

مروری اجمالی بر جهانی شدن و جهانگردی

استاد راهنما : جناب آقای دکتر فرزین^۱

کاری از بلایر فلیل زاده^۲

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی / گرایش بازاریابی دانشگاه علامه طباطبائی / دانشکده مدیریت و حسابداری .

۱. مقدمه

جهانی شدن، افزایش یکپارچگی اقتصادی، اجتماعی و تمدنی است، یعنی پدیده‌ای فراتر از بین‌المللی شدن، در جهانی شدن ما شاهد فرآیند ساختاردهی مجدد هستیم که در تمام زمینه‌های زندگی بشر اعمال می‌شود (مت هجلگر، ۲۰۰۶، ص ۴۳۷). جهانگردی و سفر در فرآیند جهانی شدن عامل علت و معلولی می‌باشد یعنی هم از نتایج جهانی شدن رشد این صنعت است و هم رشد این صنعت فرآیند جهانی شدن را تسریع بخشیده و پشتیبانی مینماید (مت هجلگر، ۲۰۰۶، ص ۴۳۸). لازم به ذکر است که جهانی شدن در دو بعد بر صنعت جهانگردی تاثیر گذار است. جهانی شدن با توجه به تغییراتی که در ماهیت بنگاهها برای ادامه حیات بوجود می‌آورد منشا تحول بوده و مورد توجه محققین است، همچنین جهانی شدن در بعد کلان بر ساختار جهانگردی کشورها و ساختار جهانی این صنعت تاثیرات بسیاری دارد. در بعد اول یعنی تاثیر بر روی بنگاهها، تاثیرات این، فرآیند در سطح بنگاههای کوچک و متوسط (SMES)^۱ اروپایی را مورد بررسی قرا می‌دهیم و در سطح کلان آن بویژه از دید اقتصاد کلان مالزی را بعنوان یک کشور موردی برای مطالعه بررسی می‌کنیم تا ببینیم جهانی شدن چه اثراتی بر روی این کشور داشته است.

۲.۱. تاثیرات جهانی شدن بر روی بنگاههای کوچک و متوسط اروپایی

صنعت جهانگردی از لحاظ کسب درآمد و اشتغال زایی برای اروپا بسیار مهم بوده و هست و سهم بسزایی در ارزش افزوده تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا دارد، همچنین بیش از ۹۰ درصد صنایع رستوران و هتلداری اروپا از نوع بنگاههای کوچک و متوسط هستند که در دهه ۸۰ و با آغاز جهانی شدن میانگین درصد اشتغالشان از میانگین جهانی کمتر شده است و صنعت جهانگردی را در مقاصد سنتی این قاره با مشکلات بیش از اندازه‌ای مواجه ساخته است (ایگون اسمیرال، ۱۹۹۸، ص ۳۷۱).

در ابتدا برای واضح تر شدن بحث به معرفی عاملی بنام فورديستيسم می‌پردازیم که با مسئله تولید انبوه برای مصرف انبوه و مشارکت همه سر و کار دارد این واژه را فردی بنام فورد در کارخانه اتومبیل سازی خود در ایالات متحده مطرح ساخت، فورد اعتقاد داشت که باید برای هر امریکایی یک ماشین وجود داشته باشد و از این رو تولید انبوه را در دستور کار خود قرار دارد و بدین ترتیب مقدمات نهضت فورديستي را بوجود آورد که تا سالهای طولانی در بسیاری از بنگاهها و حتی امروزه نیز در برخی جاها طرفداران خاص خود را دارد. اما اگر بخواهیم این مسئله را از بعد جهانگردی بررسی کنیم، به ویژگیهای جالبی میرسیم که در مدل تصویر شماره یک این ویژگیها بصورت خلاصه نشان داده شده است (این مدل استنباط نویسنده از ایگون اسمیرال، ۱۹۹۸، ص ۳۷۲ میباشد).



شکل ۱

با نگاهی به ویژگیهای فوردیستی صنعت جهانگردی و با پذیرفتن فرض مدلهای مرحله ای (که در بخش تاثیرات جهانی شدن بر روی ساختارهای کلان جهانگردی این مدلها را بیشتر بررسی خواهیم کرد) . برای اینکه فرآیند جهانی شدن آغاز شود ابتدا یک مرحله بین المللی شدن اتفاق می افتد ، با پذیرفتن این فرض و با بررسی بنگاههای کوچک و متوسط پی می بریم که این بنگاهها در مرحله پیش-فوردیستی قرار دارند و با توجه ساختار عرضه کنندگان جهانی این صنعت که در سال ۱۹۹۸ در مرحله فوردیستی قرار داشتند (بین المللی شدن) ، این بنگاهها توان رقابت با بنگاههای فوردیستی (مانند خطوط هوایی بین المللی ، هتل های زنجیره ای ، کمپانی های اتومبیل کرایه چند ملیتی و . . .) را ندارند . اما با تکمیل و پیشرفت فرآیند جهانی شدن ، صنعت جهانگردی و بالطبع آن بنگاهها وارد مرحله پسا-فوردیستی می شوند که ویژگیهای آن در مدل شکل ۲ نشان داده شده است ، با ورود به این عرصه فعالیتهای مرتبط فراغتی بطور روزافزونی تجاری می شوند (نمادی از مصرف گرایی) ، بازاریابی "تجارب جهانگردان" از اهمیت فوق العاده ای برخوردار شده و مقاصد بعلت تجارب متفاوتشان مطرح می شوند نه بخاطر فقط جدید بودنشان ، امکان تکرار مسافرت نیز به مقاصد بسیار کاهش می یابد (برای اطلاعات بیشتر رجوع شود به تصویر ۲ ؛ این مدل اقتباس نویسنده از ایگون اسمیرال ، ۱۹۹۸ ، ص ۳۷۲ است) .



شکل ۲

از دیگر ویژگیهای دوره پسا-فوردیستی این است که کارگران ماهر کمتر از کارگران ساده در خطر از دست دادن شغلشان هستند، دانش و معلومات بسیار مهم بوده و بازاریابی و فروش دانش از فعالیتهای مهم بنگاهها در این دوره محسوب می شود و بنگاههایی که اهمیت این موضوع را درک کرده باشند قادر به ادامه حیات خواهند بود.

جهانی شدن بر عوامل عرضه و تقاضای جهانگردی نیز اثر گذار است.

از تاثیرات جهانی شدن در سمت عرضه میتوان به موارد زیر اشاره نمود:

- دخالت سیستم های ^۱ GDS، ^۲ GRS و تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات^۳ در یکپارچه کردن زنجیره ارزش^۴ بصورت افقی و عمودی که اثرات آن در DMS^۵ها مشهود است.
- کاهش هزینه های خطوط هوایی و راحتی و ارزانی سفر به مقصدهای مختلف که باعث یکپارچگی بازارهای جهانی می شود و توزیع مطلوب تر ثروت را در سطح بین المللی در بر دارد. کاهش سهم از بازار آمریکا و اروپا در جهانگردی بین الملل از ۹۴ درصد در دهه ۷۰ به ۷۹ درصد در سال ۱۹۹۵ نشانه ای از همین یکپارچگی است.

