

قياس أثر القطاع السياحي في النمو الاقتصادي لتركيا للمدة (١٩٩٠-٢٠١٨)

الباحثة: غيداء محمد نافع شاهين
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل
Ghaida@gmail.com

أ.م.د. رباح جميل الخطيب
كلية الإدارة والاقتصاد
جامعة الموصل
rabah_jamel@uomosul.edu.iq

المستخلص:

لم تُعد السياحة مجرد ظاهرة اجتماعية تهتم بعض الافراد والجماعات فقط، بل تحولت إلى أنشطة ترفيهية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، وذلك بسبب توافد مئات الملايين من السياح إلى مختلف البلدان والمناطق السياحية، الشيء الذي شجع العديد من البلدان لتطوير السياحة وتحولها إلى صناعة حقيقية وأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

فقطاع السياحة في تركيا لديه قدرات تنافسية تمكنه من الدخول في قطاع التجارة الدولية في عصر العولمة وتحرير تجارة الخدمات، ولكن ما تتمتع به تركيا من موارد طبيعية ومواقع تاريخية يشكل ميزة تنافسية طبيعية لها، وان دورها يتضاءل في ظل التطورات الحديثة في عالم تتزايد فيه تنافسية السياحة الدولية التي تعتمد على الابتكارات التكنولوجية وتقنية المعلومات مثل الانترنت والتجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة، وبناءً على ما تقدم فقد افترض البحث ان القطاع السياحي يعتمد على البيئة المحيطة به سواء كانت سياسية او اقتصادية او اجتماعية وهذه تؤثر فيه، مما ينعكس تأثيرها في النمو الاقتصادي سلباً او ايجاباً، وللتحقق واختبار صحة الفرضية من عدمه في ظل المعلومات والبيانات التي سيحصل عليها فقد اعتمد البحث المنهج الكمي فضلاً عن اسلوب التحليل النظري لدولة تركيا للمدة ١٩٩٠-٢٠١٨، ولعل من ابرز نتائج هذا البحث ان المتغيرات التفسيرية المعتمدة في الانموذج اثرت تأثيراً ايجابياً في النمو الاقتصادي لدولة تركيا . اما اهم المقترحات التي خرج بها البحث هي زيادة الاستثمارات المخصصة للإنفاق السياحي بهدف زيادة الإيرادات السياحية ومن ثم زيادة الاحتياطات النقدية من العملات الأجنبية لدولة تركيا.

الكلمات المفتاحية: القطاع السياحي، النمو الاقتصادي، الإيرادات السياحية، متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، عدد السياح الدوليين.

Measuring the impact of the tourism sector on the economic growth of Turkey for the period (1990-2018)

Assist. Prof. Dr. Rabah Jamil Al-Khatib
College of Administration and Economics
University of Mosul

Researcher: Ghaida M. Nafeh Shaheen
College of Administration and Economics
University of Mosul

Abstract:

Tourism is no longer just a social phenomenon of interest to some individuals and groups only. But has turned into recreational activities with economic, social, cultural and environmental dimensions, due to the influx of hundreds of millions of

tourists to various countries and tourist regions, which encouraged many countries to work on developing tourism and converting it into a real industry and a tool for economic and social development.

The tourism sector in Turkey has competitive capabilities that enable it to enter the international trade arena in the era of globalization and the liberalization of services trade. But the natural resources and historical sites that Turkey enjoys constitutes a natural competitive advantage for it, and despite this, its role is doubling in light of recent developments in an increasing world. In it the competitiveness of international tourism that depends on technological innovations and information technology such as the Internet, electronic commerce and modern means of communication. Based on the foregoing. The research hypothesis that the tourism sector depends on the surrounding environment, whether political, economic or social, and this affects it, which is reflected in its impact on economic growth, negatively or positively. To verify and test the validity of the hypothesis in light of the information and data that it will obtain, the research adopted the quantitative approach as well as the method of theoretical analysis of the state of Turkey as a model for the period 1990-2018. Perhaps one of the most prominent results of this research is that the explanatory variables adopted in the model had a positive impact on economic growth for the state of Turkey.

As for the most important proposals that came out of the research, it is to increase the investments allocated to tourism spending in order to increase tourism revenues and then increase the cash reserves of hard currencies for the State of Turkey.

Keywords: Tourism sector, economic growth, tourism revenues, average per capita GDP, number of international tourists.

المقدمة

يؤدي القطاع السياحي دوراً مهماً في اقتصادات الدول التي تعتمد على قطاع الخدمات وتوليد الدخل في اقتصادها، إذ يسهم قطاع السياحة في رفع مستوى النمو الاقتصادي عن طريق الإيرادات السياحية التي تعمل على دعم ميزان المدفوعات وسد العجز في الميزان التجاري عن طريق زيادة الصادرات غير السلعية للدولة، إذ تُعد الصادرات السياحية ذات أهمية تنافس صادرات الموارد الطبيعية للدول المضيفة للسياحة، كما تُشارك الإيرادات السياحية في توفير العملات الأجنبية (الصعبة) والتي بدورها تعمل على المحافظة على أسعار صرف العملة المحلية مقابل العملات الأجنبية وتمويل واردات الدولة من السلع والخدمات، كما يُعد القطاع السياحي من أهم القطاعات التي تستخدم الأيدي العاملة المحلية بكثرة والتي تعمل بدورها على تقليل نسبة البطالة وينعكس بصورة إيجابية على الاقتصاد وزيادة إنتاجيته، إذ يؤدي تطوير السياحة إلى كثرة الطلب على اليد العاملة في القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى المرتبطة بالقطاع السياحي، إذ يساهم ارتفاع حجم الانفاق في قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات الأجنبية والمحلية على حد سواء من أجل الحصول على إيرادات تفوق حجم الانفاق الذي تم صرفه على هذه المشاريع وينعكس بصورة إيجابية على الاقتصاد عن طريق تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة والنمو الاقتصادي، وتتمتع تركيا بإمكانيات طبيعية وثقافية كبيرة تصبح لتحقيق طفرة في السياحة جعلها

مقصداً للسياح من جميع بلدان العالم، لذلك أولت تركيا اهتماماً كبيراً لقطاع السياحة باعتبارها مصدراً مهماً للدخل في اقتصادها.

ومن هنا تبدو الحاجة ملحة إلى معرفة الكثير من العوامل المهمة ذات العلاقة المباشرة بحركة السياحة والتي يكون السائح فيها هو العامل الاساسي باعتباره هو الهدف المستقطب، مما يتطلب زيادة الوعي بأهمية الاهتمام به والمحافظة عليه ومحاولة إرضائه وكسب ولائه، عن طريق المعرفة التامة بحاجاته ورغباته وأذواقه التي تنعكس في سلوكياته، فدراسة سلوك السائح حساسة جداً لارتباطها بمستقبل صناعة السياحة لغرض المحافظة على مكانة المنشأة السياحية في السوق السياحية، والذي بدوره يعكس ضمان استمرار تدفق السياح إلى المنطقة السياحية والمقصد السياحي فضلاً عن العوامل المختلفة المؤثرة على سلوك السائح، وهذا ما يجعل هذا الأخير ينظر الى المقصد السياحي بأكثر من نظرة وفكرة لكي يتحصل في الأخير على مبتغاه أمام عوامل الجذب السياحي والمتعددة والمختلفة، والتي تعرف بأنها هي المسؤولة عن توجه سلوك السائح وجذبه إليها. أهمية البحث: يُعد القطاع السياحي من بين اهم القطاعات المشاركة في تطوير ونمو القطاعات الاقتصادية الأخرى وذلك عن طريق مساهمتها في دعم الاقتصاد المحلي وتوفير العملة الاجنبية وإيجاد فرص عمل وتنشيط البنية التحتية وتطوير قطاع النقل وبالتالي يؤثر في النمو الاقتصادي للدولة المعنية.

