

تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا للمدة

2020 / 2001

Analysis of the causal relationship between tourism revenues and economic growth in Turkey for the period 2001-2020

ا. م. د. سردار عثمان خضر باداوهي

Dr. Sardar Othman Badawey

sardar.khudhur@su.edu.krd

كلية الادارة والاقتصاد/جامعة صلاح الدين/أربيل

الكلمات المفتاحية: العلاقة السببية، عوائد السياحة، النمو الاقتصادي، الاقتصاد التركي.

Keywords: Causal relationship, tourism returns, economic growth, Turkish economy

المستخلص:

يهدف البحث الى توضيح اسباب ارتفاع عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا للمدة 2001-2020، و من ثم بيان العلاقة السببية بين المتغيرين. و قد اتبع البحث منهج التحليل الكمي القياسي الحديث باستخدام اسلوب التكامل المشترك، وقد توصل البحث الى مجموعة من النتائج و منها:

1- نستنتج بان عوائد السياحة ارتفعت خلال مدة البحث بسبب تطور انماط السياحة غير التقليدية واتباع السياسات التشجيعية للسياحة، وتعثر السياحة في الدول المجاورة و خاصة في سوريا و لبنان و اسرائيل، و انتشار الدراما التركية شجع كثير من العائلات على القيام بالرحلات السياحية الى تركيا، و تطور كبير في شركات الطيران التركية.

2- توصل البحث بان عوائد السياحة تؤدي إلى سببية أحادية الاتجاه في نمو الاقتصاد التركي خلال المدة (2001-2020).

3- اظهر البحث بوجود العلاقة السببية بين المتغيرين في اتجاه واحد عند مستوى معنوية 10%، أي متغير عوائد السياحة تسبب في النمو الاقتصادي وبالتالي يمكن القول أن السياحة تقود النمو الاقتصادي التركي.

4- توصل البحث الى وجود علاقة تكاملية واحدة على الاقل بين متغيري البحث و حسب اختبار الاثر Trace واختبار القيمة العظمى Maximum Eigenvalue.

و خلص البحث الى تقديم عدد من المقترحات و منها:

1. يتحتم على وزارة النقل و المواصلات العراقية العمل على تطوير و تجديد و توسيع الخطوط الجوية العراقية، بهدف منافسة الخطوط الجوية للدول المجاورة.

2. يقع على عاتق هيئة الاستثمار في العراق و الاقليم العمل على تسهيل و تشجيع تدفق الاستثمار الاجنبي الى القطاع السياحي، بهدف تعزيز النمو الاقتصادي في العراق.

3. يقع على عاتق البنك المركزي العراقي العمل على تأسيس المصرف السياحي اسوة بباقي القطاعات الاقتصادية و المتمثلة بالمصرف العقاري و الصناعي و الزراعي.

Abstract

The research aims to clarify the reasons for the high tourism returns and economic growth in Turkey for the period 2001-2020, and then to show the causal relationship between the two variables. The research followed the modern standard quantitative analysis method using the co-integration method, and the research reached several results, including:

1- We conclude that tourism revenues increased during the research period due to the development of non-traditional tourism patterns, the adoption of encouraging policies for tourism, the faltering of tourism in neighboring countries, especially in Syria, Lebanon, and Israel, and the spread of Turkish drama encouraged many families to take tourist trips to Turkey and a great development in Turkish airlines.

2-The research found that tourism returns lead to a one-way causality in the growth of the Turkish economy during the period (2001-2020).

3- The research showed that there is a causal relationship between the two variables in one direction at a moral level of 10%, that is, the tourism returns variable caused economic growth and therefore it can be said that tourism leads the Turkish economic growth.

4- The research found that there is at least one integration relationship between the two research variables, according to the Trace test and the Maximum Eigenvalue test.

The research concluded by presenting several proposals, including:

1-The Iraqi Ministry of Transport and Communications must work on developing, renewing, and expanding Iraqi Airways to compete with the airlines of neighboring countries.

2- It is the responsibility of the Investment Commission in Iraq and the region to work on facilitating and encouraging the flow of foreign investment into the tourism sector, to promote growth in Iraq.

3-It is the responsibility of the Central Bank of Iraq to work on the establishment of the tourist bank, like the rest of the economic sectors, represented by the real estate, industrial and agricultural banks.

المقدمة

اصبح للسياحة اسهاما فاعلا في إيرادات البلدان والنمو الاقتصادي وميزان المدفوعات وكذلك مصدرا من مصادر الدخل للقطاع الخاص فيها، فضلا عن ذلك أصبحت مصدرا لتوليد فرص عمل متنوعة، مما يؤثر في زيادة الرفاهية الاقتصادية للبلدان التي تمتلك قطاعا سياحيا متطورا، هذه العوامل شجعت الحكومات على دعم قطاع السياحة كمصدر للإيرادات. و خير مثال على ذلك دولة تركيا.

