



T.C.

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE ve SEÇİLİ AB ÜLKELERİNİN TURİZM SEKTÖRLERİNİN
EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ: 2000-2020 YILLARI ÜZERİNE BİR
UYGULAMA**

Cemal YALÇINÖZ

205011015

Tez Danışmanı:

Prof. Dr. Mehmet Emin ERÇAKAR

Bandırma 2022

T.C

BANDIRMA ONYEDİ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

Yüksek Lisans Tezi

**TÜRKİYE ve SEÇİLİ AB ÜLKELERİNİN TURİZM
SEKTÖRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ: 2000-2020
YILLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA**

Cemal YALÇINÖZ
205011015

Tez Danışmanı:

Prof. Dr. Mehmet Emin ERÇAKAR

Bandırma 2022

ÖZET

YALÇINÖZ, Cemal. Türkiye ve Seçili AB (Avrupa Birliği) Ülkelerinin Turizm Sektörlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: 2000-2020 Yılları Üzerine Bir Uygulama, Yalova, 2022

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörü, turistik amaçla yapılan harcamalarda işletmelere gelir, sektördeki yatırımların etkisinde üretim ve istihdam artışı, üretim ve istihdamın artmasında ise bölge gelir düzeyini arttırmaktadır. Dolayısıyla turizm, ekonomik büyümeyi ve bölgesel kalkınmaya önemli katkıları bulunan bir sektör konumundadır. Bu çalışmayla turizm ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin ekonometrik analizler çerçevesinde incelenmesi ve ekonometrik analiz sonuçlarına göre değişkenler arasındaki sonuçların elde edilmesi amaçlanmaktadır.

Literatürdeki turizm-ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalarda genellikle tek ülke kapsamında ekonometrik analiz olarak zaman serisi kullanılmıştır. Son dönemlerde panel veri analizi kullanan çalışmalarda ise turizm-ekonomik büyüme ilişkisi, aynı gelir grubuna ait ülke grupları veya aynı bölgede bulunan ülkeler kapsamında incelenmeye başlamıştır. Bu çalışmalar, daha tutarlı sonuçların elde edilmesine olanak sağlamaktadır. Bu sebeple çalışmada kullanılmış panel veri analizi kapsamında, Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdeniz Havzası'nda bulunan seçilmiş ülkelerin 2000-2020 yılları arasındaki değişkenlerine (reel turizm gelirleri, reel gsyih, işgücü ve brüt sabit sermaye oluşumu) ait veriler kullanılmıştır.

Çalışmada yapılan Panel Dinamik En Küçük Kareler analizi testi sonucunda, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır. Eş bütünleşme testi sonucunda, uzun dönemli bir ilişki saptanmamasına karşın Panel Nedensellik testi sonucunda turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Ekonomik Büyüme, Turizm, Akdeniz Havzası, Panel Veri Analizi, Nedensellik

ABSTRACT

YALÇINÖZ, Cemal. The effect of Tourism Sectors on Economic Growth of Turkey and EU Countries: An Application on the years 2000-2020, Yalova 2022.

The tourism sector, called the flueless industry, brings income to businesses in tourism expenditures, increases production and employment under the influence of investments in the sector, and increases the income level of the region in increasing production and employment. Therefore, tourism is a sector that contributes significantly to economic growth and regional development. In this study, it is aimed to examine the causality relationship between tourism and economic growth within the framework of econometric analysis and to obtain numerical results between the variables according to the econometric analysis results.

In studies examining the tourism-economic growth relationship in the literature, the time series econometric model is generally used within the scope of a single country. In recent studies using panel data analysis, the relationship between tourism and economic growth has begun to be examined within the scope of country groups belonging to the same income group or countries in the same region. These studies allow more consistent results to be obtained. For this reason, within the scope of the panel data analysis to be used in the study, data belonging to the variables (real tourism revenues, real GDP, labor force and gross fixed capital formation) of selected countries in the Mediterranean Basin, including Turkey, between the years 2000-2020 were used.

As a result of the Panel Dynamic Least Squares analysis test performed in the study, a significant and positive relationship was determined between tourism revenues and economic growth. Although a long-term relationship was not detected as a result of the cointegration test, a bidirectional causality relationship was found between tourism revenues and economic growth as a result of the Panel Causality test.

Key words: Economic Growth, Tourism, Mediterranean Basin, Panel Data Analysis, Causality

ÖN SÖZ/TEŞEKKÜRLER

Bu çalışmanın hazırlanmasında bana yol gösteren, destek ve çabasını esirgemeyen, çalışmanın her aşamasında istikrarı sağlamamda yardımcı olan, öğrencisi olduğum için her zaman gurur duyacağım tez danışmanım sayın Prof. Dr. Mehmet Emin Erçakar'a teşekkürü borç bilirim.

Çalışmanın ekonometrik analiz kısmında sunduğu bilgilerle çalışmamı destekleyip yanımda olan kuzenim Hilal Çınar'a teşekkürümü sunarım.

Tez boyunca tüm süreçlerde yanımda olup bana inanan ve beni destekleyen başta annem Remziye Yalçınöz olmak üzere tüm aileme sonsuz teşekkür ederim.

Cemal YALÇINÖZ
YALOVA

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
ÖN SÖZ/TEŞEKKÜRLER	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar	viii
KISALTMALAR	x
GİRİŞ	1

1. Bölüm: TURİZM EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

4

1.1. Ekonomik Büyüme Kavramı	4
1.1.1. Ekonomik Büyüme Modelleri	5
1.1.1.1. Harrod-Domar (Keynesyen) Ekonomik Büyüme.....	5
1.1.1.2. Neo Klasik (Solow) Büyüme Teorisi	6
1.1.1.3. İçsel Büyüme	8
1.1.1.3.1. İçsel Büyüme Modellerinin Temel Varsayımları.....	9
1.1.1.3.1.1. Dışsallıklar	9
1.1.1.3.1.2. Eksik Rekabet Piyasaları.....	9
1.1.1.3.1.3. Artan Getiri	9
1.1.1.3.1.4. Teknolojik Gelişme, Bilgi ve Beşeri Sermaye	10
1.2. Turizm.....	10
1.3. Turizmin Ekonomik Etkileri	12
1.3.1. Turizm Faaliyetlerinin Ekonomiye Etkileri.....	12
1.3.1.1. Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme ve Milli Gelire Etkileri	15
1.3.1.2. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi	17
1.3.1.3. Turizm Faaliyetlerinin Yatırımlara Etkisi	19
1.3.1.4. Turizmin İstihdama Etkisi	20
1.3.1.5. Turizmin Devlet Bütçesine Etkisi	22
1.3.1.6. Turizmin Yabancı Sermaye Girişine Etkisi.....	24

1.3.1.7. Turizmin Diğer Sektörler Üzerine Olumlu Etkileri.....	25
1.3.1.7.1. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Sanayi Sektörü Üzerine Etkisi	26
1.3.1.7.2. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Tarım Sektörü Üzerine Etkisi	26
1.3.1.7.3. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi	26
1.3.2. Turizm Faaliyetlerinin Ekonomide Yarattığı Olumsuz Etkisi.....	26
1.3.2.1 Turizm Faaliyetlerinin İklim Değişikliği Üzerindeki Olumsuz Etkisi26	
1.3.2.2. Turizm Faaliyetlerinin Doğal Çevre ve Verimlilik Üzerine Etkisi .	27
1.3.2.3. Turizm Faaliyetlerinin Yapay Çevre Üzerine Etkisi	27
1.3.2.4. Turizm Faaliyetlerinin Talep Enflasyonuna ve Arsa Fiyatlarına Etkisi	27
1.3.2.5 Turizm Faaliyetlerinin Ekonomi Üzerinde Yarattığı Bağımlılık Etkisi28	
1.3.2.6. Turizm Faaliyetlerindeki Yabancı Sermayenin Olumsuz Etkisi	28

2. Bölüm: DÜNYA TURİZMİNE KISA BİR BAKIŞ VE SEÇİLMİŞ ÜLKELERİN (FRANSA, HIRVATİSTAN, YUNANİSTAN, İSPANYA, İTALYA VE TÜRKİYE) 2000-2020 YILLARI ARASINDAKİ TURİZM PERFORMANSARI 30

2.1. 2000-2020 Dünya Turizmi.....	30
2.2. Seçilmiş Ülkelerin (Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye)Turizm Performansları.....	33
2.2.1 Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Karşılaştırılmalı Turizm Performansları.....	33
2.2.2. 2000-2020 Yılları Arasındaki Fransa Turizmi.....	35
2.2.3. 2000-2020 Yılları Arasındaki Hırvatistan Turizmi	42
2.2.4. 2000-2020 Yılları Arasındaki Yunanistan Turizmi	49
2.2.5. 2000-2020 Yılları Arasındaki İspanya Turizmi.....	53
2.2.6. 2000-2020 Yılları Arasındaki İtalya Turizmi	58
2.2.7. 2000-2020 Yılları Arasındaki Türkiye Turizmi.....	63

3. Bölüm: LİTERATÜR TARAMASI VE TÜRKİYE İLE SEÇİLİ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDEKİ TURİZM SEKTÖRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİNİN PANEL VERİ ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ 69

3.1. Literatür	69
3.1.1. Turizmin Ekonomik Büyüme Etkilediği Hipotezini Destekleyen Çalışmalar	69
3.1.2. Ekonomik Büyümenin Turizmi Etkilediği Hipotezini Destekleyen Çalışmalar	73
3.1.3. Turizm ve Ekonomik Büyümenin Birbirini Etkilediği Hipotezinin Destekleyen Çalışmalar	74
3.1.4. Turizm Ve Ekonomik Büyüme Arasında Kısa Veya Uzun Dönemlerde Bir Nedensellik İlişkisinin Bulunmadığını Destekleyen Çalışmalar	75
3.2. Türkiye ve Seçili AB Ülkelerinin Turizm Sektörlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Panel Veri Analizi İle Değerlendirilmesi	79
3.2.1. Yöntem	81
3.2.1.1. Panel Birim Kök Testleri	81
3.2.1.2. Panel Eşbütünleşme Testi	82
3.2.1.3. Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi	83
3.2.1.4. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi	84
3.2.2. Ampirik Bulgular	85
3.2.2.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları	85
3.2.2.2. Panel Eş Bütünleşme Testi Sonuçları	87
3.2.2.3. Panel Dinamik En Küçük Kareler (PDOLS) Testi Sonuçları	88
3.2.2.4. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları ...	89
SONUÇ	92
KAYNAKÇA	94

TABLÖLAR

Tablo 2. 1 : Uluslararası Turizm Gelirleri (2000-2020 Milyar).....	30
Tablo 2. 2 : Uluslararası Gidiş Sayısı (2000-2020, Milyon).....	31
Tablo 2. 3 : Uluslararası Geliş Sayısı (2000-2020, Milyon).....	32
Tablo 2. 4 : Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Turizm Göstergeleri (Turist Sayısı (milyon), Turizm Gelirleri (milyar), Kişi Başı Turizm Harcaması (\$)).....	34
Tablo 2. 5 : Fransa Turizmindeki Geliş Sayısı (2000-2020 Milyon).....	35
Tablo 2. 6 : .Fransa Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)	35
Tablo 2. 7 : Fransa Kişi Başı Turist Harcaması (2000-2020, Dolar)	39
Tablo 2. 8 : Fransa Turizm Harcamaları (2000-2020, Dolar)	40
Tablo 2. 9 : Hırvatistan Turizmindeki Gelen Sayısı (2000-2020, Milyon).....	43
Tablo 2. 10: Hırvatistan Turizmindeki Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %).....	45
Tablo 2. 11: Hırvatistan Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar)	48
Tablo 2. 12: Yunanistan Turizmindeki Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %).....	49
Tablo 2. 13: Yunanistan Turizmindeki Turist Sayısı ve Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Milyon, Dolar).....	51
Tablo 2. 14: İspanya Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)	54
Tablo 2. 15: İspanya Turizmindeki Turist Sayısı ve Kişi Başı Turizm Harcamaları (2000-2020, Milyon, Dolar).....	55
Tablo 2. 16: İtalya Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)	59
Tablo 2. 17: İtalya Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar).....	62
Tablo 2. 18: Türkiye Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)	63
Tablo 2. 19: Türkiye Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar) .	68
Tablo 3. 1 :Turizm ve Ekonomik Büyüme Üzerine Yapılan Ekonometrik Çalışmalar	77
Tablo 3. 2 :Çalışmadaki Değişkenler ve Kısaltmaları.....	79
Tablo 3. 3 :Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri.....	80
Tablo 3. 4 :Levin, Linve Chu Birim Kök Testi.....	85
Tablo 3. 5 :IPS Birim Kök Testi	86
Tablo 3. 6 :ADF-Fisher Birim Kök Testi.....	86
Tablo 3. 7 :PP-Fisher Birim Kök Testi	87
Tablo 3. 8 :Pedroni Panel Eş bütünleşme Sonuçları	87

Tablo 3. 9 : Panel Dinamik En Küçük Kareler (PDOLS)Testi Sonuçları.....	88
Tablo 3. 10: Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları.....	89



KISALTMALAR

H_0	: Boş Hipotez
H_1	: Alternatif Hipotez
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADRL	: Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model
ARGE	: Araştırma Geliştirme
CAP	: Brüt Sabit Sermaye Oluşumu
EVDS	: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
GROUP ADF	: Genişletilmiş Dickey Fuller Tipi T İstatistiği
GROUP PP	: Philips ve Perron Tipi T İstatistiği
GROUP RHO	: Philip ve Peron Tipi P istatistiği
GYSİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IMF	: Uluslararası Para Fonu
IPS	: Im Peseran ve Shin
LAP	: İş Gücü
LLC	: Levin, Lin ve Shin
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
PANEL ADF	: Dickey Fuller Tipi T İstatistiği
PANEL PP	: Parametrik Olmayan Philips ve Perron Tipi T İstatistiği
PANEL RHO	: Philips Perron Tipi P İstatistiği
PANEL V	: Varyans Oranı İstatistiği
PDOLS	: Panel Dinamik En Küçük Kareler
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası

TRECEIPT	: Turizm Gelirleri
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WB	: Dünya Bankası
WTTC	: Dünya Turizm Seyahat Konseyi



GİRİŞ

Hizmet sektörünün alt sektörlerinden olan turizm, günümüzde ülkeler için oldukça popüler hale gelmiştir. Bu popülaritenin nedeni, turizm sektörünün birçok sektörle doğrudan ve dolaylı olarak ilişki içinde bulunması, sektörü ekonomik açıdan ülkeler için avantajlı hale getirmesidir. Son yıllarda turizm sektörünün gelişimi artmış ve artık büyük bir endüstri haline gelmiştir. Sektör sayesinde ilgili turizm destinasyonlarındaki alt yapı çalışmaları, doğal çevrenin korunması, kültürel alanlara verilen değerin ve koruma içgüdüsünün oluşması, sağlık sektörüne yönelik iyileştirmeler doğrultusunda bölgedeki halkın yaşam kalitesi artmaktadır. Sosyal ve kültürel faydalarının yanında, sektör sayesinde birçok ekonomik kazanç sağlanabilmektedir. Yabancı yatırımcıyı ülkeye çekme, ülkenin ihtiyacı olan döviz gelirini sağlama, ülke GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla)'sını arttırma, ülke istihdamına katkı sağlama gibi ekonomik sonuç doğuran faaliyetlerin oluşumu turizm sektörü sayesinde olmaktadır. Turizmin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turizm faaliyetlerinin arttığı bir destinasyonda arsa fiyatları artabilmektedir. Yabancı sermayeli bir turizm yatırımı, yabancı sermayenin kazancının bir kısmını kendi ülkesine götürmesi ve turizm yatırımında kullanacağı iş gücünü kendi ülkesinden getirmesi, ülke turizmi için olumsuz sonuç doğuracaktır. Turistik faaliyetlerin bulunduğu yerdeki tarihsel yapılara verilecek zarar sektörü olumsuz etkileyeceğinden, bu durumda ülke ekonomisine katılacak turizm geliri azalacaktır. Sektörün sosyal-kültürel ve ekonomik etki alanlarının çok olması araştırma alanını genişlettiğinden birçok araştırmacının dikkatini çekmektedir.

Sektörün ekonominin çeşitli alanlarında ortaya çıkmasına neden olduğu olumlu ve olumsuz etkiler yüzünden turizm ile ekonomik büyüme ilişkisinin incelenmesi, politika üreticiler için önem teşkil etmektedir. Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisinin seçilmiş AB ülkelerinin (Fransa, İtalya, İspanya, Hırvatistan ve Yunanistan) ve Türkiye'nin Akdeniz havzasında yer almaları dolayısıyla birlikte değerlendirilmeye tabi tutulmaları, daha tutarlı sonuçlar elde edinilmesi yönünden oldukça faydalı olacaktır.

Turizm sektörü dünyadaki GSYİH'nın büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Dünya ihracatının yine büyük bir kısmını turizm sektörü oluşturmaktadır. Çalışmada

seçilen Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerin turizm performanslarının incelenerek, dünya turizm potansiyeli alanındaki yerlerinin yeterli etki alanına sahip olup olmadığının anlaşılması gerekmektedir.

Akdeniz havzasındaki turizm hareketliliğindeki yoğunluk uzun yıllardır fazladır. Yoğunluğun devamı bölgeyi çekim merkezi haline getirmiştir. Akdeniz havzasındaki eski yerleşim yerleri ve kültürel miras oldukça fazladır. Bölgedeki lkeler gelişmişlik düzeyleri, dini ve etnik yapıları gibi pek çok yönden farklılık gösterirken ortak özellikleri de azımsanmayacak kadar fazladır. Bu benzerlikler sayesinde turizm ve ekonomik ilişkinin yorumlanabilmesi ve politika üretilebilmesi daha kolay hale gelmektedir.

