تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا

The diversification of the tourism market and economic growth in Turkey

براهيمي كريمة [1]
طالبة دكتوراه بجامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف
k.brahimi@univ-chlef.dz

قوريش نصيرة
أستاذة محاضرة بجامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف
n.kouraiche@univ-chlef.dz

تاريخ الارسال: 24 04 2019
تاريخ القبول: 24 06 2019

ملخص:

في هذه الورقة، تم استخدام النسخة المعدلة من اختبار سببية Granger الذي اقترحه Toda and Yamamoto (1995) للتحقيق في العلاقة السببية بين تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا. تظهر النتائج وجود سببية تمتد من النمو الاقتصادي إلى تنويع سوق السياحة في تركيا.

الكلمات المفتاحية: تنويع سوق السياحة، النمو الاقتصادي، منهجية (T.Y,1995).

Abstract:

In this paper, a modified version of the Granger causality test proposed by Toda and Yamamoto is used to investigate causality between the diversification of the tourism market and economic growth in Turkey. The results show a causality extending from economic growth to Turkey's the diversification of the tourism market.

Key words: the diversification of the tourism market, Economic growth, Toda and Yamamoto causality.

مقدمة:

تعد السياحة واحدة من أسرع الصناعات نموا في العالم وجزء هاما من استراتيجيات النمو والتنمية الاقتصادية، حيث تعمل كمصدر لتوفير العملة الأجنبية الضرورية لتمويل تكوين اجمالي رأس المال الثابت وهو أمر ضروري لزيادة القدرة الإنتاجية، وتشجيع الاستثمارات الجديدة في الهياكل الأساسية وتعزيز القدرة التنافسية، كما تسهم في الحد من البطالة وزيادة الدخل الوطني وتحفيز القطاعات الاقتصادية الأخرى ذات التأثير المباشر وغير المباشر، كما تعد السياحة عاملا مهما بالنسبة للشركات المحلية للاستفادة من وفرات الحجم، وتطوير التكنولوجيا وتحفيز تراكم رأس المال البشري[1].

1 _ المؤلف المرسل: براهيمي كريمة، الإيميل: k.brahimi@univ-chlef.dz

ووفقا لمنظمة السياحة العالمية فقد وصل عدد السائحين الدوليين الوافدين خلال عام 2017 نحو 1.322 مليار سائح بنسبة نمو بلغت 7% عن عام 2016. ومن المتوقع أن يصل عدد السياح الوافدين 2.09 مليار سائح بحلول عام 2028[2].

وباعتبارها واحدة من أكبر القطاعات الاقتصادية في العالم تدعم السياحة والسفر بشكل أساسي النمو الاقتصادي وتوفير الوظائف، فخلال عام 2017 بلغت نسبة المساهمة الاجمالية للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي العالمي 10.4% أي ما قيمته 8.272 مليار دولار أمريكي، ووفر القطاع أكثر من 313 مليون وظيفة أي ما يعادل 9.9% من اجمالي العمالة، وتشير أرقام مجلس السياحة والسفر العالمي أيضا إلى أن إنفاق السياح بلغ 1.49 مليار دولار أمريكي أي ما يمثل 6.5% من إجمالي الصادرات في العالم، وبلغت الاستثمارات السياحية 882.4 مليار دولار أمريكي ما يعادل 4.5% من اجمالي الاستثمار خلال عام2017 [3].

ووفقا لفرضية النمو التي تقودها الصادرات فإن السياحة الدولية عامل استراتيجي للنمو الاقتصادي، حيث تفترض أن تحسن قطاع السياحة يؤدي إلى تخفيض البطالة وزيادة الدخل مما يعزز النمو الاقتصادي[4]، كما يعتقد أن السياحة تزيد من عائدات النقد الأجنبي والتي يمكن أن تستخدم بدورها في تمويل الواردات، كما أنها تشجع الاستثمار وتحفز الشركات المحلية نحو كفاءة أكبر بسبب المنافسة المتزايدة، كما تخفف البطالة لأن الأنشطة السياحية تعتمد بشكل كبير على رأس المال البشري مما يؤدي إلى اقتصادات الحجم وبالتالي انخفاض تكاليف الإنتاج للشركات المحلية[5]، كما تشير فرضيات أخرى أن النمو الاقتصادي يؤثر هو الأخر على السياحة من خلال استثمار النمو في توسيع وتطوير السياحة، وتشير أخرى إلى تغذية مرتدة بين السياحة والنمو الاقتصادي.

ويعتبر قطاع السياحة في غاية الأهمية بالنسبة للتنمية الاقتصادية في العديد من البلدان النامية، حيث تعتبر صناعة السياحة في تركيا استراتيجية إنمائية أساسية وواحدة من أهم مصادر عائدات العملات الأجنبية، حيث يوصف قطاع السياحة بأنه 'الصناعة بدون مدخنة'[6]، كما ساهمت إيرادات السياحة في تمويل الواردات من السلع الضرورية لعملية التصنيع وتعزيز وتطوير الأداء الاقتصادي[7].

ويعد قطاع السياحة من القطاعات شديدة الحساسية للصدمات الاقتصادية والسياسية والأمنية سواء الداخلية أو الخارجية، مما يؤدي إلى تقلبات في عائدات السياحة، حيث تؤثر هذه الصدمات التي تواجهها أسواق السياحة بشكل مباشر خاصة في الدول النامية كتركيا على تدفق السياح الوافدين وعلى الأنشطة السياحية بشكل عام، مما يؤدي إلى ظهور تقلبات في الطلب على السياحة، لذلك فإن الزيادة في تنويع أسواق السياحة يسمح بالتقليل من هذه التقلبات سواء في عدد السياح الوافدين أو في إيرادات السياحة مما يؤدي تنمية سياحية مستدامة.

