

## تأثیر گردشگری بر اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) با رهیافت پانل دیتا

حسین قره‌بیگلو<sup>۱</sup>، یعقوب اقدمزرعه<sup>۲</sup>، بهجت آب‌چر<sup>۳</sup>، سمانه آب‌چر<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد عجب شیر، گروه مدیریت، عجب شیر، ایران

<sup>۲</sup> دکترای حسابداری، عضو هیات علمی گروه حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد صوفیان

<sup>۳</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد عجب شیر، گروه مدیریت، عجب شیر، ایران

<sup>۴</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد عجب شیر، گروه مدیریت، عجب شیر، ایران

### چکیده

امروزه گردشگری، یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود. همچنین گردشگری به عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهت ایجاد درآمد و ارتقاء رشد و توسعه‌ی اقتصادی بسیاری از کشورها تبدیل شده و رشد آن تغییرات اجتماعی و اقتصادی زیادی را به دنبال داشته است. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد اشتغال رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. توسعه صنعت گردشگری به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است. این تحقیق به دنبال بررسی تأثیر گردشگری بر اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) در بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۱۳ با استفاده از روش پانل دیتا می‌باشد. نتایج به دست آمده نشان داد که لگاریتم درآمدهای حاصل از گردشگری تأثیر مستقیمی بر لگاریتم نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) داشت. و نیز لگاریتم اندازه دولت و لگاریتم تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی تأثیر مستقیم و معنی دار بر لگاریتم نرخ اشتغال دارد.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری، رشد اقتصادی، کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC).

## ۱- مقدمه

در امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها چه در سطح ملی و منطقه ای و چه در سطح بین‌المللی مورد توجه برنامه ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود وضعیت اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و در صدد یافتن راه‌های تازه ای برآیند. آگاهی از اینکه گردشگری منبع درآمد ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود (طهماسبی و مجیدی، ۱۳۸۴). بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد اشتغال رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند. اگرچه در مناطق مختلف شرایط متفاوت است اما گردشگری همواره عامل مهمی برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید (ابراهیمی و خسرویان، ۱۳۸۶). در حال حاضر گردشگری پیش از هر فعالیت دیگری در جهان، حرکت سرمایه و انتقال پول‌ها را در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی موجب می‌گردد و هزینه‌های گردشگری به مراتب سریع‌تر از تولید ناخالص ملی و صادرات جهانی کالا و خدمات رشد می‌یابد؛ از این رو اکثر کشورهای جهان به گردشگری که مواد اولیه‌ی آن طبیعت زیبا و متنوع، آداب و رسوم، پیشینه تاریخی و فرهنگ است به عنوان بهترین راه رسیدن به اهداف خویش می‌نگرند (صدری و همکاران، ۱۳۸۶).

از سوی دیگر، تأثیر گردشگری بر میزان اشتغال کشورها، افزایش درآمد ارزی، رونق صنایع داخلی، گسترش همکاری‌های بین‌المللی و مهم‌تر از همه، ارتقای سطح زندگی و معیشتی مردم و بسیاری دیگر از عوامل پیش برنده‌ی اقتصادی، موجب شده است تا نگرش کشورهای دنیا به مرز آن تغییر یافته و به عنوان یکی از مهم‌ترین نیروهای محرک توسعه‌ی اقتصادی، جایگاه مهمی در سیاست‌گذاری دولت‌ها پیدا کند (شریفی رنای و همکاران، ۱۳۸۹).

توسعه صنعت گردشگری به ویژه برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون میزان بیکاری بالا محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند از اهمیت فراوانی برخوردار است. اقتصاد ایران نیز اتکای شدیدی به درآمدهای نفتی دارد و متغیرهای کلان اقتصادی با پیروی از قیمت‌های جهانی نفت در طول زمان دچار نوسان شدیدی می‌شوند. روند حاکم بر متغیرهایی مانند تولید ناخالص ملی سرمایه گذاری ناخالص درآمد سرانه و غیره در سه دهه اخیر اقتصاد ایران به روشنی نشان دهنده این موضوع است. از این رو به منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های جدید شغلی در کشور و کشورهای همسایه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است.

## ۲- ادبیات تحقیق

در دهه‌های گذشته توریسم سهم عمده‌ای از موفقیت اقتصادی شهرها و پویایی اجتماعی آن‌ها را سبب شده است و به همین دلیل، بسیاری از شهرها در جهان به سمت ترقی و بهبود وضعیت این صنعت گام برداشته‌اند (Albalate, Bell, ۲۰۰۸). نخستین دلیل توجه به صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره‌مندی از منافع اقتصادی آن است. از آن جایی که بخش‌های اقتصادی مثل زنجیر به هم متصل بوده و حرکت و رونق در یک بخش، بخش‌های دیگر را نیز به حرکت و توسعه وادار می‌نماید (نوبخت و پیروز، ۱۳۸۷). گردشگری نیز به عنوان فعالیتی فرا بخشی، آثار مستقیم و غیرمستقیمی در اقتصاد کشورها خواهد گذاشت. افزایش درآمد و کاهش فقر از مهم‌ترین عوامل توسعه‌ی اقتصادی هر کشور محسوب صنعت گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال، می‌شود. به نظر او<sup>۱</sup> (۲۰۰۵) درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشور داشته باشد. به لحاظ اقتصادی، درآمد حاصل از جهانگردان خارجی برای هر کشوری در حکم صادرات محسوب می‌شود و وجود درآمدهای ارزی ناشی از گردشگری را می‌توان در کنار صادرات سایر کالاها و خدمات منظور نمود (افقه و نامور، ۱۳۸۶).

