

دور التطور المالي في تعزيز الطلب السياحي دراسة قياسية للفترة 1995-2020

Role of financial development in enhancing tourism demand An Econometric Study over the Period 1995-2020

د. نورة بيري¹، د. عبد القادر دبوش²

¹ مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد، جامعة قالمية (الجزائر)، Amel.prof@gmail.com

² مخبر التنمية الذاتية والحكم الراشد، جامعة قالمية (الجزائر)، Kader.prof@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/02/02 تاريخ قبول النشر: 2023/05/08 تاريخ النشر: 2023/06/30

الملخص: يعد قطاع السياحة مصدرا حيويا للتنمية في مختلف دول العالم، فهو يحفز النمو الاقتصادي ويخلق فرص العمل ويحد من الفقر. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد دور التطور المالي في الطلب على السياحة. تم جمع بيانات Panel من عام 1995 إلى عام 2020 لتحديد العلاقة بين المتغير المستقل (العمق المالي) والمتغيرات التابعة (وصول السياح الدوليين والقيمة المنفقة لهم). تشير نتائج التقدير إلى أن التطور المالي يؤدي إلى زيادة الطلب على السياحة. علاوة على ذلك، تشير النتائج إلى أن التأثير الإيجابي للتطور المالي على الطلب السياحي يكون أكثر وضوحا عند استخدام إنفاق السياحة كمتغير تابع.

الكلمات المفتاحية: التطور المالي، السياحة، الطلب السياحي، التنمية.

تصنيف JEL : G21، L83، O16.

Abstract: The tourism sector is considered a viable source of development for countries; it stimulates economic growth, creates job openings, and reduces poverty. This study aims to examine the role of financial development on tourism demand. The static panel data were gathered from 1995 to 2020 to determine the relationship between the independent variable (financial depth) and the dependent variables (international tourist arrivals and value expended). The estimations results suggest that, financial development leads to an increase in tourism demand. Moreover, the results indicate that the positive effect of financial development on tourism demand is most evident when we used expenditure of tourism as a dependent variable.

Keywords: Financial development, tourism, tourism demand, development.

Jel Classification Codes: G21, L83, O16.

* المؤلف المرسل: نورة بيري

1. مقدمة:

السياحة مصدر دخل مهم، بل حيوي، للعديد من المناطق والبلدان. أعطت زيادة وقت الفراغ والتغيرات في نمط الحياة والاستهلاك أهمية متجددة للسياحة. كان السفر خارج المنطقة المحلية لشخص ما لقضاء وقت الفراغ مقتصرًا إلى حد كبير على الطبقات الغنية، التي كانت تسافر في بعض الأحيان إلى مناطق بعيدة من العالم، لرؤية المباني العظيمة، والأعمال الفنية، وتعلم لغات جديدة، وتجربة ثقافات جديدة، وتذوق المأكولات المختلفة. غير أنه مع ازدياد دخل الأفراد وانفتاح الدول على بعضها نتيجة العولمة ارتفع النشاط السياحي بشكل مطرد. وأصبح ظاهرة تستدعي الوقوف عليها وفهمها والاستفادة منها.

تشير مجموعة متزايدة من الأدلة إلى أن المؤسسات المالية (مثل البنوك وشركات التأمين) والأسواق المالية (بما في ذلك أسواق الأسهم، وأسواق السندات، وأسواق المشتقات) تمارس تأثيرًا قويًا على التنمية الاقتصادية، وتخفيف حدة الفقر، والاستقرار الاقتصادي. والتطور المالي في الدول المستقبلية للسائحين، يمكنهم من الاستمتاع بإجازاتهم بشكل مريح، من خلال تسهيل وصولهم إلى الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية. بالإضافة إلى ذلك، فإن القطاع المالي المتطور يساعد السائحين على مواصلة تعاملاتهم في الأسواق المالية المحلية والدولية وهم يستمتعون بعطلاتهم.

1.1 مشكلة الدراسة:

من خلال ما سبق، تتبين لنا مشكلة الدراسة التي صغناها في السؤال التالي:

هل يوجد دور للتطور المالي في تعزيز الطلب السياحي للفترة 1995-2020؟

2.1 فرضية الدراسة:

للإجابة على تساؤل الدراسة، ندرج الفرضية التالية:

يوجد دور موجب للتطور المالي في تعزيز الطلب السياحي للفترة 1995-2020؟

3.1 أهمية الدراسة:

يعتبر قطاع السياحة ذو دور محوري في العديد من اقتصاديات الدول، وتشكل عملية زيادة تدفقاته إلى الدول المضيفة من أكبر الاهتمامات لدى الباحثين الاقتصاديين. وحيث أن السياحة تعد ثالث صناعة تصديرية في العالم بعد المحروقات والكيماويات. لهذه الغاية، تأتي أهمية هذه الدراسة من خلال محاولة البحث في التطور المالي كأحد المحددات لها، وهو الأمر الذي يمكن الدول من تعظيم الاستفادة منها.

4.1 هدف الدراسة:

- نهدف من خلال هذه الدراسة إلى:
- تحديد مفهوم السياحة والطلب السياحي ومختلف محدداته.
 - تحديد مفهوم التطور المالي ودوره النظري في تعزيز الطلب السياحي.
 - البحث في الدور المحتمل للتطور المالي على الطلب السياحي في دول الدراسة للفترة 1995-2020.

5.1 منهج الدراسة:

لقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يمكننا من فحص وعرض مختلف المعلومات المرتبطة بالظاهرة محل الدراسة في الجانب النظري. كما تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي لتحديد دور التطور المالي في الطلب السياحي لدول الدراسة خلال الفترة 1995-2020، وذلك من خلال أساليب القياس الاقتصادي.

2. مدخل للسياحة:

1.2 تمهيد:

تمثل السياحة ظاهرة سريعة النمو، وتمثل الأنشطة السياحية ككل، حصة متزايدة من النشاط الاقتصادي في معظم البلدان. وفي ظل العولمة، أين الاقتصاد العالمي أصبح أكثر تكاملاً، بفعل زيادة تدفقات التجارة، الاستثمار، المالية والمعلومات، من المحتمل أن يستمر هذا الاتجاه السعودي في المستقبل.

2.2 مفهوم السياحة:

تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات، وكانت البداية مع العصور القديمة بحيث كانت غريزة التنقل عند الإنسان منذ تواجده على هذه المعمورة، فكان الإنسان يسعى إلى توفير احتياجاته بنفسه وإلى خلق علاقات متبادلة بين القبائل، وكان حب الاستطلاع دافع قوي لقيام الفرد برحلات طويلة وكذلك زيارة الأماكن المقدسة، ومع العصور الوسطى انفرد العرب بتطوير مفهوم السياحة ووضع الأسس الأولى لمعظم فروعها فتركزت السياحة في هذه الحقبة على التجارة، الحج والدراسة. وأحدثت الثورة الصناعية في العصور الحديثة تغييراً جذرياً في وسائل المواصلات مما أدى إلى اختصار الوقت وسهولة السفر. (دولي، بوسهمين، و بلحاد، 2016، صفحة 32)

وتعتبر المصطلحات والتعاريف في السياحة مازالت قيد المناقشة، وتخضع

للتطور مع الزمن وبحسب المكان لأنها تتأثر بمواقف البلد من السياحة ومستوى تطورها لديه، فكلمة السفر ببساطة هي "فعل الحركة"، ولكنها تأخذ في مجال السياحة صيغا أخرى عديدة مثل "فعل الحركة إلى مكان آخر بهدف المعرفة والمتعة" لكن ليس للعمل أو للإقامة لأن تلك الفعاليات تزيل الطابع الاقتصادي. لقد تطور مفهوم السياحة والنظرة إليها في العالم الحديث، ضمن ثلاث مراحل رئيسية كما يلي: (كافي، 2016، الصفحات 34-35)

الأولى: منذ بدايات ظاهرة السياحة في العالم في القرن التاسع عشر وحتى الح ع ا، كانت النظرة إلى السياحة اقتصادية بحتة، محورها تبادل الخدمات من قبل المكان بالمال الذي ينفقه السائح، وكانت هذه النظرة تقتصر على الاحتياجات الضرورية في مجالات المبيت والإطعام والنقل وبعض الأنشطة البسيطة.

