

اثرات توسعه گردشگری ورودی بر توزیع درآمد بین خانوارها و شرکتهای

محمدرضا فرزین^۱، دانشیار، مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

نیلوفر عباس پور، استادیار، مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران

یکتا اشرفی، رئیس پژوهشکده امور اقتصادی، وزارت امور اقتصادی و دارایی، تهران

حمید ضرغام، دانشیار، مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

پذیرش: ۹۸/۶/۱۱

ارجاع جهت اصلاحات: ۹۸/۵/۲۹

دریافت: ۹۸/۱/۲۶

چکیده:

توان درآمدزایی گردشگری باعث شده توسعه آن مورد حمایت سیاست‌گذاران و جوامع میزبان قرار گیرد. تزریق مخارج گردشگران به اقتصاد مقصد، افزایش درآمد خانوار و شرکتهای آنها را به همراه دارد. در این پژوهش با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی سال ۱۳۹۰، اثر توسعه بخش گردشگری ورودی بر درآمد خانوارها و شرکتهای آنها و توزیع آن ارزیابی شده است. ماتریس حسابداری اجتماعی به گونه‌ای اصلاح شده است تا بخش گردشگری را به عنوان بخشی واحد در کنار سایر بخش‌ها در حساب تولید دربرگیرد. همچنین، با به‌کارگیری رهیافت تحلیل مسیر ساختاری، مسیرهایی که این توسعه بر درآمد خانوارها و شرکتهای آنها اثر می‌گذارد، شناسایی شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که شرکتهای خانوارهای شهری و سپس روستایی به ترتیب بیشترین افزایش درآمد حاصل از توسعه گردشگری را تجربه می‌کنند. سهم چهاربرابری خانوارهای شهری نسبت به روستایی از این درآمد، حاکی از افزایش شکاف درآمدی در نتیجه رشد گردشگری ورودی است. همچنین بخش اقتصادی حمل‌ونقل بیشترین سهم را در انتقال درآمد گردشگری به خانوارها و شرکتهای آنها داشته و مهم‌ترین عامل تولید در این انتقال درآمد به خانوارها و شرکتهای آنها به ترتیب نیروی کار و سرمایه است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری ورودی، ماتریس حسابداری اجتماعی، تحلیل مسیر ساختاری.

مقدمه

اهمیت اقتصادی گردشگری همواره مورد تأکید قرار گرفته است. گردشگری ۷٪ از صادرات جهانی و ۳۰٪ صادرات خدمات را به خود اختصاص داده است، و ۱۰٪ از سهم GDP جهانی دارد و یک شغل از هر ده شغل در سطح جهان مربوط به گردشگری است (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۱۷). یکی از مهم‌ترین اثراتی که باعث می‌شود جوامع از توسعه گردشگری حمایت کنند، اثرهای مثبت درآمدی آن برای نهادهای جامعه است. ماهیت گردشگری به گونه‌ای است که انواع مشاغل را در سطوح گوناگون فراهم کرده و برای گستره وسیعی از خانوارها امکان کسب درآمد ایجاد می‌کند. به همین دلیل است که از گردشگری به عنوان فعالیتی درآمدزا برای جامعه یاد می‌شود که پراکندگی گسترده درآمدهای آن، می‌تواند بسیاری از خانوارها و همچنین شرکت‌ها را بهره‌مند سازد.

توزیع درآمد و تغییرات آن به دلیل اهمیت اقتصادی و اثرات اجتماعی آن در جامعه از اهمیت بالایی برخوردار است (دفتر مطالعات اقتصادی، ۱۳۹۴). توزیع درآمد به گونه‌ای که موجب کاهش شکاف درآمدی میان خانوارها شود، از جمله اهداف برنامه‌های توسعه بوده است. دستیابی به این هدف تنها با تکیه بر رشد اقتصادی میسر نخواهد شد و علاوه بر کمیّت رشد، می‌بایست کیفیت آن را نیز مد نظر قرار داد که این به معنای لزوم تلاش برای توزیع بهتر درآمد در سطح جامعه و کاهش اختلاف طبقاتی گروه‌های مختلف خانوارهاست.

گردشگری به عنوان یک فعالیت اقتصادی چند بعدی زیربخش‌های متنوعی دارد. خانوارهای جامعه نیز به فراخور کمیّت و کیفیت عوامل تولیدی که دارند، از درآمد مشاغلی که به طور مستقیم و غیرمستقیم به دلیل رشد گردشگری ایجاد می‌شود، بهره‌مند می‌شوند. شرکت‌های فعال در اقتصاد نیز معمولاً در زیربخش‌هایی که بیشتر به صورت نظام‌مند و شرکتی اداره می‌شوند، می‌توانند از توسعه گردشگری درآمد کسب کنند. البته سهم گروه‌های درآمدی خانوارها و شرکت‌ها به عنوان دو نهاد اجتماعی از درآمدهای گردشگری یکسان نیست. هر چه سهم گروه‌های کم‌درآمدتر از درآمدهای توسعه‌بخش اقتصادی، از جمله گردشگری، بیشتر باشد، شکاف درآمدی کمتر می‌شود و آن توسعه را می‌توان گامی در جهت بهبود عدالت اجتماعی

که از جمله اهداف مهم برنامه‌های توسعه می‌باشد، به شمار آورد. به منظور نیل به این هدف، می‌بایست ابتدا توان درآمدزایی بخش گردشگری ورودی برای نهادهای خانوار و شرکتها ارزیابی شود و سپس کانال‌هایی را که این بخش از طریق آن، زمینه توزیع درآمد را فراهم می‌کنند، شناسایی کرد تا بتوان راهنمایی در اختیار سیاست‌گذاران این حوزه قرار داد.

با توجه به اهمیت موضوع توسعه گردشگری و توزیع درآمد در جامعه، هدف این مقاله بررسی اثرات توسعه گردشگری ورودی بر درآمد خانوارهای شهری و روستایی و شرکتها و تبیین چگونگی پراکندگی این اثرات درآمدی میان این نهادها است. در واقع این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش است که توسعه گردشگری ورودی چه اثری بر درآمد خانوارهای شهری و روستایی و شرکتها دارد و این اثرات از چه طریقی بر آنها اعمال می‌شود. این مقاله با به‌کارگیری آخرین ماتریس حسابداری اجتماعی موجود که مربوط به سال ۱۳۹۰ است و اصلاح آن متناسب با نیازهای این پژوهش، می‌تواند با آشکارسازی مسیرهای درآمدزایی توسعه گردشگری ورودی برای خانوارها و شرکتها، رهنمون‌هایی در اختیار سیاست‌گذاران این حوزه قرار دهد.

مبانی نظری

گردشگری همواره به عنوان صنعتی درآمدزا و محرک موتور اقتصادی جوامع مطرح شده است. در دهه‌های اخیر صنعت گردشگری رشد چشمگیری در جهان داشته است؛ به طوری که تعداد گردشگران بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ نسبت به سال گذشته ۷٪ رشد داشته است (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۸: ۴). دریافتی‌های حقیقی حاصل از گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۷، به میزان ۴/۹٪ افزایش یافته و به ۱۳۴۰ میلیارد دلار رسیده است (همان: ۶).

طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری^۱ (۲۰۱۸)، سهم مستقیم سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی ایران ۲/۸٪ در سال ۲۰۱۷ بوده است و پیش‌بینی می‌شود این سهم در سال ۲۰۱۸ به ۷/۴٪ برسد. سهم کل سفر و گردشگری نیز ۷/۳٪ از GDP ایران در سال ۲۰۱۷ بوده است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۱۸، ۶/۷٪ رشد داشته باشد (همان). بنابراین توسعه گردشگری نقشی مهم در توسعه اقتصادی کشورها

از جمله ایران دارد. با این حال، آگاهی از ماهیت درآمدزای گردشگری به تنهایی برای برنامه‌ریزی آن کافی نیست. سیاست‌گذاری مناسب و صحیح در هر حوزه‌ای از جمله گردشگری نیازمند شناخت دقیق آثار و تبعات آن حوزه در یک نظام اقتصادی است.

نظام اقتصادی شبکه‌ای پیچیده از وابستگی‌های متقابل چندگانه میان عوامل و بخش‌های آن است (لاپ و پونس-آلیفونسو^۱، ۲۰۱۵). برای به دست آوردن تصویری کامل از مسیر اثرات توسعه گردشگری، چرخه درآمد در این نظام اقتصادی باید بررسی شود. با ورود مخارج گردشگران به اقتصاد، فعالیت‌های تولیدی اعم از فعالیت‌های گردشگری و غیرگردشگری، برای تأمین محصولات مورد نیاز آن‌ها تلاش می‌کنند. این شوک اولیه و افزایش تقاضا برای محصولات، بنگاه‌های تولیدی را یکی پس از دیگری به حرکت واداشته و اثرات مستقیم، غیرمستقیم و القایی را بر اقتصاد در پی دارد. علاوه بر کالاهای واسطه‌ای که برای تولید محصولات نهایی بین بنگاه‌ها تبادل می‌شود، عوامل تولید نیز برای پاسخگویی به خواسته‌های گردشگران مورد نیاز است. این عوامل تولید در اختیار نهادهای جامعه قرار دارد که آن را در ازای مبلغی به بنگاه‌های تولیدی می‌سپارند. بدین ترتیب اثرات اقتصادی مخارج گردشگران از بنگاه‌ها فراتر رفته و از مسیرهای مختلفی در کل نظام اقتصادی یک جامعه توزیع می‌شود.