اهمية البحث importance of studying: تأتي اهمية البحث من خلال الأداء الاقتصادي الناجح الذي اظهرته تركيا و خاصة مع بداية القرن الواحد والعشرين و المبني على استراتيجية الاعتماد على عوائد السياحة كقائد للنمو الاقتصادي في تركيا.

مشكلة البحث study Problem: تكمن مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

- 1- ما مدى ارتباط عوائد السياحة بالنمو الاقتصادي في تركيا؟
- 2- هل توجد علاقة بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي على المدى الطويل في تركيا؟
- 3- ما نوع العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي؟

هدف البحث Purpose of the study: يهدف البحث الى:

- 1- توضيح اسباب ارتفاع عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا
 - 2- بيان نوع العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا.
 - 3- تقديم بعض المقترحات التي تخدم الاقتصاد العراقي و اقليم كردستان.
- فرضية البحث** hypothesis of the study: تفترض البحث ان عوائد السياحة محرك ايجابي للنمو الاقتصادي في تركيا.

منهجية البحث Study methodology: لغرض التحقق من صحة الفرضية والوصول الى هدفها سلك البحث منهج التحليل الكمي القياسي الحديث باستخدام اسلوب التكامل المشترك لتحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي.

حدود البحث Limits of the study: اشتمل البحث على الحدود الآتية:

- 1- الحدود المكانية:- دولة تركيا.
 - 2- الحدود الزمانية:- تشمل المدة (2001-2020)
- خطة البحث** (Study plan):- لغرض الوصول الى هدف البحث والتحقق من الفرضية الموضوعية تم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث: خصص المبحث الاول للاطار النظري للسياحة و النمو الاقتصادي، بينما تناول المبحث الثاني تحليل عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا، في حين خصص المبحث الثالث لتحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا، وانتهى البحث بجملته من الاستنتاجات والمقترحات.

المبحث الاول / الاطار النظري للسياحة و النمو الاقتصادي

1.1- السياحة المفهوم، الخصائص، العوائد

اولاً: مفهوم السياحة:

- 1- السياحة: مجموع النشاطات التي يقوم بها الأشخاص أثناء أسفارهم وإقامتهم خارج بيئتهم المعتادة بغرض الترفيه أو الاعمال أو اي سبب آخر (الشريف، 2018: 205)
- 2- تعريف منظمة السياحة العالمية للسياحة: هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى (السعيد، العمر، 2013: 97).

3- السياحة: أنها أنشطة الاشخاص المسافرين إلى أو المقيمين في أماكن خارج بيئتهم المعتادة، لمدة لا تزيد عن سنة واحدة على التوالي لأغراض قضاء وقت الفراغ، أو الاعمال التجارية، أو لأغراض أخرى (منظمة العمل الدولية ، 2013 :3).

4- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة؛ فهي مجموعة من الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار (محمد، 2017 : 3).

5- السياحة: هي أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن خارج بيئتهم المعتادة ويقومون فيها للترفيه أو العمل أو لأغراض أخرى لمدة لا تزيد عن عام واحد متتالي (www.go2hr.ca/getting).
ثانياً، خصائص السياحة: اهم خصائص السياحة تكمن في الاتي(8-4, Bansal, Gautam, 2007):

1. غير ملموس: المنتجات السياحية تشبه أي منتج خدمي.
2. القابلية للفناء: يتم استخدام قابلية الفناء في تسويق الخدمات لتحديد كيفية تقديم الخدمات الغير محفوظة ولا يمكن تخزينها للاستخدام في المستقبل.
3. قابلية تقديم الخدمة يعتمد على الناس: ومن ثم لا يمكن فصل الخدمات من الناس الذين يسلمونها. يتم إنتاجها وتقديمها من قبل الأفراد (موظفوا الخدمة والعملاء على التوالي). نتيجة لذلك، تختلف جودة الخدمة من شخص لآخر، ومن وقت لآخر مع نفس الشخص، وبالتالي لا يمكن أن يكون موحد.

4. التلازم: بيع وشراء السياحة لا يشبه بيع وشراء المنتجات العادية، إنه في الواقع مثل شراء خدمة.

5. مشاركة العميل: يعد العميل جزءاً لا يتجزأ من تقديم عملية الخدمة. في نظام تسليم البيع - الإنتاج - الاستهلاك، يشارك المستخدم النهائي حرفياً في كل مرحلة من مراحل تقديم الخدمة.

