



تأثیر هم‌زمان متغیرهای اقتصادی بر درآمد و تعداد گردشگران در کشورهای اسلامی منتخب

سهیلا کاغذیان^۱، یزدان نقدی^۲، فرشید عفتی باران^۳

DOI:10.22034/jtd.2023.405523.2793

چکیده

در سال‌های اخیر، به صنعت گردشگری و به‌ویژه گردشگری اسلامی در بسیاری از کشورها توجه شده است. هدف اصلی این مطالعه بررسی تأثیر هم‌زمان متغیرهای اقتصادی بر درآمد و تعداد گردشگران در ۱۰ کشور مسلمان دارای بالاترین شاخص گردشگری اسلامی^۴ (GMTI) طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ است. برای این منظور، از متغیرهای تعداد پزشک، تعداد مکان‌های اقامتی، کیفیت خطوط هوایی، شاخص گردشگری مسلمان، تورم جهانی، شاخص ثبات سیاسی و نرخ ارز کشورهای مسلمان استفاده شده است. روش تخمین معادلات رگرسیون به‌ظاهر نامرتب در داده‌های تابلویی (Panel-SURE) است.

نتایج حاصل از تخمین مدل دلالت بر این دارد که افزایش نرخ ارز، افزایش تعداد پزشکان و افزایش ثبات سیاسی کشورهای تأثیری مثبت و معنی‌دار بر درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگران در کشورهای اسلامی دارد. همچنین، یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد کیفیت خطوط هوایی و تعداد مکان‌های اقامتی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر شاخص گردشگری مسلمانان دارد.

جالب این است که بدانیم، از بین متغیرهای تأثیرگذار بر میزان گردشگر و درآمد حاصل از گردشگران ورودی به کشورهای اسلامی، متغیر تعداد پزشکان یا وجود خدمات بهداشتی بهتر بیشترین تأثیر را بر میزان گردشگران به این کشورها داشته است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲

واژه‌های کلیدی:

شاخص گردشگری مسلمانان، درآمد حاصل از گردشگر، تعداد گردشگر، رگرسیون به‌ظاهر نامرتب در داده‌های تابلویی

مقدمه

به بیش از یک میلیارد نفر در ۲۰۲۰ رسیده است.

همچنین، با توجه به اینکه منابع ارزی حاصل از صنعت گردشگری قابل‌توجه و سهل‌الوصول است، این صنعت به یکی از صنایع مهم ایجاد ثروت در کشورها تبدیل شده است.

گردشگری حلال به‌منزله شکلی از گردشگری برای گردشگران مسلمان، که در آن افراد با رعایت قوانین شرعی خود به لذت در سفر می‌پردازند، افزایش چشمگیری یافته است. مطابق گزارش شاخص گردشگری مسلمانان در ۲۰۱۸، در میان ۱۳۰ کشور مورد بررسی، مالزی، اندونزی، امارات و ترکیه در رتبه‌های اول تا سوم برتر گردشگری مسلمانان (حلال) قرار گرفته‌اند و ایران با امتیاز ۵۵/۹ در جایگاه هفدهم قرار دارد. این در حالی است که ایران، مطابق

صنعت گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به‌شمار می‌آید. تأثیر گردشگری در افزایش میزان اشتغال و درآمدهای ارزی، رونق صنایع داخلی و گسترش همکاری‌های بین‌المللی باعث شده است نگرش کشورهای دنیا به این صنعت تغییر یابد و جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند. در سال‌های اخیر مشاهده می‌شود توجه و علاقه‌مندی به مفاهیم جدید گردشگری مانند گردشگری اسلامی، مهمان‌نوازی اسلامی، غذاهای حلال در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای خاورمیانه افزایش یافته است (Nargesi et al., 2018). طبق آمارهای سازمان جهانی گردشگری (WTO)^۴، مسافرت به خارج از محل اقامت از ۲۵ میلیون نفر در ۱۹۵۰

۱. استادیار اقتصاد، گروه اقتصاد، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). skaghazian@hotmail.com

۲. استادیار اقتصاد، گروه اقتصاد، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳. دکتری اقتصاد، واحد فیروزکوه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.



گزارش ۲۰۱۷، در میان ۱۰ کشور اول عضو سازمان اجلاس اسلامی قرار گرفته بود (Ebrahimi et al., 2019).

از این رو، در مطالعه حاضر به بررسی تأثیر هم‌زمان متغیرهای اقتصادی بر درآمد و تعداد گردشگر در منتخب کشورهای اسلامی (۱۰ کشور) با استفاده از شاخص گردشگری مسلمانان و کیفیت خطوط هوایی در قالب رگرسیون به ظاهر نامرتبط (Panel-SURE) پرداخته شده است که مهم‌ترین وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر مطالعات است.

در این مطالعه، شاخص گردشگری مسلمانان (GMTI) با استفاده از ۳ گروه شاخص محاسبه شده است. گروه اول شامل تعداد گردشگران مسلمان ورودی به یک کشور، مقاصد گردشگری مسلمانان و محیط امن برای مسافرت است که ۴۰ درصد وزن شاخص GMTI را به خود اختصاص می‌دهد. گروه دوم شامل وجود غذا و مراکز حلال، وجود مراکز لازم برای نماز، امکانات و سرویس‌های فرودگاهی و خدمات مراکز اقامتی است که این دسته نیز ۴۰ درصد وزن شاخص اصلی را به خود اختصاص داده است و گروه سوم شامل وجود مراکز خرید اسلامی و امکان وجود و برقراری ارتباط آسان با گردشگران سایر کشورها است که این دسته ۲۰ درصد از وزن شاخص کل را به خود اختصاص می‌دهد. مقدار عددی این شاخص را که مستقرات^۱ و کرسنتریتینگ اندازه‌گیری و ارائه کرده‌اند بین ۰ تا ۱۰۰ است. همچنین، متغیر دیگر مورد بررسی در این مطالعه شاخص کیفیت خطوط هوایی است. این شاخص بین ۱ تا ۷ (۱ بدترین و ۷ بهترین) کیفیت خطوط هوایی را اندازه‌گیری می‌کند که از سال ۲۰۰۶ توسط مجمع گردشگری جهانی (UNWTO) محاسبه شده است و برای مثال در ۲۰۱۹ بهترین خطوط هوایی متعلق به کشور سنگاپور با ۶/۷ امتیاز بوده است.

