

قياس فجوة الإيرادات والنفقات في القطاع السياحي التركي مع إشارة للعراق للمدة 1990-2018

Measuring the revenue and expenditure gap in the Turkish tourism sector for the period 1990-2018

الباحثة غيداء محمد نافع شاهين العبدلي
جامعة الموصل/ كلية الإدارة والاقتصاد
الموصل, العراق

Ghaida Muhammad Nafeh
Shaheen Al-Abdali
Faculty of Administration and
Economics\ University of Al
Mosul, Mosul,Iraq
Ghaida@gmail.com

أ.م. درباح جميل الخطيب
جامعة الموصل/ كلية الإدارة والاقتصاد
الموصل, العراق

Assistant Prof. Dr. Rabah Jamil
Al-Khatib
Faculty of Administration and
Economics \ University of Al
Mosul, Mosul,Iraq
rabah_jamel@uomosul.edu.iq

معلومات البحث:

- تاريخ الاستلام: 06-05-2021
- تاريخ ارسال: 15-05-2021
- التعديلات
- تاريخ قبول: 19 - 05-2021
- النشر

المستخلص

لم يُعد القطاع السياحي مجرد ظاهرة اجتماعية تخص بعض الافراد والجماعات فقط ، بل أصبحت تضم أنشطة ترفيهية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، وذلك بسبب قديم مئات الملايين من السياح على مختلف الدول والمناطق السياحية ، الامر الذي شجع العديد من الدول أن تعمل على تحفيز السياحة وتبديلها إلى صناعة حقيقية وأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فقطاع السياحة في تركيا لديه قدرات تنافسية يستطيع الدخول في ساحة التجارة الدولية في عصر العولمة وتحرير تجارة الخدمات، ولكن ما تتميز به تركيا من موارد طبيعية ومواقع تاريخية يشكل ميزة تنافسية طبيعية لها، وبالرغم من ذلك فإن دورها يتضاعف من خلال التطورات الحديثة في عالم تتزايد فيه تنافسية السياحة الدولية التي تستند على الابتكارات التكنولوجية وتقنية المعلومات مثل الانترنت والتجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة، وبناءً على ما تقدم فقد افترض البحث ان فجوة الإيرادات والنفقات في قطاع السياحة في تركيا للمدة 1990-2018 حققت تطوراً ايجابياً خلال مدة البحث ، وقد شمل البحث مبحثين المبحث الاول اختص بالاطار النظري للقطاع السياحي اما المبحث الثاني اختص في قياس فجوة الإيرادات والنفقات في القطاع السياحي التركي ، ولعل من ابرز نتائج هذا البحث أخذت تركيا مجموعة من الإجراءات وطبقت سياسات وامتيازات تشجيعية تعمل على رفع حصص الاستثمار السياحي كإنشاء المزيد من المنشآت السياحية، انجاز قاعدة تحتية سياحية مرنة تستجيب لمتطلبات المستهلك المتغيرة باستمرار، خاصة وأن الهيكله الديناميكية لهذا القطاع جعلت منه قطاعاً له روابط أمامية وخلفية مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى ، اما اهم المقترحات التي خرج بها البحث هي العمل على زيادة الحملات التسويقية والترويجية للمواقع السياحية التركية خارج تركيا والتي يجب ان يرافقها أيضا انخفاض في أسعار التذاكر ورسوم الضرائب المفروضة على السائح مما ينعكس ايجابياً على اعداد السياح القادمين لتركيا واكتساب ميزة تنافسية في القطاع السياحي على المستوى العالمي.

الكلمات المفتاحية: - القطاع السياحي ، الإيرادات السياحية، النفقات السياحية، عدد السياح الوافدين

Abstract

The tourism sector is no longer just a social phenomenon for some individuals and groups only, but has also become to include recreational activities of economic, social, cultural and environmental dimensions, due to the arrival of hundreds of millions of tourists to various countries and tourist regions, which encouraged many countries to work to stimulate and replace tourism. To a real industry and a tool to achieve economic and social development, the tourism sector in Turkey has competitive capabilities that can enter the international trade arena in the era of globalization and the liberalization of services trade, but what is distinguished by Turkey in terms of natural resources And historical sites constitute a natural competitive advantage for them, in spite of this, its role is multiplied by modern developments in a world in which the competitiveness of international tourism that is based on technological innovations and information technology such as the Internet, electronic commerce and modern means of communication. Based on the above, the research assumed that the tourism

sector depends on the surrounding environment, whether political, economic or social, and this affects it.

The research included two studies, the first one was concerned with the theoretical and conceptual framework of the tourism sector, while the second one was concerned with measuring the revenue and expenditure gap in the Turkish tourism sector.

The research included two studies, the first one was concerned with the theoretical and conceptual framework of the tourism sector, while the second one was concerned with measuring the revenue and expenditures gap in the Turkish tourism sector.

Perhaps among the most prominent results of this research, Turkey has become, in the last two decades, a destination for culture, the pursuit of knowledge, and the destination of medical tourism for many Arab countries, as well as leisure tourism for most countries of the world, and it relies heavily on a variety of historical sites and coastal resorts on the Aegean Sea and the Mediterranean Sea.

As for the most important proposals that came out of the research, it is the necessity to use tourism as an engine to achieve balanced regional development and raise the standard of living for less developed regions that possess tourism resources and resources.

Keywords: - Tourism sector, Tourism Revenues, Tourism expenditures, Number of tourist arrivals.

المقدمة

تُعد السياحة واحدة من أكثر الصناعات نمواً في العالم ، وجزء ضرورياً من استراتيجيات النمو والتنمية الاقتصادية ، إذ تعمل كمصدر لتوفير العملة الأجنبية الضرورية لتمويل تكوين إجمالي رأس المال الثابت وهو أمراً هاماً لزيادة القدرة الإنتاجية، وتحفيز الاستثمارات الجديدة في الهياكل الأساسية وزيادة القدرة التنافسية، كما تساهم في الحد من البطالة وزيادة الدخل الوطني وتطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى ذات التأثير المباشر وغير المباشر، كما تُعد السياحة عاملاً مهماً بالنسبة للشركات المحلية للاستفادة من وفورات الحجم، وتحفيز التكنولوجيا وتشجيع تراكم رأس المال البشري . ويُعد قطاع السياحة ذات أهمية كبيرة بالنسبة للتنمية الاقتصادية في العديد من الدول النامية، إذ يُعد القطاع السياحي في تركيا استراتيجية إنمائية رئيسية وواحدة من أبرز مصادر عائد العملات الأجنبية، إذ يوصف قطاع السياحة بأنه 'الصناعة بدون مدخنة' ، كما ساهمت إيرادات السياحة في تمويل الواردات من السلع المهمة لعملية التصنيع وتعزيز وتحفيز الأداء الاقتصادي.

ان قطاع السياحة من القطاعات ذات الحساسية الشديدة للصدمات الاقتصادية والسياسية والأمنية سواء الداخلية أو الخارجية، مما ينتج عنه تقلبات في عائدات السياحة، إذ تؤثر هذه الصدمات التي تواجهها أسواق السياحة بشكل مباشر خاصة في البلدان النامية على الأنشطة السياحية وعلى قدوم السياح الوافدين بشكل عام ، مما ينتج عنه ظهور تقلبات في الطلب على السياحة، لذلك فإن الزيادة في تنوع أسواق السياحة يسمح بالتقليل من هذه التقلبات سواء في عدد السياح الوافدين أو في إيرادات السياحة مما يؤدي تنمية سياحية مستدامة.

أهمية البحث : يُعد القطاع السياحي من أبرز القطاعات التي تساهم في تنشيط الاقتصاد المحلي للبلد وزيادة نموه عن طريق حجم الإيرادات المتأتية من انشطته ، كما يشارك القطاع السياحي التركي في توفير فرص عمل ما يقارب 40% من إجمالي القوة العاملة في قطاع الخدمات .

مشكلة البحث: يواجه القطاع السياحي التركي تذبذب في تحقيق الإيرادات المتأتية من الاستثمارات المحلية والأجنبية ، و مع وجود تذبذب في قيم الإيرادات السياحية نتيجة تأثرها بالعديد من العوامل كون قطاع السياحة من القطاعات ذات الحساسية الشديدة للصدمات الاقتصادية والسياسية والأمنية سواء الداخلية أو الخارجية ، وهذا يجعل ان هناك اختلاف في حجم الإيرادات بين الدول في هذا القطاع ، وقد تُعرف المشكلة أكثر عندما يكون هناك انخفاض كبير في الإيرادات السياحية لا تتناسب مع كلفة الفرصة البديلة لحجم الاستثمارات في بقية القطاعات .

هدف البحث: يهدف البحث الى دراسة واقع القطاع السياحي في تركيا للمدة 1990-2018 والتعرف على حجم الإيرادات والنفقات السياحية خلال هذه المدة ، كما يهدف البحث الى قياس فجوة الإيرادات والنفقات لهذا القطاع .