توسعه‌ی توریسم از دو روش مستقیم و غیرمستقیم بر درآمد سرانه تأثیرگذار می‌باشد. جنبه‌ی مستقیم آن مربوط به حالتی

<sup>۱</sup>. Oh

است که با ورود گردشگر خارجی به داخل مرزهای یک کشور تقاضا افزایش یافته و با فروش محصولات مورد نیاز گردشگران، درآمد نیز افزایش خواهد یافت. بخش اعظم دلارهای حاصل از گردشگری صرف خدمات، پرداخت دستمزد خدمتکاران، راهنمایان گردشگری و افراد دیگری می‌شود که در ازای خدمتشان محصولات مشهودی تولید نمی‌کنند (فرزین، ۱۳۸۳). همچنین ورود گردشگران، علیرغم درآمدهای ارزی ناشی از آن، تراز تجاری<sup>۱</sup> و همچنین سرمایه‌گذاری‌های جدید را بهبود می‌دهد و به صورت غیرمستقیم و از طریق ضریب تکاثری بر درآمد ملی تأثیر می‌گذارد (افقه و نامور، ۱۳۸۶). در واقع هرچه تعداد ورود گردشگران خارجی به یک کشور بیشتر باشد و ارزش بیشتری برای اقامت طولانی صرف شود، به همان نسبت بر آن جامعه و درآمدهای ارزی آن تأثیرگذار است (پرتویی، ۱۳۸۷). از این رو، به ماهیت کاربری صنعت گردشگری می‌توان به عنوان یک راه حل برای مقابله با بحران بیکاری، کاهش نابرابری و همچنین مبارزه با فقر نگرست (پراچوووسی<sup>۲</sup> (۲۰۰۷) و سورج (۲۰۱۰)). بنابراین صنعت گردشگری می‌تواند از طریق بهبود اقتصاد محلی، افزایش فرصت‌های شغلی، بهبود سرمایه‌گذاری، توسعه و هزینه‌های زیرساخت‌ها، افزایش درآمد مالیاتی و سایر موارد بر رشد و توسعه اقتصادی تأثیرگذار باشد (کریگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱). مزایای اصلی صنعت توریسم برای یک ناحیه و یا یک کشور، اقتصادی می‌باشد. گردشگری فرصت‌هایی را برای ایجاد شغل و افزایش درآمد در سطح محلی، شهری، ملی و حتی بین‌المللی فراهم می‌نماید. ورود یک گردشگر به یک شهر یا کشور، مخارجی را در آن ناحیه برجای می‌گذارد که دیگر بخش‌های اقتصادی نیز از آن بهره‌مند می‌شوند (Rowe et al, ۲۰۰۲).

بر اساس سازمان جهانی توریسم پنج محور عمده را برای اندازه‌گیری اثرات اقتصادی صنعت توریسم پیشنهاد می‌کند:

**الف) صنعت توریسم سه نوع اشتغال را در اقتصادهای ملی و محلی ایجاد می‌کند (Mathieson & Wall) که به شرح زیر است:**

۱- اشتغال مستقیم:

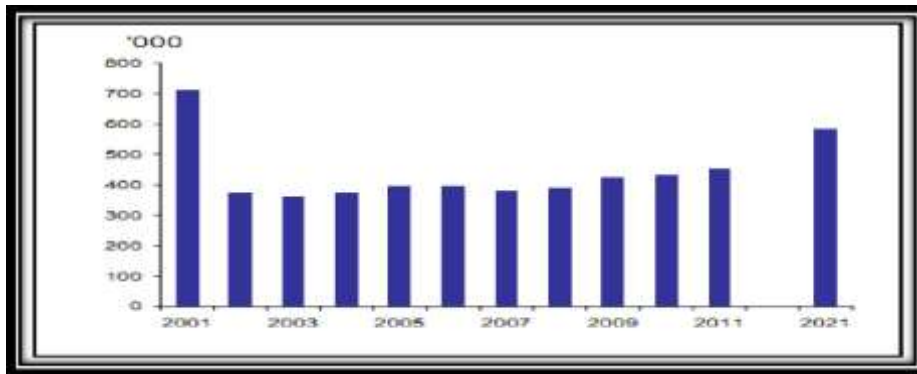
شرکت‌هایی که به صورت مستقیم اشتغال زایی می‌کنند، آن‌هایی هستند که کارکنانشان به طور مستقیم با این صنعت در تماس هستند. هتل‌ها، کارکنان خدمات غذایی، شرکت‌های هواپیمایی، شرکت‌های کشتی رانی، آژانس‌های مسافری، کارکنان مراکز تفریحی، رستوران‌ها، صنعت حمل‌ونقل شهری و فروشگاه‌های مواد غذایی از جمله واحدهایی هستند که به صورت مستقیم، اشتغال زایی می‌کنند. شورای جهانی مسافرت و جهانگردی<sup>۴</sup> برآورد کرده است که صنعت توریسم در سال ۲۰۱۳، حدود ۹۹ میلیون شغل به طور مستقیم ایجاد خواهد کرد؛ و تا سال ۲۰۲۱، این رقم به ۱۲۰ میلیون شغل خواهد رسید. در همین گزارش آمده است که گردشگری ۴۵۳ هزار شغل را به طور مستقیم و حدود ۸۰۰ هزار شغل را به طور غیرمستقیم در سال ۲۰۱۱ برای ایران ایجاد خواهد نمود. جدول زیر، اشتغال مستقیم ایجاد شده به وسیله صنعت توریسم را طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۱ نشان می‌دهد. همان‌طور که قابل مشاهده است تعداد اشتغال ایجاد شده به وسیله این صنعت در سال ۲۰۰۱ بالغ بر ۷۰۰ هزار نفر بوده است که در سال‌های بعدی این تعداد کاهش یافته است.

