

## تحلیل تأثیر گردشگری بر توزیع درآمد و کاهش فقر در ایران

فاطمه خدابخشی گرگانی<sup>۱</sup>

### چکیده

صنعت گردشگری، به همراه اثرات آن، می‌تواند نقش فزاینده‌ای در تمام کشورها و بالاخص کشورهای در حال توسعه ایفا کند. یکی از مهم‌ترین اثراتی که اخیراً توجه زیادی به آن شده، نقش گردشگری در تغییر توزیع درآمد به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه‌ای است که به این منابع ارزی احتیاج بیشتری دارند. در این راستا، این مقاله سعی بر آن دارد تا با بررسی حوزه مفهومی و آمار و اطلاعات موجود در این زمینه، به تبیین نقش توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع نوپا و درآمدزا در کشور و تأثیر آن بر کاهش فقر از طریق کانال‌های درآمدی بپردازد. ضریب جینی و روش هم‌گرایی نیز، برای بررسی تأثیر درآمد گردشگری و اثرات توزیعی آن بین خانوارهای فقیر و ثروتمند ارائه شده است. طول دوره مورد بررسی در این تحقیق سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ است. نتایج حاصل نشان از آن دارد که گردشگری منجر به فراهم شدن منابع درآمدی برای فقرا و سطوح آسیب‌پذیر جامعه بوده است، در نتیجه، توزیع درآمد از طریق کانال خدمات گردشگری (هتل و رستوران) اثر مثبت و از طریق کانال افزایش مخارج دولت و نوسانات نرخ ارز اثرات منفی بر کاهش فقر داشته است.

**واژگان کلیدی:** گردشگری، فقرزدایی، ضریب جینی، روش هم‌گرایی، توزیع درآمد

## مقدمه

فقر پدیده‌ای است چندبعدی و به تبع آن، به طرق گوناگون بر زندگی مردم تأثیر می‌گذارد و فقرا مستعد بالاترین درجه آسیب‌پذیری در عرصه‌های سلامتی، آشفتگی اقتصادی و بیماری‌های طبیعی‌اند. تانسن (۱۹۷۸) در مطالعات خود در خصوص فقر، در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، فقر را به این صورت تعریف کرد: افراد، خانواده‌ها و گروه‌های جمعیتی زمانی فقیر به‌شمار می‌روند که با فقدان منابع برای کسب انواع رژیم‌های غذایی، مشارکت در فعالیت‌ها و شرایط و امکانات معمول زندگی مواجه باشند. از دیدگاه بانک توسعه آسیا، فقر عبارتست از: محرومیت از دارایی‌ها و فرصت‌هایی که هر فرد مستحق آن‌هاست (بانک مرکزی، ۱۳۸۴). فقر به رشد انسانی لطمه وارد می‌سازد، توسعه انسانی را محدود می‌کند و مانع سرمایه‌گذاری انسانی لازم برای دستیابی به رفاه خانواده می‌شود. علاوه بر این صدمات ناشی از فقر، در مقایسه با افراد و امکانات درگیر، طولانی‌تر و گسترده‌تر است. فقدان درآمد و دارایی برای دستیابی به نیازهای اساسی یکی از اصلی‌ترین علل فقر است. در این میان، عوامل بسیاری بر فقدان درآمد و دارایی، یعنی تغییرات اقتصادی، تأثیر می‌گذارد. در کل با رشد اقتصادی و درآمد فقر کاهش می‌یابد و کاهش درآمد فقر را افزایش می‌دهد. با وجود اینکه رشد اقتصادی به‌طور نظام‌مند (سیستماتیک) در پیوند با کاهش فقر است، اما میزانی که در آن رشد به کاهش فقر تعبیر می‌شود، به سطح اولیه نابرابری در توزیع درآمد و چگونگی تغییر این توزیع در طول زمان بستگی دارد.

در این میان صنعت گردشگری، به‌جهت ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد، می‌تواند به‌عنوان ابزار برای کاهش پدیده فقر و حتی مبارزه با آن به‌کار گرفته شود. تعریف واحدی از گردشگر و صنعت گردشگری وجود ندارد؛ در فرهنگ وبستر حوزه گردشگری مربوط به مسافرت‌هایی است که برای مقاصد تفریحی انجام

می‌شود. از نظر سازمان جهانی گردشگری (WTO)<sup>۱</sup>، گردشگر به کسی گفته می‌شود که به کشور دیگری غیر از کشور محل اقامت خود سفر کند و هدفی غیر از آنچه در کشور خود دارد را پیگیری کند. از لحاظ تعریف عملیاتی نیز، از نظر سازمان جهانی گردشگری، گردشگر به کسی اطلاق می‌شود که حداقل یک شب یا بیشتر را در کشور مقصد می‌گذراند و هدفش سرگرمی، تفریح، سلامتی و کسب آرامش، مطالعه، زیارت، ورزش و مانند این‌هاست (مرادی، شببانی، ۱۳۹۱). باید اذعان کرد که گردشگری، به دلیل درآمدزایی زیاد و کاربر بودن و ایجاد اشتغال برای تمامی سطوح و طبقات اجتماع و همچنین نقشی که در توزیع عادلانه درآمد و هدایت پول از طبقات ثروتمند و متوسط اجتماع به جوامع روستایی و فقیر ایفا می‌کند، فرصت‌های طلایی را در اختیار بشریت گذاشته است، به طوری که امروزه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه از آن در جهت کاهش فقر کمک گرفته می‌شود (مرادی شببانی، ۱۳۹۱).

سازمان‌های بین‌المللی، مانند سازمان گردشگری جهانی (WTO)، عموماً توسعه گردشگری را با پتانسیلی برای کاهش فقر مرتبط می‌سازد. با این وجود، صرف‌نظر از مطالعات و برنامه‌هایی که نشان می‌دهد این صنعت چطور می‌تواند به کاهش فقر کمک کند، تحقیقات اقتصادی اندکی وجود دارد که عنوان می‌کند گردشگری فقر را کاهش می‌دهد یا اینکه ارتباطی بین فقر و گردشگری وجود دارد. در این مقاله، با هدف پرکردن بخشی از این خلأ با ارائه معیارهای کمی، تأثیرات توسعه گردشگری را بر توزیع درآمد بین فقیر و غنی در ایران بررسی کرده است.

دلیل بررسی نقش گردشگری بر فقرزدایی از این حقیقت نشئت می‌گیرد که بسیاری از کشورهای در حال توسعه بازارهای گردشگری بزرگی دارند. در بسیاری از آن‌ها، با سطوح بالای فقر، دریافتی‌ها از گردشگری

<sup>۱</sup>. World Tourism Organization

بنابر نظر هریسون و اسکیپانی<sup>۲</sup>، از دهه ۱۹۷۰، گردشگری ابزاری برای توسعه بوده و به نقش آن در کاهش فقر، از اواخر دهه ۱۹۹۰، توجه شده است و از آن زمان گردشگری حامی فقرا به سرعت به روشی شناخته شده و ارزشمند در جهت کاهش فقر تبدیل شد (ویرینگ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸: ۵۸). کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل<sup>۴</sup> (۲۰۰۷، ۱۱) گردشگری حامی فقرا را وسیله برای کسب حمایت کلی از طریق جوامع خیر و حامی توسعه می‌داند. یکی از روش‌های مطرح شده از سوی سازمان جهانی گردشگری، استفاده از گردشگری برای کاهش فقر، اشتغال و به‌کارگیری افراد فقیر در مؤسسات گردشگری است (گودوین<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶: ۵). اغلب فقرا از بخش گردشگری محلی کنار گذاشته شده و قادر به عرضه کالاها و خدمات خود نیستند. بنابراین هدف گردشگری حامی فقرا، بهبود دسترسی فقرا به بخش گردشگری و فراهم کردن منبع درآمد برای آنهاست (شارپلی و تelfer<sup>۶</sup>، ۲۰۰۸: ۵۴). به بیان ساده‌تر، گردشگری حامی فقرا ابتکاری اجرایی است که در پی افزایش منافع خالص گردشگری برای فقراست و تلاش می‌کند نحوه توزیع منافع اقتصادی همه انواع گردشگری را به نفع افراد فقیری تغییر دهد که خارج از بخش گردشگری قرار دارند یا توانایی دسترسی به این بخش را ندارند (شارپلی<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹: ۷۶). گردشگری یکی از بخش‌هایی است که از سوی دولت‌ها و آژانس‌های توسعه، در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، به‌عنوان منبع گوناگونی و رشد و پایداری اقتصادی مطرح شده است (سازمان جهانی گردشگری<sup>۸</sup>، ۲۰۰۷). این صنعت، در حکم یکی از منابع درآمد و اشتغال در سطح ملی، می‌تواند رهیافتی

بین‌المللی سهم چشم‌گیری در GDP (تولید ناخالص داخلی) و درآمدهای صادراتی دارد (رو، اشلی، پیچ و مییر، ۲۰۰۴)<sup>۱</sup>. در پاسخ به این سؤال که با وجود درآمدهای قابل توجه در این صنعت، چرا این دریافتی‌ها در زمینه کاهش فقر مؤثر نبوده، به این حقیقت باید اشاره کرد که در اغلب کشورها، گردشگری سود نامتناسبی را برای ثروتمندان فراهم آورده و در زندگی فقرا تأثیری نداشته است. از این‌رو، تحقیقات بیشتری درباره کانال‌هایی که از طریق آن‌ها گردشگری بر خانوارها و به‌ویژه خانوارهای فقیر تأثیر می‌گذارد ضروری است. البته روشن است که بعضی از این درآمدها در کشورهای در حال توسعه، به این دلیل هیچ تأثیری بر کاهش فقر ندارد که برای واردات هزینه می‌شود و یا توسط کارگران و شرکت‌های خارجی کسب می‌شود.