وبناءً على ذلك، تهدف هذه الورقة إلى تحليل العلاقة السببية بين السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا باستخدام مؤشر تنويع سوق السياحة في تركيا، وفي هذا الاتجاه تحاول الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: **هل توجد علاقة سببية خطية طويلة الأجل بين تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا؟**

وسنعالج بحثنا هذا من خلال المحاور التالية:

- نظرة عامة على السياحة في تركيا

- منهجية الدراسة
- اختبار العلاقة السببية بين تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا

المحور الأول: نظرة عامة على السياحة في تركيا

إن أهمية السياحة الدولية كمصدر رئيسي للدخل أمر معترف به من قبل صانعي السياسات في تركيا، في بداية الثمانينات شرعت السلطات التركية في برنامج التحرير الاقتصادي بعيد المدى، من أجل تحسين التوازن الداخلي والخارجي للاقتصاد وتحقيق الاستقرار فيه، ووضع البرنامج حدًا لسياسة استبدال الواردات وتفضيل سياسة موجهة نحو التصدير. حيث أعطت السلطات التركية الأولوية لتطوير صناعة السياحة كجزء من استراتيجية النمو الاقتصادي التي تقودها الصادرات، وقد وصفت السلطات التركية قطاع السياحة بأنه 'الصناعة بدون مدخنة'، ويعتبر نمو صناعة السياحة مصدرا مهما لفوائض ميزان المدفوعات وكمصدر إضافي لإيرادات الناتج المحلي الإجمالي، وعززت الحكومة التركية بشكل رئيسي المشاريع السياحية الضخمة ذات رأس مال كبير مثل المنتجعات الشاطئية والفنادق الكبرى والنزل والوحدات السكنية وقد بدأ معظمها من خلال الإعانات الحكومية[8].

ونص قانون تشجيع السياحة الصادر عام 1982 على توجيه الاستثمارات السياحية إلى المناطق ذات الأولوية، ونتج عن هذا القانون العديد من الحوافز بما في ذلك نقل الأراضي العامة إلى الشركات السياحية الخاصة، واستفادة المستثمرين من القروض السياحية طويلة الأجل وتخفيض أسعار الفائدة، والاعفاءات الجمركية والضريبية، ومنح معدلات تفضيلية لاستهلاك الكهرباء والغاز والماء، والسماح بدخول العمالة الأجنبية بنسبة تصل إلى 20% من اجمالي القوة العاملة، وركزت الحكومة جهودها على انشاء المرافق المادية مثل الطرق والمطارات في المدن السياحية، وتطوير الإمكانات السياحية للمدن السياحية بقصد زيادة عدد السياح الوافدين[9].

وتعتبر حوافز الاستثمار والدعم المالي للسياحة ذات أهمية حيوية في النمو السريع لحصة السياحة في الاقتصاد التركي، بفضل هذه الحوافز خضع هيكل السياحة لتغيير كبير بعد الثمانينات من حيث الجودة والتشغيل، وبوصفه القطاع الثاني الذي يخلق أعلى الوظائف باستخدام أقل الاستثمارات، يولد قطاع السياحة ما يقرب من 1.2 مليون وظيفة، مما يعني أنه يؤثر على حياة 5 ملايين شخص عندما تؤخذ أسر الموظفين في الاعتبار، بالإضافة إلى ذلك يقال إن قطاع سياحة له تأثير مباشر على 54 قطاعا في الاقتصاد[10].

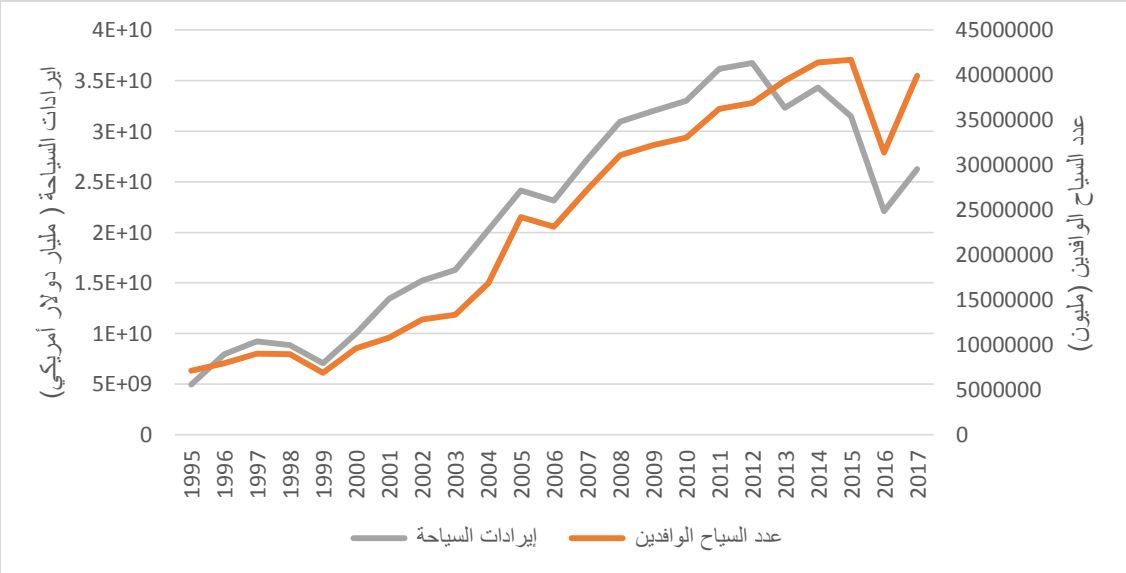
وأعدت تركيا خطة طويلة الأجل لصناعة السياحة تحت مسمى 'استراتيجية تركيا السياحية 2023' وهي خطة استراتيجية مدتها 16 عاما وهي قائمة منذ عام 2007 وتغطى الذكرى المئوية لقيام الجمهورية، وتقدم هذه الخطة خارطة طريق للعمليات الإدارية والعملية في صناعة السياحة، وهي محاولة لتوفير تمديد لإدارة وتنفيذ جهود التخطيط الاستراتيجي وتعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص مع الإشارة إلى مبدأ الحوكمة. وتستهدف الخطة الاستراتيجية الاستخدام الأكثر حكمة للأصول الطبيعية والثقافية والتاريخية والجغرافية لتركيا، وتقترح الخطة مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات طويلة المدى فيما يتعلق بالتخطيط والاستثمار والتنظيم والبحث والتطوير[11]، وتعزيز الخدمة والنقل والبنية التحتية، والاعلان والتسويق، والتعليم، وتنويع السياحة، وتحسين المناطق السياحية على المستويين المحلي والوطني، لهذا من المهم انشاء وجهات سياحية جديدة، وممرات سياحية، ومدن

سياحية، ومناطق سياحية بيئية، بالإضافة إلى توجيه الاستثمارات السياحية العامة والخاصة إلى المناطق ذات الأولوية ،وتتمثل رؤية السياحة لتركيا أولًا؛ في جعل قطاع السياحة القطاع الأول في مجال التوظيف والتنمية الإقليمية، ثانيا؛ جعل تركيا علامة تجارية جديدة في العالم، ثالثا؛ جعل تركيا وجهة سياحية بين أفضل خمس دول في العالم من حيث عدد السياح الدوليين الوافدين وايرادات السياحة الدولية[12]، حيث تهدف إلى استضافة 50 مليون سائح دولي، ووصول ايرادات السياحة إلى 50 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2023.

