴). «برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران با استفاده از داده‌های سری زمانی - مقطعی». *تحقیقات اقتصادی*، شماره ۷۰، صص ۹۱-۱۱۵.
- حسینی‌نسب، ابراهیم و میرکاظمی مود، منا (۱۳۸۸). «اثر تکانه‌های نفتی بر متغیرهای کلان اقتصادی منتخب کشورهای صادرکننده و واردکننده نفت». *فصل‌نامه علوم اقتصادی*، سال ۲، شماره ۷، صص ۳۴-۷۲.
- 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، صص ۴۷-۷۰.
- خداپناه، مسعود و حسونند، سمیه (۱۳۹۳). «تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای درحال توسعه، فصل‌نامه سیاست‌های راهبردی و کلان، سال دوم، شماره ششم، صص ۸۷-۱۰۲.
- رسولی، اسماعیل (۱۳۸۲). «تخمین تابع تقاضای جهان‌گرد ورودی به ایران». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده اقتصاد.
- سوری، امیررضا، صبوری دیلمی، محمدحسن و عطاران، جواد (۱۳۸۹). «تحلیل رابطه تقاضای نفت خام و رشد اقتصادی در کشورهای خاورمیانه». *فصل‌نامه مدل‌سازی اقتصادی*، سال پنجم، شماره ۲، صص ۹۹-۱۱۱.
- سیاح، علی، شاه‌آبادی، ابوالفضل (۱۳۹۲). «تأثیر زیرساخت گردشگری‌های اقتصادی بر دیتا رویکرد پانل مقایسه تطبیقی کشورهای درحال توسعه و توسعه‌یافته». *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال دوم، شماره ۷، صص ۲۵-۴۳.
- صفائی، شهرام (۱۳۸۶). «برآورد تابع تقاضای جهان‌گردی ایران با استفاده از داده‌های سال‌های ۱۳۵۹-۱۳۸۴». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه رازی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه اقتصاد.
- فرجی، یوسف (۱۳۸۳). *پول، ارز و بانک‌داری*. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- کاوه‌ئیان، نسترن (۱۳۸۱). «برآورد تابع تقاضای جهان‌گردی بین‌المللی ایران طی سال‌های ۱۳۵۰-۱۳۷۵». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.
- گل لاله، منوچهر (۱۳۸۹). «تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده حسابداری و مدیریت.
- موسایی، میثم (۱۳۸۳). «تخمین تابع تقاضای توریسم به ایران». *فصل‌نامه پژوهشنامه بازرگانی*، (۳۲)، صص ۲۲۵-۲۴۴.

موسوی، میرحسین، بزازان، فاطمه، راغفر، حسین و ابراهیمی جامخانه، معصومه (۱۳۹۴). «ارزیابی اثرات نامتقارن تغییرات قیمت نفت بر تقاضای آن در کشورهای عضو OECD با استفاده از مدل‌های سری زمانی ساختاری». *فصلنامه مطالعات اقتصاد انرژی*، سال یازدهم، شماره ۴۶، صص ۲۷-۶۰.

مولایی، محمد، گل‌خندان، ابوالقاسم و گل‌خندان، داود (۱۳۹۳). «عدم تقارن آثار تکانه‌های نفتی بر رشد اقتصادی کشورهای صادرکننده نفت». *فصلنامه اقتصاد انرژی ایران*، سال سوم، شماره ۱۰، صص ۲۰۱-۲۲۹.

میرزایی، حسین و جلیلی، ساناز (۱۳۹۰). «تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی». *فصلنامه علوم اقتصادی*، سال پنجم، شماره ۱۵.

نوری، مهناز (۱۳۷۵). «برآورد تابع تقاضای توریسم ۱۳۴۸-۱۳۷۲». پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه الزهراء، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی.