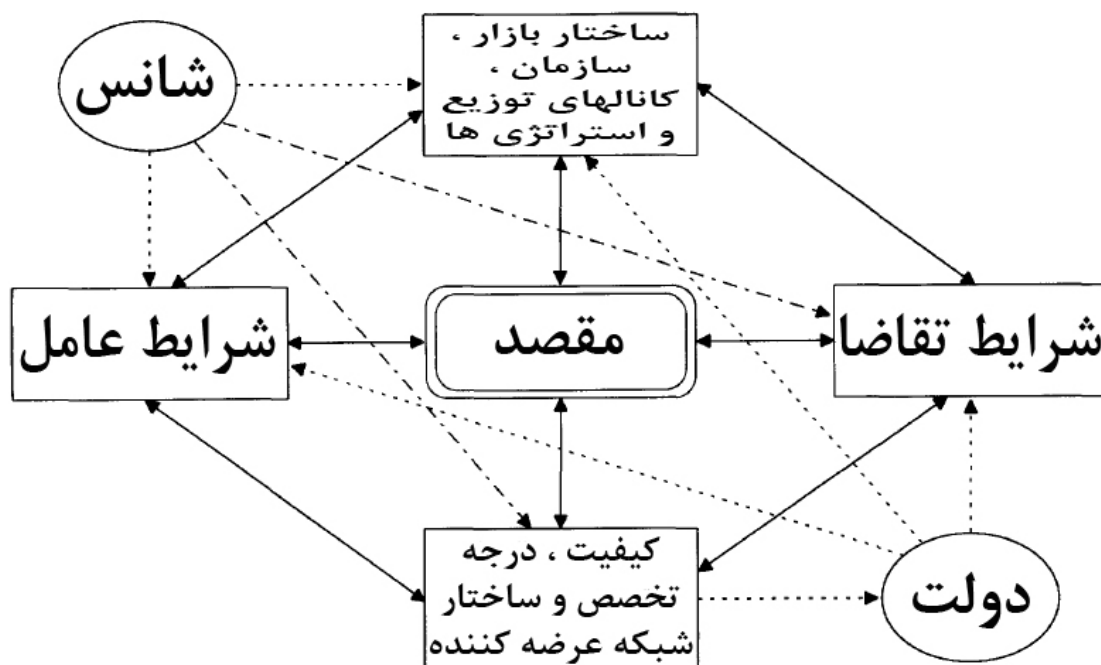
از تاثیرات جهانی شدن در سمت تقاضا می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- افزایش ثروت و درآمد کشورهای مرتبط با هم و تعطیلات تک فعالیتی (تخصصی).
- افزایش دانش و مهارتهای زبانی جهانگردان و جهانگردان مجرب تر.

۱. Global Distribution System ؛ ۲. Global Reservation Systems ؛ ۳. Information and Communication Technology

؛ ۴. Value Chain ؛ ۵. Destination Management Systems

مدل الماس پورتر^۱ از جمله مدل‌هایی است تقریباً بطور جامعی می‌تواند تعامل عوامل گوناگون در مقاصد گردشگری را نمایش دهد، این مدل در شکل ۳ نشان داده شده است (ایگون اسمیرال، ۱۹۹۸، ص ۳۷۵).



شکل ۳

۱. شرایط عامل^۲ یا جایگاه مقصد به عوامل تولید باز می‌گردد که برای رقابت در صنعت جهانگردی لازمند.
 ۲. شرایط تقاضا یا ماهیت تقاضا برای محصولات و خدمات جهانگردی.
 ۳. کیفیت، میزان تخصص و ساختار شبکه عرضه کننده یا فعالیتهای و صنایع مرتبط و پشتیبان - یعنی حضور یا غیبت این صنایع/فعالیتها در ناحیه.
 ۴. ساختار بازار، سازمان، کانالهای توزیع و استراتژیها یا شرایطی که در مقصد بر خلق، سازماندهی و مدیریت شرکتها حکومت می‌کند و ماهیت رقابت داخلی (نوربرت ون هف، ۲۰۰۵).
- شرایط عامل در این مدل از چهار عامل: قیمت، کیفیت، انباشت^۳، کارایی تولید^۴ تشکیل شده است که عامل انباشت خود نیز از سه عامل: منابع فرهنگی و طبیعی، منابع سرمایه‌ای و زیرساختی، و منابع انسانی تشکیل می‌شود.
- عامل کیفیت در ساختار شبکه عرضه کنندگان نیز از سه بعد تشکیل شده است: کیفیت طبیعی (شرایط محیطی)؛ کیفیت

مواد^۱ ("سخت افزار" مانند هتلهای ، رستورانها ، حمل و نقل ، خرید ، تجهیزات ورزشی و سرگرمی) ؛ کیفیت غیر مواد^۲ ("نرم افزار" مانند خدمات ، مدیریت ، سازمان و غیره) .

شرایط تقاضا با اندازه و ساختار بازار شکل داده می شود (درجه بین المللی شدن ، سهم بازارهای بلند-فاصله^۳ ، استانداردهای اجتماعی و درآمدی ، درجه اشباع بازار ، حجم و نیرومندی جهانگردی ، محرک ها ، سبک زندگی و غیره) .

شانس ، عوامل خارج از اختیار و تسلط مقصد (سازمان ملی جهانگردی) را در بر می گیرد .

برای دولتها نیز در این مدل نقشی متصور شده است :

۱. نرخ ارز و سیاستهای بهره ؛ ۴. کنترل آلودگی محیطی ؛ ۷. لنگیدن (عدم ساماندهی) تعطیلات
۲. سیاستهای درآمدی ؛ ۵. قوانین رقابت ؛ ۸. ساختارها و اهداف سازمان جهانگردی
۳. ساختار ترویج سرمایه گذاری ؛ ۶. محدودیت ورود ؛ ۹. سیاستهای بازار نیروی کار .

هدلاند (۱۹۹۳) اشاره دارد که یک سازمان بعد از مرحله ملی (قوم گرایی) وارد مرحله بین المللی می شود و هویت ملی بتدریج محو شده و جای خود را به هویت بین المللی می دهد . عموماً فرض بر این است که ابتدا یک بنگاه بصورت ملی آغاز بکار می کند و بعد از ودتی که به اندازه مشخصی رسید ، وارد عرصه بین المللی می شود ، البته این فرضیه مطلق و جهانشمول نیست ، مثالهای بسیاری از سازمانهایی وجود دارد که از همان ابتدا در عرصه بین المللی متولد می شوند (چتی و کمپیل ۲۰۰۴ ، نایت ۲۰۰۰) . هدلاند (۱۹۹۳) و دیگران فرآیند جهانی شدن بنگاهها را طبق مدلهای مرحله ای تشریح می کنند علی رغم اینکه این مدلهای راهنمایی برای استراتژی های بنگاهها محسوب می شوند و بمنزله یک نقشه راه هستند ؛ کانن و ویلیس در ۱۹۸۳ دریافته اند ، بنگاهها بیش از اینکه به مراحل اهمیت دهند به ورود و خروج به بازارهای اهمیت میدهند (مت هجلگر ، ۲۰۰۶ ، ص ۴۳۸) .

طبق تئوری های اقتصادی ، جهانی شدن می تواند یک فرآیند شمول تدریجی باشد ، که مدلهای مرحله ای می توانند در شرح مقیاس و طیف مشمولیت نقش مهمی داشته باشند (مت هجلگر ، ۲۰۰۶ ، ص ۴۳۹) . یک مدل مرحله ای میتواند مراحل مختلفی مانند مدل شکل ۴ را داشته باشد (مت هجلگر ، ۲۰۰۶ ، ص ۴۴۰) .