Literatürde yapılan ampirik çalışmalarda, turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki dört grup dahilinde değerlendirilmektedir. Bunlar: Turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi, ekonomik büyümeden turizme doğru bir nedensellik ilişkisi, turizm ve ekonomik büyümeden karşılıklı bir nedensellik ilişkisi ve son olarak turizm ve ekonomik büyüme arasında hiçbir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı çalışmalardır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Akdeniz havzasında bulunan seçilmiş AB lkeleri ve Türkiye için turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini analiz etmektir. Türkiye, Fransa, İtalya, İspanya, Hırvatistan ve Yunanistan’ın 2000-2020 yıllarına ait reel turizm gelirleri, reel GSYİH, işgücü ve brüt sabit sermaye oluşumu değişkenleri analiz kapsamına alınmıştır. Mevcut veriler kapsamında öncelikle panel birim kök testi yapılmaktadır. Daha sonrasında ilişkinin varlığının saptanması için Dimitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi uygulanmıştır.

Çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde turizm ve ekonomik büyüme kavramları açıklanmıştır. Daha sonra turizmin ekonomik büyümeyi etkileme kanallarına bakılarak teorik çerçeve oluşturulmuştur. Çalışmanın ikinci bölümünde teze konu olan ülkelerin 2000-2020 yılları arasındaki turizm performansları yıllar itibariyle incelenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise literatürdeki ampirik çalışmalar incelenmiştir. Aynı zamanda turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi, yapılan ekonometrik analizlerle incelenmiş ve yorumlanmıştır. Son olarak çalışmanın sonuç bölümünde ise elde edilen ekonometrik sonuçlar literatürdeki çalışmalar ile birlikte

yorumlanmış ve bu konu çerçevesinde yapılacak yeni çalışmalar için bazı önerilerde bulunulmuştur.



1. Bölüm: TURİZM EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

Turizm ve ekonomik büyümenin incelendiği bu çalışmanın ilk bölümünde, ekonomik büyüme ve turizm kavramlarının tanımlanmasının yanında, ekonomik büyüme modellerinin tanımlanması ve turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerine bakılması yapılan ekonometrik çalışmanın yorumlanmasına katkı sağlayacaktır.

1.1. Ekonomik Büyüme Kavramı

Kibritçioğlu, (1998 1; Kaynak, 2007,50) tüm tanımlardan elde edilen genel kanıya göre ekonomik büyüme, GSYİH'daki reel artıştır. GSYİH, bir ülkedeki belirli dönemlerde üretilen mal ve hizmetlerin parasal ifadesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik büyüme iki şekilde ölçülebilmektedir. Bunlar; gayri safi milli hâsıla ve gayri safi yurtiçi hâsıladır. Kaynakların daha etkin kullanılması ve yeni kaynakların ilave edilmesi ülke tam istihdam düzeyindeyken gerçekleşmektedir. Bir ülkedeki insanların yaşam standartlarının sürekli artması ekonomik büyümeyle doğru orantılıdır. Bu yüzden ekonomik büyüme, ülkelerin makroekonomik hedeflerinden biridir.

Büyüme kavramının nicel olarak tanımlanması oldukça zordur. Birçok büyüme kavramı bulunması yeni büyüme kavramlarının türemesine olanak sağlamaktadır. İyi büyüme ortaya çıkan yeni büyüme kavramlarından bir tanesidir. İyi büyüme insan refahını temel almaktadır.

Ekonomik büyümeyle sıkça karıştırılan bir diğer kavram ise ekonomik kalkındır. Literatürde ekonomik büyüme ve ekonomik kalkınma ayrımı yapılmış olsa da, halk arasında bu iki kavram karıştırılmaktadır. Ekonomik kalkınma, ülkede üretilen mal ve hizmetlerin artışının yanında sosyal ve demografik değişimleri kapsamaktadır (Haller, 2012: 66). Ekonomik kalkınma, ekonomik büyümeyi de içine alan büyük bir boyuttur. Büyüme ve kalkınmanın gerçekleşebilmesi için, ekonomik ve sosyal yapıda değişimler meydana gelmelidir. Ekonomi ve sosyal değişimler gerçekleşmez ise büyüme ve kalkınmadan söz edilemez.

Ekonomik büyüme ülkeden ülkeye göre değişiklik arz etmektedir. Bir ülkenin büyüme rakamları dönemden döneme göre farklı çıkabileceği gibi, aynı da çıkabilmektedir. Ekonomik büyüme reel üretimle ilişkilendirildiğinden üretim

düzeylerini belirleyen faktörlerdeki değişim doğru oranda reel büyümeyi değiştirmektedir. Ekonomik büyüme oranları ile aynı zamanda ülkeler arasındaki refah durumları karşılaştırılmaktadır. Kişi başı gayri safi yurtiçi hâsıla oranı da çoğu çalışmada gelişmişlik düzeyi ölçümlenmektedir. Ekonomik büyüme dinamik bir olgudur. Büyümedeki artışta ülkeler için devamlılık beklenmektedir. Gelişmekte olan ülkeler ekonomik büyümeyi sürekli kılmak isterken, gelişmiş ülkeler ekonomik büyümeyi sürekli kılabilirdikleri için ekonomik kalkınmayı hedeflerler. Yani ekonomik büyüme gelişmiş ülkeler için sorun teşkil etmemektedir.

1.1.1. Ekonomik Büyüme Modelleri

Büyüme teorilerinin tanımlanması, ekonomik büyüme ve turizm ilişkisinin yorumlanmasındaki başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir.

1.1.1.1. Harrod-Domar (Keynesyen) Ekonomik Büyüme

Harrod, F. Roy (1939, 14-33); İncekara ve diğerleri (2008,22-23) 'ne göre Keynes'in başlattığı teorik çalışmalar arasında kalkınma programlarını esas alan büyüme modelleri arasındaki en meşhuru Harrod (Roy F. Harrod (1939) ve Evsey D. Domar (1946)) büyüme modelidir. Bu büyüme modeli üzerine Harrod'un ve Domar'ın yaptığı çalışmalar benzer sonuçlar içerdiğinden, ortaya çıkan modelde ikisinin de ismi anılmaktadır.

Harrod-Domar yaptıkları analizlerde Keynes'in benimsediği kısa dönem uyarlaması yerine uzun dönem uygulamasını gerçekleştirmişlerdir. Bu Harrod-Domar ve Keynesyen büyüme modellerinin en dikkat çekici farkıdır. Büyüme alanının iki büyüme modelinde de şu şekilde yorumlanmaktadır; Harrod-Domar büyüme modelinde, ekonomik büyüme sabit bir hızda iken aynı zamanda dengelidir. Ancak Keynes'e göre bunun gerçekleşmesi için ciddi düzenlemeler gereklidir.

Hasan Alp Özel, (2012, 63-72) çalışmasında Harrod-Domar modelinde uzun dönemli dengeli ve sabit büyümenin nasıl gerçekleştiği açıklamıştır. Büyüme oranı, Harrod-Domar'a göre tasarruf oranı ve sermaye hâsıla katsayısına göre belirlenmektedir. Ekonomik büyüme, sermayenin hâsıla katsayısı ile negatif yönlü bir ilişkide iken tasarruf oranıyla pozitif bir ilişki içindedir. Ekonomik büyüme ancak tasarruflar yatırıma dönüştüğünde gerçekleşebilmektedir. Ekonomik büyüme

tasarruflarla pozitif ilişkide olduğundan, yatırımların artması veya azalması ekonomik büyümeyi arttırmakta ya da azaltmaktadır. Yani yatırım düzeyi arttıkça büyüme oranı da artmaktadır.

Kısa dönemde ekonomilerde tüketim düzeyi azaldıkça, tasarruflar yetersiz hale gelirken yatırımı artırma yoluna gidilmektedir. Tasarruf yetersizliği sorunu için ülke dış borç alarak bu borçla tasarruf yetersizliğini kapatır yatırımlar gerçekleşir ise uzun dönemde büyüme hızı artar. Ancak ülkeler dış borçlanma yoluna başvurmadan önce ülke içindeki tasarrufları artırma yoluna gitmektedirler. Bu durum gerçekleşmez ise son çare olarak dış borçlanma yoluna giderek tasarruflara finansman sağlamaktadırlar.

Harrod-Domar modelindeki sermayenin hasılaya oranı, tasarruf eğilimi ve sermayenin verimliliği gibi kavramların hesaplanması günümüzde literatürde tartışmalara neden olmaktadır. Literatürdeki eleştirilerin nedeni bu kavramların hesaplanmasının çok zor olduğu ve çıkan sonuçların doğruyu yorumlama konusunda yeterli görülmemesidir. Bu yüzden modelin güvenilirliği günümüzde yaygın olarak tartışılmaktadır. Sermaye oranının sıfır olarak kabul edilerek ekonomik ve teknolojik gelişmelerin etkisinin yok sayılması modele yapılan diğer bir eleştiridir. Günümüzde ekonomik büyüme gösteren ülkelerdeki uygulamalarda da modelin esaslarıyla ters düştükleri deneyimlenmiştir. Harrod-Domar ekonomik büyüme teorisi ne kadar eleştirilse de modern iktisat oluşumlarının doğmasına katkı sağlamaktadır (Özel, a.g.e., s. 65,).

1.1.1.2. Neo Klasik (Solow) Büyüme Teorisi

Bu kuramda, devlet müdahalesinin bulunmadığı kapalı bir ekonomide, nüfus artışı, tasarruf, sermaye birikimi ve teknolojik ilerlemenin büyüme üzerinde yarattıkları etki Neo Klasik üretim fonksiyonu çerçevesinde vurgulanmaktadır. Kuram Robert Solow tarafından 1950'li yıllarda geliştirilmiştir. Solowcu büyümede, devlet ekonomide yer almamaktadır ve ekonomi dışa kapalıdır. Homojen tek mal ve tek bir sektör ekonomiyi oluşturmaktadır. Rekabet koşulları geçerlidir. Ekonomi tam istihdamdadır. Tasarruflar yatırımlara eşit durumdadır. Sermaye ve emek ikame durumdadır. Dışsallıklar söz konusu değildir. Yakınsama hipotezi geçerlidir. Ölçeğe göre sabit getiri mevcuttur. Azalan verimler kanunu sermaye ve iş gücü için geçerlidir (Solow (1956, 65-94).

Umutlu ve diğerlerine (2011,351-372) göre modelde, sermaye birikiminin yüksek tasarrufların gerçekleşmesi ve bu tasarrufların yatırıma dönüşmesi ile sağlanabileceği kabul edilmektedir. Teknolojik gelişmenin sağlanması, sermaye ve emek miktarının değişmemesi durumunda bile üretim miktarını arttıracak kabul edilmektedir. Teknolojik gelişmenin yaşanmadığı durumda, ekonominin mevcut dinamikleri kişi başına düşen geliri sabit tutması için, kişi başına düşen sermaye stokunu belirli bir noktaya taşıması ile gerçekleşebilmektedir. Sermaye stoku nüfustaki artışı karşılamak için artarken bu durum kişi başına düşen geliri sabit kılacaktır. Teknolojik gelişmenin gerçekleşmesi ise kişi başına düşen geliri arttırıcı etken konumundadır.

Sermaye çıktı düzeyi Solow modelinde tasarruflar tarafından belirlenmektedir. Sermaye stoku ve çıktı düzeyi ekonominin durağan durumunun üstünde gerçekleşiyorsa, tasarruf oranları yüksek demektir. Eğer sermaye stoku ve çıktı düzeyi ekonominin durağan durumu altında seyrediyorsa, tasarruf oranları düşük demektir. Tasarruf oranlarındaki artış, ekonomik büyümeyi bir noktaya kadar gerçekleştirecektir. Tasarruflardaki artış, ekonomide büyümeyi durağan hale getirene kadar artış sağlayacaktır. Ekonomik büyüme durağan hale geçtiği durumda tasarruf artışının devam etmesi büyüme hızını değiştirmeyecektir.

Solow büyüme modelinde nüfusun artması, kişi başına düşen sermaye miktarını azaltmaktadır. Ekonominin sabit sayıldığı durumda kişi başına düşen sermaye, nüfus artışı nedeniyle azalacağından, iş gücü başına düşen çıktı düzeyi de azalmaktadır. Solow büyüme modelinde nüfus artışı dolaylı yoldan ekonomik büyümeyi etkilediğinden, nüfus artışı ve ekonomik büyüme arasında negatif yönlü ilişki bulunmaktadır. Teknolojik gelişme Solow büyüme modelinde, iş gücünün etkinliğini arttırarak çıktının artmasına neden olmaktadır. İşgücünün etkinliğinin artması aynı zamanda çalışanların refahlarının artması da teknolojik gelişme oranında gerçekleşmektedir. Ekonominin durağan hale gelmesi durumunda, sermayenin büyüme oranı sıfır olacağından, iş gücü başına çıktı düzeyi de büyümeyi nötr hale getirecektir.¹

1 Taban, a.g.e., s.127

1.1.1.3. İçsel Büyüme

İçsel büyümenin ortaya çıkmasındaki ana neden, Neo-Klasik büyüme modelindeki öngörülerin gerçek hayattaki ekonomik olayları tam yansıtamamasıdır. Neo-Klasik büyüme modellerinde ekonomik büyüme uzun dönemde sıfıra yaklaşmaktadır. Yani uzun dönemde ülkelerin ekonomik büyümeleri birbirine yakın olmaktadır. Bu olayı “yakınsama tezi” başlığı altında savunmaktadırlar. Ancak günümüzde bu tez geçerliliğini yitirmiştir. Neo-Klasik modelde büyüme ancak teknolojik gelişmeler sonucunda artmaktadır. Büyümenin teknolojik gelişme sayesinde artacağı belirtilirken bu gelişmenin nasıl sağlanacağı konusuna bir açıklık getirilmemiştir. Aynı zamanda uzun dönemde sağlanan büyümenin tasarruflardan bağımsız gerçekleşeceği belirtilmiştir. Büyümenin nasıl gerçekleşeceği üzerine bir açıklık getirilmemesi yüzünden büyümenin nasıl sağlandığını belirlemek üzere yeni yaklaşım ihtiyacı doğmuştur. Bu nedenlerle 1980’lerin ortasında Amerikalı iktisatçı Paul Romer ve Robert Lucas’ın öncülüğünü yaptığı yaklaşım olan içsel büyüme teorisi (new growth theory-endogenous growth) ortaya çıkmıştır. Bu teoride büyüme oranı içselleştirilmektedir. Modelin bazı eksiklikleri tamamlanmaya başlanmıştır. Bu eksiklikleri, makroekonomik politikaların ve büyümenin gerçekleşebileceğini, büyüme oranını içselleştirerek tamamlamaya başlamışlardır.

Romer, P.M., (1986, 1002-1037);Yener, (a.g.e., s.130)’e göre Neo-Klasik büyüme ve içsel büyüme arasındaki yaklaşımlar bazı noktalarda birbirlerinden ayrılmaktadır. İçsel büyüme modelinde, ekonomik büyümenin gerçekleştiği 3 grup bulunmaktadır:

- 1.Kamunun etkisine dikkat edilmiş,²
- 2.Teknolojik büyümenin içselleştirilmesi sağlanmış,
- 3.Karar değişkenleri olarak, beşeri sermaye birikimi ve nüfus artışı seçilmiştir.

2 Umutlu vd., a.g.e., s.354

1.1.1.3.1. İçsel Büyüme Modellerinin Temel Varsayımları

İçsel büyüme modelleri büyümenin itici gücünü ifade etmekte kullanılır. İçsel büyüme varsayımına göre, ekonomik güçlerin ekonomik büyümeyi piyasa mekanizması içinde içsel olarak belirlediğini varsayar (Ehrlich 1990, s.3)

İçsel büyümenin dört tane temel varsayımı bulunmaktadır. Bunla; dışsallıklar, eksik rekabet piyasaları, artan getiri ve teknolojik gelişme, bilgi ve beşeri sermayedir.

1.1.1.3.1.1. Dışsallıklar

Dışsallıklar, ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesindeki önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi sermayesinin bir işletmede veya bir şahısta olması sadece o işletmeye veya şahıssa fayda sağlamamaktadır. Toplumda bu bilgi sermayesinden yararlanmaktadır. Buradan yola çıkarak modeldeki içsellikler dışsallık oluşturarak modelin marjinal verimliliğini arttırmaktadır.

1.1.1.3.1.2. Eksik Rekabet Piyasaları

Tam rekabet piyasaları, rekabet kavramının açıklanmasındaki en doğru piyasa çeşidi olarak kabul görmektedir. Fakat ekonomik büyümenin gerçekleşmesi sadece, üretim kapasitesinin artması ve artan üretim kapasitesi ile çıktı düzeylerinin artması ile sağlanabilmektedir. Eksik rekabet piyasalarının ekonomik büyümede itici güç olarak görülmesi içsel büyüme modelleri sayesinde şu şekilde gerçekleşmektedir; piyasalardaki tekellerin yaratacağı yenilik, diğer firmalar içinde yenilik üretme zorunluğunu ortaya çıkaracaktır.

1.1.1.3.1.3. Artan Getiri

Sermayenin azalan getirisi varsayımı Neo-Klasik modelde kabul edilmekteydi. Ancak içsel büyüme modelinde bu varsayım kabul edilmemektedir. İçsel büyümede sermayenin azalan getirisi varsayımı tamamen kabul edilmemektedir. Sermayenin azalan getirisi Neo-Klasik yaklaşımda, teknolojinin ve sermayenin ayrı olarak düşünülmesi sonucunda yatırımları önemsiz hale getirdiğinden dolayı kabul edilmektedir. Neo-Klasik modeldeki yatırımların önemsizliği karşısında içsel büyüme modelinde yatırımlar büyük önem taşımaktadır. İçsel büyüme modelinde insana yapılan sermaye ve fiziksel sermaye çok önemli kabul edilmektedir. Ekonomik büyümenin sağlanmasındaki verimlilik oranı, yatırımlar olarak kabul görmektedir.

