



جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور اقتصادی و دارایی

اداره کل امور اقتصادی و دارایی خراسان جنوبی

سری گزارش های تحلیلی اقتصاد استان خراسان جنوبی

عنوان گزارش

بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی استان خراسان جنوبی در دوران پسا کرونا

معاونت اقتصادی - مرداد ماه ۱۴۰۱

به نام خدا

شناسنامه گزارش

عنوان گزارش	بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی استان خراسان جنوبی در دوران پسا کرونا
مجری	اداره کل امور اقتصادی و دارایی خراسان جنوبی
مدیر طرح	محمد بهروزی
همکاران	محسن مودی، مجتبی رسولی
تاریخ انتشار	۱۴۰۱/۰۵/۱۲

فهرست مطالب

چکیده.....	۴
مقدمه.....	۵
بیان مسأله.....	۶
تعریف واژگان.....	۶
ضرورت و اهمیت پژوهش.....	۷
پیشینه مطالعات انجام شده.....	۷
روش پژوهش.....	۹
یافته های پژوهش.....	۱۱
نتیجه گیری و پیشنهادات.....	۱۲
منابع و مآخذ.....	۱۳

فهرست جداول

جدول ۱. نمونه آماری (۲۶ استان مورد بررسی).....	۱۰
جدول ۲. نتایج حاصل از آزمون ایستایی متغیرها با استفاده از آزمون LLC.....	۱۱
جدول ۳. آماره های تشخیصی اثرات فضایی.....	۱۱
جدول ۴. تخمین مدل دوربین فضایی (SDM).....	۱۲

چکیده

صنعت گردشگری از لحاظ اقتصادی پدیده نسبتاً جدیدی در مبادلات بین المللی محسوب می شود. امروزه جهانگردی در بسیاری از کشورها یکی از منابع مهم درآمد ارزی تلقی می گردد. صنعت گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه کشورها در غالب افزایش اشتغال، افزایش درآمد ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری های بین المللی و مهم تر از همه، ارتقای سطح زندگی و معیشتی مردم و بسیاری دیگر از عوامل پیش برنده اقتصادی، موجب شده است تا نگرش کشورهای دنیا به مرز آن تغییر یافته و به عنوان یکی از مهم ترین نیروهای محرک توسعه ی اقتصادی، جایگاه مهمی در سیاست گذاری دولت ها پیدا کند، با توجه به اهمیت موارد بیان شده و با توجه به شرایط خاص پیش روی ایران (کمبود منابع نفتی، آبی و مشکلات بخش کشاورزی) در این پژوهش تأثیر صنعت گردشگری (منتخب استان های کشور) بر رشد اقتصادی ایران با مدل دوربین فضایی در بازه زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۳ پرداخته شده است. نتایج این پژوهش نشان داد که متغیرهای توضیحی (سرمایه گذاری، صادرات و اشتغال) بر رشد اقتصادی تأثیرگذار بوده است و همچنین گردشگری بر رشد اقتصادی استانهای ایران تأثیر منفی و معنی داری داشته است که می تواند ناشی از بی توجهی برنامه ریزان و مشکلات عدیده موجود عرصه به این صنعت باشد. در این راستا بر اساس یافته های پژوهش پیشنهاد شده است که موانع توسعه صنعت گردشگری تا حد ممکن توسط سیاستگذاران و برنامه ریزان رفع شود. همچنین تأثیرات سر ریزهای ناشی از مکان یابی و مجاورت در مطالعات آتی برای متغیر گردشگری بر رشد اقتصادی استانها در نظر گرفته شود.