فرضية البحث: ينطلق البحث من فرضية مفادها ان فجوة الإيرادات والنفقات في قطاع السياحة في تركيا للمدة 1990-2018 حققت تطوراً إيجابياً خلال مدة البحث .

منهجية البحث : اعتمد البحث أسلوب منهجية التحليل الاقتصادي بأسلوبين رئيسيين الأول المنهج الوصفي التحليلي ويتضمن لقاء الضوء على الاطار النظري للقطاع السياحي ، بعد ذلك يتم تحليل واقع فجوة الإيرادات والنفقات في تركيا في المنهج الكمي المقارن خلال سنوات البحث باستخدام القوانين الرياضية في حساب هذه الفجوة والمتغيرات المرتبطة بها ، غطت الدراسة تحليل مقارن لسنوات مداها 29 سنة للمدة (1990-2018) بالاعتماد على البيانات الرسمية الصادرة من البنك الدولي ، وخرج البحث بجملة من النتائج والمقترحات التي يمكن ان تخدم متخذي القرار في هذا الجانب .

والمعلومات الإحصائية لعدد السياح ، أعمارهم ، اصنافهم ، غرضهم من الرحلة .

فاهتم علماء السياحة بتحديد مفهوم للسائح كونه العنصر الأساسي في القطاع السياحي، اذ عرفته منظمة السياحة العالمية WTO بأنه كل فرد يُقيم خارج حدود بيئته المألوفة لفترة تزيد عن يوم كامل ، وهذه الإقامة تكون مؤقتة .

كما عرفت عصابة الأمم المتحدة سنة 1937 م هم الأشخاص الذين يزورون مكان او دولة معينة من اجل الترفيه والمتعة ، وأسباب الرحلة اما ان تكون لأغراض صحية او دينية او رياضية او رحلات تعليم او حضور مؤتمرات ومهرجانات خلال مدة لا تقل عن 24 ساعة ، ولكن هذا التعريف لا ينطبق على الافراد الذين يكون لديهم رغبة في الحصول على الإقامة الدائمة او الحصول على فرصة عمل .

وقامت اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة بتحديد من هم السياح اذ انهم الافراد الذين يقومون بزيارة مكان او بلد معين للراحة والترفيه او لا سباب صحية او عائلية ، كذلك الافراد الذين يقومون بزيارة دولة معينة لحضور المؤتمرات والاجتماعات الدولية لتمثيل بلدهم سواء كان تمثيلاً (رياضياً ، سياسياً ، ادارياً ، وعلمياً)، وأصحاب العمل الذين يسافرون لمتابعة أعمالهم ، وافراد ينتقلون بالرحلات البحرية حتى لو كانت مدة الإقامة اقل من يوم كامل (السيسي ، 2016 ، 24) .

وتأسيسا على ما سبق نجد ان مفهوم السائح "أي شخص يزور دولة غير الدولة التي يقيم فيها لأي سبب غير البحث عن

عمل يجزي منه في الدولة التي يزورها".

1-3-3 معوقات القطاع السياحي

ان المعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية الدولية والسياحة الداخلية كثيرة ومتنوعة الجوانب ، يشعر بها كل من يعمل في القطاع السياحي بمكوناته المختلفة من فنادق الإقامة السياحية الأخرى ، وشركات السياحة ووسائل نقل وصناعة وتجارة السلع السياحية والمنشآت السياحية من مطاعم وملاهي وغير ذلك ومن اهم هذه المعوقات والتي تمثل عقبات أساسية في سبيل التنمية السياحية ما يلي :-

اولاً :- المنافسة الدولية والإقليمية

القطاع السياحي في الدول النامية يواجه منافسة قوية على الصعيد الدولي والإقليمي ، فعلى المستوى الإقليمي الكثير من الدول تتمتع بإمكانيات وموارد سياحية جاذبة ومتنوعة مما يتطلب الاستمرار في دعم الجهات السياحية الداخلية وتطويرها وتحسين خدماتها وبنيتها الأساسية ومواقعها الاثرية ، ان أهمية وتنوع المؤسسات السياحية مع توفرها لا يكفي لا نشاء قطاع

1) الاطار النظري للقطاع السياحي

1-1 مفهوم السياحة

منظمة السياحة العالمية فقد عرفت السياحة بأنها: " ظاهرة اجتماعية ونشاط إنساني تقوم على انتقال الأفراد من مكان الإقامة المعتادة لهم إلى مناطق أخرى خارج سكنهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، و لا تزيد عن 12 شهر لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا العمل والدراسة .

كما عرفها مؤتمر الأمم المتحدة لعام 1963 الذي أُعقد في روما للسياحة و السفر الدولي بأنها : "ظاهرة اجتماعية و إنسانية تقوم على انتقال الشخص من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة و لا تزيد عن عام كامل ، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو الدينية ، و السياحة كالتأثير لها جناحان يتمثلان في السياحة الداخلية أو الخارجية (عبودي ، 2006 ، 145)

اما مؤتمر أوتاوا بكندا عام 1991 تم تعريف السياحة بأنها: "الأنشطة التي يقوم بها الفرد المسافر إلى مكان خارج اقامته المعتادة لفترة معينة من الزمن، لا يكون غرضه من السفر ممارسة عمل يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه .

و عرّفه كرفت (مؤسس البحث العلمي) على انها مجموعة من الاعمال والعلاقات التي نشأت بسبب تنقل الافراد واقامتهم خارج مقر السكن المعتاد لهم (حكيم ، 2011 ، 70) .

يمكن إعطاء تعريف شامل للسياحة هي حركة اجتماعية تتم بصورة اختيارية تسعى الى تحقيق الاستمتاع العقلي والبدني والذهني ، وهي مجموعة الأنشطة المتمثلة بتنقل السياح واقامتهم خارج بيئتهم المعتادة والتي تتمثل بالأدوات والاعمال التي تتعلق بإقامات السياح ونشاطاتهم الترفيهية ، فالسياحة تشمل عدة عوامل (المقاهي ، المطاعم والملاهي ، هياكل الإقامة ، وسائل النقل المختلفة ، الحدائق وغيرها) نظراً لتداخل عدة نشاطات وقطاعات في تكوينها فهي صناعة تختلف عن الصناعات الأخرى

وتأسيسا على ما سبق نجد ان مفهوم السياحة هو مجموعة من الفعاليات التي يقوم بها الشخص المسافر الى مكان خارج اقامته المألوفة لمدة اكثر عن 24 ساعة واقل من سنة لأغراض ترفيهية ، اجتماعية ، حضور مؤتمرات ، العلاج ...على ان لا تكون لغرض العمل او الإقامة الدائمة .

1-2 مفهوم السائح

ان مفهوم السائح له أهمية كبيرة من نواحي عديدة وبالأخص من الناحية الإحصائية التي تختص بجمع البيانات

رابعاً :- عدم اكتمال البنية التحتية والتجهيزات الأساسية في بعض المواقع السياحية

ان عدم اكتمال البنية التحتية والتجهيزات الأساسية في بعض المواقع السياحية يترتب عليها تركيز استثمارات القطاع السياحي في المناطق الحضرية او المواقع القريبة منها ، ومقابل ذلك بقيت استثمارات القطاع السياحي في المناطق الداخلية محدودة وسبب ذلك ان التجهيزات الأساسية السياحية في بعض الأماكن لا زالت دون مستوى المعايير الدولية المتطورة ، كما ان بعض مناطق القطاع السياحي تعاني من نقص في البنية التحتية كالكهرباء وأنظمة الصرف الصحي والنقل مما شكل عائقاً للاستثمارات السياحية فيها .(الشبار ، 2014 ، 262).

خامساً:- نقص المعرفة الفنية وضعف النشاط الترويجي
يعاني القطاع السياحي في الدول النامية من ضعفاً واضحاً في الدعاية والنشاط الترويجي في وسائل الاعلام المختلفة وفي الكوادر المتخصصة في السياحة ، اذ يقل الاهتمام السياحي في وسائل الاعلام الخاص والحكومي مقارنة مع الاهتمامات الأخرى ، وتتسم وسائل الاعلام في هذا المجال بالموسمية تكون على شكل حملات وقتية ، كما تتسم الدعاية الإعلامية في وسائل الاعلام بعدم التوازن اذ يختلف اهتمام هذه الوسائل بالعمليات السياحية المقامة في المناطق المختلفة ، اذ يظهر عن طريق وكالات الانباء وتغطية الإذاعة والتلفزيون للفعاليات السياحية لمنطقة معينة دون أخرى ، وتكون هذه التغطية لصالح المناطق ذات الإمكانيات المالية الكبيرة اذ تتحمل مؤسساتها العاملة في القطاع السياحي تكاليف تلك التغطية .