این مقاله زمینه‌ای برای تحلیل رابطه بین گردشگری و فقرزدایی، با استفاده از مدل‌سازی، ارائه می‌دهد. روش‌هایی که در آن، صنعت گردشگری بر توزیع درآمد بین خانوارهای فقیر از طریق کانال‌های ارزش‌افزوده خدمات گردشگری (هتل و رستوران)، مخارج دولت و نرخ ارز تأثیر می‌گذارد و ضریب جینی و روش هم‌گرایی نیز به‌منظور بررسی تأثیر مخارج گردشگری و اثرات توزیعی آن بین خانوارهای فقیر و ثروتمند ارائه شده است. در روش هم‌گرایی، روابط بلندمدت اقتصادی تجزیه و تحلیل می‌شود. ایده اساسی و بنیادین در تجزیه و تحلیل هم‌گرایی این است که اگرچه بسیاری از سری‌های زمانی ناپایاست و روندی تصادفی (افزایشی یا کاهش‌ی) در آن‌ها وجود دارد، اما ممکن است که یک ترکیب خطی از آن‌ها فاقد روند تصادفی و پایا باشد.

## ضرورت تحقیق

۱. Harrison & Schipani
۲. Wearing
۳. UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)
۴. Goodwin
۵. Telfer
۶. Sharpley
۷. United Nations World Tourism Organization

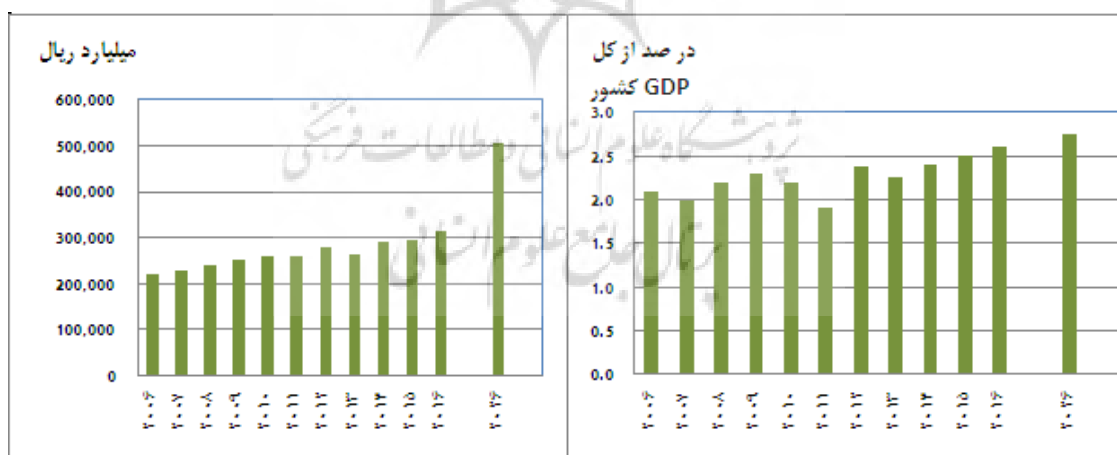
۱. Roe, Ashley, Page, and Meyer

## مبانی نظری

### اهمیت صنعت گردشگری در اقتصاد ایران

براساس جدیدترین گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، در سال ۲۰۱۵، سهم مستقیم صنعت گردشگری در GDP برابر با ۲۹۴۴۲۸ میلیارد ریال (۲/۵ درصد GDP کل) بود و پیش‌بینی می‌شود که در سال ۲۰۱۶ تا ۶/۷ درصد افزایش یابد (۳۱۴۰۸۸ میلیارد ریال) و با رشد سالانه ۴/۹ درصدی، در فاصله بین ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۶، در سال ۲۰۲۶ به رقم ۵۰۵۲۷۲ میلیارد ریال (۲/۸ درصد GDP کل) برسد. سهم مستقیم گردشگری در GDP، که معمولاً به‌عنوان درآمد این صنعت مطرح می‌شود، عمدتاً بازتابی است از فعالیت اقتصادی ایجادشده توسط صنایعی چون هتل‌ها، آژانس‌های مسافرتی، ایرلاین‌ها و سایر خدمات حمل‌ونقل مسافر (به‌استثنای سفرهای روزمره از حومه به شهر و بالعکس). همچنین آن‌دسته از فعالیت‌های رستوران‌داری و صنایع فراغتی را دربر می‌گیرد که به‌طور مستقیم تحت پوشش صنعت گردشگری قرار دارند و با گردشگران در ارتباطند (اسکوسیل، ۲۰۱۶).

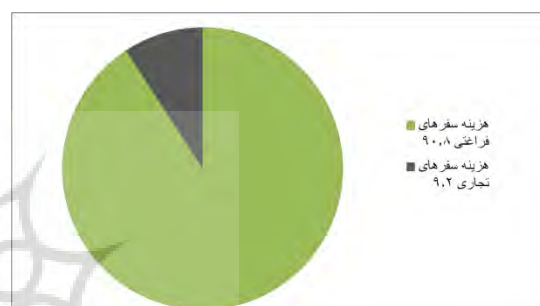
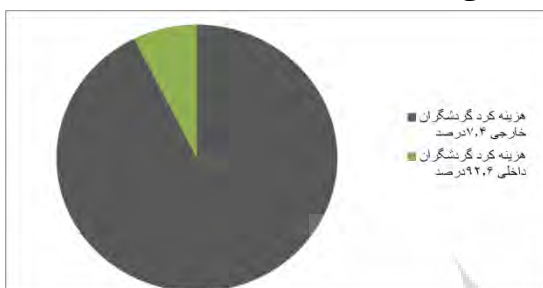
برای توسعه اقتصادی باشد. گردشگری، به‌خصوص در زمانی که سود فعالیت‌های دیگر بخش‌های اقتصادی در حال کاهش باشد، جایگزینی مناسب برای آن‌ها و راهبردی برای توسعه است. بر این مبنا، دلیل اصلی توسعه گردشگری، غلبه بر پایین بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه محلی است و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر فراهم آورد به‌خصوص در مناطقی که به‌نحوی دچار رکود اقتصادی شده‌اند (حاجی محمد امینی، ۱۳۸۷: ۲۲۸). از آنجاکه نقش و اهمیت صنعت گردشگری در کاهش فقر بر کسی پوشیده نیست و همچنین مطالعات محدودی در این حیطه انجام شده است، لذا لزوم بررسی تأثیر گردشگری بر درآمد و انتقال آن از طریق کانال‌های موجود به فقرا، بیش از پیش وجود دارد که در این مقاله به تفصیل به آن پرداخته شده است.



شکل ۱: سهم مستقیم صنعت گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی (GDP)

در سال ۲۰۱۵، سهم کل صنعت گردشگری در GDP برابر با ۷۹۳۴۵۷ میلیارد ریال (معادل ۶/۷ درصد از GDP) بوده است. سهم کل صنعت گردشگری در GDP عبارت است از آثار گسترده‌تر سرمایه‌گذاری، زنجیره تأمین و آثار القایی درآمدی. ۹۰/۸ درصد سهم مستقیم گردشگری در GDP ایران، در سال ۲۰۱۵ (۴۷۳۳۳۷ میلیارد ریال)، به واسطه هزینه سفرهای فراغتی (درون مرزی و داخلی) و ۹/۲ درصد آن توسط هزینه سفرهای تجاری ایجاد شد.

در سال ۲۰۱۵، هزینه کرد گردشگران داخلی ۹۲/۶ درصد از سهم مستقیم صنعت گردشگری در GDP ایران در سال ۲۰۱۵ را ایجاد کرده است. در مقابل، ۷/۴ درصد از این سهم مربوط به صادرات گردشگری (برای مثال، هزینه کرد گردشگران خارجی یا دریافتی‌های گردشگری بین‌المللی) است.