الثانية: منذ نهاية الح ع ا، بدأت الدول ترسم حدودها الثابتة، وتصدر التشريعات والأنظمة وإجراءات تخص السفر والسياحة، كما نشأت في العالم أنظمة متباينة، أضافت إلى المفهوم الاقتصادي جانبا آخر هو النظرة السياسية، والموقف من السياحة ومن فئة أو من فئات من السياح، ومن سفر المواطن إلى بلد أو بلدان معينة.

الثالثة: بعد الح ع ا، تصاعد نمو السياحة، وتسابقت الدول في تجهيز مواقعها السياحية بهدف اجتذاب السياح. ومع التطور الكبير في وسائل النقل، بدأ التطور الكمي في السياحة، ورافق ذلك ظهور تأثيرات اجتماعية سلبية وإيجابية، وانعكس ذلك ببروز جانب آخر للسياحة هو النظرة الاجتماعية. وفي السنوات الأخيرة برزت مسائل أخرى مرتبطة بالسياحة وأصبحت محور الأبحاث والمؤتمرات الدولية مثل: الصحة السياحية، حق السفر، السياحة المستدامة،...

لهذا تعتبر السياحة مفهوم لم يتبلور بشكل واضح ومحدد إلا في العصر الحديث حيث أصبحت حركة السفر إحدى ظواهر العصر الاقتصادية والاجتماعية. قد اختلفت في تعريف السياحة تبعا لاختلاف التخصصات العلمية التي تتناول هذه الظاهرة بالدراسة والتحليل، وقد ظهرت العديد من التعريفات في العقود الماضية منها تعريف Guyer للسياحة سنة 1905 بأنها: "ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، والغاية منها الحصول على الاستجمام وتغيير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الإنسان، واكتساب الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية ونشوة الاستمتاع بجمال الطبيعة". كما عرفها Schullard سنة 1910 بأنها: "الاصطلاح الذي يطلق على أي عملية خصوصا

العمليات الاقتصادية التي تتعلق بانتقال ووجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة، أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطاً مباشراً". (غياط و مكاحلية، 08-09 نوفمبر 2015، الصفحات 4-5)

أما Hunziker و krapf سنة 1941 فيعرفان السياحة بأنها: "مجموعة من الظواهر، والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر، وإقامة الشخص غير المقيم، بحيث لا تؤدي إلى إقامة دائمة، ولا ترتبط بأي نشاط مأجور". كذلك أشار Burkart و Medlik سنة 1974 في كتابهما السياحة في الماضي والحاضر والمستقبل إلى 5 خصائص شاملة للسياحة وهي: (Bhattacharya, 2013, pp. 3-4)

- السياحة هي مزيج من الظواهر والعلاقات بين عدة عوامل وليس واحدة.
- تنشأ هذه الظواهر والعلاقات من حركة الأشخاص إلى مختلف الجهات والبقاء فيها؛ هناك عنصر ديناميكي (الرحلة) وعنصر ثابت (الإقامة).
- تكون الرحلة والإقامة في وإلى أماكن خارج مكان الإقامة والعمل المعتاد، بحيث تؤدي السياحة إلى أنشطة متميزة عن أنشطة السكان المقيمين والعاملين في الأماكن التي يسافر فيها السياح ووجهاتهم.
- الحركة إلى الجهات ذات طابع مؤقت قصير الأجل.
- تتم زيارة الجهات لأغراض غير مرتبطة بالعمل مدفوع الأجر.

ويعرفها Mathieson سنة 1982 بأنها: "حركة مؤقتة للسكان، أو الناس لمناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة، وتشمل جميع النشاطات التي تمارس في مناطق الهدف. وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات، التي تم توفيرها لممارسة هذا النشاط." (دولي، 2014، صفحة 3)

ووفقاً لـ Smith سنة 1989، فإن دوافع الأفراد للسفر متعددة ومتنوعة، لكن أساس السياحة يعتمد على ثلاثة عناصر أساسية (يجب أن تكون كلها فعالة) والتي تشكل المعادلة التالية: (walker & Carr, 2013, p. 20)

سياحة = وقت تسلية + دخل تقديري + قرارات محلية إيجابية.

كذلك أعطت عدة منظمات دولية تعريفات للسياحة، حيث قدمت لجنة عصابة الأمم سنة 1937 أولى هذه التعريفات لتعبر عن السائح بأنه: "الفرد الذي يزور دولة غير تلك التي يعيش فيها لمدة 24 ساعة على الأقل". كما أوصى الاتحاد الدولي لمنظمات السفر

الرسمية IUOTO -منظمة السياحة العالمية الآن- بتعريف للسياحة في المؤتمر الأول للأمم المتحدة للسياحة والسفر المنعقد في روما سنة 1963 حيث اقترح أنه يمكن وصف مصطلح السياح بأنهم: "الزوار المؤقتين لـ 24 ساعة على الأقل لغرض الترفيه (استجمام، رياضة، إجازة، صحة، دراسة، دين) أو للعمل أو لزيارة الأقارب أو لمهمة أو لاجتماع. وقد تم إجازة هذا التعريف من طرف خبراء الأمم المتحدة سنة 1968. (بخاري، 2012، صفحة 9)

كما عرفت المنظمة العالمية للأمم المتحدة منذ سنة 1993 بأنها: "أنشطة الأشخاص، المحددين بوصفهم زوارا". والزائر هو الشخص الذي يسافر في ظل أوضاع معينة، أي لقضاء العطلات، والترفيه والترويح، أو لأغراض العمل التجاري، أو لأغراض الصحة، أو التعليم، أو لأغراض أخرى. (الأمم المتحدة، 2011، صفحة 1)

إجمالاً يمكن تعريف السياحة بأنها: "ظاهرة تنطوي على انتقال الناس إلى أماكن خارج نطاق بيئتهم المعتادة لأغراض شخصية أو مهنية".

3.2 الطلب السياحي:

يعرف الطلب بشكل عام على أنه: "رغبة المستهلك في الحصول على السلع والخدمات ودفع الثمن عنها في وقت ومكان معينين". فيجب أن يكون الطلب مقترنا بالقدرة على الشراء لكي يكون طلباً فعلياً. ويختلف الطلب بشكل عام عن الطلب السياحي بشكل خاص بثلاثة اختلافات رئيسية هي: (صقر، سلمان، و عباس، 2018، صفحة 115)

- يتعلق بنوع معين من الخدمات تسمى بالخدمات السياحية (المنتج السياحي) والتي تلبى حاجيات السياح أثناء الرحلة السياحية؛

- يمارس من قبل شريحة محدودة من المستهلكين تسمى السياح؛

- يمارس بفترات معينة من السنة أثناء تنفيذ الرحلات السياحية، وغالباً ما يتحقق ذلك في موسم الذروة السياحي وفي المناسبات وعندما يتوفر وقت الفراغ، فالطلب السياحي مقرون بوقت الفراغ.