سادساً:- موسمية النشاط السياحي

الطلب على المنتجات السياحية بشكل عام يتميز بالموسمية، اذ ينخفض الطلب في فترات معينة من السنة ويزيد في فترات أخرى وبصورة عامة، فإن درجات الحرارة والمناخ من اهم العوامل المؤثرة على الطلب السياحي ، كما تُعد الاجازات الدراسية من محددات الطلب السياحي خاصةً اذا كان توزيع السكان قريب لصالح فئات الشباب والأطفال وهي من السمة السائدة في التوزيع الديمغرافي للبلدان النامية اذ يخطط ارباب الاسر رحلاتهم السياحية على مواعيد الاجازات المدرسية ، كما تُعد الاجازات السنوية للموظفين مدفوعة الاجر من العوامل المؤثرة في موسمية النشاط السياحي فزيادة فترة الاجازات تؤدي الى زيادة الطلب على الخدمات السياحية ، ان موسمية النشاط السياحي تؤثر سلباً على المؤسسات السياحية (مسعد ، 2002 ، 149) يمكن حصرها بالنقاط التالية :

أ- موسمية السياحة ينتج عنها موسمية الايدي العاملة في السياحة وظهور البطالة الموسمية يترتب عليها خدمات الدعاية الصحية والاجتماعية وغيرها .

ب- في وقت الذروة القطاع العام يواجه ارتفاع التكاليف التشغيلية للمؤسسات التابعة مثل المستشفيات، الإطفاء ، الدفاع المدني ، وجهاز الشرطة وغيرها من المؤسسات له اثار سلبية على مدار السنة .

سياحي متطور ، مما يعني ان زيادة تنافسية القطاع السياحي تتطلب زيادة حوافز الاستثمار في هذا المجال بحيث تتعدد الخدمات السياحية وتزداد منافستها مما يؤدي الى انخفاض تكلفتها على المستهلك وتؤثر ايجابياً على ميزان المدفوعات فتزداد مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ويعمل على تشغيل الكثير من القوى العاملة والاستفادة من المزايا الإيجابية التي يحققها هذا القطاع .

ثانياً :- ضعف الوعي السياحي في الدول النامية

الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي تعكس اثارها الاقتصادية على المجتمع بصورة إيجابية دون الحد المطلوب عند شرائح متعددة من المواطنين في الدول النامية ، اذ ان اهم التحديات التي تواجه تنمية قطاع السياحة هو نشر الوعي السياحي بين المواطنين خصوصاً مع غياب او ضعف استراتيجيات إعلامية سياحية محددة وواضحة ، كما ان الاعلام السياحي في العديد من الدول النامية يفتقر الى الاستراتيجيات والرؤى المؤسسية التي تحدد أساليب ممارسته المهنية وأهدافه ومنطلقاته ، الامر الذي أدى غياب السياسات الشاملة للعمل في هذا المجال مما انعكس على ضعف ظهور رؤية خاصة للسياحة والاهداف الاستراتيجية في المدى القصير لهذا القطاع، مما نتج عن ذلك انعكاس النظرة الشاملة الوطنية وقيام مؤسسات الاعلام السياحي في البلدان النامية على الاجتهادات الشخصية بسبب غياب الرؤية المؤسسية والاعلام السياحي أيضا يفتقر الى ادارة مركزية تقوم بالإشراف على تنفيذ مهامه وتنظيم شؤونه والتخطيط له ، وتقويم أداء الجهات العاملة فيه ، كما تفتقر المناطق السياحية الى إدارات محلية ذات تخصص في الاعلام السياحي أدى الى غياب وضعف الممارسات المهنية في حيز الاعلام السياحي لغياب الأدوات المتخصصة في هذا المجال وسيادة الازدواجية والعشوائية والتداخل في عمل الاعلام السياحي وتعدد جهات الاشراف والرقابة على ممارسة الاعلام السياحي ، كما ان عدم وجود سياسة إعلامية فاعلة ومؤثرة لدى الافراد ينعكس ذلك على السكان تجاه السياح والزوار .

ثالثاً:- ضعف المعروض السياحي

بالرغم من الجهود العظيمة التي تبذلها الدول النامية في تطوير الخدمات السياحية الا ان المعروض الكلي من المنتجات السياحية لا يزال محدوداً من حيث الكم والنوع والمعدة بطريقة منافسة وجاذبة ومبتكرة ، اذ ان معظم الموارد السياحية ضعيفة في الدول النامية وغير قابلة للتجديد والاستبدال ، اذ تتعرض الصحاري والشواطئ لرمي النفايات والمعالم التاريخية تتلاشى مع الوقت على الرغم من الجهود المبذولة لتأهيل وترميم المباني التاريخية التراثية لكن لا توجد خطة محددة لا عاداتها .

ان تدخل الحكومة في عمليات الأسعار والأجور والتشغيل وفرض قيود لحماية القوى العاملة المحلية في القطاع السياحي في الدول النامية والتي تعمل على زيادة التكلفة على المستهلك بشكل زيادة في الأسعار او تعمل على تخفيض جودة هذه الخدمات .

والعوامل المؤدية لارتفاعها وانخفاضها وأسعارها وغيرها من الأمور .

ثانياً :- علاقة القطاع السياحي بعلم الإحصاء

عن طريق علم الإحصاء يمكننا حساب عدد السياح القادمين الى الدول السياحية و معرفة مصاريفهم ونفقاتهم في هذه البلدان والاطلاع على تطورات الطلب وتوقع الطلب المستقبلي فضلاً عن إحصاء المرافق السياحية المتعددة والمنشآت السياحية الموجودة مما يسهل للحكومات وضع الخطط الملائمة لتنمية وتطوير القطاع السياحي فيها والنهوض بالطلب عن طريق عدد السياح وتطلعاتهم واذواقهم المستقبلية .

ثالثاً:- علاقة القطاع السياحي بعلم التسويق

في ظل المنافسة بين البلدان القوية في قطاع السياحة بات من الضروري الانتفاع من علم التسويق في ظل هذه المنافسة الشديدة عن طريق وضع الاستراتيجيات والخطط الترويجية والتسويقية الملائمة بحيث تستطيع المؤسسات السياحية المتعددة من اقناع الزائر الأجنبي بجمال وجاذبية المواقع التي يُعلن عنها وتحديد الأسعار الملائمة وجودة الخدمات .

(الصيرفي ، 2007 ، 29) .

رابعاً :- علاقة القطاع السياحي بالقانون

يتكون النشاط السياحي من مجالات عديدة سواء على المستوى الدولي او على المستوى المحلي وفق تشريعات وقوانين مختلفة مثل التأشيرات والإقامة وإجراءات الدخول والخروج وحماية السياح والبيئة والمناطق الاثرية وأنظمة الجمارك والنقد بالإضافة الى الفنادق والسلع السياحية بما يضمن قوانين شروطها وتشغيلها ومواصفاتها .

خامساً :- علاقة القطاع السياحي بعلم الاجتماع

للسياحة علاقة وطيدة بعلم الاجتماع فمن جهة اذا كان مستوى الفرد من طبقة اجتماعية معينة يؤثر على اختياره للمقاصد السياحية وكذلك مدة الزيارة ومكان الإقامة ووسيلة النقل وعلم الاجتماع هو العلم الذي يدرس كل ما يتعلق بالمجتمع من الناحية الإنسانية وما يتعلق بالإنسان من الناحية الاجتماعية ، كما يعالج العلاقات والتأثيرات المتبادلة بين المجتمعات المختلفة ، ويهتم أيضاً بعلاقة الانسان بالبيئة التي يعيش فيها بهدف الوصول الى القوانين والقواعد التي تُستخدم في تفسير وتحليل الظواهر الاجتماعية والتوقع بالمستقبل .

سادساً :- علاقة القطاع السياحي بالعلوم السياسية

تحتاج السياحة الدولية التي تقوم على الاندماج والتفاعل بين الجنسيات المتعددة عبر حدود بلدان العالم المختلفة للاطلاع على التسهيلات والإجراءات والتشريعات والسياسات المتبعة في هذه البلدان وعادة تكون انعكاساً لنظمتها السياسية المتبعة ، مما يشكل اطار الدولة السياسي فإن صفاء هذا الاطار يُعاون على تفهم اتخاذ الإجراءات السياسية لمعناها الشامل لارتباطها المباشر به .

سابعاً :- علاقة القطاع السياحي بعلم النفس

يرتبط السفر بالحاجات والرغبات التي يسعى الشخص الى اشباعها لذلك تحرص البلدان قبل القيام

ت- نقص المرافق السياحية المختلفة والبنى التحتية في فترات الكساد وهو يمثل سوء استخدام رأس المال .

ث- نقص نسبة الاشغال السنوية لمرافق تقديم الخدمات السياحية ومؤسسات الايواء وهذا يمثل هدراً للموارد .