ویژگی ها	مشخصات پائین جهانی شدن	مشخصات بالای جهانی شدن
عنوان مرحله	۱. مبلغین در بازار	۲. یکپارچگی در خلال مرزها
منطق	دسترسی به بازارهای سوده ده جدید برای محصولات کنونی	استفاده مطلوب از دسترسی بازار و مشخصات تام و نشان تجاری در بازارهای خارجی
آشکار شدن در بخش جهانگردی	الف. تمایش و ارائه مورد جهانگردی در بازارها	ت. یکپارچگی بین و فرامرزی با سرمایه‌گذاری کسب و کارها و ادغام ها
	ب. همکاری های بازاریابی بین المللی با سازمانهای ملی و منطقه ای جهانگردی	ث. واردات و صادرات مفاهیم کسب و کاری به وسیله امتیازها و نظارت های تجاری
	پ. گسترش بازار کمپانی های بزرگتر جهانگردی	د. جهانگردی در تولیدات رسانه ای جهانی
		ج. شکافت زنجیره ارزش، منبع یابی بیرونی
		چ. جذب متعطف منابع انسانی و ارتقاء بازار بین المللی تیروی کار
		خ. فروش جایگاه بازار و گسترش تام و نشان تجاری
		۳. چندپارچگی زنجیره ارزش
		۴. برتری جستن به زنجیره های ارزش جدید

شکل ۴

سطح تحلیلی این مدل در گستره جامعه جهانگردی و تمام بخشهای آن است (سازمانی ، مقاصد ، دولتها و سیاستها) ؛ فرض اصلی این مدل مبنی بر این است که با پذیرش جهانی شدن در طی این مراحل ، بنگاههای انفرادی ، مقاصد ، و دولتها ممکن است بتوانند هزینه ها را کنترل کنند ، سهم از بازار بدست آورند و از دسترسی به منابع رقابتی استفاده برند .

۳.۱. تأثیرات جهانی شدن بر ساختار گردشگری در سطح کلان اقتصادی

در اینجا بصورت بسیار خلاصه ای فرآیند آزادسازی تجارت که از گامهای اصلی در جهانی شدن است بررسی می شود . آزاد سازی تجارت از مباحثی است که در هنگام جهانی شدن مورد توجه اتحادیه پولی و مالی بین الملل ، بانک جهانی و سازمان

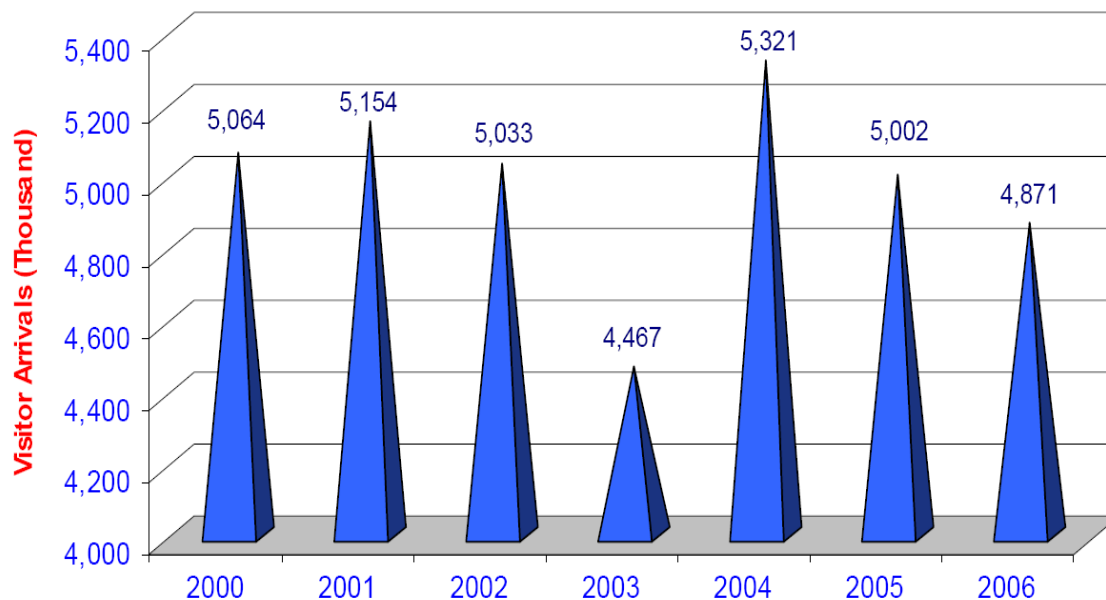
تجارت جهانی قرار داشته است و برای ترویج آن تلاش می شود. اقداماتی از قبیل کاهش تعرفه ها، حذف سهمیه های وارداتی از جمله تلاشهای این مراجع برای فرآیند یکپارچگی با بلوک های تجاری منطقه ای انجام می شود. اگرچه این اقدامات در بلند مدت م با تخصصی شدن فعالیت های کشورها در محصولات با مزیت رقابتی به نفع آنهاست، اما اشکالاتی را نیز بوجود می آورد:

۱. کسری تراز تجاری کشورها با افزایش خرید مشتریان نسبت به کالاهای وارداتی.
۲. کسری بودجه دولتها با کم کردن تعرفه های وارداتی، بویژه زمانی که صادرات به طرف های تجاری با کم کردن تعرفه ها از طرف آنان همراه نباشد.
۳. اثر آزادسازی تجارت بر روی توزیع درآمد و سطح رفاه مردم محلی بویژه خانوارهای فقیر در اقتصاد ملی (برخی مواقع با توزیع نامناسب باعث فقیر تر شدن اقشار فقیر می شود).

۴.۱. اندونزی

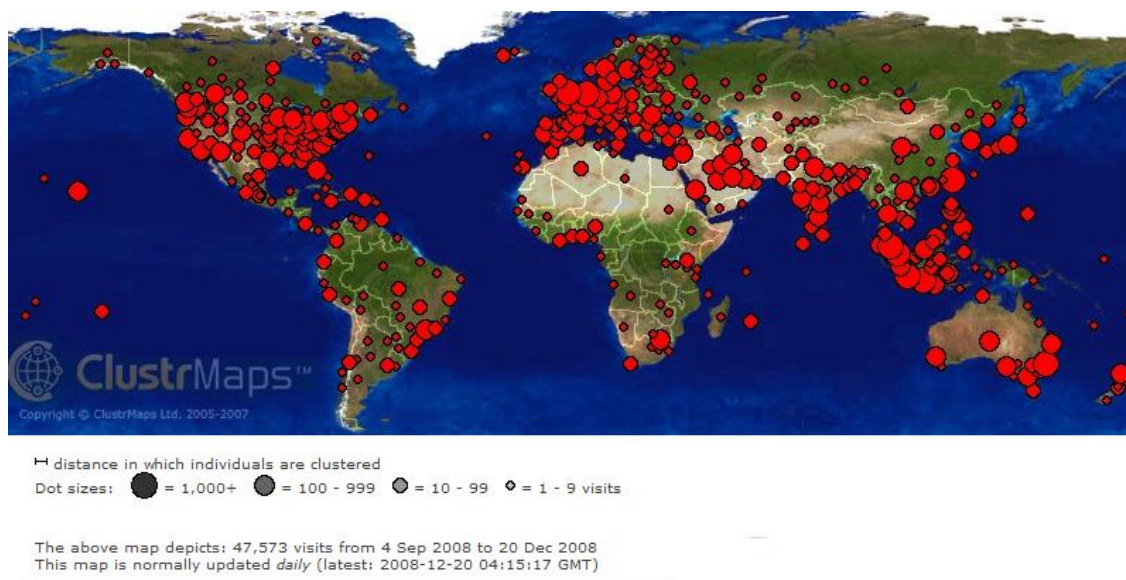
اندونزی بزرگترین مجمع الجزایر دنیاست (۵۱۱۰ کیلومتر شرقی-غربی؛ ۱۸۸۸ کیلومتر شمالی-جنوبی)، با ۵ جزیره اصلی (جاوا و بالی، سوماترا، کالیمانتان، سولاوسی، ایریان جابا) و ۳۰ گروه کوچکتر با بیش از ۱۷۰۰۰ جزیره در کل که اقیانوس هند را از اقیانوس آرام جدا میسازد. اندونزی منابع طبیعی غنی و گوناگون فرهنگی دارد که مجموعه ای از فعالیتهای توریستی گوناگون را برای جهانگردان ارائه می کند و این کشور را به صورت مقصد محبوبی برای جهانگردان بین المللی در آورده است (سوجیارتو و دیگران، ۲۰۰۳، ص ۶۸۵).