کلید واژه ها : گردشگری، رشد اقتصادی ، سرمایه گذاری، مدل دوربین فضایی

رایج ترین نگاه به گردشگری در جهان معاصر رویکرد اقتصاد محور است (همایون، ۱۳۸۴). گردشگری یکی از منابع عمده درآمدزایی و ایجاد اشتغال در جهان به شمار می آید. به طوری که بین توسعه گردشگری و رشد اقتصادی رابطه ای متقابل و دو طرفه وجود دارد. چنانچه شهرها از رشد اقتصادی بیشتری برخوردار باشند از تعداد گردشگر بیشتری نیز برخوردار هستند و بالعکس. صنعت گردشگری و گردشگری می تواند تاثیر مهمی بر افزایش اشتغال داشته باشد. شرکت هایی که به طور مستقیم اشتغال زایی می کنند آنهایی هستند که کارکنانشان با گردشگرها در تماس بوده و به صورت مستقیم با تجربه های گردشگری سر و کار دارند. هتلها، کارکنان خدمات غذایی، شرکت های هواپیمایی، شرکت های کشتیرانی، آژانس های گردشگری، کارکنان مراکز تفریحی و فروشگاه هایی که در این بخش کار می کنند از جمله واحدهایی هستند که به صورت مستقیم اشتغال زایی می کنند و شرکت هایی که مواد و ملزومات مورد نیاز رستوران ها را تأمین می کنند، شرکت های ساختمانی که هتل ها و جاده ها را می سازند، شرکت های تولیدکننده اتومبیل، قطار و هواپیما از نظر درآمد به صورت غیرمستقیم برای نهادهای گردشگری اشتغال زایی می نمایند، گردشگری علاوه بر ایجاد اشتغال، موجب رشد درآمد ملی می شود که بخشی از این درآمد به صورت درآمد ارزی حاصل می شود (نوبخت، ۱۳۸۷). یکی از آثار استراتژی توسعه برون گرا در بسیاری از کشورها، ترویج بخش های جدید مانند گردشگری و صادرات غیر سنتی بود. تاکنون، در ادبیات توسعه بر گردشگری و صادرات غیرسنتی تمرکز شده و ادبیات موجود حاکی از این است که گردشگری نیز به عنوان بخش مهمی از رشد برون گرا ارتقاء یافته است. تئوری ها بیانگر این است که افزایش گردشگری به ویژه در کشورهای کم درآمد که امکان صنعتی شدن سریع را ندارند، می تواند منجر به تنوع اقتصادی بدون اتکال بیش از حد به صادرات سنتی شود. گردشگری یکی از بخش های صادراتی مهم است که از نظر مارین (۱۹۹۲) تفاوت آن با صادرات کالاها و خدمات این است که مصرف کننده آن را در کشور میزبان مصرف می کند این صنعت، اگر چه نمی تواند اقتصاد شهر را به طور کامل بسازد، اما نقش مثبتی از طرق مستقیم و غیرمستقیم در اقتصاد ایفا می کند. اثرات مستقیم صنعت گردشگری از مخارج اولیه گردشگران برای کالاها و خدمات مصرفی ایجاد می شود این بخش از اثرات، باعث ایجاد اشتغال مستقیم و کسب درآمدهای ارزی از طریق تولید و فروش کالاها و خدمات به گردشگران می شود (باچر و همکاران، ۲۰۰۳). براساس نظر مارین (۱۹۹۲)، گردشگری به صورت غیرمستقیم نیز بر رشد اقتصادی تاثیر می گذارد، چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل آثار سرریز و یا دیگر آثار خارجی نشان می دهد. به عبارت دیگر، گردشگری می تواند به عنوان موتور محرک برای رشد اقتصادی عمل کند و رشد سایر فعالیت های اقتصادی را نیز که با آن صنعت مرتبط هستند و به آن، کالا یا خدمت ارائه می دهند و یا محصول آن را مصرف می کنند به همراه داشته باشد. صنعت گردشگری دارای اثرات مستقیم و غیرمستقیم بر تولید ناخالص داخلی است. اثر مستقیم گردشگری در تولید ناخالص داخلی در ایران در سال ۲۰۱۶ حدود ۳۱۴ هزار میلیارد ریال می باشد. همچنین پیش بینی می شود که تا سال ۲۰۲۶ مقدار سفر و گردشگری سالانه رشدی حدود ۴/۹ درصدی داشته و به ۵۰۵/۲ هزار میلیارد ریال با سهم ۲/۸ درصدی از تولید ناخالص داخلی برسد. سهم کل سفر و گردشگری از تولید ناخالص داخلی (شامل اثرات گسترده تر سرمایه گذاری، زنجیره عرضه، هزینه دولت و اثرات درآمدی القایی) در سال ۲۰۱۶ تقریباً برابر ۸۳۹/۳ هزار میلیارد ریال بوده است. همچنین پیش بینی

شده است که با فرض رشد ۴/۷ درصدی سالانه، این رقم در سال ۲۰۲۶ برابر با ۱/۳۳۴ هزار میلیارد ریال و سهم ۳/۷ درصدی در تولید ناخالص داخلی باشد. صنعت سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۶ به طور مستقیم حدود ۴۹۸ هزار شغل ایجاد کرده که این میزان ۱/۹ درصد از کل اشتغال است. پیش بینی ها حاکی از رشد سالانه ۳/۳ درصدی در اشتغال بوده که برای سال ۲۰۲۶ انتظار میزان ۶۲۷ هزار شغل مستقیم می رود. میزان اشتغال کل (مستقیم، غیرمستقیم و القایی) در نتیجه گردشگری در سال ۲۰۱۶ تقریباً ۱/۴۷۵ هزار شغل است که معادل ۵/۷ درصد از کل اشتغال را شامل می شود. پیش بینی ها برای سال ۲۰۲۶ نیز حاکی از رشد سالانه ۳/۱ درصدی در اشتغال کل و رسیدن به ۱/۹۶۷ هزار شغل و سهم ۶/۱ درصدی از کل اشتغال کشور می باشد (WTTC، ۲۰۱۶).

بیان مساله

صنعت گردشگری بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمد زایی شناخته شده است. رشد این صنعت همواره آثار زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی زیادی به دنبال دارد. توسعه صنعت گردشگری برای کشور های در حال توسعه که با معضلات نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه اند از اهمیت فراوانی برخوردار است. لذا مساله اصلی این پژوهش این است که صنعت گردشگری چه تاثیر بر رشد اقتصادی استان ها دارد؟

تعریف واژگان

گردشگری: سفر به قصد لذت بردن یا کسب و کار است. همچنین به معنی تئوری و عمل سیاحت گری، تجارت، جذب، اسکان و سرگرمی گردشگران و تجارت مرتبط به برگزاری تور است.

