



THE PARADOX OF RURAL TOURISM AND POVERTY ALLEVIATION

Rina Martini^a, Esther Sri Astuti Soeryaningrum Agustin^b , Budi Setiyono^c^a Diponegoro University, Indonesia, e-mail: rinamartini@lecturer.undip.ac.id^b Diponegoro University, Indonesia, <https://orcid.org/0000-0002-9572-5316>, e-mail: esthersriastuti@lecturer.undip.ac.id^c Diponegoro University, Indonesia, e-mail: budisetiyono@lecturer.undip.ac.id**How to cite (APA style):** Martini, R., Sri Astuti Soeryaningrum Agustin, E., Setiyono, B. (2022). The paradox of rural tourism and poverty alleviation. *Turyzm/Tourism*, 32 (2), 87–105. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.2.05>

ABSTRACT

This research aims to analyze factors determining the competitiveness of rural tourism and assess its performance compared to the poverty level in each province in Indonesia. We employ four main pillars: enabling environment; travel and tourism policy and enabling conditions; infrastructure; and natural & cultural resources adopted from the Travel and Tourism Competitiveness Index of the World Economic Forum 2019. We conducted fieldwork in four provinces, namely Aceh, Bali, Central Java, and North Sulawesi, by spreading questionnaires and giving semi-structured interviews to obtain respondents' insights. The poverty gap index measures the intensity level of poverty by employing an expenditure-based poverty line. This study discovers that infrastructure, natural & cultural resources, and enabling environment support rural tourism development in each province. We also find that the excellent performance of rural tourism competitiveness seems to have minimal impact on poverty. Bali has become the major icon of tourism in Indonesia; ironically, its poverty level is relatively higher than in other areas. Meanwhile, Central Java ranks as the second most competitive province after Bali, while the poverty level is the lowest. Our study offers community-based tourism (CBT) and corporate social responsibility (CSR) to resolve the situation.

KEYWORDS

competitiveness, index, poverty, rural, tourism

ARTICLE INFORMATION DETAILS

Received:

9 February 2022

Accepted:

30 September 2022

Published:

30 December 2022

1. INTRODUCTION

Indonesian statistics show that poverty levels in Indonesia from 2010 to 2017 decreased relatively; it was about 13.33% (31.02 million) in 2010 and 10.12% (26.58 million) in 2017. In 2018 and 2019, Indonesia's poverty level declined to single digit levels, 9.66% and 9.22% respectively (Indonesian Central Statistics Agency, 2020).

If we analyze the characteristics of poverty in Indonesia, the gap between poor and non-poor

households depends on education and livelihood. In the first quarter of 2019, approximately 73.84% of poor household members had elementary school as their highest education level, while for non-poor households it was 48.04% (Indonesian Central Statistics Agency, 2020). Moreover, the number of household members who have never studied in junior high school or higher is approximately 26.46% for poor households and as much as 51.96% for non-poor households. This means that having no education or a low level tends to be highest among the poorer, and most of them are usually

in farming. Poverty is usually closely related to farming activity as a source of income.

Although the agricultural sector is the primary source of livelihood for rural communities, tourism through the tourist village concept has mushroomed over recent decades. Rural tourism in a village maximizes tourism potential such as nature, nautical, educational, historical, culinary tourism, and others. According to the Indonesian Central Statistics Agency (2018), Indonesia had 1,734 tourist villages. Half of them were located on Java and Bali. Besides, there are 355 such places in Sumatra and 119 in Sulawesi.

Data from the Indonesian Central Statistics Agency (2020) shows that the tourism sector contributes 19.29 billion USD from 15.8 million tourists in 2018. Furthermore, it comprises 4.8% of Indonesia's gross domestic product (GDP) in 2019. As the tourism sector is one of the most significant contributors to the economy, the government encourages the development of rural areas into tourist attractions. The 'Ministry of Village, Development of Disadvantaged Regions and Transmigration' of the Republic of Indonesia has targeted more than 10,000 rural tourism villages in Indonesia in 2020 to improve rural government independence in managing village funds.

Most studies measure tourism competitiveness on a national level. Therefore, we offer a novelty by analyzing tourism competitiveness using rural tourism data. Besides, this study analyses the high level of tourism competitiveness that can alleviate poverty in that area. Therefore, it aims to respond to two central questions: first, what are main factors that determine the rural tourism competitiveness in each province?; second, how does tourism village performance compare to the poverty level in each province?

2. TOURISM IN INDONESIA

Indonesia is a vast archipelago with more than 17,000 islands and various cultures, religions and traditions. The characteristics of tourism attractions in Indonesia are natural features, nature reserves, botanical gardens, marine parks, art and culture. According to Firdaus, Hardjosoekarto and Lawang (2021), over the last two decades, the tourism industry in Indonesia has improved remarkably and since 2000, it has shown sustainable growth in revenues and numbers of both domestic and foreign tourists. In 2016, the Indonesian government allocated a priority budget to invest more in tourism development to attract more foreign investors. The government focused on the top 10 destinations: Borobudur, Central Java; Mandalika, West Nusa Tenggara; Labuan Bajo, East Nusa Tenggara; Bromo-Tengger-Semeru, East Java; Thousand Islands,

Jakarta; Toba, North Sumatra; Wakatobi, Southeast Sulawesi; Tanjung Lesung, Banten; Morotai, North Maluku; and Tanjung Kelayang, Belitung.

In 2019, Indonesia was in 40th position out of 140 countries with a score of 4.3 in the Travel and Tourism Competitiveness Report (TTCR) 2019. It also recorded more than 16 million foreign tourists, up 1.9% per cent compared to the previous year. Besides local government rural tourism has developed to attract not only domestic but also international visitors. The development of rural tourism is essential to support equal growth at village level in Indonesia that benefits the local society and economy and encourages the conservation of natural resources as well as local cultures (Soeswoyo et al., 2021).

3. RURAL TOURISM

Rural tourism is recognized as an effort to improve the appeal and viability of rural communities, mitigate demographic issues, reduce migration, and promote a variety of local resources (UNWTO, 2020). Rural tourism also provides local communities with additional cash and new job prospects (Su, 2011). Rural places are likely to benefit the most as attention switches from mass to personalized tourism (Fotiadis, Yeh, Huan, 2016) because rural destinations provide individualized and unique experiences, as well as interaction with local people and local merchandise (Chin, Thian, Lo, 2017). Many people who work in cities and are somewhat separated from nature regard their vacation time as an opportunity to escape to a different environment. Moreover, rural tourism has become an alternative to urban during the ongoing COVID-19 epidemic (Vaishar, Šťastná, 2022), for instance there was an increase in domestic tourists in several rural places in Czechia during the summer of 2020 compared to the previous year. Given the importance of long-term tourism projects in rural areas, implementing sustainable tourism in rural regions is critical for achieving the desired economic, social, and environmental sustainability to gain traction. The success of such initiatives, requires the use of proper strategies, activities, and decisions throughout their life cycles. In other words, they require the completion of important project stages such as commencement, planning, implementation, and closure.

4. TOURISM AND POVERTY ALLEVIATION

Poverty is one of the challenges faced by rural societies (FAO, 2019; Farrington, Mitchell, 2006). Most poor people live in villages and work in agriculture (Saboor,

Hussain, Mushtaq, 2006). Poverty is a condition commonly related to someone whose income is below the poverty line (Makoka, Kaplan, 2005), which is the minimum income (daily or annually) in a particular area for the individual to achieve a decent life (Jolliffe, Prydz, 2016). People who live under the poverty line have insufficient income to fulfill their basic needs, such as food, safe drinking water, shelter, clothing, sanitation facilities, health, education, and information (Melio, 2015). Every country's poverty line is different, depending on the buying power of the society. The poverty line in rich countries tends to be higher than in emerging ones. However, in both high-income and low-income countries, poverty must be alleviated.

Tourism is deemed one of the sectors that can alleviate poverty in many countries (Chifon, 2010; UNWTO, 2006). The development of tourism offers a socio-economic improvement to a society's living standards such as an increase in local income as well as better levels of health and food (Chifon, 2010). The people have a better standard of living because of job creation, improved education, empowerment through training and skill development, and investment in the tourism sector (Chifon, 2010; Jamieson, Pallavi, 2002). The existence of the tourism sector also encourages businesses to sell goods and services to tourists (Jamieson, Pallavi, 2002). The condition of infrastructure is commonly better if the tourism sector has developed because it is one of the crucial factors that encourages tourism competitiveness (Jovanović, Ilić, 2016). On the other side, some studies show that tourism fails to alleviate poverty (Luvanga, Shitundu, 2003), because both domestic and foreign private companies generating tourism whilst they have no interest in guaranteeing poverty alleviation (Luvanga, Shitundu, 2003). Tourism development also gives negative impacts, such as pollution, environmental damage, prostitution and other immoral behavior, which means it fails to reduce poverty (Croes, 2014; Luvanga, Shitundu, 2003; Njoya, Seetaram, 2018). Next to these conflicting results in the literature, the study of the tourism development sector only focuses on the national level (Chifon, 2010; Croes, 2014; Njoya, Seetaram, 2018). However, there are few studies analyzing the impact of developing the tourism sector on poverty in regional and rural areas.

One of the primary keys to a responsible tourism approach to poverty alleviation programs is to involve local communities through meaningful economic links by using tourism as a development tool to empower those previously marginalized (UNWTO, 2006). According to Riyanto et al. (2020), the impact of tourism activities on income inequality depends on the economic value flowing from them to community households. These can reduce inequality when more

foreign and domestic tourist spending flows to the lower middle-income group. In contrast, tourism can exacerbate income inequality if tourist spending shifts to middle and high income groups.

The study from Hazari et al. (2003) that analyzed the impact of tourism expenditure in rural areas concluded that it could cause immiserization for the community. Moreover, Oh (2005), in a case study in Korea, found there was a strong positive impact of economic growth on tourism rather than tourism as a catalyst for economic growth. This means that tourism may influence poverty alleviation to a certain extent, but its impact is minimal.

Rapid and continuous tourism growth indicates that communities in the developing region will be affected both positively and negatively. It provides opportunities for economic development and job creation that benefit the poor, but on the other hand, there are negative impacts that depend on several factors such as coherent public and private management of the environmental, economic and socio-cultural impacts of tourism. The study by Croes (2014) implies that Costa Rica has a high growth level of economic development because of the tourism industry. However, it seems to have a lower effect on poverty alleviation. Tourism development in Costa Rica shows that the poor Costa Ricans are excluded from economic benefits such as job opportunities in the hospitality industry. For example, poor and local people do not have access to direct or indirect employment in tourism-related businesses as those from other regions and foreigners take these jobs (Driscoll et al., 2011).

In addition, ecotourism has a negative impact if its development is exploitative and not well-targeted. As a result, the goal of building and improving living standards is counter-productive. Das and Chatterjee (2015) clearly mentioned the dichotomy of ecotourism development projects which is expected to be a panacea for the problem of poverty in areas that have not been touched by development. However, some developments are contradictory and raise new economic problems. This is due to a dissonance between the local community's needs and the government's development ambitions.

The participation of local communities in the development of nature tourism is also a crucial point. Development is not only directed at the income sector that benefits the economy for the government, but also sustainable and comprehensive development to prevent non-economic problems (Campbell, Heck, 2017; Seftyono, 2011). For example, Liu et al. (2014) emphasized the importance of strengthening social capital in the development of nature tourism and thus, it will directly participate in mobilizing community activities. This foundation will also support various social aspects of the community, such as security, comfort, and health.

5. METHODS

To measure rural tourism performance in Indonesia, the researchers employed the competitiveness index from the World Economic Forum. This model has been employed in 136 countries and there are approximately 90 indicators used, including political, socio-economic, structural, environmental, cultural and other factors. These are categorized into four main pillars: enabling environment; travel and tourism (T&T) policy and enabling conditions; infrastructure; and natural and cultural resources.

These four main pillars are then divided into 14 sub-pillars. However, one, namely air transport infrastructure, has been excluded because the data collected are at the rural level whereas airports are usually located in big cities, so there are 13 sub-pillars employed in this study as described below.