مشكلة البحث: مما لا شك فيه ان القطاع السياحي يؤدي دوراً مهماً في الاقتصاد ورغم ان دولة تركيا مرت بأزمات مالية متكررة في سنوات عديدة، فضلاً عن تراكم الديون الخارجية، وعليه يثار سؤال هل ان القطاع السياحي في تركيا يؤثر ايجاباً ام سلباً في النمو الاقتصادي.

هدف البحث: يهدف البحث الى التعرف على حجم القطاع السياحي التركي وتأثيراته في معدلات النمو الاقتصادي لتركيا.

فرضية البحث: يعتمد القطاع السياحي على البيئة المحيطة به من ظروف سياسية واقتصادية واجتماعية قد تؤثر فيه مما ينعكس تأثيرها في النمو الاقتصادي سلباً او ايجاباً وهذا ما تظهره نتائج الدراسة.

منهج البحث: من اجل التوصل الى هدف البحث والتحقق من فرضيته تم اعتماد أسلوب التحليل النظري فضلاً عن التحليل الكمي الاحصائي للمدة (١٩٩٠-٢٠١٨) لدراسة العلاقة بين القطاع السياحي والنمو الاقتصادي لدولة العينة.

١. الإطار النظري ولمفاهيمي للقطاع السياحة:

١-١. مفهوم السياحة: هناك العديد من التعاريف للسياحة وهي مختلفة باختلاف الجانب الذي يُنظر اليه منه الى السياحة، فمنهم من ينظر اليه على انه ظاهرة اجتماعية وغيرهم ينظر اليه على انه ظاهرة اقتصادية والبعض يرى دور السياحة في تعزيز العلاقات الثقافية والإنسانية بين الشعوب، عرفت منظمة السياحة العالمية (W.T.O) (*) السياحة على انها النشاطات التي يقوم بها الافراد اثناء السفر والإقامة خارج البيئة المعتادة لغرض الاعمال او الترفيه او العلاج او لأي سبب اخر. هذا التعريف يعتمد على معايير المكان والزمان لتحديد مفهوم السياحة (كمتغيرين أساسيين) اذ ان

(*) منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization: W.T.O) تأسست عام ١٩٧٤ ومقرها في مدريد عاصمة إسبانيا.

معيار المكان هو الانتقال من مكان الإقامة المعتادة، ومعيار الزمان هي تحديد مدة الإقامة، اذن السياحة مرتبطة بممارسات السياح وسلوكياتهم عن طريق السفر لغرض الترفيه عن النفس، والمنظمة العالمية للسياحة تنظر الى السياحة الدولية والسائح الدولي على انه كل فرد يقيم على الأقل ليلة واحدة خارج بلده المقيم فيه، أي يتجاوز الحدود الجغرافية لبلده، فالسياحة على المدى القصير لأي سبب اقل من سنة واكثر من ليلة واحدة تعتمد في ذلك على جمع المعلومات والاحصائيات. (Lozato & Balfet, 2014, 6)

وعرفتها الاكاديمية الدولية للسياحة (A.I.T) عبارة عن لفظ ينصرف الى أسفار المتعة فهي مجموعة الأنشطة التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الاسفار. كما عرّفه العالم الاقتصادي السويسري (Akoller) على انه المقيمين في داخل البلد وخارجه لفترة مؤقتة بعيداً عن مقر اقامتهم المألوفة لأسباب ثقافية او صحية او اشباع حاجات او أسباب مهنية او لأغراض التعليم، كما عرفه العالم النمساوي (Van SCHULLER) انه كل الأنشطة المترابطة وخصوصاً الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بدخول السياح والإقامة المؤقتة لهم وانتشارهم داخل وخارج دولة او ولاية معينة، عن طريق هذا التعريف نجد انه ركز على السياحة داخل البلد وخارجه فضلاً عن تركيزه على الجوانب الاقتصادية (دعبس، ٢٠٠٢، ١٤). بينما عرّفه (Cuyer Frauler) عام ١٩٠٥ على انها حاجة الأشخاص المتزايدة للشعور بالراحة وتغيير الجو والتمتع بجمال الطبيعة والشعور بالمتعة والبهجة عن طريق اقامتهم في مناطق ذات طبيعة خاصة فضلاً عن توسيع الاتصالات بين الشعوب المختلفة التي كانت لها الأثر الكبير على اتساع التجارة والصناعة سواء كانت صغيرة او متوسطة او كبيرة فضلاً عن تقدم وسائل النقل.

وعرفه حسين كفاني على انه النشاطات الإنسانية التي تتعلق بالتنقل والحركة التي يقوم بها شخص او مجموعة اشخاص بالانتقال من مكان الى اخر لعدة أسباب منها (ترفيهية، اجتماعية، لغرض العلاج، حضور مهرجانات، مؤتمرات، قضاء اجازات) شرط لا تكون للإقامة الدائمة او العمل، بينما عرّفها (Mathieson & Wall) السياحة: بانها تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية (عنصر حركي يشمل السفر الى منطقة معينة، عنصر ساكن يشمل البقاء في المنطقة المضيفة، عنصر تبعية نتيجة العنصرين السابقين يركز على التأثير وما يحدثه السائح بصورة مباشرة او غير مباشرة في الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والطبيعية). وعرفه روبرت لانكارد هي مجموعة من الفعاليات البشرية التي ترتبط بالسفر وتسعى الى اشباع رغبات السائح. (الطائي، ٢٠٠٦، ٣٢)

٢-١. أهمية القطاع السياحي: شهدت السياحة تطورات مهمة على الصعيد العالمي باعتبارها ظاهرة اجتماعية واقتصادية وإحدى القطاعات الهامة التي تعمل على تحقيق النمو الاقتصادي الدولي، ونلاحظ السياحة قد تجاوزت الكثير من الصناعات التي كانت أكبر واهم القطاعات الاقتصادية العالمية نمواً، مثل الصناعات الغذائية وصناعة السيارات وتقوم الصناعات البترو كيمياوية فهي تُعد من المكونات الرئيسية للتجارة وتشكل مورد مالي رئيس في العديد من الدول. ويمكن بيان أهمية القطاع السياحي بالنقاط التالية:

أ. توفير فرص العمل للمواطنين فهناك العديد من فرص العمل المختلفة وجدت مع وجود السياحة، كموظفي الفنادق، المرشدين السياحيين اذ يعمل على تخفيف ظاهرة البطالة باعتبارها اهم المشاكل الاقتصادية التي تواجه البلدان، السياحة نشطة وتنامت وأصبحت الان صناعة الحاضر والمستقبل اذ أصبح عدد العاملين في القطاع الخاص يساوي عدد العاملين في الصناعات الخمسة التالية

(السيارات، النسيج، الصلب والحديد، الكهرباء، الإلكترونيك). وتشير الاحصاءات الى عدد العاملين في القطاع السياحي سواء كان بصورة مباشرة او غير مباشرة يقارب 11% من الايدي العاملة في العالم.

ب. تعمل السياحة على جذب الاستثمارات الأجنبية الى البلدان التي من شأنها توفير الأموال من الأمثلة على الاستثمارات التي تم أنشاؤها بسبب السياحة هي المهرجانات الضخمة والفنادق الكبرى التي تستقبل السياح في مختلف انحاء العالم وتساهم في الناتج المحلي الإجمالي لتلك البلدان، تُعد السياحة من المصادر الرئيسية والمباشرة بتوفير العملات الصعبة عن طريق إنفاق المسافرين على الطعام، وسائل النقل، تذاكر الطيران، والإقامة والضرائب الحكومية وغيرها من العائدات المتأتية من الخدمات والأنشطة السياحية.

ج. تساهم السياحة بشكل عام على زيادة التواصل بين الأشخاص في مختلف انحاء العالم، فقDOM السياح الى البلدان المختلفة يساعد على تبادل الثقافات، فضلاً عن تكوين صداقات جديدة التي قد تخلق الفرص الجديدة وتجلب النفع الخاص للفرد، كما ان السياحة تساعد الشخص على خوض العديد من الأمور الجديدة والمختلفة قد لا تتاح له في بلد اقامته.