سابعاً:- اثر الاستقرار السياسي والاجتماعي على قطاع السياحة

عدم الاستقرار السياسي بأنه مجموعة من الاضطرابات السياسية والاجتماعية لبلد ما يمكن أن تؤدي إلى حرب أهلية، أو أعمال شغب ومظاهرات وحسب William يكون عدم الاستقرار السياسي في كثير من الاحيان في البلدان عامة. حيث يتم اسقاط حكوماتها، أو تسيطر عليها الفصائل العسكرية في أعقاب الانقلاب، أو حيث الوظائف الاساسية للسيطرة على النظام الاجتماعي غير مستقرة أو معطلة بشكل دوري، كما يرى أن عدم الاستقرار السياسي يشير إلى الحالة التي تكون فيها شروط الحكم وسلطة القانون قدُطعن في شرعيتها السياسية من قبل عناصر وجماعات تعمل من خارج دائرة العمليات العادية للنظام السياسي بصفة عامة هذه الاشكال من عدم الاستقرار السياسي يمكن أن تعيق التنمية السياحية والنمو في البلدان المتضررة، حيث أن العديد من الباحثين والاقتصاديين وتقوا عدم الاستقرار السياسي له آثار سلبية قوية على نمو الناتج المحلي الأجمالي، الاستثمار الخاص، التضخم والانتاجية الاجمالية فضلاً عن التراكمات الرأسمالية المادية والبشرية (Alsarayreh ، 2010 ، p145-160)

1-4-علاقة القطاع السياحي في العلوم الأخرى

ان تنوع وتباين أنواع السياحة ونشاطاتها قد ينتج عنه اختلاف في طبيعتها وتعدد المكونات والعلاقات والخدمات والتجهيزات التي تدخل في مضمونها وتتعامل معها . مما جعل نجاح النشاط السياحي يتوقف الى درجة كبيرة على الاهتمام في هذه المجالات التي تتأثر وتؤثر به ، فضلاً عن ان زيادة التخصص المهني والعلمي قد اصبح من دراسة القطاع السياحي دراسة متكاملة تضم العديد من العلوم الأخرى ذات العلاقة المباشرة بها .

اولاً:- علاقة القطاع السياحي بعلم الاقتصاد

ان السياحة تلعب دوراً مهماً في تحريك اقتصاديات بلدان متعددة مما جعلها مصدراً رئيسياً للدخل القومي بسبب انفاق السواح الذي يكون على اشكال متنوعة منها الطعام ، النقل ، الإقامة ، الخدمات الخ ، فضلاً عن الأثر المضاعف للدخل الناتج عن هذا الانفاق والناشئ عن دوران إيرادات القطاع السياحي في دورات اقتصادية متعددة وتحقق رواجاً وانتعاشاً في شتى المجالات . كما ان تطوير السياحة يتبع تدفق العملات الاجنبية ومعدل الانفاق وعلاقتها بالميزان التجاري وميزان المدفوعات والاستثمار والايدي العاملة وكيفية زيادة الإيرادات الاقتصادية عن طريق تفعيل العناصر المتاحة التي تحقق الرفاه للمجتمع وهو امر يشمل الجوانب المادية للمجتمع وطرق تنمية ثرواته وموارده عن طريق استهلاكها وتوزيعها وتداولها وما يضم من سلع او خدمات

التنمية الخمسية الضوء على تحسين أنواع بديلة جديدة من السياحة عن طريق النظر في الطلبات لتحقيق توزيع موسمي ومكاني أكثر توازناً للسياحة فضلاً عن الأولوية الأولى لرؤية تركيا السياحية لعام 2010 هي التأكيد على التنوع الثقافي والثراء لتركيا تماشياً مع سياسات ضمان السياحة، أصبحت المدن الآن أكثر أهمية كوجهات سياحية إذ تبلغ حصة تركيا 6،2% من سوق السياحة العالمية وكانت حصة استنبول 6،0% .

استنبول أكبر مدينة في تركيا من حيث عدد السكان (12 مليون) وتخضع للتغير الأكبر والأسرع في ظل الظروف المعاصرة لديها إمكانات كبيرة لتكون مدينة عالمية، وتمتلك إمكانات نقل مباشرة لجميع المناطق في حين ان فرص العمل والبنية التحتية والمرافق الاجتماعية فيها أعلى مقارنة بالمناطق الأخرى ، ويرى الاتحاد الأوروبي ان منطقة مرمره وفي وسطها استنبول ستستمر في كونها المحور لتنمية تركيا ، الرأي السائد هو ان استنبول لديها أعلى إمكانات لتنمية السياحة الثقافية في تركيا مع التركيز على التراث الثقافي والمناخ والمعارض والمهرجانات والمعارض التجارية و السياحة المؤتمرات ، إذ تُعد هذه الوظائف وأنواع السياحة مساهمين مهمين في قطاع السياحة من خلال إرضاء الزوار، ولكن يمكنهم أيضاً تقديم مساهمة كبيرة في الجودة الحضرية ، لذلك تتفق معظم الأطراف المهمة ان استنبول يجب ان تحقق تقدماً في السياحة الثقافية وان تستخدم تراثها الثقافي الفني وتنوعها لهذا الغرض في الأونة الأخيرة تم اعلان استنبول عاصمة للثقافة الأوروبية في عام 2010. (252 ، 2010 ،

(Kerimoglu and Gezici)

7-1 اثر السياحة في العراق

القطاع السياحي في العراق عانى من الإهمال بسبب الظروف التي شهدها البلد بعد عام 2003، إذ عمت الفوضى جميع القطاعات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وتعرض الكثير منها للتدمير والنهب والسلب مما أدى الى عرقلة تطوير ونمو القطاع السياحي .

• المواقع السياحية المعروضة

1- شلال كلي علي بيك

وهو من اكبر الشلالات ضمن المواقع السياحية إذ يبلغ ارتفاعه ما يقارب 11 متراً وقد نشأ داخل الصخور الكلسية الضخمة ، له شكل كانيون مع اختلاف في الارتفاع بين ادنى وأعلى الارتفاعات يبلغ ما يقارب 1000 متر ، إذ يتدفق الماء في الوادي من اتجاهين متعاكسين من الشمال والجنوب يندمج الجولان معاً في مكان ما في منتصف الوادي ، ثم يغادران المضيق من جانب اخر له اتجاه عمودي تقريباً على الخائق الرئيسي يمكن الوصول اليها من خلال طرق معبدة .

2- ينابيع بيخال

مجموعة من الينابيع داخل كربونات مرتبة بشكل جيد ، يتدفق الماء من طبقات كربونات متصدعة وكارستية على مسافة ما يقارب 45 متر تؤدي المياه المتدفقة الى مجرى يندمج مع نهر راوند وز . تم بناء

بتخطيط نشاطاتها السياحية على معرفة الرغبات والاتجاهات المتعددة للسائحين ومواءمة خدماتها السياحية والوسائل المستخدمة في تقديمه تبعاً لذلك ، وبما ان علم النفس يُعالج تصرفات الانسان وجوانبه النفسية وميوله وانفعالاته الداخلية ، وما يترتب عليها من عوامل خارجية تشمل علاقات وردود أفعاله مع الآخرين . (السبسي ، 2003 ، 38) .

ثامناً :- علاقة القطاع السياحي بالثقافة

تتأثر الثقافة بالسياحة في دوافع السائح المختلفة في اتخاذ القرار للقيام بسفرة معينة تكون نتيجة عوامل ثقافية ، اقتصادية ، اجتماعية ، نفسية مثلاً هناك دوافع ثقافية كالاطلاع على بعض الاحداث المهمة في العالم كحضور معارض او حفلات ثقافية او مهرجانات ومشاهدة حياة الناس في الدول الأخرى والتعرف على ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم ونمط حياتهم الثقافية والحضارية والاجتماعية واكتساب أشياء جديدة لغرض المعرفة والثقافة والعلم والتعرف على ما يدور من اخبار الساعة والتقدم العلمي (عبودي ، 2006 ، 154) .

5-1 اتجاهات القطاع السياحي في تركيا

هناك العديد من التوجهات للقطاع السياحي في تركيا يمكن اجمالها كما يأتي :-

السياحة الاستجمامية في تركيا تجذب الأوروبيين وفي طريقها لتحقيق هدف 50 مليون سائح في عام 2023 في تركيا ، تركيا لديها خطة رئيسية حول السياحة الاستجمامية وتتصرف وفقاً لهذه الخطة ، ويُعتقد ان تركيا يجب ان تأخذ نصيباً من أسواق السياحة البديلة ويتم التخطيط للاستثمارات ، كما تقع تركيا في منطقة حرارية جوفية رئيسية يوجد أكثر من 1000 ينبوع حراري ذات محتوى غني بالمعادن في تركيا .

تحتل تركيا المركز السابع من حيث الموارد الحرارية في العالم ، تستقبل تركيا ما يقارب 5،1 مليون زائر من الخارج في مقاصد المعالجة الحرارية نظراً للزيادة بنسبة 2% في شيخوخة سكان العالم سنوياً ، تجذب السياحة الاستجمامية في الغالب كبار السن والتي يمكن اعتبارها ميزة كبيرة من حيث الموقع الجغرافي ، إذ كانت تركيا تتفق المزيد من الوقت والمال على مرافق واستثمارات السياحة الاستجمامية ، فقد تكون الوجهة الأكثر شعبية بين دول الشرق الأوسط والدول الأوروبية (Sariba ، 2014،p11) .