شکل ۳: سهم صنعت گردشگری ایران در GDP کشور به تفکیک هزینه کرد گردشگران خارجی و داخلی (۲۰۱۵)

شکل ۲: سهم صنعت گردشگری ایران در GDP کشور به تفکیک سفرهای فراغتی و تجاری (۲۰۱۵)

جدول ۱: مؤلفه‌های اقتصادی صنعت گردشگری ایران

مؤلفه‌های اقتصادی صنعت گردشگری ایران (۲۰۲۶-۲۰۱۶)	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶	۲۰۲۶
۱. صادرات گردشگری	۶۴۶۷۸	۵۰۱۲۲	۲۵۱۱۶	۳۳۵۷۲	۳۴۱۰۵	۳۸۴۵۷	۳۹۳۳۵	۵۶۴۸
۲. مخارج داخلی	۳۶۳۷۶	۳۷۴۹۴۲	۴۳۲۰۵	۴۰۰۶۷۷	۴۵۴۳۷۶	۴۸۳۶۵۵	۵۱۷۵۷۵	۸۴۷۳۶۵
۳. مصرف گردشگری درون مرزی	۴۲۸۴۳۸	۴۲۵۰۶۵	۴۵۷۱۶۶	۴۳۴۲۴۹	۴۸۸۴۸۱	۵۲۱۱۱۲	۵۵۶۹	۹۰۳۸۴۵
۴. هزینه‌های نامشخص گردشگری، از جمله واریات کالاها	-۱۸۵۱۲۸	-۱۸۲۹۰۲	-۱۹۶۵۱۵	-۱۸۶۶۵۶	-۲۱۲۰۶۱	-۲۲۸۶۸۴	-۲۴۲۸۱۲	-۳۹۸۵۷۳
۵. سهم مستقیم گردشگری در GDP	۲۴۳۳۱	۲۴۲۱۶۳	۲۶۰۶۵۱	۲۴۷۵۹۳	۲۷۶۴۲	۲۹۴۴۲۸	۳۱۴۰۸۸	۵۰۵۲۷۲
۶. سایر آثار نهایی (غیرمستقیم و القایی)	۱۷۲۷۳۸	۱۷۱۹۱۳	۱۸۵۰۳۸	۱۷۵۷۶۸	۱۹۶۲۳۳	۲۰۹۰۱۶	۲۲۲۹۷۴	۳۵۸۶۹۷
۷. سرمایه‌گذاری ثابت	۹۴۰۰۱	۸۴۵۳۷	۸۸۷۶۸	۸۸۱۳۱	۹۲۹۵	۹۵۹۹	۱۰۱۳۵۴	۱۷۷۵۱۷
۸. هزینه‌های عمومی دولت	۳۵۲۴۴	۳۱۵۲۷	۲۹۱۱۱	۳۰۱۷	۳۲۳۶۷	۳۳۱۶۸	۳۴۶۵۴	۵۲۸۲۳
۹. کالاهای وارداتی ناشی از هزینه‌های غیرمستقیم	-۱۰۱۰۵	-۸۴۹۷	-۷۳۶۷	-۷۳۶۷	-۱۰۳۶۸	-۱۰۸۳۹	-۱۲۰۱۳	-۲۶۶۴۵
۱۰. القایی	۱۴۶۹۶۶	۱۴۸۰۷۲	۱۶۰۴۵۶	۱۵۳۱۷۷	۱۶۲۷۰۸	۱۷۱۶۹۴	۱۷۸۸۹۲	۲۶۶۷۵۶
۱۱. سهم کل گردشگری در GDP	۶۸۲۱۴۴	۶۶۹۷۱۴	۷۱۶۶۵۶	۶۸۷۴۷۱	۷۵۰۴۱	۷۹۳۴۵۷	۸۳۹۹۴۹	۱۳۳۴۴۲
۱۲. آثار اشتغالزایی (هزار شغل)	۳۹۴۷	۴۰۷۵	۴۶۳۵	۴۲۰۲	۴۵۶۸	۴۷۶	۴۹۶	۶۸۷۴
۱۳. سهم کل گردشگری در اشتغالزایی	۱۱۱۹	۱۱۳۱	۱۲۹	۱۲۴۴	۱۳۳۶	۱۳۹۸	۱۴۵۲	۱۹۶۷۴
۱۴. سایر شاخص‌ها	۲۶۳۹۱۶	۲۱۶۱۰۲	۱۴۴۷۷۲	۱۷۹۹۴	۱۸۵۹۱۱	۲۰۷۸۲۷	۲۲۹۱۱	۳۵۲۸۸۷

منبع: اسکوسیل، ۲۰۱۶

جدول فوق مؤلفه‌های اقتصادی صنعت گردشگری ایران را نشان می‌دهد. گردشگری درآمد دولت را افزایش می‌دهد، اما توزیع این درآمد نامطمئن است. افزایش درآمد در کوتاه‌مدت کسری‌های دولت را جبران می‌کند ولی در بلندمدت دولت باید، درباره اینکه چطور این جریان درآمدی را تخصیص دهد، تصمیم احتیاطی بگیرد. بعضی دولت‌ها مالیات‌های دیگر را کاهش می‌دهند و بعضی از طریق این درآمد بدهی‌های خارجی خود را پرداخت می‌کنند، درحالی‌که عده‌ای نیز مخارج را افزایش می‌دهند و عده‌ای این درآمد را صرف برنامه‌های فقرزدایی می‌کنند. بخش تجربی این مقاله تأثیر روش‌های متفاوتی را بررسی می‌کند که درآمدها را در جهت کاهش فقر هزینه می‌کند تا مشخص شود آیا نتایج متفاوتی از الگوهای هزینه‌ای متفاوت به دست می‌آید یا خیر.

### تأثیر گردشگری بر فقرزدایی

تاکنون تعابیر متعددی از فقر ارائه شده است. در تعریف بانک جهانی از فقر، بر میزان درآمد و مصرف شخصی تأکید می‌شود. در تعریف فقرا از فقر شش عنصر وجود دارد: ۱. فقدان درآمد و دارایی؛ ۲. گرسنگی؛ ۳. فقدان دسترسی به زیرساخت‌های اساسی مانند سرپناه، آب آشامیدنی، انرژی و حمل‌ونقل؛ ۴. فقدان دسترسی به آموزش که تنها راه نجات آن‌ها از چرخه فقر است؛ ۵. بیماری؛ ۶. محرومیت اجتماعی (راجرز، جلال و دیوید، ۲۰۰۸: ۲۲۰). نگاهی به تعاریف متعدد فقر نشان می‌دهد که انسان به چیزی بیش از نیازهای فیزیکی احتیاج دارد (ویتمن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸، ۵) و منظور از فقر، فقط نداشتن درآمد نیست (مؤسسه دیده‌بان جهان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸: ۱۶۸). شکل ۴ سیر تکاملی مفهوم فقر را نشان می‌دهد.

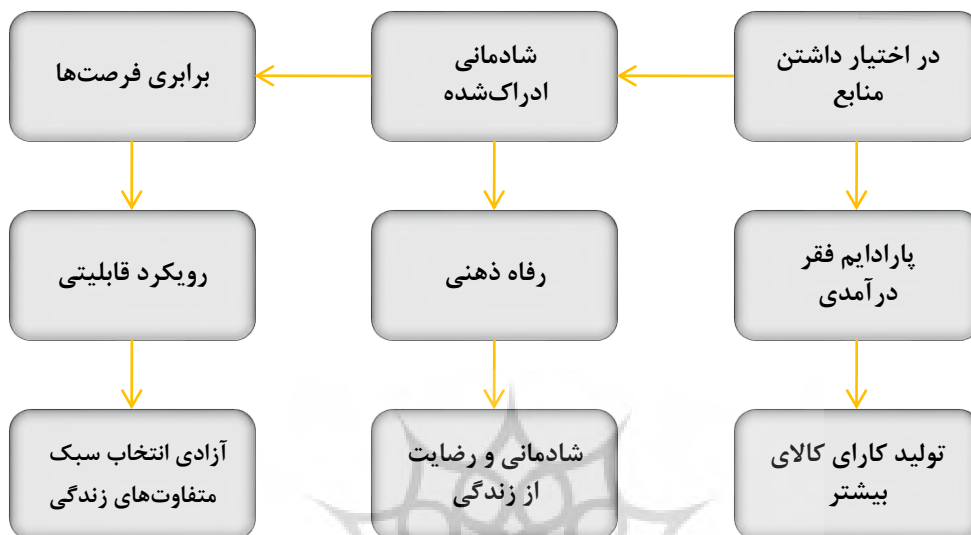
اصلاً چرا باید نقطه‌نظرات مرتبط با فقرا را به مبحث گردشگری وارد کرد؟ کاهش فقر مستلزم رشد حمایت از فقر است. گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان، در حال حاضر در بیشتر کشورهای فقیر یا در حال رشد وجود دارد و به‌عنوان منبع بالقوه رشد و یکی از اجزای اصلی راهبرد توسعه در این کشورها مورد توجه قرار گرفته است. فقرزدایی، در مفهوم اثرات توزیعی گردشگری، در راستای اقتصاد کل تشریح شده است. جنبه‌هایی از فقر شامل درآمد کم، سطح کم رفاه، محیط فقیر، تحصیلات کم و آسیب‌پذیری است (مک کلاچ و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱). سطح پایین درآمد یکی از روش‌های مهم در اندازه‌گیری فقر است که اغلب با درآمد یک دلار به‌ازای هر روز نشان داده می‌شود و مبنای مقایسه بین کشورها قرار می‌گیرد. ثروت جنبه اقتصادی دیگری از فقر است. خانوارها ممکن است روزانه درآمدی بیش از یک دلار داشته باشند، اما می‌توانند بسیار مقروض با دارایی کم باشند. پتانسیل گردشگری، به‌عنوان راهی برای کاهش فقر، به این حقیقت برمی‌گردد که تنها تعدادی از کشورهای توسعه‌یافته در جهان هستند که سطح قابل‌توجهی از درآمدهای گردشگری دارند. در اغلب این کشورها، مانند آفریقای سیاه<sup>۵</sup>، دریافتی‌ها کمتر از ۵ درصد از GDP را تشکیل می‌دهد (سازمان جهانی گردشگری، بانک جهانی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۵). استثنائاتی چون کلمبیا با ۱۰/۴ درصد، اریتره با ۱۱/۶ درصد، گامبیا با ۱۸/۶ درصد و موناگو با ۱۲/۱ درصد نیز وجود دارد. با وجود این، در بسیاری از موارد، دریافتی‌ها سهم چشم‌گیری در صادرات دارند. هفت کشور وجود دارد که نسبت درآمدهای گردشگری به صادرات آن‌ها بالای ۲۰ درصد است و در بیست کشور، این نسبت بالای ده درصد است. این نتایج نشان‌دهنده آن است که درآمدهای گردشگری به‌عنوان