د. السياحة توسع مدارك الانسان وتزيد معارفه عن طريق السفر والاطلاع على مختلف الحضارات، كما تعمل على تحسين مزاج الانسان وتحسين صحته عن طريق السفر ونسيان المشاكل التي يعاني منها الفرد. (الانصاري، ٢٠٠٨، ١٣٣)

هـ. تزيد السياحة من شأن البلد الذي تدعمه عن طريق وسائل الاعلام عندما تقوم بترويج سياحة بلد ما عن طريق الإعلان سيتعرف العالم على جغرافية وتاريخ هذا البلد وما يوجد فيه من صناعات مختلفة، كما تساعد الأشخاص على جلب أفكار جديدة من البلدان التي يقومون بالسفر اليها ويستخدمونها في بلادهم ويحصلون على المنافع.

و. السياحة في حد ذاتها ثروة طبيعية حقيقية اذ ان اغلب البلدان تعتمد على ثروتها السياحية بشكل كبير في حالة عدم وجود الثروات الباطنية لديها، وهناك العديد من الصناعات ارتبطت باسم البلد نفسه وتحقق ذلك من تشجيع السياحة ودعمها، نجد ان الساعات السويسرية هي هدف السائح الى سويسرا، السجاد الإيراني الذائع الصيت وكذلك التمور العراقية هي هدية كل زائر الى العراق ليحملها معه الى بلده بشكل هدايا.

ز. هناك أنواع عديدة للسياحة في دول العالم كالسياحة التعليمية التي توفر فرص عمل للكادر التعليمي او السياحة العلاجية التي تحرك المؤسسات الصحية في ذلك البلد لذلك تُعد السياحة من اهم الصناعات الحديثة وتساهم بدعم القطاعات الاقتصادية للبلد سواء كانت زراعية، تجارية، صناعية تساعد على ادخال العملة الصعبة الى البلد ورفع ميزان المدفوعات، اثبتت الدراسات ان السائح ينفق على شراء الهدايا ما يعادل ثلث دخله مما يجعل للسياحة دور كبير في تشجيع ودعم البناء العمراني للدولة.

ح. تعمل السياحة على زيادة الدخل القومي الإجمالي عن طريق الاستفادة من الخدمات المقدمة طعام، شراب، إقامة، هداية، بضائع، وقود وغيرها.

ط. قطاع السياحة يوفر للحكومة مدخلات تأتي بشكل مباشر وغير مباشر منها رسوم الرخص والمهن السياحية والضرائب التي تقدمها المؤسسات للسياح مما ينفقه السائح لقاء الخدمات التي توفرها له،

اما الضرائب غير المباشرة تأتي من الضرائب والرسوم مثل رسوم الجمارك وضريبة الدخل وغيرها. (إبراهيم، ٢٠٠٦، ١٩٨)

١-٣. أنواع القطاع السياحي:

القطاع السياحي له العديد من الأنواع تبعا للدرجات والدوافع المختلفة فهناك السياحة الدينية العلاجية، الترفيهية، الثقافية، والرياضية فضلاً عن أنواع أخرى جديدة ساعد على انتشارها التقدم التكنولوجي والعلمي والاقتصادي والسياسي والاجتماعي وما صاحبه من متطلبات ذات نوعية خاصة لم تكن مشهورة من قبل كسياحة الحوافر وسياحة المعارض وسياحة المؤتمرات وما نتج عنه الى توفير تجهيزات وتسهيلات وخدمات وعناصر جذب مختلفة، وتتميز السياحة الحالية بكثرة أنواعها وأشكالها يمكن حصرها وفقاً لنوع السياحة وكما يلي:

اولاً. على أساس الحدود الجغرافية والموقع:

أ. **السياحة المحلية:** وهم الأشخاص المقيمين في مكان معين يسافرون داخل ذلك المكان ويكون خارج حدود البيئة المقيمين فيها.

ب. **السياحة الوافدة:** الأشخاص غير المقيمين يسافرون الى مكان معين خارج نطاق بيئتهم المألوفة.

ج. **السياحة المغادرة:** الافراد المقيمين في مكان معين يسافرون الى مناطق خارج ذلك المكان.

د. **السياحة الإقليمية:** كإقليم أوروبا، وأمريكا اللاتينية، وجنوب شرق اسيا.

ثانياً. على أساس مدة إقامة السائح ومميزات المنطقة السياحية:

أ. **سياحة الأيام:** تكون مدة الإقامة أيام محددة من أسبوع الى يومين يسير السائح وفق برنامج مخطط مسبقاً.

ب. **السياحة الموسمية:** تكون في موسم معين، فترة الإقامة بين ٣ أشهر وشهر واحد وعادةً ما يكون هذا النوع من السياحة بصورة دورية، أي الزوار أنفسهم يزورون المكان نفسه عاماً بعد عام. (الظاهر، والياس، ٢٠٠١، ٥٥)

ج. **السياحة العابرة:** وتنقسم الى قسمين (الأولى) تحصل عند حدوث عطل في الطائرة وعند وجود اختلافات معينة في إحدى المطارات، (الثانية) عند انتقال الزوار بالبر عن طريق انتقالهم الى بلد معين ويمرون ببلد آخر لمدة يوم واحد او يومان.

ثالثاً. على أساس منطقة الجذب السياحية:

أ. **السياحة الثقافية:** تتمثل بزيارة المعالم الدينية ودور العبادة والمناطق التاريخية والمتاحف والمواقع الاثرية وتكون سياحة دائمية عند توفر الظروف الملائم لنشاط السياح وتنقلهم.

ب. **السياحة الاجتماعية:** وتكون ذات جوانب متعددة، سياحة العلاقات الاجتماعية، سياحة ترفيهية للشعور بالبهجة والترطيب.

ج. **السياحة الطبيعية:** تكون متعددة الجوانب (طبيعية، نباتية، مناخية) متعددة الأغراض

(علمية، رياضية، استشفائية، ترويحية) أي الحصول على علم او ممارسة رياضة او الاستشفاء من المرض او الترويح عن النفس ويُعد المناخ المحدد الرئيسي لها.

رابعاً. على أساس الهدف:

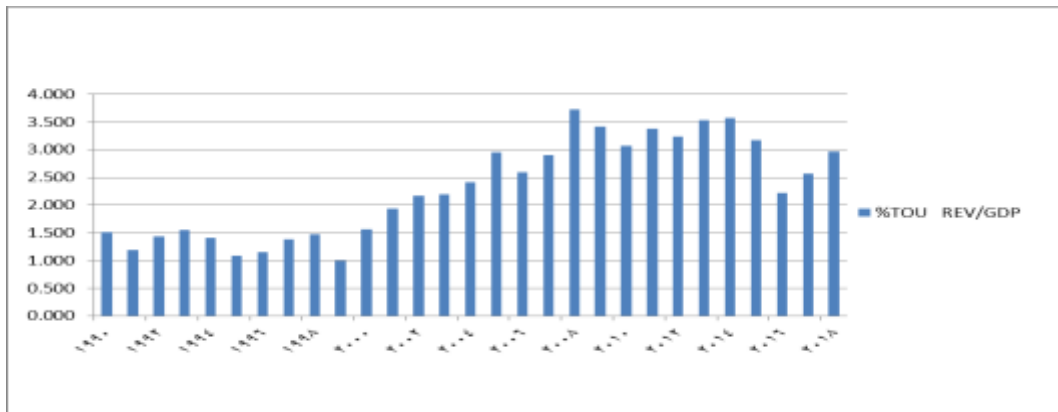
أ. **السياحة الترفيهية:** السفر الى المناطق السياحية المعروفة عالمياً.