هر نظام اقتصادی را می‌توان در یک نمودار جریان چرخشی نشان داد که پرداخت‌های میان بخش‌ها و نهادها را در برمی‌گیرد (شکل ۱). فعالیت‌های تولیدی داده‌های نیروی کار و سرمایه را از بازار عوامل تولید و داده‌های واسطه‌ای را از بازار محصولات خریداری و برای تولید استفاده می‌کنند. این محصولات از طریق بازار محصولات به خانوارها، دولت، سرمایه‌گذاران و خارجی‌ها فروخته می‌شوند. سایر پرداخت‌های انتقالی بین نهادی باعث می‌شوند که جریان چرخشی درآمدها بسته بماند (بریزینگر، تامس و ترلو^۲، ۲۰۰۹: ۱).

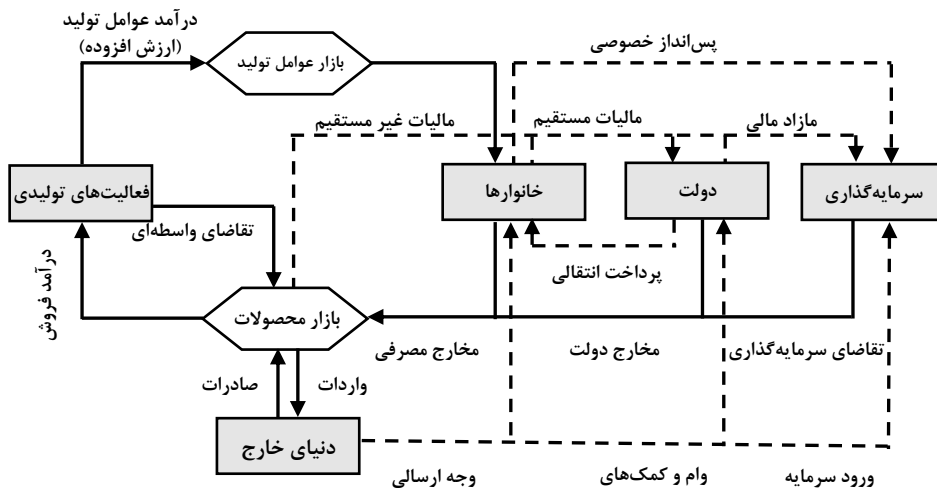
این نظام اقتصادی در قالب ماتریس حسابداری اجتماعی قابل ارائه است. با استفاده از این ماتریس می‌توان اثر توسعه بخش‌های اقتصادی از جمله گردشگری را علاوه بر سایر بخش‌ها، بر نهادهای جامعه نیز

1. Llop and Ponce-Alifonso
2. Breisinger, Thomas and Thurlow

ارزیابی کرد. ارزیابی ضرایب فزاینده گردشگری از اهمیت بسزایی برخوردار است. بخش گردشگری یک فعالیت اقتصادی خدمات- محور و کاربر است و با ایجاد طیف وسیعی از مشاغل، برای گروه‌های مختلف خانوارها فرصت‌های کسب درآمد ایجاد می‌کند (ونهو^۱، ۱۹۸۱؛ بام^۲، ۱۹۸۹؛ چوی^۳، ۱۹۹۵؛ ساهلی و هزاری^۴، ۲۰۰۵؛ لیو^۵، ۲۰۰۸؛ آیکاج^۶، ۲۰۱۰؛ اسنایمن^۷، ۲۰۱۲؛ پراساد و کالشرستا^۸، ۲۰۱۶). تنوع مشاغل گردشگری به گونه‌ای است که می‌تواند انواع نیروی کار اعم از زن و مرد، شهری و روستایی، ماهر و ساده را به کار گیرد و بدین ترتیب درآمد حاصل از گردشگری میان خانوارهای مختلف مقصد نفوذ و گسترش می‌یابد. پراکندگی وسیع اثرات گردشگری در سطح مقصدها باعث شده از گردشگری به عنوان بخشی با ضریب فزاینده قابل توجه یاد شود.

ضرایب فزاینده ماتریس حسابداری اجتماعی را می‌توان به دو رویکرد کلی طبقه‌بندی کرد: رویکرد ضرایب فزاینده متعارف و رویکرد ضرایب فزاینده تجزیه شده (دفورنی و توربک^۹، ۱۹۸۴). ضرایب فزاینده متعارف تأثیر توسعه یک حساب بر حساب دیگر را به طور همه‌جانبه به دست می‌دهد، اما مسیرهای اثرگذاری را نشان نمی‌دهد. این ضرایب فزاینده نمی‌توانند تصویری واقع‌بینانه از اثرات زنجیره- ای و مسیرهایی را که این اثرات طی می‌کنند، ارائه دهند و در هر ضریب فزاینده، جعبه سیاهی ایجاد می‌شود (توربک، ۱۹۹۷). برای رفع این کاستی، دفورنی و توربک (۱۹۸۴) رویکرد تحلیل مسیر ساختاری^{۱۰} را ارائه کرده‌اند که در آن اثرات تزریق یک واحد از حساب‌های برون‌زا (صادرات، سرمایه‌گذاری و یا مصرف دولت) بر افزایش تولید و درآمد حساب‌های درون‌زا (تولید، عوامل تولید و نهادها) نشان داده می‌شود. رویکرد تحلیل مسیر ساختاری، نه تنها مسیرهای مختلف اثرگذاری را آشکار می‌کند، بلکه مدار، حلقه و زنجیره‌هایی را که در هر یک از این مسیرها ایجاد می‌شود شناسایی کرده و جعبه سیاه ایجاد شده را در رویکرد ضرایب فزاینده باز می‌نماید (بانویی و همکاران، ۱۳۸۳).

1. Vanhove
2. Baum
3. Choy
4. Sahli and Hazari
5. Liu
6. Aykac
7. Snyman
8. Prasad and Kulshresta
9. Defourney and Thorbecke
10. Structural Path Analysis (SPA)



شکل ۱. نمودار جریان چرخشی اقتصادی؛ منبع. بریزینگر، تامس و ترلو، ۲۰۰۹: ۱.

پس از شناسایی مسیرهای اثرگذار، با بهره‌گیری از توان توزیع گسترده درآمد گردشگری، می‌توان شکاف درآمدی در جامعه را کنترل کرد. این موضوع باعث شده گردشگری به عنوان محرک رشد اقتصادی مورد توجه قرار گیرد و مطالعات متعددی در این حوزه صورت گیرد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

در ایران، درک منافع اقتصادی گردشگری موجب شده تا این فعالیت بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد، با این حال تحلیل دقیقی از نقش گردشگری در درآمدزایی برای خانوارهای کشور و شرکت‌ها وجود ندارد. تنها تحلیل‌های موجود به محاسبه انواع ضرایب فزاینده گردشگری در سطوح استانی و ملی (صباح کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹؛ صمدی، ۱۳۸۳؛ تاج‌علی، ۱۳۸۵؛ مهرابی بشرآبادی و همکاران، ۱۳۸۹؛ و عیسی‌زاده و قدسی، ۱۳۹۱) و بررسی اقتصادسنجی رابطه بین توسعه گردشگری و برخی از شاخص‌های کلان رشد اقتصادی (طیبه و همکاران، ۱۳۸۶، ۱۳۸۷؛ شریفی رنانی، صفایی شکیب و عمادزاده، ۱۳۸۸؛ یاوری و همکاران، ۱۳۸۹؛ میرزایی و جلیلی، ۱۳۹۰؛ کهنسال و توحیدی، ۱۳۹۲؛ و جعفری صمیمی و خیره، ۱۳۹۴) محدود می‌شود و مسیرهای اصلی این اثرگذاری مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند. تکنیک‌های اقتصادسنجی مبتنی بر تعادل جزئی هستند و اطلاعات چندانی درباره ارتباطات بین بخشی یک اقتصاد ارائه نمی‌کنند.

یکی از برتری‌های مدل‌های تعادل عمومی نسبت به تحلیل‌های اقتصادسنجی این است که می‌تواند روابط بده-بستان بین بخش‌ها و تقاضای نهایی را به طور هم‌زمان در نظر بگیرند (آرچر^۱، ۱۹۹۶؛ بریاسولی^۲، ۱۹۹۱؛ فلچر^۳، ۱۹۸۹؛ هارا^۴، ۲۰۰۸). جدول ۱ مطالعات تعادل عمومی گردشگری را با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی نشان می‌دهد.

جدول ۱. مطالعات داخلی بررسی اثرات اقتصادی گردشگری با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی

پژوهشگر	مقصد	موضوع مطالعه	نتایج
نصراللهی، اکبری و رمضانی (۱۳۹۲)	اصفهان	اثر گردشگری بر درآمد	- ارتباط ضعیف بخش مالی با بخش گردشگری - سهم خانوارها از درآمد گردشگری در توزیع نهایی
قادری (۱۳۹۴)	ایران	اثر گردشگری خارجی بر تولید و توزیع درآمد نهادی	- افزایش تولید کلیه بخش‌های اقتصادی - سهم بیشتر خانوارهای پردرآمد از گردشگری
موسوی، سادات اصل و سادات اصل (۱۳۹۷)	ایران	توزیع درآمد گردشگری روستایی بین بخش‌های کلیدی اقتصاد	- افزایش درآمد خانوارهای روستایی - نقش گردشگری در اشتغال‌زایی و درآمدزایی

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه به برخی از پژوهش‌های خارجی که با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی به بررسی اثرات اقتصادی گردشگری پرداخته‌اند، اشاره می‌شود (جدول ۲).