مقاله حاضر در پنج بخش نگاشته شده است. پس از مقدمه، در بخش دوم، مبانی نظری و پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی با توجه به موضوع تحقیق بررسی می‌شود. بخش سوم شامل روش تحقیق، بخش چهارم شامل یافته‌های

تحقیق است و در نهایت بخش پنجم به جمع‌بندی نتایج و ارائه پیشنهادها می‌پردازد.

ادبیات موضوع

صنعت گردشگری، بعد از صنایع خودروسازی، ساختمان و غذایی، چهارمین صنعت برتر جهان است. مشارکت این بخش در تولید ناخالص داخلی جهان بیش از بخش‌هایی مانند خودروسازی و کشاورزی و مشارکت آن در اشتغال از خودروسازی نیز بیشتر بوده است. ارقامی همچون ۱۰ درصد تولید ناخالص داخلی (۱۰ تریلیون دلار)، تولید ۱۰ شغل از میان هر ۱۱ شغل، صادرات ۱/۳ تریلیون دلاری، ۰/۰۶ درصد از صادرات جهان، رشد گردشگری بین‌المللی به میزان ۱۰۳۵ میلیون نفر و پیش‌بینی رشد تعداد گردشگر به میزان ۱/۸ بیلیون نفر در ۲۰۳۰ نشان می‌دهد که صنعت گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین و پررونق‌ترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده است (UNWTO, 2015)^۲.

از آنجا که مسافران و گردشگران منبع مهم درآمد ارزی به شمار می‌آیند، گردشگری در تولید ناخالص ملی نقش مهمی ایفا می‌کند. توسعه گردشگری، به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، عامل مؤثری در مقابله با فقر است و موجب افزایش درآمد قشرهای گوناگون، کاهش بیکاری و رونق اقتصادی و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (UNWTO, 2018)^۳.

عوامل بی‌شماری در توسعه صنعت گردشگری در یک کشور نقش دارند که ارتباط و تعامل بین آن‌ها توسعه گردشگری را شکل می‌دهد. سه عامل اصلی در توسعه گردشگری عبارت هستند از گردشگران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد (Alwani & Pirouzbakht, 2006). ترتیب عوامل مؤثر در ساختار گردشگری و چرخه آن را می‌توان به صورت زیر بیان کرد:

۱- سرمایه و عوامل اقتصادی؛ ۲- عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی؛ ۳- عوامل اجتماعی، فرهنگی و دینی؛ ۴- زیرساخت‌های امنیتی؛ ۵- عوامل طبیعی؛ ۶- مجموعه میراث فرهنگی؛ ۷- سابقه تاریخی؛ ۸- زیرساخت توسعه‌ای؛ ۹- آموزش؛ ۱۰- فناوری.



شکل ۱: ارتباط بین عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری

2. www.unwto.org (2015)

3. www.unwto.org (2018)

1. http://unwto.org/en



گردشگری از طریق تأثیر در توسعه خدمات، توسعه حمل و نقل راه‌ها، گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)، گسترش اماکن اقامتی، توسعه بهداشت عمومی و توسعه تسهیلات رفاهی تأثیرگذار است (Khoshkam et al., 2019).

رویکرد جدیدی که در برآورد پارامترهای یک مدل مرسوم شده است استفاده از فرم سیستم معادلات هم‌زمان است. یکی از دلایل انتخاب این مدل‌ها، مطابق با نظریات اقتصادی، این است که تغییر در یک بازار در سایر بازارهای اقتصادی تأثیرگذار است. به همین دلیل، اقتصاددانان تحلیل‌های سیستمی را بر فرم تک‌معادلات ترجیح می‌دهند. بر همین اساس، در مطالعه حاضر، برای بررسی اثر متغیرهای اقتصادی بر درآمد و تعداد گردشگر در منتخب کشورهای اسلامی از روش رگرسیون به‌ظاهر نامرتب در داده‌های تابلویی (Panel-SURE) استفاده شده است.

پیشینه تحقیق

تأثیر رابطه بین توسعه گردشگری و تعداد گردشگر در رشد اقتصادی به‌وسیله مدل‌های فراوانی در اقتصاد آزمون شده است. نتایج این مطالعات در کشورهای گوناگون متفاوت بوده است، برای مثال، متغیرهای فراوانی همانند شرایط آب‌وهوایی، سیاست‌های اقتصادی، موقعیت جغرافیایی کشور گردشگرپذیر، شرایط تاریخی کشورها و سایر متغیرهای کمی و کیفی مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار در جذب گردشگر معرفی شده‌اند. از طرف دیگر، تعداد گردشگر ورودی و میزان مخارج این گردشگران در کشور مقصد می‌تواند در رشد اقتصادی و درآمدی کشورهای گردشگرپذیر بسیار تأثیرگذار باشد.

در مطالعه دیگری که برای کشورهای عضو بی‌آرای‌سی اس ۳ (BRICS) شامل برزیل، روسیه، هند، چین و افریقای جنوبی و به‌وسیله مدل Panel ARDL انجام شده، رسول و همکاران (۲۰۲۱) به این نتیجه رسیده‌اند که علتی دوپرفه بین رشد گردشگر و رشد اقتصادی طی سال‌های (۱۹۹۵-۲۰۱۵) در این کشورها وجود داشته است. در این مطالعه، فرضیه نظریه گردشگری منجر به رشد (TLGH) نیز آزمون و تأیید شده است. این نظریه بیان می‌کند رشد بخش گردشگری در هر کشوری می‌تواند به رشد اقتصادی کشور مورد نظر بینجامد.