<sup>۱</sup> . Trade Balance

<sup>۲</sup> . Prachvuthy

<sup>۳</sup> . Kreg

<sup>۴</sup> . World Travel and Tourism Council, 2013



نمودار ۱- تعداد شغل‌های ایجاد شده در ایران به وسیله صنعت توریسم طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۲۱ (هزار نفر)

Source: World Travel & Tourism Council 2013

## ۲- اشتغال غیرمستقیم :

شرکت‌هایی که به صورت غیرمستقیم اشتغال زایی می‌کنند، آن‌هایی هستند که با شرکت‌هایی که در این صنعت به صورت مستقیم اشتغال زایی می‌کنند، در تماس هستند. شرکت‌هایی که مواد و ملزومات مورد نیاز رستوران‌ها را تأمین می‌کنند، شرکت‌های ساختمانی که هتل‌ها را می‌سازند و تولیدکنندگان هواپیما به شرکت‌هایی وابسته‌اند که از نظر درآمد، به صورت مستقیم برای نهادهای مسافرت و جهانگردی اشتغال زایی می‌کنند. در برآورد سال ۲۰۱۳ شورای جهانی توریسم و مسافرت، اعلام شده است که حدود ۱۶۰ میلیون شغل به صورت غیرمستقیم از صنعت توریسم ایجاد می‌شود (World Travel and Tourism Council, 2013).

۳- اشتغالی که به واسطه‌ی اثر فزاینده درآمد ایجاد شده (اشتغال القایی و اشتغال ساختمانی)، در صنعت توریسم به وجود می‌آید. به عبارت دیگر، درآمد افرادی که در صنعت توریسم فعالیت دارند، افزایش می‌یابد و این باعث ایجاد افزایش درآمد و ایجاد اشتغال در سایر بخش‌ها نیز می‌شود.

البته اندازه گیری تأثیر اشتغال به طور دقیق غیرممکن است؛ زیرا از یک طرف، افراد شاغل در فعالیت‌های توریستی به سختی از افراد دیگری که در همین نوع شغل‌ها فعالیت دارند اما ربطی به توریسم ندارند، قابل تشخیص است. از طرف دیگر، صنعت توریسم در ماه‌ها و روزهای خاصی از سال رونق بیشتری می‌یابد؛ بنابراین، افراد شاغل در این صنعت از ماهی به ماه دیگر متفاوت خواهند بود (Burkart & Medlik, 1992).

## ب) افزایش تولید ناخالص داخلی:

درآمد حاصل از گردشگری به افزایش تولید ناخالص داخلی کمک می‌کند. وقتی گردشگری به کشور مقصد وارد می‌شود، پولی را که در کشور خود کسب کرده است در کشور مقصد خرج می‌کند. بنابراین، این پول به اقتصاد کشور میزبان تزریق می‌شود و باعث ایجاد درآمد برای اشخاص دیگری شده و بدین طریق در چرخه اقتصادی و تولید وارد شده و باعث افزایش درآمد و تولید ناخالص داخلی می‌گردد.

## ج) ورود ارز:

این امر شامل محاسبه درآمدهای ناخالص ارزی است. کل ارزی که توریست‌های خارجی هزینه می‌کنند پس از کسر ضریب خروج آن از کشور که برای واردات کالاها و خدمات مورد استفاده در توریسم صرف می‌گردد، محاسبه می‌شود. بدیهی است که مسافران خارجی در بدو ورود باید پول خود را به پول کشور میزبان تبدیل کنند. بنابراین، درآمد ارزی کشور میزبان به میزان

تبدیل پول گردشگر اضافه می‌شود. این امر برای کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته از اهمیت بیشتری در مقایسه با کشورهای توسعه یافته برخوردار است، زیرا کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته به علت وابستگی به ویژه در مواردی نظیر فناوری که ارز بری فراوانی دارد نیاز به مقدار زیادی ارز برای واردات دارند. به همین دلیل است در برخی کشورهای در حال توسعه، گردشگری و توسعه آن از اولویت‌های بالاتری برخوردار می‌باشد. بنابراین، با توسعه صنعت گردشگری میزان درآمدهای ارزی کشور میزبان افزایش یافته و صرف واردات کالاهای سرمایه می‌گردد. با افزایش واردات کالاهای سرمایه شرایط برای تولید در کشور افزایش می‌یابد و بنابراین، توسعه گردشگری محرک رشد اقتصادی می‌گردد (فایسا، ۲۰۰۸؛ مک کینون، ۱۹۶۴ و کروگر، ۱۹۸۰).

#### د) ضریب تکاثر:

این موضوع به تأثیری که یک منبع خارجی درآمد بر اقتصاد داخلی دارد اشاره می‌کند. این تأثیر مقدار نفوذ درآمدهای توریستی به داخل اقتصاد و ایجاد سایر فعالیت‌های اقتصادی را اندازه‌گیری می‌کند.

#### ه) کمک به افزایش درآمدهای دولتی:

مهم‌ترین منبع درآمد دولت در جامعه اخذ مالیات می‌باشد و سهم عمده ای از درآمدهای مالیاتی را درآمد مالیات بر فروش تأمین می‌کند. گردشگران نیز مانند دیگر اقشار جامعه مجبور به پرداخت مالیات خواهند بود. اگر پولی را گردشگران هزینه می‌کنند، زیاد باشد باعث می‌شود درآمدهای مالیاتی نیز افزایش پیدا کند. از طرفی اثرات ضریب فزاینده درآمد ناشی از افزایش درآمد جامعه باعث خواهد شد که درآمد مالیاتی دولت نیز افزایش یابد (سلیمی سودرجانی و همکاران، ۱۳۹۰).