1.1.1.3.1.4. Teknolojik Gelişme, Bilgi ve Beşeri Sermaye

Diğer farklara nazaran, İçsel büyüme ve Neo-klasik büyüme modelleri arasındaki yatırım ve sermaye kavramlarının tanımlanmasındaki farklılık daha ön plana çıkmaktadır. İçsel büyüme modelinde; beşeri sermaye, teknoloji gelişme ve bilgi, modeli oluşturan temel kavramlar olarak kabul edilmektedir. İçsel büyümede, yatırımlara önem verilmesi sonucunda bilgi ve becerinin artacağı kabul edilmektedir. Dolayısıyla yatırımların fiziksel sermayeye verilmesi, beşeri sermayeyi de arttıracığı kabul edilmektedir.³

1.2. Turizm

Turizm, ekonominin bir alt sektörü olarak kabul edilmektedir. Turizm sektörünün kendine has özellikleri bulunmaktadır. İnsanlar yüzyıllardır yaşadıkları yerden çeşitli nedenlerden dolayı, geçici süre ile başka yerlere hareket etmektedirler. Bu geçici hareketi gerçekleştirirken çeşitli ulaşım araçlarını ve gittikleri yerdeki hizmetlerden yararlanmaktadırlar. İnsanlık tarihi kadar eski olan bu durum, birçok dilde farklı adlandırılmıştır. Bu adlandırmaların ortaya çıkardığı karışıklık sonucu ortak bir sözcük bulunması kaçınılmaz olmuştur. Bulunan ortak sözcüğün “turizm” olması kararlaştırılmıştır. Turizm üzerine birçok tanım yapılmış olsa da hala geniş anlamda bir tanımı bulunmamaktadır. Turizm kelimesi üzerinde literatürde farklı araştırmacılar tarafından farklı tanımlamalar mevcuttur. İlk turizm kavramı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ortaya atılmıştır.

Guyer-Feuler, turizmi insanların bulundukları ortamı kısa sürelide olsa değiştirmek istemeleri, yeni havalar tatmaları, farklı göz alıcı güzelliklerle karşılaşma istekleri ve bunlara olanak sağlayan sanayilerin ve ekonomilerin gelişmesi, ulaşım imkânlarının önemli ölçüde artması sonucu, toplumları birbirlerine daha çok yaklaştıran modern döneme özgü bir olay olarak tanımlamaktadır.

Kozak (2013, 975-978) ‘a göre turizmin tanımlanmasında seyahat kavramı oldukça önemli bir yere sahiptir. Yapılan seyahatler turizmin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Fakat her seyahat, turizm olarak ifade edilemez. Seyahatin amacı turizmi yansıtıp yansıtmadığını belirlemektir. Bazen uzun seyahatler turizmi yansıtmazken kısa

³ Taban, a.g.e., s.132-136

sürekli seyahatler turizm faaliyetini yansıtabilmektedir. Ülkeler arasında yapılan seyahatin turizm faaliyeti olarak görülüp görülmemesi, seyahatin uzaklığına göre şekillenmektedir. Seyahat uzaklığına göre turizm faaliyetinin varlığının belirlenmesinde, ülke içindeki seyahatlerdeki belirlenme zor iken; uluslararası yapılan seyahatlerde kolayca belirlenebilmektedir. Ülke içindeki seyahat sınırlarının altında kalan bireyler turist olarak kabul görmemektedir. Turizmin tanımlanmasındaki ikinci unsur konaklama faaliyetidir. Hunziker'in konaklama olgusunu içinde barındıran turizm tanımlaması, sade ve anlaşılır olması nedeniyle literatüre ışık tutmaktadır. Hunziker'e göre turizm "yabancıların bir yere yaptıkları yolculuklardan ve devamlı kalma, para kazanma amacı gütmeyen konaklamalarından doğan ilişkilerin tümü"dür.

Bu tanım turizmi kapsamlı bir şekilde ifade etmiştir. Turizmin İkinci Dünya Savaşı sonrası gelişen ve değişen ekonomik, sosyal ve kültürel yapıdan dolayı yeni bir tanımının yapılması kaçınılmaz olmuştur. Turizm için gerekli görülen bu iki unsurun ele alınarak yapılan turizm tanımı şu şekilde yapılmıştır: Yer değiştirilen yerde kalıcı olmama ve yer değiştirilen yerde bir gelir sağlamaması koşulu ile yapılan kalıplardan doğan ilişkiler. Bu tanımlamadan sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği turizmin tanımlanmasını revize etmişleridir. Yapılan yeni tanımda: bireylerin ikamet ettikleri yerlerin dışına çıkarak gittikleri yerlerde, turizm işletmelerinde üretilen mal ve hizmetlerden yararlanıp geçici olarak konaklamalarından doğan ilişkilerin bütünüdür, şeklinde açıklanmıştır. Bu tanımla birlikte, sağlık turizminden yararlananlar, yazlık evlerinde kalmaya gidenler, konferans için seyahat edenler, turist ve turizm olgusu olarak sayılmaya başlanmıştır.

Buna karşılık öğrencilerin sürekli kalmaları için yer değiştirmeleri, iş aramak için yer değiştirmeleri ve kalmaları turizm kapsamına alınmamıştır.

Bir seyahatin turizm faaliyeti olarak değerlendirilmesi için aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir;

yapılan seyahatin, bireyin ikamet ettiği ve gereksinimlerini karşıladığı yerlerin dışında olması,

konaklama sırasında satın alınan mal ve hizmetlerin turizm firmalarından karşılanmış olması,

konaklamanın geçici olması ve yapılan seyahatin gelir elde etme amacının bulunmaması gerekmektedir.

1.3. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm, turistlerin yerleşik yerlerinin dışına hareket etmeleri olarak bilindiği için, bu tanımlamadaki turistlerin hareket halinde olması turizmin etkilerini ölçme konusunda sorunlar ortaya çıkmaktadır. Çünkü yer değiştirmekte olan bir cismin hareketinin ölçülmesi oldukça zordur.

Unur ve Kamil (2004,114-142)'e göre turizm, destinasyondaki ekonomik faaliyet içeren üretimler ve hizmetlerden ortaya çıkan katkı ile turistlerin bu destinasyondaki üretim ve hizmetlerden yararlanmaları sonucu destinasyondaki gelir kaynaklı refahın artması olarak tanımlanabilmektedir. Destinasyonda gerçekleşen faaliyetlerin ekonomiye iki şekilde katkısı bulunmaktadır: Bunlardan ilki doğrudan katkı olarak kabul edilen, destinasyondaki üretimin ve hizmetlerin turistler tarafından kullanılması sonucu ortaya çıkan gelir ve refah artışıdır. İkinci etki ise destinasyonda elde edilen gelirin diğer sektörler için uyarıcı etki yaratarak değişme neden olmasıdır. Ekonomide yaratılan turizm etkisini ölçmek için en önemli unsurlar turistin nerede bulunduğu ve gezdiğiidir. Turizm akışı için bu unsurlara ek turistin bulunduğu anın ve yerlerin kontrolü sağlanmalıdır. Bu şekilde turizm olgusunun tüm birleşenleri doğrultusunda ölçüm yapmaya uygun zemin hazırlanmış olmaktadır.

Turizmde veri toplamadaki genel yöntem, mevcut pazar araştırması ile yapılmaktadır. Konaklamadaki araştırmalar, hanehalkı araştırmaları, sınır araştırmaları ve kurumsal turizm araştırmaları en yaygın pazar araştırması kanallarıdır. Bu araştırmalardan sadece birinin veya birkaçının kullanılması yeterli olmamaktadır. Eğer turizm için doğru bir ölçüm yapılması isteniyorsa yukarıdaki tüm pazar araştırması kanalları birlikte kullanılmalıdır.

1.3.1. Turizm Faaliyetlerinin Ekonomiye Etkileri

Turizm sektörü, bir iktisadi faaliyet olmasından kaynaklı üretici ve tüketici olarak birçok bireyi etkilemektedir. Bu etki doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleşebilmektedir. Turistik amaçla yapılan faaliyetler destinasyon merkezlerinin ekonomik gelir elde etmesine katkı sağlamaktadır. Turizm çerçevesinden elde edilen

iktisadî katkılar yatırımlara dönüşerek üretim ve istihdamı arttıracak, aynı zamanda üretim ve istihdamın artması da bölgedeki bireylerin refahını arttıracaktır. Turizmin, önemli bir sektör olarak görüldüğü yerlerde büyüme ve ekonomik kalkınma gibi katkıları mevcuttur. Turizm kaynaklı altyapı ve üstyapı yatırımları sayesinde bölge insanlarının da bu yatırımlardan yararlanmasını sağlayarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır.

Uluslararası ekonomide rekabet edilebilmenin bir etkeni turizm olarak görülmektedir. Turizm faaliyetlerinin uluslararası rekabetteki gücünü bir örnekle açıklayacak olursak: Turizme yapılan yatırımların artması, yatırım yapılan yerdeki gelişme ve ekonomik boyut artacağından diğer ülkelerde bu avantajlardan yararlanıp gelir elde etmek amacıyla daha çok çaba sarf edeceklerdir.

Ulaştırma maliyetlerinin gittikçe ucuz hâle gelmesi ile birlikte turizm faaliyetleri artış göstermektedir. Turizm faaliyetlerinin önünde bulunan ekonomik (Hammadde girdilerinin ucuz hâle gelmesi gibi) ve siyasal (Doğu Bloğunun Kalkması gibi) engellerinin kalkması ile birlikte, bireylerin gerçekleştirecekleri turizm faaliyetleri ucuzlamıştır. Gelir seviyelerinin eskiye nazaran artış göstermesi, turistik ürünlere olan talebi arttırmıştır. Gelişmekte olan ülkelerdeki gelir artışları sayesinde ülke içindeki yerel turizm faaliyetleri artmıştır (Letzner, 2010: 202-202).

Uluslararası turizm faaliyetlerinin artmasındaki diğer sebepler arasında bireylerin yerleşik yerlerinin dışındaki destinasyonlara merak duymaları, macera duygularının popüler hâle gelmesi, bireylerin vakitlerini keyifli geçirmek istemeleri ve mobilitenin artması olarak gibi faktörler sıralanabilir. Turizm faaliyetlerindeki artışın bir diğer sebebi, turizm destinasyonlarındaki çeşitliliğin ve fiyat farklılıklarının bulunmasıdır (Şanlıoğlu 2017: 60).

Turizm sektörüne mal ve hizmet sağlayan veya ürün temin eden birçok yan sektöre doğrudan katkı sağladığından, turizm sektörünün pozitif dışsalılığı yüksektir.

Turizmin iktisadî etkisinin, birçok faktöre bağlı olarak büyüklüğünün değiştiğini söylemek mümkündür. Bu faktörlerin başında, turizme ayrılan harcama miktarının toplam harcamalar içerisindeki payı gelmektedir. Ülkedeki turizm sektöründe bulunan yabancı istihdam oranı, sektörün mevsimsel koşullar karşısındaki

devamlılık sağlayabilme durumu, yabancıların ülke içindeki sahip olabilecekleri mülkiyet şartları, ilgili turizm destinasyonundaki mevcut ekonomik durumu ve kalkınmışlık seviyesi, sektörün ihtiyaç duyduğu alt yapı ve teşvikler konusunda kamunun tavrı gibi faktörler turizmin ekonomik büyüklüğünü etkileyen faktörler arasında yer almaktadır.

Bu belirtilen faktörlerin niteliklerinin farklılaşması, turizmin yaratacağı ekonomik etkiyi değiştirmektedir. Turizm işletmelerinden elde edilen gelir arttıkça turizmin yarattığı ekonomik etkinin arttığı söylenebilir ancak, gelir artışı sağlayan işletmenin mülkiyeti yabancı bir bireye ait ise, işletmenin sağladığı gelirin büyük bir kısmı yurtdışına gideceğinden, beklenen ekonomik katkı gerçekleşmemiş olacaktır. Turizm talebinin artmasına karşılık, turizm arzının gerçekleştirilebilmesi için sağlanması gereken altyapı çalışmalarının, kamu tarafından gerçekleştirilmemesi sonucunda talep arzı karşılayamayacağından yine beklenen ekonomik katkı sağlanamayacaktır. Turistik talebin belirli dönemlere yoğunlaşmasının önüne geçmek için, yılın tüm dönemlerine turistik ürün arzı yayılmalıdır (Şanlıoğlu 2017: 61).

Turizmdeki istihdamın durumu, turizmin iktisadi etkisinin büyüklüğünü etkilemektedir. Turizmde yabancı istihdamının fazla olması durumunda ulusal istihdam bundan olumsuz etkilenecektir. Yabancı istihdamı eğer bilgi birikimi yüksek kalifiyeli eleman şeklinde ve belirli miktarda gerçekleşirse bu durumda ulusal istihdam ki çalışanlar bu bilgi birikimi ve deneyimlerden ders alarak uzmanlaşacaklardır. Böylelikle ulusal istihdam içindeki kalifiyeli eleman sayısının artması turizmdeki ekonomik büyüklüğü arttıracaktır. Sektörde tamamen kayıt dışı yabancı istihdam mevcut ise ulusal istihdam bundan tamamen olumsuz etkilenecektir.

Destinasyonun iktisadi yönden gelişmiş olması, o destinasyondan daha çok gelir sağlanabileceğini göstermektedir. Mevcut ekonomik sistemde uygulanan kota ve kısıtlamaların etkisi turizm sektöründe diğer sektörlerle nazaran daha azdır.

Turizm sektörünün ekonomide yarattığı olumlu etki yukarıdaki paragraflarda paylaşıldı. Şimdi ise bu bölümde, turizm sektörünün parasal etkilerinin yarattığı ekonomik sonuçları ortaya çıkaran, iktisadi katkılar başlıklar halinde ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

1.3.1.1. Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme ve Milli Gelire Etkileri

Ülkede gelişen turizm hareketleri, ülkeye döviz girdisi girişinin sağlanmasına ve döviz arzının artmasına neden olarak uluslararası ticarete rekabet gücünü arttırmaktadır.

Roney, (2011: 70)'e göre ekonomik büyümeyi etkileyen faktörler arz yönlü ve talep yönlü olarak ayrılmaktadır. Talep yönlü incelemek gerekirse, artan turizm talebinin karşılanabilmesi için sağlanan sermaye yurt dışından gelmiş ise buradan elde edilen karın bir kısmı yurtdışına geri dönecektir. Arz yönlü incelemek gerekirse eğer işletme ürününü ve hizmetini yurt dışından temin ediyorsa, buradan sağlanan gelirin bir kısmı yurtdışına gitmiş olacaktır.

Tüm turistik faaliyetlerin sonucunda elde edilen gelirin bir kısmı veya çoğu tüketim amacıyla diğer sektörlerle gitmektedir. Böylelikle, turizmden elde edilen gelir sayesinde diğer sektörlerdeki mal ve hizmetleri tüketimi için gelir oluşmaktadır. Başlangıçta yapılan turistik harcama Keynesyen çoğaltan etkisiyle beraber diğer sektörlerle de etki ederek, başlangıçta yapılan turistik harcamanın üstünde milli gelire katkı sağlamaktadır. Bir turizm işletmesinin elde ettiği gelir ile diğer sektörlerden harcama yapmasına olanak sağlayacak ve böylelikle çarpan etkisi giderek büyüyecek ve milli geliri bu büyüme etkisi kadar arttıracaktır. (Usta, 2009:v64; Vanhove, 2005: 185-186).

Lickorish, Jenkins, (1997: 67)'e göre turizm harcamalarının artması ile birlikte istihdam artmaktadır. Turistlerin turizm destinasyonundaki yaptığı harcamalar işletmelerin gelirini arttırmaktadır. Kamu tarafından yapılan harcamalarda turizm döngüsünü olumlu etkilemektedir. Tüm bu örnekler çoğaltan etkisinin farklı gerçekleşebileceğini göstermektedir.

Turizm harcamalarından gelir sağlayan bir sektör, kendi faaliyetlerini sürdürebilmek ve gelir sağlamak için diğer sektörlerden harcama yapması gerekmektedir. Yani başlangıçta turistin yapmış olduğu harcama diğer sektörlerle ilerlemektedir. İlerleme bir sektörden diğerine doğru satın alma işlemiyle ilerleyecektir. Fakat başlangıçtaki gelir sektörden sektöre aktarılırken aynı oranda kalmayıp değişmektedir.

Belirtilen bu süreçteki çoğaltan etkisi belirli bir aşamadan sonra azalmakta ve durmaktadır. Bunun belirli nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenleri Usta (2009: 66) şu şekilde sıralamaktadır:

1. Ülkede gelir sağlayan yabancı birey ya da firmalar gelirlerini yurtdışına aktardıkları zaman çoğaltan etkisi olumsuz etkilenecek durmaktadır.
2. Eğer elde edilen gelir harcamaya dönüşmüyor ise burada yine çoğaltan etki durmaktadır.
3. İthalat karşılığında yapılan ödemeler dolayısıyla elde edilen gelir, tekrar ithalat yapılması amacıyla yurtdışına giderek ülke içindeki çoğaltan etkisinin duraksamasına sebep olacaktır.

Usta (2009: 66-67)'e göre gelirin çoğalma aşamasının duraksadığı noktada, tüm aşamalardan elde edilen toplam gelirin baştaki gelirin kaç katı olduğu bilinmeli ve değişim oranı hesaplanmalıdır. Bu oranın hesaplanabilmesi çarpan katsayısı ile mümkündür. Birçok ülke turizm sektörünün bölgesel gelişime katkısının büyük olduğunu bilmektedir. Bu gelişim bölgesel çoğaltan etki şekline ifade edilmektedir. Çoğaltan etki bize ekonomide gerçekleşen ihracat, kamu harcaması ve yatırımlardan sağlanan harcamaların yarattığı gelirdeki artışı ifade etmektedir. Gerçekleşen turizm harcamaları ihracat olarak görülmesi nedeniyle, burada gerçekleşen harcamaların çoğaltan etkisi artan ihracat etkisini arttırmaktadır. Burada gerçekleşen harcamaların bir kısmı sızıntı olarak gerçekleşmektedir. Sızıntı olarak ifade edilen bu harcamalar gelir etkisini başlangıç aşamasında azaltmaktadır.