6. موجه للأشخاص: تتطلب أية صناعة خدمية قوى عاملة ماهرة لتكون قادرة على تقديم الخدمة للمستهلكين وبالتالي لتكون أكثر قدرة على المنافسة بشكل فعال في السوق. صناعة السياحة ليست استثناءً لأنها تزدهر أيضاً على يد الموظفين الماهرة والموهوبين.

ثالثاً، عوائد السياحة:

1- تعرف عائدات السياحة الدولية من قبل منظمة التجارة العالمية: على أنها نفقات الزوار الدوليين الوافدين بما في ذلك مدفوعاتهم لشركات النقل الوطنية للنقل الدولي. وهي تشمل أيضاً أية مدفوعات أخرى يتم سدادها لاحقاً للسلع والخدمات المستلمة في بلد المقصد.

(www.stat.fi/meta/kas/kv)

2- إيرادات السياحة الوافدة: وهي "العوائد او الإيرادات المتحققة للبلد جراء استضافة السياح الجانبي الوافدين للبلد" (الدباغ، السامرائي، 2011: 240)

رابعا، الدخل السياحي: يمكن تعريف الدخل السياحي بحسب طرق احتساب الدخل القومي الثلاث، وكالاتي: (شبر، 2020:1).

1- طريقة الدخل المكتسبة: على انه " مجموع الربوع والأجور والفوائد والأرباح التي يحصل عليها الأفراد نظير تقديم عوامل الإنتاج السياحية للمشاريع السياحية خلال مدة سنة."

2- طريقة الإنفاق: على انه " كل ما ينفقه السياح المواطنين والأجانب داخل البلد المضيف على شراء الخدمات السياحية وغير السياحية يضاف إليها الرسوم المتحصلة منهم في المطارات والموانئ ومناطق

الحدود وكذلك أجور النقل والنشاطات الأخرى وتأثيرات المرور خلال مدة سنة
3- طريقة القيمة المضافة: على انه " القيمة المضافة الحقيقية المتحققة في القطاع السياحي جراء
ممارسة تقديم الخدمات للسياح المحليين والأجانب خلال مدة سنة.

2.1. النمو الاقتصادي، اولا، مفهوم النمو الاقتصادي.

1- النمو الاقتصادي: هو زيادة في إنتاج السلع والخدمات الاقتصادية ، مقارنة بين فترة زمنية إلى أخرى،
ويتم قياس النمو الاقتصادي عن طريق الناتج القومي الإجمالي او الناتج المحلي
الإجمالي (www.investopedia.com).

2- النمو الاقتصادي: هو الطريقة الأكثر فاعلية لإنقاذ الناس من الفقر وتحقيق نجاح أهدافهم الأوسع
من أجل حياة أفضل (www.oecd.org, DFID).

ثانيا، فوائد النمو الاقتصادي، فوائد النمو الاقتصادي متعددة ويمكن ادراجه في النقاط الآتية: _
(<https://www.cbpp.org>).

- 1- دخول أعلى للعمال والشركات.
- 2- زيادة الإيرادات الضريبية للحكومة والتي يمكن إنفاقها على الخدمات العامة.
- 3- سداد الديون الحكومية، النمو الاقتصادي المرتفع يؤدي إلى تقليل عجز الموازنة الحكومية بسبب
تحسن الإيرادات الضريبية.
- 4- النمو الاقتصادي يخلق فرص عمل.
- 5- النمو الاقتصادي المرتفع يشجع الشركات على الاستثمار، وزيادة الاستثمار تمهد الطريق من أجل
تحقيق نمو أعلى في المستقبل.

ثالثا، تكاليف النمو الاقتصادي، يمكن إدراج اهم تكاليف النمو الاقتصادي كالآتي:
(Pettinger,2019,5):

- 1- التضخم: إذا كان النمو سريعا جداً، من المحتمل أن تعاني الأسعار من التضخم.
- 2- عجز الحساب الجاري: إذا كان النمو غير متوازن، فقد نشهد عجزاً متزايداً في الحساب الجاري حيث
يشترى الناس المزيد من الاستيرادات.
- 3- التكاليف البيئية: النمو الاقتصادي يؤدي إلى زيادة استهلاك الموارد والتلوث.
- 4- تدهور مستوى المعيشة: يمكن أن يسبب النمو الاقتصادي المرتفع مشاكل جديدة مثل الازدحام
السكاني في المدن وزيادة الجريمة وزيادة انعدام العدالة والمزيد من التلوث البيئي.