جدول ۲. مطالعات خارجی بررسی اثرات اقتصادی گردشگری با استفاده از ماتریس حسابداری اجتماعی

پژوهشگر	مقصد مورد مطالعه	موضوع مطالعه
وست ^۵ (۱۹۹۳)	کویبنلند	اثر گردشگری بر اقتصاد ایالت در دوره‌های زمانی مختلف
واگنر ^۶ (۱۹۹۷)	استان گاراکیکابا، برزیل	اثر گردشگری بر درآمد منطقه و خانوارها
لی و لیان ^۷ (۲۰۱۰)	استان جیانگسوی چین	توزیع درآمد میان صنایع و ساکنین شهری با سطوح مختلف درآمدی
اکمیک ^۸ (۲۰۱۲)	ترکیه	اثرات گردشگری بین‌المللی بر ستانده، ارزش افزوده و اشتغال
گل ^۹ (۲۰۱۳)	ترکیه	اثرات افزایش درآمد حاصل از گردشگری ورودی بر اقتصاد

منبع: یافته‌های پژوهش

1. Archer
2. Briassoulis
3. Fletcher
4. Hara
5. West
6. Wagner
7. Li and Lian
8. Akkemik
9. Gul

با مرور مطالعات مرتبط در این حوزه، به ویژه در ایران، مشاهده می‌شود که دو نکته در آن‌ها مغفول مانده است:

از آن جا که در حساب‌های ملی بخشی منسجم به نام گردشگری وجود ندارد، در برخی مطالعات، گردشگری به بخش‌های اقامت یا رستوران تقلیل یافته است و یا با احتساب کل زیربخش‌های گردشگری مانند حمل‌ونقل، اثرات آن بیش‌برآورد شده است. در برخی موارد این بخش به عنوان بخشی از صادرات، یک حساب برون‌زا در نظر گرفته شده است. در حالی که گردشگری فعالیتی است که محصولی را به مصرف‌کنندگان نهایی عرضه می‌کند و بهتر است تعاملات آن، مانند سایر بخش‌ها در حساب تولید بررسی شود.

در بررسی سهم درآمدی گروه‌های مختلف خانوارها و شرکت‌ها به محاسبه ضریب فزاینده درآمدی بسنده شده و مسیرهایی را که هر خانوار و شرکت از درآمد گردشگری بهره‌مند می‌شود، بررسی نشده است.

بنابراین این پژوهش می‌کوشد تا با رفع کاستی‌های مذکور به تبیین نحوه اثرگذاری توسعه گردشگری بر درآمد خانوارها و شرکت‌ها بپردازد. بدین منظور ابتدا ماتریس حسابداری اجتماعی ویژه‌ای طراحی می‌گردد که بخش گردشگری را دربرگیرد و سپس نحوه توزیع درآمد گردشگری بین خانوارها و شرکت‌ها را با شناسایی مسیرهای طی شده، تبیین می‌نماید. بدین ترتیب می‌توان با هدایت توسعه این فعالیت به مسیرهای مطلوب، آن را به گونه‌ای برنامه‌ریزی کرد که منافع آن به طور مناسب در اقتصاد پراکنده شود و رونق کل اقتصاد را به همراه داشته باشد.

روش پژوهش

جهت بررسی اثر توسعه گردشگری ورودی بر درآمد خانوارها و شرکت‌ها از ماتریس حسابداری اجتماعی سال ۱۳۹۰ استفاده می‌شود. محصول گردشگری ماهیتی چندبعدی دارد و بر خلاف سایر فعالیت‌های اقتصادی، مبتنی بر تقاضا تعریف می‌شود و در ماتریس حسابداری اجتماعی به طور مشخص وجود ندارد. در راستای اهداف این پژوهش می‌بایست ماتریس حسابداری اجتماعی ویژه‌ای طراحی شود که بخش گردشگری را به عنوان یک بخش مجزا دربرگیرد. سپس با به‌کارگیری رهیافت تحلیل مسیر ساختاری

مسیرهایی را که دریافته‌های حاصل از گردشگری در اقتصاد طی می‌کنند تا به صورت درآمد به گروه‌های خانوار و شرکت‌ها برسند شناسایی می‌شود.

ماتریس حسابداری اجتماعی

الگوی حسابداری اجتماعی روشی برای ارزیابی اثرات مستقیم، غیر مستقیم و القایی است. ماتریس حسابداری اجتماعی الگوی بسط‌یافته جدول داده-ستانده است که جزئیات بیشتری را درباره مصرف-کنندگان و عوامل تولید ارائه می‌دهد. ماتریس حسابداری اجتماعی در این پژوهش با رویکرد مقداری مورد استفاده قرار گرفته است. در این رویکرد می‌توان آثار اقتصادی-اجتماعی سیاست‌گذاری‌های کلان را که با عنوان اقلام تزریقی شناخته می‌شوند بر تغییرات حساب‌های درون‌زا بررسی کرد.

جدول ۳ یک نمای کلی از ماتریس حسابداری اجتماعی را نشان می‌دهد که بر حسب دو حساب کلی برون‌زا و درون‌زا تقسیم‌بندی شده است. در

جدول ۳ تمامی حساب‌ها در قالب دو حساب کلی درون‌زا و برون‌زا و در چهار ناحیه مشخص شده‌اند (مرتضوی و کیانی ده‌کیانی، ۱۳۹۷):

جدول ۳. نمای کل ماتریس حسابداری اجتماعی بر اساس حساب‌های درون‌زا و برون‌زا

حساب‌ها	درون‌زا	برون‌زا	جمع ورودی‌ها
درون‌زا	N	X	Y
برون‌زا	L	R	Y ^x
جمع خروجی‌ها	Y ^z	Y ^{xz}	

منبع. مرتضوی و کیانی ده‌کیانی، ۱۳۹۷

N یک ماتریس مربع است و مبادلات جاری درون‌زا را نشان می‌دهد. X، متغیرهای سیاستی حساب‌های برون‌زای مربوط به سه حساب درون‌زا را نمایش می‌دهد. اجزای آن شامل هزینه دولت، سرمایه‌گذاری، صادرات کالاها و خدمات، درآمد عوامل تولید از دنیای خارج و انتقالات جاری دولت به خانوارها می‌باشد. L، مجموع اقلام نشستی‌های حساب‌های درون‌زاست که در حساب‌های برون‌زا منظور می‌شود. اجزای تشکیل‌دهنده آن شامل واردات کالاها و خدمات، مالیات بر تولید و واردات، یارانه بر تولید و واردات،

پس اندازها و پرداخت‌های حساب‌های عوامل تولید و نهادها به دنیای خارج می‌باشد. Y جمع خروجی‌ها است. R پرداخت حساب‌های برون‌زا به خود این حساب‌ها را نشان می‌دهد که در ناحیه چهار به عنوان یک قلم پسماند ترازنکننده عمل می‌کند.

با استفاده از رابطه مقداری (تراز تولیدی لئونتیف) و در چارچوب ساختار کلی ماتریس حسابداری اجتماعی در

جدول ۳، رابطه تراز تولیدی تراز درآمدی ماتریس حسابداری اجتماعی به صورت زیر بیان می‌شود:

$$y_i = n + x_i, e = \begin{bmatrix} 1 \\ \vdots \\ 1 \end{bmatrix}, N \cdot e = \sum_j N_{ij} \quad n = N \cdot e \quad (۱) \text{ رابطه}$$

$$X_i = \begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ x_3 \end{bmatrix} \text{ ارقام تزریقی و یا متغیرهای کلان سیاست‌گذاری حساب‌های برون‌زا}$$

$$Y_i = \begin{bmatrix} y_1 \\ y_2 \\ y_3 \end{bmatrix} \text{ جمع درآمد سه حساب درون‌زا.}$$

رابطه (۱) نشان می‌دهد که کل درآمد حساب‌های درون‌زا از دو قسمت تشکیل شده است. قسمت اول درآمد حساب‌های درون‌زا از حساب‌های درون‌زا و قسمت دیگر آن از حساب‌های برون‌زاست. برای انجام تحلیل‌های اقتصادی-اجتماعی لازم است قسمت مبادلات واسطه‌ای بین حساب‌های درون‌زا (N_{ij}) به یک ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط به هزینه تبدیل شود (رانند، ۲۰۰۳).

$$B_n = N_{ij} [\hat{y}_j]^{-1} \quad (۲) \text{ رابطه}$$

$$N = B_n Y, \quad B_n = \begin{bmatrix} B_{11} & 0 & B_{13} \\ B_{21} & 0 & 0 \\ 0 & B_{32} & B_{33} \end{bmatrix} \quad (۳) \text{ رابطه}$$

B_{11} : ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط به هزینه (ماتریس ضرایب مستقیم داده-ستانده)