در مطالعه دیگری که هالر و بوتنارو (۲۰۲۱) انجام داده‌اند، این فرضیه آزمون شده است که آیا رشد گردشگری، رشد سیستم حمل و نقل و رشد خدمات رستورانی در ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا تأثیر مثبت و معنی‌داری در رشد اقتصادی این کشورها داشته است یا خیر. با توجه به نتایج

در میان عوامل تشکیل دهنده گردشگری، فناوری مناسب به‌منزله زیرساخت جریان گردشگری را متحول می‌کند. سرمایه در پارامترهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری نمایان می‌شود. افزایش ورود گردشگران خارجی با گسترش امکانات رفاهی و زیربنایی، بهبود بهداشت و بهبود خطوط ارتباطی رابطه مستقیم دارد (Mehrabi et al., 2012). با توجه به طبیعت بخش گردشگری، بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی مانند صنعت حمل و نقل عمومی، خطوط هواپیمایی، شرکت‌های اجاره خودرو، خطوط مسافرت دریایی، مسافرت با قطار، هتل‌ها، آژانس‌های گردشگری، سازمان‌های مسافرتی و مکان‌های جذب گردشگر با صنعت گردشگری در ارتباط هستند. از این رو، صنعت گردشگری صنعتی است که سالانه میلیاردها دلار در آن مبادله می‌شود و از نظر اقتصادی بسیار مهم است. با توجه به خدماتی بودن این صنعت و داشتن ارتباطات پسین و پیشین فراوان، این صنعت تأثیر بسزایی در ایجاد اشتغال دارد و دارای ضریب فزاینده بالا در اقتصاد است (Mirzaie & Jalili, 2012).

از طرفی، نظریه صادرات منجر به رشد^۱ (ELGH) مطرح می‌کند که رشد اقتصادی فقط به گسترش نیروی کار و سرمایه‌گذاری وابسته نیست، بلکه توسعه صادرات نیز می‌تواند نقش مؤثری در آن داشته باشد. از نظریه صادرات منجر به رشد به‌صورت مستقیم نظریه گردشگری منجر به رشد^۲ (TLGH) استخراج شده است (Ghaemi et al., 2019)؛ یعنی گردشگری، به‌منزله منبع تأمین مالی، نوعی صادرات جدید محسوب می‌شود و عامل استراتژی بالقوه‌ای برای رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌آید. همچنین، فرضیه فوق بیان می‌کند که گردشگری به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم در رشد اقتصادی اثرگذار است.

از آنجایی که بی‌ثباتی اقتصادی در تقاضای گردشگری اثر منفی دارد، مهم‌ترین دلیل توسعه صنعت گردشگری در اغلب کشورها را می‌توان بهره‌برداری از منافع اقتصادی آن دانست، گرچه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌شوند. با توجه به ارتباط پسین و پیشین بالا بین صنعت گردشگری و سایر صنایع و فعالیت‌های اقتصادی، اگر این صنعت رونق پیدا کند، سایر فعالیت‌های مرتبط به این صنعت نیز رونق می‌یابند. گردشگری می‌تواند به‌مانند موتوری برای رشد اقتصادی عمل کند و سایر فعالیت‌های مرتبط را نیز به دنبال خود توسعه دهد (WTTC, 2019). از طرف دیگر، بین رشد اقتصادی و توسعه صنعت گردشگری رابطه‌ای دوپرفه برقرار است؛ یعنی، همان‌طور که توسعه صنعت گردشگری موجب رشد اقتصادی می‌شود، رشد اقتصادی نیز در توسعه صنعت

3. Brazil, Russia, India, China, South Africa

1. Export-Led Growth Hypothesis
2. Tourism-Led Growth Hypothesis



بررسی‌های انجام‌شده، رشد بخش گردشگری در کشورهای اتحادیه اروپا یکی از مهم‌ترین عوامل رشد اقتصادی این کشورها طی سال‌های (۲۰۱۲-۲۰۱۸) بوده است. همچنین، همگرایی کشورهای اتحادیه اروپا و تشکیل خود اتحادیه اروپا نیز تأثیر مثبتی در میزان جذب گردشگر و رشد اقتصادی در این کشورها داشته است.

چولافان و بارهونا (۲۰۱۷)، در مطالعه‌ای با عنوان «سهم گردشگری در رشد اقتصادی تایلند»، از داده‌های سری زمانی فصلی برای سال‌های (۲۰۰۸-۲۰۱۵) استفاده کرده و با استفاده از آزمون‌های هم‌بستگی و علیت گرنجر^۱ نشان داده‌اند که گردشگران همه‌قاره‌ها به اقتصاد تایلند کمک نمی‌کنند، بلکه فقط گردشگران ورودی از جنوب آسیا و گردشگران قاره اقیانوسیه به رشد اقتصادی تایلند کمک کرده‌اند.

دو^۲ و همکاران (۲۰۱۶)، در مطالعه‌ای درخصوص بیش از ۱۰۹ کشور، به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه‌گذاری در بخش‌های گردشگری و زیربنایی برای رشد اقتصادی کشورهای گردشگری پذیر کافی نیست، بلکه شرایط جغرافیایی، تاریخی و آب‌وهوایی همه‌وهمه باید در یک کشور فراهم و مساعد باشد تا رشد تعداد گردشگر در بلندمدت موجب رشد اقتصادی شود. بنابراین، در بسیاری از مطالعات انجام‌شده افزایش تعداد گردشگر اثر مثبت و معنی‌داری در رشد اقتصادی کشورها می‌گذارد.

خوشکام و همکاران (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی اثر صنعت گردشگری بین‌المللی بر رشد اقتصادی: مطالعه بین‌کشوری با کمک تخمین‌زن گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی»، به بررسی تأثیر صنعت گردشگری در رشد اقتصادی ۸۲ کشور توسعه‌یافته و درحال توسعه پرداخته‌اند. در این مطالعه، تأثیر متغیرهایی مانند درجه توسعه‌یافتگی، نرخ سرمایه‌گذاری فیزیکی، نرخ سرمایه انسانی، درجه باز بودن تجاری و نرخ تورم در رشد اقتصادی کشورهای مورد بررسی با روش گشتاورهای سیستمی داده‌های تابلویی برآورد شده است. نتایج نشان می‌دهد اثر ورودی و خروجی گردشگری در رشد اقتصادی مثبت و معنی‌دار است و ضرایب دارای علامت‌های مورد انتظار است.

ابراهیمی و همکاران (۲۰۱۹)، در مطالعه‌ای با عنوان «اولویت‌بندی عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال»، بر پایه مدلی برگرفته از مدل رقابت مقصد^۳ دویر^۴ و کیم^۵ و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه خودساخته، عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری را بررسی کرده‌اند. مطابق نتایج، عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال به ترتیب عوامل موقعیتی ایران در گردشگری حلال، مدیریت

مقصد در گردشگری حلال، منابع فرهنگی/تاریخی ایرانی - اسلامی، شرایط تقاضا برای گردشگری حلال ایران، منابع حمایتی و پشتیبان در گردشگری حلال، منابع طبیعی دلخواه مسلمانان و منابع انسان‌ساخت بر محور گردشگری حلال هستند.