رابعا، العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي، هناك اربع حالات من العلاقة بين السياحة والنمو
الاقتصادي كالآتي (شكري، رشيد، 2017 : 5-6):

- 1- الحالة الاولى: تقول بأن السياحة هي من المحددات الرئيسية للنمو الاقتصادي على المدى
الطويل. يمكن أن تستخدم عائدات السياحة لاستيراد السلع الرأسمالية، لتستعمل بدورها في إنتاج
السلع والخدمات مما يؤدي إلى النمو الاقتصادي في البلد.
- 2- الحالة الثانية: بهذه الطريقة تشجع النشاط السياحي من خلال استخدام أفضل للموارد المتاحة
وهذا يؤدي إلى سببية أحادية الاتجاه من النمو الاقتصادي للسياحة.

3- الحالة الثالثة: لا يكون لنمو القطاع السياحي أثر يذكر على النمو الاقتصادي. تعرف هذه الفرضية بفرضية الحيادية) و تؤكد عدم وجود علاقة سببية بين النمو الاقتصادي والسياحة.

4- الحالة الرابعة: وتؤكد تأثير النمو الاقتصادي و السياحة على بعضها البعض. تعرف هذه الفرضية بالفرضية ثنائية الاتجاه، ووفق هذه الفرضية تؤثر السياحة على أداء النمو الاقتصادي والنمو الاقتصادي يؤثر بدوره على قطاع السياحة.

المبحث الثاني / تحليل عوائد السياحة والنمو الاقتصادي في الاقتصاد التركي

1-2، عوائد السياحة في تركيا للمدة 2001-2020، من خلال الجدول (1) الذي يبين عوائد السياحة في تركيا للمدة 2001-2020، يمكن ملاحظة ما يلي:-

1- شهدت العوائد السياحية نمواً كبيراً خلال النصف الأول من مدة البحث (2001-2010) حيث بلغ معدل نسبة النمو السنوي (11.22%)، رغم تعرض الاقتصاد التركي الى الازمات المالية في الاعوام 2001 و ازمة عام 2008.

2- أما بالنسبة إلى النصف الثاني من مدة البحث (2011-2020)، يلاحظ أن هناك انخفاضاً متناقضاً وملحوظاً في معدل النمو السنوي (-2.14%)، وقد كان النصيب الأكبر لذلك التناقص في العوائد السياحية لعام 2020 حيث سجل فيه أقل العوائد وأكبر نسبة نمو متناقص، إذ بلغت العوائد (12.06) مليار دولار و بنسبة نمو متناقص (-65.06%)، نتيجة تفشي مرض كورونا.

3- و بخصوص معدل النمو السنوي لمدة البحث (2001-2020) بلغت (4.54%) و هذا الارتفاع يعود الى:

ا- تطور انماط السياحة غير التقليدية.

ب- اتباع السياسات التشجيعية للسياحة في تركيا.

ت- تعثر السياحة في الدول المجاورة وخاصة في سوريا و لبنان و اسرائيل.

ث- انتشار الدراما التركية شجع الكثير من العائلات على القيام بالرحلات السياحية الى تركيا. ج- تطور كبير في شركات الطيران التركية.

و لمزيد من التفاصيل انظر الشكل البياني(1).

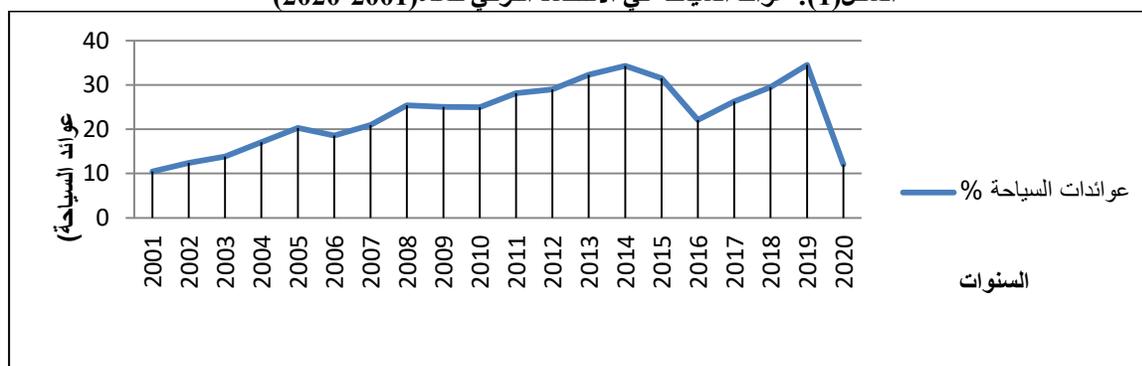
الجدول (1) عوائد السياحة في الاقتصاد التركي للمدة (2001-2020)