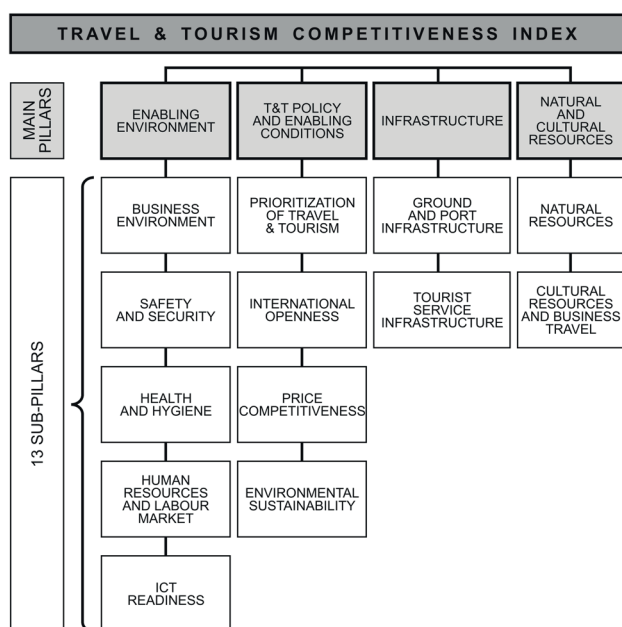


Figure 1. Modified Rural Tourism Competitiveness Index adopted from the Travel & Tourism Competitiveness Index, 2019
Source: own research

Moreover, we will operate the poverty concept to discover how deep the poverty level in rural tourism is. The poverty level is defined as the relative number of the poor, i.e. those living below the poverty line (OECD, 2014). Meanwhile, the poverty gap index presents the intensity of this level. This study focuses on an expenditure-based poverty line determined by an individual’s minimum daily expenditure to have a decent life.

To measure expenditure, we employed a questionnaire from the National Socio-Economic Survey (Susenas) of the Indonesian Central Statistics Agency for rural tourism. Expenditure was measured

through food, even specifying various types such as carbohydrates, fat, protein and calories. Respondents were asked how much money they spend on average for a month in Rupiah for food and beverages (cereals, tubers, fish/shrimps/squid/ shells, meat, eggs/ milk, vegetables, legumes, fruits, oil/ coconut, beverages, spices, miscellaneous food items, prepared food/ beverages), non-food (housing/ household facilities, cigarettes, goods/ services, clothing/ footwear/ headgear, durable goods, education, investments, transport, health) and other expenses (parties/ ceremonies, repaying debts, tax, and insurance). The total expenses are multiplied by 12. We consider each respondent’s household size by calculating the number of poor there (relative or absolute) who live below the poverty line. If respondent A based on the procedure above is categorized as poor and has three family members, it is counted as four (three family members and the respondent him/herself).

Meanwhile, the depth of poverty is calculated using the poverty gap index by measuring the gap between the poverty line and expenditure (Milanovic, 2002; Morduch, Haley, 2002). The formula adopted from the World Bank (2009) is as follows:

$$P_i = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{G_i}{z}$$

Where $G_i = (z - y_i)I(y_i < z)$

The formula calculates the gap between actual expenditure (y_i) and the poverty line (z), called the poverty gap (G_i). If this gap is positive (for instance, if expenditure is greater than the poverty line), the poverty gap is counted as zero. Otherwise, if the gap is negative where expenditure is below the poverty line, it means that the gap, divided by the poverty line, will generate a number between 0 and 1, where 1 shows extreme poverty on an individual level (World Bank, 2009). Then, to calculate the average intensity in that area, the individual poverty gaps are summed and divided by the total number of respondents involved (including the respective household members). This results in the poverty gap index (P_1): the higher the poverty gap, the worse the poverty level.

This study uses primary data that were collected through a survey in Sumatra (Aceh), Java (Central Java), Bali, and Sulawesi (North Sulawesi) because they are the main tourist destinations in Indonesia. More precisely, this survey was conducted in 17 rural tourism locations in these four provinces. The respondents interviewed consisted of rural tourism and rural government managers, a total of 490 respondents, consisting of 135 Aceh, 150 Balinese, 74 Central Javanese, and 131 from North Sulawesi. We employed a semi-structured interview for this study.

6. RESULTS AND DISCUSSION

This study shows that rural tourism in Bali Province has the best performance out of all the others in the tourism sector shown by a travel and tourism competitiveness index of 4.608. It is followed by Central Java (4.418), North Sulawesi (4.038), and Aceh (3.946). However, Central Java Province has the lowest poverty gap index at 0.01, followed by North Sulawesi (0.02), Bali (0.04), and Aceh (0.05).

Table 1. Rural Tourism Competitiveness Index and poverty levels in the four provinces

No	Province	Travel and Tourism Competitiveness Index	Poverty Gap Index
1	Aceh	3.946	0.05
2	Bali	4.608	0.04
3	Central Java	4.418	0.01
4	North Sulawesi	4.038	0.02
	Average	4.237	0.03

Source: Survey data – modified, 2020.

Bali Province

Bali Province is well known as an advanced tourism destination in Indonesia. The travel and tourism competitiveness index for rural tourism is relatively excellent shown by a good score on two pillars: infrastructure (5.139) and natural resources (5.079). Natural resources and culture are varied, the fascinating natural charm of natural mountains and coast make Bali a strong attraction compared to other provinces. Natural resources can be developed more to boost rural tourism competitiveness, such as the rice fields located in villages in Tabanan and Gianyar sub-districts. Bali also has forest areas classified as conservation, production, grant, and mangrove.

Bali Province infrastructure facilities are relatively good, shown by both ground and port transport (4.855) and tourist service infrastructure (4.739). Infrastructure facilities continue developing because Bali Province has need of sufficiently integrated and connected land, sea and air infrastructure. Moreover, traffic jams in several places, for instance in Kuta and Seminyak have become urgent problems that must be solved. Other elements must be improved in several new tourism areas such as Nusa Penida Island which has some temples can be developed for religious tourism. Furthermore, Bali’s environmental conditions provide a strong attraction as a tourist destination for domestic and foreign tourists. Vital human resource skills, ICT Technology readiness, and convenience strongly support Bali as the favorite tourist destination to promote the growth of rural tourism.

The development of tourism in various villages is carried out by prioritizing participation from village communities. Profit-oriented tourism is often detrimental to those communities as they experience marginalization. Thus, the regional economy is actually worse than before tourism development. In addition, the development of village tourism must follow customary regulation. This can be seen in the various rules applied in many villages in Bali: first, the land belongs to the village and it cannot be sold; second, multi-storey buildings are not allowed to be built and it is forbidden to cut down trees without the village’s permission; third, for tourists who want to visit the temples they must obey the established rules such as wearing a scarf, a prohibition on entering temples for women during menstruation, and visits to sacred places not being allowed.

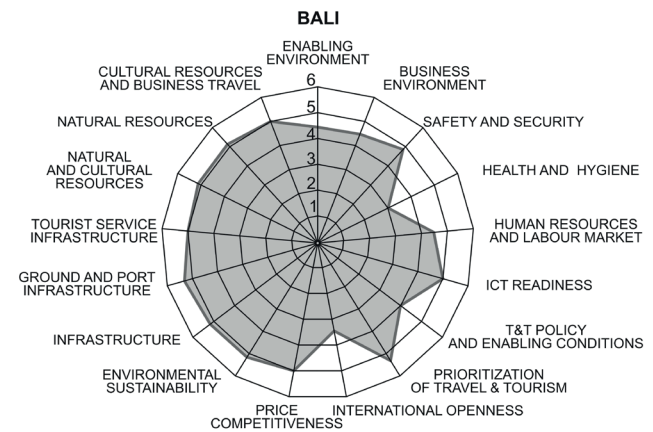


Figure 2. Rural Tourism Competitiveness in Bali Province
Source: Survey data – modified, 2020

However, ironically, behind the advance of the tourism industry in Bali, poverty has become the challenge to be solved, shown by a poverty gap index of 0.05. In Bali, there are areas where most people are poor, such as the Buleleng District located in the northern part. Among the people there are those without acceptable housing; around this area, is the tourist site of Lovina Beach known worldwide for its exotic nature. Most owners of unacceptable housing are farmworkers and besides the general condition they also have no bathroom. These low-income families do not have a water well to fulfill their needs for clean water and are used to bringing water from a spring in Asah, about 2 km from their residence.

As it is an island, the majority of low-income families in Bali are small fishermen and farmers. According to Sudiarta and Suardana (2016), the main barrier to transition into the tourism sector is culture. The slow changes are caused by poor motivation to get involved more in tourism as a productive sector and thus to escape the circle of poverty despite the fact that some of them have started to shift to the tourism industry

as their main source of income or an additional one. With the rapid development of infrastructure, tourism in Bali has contributed substantially to the economy by providing working opportunities, encouraging collaboration with other sectors, and driving economic growth. Local government, therefore, should give information to actively support and encourage involvement in the tourism industry.

Central Java Province

Rural tourism in Central Java Province is second after Bali, shown by a competitiveness index score of 4.418 with figures for the condition of infrastructure (4.797), natural and cultural resources (4.689), and enabling environment (4.414). Infrastructure development has become a priority for the tourism sector because it promotes the economy for specific areas and eventually it will increase the welfare of society. Central Java also strives to develop its infrastructure in many rural tourism areas, especially in four national tourist destinations: Borobudur Temple, Semarang-Karimunjawa, Solo-Sangiran, and Nusakambangan-Pangandaran.

Central Java has various strong natural and cultural resources to be developed as tourist sites for mountain, nautical, historical, art and culture, educational, and culinary tourism. Furthermore, it has tourist sites in 35 districts at 417 sites consisting of 132 for natural tourism, 88 for cultural tourism, 105 for human-made tourism, 21 for special interest, and 71 for other kinds.

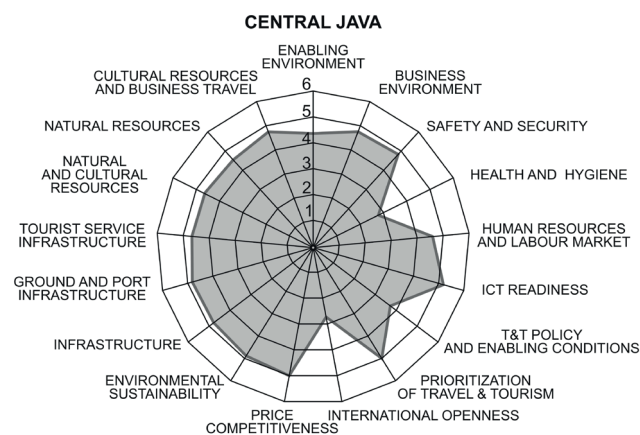


Figure 3. Rural Tourism Competitiveness in Central Java Province

Source: Survey data – modified, 2020

The tourism sector in Central Java Province contributes to poverty alleviation. The poverty gap index is 0.01 meaning that the level of poverty has been successfully reduced by improving the tourism sector. Tourism is a priority that has become a new basis for the Central Java economy, expecting that it will also boost other sectors, such as agriculture, livestock, hotels and restaurants, and micro, small and medium enterprises. Local government has begun to implement

community-based tourism (CBT) that requires the active participation of society in the tourism industry. While the government builds the infrastructure, the local community works collectively to improve villages to attract more tourists.

According to Simons and de Groot (2015), community-based tourism can be an effective strategy to attract tourists in a country with strong tourism and human resources. CBT can be defined as tourism managed by and for local communities. It gives direction to the local area as a pioneer for travel industry improvement. The benefits of this kind of travel industry is a sense of obligation for every local area over its region (Anismar, Satria, Ali, 2018). According to Zapata et al. (2011), most contemporary ideas and strategies for a locally based travel industry have distinguished three principal measures: it is situated inside a local area, possessed of at least one local area individual, and overseen by local area individuals (i.e. community members could influence the decision making process of the enterprise). Commitments from outside organizations are required for a locally based travel industry such as government and industry (Iorio, Corsale, 2014).

Ernawati, Sanders and Dowling (2017) found that locally based travel industry can be seen from two viewpoints: the local area and the vacationer. The term 'local area' implies that the relationship among local people is solid and firm. According to Beeton (2006), there are fundamental components of 'local area' that incorporate strengthening, shared interdependency among individuals, arrangement of a sense of place and connectedness, having normal assumptions and objectives and shared qualities, soul, confidence and trust. It gives freedom for the local community to arrange, oversee and work in the travel industry (Giampiccoli, Saayman, 2016). Likewise, CBT industry gives remarkable real encounters to a developing specialty market of travellers who choose to be involved with neighborhood networks and local climate. Notwithstanding, CBT additionally faces some obstructions, including the conceivable absence of the travel industry inside the local area, benefits becoming concentrated on local elites, and an absence of capital for improvement (Fiorello, Bo, 2012).