رشد اقتصادی: افزایش در تولید ناخالص ملی یک کشور در یک دوره زمانی معین است.

سرمایه گذاری: تخصیص منابع مالی به یک یا چند دارایی مختلف، به امید به دست آوردن منابع با ارزش در آینده است.

مدل دوربین فضایی: معمولاً برای تحلیل داده هایی که وابستگی مکانی دارند به خصوص داده های اقتصادی فضایی از سه مدل رگرسیون فضایی، مدل های اتورگرسیون فضایی یا مدل تاخیر فضایی، مدل دوربین فضایی و مدل خطای فضایی استفاده می شود. در مدل دوربین فضایی اثر فضایی هم از طریق متغیر پاسخ و هم از طریق متغیر کمکی در مدل وارد می شود.

ضرورت و اهمیت پژوهش

صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می دانند (چاگ، وای، گی، ۱۳۷۷، ۲۷)، صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی، اجتماعی، کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را «صادرات نامرئی» نام نهاده اند (رضوانی، ۱۳۷۴).

توسعه گردشگری با استفاده از منابع موجود به گونه ای است که ضمن پاسخ دادن به نیازهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و ضوابط قانونی جامعه و انتظارات گردشگران بتوان وحدت و یکپارچگی، هویت فرهنگی، سلامت محیط زیست، تعادل اقتصادی و رفاه مردم محلی را تامین کرد (الوانی، ۱۳۷۲، ۱۰). تاثیر گردشگری بر افزایش میزان اشتغال و درآمد های ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری های بین المللی موجب شده است تا نگرش کشور های دنیا به مرز آن تغییر یافته و جایگاه مهمی در سیاست گذاری دولت ها پیدا کند.

پیشینه مطالعات انجام شده

با توجه به اهمیت موضوع، در زمینه گردشگری و مباحث مربوط به این حوزه، مطالعات متعددی در داخل و خارج از کشور انجام شده است. سازمان جهانی گردشگری (۲۰۱۲) در مقاله پیش بینی توریست تا سال ۲۰۲۰ با استفاده از اطلاعات در دسترس و موجود و تجزیه و تحلیل آن به این نتیجه رسیدند که گردشگری از لحاظ اقتصادی بزرگترین و متنوع ترین صنعت برای بسیاری از استان های کشور ترکیه به حساب می آید و یکی از پنج منبع مهم کسب ارز خارجی برای کشور ترکیه است.

عبدل و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی در پاکستان طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۷۲ با استفاده از روش ARDL پرداختند و نتایج بدست آمده نشان داد که در بلندمدت گردشگری اثری مثبت بر رشد اقتصادی دارد. همچنین گردشگری بین المللی به همراه متغیرهایی چون سرمایه فیزیکی و تجارت بین الملل اثر مثبت معناداری بر رشد اقتصادی کشور پاکستان دارند.

مینگ چی (۲۰۱۳) در مطالعه ای به بررسی این سوال که "آیا توسعه صنعت گردشگری اثری بر رشد اقتصادی دارد؟" پرداخت. بدین منظور با استفاده از داده های تابلویی برای ۱۰ کشور طی دوره ۱۹۹۸-۲۰۱۱ به برآورد متغیر پرداخت، نتایج نشان داد که در بین ۱۰ کشور مد نظر در سه کشور (بلغارستان، رومانی و اسلوانی) رابطه علیت بی طرفه و برای (قبرس، لیتوانی و اسلوواکی) تأیید علیت و همچنین برای (جمهوری چک و لهستان) رابطه معکوس و برای (استونی و مجارستان) فرضیه بازخورد تأیید می شود.

ریدراستیت و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه ای با عنوان "مدل سازی توسعه گردشگری و رشد بلندمدت در اروپا" با روش های تجزیه و تحلیل هم انباشتگی و مدل تصحیح خطای برداری به این نتیجه دست یافتند که در بلندمدت بین درآمد حاصل از گردشگری و تولید ناخالص رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد.

کومار و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه خود به بررسی "ارتباط توریسم و رشد اقتصادی، مطالعه موردی مالزی" طی دوره زمانی ۱۹۷۵-۲۰۱۲ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتیجه نشان می دهد که در کوتاه مدت گردشگری اثری منفی و بی معنایی دارد ولی در بلندمدت اثری مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی مالزی دارد، همچنین نشان می دهد که فرضیه علیت دوطرفه نیز تأیید می شود.

کریشان (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی ارتباط توریسم و اقتصاد در کشور اردن طی دوره ۱۹۹۰-۲۰۱۱ 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 می باشد. همچنین ۳۸ درصد کل درآمد صادراتی این کشور نیز به بخش گردشگری تعلق دارد.

چارفون و صلاح (۲۰۱۴) در مطالعه ای به بررسی تأثیر گردشگری، مصرف انرژی و توانایی نهادهای سیاسی بر رشد اقتصادی در کشورهای منا در بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۱۰ با استفاده از روش GMM پرداختند. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که گردشگری اثر قابل ملاحظه ای بر رشد اقتصادی این کشورها دارد.