صفائی‌پور و دامن‌باغ (۲۰۱۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران»، به بررسی این مسئله پرداخته‌اند که آیا ایران مکان مناسبی برای توسعه گردشگری حلال است یا خیر. در این مطالعه که با روش تحلیلی توصیفی انجام شده است، کارشناسان برداشت‌های متفاوتی درخصوص موضوع گردشگری حلال در ایران داشته‌اند. موافقان توسعه گردشگری حلال و بسترسازی مناسب عدم تبلیغات درست را از دلایل عدم موفقیت ایران معرفی کرده‌اند. همچنین، مخالفان نداشتن آگاهی کافی از برخی پدیده‌های گردشگری و الزامات کشورهای مسلمان و ایران را از جمله موارد مخالفت برای توسعه گردشگری در ایران عنوان کرده‌اند.

باقرزاده و سلیمی (۲۰۱۵)، در مطالعه‌ای تحت عنوان «شناخت متغیرهای تأثیرگذار بر گردشگری در کشورهای مسلمان»، تابع تقاضای گردشگری را برای منتخبی از کشورهای اسلامی در دوره زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۴ با استفاده از حداکثرسازی تابع مطلوبیت و روش پانل دیتا^۶ بررسی کرده‌اند. نتایج مطالعه نشان داده است که تولید ناخالص داخلی، درجه باز بودن اقتصاد، تولید ناخالص جهانی و نرخ ارز رابطه‌ای مثبت با تقاضای گردشگری و همچنین قیمت‌های نسبی رابطه‌ای منفی با تقاضای گردشگری داشته‌اند. به علاوه، کثرت درآمدی تقاضای گردشگری به درآمد خارجی‌ان نشان‌دهنده آن است که مسافرت به کشورهای اسلامی برای خارجی‌ان کالایی لوکس نیست.

معرفی مدل تحقیق

مدل تحقیق حاضر برگرفته از مطالعه دریت‌ساکیس (۲۰۱۲) است که با کمی تغییرات و نوآوری در روش تحقیق انجام شده است. در مطالعه دریت‌ساکیس (۲۰۱۲)، مطابق با معادله (۱)، تعداد گردشگر و نرخ ارز مؤثر تابعی از میزان تولید سرانه کشور قرار گرفته است.

$$GDP_{it} = \beta_{0i} + \beta_{1i}Tour_{it} + \beta_{2i}EXR_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

در معادله (۱) GDP_{it} میزان تولید سرانه کشور i در زمان t و $Tour_{it}$ تعداد گردشگر کشور i در زمان t و EXR_{it} نرخ ارز اسمی مؤثر کشور i در زمان t است. بر اساس فرضیه گردشگری منجر به رشد (TLGH) باید مقدار β_{1i} بزرگ‌تر از صفر باشد.



وارد شده به هر کشور به همراه سایر عوامل مؤثر در درآمد ملی است.

معادله (۷) تقریباً در تمامی مطالعات انجام شده برای بررسی تأثیر گردشگری در رشد اقتصادی کشورها استفاده شده است.

در مطالعات گوناگون، این معادله از طریق روش‌های مختلف اقتصادسنجی مانند پانل دیتا، Panel ARDL، مدل‌های VECM برآورد شده است. در حالی که در مطالعه حاضر برای نوآوری و به منظور تفاوت کار با سایر مطالعات انجام شده و همچنین بررسی تأثیر هم‌زمان متغیرهای اقتصادی از روش معادلات هم‌زمان در داده‌های ترکیبی (Panel-SURE) استفاده شده است.

هدف این مطالعه تبیین ارتباط متقابل (تأثیر هم‌زمان) بین درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگر ورودی با استفاده از متغیرهای توضیحی و کنترلی اقتصادی است. به منظور تبیین این ارتباط از الگوهای ذیل در قالب روش (Panel-SURE) استفاده شده است.

$$\begin{cases} INCOME = c(1) + c(2)ARRIVALS + c(3)PS + c(4)DOCTOR + \\ c(7)GMTI + c(8)CPIIW + c(9)EXCHANGE & \text{معادله (۱)} \\ ARRIVALS = c(10) + c(11)INCOME + c(12)PS + c(13)DOCTOR + \\ c(17)CPIIW + c(18)EXCHANGE & \text{معادله (۲)} \\ GMTI = c(20) + c(21)HOTEL + C(22)QUALITY & \text{معادله (۳)} \end{cases}$$

همچنین، ذکر این نکته ضروری است که متغیرهایی که در هریک از معادلات معنی دار نبوده‌اند از معادلات حذف و مجدداً معادلات برآورد شده‌اند. در معادلات فوق: Income: درآمد حاصل از گردشگر که بر حسب دلار است. Arrivals: تعداد گردشگر ورودی به هر کشور.

Ps: شاخص ثبات سیاسی است که امتیازی بین ۲/۵ تا ۲/۵- را به خود اختصاص می‌دهد. هرچه میزان این شاخص بیشتر باشد، ثبات سیاسی یک کشور بیشتر است. Doctor: سرانه تعداد پزشک که نشان‌دهنده تعداد پزشکان به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر گردشگر ورودی به هر کشور است و نماینده سلامت و بهداشت در نظر گرفته شده است (تعداد پزشک تقسیم بر تعداد گردشگر ورودی).

Gmti: شاخص گردشگری مسلمانان که امتیازی است بین ۰ تا ۱۰۰ و هر ساله بر اساس ۴ عامل سهولت، ارتباطات، امنیت و خدمات توسط سازمان جهانی گردشگری برای کشورهای مسلمان منتشر می‌شود. این داده‌ها را مسترکارت و کرسنتریتینگ ارائه می‌کنند. این شاخص برای تمام کشورها ارائه می‌شود و برای کشورهای گوناگون مقدار آن متفاوت است.