اندونزی تا قبل از بحران سال ۱۹۹۷ رشد بسیار سریعی در جهانگردی بین الملل داشت با بیش از ۱۵ درصد رشد در سال و در سال ۹۷ تعداد جهانگردان به ۵/۲ میلیون نفر می رسید که ۶/۶ میلیارد دلار از صادرات این کشور را تشکیل می داد (۳٪ از تولید ناخالص داخلی) (بانک جهانی سال ۲۰۰۲) در سال ۲۰۰۷ نیز این کشور ۵/۵ میلیون گردشگر داشته است که درآمدی معادل ۵/۳ میلیارد دلار نصیب این کشور ساخته است (سازمان جهانی جهانگردی؛ هایلایت جهانگردی ۲۰۰۸)، در سال ۱۹۹۵، ۱۶٪ از کل اشتغال زایی در این کشور مربوط به جهانگردی بوده است (شکل ۵).



شکل ۵

دلیل کاهش میزان ورودی ها در سال ۲۰۰۳ بحران تروریستی جزایر بالی بوده و روند کاهشی از سال ۲۰۰۴ به بعد نیز مربوط به بحران مالی این کشور است. شکل ۶ نیز نقشه خوشه ای بازدید های این کشور به تصویر کشیده شده است.



شکل ۶

(منبع : وزارت جهانگردی اندونزی سال ۲۰۰۸)

سیاست های دولت در زمینه جهانگردی نیز مشوق سرمایه گذاری خارجی در این کشور بوده است (با ۱۰۰٪ مالکیت خارجی) ، از دیگر سیاستهایی که دولت دنباله روی کرده است می توان به کاهش تعرفه ها از ۲۵ تا ۱۱ عدد و نرخ تعرفه ها از ۲۲۵٪

به ۶۰٪ در طی بحران کاهش قیمت نفت در سالهای ۱۹۸۲ به بعد اشاره کرد ، با ادامه این بحران در سال ۱۹۸۶ دولت اندونزی رویه مجوزدهی به هتلها و سایر امکانات توریستی را ساده تر ساخت (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۸۶) . با عضویت در پیمان تجارت آزاد ASEAN نیز این فرآیند ادامه یافته با بحران ۱۹۹۷ آسیای شرقی ، تعرفه ۱۵۰ کالا کاهش یافت ، سوبسیدهای وارداتی برای برخی کالاها حذف و سهمیه بندی های وارداتی جای خود را به تعرفه ها دادند . بنابر این دولت اندونزی استراتژی جانشین وارداتی^۱ خود را به سمت اقتصادی بیرونی-محور^۲ سوق داد . اما همچنان بسیاری از مشکلات فوق الذکر پابرجا بود (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۸۶) .

۲. اهداف و روش مطالعه

در این مطالعه که بیشتر مروری بر ادبیات تحقیقات موجود در عرصه اقتصادی جهانی شدن و نقش متقابل جهانگردی در آن است ، تلاش شده تا تاثیرات متقابل جهانی شدن و جهانگردی (در جنبه اقتصادی) در دو سطح بنگاهها و کلان اقتصادی بررسی شده و مراحل جهانی شدن بطور اجمالی مرور شود برای بررسی این تاثیرات در سطح کلان اقتصادی ، اندونزی بعنوان موردی برای سنجش آثار در نظر گرفته شده که در تحقیق سوجیارتو و دیگران در سال ۲۰۰۳ با استفاده از مدل موازنه عمومی قابل محاسبه^۳ این بررسی انجام گرفته و تلاش شده تا آثار تلفیق سیاستهای آزاد سازی تجارت و گسترش جهانگردی را سنجیده و به سه سوال اصلی پاسخ دهد :

۱. آیا رشد و توسعه جهانگردی می تواند آثار منفی کسری تراز تجاری این کشور را که ناشی از آزاد سازی تجاریست کاهش دهد ؟

۲. آیا رشد و توسعه جهانگردی می تواند کسری بودجه ناشی از آزادسازی تجارت دولت اندونزی را جبران کند ؟

۳. آیا رشد و توسعه جهانگردی می تواند در توزیع عادلانه درآمدها و افزایش رفاه عمومی نقش داشته باشد ؟

ابتدا مدل پیشین وازنه عمومی محاسبه ای توسعه یافته و علاوه بر قیمتهای منعطف^۴ CGE ، قیمتهای ثابت^۵ مدلهای داده-ستانده^۶ یا مبتنی بر ماتریس حسابداری اجتماعی^۷ نیز لحاظ شده است . نتایج شبیه سازی^۸ شده با شرایط الگوبرداری^۹ شده مقایسه شده است و مبنایی برای سیاست گذاری های آینده ارائه شده است .

در این مدل جهانگردان بعنوان بازیگران اقتصادی تلقی شده اند که طیف وسیعی از کالاهای صادراتی و بویژه خدمات را مصرف می کنند (این فرض نشأت گرفته از توصیه های سازمان جهانی جهانگردی در رابطه با حساب های اقماری جهانگردی است)

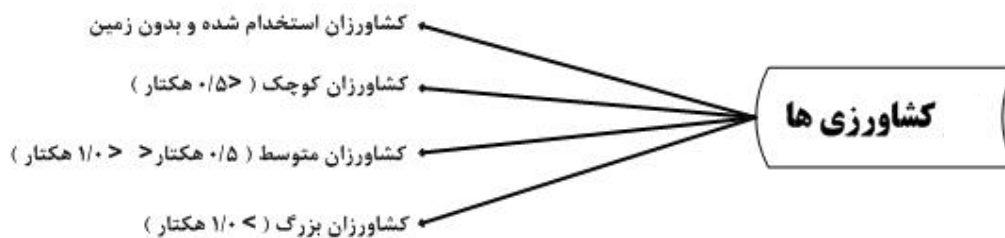
ماتریس حسابداری اجتماعی (SAM) : یک سیستم نشانگر ساختار اقتصادی و اجتماعی یک کشور (ناحیه) در زمان مشخص و با تعریف عاملین اقتصادی و ثبت معاملات آنهاست . سطح تجزیه عناصر و انتخاب عاملین بستگی به انگیزه های نهفته در

۱. Import Substitution Strategy ؛ ۲. Outward Oriented Economy ؛ ۳. Computable General Equilibrium ؛ ۴. Flexible Price ؛ ۵. Fixed-Price ؛ ۶. Input-Output ؛ ۷. Social Accounting Matrix ؛ ۸. Simulation ؛ ۹. Benchmark Conditions .