گابریل (۲۰۱۵) در مطالعه ای در رومانی به این نتیجه رسید که گردشگری عاملی برای توسعه و رشد اقتصاد روستایی و جایگزینی مهم برای وابستگی به کشاورزی است که هم فرصت اشتغال را فراهم می کند و هم محیط را برای جوانان روستا جذاب می نماید.

کام و همکاران (۲۰۱۵) در مقاله خود رابطه بین فعالیت های گردشگری و رشد اقتصادی را برای ۱۱ کشور عضو بریکس مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که رابطه ای بلندمدت بین ورودی های گردشگری و تولید ناخالص داخلی وجود دارد همچنین در این کشورها درآمد گردشگری اثر مثبت و معناداری بر رشد تولید ناخالص داخلی دارد و در ضمن این کار به یک رابطه علیت یک سویه از رشد اقتصادی به گردشگری نیز دست یافتند.

لی و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود به بررسی و مطالعه دلایل و چرایی اینکه گردشگری انگیزه ای برای رشد اقتصادی است پرداخته اند. بدین منظور آنها تعدادی از مقالات مرتبط با گردشگری که طی دوره زمانی ۲۰۰۰-۲۰۱۴ منتشر شده بود را مورد بررسی قرار دادند. نتایج بدست آمده توسط آنان بدین شرح می باشد: نخست مطالعات گذشته اثرات مثبت اقتصادی گردشگری را در اکثر شرایط تأیید کرده است. دوم از طریق کانال های قیمتی، درآمدی و درآمدهای دولتی، گردشگری می تواند به کاهش فقر کمک کند. سوم، نیروی کار، سرمایه، فناوری، محیط زیست، هزینه ها، درآمد و چندین عامل اقتصادی بیرونی جزو عوامل مهم و تعیین کننده کارایی و بهره وری گردشگری است. حقیقت و همکاران (۱۳۹۲) رابطه ی رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در منطقه منا را به کمک رابطه علیت و برآورد الگو برای دوره زمانی ۲۰۰۹ تا ۱۹۹۹، به روش اثرات ثابت بررسی کرده اند. بر اساس نتایج به دست آمده، میان 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 ۲۱ درصد افزایش می یابد. از طرفی چنانچه گردشگران کشورهای منا یک درصد افزایش یابد در این صورت تولید ناخالص داخلی کشورهای منا به عنوان شاخص رشد اقتصادی ۱۴ درصد افزایش می یابد.

حسنوند و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش تأثیرگردشگری بر رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه با دو رویکرد پانل ایستا و پویا در تعدادی از کشورها پس از بررسی نتایج حاصله در دوره زمانی ۱۹۹۹-۲۰۱۱ به این نتیجه دست یافتند که بین گردشگری و رشد اقتصادی ارتباطی مثبت و معنادار وجود دارد.

جعفری و همکاران (۱۳۹۴) در مطالعه تأثیرگذاری گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در استان های ایران با توجه به اطلاعات مربوط به حساب های مناطق استانها ، به ارزیابی مزیت نسبی ارزش افزوده گردشگری مذهبی در استان های ایران و مقایسه وضعیت بین استانها پرداخت. و اثر مزیت نسبی گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در طول برنامه چهارم توسعه را مورد بررسی قرارداد. نتایج حاصله نشان داد که استانهای قم، سیستان و بلوچستان، یزد، کردستان، زنجان، ایلام و خراسان رضوی بیشترین شاخص را به خود اختصاص داده است. همچنین نتایج برآورد براساس رگرسیون داده های تابلویی نشان داد که در دوره مورد بررسی اثر مزیت نسبی ارزش افزوده مذهبی بر رشد اقتصادی، مثبت و معنادار نیز می باشد.

یزدی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود به تخمین تابع تقاضای خارجی برای گردشگری در ایران و اندازه گیری میزان تأثیرگذاری متغیرهای تولید ناخالص جهانی ، نرخ ارز رسمی ، شاخص قیمت مصرف کننده و قیمت نفت بر تقاضای گردشگری در ایران پرداختند. ایشان با استفاده از روش خودتوضیحی با وقفه های توزیعی نتیجه گرفتند که در بلندمدت اثر تعدادگردشگر خارجی به ایران ، قیمت نفت ، شاخص قیمت مصرف کننده و تولید ناخالص داخلی جهانی مثبت بوده و متغیر نرخ ارز دارای اثر مثبت و معناداری است. همچنین در بلندمدت تقاضای گردشگری نسبت به قیمت باکشی و نسبت به نرخ ارز رسمی و تولید ناخالص داخلی جهانی بی کشش است.

نظری و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه خود به بررسی عوامل موثر در جذب گردشگران بین المللی به ایران با روش داده های تابلویی پرداختند. همچنین تابع تقاضای گردشگری را با استفاده از مدل جاذبه برآورد کردند. نتایج حاکی از آن است که تولید ناخالص داخلی سرانه ، فاصله جغرافیایی ، جمعیت و نرخ ارز دارای اثری مثبت و معنادار بر تقاضای گردشگری می باشد و فاصله جغرافیایی تنها متغیری است که با ضریب منفی در جذب گردشگران ظاهر شده است. با توجه به مطالب گفته شده، در این پژوهش میزان تأثیرگذاری صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی به تفکیک ۲۶ استان کشور ایران طی سالهای ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۳ با مدل دوربین فضایی بررسی شد.