#### ۲-۱- کانال‌های تأثیر گردشگری بر اقتصاد

تنوع بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص ای توسعه انسانی، مشکلات ناشی از صنعتی شدن و آلودگی بیش از حد استاندارد شهرها به ویژه کلان شهر، مهاجرت‌های روستایی، افزایش بهره‌وری و کارآمدی نیروی انسانی، اشتغال زایی، تعامل فرهنگی‌ها و گفت‌وگوها، حفظ محیط زیست و در مجموع، توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن رو به رو است. هر کشور در هر سطحی از توسعه در تکاپوی یافتن پاسخ این دغدغه‌هاست. در این میان، کشورهایی که به متنوع سازی اقتصاد روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک پایه ای برهانند، بر آنند که در این راستا، به شناخت راه‌های متداول یا خلق راه‌ها و روش‌هایی جدید بپردازند. یکی از این روش‌ها گردشگری است که اغلب کشورها به ویژه کشورهایی که به لحاظ موقعیت مکانی، از این مزیت برخوردارند، آن را در برنامه‌های توسعه ملی خود گنجانده‌اند. تا از این رهگذر، بتوانند به این فرایند شتاب بخشند. گردشگری به مثابه گسترده‌ترین صنعت خدماتی دنیا در عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جایگاهی ویژه را به خود اختصاص داده است (میرزایی، ۱۳۸۸).

گردشگری در رشد و توسعه اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه نقش و اهمیتی به سزا دارد، به گونه ای که گروهی بدان به منزله‌ی فعالیت اقتصادی و در نتیجه، یک صنعت می‌نگرند. بنابراین، باید کشورها، نواحی و جوامع گوناگون، برای بهره‌مندی از صنعت گردشگری و بهره‌گیری از آن به مثابه اهرم توسعه، با اجرای برنامه ای به ایجاد تغییراتی در این زمینه بپردازند. امروزه، اشتغال و بیکاری از مسائل مهم در ادبیات توسعه اقتصادی همه‌ی کشورهاست. اشتغال منبع عمده‌ی درآمد مردم و عامل اصلی تعدیل فقر در جامعه است. گسترش بیکاری نیز عاملی مهم در زمینه‌ی کاهش رشد اقتصادی و افزایش عارضه‌های اجتماعی به شمار می‌رود (نصیری زاده و توتونچی، ۱۳۸۲).

## ۲-۲- رابطه گردشگری و رشد اقتصادی

نخستین دلیل توسعه صنعت گردشگری در اغلب کشورها، بهره برداری از منافع اقتصادی آن است. اگر چه دلایل دیگری نیز در این مورد ارائه می‌شود (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۷۹). به نظر او ۲۰۰۵ صنعت گردشگری می‌تواند تأثیر مهمی بر افزایش اشتغال، درآمدهای مرتبط با مکان‌های اقامتی و نیز درآمدهای دولتی کشورها داشته باشد. از این رو، گردشگری به دو صورت مستقیم و غیر مستقیم بر رشد اقتصادی تأثیر مثبت می‌گذارد.

### ۱. رابطه مستقیم

از آنجایی که گردشگری یکی از صنایع خدماتی است، از این رو درآمد حاصل از این صنعت بخشی از تولید ناخالص داخلی کشور میزبان محسوب می‌شود و مستقیماً بر رشد اقتصادی آن کشور تأثیر می‌گذارد. هر چه تعداد ورود گردشگر بین‌المللی در سطح جهان افزایش می‌یابد، درآمد حاصل از آن نیز افزایش می‌یابد. از این رو، صنعت گردشگری می‌تواند راهکاری مناسب برای کسب درآمدهای ارزی سرشار برای کشورها و در نتیجه رشد اقتصادی بالاتر باشد. به عنوان نمونه، در سال ۱۹۹۸ گردشگری بین‌المللی حدود هشت درصد از کل درآمدهای جهان و ۳۷ درصد از صادرات بخش خدمات را به خود اختصاص داده است (رهبری، ۱۳۸۴).

### ۲. رابطه غیر مستقیم

گردشگری به صورت غیر مستقیم نیز بر رشد اقتصادی تأثیر می‌گذارد؛ چرا که اثر پویایی را در کل اقتصاد به شکل اثرات سرریز و یا دیگر آثار خارجی نشان می‌دهد (مارین، ۲۰۱۰) به این صورت که اگر گردشگری، به دلیل تعامل زیاد با دیگر فعالیت‌های اقتصادی، دچار رونق شود، سایر فعالیت‌های اقتصادی که به آن کالا یا خدمت ارائه می‌دهند و یا محصول آن را مصرف می‌کنند، همراه با آن حرکت خواهند کرد. یعنی گردشگری می‌تواند به عنوان موتور برای رشد اقتصادی عمل کند که سایر فعالیت‌ها را نیز به دنبال خود رو به جلو براند.

محمد زاده و نجفی نسب (۱۳۸۷) با استفاده از آزمون استاندارد علیت گرنجر به بررسی رابطه علی بین تعداد گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی طی سال‌های ۱۹۹۵-۲۰۰۵ پرداخته‌اند. یافته‌های این مطالعه بیانگر این است که یک رابطه علی یک‌طرفه از تولید ناخالص داخلی به تعداد گردشگران وارده به این کشورها در دوره زمانی مورد مطالعه برقرار بوده است.