معدل التغير السنوي	عائدات السياحة (مليار دولار)	السنوات
-	10.45	2001
18.8517	12.42	2002
11.5137	13.85	2003
23.3213	17.08	2004
18.9696	20.32	2005
-8.5138	18.59	2006
12.6412	20.94	2007
21.3945	25.42	2008
-1.4162	25.06	2009
-0.5188	24.93	2010
12.7958	28.12	2011
3.16501	29.01	2012
11.3754	32.31	2013
6.19003	34.31	2014
-8.3066	31.46	2015
-29.72	22.11	2016
18.8602	26.28	2017
12.2907	29.51	2018
16.9773	34.52	2019
-65.064	12.06	2020
11.22%		متوسط معدل التغير السنوي للمدة 2010-2001
-2.14%		متوسط معدل التغير السنوي للمدة 2020-2011
%4.54		متوسط معدل التغير السنوي للمدة 2020-2001

المصدر: اعتمد الباحث في اعداد الجدول على:

- Annual tourism income in Turkey from 2001 to 2020, (Total tourism income Turkey 2020 | Statista)

الشكل (1): عوائد السياحة في الاقتصاد التركي للمدة (2001-2020)



2.2. معدل النمو الاقتصادي في تركيا للمدة 2001-2020، من خلال الجدول (2) الذي يبين

معدل النمو الاقتصادي في تركيا للمدة 2001-2020، يمكن ملاحظة ما يلي:

1- شهد متوسط معدل النمو الاقتصادي التركي خلال النصف الأول من مدة البحث (2001-2010)

ارتفاعاً حيث بلغت (4.66%)، وهذا الارتفاع في النمو الاقتصادي في تركيا يعود إلى:

أ. زيادة تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر الى تركيا.

ب. اتباع عملية الخصخصة واستخدام ايراداتها في بناء البنية التحتية في تركيا.

ت. الارتفاع الكبير في الاقتراض الدولي وادى الى زيادة نمو الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي.

ث. الاستقرار السياسي.

2- أما بالنسبة إلى النصف الثاني من مدة البحث (2011-2020)، يلاحظ أن هناك ارتفاعا طفيفا في متوسط معدل النمو (4.52%) ، وهذا الارتفاع طفيف و بالتالي توقف الاقتصاد التركي من تسجيل الانجازات الاقتصادية بسبب:

أ. ظهور الازمة المالية في عام 2018

ب. الانهيار في قيمة الليرة التركية مقابل العملات الاجنبية.

ت. تفشي فايروس كورونا على المستوى العالمي.

3- و بخصوص معدل النمو السنوي لمدة البحث (2001-2020) بلغت (4.34%).

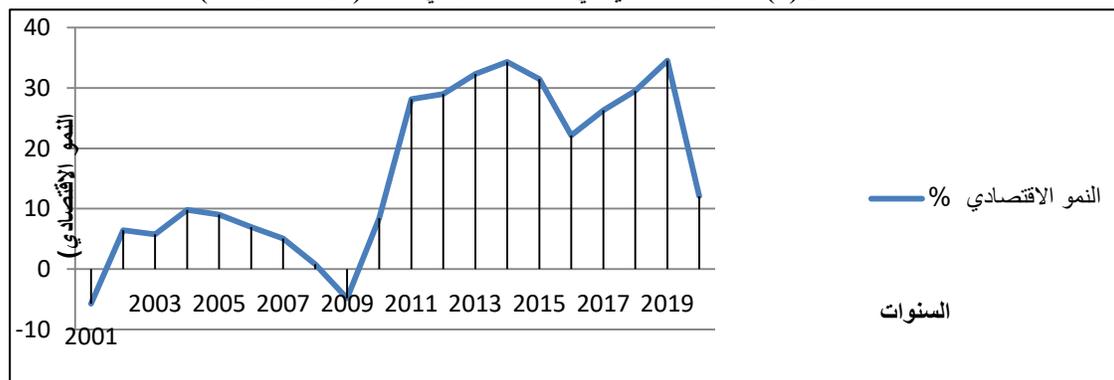
ولمزيد من التفاصيل انظر الشكل البياني (2).

الجدول (2) النمو الاقتصادي في الاقتصاد التركي للمدة (2001-2020)

السنوات	معدل النمو الاقتصادي	السنوات	معدل النمو الاقتصادي
2001	-5.75	2011	11.2
2002	6.448	2012	4.788
2003	5.763	2013	8.486
2004	9.796	2014	4.94
2005	8.992	2015	6.084
2006	6.948	2016	3.323
2007	5.044	2017	7.502
2008	0.815	2018	2.959
2009	-4.823	2019	0.917
2010	8.427	2020	-5
متوسط المدة 2010-2001			4.166%
متوسط المدة 2020-2011			24.5%
متوسط المدة 2020-2001			34.34%

المصدر: اعتمد الباحث في اعداد الجدول على: 2021, (https://data.worldbank.org), Turkey, (GDP growth (annual %) -