Besides, the tourism industry has various stakeholders, internal such as a tourism business or organization (i.e. employees, volunteers), and external (i.e. customers, shareholders, residents, other businesses). An effective corporate social responsibility (CSR) strategy can increase the stakeholder's perspective (Coles, Fenclova, Dinan, 2013). In the tourism industry, the most well-known way of participating in progressive activities is through CSR, alluding to an organization's responsiveness to the 'triple primary concern' of financial, social, and environmental results. These include activities like charitable donations, support

for schooling and medical services, and ecological assurance drives (Hughes, Scheyvens, 2018). To interface CSR with community priorities, it initially needs to get to understand local development needs.

The Borobudur Temple, a world heritage site located in Central Java, is one of the pilot projects whereby the government empowers the development of local area endeavors in the travel industry, in particular, CBT. The government delegates a state-owned enterprise (SOE) through its CSR assets to assist in creating the travel industry in Borobudur (Dana, 1999). As a result, the communities earn a higher income, have better facilities and infrastructure, and establish new networks (Rembulan, Helmi, Riyono, 2020). Through the advice of an SOE, the local government should prepare communities to face changes and encourage them to participate in tourism business in the area through developing community enterprise, locally named *Balkondes*. These *Balkondes* community enterprises are developed by a partnership between an SOE and village communities in the Borobudur sub-district, a community enterprise, they have been undertaken since 2016. SOEs gave every village funds worth IDR 1–3bn (equal to US \$61,598 – US \$184,794) as a synergic CSR program for developing their respective community enterprises (in the form holiday areas and homestays) (Arintoko et al., 2020).

North Sulawesi Province

North Sulawesi Province is a tourism area for both domestic and foreign tourists, with Bunaken National Park as one of its icons. The travel and tourism competitiveness index for rural tourism is relatively good, as shown by a scores of about 4.038 on three pillars, such as infrastructure (4.382), natural resources (5.557), and enabling environment (3.823). North Sulawesi indeed has a variety of natural and cultural environments, so tourism has great potential to improve in rural areas.

Moreover, geographically it is located on the edge of the Asian Pacific. However, North Sulawesi is still constrained by lack of infrastructure, especially connectivity issues. Therefore, the development of a toll road between Manado and Bitung, has been undertaken. Moreover, North Sulawesi will be developed into a hub for tourist destinations in the Eastern Region of Indonesia in the future.

North Sulawesi has the lowest poverty level on Sulawesi, and according to this study the poverty gap index is 0.02. The government of North Sulawesi harnesses the tourism sector to support the local economy through regional programs to solve poverty; poor people around tourism sites are provided with culinary and other skill training to positively impact tourism development in their areas. Furthermore, local government drives collaboration between villages to

make it easier for tourists to reach accommodation and transportation. According to Ernawati, Sanders and Dowling (2017), the collaboration of tourists with the local area is a fundamental part of the travel industry, including CBT. Tourists choose to travel alone or in small groups and are interested in various unique destinations. Such tourists are keen on exploring the extraordinary culture and interacting with the local area. The new traveller is sensitive to natural issues as well as to nearby culture and concentrates on the availability of host networks which have turned into a significant resource for vacationer locations (Fiorello, Bo, 2012).

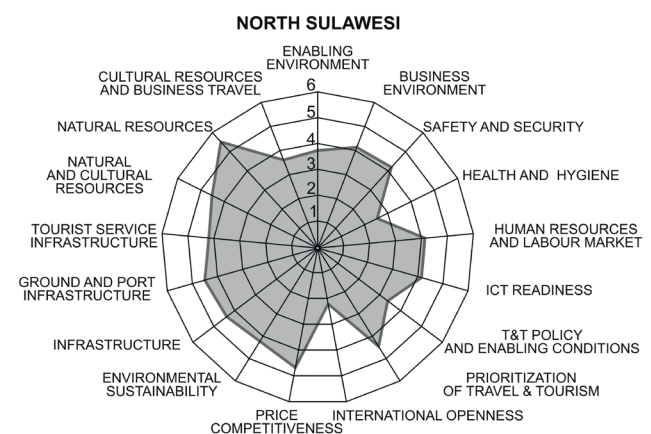


Figure 4. Rural Tourism Competitiveness in North Sulawesi Province
Source: Survey data – modified, 2020

Aceh Province

Aceh Province has great tourism potential but its development has not been maximised compared to the other three provinces. The rural tourism competitiveness index is 3.946 with natural and cultural resources (4.018), infrastructure (4.317), and enabling environment (4.159). Some of the prime destinations in Aceh Province represent the variety of resources and cultures that can be developed as tourist sites in rural areas, such as Weh Island, Baiturrahman Mosque, Geurete Highland, Lamno City, and Laut Tawar Gayo Lake. Unfortunately, this tourism potential has not been well-developed due to insufficient funding for infrastructure facilities in Aceh such as hotels, restaurants, access to tourist sites, and connectivity between tourist destinations.

Aceh is indeed the poorest province on Sumatra; it is not surprising if this study shows that Aceh's poverty gap index is 0.05. The tourism sector is expected to alleviate poverty, however it cannot improve welfare because tourism potential has not been managed thoughtfully.

According to Swesti (2019), the socio-cultural impact of tourism development in Aceh can be seen in the preservation of local community culture such

as traditional dances, cultural history, preservation of historical buildings, mastery of foreign languages, opening local community access to wider networks, and new job opportunities. Meanwhile, the negative impact of tourism on socio-cultural conditions such as gambling and prostitution causes conflicts between stakeholders and such communities which are predominantly Muslim. Some groups consider tourism development to be contrary to Islamic law which is a challenge for tourism policy makers in Aceh. Responding to these problems, it is necessary to change the tourism development strategy. The community needs to be educated for tourism and to be involved in determining tourism policies and decisions.

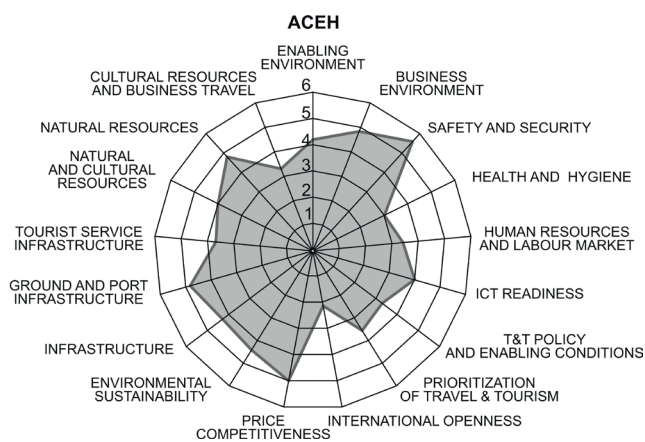


Figure 5. Rural Tourism Competitiveness in Aceh province
Source: Survey data – modified, 2020

Furthermore, the COVID-19 pandemic has devastated the tourism and hospitality industry worldwide. In addition, the fear of the spread of the virus has caused distrust of the facilities in each tourist attraction. Therefore, the tourism and hospitality industry needs preparation to minimize the risk of infection from the pandemic to attract tourists and maintain their businesses (Yu, Seo, Hyun, 2021). Our study reveals that the health and hygiene pillar has one of the lowest values in the four provinces. This is being emphasized as a key precaution to reduce the risk of spreading coronavirus and is intrinsically related to clean living. The importance of hygiene has been emphasized for a long time, and the importance of hotel hygiene has been mentioned in many existing studies (Sifuentes et al., 2014). Besides, many studies also have shown the positive effects of good hygiene practices, particularly in cases of highly contagious diseases such as COVID-19. It has been revealed that hygiene such as wearing masks and using hand sanitizer reduces the spread of the virus (Leung et al., 2020).

Moreover, hygiene is essential in the service environment where the customer's first impression has significant ramifications (Vilnai-Yavetz, Gilboa, 2010). A study conducted in Europe shows that customer behavior during the outbreak has tended to choose less

crowded and safer environments for hospitality services and tourism locations (Naumov, Varadzhakova, Naydenov, 2021). Thus, it can be argued that the hygiene of tourism and hospitality services is a critical factor in determining customer behavior, such as satisfaction, perceived service quality, and the revisiting intentions that benefit the local community's economy (Pizam, Tasci, 2019).

7. CONCLUSION

This study concludes that infrastructure, natural & cultural resources, and enabling environment factors bring about rural tourism competitiveness in each province. Meanwhile, based on respondents' perceptions, government policy to boost tourism development is insufficient. This study provides recommendations for government and stakeholders to strengthen travel and tourism policy and enable conditions to improve rural tourism competitiveness.

In various tourist villages, it can be seen that community involvement is the key to successful development. This study has also generated academic relevance by arguing that rural tourism competitiveness will alleviate poverty. However, it shows that competitiveness does not guarantee poverty alleviation in the area. Bali as the icon of Indonesia's tourism has an index of 4.608, the highest compared to the other three provinces. Ironically though, Bali's poverty gap index is 0.05, also the highest compared to the other three. At the same time, the high level of rural tourism in Central Java does have a positive impact on poverty alleviation. Central Java is the second after Bali with 4.418, and the poverty gap index and the level of poverty are the lowest among the other three provinces.

Furthermore, as hygiene conditions significantly impact customer behavior and decision-making during the coronavirus outbreak, hygiene management is critical in service environments utilized by various customers such as hotels. Therefore, identifying such characteristics and emphasizing them can provide an advantage when preparing future business strategies for the hospitality and tourism industry to recover and enhance the welfare of local people.

This research also reveals that CBT and CSR can be an effective strategy to boost the competitiveness of rural tourism and be an alternative solution to eradicate poverty through tourism empowerment in a community. According to Yusof et al. (2012), communities involved in tourism activities gain economic benefits due to the increased income earned from tourists. Thus, it improves the quality of life. Companies can demonstrate social responsibility by a commitment to sustainable tourism and poverty alleviation through business collaboration with local

communities, to support decent wage levels, and to ensure fair rental arrangements (Hughes, Scheyvens, 2018). In addition, policymakers are expected to focus on strengthening the skills, resources and conditions for community-based entrepreneurship (Zapata et al., 2011).

Moreover, it is essential to conduct research that analyzes the impact of tourism development related

to poverty alleviation based not only on a monetary approach (income and expenditure) but to measure the level of poverty using multidimensional indicators as well, such as education, health and standard of living. It is also crucial to discover how the tourism sector could generate job creation and economic growth in a particular area.

PARADOKS TURYSTYKI WIEJSKIEJ I ŁAGODZENIA UBÓSTWA

Rina Martini^a, Esther Sri Astuti Soeryaningrum Agustin^b , Budi Setiyono^c

^a Diponegoro University, Indonesia, e-mail: rinamartini@lecturer.undip.ac.id

^b Diponegoro University, Indonesia, <https://orcid.org/0000-0002-9572-5316>, e-mail: esthersriastuti@lecturer.undip.ac.id

^c Diponegoro University, Indonesia, e-mail: budisetiyono@lecturer.undip.ac.id

Sposób cytowania (styl APA): Martini, R., Sri Astuti Soeryaningrum Agustin, E., Setiyono, B. (2022). The paradox of rural tourism and poverty alleviation. *Turyzm/Tourism*, 32 (2), 87–105. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.32.2.05>

ABSTRAKT

Niniejsze badanie ma na celu analizę czynników determinujących konkurencyjność turystyki wiejskiej i ocenę jej wyników w porównaniu z poziomem ubóstwa w każdej prowincji Indonezji. Praca opiera się na czterech głównych filarach: „środowisko wspomagające”, „polityka w zakresie podróży i turystyki oraz sprzyjające im warunki”, „infrastruktura” oraz „zasoby naturalne i kulturowe”, zaczerpniętych ze wskaźnika konkurencyjności podróży i turystyki (*Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI*) Światowego Forum Ekonomicznego 2019. Przeprowadzono badania terenowe w czterech prowincjach, a mianowicie: Aceh, Bali, Jawa Środkowa i Celebes Północny, rozprawdzając kwestionariusze i przeprowadzając częściowo ustrukturyzowane wywiady w celu uzyskania spostrzeżeń respondentów. Wskaźnik luki ubóstwa (ang. *poverty gap index*) mierzy poziom natężenia ubóstwa poprzez zastosowanie granicy ubóstwa opartej na wydatkach. Badanie to dowodzi, że infrastruktura, zasoby naturalne i kulturowe oraz środowisko wspomagające wspierają rozwój turystyki wiejskiej w każdej prowincji. Autorki uważają również, że doskonałe wyniki w zakresie konkurencyjności turystyki wiejskiej wydają się mieć minimalny wpływ na ubóstwo. Bali stało się główną ikoną turystyki w Indonezji; jak na ironię, jego poziom ubóstwa jest relatywnie wyższy niż na innych obszarach. Tymczasem Jawa Środkowa jest drugą najbardziej konkurencyjną prowincją po Bali, a poziom ubóstwa jest najniższy. Aby rozwiązać ten problem, autorki proponują rozwój turystyki opartej na społeczności (*community-based tourism – CBT*) i społeczną odpowiedzialność biznesu (*corporate social responsibility – CSR*).