ب. **السياحة البيئية:** السفر من اجل زيارة الكائنات النباتية والحيوانية ومدى تأثيرها على البيئة. (حافظ، ٢٠١٠، ٢٢٣-٢٢٧)

- ج. **السياحة العلاجية:** السفر من أجل العلاج في المؤسسات الصحية العالمية.
- د. **السياحة الدينية:** السفر من أجل زيارة المعالم الدينية والأماكن المقدسة (مكة والمدينة المنورة، النجف الأشرف، كربلاء).
- هـ. **سياحة المؤتمرات:** السفر من أجل حضور المؤتمرات في دول العالم تكون اقتصادية، سياسية، علمية، ثقافية وتكون في عواصم دول العالم.
- و. **سياحة التسويق:** السفر من أجل التسوق في الدول التي تقوم بالترويج وخفض أسعار منتجاتها
- ز. **السياحة الرياضية:** السفر لغرض الاطلاع على غرائب العيش في دول العالم والمغامرات والتعرف على عادات وتقاليد الشعوب.
- خامساً. سياحة الفضاء:** قليل من الأشخاص من يستخدم هذا النوع من السياحة لارتفاع كلفتها قد تصل الى ملايين الدولارات. (عبيدات، ٢٠٠٥، ٢١)
- ٤-١. **أثر القطاع السياحي في النمو الاقتصادي:** ان تفسير العلاقة القائمة بين القطاع السياحي والنمو الاقتصادي تتبع من تحليل معطيات الاقتصاد الكلي التي تتربط مع التحليل الجزئي اذ ان تفسير الترابط الموجود بين القطاع السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى سمحت بتوسيع مدخل التحليل السياحي الديناميكي الذي يُظهر العلاقة القائمة بين القطاع السياحي والنمو الاقتصادي بصورة عامة اعتماداً على معوقات الجذب السياحي لكل إقليم او بلد، وهو ما توضحه الجداول والاشكال البيانية الآتية:

الجدول (١): نسب صافي الايراد السياحي في النمو الاقتصادي لتركيا للمدة (١٩٩٠-٢٠١٨)

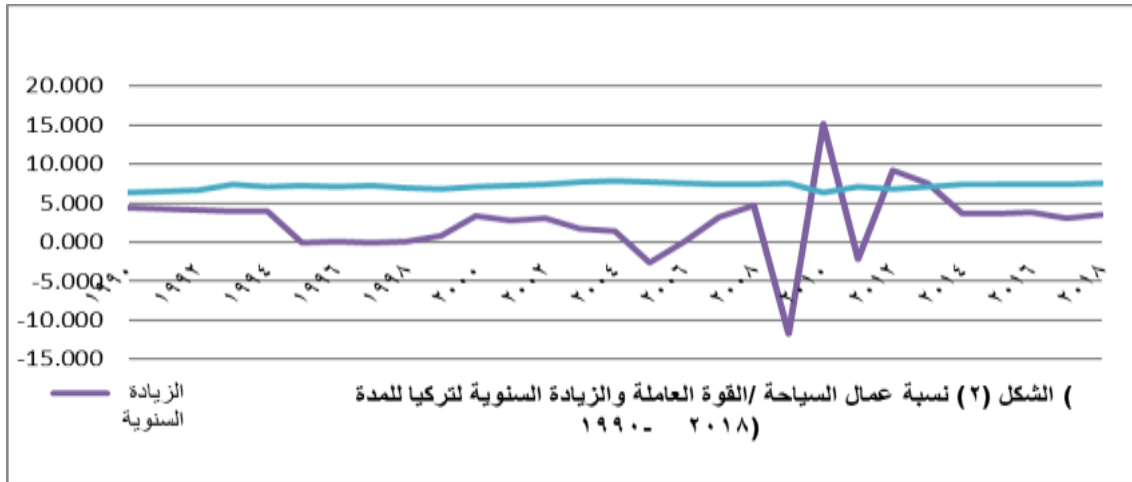
السنوات	صافي الايراد السياحي	GDP	% السياحة GDP
1990	4312832640	365,299,342,260	1.1806
1995	4046000000	427,852,040,553	0.946
2000	5923000000	520,947,371,987	1.137
2005	17197000000	658,128,609,526	2.613
2010	20501000000	771,901,768,898	2.656
2015	29914000000	1,087,875,530,787	2.750
2018	32147000000	1,240,474,470,743	2.592



%TOU REV/GDP	TOU REVRNU	GDP	Year
1.504	5535425280	3.65299E+11	1990
1.194	4612854400	3.67931E+11	1991
1.431	5952712000	3.86458E+11	1992
1.552	6156760000	4.16027E+11	1993
1.402	5997800000	3.96606E+11	1994
1.079	4957000000	4.27852E+11	1995
1.143	5650000000	4.59426E+11	1996
1.385	7002000000	4.9424E+11	1997
1.469	7177000000	5.05648E+11	1998
0.999	5203000000	4.8851E+11	1999
1.559	7636000000	5.20947E+11	2000
1.931	10067000000	4.89887E+11	2001
2.161	11901000000	5.21388E+11	2002
2.187	13203000000	5.50629E+11	2003
2.414	15888000000	6.03733E+11	2004
2.945	20760000000	6.58129E+11	2005
2.585	19137000000	7.0492E+11	2006
2.901	21662000000	7.4038E+11	2007
3.717	26446000000	7.46638E+11	2008
3.411	26331000000	7.11513E+11	2009
3.068	26318000000	7.71902E+11	2010
3.371	30302000000	8.57687E+11	2011
3.237	31566000000	8.9877E+11	2012
3.529	36192000000	9.75087E+11	2013
3.572	38855000000	1.02547E+12	2014
3.171	35597000000	1.08788E+12	2015
2.221	26788000000	1.12251E+12	2016
2.569	31870000000	1.20637E+12	2017
2.965	37140000000	1.24047E+12	2018

الجدول (٢): نسب عمال السياحة الى القوة العاملة التركيبية للمدة (١٩٩٠-٢٠١٨)

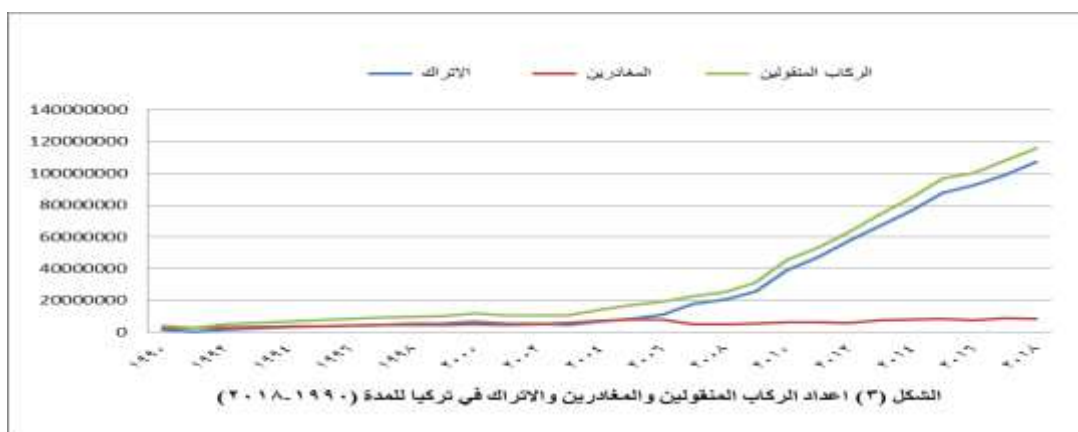
السنوات	عدد العمال في القطاع السياحي	القوة العاملة	الزيادة السنوية	نسبة عمال السياحة /القوة العاملة
1990	1244630	19671854	4.465	6.327
1991	1300200	20039965	4.274	6.488
1992	1355770	20179616	4.099	6.719
1993	1411340	19234031	3.937	7.338
1994	1466910	20658199	3.974	7.101
1995	1525200	20943303	-0.138	7.283
1996	1523100	21250437	0.092	7.167
1997	1524500	21214542	-0.138	7.186
1998	1522400	21765043	0.092	6.995
1999	1523800	22205161	0.748	6.862
2000	1535200	21416629	3.374	7.168
2001	1587000	21767789	2.710	7.291
2002	1630000	22072118	3.067	7.385
2003	1680000	21907831	1.786	7.668
2004	1710000	21874677	1.389	7.817
2005	1733760	22316758	-2.669	7.769
2006	1687490	22241101	0.027	7.587
2007	1687940	22626117	3.176	7.460
2008	1741550	23362744	4.771	7.454
2009	1824640	24208669	-11.801	7.537
2010	1609310	25218826	15.241	6.381
2011	1854590	26283207	-2.129	7.056
2012	1815110	26782943	9.123	6.777
2013	1980700	27839270	7.549	7.115
2014	2130230	28689600	3.724	7.425
2015	2209550	29779756	3.640	7.420
2016	2289970	30828977	3.852	7.428
2017	2378190	31957026	3.125	7.428
2018	2452510	32825427	3.558	7.471