ورای توسعه و در دسترس بودن داده ها دارد ، بنابراین هیچ ماتریس استاندارد وجود ندارد (شبیه) . این ماتریس ها شاخص های اقتصادی مکملی را ارائه می کند که نه تنها عناصر سیستم حسابهای ملی را منعکس می کند ، بلکه جنبه توزیع اقتصادی و ساختار اجتماعی-اقتصادی را نیز شامل می شود . می توان اینگونه نتیجه گرفت که این ماتریس توسعه یافته حسابهای داده-ستانده است که فقط بر جنبه تولید اقتصاد تکیه داشتند . ورودی های SAM را می توان به دو گروه تقسیم کرد که یکی جریانهای بازارها را منعکس میسازد (که با فروش کالاها و خدمات ، استخدام نیروی کار ، و استفاده از بازارهای سرمایه ای نشان داده می شوند) و دیگری جریانهای اسمی یا نقل و انتقال پرداختها مانند درآمد خانوارها و پرداختهای انتقالی بنگاههای دولتی را نشان می دهد . معاملات در ماتریس مربعی قرار می گیرند که ردیف ها نشانگر دریافتی ها و ستونها هزینه ها را ثبت می کنند ، بنابراین هر درآمدی هزینه مرتبط با خود را دارد و ورودیها و خروجیهای هر حساب همیشه تراز است (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۸۸) .

SAM جریانهای مدور درآمد حاصل از فعالیتهای به عاملین و سپس به نهادهای (موسسات) که تقاضا برای کالاها و خدمات را خلق می کند را بدست می آورد . حسابهای عامل و درآمدهای عامل را از هر دوی فعالیتهای داخلی و باقی جهان بدست می آورند ، در حالی که انتقالات رایج (کنونی) در تقاطع بین ستونها و ردیف ها ثبت می شوند . در این مدل فعالیتهای تولیدی در ۱۸ طبقه تقسیم می شوند . در فعالیتهای تولیدی انواع گوناگونی از نیروی کار و سرمایه بکار گرفته می شود ، نیروی کار به ۸ گروه تقسیم می شوند که بر مبنای ترکیبی از بخش ، نوع کارکنان ، و شرایط شغلی (کارمزد و بدون کارمزد) قرار دارد که اولی به شاغلین (مستخدمین) و دومی به استخدام کنندگان ، خود اشتغال ها و کارکنان خانوادگی بر می گردد .

سمت سرمایه نیز به ۵ طبقه مبنی بر مالکیت و ماهیت تقسیم می شود . برای مثال زمین و سایر سرمایه های کشاورزی در یک رده ترکیب شده اند ، در حالی که سرمایه داخلی خصوصی مجموعی از منابع شرکتی و غیر شرکتی خصوصی هستند . دو طبقه دیگر دولت و سرمایه خارجی هستند . خانوارها به ۱۰ گروه تقسیم می شوند که بر اساس ترکیبی از منابع درآمدی ، ناحیه سکونت سرپرست خانوار یا کسی که بیشترین عایدی را دارد این تقسیم بندی صورت می پذیرد ، ابتدا به کشاورزی و غیر کشاورزی ؛ و غیر کشاورزی به شهری و غیر شهری ، سطح درآمدی ، ترکیب شغلی و شرایط شغلی . غیر کشاورزی ها در هر ناحیه به گروههای درآمدی پائین ، متوسط و بالا تقسیم می شود (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۸۸-۶۸۹) (به شکل ۷ در مورد تقسیم بندی کشاورزی ها توجه نمائید ، این شکل توسط نویسنده از روی اطلاعات تحقیق سوجیارتو ترسیم شده است) .



شکل ۷

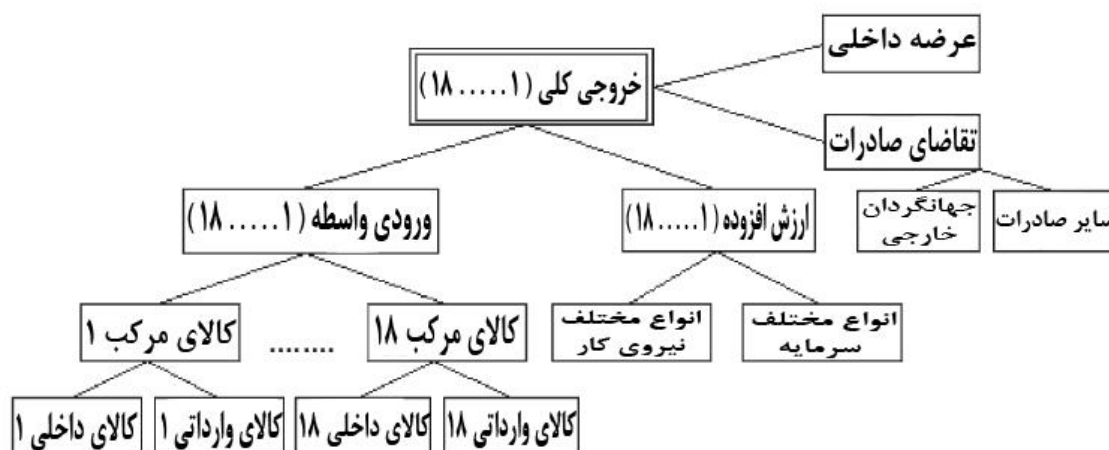
منبع اصلی اطلاعاتی برای موارد فوق دفتر آمار مرکزی اندونزی است (۱۹۹۴ و ۱۹۹۶) . خروجی بعنوان تابع داده-ستانده ای از داده های واسطه و ارزش افزوده مشخص شده است . مصرف داده واسطه ای ، کشش ثابتی از جانشین کالاهای تولیدی و

وارداتی است که با درجه متفاوتی از جایگزینی مبتنی بر ارزش و میزان کشش قرار دارد. ارزش افزوده تابع کوب-داگلاسی^۱ از هشت نوع متفاوت نیروی کار (عایدی دستمزد ، کشاورزان خود اشتغال ، کارگران تولیدی ، کارمندان ، کارگران ماهر) و پنج نوع متفاوت سرمایه (زمین و کشاورزی ، غیر شرکتی خصوصی داخلی ، شرکتهای خصوصی داخلی ، سرمایه دولتی و خارجی) است (سوگیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۹۰) .

واژه "دستمزدی ها"^۲ به افراد استخدام شده بر میگردد ، در صورتی که رده "خود اشتغال"^۳ شامل استخدام کنندگان ، خود اشتغال ها ، و کارکنان خانواده ای میباشد ، که رده اول در اقتصاد اندونزی با دریافتی های بالا هستند و رده دوم بیشتر یا بدون مزد هستند و یا خود اشتغال . علاوه بر این نرخ دستمزد کشاورزان و کارگران تولیدی ثابت فرض شده اند تا عرضه مازاد (اضافی) و دخالت های دولت برای کنترل نرخ دستمزد این گونه کارکنان را منعکس کند . برای سایر انواع نیروی کار و سرمایه ، دستمزدها و اجاره ها منعطف هستند تا بازار را شفاف سازند . این سطوح باعث شفافیت بازار ، منعکس کننده بهره وری نهایی عامل هستند .

تولید کل به تقاضای داخلی و صادرات اختصاص داده شده ، که به دو رده خدمات و کشاورزی ، تولیدات تجزیه می شود . که اکثر خدمات توسط جهانگردان خارجی مصرف می شوند ، در حالی که موارد بعدی سایر صادرات هستند ، این نوع برخورد با جهانگردی منطقی بنظر می رسد ، نوسانات در مصرف جهانگردی خارجی مبنایست در نوسانات صادرات خدمات منعکس شود چرا که اکثر صادرات خدمات بوسیله آنها مصرف می شود . با توجه به مدل CGE ، تحلیل های سیاست باید تاکید بیشتری بر تاثیرات تعادل عمومی باشد تا اینکه بزرگی تغییرات را نشان دهد .

موضوعات فوق در مدلهای مفهومی شکل های ۸ و ۹ منعکس شده اند .