محمد زاده و همکاران (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به تخمین تابع تقاضای خارجی برای گردشگری در ایران طی سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۵۰ پرداخته‌اند. در این مطالعه، مدل تحقیق با استفاده از رهیافت پارامتر متغیر در طول زمان ((TVP و روش کالمن - فیلتر برآورد شده است. نتایج تخمین مدل دلالت بر این دارد که کشش‌های درآمدی، قیمتی و عادات رفتاری و انتظاری، دارای تغییرات منظم و ثابت طی زمان بوده و به تدریج تغییرات آن‌ها طی زمان کاهش می‌یابد. همچنین کشش درآمدی تقاضای خارجی گردشگری در ایران در مقایسه با کشش‌های قیمتی و عادات رفتاری بیشتر می‌باشد. کشش درآمدی تخمین زده شده نشان می‌دهد که تقاضای گردشگری خارجی در ایران یک کالای نرمال بوده و از طرف دیگر، کشش قیمتی نیز حاکی از آن است که این کالا، کالای کم کشش می‌باشد. علاوه بر این، تقاضای گردشگری ایران با متغیر مجازی جنگ رابطه معکوس داشته که نشان می‌دهد با وقوع بحران جنگ، تقاضای خارجی برای گردشگری در ایران کاهش یافته است.

در مطالعه‌ی، بالاگیور<sup>۱</sup> و جوردا<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۵ رابطه بین رشد اقتصادی و توریسم را برای کشور اسپانیا با استفاده از مدل تصحیح خطا مورد بررسی قرار دادند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که توسعه‌ی صنعت توریسم منجر به افزایش رشد در بلند مدت می‌گردد.

دریتساکیس<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۴ برای کشور یونان و دورباری<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۴ برای کشور جزایر موریس، رابطه علیت را مورد آزمون قرار دادند. نتایج این دو محقق نیز تأثیر مثبت صنعت توریسم بر رشد اقتصادی را اثبات می‌نمود.

<sup>۱</sup> . Balaguer

<sup>۲</sup> . Jorda

کیم<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۶) با استفاده از آزمون علیت گرینجر، برای کشور تایوان طی سال‌های ۲۰۰۳-۱۹۷۱ نشان دادند که رابطه‌ی بین صنعت توریسم و رشد اقتصادی دو سویه بوده است.

لی<sup>۴</sup> در سال ۲۰۰۸، رابطه‌ی بین توسعه‌ی توریسم و رشد اقتصادی را برای کشورهای OECD و غیر OECD طی دوره‌ی ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۲ مورد بررسی قرار دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که یک رابطه علیت یک‌طرفه از صنعت توریسم به رشد اقتصادی در کشورهای OECD و یک رابطه دوطرفه در کشورهای غیر OECD وجود دارد.

بر خلاف مطالعات بالا، کاتیرکویگلو<sup>۵</sup> در سال ۲۰۰۹، با استفاده از روش جوهانسون رابطه‌ی رشد اقتصادی و صنعت توریسم را در کشور ترکیه مورد بررسی قرار داد. این مطالعه که برای سال‌های ۱۹۶۰ تا ۲۰۰۶ طراحی شده بود، رابطه‌ی علیت از صنعت توریسم به رشد اقتصادی را رد نمود.

مینگ چی<sup>۶</sup> (۲۰۱۳) در مطالعه‌ی ای به بررسی این سؤال که " آیا توسعه صنعت گردشگری اثری بر رشد اقتصادی دارد؟ " پرداخت. بدین منظور با استفاده از داده‌های تابلویی برای ۱۰ کشور طی دوره ۲۰۱۱-۱۹۸۸ به برآورد متغیر پرداخت. نتایج نشان داد که در بین ۱۰ کشور مد نظر در ۳ کشور (بلغارستان، رومانی و اسلوانی) رابطه علیت بی‌طرفه؛ برای قبرس، لتونی و اسلواکی تأیید علیت؛ برای جمهوری چک و لهستان رابطه معکوس؛ و برای استونی و مجارستان فرضیه بازخورد تأیید می‌شود.

کومار و همکاران<sup>۷</sup> (۲۰۱۴) در مطالعه‌ی ای به بررسی ارتباط توریسم و رشد اقتصادی: مطالعه موردی مالزی طی دوره ۲۰۱۲-۱۹۷۵ با استفاده از روش ARDL پرداختند. نتایج نشان داد که در کوتاه مدت گردشگری اثر منفی بی‌معنایی دارد؛ ولی در بلندمدت اثر مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی مالزی دارد. همچنین نشان دادند که فرضیه علیت دو طرفه نیز تأیید می‌شود.

### ۳- روش پژوهش

جامعه آماری این تحقیق ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی، که تعداد ۲۷ کشور بر اساس طبقه‌بندی بانک جهانی به عنوان کشورهای در حال توسعه عضو این سازمان هستند، برای پژوهش ۱۳ کشور<sup>۸</sup> به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. هدف از انتخاب این گروه کشورها، همگن بودن آن‌ها از لحاظ شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی با کشور ایران بوده و نیز هدف از انتخاب این دوره زمانی، در دسترس بودن داده‌ها برای تمام کشورهای ذکر شده است. داده‌های اغلب متغیرهای مورد استفاده در این مطالعه، از آمارهای منتشر شده از سوی بانک جهانی (WDI) و صندوق بین‌المللی پول (IMF) در سال ۲۰۱۳ اخذ گردیده است.