SŁOWA KLUCZOWE

konkurencyjność, wskaźnik, ubóstwo, wieś, turystyka

INFORMACJE O ARTYKULE

Przyjęto:

9 lutego 2022 r.

Zaakceptowano:

30 września 2022 r.

Opublikowano:

30 grudnia 2022 r.

1. WSTĘP

Statystyki indonezyjskie pokazują, że poziom ubóstwa w Indonezji w latach 2010–2017 stosunkowo się obniżył; wynosił około 13,33% (31,02 mln) w 2010 r. i 10,12% (26,58 mln) w 2017 r. W 2018 i 2019 r. poziom ubóstwa w Indonezji spadł już do poziomu jednocyfrowego,

odpowiednio 9,66% i 9,22% (Indonesian Central Statistics Agency, 2020).

Jeśli przeanalizuje się cechy ubóstwa w Indonezji, to widać, że przepaść między biednymi i niebiednymi gospodarstwami domowymi zależy od wykształcenia i środków utrzymania. W pierwszym kwartale 2019 r. około 73,84% ubogich członków gospodarstw

domowych miało ukończoną szkołę podstawową jako najwyższy poziom wykształcenia, podczas gdy w przypadku gospodarstw nieubogich było to 48,04% (Indonesian Central Statistics Agency, 2020). Ponadto liczba członków gospodarstw domowych, którzy nigdy nie uczyli się w gimnazjum lub wyżej, wynosi około 26,46% w przypadku gospodarstw ubogich i aż 51,96% w przypadku gospodarstw nieubogich. Oznacza to, że brak lub niski poziom wykształcenia są zwykle najwyższe wśród biedniejszych, a większość z nich pracuje w rolnictwie. Ubóstwo jest zazwyczaj ściśle związane z działalnością rolniczą jako źródłem dochodu.

Chociaż sektor rolniczy jest głównym źródłem utrzymania społeczności wiejskich, w ostatnich dziesięcioleciach turystyka rozwinęła się dzięki koncepcji wioski turystycznej. Turystyka wiejska maksymalizuje potencjał turystyczny obszarów wiejskich, taki jak turystyka przyrodnicza, żeglarska, edukacyjna, historyczna, kulinarna i inne. W 2018 r. Indonezja posiadała 1734 wioski turystyczne (Indonesian Central Statistics Agency, 2018). Połowa z nich znajdowała się na Jawie i Bali. Poza tym na Sumatrze jest 355 takich miejsc, a na Celebesie 119.

Dane statystyczne (Indonesian Central Statistics Agency, 2020) pokazują, że sektor turystyczny Indonezji w 2018 r. uzyskał 19,29 mld USD od 15,8 mln turystów. Stanowi to 4,8% produktu krajowego brutto (PKB) w 2019 r. Ponieważ sektor turystyczny jest jednym z najbardziej znaczących podmiotów w gospodarce, rząd zachęca do przekształcenia obszarów wiejskich w atrakcje turystyczne. Ministerstwo Wsi, Rozwoju Regionów w Niekorzystnej Sytuacji i Transmigracji Republiki Indonezji w 2020 r. wybrało ponad 10 000 wiosek turystyki wiejskiej w Indonezji, aby zwiększyć niezależność lokalnych władz w zarządzaniu funduszami wsi.

Większość badań mierzy konkurencyjność turystyki na poziomie krajowym. Dlatego zaproponowano tutaj nowość polegającą na analizie konkurencyjności turystyki z wykorzystaniem danych dotyczących turystyki wiejskiej. Poza tym w niniejszym opracowaniu przeanalizowano wysoki poziom konkurencyjności turystyki, który może złągodzić ubóstwo na tym obszarze. Dlatego artykuł ma na celu odpowiedź na dwa zasadnicze pytania: po pierwsze, jakie są główne czynniki determinujące konkurencyjność turystyki wiejskiej w każdej prowincji?; po drugie, jak wypada wydajność wioski turystycznej w porównaniu z poziomem ubóstwa w każdej prowincji?

2. TURYSTYKA W INDONEZJI

Indonezja to rozległy archipeląg ponad 17 000 wysp z różnymi kulturami, religiami i tradycjami. Charakterystyczne dla atrakcji turystycznych w Indonezji

są cechy przyrodnicze, rezerваты przyrody, ogrody botaniczne, parki morskie, sztuka i kultura. Według Firdausa, Hardjosoekarto i Lawanga (2021) w ciągu ostatnich dwóch dekad branża turystyczna w Indonezji zdumiewająco się poprawiła, a od 2000 r. wykazuje trwałe wzrost przychodów oraz liczby turystów krajowych i zagranicznych. W 2016 r. rząd Indonezji przeznaczył priorytetowy budżet na zwiększenie inwestycji w rozwój turystyki, by przyciągnąć więcej inwestorów zagranicznych. Rząd skupił się na 10 najlepszych destynacjach: świątynia Borobudur (Jawa Środkowa); Mandalika (Małe Wyspy Sundajskie Zachodnie); Labuan Bajo (Małe Wyspy Sundajskie Wschodnie); Park Narodowy Bromo-Tengger-Semeru (Jawa Wschodnia); Dystrykt Tysiąca Wysp (Dżakarta); jezioro Toba (Sumatra Północna); archipeląg Wakatobi (Celebes Południowo-Wschodni); plaża Tanjung Lesung (Banten); wyspa Morotai (Moluki Północne) i plaża Tanjung Kelayang (Belitung).

W 2019 r. Indonezja z wynikiem 4,3 znalazła się na 40 miejscu wśród 140 krajów w *Travel and Tourism Competitiveness Report* (TTCR) 2019. Odnotowała również ponad 16 mln turystów zagranicznych, co stanowi wzrost o 1,9% w porównaniu z poprzednim rokiem. Oprócz samorządu lokalnego, rozwinęła się także turystyka wiejska, która przyciąga nie tylko krajowych, ale i zagranicznych gości. Rozwój turystyki wiejskiej jest niezbędny do wspierania równomiernego wzrostu na poziomie wsi w Indonezji, co przynosi korzyści lokalnemu społeczeństwu i gospodarce, a także zachęca do ochrony zasobów naturalnych oraz miejscowych kultur (Soeswoyo i in., 2021).

3. TURYSTYKA WIEJSKA

Turystyka wiejska jest wykorzystywana do podniesienia atrakcyjności i ożywienia społeczności wiejskich, złagodzenia problemów demograficznych, ograniczenia migracji i promowania różnorodnych zasobów lokalnych (UNWTO, 2020). Turystyka ta zapewnia również lokalnym społecznościom dodatkowe pieniądze i nowe perspektywy pracy (Su, 2011). Obszary wiejskie prawdopodobnie odniosą największe korzyści, gdy uwaga przeniesie się z turystyki masowej na spersonalizowaną (Fotiadis, Yeah, Huan, 2016), ponieważ wiejskie destynacje zapewniają zindywidualizowane i wyjątkowe doświadczenia, a także interakcje z lokalną ludnością i miejscowymi towarami (Chin, Thian, Lo, 2017). Wiele osób, które pracują w miastach i są nieco odseparowane od natury, traktuje urlop jako okazję do ucieczki w inne środowisko. Co więcej, turystyka wiejska stała się alternatywą dla miast podczas pandemii COVID-19 (Vaishar, Śfastná, 2022), na przykład latem 2020 r. w kilku miejscowościach wiejskich

w Czechach odnotowano wzrost liczby turystów krajowych w porównaniu z rokiem poprzednim. Biorąc pod uwagę znaczenie długoterminowych projektów turystycznych na obszarach wiejskich, wdrażanie turystyki zrównoważonej ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia pożądanego równomiernego rozwoju gospodarczego, społecznego i środowiskowego. Powodzenie takich inicjatyw wymaga stosowania odpowiednich strategii, działań i decyzji w całym ich cyklu życia. Innymi słowy, wymagają ukończenia ważnych etapów projektu, takich jak rozpoczęcie, planowanie, wdrożenie i zamknięcie.

4. TURYSTYKA I WALKA Z UBÓSTWEM

Ubóstwo jest jednym z wyzwań stojących przed społecznościami wiejskimi (FAO, 2019; Farrington, Mitchell, 2006). Większość ubogich ludzi mieszka na wsi i pracuje w rolnictwie (Saboor, Hussain, Mushtaq, 2006). Ubóstwo jest stanem powszechnie wiązany z osobą, której dochód jest poniżej granicy ubóstwa (Makoka, Kaplan, 2005), oznaczającej minimalny dochód (dzienny lub roczny) na danym obszarze, umożliwiający jednostce godne życie (Jolliffe, Prydz, 2016). Osoby żyjące poniżej granicy ubóstwa nie mają wystarczających dochodów, aby zaspokoić swoje podstawowe potrzeby, takie jak żywność, bezpieczna woda pitna, schronienie, odzież, urządzenia sanitarne, zdrowie, edukacja i informacja (Melio, 2015). Granica ubóstwa w każdym kraju jest inna i zależy od siły nabywczej społeczeństwa. W krajach zamożnych granica ta jest zwykle wyższa niż w krajach szybko rozwijających się. Jednak zarówno w krajach o wysokich, jak i niskich dochodach należy łagodzić ubóstwo.

Turystyka jest uważana za jeden z sektorów, które mogą zmniejszyć ubóstwo w wielu krajach (Chifon, 2010; UNWTO, 2006). Jej rozwój umożliwia społeczno-ekonomiczną poprawę standardów życia społeczeństwa, takich jak wzrost lokalnych dochodów oraz wyższy poziom zdrowia i żywienia (Chifon, 2010). Standardy życia ludzi podnoszą się dzięki tworzeniu miejsc pracy, lepszej edukacji, upodmiotowieniu przez szkolenia i rozwój umiejętności oraz dzięki inwestycjom w sektor turystyczny (Chifon, 2010; Jamieson, Pallavi, 2002). Istnienie tego sektora pobudza również przedsiębiorstwa do sprzedaży towarów i usług turystom (Jamieson, Pallavi, 2002). Stan infrastruktury jest zwykle lepszy, jeśli branża turystyczna się rozwinęła, ponieważ jest to jeden z kluczowych czynników sprzyjających konkurencyjności turystyki (Jovanović, Ilić, 2016). Z drugiej strony, niektóre badania (Luvanga, Shitundu, 2003) pokazują, że ta gałąź gospodarki nie łagodzi ubóstwa, ponieważ zarówno krajowe, jak i zagraniczne prywatne firmy świadczące usługi

turystyczne nie są zainteresowane zagwarantowaniem redukcji ubóstwa (Luvanga, Shitundu, 2003). Rozwój turystyki ma również negatywne skutki, takie jak zanieczyszczenie, niszczenie środowiska, prostytucja i inne niemoralne zachowania, co oznacza, że nie zmniejsza ubóstwa (Croes, 2014; Luvanga, Shitundu, 2003; Njoya, Seetaram, 2018). W literaturze, oprócz tych sprzecznych wyników, badanie rozwoju turystyki koncentruje się wyłącznie na poziomie krajowym (Chifon, 2010; Croes, 2014; Njoya, Seetaram, 2018). Niewiele jest opracowań analizujących wpływ rozwoju tej branży na ubóstwo w regionach, w tym na obszarach wiejskich.

Jednym z podstawowych kluczy do odpowiedzialnego podejścia sektora turystycznego do programów łagodzenia ubóstwa jest zaangażowanie społeczności lokalnych przez znaczące powiązania gospodarcze z wykorzystaniem turystyki jako narzędzia wzrostu, tak by wzmocnić pozycję osób wcześniej zmarginalizowanych (UNWTO, 2006). Według Riyanto i in. (2020) wpływ działalności turystycznej na zróżnicowanie dochodów zależy od wartości ekonomicznej płynącej z niej do gospodarstw domowych społeczności. Mogą one zmniejszyć nierówności, gdy więcej zagranicznych i krajowych dochodów z tej gałęzi gospodarki napływa do grupy o niższych średnich dochodach. Turystyka może także pogłębić nierówności dochodowe, jeśli przychody od turystów zostaną przesunięte do grup o średnich i wysokich dochodach.