ونتيجة لتطوير وتشجيع السياحة أصبحت تركيا واحدة من أهم البلدان في منطقة البحر الأبيض المتوسط فيما يتعلق بالسياحة الدولية، فقد أظهر قطاع السياحة الذي يعتبر وسيلة هامة للتنمية تحسنا ملحوظا في تركيا، وكما يظهر من الرسم البياني رقم (1) ارتفع عدد السائحين الوافدين إلى تركيا من 7 مليون في عام 1995 ليتجاوز 39 مليون سائح في عام 2017، حيث سمحت هذه الزيادة لتركيا بأن تصبح الدولة السادسة في العالم من حيث عدد السياح الوافدين خلال عام 2017.

وكانت قد شهدت تركيا بعد عام 2006 نموا كبيرا في عدد السياح الوافدين، رغم الأزمة المالية في عام 2008 إلّا أن قطاع السياحة التركي تمكن من النمو حيث استضافت تركيا 31 مليون سائح، وقد وصل عدد السياح الوافدين إلى أعلى مستوى له 41.6 مليون سائح خلال عام 2015، ودخل قطاع السياحة فترة ركود بعد محاولة الانقلاب الفاشل صيف 2016 حيث انخفض الرقم بشكل حاد إلى 31 مليون سائح عام 2016 لينتعش القطاع في عام 2017.

الشكل رقم (1): عدد السياح الوافدين وايرادات السياحة في تركيا خلال الفترة 1995-2017



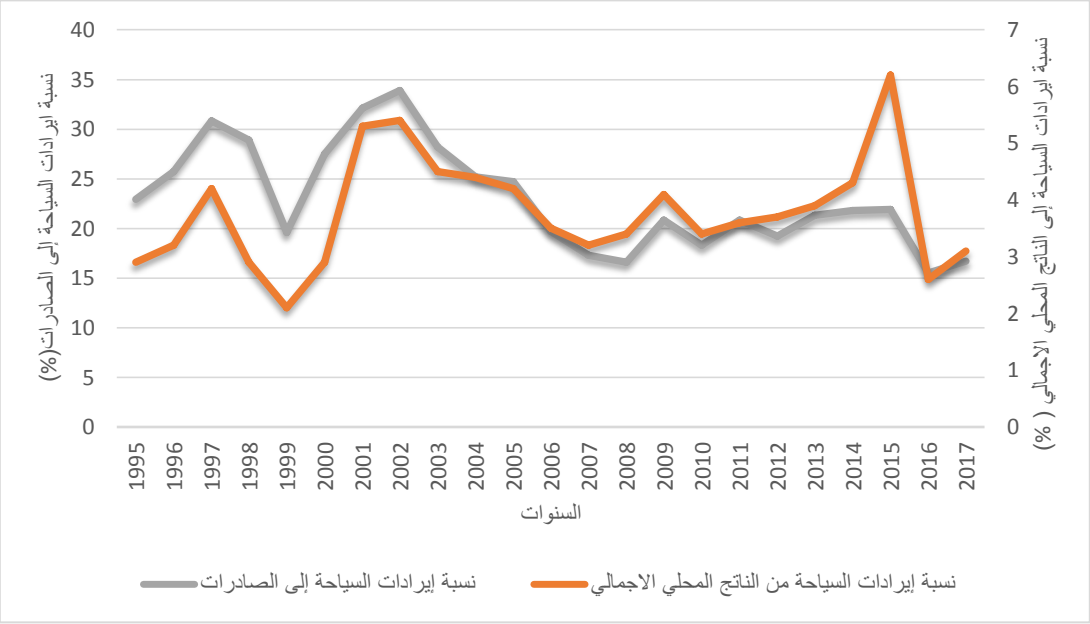
المصدر: من اعداد الباحثة اعتماد على برنامج Excel وبيانات Association of Turkish Travel Agencies (TÜRSAB)

وبالتوازي مع الزيادة في عدد السياح الوافدين ارتفعت إيرادات السياحة في تركيا من 4.9 مليار دولار أمريكي في عام 1995 إلى أعلى مستوى لها عام 2012 بقيمة 36.7 مليار دولار أمريكي، لتنخفض بشكل حاد إلى 22.1 مليار دولار أمريكي في عام 2016 نتيجة الصدمات السياسية والأمنية التي عرفتها تركيا، لتتحسن الإيرادات السياحية في عام 2017 لتبلغ نحو 26.2 مليار دولار أمريكي.

وتشير الإحصاءات إلى أن إيرادات السياحة سواءً في الناتج المحلي الإجمالي أو في الصادرات ارتفعت بشكل كبير، حيث يوضح هذين المؤشرين أهمية قطاع السياحة في تركيا كقطاع قاطرة ومساهم في التنمية الاقتصادية، حيث يتبين من الرسم البياني رقم (2)، أن هذه الفترة تخللتها اتجاهات تصاعدية ونزوليه متأثرة بالأوضاع السياسية والاقتصادية، فقد ارتفعت حصة إيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى أعلى مستوى لها 6.2% في عام 2015 لتنخفض بشكل حاد إلى 2.6% عام 2016 لتتحسن قليلا إلى 3.1% في عام 2017 وكانت قد سُجلت أدنى قيمة لحصة إيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة ككل عام 1999 بحصة 2.1%.

كما ارتفعت نسبة إيرادات السياحة إلى الصادرات إلى أعلى مستوى لها 33.9% عام 2002 وكانت أدنى قيمة لها 15.5% في عام 2016 لتتحسن إلى 16.7% في عام 2017.

الشكل رقم (2): نسبة كل من إيرادات السياحة إلى الصادرات وحصة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي (%) في تركيا خلال الفترة 1995-2017



المصدر: من اعداد الباحثة اعتماد على برنامج Excel وبيانات Association of Turkish Travel Agencies (TÜRSAB)

يعتبر تنويع سوق السياحة ركيزة أساسية لسياحة مستدامة لاسيما في تركيا التي تواجه صدامات سياسية وأمنية مع شركائها في سوق السياحة التابعة لها، حيث يمكن لهذا الشريك السياحي وضع حواجز أو عقوبات، أو زيادة القيود المفروضة على طلبات التأشيرات إلى تركيا كوجهة سياحية مما يشكل خطرا على استدامة السياح الوافدين والأرباح السياحية.