B_{13} : ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط به هزینه گروه‌های خانوارها و شرکت‌ها

B_{21} : ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط به درآمد عوامل تولیدی

B_{32} : ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط تخصیص درآمد عوامل تولید به نهادها

B_{33} : ماتریس ضرایب مستقیم میل متوسط انتقالات جاری بین نهادها

با جایگزینی رابطه (۳) در رابطه (۱) رابطه جدید زیر به دست می‌آید:

$$y_n = B_n y_n + X_n \quad \text{رابطه (۴)}$$

$$y_n = (I - B_n)^{-1} x_n = M_a \cdot X_n \quad \text{رابطه (۵)}$$

$$M_a = (I - B_n)^{-1} \quad \text{رابطه (۶)}$$

$$\delta y_n = M_a \cdot \delta X_n \quad \text{رابطه (۷)}$$

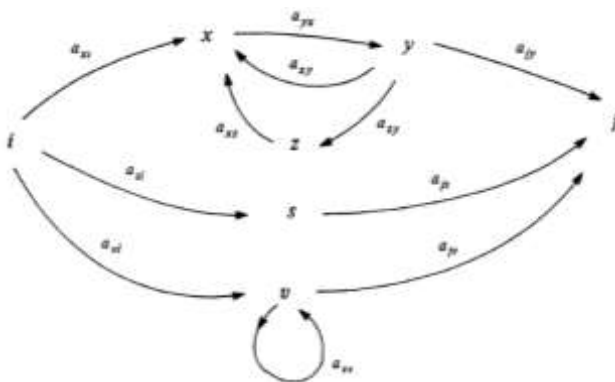
M_a یک ماتریس ضرایب فزاینده حسابداری است که اثرات همه‌جانبه زنجیره‌های پیوند سه حساب درون-زای تولید-عوامل تولید-مصرف-تولید را آشکار می‌کند. با این حال، این را که اثرات مستقیم و غیرمستقیم یک واحد اضافی از قطب مبدأ i بر قطب مقصد j چه مسیرهایی را طی کرده و چه مدارها و یا حلقه‌هایی را به وجود آورده است، نمی‌توان از طریق رویکرد ضرایب فزاینده حسابداری شناسایی کرد، بنابراین برای انجام این کار از رهیافت تحلیل مسیر ساختاری استفاده می‌شود (دفورنی و توریک، ۱۹۸۴؛ بانویی و همکاران، ۱۳۸۳).

رهیافت تحلیل مسیر ساختاری

در تجزیه ضرایب فزاینده به روش تحلیل ساختاری مسیر، مسیرهایی مختلفی که شوک‌های برون‌زا از طریق آن حساب‌های درون‌زا را تحت تأثیر قرار می‌دهند، مشخص می‌شود. به عبارت دیگر، می‌توان کانال‌های متفاوتی را که اثرهای شوک‌ها از طریق آن‌ها در یک سیستم اقتصادی انتقال می‌یابند، شناسایی کرد.

در تحلیل ساختاری مسیر، اثر حساب i بر هزینه‌ای است که i بر روی j صرف می‌کند و از طریق یک کمان انتقال می‌یابد. هر حساب یک قطب نامیده می‌شود و کمان کوتاه‌ترین مسیر ارتباطی بین دو قطب است. یک رشته از کمان‌های متوالی، مسیر را ایجاد می‌کنند. مسیری که از هر قطب تشکیل‌دهنده خود تنها یک بار عبور کند، مسیر ابتدایی، و مسیری که در آن قطب ابتدایی و انتهایی منطبق باشند، مدار نام دارد.

مجموعه کمان‌هایی که ارتباطات بین قطب‌های مختلف را ایجاد می‌کنند، یک شبکه را تشکیل می‌دهند که همان ساختار اقتصاد است (دفورنی و توربک، ۱۹۸۴) (شکل ۲).



شکل ۲. شبکه ای از مسیرهای ابتدایی و مدارهای متوالی از مبدأ i به مقصد j

در تحلیل ساختاری مسیر اثر تغییر در متغیر برون‌زا بر متغیر درون‌زا به سه جزء تقسیم می‌شود: اثر مستقیم، تأثیر کل که مجموع اثر مستقیم و غیر مستقیم است و تأثیر همه‌جانبه که از جمع تمام اثرهای حاصل می‌گردد. اثر مستقیم حساب i بر j از طریق یک مسیر اولیه منتقل شده و عبارت است از تغییر ایجاد شده در حساب j در اثر یک واحد تغییر در حساب i ، با فرض ثبات حساب‌های دیگر که در مسیر مورد نظر قرار ندارند. اثر مستقیم تأثیر کوتاه‌مدت یک حساب را بر حساب دیگر نشان می‌دهد و در طول یک کمان نشان داده می‌شود (رابطه (۸)).

$$I_{(i \rightarrow j)}^D = a_{ji} \quad \text{رابطه (۸)}$$

اگر در یک مسیر اولیه بیش از دو قطب وجود داشته باشد، اثر مستقیم از حاصل ضرب تأثیر ناشی از قطب‌های متوالی در طول مسیر حاصل می‌گردد.

$$I_{(i \dots j)}^D = a_{jn} \dots a_{mi} \quad \text{رابطه (۹)}$$

گاهی به دلیل وجود ارتباط متقابل میان برخی قطب‌ها، در طول یک مسیر مدارهایی ظاهر می‌شود که اثر مستقیم منتقل شده از طریق مسیر اولیه را تقویت می‌کند. بنابراین مدارها به طور غیرمستقیم بر قطب مقصد

اثر می گذارند:

$$I_{(i \rightarrow j)}^T = I_{(i \rightarrow j)}^D M_p \quad \text{رابطه (۱۰)}$$

در رابطه ۱۰، $I_{(i \rightarrow j)}^T$ تأثیر کل منتقل شده در مسیر بین قطب‌های i و j است. جزء اول این رابطه اثر مستقیم منتقل شده از مسیر اولیه بین دو قطب i و j بوده و جزء دوم یک ضریب فزاینده است که باعث تشدید اثر مستقیم منتقل شده از مسیر اولیه می‌گردد. این جزء، ضریب فزاینده مسیر نامیده می‌شود.

اثر همه‌جانبه، بر خلاف اثر مستقیم و تأثیر کل، تنها به یک مسیر انتقال اثرها محدود نمی‌شود؛ بلکه همه ارتباطات بین اجزای شبکه را پوشش می‌دهد. اثر همه‌جانبه حساب i بر j همان عناصر تشکیل‌دهنده ماتریس ضرایب فزاینده M_a می‌باشد، بنابراین در صورت وجود n مسیر اولیه بین دو حساب i و j ، اثر همه‌جانبه تغییر در حساب i بر حساب j از رابطه زیر حاصل می‌شود.

$$I_{(i \rightarrow j)}^G = m_{a_{ji}} = \sum_{p=1}^n I_{(i \rightarrow j)}^T M_p = \sum_{p=1}^n I_{(i \rightarrow j)}^D M_p \quad \text{رابطه (۱۱)}$$

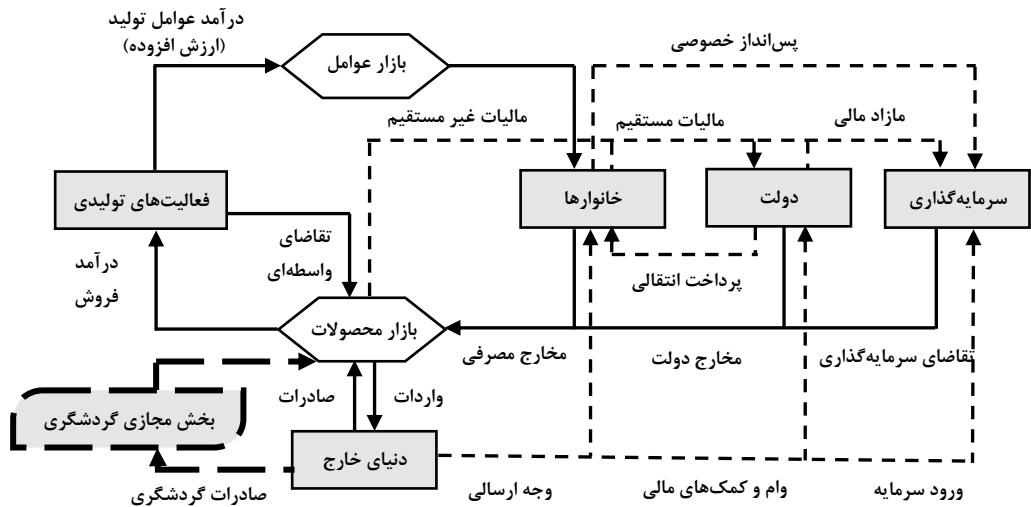
که $I_{(i \rightarrow j)}^G$ اثر همه‌جانبه تغییر در قطب i بر j است. این رابطه نشان می‌دهد اثر همه‌جانبه حساب i بر j می‌تواند به مجموعه‌ای از تأثیر کل تجزیه کرد. هر جزء مجموعه تأثیر کل نیز می‌تواند به اثر مستقیم و اثر فزاینده مسیر تجزیه شود. با تعیین مسیرهای مختلف اثرگذاری یک حساب بر دیگری و محاسبه ضرایب فزاینده هر مسیر و محاسبه اثر مستقیم، تأثیر کل و اثرهای همه‌جانبه برای هر مسیر می‌توان مسیری را که بیشتر اثرگذار است، مشخص نمود.