الشكل (2) النمو الاقتصادي في الاقتصاد التركي للمدة (2001 – 2020)



المبحث الثالث / العلاقة السببية بين عوائد السياحة والنمو الاقتصادي التركي للمدة 2001-2020

2020

1.3 اختبارات السكون: يقوم هذا الاختبار على فحص الأستقرارية لمتغيرين مع مرور الزمن، حيث

يتعين في البداية التأكد من استقرار متغيرين من النموذج، وهي عوائد السياحة والنمو الاقتصادي في

تركيا. وبتطبيق اختبار فليبس بيرون (PP) وديكي فولر – الموسع (ADF)، تم الحصول على النتائج في

الجدول (3)

الجدول (3): نتائج اختبار فليبس بيرون (PP) و ديكى فولر (ADF) لجذر الواحدة

Unit Root Test Table at Level			
ADF			
		Growth	Tourism
With Constant	t-Statistic	-3.380177	-1.393099
	Prob.	0.0252	0.5572
		**	No
With Constant & Trend	t-Statistic	-3.532233	1.342094
	Prob.	0.0644	0.9998
		*	No
Without Constant & Trend	t-Statistic	-1.971265	-0.405045
	Prob.	0.0489	0.5202
		**	No
PP			
		Growth	Tourism
With Constant	t-Statistic	-3.380177	-1.97529
	Prob.	0.0252	0.2941
		**	No
With Constant & Trend	t-Statistic	-3.544336	-0.78535
	Prob.	0.063	0.9492
		*	No
Without Constant & Trend	t-Statistic	-2.000718	-0.407339
	Prob.	0.046	0.5231
		**	No

Notes: (*) Significant at the 10%; (**) Significant at the 5%; (***) Significant at the 1%. and (no) Not Significant

المصدر : مخرجات برنامج EVIEWS الاصدار العاشرة

حيث يتبين بان متغير عوائد السياحة غير ساكن عند المستوى الاصلى للبيانات وحسب اختبار PP واختبار ADF لذلك تم اخذ الفرق الاول للمتغيرين وكما يظهر الجدول(4)
 الجدول(4): اختبارات الاستقرار للفرق الاول لمتغيرات البحث

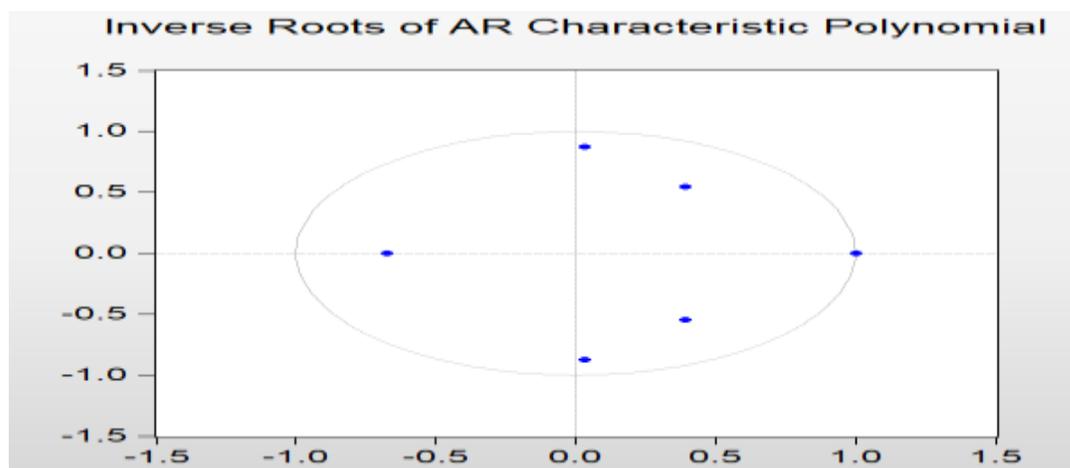
Unit Root Test Table at First Difference			
ADF			
		Growth	Tourism
With Constant	t-Statistic	-5.343753	-3.231864
	Prob.	0.0005	0.0369
		***	**
With Constant & Trend	t-Statistic	-5.387235	-6.066071
	Prob.	0.0022	0.0009
		***	***
Without Constant & Trend	t-Statistic	-5.514237	-3.239524
	Prob.	0.0000	0.0031
		***	***
PP			
		Growth	Tourism
With Constant	t-Statistic	-6.618328	-2.737792
	Prob.	0.0000	0.0872
		***	*
With Constant & Trend	t-Statistic	-6.822833	-3.186681
	Prob.	0.0002	95600.
		***	*
Without Constant & Trend	t-Statistic	-6.206607	-2.407828
	Prob.	0.0000	0.0193
		***	**

Notes: (*) Significant at the 10%; (**) Significant at the 5%; (***) Significant at the 1%. and (no) Not Significant

المصدر : مخرجات برنامج EVIEWS الاصدار العاشر

يظهر من الجدول (4) ان المتغيرين يصبحان مستقران بعد اخذ الفرق الاول لهما وحسب اختبار PP واختبار ADF اي ان متغيرات البحث متكاملة من الدرجة (1) وهذا يعني امكانية تطبيق اختبار جوهانسن للتكامل.