### ۴- تصریح مدل و نتایج

#### ۴-۱- مدل تصریح شده

برای بررسی تأثیر درآمدهای حاصل از گردشگری بر اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی مدل مورد نظر به صورت زیر تصریح می‌گردد:

$$LEMP_{it} = \alpha_i + \beta_1 LTR_{it} + \beta_2 LTR_{it} + \beta_3 LCF_{it} + \beta_4 LGOV_{it} + \epsilon_{it}$$

<sup>۱</sup> . Dritsakis

<sup>۲</sup> . Durbarry

<sup>۳</sup> . Kim

<sup>۴</sup> . Lee

<sup>۵</sup> . Katircioglu

<sup>۶</sup> . Ming Che Chou

<sup>۷</sup> . Ronald Ravinesh Kumar & et al

<sup>۸</sup> . شامل کشور های (جمهوری اسلامی ایران، مالزی، سوریه، ترکیه، مصر، عراق، کویت، بحرین، قطر، امارات، عمان، لبنان، اردن) می‌باشد.

- $LEMP_{it}$ : لگاریتم نرخ اشتغال در کشور  $i$  ام در سال  $t$  ام.
- $LTUR_{it}$ : در آمد حاصل از گردشگری در کشور  $i$  ام در سال  $t$  ام.
- $LTR_{it}$ : لگاریتم نسبت مجموع صادرات و واردات به تولید ناخالص داخلی در کشور  $i$  ام در سال  $t$  ام.
- $LCF_{it}$ : لگاریتم سرمایه ثابت ناخالص حقیقی در کشور  $i$  ام در سال  $t$  ام.
- $LGOV_{it}$ : لگاریتم مخارج مصرفی نهایی دولت در کشور  $i$  ام در سال  $t$  ام.
- $\epsilon_{it}$ : جمله اخلاص مدل.

#### ۴-۲- مانایی متغیرهای مدل

بر اساس ادبیات اقتصادسنجی جهت تخمین الگو ابتدا بایستی قبل از برآورد مدل، آزمون‌های مانایی متغیرها صورت گیرد زیرا چنانچه متغیرهای نا مانا در برآورد مدل مورد استفاده قرار گیرند، علی رغم عدم وجود هیچ رابطه‌ای بین متغیرها، ضریب تعیین به دست آمده مقدار بالایی است. در نتیجه استنباط‌های غلطی ممکن است صورت گیرد (مواجه شدن با مسئله رگرسیون کاذب). برای بررسی مانایی از آزمون ریشه واحد لوین- لین چو استفاده می‌شود. جدول شماره (۱) مانایی متغیرها بر اساس ریشه واحد لوین- لین چو نشان داده شده است.

جدول شماره ۱: نتایج آزمون مانایی متغیرها با استفاده از آزمون LLC

متغیر	حالت	آماره آزمون	احتمال
LEMP	با عرض از مبدأ و روند	-۴.۰۰۲	۰.۰۰۰
LTUR	با عرض از مبدأ و روند	-۸.۱۰۴	۰.۰۰۰
LTR	بدون عرض از مبدأ و روند	-۱۶.۸۲۲	۰.۰۰۰
LCF	با عرض از مبدأ و روند	-۲۸.۲۴۸	۰.۰۰۰
LGOV	با عرض از مبدأ و روند	-۱۹.۳۲۸	۰.۰۰۰

نتایج بررسی مانایی متغیرها با استفاده از آزمون لوین، لی چو در جدول شماره (۱) نشان می‌دهد که متغیرهای مورد بررسی در سطح معنی داری یک درصد در سطح متغیرهای مانا می‌باشند.

#### ۴-۳- آزمون‌های تشخیصی مدل

قبل از تخمین مدل لازم است نوع تخمین پانل دیتا تعیین شود، لذا ابتدا برای تعیین وجود یا عدم وجود عرض از مبدأ جداگانه برای هر یک از کشورها از آزمون  $F$  استفاده شده است. که نتایج این آزمون در جدول شماره (۲) ارائه شده، نتایج نشان دادند که آماره  $F$  برابر ۸۴۲.۵۴۳ با احتمال ۰.۰۰۰۰ بوده و بنابراین فرضیه روش حداقل مربعات معمولی تجمیع شده رد می‌گردد و هر کدام از مقاطع باید عرض از مبدأ جداگانه داشته باشند. در ادامه برای اینکه مدل با بهره گیری از روش اثرات ثابت و یا اثرات تصادفی برآورد گردد از آزمون هاسمن استفاده گردید که نتایج این آزمون در جدول شماره (۲) ارائه شده، نشان دادند که آماره هاسمن برابر ۲۱.۳۸۴ با سطح احتمال ۰.۰۰۰۱ می‌باشد و این نتیجه حاکی از این می‌باشد که مدل باید با اثرات ثابت برآورد گردد.



جدول شماره ۲: آماره آزمون F و هاسمن

آزمون	آماره	ارزش احتمال
F	۸۴۲.۵۴۳	۰.۰۰۰۰
هاسمن	۲۱.۳۸۴	۰.۰۰۰۱

## ۴-۴ نتایج برآورد مدل تصریح شده

نتایج برآورد تصریح شده با استفاده از روش پانل دیتا با اثرات ثابت در جدول شماره (۳) ارائه شده است.

جدول ۳: نتایج برآورد تصریح شده

متغیر	ضریب	آماره t	احتمال
C	۴.۹۸۱	۵.۸۴۱	۰.۰۰۰۰
LTUR	۰.۰۱۹	۳.۶۲۲	۰.۰۰۳۱
LTR	-۰.۰۵۵	-۳.۲۱۱	۰.۰۳۱۹
LCF	۰.۰۸۸	۳.۷۵۹	۰.۰۰۰۹
LGOV	۰.۶۹	۲.۱۶۴	۰.۰۴۱۱
R <sup>2</sup>	۰.۹۹	آماره F	۱۱۳۱۹.۴۷
R <sup>2</sup> تعدیل شده	۰.۹۹	احتمال آماره F	۰.۰۰۰۰۰
دوربین واتسون	۱.۴۳		

نتایج به دست آمده از برآورد مدل مبنی بر تأثیر درآمدهای حاصل از گردشگری در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در بازه زمانی ۲۰۰۹-۲۰۱۵ به صورت زیر می‌باشد.

