



محاسبه و مقایسه‌ی کارایی گردشگری در بین استان‌های مرزی و غیرمرزی ایران

مریم اسدیپورکردی

دانش‌آموخته دکتری اقتصاد منابع طبیعی و محیط زیست دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری
Asadpoor77@gmail.com

چکیده

صنعت گردشگری با تأثیر مثبت در افزایش درآمدها، فرصت‌های شغلی، تعادل تجارت خارجی و همچنین تأثیرات فرهنگی که منجر به توسعه آن در جوامع می‌شود، در کشورهای مختلف و مناطق مختلف جهان به موقعیت برجسته‌ای دست یافته است بدین منظور در این تحقیق با توجه به اهمیت این صنعت در ایران که دارای پتانسیل‌های زیادی در بخش گردشگری است به بررسی کارایی صنعت گردشگری در کشور به تفکیک استان‌های مرزی و غیر مرزی پرداخته شد. محاسبه کارایی به روش تحلیل پوششی داده‌ها طی انجام گرفته و نتایج آن نشان داد که، برای استان‌های مرزی تنها 2 استان اردبیل و گیلان در تمامی سال‌های کارا عمل کرده و به کارایی یک رسیده‌اند و در استان‌های غیرمرزی 3 استان تهران، قم و کهگیلویه و بویراحمد به کارایی کامل رسیده‌اند. بنابراین در هرگروه از استان‌ها، سایر استان‌ها که طبق نتایج ناکارا عمل کرده‌اند می‌توانند استان‌های کارا در گروه خود را به‌عنوان الگوی خود قرار داده تا به کارایی کامل برسند.

کلمات کلیدی: گردشگری، تحلیل پوششی داده‌ها، استان‌های غیرمرزی، کارایی، استان‌های مرزی.

مقدمه

صنعت گردشگری پس از اتمام جنگ جهانی دوم (1950)، با گسترش شهرنشینی، کاهش ساعات کار، توسعه‌ی روزافزون راه‌ها و شبکه‌های حمل و نقل، ارتقای سطح فرهنگ عمومی و اصلاح قوانین و مقررات تحوّل شگرف یافت، به‌طوری‌که امروزه گردشگری به یک پدیده و از نمادهای عصر تمدن تبدیل شده است (گوسلینگ¹ و همکاران، 2018). به‌علت ویژگی‌های منحصر به‌فرد گردشگری، این صنعت از سوی دانشمندان و صاحب‌نظران به صادرات پنهان و صنعت بدون دود شهرت یافته است. این صنعت در سال‌های اخیر در رشته‌های مطرح اقتصادی جهان بعد از نفت و خودروسازی مقام سوم را دارا بوده و جایگاه برجسته‌ای در کشورهای مختلف جهان به‌دست آورده که تأثیر مثبتی بر افزایش درآمد، فرصت‌های شغلی، تعادل تجارت خارجی و تأثیرات فرهنگی داشته است. همچنین این بخش مهم اقتصادی، تأثیر غیر قابل انکاری در سرمایه‌گذاری مناطق مختلف زیربنایی کشور دارد (رفیعی دارانی و اصغری²، 2018). صنعت گردشگری، مزیت‌های فراوانی دارد و می‌تواند منبع مهمی برای اشتغال باشد؛ چراکه اشتغال در این صنعت به مهارت و کارآموزی بالایی نیاز ندارد و مردم محلی، با کمی مهارت، می‌توانند در مشاغل خدماتی مشغول به‌کار شوند. آگاهی جوامع از اینکه گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل‌ملاحظه‌ای 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 به‌عنوان یک صنعت تلقی شود (براون³، 2003). مهم‌ترین ابعاد و اثرات اقتصادی گردشگری را می‌توان در 7 گروه طبقه بندی کرد: 1- درآمدزایی، 2- اشتغال، 3- ایجاد درآمد مالیاتی، 4- اثر بر تراز پرداخت‌ها، 5- بهبود ساختار اقتصادی منطقه، 6- ترغیب فعالیت‌های کارآفرینی و 7- زیان‌های اقتصادی (کاندلا و فیجینی⁴، 2012). بنابراین صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع پردرآمد و در عین حال سالم و پاک برای اقتصاد هر منطقه و کشور محسوب شده، و با ایجاد یک بخش گردشگری از ایجاد شغل حمایت می‌کند، درآمد ملی را افزایش می‌دهد و همچنین از طریق بهبود زیرساخت‌ها، از رقابت عمومی اقتصاد بهره‌مند می‌شود (مجمع جهانی اقتصاد⁵، 2013؛ اوزوک و همکاران⁶، 2013؛ آگوز⁷، 2007). بنابراین توسعه‌ی صنعت گردشگری برای کشورهای در حال توسعه که با معضلاتی همچون نرخ بیکاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک محصولی مواجه هستند، دارای اهمیت فراوانی است (خوشنویس یزدی و غم‌امی، 1394).

¹ Gossling et al

² Rafiei Darani and Asghari

³ Brown

⁴ Candela and Figini

⁵ World Economic Forum (WEF)

⁶ Ozkoc

⁷ Akgoz