1- 6 السياحة في استنبول

اثر التغيرات الاقتصادية والهيكلية في تركيا على قطاع السياحة أيضاً ، إذ اصبح الاقتصاد موجهاً للتصدير وازدادت أهمية السياحة كأحد مصادر الدخل الرئيسية للاقتصاد الوطني بعد قوانين تشجيع السياحة لعام 1982 ، تلقت المناطق الساحلية والمتقدمة معظم رأس المال الاستثماري من اجل زيادة عائدات السياحة ، جلبت هيمنة مثلث البحر والشمس والرمال على السياحة التركية الحاجة الى نهج جديد لتوسيع العرض والطلب السياحي في جميع انحاء البلاد، كان الهدف هو إيجاد أنواع بديلة من السياحة لتقليل التجمعات الموسمية والمساعدة في جذب الزوار طوال العام . سلطت خطة

كانت كردستان وجهة جذابة للسياح لكن في الوقت الحاضر موقعها ليس مهماً من حيث سوق السياحة الدولية إذ ينظر الى إقليم كردستان العراق مثل أي جزء آخر من العراق منذ فترة طويلة على انه الامة ذات المواقع الاثرية والتاريخية اكثر من أي بلد آخر في العالم لأنه كان مهد الحضارات لطالما عُرف إقليم كردستان بسلامته وأمنه بسبب استقراره السياسي النسبي وانفصال الأقاليم عن بقية العراق ، وتقع كردستان على طول سلسلة من سلاسل الجبال وتضم جزءاً كبيراً مما كان يطلق عليه تقليدياً (الأرض بين الانهار) ومهد الحضارة تضم أكثر من ألف موقع أثري معروف، نجحت إقليم كردستان مثل دول الشرق الأوسط في مجال السياحة لأسباب عديدة أحداها هي المناظر الطبيعية والمواقع التي جذبت السياح الدوليين خلال العقود . كما كان حدوث السياحة الإقليمية او المحلية في الشرق الأوسط مهماً، زادت السياحة الداخلية بسبب الأوضاع في وسط وجنوب البلد ولوائح التأشيرات الصارمة للدول المجاورة الأخرى وكذلك ارتفاع درجات الحرارة خلال الصيف في المناطق الأخرى من البلاد وبعض الدول المجاورة واحد الأسباب الرئيسية هو تنظيم السياحة فضلاً عن تم التخطيط لعدد كبير من التحسينات في البنية التحتية على سبيل المثال استثمارات المطارات والطرق والسفر في إقليم كردستان وبشكل أكثر تحديداً في العاصمة .
(Altaee and Mohammed, 2017, p103-111)

● مقومات القطاع السياحي في العراق

- 1- **المقومات الطبيعية :-** يشتهر العراق بمقومات طبيعية متعددة في مناطقه المختلفة ، فالمناطق الجنوبية تشتهر بالأهوار التي تمثل قوة استقطاب سياحية ، اما المناطق الوسطى تشتهر بأراضيها السهلة المنبسطة ووجود البساتين على ضفاف نهري دجلة والفرات ، لتكون مناطق للتنزه والمناطق الشمالية تمتاز بوجود الغابات والشلالات والمناخ المعتدل والجبال مما يجعلها مركز جذب سياحي .
 - 2- **المقومات التراثية :-** العراق يمتلك تراثاً فلكلورياً شعبياً جليلاً يتواجد في مختلف محافظات العراق، ولكل محافظة تراثها الخاص بها ، وهكذا فإن تعدد التراث بين محافظات البلد يكون عاملاً ايجابياً لتوسيع السياحة المحلية في العراق .
 - 3- **المقومات الحضارية :-** تتواجد التماثيل والنُصب والمتاحف في مناطق العراق المختلفة وتُعد عاملاً ايجابياً لتوسيع السياحة المحلية في العراق، كونها عامل استقطاب يجذب اهتمام السياح المحليين .
- المراقد والمعالم الدينية المقدسة :-** التي يقصدها السياح او الزائرين من كافة انحاء العالم ، لدى العراق اضرحة ومرابد دينية متنوعة ولكافة الأديان، والسياحة الدينية ذات طلب قوي في العراق إذ الأئمة الصالحين في سامراء وكربلاء والنجف وبغداد فضلاً عن انها لا تتحدد بعوامل الطلب او بالأسعار الموسمية .

العديد من المقاصد السياحية في الموقع بجانب الاكواخ الصغيرة والتي تُستخدم اما كمتاجر صغيرة تبيع المتطلبات المحلية بجانب الطعام او كفنادق صغيرة للسياح .

3- نبع جنديان

ينبوع يتدفق من كهف كارست العمق غير معروف ، الربيع له حالة خاصة وفريدة من نوعها إذ يتدفق الماء من الكهف لبضع ساعات او أيام ثم يتوقف عن التدفق لبضع ساعات او أيام ويتدفق مرة أخرى وهكذا عندما يبدأ الماء بالتدفق من الكهف يمكن سماع صوت تدفق الماء مما يشير الى خروج الماء من الكهف . عندما يجف الكهف يمكن الوصول الى ما يقارب 50 متراً تحته الكهف مملوء بالماء . يقع النبع ضمن طبقات كثيفة من الكربونات يُعزى تدفق وانتهاء المياه المتدفقة في النبع عبر الكهف على الأرجح الى طبقة المياه الجوفية الكارستية اسفل الكهف والتي تعمل كموازنة لتدفق المياه وانها اذا تتوفر الاكواخ الصغيرة فقط للسياح كمواقع للراحة والبعض الآخر لبيع الاحتياجات اليومية والطعام للسياح .

4- نبع احمد أوا

مجموعة من الينابيع التي تنتج المياه العذبة من الحجر الجيري من العصر الترياسي على طول الحدود الإيرانية العراقية .

5- كهف شانيدار

هو موقع أثري يقع داخل جبل براد وست في كردستان العراق تم العثور على بقايا عشرة انسان نياندرتال، يعود تاريخها الى ما بين 35000 الى 65000 عام داخل الكهف ، يحتوي الكهف اضعاً على جبانيتين لا حقتين من العصر الحجري الحديث يعود تاريخ احدهما الى ما يقارب 600 عام . إذ تبلغ مساحة أرضية الكهف ما يقارب 1070 متر مربع يمكن رؤية حطام الحفريات من الدراسات الاثرية ويمكن الوصول الى الكهف عبر سلم اصطناعي مبني من كتل كربونية مع العديد من محطات الراحة التي شيدت من غابات الأشجار المحلية ، يمكن رؤية فتحيتين في سقف الكهف ويوجد ثقب عميق في الأرضية مع العديد من الصفائح التي تم استخدامها اثناء التنقيب الاثري للكهف .

يقع كهف شانيدار في جبل يسمى براد وست وبطل على وادي شانيدار من فم الكهف يمكن للمرء ان يرى نهر الزاب الأكبر احد روافد نهر دجلة ، الكهف الذي يبلغ ارتفاعه تقريباً 760 متر تلاشى من صخور الحجر الجيري في الجبل التي أقامها في الأصل بحر قديم . لها أرضية مسطحة وسقف مرتفع 5 , 13 متر عند اعلى نقطة .

(Al-Ansari and Sven , 2016 ,p12).

● القطاع السياحي في إقليم كردستان العراق

كوردستان هي منطقة نامية في العراق تستقطب الاهتمام بالسياحة لما لها من إمكانات ، ابرزت ازمة الميزانية التي تواجه إقليم كردستان العراق أهمية الابتعاد عن النموذج الاقتصادي المعتمد على النفط لكي تصبح السياحة ركيزة بديلة قابلة للتطبيق للاقتصاد ،

وتنامي المنتجات السياحية في جميع مناطقها بشكل متواصل ، و يعد العقدين الاخيرين أكثر الفترات حيوية للقطاع السياحي التركي نتيجة ما شهده من قفزة نوعية كبيرة ، اذ تجاوز معدل نموه ما نسبته (10 %) ، مع امكانية تأمين وصول أعداد السياح القادمين إلى البلاد ، لأكثر من 50 مليون سائح مستقبلاً ، و أن التطورات الإيجابية التي يشهدها القطاع السياحي، تنعكس ايجابياً على معدل النمو الاقتصادي للبلد ووفق ما جاء في تقرير المعهد الإحصائي التركي (Turk Stat) ، فإن تركيا حققت من عائداتها السياحية سنة 2018 رقمًا قياسيًا يقدر (37.14 مليار دولار) ، و جاءت تركيا في المرتبة السادسة عالمياً ، اذ أن التنوع والثراء السياحي الذي تحظى به تركيا، يؤهلها لاستضافة سياح من خلفيات وفئات مختلفة ، سواء من أصحاب الدخول المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة ، واصبحت كل منطقة فيها وجهة مختلفة للزوار و تستقبل السياح القادمين من 180 بلدا من بلدان العالم ، ويتصدر قائمة السياح الأجانب الروس والألمان ، ويليهما البريطانيون ، وستعرف على اهم مؤشرات قياس الفجوة بين الإيرادات والنفقات للقطاع السياحي التركي.