على هذا الأساس، يعتبر تعريف الطلب السياحي أمر غير بسيط، نظراً للطبيعة المعقدة والمتشابكة لصناعة السياحة. وقد وردت العديد من التعريفات للطلب السياحي منها تعريفه على أنه: "السوق السياحي المرتقب الذي تهدف إلى إثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف أنحاء العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية قادمة منه". كذلك يعرفه

Pearce سنة 1995 بأنه: "العلاقة بين دافع الأفراد للسفر وقدرتهم للقيام بذلك". (صحراوي، 2012، صفحة 33)

وكذلك يعرف الطلب السياحي بأنه: "تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة معينة أو دولة بحد ذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة الدوافع والرغبات والقدرات،الميول، الحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة." (عبيدات، صفحة 49)

كما يعرف الطلب السياحي بأنه: "إجمالي عدد الأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر ويستخدمون المرافق والخدمات السياحية بعيدا عن المكان الذي يعيشون فيه أو يعملون فيه". (Mandiri, 2022, p. 343)

ويمتاز الطلب السياحي بالخصائص التالية: (بن شوك، 2018، الصفحات 26-

(27

الحساسية: وتعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة اتجاه الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها، السائدة في الدول المستقبلية للسياحة، حيث أن مواجهة إحدى هذه الدول لأي من المشاكل الاقتصادية كانهيار النظام الاقتصادي بها أو تدهوره، أو انتشار المشاكل الاجتماعية كالمجاعات والجرائم والكوارث الطبيعية كالبراكين والزلازل والأعاصير والسيول وغير ذلك، فإن المد السياحي إلى هذه الوجهات سيتقلص بالضرورة، ويمكن أن ينسحب منها تماما، لأن السائح بطبعه يبحث عن المتعة والترفيه وإشباع حاجياته ورغباته المختلفة في محيط بعيد عفا المشاكل، أي أن المناخ السياحي في الوجهات السياحية غير الملائم للتحركات والنشاطات السياحية قد يقلل الطلب السياحي عليها، حتى وان كانت تتمتع بمقومات سياحية كبيرة.

المرونة: وتعني درجة استجابة الطلب السياحي للتغيرات في هيكل الأسعار أو التغيرات في الأحوال الاقتصادية أو السياحية. فعادة يبني السائح قراراته الخاصة باختيار الرحلة السياحية المناسبة بالدرجة الأساس على عامل السعر، وان تغير طفيف في أثمان الخدمات السياحية سوف يؤدي إلى تغير في الكميات المطلوبة من قبل السياح، كما أن الطلب السياحي يكون مرنا بالنسبة للدخل، فقد اتضح بالواقع العملي أنه إذا حدثت زيادة في الدخل فإن الطلب على السياحة سوف يزداد وبنسبة تفوق التغير النسبي في الدخل.

الموسمية: يقصد بموسمية الطلب السياحي اتجاه هذا الطلب إلى الارتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة بالمناخ والأعياد أو مناسم معينة، حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين، ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلية لهم أيضا، ففي الدول المصدرة توجد مواسم خاصة بها تزداد الحركة السياحية القادمة منها حسب كل منطقة من مناطق السوق السياحي الخارجي.

التوسع: يميل الطلب السياحي عادة إلى التوسع والزيادة سنويا بمعدلات متفاوتة متغيرة من سنة إلى أخرى، تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلية لهم.

وتوجد عدة أنواع للطلب السياحي هي:

الطلب الفعال: ويمثل هذا النوع من الطلب عدد الأفراد المشاركين في الرحلات السياحية الذين تتوفر لديهم كافة المقومات المشجعة مثل الرغبة في السفر، توفر وقت الفراغ، القدرة على دفع النفقات، توفر المنبه أو المثير. ويمكن الاستعانة بالإحصائيات الرسمية لتحديد هذا النوع من الطلب.

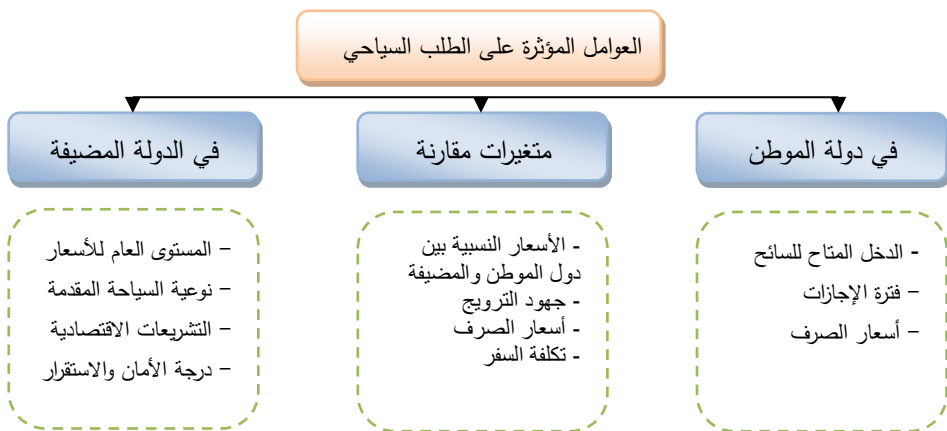
الطلب الخامد: يسمى كذلك بالطلب غير الفعال، يشمل الأفراد الذين لديهم الرغبة للمشاركة في التجربة السياحية ولكنهم لا يستطيعون تحقيق ذلك بسبب عدم وجود المنبه أو المثير. وهنا لا بد من الإقرار بأهمية الخوض في موضوع خلق المنبه أو المثير، حيث يمكن أن ينشأ هذا المثير من خلال ثلاث مجموعات من العوامل يتعلق الأول منها بوعي الفرد حول أهمية المشاركة في التجربة السياحية، أما النوع الثاني فله علاقة بصفات وخصائص المنتج السياحي، بينما يختص النوع الأخير بصفات الفرد الديموغرافية.

الطلب المشتق: يمتاز هذا النوع من الطلب بعدم وجود جهة قصد واحدة، حيث يسعى بعض الأفراد زيارة أكبر قدر ممكن من المناطق بأقل تكلفة ممكنة.