Hazari i in. (2003), którzy przeanalizowali wpływ wydatków na turystykę na obszarach wiejskich, doszli do wniosku, że może to spowodować wręcz zubożenie społeczności. Co więcej, Oh (2005) w studium przypadku z Korei stwierdził, że istnieje silny pozytywny wpływ wzrostu gospodarczego na turystykę, ale sektor ten nie jest katalizatorem rozwoju ekonomicznego. Oznacza to, że branża turystyczna może w pewnym stopniu wpływać na ograniczanie ubóstwa, ale jej wpływ jest minimalny.

Szybki i ciągły rozwój turystyki wskazuje, że społeczności w rozwijającym się regionie odczuwają zarówno pozytywne, jak i negatywne skutki. Wprawdzie zapewnia ona możliwości rozwoju ekonomicznego i tworzenia miejsc pracy, które przynoszą korzyści ubogim, ale z drugiej strony powoduje negatywne skutki, które zależą od kilku czynników, takich jak spójne publiczne i prywatne zarządzanie wpływem działalności turystycznej na środowisko, gospodarkę i obszary społeczno-kulturowe. Badanie Croesa (2014) sugeruje, że Kostaryka ma wysoki poziom rozwoju gospodarczego ze względu na turystykę. Wydaje się jednak, że ma to mniejszy wpływ na łagodzenie ubóstwa. Rozwój sektora turystycznego w Kostaryce pokazuje, że biedni Kostarykanie są wykluczeni z korzyści ekonomicznych, takich jak możliwości pracy w branży hotelarskiej. Na przykład

ludzie ubodzy i miejscowi nie mają dostępu do bezpośredniego lub pośredniego zatrudnienia w przedsiębiorstwach związanych z turystyką, ponieważ te miejsca pracy zajmują osoby z innych regionów i obcokrajowcy (Driscoll i in., 2011).

Ponadto ekoturystyka ma negatywne skutki, jeśli jej rozwój ma charakter eksploatacyjny i nie jest właściwie ukierunkowany. W rezultacie cel, jakim jest budowanie i podnoszenie standardów życia, przynosi efekt przeciwny do zamierzonego. Das i Chatterjee (2015) wyraźnie wskazywały na dychotomię projektów rozwoju ekoturystyki, która ma być panaceum na problem ubóstwa na obszarach nierozwijających się. Jednak niektóre takie programy są między sobą sprzeczne i powodują nowe problemy ekonomiczne. Wynika to z dysonansu między potrzebami lokalnej społeczności a rozwojowymi ambicjami rządu.

Istotnym punktem jest również udział miejscowych społeczności w rozwoju turystyki przyrodniczej. Wzrost ten jest ukierunkowany nie tylko na sektor dochodowy, który przynosi korzyści gospodarce zgodne z oczekiwaniami rządu, ale także na zrównoważony i wszechstronny rozwój, który zapobiegnie problemom pozaekonomicznym (Campbell, Heck, 2017; Seftyono, 2011). Na przykład Liu i in. (2014) podkreślali wagę wzmocnienia kapitału społecznego w rozwoju turystyki przyrodniczej, bo tym samym będzie on bezpośrednio uczestniczył w mobilizowaniu działań społeczności. Taki fundament będzie również wspomagać różne społeczne aspekty, takie jak bezpieczeństwo, komfort i zdrowie.

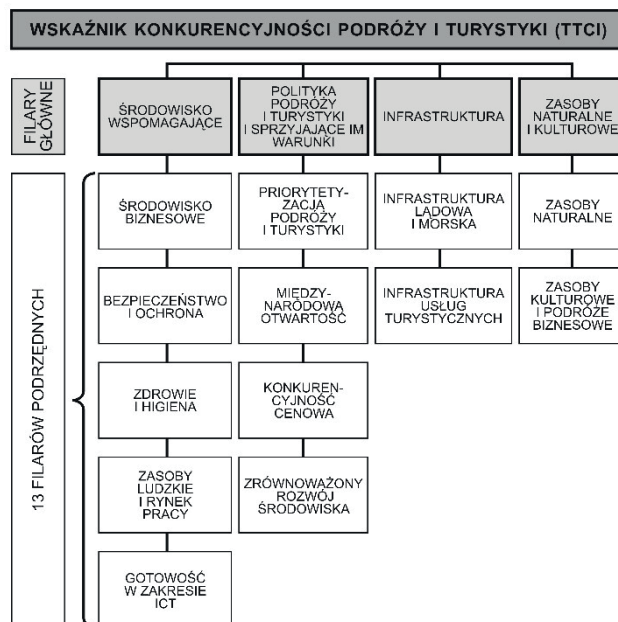
5. METODY

Aby zmierzyć wyniki turystyki wiejskiej w Indonezji, naukowcy zastosowali wskaźnik konkurencyjności Światowego Forum Ekonomicznego. Model ten został wykorzystany w 136 krajach. Zawiera on około 90 wskaźników, w tym: czynniki polityczne, społeczno-ekonomiczne, strukturalne, środowiskowe kulturowe i inne. Są one podzielone na cztery główne filary: środowisko wspomagające; polityka w zakresie podróży i turystyki (T&T) oraz sprzyjające im warunki; infrastruktura; zasoby naturalne i kulturowe.

Te cztery główne filary są następnie podzielone na 14 filarów podrzędnych. Jednak jeden, a mianowicie infrastruktura transportu lotniczego, został wykluczony, ponieważ zbierane dane dotyczą obszarów wiejskich, podczas gdy porty lotnicze są zwykle zlokalizowane w dużych miastach. W niniejszym badaniu wykorzystano zatem, jak opisano poniżej, 13 filarów podrzędnych.

Ponadto autorzy posłużyli się koncepcją ubóstwa, by odkryć, jak głęboki jest jego poziom w turystyce

wiejskiej. Poziom ubóstwa jest definiowany jako względna liczba osób ubogich, tj. żyjących poniżej granicy ubóstwa (OECD, 2014). Tymczasem wskaźnik luki ubóstwa (ang. *poverty gap index*) obrazuje intensywność tego poziomu. Niniejsze badanie koncentruje się na granicy ubóstwa opartej na wydatkach, określonej przez minimalne dzienne wydatki jednostki na godziwe życie.



Rysunek 1. Zmodyfikowany wskaźnik konkurencyjności turystyki wiejskiej przyjęty na podstawie wskaźnika konkurencyjności podróży i turystyki z 2019 r.

Źródło: opracowanie własne

Aby ustalić wydatki, wykorzystano kwestionariusz z Narodowego Badania Społeczno-Ekonomicznego (Susenas) Indonezyjskiej Centralnej Agencji Statystycznej dla turystyki wiejskiej. Wydatki mierzono na podstawie kupowanej żywności, określając nawet różne rodzaje jej składników, takie jak: węglowodany, tłuszczy i białko oraz kalorie. Respondentów zapytano, ile średnio miesięcznie wydają w rupiach na żywność i napoje (zboża, bulwy – np. ziemniaki, ryby/krewetki/kałamarnice/małże, mięso, jajka/mleko, warzywa, rośliny strączkowe, owoce, olej/kokos, napoje, przyprawy, inne artykuły spożywcze, gotowa żywność/napoje), produkty niespożywcze (mieszkanie/pomieszczenia domowe, papierosy, towary/usługi, odzież/obuwie/nakrycia głowy, dobra trwałego użytku, edukacja, inwestycje, transport, zdrowie) oraz pozostałe wydatki (przyjęcia/uroczystości, spłata długów, podatki i ubezpieczenia). Całkowite wydatki pomnożono przez 12. Wzięto pod uwagę wielkość gospodarstwa domowego każdego respondenta, obliczając liczbę osób ubogich (względnych lub bezwzględnych), którzy żyją poniżej granicy ubóstwa. Jeżeli respondent A na podstawie powyższej

procedury został sklasyfikowany jako biedny i miał trzech członków rodziny, liczone go jako czterech (trzech członków rodziny i sam respondent).

Tymczasem głębokość ubóstwa obliczano za pomocą wskaźnika ubóstwa, mierząc różnicę między granicą ubóstwa a wydatkami (Milanovic, 2002; Morduch, Haley, 2002). Wzór przyjęty z World Bank (2009) jest następujący:

$$P_i = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{G_i}{z}$$

Gdzie $G_i = (z - y_i)I(y_i < z)$

Wzór oblicza lukę między faktycznymi wydatkami (y_i) a granicą ubóstwa (z), zwaną luką ubóstwa (G_i). Jeśli ta luka jest dodatnia (na przykład, jeśli wydatki są większe niż granica ubóstwa), luka ubóstwa jest liczona jako zero. W przeciwnym razie, jeśli różnica jest ujemna, gdy wydatki są poniżej granicy ubóstwa, oznacza to, że luka podzielona przez granicę ubóstwa wygeneruje liczbę od 0 do 1, gdzie 1 oznacza skrajne ubóstwo na poziomie indywidualnym (World Bank, 2009). Następnie, by obliczyć średnią intensywność na tym obszarze, poszczególne luki ubóstwa są sumowane i dzielone przez całkowitą liczbę zaangażowanych respondentów (w tym poszczególnych członków gospodarstwa domowego). Wynika z tego wskaźnik luki ubóstwa (P_1): im większa luka ubóstwa, tym wyższy poziom ubóstwa.

W badaniu wykorzystano dane pierwotne zebrane w ramach ankiety na Sumatrze (Aceh), Jawie (Jawa Środkowa), Bali i Celebesie (Celebes Północny), ponieważ są to główne destynacje turystyczne w Indonezji. Dokładniej, ankieta ta została przeprowadzona w 17 miejscowościach agroturystycznych w tych czterech prowincjach. Respondenci, z którymi rozmawiano, składali się z kierowników ds. turystyki wiejskiej i przedstawicieli samorządów wiejskich, łącznie 490 respondentów, w tym 135 z Aceh, 150 z Bali, 74 z Jawy Środkowej i 131 z Celebesu Północnego. Do badania wykorzystano częściowo ustrukturyzowany wywiad.

6. WYNIKI I DYSKUSJA

Niniejsze badanie pokazuje, że turystyka wiejska w prowincji Bali ma najlepsze wyniki spośród wszystkich innych w sektorze turystycznym, czego dowodzi wskaźnik konkurencyjności podróży i turystyki wynoszący 4,608. Za nią plasują się Jawa Środkowa (4,418), Celebes Północny (4,038) i Aceh (3,946). Jednak prowincja Jawa Środkowa ma najniższy wskaźnik luki ubóstwa na poziomie 0,01, następnie Celebes Północny (0,02), Bali (0,04) i Aceh (0,05).

Tabela 1. Wskaźnik konkurencyjności turystyki wiejskiej i poziomy ubóstwa w czterech prowincjach

Nr	Prowincja	Wskaźnik konkurencyjności podróży i turystyki	Wskaźnik luki ubóstwa
1	Aceh	3,946	0,05
2	Bali	4,608	0,04
3	Jawa Środkowa	4,418	0,01
4	Celebes Północny	4,038	0,02
	Średnia	4,237	0,03

Źródło: Dane ankietowe – zmodyfikowane, 2020 r.

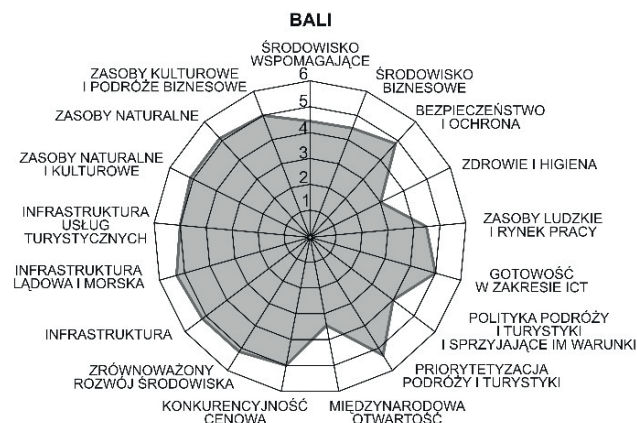
Prowincja Bali

Prowincja Bali jest dobrze znana jako zaawansowana destynacja turystyczna w Indonezji. Wskaźnik konkurencyjności w zakresie podróży i turystyki w turystyce wiejskiej jest stosunkowo wysoki, o czym świadczy dobry wynik w dwóch filarach: infrastruktura (5,139) i zasoby naturalne (5,079). Zasoby naturalne i kultura są zróżnicowane, fascynujący naturalny urok gór i wybrzeża sprawiają, że Bali jest dużą atrakcją w porównaniu z innymi prowincjami. Zasoby naturalne, takie jak pola ryżowe w wioskach w regencjach (*kabupaten*) Tabanan i Gianyar, mogą być lepiej wykorzystane w celu zwiększenia konkurencyjności turystyki wiejskiej. Bali posiada również obszary leśne sklasyfikowane jako chronione, produkcyjne, dotacyjne i namorzynowe.