۴. McCulloch et al  
۵. sub-Saharan Africa  
۶. World Tourism Organization , World Bank

۱. Rogers, Jalal and Boyd  
۲. Whitman  
۳. Worldwatch Institute

یک منبع درآمدی ارزی در بسیاری از کشورها نقش مهمی را ایفا می‌کند.

شکل ۴: سیر تکاملی مفهوم فقر



منبع: کروس، ۲۰۱۲: ۹۱

آن‌ها را در فرایندهای تصمیم‌سازی در حیطه گردشگری در کشور فعال سازد (اشلی<sup>۲</sup>، ۲۰۰۱).

به‌منظور تمرکز مزایای گردشگری بر کاهش فقر و همچنین فقرا، اقدامات و مسیرهای اجرایی بسیاری لازم است. این‌گونه اقدامات چیزی فراتر از جوامع گردشگری است و حتی مشتمل بر بسط سازمان‌ها و ظرفیت‌های منطقه‌ای به‌عنوان یکی از حلقه‌های اصلی نیز، هست. بدین منظور فعالیت‌های بسیاری در زمینه بازاریابی، کارگزینی، گسترش روابط بین بخش‌های خصوصی و ساختارهای ملی، خط‌مشی‌گذاری و قوانین و مشارکت در تصمیم‌سازی صورت می‌پذیرد. ضروری خواهد بود که این دسته از برنامه‌ها در دسته‌های گوناگون و در بین ذی‌نفعان مختلف صورت پذیرد. حیطه تمرکزی فرایندهای مربوط به گردشگری فقرزدا را نمی‌توان به بخش‌های مشخصی تقسیم کرد. این دسته از برنامه‌ها می‌تواند به‌صورت برنامه‌های یک شرکت خصوصی در

گردشگری فقرزدا (PPT)<sup>۱</sup>، به‌عنوان روشی برای کاهش فقر از طریق گردشگری، مجموعه اقداماتی است که سعی بر آن دارد تا مزایای حاصل از گردشگری و این صنعت را برای فقرای جامعه افزایش دهد و از این‌مجرأ تأثیر خود را به روی کاهش سطوح فقر ملی نشان دهد. شایان ذکر اینکه گردشگری فقرزدا، حیطه و یا نوعی از انواع گردشگری نیست، بلکه درحقیقت رویکردی است که یک کشور به این صنعت دارد. مزایای حاصل از این نوع از گردشگری، در انواعی اعم از مزایای اقتصادی، اجتماعی، محیطی یا فرهنگی بروز می‌یابد. راهبردهای اجرایی در زمینه گردشگری فقرزدا، در پی آن است تا بتواند فرصت‌هایی را برای فقرا از مجرای گردشگری به‌وجود آورد، خواه این دسته از مزایا از نوع مزایای اقتصادی باشد، مزایای رفاه اجتماعی را دربر گیرد یا آنکه

۲. Ashley

۱. Pro-poor tourism

اکوادور، نتایج نشان می‌دهد که آن‌ها توانستند با استفاده از افراد محلی به سطح بالاتری از کسب و کار استاندارد دست یابند، اما به‌زودی به این نتیجه رسیدند که این سیاست، به‌علت مسائل امنیتی، سودآور نیست و قابلیت بازاریابی گسترده ندارد. حتی در طی این برنامه چندین آدم‌ربایی رخ داد که منجر به کاهش شدید تقاضا در این حیطه شد. همچنین بررسی نمونه‌ای دیگر در گردشگری فقرزدا در نامیبیا و اوگاندا<sup>۱</sup> نشان داد که گسترش روابط با بخش خصوصی، روندی کند تلقی شده ولی در ادامه حیات سازمان نقشی کلیدی داشته است. این‌گونه سازمان‌ها نیازمند زیرساخت‌های دانشی گسترده‌ای در زمینه بازاریابی، برنامه‌ریزی راهبردی و دانش عمومی در حیطه گردشگری است (اشلی و همکاران، ۲۰۰۴).

راستای گسترش فعالیت‌های خود باشد یا آنکه تبلور آن‌ها را در سطح برنامه‌های ملی به‌منظور کاهش فقر شاهد بود. راهبردهای به‌کار گرفته‌شده در این حیطه را می‌توان به سه دسته اصلی تقسیم کرد: گسترش مزایای اقتصادی به اقشار فقیر جامعه، پیگیری و تعقیب معیارها و تأثیرات غیرمستقیم حاصل‌شده از گردشگری فقرزدا و گسترش فعالیت‌ها در زمینه گردشگری فقرزدا (اعم‌آز اینکه شامل بسط خطوط مشی بوده باشد یا فرایندهای مربوط به آن‌ها یا گسترش شرکت‌های تجاری در این زمینه‌ها (زندى و نعمتی، ۱۳۸۷).

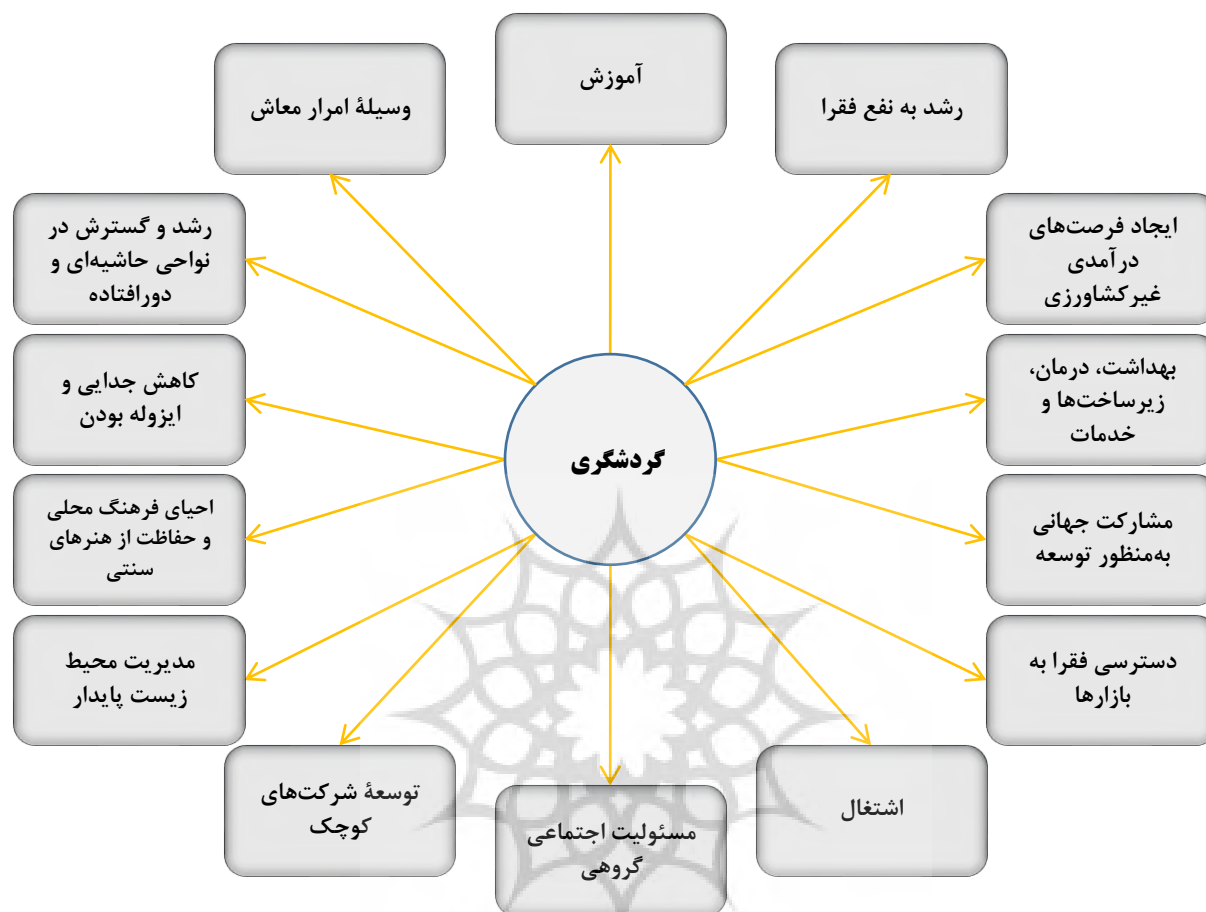
مؤلفه‌های کلیدی گردشگری فقرزدا: به‌منظور بهیچ‌یک اجرای گردشگری فقرزدا، لازم است مؤلفه‌های مختلفی مورد مذاقه قرار گیرد (اشلی و همکاران، ۲۰۰۴):