عدم وجود طلب: هذا النوع من الطلب يشير إلى وجود مجموعات من الأفراد لا يرغبون بالسفر بسبب عدم إيمانهم بجدوى المشاركة بالتجربة السياحية أو لظروفهم الصحية... الخ. وأيما كان، فإن الطلب على الخدمات السياحية هو طلب متزايد ومتنامي ومتسع، بمعنى أنه متزايد بتزايد عدد السياح ومتنامي في حجم الإنفاق على الخدمات السياحية ومتسع لأنه يشمل قطاعات جديدة من الأفراد، ومن المناطق التي يتم اكتشافها وتدخل إلى

مجال الأماكن السياحية. وينظر السائح عادة للسياحة كسلة من السلع والخدمات لها سعر إجمالي. ويتأثر طلبه عليها بعدة عوامل يمكن تلخيصها في الشكل التالي: (كافي، 2016، الصفحات 179-180)

شكل رقم (01): العوامل المؤثرة على الطلب السياحي



المصدر: (كافي، 2016، صفحة 180)

يوضح لنا الشكل رقم (01) أن هناك ثلاث عوامل رئيسية تؤثر على الطلب السياحي، يتمثل العامل الأول في خصائص دولة الموطن للسائح كالدخل المتاح ووقت الفراغ والسياسات الضريبية... الخ. ويتمثل العامل الثاني في خصائص الدولة المضيف للسياح وما توفره من مقومات سياحية وأسعار تنافسية ودرجة الاستقرار الأمني... الخ. في حين أن العامل الثالث يتمثل في متغيرات المقارنة بين الدول الموطن والدول المضيف كتكاليف الرحلة السياحية وأسعار الصرف بين الدولتين.

3. مدخل للتطور المالي وإسهاماته في الطلب السياحي:

1.3 تمهيد:

من المعروف أن قطاع السياحة يجلب فوائد ومزايا كبيرة للبلدان المضيفة. فالسياحة تلعب دورا مهما في تحقيق نمو وتنمية اقتصادية أسرع. وهناك عدد من الدراسات التي فحصت الدوافع الرئيسية للطلب السياحي، وكانت المؤشرات الأكثر تأثيرا هي النمو الاقتصادي، الطاقة، التضخم، سعر الصرف. ومع ذلك، من بين عوامل أخرى، يعتقد أن التطور المالي قد يلعب أيضا دورا مهما في اختيار السياح لوجهاتهم.

2.3 مفهوم تطور القطاع المالي:

من الناحية المثالية، يمثل التطور المالي: "السهولة التي يمكن بها الجمع بين المقترضين والمدخرين، وبمجرد أن يجتمعا، تكون هناك ثقة يتمتع بها كل منهم للآخر". وبالتالي، يجب أن يكون التطور المالي مرتبطاً بمجموعة متنوعة من الوسطاء والأسواق المتاحة، والكفاءة التي يؤديون بها وظائف التقييم، والمراقبة، وإصدار الشهادات، والاتصالات والتوزيع، والإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن هذا الأداء. (Rajan & Zingales, 1998, p. 596)

وتعرف أيضاً الأدبيات الاقتصادية التطور المالي على أنه: "تحسين في كمية، نوعية وكفاءة خدمات الوساطة المالية." تتضمن هذه العملية مزيجاً يضم العديد من الأنشطة والمؤسسات، التي لا يمكن استيعابها بمقياس واحد، بل هي ظاهرة عامة متعددة الأوجه. (Calderón & Liu, 2003, p. 326)

ويعرف التطور المالي بشكل عام بأنه: "زيادة كفاءة تخصيص الموارد المالية ومراقبة المشاريع الرأسمالية، من خلال تشجيع المنافسة وزيادة أهمية النظام المالي". بمعنى آخر، يتعلق التطوير بهيكل وحجم وكفاءة النظام المالي. (Huang, 2006، صفحة 2)

وفي تعريف آخر، يمكن تعريف التطور المالي على أنه: "التطورات في حجم النظام المالي وكفاءته واستقراره والوصول إليه". (Bali Eryigit & Dulgeroglu, 2014, p. 263)

وتستكشف مجموعة واسعة من الأبحاث كيفية تفسير تكاليف الحصول على المعلومات وإنفاذ العقود وإجراء المعاملات لظهور الأدوات المالية، الأسواق المالية والوسطاء الماليين. تشكل الأنواع والتوليفات المختلفة للمعلومات والإنفاذ وتكاليف المعاملات بالاقتران مع مختلف الأنظمة القانونية والتنظيمية والضريبية شكل وتشغيل الأدوات المالية والأسواق والوسطاء. طبقاً لهذا المفهوم، يحدث التطور المالي: "عندما تقوم الأدوات المالية والأسواق والوسطاء بتحسين تأثير المعلومات والإنفاذ وتكاليف المعاملات على تخصيص الموارد". (Levine, 2021, p. 12)

ومع ذلك، فإن تعريف التطور المالي من حيث الدرجة التي يخفف بها النظام المالي من عيوب السوق، يعتبر ضيقاً للغاية، ولا يوفر الكثير من المعلومات حول

الوظائف الفعلية التي يوفرها النظام المالي للاقتصاد ككل. هكذا، فإن العديد من الاقتصاديين لديهم تعريفات أوسع تركز على ما يفعله النظام المالي بالفعل. على مستوى أوسع، يمكن تعريف التطور المالي على أنه: "تحسينات في جودة خمس وظائف مالية رئيسية هي: (1) إنتاج ومعالجة المعلومات حول الاستثمارات المحتملة وتخصيص رأس المال بناء على هذه التقييمات؛ (2) مراقبة الأفراد والشركات وممارسة حوكمة الشركات بعد تخصيص رأس المال؛ (3) تسهيل المتاجرة وتوزيع وإدارة المخاطر؛ (4) تعبئة المدخرات وتجميعها؛ و(5) تسهيل تبادل السلع والخدمات والأدوات المالية". (Čihák, Demirgüç-Kunt, Feyen, & Levine, 2013, p. 6)

3.3 التطور المالي والطلب السياحي - دراسة نظرية وشواهد تطبيقية:

نظرا لأهمية قطاع السياحة في النمو الاقتصادي، ساهمت العديد من الدراسات في استكشاف المحركات الرئيسية للطلب على السياحة، حيث كان النمو الاقتصادي أكثر المؤشرات تأثيرا فيها، كذلك كان لاستهلاك الطاقة ووارداتها والتضخم وسعر الصرف دور في تفسير هذا الطلب. ومع ذلك، فإن دور التطور المالي في الطلب السياحي حديث العهد. فقد كشف عدد ملحوظ من الدراسات أن تحرير القطاع المالي وتحديثه وتطوره ضروري لزيادة الطلب السياحي في البلاد.

من الناحية النظرية، هناك منظوران مختلفان لربط التطور المالي بالطلب السياحي

هما:

أولاً: منظور الطلب

تعزز المستويات الأعلى من التطور المالي في البلد المستقبل للسياح، السياحة، لأنها تمكن السائحين من الوصول إلى الخدمات المصرفية والمالية والاستثمارية أثناء استمتاعهم بعطلتهم. يمكن للسياح أيضا التداول في الأسواق المالية أثناء العطلة إذا كان القطاع المالي في البلد المستقبل للسائحين متطورا بشكل جيد. أيضا قد يؤدي نقص الخدمات المالية في وجهة معينة إلى تثبيط السائحين عن زيارة هذه الأماكن (Tsauroi, 2018, p. 101)