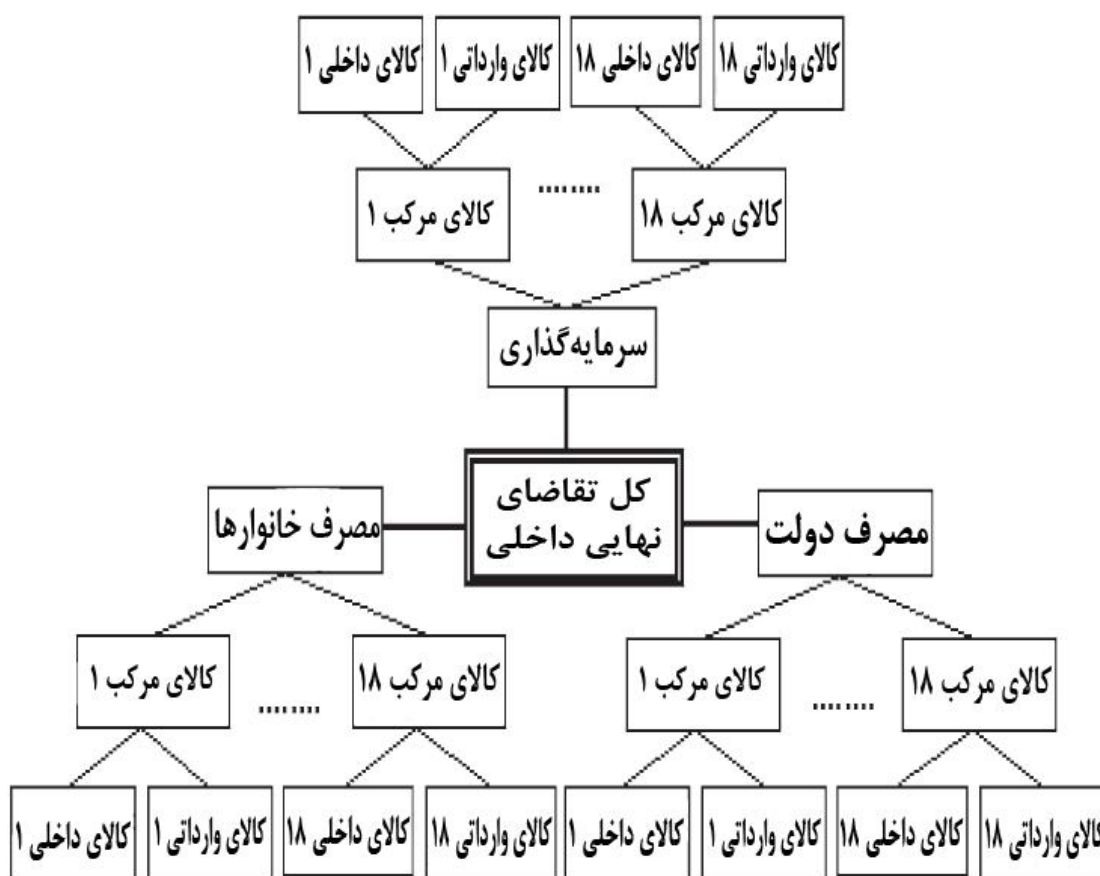


شکل ۸

تقاضای نهایی کل در بازار داخل تشکیل شده از تقاضا برای مصرف و برای اهداف سرمایه گذاری . مصرف ، مجموع مصرف خانوارها و دولت است . در حالی که تقاضا برای سرمایه گذاری با جمع شدن سرمایه (سرمایه گذاری های پس انداز شده)

بوجود می آید . خانوارها الگوی مصرف ثابت دارند ، دولت باید برنامه ریزی شده مصرف داشته باشد تا با قیمت کالاها یا درآمد دولت تحت تاثیر قرار نگیرد . بعلاوه دولت به استقراض خارجی نیز برای تراز کسری بودجه دسترسی دارد .

قیمت داخلی هر کالای مرکب ، کششی ثابت از تابع جایگزینی قیمت های داخلی کالاهای وارداتی و تولید داخل است . در سمت واردات پذیرفتن فرض کشور کوچک نشان دهنده این مطلب است که اقتصاد داخلی قیمت گیر^۱ بوده و عرضه نا محدودی از باقی جهان با قیمت جهانی است . با فرض اینکه تولیدات داخلی در بازار بین الملل به فروش می رسند ، با شیب نزولی منحنی تقاضا روبرو می شوند . قیمت صادرات به قیمتهای داخلی ، نرخ سوبسید صادرات ، و نرخ مبادلات ارز وابسته است .



شکل ۹

درآمد خانوارها از درآمدهای عامل (دستمزدها و پرداختهای اجاره برای سرمایه که بصورت داخلی و خارجی استفاده می شود) و درآمدهای انتقالی دولت ، بنگاههای داخلی ، سایر خانوارها ، و مابقی جهان تشکیل شده است . درآمد دولت می تواند به رده های پرداخت برای سرمایه مصرفی در فعالیتهای تولیدی ، درآمد مالیاتی از نهادهای داخلی (خانوارها ، بنگاههای داخلی ، کمپانی های تحت مالکیت دولت) ، درآمد ناشی از وضع مالیات غیرمستقیم به کالاها و درآمد انتقالی مابقی جهان تقسیم شود .

پرداختهای انتقالی نیز از وام های خارجی ، بورسها و سایر انتقالات تشکیل شده اند (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۹۰-۶۹۱) .

هزینه خانوارها تشکیل شده است از مصرف کالاهای مرکب ، پرداختی های مالیات مستقیم به دولت ، انتقال به سایر گروهها خانوار و پس انداز ها . هزینه های بنگاهها از انتقال به خانوارها ، پرداختی های مالیات مستقیم به دولت ، انتقال به سایر بنگاهها (سود ابقاء شده) ، و انتقال به مابقی جهان و پس انداز ها تشکیل شده است . هزینه های دولت شامل مصرف کالاهای مرکب ، به همان اندازه انتقال به خانوارها ، و مابقی جهان و پس اندازها می باشند .

کل پس اندازها در اقتصاد داخلی شامل خانوارها ، بنگاهها و پس اندازهای دولت و تزریق سرمایه از مابقی جهان می شوند . در تعادل ، کل پس انداز برابر با کل سرمایه گذاری در نظر گرفته می شود که به هر بخش بر اساس سهم ثابت توزیع می شود . تقاضای نهایی انباشته ، تشکیل شده است از مصرف بوسیله خانوارها ، دولت و سرمایه گذاری خصوصی . تراز پرداختها شامل جمع واردات ، انتقالی از دولت و بنگاهها و پرداختهای سرمایه ای از سرمایه های خارجی استفاده شده در تولید داخلی به مابقی دنیا ، که برابر صادرات ، پرداختهای سرمایه ای و انتقال به خانوارهای محلی ، بنگاهها و دولت می باشد (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۹۲) .

۳. یافته ها و نتایج

دو سناریوی سیاست اقتصاد کلان بررسی شد ، ابتدا با جداسازی و سپس عطف رشد جهانگردی خارجی . اولی جهانی شدن ضمنی (جزئی)^۱ که با کاهش ۲۰٪ تعرفه کالاهای وارداتی مدل شد ، این مسئله بازتاب فشارهای خارجی به دولت برای کاهش تعرفه ها با پیوستن به ASEAN و گروههای اقتصادی آسیا و اقیانوسیه است که علی رغم میل دولت و نگرش آن نسبت به جهانی شدن است . علی رغم تلاشهای آزادسازی تجارت بویژه بعد از ۱۹۸۲ ، درآمد ناشی از تعرفه واردات ۴٪ کل درآمد دولت در ۱۹۸۵ به ۱۰٪ در ۱۹۹۳ رسید . در این سناریو فرض بر این است که دولت تعرفه ها را کاهش داده و بقیه مالیاتها را در سطح اصلی آن ثابت نگه دارد . در سناریوی دوم یعنی "جهانی شدن دور رس"^۲ کاهش تعرفه ها از حالت اجبار به حالت داوطلبانه تبدیل شده است (سوجیارتو و دیگران ، ۲۰۰۳ ، ص ۶۹۲) .