- ✓ میزان دسترسی قشر فقیر جامعه به بازارها (اعم‌آز دسترسی به موقعیت‌های فیزیکی، دسترسی به نخبگان اقتصادی یا محدودیت‌های اجتماعی تحمیل‌شده به تولیدکنندگان فقیر)
- ✓ حیات تجاری (کیفیت و قیمت کالاهای تولیدشده، بازاریابی و قدرت مقاصد)
- ✓ ساختارها و چارچوب‌های خط‌مشی‌گذاری (حق تصدی زمین، ماهیت و محتوای قانونی، فرایندهای برنامه‌ریزی، نگرش‌های دولتی و ظرفیت‌های ملی)
- ✓ مسائل و چالش‌های مربوط به اجرای منطقه‌ای برنامه‌های تدوین‌شده (پرکردن شکاف‌های مهارتی در محیط‌های منطقه‌ای، مدیریت هزینه‌ها و انتظارات، گسترش همکاری‌ها در بین زنجیره ذی‌نفعان)

بررسی تجربه کشورهای مختلف در اجرای سیاست‌هایی که سهم بیشتری از درآمد را بین فقرا توزیع مجدد می‌کنند نشان می‌دهد که گردشگری صحرائی در آفریقای جنوبی، برای اجرای گردشگری فقرزدا، نیازمند کنترل و مدیریت و سرمایه‌گذاری است تا بتواند از مردم محلی استفاده کند و منافع گردشگری را به فقرا انتقال دهد. همچنین در خصوص گردشگری طبیعی - حاره‌ای در



شکل ۵: ارتباط بین گردشگری و فقر



منبع: بیتون، ۲۰۰۶: ۲۲

گردشگری می‌تواند فرصت‌های صادراتی قابل توجهی برای کشورهای فقیر ایجاد کند (هلند، ۲۰۰۲: ۴۶).

- گردشگری می‌تواند اشکال گوناگونی به خود بگیرد، از داده‌های متنوعی استفاده کند و به همین دلیل در دامنه وسیعی از کشورها قابل به‌کارگیری است.
- توسعه گردشگری می‌تواند موجب ایجاد یا افزایش امنیت در منطقه شود.

### مزایا و معایب گردشگری برای فقرا

رشد حاصل از توسعه گردشگری دارای مزایا و معایبی برای مناطق فقیر است؛ از جمله آن می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

#### مزایا:

- گردشگری فرصت‌های شغلی مناسبی را ایجاد می‌کند. فرصت شغلی ایجادشده در بخش گردشگری بیش از بخش‌های کشاورزی و صنعتی است (رو و دیگران، ۲۰۰۴: ۱۳).

- عایدات گردشگری می‌تواند در جهت اجرای برنامه‌هایی به‌منظور کاهش فقر استفاده شود (بلیک<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۰۸: ۱۰۹).
  - در جایی که مالکیت زمین عمومی است می‌توان با اجاره زمین، درآمد حاصل از آن را در پروژه‌های محلی همچون ساخت مدارس و مراکز آموزشی و بهداشتی استفاده و یا بین خانوارهای فقیر توزیع کرد.
  - از آنجاکه در این صنعت مصرف‌کننده است که به مقصد می‌آید، بنابراین فرصت‌هایی برای فروش کالا و خدمات بیشتری (به‌ویژه صنایع دستی) فراهم می‌شود (اشلی و دیگران، ۲۰۰۰، ۳).
  - گردشگری مهم‌ترین فرصت در جهت تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی است که به‌راحتی می‌تواند در مناطق فقیر، مرزی و حاشیه‌ای توسعه یابد. مناطق دورافتاده به‌لحاظ وجود مناظر بدیع و بکر و دست‌نخورده و حیات‌وحش و فرهنگ‌های محلی غنی، دارای قابلیت بسیاری در جذب گردشگران است.
  - بهبود استانداردهای زندگی و دسترسی به خدماتی همچون مدرسه، بهداشت، امنیت، زیرساخت‌ها و رفع آلودگی (الیوت<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶، ۳۳).
  - اشتغال بالای زنان و افراد کم‌مهارت در این صنعت (گودین، ۱۹۹۸: ۴؛ رو و دیگران، ۲۰۰۴: ۱۴).
  - بهره‌مندی مردم فقیر از زیرساخت‌های بهبودیافته ناشی از توسعه گردشگری همچون جاده، آب آشامیدنی، برق<sup>۳</sup> و...
- معایب:**
- قطبی شدن اقتصاد و توزیع ناعادلانه منافع اقتصادی.
  - فصلی بودن.
  - نشت درآمدهای گردشگری از طریق پرداخت به کارگران و تجار خارجی و یا از طریق اختصاص دارایی‌ها به واردات (هلند، ۲۰۰۲: ۴۴).
  - بروز مشکلات فرهنگی و اجتماعی و زیست‌محیطی در صورت برنامه‌ریزی نامناسب برای توسعه گردشگری.
  - افزایش خسارت به منابع طبیعی همچون جنگل‌ها برای تهیه سوخت و منابع دیگر.
  - اختصاص تعداد کمی از مشاغل به مردم محلی، علی‌رغم شغل‌های متعدد گردشگری (بلیک و دیگران، ۲۰۰۸: ۱۱۰).
- روش‌شناسی تحقیق**
- پژوهش حاضر در پی تلفیق دو مقوله فقر و توسعه گردشگری است؛ نوع تحقیق کاربردی - توسعه‌ای است و از نظر هدف به‌منظور دستیابی به مفاهیم بنیادی تدوین شده و از منظر متدولوژی یا روش‌شناسی مبتنی بر حوزه مفهومی، به بررسی مفهوم گردشگری و اثرات آن بر کاهش فقر از طریق توزیع درآمد می‌پردازد. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات، برای بررسی مبانی نظری آنالیزها، کانال‌هایی را روشن می‌کند که به‌وسیله آن‌ها مخارج گردشگری بر توزیع درآمد تأثیر می‌گذارد (کالک، ۲۰۰۱). این کانال‌ها به شرح ذیل است:
- کانال اول ارزش افزوده خدمات گردشگری (هتل و رستوران) است. به‌دلیل اینکه مهم‌ترین بخش از مخارج گردشگران خارجی را هزینه‌های اقامت در هتل و هزینه‌های رستوران تشکیل می‌دهد، از متغیر ارزش افزوده خدمات هتل‌داری و رستوران درنقش متغیر جایگزین استفاده شده است.

۱. Blake

۲. Elliot

۳. www.Pro-poor tourism.org, ۲۰۰۸

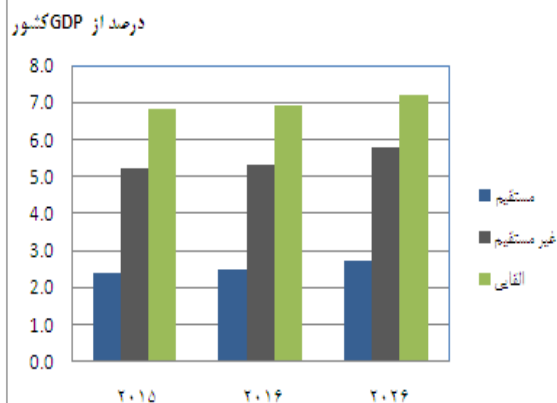
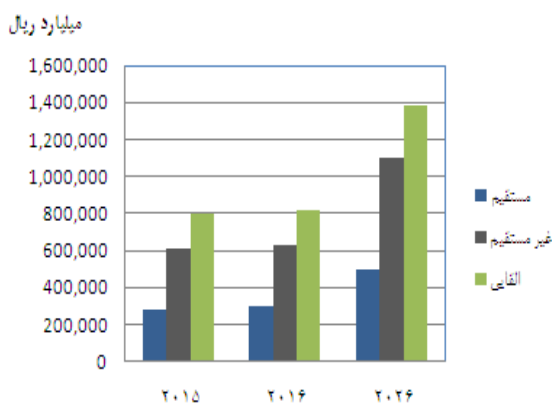
شکل ۶: اثرات گردشگری



بهتر آن است که آثار کانال ارزش افزوده خدمات گردشگری (هتل و رستوران) را یک متغیر در نظر بگیریم. بیشترین افزایش در قیمت‌ها برای انواع کالاها و خدماتی است که گردشگران استفاده می‌کنند؛ محصولاتی که ساکنین بومی فقط زمانی که در سفرند از آن‌ها استفاده می‌کنند، مانند: محل اقامت، حمل‌ونقل مسافرتی، آژانس مسافرتی و خدمات تفریحی و کالاهای سوغاتی. استثنائاتی چون رستوران‌ها و محصولات غذایی نیز وجود دارد. بیشتر محصولاتی که در سفرهای داخلی مصرف می‌شود مانند رستوران، اغلب توسط خانوارهای با درآمد بالاتر خریداری می‌شود. اثر مستقیم این کانال منجر به افزایشی اندک در قیمت محصولاتی می‌شود که توسط خانوارهای فقیر خریداری می‌شود مانند محصولات غذایی. این بخش‌ها از بیشترین امکانات برای خلق ارزش افزوده برخوردارند و محرک‌های رشد اقتصادی به‌شمار می‌روند. بنابراین افزایش ارزش افزوده در این بخش می‌تواند بر توزیع درآمد اثر مثبتی داشته باشد.