1-2 - مؤشر قيم الإيرادات والنفقات السياحية:
يتضمن هذا المؤشر قيم الإيرادات السياحية المتضمنة اجمالي إيرادات المرافق ووسائل النقل السياحية البرية والبحرية ، اذ تعد الإيرادات السياحية مصدراً جيداً لرفد الناتج المحلي الإجمالي بما تقدمه من منتجات سياحية ، ومن الجدول نجد التطور الهائل في قيم الإيرادات السياحية للفترة ما بعد 2005 ، والجدول التالي يوضح قيم الإيرادات السياحية والنفقات السياحية في تركيا خلال مدة الدراسة والتي تظهر التطور الهائل في العقدين الاخيرين ، لتصل العائدات السياحية خلال عام 2018، نحو (37.140 مليار دولار) كما يظهر الشكل النمو المتسارع في الإيرادات والتباطؤ في النفقات السياحية ، في حين نجد ان التطور في النفقات قليلاً مقارنة مع تنامي الإيرادات والتي تعد علاقتها عكسية في الناتج المحلي الإجمالي كونها تمثل ما يتم انفاقه للحصول على تلك الإيرادات السياحية سواء من تكملة البنية التحتية او اجراءات تطويرية لها .

جدول (1) الإيرادات والنفقات السياحية في تركيا للمدة (2018-1990)		
السنوات	الإيرادات السياحية	النفقات السياحية
1990	5535425280	1222592640
1995	4957000000	911000000
2000	7636000000	1713000000
2005	20760000000	3563000000
2010	26318000000	5817000000
2015	35597000000	5683000000
2018	37140000000	4993000000

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا 2021

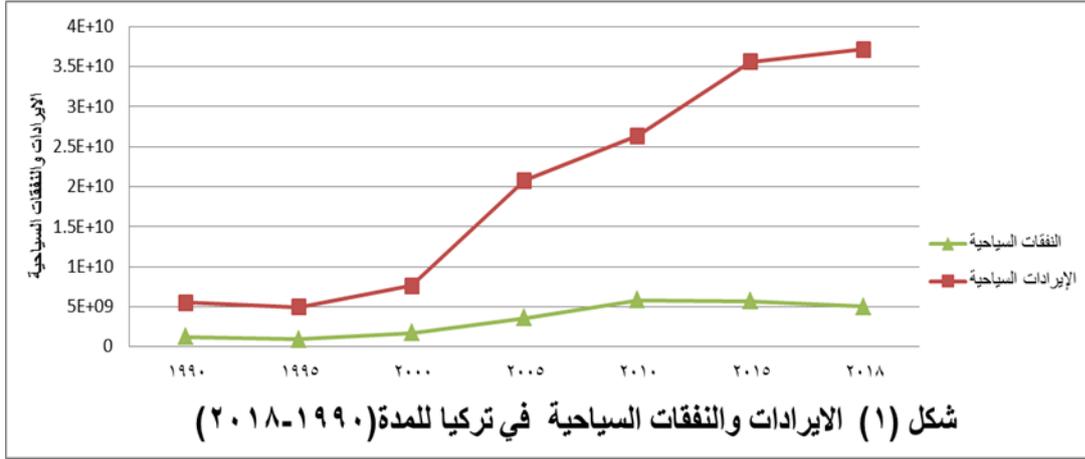
المعالم التاريخية والآثارية :- يشتهر العراق بمثل هذه الآثار والمعالم التاريخية للفترة ما قبل الإسلام تمتد من الجنوب الى الشمال وفي جميع محافظات العراق . (بريهي ، 2011 ، ص 24)

8-1 إمكانية الاستفادة من التجربة التركية للنهوض في القطاع السياحي العراقي

- ضرورة التبادل السياحي وتنمية الاستثمارات وتبادل الخبرات بني الجانبين العراقي والتركي ، مع الاستفادة من التجربة التركية في تعظيم مردود المنتج السياحي والاهتمام بهذا القطاع .
- العمل على تقديم كافة التسهيلات للمستثمرين ورجال الاعمال من داخل العراق ، فضلاً عن سن التشريعات الجاذبة لرؤوس الأموال والاستثمارات الخارجية في قطاع السياحة.
- تشجيع الاستثمارات في قطاع السياحة والفنادق، ويتم ذلك عن طريق: وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في مختلف محافظات العراق و كما يجب تنوع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كالإعفاءات من الضرائب خصوصاً في بداية افتتاح المشاريع ، وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي تحتاجها وتقديم القروض الطويلة الاجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية المحلية .
- تنظيم زيارات للمسؤولين ومدراء مراكز استطلاعات الرأي والدراسات والأبحاث والقيادات الإدارية في مختلف القطاعات، للاطلاع على التجربة التركية في مجال السياحة، من خلال الزيارات الميدانية للجهات ذات العلاقة، واللقاءات المختلفة لكبار الاكاديميين والباحثين .
- اعتماد خدمات سياحة الاعمال والتي تشمل : المعارض ، المؤتمرات ، الاجتماعات وورش العمل على الخدمات السياحية لاستقطاب السياح .
- إنشاء مؤسسة رعاية صحية معتمدة من قبل اللجنة الدولية لمشاركة لجودة الخدمة الصحية لاعتبار تركيا من الدول التي توفر الرعاية الصحية ذات المستوى العالمي لمواطنيها وللسياح.
- الاستفادة من الخبرات التركية في مجال تطوير المتاحف ودور المخطوطات والتعاون مع المعاهد السياحية التركية لتدريب إطارات الوزارة من خلال إقامة دورات متخصصة في مجال السياحة والآثار.
- الاستفادة من الخبرات التركية في صيانة وترميم وحفظ الآثار والتراث لاسيما في تطوير التراث الإسلامي العريق الذي يمتلكه العراق . (Aksu & Koksall ، 2015 ، p436-447)

2) مؤشرات قياس الفجوة بين الإيرادات والنفقات السياحية في تركيا

يتميز النشاط السياحي التركي باتساع رقعته الجغرافية وتنوع المعالم الطبيعية والجغرافية والتاريخية والثقافية

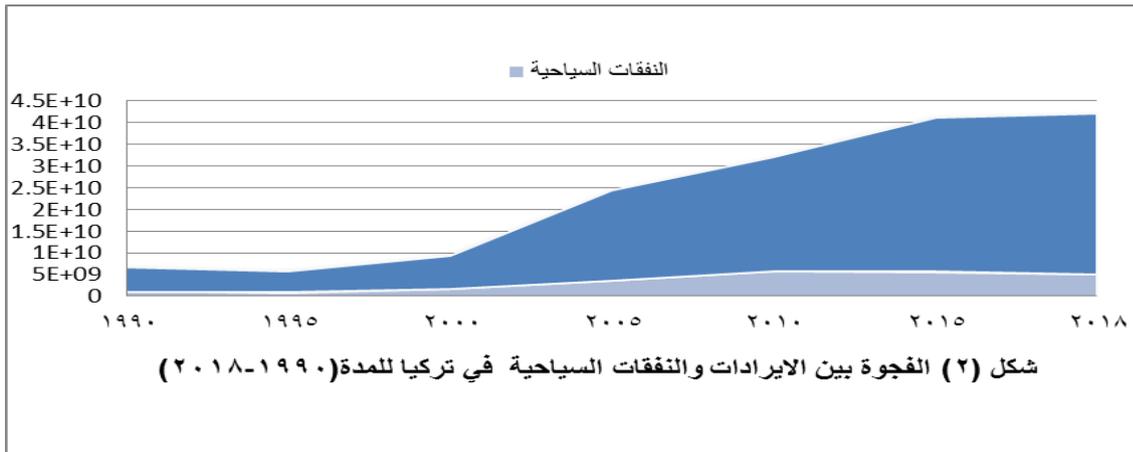


المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (1)

السنوات	الفجوة بين الإيرادات والنفقات السياحية
1990	4312832640
1995	4046000000
2000	5923000000
2005	17197000000
2010	20501000000
2015	29914000000
2018	32147000000

2-2 مؤشر قياس الفجوة بين الإيرادات والنفقات للقطاع السياحي : تتمثل الفجوة بالفرق بين الإيرادات والنفقات للقطاع السياحي التركي وبعد الاتساع في الفجوة لصالح تركيا أي ارتفاع قيم الإيرادات السياحية التركية والتزايد البطيء للنفقات السياحية ، مما يعكس التطور الهائل والفجوة الكبيرة في الفجوة بين الإيرادات والنفقات وذلك لاتباع سياسات اقتصادية لتأسيس بنية تحتية واسعة لعشرات السنين بدأت منذ تأسيس الدولة التركية في العقد الثالث من القرن الماضي ، والجدول التالي يوضح قيم الفجوة التي وصلت الى 32.147 مليار دولار، فيما يمثل الشكل (2) حجم الفجوة بينهما .