الجدول (٣): اعداد الركاب المنقولين والمغادرين والأتراك للمدة (١٩٩٠-٢٠١٨)

السنة	الركاب المنقولين	المغادرين	الاتراك
1990	4337100	2581000	1756100
1991	3160000	2861000	299000
1992	4958600	3141000	1817600
1993	6076800	3421000	2655800
1994	6871600	3701000	3170600
1995	7749000	3981000	3768000
1996	8463900	4261000	4202900
1997	9379900	4633000	4746900
1998	9949300	4601000	5348300
1999	10097300	4758000	5339300
2000	12187891	5284000	6903891
2001	10603908	4856000	5747908
2002	10686877	5131000	5555877
2003	10745444	5928000	4817444
2004	14275835	7299000	6976835
2005	16943828	8246000	8697828
2006	19361415	8275000	11086415
2007	22895275	4956000	17939275
2008	25505092	4893000	20612092
2009	31339441	5561000	25778441
2010	45665249	6557000	39108249
2011	53500303	6282000	47218303
2012	63350312	5803000	57547312

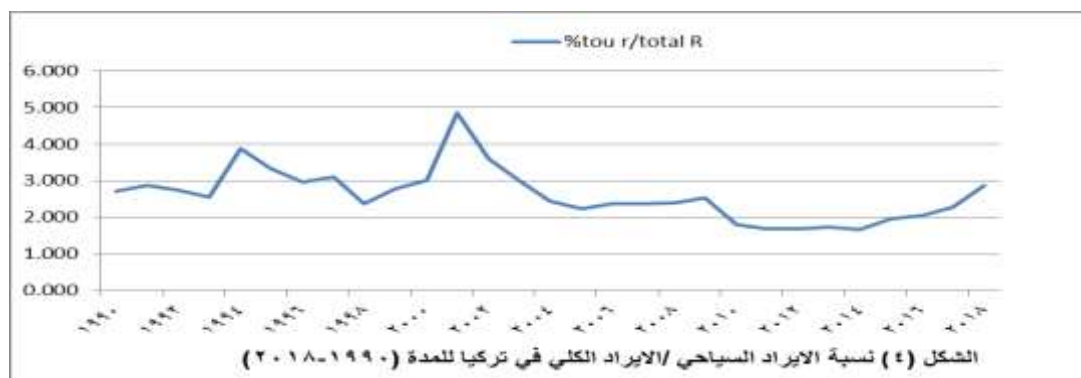
السنة	الركاب المنقولين	المغادرين	الاتراك
2013	74413804	7526000	66887804
2014	84574844	7982000	76592844
2015	96604665	8751000	87853665
2016	100366461	7892000	92474461
2017	107917326	8887000	99030326
2018	115595495	8383000	1.07E+08



الجدول (٤): نسبة الايراد السياحي/الايراد الكلي في تركيا للمدة (٢٠١٨-١٩٩٠)

الايراد الكلي / الايراد السياحي %	الايراد السياحي	الايراد الكلي	السنوات
2.713	3425000000	1.26222E+11	1990
2.874	3598000000	1.2518E+11	1991
2.744	3637000000	1.32536E+11	1992
2.557	3880000000	1.51751E+11	1993
3.878	4154000000	1.07105E+11	1994
3.333	4693000000	1.40793E+11	1995
2.972	4504000000	1.51534E+11	1996
3.089	4913000000	1.5904E+11	1997
2.366	5466000000	2.31026E+11	1998
2.779	5887000000	2.11848E+11	1999
3.011	6838000000	2.27108E+11	2000
4.864	7753000000	1.594E+11	2001
3.601	7040000000	1.95506E+11	2002
2.998	7803000000	2.60271E+11	2003
2.426	8260000000	3.40409E+11	2004
2.231	9495000000	4.25525E+11	2005

السنوات	الايراد الكلي	الايراد السياحي	الايراد الكلي / الایراد السياحي %
2006	4.66989E+11	11090000000	2.375
2007	5.71079E+11	13549000000	2.373
2008	6.39329E+11	15272000000	2.389
2009	5.31516E+11	13490000000	2.538
2010	6.48056E+11	11712000000	1.807
2011	7.03101E+11	11874000000	1.689
2012	7.38065E+11	12350000000	1.673
2013	8.05787E+11	13909000000	1.726
2014	7.88027E+11	13115000000	1.664
2015	7.22778E+11	14192000000	1.964
2016	7.12002E+11	14542000000	2.042
2017	7.06473E+11	16051000000	2.272
2018	6.29298E+11	18057000000	2.869



الجدول (٥): متوسط الانفاق للسائح في تركيا للمدة (٢٠١٨-١٩٩٠)

السنوات	الايراد السياحي	عدد الوافدين	متوسط الانفاق للسائح
1990	3.43E+09	3292000	1040.400972
1991	3.6E+09	4179000	860.9715243
1992	3.64E+09	5066000	717.923411
1993	3.88E+09	5953000	651.7722157
1994	4.15E+09	6840000	607.3099415
1995	4.69E+09	7727000	607.3508477
1996	4.5E+09	8614000	522.8697469
1997	4.91E+09	9689000	507.0698731
1998	5.47E+09	9753000	560.4429406
1999	5.89E+09	7487000	786.2962468

السنوات	الايراد السياحي	عدد الوافدين	متوسط الانفاق للسائح
2000	6.84E+09	10428000	655.7345608
2001	7.75E+09	11619000	667.2691282
2002	7.04E+09	13256000	531.0802655
2003	7.8E+09	14030000	556.1653599
2004	8.26E+09	17517000	471.5419307
2005	9.5E+09	21125000	449.4674556
2006	1.11E+10	19820000	559.5358224
2007	1.35E+10	272115000	497.8504501
2008	1.53E+10	31138000	490.4618151
2009	1.35E+10	31760000	424.7481108
2010	1.17E+10	32997000	354.9413583
2011	1.19E+10	36769000	322.9350812
2012	1.24E+10	37715000	327.4559194
2013	1.39E+10	39861000	348.937558
2014	1.31E+10	41627000	315.0599371
2015	1.42E+10	41114000	345.1865545
2016	1.45E+10	30907000	470.5082991
2017	1.61E+10	37970000	422.7284698
2018	1.81E+10	46113000	391.5815497



ان العلاقة القوية بين السياحة والنمو الاقتصادي تشارك في تكوين الأسواق السياحية وهو ما يبرز واضحاً في أوروبا التي تكون فيها (المانيا) قوة جذب اقتصادي في المكان بفعل نموها الاقتصادي المتزايد والمستمر من سنة الى أخرى، مما جعل المانيا تكون المصدر الاول للسياحة على الصعيد العالمي، وبالطريق نفسها نجد اليابان الذي اصبحت اول مصدر للسياحة في المنطقة الاسيوية بفضل نموه الاقتصادي والدور نفسه الذي تقوم به الصين اذ حققت نمواً اقتصادياً متصاعداً سنوياً أكثر من 10% في المتوسط مما جعل الكثير من العائلات الصينية تخصص مبالغ

من مداخلها للأنفاق على السياحة بفضل ارتفاع مستويات المعيشة لديها، لهذا الصين أصبحت اليوم من أكبر البلدان المصدرة للسياح بعد عملية الكساد التي عرفها اقتصادها.