- کانال دوم **مخارج دولت** است؛ بدین مفهوم که فرض شده میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی از مخارج دولت یک‌سان نیست. بنابراین مخارج دولت می‌تواند منجر به تغییر در توزیع درآمد شود.
- کانال سوم متغیر مجازی **یک‌سان‌سازی نرخ ارز** است. همچنین فرض شده که آزادسازی نرخ ارز، از کانال تغییر در قیمت‌های نسبی و میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی، بر توزیع درآمد اثرگذار است. تأثیرات گردشگری بر این کانال‌ها بسته به اثراتی است که مخارج گردشگری بر اقتصاد دارد. گردشگران محصولات و خدمات متنوعی را مصرف می‌کنند که بعضی از آن‌ها توسط صنایع مختلف تولید می‌شود در حالی که بعضی وارد می‌شود (بلیک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷)
- ✓ تأثیرات بر درآمدها و اشتغال در صنایعی که محصولاتی را تولید می‌کنند که گردشگران خریداری می‌کنند، **آثار مستقیم** نامیده می‌شود.
- ✓ در عوض این صنایع، خود محصولات و خدماتی را از صنایع دیگر خریداری یا از کشورهای دیگر وارد می‌کنند که بخشی از فرایند تولیدشان را تشکیل می‌دهد. بنابراین زنجیره‌ای وجود دارد از عرضه صنایعی که کالا تولید می‌کنند تا در نهایت نیازهای مصرفی گردشگران تأمین شود. تأثیرات گردشگری بر اقتصاد از طریق این زنجیره عرضه، **آثار غیرمستقیم** نامیده می‌شود.
- ✓ از آنجاکه ساکنان بومی از طریق این فعالیت‌ها پول به دست می‌آورند و بخشی از این درآمد اضافی را صرف خرید محصولات داخلی می‌کنند، این سومین مرحله، **آثار القایی** نامیده می‌شود (بلیک، ۲۰۰۷).

شکل ۷: سهم کل صنعت گردشگری ایران در تولید ناخالص داخلی (GDP)



ورودی به کشورمان است. با کاهش نرخ ارز، مسافران خروجی افزایش و با افزایش آن، مسافران ورودی افزایش می‌یابد. امروز مسافرانی که از خارج به ایران می‌آیند تقریباً با دلارهای شان می‌توانند دو برابر، ریال دریافت کنند و همین مسئله نیز، می‌تواند رشد مسافرت‌های خارجی به کشور را افزایش دهد. اما از سوی دیگر، همین افزایش قیمت دلار باعث می‌شود که ایرانی‌ها برای سفر به خارج دو برابر هزینه متحمل شوند و این موضوع باعث شده تا بسیاری از تورهای جهانگردی لغو شود و برخی از آژانس‌های مسافرتی نیز، با مشکلات جدی روبه‌رو شوند. البته باید به این نکته اشاره کنیم که با افزایش نرخ ارز در کشور، گرانی‌ها لحام‌گسیخته می‌شود و مطمئناً هتل‌ها و بلیط وسایل حمل‌ونقل نیز با افزایش قیمت روبه‌رو خواهد شد. در نتیجه، تقاضا برای سفرهای خارجی گران قیمت کاهش می‌یابد. اگر افزایش نرخ ارز باعث بروز تورم شدید شود، در اقتصاد کشور اختلال ایجاد می‌شود و بسیاری از مردم توانایی مالی برای مسافرت نخواهند داشت. زیرا حقوق و درآمد ثابت است ولی قیمت‌ها مدام افزایش می‌یابد.

ضریب جینی و روش هم‌گرایی طراحی شده تا به بررسی این سه کانال بپردازد که به‌وسیله آن‌ها گردشگری بر توزیع درآمد تأثیر می‌گذارد. ضریب جینی

کانال دومی که به‌وسیله آن گردشگری بر درآمد خانوار و فقر تأثیر می‌گذارد دولت است. رشد گردشگری منجر به افزایش عایدات دولت از طریق مالیات و هزینه‌های تحمیل‌شده بر گردشگری مانند مالیات‌های بر سفر، هزینه‌های ویزا، اقامت (مانند مالیات بر هتل) و منابع درآمدی دیگر از جاذبه‌های گردشگری (مخارج مصرف‌کننده) می‌شود. از آنجا که دهک‌های مختلف درآمدی منفعت‌های متفاوتی از مخارج دولت دارند و عموماً مخارج دولت در مناطق توریستی و شهرهای بزرگ بیشتر است، لذا مخارج دولت، از این جهت که بستری ایجاد می‌کند تا درآمد را بین افراد توزیع کند، در این مقاله بررسی می‌شود.

کانال سومی که در این تحقیق متغیر مجازی در نظر گرفته شده یک‌سان‌سازی نرخ ارز است. اصولاً نوسانات نرخ ارز بر تمامی فعالیت‌های اقتصادی اثرگذار است. با این حال، شدت و ضعف این تأثیرات بستگی به میزان تعاملات هر بخش با اقتصاد جهانی دارد. لذا با توجه به تعاملات بین‌المللی صنعت گردشگری با اقتصاد جهانی و قابلیت رقابت و فعالیت در آن، با شدت بیشتری تحت تأثیر نوسانات ارز قرار دارد. بنابراین بین تقاضای سفر و نرخ ارز رابطه معناداری وجود دارد؛ چراکه میزان نرخ ارز تعیین‌کننده افزایش یا کاهش تعداد گردشگران

در قیمت‌های نسبی و میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی بر توزیع درآمد اثرگذار باشد.

### هم‌گرایی<sup>۱</sup>

به‌کارگیری روش‌های سنتی اقتصادسنجی در برآورد ضرایب الگوهای اقتصادسنجی با استفاده از داده‌های سری زمانی، بر این فرض مبتنی است که متغیرهای الگو پایا<sup>۲</sup> است. اگر متغیرهای مورد استفاده در برآورد ضرایب الگو ناپایا<sup>۳</sup> باشد، در عین حالی که ممکن است هیچ رابطه معنی‌داری بین متغیرهای الگو وجود نداشته باشد، ضریب تعیین  $R^2$  بالایی به دست می‌آید. بالا بودن  $R^2$  در این حالت باعث می‌شود که محقق استنباط‌های نادرستی درباره میزان ارتباط بین متغیرها داشته باشد. علاوه بر این، وجود متغیرهای ناپایا در الگو باعث می‌شود که آزمون‌های  $F$  و  $t$  متداول در اقتصادسنجی اعتبار لازم را نداشته باشد. در چنین شرایطی، کمیت‌های بحرانی ارائه شده توسط توزیع‌های  $F$  و  $t$ ، کمیت‌های صحیحی برای آزمون‌های لازم نیست و نتیجه این امر یک رگرسیون کاذب<sup>۴</sup> است. در بسیاری از سری‌های زمانی، علی‌رغم اینکه سطح متغیرها ناپایا است، تفاضلات آن‌ها پایاست. بنابراین، بسیاری از اقتصاددانان استفاده از تفاضلات متغیرها را برای اجتناب از رگرسیون کاذب پیشنهاد کرده‌اند. می‌دانیم که بسیاری از تئوری‌های اقتصادی براساس رابطه بلندمدت بین سطح متغیرها شکل گرفته است. بنابراین، چنانچه هدف از تحلیل اقتصادسنجی بررسی رابطه بلندمدت بین سطح متغیرها باشد، استفاده از تفاضلات متغیرها این هدف را تأمین نخواهد کرد. علاوه بر این استفاده از تفاضلات متغیرها در سری‌های زمانی‌ای که نوسانات کمی در طول زمان دارند، باعث از بین رفتن اطلاعات

شاخصی برای نشان دادن نابرابری است. ضریب جینی نابرابری توزیع درآمد در کشور را اندازه‌گیری می‌کند. عدد صفر نشان‌دهنده برابری کامل است؛ یعنی تمام خانوارها دقیقاً عایدی برابر دارند و عدد یک نشان‌دهنده نابرابری مطلق است و زمانی است که یک خانوار تمام درآمد کشور را در اختیار دارد (اکونومیست، ۲۰۱۲).