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا 2021



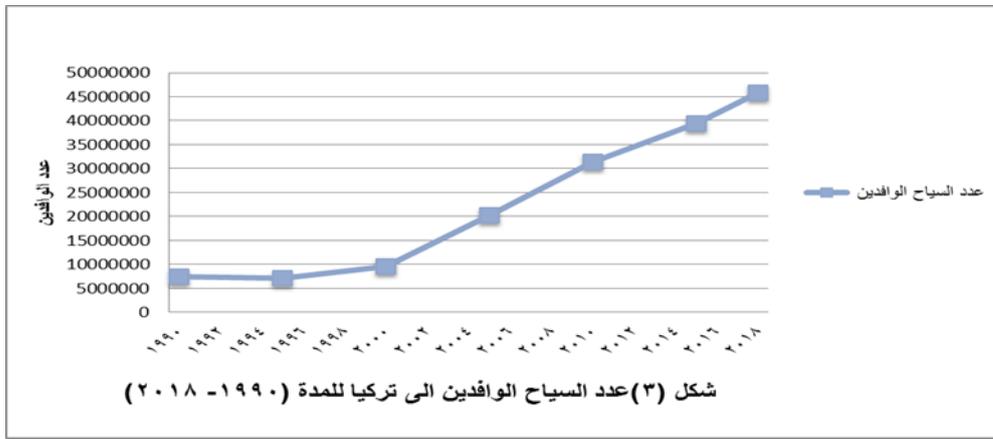
المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (2)

2018 (45.768 مليون فرد) كما في الجدول التالي ، اي تضاعف لأكثر من 600% خلال الفترة (1990-2018) ، والذي نجده واضحاً في الشكل (3).

3-2 مؤشر عدد السياح الوافدين : يُعد من المؤشرات المهمة لقياس مدى تطور السوق السياحية وتزايد الطلب على المنتج السياحي في المجالات كافة ، اذ شهدت تركيا نشاطاً سياحياً واسعاً لتلبية الأعداد المتزايدة من السياح خاصة في العقدين الاخيرين ، وقُدِّر عدد السياح في عام 1990 ب (206،75 مليون) في حين وصل خلال عام

السنوات	عدد السياح الوافدين
1990	7520605
1995	7083000
2000	9586000
2005	20273000
2010	31364000
2015	39478000
2018	45768000

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا 202



شكل (3) عدد السياح الوافدين الى تركيا للمدة (٢٠١٨ - ١٩٩٠)

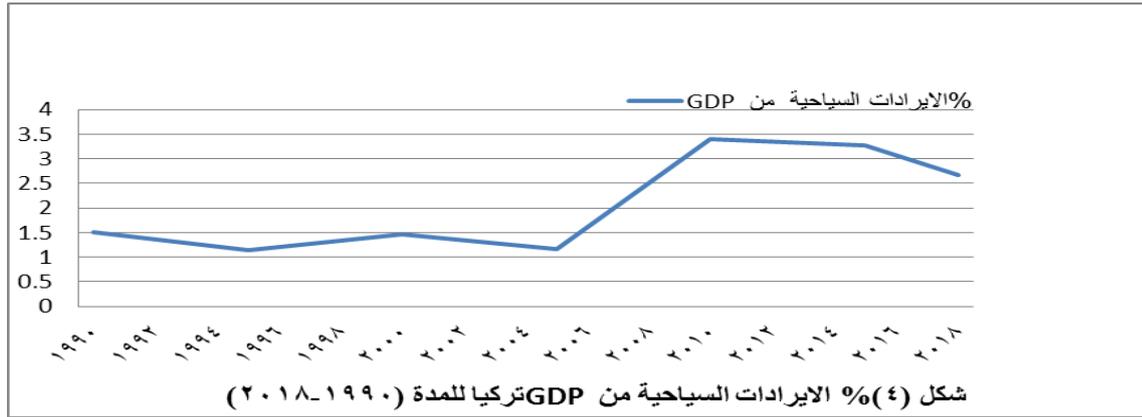
المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (3)

الاهمية النسبية للسياحة (نسب الايرادات السياحية من GDP) لتركيا للمدة (2018-1990)	السنوات
% الايرادات من GDP	
1.510	1990
1.150	1995
1.460	2000
1.160	2005
3.410	2010
3.270	2015
2.664	2018
2.089	المتوسط

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا: 2021

في حين نجد في الشكل التالي التطور الملحوظ في منحنى الاهمية النسبية للسياحة في الفترة ما بين 2005 و2010 وتراجعها قليلاً فيما بعد ذلك .

4-2 مؤشر الأهمية النسبية لقطاع السياحة التركي (نسبة الايرادات السياحية / GDP) : يمثل هذا المؤشر الأثر الإيجابي للنشاط السياحي ، اي نسبة مشاركة الايرادات السياحية بالنتائج المحلي الاجمالي للبلد ، وتشير البيانات أن مساهمة الايرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، قد بلغت تقريبا 1.51 % من الناتج المحلي الاجمالي في سنة 1990 ، وقد تذبذبت هذه النسبة من 1.15 % عام 1995 كحد أدنى ووصلت أعلى نسبة مساهمة لقطاع السياحة في GDP ما نسبته (3.410%) عام 2010 ، وتراجعت قليلاً نتيجة ظروف المنطقة السياسية لتصل الى 2.664% في سنة 2018- كما في الجدول التالي :



المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (4)

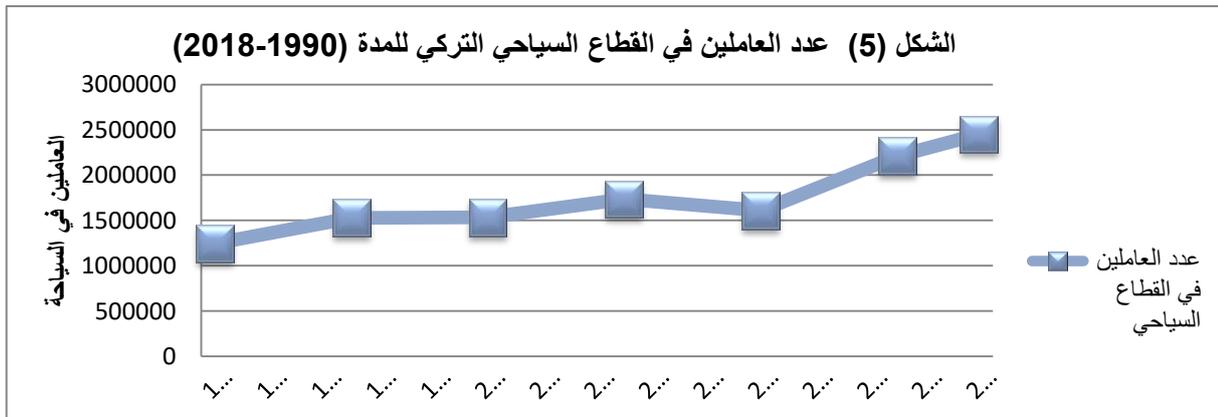
باحتياجاتها من السلع والخدمات و العاملين في البنية الأساسية، والزراعية، وتجارة المواد الغذائية، والرعاية الصحية، وبلغ إجمالي عدد العاملين في عام 1990 (1.244 مليون عامل سياحي) وواصل ارتفاعه ليصل الى (2.450 مليون عامل سياحي) عام 2018، وشكل نسبة 7.464% من إجمالي القوة العاملة في تركيا، كما ما جاء في الجدول التالي:

5-2 مؤشر الأهمية النسبية لعدد العاملين في السياحة (عدد العاملين/إجمالي القوة العاملة): تُعد السياحة من أكثر القطاعات توليداً لفرص العمل ويلعب النشاط السياحي دوراً هاماً في خلق فرص العمل سواء بشكل مباشر عن طريق النقل السياحي، والإرشاد السياحي، وحماية السياح، وحفظ شؤونهم، أو بشكل غير مباشر، عن طريق العمل في القطاعات التي تمد السياحة

جدول (5) الأهمية النسبية للعاملين في القطاع السياحي التركي للمدة (2018-1990)			
السنوات	عدد العاملين في القطاع السياحي	إجمالي القوة العاملة	الأهمية النسبية لعمال السياحة
1990	1244630	19671854	6.327
1995	1525570	20943303	7.284
2000	1535200	21416629	7.168
2005	1733750	22316758	7.769
2010	1609310	25218826	6.381
2015	2209550	29779756	7.420
2018	2450200	32825427	7.464