هر دو سناریو با استفاده از مدل CGE تحلیل شده اند تا اثرات جهانی شدن جزئی و دور رس را در متغیرهای کلیدی اقتصادی تخمین زنند : تولید ناخالص داخلی^۳ (GDP) ، استخدام ، گستره اندازه گیری تورم ، عملکرد خارجی ، رفاه ، خانوارها ، و مصرف جهانگردی خارجی . جدول ، درصد تغییرات را از روی داده های الگوبرداری شده محاسبه می کند ، در حالی که الگوبرداری به ارزش تعادلی متغیرها قبل از شبیه سازی بر می گردد . درصد مثبت در اکثر موارد بهبود را نشان میدهد و درصد منفی عکس این مطلب را با این تفاوت که در تغییرات کسری تراز پرداختها و ترازهای تجاری باید بدقت تفسیر شوند یعنی قدر مطلق درصد در نظر گرفته شود . برای اطلاعات بیشتر به جدول شکل ۱۰ مراجعه کنید ، این جدول در ادامه تفسیر خواهد شد .

۱. Partial Globalization ، ۲. Far-Reaching Globalization ، ۳. Gross Domestic Product .

ستاریوهای اصلی					متغیرها
FG&DI	PG&DI	DI	FG	PG	
الف . مجموع اقتصاد کلان					
۰.۷۰	۰.۱۱	۰.۰۶	۰.۶۴	۰.۰۵	۱. تولید ناخالص داخلی
۱.۷۱	۰.۱۱	۰.۱۷	۱.۵۴	-۰.۰۶	۱.۱. کشاورزی
-۰.۸۸	-۰.۱۴	-۰.۱۴	-۰.۷۴	۰.۰۰	۲.۱. معادن
۰.۲۸	-۰.۰۹	-۰.۰۵	۰.۳۳	-۰.۰۴	۳.۱. تولیدات
۰.۶۰	۰.۱۸	۰.۱۴	۰.۴۶	۰.۰۴	۴.۱. خدمات
۳.۶۰	۲.۹۰	۲.۸۱	۰.۸۷	۰.۰۴	هتلها
۱.۹۸	۰.۵۴	۰.۵۳	۱.۴۷	۰.۰۰	رستورانها
۱.۴۹	۰.۱۵	۰.۱۶	۱.۳۴	-۰.۰۱	۲. اشتغال
ب . شرایط بیرونی					
۱. تجارت خارجی					
۰.۰۵	۰.۸۸	۰.۲۴	-۰.۱۸	۰.۶۴	۱.۱. صادرات واقعی
۲.۰۶	۱.۱۱	۰.۲۰	۱.۸۶	۰.۹۱	۲.۱. واردات واقعی
-۲۲.۹۰	-۱.۷۵	۰.۷۰	-۲۳.۴۹	-۲.۴۳	۳.۱. تراز تجاری
۲. کسری تراز پرداختها					
۱۲۲۷.۵۸	۳۸۰.۳۵	۳۰.۴۱	۱۱۹۵.۳۴	۳۴۹.۱۵	۱.۲. دولت
-۴۶.۴۷	-۱۸.۲۸	-۳.۵۸	-۴۲.۹۱	-۱۴.۶۵	۲.۲. بنگاهها
۶.۷۰	-۱.۶۴	-۲.۱۶	۸.۷۶	۰.۵۳	۳.۲. کل
پ . رفاه و توزیع					
۱. انجذاب داخلی					
۱.۱۱	۰.۱۴	۰.۰۵	۱.۰۶	۰.۰۹	۲. مصرف واقعی خانوارها
۲.۱۲	۰.۳۲	۰.۱۵	۱.۹۷	۰.۱۶	۱.۲. کشاورزان
۲.۲۸	۰.۲۸	۰.۱۳	۲.۱۵	۰.۱۵	۲.۲. خانوارهای روستایی
۲.۰۵	۰.۲۸	۰.۱۴	۱.۹۲	۰.۱۴	۳.۲. خانوارهای شهری
۲.۰۱	۰.۳۸	۰.۱۸	۱.۸۳	۰.۱۹	۳. مصرف جهانگرد خارجی
۱۰.۰۸	۹.۶۵	۹.۳۷	۰.۹۲	۰.۱۰	۱.۳. هتلها و رستورانها
۸.۸۰	۹.۶۷	۹.۳۷	-۰.۲۸	۰.۱۳	۲.۳. تمام خدمات دیگر
PG: جهانی شدن جزئی (ضمتی) DI: افزایش تقاضای جهانگردی خارجی FG: جهانی شدن دوررس					

شکل ۱۰

بطور مثال در ستون اول دیده می شود که کاهش تعرفه ها در جهانی شدن ضمنی ۰/۰۵٪ تولید ناخالص داخلی را افزایش می دهد ، در صورتی که این مقدار در جهانی شدن دور رس به ۰/۶۴٪ می رسد . و همینطور رقم انجذاب (جذب) داخلی از رشد ۰/۰۹٪ در جهانی شدن ضمنی به رقم ۱/۰۶٪ در جهانی شدن دوررس رسیده و مصرف واقعی خانوارها نیز از ۰/۱۶ به ۱/۹۷ درصد افزایش میابد . مصرف جهانگردی خارجی نیز در زمینه هتلها و رستورانها ۰/۱۰٪ رشد داشته که در شکل

دوررس جهانی شدن به ۰/۹۲ درصد خواهد رسید. اما گذشته از اینها برخی اقلام نیز با کاهش روبرو بودند، مانند کشاورزی، تولیدات، اشتغال، تراز تجاری (بترتیب با منفی ۰/۰۶، ۰/۰۴، ۰/۰۱، ۲/۴۳ درصد)؛ لازم بذکر است که کسری پرداختهای بنگاهها ۱۴/۶۵- میباشد که نشان از کاهش این کسری است (یعنی روند مثبت)، که برخی از این کاهشها یا رشد های منفی مانند اشتغال در روند دوررس جهانی شدن تبدیل به رشد مثبت (۱/۳۴) می شوند.

حال که با تاثیر جهانی شدن در بعد ضمنی و دوررس آن بر روی بخش های مختلف اقتصادی آشنا شدیم، در ستون سوم نتایج شبیه سازی شده افزایش تقاضای جهانگردی خارجی بر روی این بخش ها نشان داده شده است که حاصل جمع آن با نتایج ستون های اول و دوم در ستونهای چهارم و پنجم منعکس شده اند که بمراتب آثار قبلی را تشدید می کنند. مثلاً در بعد دوررس جهانی شدن در شبیه سازی شده آن با در نظر گرفتن جهانگردی، کسری پرداختهای بنگاهها بمراتب بیشتر کاهش یافته (۴۶/۴۷-) است. در تشدید مصرف جهانگردی و از دید هتلهای و رستورانها نیز در بعد ضمنی به ۹/۶۵٪ و در بعد دوررس نیز به ۱۰/۰۸٪ خواهد رسید.