✓ لگاریتم درآمدهای حاصل از گردشگری با ضریب ۰.۰۱۹ تأثیر مستقیم و معنی دار بر لگاریتم نرخ اشتغال دارد. حاکی از این موضوع است که افزایش درآمدهای حاصل از گردشگری باعث افزایش نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی می‌باشد.

✓ لگاریتم تجارت با ضریب -۰.۰۵۵ تأثیر منفی و معنی دار بر نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی دارد. به عبارتی با افزایش تجارت (درجه باز بودن اقتصاد) نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی افزایش یافته است.

✓ لگاریتم تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی با ضریب ۰.۰۸۸ تأثیر مثبت و معنی دار بر نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی دار دو با افزایش تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی، نرخ اشتغال را افزایش می‌دهد.

✓ لگاریتم اندازه دولت با ضریب ۰.۶۹ تأثیر مستقیم و معنی دار بر نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی دار دو با افزایش اندازه دولت، نرخ اشتغال در این کشورها افزایش یافته است.

### ۵- بحث و نتیجه‌گیری

همزمان با پیشرفت بشریت در حوزه ارتباطات گردشگری به عنوان یک صنعت بین‌المللی که از جنبه‌های متفاوتی می‌توان به آن نگاه کرد، وارد معادلات بشری گردید. به گونه‌ای که امروزه تکیه بسیاری از اقتصادها برای دستیابی به رشد اقتصادی بر صنعت گردشگری گذاشته شده است. به عبارت دیگر تأثیرگذاری دو عامل رشد اقتصادی و رشد گردشگری بر یکدیگر، تأثیری دو جانبه به نظر می‌رسد.

هدف اصلی این مطالعه بررسی تأثیر گردشگری بر اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC) با رهیافت پانل دیتا می‌باشد. یافته‌های حاصل از این پژوهش بیانگر این امر است که: مخارج توریسم تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی و اشتغال این کشورها دارد. همچنین گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های خدماتی سهم به‌سزایی در افزایش رشد و توسعه، به خصوص در کشورهای در حال توسعه دارد. در ارتباط با آثار صنعت گردشگری بر اقتصاد و متغیرهای کلان اقتصادی، ذکر این نکته ضروری است این فعالیت از چنان تعامل و ارتباط تنگاتنگی با سایر فعالیت‌های اقتصادی برخوردار است که می‌تواند به عنوان یک موتور محرک در اقتصاد آن جامعه عمل کند. گردشگری تأثیر مثبت و معنی داری بر نرخ اشتغال در کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی دارد.

پیشنهادی تحقیق شامل سه بعد غنی‌سازی شغلی به عنوان متغیر مستقل و تعهد سازمانی و عملکرد شغلی به عنوان متغیرهای وابسته است. در این بخش به معرفی سه متغیر تحقیق می‌پردازیم و خلاصه‌ای در مورد پیشینه و کاربردهای اصلی هر یک مطالبی را بیان خواهیم کرد.

### منابع

۱. ابراهیمی، علیرضا و محمدرضا خسرویان (۱۳۸۶)، عوامل مؤثر بر رشد و توسعه صنعت توریسم در استان مازندران، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات رسانش.
۲. افقه، سید مرتضی و نامور، احسان (۱۳۸۶)، "بررسی متغیرهای مؤثر بر تقاضای گردشگری خارجی ایران (۱۳۵۰-۱۳۸۶)"، مرکز گردشگری عملی-فرهنگی دانشجویان ایران.
۳. پرتویی، ملوک (۱۳۸۷)، "تأثیر عملکرد بخش گردشگری بر شاخص‌های کلان اقتصادی طی برنامه‌ی سوم توسعه (با نظری اجمالی به سیاست‌های این بخش در برنامه‌ی چهارم توسعه)"، بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، شماره های 77 و 78: ۱۴-۵.
۴. سلیمی سودرجانی، احسان، محمودی نیا، داود، زارعی نمین، علی و پورشهبایی، فرشید (۰)، اثرات درآمدی صنعت جهانگیری بر رشد اقتصادی کشورهای اسلامی عضو دی هشت، فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات گردشگری، سال هفتم، شماره ۱۵، صص ۱۷۹-۲۰۸.
۵. شریفی رنایی، حسین؛ صفایی شکیب، مریم و عمار زاده، مصطفی (۱۳۸۹)، "بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران (در سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۸۷)"، علوم اقتصادی، شماره‌ی ۲۵: ۶-۹.