Infrastruktura prowincji Bali jest stosunkowo dobra, na co wskazuje zarówno transport lądowy i morski (4,855), jak i infrastruktura usług turystycznych (4,739). Rozwija się ona nadal, ponieważ prowincja Bali potrzebuje odpowiednio zintegrowanej i połączonej infrastruktury lądowej, morskiej i lotniczej. Co więcej, korki drogowe w kilku miejscach, np. w Kucie i Seminyaku, stały się pilnym problemem, który trzeba niezwłocznie rozwiązać. Inne elementy muszą zostać ulepszone w kilku nowych destynacjach turystycznych, takich jak wyspa Nusa Penida, gdzie znajdują się świątynie, które mogą zostać zagospodarowane dla celów turystyki religijnej. Ponadto warunki środowiskowe Bali stanowią ogromną atrakcję dla gości krajowych i zagranicznych. Kluczowe umiejętności pracowników, gotowość do korzystania z technologii ICT i komfort zdecydowanie przemawiają za Bali jako ulubioną destynacją promującą rozwój turystyki wiejskiej.

Rozwój turystyki w różnych wsiach odbywa się poprzez priorytetowe traktowanie udziału społeczności miejscowych. Sektor turystyczny nastawiony wyłącznie na zysk jest często szkodliwy dla tych społeczności, ponieważ doświadczają one marginalizacji. Tak więc gospodarka regionalna jest w rzeczywistości gorsza niż przed rozwojem tej branży. Ponadto rozwój turystyki

wiejskiej musi podlegać zwyczajowym przepisom. Wiadać to w różnych zasadach stosowanych w wielu wioskach na Bali: po pierwsze, ziemia należy do wioski i nie można jej sprzedać; po drugie, nie wolno budować budynków wielokondygnacyjnych i wycinać drzew bez zgody wsi; po trzecie, turyści chcący odwiedzić świątynie muszą przestrzegać ustalonych zasad, takich jak: noszenie chusty, zakaz wstępu do świątyń dla kobiet w czasie menstruacji oraz zakaz wstępu do miejsc świętych.



Rysunek 2. Konkurencyjność turystyki wiejskiej w prowincji Bali

Źródło: Dane ankietowe – zmodyfikowane, 2020 r.

Jednak, jak na ironię, wraz z rozwojem branży turystycznej na Bali wyzwaniem stało się ubóstwo, o czym świadczy wskaźnik luki ubóstwa wynoszący 0,05. Na Bali są obszary, na których większość ludzi jest biedna, takie jak regencja (*kabupaten*) Buleleng położona w północnej części wyspy. Wśród ludzi są tacy, którzy nie mają przyzwoitego mieszkania; na tym obszarze znajduje się miejscowość turystyczna Lovina Beach znana na całym świecie ze swojej egzotycznej przyrody. Większość właścicieli owych słabych mieszkań to robotnicy rolni, a ogólny zły stan ich domostw pogarsza jeszcze brak łazienek. Te rodziny o niskich dochodach nie mają studni, by zaspokoić swoje zapotrzebowanie na czystą wodę, i są przyzwyczajone do przynoszenia wody ze źródła w Asah, odległego o ok. 2 km od ich miejsca zamieszkania.

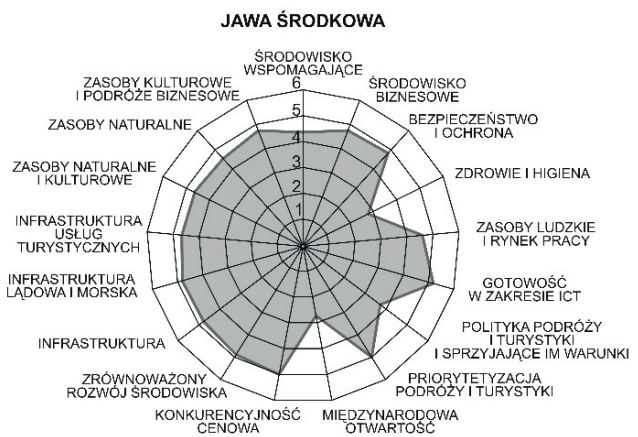
Jako że jest to wyspa, większość rodzin o niskich dochodach na Bali to drobni rybacy i rolnicy. Według Sudiarta i Suardana (2016) główną barierą w przejściu do branży turystycznej są aspekty kulturowe. Powolne zmiany są spowodowane słabą motywacją do większego zaangażowania się w turystykę jako sektor produktywny, a tym samym do wyjścia z kręgu ubóstwa, mimo że niektórzy z nich zaczęli przenosić się do branży turystycznej jako głównego lub dodatkowego źródła dochodu. Wraz z szybkim rozwojem infrastruktury turystyka na Bali znacząco przyczyniła się do rozwoju gospodarki, zapewniając

możliwość pracy, zachęcając do współpracy z innymi sektorami i stymulując wzrost ekonomiczny. Zatem, samorząd lokalny powinien udzielać informacji, aktywnie wspierać i zachęcać mieszkańców do zaangażowania się w branżę turystyczną.

Prowincja Jawa Środkowa

Turystyka wiejska w prowincji Jawa Środkowa zajmuje drugie miejsce po Bali, o czym świadczy wskaźnik konkurencyjności wynoszący 4,418 wraz z danymi dotyczącymi stanu infrastruktury (4,797), zasobów naturalnych i kulturowych (4,689) oraz środowiska wspomagającego (4,414). Rozwój infrastruktury stał się priorytetem dla sektora turystycznego, ponieważ promuje gospodarkę w określonych miejscach i ostatecznie zwiększa dobrobyt społeczeństwa. Jawa Środkowa dąży również do rozwoju infrastruktury na wielu obszarach turystyki wiejskiej, zwłaszcza w czterech krajowych destynacjach: świątynia Borobudur, Semarang-Karimunjawa, Solo-Sangiran i Nusakambangan-Pangandaran.

Jawa Środkowa posiada różne istotne zasoby naturalne i kulturowe, które można zagospodarować jako miejsca turystyczne dla turystyki górskiej, żeglarskiej, historycznej, artystycznej i kulturalnej, edukacyjnej i kulinarnej. Ponadto posiada obiekty turystyczne w 35 regencjach w 417 miejscach, w tym 132 dla turystyki naturalnej, 88 dla turystyki kulturowej, 105 „sztucznych” (celowo stworzonych) atrakcji, 21 dla turystyki specjalnych zainteresowań i 71 dla innych rodzajów.



Rysunek 3. Konkurencyjność turystyki wiejskiej w prowincji Jawa Środkowa

Źródło: Dane ankietowe – zmodyfikowane, 2020 r.

Sektor turystyki w prowincji Jawa Środkowa przyczynia się do zmniejszenia ubóstwa. Wskaźnik luki ubóstwa wynosi 0,01, co oznacza, że poziom ubóstwa został skutecznie zmniejszony dzięki poprawie branży turystycznej. Turystyka jest priorytetem i stała się nową podstawą gospodarki Jawy Środkowej, z oczekiwaniem, że pobudzi ona również inne sektory, takie jak: rolnictwo, hodowla zwierząt, hotele i restauracje oraz mikro, małe i średnie

przedsiębiorstwa. Samorząd zaczął wdrażać turystykę opartą na społeczności (*community-based tourism* – CBT), która wymaga aktywnego udziału mieszkańców w tej branży. Podczas gdy samorząd buduje infrastrukturę, lokalna społeczność wspólnie pracuje nad ulepszeniem kondycji wiosek, aby przyciągnąć więcej turystów.

Według Simons i de Groot (2015) rozwój turystyki opartej na społeczności (CBT) może być skuteczną strategią przyciągania turystów do kraju o dobrze rozwiniętym sektorze turystycznym i dużych zasobach ludzkich. CBT można zdefiniować jako turystykę zarządzaną przez społeczności lokalne i dla społeczności lokalnych. Nadaje ona kierunek miejscowemu obszarowi jako pionierowi doskonalenia branży turystycznej. Korzyścią płynącą z tego rodzaju branży jest poczucie obowiązku dla każdego obszaru lokalnego we własnym regionie (Anismar, Satria, Ali, 2018). Według Zapaty i in. (2011), większość współczesnych pomysłów i strategii dla miejscowego przedsiębiorstwa turystycznego wyróżniają trzy główne zabiegi: jest ono usytuowane na obszarze lokalnym, posiada co najmniej jedną osobę z obszaru lokalnego i jest nadzorowane przez osoby z obszaru lokalnego (np. członkowie społeczności mogą wpływać na proces decyzyjny przedsiębiorstwa). W przypadku miejscowej branży turystycznej wymagane są zobowiązania od organizacji zewnętrznych, takich jak rząd i przemysł (Iorio, Corsale, 2014).

Ernawati, Sanders i Dowling (2017) stwierdzili, że lokalną branżę turystyczną można postrzegać z dwóch punktów widzenia: obszaru lokalnego i urlopowicza. Termin „obszar lokalny” oznacza, że relacje między lokalną ludnością są trwałe i mocne. Według Beeton (2006) istnieją podstawowe komponenty „obszaru lokalnego”, które obejmują wzmocnienie, współzależność między jednostkami, porozumienie co do poczucia miejsca i więzi, posiadanie normalnych założeń i celów oraz wspólne cechy, a także duszę, pewność siebie i zaufanie. Daje to miejscowej społeczności swobodę organizowania się, nadzorowania i pracy w sektorze turystycznym (Giampiccoli, Saayman, 2016). Podobnie branża CBT zapewnia niezwykle, rzeczywiste spotkania z rozwijającym się specjalistycznym rynkiem podróży, którzy decydują się na zaangażowanie w sąsiedzkie relacje i lokalny klimat. Niezależnie od tego, CBT napotyka dodatkowo pewne przeszkody, w tym możliwy brak sektora turystycznego na danym obszarze, koncentrację korzyści dla miejscowych elit oraz brak kapitału na ulepszenia (Fiorello, Bo, 2012).

Poza tym branża turystyczna ma różnych interesariuszy, zarówno wewnętrznych, takich jak firmy lub organizacje turystyczne (tj. pracownicy, wolontariusze), jak i zewnętrznych (tj. klienci, udziałowcy, mieszkańcy, inne przedsiębiorstwa). Skuteczna strategia społecznej odpowiedzialności biznesu (*corporate social responsibility* – CSR) może zwiększyć perspektywy interesariuszy (Coles, Fenclova, Dinan, 2013). W branży turystycznej

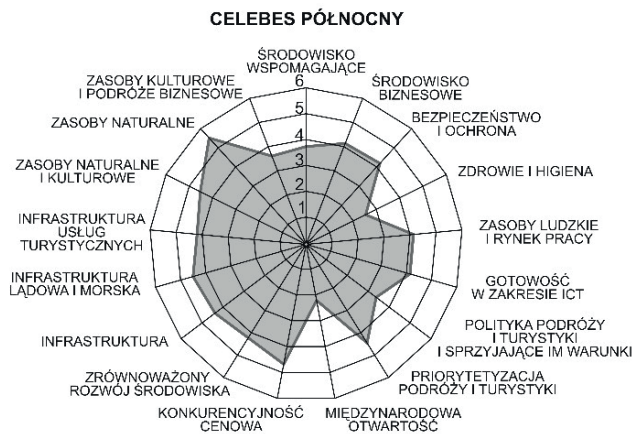
najbardziej znanym sposobem uczestniczenia w progresywnych działaniach jest CSR, nawiązujący do reagowania organizacji na „potrójną podstawową troskę” o wyniki: finansowe, społeczne i środowiskowe. Obejmują one takie działania, jak darowizny na cele charytatywne, wsparcie dla szkolnictwa i usług medycznych oraz akcje na rzecz ekologii (Hughes, Scheyvens, 2018). Aby powiązać CSR z priorytetami społeczności, najpierw należy zrozumieć potrzeby rozwoju lokalnego.