Tüketimin yarattığı etkileri ve tüketimdeki değişimlerin neden olduğu etkilerin açıklanmasında yeterli olmadığı için, çoğaltan etkisine teorik olarak zayıf olduğu eleştirisi getirilmiştir. Diğer bir eleştiri ise, marjinal tüketim eğilimi ile ortalama tüketim eğiliminin eşit varsayılması üzerinedir (Usta, 2009: 66-67).

Roney, (2011: 72)'e göre bu eleştiriler göz önünde bulundurulduğunda, hangi sektör olursa olsun o sektördeki katma değer hesaplanması belirli zorluklar içermektedir. Bu sektör turizm olduğunda katma değer hesaplanması daha da zorlaşmaktadır. Turizm kapsamında üretilen mal ve hizmetin bir fiyatı bulunmaktadır ve buna göre katma değer belirlenmeye başlamaktadır. Ancak üretilen mal veya hizmet,

işletme sahibinin tanıdıkları tarafından gerçekleşip ve bir ücret talep edilmemiş durumda ise katma değerın hesaplanması zorlaşmaktadır. Katma değerin hesaplanmasını zorlaştıran diğerk bir unsur kayıt dışı hizmettir. Kayıt dışı hizmet turizm sektöründe yaygın olarak görüldüğünden, katma değerin hesaplanması bu durumda da zorlaşmaktadır. Katma değerin hesaplanmasını zorlaştıran diğerk etkenler; gelir sağlayan yabancı birey ya da işletmelerin gelirlerinin bir kısmının yurt dışına çıkması, dövizdeki dalgalanmalardan kaynaklı problemler ve turistik yerlerde ikinci bir ev alıp burada yapmış oldukları konaklamalar turizm katkısı olarak görülmediğinden milli gelir hesaplanmasına dahil edilmemektedir.

1.3.1.2. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi

Dış ödemeler dengesi ülkeler için son derece önemli bir kavramdır. Turizm dış ödemeler dengesi kavramını yakından ilgilendirmektedir. Turizmdeki para akımının döngüsü, turistik faaliyet için ülkeden çıkan turistin kendi ülkesinde kazandığı, tasarruf ettiği veya tüketiminden arttırdığı parayı, turistik amaçla gittiği yerdeki mal ve hizmetleri satın alması ile gerçekleşmektedir.

Ödemeler bilançosu dengesi

Ödemeler bilançosundaki unsurlardan iki tanesinin dengede olmaması oldukça sık görülmektedir. Bu dengesizlik durumu hesaplamaları zorlaştırarak hata olanağını arttırmaktadır. Ülkeler birbirleriyle yapmış oldukları ticaretlere konu olan mal ve hizmetleri saptanması için genellikle kullanılan geleneksel bir yöntem olarak cari hesapları görünmeyen ve görünen kalemler şeklinde ikiye ayırmaktadırlar.

Roney, (2011: 72)'e göre ülkeler belirledikleri mal ve hizmetlerin verilerini kaydederek, bu grupların dış hesaplarını oluştururlar. Dış turizm gelir giderlerindeki mevcut denge, görünmeyen kalemlerin içinde bulunmaktadır. Mevcut denge, ülkedeki bireylerin yurtdışındaki yapmış oldukları harcamalar ile ülkeyi ziyaret eden turistlerin yapmış oldukları harcamalar arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Bu fark olumlu ya da olumsuz olarak yorumlanabilmektedir. Fakat net turist harcamalarının hesaplanmasındaki unsur eksik sonuçlar doğurmaktadır. Bu sorun, sadece turistin mevcut ülkedeki harcamalarını kapsamasıyla ortaya çıkmaktadır. Turistin ülkedeki mal ve hizmetler için yaptığı harcamaların yanında, ülke içinde veya dışındaki yapılan

yatırımları ve harcamaları da kapsamalıdır. Böylelikle uluslararası tüm turizm işlemleri ele alınarak ülkenin turizm maliyetleri belirlenebilmektedir.

Uluslararası döviz arz ve talebini etkileme noktasında turizm faaliyetlerinin büyük etkisi bulunmaktadır. Turizm hizmetler sektörünün alt unsurlarından biridir. Turizmdeki gelir ve giderler görünmez kalem olgusunda yer alır. Turistin mevcut ülkesinden çıkarak turistik faaliyet göstereceği ülkeye gitmesiyle ülkesindeki döviz azalacağından ülkesindeki döviz talebi artacaktır. Turistik faaliyet amacıyla gittiği ülkede yapmış olduğu harcamalar sonucunda döviz miktarı artacaktır. Turizmde sağlanan döviz karşılığında bir mal çıktısı bulunmadığından dolayı turizm, dış satım olarak adlandırılmaktadır. Ancak turistler almış oldukları hediyelik veya değerli eşyaları beraberlerinde götürebilmektedirler. Bu durumda, alınan bu eşyalar bu hesaplama dâhil edilmemektedir. Bu durumda alınan eşyalar ek dışsatım tanımıyla ifade edilmektedir.

Turizmin dışındaki sektörlerdeki dış satımın gerçekleşmesi ülkeler arasındaki ikili ve ters yönlü ilişkiye bağlı iken, turizm sektöründe bu durum tek yönlü ilişkiye bağlıdır.

Turizm sektörünün ödemeler dengesi üzerindeki etkisi olumlu ve olumsuz şekilde gerçekleşmektedir. Ülkeden turizm amaçlı hareket eden birey o ülkenin ödemeler dengesine zarar verirken yine o bireyin turizm amaçlı gittiği ülkenin ödemeler dengesine katkı sağlamaktadır.

Ödemeler dengesindeki turizm hareketlerinin etkisinin analizindeki dikkat edilmesi gereken unsurlar şu şekildedir;

1.Sektörden sağlanan gelirin, bu gelirin oluşturulmasındaki maliyetlerden yüksek olması gerekmektedir.

2.Sektörden elde edilen toplam gelirin, sektörün yokmuşçasına hareket edildiğinde diğer sektörlerdeki toplam gelirinden yüksek olması beklenmektedir. Turizm sektöründeki bir yatırım, bu durumda diğer sektörlerdeki alternatif maliyeti göstermektedir. Ancak burada belirtilen maliyetin belirlenmesi oldukça zordur.

Ödemeler dengesi kavramının birçok ülke için önemli olduğunu belirtmiştik. Turizmde ödemeler dengesindeki etkisini açıklamıştık. Turizm sektörü sadece ödemeler dengesi açıkları veren ülkeler için değil aynı zamanda ödemeler dengesi fazlası veren ülkeler için de önem teşkil etmektedir. Ödemeler dengesi fazlası veren ülkelerdeki durumda, vatandaşlar ülke içindeki mal ve hizmetlere olan taleplerini arttıracaklardır ve bu durum enflasyon ile sonuçlanacaktır. Japonya bu durumda ödemeler dengesi fazla veren ülkelerden biridir. Bu durumda olan Japonya, ülke vatandaşlarını dış turizmi gerçekleştirmeleri için teşvikler sunmaktadır. Bir ülkedeki döviz kurlarındaki yüksek dalgalanmalar ülkedeki turizm hareketlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Eğer ülkenin para biriminin değeri düşme eğilimi gösteriyorsa o ülkedeki turizm oranlarında bir artış beklenebilmektedir.

Ülkeye gelen yabancı turistler kendi paralarını döviz bürolarında değiştirirken alış kuru üzerinden bir bedel öderler. Ülkeden çıkmak isteyen bir turist elinde kalan o ülkenin parasını kendi parası ile değiştirmek ister iken bu sefer satış kuru üzerinden uygulama gerçekleştirilir. Turistin turizm destinasyonunda bulunduğu vakitte o ülkenin parası değer kazanmış olur ise turist para birimi değiştirme sırasındaki işlemlerinden ufak bir miktar komisyon elde edilmiş olunur. Turistin ülkede yapacağı harcamaların durumu az bir miktar da olsa bu komisyon oranına göre şekillenmektedir.

Geçmişten günümüze turizmdeki pazarlara ilişkin birçok çeşitlilik gerçekleşmiştir. Bazı ülkeler ucuz turizm faaliyetlerinin merkezi olurken bazı ülkelerde pahalı seyahat pazarları olmuştur. Ülkelerin ekonomik ve siyasal nedenlerinin yanındaki birçok neden, seyahat pazarlarının pahalı veya ucuz olmasına neden olmaktadır. Bunun birçok örneği günümüzde halen uygulanabilmektedir (Lundberg, 1995, 24)

1.3.1.3. Turizm Faaliyetlerinin Yatırımlara Etkisi

Turizmdeki olumlu gelişmelerle birlikte yeni yatırım olanakları ortaya çıkartmaktadır. Ortaya çıkan bu yatırımlar ülke ekonomisini büyütmekte ve aynı zamanda ülke kalkınmasına olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda bu yatırımlar sayesinde istihdam alanı genişlemektedir. İstihdam olanaklarının artması, turizm sektörünün yanında turizm sektöründe girdi olarak kullanılan mal gruplarının üretildiği sektörlerde de istihdam yaratabilmektedir.

Turizm yatırımlarının ekonomik etkileri farklılık gösterebilir. Bu farklılıklar katma değerdeki dağılımı iki farklı şekilde etkilemektedir. Örneğin, farklı sosyal grupların bulunduğu bir yerde devlet gelir dağılımındaki farklılıkları en aza indirmek için, vergi politikaları, harcama politikaları ve fiyatlandırma politikalarını farklı sosyal gruplar için uygulayabilmektedir. Eğer ülke sosyal nedenlerden dolayı gelir eşitsizliğini ortadan kaldırarak kalkınmayı hedefliyorsa, bu durumda turizm yatırımlarının önemi artmaktadır. Uygulanan politikalar sayesinde, yüksek gelire sahip insanların yapmış oldukları harcamalar düşük gelire sahip insanlara doğru geçmeye başlayarak düşük gelirli insanların refah seviyelerini arttırmaktadır. Böylelikle gelir seviyesindeki adaletsizlik azalmaya başlayarak dengenin sağlanmasına katkı sağlamaktadır. Katma değer dağılımını etkileyen ikinci unsur ise turizm sektöründe gerçekleştirilen yatırımların, az gelişmiş bölgelerin kalkınmasına olanak sağlamaktadır. Turizm sektörü özelinde gerçekleştirilen alt yapı ve üst yapı çalışmaları, turistlerin ihtiyaçlarını görmesine olanak sağlarken aynı zamanda bölgenin ekonomik yapısını da etkileyerek gelişmişlik seviyesini ve refahını arttırmaktadır.

Turizm sektörü sürekli gelişen bir destinasyonda, kamu ve özel yatırımlarda artmaktadır. Ancak destinasyonda bulunan işletmeler yabancı ise buradan sağlanan gelirin etkisi mevcut destinasyona etki etmeyecektir. Örnek olarak, ilgili turizm destinasyonundaki bir işletme satışa sunduğu mal ve hizmetleri o yöreden temin ediyorsa ve işletmesindeki istihdamı kendi yöresinden sağlıyorsa buradaki çarpan etkisi ve net fayda artmaktadır. Eğer tam tersi söz konusu ise, yani firma yabancı ise veya kullandığı ürünleri mevcut destinasyonun dışından temin ediyorsa burada çarpan etkisi oldukça az gerçekleşmektedir.

1.3.1.4. Turizmin İstihdama Etkisi

Korzay, (1992:289)'e göre turizm sektörü emek-yoğun bir sektör olduğundan dolayı istihdam olanakları oldukça fazladır. Turizm sektöründeki istihdamın çeşitliliği sayesinde diğer sektörlerle de istihdam yaratmaktadır. Sektörün yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdam olanakları ülkedeki toplam istihdamı etkileyebilmektedir. Sektörün hizmet ağırlıklı olması, az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki sektörün ihtiyaç duyduğu vasıflı veya vasıfsız eleman sayısının çokça olması ve bu elemanların sektörde istihdam edilmesi turizm sektörünün ülke istihdamında yarattığı katkıyı ortaya

koymaktadır. Turizm sektörü doğrudan veya dolaylı olarak birçok sektörü etkilemektedir. Turizmin diğer etki çeşitliliği sektörel anlamda fazla olduğundan dolayı, sektörün yarattığı istihdam etkisini açıklamak oldukça zordur (Vellas, Becherel, 1995:218). Sektörün yarattığı istihdam etkisini üç şekilde gruplandırabilmektedir. Bunlar;

Dolaylı İstihdam; turizm sektöründe kullanılmak üzere sağlanan mal ve hizmetlerin üretiminde bulunan istihdamı oluşturmaktadır. Görsel sanat ürünler, gıda, inşaat, gibi sektörlerde istihdam alanlarının açılması turizm sektöründeki gelişme ile sağlandığından, burada dolaylı istihdam etkisi mevcuttur.

Doğrudan İstihdam; turizm faaliyetlerinin tümünü barındıran (yeme-içme, konaklama ve tur acenteleri vb.) işletmelerdeki istihdamı kapsamaktadır.

Uyarılmış İstihdam; açıklanan dolaylı ve doğrudan istihdamların toplamından elde edilen gelirlerin harcanmasıyla ekonomide ortaya çıkan istihdamları kapsamaktadır.

WTTC (Dünya Turizm Seyahat Konseyi)'ye göre turizm büyük bir endüstridir. Aynı zamanda yarattığı istihdam sayesinde sektörü büyük bir işveren olarak tanımlamıştır. WTTC'nin bir araştırmasına göre turizm sektöründe üç saniyede bir istihdam olanağı doğmaktadır (Özgüç, 1998: 1). Turizmde, turistin memnuniyeti için sunulan hizmet oldukça önemlidir. Sunulan hizmetler çoğunlukla insan üzerinden sağlandığından dolayı sektördeki işgücünün önemi ön plana çıkmaktadır. Sektörde oluşan yeni teknolojik gelişmeler işgücünün etkinliğini fazla etkilememektedir. Bu nedenle sektörün emek yoğun olarak karşımıza çıkması, sektördeki istihdamın yaratma olanağı diğer sektörlerdeki istihdamdan yaratma olanağından daha etkindir. Turistlerin yapmış oldukları harcamalar istihdamın olanağını sağlayan etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamalarından elde edilen ilk gelir doğrudan istihdam etkisi yaratırken, elde edilen ilk gelirin tekrar harcanması, ikinci dereceden istihdam etkisi yaratmaktadır. Daha çok yaz turizminde görülen bu durumda, mevcut dönemde turistik faaliyetlerin artmasıyla talep artışı gerçekleşecek ve daha çok işgücü ihtiyacı doğacaktır. Bu talep türemiş talep olarak ifade edilmektedir.

Sektördeki istihdam yoğunluğunun diğer sektörler göre fazla olmasını nedeninin sektördeki teknolojik gelişmelerin istihdamı fazla etkilemediğini belirtmiştik. Buna ek olarak diğer bir nedense, sektördeki makineleşme olanağının oldukça az olmasıdır. Sektörün emek-yoğun olması, sektörden elde edilen gelirler doğrudan istihdam etki oluşturmaktadır. Diğer yandan dolaylı istihdam etkisinde ise ortaya çıkacak etkinin niceliği sektörün bölge ekonomisi ile uyumuna bağlı olarak değişebilmektedir.

Turizm sektöründeki istihdam çeşitliliği oldukça fazladır. Part-time çalışandan çok genç çalışana, yaşlısından kadınına birçok insan istihdam edilmektedir. Sektörde kayıt dışı istihdam fazla görüldüğünden dolayı, ülkenin işsizlik sorununa turizm sektörünün fazla bir etkisi bulunmamaktadır.

1.3.1.5. Turizmin Devlet Bütçesine Etkisi

Ülkeler, turizm sektörünü bir gelir kaynağı olarak görmektedirler. Bu gelir kaynağı ülkelerin devlet bütçeleri açısından oldukça önemli hale gelmektedir. Ülkeler turizm sektöründe gerçekleşen turizm faaliyetlerine vergi getirerek gelir sağlamaktadırlar. Sektördeki faaliyetler üzerine getirilen vergileri ve yapılan harcamaları inceleyecek olursak bunlar; (Olalı, Timur, 1988:),

1.Turizm sektörü kapsamında çalışan işçiler, işletmeler ve işverenler üzerinden alınan doğrudan ve dolaylı vergiler,

2.Turistlerin yapmış oldukları turistik faaliyetler sonucunda yapmış oldukları harcamalardan sağlanan gelirler, vize işlemlerinden sağlanan gelirler, liman vergisinden sağlanan gelirler ve ayakbaşı parasından sağlanan gelirler,

3.Ülke içindeki yerli turistten alınan dolaylı ve doğrudan vergiler,

4.Ülke içinde bulunan, ücretli piknik alanları, müzeler ve doğa koruma alanındaki parkların ziyaretinde yapılan ödemeler,

5.Sektöre yönelik teşvik harcamaları devlet bütçesine katkıda bulunulması için turistik faaliyetlere getirilen vergilerin ve yapılan harcamaların başta gelenlerindendir.