این مدل بر اساس مدل رشد اقتصادی سولو^۱ (۱۹۵۶) پایه‌گذاری شده است. بر اساس مدل سولو، رشد اقتصادی یک کشور به رشد نیروی کار و فناوری موجود بستگی دارد. بر اساس تابع تولید کاپ-داگلاس، که معروف‌ترین تابع مورد استفاده در اقتصاد کلان است، معادله (۲) به دست می‌آید:

$$GDP_i = A_i(CAP_i)^\alpha(POP_i)^{1-\alpha}e^{v_i} \quad (۲)$$

در معادله (۲)، GDP_i میزان تولید کشور i، CAP_i سرمایه کشور i، POP_i سرمایه جمعیت کشور i و A_i بهره‌وری عوامل تولید در کشور i را نشان می‌دهد. تولید سرانه واقعی هر کشور به وسیله معادله (۳) اندازه‌گیری می‌شود:

$$\frac{GDP_i}{POP_i} = A_i\left(\frac{CAP_i}{POP_i}\right)^\alpha e^{v_i} \quad (۳)$$

به طوری که معادله (۳) نشان می‌دهد، تولید واقعی سرانه هر کشور تابعی از سرمایه سرانه همان کشور است. برای برآورد معادله (۳) از طرفین لگاریتم گرفته شد و معادله زیر به دست آمد:

$$\ln\left(\frac{GDP_i}{POP_i}\right) = \ln(A_i) + \alpha \ln\left(\frac{CAP_i}{POP_i}\right) + v_i \quad (۴)$$

همچنین، بر اساس مدل‌های رشد اقتصادی، میزان مخارج بخش آموزش و تحقیق و توسعه (R&D) از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در بهره‌وری هر کشور است (Romer, 1990).

بنابراین، می‌توان بهره‌وری عوامل تولید را به صورت معادله (۵) در نظر گرفت:

$$\ln(A_i) = \lambda + \delta \ln(EDU_i) + \gamma \ln(RND_t) + u_i \quad (۵)$$

با ترکیب معادلات (۴) و (۵)، معادله (۶) به دست می‌آید:

$$\ln\left(\frac{GDP_i}{POP_i}\right) = \lambda + \delta \ln(EDU_i) + \gamma \ln(RND_t) + \alpha \ln\left(\frac{CAP_i}{POP_i}\right) + \varepsilon_i \quad (۶)$$

بر اساس معادله (۶) که تعمیم‌یافته مدل سولو (۱۹۵۶) است، از آنجایی که افزایش تعداد گردشگران می‌تواند به افزایش درآمد سرانه و تولید سرانه واقعی کشورها منجر شود، برای بررسی تأثیر توسعه گردشگری در رشد تولید سرانه واقعی، مدل را به صورت زیر بسط می‌دهیم:

$$\ln\left(\frac{GDP_i}{POP_i}\right) = \lambda + \alpha \ln\left(\frac{CAP_i}{POP_i}\right) + \beta \ln(Tour_i) + \delta \ln(EDU_i) + \gamma \ln(RND_t) + \varepsilon_i \quad (۷)$$

بر اساس معادله (۷)، رشد واقعی تولید سرانه هر کشور تابعی از رشد بخش گردشگری و تعداد گردشگر

1. Solow

2. Cobb Douglas Production function



برای بررسی الگوی فوق از داده‌های ۱۰ کشور مسلمان (مالزی، اندونزی، عربستان سعودی، امارت متحده، قطر، سنگاپور، بحرین، عمان، ترکیه و ایران)، که دارای بالاترین شاخص گردشگری مسلمان طی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ بوده‌اند، استفاده شده است.

بررسی روند آماری برخی از متغیرهای تحقیق

با مقایسه نمودارهای ۱ و ۲ می‌توان دریافت که برای ۱۰ کشور اسلامی منتخب، هم میانگین درآمد حاصل از گردشگران و هم تعداد گردشگران ورودی طی دوره ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰، برای ترکیه در مقایسه با ۹ کشور دیگر اسلامی بیشتر بوده است. در حالی که ایران نه از نظر درآمد و نه از نظر تعداد گردشگر شرایط مطلوبی ندارد. برای مثال، بر اساس آمار ۲۰۱۹، تعداد گردشگر ورودی به ترکیه حدود ۵۱ میلیون نفر و تعداد گردشگر ورودی به ایران حدود ۹ میلیون نفر بوده است.

Cpiiw: تورم جهانی کشورها که نشان‌دهنده شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در کشورها در مقایسه با سطح جهانی است.

Exchange rate: نرخ برابری پول هر کشور در مقایسه با دلار. دلیل استفاده از متغیر فوق این است که دقیقاً تأثیر تورم هر کشور در میزان تعداد گردشگر ورودی به آن کشور را نشان می‌دهد.

Hotel: تعداد مکان‌های اقامتی به منزله نماینده عامل اقامتگاه‌ها.

Quality: کیفیت خطوط هوایی همان شاخص کیفیت زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی است که همه‌ساله توسط مجمع جهانی اقتصاد گردشگری سنجیده و از ۱ (کمترین) تا ۷ (بیشترین) امتیازدهی می‌شود.

اطلاعات مربوط به داده‌های مورد مطالعه از بانک جهانی، سازمان گردشگری جهانی و وبگاه اقتصاد جهانی^۱ دریافت شده است.





تخمین مدل

در این مطالعه، برای تخمین معادلات مربوط به متغیرهای درآمد حاصل از گردشگر، تعداد گردشگر ورودی و شاخص گردشگری مسلمانان از روش تخمین داده‌های تابلویی در معادلات رگرسیون به‌ظاهر نامرتب (Panel-SURE) استفاده شده است. معادلات رگرسیون به‌ظاهر نامرتب این امکان را فراهم می‌کند که ضرایب معادلات و واریانس ضرایب تغییر کنند و جملات اخلال در سیستم معادلات با یکدیگر هم‌بستگی هم‌زمان^۱ داشته باشند.