### آزمون تجربی مدل

در این تحقیق، به منظور بررسی تأثیر گردشگری بر فقر و توزیع درآمد، مدل زیر در نظر گرفته می‌شود:

$$Gini_t = \alpha_0 + \alpha_1 Hotel_t + \alpha_2 Inf_t + \alpha_3 Gex_t + \alpha_4 Dumex_t + \varepsilon_t$$

که در آن:

$Gini$  ضریب جینی

$Hotel$ : ارزش افزوده خدمات هتل‌داری و

رستوران به قیمت‌های ثابت ۱۳۸۳

$Gex$ : مخارج جاری دولت به قیمت‌های ثابت

۱۳۸۳

و  $Dumex$  متغیر مجازی یک‌سان‌سازی نرخ ارز

است که برای سال‌های ۱۳۸۱ به بعد مقدار آن ۱ شده است.

طول دوره مورد بررسی در این تحقیق از ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ است و از داده‌های سری زمانی بانک مرکزی استفاده شده است. با عنایت به اینکه مهم‌ترین بخش از مخارج گردشگران خارجی را هزینه‌های اقامت در هتل و هزینه‌های رستوران تشکیل می‌دهد، از متغیر ارزش افزوده خدمات هتل‌داری و رستوران، به‌عنوان متغیر جایگزین استفاده شده است. علاوه بر این فرض شده که میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی از مخارج دولت یک‌سان نیست بنابراین مخارج دولت می‌تواند منجر به تغییر در توزیع درآمد شود (بکی حسکویی، ۱۳۸۳). همچنین فرض شده که آزادسازی نرخ ارز از کانال تغییر

۱. Cointegration

۲. Stationary

۳. non-stationary

۴. Spurious Regrassion

همبستگی نگار<sup>۱</sup>، آزمون ریشه واحد برای پایایی<sup>۲</sup>، آزمون دیکی - فولر<sup>۳</sup>، آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته<sup>۴</sup> و آزمون فلیس - پرون<sup>۵</sup> از این قبیلند. در این تحقیق با استفاده از آزمون دیکی - فولر تعمیم یافته (ADF) پایایی متغیرهای مدل بررسی می شود. نتایج مربوط به آزمون پایایی سطوح متغیرهای مدل در جدول ۲ آورده شده است. نتایج نشان می دهد که سطح تمام متغیرها ناپایا است.

جدول ۲: آزمون پایایی سطح متغیرها

متغیر	آماره ADF	مقادیر بحرانی در سطوح مختلف احتمال		
		٪۱	٪۵	٪۱۰
Gini	-۳.۸۸	-۴.۲	-۳.۵	-۳.۲۱
Hotel	-۲.۰۳			
Gex	۲.۹			

#### - آزمون پایایی تفاضل مرتبه اول متغیرها<sup>۶</sup>

علی رغم اینکه سطح بسیاری از سری های زمانی ناپایا است، تفاضلات این متغیرها پایاست. علاوه بر این، برای تعیین درجه جمعی متغیرهای سری زمانی، از آزمون پایایی تفاضلات متغیرهای سری زمانی استفاده می شود. نتایج آزمون پایایی تفاضل مرتبه اول متغیرهای مدل در جدول ۳ گزارش شده است. نتایج نشان می دهد که براساس آزمون ADF، فرضیه H<sub>۰</sub> دایر بر ناپایایی متغیرهای مدل رد می شود. بنابراین می توان نتیجه گرفت که تفاضل مرتبه اول تمام متغیرهای مدل پایاست و این متغیرها جمعی<sup>۷</sup> از درجه اول یعنی I(۱) هستند.

خواهد شد. هر چند می توان شرط پایایی متغیرهای یک معادله رگرسیونی را با استفاده از تفاضل گیری تأمین کرد، اما برای حفظ اطلاعات بلندمدت مربوط به سطح متغیرها، استفاده از این روش مناسب نیست. در اینجاست که روش همگرایی به عنوان روشی جایگزین برای اجتناب از رگرسیون کاذب مطرح می شود. در روش همگرایی، روابط بلندمدت اقتصادی تجزیه و تحلیل می شود. ایده اساسی و بنیادین در تجزیه و تحلیل همگرایی این است که اگرچه بسیاری از سری های زمانی ناپایاست و روندی تصادفی (افزایشی یا کاهش) در آن ها وجود دارد، اما ممکن است یک ترکیب خطی از آن ها پایا و فاقد روند تصادفی باشد. انگل و گرانجر (۱۹۸۷) بیان می کنند که اگر سری های زمانی  $X_t$  و  $Y_t$  جمعی از مرتبه  $d$  باشد  $I(d)$ ، چنانچه ضرایب ثابتی مانند  $\beta$  وجود داشته باشد به طوری که یک ترکیب خطی از  $X_t$  و  $Y_t$  جمعی از درجه  $I(d-b)$  باشد (به طوری که  $b > 0$ )، آن گاه سری های زمانی فوق هم گرا از مرتبه  $Coin(d,b)$  است. بنابراین دو سری زمانی  $X_t$  و  $Y_t$  را هم گرا از مرتبه  $d, b$  گویند، اگر شرایط زیر برقرار باشد:

۱- مرتبه جمعی هر دو یکسان باشد؛ یعنی هر دو  $I(d)$  باشند.

۲- یک ترکیب خطی از آن ها وجود داشته باشد که جمعی از مرتبه  $(d-b)$  باشد.

روشن است که برای بررسی همگرایی بین چند سری زمانی، ابتدا باید درجه جمعی متغیرها را بررسی کنیم. در ادامه ابتدا مفهوم پایایی را معرفی می کنیم، سپس با معرفی آزمون های پایایی، سری های زمانی مدل مورد استفاده در این تحقیق را می آزماییم.

#### آزمون های پایایی

برای بررسی پایایی یک سری زمانی روش های گوناگونی وجود دارد. آزمون پایایی براساس

۱. correlogram  
 ۲. Umit Root test for stationarity  
 ۳. Dickey-Fuller  
 ۴. Augmented Dickey-Fuller  
 ۵. philips-perron test  
 ۶. First difference stationarity Test  
 ۷. Integrated

جدول ۴: برآورد بردار هم‌گرایی (روش OLS)

متغیر	C	Hot	Gex	Dumex	R <sup>۲</sup>	D.W
	۰.۷۴ (۳۰.۴۵)	-۵.۶۹E-۰۷ (-۴.۱۴۷)	۵.۷۸E-۰۸ (۱.۸۳)	۰.۰۴۱ (۳.۶)	۰.۵۰	۱.۵۲

\*مقادیر داخل پرانتز آماره t است.

نتایج نشان می‌دهد توسعه گردشگری باعث کاهش ضریب جینی می‌شود. علاوه‌براین برابر نتایج، مخارج جاری دولت باعث افزایش نابرابری در توزیع درآمد می‌شود.

### - آزمون پایایی جزء اختلال مدل

آزمون هم‌گرایی AEG شامل دو مرحله است:

الف) برآورد رگرسیون هم‌گرایی

ب) آزمون پایایی جزء اختلال مدل

در این مرحله، پایایی جزء اختلال مدل رگرسیون‌های برآوردشده در مرحله قبل آزمون می‌شود. چنانچه وجود ریشه واحد در هر پسماند مدل برآوردشده اثبات شود، ضرایب برآوردشده از روش OLS تورش‌دار است و رگرسیون برآوردشده کاذب است. نتایج مربوط به آزمون پایایی جزء اختلال مدل در جدول ۵ گزارش شده است. نتایج نشان می‌دهد که جزء اختلال رگرسیون برآوردشده فاقد ریشه واحد و پایاست. بنابراین ضرایب برآوردشده از روش OLS قابل اعتماد است.

جدول ۵: آزمون هم‌گرایی جزء اختلال مدل

مقادیر بحرانی			ADF
۱۰ درصد	۵ درصد	۱ درصد	
-۳/۲	-۳/۵۴	-۴/۲۴	-۴.۴

### نتیجه‌گیری براساس یافته‌های تحقیق

به‌منظور تحقق چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، مبنی بر اینکه «ایران کشوری است

جدول ۳: آزمون مرتبه اول متغیرهای مدل

متغیر	آماره ADF	مقادیر بحرانی در سطوح مختلف احتمال		
Gini	-۷.۱۱	٪۱	٪۵	٪۱۰
Hotel	-۲.۸۹			
Gex	۳.۱۹			

### - آزمون هم‌گرایی مدل

تا اینجا ناپایایی متغیرهای مدل با قدرت اثبات شد. روشن است که استفاده از این متغیرها در یک مدل رگرسیونی و برآورد ضرایب مدل به نتایج نادرستی خواهد انجامید. در این تحقیق، از روش دومرحله‌ای انگل - گرانجر EG و انگل - گرانجر تعمیم‌یافته (AEG) استفاده شده است. ابتدا رگرسیون هم‌گرایی به روش حداقل مربعات معمولی (OLS) برآورد می‌شود. سپس آزمون پایایی برای مقادیر پسماند مدل انجام می‌شود. چنانچه جزء اختلال مدل فاقد ریشه واحد و پایا باشد، ضرایب برآوردشده به‌وسیله روش OLS بدون تورش است و رگرسیون فوق غیرکاذب است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که ضرایب برآوردشده بردار هم‌گرایی بین متغیرهای مدل را تشکیل می‌دهد. ضرایب مدل طی مراحل مختلف برآورد شده است. نتایج مربوط به برآورد ضرایب از روش OLS در جدول ۴ آورده شده است.