الشكل البياني(3): يوضح سكون المتغيرين بعد اخذ الفرق الاول



يتضح من الشكل أعلاه أن جميع المتغيرات مستقرة لان جميع الجذور تقع داخل او في محيط دائرة واحدة.

2-3) اختبار التكامل وفق اختبار جوهانسن Johansen co-integration. يهدف هذا الاختبار إلى التحقق من وجود علاقة طويلة الأجل بين المتغيرين، الجدول (3) يظهر نتائج اختبار جوهانسن للعلاقة بين العوائد السياحية والنمو الاقتصادي في تركيا حسب اختبار الاثر Trace واختبار القيمة العظمى Eigenvalue Maximum. حيث يتبين وجود علاقة تكامل واحدة على الاقل بين متغيري البحث وحسب اختبار الاثر Trace واختبار القيمة العظمى Maximum Eigenvalue. لاحظ الجدول(5).

الجدول(5): قيمة معامل الاثر Trace و القيمة العظمى Maximum Eigenvalue حسب اختبار جوهانسن

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized	Eigenvalue	Trace	0.05	Prob.**
No. of CE(s)		Statistic	Critical Value	
None *	0.676716	18.07216	12.3209	0.0049
At most 1	0.000285	0.004568	4.129906	0.9555
Trace test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Hypothesized	Eigenvalue	Max-Eigen	0.05	Prob.**
No. of CE(s)		Statistic	Critical Value	
None *	0.676716	18.06759	11.2248	0.0027
At most 1	0.000285	0.004568	4.129906	0.9555
Max-eigenvalue test indicates 1 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				

المصدر : مخرجات برنامج EVIEWS الاصدار العاشر

3-3: نتائج اختبار فترة الإبطاء المثلى Lag Order Selection Criteria ، يوظف هذا الاختبار لتحديد فترة الإبطاء المثلى بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي، و تستخدم عدة احصائيات في هذا المجال، كما يظهر في الجدول(6)، ان افضل فترة ابطاء هي 1 فترة لمتغيري البحث حسب معايير اختيار فترات الإبطاء.

الجدول(6): نتائج اختيار فترة الإبطاء المثلى

VAR Lag Order Selection Criteria						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-111.381	NA	1014.72	12.59789	12.69682	12.61153
1	-104.7035	11.12928*	758.1714*	12.30039*	12.59718*	12.34131*
2	-101.9543	3.971088	892.1073	12.43936	12.93401	12.50757

* indicates lag order selected by the criterion

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

المصدر : مخرجات برنامج EVIEWS الاصدار العاشر

4-3: اختبار السببية لانكل – كرانجر Granger Causality Tests ، بعدما انتهينا من إثبات وجود تكامل مشترك (co-integration) بين متغيري البحث (عوائد السياحة و النمو الاقتصادي) ننتقل إلى خطوة أخرى المتمثلة في تحديد اتجاه العلاقة بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي. لهذا الغرض نقوم باستخدام اختبار السببية لانكل – كرانجر.

الجدول(7) : نتائج اختبار السببية لانكل - كرانجر

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
TOURISM does not Granger Cause GROWTH	19	3.60927	0.0756
GROWTH does not Granger Cause TOURISM		1.22116	0.2855

المصدر : مخرجات برنامج EVIEWS الاصدار العاشر

يتضح من نتائج الجدول اعلاه أن العلاقة السببية بين المتغيرين في اتجاه واحد عند مستوى معنوية 10% ، أي أن متغير عوائد السياحة تؤدي الى النمو الاقتصادي وبالتالي يمكن القول أن السياحة تقود النمو الاقتصادي التركي.

الاستنتاجات والتوصيات

الاستنتاجات: في ضوء التحليلات السابقة يمكن استنتاج الآتي:

1- نستنتج بان عوائد السياحة ارتفعت خلال مدة البحث بسبب تطور انماط السياحة غير التقليدية، واتباع السياسات التشجيعية للسياحة في تركيا، وتعرض السياحة في الدول المجاورة و خاصة في سوريا و لبنان و اسرائيل، و انتشار الدراما التركية شجع كثير من العائلات على القيام بالرحلات السياحية الى تركيا، وتطور كبير في شركات الطيران التركية.