ولقياس مدى تنوع سوق السياحة في تركيا نستخدم[13] مؤشر لتنويع سوق السياح الوافدين عبر شركاء السياحة في البلد المضيف، ويتراوح المؤشر بين 0 و1، حيث تشير القيم القريبة من 1 إلى أن عدد السياح الوافدين إلى البلد المضيف يتركز في عدد قليل من البلدان، مما يعني ضعف تنوع سوق السياحة، في حين تشير القيم القريبة من 0 إلى مستوى أعلى من تنوع سوق السياحة مما يعني تنوع الشراكات السياحية في البلد المضيف.

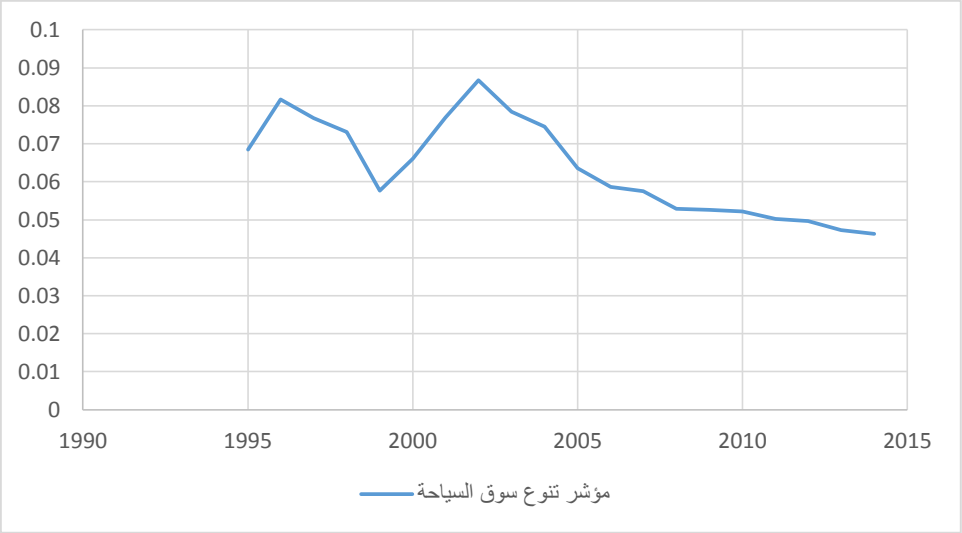
يحسب مؤشر تنوع سوق السياحة اعتمادا على مؤشر تنوع سوق الصادرات الخاص ب Herfindahl-Hirschman للبنك الدولي[14]، يحسب مؤشر تنوع سوق السائحين الوافدين على النحو التالي:

$$\frac{\sum_{j=1}^{ni}\left(\frac{x_{ij}}{X_i}\right)-\frac{1}{n_i}}{1-\frac{1}{n_i}} \qquad (1)$$

حيث تمثل؛ X اجمالي عدد السياح الوافدين إلى البلد i، x يمثل عدد السياح الوافدين إلى البلد i من سوق الوجهة j، n هو عدد الأسواق الشريكة التي لديها واحد على الأقل من السياح الوافدين إلى البلد i.

من خلال الشكل البياني الذي يمثل تطور مؤشر تنوع سوق السياحة في تركيا خلال الفترة 1995-2014، حيث اقتصرنا على هذه الفترة بسبب محدودية البيانات لمنظمة السياحة العالمية، نلاحظ أن تركيا شهدت تنوعا أقل في سوق السياحة حتى عام 2002، لنلاحظ بعدها اتجاه هبوطي قوي منذ عام 2007 حيث[15] اتخذت تركيا خلال هذه الفترة عدة سياسات كان من أهمها سياسات تطوير العلاقات الثقافية والسياسية مع دول افريقيا والشرق الأوسط، حيث تم تنفيذ هذه السياسة أيضا في مجال السياحة، وقد تم التوقيع على العديد من اتفاقيات التأشيرة عبر دول افريقيا والشرق الأوسط ابتداء من عام 2007 في اطار استراتيجية تركيا السياحية 2023، كما أن هذا التغيير في السياسة جاء نتيجة التنوع المنهجي والمنظم في أسواق السياحة في تركيا، والذي ترافق مع تحقيق تركيا نموا اقتصاديا مستداما استثمر في إنشاء مطارات وطرقا سريعة جديدة خلال الفترة 2002-2014، ما أدى إلى مستوى أعلى من تنوع سوق السياحة.

الشكل رقم (3): تطور مؤشر تنوع سوق السياحة في تركيا خلال الفترة 1995-2014



المصدر: من اعداد الباحثة اعتماد على برنامج Excel وبيانات Can and Gozgor مرجع سبق ذكره

وفي ضوء هذه المعلومات، يمكن القول ان صناعة السياحة هي واحدة من القطاعات التي لا غنى عنها لتركيا، فهي تحتل مكانة هامة في سياسات التنمية لهذا البلد وتمويل العجز، خاصة وأنها مصدر هام للعملة الأجنبية وتدفقات الاستثمار الأجنبي المباشرة، كما تسهم في خفض معدل البطالة وزيادة الدخل، ورفع مستويات المعيشة والتقليل من حدة الفقر.

المحور الثاني: منهجية الدراسة

في هذا القسم من الدراسة نقوم بتقديم المنهجية المعتمدة لكشف العلاقة السببية الخطية طويلة الأجل بين السياحة (مؤشر تنوع سوق السياحة، وايرادات السياحة) والنمو الاقتصادي في تركيا، حيث نقدم بإيجاز اختبار سببية Granger الخطية وفق المنهجية المقترحة من طرف (Toda&Yamamoto,1995).

اختبار سببية Granger الخطية وفق منهجية (Toda&Yamamoto,1995):

قدم (Granger,1969) مفهوم السببية في القياس الاقتصادي، ويمثل هذا المفهوم فكرة أساسية لدراسة العلاقات الديناميكية بين السلاسل الزمنية. في جوهرها تحاول العلاقة السببية ل Granger اختبار [16]ما إذا كانت متغيرة تحتوي على معلومات تساعد على تحسين التوقع لمتغيرة أخرى. كما أن صلاحية هذا الاختبار مشروطة باستخدام سلاسل زمنية مستقرة ووجود تكامل مشترك بين المتغيرات، وبعبارة أخرى، عند[17] استخدام سلاسل زمنية غير مستقرة للاختبار سببية Granger فإن إحصائية اختبار Wald لاختبار القيود الخطية على معلمات نموذج VAR لا تتبع التوزيع التقاربي المعروف (χ^2تحت الفرض الصفري)، وبالتالي فإن اختبار Wald العادي لا يصلح للاختبار السببية الخطية لGranger .