Świątynia Borobudur, miejsce światowego dziedzictwa UNESCO znajdujące się w Jawie Środkowej, jest jednym z projektów pilotażowych, w ramach którego rząd wspiera rozwój lokalnych przedsięwzięć w branży turystycznej, w szczególności CBT. Rząd deleguje przedsiębiorstwo państwowe (*state-owned enterprises* – SOE) przez swoje aktywa CSR do pomocy w tworzeniu sektora turystycznego w Borobudur (Dana, 1999). W rezultacie społeczności uzyskują wyższe dochody, mają lepsze wyposażenie i infrastrukturę oraz tworzą nowe kontakty (Rembulan, Helmi, Riyono, 2020). Za radą SOE samorząd lokalny powinien przygotować społeczność do stawienia czoła zmianom i zachęcić ją do udziału w biznesie turystycznym na tym obszarze przez rozwój przedsiębiorstw społecznych, lokalnie zwanych *Balkondes*. Przedsiębiorstwa społeczne *Balkondes* są rozwijane w ramach partnerstwa pomiędzy przedsiębiorstwami państwowymi (SOE) a społecznościami wiejskimi w subdystrykcie Borobudur. Te przedsiębiorstwa społeczne są prowadzone od 2016 r. Przedsiębiorstwa SOE przekazały każdej wiosce fundusze o wartości 1–3 mld indonezyjskich rupii (równowartość 61 598 – 184 794 USD) jako synergiczny program CSR mający na celu rozwój odpowiednich przedsiębiorstw społecznych (w formie obszarów wakacyjnych i kwater prywatnych) (Arintoko i in., 2020).

Prowincja Celebes Północny

Prowincja Celebes Północny jest obszarem turystycznym zarówno dla gości krajowych, jak i zagranicznych, a jedną z jej ikon jest Morski Park Narodowy Bunaken. Wskaźnik konkurencyjności podróży i turystyki dla turystyki wiejskiej jest stosunkowo dobry, o czym świadczy wynik około 4,038 w trzech filarach, takich jak: infrastruktura (4,382), zasoby naturalne (5,557) i środowisko wspomagające (3,823). Celebes Północny rzeczywiście posiada różnorodne środowiska przyrodnicze i kulturowe, więc turystyka ma ogromny potencjał wzrostowy na obszarach wiejskich.

Geograficznie prowincja znajduje się na skraju azjatyckiego Pacyfiku. Jednak Celebes Północny jest nadal ograniczony brakiem infrastruktury, zwłaszcza problemami z łącznością. W związku z tym podjęto się zbudowania płatnej drogi pomiędzy Manado i Bitung. Ponadto Celebes Północny zostanie w przyszłości przekształcony w centrum (*hub*) turystyczne we wschodnim regionie Indonezji.



Rysunek 4. Konkurencyjność turystyki wiejskiej w prowincji Celebes Północny

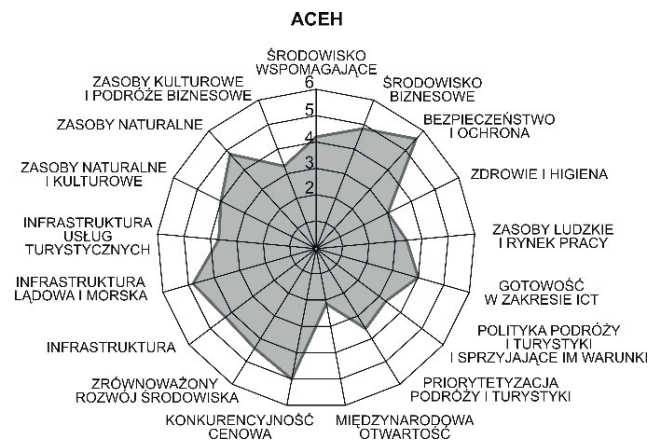
Źródło: Dane ankietowe – zmodyfikowane, 2020 r.

Celebes Północny ma najniższy poziom ubóstwa na Celebesie, a według tego badania wskaźnik luki ubóstwa wynosi 0,02. Samorząd Celebesu Północnego wykorzystuje sektor turystyczny do wspierania lokalnej gospodarki poprzez programy regionalne mające na celu rozwiązanie problemu ubóstwa; ubogim ludziom w miejscach turystycznych zapewnia się szkolenia kulinarne i rozwijanie innych umiejętności, by pozytywnie wpłynąć na rozwój turystyki na ich obszarach. Ponadto samorząd lokalny inicjuje i dba o współpracę między wioskami, aby ułatwić odwiedzającym dotarcie do miejsc zakwaterowania i transport. Według Ernawati, Sandersa i Dowlinga (2017) współpraca gości z otoczeniem jest fundamentalną częścią branży turystycznej, w tym CBT. Turyści wybierają podróżowanie samotnie lub w małych grupach i są zainteresowani różnymi wyjątkowymi destynacjami. Takie osoby chętnie poznają niezwykłą kulturę i obcują z lokalnym otoczeniem. „Nowy” podróżnik jest wrażliwy na kwestie przyrodnicze, a także na miejscową kulturę i koncentruje się na dostępności sieci podmiotów goszczących (hostów), które stały się znaczącym zasobem dla miejsc wypoczynku (Fiorello, Bo, 2012).

Prowincja Aceh

Prowincja Aceh ma ogromny potencjał turystyczny, ale jej rozwój nie został zmaksymalizowany w porównaniu z pozostałymi trzema prowincjami. Wskaźnik konkurencyjności turystyki wiejskiej wynosi 3,946 z zasobami naturalnymi i kulturowymi (4,018), infrastrukturą (4,317) i środowiskiem wspomagającym (4,159). Niektóre z najważniejszych miejsc w prowincji Aceh reprezentują różnorodność zasobów i kultur, które można przekształcić w miejsca turystyczne na obszarach wiejskich, takie jak: wyspa Weh, meczet Baiturrahman, wyżyna Geurete, miasto Lamno i jezioro Laut Tawar Gayo. Niestety ten potencjał nie został dobrze wykorzystany

z powodu niewystarczających funduszy przeznaczanych w prowincji Aceh na infrastrukturę, taką jak: hotele, restauracje, dostęp do atrakcji turystycznych i łączność między destynacjami turystycznymi.



Rysunek 5. Konkurencyjność turystyki wiejskiej w prowincji Aceh

Źródło: Dane ankietowe – zmodyfikowane, 2020 r.

Aceh jest rzeczywiście najbiedniejszą prowincją na Sumatrze i nie jest zaskoczeniem, że, jak wykazuje badanie, wskaźnik luki ubóstwa Aceh wynosi 0,05. Oczekuje się, że sektor turystyczny złagodzi ubóstwo, jednak nie może on w znaczący sposób poprawić bytu mieszkańców, ponieważ potencjałem turystycznym nie zarządza się w przemyślny sposób.

Według Swesti (2019) społeczno-kulturowy wpływ rozwoju turystyki w prowincji Aceh można dostrzec w ochronie kultury lokalnej społeczności, takiej jak: tradycyjne tańce, historia kultury, ochrona historycznych budynków, opanowanie języków obcych, otwieranie dostępu lokalnej społeczności do szerszych kontaktów i nowe możliwości zatrudnienia. Tymczasem negatywny wpływ turystyki na warunki społeczno-kulturowe, taki jak hazard i prostytucja, powoduje konflikty między interesariuszami a lokalnymi społecznościami, które w większości są muzułmańskie. Niektóre grupy uważają rozwój tej gałęzi gospodarki za sprzeczny z prawem islamskim, co jest wyzwaniem dla decydentów turystycznych w prowincji Aceh. W odpowiedzi na te problemy konieczna jest zmiana strategii rozwoju tego sektora. Społeczność musi być edukowana w zakresie turystyki i angażowana w określanie celów polityki turystycznej i podejmowanie strategicznych decyzji.

Co więcej, pandemia COVID-19 zdewastowała branżę turystyczną i hotelarską na całym świecie. Dodatkowo strach przed rozprzestrzenianiem się wirusa spowodował brak zaufania do obiektów w każdej destynacji turystycznej. Dlatego sektor turystyczny i hotelarski, aby przyciągnąć odwiedzających i utrzymać swoje firmy, wymaga przygotowania do zminimalizowania ryzyka infekcji covidowej (Yu, Seo, Hyun, 2021).

Z niniejszego badania wynika, że filar zdrowia i higieny ma jedną z najniższych wartości w czterech prowincjach. Jest to zdecydowanie kluczowy środek ostrożności w celu zmniejszenia ryzyka rozprzestrzeniania się koronawirusa i jest nierozdzielnie związany z higieną codzienną. Znaczenie czystości podkreślano od dawna, a o roli higieny hotelowej wspomina się w wielu istniejących badaniach (Sifuentes i in., 2014). Poza tym wiele analiz wykazało również pozytywne skutki dobrych praktyk higienicznych, szczególnie w przypadkach wysoce zakaźnych chorób, takich jak COVID-19. Ujawniono, że higiena, taka jak stosowanie środków do dezynfekcji rąk i noszenie masek, ogranicza rozprzestrzenianie się wirusa (Leung i in., 2020).

Ponadto higiena jest niezbędna w środowisku usługowym, w którym pierwsze wrażenie klienta ma istotne konsekwencje (Vilnai-Yavetz, Gilboa, 2010). Badanie przeprowadzone w Europie pokazuje, że zachowania odwiedzających podczas epidemii zwykle oznaczały wybieranie miejsc mniej zatłoczonych i bezpieczniejszych dla usług hotelarskich i lokalizacji turystycznych (Naumov, Varadzhakova, Naydenov, 2021). Można zatem argumentować, że higiena usług turystycznych i hotelarskich jest kluczowym czynnikiem determinującym zachowania klientów, takie jak zadowolenie, postrzegana jakość usług i zamiary ponownych odwiedzin, które przynoszą korzyści gospodarce lokalnej społeczności (Pizam, Tasci, 2019).

7. WNIOSKI

Przedstawione badanie wskazuje, że infrastruktura, zasoby naturalne i kulturowe oraz wspomagające czynniki środowiskowe wpływają na konkurencyjność turystyki wiejskiej w każdej prowincji. Tymczasem, jak wynika z opinii respondentów, polityka rządu dotycząca pobudzenia rozwoju turystyki jest niewystarczająca. Niniejsze badanie zawiera sugestie dla rządu i interesariuszy dotyczące wsparcia działań o charakterze politycznym w zakresie podróży i turystyki oraz stworzenia warunków do poprawy konkurencyjności turystyki wiejskiej.

W różnych miejscowościach turystycznych widać, że zaangażowanie społeczności jest kluczem do pomyślnego rozwoju. Badanie to zyskało również znaczenie akademickie, dzięki argumentowi, że konkurencyjność turystyki wiejskiej złagodzi ubóstwo. Analiza pokazuje jednak również, że konkurencyjność nie gwarantuje zmniejszenia ubóstwa na tym obszarze. Bali jako ikona turystyki Indonezji ma wskaźnik 4,608, najwyższy w porównaniu z pozostałymi trzema prowincjami. Jak na ironię, wskaźnik luki ubóstwa na Bali wynosi 0,051 i jest również najwyższy w porównaniu z pozostałymi trzema regionami. Jednocześnie wysoki poziom

turystyki wiejskiej na Jawie Środkowej ma pozytywny wpływ na zmniejszanie ubóstwa. Jawa Środkowa zajmuje drugie miejsce po Bali z wynikiem 4,418, a wskaźnik luki ubóstwa i poziom ubóstwa są najniższe wśród wszystkich prowincji.

Ponadto, ponieważ warunki higieniczne znacząco wpływają na zachowanie klientów i podejmowanie decyzji podczas pandemii koronawirusa, zarządzanie higieną ma kluczowe znaczenie w środowiskach usługowych, takich jak hotele, z których korzystają różne osoby. Dlatego dostrzeżenie takich cech i kładzenie na nie nacisku może zapewnić przewagę podczas przygotowywania przyszłych strategii biznesowych dla branży hotelarskiej i turystycznej, tak aby szybko wyjść z kryzysu i poprawić byt lokalnej ludności.

Badanie to ujawnia również, że CBT i CSR mogą być skuteczną strategią podnoszenia konkurencyjności turystyki wiejskiej i alternatywnym rozwiązaniem dla wyeliminowania ubóstwa przez wzmocnienie pozycji turystyki w społeczności lokalnej. Według Yusof i in. (2012) społeczności zaangażowane w działalność turystyczną uzyskują korzyści ekonomiczne dzięki zwiększonym dochodom pozyskiwanym od odwiedzających. Tym samym poprawia się jakość życia. Firmy mogą wykazać odpowiedzialność społeczną przez zaangażowanie w długofalową turystykę i łagodzenie ubóstwa przez współpracę biznesową ze społecznościami lokalnymi, wspieranie przyzwoitych poziomów płac i zapewnienie uczciwych warunków wynajmu (Hughes, Scheyvens, 2018). Poza tym oczekuje się, że decydenci skoncentrują się na wzmacnianiu umiejętności, zasobów i stwarzaniu warunków dla przedsiębiorczości opartej na społeczności (Zapata i in., 2011).