ان البلدان التي يشهد بها النمو الاقتصادي انتعاشاً وما يرافقه من زيادة في الدخل القومي، هو ما يكثر من مخصصات القطاعات الاقتصادية التابعة لها، والتي يُعد القطاع السياحي أحدها وان القسم المخصص من العائد السياحي (تراكم رأس المال السياحي) يشارك في دفع عجلة القطاع السياحي نحو التقدم عن طريق تجهيزه بكافة الاحتياجات من تمويل رأس المال البشري-المادي وهو ما يؤدي الى تهمين العرض السياحي ويشارك في تنافسية الوجهة السياحية.

ان البلدان ذات النمو الاقتصادي وهي وحدها المتمكنة على إصابة عتبة الدخل (أي ان دخل غالبية الأشخاص يفوق الدخل الأدنى) فزيادة الدخل القومي سيرتفع معه الدخل الفردي، وهكذا فإن قسم من هذه الدخول الفردية تشارك في تقوية وتمويل الاستهلاك السياحي، وما حدث بسبب الازمة المالية العالمية من تدني معدلات النمو الاقتصادي في غالبية الدول المتقدمة التي مستها الازمة والتي تشكل الوجهات السياحية الرئيسة اذ اثر هذا الوضع على السياح الوافدين الدوليين لاسيما في سنوات الذروة ٢٠٠٨-٢٠٠٩ وهو ما اشارت اليه الاحصائيات التي صدرت عن منظمة السياحة العالمية، والمرتبطة بالعائدات من السياحة العالمية واعداد السياح الدوليين خلال فترات الازمة وهو ما يؤكد العلاقة المتينة بين السياحة والنمو الاقتصادي. (الشريف، ٢٠١٨، ٢١٥-٢١٧)

هناك العديد من المساهمات للقطاع السياحي في النمو الاقتصادي يمكن حصرها بالآتي:

- أ. يرتبط قطاع السياحة مع باقي قطاعات الاقتصاد الأخرى بروابط أمامية وخلفية قوية.
- ب. مدى مشاركة الإيرادات الناجمة عن السياحة، بما فيها العملة الأجنبية، لتمويل وتحفيز البنية التحتية ودعم المنشآت المحلية، لاسيما المنشآت الصغيرة ومتوسطة الحجم، وللارتقاء بالمهارات والمؤسسات اللازمة لإنشاء اقتصاد محلي متطور.
- ج. الاستراتيجيات والسياسات المعتمدة من قبل الحكومات، والتي تكون محفزة لزيادة الاستثمار المحلي والأجنبي في السياحة، ونقل المعرفة التكنولوجية، فضلاً عن مساندة الأنظمة المائلة لكثافة العمل وتستهدف المناطق التي يتواجد فيها الفقراء.
- د. الجهود الوطنية الهادفة إلى ضمان استدامة الأنشطة الاقتصادية وبلوغها للأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

ما يؤكد قدرة قطاع السياحة على حث النمو الاقتصادي على نطاق واسع فالروابط القوية تُحفز الأثر المضاعف الذي يمكن أن تترتب عليه فوائد اقتصادية واسعة النطاق على المستوى الوطني وفرص عمل في الداخل الى جانب الحد من الفقر على الصعيد المحلي. (Lesher, M and Pinali, 2007, 54) وتحفيز خدمات البنية التحتية الأساسية كالطاقة والاتصالات والخدمات البيئية، فضلاً عن الزراعة والتصنيع وخدمات الدعم الأخرى. وباستطاعتها أيضاً تقديم مجموعة واسعة من الخدمات التي يستهلكها السياح، ومنها الخدمات الترفيهية والثقافية والشخصية والأمنية والصحية وخدمات الضيافة والخدمات المالية والاتصالات وتجارة التجزئة، وكذلك ستحتاج البلدان الساعية إلى تدعيم قطاعها السياحي إلى تطوير بنى تحتية أخرى داعمة للسياحة كالموانئ والمستشفيات والمصارف والمطارات والطرق السليمة وهي مرافق ضرورية لإتاحة خدمات عالية الجودة وإنشاء وجهة سياحية تنافسية، غير أن إقامة الروابط تقتضي وضع استراتيجية وطنية كفؤة تضم سياسات وأطرًا تنظيمية ومؤسسية محددة الأهداف وحوافز كافية

لتشجيع الاستثمار الخاص فضلاً عن العام وتطوير قدرات العرض المحلية واعتماد استراتيجيات محلية أمر حاسم الأهمية، لكن مشاركة الحكومة بنشاط في تحفيز البنية التحتية الأساسية لا تقل عنه أهمية، والبلدان النامية التي حققت أكبر نجاح في تحفيز السياحة هي البلدان التي صممت استراتيجية واضحة تعتمد على القطاعين العام والخاص في الاستثمار وفي تحسين البنية التحتية اللازمة لدعم السياحة. (Mitchell and Ashley, 2007, 22)

٢. قياس أثر القطاع السياحي في النمو الاقتصادي في تركيا:

٢-١. توصيف الانموذج القياسي: اعتمدت النظرية الاقتصادية في تفسيرها للظواهر الاقتصادية على مفاهيم تقليدية تربط المتغيرات الاقتصادية ببعضها البعض وفق افتراضات منطقية، قد تنطبق على الواقع، لذا لا يمكن الاعتماد عليها في عملية القياس، بل لا بد من توضيح هذه الفرضيات بمعايير أكثر دقة تعالج المشكلة البحثية، بشكل يجعلها قابلة للتقدير عبر الاستعانة بأساليب الاقتصاد القياسي الذي يُعد أداة رئيسة تعطي النظرية الاقتصادية الجانب التطبيقي الذي يساعد في تقييم مكوناتها واختبار فرضياتها والتأكد من صحتها، ويمر إعداد النموذج بعدة مراحل منها التوصيف، التقدير، الاختبار، ومن ثم الوصول الى النتائج القياسية، باستخدام برنامجين احصائيين هما: (Eviews10 و SPSS 26). إذ تم استخدام عدد من النماذج القياسية لغرض اختبار هذه الفرضية، إذ اشتملت الدراسة على متغير تابع والعديد من المتغيرات التوضيحية وباستخدام المعادلة التالية:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + U_i$$

اذ ان:

$Y =$ المتغير المعتمد (متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي).

$B_0 =$ الحد الثابت

$B_1, B_2, B_3, B_4, B_5 =$ المعاملات

$U_i =$ المتغير العشوائي.

$X_1 =$ الإيرادات السياحية الدولية.

$X_2 =$ عدد السياح الدوليين (الوافدين).

$X_3 =$ نفقات السياحة الدولية.

$X_4 =$ نقل جوي.

$X_5 =$ عدد السياح (المغادرين).

وقد تم استكشاف واختبار البيانات في هذه الخطوة إذ يتم فحص البيانات والكشف عن وجود او عدم وجود خلل فيها، وكيفية معالجة الخلل ان وجد قبل البدء بتحليلها، وتتضمن هذه الخطوة جملة من الاختبارات وكالاتي:

أ. اختبار التوزيع الطبيعي (Tests of Normality):

تم استخدام الاختبار الاحصائي (Shapiro-Wilk) للكشف عن مدى مطابقة التوزيع الاحتمالي والخاص بالمتغيرات المدروسة للتوزيع الطبيعي، والفرضية المستخدمة لاختبار ذلك هي كالاتي:

البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً: H_0

البيانات لا تتوزع توزيعاً طبيعياً: H_1

اما نتائج الاختبار فهي مبينة في الجدول الاتي:

الجدول (١): نتائج اختبار (Shapiro-Wilk) للتوزيع الطبيعي

المتغيرات	Tests of Normality		
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	P-value
متوسط نصيب الفرد من الناتج القومي الاجمالي	.900	29	.010
الايرادات السياحية الدولية	.875	29	.003
عدد السياح الدوليين	.862	29	.001
نفقات السياحة الدولية	.850	29	.001
نقل جوي	.786	29	.000
عدد المغادرين	.900	29	.010

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على مخرجات نظام (SPSS).