ولمعالجة هذه النقائص، قدم (TY,1995) اعتمادا على نموذج Augmented VAR احصائية اختبار Wald المعدلة (MWald) لاختبار السببية الخطية على المدى الطويل. حيث لا تتطلب منهجية (TY,1995) اختباراً مسبقًا لخصائص التكامل المشترك، وبالتالي تتفادى أي تحيز محتمل للاختبارات جذر الوحدة والتكامل المشترك[18].

تتضمن منهجية (TY,1995) تحديد أعظم درجة تكامل(d_{max}) للسلاسل قيد الدراسة باستخدام اختبارات جذر الوحدة، ثم تقدير نموذج VAR عند المستوي (باستخدام السلال الزمنية الأصلية) ومن ثّم تحديد درجة التأخير المثلى (k) باستخدام أحد معايير المعلومات، حيث تعتبر هذه الخطوة مهمة لتفادي السببية الزائفة أو عدم وجود سببية، ثم يتم تقدير نموذج Augmented VAR($k + d_{max}$) واستخدام إحصائية اختبار Wald المعدلة (MWald) للاختبار القيود الخطية على معاملات نموذج Augmented VAR($k + d_{max}$)، حيث تتبع إحصائية اختبار (MWald) التوزيع التقاربي χ^2 بدرجة حرية k [19].وبالتالي يمكن تطبيق منهجية (TY,1995) بغض النظر عن درجة تكامل السلسلة، بوجود أو عدم وجود تكامل مشترك [20]. وفقا لهذه المنهجية يتم تمثيل نموذج النمو الاقتصادي وايرادات السياحة وفقا لنموذج VAR التالي:

$$EG_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{K} \beta_{1i} EG_{t-i} + \sum_{j=K+1}^{K+d_{\max}} \beta_{2j} EG_{t-j} + \sum_{i=1}^{K} \varphi_{1i} TMDI_{t-i} + \sum_{j=K+1}^{K+d_{\max}} \varphi_{2j} TMDI_{t-j} + \varepsilon_{1t} \quad \ldots\ldots(1)$$

$$TMDI_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{K} \alpha_{1i} TMDI_{t-i} + \sum_{j=K+1}^{K+d_{\max}} \alpha_{2j} TMDI_{t-j} + \sum_{i=1}^{K} \gamma_{1i} EG_{t-i} + \sum_{j=K+1}^{K+d_{\max}} \gamma_{2j} EG_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad \ldots\ldots(2)$$

حيث يمثل EG النمو الاقتصادي، TMDI يمثل مؤشر تنويع سوق السياحة، ε_{1t} و ε_{2t} حد الخطأ العشوائي حيث يفترض أنها ضجة بيضاء بمتوسط معدوم وتباين ثابت وغير مرتبطة ذاتيا.

تمثل المعادلة الأولى اتجاه السببية من TMDI إلى EG بشرط أن $\varphi_{1i} \neq 0 \forall_i$، أما المعادلة رقم (2) فتشير إلى اتجاه السببية من EG إلى TMDI بشرط $\gamma_{1i} \neq 0 \forall_i$.

ركزت الكثير من الدراسات على تحليل العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي، حيث توصل البعض منها إلى وجود سببية متبادلة بين السياحة والنمو الاقتصادي، فيما توصل البعض الاخر إلى وجود سببية في اتجاه واحد من السياحة إلى النمو الاقتصادي أو العكس، فيما أشار البعض الأخر إلى غياب سببية بين المتغيرين، حيث يعود هذا التباين إلى الفترة المدروسة والنموذج القياسي المستخدم فضلا عن متغيرات المستخدمة لقياس السياحة، ويمكن تلخيص أهم الدراسات التي تعرضت إلى تركيا في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): دراسات سابقة حول العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا

الدراسة	العينة	الفترة	النموذج	النتيجة
Gunduz and Hatemi (2005)	تركيا	2002-1963	سببية Hacker and Hatemi (2003)	وجود سببية تنطلق من السياحة إلى النمو الاقتصادي
Halicioglu (2010)	تركيا	2005-1970	اختبار التكامل المشترك (Pesaran et al, 2001) وسببية Grenger	وجود سببية تنطلق من النمو الاقتصادي إلى السياحة
Arslanturk, Balcilar and Ozdemir (2011)	تركيا	2006-1963	سببية Grenger ونموذج VECM	لا توجد علاقة سببية بين السياحة والنمو الاقتصادي
Aslan (2015)	تركيا	بينات فصلية تمتد من 2012-2003	نموذج ARDL وسببية Hatmi (2012)	وجود سببية في اتجاهين بين السياحة والنمو الاقتصادي

المصدر: من اعداد الباحثة

المحور الثالث: اختبار العلاقة السببية بين تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا

أولاً: بيانات الدراسة

تغطي البيانات المستخدمة في هذه الدراسة الفترة 1995-2014 وتم اختيار هذه الفترة طبقا لمعيار مدى توفر البيانات للمتغيرات الدراسة، خاصة مؤشر تنوع سوق السياحة، حيث اقتصرنا على هذه الفترة بسبب محدودية البيانات لمنظمة السياحة العالمية.

وبخصوص مصادر معطيات الدراسة، فقد تم الاعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي للحصول على نمو نصيب الفرد السنوي من الناتج المحلي الإجمالي كمقياس للنمو الاقتصادي (EG)، وتم الاعتماد على بيانات Muhlis Can & Giray Gozgor (2016) للحصول على بيانات مؤشر تنوع سوق السياحة (TMDI) في تركيا.

ثانياً: نتائج اختبارات جذر الوحدة

قبل اجراء اختبار السببية من الضروري التحديد بالدقة درجة تكامل(d_{max}) لمتغيرات الدراسة، ولتحقيق ذلك تقوم الدراسة بإجراء اختبار Phillips and Perron (1988) (PP) وتظهر نتائج الاختبارين في الجدول رقم (2). حيث تشير نتائج اختبارات جذر الوحدة إلى أن النمو الاقتصادي (EG) مستقر عند المستوى I(0)، أما مؤشر تنويع سوق السياحة (TMDI) فهو مستقرة عند الفرق الأول عند مستوى معنوية 5%.