۶. فرزین، محمدرضا (۱۳۸۳)، "اقتصاد گردشگری"، شرکت چاپ و نشر بازرگانی (مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی).
۷. صدری، مسعود؛ غوابش، عبدالقاسم و آبیسته، منی (۱۳۸۶)، "بررسی توسعه‌ی صنعت گردشگری؛ آثار و نتایج آن، اقتصاد و توسعه، شماره‌های ۲۵ و ۲۶: ۱۴-۸.
۸. رهبری، مهدی (۱۳۸۴)، گردشگری و توسعه پایدار، مجموعه مقالات اولین همایش سراسری نقش صنعت گردشگری در توسعه استان مازندران، تهران: انتشارات.
۹. محمد زاده، پرویز. بهبودی، داود، فشاری، محمد و ممییور، سعید (۱۳۸۹)، تخمین تابع تقاضای گردشگری ایران، رهیافت، TVP، پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، سال اول شماره اول، زمستان ۱۳۸۹، صص ۱۰۷-۱۳۲.
۱۰. میرزایی، رحمت محمد زاده، پرویز و نجفی نسب، محمد (۱۳۸۷)، بررسی رابطه علی بین تعداد گردشگران و تولید ناخالص داخلی در کشورهای منتخب اسلامی، فصلنامه مدل‌سازی اقتصادی، سال اول، شماره چهارم، صص: ۱۹۹-۱۱۲.
۱۱. میرزایی، رحمت (۱۳۸۸)، تأثیر توسعه‌ی گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه‌ی اورامانات کرمانشاه، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۴، صص: ۴۹-۷۶.
۱۲. نصیری‌زاده، حمیدرضا و توتونچی، خلیل (۱۳۸۲)، جهانگردی و اشتغال، مجموعه مقالات سمینار: سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه‌ی جهانگردی در جمهوری اسلامی ایران، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۳. نوبخت، محمدباقر و پیروز، الهام (۱۳۸۷)، "توسعه صنعت گردشگری در ایران، موانع و راهکارها، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.

14. Oh, C. O. (2005) "The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy, *Tourism Management*, No.26, p.39-44.
15. Kreag, G. (2001). *The Impacts of Tourism*, The University of Minnesota.
16. Prachvuthy, M. (2007). *Tourism Impact: Incomes Distribution The Case of Angkor Heritage site*, Siem Reap province , RSCD Conference.
17. Suraj, P. (2010). *The Impact of Tourism on Income Inequality: An Econometric Assessment*, The UCLA Undergraduate Journal of Economics, 47-99.
18. World Travel & Tourism Council (2013), *Travel & Tourism Economic Impact for Iran*.
19. World Tourism Organization (2006), *WTO Tourism Highlights*.
20. Rowe, A & Smith, J & Borein, F (2002), *Travel and Tourism*, Cambridge University Press, first published.
21. Fayissa, B. C. Nsiah, and B. Tadasse. (2007), *The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa*. Middle Tennessee State University, Department of Economics and Finance, Working Papers, No. 16.
22. Katircioglu, S.T (2009), *Tourism, trade and growth: The case of Cyprus*. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.
23. Kim. H, Chen. M & Jan. S (2006), *Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan*. *Tourism Management*, 27, 925-933.
24. Lee. C. G (2008), *Tourism and economic growth: The case of Singapore*, *Regional and Sectoral Economic Studies*, 8, 157-170.
25. Durbarry. R (2004), *Tourism economic growth: The case of Mauritius*. *Tourism Economics*, 10, 389-401.
26. Balaguer. I & Cantavella-Jorda. M (2002), *Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case*. *Applied Economics*, 34, 877-884.
27. Dritsakis. N (2004), *Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis*. *Tourism Economic*, 10, 305-311.

28. Durbarry. R (2004), Tourism economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10, 389-401.
29. Katircioglu, S.T (2009), Tourism, trade and growth: The case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.
30. Burkart, A& Medlik, S(1992), *Tourism, past, present and future*, Butterworth-Heinemann, London.
31. Albalade. D, Bel. G (2008), Factors explaining urban transport supply and demand in large European cities, Working papers of the Research Institute on Applied Economics. University de Barcelona.
32. Ming Che Chou (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis, *Economic Modelling* 33 (2013) 226–232
33. Ronald Ravinesh Kumar, Nantha kumar Loganathan , Arvind Patel, Radika Devi Kumar. (2014). Nexus between tourism earnings and economic growth: a study of Malaysia. Springer Science+Business Media Dordrecht 2014, DOI 10.1007/s11135-014-0037-4.
34. Armstrong, M. (2006). *A Handbook of Human Resource Management Practice: 10 th edition*. IKOGAN publication.
35. Campell, J. P. (1990). Modeling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. In M. D. Dunnette & L. M. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 687-732) . Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press, Inc.
36. Campbell, J. P., McHenry, J. J., & Wise, L. L. (1990). Modeling job performance in a population of jobs. *Personnel Psychology*, 43, 313-333.
37. Campell, J. P., McCloy, R. A., Oppler, S. H., & Sager, C. E. (1993). A theory of performance: In N. Schmitt & W. C. Borman (Eds.), *Personnel Selection in organizations* (pp. 35-70). San Francisco: Jossey Bass. Boxall, P., Purcell, J. and Wright, P. (2007). *The oxford handbook of human resource management*. Oxford university press.
38. Boxall, P., & Purcell, J. (2003). *Strategy and Human Resource Management*. New York: Palgrave Macmillan.
39. Gratton, L., Hailey, V. H., and Truss, C. (2000). *Strategic Human Resource Management*. New York: Oxford University Press.
40. Guest, D. E. (1987) Human resource management and industrial relations, *Journal of Management Studies*, 14(5), pp 503–521.
41. Herzberg, F. (1968). One more time: how do you motivate employees? *Harvard Business Review*, January–February, pp 109–120.
42. Kochan, T. A. & Dyer, L. (1993) Managing transformational change: the role of human resource professionals, *International Journal of Human Resource Management*, 4(3), pp 569–590.
43. Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities, *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610.
44. Murphy, K. R. (1989). Dimensions of job performance. In R. F. Dillon and J. W. Pellegrino (Eds.) *Testing: Theoretical and Applied Perspectives* (pp. 218-247). New York: Praeger.