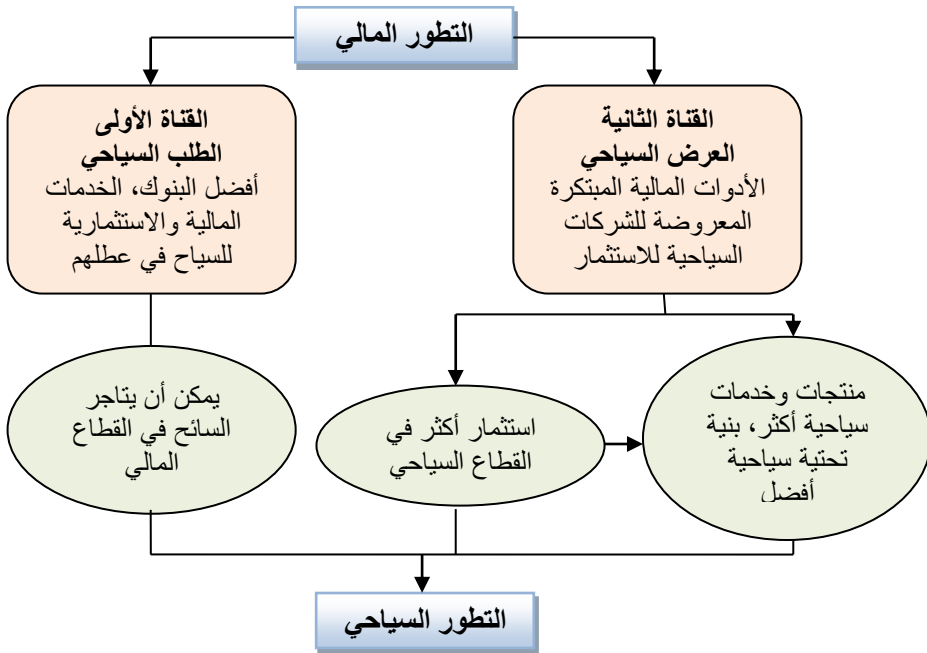
ثانياً: منظور العرض

التطور المالي، من خلال البنوك والأسواق المالية التي تعمل بشكل جيد، يوفر المزيد من الفرص لمشغلي السياحة للحصول على الأموال للاستثمار في أعمالهم وتطوير

المزيد من المنتجات والخدمات السياحية. علاوة على ذلك، فإن المزيد من الوصول إلى التمويل مع التطور المالي العالي سيسمح أيضا لهذه الشركات بتحسين البنية التحتية للسياحة مثل الفنادق الأفضل، والمزيد من الغرف الفندقية، وتحسين الخدمات العامة. سيؤدي التطور المالي الأفضل إلى جلب أنواع مختلفة من الاستثمارات، بما في ذلك الاستثمار في المنتجات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق ومنظمي الرحلات السياحية والمطاعم والمتنزهات الترفيهية وما إلى ذلك. (Liao, et al., 2018, pp. 2-3)

يمكن توضيح القناتين التي يؤثر بهما التطور المالي على الطلب السياحي بالشكل رقم (2)

شكل رقم (2): آليات الانتقال من التطور المالي إلى الطلب السياحي



المصدر: (Fauzel & Seetana, 2021, p. 3)

علاوة على المنظورين السابقين، هناك أيضا منظور نفسي لربط التطور المالي بالطلب السياحي، فقد اعتاد الناس من البلدان المتقدمة على البنية التحتية والمرافق الحديثة، وتشمل الخدمات المصرفية وغيرها من الخدمات المالية التي تسمح بتقديم خدمات

عالية الجودة. يفضل هؤلاء السياح الحفاظ على نفس وسائل الراحة الموجودة في المنزل أثناء السفر. بطريقة غير مباشرة كذلك، يرتبط التطور المالي بتعزيز سهولة ممارسة الأعمال التجارية وكمصدر إضافي لرأس المال الذي يعد عاملا حاسما للاستثمار الأجنبي المباشر في صناعة السياحة، لا سيما لجذب سلاسل الفنادق والمطاعم الدولية وكذلك منظمي الرحلات في البلاد. غالبا ما يستشهد بمثل هذه المنتجات السياحية والمطاعم كجاذب مهم للسياحة، خاصة بالنسبة لشريحة الدرجة العالية نظرا لسمعتها التجارية وتجربة المسار المؤكدة التي تؤثر بشكل إيجابي على نفسية السائحين المحتملين. في الواقع، أفاد الأونكتاد سنة 2007، أن الشركات المتعدية الجنسيات ذات الصلة بالسياحة لديها القدرة على التأثير بشكل إيجابي على الاعتراف الدولي بالوجهات مع تحسين صورة المقاصد. على هذا النحو، يوفر الاستثمار الأجنبي المباشر في الفنادق وغيرها من الأعمال السياحية أيضا الوصول إلى التسويق العالمي وشبكات التوزيع العالمية. أخيرا، من المرجح أيضا أن يقوم مشغلو السياحة المتعدية الجنسيات بنشر التكنولوجيا والقدرات الإدارية وأفضل الممارسات الأخرى لصالح الشركات المحلية أيضا. (Fauzel & Seetana, 2021, pp. 3-4)

ولقد أكد Franks و Mayer سنة 1990، على أن شركات السياحة لا يمكن أن تنمو إلا إذا تم اتباع ممارسات حوكمة الشركات الصارمة في جميع أنحاء القطاع. وجدالا كذلك بأنه لا يمكن تحقيق ذلك إلا إذا تم تنظيم النظام المالي بشكل جيد بطريقة تحقق الكفاءة في صناعة السياحة. كذلك، لاحظ Williams و Balaz سنة 2015، أن شركات السياحة تعمل في قطاعات اقتصادية محفوفة بالمخاطر وحساسة للغاية يمكنها الاستجابة لأدنى التغييرات في البيئات والقضايا السياسية والاقتصادية والجيوسياسية. لمواجهة هذه التحديات، يمكن القطاع المالي المتطور شركات السياحة من تنويع مخاطرها من خلال استخدام منتجات التحوط والتأمين. (Tsurai(a), 2022, p. 85)

إن قنوات تأثير التطور المالي على الطلب السياحي متعددة ومتداخلة، وقد أعد Tsurai سنة 2022، ملخص لأهم هذه القنوات من الدراسات التجريبية السابقة تعرضها في الجدول رقم (1).

جدول رقم (1): قنوات تأثير التطور المالي على الطلب السياحي

الباحث	العينة	الفترة	التقدير	النتائج
Khanna and Sharma (2020)	207 دولة	1995-2018	تحليل بيانات Panel	جذبت الأسواق المالية المتقدمة المزيد من السياح في جميع البلدان التي شملتها الدراسة.
Ohlan (2017)	الهند	1960-2014	الانحدار الذاتي الموزع	وجود علاقة سببية ثنائية الاتجاه بين التطور المالي والسياحة.
Tsaurai (2018)	دول إفريقيا الجنوبية	1995-2014	المربعات الصغرى المجمعة، أثر عشوائي، أثر ثابت	عزز التكامل بين السياحة والتطور المالي النمو الاقتصادي في بلدان الجنوب الأفريقي التي شملتها الدراسة
Rasool et al (2021)	بريكس	1995-2015	تحليل بيانات Panel	وجود علاقة تكامل مشترك بين السياحة والتطور المالي والنمو الاقتصادي
Gao et al (2022)	دول متقدمة ونامية	2019، 2020	تحليل بيانات مقطعية	تم تعزيز تنمية السياحة في الصين من خلال نمو الشمول المالي.
Ibrahim (2021)	الهند	بيانات أولية	إحصاءات وصفية	لعبت المؤسسات المالية دورا كبيرا في تمكين شركات السياحة من دعم إنشاء الأصول وبدء مشروع تجاري جديد.
Habib et al (2019)	بنغلادش	1995-2016	VECM	يؤدي تقديم المزيد من الائتمان لتطوير البنية التحتية إلى تعزيز صناعة السياحة في بنغلادش
Yenişehirlioğlu and Bayat (2019)	MENA	1995-2016	تحليل بيانات Panel	تم تأكيد العلاقة بين الدخل السياحي والتطور المالي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا

وجود علاقة سببية ثنائية الاتجاه بين التطور المالي والسياحة	ECM	1995- 2016	الدول الافريقية	Ehigiamusoe (2021)
في غالبية البلدان، كان للتطور المالي تأثير إيجابي كبير على تنمية السياحة	تحليل بيانات Panel	1995- 2017	أفضل دول المقصد السياحي	Al-Mulali et al (2020)
وجد أن التطور المالي قد جذب السياح إلى المملكة العربية السعودية.	ARDL	1990- 2018	السعودية	Jamel (2020)
التطور المالي والسياح الدوليين الوافدين يختلفان بشكل مباشر	ARDL	2012- 2018	MENA	Wada (2021)
وجود علاقة طويلة الأمد بين التنمية المالية والسياحة	تحليل بيانات Panel	1995- 2016	بعض دول ASEAN	Nesti (2018)

المصدر: (Tsurai(a), 2022, pp. 86-87).

تظهر نتائج البحوث التجريبية المعروضة في الجدول رقم (1)، أن تأثير التطور المالي على نمو السياحة رباعي الاتجاهات. أولاً، التطور المالي يعزز السياحة. ثانياً، تأثير التطور المالي على السياحة مهمل للغاية. ثالثاً، هناك علاقة تغذية مرتدة بين التطور المالي والسياحة. رابعاً، يجب أن تتوفر عوامل أخرى في الدولة المستقبلية للسائحين حتى يكون تأثير التطور المالي على السياحة إيجابياً وهاماً. هذه النتائج مختلطة ومتباينة ومتضاربة، وبالتالي لا تزال خالية من الإجابة المرضية عن تأثير التطور المالي على السياحة. (Tsurai(a), 2022, p. 87)

4. الدراسة تطبيقية:

1.4 تمهيد:

يعد قطاع السياحة أحد أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في مختلف البلدان المتقدمة والنامية. نظراً لأهمية قطاع السياحة في النمو الاقتصادي. وقد حددت الأدبيات الاقتصادية للطلب السياحي عدداً من العوامل التي تؤثر على السائح، والتي من بينها التطور المالي في البلد المضيف، الذي يعزز السياحة بشكل أساسي من خلال الوظائف التي يقدمها والتي تساعد السائح على الوصول إلى الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية أثناء قضاائه لعطلته.

2.4 تعيين النموذج:

أ. تحديد

لغرض الكشف عن الدور الذي يلعبه التطور المالي في الطلب السياحي، نقوم ببناء النموذج التالي:

$$TOU_{it} = \beta_0 + \beta_1 FD_{it} + \beta' X_{it} + v_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}$$

بحيث:

TOU: تمثل الطلب السياحي، FD: تمثل التطور المالي، X: تمثل المتغيرات المراقبة، v : الأثر الخاص بالبلد، λ : الأثر الخاص بالفترة، ε : حد الخطأ العشوائي، i البلد، t الفترة.

لقد استتدت صياغة النموذج القياسي إلى دالة الطلب السياحي الدولي، التي غالباً ما تم استخدامها في الأبحاث ذات الصلة في الدراسات السابقة. حيث أنها توفر إطاراً فعالاً للتحقق من العوامل المحددة للطلب السياحي إلى وجهة محددة. وفي دراستنا، تم تضمين متغير التطور المالي، الذي يعتبر عاملاً محتملاً مهماً في دراسات الطلب على السياحة.

ب. تحديد متغيرات النموذج

تتمثل متغيرات النموذج في:

- متغير الطلب السياحي TOU: سوف نعلم على مؤشرين لقياس مستوى الطلب السياحي:

* مؤشر السائحون الدوليون الوافدون باللوغارتم Tnu: وهم عدد السائحين المسافرين إلى بلد آخر غير البلد الذي به إقامتهم المعتادة، لفترة لا تزيد على 12 شهراً وغرضهم الرئيسي من الزيارة ليس اشتغالهم بنشاط يحصلون مقابلته على تعويض من داخل البلد الذي تمت زيارته.

* مؤشر نفقات السياحة الدولية باللوغارتم Tex: تتكون نفقات السياحة الدولية من نفقات الزوار الدوليين المسافرين للخارج في بلدان أخرى بالدولار الأمريكي.

تم استخدام المؤشرين السابقين للمتغير التابع في هذه الدراسة، على ضوء اقتراح Theobald سنة 2005. وذلك لأن استخدام عدد الوافدين يصف الكمية فقط، لذلك تميل نتائج تقدير الطلب السياحي إلى التحيز. على سبيل المثال، يتم حساب عدد السياح الوافدين من عدد السياح الذين يغادرون مكتب الهجرة. لنفترض أن مواطننا دولياً يمر عبر

بلد ما، لهذا يعتبر قادما سائحا، حتى لو لم يكن الشخص في إجازة في تلك الدولة أما مارا بها فقط (Transit). بالتالي هو يزيد من عدد السائحين الوافدين، لكن هذا لا يعني أن الطلب على السياحة مرتفع. لذلك تم إضافة مؤشر الإنفاق السياحي لإعطاء تمثيل أكثر للطلب السياحي. (Mandiri, 2022, p. 345)

- **متغير التطور المالي FD**: سوف نعتمد على مؤشر العمق المالي M3 لقياس مستوى التطور المالي: يتمثل هذا المؤشر في المعروض النقدي بمعناه الواسع نسبة إلى إجمالي الناتج المحلي.

- **متغيرات مراقبة X**: سوف نعتمد على مجموعة من المتغيرات ذات الأثر النظري على الطلب السياحي، وهي:

- إجمالي الناتج المحلي الفردي باللوغاريتم GDP_{pc} : نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي هو الناتج المحلي الإجمالي مقسوما على عدد السكان في منتصف العام. البيانات ثابتة بالدولار الأمريكي لعام 2015.

- معدل التعليم في المرحلة الثانوية Ses : هو إجمالي الطلاب الملتحقين بالتعليم الثانوي، بصرف النظر عن السن، معبرا عنه كنسبة مئوية من السكان في السن الرسمي للالتحاق بالتعليم الثانوي.

- معدل التضخم INF : يعكس التضخم كما يقيسه مؤشر أسعار المستهلكين التغير السنوي للنسبة المئوية في التكلفة على المستهلك المتوسط للحصول على سلة من السلع والخدمات التي يمكن أن تثبت أو تتغير على فترات زمنية محددة.

- التلوث Co_2 : انبعاث غاز الكربون.

- الانفتاح التجاري TRA : هي مجموع الصادرات والواردات من السلع والخدمات المقاسة كحصة من الناتج المحلي الإجمالي.

تم اختيار المتغيرات المراقبة المدرجة في دالة الطلب السياحي من خلال توافر البيانات والبحوث التجريبية المماثلة حول هذا الموضوع.