برای انجام این پژوهش، ماتریس حسابداری اجتماعی سال ۱۳۹۰ متناسب با موضوع در دوازده بخش تولیدی (کشاورزی، نفت و معادن، صنایع غذایی، صنایع، آب، برق و گاز، ساختمان، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و اقامت، رستوران، حمل و نقل، خدمات و گردشگری ورودی)، دو عامل تولید (نیروی کار و سرمایه)، شش گروه خانوار (خانوارهای کم‌درآمد، متوسط درآمد و پردرآمد شهری و خانوارهای کم‌درآمد، متوسط درآمد و پردرآمد روستایی)، شرکت، دولت، پس‌انداز و دنیای خارج تجمیع و استفاده شده است. برای تبیین و تحلیل اثرهای توسعه بخش گردشگری ورودی بر درآمد خانوارها و شرکتها از نرم‌افزار Simsp SAM استفاده شده است.

یافته‌ها

از آن جا که هدف این پژوهش، بررسی اثر توسعه گردشگری ورودی بر درآمد خانوارها و شرکت‌هاست، ماتریس حسابداری اجتماعی، متناسب با هدف پژوهش اصلاح شده است. این ماتریس جدید، بخش گردشگری را به شکل یک بخش مجازی که نقش واسطه را میان فعالیت‌های تولیدی و تقاضای نهایی ایفا می‌کند دربرمی‌گیرد. افزایش تولید این بخش درون‌زا، که خود حاصل تزریق در آن بخش مثلا از طریق سرمایه‌گذاری است، بر کل اقتصاد و به تبع آن، بر درآمد گروه‌های درآمدی خانوارهای شهری و روستایی و شرکت‌ها اثرگذار است.

شکل جایگاه بخش گردشگری را در معاملات اقتصادی ماتریس حسابداری اجتماعی ویژه این پژوهش نشان می‌دهد. بخش مجازی گردشگری، محصولات فعالیت‌های تولیدی مختلف را خریداری کرده و به شکل صادرات در اختیار گردشگران خارجی قرار می‌دهد. جریان پولی این معامله نیز در قالب درآمد صادراتی به بخش مجازی گردشگری وارد شده و بابت خرید محصولات گردشگری به بازار محصولات منتقل می‌شود. این بخش مجازی پیوندی میان دو سمت عرضه و تقاضا ایجاد می‌کند. همسو با این مباحث نظری، در ماتریس حسابداری اجتماعی نیز بخش گردشگری از حساب صادرات تفکیک شده و به حساب تولید منتقل می‌گردد و به این ترتیب از حسابی برون‌زا به حسابی درون‌زا تبدیل می‌شود که امکان مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی برای آن فراهم می‌شود.



شکل ۳. جریان چرخشی اقتصاد شامل بخش گردشگری ورودی؛ منبع: نگارنده؛ با اقتباس از بریزینگر، تامس و ترلو (۲۰۰۹: ۱)

برای تفکیک حساب گردشگری ورودی از حساب صادرات، ابتدا بر اساس کل صادرات گردشگری^۱ ایران در سال ۱۳۹۰ (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۵: ۱۳) و سهم هر یک از بخش‌های اقتصادی از این مخارج، بردار صادرات گردشگری تشکیل شده است. به طور کل، مخارج گردشگران ورودی به ایران برای هتل و اقامت (۲۸٪)، حمل و نقل (۲۳٪)، تهیه و صرف غذا در رستوران (۲۱٪)، خرید (۱۶٪)، خرید محصولات غذایی و آشامیدنی (۶/۴٪)، سایر خدمات (۵/۶٪) هزینه می‌شود (علیزاده، ۱۳۹۶). در خصوص مخارج گردشگران ورودی به ایران، صباغ کرمانی و امیریان (۱۳۷۹) با اشاره به گزارش طرح جامع توریسم ایران بیان می‌کنند که مخارج عمده مربوط به خرید، شامل خرید فرش و صنایع دستی ایران یعنی بخش صنایع است. بنابراین در این پژوهش این مخارج در بخش صنایع قرار می‌گیرد.

سپس، بر اساس کل صادرات گردشگری ایران در سال ۱۳۹۰ و توزیع آن، میزان مخارج گردشگران ورودی در هر زیربخش گردشگری مشخص می‌شود. طبق توزیع اولیه مخارج گردشگران، سهم مخارج بخش هتل و اقامت و رستوران از کل صادرات آن بخش بیشتر می‌شود (جدول ۱). بنابراین، ابتدا کل

صادرات این دو بخش به بخش گردشگری تخصیص داده می‌شود، زیرا ماهیت صادرات بخش اقامت و رستوران به گونه‌ای است که می‌توان درآمد آن را به گردشگری نسبت داد (هارا، ۱۳۹۶: ۲۳۲). سپس، می‌بایست بر اساس سهم اولیه مخارج در زیربخش‌ها و تغییرات ایجاد شده، سهم جدید آن‌ها را از صادرات گردشگری تعیین کرد (قادری، ۱۳۹۴: ۸۱).

برای ایجاد ماتریس حسابداری اجتماعی ویژه گردشگری، ابتدا می‌بایست طبق مقادیر محاسبه شده در بالا، صادرات را به دو بخش گردشگری و غیرگردشگری تجزیه کرد. سپس حساب گردشگری را به عنوان یک بخش مجازی به حساب تولید منتقل کرد. ویژگی‌های ذکر شده درباره بخش مجازی گردشگری و نحوه تعامل آن با سایر اجزای اقتصادی در ماتریس حسابداری اجتماعی اصلاح شده نیز دیده می‌شود. ستون حساب بخش مجازی گردشگری نشان می‌دهد که این بخش با سایر بخش‌های اقتصادی در تعامل است و از آن‌ها محصولاتی را خریداری می‌کند. این بخش برای این فعالیت واسطه‌گری خود نیازی به نیروی کار و سرمایه ندارد. همچنین وارداتی نیز از دنیای خارج ندارد. سطر مربوط به بخش مجازی گردشگری ورودی نیز نشان می‌دهد که این بخش مجموع آن چه را که از سایر بخش‌ها فراهم کرده است، به صورت یک محصول مرکب به بخش دنیای خارج عرضه می‌کند. این ماتریس حسابداری اجتماعی مبنای محاسبات مربوط به ضرایب فزاینده و تجزیه آن‌ها قرار می‌گیرد.

جدول ۴. صادرات گردشگری ایران در سال ۱۳۹۰

بخش متناظر در ماتریس حسابداری اجتماعی	سهم اولیه بر اساس علیزاده (۱۳۹۶)	سهم نهایی از صادرات گردشگری	صادرات گردشگری ۱۳۹۰ (میلیون ریال)
صنایع غذایی (FOD)	۰/۰۶۴	۰/۰۸۷۷	۲۳۵۳۸۳۱/۳۰
سایر صنایع (IND)	۰/۱۶	۰/۲۱۹۱	۵۸۴۵۷۸/۲۵
هتل و اقامت (HTL)	۰/۲۸	۰/۲۲۳۶	۶۰۰۳۹۲۶/۷۸
رستوران (RST)	۰/۲۱	۰/۰۷۷۸	۲۰۸۷۹۸۰/۰۴
حمل و نقل (TRN)	۰/۲۳	۰/۳۱۵۱	۸۴۵۹۰۸۱/۲۴
سایر خدمات (SRV)	۰/۰۵۶	۰/۰۷۶۷	۲۰۵۹۶۰۲/۳۹
کل	۱	۱	۲۶۸۴۹۰۰۰

منبع. محاسبات تحقیق بر اساس علیزاده (۱۳۹۶)، شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۵: ۱۳) و ماتریس حسابداری اجتماعی

(۱۳۹۰).

در این پژوهش، علاوه بر محاسبه اثر همه‌جانبه توسعه گردشگری بر درآمد خانوارها و شرکت‌ها که از طریق ضرایب فزاینده کلی به دست می‌آید، جزئیات این ضرایب فزاینده نیز با به‌کارگیری رویکرد تحلیل مسیر ساختاری تبیین می‌شود. تحلیل مسیر ساختاری اثرات همه‌جانبه توسعه گردشگری بر خانوارها و شرکت‌ها را که همان ضرایب فزاینده کلی درآمدی است، در طول مسیرهای مختلف نشان می‌دهد. جدول ۶ اثر رشد بخش گردشگری ورودی را بر درآمد گروه‌های مختلف خانوارها و شرکت‌ها نشان می‌دهد.