Devlet turizm sektöründen elde ettiği geliri tekrar turizm sektöründe kullanılmak üzere, sektörün gelişmesi için gerekli harcamalarda bulunur. Yapılan

harcamalar, sektör için yapılan ARGE (Araştırma-Geliştirme) çalışmaları, reklam harcamaları, turistik faaliyetlerinin işlemlerini sağlamaya yönelik harcamalar (devlet otelleri, oyun alanları vb.), sektörün ihtiyaç duyduğu altyapı ve üstyapı harcamalarıdır. Yapılan bu harcamalar sektöre doğrudan etkileri olarak ortaya çıkan harcamalar olarak adlandırılmaktadır. Devletler turizm gelirlerinin devlet bütçesine katkısını bildikleri için yukarıda belirtilen harcamaları yapmaları beklenmektedir. Bu harcamalardan en ön plana çıkanı ise altyapı harcamaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak gelişmekte olan ülkeler için yapılacak altyapı çalışmalarının finansmanın sağlanması oldukça güçtür. Fakat gelişmekte olan ülkelere yapılacak altyapı çalışmaları sadece turizm sektörüne değil aynı zamanda bölgenin ekonomik durumunu ve refahı arttıracaktır.

Devletlerin turizm sektörü için yaptığı dolaylı harcamalar aşağıdaki şekilde sıralanabilmektedir:

- 1.Sektörün gelişmesi için gerçekleştirilen idari harcamalar,
- 2.Sektör için kolay finansman olanağı sağlama,
- 3.Turistik faaliyetlerde kullanılmak amacıyla kullanılacak makine ve teçhizatın ithali durumunda vergi indirimi veya muafiyetinin sağlanması,
- 4.Mali yardımlar
- 5.Devlete ait olan işletmelerde düşük kira bedellerinin alınması
- 6.Kamusalallaştırma ve ulusallaştırmaya karşı devlet tarafından teminat vermesi
- 7.Ulaştırma alanında yapılan yardımlar
- 8.Turizm işletmelerinden alınan vergilerin bazı özel durumlarda ertelenebilmesidir.

Devlet tarafında turizm sektörü için gerçekleştirilen dolaylı ve doğrudan harcamaların verimliliği konusunda bazı tartışmalar mevcuttur. Harcamalardan sağlanan verimin incelenemesinin en makul yolu, devlet tarafında yapılan harcamaların yine devletin turizmden elde ettiği gelire oranlamasıdır.

1.3.1.6. Turizmin Yabancı Sermaye Girişine Etkisi

Turizm sektörü gelişmemiş ülkelerde yabancı sermaye gereksinimi oldukça önemlidir. Yabancı sermayenin gereksinimini zorunlu kılan nedenler aşağıda tanımlanarak açıklanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013: 40):

1.Yeterli Sermaye Birikiminin Bulunmaması: Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki iç finansman yeterli olmadığından, yatırımların gerçekleştirilebilmesi için yabancı finansmanı için bazı girişimlerde bulunmaktadır. Ülkeye gelen yabancı sermaye yatırımı çoğaltan etkisiyle gelir artışı yaratarak bu da tasarrufların artışı ile ulusal gelir artışına sebep olur. Ülke içinde bulunan yerel firmalar yabancı sermayenin yapacağı yatırıma hammadde temin ederek ulusal ekonomiye destek olur. Elde edilen tüm gelirler sermaye birikimini oluşturur.

2.Know-How Yetersizliği: turizmde oluşturulan kapasitenin pazarlanması için ülkede talebin artırılabilmesi için yeterli bilgi birikiminin ülkede bulunması gerekmektedir. Bu süreci yönetecek uluslararası birçok kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar bilgi denetimine ve yönetimine hâkimdirler. Ülkedeki arzın etkin kullanımı için çalışmalar gerçekleştirmektedirler. Turizm sektöründe bulunan emek faktörünün verim sağlaması için gerekli eğitimleri sağlamaktadırlar. Turist potansiyeli bulunan ülkelere turist çekmek isteyen ülkelerin lehinde çalışmalarda bulunurlar. Piyasayı daha yakından inceleyerek talep kontrolünü kolaylaştırırlar.

3.Turizm Sektöründeki Riskin Paylaşılması: Turizm alanında faaliyet gösteren uluslararası turizm işletmeciliği ve yatırımcılığı yapan firmalar, sektördeki yabancı sermaye olgusunu oluşturmaktadırlar. Bu firmalar turizm sektörüne hâkim firmalardır. Yapacakları yatırımları kâr edecekleri lokasyonda yapmayı tercih ederler. Riskli gördükleri bölgelerde yatırım yapmaktan kaçınırlar. Bu firmaların uluslararası piyasadaki yatırımlarındaki başarılarından dolayı, seçtikleri ülkelere yaptıkları yatırımlar yerli özel firmaları yatırım konusunda özendirir. Yabancı ve yerli özel firmaları bir arada çalışmaya iten etken riskin paylaşılması durumudur. Yabancı sermaye yerli özel sermayeye gelir

sözü verirken yerel özel firma ise, ülkesi ile yabancı sermaye ilişkisinin sorunsuz ilerlemesi için çaba gösterir.

Yabancı sermayenin turizm sektöründe yatırım yapmasının nedenleri arasında ekonomik ve siyasi anlamda istikrarın bulunması, devletin sektöre fazla müdahalede bulunmaması, kâr ve finansmanın transfer kolaylığı ve altyapı çalışmalarının durumu bulunmaktadır. Yabancı sermayenin gerçekleştireceği yatırımlardan öncesinde dikkat ettiği unsurlar aşağıda sıralanmıştır.

1. Ekonomik ve Siyasi İstikrar

Yabancı sermaye yatırım yapacağı ülkede ekonomik ve siyasi bir istikrarsızlık olmasını istemez. Aynı zamanda yatırım yapacağı ülkenin iç ve dış siyasi politikasını inceler. Tüm bu incelemeler yabancı sermaye için önem arz etmektedir. Çünkü yabancı sermayenin ülkedeki yatırımı, oluşumunu uzun vadede tamamlayabileceğinden, ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrar durumu son derece önem teşkil etmektedir.

2.Devlet Müdahalesinin Minimum Düzeyde Gerçekleşmesi

Devletin ekonomiye müdahale ederek fiyat dondurması, kar hadlerini kendi tarafından belirlemesi ülkedeki yabancı sermayeyi zor duruma sokacaktır. Bu durum ülkede yatırım yapmayı planlayan diğer yabancı yatırımcıları caydıracaktır. Müdahalenin bulunmadığı ve bürokratik problemlerin olmadığı bir ortam, yatırım yapmayı planlayan yatırımcılar için özendirici olacaktır.

3. Alt Yapı Yatırımı

Alt yapı yatırımlarının eksiksiz tamamlanması durumunda turizm faaliyetlerinin etkinliği artacaktır. Böylelikle mevcut destinasyon turistik bölge haline gelecektir.

1.3.1.7. Turizmin Diğer Sektörler Üzerine Olumlu Etkileri

Turizm sektörü birçok sektörle tamamlayıcılık ilişkisi içindedir. Tarım ve sanayi sektörlerinin ürettiği birçok ürün turizm sektöründe kullanılmaktadır. Kullanılan bu ürünler sektörde ara mal veya girdi olarak kullanılmaktadır.

1.3.1.7.1. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Sanayi Sektörü Üzerine Etkisi

Sınai mallarının kullanımı ile yapılan turistik yatırımlar sanayi sektörünü doğrudan etkilemektedir. Bu etkilere bakacak olursak; turistik faaliyetler için gerçekleştirilen alt yapı yatırımlarında inşaat ürünleri kullanıldığından, bu ürünlerin üretimi artacaktır. Turizm sektöründe kullanılan elektronik cihazlara olan talep bu cihazların üretimini arttıracaktır. Turizm kaynaklı sınai üretimin artması, sanayi sektöründeki istihdamı arttırmaktadır. Turizm sektöründe kullanılan bazı yiyecek içeceklerindeki talebin artması tarım üzerine üretim yapan sanayi firmalarındaki üretimi arttıracaktır (İçöz. 2005, 300).

1.3.1.7.2. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Tarım Sektörü Üzerine Etkisi

Turizm sektörü tarım sektöründe yeni talep imkânları doğurmaktadır. Örneğin, turistik bir destinasyon bölgesinde tarımsal faaliyette bulunan yerli halk üretimini o bölgede kolayca satabilmektedir. Daha çok kırsal kesimlerde gerçekleşen bu durumda, turizm ve tarım sektörü birbirini tamamlayıcı konumdadır (İçöz. 2005, 299-300).

1.3.1.7.3. Turizm Sektöründeki Faaliyetlerin Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi

Hizmetler sektöründeki gelişme turizm sektöründeki artış ile sağlanmaktadır. Bakkal, manav gibi yerel küçük işletmelerin; bankacılık, sağlık gibi sektörlerdeki hizmetlerin, eğlence sektöründeki hizmetlerin, kamu hizmetlerinin kalitesi turizmin gelişmesi ile birlikte artmaktadır.

1.3.2. Turizm Faaliyetlerinin Ekonomide Yarattığı Olumsuz Etkisi

Turizmin ekonomiye yukarıda sıraladığımız olumlu katkılarının yanında olumsuz katkıları da mevcuttur. Turizm sektörü her zaman maksimum katkıyı sağlayamayabilir.

1.3.2.1 Turizm Faaliyetlerinin İklim Değişikliği Üzerindeki Olumsuz Etkisi

Küresel ısınma ile birlikte su seviyesinin yükselmesi ile bazı turistik destinasyonların su altında kalması beklenmektedir. Aynı zamanda küresel ısınma ile birlikte mevsimsel geçişlerin bozulması kış turizmini olumsuz etkileyecektir. Bulaşıcı hastalık riskleri iklim değişiklikleri ile artacak, turizm talebi bundan olumsuz

etkilenecektir. Turistik talep alışkın olunanın dışında değişecek ve bu değişme farklı ürün üretimini zorunlu kılacaktır (Kahraman, Türkay, 2012:29; Vanhove, 2005:214-215).

1.3.2.2. Turizm Faaliyetlerinin Doğal Çevre ve Verimlilik Üzerine Etkisi

Ekolojik düzendeki bozulmalar halkın sağlığını olumsuz etkilerken turistlerin tüketici memnuniyetini de olumsuz etkilemektedir. Aynı zamanda turistik bölgelerdeki çarpık yerleşme ve betonarmenin artması, bölgenin ekolojik dengesini bozarken aynı zamanda bölgedeki tarihi yapılara da zarar vermektedir. Mevcut olumsuzlukların bir kısmı doğrudan turizm kaynaklı yaşanmaktadır. Bölgedeki olumsuz gelişmeler karşısında, turizm sektörünün gelişimine yönelik çalışmalar yapılırken bölgenin ekolojik yapısı ve mevcut tarihsel yapıların korunması sağlanmalıdır. Eğer bölgedeki koruma-kullanma dengesi sağlanamaz ise, dengenin sağlanması için ek harcamalar yapılmak zorunda kalınacaktır. Bu ek harcamalar doğrudan sektör içinde kullanılması yerine dengenin sağlanması için kullanıldığından sektörden beklenen büyüme imkanları uzun vadede olumsuz etkilenecektir (Şanlıoğlu, 2017, 95-95).

1.3.2.3. Turizm Faaliyetlerinin Yapay Çevre Üzerine Etkisi

Turizm sektörü için gerçekleştirilen faaliyetler sadece doğal çevreyi etkilememektedir. Aynı zamanda yapay çevre üzerinde de olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Turizm destinasyonunda ki çarpık kentleşmeden dolayı düzgün bir altyapı oluşumu sağlanamayacaktır. Altyapı eksikliği beraberinde trafik sorununu ortaya çıkaracaktır. Tüm bu olumsuzluklar bölgedeki turizm hareketlerini olumsuz etkileyerek bölgenin gelişimini yavaşlatacaktır.

1.3.2.4. Turizm Faaliyetlerinin Talep Enflasyonuna ve Arsa Fiyatlarına Etkisi

Turistik bölgedeki turistik talebin aşırı şekilde artmasına karşın, bu talebi karşılayacak bir arz bulunmaması durumunda sektördeki her türlü harcama kalemi üzerinde enflasyonist baskı oluşacaktır (Vanhove, 2005,1430-1431). Bu baskı sonucunda artan fiyatlardan yapılacak harcamayı gelir düzeyi daha yüksek turistler yapacaktır.

Bir turizm destinasyonundaki talep artışı o bölgedeki ev kiralarının ve arazi fiyatlarının artmasına neden olacaktır. Aynı zamanda talep artışına paralel olarak firmalar arasında rekabet artacak, artan rekabet karşısında firmalar daha çok turist hedefleri doğrultusunda işletmelerini büyütmek için arazi alımı gerçekleştirmek isteyeceklerdir ve bu da arazilerin fiyatlarını yükselterek bölgedeki enflasyonu etkileyecektir. Aynı zamanda arazilerin turizm faaliyeti kapsamında satılması veya kiralanması bölgedeki tarımsal faaliyeti azaltacaktır. Aynı zamanda bölgedeki imara kapalı tarım bölgelerinin imara açılması ile birlikte bölgedeki bazı geleneksel iş kolları azalacak veya kaybolacaktır. Örneğin dere veya göl kenarlarındaki arazilerin imara açılması burada geçimini balıkçılıkla sağlayan yerel halk olumsuz etkilenecektir. Sektörün ihtiyaç duyduğu bazı tarım ürünlerinin bölgeden sağlanamaması beraberinde sektörü dış tedarikçilere bağımlı hale getirecektir.

1.3.2.5 Turizm Faaliyetlerinin Ekonomi Üzerinde Yarattığı Bağımlılık Etkisi

Bazı ülkelerde turizm sektörü birinci sektördür. Bu ülkeler genelde küçük ülkelerdir ve sanayileri gelişmemiş, doğrudan hizmet sektörlerine yönelmişlerdir. Bu ülkelerdeki turistik talebin başka ülkelere doğru yönelmesi bu ülkenin ekonomisini büyük ölçüde olumsuz etkileyecektir. Bu etkinin yaşanmaması için turizmin dışındaki sektörlerle de yönelmeli, üretim faktörleri arasında eşit dağılım sağlanmalıdır (Avcıkurt, 2009: 41-42).

Sektördeki acente firmaları ve uluslararası piyasada var olan otel zincirleri sektörü domine etmektedir. Oligopol yapıdaki bu firmalar, sektördeki rekabet koşullarını olumsuz etkilemektedir.

1.3.2.6. Turizm Faaliyetlerindeki Yabancı Sermayenin Olumsuz Etkisi

Yabancı sermayenin turizm üzerindeki olumlu yanlarını bir üst bölümde incelemiştik. Bu başlığımızda ise yabancı sermayenin turizm üzerinde yarattığı olumsuzlukları açıklayacağız.

Bir yabancı yatırımcı ülkede yapmış olduğu yatırımlarla sektörde monopol veya oligopol durumuna geliyorsa, ülkedeki rekabet durumu yavaşlayacak ve monopol ve oligopol durumundaki firmalarla başa çıkamayan yerel firmalar faaliyetlerini

durdurmak zorunda kalacaktır. Sektördeki istihdamın yabancı yatırımcı tarafından yurtdışından sağlanması ülkedeki istihdamı zor duruma sokacak, aynı zamanda yurtdışından gelen işçiler ücretlerinin bir kısmını kendi ülkelerine götüreceklerinden ülkedeki döviz bundan olumsuz etkilenecektir. Ülkedeki döviz sorununa neden olan diğer bir etken, yabancı yatırımcının sektörde kullanmak üzere ihtiyaç duyduğu ara ve yatırım malını ithal etmesidir (Quer vd., 2007: 363; Bahar, Kozak, 2012a: 178-179).



2. Bölüm: DÜNYA TURİZMİNE KISA BİR BAKIŞ VE SEÇİLMİŞ ÜLKELERİN (FRANSA, HIRVATİSTAN, YUNANİSTAN, İSPANYA, İTALYA VE TÜRKİYE) 2000-2020 YILLARI ARASINDAKİ TURİZM PERFORMANSARI

Çalışmanın bu bölümünde, dünya turizmine dair veriler ile aynı zamanda ekonometrik analize tabi olan ülkelerin turizm verileri sunulmuştur. Ülkelerin turizm performanslarının incelenmesi ekonometrik analizlerin yorumlanmasına katkı sağlayacaktır.

2.1. 2000-2020 Dünya Turizmi

Bu başlık altında, inceleyeceğimiz ülkelerin turizm performanslarından önce 2000-2020 yılları arasındaki dünya turizmine dair bazı veriler sunulmuştur. Dünya turizmindeki turizm gelirleri, uluslararası geliş ve gidiş sayılarına ait veriler sunulmuştur.

Tablo 2. 1 Uluslararası Turizm Gelirleri (2000-2020 Milyar)

Yıl	Turizm Gelirleri (Milyar US \$)	Yıl	Turizm Gelirleri (Milyar US \$)
2000	596.26	2011	1000.31
2001	578.66	2012	1000.38
2002	595.91	2013	1000.41
2003	646.31	2014	1000.56
2004	767.62	2015	1000.52
2005	829.03	2016	1000.54
2006	896.94	2017	1000.68
2007	1000.04	2018	1000.82
2008	1000.015	2019	1000.86
2009	1000.05	2020	Veri yok
2010	1000.17		

Kaynak: World Bank Turizm İstatistikleri Yıllığı, Uluslararası Turizm İstatistikleri 2020.

Uluslararası turizm gelirleri 2007 yılına kadar milyar seviyesinde iken, 2007 yılı itibariyle sektör gelirleri trilyon seviyesine ulaşmıştır. Turizm gelirleri yıl bazında incelendiğinde, turizm gelirlerindeki artış en çok 2011 (14 milyon) yılında yaşanmıştır. 2010 yılında 1.17 trilyon olan turizm gelirleri 2011 yılında 1.31 trilyon olmuştur. tabloda 2020 yılına ait veriler bulunmamasına rağmen, yaşanan Covid-19 pandemisi yüzünden turizm gelirlerinin düşmesi kaçınılmaz durumdadır.