روش پژوهش

اقتصادسنجی فضایی در جهت رفع ایرادات اقتصادسنجی متعارف ایجاد شده است. اقتصادسنجی پانل فضایی شاخه ای از اقتصادسنجی است که اثرات فضایی را به کارکرد مدل های مقطعی یا ترکیبی (پنل) رگرسیونی اضافه می کند. اقتصادسنجی فضایی با دو ویژگی مشخص می شود (اکبری، ۱۳۹۲): الف) وابستگی فضایی بین مشاهده های داده نمونه در نقاط مختلف (ب) ناهمسانی فضایی که ناشی از روابط یا پارامترهای مدل است که با حرکت بر روی صفحه مختصات همراه با داده نمونه ای تغییر می یابد.

بسته به اینکه متغیر وابسته، متغیرهای توضیحی یا جمله خطا وابستگی فضایی داشته باشند، مدل های فضایی متفاوتی مطرح می شوند.

تصریح عمومی برای داده های تابلویی فضایی به صورت زیر است:

$$Y_i = \tau Y_{i,t-1} + \rho WY_{it} + X_{it}\beta + DX_{it}\theta + \alpha_i + Y_t + v_{it} \quad (3-9)$$

$$u_{it} \approx N(0, \sigma^2 I_n) v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it}$$

که در آن i و t به ترتیب نشان دهنده مقطع و زمان، Y یک بردار $n \times 1$ از متغیر وابسته و X بیانگر یک ماتریس $n \times k$ از متغیرهای توضیحی و W ماتریس وزنی فضایی متغیر وابسته در ابعاد $n \times n$ است. D ، ماتریس وزن فضایی متغیر توضیحی (مستقل) E ، ماتریس وزنی فضایی جملات اخلاص است. α_i اثر ثابت یا تصادفی و γ_t اثر زمان است. بسته به شرایط مدل های فضایی زیر مطرح می شوند (الهورست، ۲۰۱۰).

(۱) مدل خودرگرسیون فضایی (SAR^۲):

$$(\lambda = \theta = 0) \Rightarrow y_i = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it} \beta + \alpha_i + \gamma_t + u_{it} \quad (3-10)$$

(۲) مدل دوربین فضایی (SDM^۳):

$$(\lambda = 0) \Rightarrow Y_i = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it} \beta + D X_{it} \theta + \alpha_i + \gamma_t + u_{it} \quad (3-11)$$

(۳) مدل خطای فضا (SEM^۴):

$$(\rho = \theta = \tau = 0) \Rightarrow Y_i = X_{it} \beta + \alpha_i + \gamma_t + v_{it}, v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it} \quad (3-12)$$

(۴) مدل خودهمبسته فضایی (SAC^۵):

$$(\theta = \tau = 0) \Rightarrow Y_i = \tau Y_{i,t-1} + \rho W Y_{it} + X_{it} \beta + \alpha_i + \gamma_t + v_{it}, v_{it} = \lambda E v_{it} + u_{it} \quad (3-13)$$

شایان ذکر است مدل های خودرگرسیون فضایی و دوربین فضایی استاندارد زمانی به دست می آیند که مدل های تصریحی ایستا باشند ($\tau = 0$). ضریب خود رگرسیون فضایی (ρ) نشان دهنده این است که متغیر وابسته در یک منطقه چقدر از طریق متغیر وابسته مناطق همسایه تحت تأثیر قرار می گیرد. همچنین در صورت وابستگی فضایی اجزای اخلاص، یک شوک خارجی در یک منطقه به تغییرات متوسط در متغیر وابسته مناطق مجاور (همسایه) منجر می شود و ضریب خطای فضایی (λ) اندازه آن را نشان می دهد. همچنین در مدل دوربین فضایی متغیر وابسته یک منطقه از میانگین وزنی متغیرهای توضیحی سایر مناطق تأثیر می پذیرد و θ آن را نشان می دهد (شهبازی و همکاران، ۱۳۹۳).

قبل از تخمین مدل های پانل فضایی لازم است وابستگی فضایی و وجود خودهمبستگی بین جملات اختلال مورد آزمون قرار گیرد. وجود وابستگی فضایی میان مشاهدات و خودهمبستگی فضایی میان جملات اختلال، تأکیدی بر ضرورت استفاده از مدل های پانل فضایی است. برای این منظور از آزمون LM و آزمون موران استفاده می شود.

جامعه آماری پژوهش مورد بررسی متغیرهای صادرات، بیکاری، سرمایه گذاری خارجی، گردشگری و رشد اقتصادی مربوط به ۲۶ استان کشور ایران در بازه زمانی ۱۳۹۰ الی پایان سال ۱۳۹۳ نیز می باشد که به علت اطلاعات محدود و عدم دسترسی به داده های استانی، نمونه آماری در این پژوهش متغیرهای ذکر شده در ۲۶ استان ایران نیز می باشد، استان هایی که در نمونه آماری مورد استفاده قرار گرفته اند در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۱ نمونه آماری (۲۶ استان مورد بررسی)					
بوشهر	ایلام	البرز	اصفهان	اردبیل	فارس
همدان	یزد	مرکزی	مازندران	لرستان	زنجان
بختیاری	کرمان	خوزستان	کردستان	کرمانشاه	گلستان
گیلان	هرمزگان	تهران	خراسان رضوی	خراسان جنوبی	
آذربایجان شرقی	آذربایجان غربی	سیستان و بلوچستان			