طبق نتایج جدول ۶، یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورودی به ترتیب سبب افزایش درآمد خانوارهای کم‌درآمد، متوسط‌درآمد و پردرآمد شهری به مقدار ۰/۱۱۴، ۰/۲۱۰ و ۰/۲۱۹ میلیارد ریال خواهد شد. این افزایش درآمد برای خانوارهای کم‌درآمد، متوسط‌درآمد و پردرآمد روستایی به ترتیب برابر با ۰/۰۲۸، ۰/۰۵۱ و ۰/۰۵۴ میلیارد ریال خواهد بود. در هر دو گروه شهری و روستایی، خانوارهایی که درآمد بیشتری دارند، از این توسعه نیز نفع بیشتری کسب کرده و افزایش درآمد بیشتری را تجربه می‌کنند. نسبت افزایش درآمد گروه‌های درآمدی شهری به گروه‌های روستایی بسیار بزرگ‌تر از یک و حدود چهار برابر است. این نسبت چهار برابری به این معناست که چنانچه بخش گردشگری ورودی رشد یابد، خانوارهای شهری در هر گروه درآمدی حدود چهار برابر بیشتر از خانوارهای روستایی در همان گروه درآمدی از این توسعه بهره‌مند می‌شوند. همچنین، یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورودی درآمد شرکت‌ها را ۰/۳۵۹ میلیارد ریال افزایش می‌دهد.

جدول ۵. ضرایب فزاینده درآمدی توسعه بخش گردشگری ورودی

شرکت‌ها	خانوارهای روستایی			خانوارهای شهری		
	پردرآمد	متوسط‌درآمد	کم‌درآمد	پردرآمد	متوسط‌درآمد	کم‌درآمد
۰/۳۵۹	۰/۰۵۴	۰/۰۵۱	۰/۰۲۸	۰/۲۱۹	۰/۲۱۰	۰/۱۱۴

منبع. محاسبات تحقیق حاضر

ضرایب موجود در جدول اثر همه‌جانبه توسعه گردشگری ورودی بر درآمد خانوارها و شرکت‌ها را نشان می‌دهد. برای این که بتوان تحلیل دقیق‌تری از این وضعیت داشت و به درک بهتری از چگونگی اثرگذاری توسعه گردشگری ورودی بر درآمد گروه‌های خانوارها و شرکت‌ها دست یافت، می‌بایست مسیرهای این

اثرگذاری شناسایی و تبیین شود. در ادامه نتایج مربوط به مسیرهای اثرگذاری از مبدأ توسعه بخش گردشگری ورودی تا مقصد شش گروه‌های درآمدی خانوارهای شهری و روستایی و شرکت‌ها بیان می‌شود.

نتایج تحلیل مسیر ساختاری اثر رشد بخش گردشگری ورودی بر درآمد خانوارهای کم‌درآمد شهری نشان می‌دهد که با تزریق یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری به بخش گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای کم‌درآمد شهری ۰/۱۱۴۳ میلیارد دلار افزایش می‌یابد. بیشترین اثرگذاری از طریق بخش حمل و نقل به خانوارهای کم‌درآمد شهری می‌رسد. این مسیر از آن جهت دارای اهمیت است که بیشترین تأثیر مستقیم را نیز بر این گروه خانوارها دارد و می‌تواند سریع‌تر از سایر مسیرها گروه خانوار کم‌درآمد شهری را از افزایش درآمد حاصل از توسعه گردشگری ورودی بهره‌مند سازد. این انتقال درآمد در بیشتر مسیرهای ارائه شده از طریق عامل تولید نیروی کار صورت می‌گیرد و تنها دو مسیر از عامل تولید سرمایه عبور می‌کند که آن‌ها نیز سهم اندکی از تأثیر کل دارند.

با تزریق یک میلیارد ریال به گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای متوسط درآمد شهری ۰/۲۱۰۵ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. بیشترین سهم از این اثر از طریق بخش حمل و نقل و سپس نیروی کار منتقل می‌شود. این مسیر بیشترین تأثیر مستقیم را بر درآمد این خانوارها دارد، بنابراین در صورتی که سرعت انتقال اثر در سیاست‌گذاری توزیع درآمد اهمیت داشته باشد، این مسیر می‌تواند سریع‌تر درآمد گردشگری را به خانوارهای متوسط درآمد شهری منتقل کند. در بیشتر مسیرها افزایش درآمد از طریق نیروی کار به این خانوارها منتقل می‌شود و تنها چهار مسیر است که از عامل سرمایه عبور می‌کند، که در مقایسه با سایر مسیرها و تأثیر کل هم اثرگذاری اندکی دارد.

با تزریق یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری به بخش گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای پردرآمد شهری ۰/۲۱۹۹ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. بیشترین سهم این اثرگذاری از طریق مسیری است که از بخش حمل و نقل و عامل تولید نیروی کار می‌گذرد، که علاوه بر داشتن بیشترین سهم از تأثیر همه‌جانبه رشد گردشگری بر افزایش درآمد خانوارهای پردرآمد شهری، دارای بیشترین تأثیر مستقیم نیز است و می‌تواند این اثرات را در زمان کمتری نسبت به سایر مسیرها به مقصد خانوارهای پردرآمد شهری منتقل کند. در

این مسیرهای اثرگذاری، عامل تولید نیروی کار نقش بیشتری را نسبت به سرمایه ایفا می‌کند و درآمد بیشتری را به گروه درآمدی از خانوارها منتقل می‌کند.

با یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای کم‌درآمد روستایی ۰/۰۲۸۴ میلیارد ریال افزایش می‌یابد که این افزایش در مقایسه با گروه درآمدی مشابه در شهرها بسیار کمتر است. حدود ۳۳ درصد از این افزایش درآمد از طریق بخش حمل و نقل و عامل تولید نیروی کار به دست این خانوارها می‌رسد.

با یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای متوسط درآمد روستایی ۰/۰۵۱۳ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. بیشترین سهم اثرگذاری مربوط است به مسیری که دربرگیرنده بخش حمل و نقل و عامل تولید نیروی کار است. حدود ۳۳ درصد از تأثیر همه‌جانبه رشد بخش گردشگری از طریق همین مسیر به خانوارهای متوسط درآمد روستایی منتقل می‌شود. همانند گروه خانوارهای کم‌درآمد روستایی، این گروه نیز تنها در دو مسیر از طریق عامل تولید سرمایه از افزایش درآمد بهره‌مند می‌شوند و منافع حاصل از توسعه بخش گردشگری ورودی عمدتاً از طریق نیروی کار است که به آن‌ها منتقل می‌شود.

با سرمایه‌گذاری یک میلیارد ریال در توسعه گردشگری ورودی، درآمد خانوارهای پردرآمد روستایی ۰/۰۵۴۷ میلیارد ریال افزایش می‌یابد که حدود ۳۲ درصد از آن از طریق مسیر بخش حمل و نقل و عامل نیروی کار به خانوارها منتقل می‌شود. این مسیر انتقال درآمد برای سایر گروه‌های خانوارها نیز اهمیت زیادی دارد.

نتایج تحلیل مسیر ساختاری اثر رشد گردشگری ورودی بر درآمد شرکتها نشان می‌دهد که با سرمایه‌گذاری یک میلیارد ریال در توسعه این بخش، درآمد شرکتها ۰/۳۵۹۶ میلیارد ریال افزایش می‌یابد. این افزایش درآمد بسیار بیشتر از افزایش درآمدی است که خانوارها، حتی گروه خانوار پردرآمد شهری، در اثر این توسعه تجربه می‌کنند. حدود ۱۵ درصد از این افزایش درآمد از مسیر بخش حمل و نقل و عامل تولید سرمایه، و حدود ۱۱ درصد از این افزایش درآمد از طریق بخش صنایع و عامل تولید سرمایه در اختیار شرکتها قرار می‌گیرد.

نتیجه گیری

در این پژوهش از ماتریس حسابداری اجتماعی سال ۱۳۹۰ و آمار صادرات گردشگری ایران در سال ۱۳۹۰ استفاده شده است. به منظور درک بهتر نتایج، ۷۱ بخش ماتریس متناسب با موضوع پژوهش در ۱۲ بخش کشاورزی، نفت و معادن، صنایع غذایی، سایر صنایع، آب، برق و گاز، ساختمان، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، هتل و اقامت، رستوران، حمل‌ونقل، سایر خدمات و بخش مجازی گردشگری ورودی تجمیع شده است.

ایجاد بخش مجازی گردشگری ورودی به عنوان یک حساب درون‌زا در ماتریس حسابداری اجتماعی وجه تمایز این پژوهش است. بخش مجازی گردشگری که در حساب تولید جای گرفته، نقش واسطه‌گری میان عرضه و تقاضای گردشگری ایفا می‌کند و آن‌ها را به هم پیوند می‌دهد. این بخش از سایر بخش‌های اقتصادی، محصولاتی را تهیه کرده و بدون این که خود با به‌کارگیری عوامل تولید نقشی فعال در تولید این محصولات داشته باشد، آن‌ها را به شکل محصول صادراتی به گردشگران خارجی عرضه کرده و درآمد کسب می‌کند.