جدول رقم(2): نتائج اختبار PP لجذر الوحدة

المتغيرات	عند المستوي I(0)	عند الفرق الأول I(1)
EG	-4.171	/
	(0.01)	
TMDI	-2.652	-3.851
	(0.26)	(0.03)

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

ولأن هذه الفترة تميزت بالأزمات الاقتصادية والمالية وأحداث إرهابية وجيوسياسية تم اجراء اختبار جذر الوحدة الهيكلي Perron test-structural change(1997) الذي يسمح بالكشف عن التغير الهيكلي، وتظهر نتائج الاختبار في الجدول رقم (2)، حيث تظهر نتائج الاختبار أن جميع المتغيرات مستقرة عند الفرق الأول عند مستوى دلالة 5%.

جدول رقم(3): نتائج اختبار جذر الوحدة للتغير الهيكلي (PP)

المتغيرات	عند المستوي			
	الثابت		الاتجاه العام	
	إحصائية	سنة التغير	احصائية	سنة التغير
EG	-4.074	2008	-3.203	2003
TMDI	-4.716	1999	-3.433	2003
	عند الفرق الأول			
	الثابت		الاتجاه العام	
	إحصائية	سنة التغير	احصائية	سنة التغير
EG	-6.876	2009	-7.228	2004
TMDI	-8.357	2005	-4.691	2007

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

ثالثاً: نتائج اختبار السببية الخطية (Toda&Yamamoto,1995):

بعد أن قمنا بتحديد درجة تكامل متغيرات الدراسة (d_{max}) نقوم بتحديد درجة التأخير المثلى (k) وذلك اعتمادا على معايير المعلومات (AIC, SIC, HQ, FPE, LR)، وبالنظر[21] إلى أن منهجية (TY,1995) حساسة جدا لدرجة

التأخير فإننا نستخدم طريقة (Lütkepohl, 1993) التي تربط التأخير الأمثل (k) وعدد المتغيرات الداخلية في النموذج (m) إلى حجم العينة (T) وفقا للصيغة التالية: $m*k= T^{1/3}$.

ويمكن تلخيص نتائج اختبار سببية (TY,1995) في الجدول التالي:

جدول رقم(4): نتائج اختبار سببية (TY,1995)

فرض العدم:	$EG : H_0$ لا يسبب TMDI		$TMDI : H_0$ لا يسبب EG	
	إحصائية MWald	القرار	إحصائية MWald	القرار
تركيا	3.131 (0.07)*	مرفوض	0.061 (0.804)	مقبول

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10 *معنوية عند 10%

تظهر نتائج الجدول أعلاه وجود سببية خطية طويلة الأجل تمتد من النمو الاقتصادي إلى تنويع سوق السياحة في تركيا خلال الفترة محل الدراسة، مما يعني أن النمو الاقتصادي يساهم في تنويع سوق السياحة والتقليل من تقلبات عدد السياح الوافدين وعائدات السياحة في تركيا خاصة في ظل الصعوبات الاقتصادية والسياسية والأمنية التي تواجهها تركيا.

خاتمة

هدفت هذه الدراسة إلى كشف العلاقة السببية بين تنويع سوق السياحة والنمو الاقتصادي في تركيا باستخدام منهجية (TY,1995) خلال الفترة 1995-2014 وقد اقتصرنا على هذه الفترة لمحدودية البيانات التي توفرها منظمة السياحة العالمية لحساب مؤشر تنويع سوق السياحة، وقد تم اجراء اختبارات جذر الوحدة التي بينت أن السلاسل محل الدراسة مستقرة عند الفرق الأول، حيث خلصت الدراسة إلى وجود سببية خطية طويلة الأجل بين تنويع سوق السياح الوافدين والنمو الاقتصادي في تركيا، ومن ثم تشير نتائجنا إلى أن السياسة التي تهدف إلى الاعتماد على النمو الاقتصادي لتحفيز وتنويع سوق السياحة تبدوا أكثر ملائمة لتركيا حاليا.

فقد عملت تركيا على ادماج استراتيجيتها السياحية مع مختلف الاستراتيجيات الاقتصادية من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة، حيث استثمرت إيراداتها السياحية في الاقتصاد واستيراد السلع الرأسمالية، وخلق فرص عمل بالإضافة إلى الانفاق على البنية التحتية وتوسيع الاستثمارات السياحية والاستثمارات في القطاعات الاقتصادية الأخرى مما أسهم إيجابا في تحقيق نمو اقتصادي مستدام، ما أدى بيها إلى إعادة استثمار هذا النمو المستدام في تنويع سوق السياحة من خلال القيام بالاستثمارات ضخمة لجذب السياح ومن الأمثلة على ذلك الاستثمار الضخم في مطار الاسطنبول الجديد أكبر مطار في العالم الذي افتتح عام 2018 حيث سيكون مفيد في زيادة الحركة الجوية وأعداد الزائرين للتركيا، وافتتاح ثالث جسر معلق فوق البوسفور عام 2016، بالإضافة مشروع فتح قناة ضخمة في إسطنبول ستحول جزءا كبيرا من المدينة إلى جزيرة، بالإضافة إلى مشاريع أخرى كمد خط مترو يربط وسط مدينة إسطنبول بالمطار الجديد، وكل هذا يدخل ضمن تنويع سوق السياح الوافدين وجذب 50 مليون سائح من مختلف دول العالم.

المراجع والتهميش:

[1] - Hüseyni.I, Ö. Doru, A. Tunç, "THE EFFECTS OF TOURISM REVENUES ON ECONOMIC GROWTH IN THE CONTEXT OF NEO-CLASSICAL GROWTH MODEL: IN THE CASE OF TURKEY", Ecoforum Journal, V6, N 10, 2017, P 1.
[2] - UNWTO, Annual Report, 2017 Edition.
[3] - WTTC, TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT, 2018 Edition.
[4] - Bal.H, E.Akça, M. Bayraktar, "The Contribution of Tourism to Economic Growth: A Research on the Turkey ", Journal of Academic Approaches, V7, 2016, P : 4.
[5] - Antonakakis. N, M. Dragouni, G. Filis, " How strong is the linkage between tourism and economic growth in Europe?", Economic Modelling, 44, 2015, P : 143.
[6] -Savaş. B, A. Beşkaya, F. Şamiloğlu, "ANALYZING THE IMPACT OF INTERNATIONAL TOURISM ON ECONOMIC GROWTH IN TURKEY", Journal of social sciences, V6, N 12, 2010, P : 122.
[7] - Ozturk.I, Acaravci. A, "ON THE CAUSALITY BETWEEN TOURISM GROWTH AND ECONOMIC GROWTH: EMPIRICAL EVIDENCE FROM TURKEY", Transylvanian Review of Adminstrative Sciences, 25E, 2009, PP : 75-76.
[8] -Savaş. B, A. Beşkaya, F. Şamiloğlu, "ANALYZING THE IMPACT OF INTERNATIONAL TOURISM ON ECONOMIC GROWTH IN TURKEY", OP.Cit, P : 122.
[9] - Okuyucu.A, "TOURISM DEVELOPMENT IN TURKEY: DEVELOPMENT PROCESS, CHALLANGES AND PATTERNS ", International Journal of Social Science, V6, N 6,2013, PP : 817-818.
[10] - Bal.H, E.Akça, M. Bayraktar, "The Contribution of Tourism to Economic Growth: A Research on the Turkey " , OP.Cit, P : 9.
[11] - Yolal.M, , "History of Tourism Development in Turkey", https://www.springer.com/gp/book/9783319475356
[12] - Keskin.A, H.Cansiz, "TOURISM, TURKEY AND ECONOMIC DEVELOPMENT", ATATÜRK UNIVERSITY JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, V24, N 4,2010, PP : 36-37.
[13] - Muhlis Can & Giray Gozgor (2016): "Revisiting the tourism-growth nexus: evidence from a new index for the market diversification of tourist arrivals", Current Issues in Tourism, p : 4.
[14]- World Bank, Online trade outcomes indicators: User's manual (Version 1.0), Washington, DC: World Bank,2013, p 26.

[15] - Muhlis Can & Giray Gozgor (2016): "Revisiting the tourism-growth nexus: evidence from a new index for the market diversification of tourist arrivals", OP.Cit, p : 6.
[16]– شيخي محمد، طرق الاقتصاد القياسي محاضرات وتطبيقات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 277.

[17]- Rahimi.A, Chu.B, Lavoie.M, " LINEAR AND NON-LINEAR GRANGER CAUSALITY BETWEEN SHORT-TERM AND LONG-TERM INTEREST RATES : A ROLLING WINDOW STRATEGY", METROECONOMICA INTENATIONAL REVIEW OF ECONOMICS, 68(4), 2017, P : 7.
[18] -Wold-Rufael.Y, "Disaggregated industrial energy consumption and GDP : the case of Shanghai 1952-1999", Energy Economics, 26, 2004, P : 71.
[19] - Saafi. S, Bel Haj Mohamed. M, Ben Doudou. M, "Causal Nexus Between Financial Integration And Economic Growth : Does Nonlinearity Matter ?", OP.Cit, P : 823.

[20] - Toda,H.Y, Yamamoto .Y, "Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated process", Journal of Econometrics, 66, 1995, P : 225.

[21] - Wold-Rufael.Y, "Disaggregated industrial energy consumption and GDP : the case of Shanghai 1952-1999", OP.Cit, P : 72.

الملاحق

الملحق رقم (1): نتائج اختبار PP لجذر الوحدة

UNIT ROOT TEST RESULTS TABLE (PP)
Null Hypothesis: the variable has a unit root

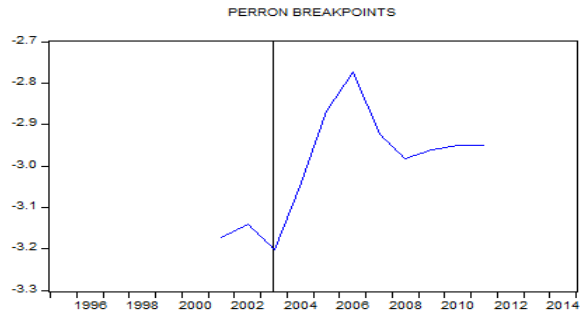
		EG	TMDI
At Level			
With Constant	t-Statistic	-3.8182	-0.8744
	Prob.	*0.0103*	*0.7736*
		**	n0
With Constant & Trend	t-Statistic	-3.8063	-2.6528
	Prob.	*0.0393*	*0.2639*
		**	n0
Without Constant & Trend	t-Statistic	-2.2576	-0.8524
	Prob.	*0.0266*	*0.3334*
		**	n0
At First Difference			
		d(EG)	d(TMDI)
With Constant	t-Statistic	-7.3189	-4.0742
	Prob.	*0.0000*	*0.0064*
		***	***
With Constant & Trend	t-Statistic	-7.2052	-3.8517
	Prob.	*0.0001*	*0.0375*
		***	**
Without Constant & Trend	t-Statistic	-7.5675	-3.9130
	Prob.	*0.0000*	*0.0006*
		***	***

Notes:
a: (*)Significant at the 10%; (**)Significant at the 5%; (***) Significant at the 1% and (no) Not Significant
b: Lag Length based on SIC
c: Probability based on MacKinnon (1996) one-sided p-values.

الملحق رقم (2): نتائج اختبار جذر الوحدة للتغير الهيكلي (PP)

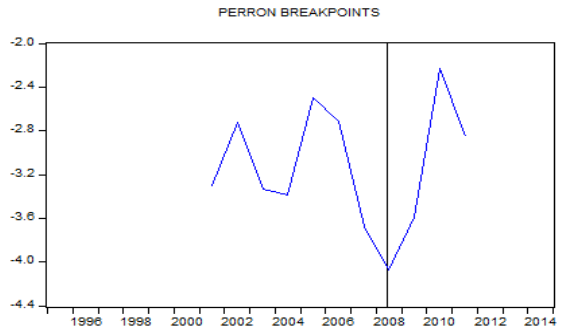
Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: EG has a unit root with a structural break in the trend
Chosen lag length: 3 (Maximum lags: 4)
Chosen break point: 2003

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-3.203168
1% critical value:	-5.45
5% critical value:	-4.83
10% critical value:	-4.48



Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: EG has a unit root with a structural break in the intercept
Chosen lag length: 3 (Maximum lags: 4)
Chosen break point: 2008

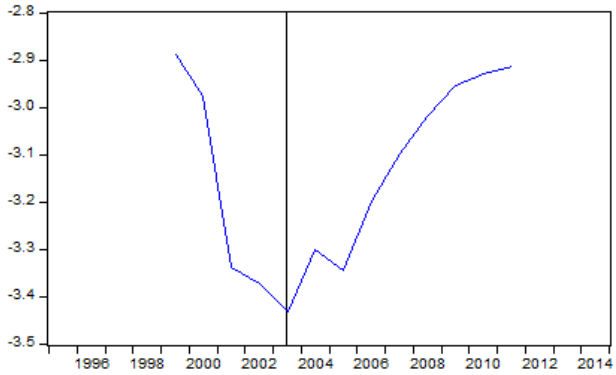
	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-4.074230
1% critical value:	-5.92
5% critical value:	-5.23
10% critical value:	-4.92



Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: TMDI has a unit root with a structural break in the trend
Chosen lag length: 1 (Maximum lags: 2)
Chosen break point: 2003

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-3.433654
1% critical value:	-5.45
5% critical value:	-4.83
10% critical value:	-4.48

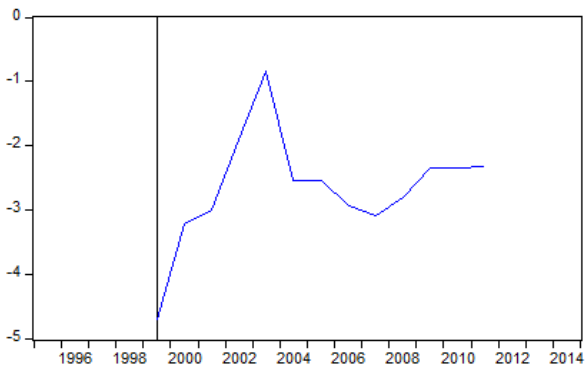
PERRON BREAKPOINTS



Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: TMDI has a unit root with a structural break in the intercept
Chosen lag length: 1 (Maximum lags: 2)
Chosen break point: 1999

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-4.716032
1% critical value:	-5.92
5% critical value:	-5.23
10% critical value:	-4.92

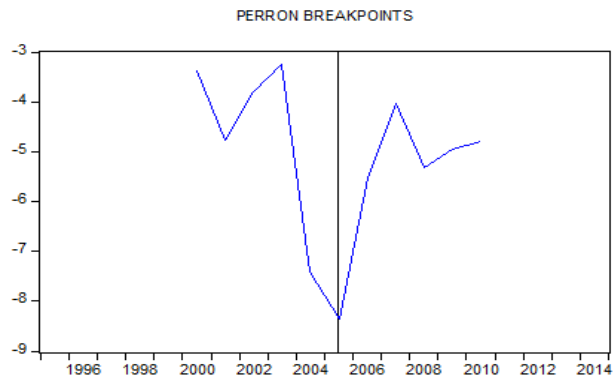
PERRON BREAKPOINTS



Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: DTMDI has a unit root with a structural break in the intercept
Chosen lag length: 2 (Maximum lags: 2)
Chosen break point: 2005

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-8.357687
1% critical value:	-5.92
5% critical value:	-5.23
10% critical value:	-4.92

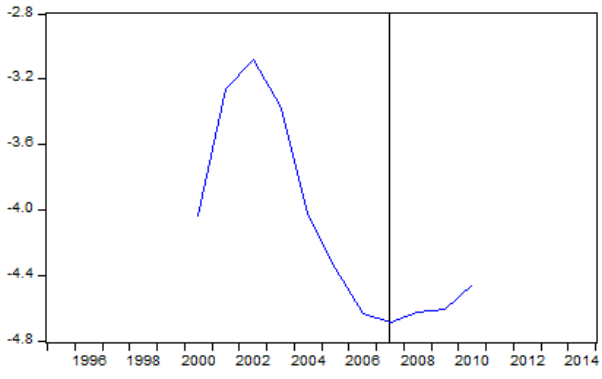
PERRON BREAKPOINTS



Perron Unit Root Test
Date: 03/09/19 Time: 20:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: DTMDI has a unit root with a structural break in the trend
Chosen lag length: 2 (Maximum lags: 2)
Chosen break point: 2007

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-4.691052
1% critical value:	-5.45
5% critical value:	-4.83
10% critical value:	-4.48

PERRON BREAKPOINTS

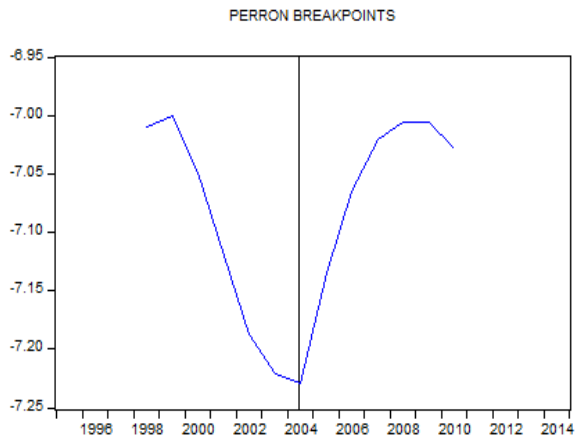


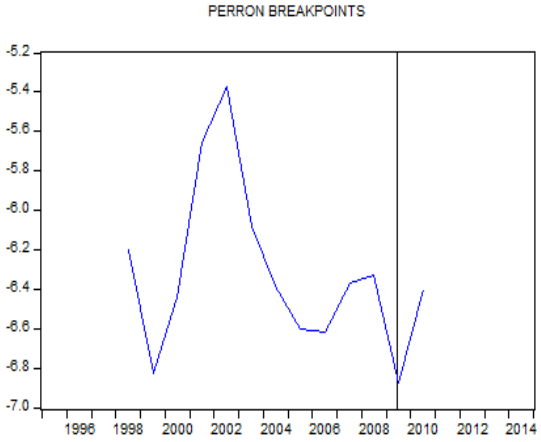
Perron Unit Root Test
Date: 03/14/19 Time: 13:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: DEG has a unit root with a structural break in the trend
Chosen lag length: 0 (Maximum lags: 4)
Chosen break point: 2004

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-7.228482
1% critical value:	-5.45
5% critical value:	-4.83
10% critical value:	-4.48

Perron Unit Root Test
Date: 03/14/19 Time: 13:03
Sample:1995 2014
Effective observations: 20
Null Hypothesis: DEG has a unit root with a structural break in the intercept
Chosen lag length: 0 (Maximum lags: 4)
Chosen break point: 2009

	t-Statistic
Perron Unit Root Test	-6.876629
1% critical value:	-5.92
5% critical value:	-5.23
10% critical value:	-4.92





الملحق رقم (3): نتائج اختبار سببية (TY,1995)

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests
Date: 03/10/19 Time: 16:49
Sample: 1995 2014
Included observations: 18

Dependent variable: EG

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
TMDI	0.061284	1	0.8045
All	0.061284	1	0.8045

Dependent variable: TMDI

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
EG	3.131588	1	0.0768
All	3.131588	1	0.0768