توسعه یافته، با جایگاه اقتصادی و علمی و فناوری در سطح منطقه، با هویت اسلامی و انقلابی، الهام بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌المللی». از ویژگی‌های جامعه ایرانی در افق چشم‌انداز بر خورداری از سلامت، رفاه، امنیت غذایی، تأمین اجتماعی، فرصت‌های برابر، توزیع مناسب درآمد، نهاد مستحکم خانواده به دور از فقر و فساد و تبعیض و بهره‌مند از محیط زیست مطلوب است و باتوجه به اینکه راهبردهای کاهش فقر در ایران با مشکلات عمده‌ای مواجه است، لذا گردشگری و توسعه آن در کشور می‌تواند راه حلی در جهت کاهش فقر باشد. هدف از این مقاله بررسی تأثیر گردشگری بر کاهش فقر در ایران طی سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۳ است. ضریب جینی و روش هم‌گرایی به منظور بررسی کانال‌هایی طراحی شده که به وسیله آن‌ها، صنعت گردشگری بر توزیع درآمد بین خانوارهای فقیر و غنی تأثیر می‌گذارد و نتایج ذیل حاصل شده است:

۱. از ارزش افزوده خدمات گردشگری (هتل و رستوران)، به دلیل اینکه مهم‌ترین بخش از مخارج گردشگران خارجی را هزینه‌های اقامت در هتل و هزینه‌های رستوران تشکیل می‌دهد، در نقش متغیر جایگزین استفاده شده است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که افزایش ارزش افزوده در این بخش می‌تواند بر توزیع درآمد اثری مثبت داشته باشد. لذا با توسعه گردشگری و افزایش استفاده از این خدمات، درآمد بیشتری بین افراد توزیع می‌شود.

۲. کانال دوم مخارج دولت است. باتوجه به اینکه میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی از مخارج دولت یک سان نیست، مخارج دولت می‌تواند منجر به تغییر در توزیع درآمد شود. بدین مفهوم که این مخارج اغلب در شهرهای بزرگ و مناطق گردشگری پذیر هزینه می‌شود و توزیع عادلانه‌ای برای بهره‌مندی همه خانوارها، خصوصاً

خانوارهای کم‌درآمد یا فقیر محسوب نمی‌شود. بنابراین رشد گردشگری و پیرو آن افزایش مخارج دولت تأثیر منفی بر توزیع درآمد و کاهش فقر داشته است.

۳. کانال سوم متغیر مجازی یک‌سان‌سازی نرخ ارز است. آزادسازی نرخ ارز، از طریق کانال تغییر در قیمت‌های نسبی و میزان بهره‌مندی دهک‌های درآمدی، بر توزیع درآمد اثرگذار است. بین تقاضای سفر و نرخ ارز رابطه معناداری وجود دارد، چراکه میزان نرخ ارز تعیین‌کننده افزایش یا کاهش تعداد گردشگران ورودی به کشور است. افزایش نرخ ارز به معنی کاهش ارزش پول ملی است. در نتیجه برای گردشگر، مقصد مناسب‌تری از لحاظ اقتصادی به شمار می‌آید. بنابراین مسافران ورودی افزایش و مسافران خروجی کاهش می‌یابد. همچنین افزایش نرخ ارز باعث بروز تورم شدید می‌شود و در اقتصاد کشور اختلال ایجاد می‌کند و در نتیجه بر توزیع درآمد و کاهش فقر اثر منفی دارد.

در طول زمان، برای مبارزه با فقر سیاست‌های مختلفی اتخاذ شده است. امروزه کشورها، خصوصاً کشورهای در حال توسعه، به این حقیقت پی برده‌اند که برای کاهش فقر می‌توانند از گردشگری بهره ببرند، اما وجود ساختار نهادی قوی برای اجرای موفق برنامه‌ها ضروری است. توجه به موارد ذیل در این راستا می‌تواند راه‌گشا باشد:

- افزایش مشارکت افراد فقیر در فرایند تصمیم‌گیری
- حداکثر کردن به‌کارگیری عرضه‌کنندگان و کارکنان محلی
- ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها (جاده، آب، برق و...) و فراهم کردن امکانات مناسب در جهت توسعه گردشگری در مناطق مختلف، به‌ویژه مناطق محروم کشور
- ایجاد زمینه مناسب اشتغال فقرا در فعالیت‌ها و مؤسسات گردشگری



poverty at the heart of the tourism agenda. Natural resource perspectives. N ۵۱.

Beeton, S. (۲۰۰۶). Community Development through Tourism. Victoria: Landlinks Press.

Blake, Adam & et.al(۲۰۰۷), TOURISM AND POVERTY RELIEF, Annals of Tourism Research, Vol. ۳۵, No. ۱, pp. ۱۰۷-۱۲۶

Croes, R. (۲۰۱۲). Tourism, Poverty Relief, and the Quality-of-Life in Developing Countries. In M. Uysal, R. R. Perdue, & M. J. Sirgy, Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research (pp. ۸۵-۱۰۳). Dordrecht : Springer.

Elliot, J. A. (۲۰۰۶). An Introduction to Sustainable Development. Oxford: Routledge.

Goodwin, H. (۱۹۹۸). Sustainable tourism and poverty elimination. Department of the environment, transport and Regions

Goodwin, H. (۲۰۰۶). Measuring and reporting the impact of tourism on poverty. International center for responsible tourism university of Greenwich.

Holland, J. (۲۰۰۲). Tourism-Measuring Impact on the Poor. Independent Development Consultant. Available on www.enterprise-impact.org.uk.

McCulloch, N., L. Winters, and X. Cirera (۲۰۰۱), Trade Liberalization and Poverty: A Handbook. London: Center for Economic Policy Research.

Roe, D., C. Ashley, S. Page, and D. Meyer (۲۰۰۴), Tourism and the Poor: Analyzing and Interpreting Tourism Statistics from a Poverty Perspective. Pro-Poor Tourism Working Paper No. ۱۶. Pro-Poor Tourism www.propoortourism.org.uk

- تشویق عرضه‌کنندگان محلی به تأمین کالا و خدمات از محل، تا حد امکان
- ایجاد انگیزه لازم در بخش خصوصی به منظور تشویق سرمایه‌گذاری در مناطق محروم
- افزایش آگاهی فقرا از گردشگری و تأثیرات آن
- آموزش فقرا به منظور افزایش مهارت آنان برای کسب و کارهای کوچک

### منابع

- بانک مرکزی جمهوری اسلامی (۱۳۸۴)، «گزارش ابعاد گوناگون فقر در ایران»، اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی
- حاجی محمد امینی، صمد (۱۳۸۷)، «گردشگری ابزاری برای کاهش فقر در کردستان»، مجموعه مقالات سمینار تغییرات محیطی، توسعه گردشگری و کاهش فقر، صص ۲۱۹-۲۴۳، تهران: جهاد دانشگاهی
- زندى، ابتهالو نعمتى، ولى (۱۳۸۷)، «گردشگری حامی فقرا و اولویت‌بندی آن در ایران»، مجموعه مقالات سمینار تغییرات محیطی، توسعه گردشگری و کاهش فقر، صص ۲۴۵-۲۶۱، تهران: جهاد دانشگاهی
- سازمان جهانی جهانگردی (۲۰۱۵)، گزارش آثار اقتصادی سفر و گردشگری ایران، شورای جهانی سفر و گردشگری، لایحه برنامه ششم توسعه
- مرادی شیبانی، مهدی (۱۳۹۱)، «تحلیل تأثیر گردشگری بر فقرزدایی و امنیت اجتماعی در ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم اقتصادی، دانشگاه اصفهان

Ashley Caroline & et.al (۲۰۰۱), pro-poor tourism strategies :making tourism work for , overseas development institute  
Ashley, C.Boyd, Ch & Goodwin,H.(۲۰۰۰). Pro-poor tourism: putting

Wearing, S. (۲۰۰۸). Pro-poor tourism: who Benefits? Perspectives on tourism and poverty Reduction. Publication in reviews Annals of tourism research ۳۵.

Whitman, S. (۲۰۰۸). World Poverty. New York: Facts on File.

World Bank (۲۰۰۵), World Development Indicators, CD-ROM. Washington DC: World Bank.

Worldwatch Institute. (۲۰۰۸). State of the World: Innovations for a Sustainable Economy. London: Earthscan.

WTO (۲۰۰۵), International Tourist Arrivals and Tourism Receipts by Country. Madrid: World Tourism Organization.

Rogers, P. P., Jalal, K. F., & Boyd, J. A. (۲۰۰۸). An Introduction to Sustainable Development. London: Earthscan.

Sharpley, R. (۲۰۰۹). Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability? London: Earthscan.

Sharpley, R., & Telfer, D. J. (۲۰۰۸). Tourism and Development in the Developing World. Oxford: Routledge.

Scowsill. David, (۲۰۱۶) , World Travel & Tourism Council, Economic impact ۲۰۱۶ Iran, www.IRANTIM.com

UNCTAD. (۲۰۰۷). FDI in Tourism: Development Dimension. New York: United Nations Publication.