با قرارگیری بخش گردشگری ورودی در حساب تولید ماتریس حسابداری اجتماعی، می‌توان اثر سیاست‌های تزریقی مربوط به این بخش را بررسی کرد. نتایج نشان می‌دهد که با افزایش یک میلیارد ریال سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری ورودی، درآمد خانوارها و شرکت‌ها افزایش می‌یابد. این افزایش درآمد برای خانوارهای کم‌درآمد، متوسط‌درآمد و پردرآمد شهری به ترتیب به میزان ۰/۱۱۴، ۰/۲۱۰ و ۰/۲۱۹ میلیارد ریال و برای خانوارهای کم‌درآمد، متوسط‌درآمد و پردرآمد روستایی به ترتیب ۰/۲۸، ۰/۵۱ و ۰/۵۴ میلیارد ریال می‌باشد. افزایش درآمد شرکت‌ها نیز ۰/۳۵۹ میلیارد ریال خواهد بود. بدین ترتیب، بیشترین افزایش درآمد را شرکت‌ها خواهند داشت، که این می‌تواند به دلیل بهره‌مندی آن‌ها از سهم قابل توجهی از عامل تولید سرمایه باشد. توزیع منافع درآمدی میان خانوارها به گونه‌ای است که خانوارهای پردرآمد بیشتر از خانوارهای کم‌درآمد و خانوارهای شهری بسیار بیشتر از خانوارهای روستایی از آن بهره‌مند می‌شوند. به منظور توزیع بهتر این درآمد و کاهش شکاف درآمدی می‌توان گونه‌هایی از گردشگری را که مشارکت بیشتر جوامع روستایی و حاشیه‌ای را در بر دارند، توسعه داد. طبق یافته‌های این پژوهش باید

توجه داشت که تفکر رایج درباره گردشگری به عنوان یک بخش خدماتی کاربر که می‌تواند گروه‌های کم-درآمد را منتفع سازد، حداقل در مقصد ایران نیازمند بازاندیشی است.

طبق نتایج تحلیل مسیر ساختاری، بیشترین میزان درآمد توسعه بخش گردشگری از طریق بخش حمل و نقل به خانوارها و شرکتها می‌رسد. این مقدار برای خانوارها بیش از ۳۰٪ از کل درآمد دریافتی از توسعه گردشگری و برای شرکتها حدود ۱۵٪ است. بیشترین سهم درآمد حاصل از مسیر حمل و نقل از طریق عامل تولید نیروی کار به دست خانوارها می‌رسد، در حالی که شرکتها از طریق سرمایه از این درآمد بهره‌مند می‌شوند.

بخش خدمات رتبه دوم را در انتقال درآمد توسعه گردشگری ورودی به خانوارها دارد. گروه‌های خانوار هر یک حدود ۷٪ از درآمد حاصل از توسعه گردشگری ورودی خود را از بخش خدمات و از طریق نیروی کار دریافت می‌کنند. در حالی که جایگاه بخش خدمات از نظر اهمیت آن در انتقال درآمد گردشگری به شرکتها، رتبه سوم و از طریق سرمایه است. شرکتها حدود ۸٪ از درآمد گردشگری را از این مسیر کسب می‌کنند. بخش صنایع در انتقال این درآمد به شرکتها اهمیت بیشتری دارد و حدود ۱۱٪ از این درآمد را به آنها منتقل می‌کند.

نکته مهم دیگر این است که بخش هتل که معمولاً به عنوان بخش معرف گردشگری در پژوهش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد، حدود ۷٪ از درآمد گردشگری ورودی را به خانوار منتقل می‌کند. این سهم در مورد شرکتها هم همین مقدار است، اما درآمد شرکتها از طریق سرمایه و درآمد خانوارها از طریق نیروی کار منتقل می‌شود.

بیشترین ضریب فزاینده مسیر در انتقال درآمد به خانوارها به مسیرهایی با طول بیشتر تعلق دارد، یعنی مسیرهایی که علاوه بر قطب مبدأ از دو بخش تولیدی دیگر نیز عبور می‌کنند. این موضوع نشان می‌دهد که هر چه پیوند میان بخش‌های اقتصاد بیشتر باشد و تبدلات واسطه‌ای بیشتری میان آنها صورت گیرد، تزریق یک واحد سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری می‌تواند اثر بیشتری بر افزایش درآمدها داشته باشد. زیربخش‌های گردشگری می‌توانند با تأمین نیازهای خود از سایر بخشها در قالب مصرف واسطه‌ای، به

جای تأمین از طریق واردات در فزاینده‌گی این اثر درآمدی نقش مهمی ایفا کرده و از نشت منافع آن به خارج از نظام اقتصادی جلوگیری کنند.

نکته مهم دیگر، نقش عامل تولید نیروی کار در درآمدزایی گردشگری ورودی برای خانوارها و نقش سرمایه برای شرکت‌ها است. در ادبیات گردشگری، از این بخش، بیشتر به عنوان بخشی کاربر یاد می‌شود تا سرمایه‌بر، که این موضوع به دلیل ماهیت خدماتی اغلب زیربخش‌های گردشگری است. این نتایج نشان می‌دهد با وجود اهمیت فراوان نیروی کار در تولید و عرضه محصولات گردشگری ورودی، بیشترین مقدار از درآمد حاصل از این توسعه از طریق عامل تولید سرمایه ایجاد شده است که سهم عمده‌ای از آن در اختیار شرکت‌ها قرار دارد.

با توجه به آن چه گفته شد، می‌توان دریافت که تنها توجه به مقدار مطلق صادرات گردشگری و حتی محاسبه ضرایب فزاینده درآمدی مربوط به آن نمی‌تواند تصویری دقیق از سازوکار اثرگذاری رشد گردشگری ورودی بر درآمد نهادهای اجتماعی ارائه دهد. بنابراین توجه به مسیرهای این اثرگذاری برای پرداختن به موضوع توزیع درآمد و پراکنده‌گی منافع حاصل از این توسعه در سطح جامعه ضروری است. شناسایی و توجه به مسیرهایی که می‌تواند اثرات را سریع‌تر منتقل کند، می‌تواند فرایند رشد را تسهیل کرده و سیاست‌گذاران را در بهره‌گیری از منافع توسعه گردشگری جهت تحقق عدالت اجتماعی، درآمدزایی برای نهادها و همچنین کاهش شکاف طبقاتی میان خانوارها راهنمایی کند. بنابراین پیشنهاد می‌شود پیش از حمایت از رشد گردشگری به عنوان یک ابزار توسعه‌بخش، اهداف توسعه مورد توجه قرار گیرد و بهترین مسیر جهت دستیابی به این اهداف شناسایی شود.

منابع

- بانوئی، ع؛ جلوداری ممقانی، م؛ اندایش، ی؛ علیزاده، ح. و محمودی، م. (۱۳۸۳). «بررسی کمی تعاملات بخش‌های اصلی اقتصاد کشور در قالب تحلیل مسیر ساختاری». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی/ایران. ۲۰. ۲۷-۵۳.
- تاج‌علی، م. (۱۳۸۵). «بررسی اثرات اقتصادی گردشگری در جمهوری اسلامی ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه الزهرا. تهران.

- جعفری صمیمی، ا. و خیره، ش. (۱۳۹۴). «اثر گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران». فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۴ (۱۵). ۸۵-۱۰۳.
- دفتر مطالعات اقتصادی. (۱۳۹۴). وضعیت توزیع درآمد در ایران. گروه اقتصاد کلان و مدل‌سازی. تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- شریفی رنانی، ح؛ صفایی شکیب، م. و عمادزاده، م. (۱۳۸۸). «بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران (در سال‌های ۱۳۶۷-۱۳۸۷)». اقتصاد مالی، ۲ (۶). ۲۰-۱.
- صباغ کرمانی، م. و امیریان، س. (۱۳۷۹). «بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده-ستانده». پژوهشنامه بازرگانی، ۱۶ (۱). ۵۷-۸۳.
- صمدی، ع. (۱۳۸۳). «ارزیابی میزان اشتغال‌زایی جذب توریست بر اساس الگوی ایستای داده-ستانده منطقه‌ای (مطالعه موردی استان فارس)». فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، ۱۱ (۱۲ و ۱۱). ۴۳-۶۸.
- طیپی، س؛ بابکی، ر. و جباری، ا. (۱۳۸۶). «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران (۱۳۳۸-۱۳۸۳)». پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۲۶ (۲). ۸۳-۱۱۰.
- طیپی، س؛ جباری، ا. و بابکی، ر. (۱۳۸۷). «بررسی رابطه علی بین گردشگری و رشد اقتصادی (مطالعه موردی ایران، کشورهای OECD به علاوه کشورهای منتخب)». دانش و توسعه، ۲۴ (۲). ۶۳-۸۴.
- علی‌زاده، و. (۱۳۹۶). «برآورد سهم و اثرات اقتصاد گردشگری در اقتصاد ایران: یک رهیافت تعادل عمومی». رساله دکتری. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- عیسی‌زاده، س. و قدسی، س. (۱۳۹۱). «محاسبه ضرایب اشتغال‌زایی بخش گردشگری در اقتصاد ایران: با استفاده از مدل داده-ستانده». مطالعات جهانگردی، ۷ (۱۷). ۱۵۱-۱۷۲.
- قادی، د. (۱۳۹۴). «سنجش آثار افزایش مخارج گردشگری خارجی بر تولید و توزیع درآمد نهادی با استفاده از رویکرد ماتریس حسابداری اجتماعی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- کهنسال، م. و توحیدی، ا. (۱۳۹۲). «بررسی رابطه علی میان گردشگری و رشد اقتصادی در کشورهای عضو منطقه منا». فصلنامه اقتصاد مقداری (فصلنامه بررسی‌های اقتصادی)، ۱۰ (۴). ۵۵-۷۲.
- مرتضوی، ا. و کیانی ده‌کیانی، م. (۱۳۹۷). «تحلیل اثرات افزایش تولید بخش کشاورزی بر سایر بخش‌ها و گروه‌های درآمدی، با استفاده از رهیافت تحلیل مسیر ساختاری». فصلنامه تحقیقات اقتصادی، ۵۲ (۴). ۹۱۱-۹۴۰.
- موسوی، م. ح؛ سادات اصل، ز. و سادات اصل، ل. (۱۳۹۷). «توزیع درآمد گردشگری روستایی بین بخش‌های کلیدی اقتصاد». فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۴۱. ۱۳۷-۱۵۶.