^۱ Elhorst

^۲ Spatial auto regressive model

^۳ Spatial durbin model

^۴ Spatial error model

^۵ Spatial auto correlation model

داده های کمی مورد استفاده در این پژوهش از اطلاعات سری زمانی موجود در سایت های بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ، مرکز آمار ایران (درگاه ملی آمار) ، داده های دفتر مدل سازی و مدیریت اطلاعات اقتصادی (وزارت امور اقتصاد و دارایی) و همچنین داده های گردشگری استانی تهیه شده از داده های سالانه گردشگری گروه مدیریت ایده های گردشگری و سازمان جهانی گردشگری دریافت و مورد تخمین و تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، همچنین اطلاعات کیفی مورد نیاز در این پژوهش از طریق جمع آوری از بانک های اطلاعاتی داخلی و خارجی ، مجلات و مقالات مرتبط و فصلنامه های گردشگری نیز مورد استفاده قرار گرفته است.

یافته های پژوهشی

در تحقیق حاضر ابتدا آزمون ایستایی متغیرها صورت گرفت. برای بررسی ایستایی متغیرها از آزمون ریشه واحد لوین، لین و چو (LLC) که مختص داده های تابلویی است استفاده می شود . نتایج حاصل از آزمونهای ریشه واحد برای متغیرهای مدل در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. نتایج حاصل از آزمون ایستایی متغیرها با استفاده از آزمون LLC					
متغیر		آماره	سطح معنی داری	وضعیت مانایی	
صادرات	$\ln x$	-۱۶/۸۳	۰/۰۰	$I(0)$	ایستا در سطح
سرمایه گذاری خارجی	$\ln s$	-۱۳۲/۲۸	۰/۰۰	$I(0)$	ایستا در سطح
اشتغال	$\ln u$	-۳۷/۸۴	۰/۰۰	$I(0)$	ایستا در سطح
گردشگری	$\ln g$	-۱۰۴۱/۲۹	۰/۰۰	$I(0)$	ایستا در سطح
رشد اقتصادی	r	-۸۴/۶۳	۰/۰۰	$I(0)$	ایستا در سطح
ماخذ: یافته های تحقیق					

نتایج جدول ۲ نشان میدهد که فرضیه صفر مبنی بر نایستایی متغیرها رد می شود ، یعنی کلیه متغیرهای مدل در سطح ایستا هستند.

آزمون های تشخیصی خودهمبستگی فضایی

با توجه به مکان مند بودن متغیرهای مورد بررسی، در این مطالعه به منظور بررسی داده ها از اقتصادسنجی فضایی استفاده می شود. در این روش بعد از ساخت ماتریس مجاورت فضایی با استفاده از فاصله از آزمون موران جهت تشخیص رابطه فضایی بین ۲۶ استان کشور کمک گرفته شده است که نتایج این آزمون در جدول ۳ آمده است. با توجه به رد فرضیه صفر مبنی بر عدم وابستگی فضایی، می توان از روش اقتصادسنجی فضایی استفاده کرد. نتایج حاصله بیانگر معنی داری مدل های اقتصادسنجی فضایی می باشد. مقادیر مثبت و معنادار نشان می دهد که بخشی از افزایش رشد اقتصادی در هریک از استان های مورد بررسی به واسطه اثر فاصله (یا مجاورت) بوده است.

جدول ۳ آماره های تشخیصی اثرات فضایی			
مدل	آماره	ضریب	سطح معنی داری
SDM	Moran MI	۰/۲۶۲۰	۰/۰۰
	Geary GC	۰/۶۲۶۵	۰/۰۰
ماخذ : یافته های تحقیق			

نتایج الگوی فضایی دوربین (SDM) در جدول ۵ نشان داده شده است. در این الگو همبستگی فضایی متغیرهای مستقل به جای همبستگی فضایی بین رشد اقتصادی در استانهای مختلف مورد بررسی (با تاکید بر متغیر گردشگری) قرار گرفته است در تخمین مدل دوربین فضایی، متغیرهای صادرات، سرمایه گذاری خارجی، اشتغال بر رشد اقتصادی تاثیر مثبت دارد و درجه تاثیرگذاری صادرات ۰/۲۹۳۵ بدست آمده که بیشترین اثر گذاری را بر رشد اقتصادی ایران داشته است (اما به لحاظ آماری معنی دار نشده) و متغیر گردشگری بر رشد اقتصادی استانهای ایران تاثیر منفی و معنی داری داشته که می توان یکی از دلایل را به لحاظ عدم وجود ساختارهای لازم برای صنعت گردشگری در استانهای ایران دانست و همچنین بی توجهی سیاستگذاران این عرصه را به این صنعت مهم برشمرد. ضریب Rho مثبت و معنی دار شده است که نشان از تاثیرات فضایی در مدل دوربین فضایی دارد.