- Apergis, N., & Miller, S. M. (2009). Do structural oil-market shocks affect stock prices? *Energy Economics*, 31, 569e575.
- Baumeister, C., & Peersman, G. (2012). Time-varying effects of oil supply shocks on the US economy. *Bank of Canada working paper series*, WP2012-02.
- Becken, S. (2008). Developing indicators for managing tourism in the face of peak oil. *Tourism Management*, 29, 695-705.
- Becken, S and Lennox, J. (2012). Implications of a long-term increase in oil prices for tourism. *Tourism Management*, 33, 133-142.
- Becken, S., Ngyen, M., & Schiff, A., (2010). Developing an economic framework for tourism and oil. LEaP Report 12. Available at <http://www.leap.ac.nz/site/section.asp?bid=24&SectionID=1038>.
- Becken, s.(2012). Tourism and oil . . *Tourism Management*, 25, 122-152.
- Becken, s.(2011). Oil , the global economy and tourism, *tourism review*, Vol 66.
- Brida, J. G., Lanzilotta, B., Lionetti, S., & Risso, W. A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for Uruguay. *Tourism Economics*, 16, 765e771.
- Chatziantoniou, I Filis, G, Eeckels, B & Apostolakis, A (2013). Oil prices, tourism income and economic growth: a structural VAR Approach for European Mediterranean countries. *Tourism Management*, vol 36, pp. 331-341.
- Chen, Ch-F. and Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism expansion, tourism uncertainty and economic growth: New evidence from Taiwan and Korea. *Tourism Management*, 30 (6): 812-818.
- Cortes-Jimenez, I, Pulina, M., Prunera, C., & Artis, M. (2009). Tourism and exports as a means of growth. Research Institute of Applied Economics 2009 working papers.
- Crozak, f. (2015). Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests. *Economic Modelling* 35 (2013) 185-191.
- Chorfoon, t & Salah, a.(2014). The impacts of tourism , energy consumption and political instability on economic growth in the MENA country, *Energy policy*, vol 68, Pag 458-464.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as long-run economic growth factors: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10 (3), 305e316.
- Fayissa, B., Nsiah, C., & Tadesse, B. (2011). Research note: tourism and economic growth in Latin American countries e further empirical evidence. *Tourism Economics*, 17, 1365e1373.
- Filis, G., Degiannakis, S., & Floros, C. (2011). Dynamic correlation between stock market and oil prices: the case of oil-importing and oil-exporting countries. *International Review of Financial Analysis*, 20, 152e164.

- Hang, L., and Tu, M. (1996). The Impacts of Energy Prices on Energy Intensity: Evidence from China. *Energy Policy*, 35, pp. 2978–2988.
- Kassimati, E. (2011). Economic impact of tourism on Greece's economy: cointegration and causality analysis. *International Research Journal of Finance and Economics*, 79, 79e85.
- Katircioglu, S. T. (2009). Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17e20.
- Kilian, L. & A. Rebucci. (2007). Oil Shocks and External Balances. Working Paper, IMF.
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: a closer look at panels. *Tourism Management*, 29, 180e192.
- Lennox, j (2012). Impacts of high oil prices on tourism in New Zealand. *Tourism Economic*.18 (4).781-800.
- Lennox, J. (2010). Modelling the impacts of high oil prices on tourism with the New Zealand Tourism General Equilibrium Model', Lincoln University, Lincoln.
- Lim, C. and McAleer, M. (2001). Co integration analysis of quarterly tourism demand by Hong Kong and Singapore for Australia. *Applied Economics*, 33 (12): 1599-1619.
- Lim, C., Min, J. C. H., & McAleer, M. (2008). Modelling income effects on long and short haul international travel from Japan. *Tourism Management*, 29, 1099e1109.
- Lippi, F., & Nobili, A. (2009). Oil and the macroeconomy: A quantitative structural analysis. Bank of Italy working paper series, no. 704.
- Massidda, C. and Etzo, I. (2012). The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis. *Tourism Management*, 33 (3): 603-610.
- Mervar, A., & Payne, J. E. (2007). An analysis of foreign tourism demand for Croatian destinations: long-run elasticity estimates. *Radni materijali Ekonomskog instituta, Zagreb*, 1 (1), 5-21.
- Muñoz, T. G. (2007). German demand for tourism in Spain. *Tourism Management*, 28 (1), 12-22.
- Narayan, P. K. (2004). Economic impact of tourism on Fiji's economy: empirical evidence from the computable general equilibrium model. *Tourism Economics*, 10, 419e433.
- OECD (2016), *OECD Tourism Trends and Policies*, OECD Publishing, Paris.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S (2011). "Tourism and economic growth in developing countries: P-VAR approach". *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10 (1): 28-32.
- Sara Proença, S and Soukiazis, E. (2005). Demand for tourism in Portugal. A panel data approach. Discussion Paper, PP:29.
- Seetanah, B., Juwaheer, T. D., Lamport, M. J., Rojid, S., Sannasee, R. V. and Subadar, A. U. (2011). "Does Infrastructure Matter In Tourism Development?". *University of Mauritius Research Journal*, Volume 17, Pp. 89-108
- Small, J., & Sweetman, c. (2009). New Zealand tourist arrivals. Covec research report. Available at <http://www.lincoln.ac.nz/ResearchCentres/LEap/Climate-change-Peak-Oil-Society/Projects/Tourism-Oil/>.
- Sara a, R and Rio,m.(2007). *Tourism research.*, PP:30.
- United Nation World Tourism Organization (2015). UNWTO Tourism Highlights.
- Schubert, s & Brida, j.(2011). Dynamic model of economic growth in a small tourism driven economy, in: A, Matias, P. Nijkamp, & M. Sarmiento, *tourism economics*, PP.149-168.
- World Travel & Tourism Council. (2010). Travel & Tourism Economic Impact for country OECD.
- Yeoman, I & Roberton, m.(2007). Competitive advantage through authenticity: An assessment of Scotlands tourism prospects. *Tourism mangment*,PP:102-120.
- World Tourism Organization, (2003/2004). Tourism Highlights. Retrieved from: <http://www.worldtourism.org/facts/highlights/HIGHLIGHTS%20INGLES%2020041.pdf>.