قبل از تخمین معادلات رگرسیون به روش (Panel-SURE) لازم است وجود هم‌بستگی هم‌زمان بین جملات اخلال در سه معادله آزمون شود. برای آزمون وجود هم‌بستگی هم‌زمان در جملات اخلال از آماره آزمون^۲ LM استفاده می‌شود که دارای توزیع^۳ χ^2 است و به شکل زیر محاسبه می‌شود:

$$LM = T \sum_{i=2}^M \sum_{j=1}^{i-1} r_{ij}^2 \quad (8)$$

یافته‌ها

قبل از بررسی و برآورد الگوی تحقیق ابتدا به بررسی مانایی متغیرهای تحقیق پرداخته می‌شود. با توجه به نوع چیدمان داده‌ها (داده‌های تابلویی) از آزمون مانایی^۳ (IPS) استفاده شده که نتایج آن در جدول ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱: بررسی مانایی متغیرهای تحقیق

| متغیر | مقدار آماره | احتمال | نتیجه |
|-----------------------|-------------|--------|-------|
| درآمد گردشگری | ۱/۹۸ | ۰/۰۱ | مانا |
| تعداد گردشگر | ۱/۸۵ | ۰/۰۶ | مانا |
| شاخص آزادی کشورها | ۱/۹۶ | ۰/۰۴ | مانا |
| تعداد پزشک | ۱/۷۴ | ۰/۰۷ | مانا |
| شاخص گردشگری مسلمانان | ۱/۹۵ | ۰/۰۵ | مانا |
| تورم | ۱/۹۷ | ۰/۰۲ | مانا |
| نرخ ارز | ۱/۹۵ | ۰/۰۵ | مانا |
| تعداد هتل | ۱/۹۶ | ۰/۰۴ | مانا |
| کیفیت خطوط هوایی | ۱/۶۸ | ۰/۰۸ | مانا |

منبع: یافته‌های تحقیق

هم‌زمان و دوطرفه متغیرهای درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگر است، لازم است آزمون علیت دوطرفه انجام شود که برای این بررسی از آزمون علیت گرانجر استفاده شده است. نتایج این بررسی در جدول ۲ قابل رؤیت است.

همان‌طور که نتایج آزمون مانایی در جدول فوق نشان می‌دهد، تمام متغیرهای تحقیق در سطح ۹۰ درصد مانا هستند. با توجه به اینکه یکی از اهداف تحقیق بررسی

3. Im-Pesaran-Shin

1. Contemporaneous Correlation
2. Lagrange Multiplier Test Statistics

جدول ۲: نتایج بررسی آزمون علیت گرنجر

| نتیجه | احتمال | مقدار آماره |
|---------------------|--------|-------------|
| تأیید ارتباط دوطرفه | ۰/۰۲ | ۳/۶ |

منبع: یافته‌های تحقیق همان‌طور که نتایج آزمون علیت در جدول فوق نشان می‌دهد، فرض صفر مبنی بر نبود رابطه دوطرفه تأیید نشده است و لذا رابطه دوطرفه بین درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگر وجود دارد. بنابراین، امکان برآورد الگوی تحقیق در قالب معادلات هم‌زمان و بررسی دوطرفه این متغیر وجود دارد. همچنین، نتایج آزمون LM مبنی بر وجود هم‌بستگی هم‌زمان بین جملات اخلال در سه معادله مورد بررسی در جدول ۳ ذکر شده است.

جدول ۳: آزمون وجود هم‌بستگی هم‌زمان بین جملات اخلال

| توزیع آماره آزمون | مقدار آماره آزمون | درجه آزادی | مقدار ارزش احتمال |
|------------------------------|-------------------|------------|-------------------|
| آماره آزمون برپوش - پاگان | ۲۸/۶ | ۳ | ۰/۰۰۰ |

منبع: یافته‌های تحقیق نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که هم‌بستگی هم‌زمان بین جملات اخلال در معادلات رگرسیون درآمد حاصل از گردشگر، تعداد گردشگر و شاخص گردشگری مسلمانان پذیرفته شده است و از این‌رو می‌توان از روش تخمین معادلات رگرسیون به‌ظاهر نامرتب برای تخمین دستگاه معادلات الگو استفاده کرد. نتایج برآورد الگوی تحقیق در قالب روش Panel-SURE به‌صورت جدول زیر خلاصه شده است.

جدول ۴: نتایج برآورد الگوی تحقیق

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | ضریب | مقدار آماره | احتمال |
|---------------------|-----------------------|-------|-------------|--------|
| درآمد گردشگری | تعداد گردشگر | ۰/۸۱ | ۱۵/۴۱ | ۰/۰۰۰ |
| | شاخص آزادی کشورها | ۰/۰۰۲ | ۲/۲۵ | ۰/۰۲ |
| | تعداد پزشک | ۱/۰۴ | ۷/۸ | ۰/۰۰۰ |
| | شاخص گردشگری مسلمانان | ۰/۳۱ | ۳/۱۷ | ۰/۰۰۱ |
| | تورم | -۰/۱۴ | -۴/۵۲ | ۰/۰۰۰ |
| | نرخ ارز | ۰/۱۳ | ۵/۴۰ | ۰/۰۰۰ |
| تعداد گردشگر | درآمد گردشگری | ۱/۱۰ | ۱۵/۷۰ | ۰/۰۰۰ |
| | شاخص آزادی کشورها | ۰/۰۰۲ | ۲/۲۹ | ۰/۰۲ |
| | تعداد پزشک | ۱/۲۱ | ۷/۷۷ | ۰/۰۰۰ |
| | تورم | -۰/۱۷ | -۴/۸۷ | ۰/۰۰۰ |
| | نرخ ارز | ۰/۱۶ | ۵/۶۹ | ۰/۰۰۰ |
| شاخص گردشگری مسلمان | تعداد هتل | ۰/۱۱ | ۳/۵۱ | ۰/۰۰۰ |
| | کیفیت خطوط هوایی | ۰/۱۵ | ۲/۴۴ | ۰/۰۱ |

منبع: یافته‌های تحقیق





باشد. نتایج برآورد الگوی تحقیق نیز این فرضیه را تأیید می‌کند. اما با توجه به ضریب حاصله می‌توان گفت شدت این اثرگذاری خیلی قوی نیست.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