جدول ۴. تخمین مدل دوربین فضایی (SDM)

متغیر	ضریب	خطای معیار
lx	۰/۲۹۳۵	۰/۷۳۸۶
ls	۰/۰۴۷۶	۰/۲۰۰۶
lu	۰/۰۰۳۰	۰/۰۰۹۴
lg	-۰/۳۱۵۳*	۰/۱۹۰۸
w ^۱ x _{lx}	-۳۷/۷۶*	۲۲/۸۴
w ^۱ x _{ls}	۴۳/۹۴*	۲۱/۷۳
w ^۱ x _u	-۲/۱۲	۱/۴۵
w ^۱ x _{lg}	-۴۷/۳۸	۳۲/۸۴
Rho	۱۹/۸۶*	۲/۱۹
Sigma	۷/۹۲*	۰/۵۷۶۷
AIC	۶۱۱/۹۲	*
SC	۷۷۳/۶۱	*
مأخذ: یافته های تحقیق (* و ** و *** به ترتیب معنی داری در سطح ۱۰ درصد، ۵ درصد و ۱ درصد)		

نتیجه گیری و پیشنهادات

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی در استان های ایران با مدل دوربین فضایی صورت گرفته است. با تجزیه و تحلیل نتایج حاصله فرضیه تحقیق مبنی بر اینکه گردشگری بر رشد اقتصادی تاثیر مثبت و معناداری دارد مورد تأیید واقع نمی شود و همچنین سایر متغیرها نظیر سرمایه گذاری خارجی و صادرات تاثیر مثبت (به لحاظ آماری بی معنی) بر رشد اقتصادی دارد و متغیر اشتغال با تاثیرگذاری بسیار جزیی بر روی رشد اقتصادی تاثیرگذاری دارد، چنانکه ملاحظه می گردد، در طول این دوره متغیر صادرات نسبت به سایر متغیرهای اقتصادی بر رشد اقتصادی موثرتر می باشد. همچنین گردشگری تاثیر منفی بر رشد اقتصادی استان ها داشته است. صنعت گردشگری از آنجا که بزرگترین صنعت خدماتی جهان از نظر درآمدزایی است. توسعه صنعت گردشگری در ایران می تواند در راستای رشد و توسعه اقتصادی، از اهمیت فراوانی برخوردار باشد. در این راستا می توان پیشنهاد نمود که اولاً موانع توسعه صنعت گردشگری از جمله عوامل زیربنایی، زیر بنایی، رفاهی و فرهنگی را تا حد ممکن توسط سیاستگذاران و برنامه ریزان رفع شود. ثانیاً، تاثیرات سر ریزهای ناشی از مکان یابی در مطالعات آینده برای متغیر گردشگری بر رشد اقتصادی استانها در نظر گرفته شود.

منابع و مآخذ

- ۱- اربابیان و همکاران ، (۱۳۹۲) ، " بررسی رابطه توریسم بین الملل و رشد اقتصادی (مطالعه موردی: کشورهای منتخب عضو سازمان کنفرانس اسلامی " ، فصلنامه علمی پژوهشی، پژوهشهای رشد و توسعه اقتصادی ، ص : ۹۷-۱۱۶.
- ۲- اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ، "tsd.cbi.ir"
- ۳- پناهی، حسین و معصوم زاده، سارا و رزاقی، سمیه، (۱۳۹۶)، " بررسی اثر نرخ ارز بر تراز پرداخت گردشگری ایران "، فصلنامه نظریه های کاربردی اقتصاد ، شماره ۲: ۱۴۲-۱۲۷ .
- ۴- حسنوند، سمیه و خدایانه، مسعود ،(۱۳۹۳)، "تأثیر گردشگری بر رشد اقتصادی کشورهای درحال توسعه : دو رویکرد پانل ایستا و پانل پویا" ، سیاستهای راهبردی و کلان، شماره ۶ ، ۱۰۲-۴۷.
- ۵- حیدری ، حسن و پروین ، سهیلا و فاضلی ، محمد،(۱۳۸۹)، " رابطه بین اندازه دولت و رشد اقتصادی : مطالعه موردی کشورهای عضو اوپک حاشیه خلیج فارس " . فصلنامه اقتصاد مقداری (فصلنامه بررسی های اقتصادی) ، دوره ۷ ، شماره ۳ ، ۴۳-۶۶ .
- ۶- حقیقت، علی؛ خرسندیان، عبدالخالق و عربی، حامد،(۱۳۹۲) ، " بررسی رابطه علیّت میان رشد اقتصادی و توسعه گردشگری در کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا MENA " ، فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان، سال یکم، شماره دوم تابستان ۱۳۹۲ صص ۷۱-۱۰۸.
- ۷- خوشنویس یزدی، سهیلا و غمامی، مریم ،(۱۳۹۵)، " برآورد تابع تقاضای گردشگری ایران " ، پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، شماره ۱۲، ۱۲-۱.
- ۸- رنجبر، محسن و جرفی، احمد (۱۳۹۱) ، " ارزیابی پیامدهای گردشگران شهری در اقتصاد شهر به روش آماری نمونه موردی شهر اهواز " ، فصلنامه جغرافیایی چشم انداز زاگرس ، صص ۱۱-۴
- ۹- رنجپور، رضا؛ 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، صص ۱۱۵-۱۳۴.
- ۱۰- زراءنژاد ، منصور و انواری ، ابراهیم ،(۱۳۸۴)، "کاربرد داده های ترکیبی در اقتصادسنجی " ، فصلنامه بررسی های اقتصادی ، شماره ۴، صفحات ۵۱-۲۱.
- ۱۱- شریفی رنانی، حسین و صفائی شکیب، مریم و عمادزاده، مصطفی (۱۳۸۹) " بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران در سال های ۱۳۶۸-۱۳۸۷ " ، فصلنامه علوم اقتصادی، سال دوم، شماره ۶، صص ۲۵-۹ .
- ۱۲- شهبازی، کیومرث و رضایی ابراهیم و حمیدی رزی، داود (۱۳۹۳) "بررسی همگرایی اقتصادی کشورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی اکو :رهیافت اقتصادسنجی فضایی تابلویی " ، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۷۴ : ۱۵۵-۱۹۶.
- ۱۳- صمدی ،علی (۱۳۸۳) ، " ارزیابی میزان اشتغال زایی جذب گردشگر بر اساس الگوی ایستای داده-ستاده منطقه ای مطالعه موردی داده -ستاده منطقه ای (مطالعه موردی استان فارس) " ، مجله پژوهش های اقتصادی مدرس ، شماره ۱۱ و ۱۲ .
- ۱۴- طیبی، سید کمیل و جباری، امیر و بابکی، روح اله،(۱۳۸۷)، " بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی " ، دانش و توسعه، سال پانزدهم، شماره ۲۴ ، ۸۴-۶۳ .