ج. العينة وفترة الدراسة

لقد اعتمدنا بيانات Panel لهذه الدراسة، وذلك من خلال الاعتماد على مختلف دول العالم خلال الفترة الممتدة بين 1995-2020 التي توفرت فيها البيانات. تم الحصول على البيانات من قاعدة بيانات البنك الدولي World Development Indicators.

3.4 الإحصاءات الوصفية:

يتضمن الجدول رقم (2) بعض الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة.

جدول رقم (2): الإحصاءات الوصفية لعينة الدراسة

. summarize Tnu Tex M3 GDPpc Ses INF CO2 TRA

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Tnu	4136	6.127403	.9191814	2.845098	8.338211
Tex	3673	8.825138	.9146326	5	11.2697
M3	3668	54.78059	42.96524	2.857408	454.7177
GDPpc	4529	3.695137	.6436443	2.337708	5.281474
Ses	3079	79.31129	30.25655	5.2834	163.9347
INF	4072	10.13809	83.78057	-16.11733	4145.106
CO2	4126	.516735	.4979749	0	5.174556
TRA	4243	86.47526	53.74039	.0209992	442.62

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برمجية STATA.

يتضح لنا من خلال البيانات الوصفية الواردة في الجدول رقم (1)، أن المتوسط الحسابي للمؤشر الأول المعتمد لقياس الطلب السياحي وهو عدد السائحين الدوليين الوافدون هو 6.127 بانحراف معياري قدره 0.919. كذلك فإن المتوسط للمؤشر الثاني المعتمد لقياس الطلب السياحي وهو نفقات السياحة الدولية هو 6.127 بانحراف معياري قدره 0.919. الملاحظ على الإحصاءات الوصفية لهذين المؤشرين المعتمد لقياس الطلب السياحي هو التشتت الكبير لهما، وبالتالي وجود فوارق كبير بين مختلف دول العالم في عدد السياح الوافدين وكذلك في استفادتهم من الانفاق السياحي المترتب عن هذه السياحة. أما فيما يخص المتغير التابع لهذه الدراسة وهو التطور المالي، فقد سجل متوسط المؤشر الأول المعتمد لقياس هذا المتغير وهو العمق المالي نسبة قدرها 54.780 بانحراف معياري قدره 42.965. وما يلاحظ كذلك على مؤشر التطور المالي هو التشتت الكبير فيها الذي يوضحه الانحراف المعياري، كذلك هناك مدى واسع بينها. على سبيل المثال، تبلغ أدنى قيمة للعمق المالي 2.857 بالنسبة لجمهورية الكونغو الديمقراطية سنة 2001، بينما تبلغ أعلى قيمة له وهي 454.717 بالنسبة لهونغ كونغ سنة 2020. وفيما يتعلق بالمتغيرات المراقبة المعتمدة في هذا النموذج، فقد بلغ المتوسط الحسابي لإجمالي الناتج المحلي الفردي باللوغاريتم 3.695 بانحراف معياري قدره 0.643. كذلك بلغ متوسط معدل التعليم في المرحلة الثانوية 79.311% خلال فترة

الدراسة بانحراف معياري قدره 30.256%. بينما بلغ المتوسط الحسابي لكل من معدل التضخم، التلوث والانفتاح التجاري 10.138%، 0.516 و 86.475 على الترتيب.

4.4 نتائج التقدير:

تم استخدام طريقة OLS مع أثر ثابت لتقدير نموذج دور التطور المالي في الطلب السياحي للفترة 1995-2020. نتائج التقدير نعرضها في الجدول رقم (3).

الجدول رقم (3): نتائج تقدير نموذج دور التطور المالي في الطلب السياحي للفترة

2020-1995

Dep Var	Tnu (1)	Tex (2)
FD	0.0014*** (0.000)	0.0023*** (0.000)
GDPpc	2.0371*** (0.000)	2.3613*** (0.000)
Ses	0.0013*** (0.004)	0.0004 (0.376)
INF	-0.0001 (0.194)	-0.0001 (0.367)
Co2	0.143*** (0.000)	0.0984*** (0.002)
TRA	0.00007*** (0.792)	0.0008*** (0.004)
Constant	-1.398*** (0.000)	0.025 (0.923)
N of obs	1945	1835
N of groups	132	129
F	431.94 (0.000)	473.02 (0.0000)
Hausman	119.05 (0.0000)	195.56 (0.0000)

***: معنوية عند 1%، **: معنوية عند 5%، *: معنوية عند 10%. () القيم بين قوسين تمثل القيم P-value للاختبار.

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات برمجية Stata.

إن نتائج التقدير المعروضة في الجدول رقم (3) توضح لنا وجود دور موجب ومعنوي للتطور المالي على الطلب السياحي خلال فترة الدراسة، بحيث أن المعلمة المقدره لمؤشر التطور المالي في المعادلة (1) والتي قدرها 0.0014 جاءت معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 1% عند استخدام عدد السائحين الوافدين كمؤشر للطلب السياحي. كذلك جاءت قيمة هذه المعلمة مساوية للمقدار 0.0023 وهي معنوية كذلك عند مستوى معنوية قدره 1% في المعادلة رقم (2) عند استخدام المؤشر الثاني المعتمد لقياس الطلب السياحي وهو نفقات السياحة الدولية. نلاحظ كذلك أن هذا الدور الموجب للتطور المالي على الطلب السياحي يكون أكثر وضوح عند استخدام مؤشر نفقات السياحة الدولية.

هذه النتائج تؤكد على أن مؤشر العمق المالي المعتمد لقياس التطور المالي له دور إيجابي وبشكل ملحوظ على الطلب السياحي. تتماشى هذه النتيجة مع عدة نتائج لدراسات سابقة التي وجدت أن عمق القطاع المالي، المتمثل في ارتفاع المعروض النقدي، يؤثر بشكل كبير على عدد السائحين الوافدين وكذا على إنفاقهم السياحي.

وفيما يتعلق بالمتغيرات المراقبة المعتمدة في النموذج. فقد أشارت نتائج التقدير في المعادلتين على وجود أثر موجب ومعنوي للنمو الاقتصادي على الطلب السياحي. عادة، نتوقع أن يفضل السائحون الذهاب إلى البلدان التي وصلت إلى مستوى كبير من التطور. وهذا ما يؤكد على فرضية قيادة الطلب السياحي بواسطة النمو الاقتصادي. متغير معدل التعليم في المرحلة الثانوية يظهر تأثير إيجابي على الطلب السياحي في معادلة (1)، بينما لا يظهر تأثير معنوي في المعادلة رقم (2)، حيث أن المستويات العالية من تنمية رأس المال البشري في بلد المقصد تجذب المزيد من السياح لأن الموظفين المتعلمين والمهرة أكثر قدرة على تقديم خدمات مالية عالية الجودة للسياح.

معدل التضخم جاء بإشارة سالبة ولكن غير معنوية في المعادلتين، وهذا مرده إلى أن السائح الدولي يجلب عادة معه العملية الصعبة لغرض إنفاقها في المقصد السياحي، وبالتالي فإن أثر التضخم على إنفاقه يكون محدود. يظهر متغير التلوث تأثيراً إيجابياً ومعنوياً على الطلب السياحي في المعادلتين، وهذا بسبب أن معظم السياحة الدولية تذهب إلى الدول المتقدمة الصناعية التي تعتبر من أكبر الدول الملوثة للبيئة. لا يظهر متغير الانفتاح التجاري تأثير معنوي على الطلب السياحي في المعادلة (1) بينما يظهر تأثير موجب ومعنوي في المعادلة (2). يصف الانفتاح التجاري اقتصاد الدولة من وجهة نظر

التجارة الدولية. إذا كانت دولة ما منفتحة على التجارة الدولية، فإن الدولة تميل إلى أن تكون منفتحة أيضا على السياح الدوليين الوافدين.