صنعت گردشگری بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا به شمار می‌آید. تأثیر گردشگری در افزایش میزان اشتغال و درآمدهای ارزی، رونق صنایع داخلی و گسترش همکاری‌های بین‌المللی باعث شده نگرش کشورهای دنیا به این صنعت تغییر یابد و جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند. در سال‌های اخیر مشاهده می‌شود که توجه و علاقه‌مندی به مفاهیم جدید گردشگری مانند گردشگری اسلامی، مهمان‌نوازی اسلامی و غذاهای حلال در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای خاورمیانه افزایش یافته است. همچنین، با توجه به اینکه منابع ارزی حاصل از صنعت گردشگری قابل توجه و سهل‌الوصول است، این صنعت به یکی از صنایع مهم ایجاد ثروت در کشورها تبدیل شده است. از این‌رو، در مطالعه حاضر، به بررسی تأثیر هم‌زمان متغیرهای اقتصادی بر درآمد و تعداد گردشگر در منتخب کشورهای اسلامی (۱۰ کشور) با استفاده از شاخص گردشگری مسلمانان و کیفیت خطوط هوایی در قالب رگرسیون به‌ظاهر نامرتب (SURE) پرداخته شد که وجه تمایز پژوهش حاضر با سایر مطالعات انجام‌شده است. در این پژوهش، با استفاده از روش برآورد معادلات هم‌زمان (Panel-SURE) به بررسی و برآورد الگوی تحقیق پرداخته شد. نتایج نشان داد که بین درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگر ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین، شاخص ثبات سیاسی کشورها، تعداد پزشکان و نرخ ارز تأثیر مثبت و معناداری بر درآمد حاصل از گردشگری و تعداد گردشگران دارد. به‌علاوه، افزایش نرخ تورم تأثیر منفی بر درآمد حاصل از گردشگر و تعداد گردشگران دارد. از طرفی، افزایش شاخص گردشگری مسلمان نیز تأثیر مثبت و معنادار بر درآمد حاصل از گردشگری دارد. همچنین، افزایش تعداد هتل‌ها و افزایش کیفیت خطوط هوایی تأثیر مثبت در افزایش شاخص گردشگری مسلمانان دارد. با توجه به نتایج حاصل‌شده می‌توان گفت، همان‌طور که انتظار می‌رود، بهبود عواملی همچون شاخص ثبات سیاسی کشورها، افزایش تعداد پزشکان، کنترل تورم، افزایش تعداد هتل‌های استاندارد و افزایش کیفیت خطوط هوایی موجب افزایش تعداد گردشگران و افزایش درآمد حاصل از گردشگری برای کشورها می‌شود. جالب این است که بدانیم، از بین متغیرهای تأثیرگذار در میزان گردشگر و درآمد حاصل از گردشگران ورودی به کشورهای اسلامی، متغیر تعداد پزشکان

برآورد الگوهای تحقیق به‌صورت هم‌زمان با استفاده از روش Panel-SURE نتایج ذیل را به همراه داشت.

- بین درآمد گردشگری و تعداد گردشگر رابطه مثبت و دوطرفه برقرار است. طبعاً افزایش گردشگر موجب افزایش درآمد گردشگری می‌شود. از طرف دیگر، افزایش درآمد گردشگری موجب بهبود امکانات گردشگری، افزایش تبلیغات و کیفیت خدمت‌رسانی می‌شود و افزایش گردشگران را به همراه خواهد داشت. با توجه به ضریب به‌دست‌آمده بین این دو متغیر (۰/۸ و ۱/۱) می‌توان گفت این رابطه قوی است.

- شاخص آزادی کشورها تأثیر مثبت و مستقیم به میزان ۰/۲ درصد بر درآمد گردشگری و تعداد گردشگران دارد. قطعاً افزایش شاخص آزادی کشورها موجب افزایش امنیت سفر برای گردشگران می‌شود و در نتیجه تعداد گردشگران کشورها افزایش می‌یابد. با توجه به ضریب حاصله و احتمال ۲درصدی می‌توان گفت شدت این اثر ضعیف است.

- تعداد پزشک تأثیر مثبت و مستقیم بر تعداد گردشگر و درآمد گردشگری دارد. افزایش سرانه تعداد پزشکان در هر کشور و سهولت دسترسی به آن‌ها می‌تواند دغدغه گردشگران در خصوص امکانات پزشکی در مواقع لازم را مرتفع کند. لذا، برآوردها نشان می‌دهد افزایش تعداد پزشکان می‌تواند موجب افزایش تعداد گردشگران هر کشور شود. ضریب حاصل‌شده (۱/۰۴ و ۱/۲۱) و احتمال نزدیک به صفر آن نشان می‌دهد که این رابطه به‌شدت قوی است.

- تورم تأثیر منفی بر درآمد گردشگری و تعداد گردشگران دارد. افزایش قیمت‌ها در هر کشوری موجب افزایش هزینه‌های سفر و اقامت می‌شود و در نتیجه موجب کاهش تعداد گردشگران و کاهش درآمد گردشگری هر کشور می‌شود که نتایج برآورد تأییدکننده این موضوع است. با توجه به ضریب حاصل‌شده (۰/۱۴- و ۰/۱۷-) می‌توان گفت شدت این اثرگذاری خیلی قوی نیست.

- نرخ ارز تأثیر مثبت بر درآمد گردشگری و تعداد گردشگر دارد. افزایش نرخ ارز (دلار) موجب کاهش ارزش پول ملی و در نتیجه ارزان شدن سفر برای گردشگران خارجی می‌شود. از همین‌رو، تعداد گردشگران افزایش و در نتیجه آن درآمد گردشگری نیز افزایش می‌یابد. با توجه به ضریب حاصل‌شده (۰/۱۳ و ۰/۱۶) می‌توان گفت شدت این اثرگذاری خیلی قوی نیست. اما با توجه به احتمال صفر احتمال وقوع آن بالا است.

- تعداد هتل‌ها و کیفیت خطوط هوایی تأثیر مثبت بر شاخص گردشگری مسلمان دارد. همواره از جمله دغدغه‌های اصلی گردشگران امکانات رفاهی در طول سفر و محل اقامت است. از این‌رو، کیفیت خطوط هوایی و تعداد هتل‌ها می‌تواند در افزایش شاخص گردشگری مسلمان تأثیرگذار



تخمین‌زن گشتاورهای تعمیم‌یافته سیستمی. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲)، ۲۱۳-۱۹۱. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.14902.2922>

صفایی‌پور، مسعود و دامن‌باغ، صفیه (۱۳۹۶). بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران. فصلنامه میراث گردشگری، ۲(۶)، ۹۷-۷۱.

قائم‌ی، فرشته، آذربایجانی، کریم، اکبری، نعمت‌اله و طیبی، سیدکامیل (۱۳۹۸). تحلیل اثرات متغیرهای اقتصادی بر تعداد گردشگران بین‌المللی وارد شده به ایران با تأکید بر رشد اقتصادی و اشتغال. تحقیقات اقتصادی، ۴(۴)، ۹۶۳-۹۴۷. <https://doi.org/10.22059/jte.2019.74173>

محرابی، جواد، خلیلی شورینی، سیاوش و خلفی، احمد (۱۳۹۱). بررسی موانع توسعه صنعت گردشگری در جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه مدیریت توسعه و تحول، ۹، ۱-۱۰.