Niezbędne jest ponadto prowadzenie badań, które analizują wpływ rozwoju turystyki na walkę z ubóstwem, opierając się nie tylko o podejście monetarne (dochody i wydatki), ale także o pomiar poziomu ubóstwa za pomocą wielowymiarowych wskaźników, takich jak edukacja, zdrowie i standard życia. Istotne jest również odkrycie, w jaki sposób sektor turystyczny może generować tworzenie miejsc pracy i wzrost gospodarczy na danym obszarze.

REFERENCES/BIBLIOGRAFIA

- Anismar, Satria, D., Ali, M. (2018). Religious tourism: Concept of community-based tourism in Aceh Singkil, Indonesia. *Proceedings of MICO MS 2017 (Emerald Reach Proceedings Series)*, 1, 283–288. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-793-1-00086>
- Arintoko, A., Ahmad, A.A., Gunawan, D.S., Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur Tourism Village Area, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29 (2), 398–413. <https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>

- Beeton, S. (2006). *Community Development Through Tourism*. Collingwood (Australia): Landlinks Press.
- Campbell, C.L., Heck, W.W. (2017). An ecological perspective on sustainable development. In: F. Douglas Muschett (ed.), *Principles of Sustainable Development* (pp. 47–67). Boca Raton (Florida): CRC Press.
- Chifon, G.N. (2010). The role of sustainable tourism in poverty alleviation in South Africa: A case study of the Spier tourism initiative [Doctoral dissertation]. University of the Western Cape. Retrieved from: http://etd.uwc.ac.za/xmlui/bitstream/handle/11394/2305/Chifon_MA_2010.pdf?sequence=1 (12.01.2022).
- Chin, C.H., Thian, S.S.-Z., Lo, M.C. (2017). Community's experiential knowledge on the development of rural tourism competitive advantage: A study on Kampung Semadang – Borneo Heights, Sarawak. *Tourism Review*, 72 (2), 238–260. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2016-0056>
- Coles, T., Fenclova, E., Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6, 122–141. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.02.001>
- Croes, R. (2014). The role of tourism in poverty reduction: An empirical assessment. *Tourism Economics*, 20 (2), 207–226. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0275>
- Dana, L.P. (1999). *Entrepreneurship in Pacific Asia. Past, present and future*. Singapore: World Scientific. <https://doi.org/10.1142/4150>
- Das, M., Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives*, 14, 3–16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>
- Driscoll, L., Hunt, C.A., Honey, M., Durham, W. (2011). Assessing the Importance of ecotourism as a development and conservation tool in the Osa Peninsula, Costa Rica. Final report. Vol. 37 (issue April). Washington–Stanford: Center for Responsible Travel (CREST).
- Ernawati, N.M., Sanders, D., Dowling, R. (2017). Host-guest orientations of community-based tourism products: A case study in Bali, Indonesia. *International Journal of Tourism Research*, 19 (3), 367–382. <https://doi.org/10.1002/jtr.2119>
- FAO (2019). *Overview rural poverty in Latin America and the Caribbean: Solution for eliminating Rural Poverty in the 21st century*. Retrieved from: <http://www.fao.org/3/ca2275en/CA2275EN.pdf> (4.01.2022).
- Farrington, J., Mitchell, J. (2006). How can the rural poor participate in global economic processes? *Natural Resource Perspectives*, 103. Retrieved from: https://cdn.odi.org/media/documents/46_y9h1lap.pdf (4.01.2022).
- Fiorello, A., Bo, D. (2012). Community-based ecotourism to meet the new tourist's expectations: An exploratory study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21 (7), 758–778. <https://doi.org/10.1080/19368623.2012.624293>
- Firdaus, Hardjosoekarto, S., Lawang, R.M.Z. (2021). The role of local government on rural tourism development: Case study of Desa Wisata Pujonkidul, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16 (7), 1299–1307. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.160710>
- Fotiadis, A., Yeh, S.-S., Huan, T.-C.T.C. (2016). Applying configurational analysis to explaining rural-tourism success recipes. *Journal of Business Research*, 69 (4), 1479–1483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.128>
- Giampiccoli, A., Saayman, M. (2016). Community-based tourism: From a local to a global push. *Acta Commercii. Independent Research Journal in the Management Sciences*, 16 (1). <https://doi.org/10.4102/ac.v16i1.372>
- Hazari, B.R., Nowak, J.J., Sahli, M., Zdravevski, D. (2003). Tourism and regional immiserization. *Pacific Economic Review*, 8 (3), 269–278. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0106.2003.00227.x>
- Hughes, E., Scheyvens, R. (2018). Development alternatives in the Pacific: How tourism corporates can work more effectively with local communities. *Tourism Planning & Development*, 15 (5), 516–534. <https://doi.org/10.1080/21568316.2018.1478881>
- Indonesian Central Statistics Agency (2018). Hasil Pendataan Potensi Desa 2018. *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from: <https://www.bps.go.id/pressrelease/2018/12/10/1536/hasil-pendataan-potensi-desa--podes--2018.html> (17.01.2022).
- Indonesian Central Statistics Agency (2020). Statistik Indonesia 2020. *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from: <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html> (17.01.2022).
- Iorio, M., Corsale, A. (2014). Community-based tourism and networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (2), 234–255. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.802327>
- Jamieson, W., Pallavi, M. (2002). Exploration of the national policy issues related to the use of tourism development in poverty reduction in Southeast Asia. In: *Conference Proceedings – Tourism in Asia*. Hong Kong: Hong Kong Polytechnic University.
- Jolliffe, D., Prydz, E.B. (2016). Estimating international poverty lines from comparable national thresholds. *The Journal of Economic Inequality*, 14 (2), 185–198. <https://doi.org/10.1007/s10888-016-9327-5>
- Jovanović, S., Ilić, I. (2016). Infrastructure as important determinant of tourism development in the calculatories of Southeast Europe. *Ecoforum*, 5 (1), 288–294. <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/329/216> (3.02.2022).
- Leung, N.H.L., Chu, D.K.W., Shiu, E.Y.C., Chan, K.-H., McDevitt, J.J., Hau, B.J.P., Yen, H.-L., Li, Y., Ip, D.K.M., Peiris, J.S.M., Seto, W.-H., Leung, G.M., Milton, D.K., Cowling, B.J. (2020). Respiratory virus shedding in exhaled breath and efficacy of face masks. *Nature Medicine*, 26 (5), 676–680. <https://doi.org/10.1038/s41591-020-0843-2>
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190–201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.016>
- Luvanga, N., Shitundu, J. (2003). *The role of tourism in poverty alleviation in Tanzania*. Dar Es Salaam: Mkuki Na Nyota Publishers Ltd. Retrieved from: https://media.africaportal.org/documents/03.4_-_Luvanga_Shitundu_.pdf (12.01.2022).
- Makoka, D., Kaplan, M. (2005). Poverty and vulnerability – an interdisciplinary approach. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 6964, 1–34. Retrieved from: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/6964/1/poverty_and_vulnerability.pdf (17.01.2022).
- Melio, M.S. (2015). The challenges of poverty measurement in the Arab region. *The IARIW-CAPMAS Special Conference*, 1–19. Retrieved from: <http://old.iariw.org/egypt2015/magedmelio.pdf> (17.01.2022).
- Milanovic, B. (2002). True world income distribution, 1988 and 1993: First calculation based on household surveys alone. *The Economic Journal*, 112 (476), 51–92. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.0j673>
- Morduch, J., Haley, B. (2002). Analysis of the effects of microfinance on poverty reduction. *NYU Wagner Working Papers Series*, 1014. Retrieved from: http://pdf.wri.org/ref/morduch_02_analysis_effects.pdf (4.01.2022).
- Naumov, N., Varadzhakova, D., Naydenov, A. (2021). Sanitation and hygiene as factors for choosing a place to stay: Perceptions of the Bulgarian tourists. *Anatolia. An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32 (1), 144–147. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1771742>
- Njoya, E.T., Seetaram, N. (2018). Tourism contribution to poverty alleviation in Kenya: A dynamic computable general

- equilibrium analysis. *Journal of Travel Research*, 57 (4), 513–524. <https://doi.org/10.1177/0047287517700317>
- OECD (2014). *OECD factbook 2014: Economic, environmental and social statistics*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/factbook-2014-en>
- Oh, C.-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26 (1), 39–44. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.014>
- Pizam, A., Tasci, A.D.A. (2019). Experienscape: Expanding the concept of servicescape with a multi-stakeholder and multi-disciplinary approach (invited paper for 'luminaries' special issue of International Journal of Hospitality Management). *International Journal of Hospitality Management*, 76 (B), 25–37. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.010>
- Rembulan, C.L., Helmi, A.F., Riyono, B. (2020). The fluid power: Constructing the concept of power in community-based tourism in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 14 (4), 515–537. <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2020-0041>
- Riyanto, Massie, N.W.G., Hartono, D., Revindo, M.D., Usman, Riyadi, S.A., Puspita, N., Wikarya, U. (2020). The impact of tourism on poverty alleviation and income distribution: Evidence from Indonesia. *LPEM-FEB UI Working Paper 047*. <https://www.lpem.org/wp-content/uploads/2020/04/WP-LPEM-047-The-Impact-of-Tourism-on-Poverty-Alleviation.pdf> (28.01.2022).
- Saboor, A., Hussain, M., Mushtaq, K. (2006). Trends of rural poverty and total factor productivity growth in Pakistan's agriculture : A time series analysis. *Journal of Agriculture & Social Sciences*, 2 (1), 26–28. Retrieved from: http://www.fspublishers.org/published_papers/19071_.pdf (3.02.2022).
- Seftyono, C. (2011). Pengetahuan Ekologi Tradisional Masyarakat Orang Asli Jakun dalam Menilai Ekosistem Servis di Tasik Chini, Malaysia. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 15 (1), 55–67. Retrieved from: <https://journal.ugm.ac.id/jsp/article/view/10925> (28.01.2022).
- Sifuentes, L.Y., Koenig, D.W., Phillips, R.L., Reynolds, K.A., Gerba, C.P. (2014). Use of hygiene protocols to control the spread of viruses in a hotel. *Food and Environmental Virology*, 6 (3), 175–181. <https://doi.org/10.1007/s12560-014-9158-0>
- Simons, I., de Groot, E. (2015). Power and empowerment in community-based tourism: Opening Pandora's box? *Tourism Review*, 70 (1), 72–84. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2014-0035>
- Soeswoyo, D.M., Jeneetika, M., Dewi, L., Dewantara, M.H., Asparini, P.S. (2021). Tourism potential and strategy to develop competitive rural tourism in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 5 (2), 131–141. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v5i2.131-141>
- Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32 (6), 1438–1441. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.005>
- Sudiarta, I.N., Suardana, I.W. (2016). Dampak Pariwisata terhadap Kemiskinan di Kawasan Pariwisata di Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 6 (2), 209–227. Retrieved from: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali/article/view/24361/15804> (4.01.2022).
- Swesti, W. (2019). Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Budaya Masyarakat di Banda Aceh (The social-cultural impact of tourism in Banda Aceh). *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13 (2), 49–65. <https://doi.org/10.47608/jki.v13i22019.49-65>
- UNWTO (2006). *Poverty alleviation through tourism – A compilation of good practices (english version)*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284409204>
- UNWTO (2020). *UNWTO recommendations on tourism and rural development – A guide to making tourism an effective tool for rural development*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284422173>
- Vaishar, A., Štaštná, M. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 25 (2), 187–191. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839027>
- Vilnai-Yavetz, I., Gilboa, S. (2010). The effect of servicescape cleanliness on customer reactions. *Services Marketing Quarterly*, 31 (2), 213–234. <https://doi.org/10.1080/15332961003604386>
- World Bank (2009). *Handbook on poverty and inequality*. Washington: The World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-7613-3>
- Yu, J., Seo, J., Hyun, S.S. (2021). Perceived hygiene attributes in the hotel industry: customer retention amid the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102768. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102768>
- Yusof, Y., Ibrahim, Y., Muda, M.S., Amin, W.A.A.W.M. (2012). Community based tourism and quality of life. *Review of Integrative Business and Economic Research*, 1 (1), 335–345. Retrieved from: http://sibresearch.org/uploads/2/7/9/9/2799227/riber2012-238_335-345.pdf (12.01.2022).
- Zapata, M.J., Hall, C.M., Lindo, P., Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. *Current Issues in Tourism*, 14 (8), 725–749. <https://doi.org/10.1080/13683500.2011.559200>