Tablo 2. 2 Uluslararası Gidiş Sayısı (2000-2020, Milyon)

Yıl	Turizm Gidiş Sayısı (Milyon)	Yıl	Turizm Gidiş Sayısı (Milyon)
2000	1.12	2011	1.95
2001	1.12	2012	1.56
2002	1.13	2013	1.64
2003	1.13	2014	1.65
2004	1.2	2015	1.74
2005	1.25	2016	1.82
2006	1.38	2017	1.93
2007	1.43	2018	1.99
2008	1.45	2019	2.03
2009	1.4	2020	Veri yok
2010	1.66		

Kaynak: World Bank Turizm İstatistikleri Yıllığı, Uluslararası Turizm İstatistikleri 2020.

2000 yılından 2020 yılına kadar turizmdeki gidiş sayıları genellikle artış seyrindedir. Turizmdeki çeşitliliğin ve turizm faaliyetlerindeki ulaşım seçeneklerinin artması gidiş sayılarını arttıran nedenlerdendir. Uluslararası gidişlerdeki en önemli artış 29 milyar ile 2011 yılında gerçekleşmiştir. 2010 yılındaki 1.66 milyarlık gidiş sayısı 2011 yılında 1.95 milyar olmuştur.

Tablo 2. 3 Uluslararası Geliş Sayısı (2000-2020, Milyon)

Yıl	Turizm Geliş Sayısı (Milyon)	Yıl	Turizm Geliş Sayısı (Milyon)
2000	1.13	2011	1.79
2001	1.3	2012	1.88
2002	1.32	2013	1.95
2003	1.3	2014	2.01
2004	1.44	2015	2.07
2005	1.5	2016	2.14
2006	1.68	2017	2.25
2007	1.74	2018	2.34
2008	1.75	2019	2.4
2009	1.69	2020	Veri yok
2010	1.76		

Kaynak: World Bank Turizm İstatistikleri Yıllığı, Uluslararası Turizm İstatistikleri 2020.

Bireylerdeki yeni yerler görmek ve yeni tatlar tatmak istekleri, seyahat etme isteklerinin artmasına neden olmuştur. 2000-2020 yıllarında turizmdeki yeni destinasyonların ve ülkelerin gastronomik çeşitliliklerinin artması, uluslararası geliş sayılarını kademe kademe arttırmıştır. Turizmdeki gelişler en çok 2000 yılından 2001 yılına geçince yaşanmıştır. 2000 yılındaki 1.13 milyarlık turist gelişleri 0.17 artarak 2001 yılında 1.3 milyar olmuştur. 2020 yılına dair bir veri bulunmasa da, turizm gelişlerinin düştüğü açıkça söylenebilmektedir.

Yukarıdaki tablolar incelendiğinde, uluslararası turizmdeki hızlı değişim 21. yüzyılın başından itibaren oldukça etkin bir biçimde görülmeye başlanmıştır. Turist sayıları katlanarak artmaya başlamıştır. Turizmdeki bu değişikliklerden biri de turistik faaliyetlerden sağlanan gelirin artmasıdır. Gelirin de turist sayısındaki gibi oldukça fazla artması sektörü cazip hale getirmiştir.

21. yüzyıl başları itibariyle turizm sektörü yapısı itibariyle olgunlaşmış bir sektör haline gelmiştir. Ancak 11 Eylül (2001) ve 12 Ekim (2002) Bali bombalaması olayları ile turistik yerlerdeki güvensizlik durumu artmıştır. Bu güvensizlik durumu

turist hareketliliğini azaltmıştır yada turistik destinasyon değişikliğine gidilmiştir. 2008 Amerika’da ortaya çıkan mali kriz tüm dünyaya yayılarak turizm hareketlerini olumsuz etkilemiştir. 2011’deki Fukuşima felaketi de turizm sektörünü etkileyen olaylardan biridir.

Dünya turist sayısı, 2000 yılında 687 milyon, 2004 yılında 722 milyon, 2005 yılında 790, 2006 yılında 845, 2007 yılında 903 milyon, 2008 yılında 944 milyon, 2010 yılında 950 milyon, 2011 yılında 997 milyon, 2012 yılında 1 milyar 35 milyon, 2015 yılında 1 milyar 184 milyon, 2016 yılında 1 milyar 220 milyon, 2017 yılında 1 milyar 300 milyon, 2018 yılında 1 milyar 359 milyon, 2019 yılında 1 milyar 461 milyon gibi bir artış gösterirken 2020 yılında yaşanan pandemiden dolayı 381 milyon seviyesine gerilemiştir (Dehoorne, O. (2013), s.77-8).

Turizmden elde edilen gelirin yarısına yakın bir kısmını sektördeki 9 ülke (Amerika, Çin, İspanya, Fransa, Tayland, İngiltere, İtalya, Avustralya, Yunanistan) paylaşmaktadır. Diğer gelirleri ise geriye kalan ülkeler arasında paylaşılmaktadır. Çalışmadaki Türkiye dâhil 4 ülke bu 9 ülke arasında bulunmaktadır.

2.2. Seçilmiş Ülkelerin (Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye) Turizm Performansları

Bu bölümde, ülkelerin 2000-2020 yılları arasındaki turizm performanslarına ait veriler yıllar itibariyle sunularak incelenmiş ve aynı zamanda ülkelere ait bazı turizm göstergeleri (Turist sayısı, Turizm gelirleri, Kişi başı turizm harcaması) bir arada incelenerek, ülkelerin karşılaştırılmalı turizm yorumlamaları yapılmıştır.

2.2.1 Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye’nin Karşılaştırılmalı Turizm Performansları

Ülke özelindeki verilerin sunumundan önce, incelenecek ülkelerin (Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya, Türkiye) turizm performanslarının karşılaştırılmalı olarak bu bölümde sunulmuştur. İncelenecek turizm göstergeleri; turist sayısı, turizm gelirleri ve kişi başı turizm harcamalarıdır. Ülkelerin turizm performansları incelenecek turizm göstergelerine ait 3 yıllık (2018,2019,2020) veriler sunulmuştur.

Tablo 2. 4. Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Turizm Göstergeleri (Turist Sayısı (milyon), Turizm Gelirleri (milyar), Kişi Başı Turizm Harcaması (\$))

	Turizm Göstergeleri								
	Turist Sayısı (milyon)			Turizm Gelirleri (milyar)			Kişi Başı Turizm Harcaması (\$)		
Ülkeler	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Fransa	89,30	90	42	72,52	70,78	35,96	812	325	307
Hırvatistan	19,7	21	7	11,35	11,97	5,63	197	199	261
Yunanistan	21,29	23,00	6,19	33,07	34,01	7,41	653	676	836
İspanya	124,46	126,17	34,41	81,25	71,2	61,40	653	689	712
İtalya	93,23	95,40	38,42	51,60	51,91	20,46	553	544	533
Türkiye	46,11	51,76	15,97	36,79	41,42	13,77	798	800	862

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- World, s.1, World Data (2021), Tourism in Europe, s. 1 ,

2018-2020 yılları arasında ülkelerin ağırladıkları turist sayıları incelendiğinde, en fazla turist ağırlayan ülke bu üç yıllık süreç içinde İspanya olmuştur. İspanya, çalışmada incelenen en fazla turist ağırlayan ülkeler arasında birinci olduğu gibi dünya sıralamasında da birinci sıradadır. İspanyanın ardından bu üç yıllık süreç içinde en fazla turist ağırlayan ülke İtalyadır. İtalyanın ardından sırasıyla Fransa, Türkiye, Yunanistan ve Hırvatistandır.

Üç yıllık süreç içinde turizm gelirlerine bakıldığında, en fazla turizm gelinine sahip ülke İspanya olmuştur. İspanya 2018 yılında 81,25 milyar, 2019 yılında 71,2 milyar ve son olarak 2020 yılında 61,40 milyar turizm geliri elde etmiştir.

2018-2020 yılları arasında en fazla kişi başı turizm harcaması gerçekleştirilen ülke 836 dolar (2020) ile Yunanistan olmuştur. Yunanistanın ardından üç yıllık süreç içerisinde en fazla turizm gelinine sahip olan ülke 812 (2018) dolar ile Fransadır.

Çalışmadaki 6 ülkenin (Fransa, Hırvatistan, Yunanistan, İspanya, İtalya, Türkiye) turist sayıları, turizm gelirleri ve kişi başı turizm harcamaları veriler kapsamında karşılaştırıldığında ön plana çıkan ülke İspanya olmuştur. İspanyanın ardından gelen ülkeler, dünya turizm sektöründe oldukça önemli konumdadırlar.

2.2.2. 2000-2020 Yılları Arasındaki Fransa Turizmi

Fransa turizmindeki gelişler en fazla 217.877 milyon ile 2019 yılında gerçekleşirken en az geliş sayısı 2020 yılında 117.109 olarak gerçekleşmiştir. Turizm sektörü Fransa için kritik bir önem teşkil etmektedir

Tablo 2. 5 Fransa Turizmindeki Geliş Sayısı (2000-2020 Milyon)

Yıl	Turizm Gelen Sayısı (Milyon)	Yıl	Turizm Gelen Sayısı (Milyon)
2000	Veri yok	2011	196.595
2001	Veri yok	2012	197.522
2002	Veri yok	2013	204.410
2003	Veri yok	2014	206.599
2004	190.282	2015	203.302
2005	185.829	2016	203.042
2006	193.882	2017	207.274
2007	193.319	2018	211.998
2008	193.571	2019	217.877
2009	192.369	2020	117.109
2010	189.826		

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- France, s.1

Fransa 2000-2020 yılları arasında turizm sektöründeki veriler incelendiğinde, turist sayısı olarak sürekli birinci sıradadır. Fransa'nın yakaladığı bu başarı, ülkedeki altyapı çalışmalarının sorunsuz işlemesi, doğal güzelliklerin korunması ve iyi bir şekilde reklamının yapılması ve uluslararası gerçekleşen yarışmalar, sportif faaliyetlerden kaynaklanmaktadır. (Macrotrends, 2022).

Tablo 2. 6 .Fransa Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Gelirler (Milyar)	Turizm Gelirlerinin İhracat Kalemi İçindeki Oranı	Turizm Gelirlerinin İthalat Kalemi İçindeki Oranı
-----	------------------------	-------------------	---	---

2000	77,19	38,71	9,9	7,7
2001	75,20	37,83	9,7	7,7
2002	77,01	44,11	9,8	7,7
2003	75,05	46,58	9,6	7,8
2004	74,43	53,07	9,5	6,7
2005	74,99	52,13	8,8	6,5
2006	77,92	54,62	8,4	6
2007	80,85	63,89	8,6	6,1
2008	79,22	68,03	8,2	5,8
2009	76,76	58,91	8,9	6,5
2010	76,65	56,18	7,9	6,2
2011	80,50	66,13	8	6,3
2012	81,98	63,98	8	6
2013	83,63	66,05	7,9	6
2014	83,70	67,40	7,9	6,6
2015	84,45	66,44	8,5	6,1
2016	82,68	63,56	8,1	6,2
2017	86,86	67,72	8,1	6,3
2018	89,30	72,52	7,9	6,2
2019	90	70,78	7,9	6,5
2020	42	35,96	4,7	3,9

Kaynak: World Data (2021), Tourism in France, s. 1

2000 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 77,19 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %9,92'sini oluşturmaktadır. Fransa'yı 2000 yılındaki turist sayısı 62,70 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam bir önceki yıla oranla %3,5'lik bir değişiklik (artış) göstermiştir. Turist profilindeki Avrupa ülkelerinden gelenler genellikle kanallar arası bölgesini seçmektedirler. Avrupalı turist profili içindeki en büyük turist sayısını İngiliz ziyaretçiler oluşturmaktadır. Turizm harcaması ise 2000 yılında 38,71 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Fransa'nın 2002'de ziyaret eden turist sayısı 77,01 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu sayı 2001 yılına göre %2'lik bir artış göstermiştir.

2002 yılında Fransa'daki turizm Amerika'da yaşanan 2001 olaylarından dolayı 2002 yılında halen Amerikan turist sayısında düşüşe neden olmuştur. Amerikan turistlerin Fransa turizmindeki yarattığı boşluk Avrupalı turist akınları ile denge sağlamıştır. Tüm gelişmelere rağmen Fransa turizmde önde gelen destinasyon sıralamasını 2002 yılı itibariyle kaptırmamış durumdadır. 2002 yılında turizm harcaması artarak 44.11 milyar dolar olmuştur.

2004 yılındaki uluslararası ekonomik durumun iyileşmesi ve diğer etkenlerinde sorunsuz gerçekleşmesi, 2000 yılından başlayan durağanlık ortamını ortadan kaldırmıştır. Avronun dolar karşısındaki yükselişi diğer Avrupa ülkeleri gibi Fransa'yı da olumsuz etkilemiştir. Bu olumsuzluğa rağmen Fransa'yı ziyaret eden turist sayısı %0,1'lik bir artışla 75,1 milyon olarak gerçekleşmiştir. Fransa 2004 yılında da turist sayısı sıralamasında zirveyi korumuştur. 2004 yılında halen Fransa Akdeniz havzasına geçmek için bir geçiş turizmi olmaya devam etmiştir. 2004 yılında Fransa turizmindeki harcama 53,07 milyar dolar olmuştur. 2006 yılında Fransa'yı ziyaret eden kişi sayısında yeni bir rekor yaşanmıştır. 2006'da yabancı turist sayısı 78 milyon olarak paylaşılmıştır. Bu rakam geçen yıla oranla %2,7 artmıştır. 2006 yılında avronun dolar karşısındaki gücünün yaşanan petrol krizleri ile artması Fransa turizmi için olumlu sonuçlar doğurmuştur. Turist profiline baktığımızda 2006 yılında, Asyalı ziyaretçilerde bir azalma gerçekleşti. Çinli turist sayısında bir artış yaşandı. Japon turist sayısında büyük ölçüde düşüş yaşanmıştır. 2007'de Fransa'yı ziyaret eden turist sayısı 82 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam Fransa için bir kez daha rekor anlamına gelmektedir. Turist sayısındaki artış bir önceki yıla göre %3,8'lik bir artış göstermiştir. UNWTO

(Dünya Turizm Örgütü) tarafından paylaşılan uluslararası turist sayısının %10'unu Fransa oluşturmaktadır. 82 milyon olarak açıklanan turist sayısının 14 milyon kadarı transit geçiş turizmi olarak ifade edilmiştir (Webmanagercenter, 2006). 2011 yılında Fransa turist sayısında ülkesi için yeni bir rekor kırarak uluslararası turist sayısı sıralamasındaki yerini korumuştur.

Fransa'yı 2011 yılında toplam 81,4 milyon yabancı turisti ağırlamıştır. Bu rakam 2010 yılına göre %4,8 daha fazladır. 2011 yılındaki 81,4 milyon turisti ağırlayan Fransa, 2012 yılında 83 milyon turist ağırlamıştır. Bu rakam Fransa'nın sektördeki ağırlığını korumuş oldu. Ülkeye gelen turist profili incelendiğinde, bir önceki yıllara göre Avrupa ve Asya'dan gelen turistlerin sayısında artış yaşanırken, Amerika ve Afrika'dan gelen turist sayısında düşüş yaşanmıştır. Turist profili ülke çapında incelendiğinde, Fransa'ya 2012 yılında en çok Almanya'dan turist gelmiştir. Daha önceki yıllarda Fransa en çok İngiliz turist ağırlamaktaydı (Actualitix, 2012). 2014 yılında açıklanan 83,8 milyon turist sayısından sonra 2015 yılında bu rakam 84,5 olarak gerçekleşmiştir. Açıklanan bu rakamla Fransa, ağırlanan turist sayısında zirvede olmaya 2015 yılında da devam etmiştir. İkinci sırası Amerika Birleşik Devleti alırken, üçüncü sırada İspanya yer almıştır. Yılın ilk üç çeyreğinde turist gelişlerinde bir artış yaşanırken, son çeyrekte bir azalma yaşanmıştır. Yaşanan bu azalmanın 13 Kasım'da yaşanan olumsuzlukların doğrudan etkisi olmuştur. Avrupalı turistlerin son çeyrekteki ziyaretleri 2,5 oranında azalmıştır (Faure, 2015).

2015 yılında yaşanan olaylardan dolayı Fransa'yı ziyaret eden turist sayısındaki düşüş 2016 yılında da devam etmiştir. 2016 yılında Fransa 82,6 milyon yabancı turist ağırlamıştır (Faure, 2016. 11-55). 2015 ve 2016'da yaşanan saldırıların ardından, Fransa turizmindeki beklenen iyileşme 2017 yılında gerçekleşmiştir. 2016 yılına oranla Fransa'yı ziyaret eden turist sayısı %5,1'lik bir artışla 87 milyon olarak gerçekleşmiştir. Fransa turizmindeki gelişlerin büyük bir kısmını Avrupalı turistler oluşturduğundan, bir önceki yıla göre %5,1'lik artışın büyük bir oranını da Avrupalı turistler oluşturmaktadır. Avrupalı turist profilindeki içinde turist sayısı olarak en yüksek orana 12,7 milyon ile Birleşik Krallık sahiptir. Birleşik Krallığın ardından Almanya gelmektedir (Faure, 2017, 1-84).

2018 yılında Fransa'yı ziyaret eden toplam turist sayısı 89,4 milyon olarak açıklanmıştır. Bu rakamla Fransa yeni bir rekor kırmıştır. 2018 yılında yaşanan sarı yeleklilerin yaptıkları gösteriler Fransa turizmi az da olsa olumsuz etkilemiştir. Fransa'yı 2020 yılında toplam 42 milyon turist ziyaret etmiştir. Fransa'nın diğer yıllara oranla düşük turist sayısı ile karşılaşmasındaki en büyük etken, uluslararası yaşanan küresel salgındır. Ülkeler küresel salgın çerçevesinde bazı önlemler almıştır. Bazı ülkeler sınırlarını kapattılar, ülke içinde karantina uygulamalarına gittiler ve tam kapanmalar gerçekleşmiştir. Bu kapanmalar turizm sektöründe bir felç etkisi yaratmıştır.