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا، 2021

والشكل التالي يوضح التطور في اعداد العاملين في القطاع السياحي:



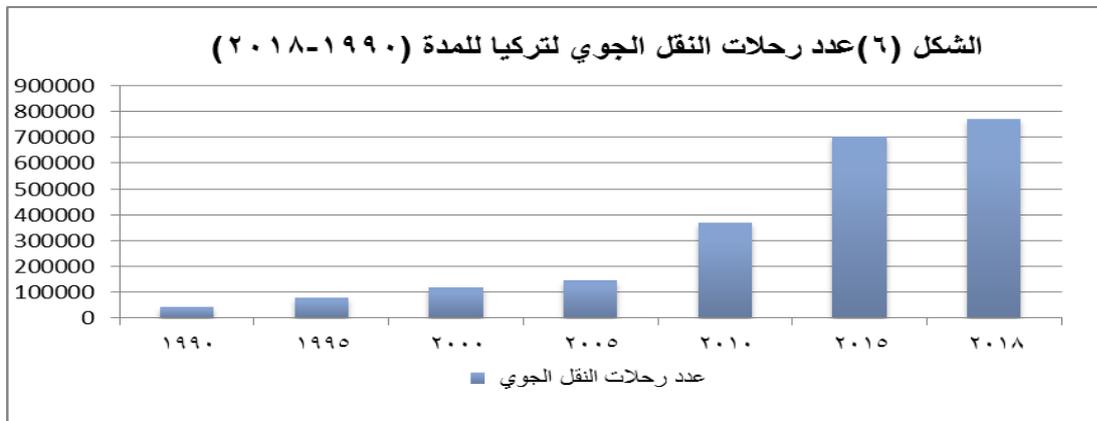
المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (5)

مساحة تركيا فقد يكون النقل داخلياً وخارجياً وبذلك تعدد المطارات ليصل تعدادها 58 مطاراً، منها 36 مطاراً تُصنّف كمطارات كبرى وتقدم خدمات النقل الدولي والمحلي .

6-2 مؤشر اعداد رحلات النقل الجوي: يعد النقل الجوي من أهم وسائل النقل، ولتمتع وسيلته بسرعة فائقة تمكنها من الوصول إلى أبعد المسافات في زمن قصير، تعجز عن تحقيقه مركبات النقل الأخرى، ونظراً لاتساع

جدول (6) عدد رحلات النقل الجوي لتركيا للمدة (2018-1990)	
السنوات	عدد رحلات النقل الجوي
1990	44200
1995	78500
2000	119945
2005	145952
2010	369174
2015	706067
2018	772926

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات البنك الدولي لتركيا، 2021



المصدر: من مخرجات برنامج Excel بالاعتماد على بيانات الجدول (6)

النتائج والمقترحات :

أولاً: النتائج

- 1- أصبحت تركيا في العقدين الاخيرين مقصد للثقافة وطالب العلم ووجهة السياحة العلاجية للعديد من الدول العربية ، فضلاً عن السياحة الترفيهية لمعظم دول العالم ، وتعتمد بشكل كبير على مجموعة متنوعة من المواقع التاريخية والمنتجعات الساحلية على بحر إيجة والبحر الأبيض المتوسط .
- 2- عملت تركيا على ادماج استراتيجيتها السياحية مع مختلف الاستراتيجيات الاقتصادية من اجل تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة ، اذ استثمرت إيراداتها السياحية في الاقتصاد واستيراد السلع الرأسمالية وخلق فرص عمل بالإضافة الى الانفاق على البنية التحتية وتوسيع الاستثمارات في القطاعات الاقتصادية الأخرى مما اسهم إيجابياً في تحقيق نمو اقتصادي مستدام ..
- 3- كما سعت تركيا لتوسيع وزيادة اعداد المطارات بسبب الموقع الاستراتيجي لها وتوسطها أكبر قارات العالم - مما جعل منها محطة مهمة للمسافرين، وأعطى أهمية بالغة لقطاع الطيران والخطوط الجوية فيها .
- 4- تُعد تركيا كنقطة اتصال بين آسيا وأوروبا ولديها إمكانيات وقدرات سياحية هائلة تمكنها من

الاستجابة لكل التغيرات الحاصلة في السوق السياحية الدولية.

5- أخذت تركيا مجموعة من الإجراءات وطبقت سياسات وامتيازات تشجيعية تعمل على رفع حصص الاستثمار السياحي كإنشاء المزيد من المنشآت السياحية، انجاز قاعدة تحتية سياحية مرنة تستجيب لمتطلبات المستهلك المتغيرة باستمرار، خاصة وأن الهيكله الديناميكية لهذا القطاع جعلت منه قطاعاً له روابط أمامية وخلفية مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى .

ثانياً:- المقترحات

- 1- العمل على زيادة البرامج والأنشطة التي تساعد على إطالة مدة إقامة السائح مما يؤدي الى زيادة انفاقه على مثل تلك الأنشطة والبرامج التي تنعكس على زيادة الدخل السياحي ، ومن ثم على جميع مكونات الاقتصاد التركي .
- 2- العمل على زيادة الحملات التسويقية والترويجية للمواقع السياحية التركية خارج تركيا والتي يجب ان يرافقها أيضاً انخفاض في أسعار التذاكر ورسوم الضرائب المفروضة على السائح مما ينعكس إيجابياً على اعداد السياح القادمين لتركيا واكتساب ميزة تنافسية في القطاع السياحي على المستوى العالمي .

2- فارس كريم بريهي، 2011، تطوير السياحة مدخل للتنمية المستدامة في العراق ، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية ، المجلد 1 .

ج- مواقع الانترنت:

1- مجموعة البنك الدولي <https://www.albankaldawli.org>

منظمة <https://www.unWTO.org>

2- السياحة العالمية

ثانياً : المصادر الأجنبية :

- 1- Kerimoglu Ebru and Ferhon Gezici International journal of Culture Tourism and Hospitality Research vol 4 ، no 3، 2010 ،
- 2- Saribas Ozgur International journal of contemporary Economics and Administrative Sciences ، volume 4 ، isse 1-2 Year 2014 ، Luxury Tourism in Turkey .
- 3- Alansari Nadhir and Sevn Knutsson Journal Of Earth Sciences and Geotechnical Engineering vol 6, no 3 , 2016 , tourism in north and northeastern of Iraq.
- 4- Hatem Hatf Abdulkadhim Altaee and Mohammed Tofiq Journal of Tourism and Hospitality Management ,2017 , vol 5, , no 1, Promoting of Tourism Industry of Kurdistan Region of Iraq (Halabja Province as a Case study .
- 5- Alsarayreh, M.N, Jawabreh Omar A. A & Helatat M.S. (2010): The Influence of Terrorism on the International Tourism Activities', European Journal of Social Sciences, Vol.13, No. 1,
- 6- Aksu, A. Akin & Koksai, C. Deniz ,2015, Perceptions and Attitudes of Tourism Students in Turkey, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 17, No. 5.

3- العمل على تخفيض أسعار السياحة في تركيا من خلال سن القوانين التشريعات التي تحد من ارتفاع أسعار السياحة داخل تركيا مقارنة بأسعار السياحة خارج تركيا مما ينعكس على زيادة السياحة المحلية وعدم تسربها للخارج وانخفاض الانفاق السياحي وزيادة الإيرادات وعدم تسرب العملات الأجنبية للخارج مما ينعكس ايجابياً على القطاع السياحي ومن ثم على الاقتصاد التركي

4- لا بد من اجراء دراسات تتضمن تأثير قطاع السياحة بشدة من تداعيات انتشار وباء كورونا، واجراءات الحضر الوبائي في العديد من الدول فضلاً عن تأثيرات تراجع أعداد الرحلات الجوية والبرية وتكبد شركات الطيران والفنادق خسائر كبيرة واغلاق نسبة لا بأس بها من المكاتب السياحية .

المصادر:

اولاً : المصادر العربية

أ-الكتب :

- 1 - السيسي، ماهر عبد الخالق ، 2016 ، مبادئ السياحة ، الطبعة الثانية، مجموعة النيل العربية ، القاهرة ،مصر
- 2- السيسي، ماهر عبد الخالق،2003، صناعة السياحة الأساسية والمبادئ، مطابع الولاة الحديثة، مصر
- 3- الشبار ،جهاد عيسى ، 2014 ، اقتصاديات السياحة والفنادق وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية ، دار جامعة الملك سعود للنشر، السعودية.
- 4- الصيرفي، محمد،2007، التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر .
- 5- عبودي ، زيد ، 2006 ، معجم المصطلحات السياحية و الفندقية، عربي انجليزي، طبعة أولى ، دار كنوز المعرفة، عمان ،الاردن .
- 6- مسعد ، محي الدين ، 2002، الاطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ، المكتب العربي الحديث ، الإسكندرية

ب-الدوريات:

- 1- حكيم ،شبوطي ،2011 الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد الخامس، جامعة المدية.