- مهرابی بشرآبادی، ح؛ جلایی اسفندآبادی، س؛ شکیبایی، ع. و جاودان، ا. (۱۳۹۰). «بررسی نقش گردشگری در اقتصاد استان کرمان و توسعه کالبدی شهرستان‌های آن». مدیریت شهری. (۲۶). ۱۳۹-۱۵۱.
- میرزایی، ح. و جلیلی، س. (۱۳۹۰). «تأثیر توسعه گردشگری بر رشد اقتصادی (مقایسه ایران و کشورهای منتخب)». علوم اقتصادی، (۱۵)۵. ۷۳-۹۱.
- نصراللهی، خ؛ اکبری، ن. و رمضانی، ص. (۱۳۹۲). «ایجاد، تخصیص، توزیع، مصرف و پس‌انداز درآمد ارزی حاصل از مخارج گردشگری بین‌المللی در بخش‌های مختلف اقتصادی استان اصفهان». پژوهش‌های اقتصادی. ۱۳ (۱). ۱-۲۳.
- هارا، ت. (۱۳۹۶). تحلیل کمی در صنعت گردشگری. ن. عباس‌پور و ر. محمدعلی‌پور. تهران: مه‌کامه.
- یاوری، ک؛ رضاقلی‌زاده، م؛ آقایی، م. و مصطفوی، س. (۱۳۸۹). «تأثیر مخارج توریسم بر رشد اقتصادی کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی (OIC)». مجله تحقیقات اقتصادی. ۴۵ (۲). ۲۱۹-۲۴۳.

- Akkemik, K. A. (2012). Assessing the Importance of International Tourism for the Turkish Economy: as social accounting matrix analysis. *Tourism Management*, 33(4), 790-801.
- Albqami, R. (2004). Economic impact of tourism sector on Saudi Arabian economy. *International Conference on Input-Output and General Equilibrium*. Brussels.
- Arabsheibani, G. R., & Labarthe, A. D. (2002). Tourism multiplier effects on Peru. *Brazilian Journal of Business Economics*, 2(3), 31-45.
- Archer, B. (1995). Importance of tourism for the economy of Bermuda. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 918-930.
- Archer, B. (1996). Economic impact analysis. *Annals of tourism research*, 704-707.
- Archer, B., & Fletcher, J. (1996). The economic impact of tourism in the Seychelles. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 32-47.
- Aykac, A. (2010). Tourism Employment: Towards an Integrated Policy Approach. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 11-27.
- Baum, T. (1989). Scope of the Tourism Industry and its Employment Impact in Ireland. *The Service Industries Journal*, 9(1), 140-151.
- Breisinger, C., Thomas, M., & Thurlow, J. (2009). *Social Accounting Matrices and Multiplier Analysis*. Washington D.C.: International Food Policy Research Institute.
- Briassoulis, H. (1991). Methodological issues: tourism input-output analysis. *Annals of tourism research*, 485-495.
- Chhabra, D., Sills, E., & Cabbage, F. (2003). The significance of festivals to rural economies: estimating the economic impacts of Scottish Highland Games in North Carolina. *Journal of Travel Research*, 41(4), 421-427.
- Choy, D. J. (1995). The quality of tourism employment. *Tourism Management*, 16(2), 129-137.
- Defourney, J., & Thorbecke, E. (1984). Structural Path Analysis and Multiplier Decomposition within a Social Accounting Matrix Framework. *The Economic Journal*, 94(373), 111-136.

- Fletcher, J. E. (1989). Input-Output analysis and tourism impact studies. *Annals of tourism research*, 16, 514-529.
- Fretchling, D. C., & Horvath, E. (1999). Estimating the multiplier effects of tourism expenditure on local economy through a regional input-output model. *Journal of Travel Research*, 37(4), 324-332.
- Gul, H. (2013). Economic impact of an increase in the foreign tourism receipts: a SAM-based income multiplier analysis for Turkey. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 1(1), 17-36.
- Hara, T. (2008). *Quantitative tourism industry analysis: introduction to input-output, social accounting matrix modeling and tourism satellite accounts*. Routledge.
- Hara, T., & Naipaul, S. (2008). Agritourism as a Catalyst for Improving the Quality of the Life in Rural Regions. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 9(1), 1-33.
- Heng, T., & Low, L. (1990). Economic impact of tourism in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 17(2), 246-269.
- Henry, E. W., & Deane, B. (1997). The contribution of tourism to the economy of Ireland in 1990 and 1995. *Tourism Management*, 18(8), 535-553.
- Kweka, J., Morrissey, O., & Blake, A. (2003). The economic potential of tourism in Tanzania. *Journal of International Development*, 15(3), 335-351.
- Lee, C. K., & Taylor, T. (2005). Critical Reflections on the Economic Impact Assessment of a Mega-Event: the case of 2002 FIFA World Cup. *Tourism Management*, 26(4), 595-603.
- Li, J., & Lian, C. (2010). An empirical study on relative income determination of tourism industries with Social Accounting Matrix of Jiangsu Province. *Tourism and Hospitality Research*, 10-3, 219-233.
- Liu, A., & Liu, H.-h. (2008). Tourism Employment Issues in Malaysia. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 7(2), 163-179.
- Liu, J., & Var, T. (1983). The economic impact of tourism in metropolitan Victoria, BC. *Journal of Travel Research*, 22(2), 8-15.
- Liu, J., Var, T., & Timur, A. (1984). Tourist-income Multipliers for Turkey. *Tourism Management*, 5(4), 280-287.
- Llop, M., & Ponce-Alifonso, X. (2015). Identifying the Role of Final Consumption in Structural Path Analysis: An application of water uses. *Ecological Economics*(109), 203-210.
- Mazumder, M. N., Ahmed, E. M., & Raquib, M. A. (2011). Estimating total contribution of tourism to Malaysian economy. *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, 2(3), 29-34.
- Mistilis, N., & Dwyer, L. (1999). Tourism gateways and regional economies. *The International Journal of Tourism Research*, 1(6), 441-457.
- Parlett, G., Fletcher, J., & Cooper, C. (1995). The impact of tourism on the Old Town of Edinburgh. *Tourism Management*, 16(5), 355-360.
- Prasad, N., & Kulshrestha, M. (2016). Employment generation in tourism industry: an input-output analysis. *The Indian Journal of Labour Economics*, 1-13.

- Pyatt, G., & Round, J. I. (1979). Accounting and Fixed Price Multipliers in a Social Accounting Matrix Framework. *The Economic Journal*, 89(356), 850-873.
- Round, J. (2003). Social accounting matrices and SAM-based multiplier analysis. In F. Bourguignon, *The impact of economic policies on poverty and income distribution: evaluation techniques and tools* (pp. 261-276). World Bank Publications.
- Ruiz, A. L. (1985). Tourism and the economy of Puerto Rico: an input-output approach. *Tourism Management*, 6(1), 61-65.
- Sahli, M., & Hazari, B. R. (2005). Tourism, Employment and National Welfare. *Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics*, 12(2), 155-164.
- Snyman, S. L. (2012). The role of tourism employment in poverty reduction and community perceptions of conservation and tourism in southern Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 395-416.
- Surugiu, C., Frent, C., & Surugiu, M. (2009). Tourism and its impact upon the Romanian economy: an input-output approach. *Analele Stiintifice ale Universitatii "Alexandru Ioan Cuza" din Iasi-Stiinte Economice*, 56, 355-376.
- Thorbecke, E. (1997). Social Accounting Matrices and Social Accounting Analysis. In W. Isard, I. J. Azis, M. P. Drennan, R. E. Miller, S. Saltzman, & E. Thorbecke, *Methods of Interregional and Regional Analysis* (pp. 281-332). Routledge.
- UNWTO. (2017). *UNWTO Annual Report 2016*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO. (2018). *Tourism Highlights, 2018 edition*. Madrid: UNWTO.
- Vanhove, N. (1981). Tourism and employment. *International Journal of tourism Management*, 2(3), 162-175.
- Wagner, J. E. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592-608.
- West, G. R. (1993). Economic Significance of Tourism in Queensland. *Annals of Tourism Research*, 20(3), 490-504.
- West, G., & Gamage, A. (2001). Macro effects of Tourism in Victoria, Australia. *Journal of Travel Research*, 40(1), 101-109.
- WTTC. (2015). *Travel and Tourism Economic Impact, 2015, Iran*. London: WTTC.
- WTTC. (2018). *Travel and Tourism Economic Impact 2018, Iran*. London: WTTC.
- Zhou, D., Yanagida, J. F., Chakravorty, U., & Leung, P. (1997). Estimating economic impacts from tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 76-89.