من نتائج الجدول (١) أعلاه يتضح ان جميع المتغيرات المدروسة لا تتبع التوزيع الطبيعي لان قيمة (P-value) اقل من (0.05) أي اننا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة.

ب. فحص مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ (Heteroskedasticity):

تظهر مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ عادة في البيانات المقطعية أكثر من بيانات السلسلة الزمنية، والسبب يعود الى اختلاف قيم المشاهدات (في البيانات المقطعية) عن بعض نتيجة لوجود اختلافات مصدر هذه المشاهدات، مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ هي كالاتي:

H_0 : لا يوجد مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ.

H_1 : يوجد مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ.

ونتيجة هذا الاختبار بالنسبة للبيانات المدروسة هي كالاتي:

الجدول (٢): نتائج اختبار (Breusch-Pagan-Godfrey) لاختبار وجود او عدم وجود مشكلة ثبات التباين

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	6.03118	Prob. F(5.23)	0.0145
Obs*R-squared	22.733	Prob. Chi-Square (8)	0.002

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام (Eviews).

من ملاحظة نتائج الجدول (٢) وجد ان قيمة (P-value = 0.002) اقل من (0.05) اي لابد من رفض فرضية العدم وقبول البديلة وهذا مؤشر على ان هناك مشكلة في عدم ثبات تباين الخطأ.

الجدول (٣): نتائج اختبار المرونة غير المتجانسة بطريقة (Breusch-Pagan-Godfrey)

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-statistic	2.3254	Prob. F(5.23)	0.0933
Obs*R-squared	9.2457	Prob. Chi-Square (5)	0.0857

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام (Eviews).

تبين نتائج الجدول (٣) ان قيمة (P-value = 0.0857) أكبر من (0.05) اي لابد من قبول فرضية العدم وهذا دليل اختفاء مشكلة عدم ثبات تباين الخطأ.

القرار: استخدام طريقة المربعات الصغرى الموزونة كبديل عن المربعات الصغرى الاعتيادية.

ج. فحص مشكلة الارتباط الذاتي بين الأخطاء (Auto Correlation):

تحدث مشكلة الارتباط الذاتي بين مشاهدات متغير الخطأ عادة في البيانات السلسلة الزمنية أكثر من حدوثها في البيانات المقطعية، علماً ان الفرضية الاحصائية المستخدمة للكشف عن وجود هذه المشكلة هي كالآتي:

H_0 : لا يوجد مشكلة ارتباط ذاتي بين الأخطاء.

H_1 : يوجد مشكلة ارتباط ذاتي بين الأخطاء.

ونتيجة اختبار Breusch-Godfrey Serial لاختبار وجود او عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين الاخطاء، وفق الجدول التالي:

الجدول (٤): نتائج اختبار (Breusch-Godfrey Serial LM Test)

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Tes

F-statistic	3,2687	Prob. F(2,21)	0.02224
Obs*R-squared	6,2215	Prob. Chi-Square (2)	0.0667

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام (Eviews).

من ملاحظة نتائج الجدول (٤) اعلاه فإن قيمة (P-value = 0.0667) أكبر من (0.05) اي يمكن قبول فرضية العدم وهذا دليل على عدم وجود مشكلة الارتباط الذاتي بين الاخطاء. **ملاحظة:** إذا حدث أن تولدت هذه المشكلة في البيانات المدروسة فان اخذ الفرق الاول او الثاني للمتغيرات المدروسة كفيلا بإزالة هذه المشكلة.

٢-٢. تقدير نموذج أثر القطاع السياحي في النمو الاقتصادي:

لفحص طبيعة وقوة ومعنوية تأثير كل متغير من المتغيرات المفسرة في المتغير المعتمد وسيتم تقدير معلمات نموذج الانحدار بعد اجراء التحويلات الإحصائية واستخدام طريقة المربعات الصغرى الموزونة في عملية تقدير معلمات النموذج مع تطبيق تقنية المعاينة بإرجاع (Bootstrap) والنتائج كما هي مبينة في الجدول الآتي:

الجدول (٧): نتائج تقدير معلمات نموذج الانحدار للمتغيرات المدروسة

Variable	Log Coefficient	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C	6.199	492.25	35.959	0.000
X ₁	0.222	1.249	2.540	0.033
X ₂	0.231	1.260	2.300	0.020
X ₃	0.240	1.271	1.987	0.045
X ₄	0.224	1.246	4.440	0.000
X ₅	0.157	1.170	2.840	0.000
R-squared	0.879	Mean dependent var		7.438
Adjusted R-squared	0.865	S.D. dependent var		0.558
F-statistic	420.0	Durbin-Watson stat		0.993
Prob (F-statistic)	0.000			

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات نظام (Eviews).

٢-٣. تحليل نموذج أثر القطاع السياحي في النمو الاقتصادي:

وللتأكد من دقة الانموذج، تم اجراء عدة اختبارات وبمستوى معنوية (0.05)، وقد اجتاز الانموذج المقدر الاختبارات الإحصائية، اذ كانت قيمة (t) المحسوبة أكبر من قيمة (t) الجدولية وهذا يدل على معنوية المتغيرات التفسيرية، فضلاً عن ان قيمة F المحسوبة أكبر من نظيرتها الجدولية وهذا يثبت معنوية النموذج ككل.

كما اعطى معامل التحديد المعدل قيمة مقدارها ($R^2=0.865$) مما يعني ان 86.5% من التغيرات الحاصلة في النمو الاقتصادي سببها المتغيرات التفسيرية الالفة الذكر بالانموذج، بعبارة أخرى ان المتغيرات التفسيرية تفسر ما مقداره 86.5% من التباين (التغير) الحاصل في المتغير المعتمد، اما النسبة المتبقية وهي 13.5% فهي تمثل نسبة تأثير المتغيرات التفسيرية التي لم يتم إدخالها الى النموذج.

ولغرض الإشارة الى اجتياز الانموذج المقدر للاختبارات القياسية فقد تم عرض قيمة إحصاء (D.W) الى جانب مصفوفة الارتباط الجزئية للانموذج المقدر، اذ تمكن هذه القيمة للإحصاء (D.W) بعد اخذ الحدود الدنيا والعليا لها (dL-du) في الجداول الخاصة بإحصاء (D.W) عند مستوى معنوية محدد (0.05) في تحليلنا من تشخيص وجود مشكلة الارتباط الذاتي من عدمها في الانموذج المقدر.

كما تم اجراء اختبار (VIF) واتضح ان النموذج قد اجتاز هذا الاختبار كون ان قيمة (VIF) محصورة بين (0-10)، كما تم اجراء اختبار معامل ارتباط الرتب لسبيرمان واتضح عدم وجود لمشكلة عدم تجانس التباين.