۱۵- گجراتی، دامودار، (۱۳۸۹)، "مبانی اقتصاد سنجی"، ترجمه حمید ابریشمی، موسسه انتشارات دانشگاه تهران، تهران، چاپ ششم.

۱۶- گروه مدیریت ایده های گردشگری " <http://irantim.com> "

۱۷- لسیج، جیمز، (۱۹۹۹)، "مقدم های بر اقتصادسنجی فضایی"، ترجمه: سیدعبدالمجید جلائی، آرش جمشیدنژاد، ۱۳۹۰، تهران: نشر نور علم.

۱۸- متقی، سمیرا؛ کاظمی، افسانه و ناصرزاده، سمیه، (۱۳۹۴)، "بررسی تأثیر صنعت گردشگری به رشد اقتصادی کشور ایران"، کنفرانس سالانه رویکردهای نوین پژوهشی در علوم انسانی، صص ۷-۱.

۱۹- مرکز آمار ایران " www.amar.org.ir "

۲۰- نظری، محسن؛ اسفیدانی، محمد رحیم و طباطبایی، سید مهدی، (۱۳۹۶)، "ارزیابی عوامل موثر بر جذب گردشگران بین المللی با استفاده از مدل جاذبه"، تحقیقات اقتصادی، دوره ی ۵۲، شماره ی ۱: ۲۴۳-۲۱۵.

۲۱- نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام، (۱۳۸۷)، "توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها"، تهران، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، معاونت پژوهشی، دفتر گسترش تولیدعلم، تهران.

۲۲- واس، دی. ای، (۱۳۷۶)، "پیمایشی در تحقیقات اجتماعی"، ترجمه هوشنگ ناییبی، نشر نی، تهران.

۲۳- ولا، فرانسوا و بیچریل، یونل. "گردشگری بین المللی". ترجمه گوهریان، محمدابراهیم و محمدمهدی کتابچی، تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر، چاپ اول، ۱۳۸۴.

۲۴- همایون، محمد هادی. "جهانگردی: ارتباطی میان فرهنگی"، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول، ۱۳۸۴.

۲۵- یآوری، کاظم، رضا قلی زاده، مهدیه، آقایی، مجید و مصطفوی، سید محمد حسن، (۱۳۸۹)، "تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی OIC"، مجله تحقیقات اقتصادی، شماره ۹۱: ۴۵.

۲۶- رضوانی، محمدرضا و صفائی، جواد. (۱۳۸۴). گردشگری خانه های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی؛ فرصت یا تهدید. پژوهش های جغرافیایی، شماره ۵۴، صص ۱۲۱-۱۰۹.

۲۷- الوانی، سید مهدی. (۱۳۷۲). ساز و کارهای لازم برای توسعه پایدار جهانگردی. خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهانگردی (فرهنگ و توسعه)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۲۸- Abdul, Jalil, Tahir Mahmood, Muhammad Idrees, ۲۰۱۳, "Tourism-growth nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds tests", *Economic Modelling*, ۱۸۵-۱۹۱.

۲۹- Arellano, M., Bond, S., ۱۹۹۱, "some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations", *Review of Economic Studies* 58, 277-297. 60- OECD, 2011, *Health at a Glance. OECD Indicators*, OECD Publishing., ۱۵۸-۵۹.

۳۰- Baltagi, Badi; H, ۲۰۰۵, "Econometric Analysis of Panel Data"

۳۱- Brida . Juan Gabriel , Edgar . J . Sanchez Carrera and W . Adrian Risso, ۲۰۰۸, "Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth", *Economic Bulletin*, Vol. ۳, No. ۲۱ pp. ۱-۸.