در جدول شکل ۱۱ که در صفحه بعد منعکس شده است، در ستونهای این جدول نتایج تجزیه و تحلیل حساسیت^۱ منعکس شده است، که با دو برابر کردن ارزش کشش تقاضای صادرات^۲ در ۵ شبیه سازی بدست آمده است. افزایش در ارزش کششی، تقاضا از سایر نقاط جهان را پر کشش تر میسازد، بنابراین، قیمتهای بازار داخلی در گستره وسیعتری در بازار صادرات تعیین می شود. نتایج ارزشهای کششی در تعیین نتایج کلی و روشن کردن جهات تغییر را تأیید می کند. با اعمال کشش تقاضای صادرات، نتایج تأثیرات بزرگتری را در متغیرها به نمایش میگذارند (همانطور که در ستونهای یک و دو دیده می شود). از سوی دیگر افزایش تقاضای جهانگردی تأثیرات قیمتی کمتری در اقتصاد داخلی خواهد داشت (نتایج شبیه سازی در ستون سوم). نتایج این شبیه سازی در دو ستون بعدی تأثیر گذار بوده است.

۴. نتیجه گیری

این تحقیق نشان دهنده این مطلب است که با گذر از دوره فوریدیستی، بنگاههای کوچک و متوسط مجدداً در دوره پسا-فوریدیستی می توانند در این صنعت ایفای نقش کنند، اگر مدل مرحله ای را پذیرا باشیم باید گفت که از اهمیت این نوع بنگاهها بشکلی که در گذشته وجود داشت کاسته خواهد شد، اما نباید این مطلب را نیز نادیده گرفت که برخی بنگاهها از همان ابتدا بصورت جهانی زاده می شوند. همچنین روش مدلهای مرحله ای بعنوان نقشه راهی بنگاهها را در فرآیند جهانی شدن یاری دهند، بی تردید تأثیر نیروی کار جهانی در سطح شرکتها پس از جهانی شدن عرضه را در این صنعت بسیار دگرگون خواهد کرد. جهانگردان نیز در این دوره جهانگردان سابق نیستند، آنها مجرب تر و با نیازها و خواسته های سفرهای تری وارد عرصه خواهند شد که این تغییرات تأثیرات اساسی را در زنجیره ارزش بنگاهها برای تأمین نیاز این جهانگردان بوجود خواهد آورد، مقاصد دیگر ارزش سابق خود را نخواهند داشت، خاص و بی نظیر بودن مقاصد در ارائه تجارب مختلف به جهانگردان خواهد بود و این تجارب ارزش بیشتری را نیز با ادامه فرآیند جهانی شدن در پی خواهند داشت.

در مورد اندونزی ترکیب سیاستهای رشد و توسعه جهانگردی با جهانی شدن نه تنها آثار سوء اقتصادی در پی ندارد بلکه از

۱. Sensitivity Analysis + ۲. Export Demand Elasticity Value.

برخی از جهات در از بین بردن آثار منفی آزاد سازی تجارت نیز موثر است . جهانی شدن و رشد جهانگردی خارجی ، در حقیقت می تواند سطح قیمتهای داخلی را پائین آورده و میزان تجارت خارجی را رشد داده و دسترسی به محصولات در اقتصاد ملی را مهیا سازد ، در افزایش سطح رفاه و توزیع عادلانه درآمد ، جهانگردی بی تردید نقش مثبتی را ایفا می کند ، اما در کاهش کسری تجاری و کسری بودجه باید کمی با احتیاط عمل شود و سیاستها با حساسیت بیشتری اعمال شود ، البته نقش جهانگردی در این موارد نیز منفی نیست .

ستاریوهای اصلی					متغیرها
FG&DI	PG&DI	DI	FG	PG	
الف . مجموع اقتصاد کلان					
۰.۷۲	۰.۱۴	۰.۰۳	۰.۶۹	۰.۱۱	۱. تولید ناخالص داخلی
۱.۷۷	۰.۱۴	۰.۱۲	۱.۶۵	۰.۰۲	۱.۱. کشاورزی
-۰.۹۱	-۰.۱۷	-۰.۱۱	-۰.۸۱	-۰.۰۶	۲.۱. معادن
۰.۳۳	۰.۰۰	-۰.۰۹	۰.۴۱	۰.۰۸	۳.۱. تولیدات
۰.۵۶	۰.۱۷	۰.۱۲	۰.۴۵	۰.۰۵	۴.۱. خدمات
۲.۷۴	۲.۷۰	۲.۷۳	۱.۲۱	-۰.۰۲	هتلها
۲.۰۴	۰.۵۳	۰.۵۰	۱.۵۸	۰.۰۴	رستورانها
۱.۵۱	۰.۲۱	۰.۱۰	۱.۴۲	۰.۱۱	۲. اشتغال
ب . شرایط بیرونی					
۱. تجارت خارجی					
۰.۰۳	۱.۰۲	۰.۱۴	-۰.۱۰	۰.۸۸	۱.۱. صادرات واقعی
۱.۹۹	۱.۲۱	۰.۱۲	۱.۸۷	۱.۰۹	۲.۱. واردات واقعی
-۲۲.۳۳	-۱.۲۳	۰.۳۶	-۲۲.۶۰	-۱.۵۶	۳.۱. تراز تجاری
۲. کسری تراز پرداختها					
۱۲۱۳.۵۵	۲۸۲.۲۰	۲۴.۷۴	۱۱۸۹.۰۶	۲۵۷.۴۵	۱.۲. دولت
-۴۵.۷۹	-۱۹.۱۰	-۲.۶۳	-۴۳.۳۲	-۱۶.۴۸	۲.۲. یگانها
۶.۷۶	-۲.۳۶	-۱.۴۹	۸.۱۰	-۰.۸۸	۳.۲. کل
پ . رفاه و توزیع					
۱.۱۲	۰.۱۷	۰.۰۳	۱.۰۹	۰.۱۴	۱. انجذاب داخلی
۲.۱۱	۰.۳۶	۰.۱۱	۲.۰۱	۰.۲۵	۲. مصرف واقعی خانوارها
۲.۳۲	۰.۳۱	۰.۰۹	۲.۲۴	۰.۲۲	۱.۲. کشاورزان
۲.۰۶	۰.۳۲	۰.۰۹	۱.۹۷	۰.۲۳	۲.۲. خانوارهای روستایی
۱.۹۵	۰.۴۳	۰.۱۳	۱.۸۳	۰.۲۹	۳.۲. خانوارهای شهری
۳. مصرف جهانگرد خارجی					
۱۰.۶۷	۹.۰۳	۹.۰۹	۲.۲۰	-۰.۰۴	۱.۳. هتلها و رستورانها
۸.۰۸	۹.۰۹	۹.۰۹	-۰.۲۶	۰.۰۰	۲.۳. تمام خدمات دیگر
PG: جهانی شدن جزئی (ممتی)					
DI: افزایش تقاضای جهانگردی خارجی					
FG: جهانی شدن دور رس					

1. Anne-Mette Hjalager ; 2007 ; **STAGES IN THE ECONOMIC GLOBALIZATION OF TOURISM** ; *Annals of Tourism Research*, Vol. 34, No. 2, pp. 437–457 .
2. Egon Smeral ; 1998 ; **The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries** ; *Tourism Management*, Vol. 19, No. 4, pp. 371-380.
3. Guntur Sugiyarto , Adam Blake , M. Thea Sinclair ; 2003 ; **TOURISM AND GLOBALIZATION Economic Impact in Indonesia** ; *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, pp. 683–701 .
4. **The Economics of Tourism Destinations** ; Norbert Vanhove ; Copyright © 2005, Elsevier Limited All rights reserved ; Page 115 .
5. **Department of Culture and Tourism , Indonesia** , 2008.