هناك تأثير طردي ومعنوي للمتغير التفسيري (X_1) المتمثل: بالإيرادات السياحية الدولية في المتغير المعتمد (Y) اي انه كلما زادت قيمة الإيرادات السياحية الدولية بمقدار وحدة واحدة فان المتغير المعتمد سيزداد بمقدار (1.249)، وهذا التأثير معنوي كون ان قيمة ($t=2.540$) المحسوبة أكبر من قيمة ($t=1.96$) الجدولية، وكذلك القيمة الاحتمالية (P-value=0.033) أقل من (0.05) وهذا ينسجم مع النظرية الاقتصادية. وهناك تأثير طردي للمتغير التفسيري (X_2) المتمثل بعدد السياح الدوليين في المتغير المعتمد (Y)، اذ انه كلما زاد عدد السياح الدوليين بمقدار وحدة واحدة فان المتغير (Y) سيزداد بمقدار (1.260)، وهذا التأثير معنوي ايضاً كون ان قيمة ($t = 2.300$) المحسوبة أكبر من قيمة ($t=1.96$) الجدولية، وكذلك القيمة الاحتمالية (P-value = 0.020) أقل من (0.05) وهذا أيضاً ينسجم مع النظرية الاقتصادية وأيضاً هناك تأثير طردي للمتغير التفسيري (X_3) المتمثل بنفقات السياحة الدولية في المتغير المعتمد (Y) اذ انه كلما زادت قيمة نفقات السياحة الدولية بمقدار وحدة واحدة فان المتغير (Y) سيزداد بمقدار (1.271)، وهذا التأثير معنوي لان قيمة ($t = 1.987$) المحسوبة أقل من قيمة ($t = 1.96$) الجدولية، وكذلك القيمة الاحتمالية (P-value = 0.045) أقل من (0.05)، وهذا ينسجم مع النظرية الاقتصادية كما ان هناك تأثير طردي للمتغير التفسيري (X_4) المتمثل بمتغير النقل الجوي في المتغير المعتمد (Y)، اذ انه كلما زادت قيمة النقل الجوي بمقدار وحدة واحدة فان المتغير (Y) سيزداد بمقدار (1.246)، وهذا التأثير معنوي ايضاً لان قيمة ($t = 4.440$) المحسوبة أكبر من قيمة ($t=1.96$) الجدولية وكذلك القيمة الاحتمالية (P-value = 0.000) أقل من (0.05) وهذا أيضاً ينسجم مع النظرية الاقتصادية.

وهناك تأثير طردي للمتغير التفسيري (X_5) المتمثل بعدد المغادرين في المتغير المعتمد (Y)، إذ انه كلما زاد عدد المغادرين بمقدار وحدة واحدة فإن المتغير (Y) سيزداد بمقدار (1.170)، وهذا التأثير معنوي لان قيمة ($t=2.840$) المحسوبة أكبر من قيمة ($t=1.96$) الجدولية، وكذلك القيمة الاحتمالية ($P\text{-value}=0.000$) اقل من (0.05) وهذا ينسجم مع النظرية الاقتصادية.

الاستنتاجات والتوصيات

اولاً. الاستنتاجات:

١. ان المتغير المستقل الإيرادات السياحية X_1 لها تأثير موجب ومعنوي على الناتج المحلي الإجمالي، وهذا يعني ان الإيرادات السياحية تساهم في متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي المعبر عن النمو.
٢. اما بالنسبة للمتغير عدد السياح الدوليين الوافدين X_2 الى تركيا يؤثر بشكل إيجابي، وقد يعود هذا الارتفاع في عدد السياح اي ان أسعار السلع والخدمات تلائم قدرات السياح، وان السياح غير حساسين تجاه الأسعار السياحية بالمنطقة وهذا يدل على وجود عوامل أخرى أكثر أهمية لجذب السياح وهي تمثل الامن الداخلي والاستقرار السياسي.
٣. كما ان متغير نفقات السياحة الدولية X_3 له تأثير إيجابي ومعنوي على النمو الاقتصادي، وهذا يدل على ان ما تنفقه الدولة على هذا القطاع يتناسب مع المداخل في هذا القطاع، أي يوجد استغلال جيد للمرافق السياحية فضلاً عن وجود الوعي الثقافي لدى المواطنين بالقطاع السياحي.
٤. ان متغير النقل الجوي X_4 له تأثير إيجابي ومعنوي على النمو الاقتصادي عن طريق زيادة عدد الرحلات الجوية هذا مما شجع تركيا على الاستثمار الضخم في مطار استنبول الجديد أكبر مطار في العالم الذي أفتتح عام ٢٠١٨ اذ سيكون تأثيره إيجابي على القطاع السياحي لتركيا.
٥. من نتائج البحث يمكن الاسترشاد الى ان المتغيرات المعتمدة في النموذج اثرت بنسبة 86.5 % ايجابياً في النمو الاقتصادي عن طريق اختبار معامل التحديد R^2 ، وان هناك 13,5% تؤثر في النمو الاقتصادي لم يتم الاخذ بها بالأنموذج.
٦. تبين ان قيمة F هي 420 وهذا يثبت معنوية الانموذج ككل.
٧. اثبتت النتائج معنوية المتغيرات المعتمدة عن طريق قيمة اختبار (t) لجميع المتغيرات المعتمدة.

ثانياً. التوصيات:

١. توصي هذه الدراسة بزيادة الاستثمارات المخصصة للأنفاق السياحي بهدف زيادة الإيرادات السياحية في تركيا ومنه زيادة الاحتياطي من العملات الصعبة.
٢. الاستفادة من الإمكانيات والمقومات التي تتمتع بها تركيا بهدف جذب أكبر عدد ممكن من السياح العرب والأجانب لزيادة الإيرادات السياحية.
٣. زيادة درجة الاستقرار السياسي فضلاً عن العمل على وضع استراتيجيات واضحة الأهداف للتنمية السياحية لغرض الوصول الى تنمية سياحية تراعي التنمية المستدامة والبعد البيئي في ذلك النشاط.
٤. العمل على زيادة الأنشطة والبرامج التي تساعد على إطالة مدة بقاء السائح مما يؤدي الى زيادة انفاقه مثل هذه البرامج والأنشطة التي تنعكس على الإيرادات السياحية ومن ثم على جميع مكونات الاقتصاد.
٥. العمل على تحسين الخدمات السياحية المقدمة للسياح من حيث النوع والكم عن طريق زيادة العمالة المؤهلة والمدربة وذلك بإنشاء معاهد تدريس فن التعامل مع السائح وطرق كسب رضا السياح، وهذا ينعكس بدوره على زيادة اعداد السياح.

٦. العمل على زيادة الحملات الترويجية والتسويقية للمواقع السياحية في تركيا والتي يجب ان يرافقها انخفاض أسعار التذاكر والضرائب والرسوم على السائح مما ينعكس بشكل إيجابي على اعداد السياح القادمين الى تركيا، وبالتالي تزيد القدرة التنافسية للقطاع السياحي التركي على المستوى العالمي.

المصادر

اولاً. المصادر العربية:

أ. الكتب:

١. الظاهر، سراب نعيم والياس، ٢٠٠١، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، سلسلة السياحة والفندقة، عمان.
٢. إبراهيم، وفاء زكي، ٢٠٠٦، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، دراسة تقييمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
٣. الانصاري، رؤوف محمد علي، ٢٠٠٨، السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار، الطبعة الأولى، مطبعة هادي برس، بيروت.
٤. الطائي، حميد عبد النبي، ٢٠٠٦، أصول صناعة السياحة، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
٥. حافظ، عبد الكريم، ٢٠١٠، الإدارة الفندقية والسياحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
٦. دعيبس، يسري، ٢٠٠٢، السلوك الاستهلاكي في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، الطبعة الأولى، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر.
٧. عبيدات، محمد، ٢٠٠٥، التسويق السياحي، الطبعة الثانية، دار اوائل للنشر والتوزيع، الأردن.

ب. الرسائل والأطاريح:

١. منصور محمد الشريف، ٢٠١٨، أثر النشاط السياحي على النمو الاقتصادي في ظل استراتيجية تطوير السياحة الجزائرية، جامعة الاخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، ص ٢١٥-٢١٧.

ثانياً. المصادر الأجنبية:

1. Leshner M Geloso Grosso and Pinali E., (2007), Services trade liberalization and tourism development, OEC Trade Policy Working Paper No. 57. JT03235678. Organization for Economic Cooperation and Development Paris.
2. Lozato Pierre, Giotart, Michel Balfet, (2014), Management du Tourism: territories' Systems de Production Strategies, 2eme edition, Pearson, PARIS.
3. Mitchell J and Ashley C., (2007), Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? Examining evidence on the impact of tourism on poverty, Briefing Paper 22, Overseas Development Institut (ODI) June <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files>.