Tablo 2. 7 Fransa Kişi Başı Turist Harcaması (2000-2020, Dolar)

Yıl	Turist Başı Gelir (Dolar)	Yıl	Turist Başı Gelir (Dolar)
2000	501	2011	822
2001	503	2012	780
2002	534	2013	790
2003	621	2014	805
2004	713	2015	787
2005	695	2016	769
2006	701	2017	780
2007	790	2018	812
2008	859	2019	325
2009	767	2020	307
2010	733		

Kaynak: World Data (2021) Tourism in France, s. 1,

2000-2020 yılları arasındaki kişi başı turist harcamaları ortalama 700 dolar bandındadır. Kişi başı turist harcaması 812 dolar ile en fazla 2018 yılında gerçekleşmiştir. 2005 yılında kişi başı turist harcaması 695 dolar olurken, ülke bazında

ise; Avrupalı turistler ortalama 50 Avro harcarken, Asyalı turistleri ortalama 75 Avro harcamışlardır.

Tablo 2. 8 Fransa Turizm Harcamaları (2000-2020, Dolar)

Yıl	Turizm Harcamaları (Dolar)	Yıl	Turizm Harcamaları (Dolar)
2000	38,706	2011	66.133
2001	37.826	2012	63,975
2002	41.113	2013	66.054
2003	46.576	2014	67.402
2004	53,068	2015	66,441
2005	52.126	2016	63.557
2006	54,615	2017	67.717
2007	63,890	2018	73.044
2008	68.034	2019	71.011
2009	58,906	2020	Veri Yok
2010	56.178		

Kaynak: World Data (2021), Tourism in France, s.2.

2000 yılında turizm harcamaları 38,706 milyon olurken, 2001 yılında turizm harcamalarında bir azalış gerçekleşerek 37,826 milyon olmuştur (Transmanche, 2001). 2003 yılında, sektör GSYİH'nin %6,6'sını oluşturmaktadır. 2003 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 46,576 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %9,59'unu oluşturmaktadır. Turistlerin konaklama hacminde düşüş yaşanmıştır. 2003 yılı verileri incelendiğinde 2003 yılı Fransa turizmi için olumsuz olarak tanımlanabilir (Transmanche, 2003). Turizm gelirleri ise 3,5 artarak 34 milyar dolar olmuştur. Yabancı turistlerin yaptıkları harcamalarda Asyalı turistlerin harcamaları Avrupalı turistlerin harcamalarından fazla gerçekleşmiştir. Asyalı turist profili içindeki en fazla harcamayı 204,8 ile Japon turistler gerçekleştirmişlerdir.

2005 yılında Fransa'yı ziyaret eden turistlerin başında 13,2 milyon ile İngiliz turistler gelmektedir. 2005 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 52.126 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2006 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 54.615 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %8.40'ını oluşturmaktadır. Turizm sektörü üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bunlar; çeşitli fuarlar, sergiler ve kongreler için kurulan Ulusal Yönlendirme Komitesidir. Ayrıca turizmde yer alan üretici ve tüketiciler için Turizm Yasası oluşturulmuştur (2villepin, 2007). 2008 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 68.034 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %8.22'sini oluşturmaktadır (<http://www.2villepin.fr/index.php/2007/02/10/302-2006-une-bonne-annee-aussi-pour-le-tourisme-en-france/>, 2007).

2010 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 65.178 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %7.92'sini oluşturmaktadır. 2010 yılı otel katılımı bakımından 2009 ekonomik krizinin olumsuz etkilerinin geçmesi ardından tekrar başlamıştır. 2010 yılında turistler konfor alanı daha geniş turizm destinasyonlarını tercih etmişlerdir. Dağ evleri bungalovlar bunlara örnektir (<https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280938>2011). 2012 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 63.975 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %8.04'ünü oluşturmaktadır (<https://www.20minutes.fr/economie/1186381-20130709-20130709-tourisme-83-millions-etranagers-france-2012-record> 2013).

2014 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 67.602 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %7.90'ını oluşturmaktadır. 2014 yılında ortalama kalış süresi 7,2 gün olarak gerçekleşmiştir. Kalış sürelerinin artması doğrudan gecelik konaklama oranlarını da arttırmış oldu (Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin, 2015: 1-4) 2016 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 63.557 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %8.14'ünü oluşturmaktadır. Fransa turizmine katılım yaz ayında %2,5 düşerken, Paris'te bu oran %6'ya geriledi. Asyalı turistler, Fransa'da yaşanan saldırılardan dolayı Avrupa'daki başka turizm destinasyonlarını tercih ettiler. Japon turist sayısında %39,7 oranlık bir düşüş yaşanmıştır. Çinli turist sayısında da %8,7'lik bir düşüş yaşanarak 2 milyona indi. Fransa'ya Avrupa'dan gelen turist sayısındaki düşüş Amerika ve Kanada'dan gelen turistlerle eşitlenmiş oldu. Amerikalı ve Kanadalı

turistlerin Fransa'yı tercih sebeplerinden biri, Doların Avro karşısındaki gücüydü. Amerikalı turist sayısı bir önceki yıla oranla %15 artarak 5 milyon olarak gerçekleşti.

Fransa 2016 yılında da ağırladığı turist sayısında bir numarada olurken, yıllar geçtikçe diğer rakipleri (Amerika, İspanya) ile aralarındaki fark kapanmaya devam etmektedir (Visseyrias 2017) . 2018 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 73.044 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %7.95'ini oluşturmaktadır.

2018 yılında otellerdeki doluluk oranları %76,5 olarak gerçekleşti. Fransa 2018 yılında da en çok turist ağırlayan ülke olurken, Fransa'nın ardından İspanya, Amerika, Çin, İtalya, Türkiye, Meksika, Almanya, Tayland ve Birleşik Krallık gelmektedir. 2018 yılında turizm sektörü GSYİH'nin %8'ini oluşturmaktadır. 2018 yılında sektörün sağlamış olduğu istihdam 2 milyon olarak açıklanmıştır (Inter, Lefebure 2019). 2020 yılında Fransa'daki turizm harcamaları 38,706 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ihracatın %9,92'sini oluşturmaktadır. 2020 yılı Fransa'nın tüm şehirlerinde olduğu gibi Paris'i de olumsuz etkiledi. Paris ve çevre iller toplamda 15,5 milyar avroluk gelir kaybetti. 2020 yılında Fransa turizminin çoğunluğunu yerel Fransız turistler oluşturmuştur. 2020 yılında turizm konaklamaları yaşanan salgından büyük ölçüde etkilenmiştir. Mart ayında Fransa'da pik noktasına ulaşan Covid-19 salgını itibariyle turizm sektörü büyük bir düşüşe geçmiştir. Otellerdeki konaklama oranları yarı yarıya düşmüştür.

2.2.3. 2000-2020 Yılları Arasındaki Hırvatistan Turizmi

Hırvatistan'ın 2000-2020 yılları arasındaki turizm performansında oldukça olumlu gelişmeler yaşanmıştır. 20 yıl içerisinde turistlerin geceleme sayıları iki katına çıkmıştır. Turizm sektörü Hırvatistan ekonomisi içindeki payı bu yıllar içerisinde oldukça önemlidir.

Hırvatistan organize turizm geleneği oldukça geçmişe dayanan bir ülkedir. Hırvatistan 2000'li yıllarda savaş ortamından tamamen uzak bir ülke haline gelerek, turizm sektöründe oldukça iyi gelişmeler yaşamıştır. Hırvatistan daha çok yaz turizminle ön planda olan bir ülke konumundadır.

Tablo 2. 9 Hırvatistan Turizmindeki Gelen Sayısı (2000-2020, Milyon)

Yıl	Turist Gelişleri (Milyon)	Yıl	Turist Gelişleri (Milyon)
2000	37,23	2011	49,97
2001	40,13	2012	47,19
2002	41,74	2013	48,36
2003	42,86	2014	51,17
2004	44,97	2015	55,86
2005	45,76	2016	57,59
2006	47,73	2017	59,24
2007	52,27	2018	57,67
2008	51,34	2019	60,02
2009	47,57	2020	21,61
2010	49,01		

Kaynak: Kaynak: The World Bank (2021) International Tourism, Number Of Arrivals-Croatia, s.1,

2000 yılında Hırvatistan turizmindeki toplam gelişler 37,23 milyon olarak gerçekleşmiştir. Hırvatistan 2001 yılında 2000 öncesi yaşadığı düşüşü telafi etmeye başlamıştır. 2000 yılına kıyasla 2001 yılında varışlarda %10 artış yaşanmıştır. Gecelemelerde ise %11’lik bir artış yaşanmıştır. Hırvatistan’ın 2001 yılında en çok ziyaret edilen ilk 5 yerine göz attığımızda bunlar; 4,896,520 milyon turist ağırlayan Tolec, 2,478,309 milyon turist ağırlayan Rovinj, 1,956,919 milyon turist ağırlayan Vrsar, 1,664,896 milyon turist ağırlayan Mali Rosinj ve 1,653,389 milyon turist ağırlayan Umag’tır.

2005 yılında bir önceki yıla göre 2.083.196 milyon daha fazla turist ağırlamıştır. Hırvatistan’ı 2005 yılında ziyaret eden toplam turist sayısı ise 9.995.070 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. Turistlerin yapmış olduğu gelişlerin toplamı 45,76 milyar olarak gerçekleşmiştir. Hırvatistan son üç yıldaki en yüksek turist sayısına 2006

yılında ulaşmıştır. Toplam 10.384.921 milyon turist ağırlanmıştır. 2007 yılında Hırvatistan'ı toplam 11.260.807 milyon turist ziyaret etmiştir (Advic. 2007, 1) . 2007 yılında Merkez İstatistik Kurumunun yaptığı açıklamalara göre, bir önceki yıla oranla 2007 yılında gelenlerin sayısı %7, gecelemlerin sayı %6 arttı. 2007 yılında toplam turist sayısı yerli turistlerin gecelemleri yabancı turistlerin gecelemlerinden daha fazla artış göstermiştir. 2007 yılında da en çok tercih edilen şehir Porec oldu. Fakat Porec'i ziyaret eden turist sayısı yarı yarıya azalış gösterdi. Bunun nedeni olarak şehrin üç belediyeye ayrılmasıdır. Porec'ten ayrılan diğer iki belediye de Hırvatistan'ın en çok ziyaretçi çeken yerleri arasında yer almaya başlamıştır.

2009 yılında bir önceki yıla göre turist sayısında bir azalma meydana gelmiştir. 2009 yılında Hırvatistan'ı ziyaret eden toplam turist sayısı 10.270.490 olarak gerçekleşmiştir. Avrupa'da yaşanan büyük kriz 2009'da Hırvatistan turizmini olumsuz etkilemiştir. Toplam gelişler 47,47 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu oran geçen yıla kıyasla %10 azalma göstermiştir. Daha önceki yıllarda Hırvatistan'ın en çok ziyaret edilen şehri unvanına sahip Porec şehri bu unvanını 2009 yılında Rovinj şehrine kaybetmiştir.

2013 yılında 2012 yılına kıyasla konaklama tesislerine gelişlerde artış yaşanmıştır. Hırvatistan'ı 2013 yılında toplam 12.441.476 milyon turist ziyaret etmiştir. Toplam geceleme 387.106 olarak gerçekleşmiştir (Ministarstvo turizma/ Central Bureau of Statistics 2012: 1). Bu oranın %40'ını yerli turistler oluştururken %60'ını yabancı turistler gerçekleştirmişlerdir. Yerli turistlerin gecelemleri %6,2 artarken, yabancı turistlerin gecelemleri %13,8 artmıştır. Yabancı turistlerin gecelemlerinde ülke olarak ilk sırada %18,0 oranlı İtalya bulunurken, ikinci sırada %13,9 ile Avusturya, üçüncü sırada ise %12,2 ili Slovenya bulunurken, dördüncü beşinci altıncı sırayı sırasıyla; Almanya, Bosna-Hersek, Sırbistan ve Birleşik Krallık oluşturmaktadır.

2014 yılında Hırvatistan'ı ziyaret eden turist sayısı bir önceki yıla oranla %5,6 oranında artmıştır. 2014 yılında Hırvatistan'ı 13,1 milyon turist ziyaret etmiştir. Toplam turist sayısı içerisinde yerli turistler 1,5 milyon iken yabancı turistler 11,6 milyondur. Turistlerin toplam gecelemleri 66,5 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu oran bir önceki yıla kıyasla %2,6 artmıştır. Yurt içi geceleme bir önceki yıla göre %0,4 artışla 5,2

milyon olarak gerçekleşirken, yabancı geceleme bir önceki yıla göre %2,8 artışla 61,3 milyon olarak gerçekleşmiştir.

2016 yılında Hırvatistan 15,6 milyon turisti ağırlamıştır. Turistlerin toplam gecekalmeleri 78 milyon olarak gerçekleşmiştir. Turist sayısında %8,7'lik bir büyüme gerçekleşirken, toplam geceleme oranında bir önceki yıla göre %9'luk bir büyüme saptanmıştır. 2016 yılında turistlerin ortalama kalış süreleri 5 gece olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam 2000 yılından itibaren düşüş eğilimindedir. Hırvatistan'ı ziyaret eden turist profili incelendiğinde, ilk sırayı Almanya'dan gelen turistler oluştururken ikinci sırayı Slovenya'dan gelen turistler, ardından üçüncü sırada Avusturya dördüncü sırada İtalya ve beşinci sırada Polonya'dan gelen turistler bulunmaktadır (Rašić Bakarić, I. (2020)).

2020 pandemisi tüm ülkeleri olduğu gibi Hırvatistan'da olumsuz etkilemiştir. Hırvatistan'ın en önemli sektörlerinden biri olan turizm sektörü ise, pandemiden en çok etkilenen sektörler arasındadır. 2020 yılında Hırvatistan'ı toplam 7 milyon turist ziyaret etmiştir. Bu rakam geçen yıla kıyasla %64,2 oranlık çok büyük bir düşüş yaşamıştır. 2020 yılındaki toplam varışlar 41 milyon olarak gerçekleşmiştir. Salgın için alınan karantina önlemleri, seyahat kısıtlamaları ve sokağa çıkma yasakları sektörün büyük darbe almasına neden olan etkenler olarak sıralanmıştır. Turistlerin 2020 yılındaki gecekalmelerinde %55,3 düşüş yaşandı. Açıklanan resmi rakamlarla, turistlerin geceleme sayıları 20 yıl önceki rakamlar seviyesine gerilemiştir. 2020 yılındaki pandemi koşullarına rağmen Alman turist sayısında önceki yılları göre bir düşüş yaşanmamıştır. Hırvatistan'ı toplam 1,5 milyon Alman ziyaret etti. Almanlar toplam 11,7 milyon geceleme gerçekleştirdiler. 2020 yılında en çok tercih edilen Hırvatistan şehri Rovinj olmuştur. Zagreb yerli turistler tarafından en çok tercih edilen şehir olmuştur. Zagreb'i takiben sırasıyla tercih edilen şehirler; Crikvenica, Zadar, Vodice, Biograd na Moru olmuştur (Zagreb, 5. Ožujka 2021: 1,2).

Tablo 2. 10 Hırvatistan Turizmindeki Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turizm Gelirleri (Milyar)	Turizm Gelirlerinin GSMH içindeki oranı (%)	Turizm Gelirlerinin İhracat Kalemi	Turizm Gelirlerinin İthalat Kalemi
-----	------------------------------	---	--	--

			İçindeki Oranı	İçindeki Oranı
2000	2,87	13,15	37,7	7,4
2001	3,46	14,88	40,1	6,9
2002	3,95	14,60	40,1	6,9
2003	6,51	18,62	52,1	4,4
2004	6,95	16,55	45,3	4,7
2005	7,63	16,66	45,9	3,8
2006	8,30	16,31	43,1	3,3
2007	9,62	15,88	42,1	3,7
2008	11,62	16,42	44,8	3,5
2009	9,30	14,74	45,1	4,3
2010	8,30	13,73	38,6	3,8
2011	9,60	15,19	39,4	3,6
2012	8,91	15,58	38,1	4,1
2013	9,72	16,50	41,4	3,7
2014	10,08	17,28	40,3	3,4
2015	8,21	16,36	35,7	3,4
2016	9,22	17,62	37,3	4
2017	10,53	18,74	37,6	5,1
2018	11,35	18,23	36,9	5,6
2019	11,97	19,24	37,9	5,7
2020	5,63	9,8	23,3	2,8

Kaynak: Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals-Croatia, s.1, World Data (2021) Tourism in Croatia, s.3,

2000 yılında Hırvatistan turizminden sağlanan toplam gelir 2,87 milyar olarak gerçekleşmiştir. Bu gelir GSMH (Gayri Safi Milli Hasıla)'nın %13,15'ini oluşturmaktadır. 2002 yılında ise bu rakam 1.08 milyar dolar artarak 3,95 milyar olmuştur. Bu gelir GSMH'nın %14,60'ini oluşturmaktadır. 2005 yılında sektörden sağlanan gelir 7.63 milyon olarak gerçekleşirken, bu rakam GSMH'nın 16,66'sını oluşturmuştur. 2006 yılında sektörden sağlanan gelir 8.30 milyar dolardır (<https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//06-statistika-tp.pdf>, 2007). 2008 yılında turizm sektöründeki toplam gelir 11.62 milyar olarak gerçekleşmiştir (" <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//071129-I-X-07.pdf> (2008). Bu oran GSMH'nın %16,42'sini oluşturmaktadır.

Turizm gelirleri 2000 yılından 2009 yılına kadar artış gösterirken, 2009 yılındaki küresel finansal kriz nedeniyle sektörden sağlanan gelir 9,30 milyar olarak gerçekleşmiştir (Central Bureau of Statistics 2009 , 3,7). Sektörden sağlanan gelirin GSMH'ya oranı 14,74 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında turizmi etkileyen ekonomik kriz 2010 yılında da Hırvatistan turizmini olumsuz etkilemiştir. Hırvatistan 2010 yılında turizmden sağladığı gelir bir önceki yıla kıyasla 1 milyar dolar düşerek 8,30 milyar dolar olmuştur. Bu gelir GSMH'nın %13,73'ünü oluşturmuştur.