إن نتائج اختبار Hausman لتحديد النموذج، تؤكد على صحة اختيار نموذج أثر ثابت، وذلك لأن قيمة مستوى معنوية الاختبار في كلتا المعادلتين جاءت قيمتها أقل من القيمة الحرجة للاختبار والمقدرة بـ 0.05. كذلك فإن اختبار Fisher يؤكد على سلامة الشكل الرياضي المختار لتمثيل دالة الطلب السياحي، وذلك لان مستوى معنوية الاختبار في المعادلتين جاء أيضا أقل من القيمة الحرجة 0.05.

5. خاتمة:

تعتبر السياحة نشاط اقتصادي عالمي رئيسي، وهي عنصر مهم لنمو الاقتصاد من خلال آثارها على خلق فرص العمل، وتوفير البنية التحتية، تسريع ضرائب والدخل والصادرات، وتعزيز السلام العالمي. حيث أن الأثر الإيجابي للسياحة على التنمية غدا أمرا محسوم، ما هو أكثر أهمية من ذلك، هو فهم محددات الطلب السياحي لتطوير وتنفيذ سياسات تهدف إلى تعزيز النمو الاقتصادي الذي تقوده السياحة. هناك عدد من الدراسات حول مختلف المحددات الرئيسية للطلب السياحي، وأحد هذه المحددات هو التطور المالي الذي أشارت العديد من الأدبيات النظرية إلى أن التطور المالي يعزز الطلب السياحي من خلال عديد الوظائف التي يقدمها والتي تعمل في مجملها على جعل السائح مرتاح في عطلته.

وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- التطور المالي يلعب دورا مهما في تعزيز الطلب السياحي في دول الدراسة، وهو يزيد من وصول عدد السياح الدوليين وكذا نفقاتهم لأنه يوفر لهم من جانب الطلب والعرض مختلف الخدمات المالية والمصرفية والاستثمارية اللازمة لقضاء عطلم في أحسن الظروف.

- وجود أثر موجب ومعنوي هام للنمو الاقتصادي على نمو الطلب السياحي. هذه النتائج تؤكد على أن النمو الاقتصادي يجذب السياح ويزيد من إنفاقهم لأنه يمكنهم من الاستمتاع بعطلم حيث يمكنهم الوصول بسهولة إلى خدمات عالية النطاق خلال فترة إقامتهم.

- نظرا لأن التطور المالي يعتبر عامل محدد للطلب السياحي في معظم البلدان، فمن المهم تعزيز التطور في القطاع المالي، وتشجيع استخدام التكنولوجيا المالية، وتحسين البنية التحتية المالية.

6. المراجع:

- Bali Eryigit, S., & Dulgeroglu, E. (2014). How to Measure the Level of Financial Development. In Ö. Olgu, & H. Dinçer, Handbook of Research on Strategic Developments and Regulatory Practice in Global Finance (pp. 260-286). IGI Global.
- Bhattacharya, S. (2013). A study on adventure tourism as an emergent sector in West Bengal. Unpublished Doctoral dissertation . University of Burdwan, India.
- Calderón, C., & Liu, L. (2003). The direction of causality between financial development and economic growth. *Journal of Development Economics* (72), 321-334.
- Čihák, M., Demirgüç-Kunt, A., Feyen, E., & Levine, R. (2013). Financial Development in 205 Economies, 1960 to 2010. Working Paper No. 18946, NBER .
- Fauzel, S., & Seetana, B. (2021). Does financial development spur tourism growth? A dynamic time series analysis for the case of an SIDS. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* .
- Levine, R. (2021). Finance, Growth, and Inequality. IMF Working Paper N°21/164, IMF.
- Liao, K.-C., Yue, M.-Y., Sun, S.-W., Xue, H.-B., Liu, W., Tsai, S.-B., et al. (2018). An Evaluation of Coupling Coordination between Tourism and Finance. (MDPI, Ed.) *Sustainability* , 10 (7), 1-23.
- Mandiri, B. (2022). Does Good Financial Development Attract Tourists? Evidence From ASEAN Countries. *Journal of Developing Economies* , 7 (2), 342-353.
- Rajan, R., & Zingales, L. (1998). Financial Dependence and Growth. (A. E. Association, Ed.) *The American Economic Review* , 88 (3), 559-586.
- Tsaurai(a), K. (2022). Is Financial Development a Determinant of Tourism? A Case of Selected Emerging Markets. *Acta Universitatis Danubius. (Economica)* , 18 (4), 80-99.

Tsaurai, K. (2018). *The Role of Financial Sector Development in the Tourism- Growth Nexus: A Case of Southern African Countries. Journal of Economics and Behavioral Studies* , 10 (3), 100-110.

walker, C., & Carr, N. (2013). *Tourism and archaeology: An introduction. In C. Walker, & N. Carr, Tourism and archaeology: Sustainable meeting grounds (pp. 11-36). USA: Left Coast Press, INC.*

Wei Huang .(2006) .*Emerging Markets Financial Openness and Financial Development .Discussion Paper No. 06/588 ،University of Bristol ، Bristol.*

الأمم المتحدة. (2011). التوصيات الدولية المتعلقة بإحصائيات السياحة 2008. نيويورك. سعد دولي. (2014). آليات ترقية السياحة في الجزائر وآثارها على التنمية المستدامة. أطروحة دكتوراه غير منشورة . جامعة الأغواط، الجزائر.

سعاد دولي، أحمد بوسهمين، و فراحي بلحاد. (2016). تجارب ناجحة في تكريس مفهوم السياحة الحلال. المجلة العالمية للتسويق الاسلامي ، 5 (3)، 32-42.

شريف غياط، و محي الدين مكاحلية. (08-09 نوفمبر 2015). السياحة العلاجية كشريك حقيقي لبعث وتجسيد التنمية المحلية المستدامة بولاية قلمة العقبات والحلول. الملتقى الدولي: المقاولاتية و دورها في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر .

عبلة بخاري. (2012). اقتصاديات السياحة. تاريخ الاسترداد 10 01، 2023، من [https://www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/TE%20\(1\).pdf](https://www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/TE%20(1).pdf)

محمد عبيدات. التسويق السياحي: مدخل سلوكي. الأردن: دار وائل للنشر. محمد علي صقر، حيان أحمد سلمان، و لورا محمد عباس. (2018). دراسة تحليلية لأثر الأزمة الراهنة على الطلب السياحي في المنشآت الفندقية في محافظة اللاذقية . مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، 40 (2)، 111-127.

مروان صحراوي. (2012). التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي: حالة الجزائر. مذكرة ماجستير غير منشورة . جامعة تلمسان، الجزائر .

مصطفى يوسف كافي. (2016). فلسفة اقتصاد السياحة والسفر. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.

وهيبة بن شوك. (2018). محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر: نموذج الجاذبية باستخدام بيانات البانل خلال الفترة (2000-2016). أطروحة دكتوراه غير منشورة . جامعة بومرداس، الجزائر .