2- توصل البحث ألى أن نسبة معدل النمو الاقتصادي التركي خلال المدة(2001- 2010) قد ارتفعت حيث بلغت (4.66%)، وهذا الارتفاع في النمو الاقتصادي في تركيا يعود الى: زيادة تدفق الاستثمار الاجنبي المباشر الى تركيا، و اتباع عملية الخصخصة و استخدام ايراداتها في بناء البنية التحتية، فضلا

عن ارتفاع الاقتراض الدولي و الاستقرار السياسي، ادت الى زيادة نمو الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي في تركيا.

3- اظهر البحث بان عوائد السياحة تؤدي إلى سببية أحادية الاتجاه في النمو الاقتصادي التركي خلال المدة (2001-2020).

4- نستنتج بان أن العلاقة السببية بين المتغيرين في اتجاه واحد عند مستوى معنوية 10%، أي عوائد السياحة تسبب في تحقيق النمو الاقتصادي في تركيا، وبالتالي يمكن القول أن السياحة تقود النمو الاقتصادي التركي.

5- توصل البحث بوجود علاقة تكامل واحدة على الاقل بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي، وحسب اختبار الاثر Trace واختبار القيمة العظمى Maximum Eigenvalue.

التوصيات: في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل اليها، يمكن اقتراح الآتي:

1- يتحتم على وزارة النقل و المواصلات العراقية العمل على تطوير و تجديد و توسيع الخطوط الجوية العراقية، بهدف منافسة الخطوط الجوية للدول المجاورة.

2- يقع على عاتق البنك المركزي العراقي العمل على تأسيس المصرف السياحي اسوة بباقي القطاعات الاقتصادية و المتمثلة بالمصرف العقاري و الصناعي و الزراعي.

3- يقع على عاتق الحكومة الفدرالية و حكومة اقليم كردستان العمل على تطور انماط السياحة غير التقليدية في العراق، بهدف جذب السائح الاجنبي.

4- يقع على عاتق هيئة الاستثمار في العراق و الاقليم العمل على تسهيل و تشجيع تدفق الاستثمار الاجنبي الى القطاع السياحي.

5- يتحتم على هيئة السياحة في حكومة الاقليم العمل على وضع السياسات التشجيعية لتطوير المؤسسات السياحية في اقليم كردستان.

6- من أجل تواصل البحث العلمي في مجال تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في تركيا ، تقترح الآتي:-

- تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في العراق.
- تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في ايران.
- تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في الاردن.
- تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في لبنان.
- تحليل العلاقة السببية بين عوائد السياحة و النمو الاقتصادي في مصر.

المصادر / اولاً، المصادر باللغة العربية:

- 1- الدباغ، اسماعيل محمد، السامرائي، مها عبدالستار، طرق احتساب الدخل السياحي بين هموم الجانب النظري ومعوقات الجانب التطبيقي مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الادارة و الاقتصاد، جامعة المستنصرية، العدد (89)، 2011،
- 2- سعدي، يحيى، العمراوي، سليم، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر،
- 3- الشريف، منصور محمد، في ظل استراتيجية تطوير السياحة الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية، المجلد ب، العدد 50، 2018.

- 4- شكري، بن زعرور، رشيد، ساطور، السياحة و النمو الاقتصادي في الجزائر، منشورات (MPRA)، 2017.
5- منظمة العمل الدولية، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، الطبعة الثانية، 2011
6- شبر، الهام خضير عباس، مفهوم واحتساب الدخل السياحي، مدونة البروفيسور الهام خضير عباس شبر، (https://portal.arid.my/ar-LY/Posts/Details)، بتاريخ (6/12/2021)
ثانياً، المصادر باللغة الانكليزية:

- 1- Getting to know BC'S Tourism Industry, (www.go2hr.ca/getting),2021.
- 2- GDP growth (annual %) – Turkey,(<https://data.worldbank.org>),2021
- 3- Annual Tourism Income in Turkey from 2001 to 2020, (Total Tourism Income Turkey 2020 | Statista
- 4-Economic Growth: Causes, Benefits, and Current Limits, (<https://www.cbpp.org>),2021
- 5-Financi Terms Dictionary (investopedia.com),(www.investopedia.com), 2021.
- 6- Growth Building Jobs and Prosperity in Developing Counties ,(DFID, www.oecd.org
- 7-International Tourism receipts Concepts Statistics Finland ,(www.stat.fi/meta/kas/)
- 8-Pettinger,Tejvan,Costs of economic growth (<https://www.economicshelp.org>),2021
- 9- S. P. Bansal, Prashant K. Gautam, Tourism and Hospitality Marketing,2021.