میزرایی، حسین و جلیلی، ساناز (۱۳۹۰). تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی (مقایسه ایران و کشورهای منتخب). فصلنامه اقتصاد مالی، ۵(۱۵)، ۷۳-۹۱. <https://dor.org/20.1001.1.25383833.1390.5.15.4.7>

نرگسی، شهین، بابکی، روح‌اله و عفتی و مهناز (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین گردشگری، رشد اقتصادی و توسعه مالی در ایران. فصلنامه اقتصاد مالی، ۱۲(۴۴)، ۶۷-۴۱.

Alwani, S. M., & Pirouzbakht, M. (2006). *Tourism management process*. Tehran: Cultural Research Office. [In Persian]

Bagherzadeh, A., & Salimi, J. (2015). Knowing the variables affecting tourism in Muslim countries. The third conference of applied economics and management with a national approach. [In Persian]

Chulaphan, W., & Barahona, J. F. (2017). Contribution of Disaggregated Tourism on Thailand's Economic Growth. Kasetsart

یا ارائه خدمات بهداشتی بهتر بیشترین تأثیر را در میزان گردشگران به این کشورها داشته است.

در ایران نیز، با توجه به وجود مکان‌های فراوان تاریخی و مذهبی که همواره مورد استقبال بسیاری از گردشگران خارجی بوده است، می‌توان گفت بهبود عوامل ذکر شده می‌تواند موجب افزایش تعداد بیشتر گردشگران و در نتیجه افزایش درآمد گردشگری در کشور شود. آمار و شواهد نشان می‌دهد در مقایسه با بسیاری از کشورها هنوز هم درآمد گردشگری ایران پایین‌تر از سطح ایدئال است. این در حالی است که کشور ما ظرفیت پذیرش چندین برابر گردشگران خارجی را دارد. همچنین، آمارها نشان می‌دهد هنوز هم ایران در شاخص‌هایی مانند کیفیت خطوط هوایی، شاخص ثبات سیاسی و شاخص گردشگری مسلمان فاصله زیادی با کشورهای همسایه دارد. قطعاً بهبود شاخص‌های فوق از طریق پیشنهادهایی همچون خرید هواپیماهای باکیفیت برای بهبود کیفیت خطوط هوایی، افزایش کمیّت و کیفیت مراکز درمانی و افزایش تعداد پزشکان برای راحتی و مداوای بیشتر گردشگران، داشتن ثبات سیاسی و ثبات اقتصادی و افزایش بیشتر آزادی‌های مدنی می‌تواند موجب افزایش چندبرابری گردشگران و به تبع آن افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری در کشور شود.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

ابراهیمی، مهدی، یاوری گوهر، فاطمه و حسن کاشی، میترا (۱۳۹۸). اولویت‌بندی عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۲۸)، ۱۳۷-۱۱۳. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.2271>

الوانی، سیدمهدی و پیروز نوبخت، معصومه (۱۳۸۵). فرایند مدیریت جهانگردی. تهران: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.

باقرزاده، علی و سلیمی، جواد (۱۳۹۵). شناخت متغیرهای تأثیرگذار بر گردشگری در کشورهای مسلمان. سومین کنفرانس اقتصاد و مدیریت کاربردی با رویکرد ملی.

خوشکام، مانا، صبوری، بهناز و قادری، زاهد (۱۳۹۸). بررسی اثر صنعت گردشگری بین‌المللی بر رشد اقتصادی: مطالعه بین‌کشوری با کمک



- and Developing Countries with GMM estimation. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 191-213. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.14902.2922> [In Persian]
- Mehrabi, J., Khalili, S., & Khalafi, A. (2012). A study of the barriers to Iran's tourism industry development. *Journal of development & evolution management*, 4(9), 1-10. [In Persian]
- Mirzaie, H., & Jalili, S. (2012). Impact of Tourism Development on Economic Growth (Compared to Iran and Selected Countries). *Financial Economics*, 5(15), 73-92. <https://doi.org/20.1001.1.25383833.1390.5.15.4.7> [In Persian]
- Nargesi, S. H., Babaki, R., & Efati, M. (2018). The Relationship between Tourism Economic Growth and Financial Development in Iran (1989-2015). *Journal of financial economics*, 12(44), 41-67. [In Persian]
- Rasool, H., Maqbool, S., & Tarique, M. (2021). The Relationship Between Tourism and Economic Growth among BRICS Countries: A Panel Data Cointegration Analysis. *Future Business Journal*, 7(1), 1.
- Safaeipour, M., & Damanbagh, S. (2017). A new approach on halal tourism in IRAN. *Heritage and Tourism journal*, 2(6), 71-97. [In Persian]
- World Travel and Tourism Council (2019). The economic impact of tourism. London: WTTC.
- Journal of Social Sciences*, 39(3), 401-406. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.012>
- Dritsakis, N. (2012). Tourism Development and Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach. *Tourism Economics*, 18(4), 801-816. <https://doi.org/10.5367/te.2012.0140>
- Du, D., Ng, P. T., & Lew, A. A. (2016). Tourism and Economic Growth. *Journal of Travel Research*, 55(4), 454-464.
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F., & Hasankashi, M. (2019). Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 113-137. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2019.2271> [In Persian]
- Ghaemi, F., Azarbayjani, K., Akbari, N., & Tayebi, K. (2019). An Analysis of the Effects of the Selected Macroeconomic Variables on International Tourism, Emphasizing on Economic Growth and Employment in Iran (1989-2017). *Journal of Economic Research (Tahghighat-E-Eghtesadi)*, 54(4), 947-963. <https://doi.org/10.22059/jte.2019.74173> [In Persian]
- Haller, A. P., & Butnaru, G. (2021). The Relationship Between Tourism and Economic Growth in the EU-28. Is there a Tendency towards Convergence? *Economic Research*, 34(1), 25-50. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1819852>
- Khoshkam, M., Saboori, B., & Ghaderi, Z. (2019). Impact of International Tourism on Economic Growth: A Case of Selected Developed