2009 ve 2010 yıllarındaki düşüşten sonra 2011 yılı Hırvatistan turizmi için nispeten toparlanma yılı olmuştur. Ülke GSMH'sının %15,19 kadarını sektörden sağlanan gelirler oluşturmaktadır. Toplam gelirler 2011 yılında 9,60 milyar olarak açıklanmıştır. 2012 yılında sektörden sağlanan gelir 8,91 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran GSMH'nın 15,58'ini oluşturmaktadır (<https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//110323-2010-stat-engl.pdf> , 2012). 2015 yılında Hırvatistan'daki turizm sektöründeki toplam gelir 8,21 milyar olarak gerçekleşmiştir. Bu oran ülke GSMH 'sının %16,34'ünü oluşturmaktadır (https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//150219_tpomet-014.pdf ,2015). 2018 yılında sektörden sağlanan gelir 11,35 milyon iken, bu oran GSMH'nın %18,23'ünü oluşturmaktadır. 2015 yılından itibaren turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 2020 yılına kadar giderek artmıştır.

Tablo 2. 11 Hırvatistan Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar)

Yıl	Kişi Başı Turizm Gelirleri (Dolar)	Yıl	Kişi Başı Turizm Gelirleri (Dolar)
2000	77	2011	192
2001	86	2012	189
2002	95	2013	201
2003	152	2014	197
2004	154	2015	147
2005	167	2016	160
2006	174	2017	178
2007	184	2018	197
2008	226	2019	199
2009	195	2020	261
2010	169		

Kaynak: Kaynak: World Data (2021) Tourism in Croatia , s.1,

2000 yılında Hırvatistan turizminde turist sayısı başına gelir 77 dolar olarak gerçekleşmiştir.2002 yılında ise kişi başı turizm geliri 95 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2004 yılında turizm sektöründen gelir elde eden üç şehir şu şekildedir; Istarska Zupanija (2,515,701), Primorsko Goransko (2.024.597), Spltso Dalmatinsko (1.366.950). Turistlerin yapmış oldukları harcamaların ortalaması 2005 yılında bir önceki yıla kıyasla 13 dolar artarak 167 dolar olmuştur.

2008 yılında turizmdeki kişi başı gelir 2007 yılına göre 31 dolar artış göstererek 226 dolar olmuştur. Turizm sektöründeki gerçekleşen harcama miktarı 2008 yılında 11,615 milyar olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam ülke ihracatının %44,84'ünü oluşturmaktadır. Avrupa ekonomisindeki sorunlar 2010 yılında da Hırvatistan turizmini etkilemiştir. Sektörde gerçekleşen kişi başı harcama 169 dolar ile bir önceki yıla göre düşmüştür. Sektördeki toplam harcama 8,299 olarak gerçekleşirken, bu oran ihracatın %38,60'ını oluşturmuştur. 2011 yılında turizm çerçevesinde yapılan harcamalar toplamı

9,598 milyar olarak gerçekleşmiştir. Toplam harcamalar ihracat kaleminde içindeki oranı %39,38 olarak gerçekleşmiştir. 2012 yılında turist başı harcama miktarı bir önceki yıla göre düşerek 189 dolar olarak gerçekleşmiştir. Rovinj şehri 2009'dan beri en çok ziyaret edilen Hırvatistan şehri olma özelliğini 2012'de de korudu. Ancak Porec şehri ile turist sayıları arasında fazla fark bulunmamaktadır.

Turist başı harcama 2015 yılında bir önceki yıla kıyasla düşüş yaşanarak 147 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılında turist başı gelir bir önceki yıla kıyasla artarak 197 dolar olmuştur. Sektördeki toplam harcama ihracatın %36,85'ini oluşturmaktadır. 2018 yılındaki sektördeki toplam harcama 11,317 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında ise yaşanan Covid-19 pandemisine rağmen kişi başı turist harcaması 62 dolar artarak 261 dolar olmuştur. Bu yükselişin nedeni olarak turist sayısındaki artış gösterilebilir (<https://mint.gov.hr/strategije-odrzivog-turizma-za-ocuvanje-i-valorizaciju-prirodne-bastine-obalnog-i-morskog-podrucja-sredozemlja-inherit/19248> , 2021).

2.2.4. 2000-2020 Yılları Arasındaki Yunanistan Turizmi

Yunanistan daha çok yaz turizminde ön plana çıkan bir ülkedir. Bünyesinde 6000 tane ada ve adacık bulunduran Yunanistan'da, kruvaziyer turizm son 20 yılda oldukça gelişmiştir. Yunanistan'ın 2000-2020 yılları arasında turizm performansında 2020 yılı haricinde önemli bir düşüş yaşanmamıştır. Yunanistan'da turizm sezonu Mayıs ayından Eylül ayına kadar devam etmektedir. Turizm Yunanistan ekonomisi için önemli bir konuma sahiptir. Sektör birçok Yunan vatandaşı için istihdam oluşturmaktadır.

Tablo 2. 12 Yunanistan Turizmindeki Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turizm Gelirleri (Milyar)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)	Turizm Gelirlerin İhracat İçindeki Oranı	Turizm Gelirlerin İthalat İçindeki Oranı
2000	9,26	7,1	31,05	10,9
2001	9,22	6,8	30,7	10,2
2002	10,01	6,5	33,4	6
2003	10,85	5,4	29,4	4,9

2004	12,82	5,3	26,2	4,7
2005	13,46	5,4	26,1	4,6
2006	14,50	5,3	25,9	3,7
2007	15,68	4,9	23,4	3,4
2008	17,61	4,9	22,1	3,3
2009	16,04	4,8	27,2	4,9
2010	13,86	4,7	23,1	4,2
2011	16,27	5,7	24	4,5
2012	14,67	6,1	23,2	4,3
2013	17,43	7,3	23,9	4,7
2014	19,49	8,3	25,4	4,9
2015	17,55	9,0	28	5,5
2016	16,81	8,7	27,9	5,5
2017	19,14	9,6	27,3	4,6
2018	21,59	10,18	26,4	4,6
2019	23,00	11,21	28,3	5,1
2020	6,19	3,3	10,5	2,1

Kaynak: World Data (2021) Tourism in Greece, s.4, “Çevrimiçi”

Turizm sektöründen sağlanan gelir 2000 yılında 9.26 milyar olurken, bu oran GSMH’nın %7.1’ini oluşturmuştur. Yunanistan 2000 yılında sağladığı turizm geliriyle dünyada 11. sırada yer almıştır. Sektördeki harcamalar ihracatın %31.50’sini oluşturmuştur. Tüm turist gelişlerinin %51,2’si yaz aylarında (çoğunlukla Temmuz ve Ağustos) gerçekleşmiştir. Turizm geliri 2004 yılında 12,82 milyar olarak gerçekleşirken, bu rakamla Yunanistan dünya sıralamasında 11. sırada yer almıştır. Turizm gelirleri, GSMH’nın %5,3’ünü oluşturmuştur.

2007 yılında Yunanistan sektörden 15.68 milyar dolar gelir ile dünya sıralamasında on ikinci olmuştur. Kişi başı turist harcaması 2007 yılında 970 dolar

olmuştur. 2010 yılında sektörden sağlanan gelir bir önceki yıla düşüş yaşayarak 13.86 milyar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında turizm geliri 16.81 milyar dolar gerçekleşirken, bu rakam ülke GSMH'sının %8,7'sini oluşturmuştur. Yunanistan turizm sektörü harcamaları ülke ihracatının %27,15'ini oluşturmuştur.

Yunanistan 2018 yılında turizm sektöründen 21.59 milyar dolar gelir elde etmiştir. Bu gelir ülke GSMH 'sının %10,19'unu oluşturmuştur. Sektördeki harcamalar, ülke ihracatının %28,33'ünü oluşturmuştur. 2019 yılında turizm gelirleri 23 milyon olarak gerçekleşirken, bu rakam ülke GSMH'sının %11,21'ini oluşturmuştur. Sektördeki harcamalar ülke ihracatının %28,33'ünü oluşturmuştur. En çok tercih edilen havalimanı ise 8.819.593 milyon kapasitesi ile Atina Havalimanı olmuştur. 2020 yılında Yunanistan turizm sektöründen 6.19 milyar dolar gelir elde etmiştir. Bu rakam ülke GSMH'sının %3,3'ünü oluşturmuştur.

Tablo 2. 13 Yunanistan Turizmindeki Turist Sayısı ve Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Milyon, Dolar)

Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Turist Başı Turizm Geliri (Dolar)	Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Turist Başı Turizm Geliri (Dolar)
2000	13,57	683	2011	16,43	990
2001	14,68	628	2012	15,52	945
2002	14,92	671	2013	20,11	867
2003	14,79	734	2014	24,27	803
2004	14,27	898	2015	26,11	672
2005	15,94	844	2016	28,07	599
2006	17,28	839	2017	30,16	635
2007	16,17	970	2018	33,07	653
2008	15,94	1,105	2019	34,01	676
2009	14,92	1,075	2020	7,41	836
2010	15,01	923			

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- Greece, s.1,

2000 yılında Yunanistan toplamda 13.567.000 milyon turist ağırlamıştır. 2000 yılında turist başı gelir 683 dolar olarak gerçekleşmiştir. Yunanistan'a en fazla turist gönderen ülkelerin (İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa, Avusturya) hepsi Avrupa ülkesidir. Yunanistan 2001 yılında 14.678.000 milyon turist ağırlamıştır. Turist yoğunluğu 2000 yılındaki gibi temmuz ve ağustos aylarında gerçekleşmiştir. 2004 yılında Yunanistan'ı ziyaret eden turist sayısı 2003 yılına göre düşüş göstererek 14.268.000 milyon olmuştur. Yaz olimpiyatları 2004 yılında Yunanistan'da olmuştur. Yunanistan'ın 2004 yılındaki olimpiyatlardan beklediği turizm performansını gösterememiştir. Sektördeki toplam istihdam 784.300 olarak gerçekleşirken, bu oran ülke istihdamının %18,2'sini oluşturmuştur. Temmuz, ağustos ve eylül ayları turist yoğunluğunun en fazla (%49) olduğu aylardır.

Yunanistan 2004 yılında toplam 8.899 otel ve 668.271 bin yatak sayısı ile sektörde hizmette bulunmuştur. Turistler ulaşım türlerinden en çok hava yolunu tercih ederek Yunanistan'a gelmişler. En çok tercih edilen hava limanı ise 3.150.467 milyon kişi ile Atina Havalimanı olmuştur. Yunanistan'ı 2006 yılında 17.28 milyon turist ziyaret etmiştir. Turist sayısında bir önceki yıla göre artış kaydedilmiştir. Bu artışın sebepleri ülkede düzenlenen uluslararası yarışma ve etkinliklerden kaynaklanmıştır. Yunanistan 2006 yılında Eurovision'a ev sahipliği yaparak, birçok Avrupalı turistin Yunanistan'a gelmesine neden olmuştur.

2006 yılında turist başına harcama 839 dolar olmuştur. 2007 yılında Yunanistan'ı 16.17 milyon turist ziyaret etmiştir. Turizm sektöründeki istihdam 878.200 bin olarak gerçekleşirken, bu rakam ülke istihdamının %19.04'ünü oluşturmuştur. Turist yoğunluğu %47,7 oranla Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarında yaşanmıştır. 2007 yılında Yunanistan turizminde hizmet veren 9.207 bin otel ve 700.933 bin yatak bulunmaktadır. Yunanistan'a gelen turistler en çok hava yolunu tercih etmişlerdir. Yunanistan 2011 yılında 16.43 milyon turist ağırlayarak bir önceki yıl ağırladığı turist sayısının (15.928.000 Milyon) üstüne çıkmıştır. Turist başı gelirden düşüş yaşanarak 900 dolar olarak gerçekleşmiştir. Yunanistan'ı 2011 yılında en çok ziyaret eden ülkeler sırasıyla; Almanya (2.240.481), İngiltere (1.758.093), Kuzey Makedonya (1.356.000), Fransa (1.148.388) ve İtalya (843.613)'dir.

Yunanistan 2013 yılında 20.112.000 milyon turist ağırlamıştır. 2012 yılına göre 2013 yılında turist gelişlerinde %15,5 olarak gerçekleşmiştir. Avrupa'daki gelişler 2012 yılına göre %13,9 artış göstermiştir. 2013 yılında en çok tercih edilen ulaşım türleri hava ve kara yolları olmuştur. En fazla yoğunluğu olan kara yolu Evzoni olurken, en fazla yoğunluğa sahip hava yolu ise Atina Havalimanı olmuştur. 2013 yılında turizmden sağlanan gelirin GSMH'ya etkisi 30.06 milyar olarak gerçekleşmiştir (http://www.eot.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT_2013.pdf, 2014). 2016 yılında Yunanistan'ı toplamda 28.071.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Turist başı harcama bir önceki yıla kıyasla düşerek 599 dolar olmuştur. Yunanistan'ı 2017'de toplam 30.161.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Sektördeki istihdam 934 bin olarak gerçekleşirken bu rakam, ülke istihdamının %24,5'ini oluşturmuştur.

2017 yılında Yunanistan turizmi 9.783 otel ve 806.045 yatak sayısı ile hizmet vermiştir. Turistlerin çoğu (%57,3) Yunanistan'ı temmuz, ağustos ve eylül aylarında ziyaret etmişlerdir. 2019 yılında Yunanistan'ı ziyaret eden turistler, ulaşım yollarından en fazla havayolunu tercih etmişlerdir. Yunanistan'ı 2019 yılında 34.005.000 milyon turiste karşılık, yaşanan covid-19 pandemisinden dolayı 2020 yılında sadece 7.41 milyon turist ziyaret etmiştir. Dünya turizminde olduğu gibi Yunanistan turizmi de salgın dolayısıyla alınan tedbirlerden etkilenmiştir. Turizm talebi daha önce hiç görünmediği kadar bir düşüş yaşamıştır. Turist başı ortalama harcama ise 836 dolar olarak gerçekleşmiştir. Yunanistan uluslararası hava girişleri 2019 yılındaki 21.5 milyona kıyasla 2020 yılında 5.9 milyon olarak gerçekleşmiştir. Yunanistan hava girişlerinde en ön planda olan Atina havaalanındaki gelişler 2019 yılına kıyasla %68,5'lik bir düşüş yaşanmıştır. Kara yolu gelişleri ise %78,7 oranlık düşüşle 2.6 milyon olmuştur. Kruvaziyer deniz turizminde ise, 204 kruvaziyer gemisi ve 66.874 bin ziyaretçi varışı olmuştur (<https://www.macrotrends.net/countries/GRC/greece/tourism-statistics>, 2022).

2.2.5. 2000-2020 Yılları Arasındaki İspanya Turizmi

İspanya turizm gelirleri, 2000-2020 yılları arasında genellikle artış eğilimi (2005, 2008, 2012, 2015, 2019, 2020 yılları hariç) göstermişlerdir. Turizmden sağlanan gelirin ülke GSMH içindeki payı 2000 yılından 2020 yılına doğru artış göstermiştir. Turizm sektöründeki gelirlerin ihracat ve ithalat rakamları içindeki

oranları incelendiğinde, Turizm sektörünün İspanya ekonomisi için oldukça önemli bir sektör olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2. 14 İspanya Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)	Turizm Gelirlerinin İhracat Kalemi İçindeki Oranı	Turizm Gelirlerinin İthalat Kalemi İçindeki Oranı
2000	32,66	5,5	19,18	4,09
2001	33,83	5,4	19,38	4,42
2002	35,47	5,0	18,92	4,65
2003	43,86	4,8	18,96	4,51
2004	50,00	4,7	18,54	4,78
2005	49,57	4,3	17,35	4,42
2006	53,16	4,2	16,88	4,32
2007	59,91	4,1	15,72	4,23
2008	54,42	3,9	15,46	4,10,
2009	55,75	3,7	16,33	4,79
2010	58,35	4,1	14,84	4,40
2011	67,81	4,6	14,48	4,01
2012	62,94	4,8	14,10	3,95
2013	68,41	5,0	14,29	4,17
2014	71,66	5,2	14,47	4,13
2015	62,45	5,2	7,31	4,87
2016	66,98	5,4	6,89	4,52
2017	75,91	5,8	6,68	4,49
2018	81,25	5,7	6,76	4,81
2019	71,2	8,51	7,55	6,67

2020	61,40	6,14	6,39	6,38
------	-------	------	------	------

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- Spain, s.1, World Data (2021) Tourism in Spain, s.1,

İspanya turizminden sağlanan gelir 2000 yılında 32.66 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Turizmden sağlanan gelir, ülke GSMH ‘sının %5,5’ini oluşturmuştur. 2001 yılında ise sektör toplamda 32.66 milyar dolar gelir elde etmiştir. 2005 yılında Toplam turizm tüketim rakamı 43.942 milyon avro olarak gerçekleşirken, bu rakam GSYİH’nın %4,9’unu oluşturmuştur. Turizme bağı turizm ihracatı bir önceki yıla oranla %21,8 artarak 2005 yılında 16.572 avro olmuştur. 2009 yılında turist başı ortalama gelir 2008 yılında kıysayla 53 dolar düşerek 607 dolar olmuştur. Turizm gelirleri de gelişlerdeki azalma ve turist başına ortalama gelirin düşmesi ile 55.75 milyar dolar olmuştur. Turizmden sağlanan gelir de 2010 yılında toparlanmaya girerek 2,6 milyar dolar artış göstermiştir. Toplam turizm geliri 2010 yılında 58,35 milyar dolar olmuştur. GSMH içindeki turizm gelirlerinin oranı %0,3 artış göstererek %4,1 olmuştur. Sektörden sağlanan toplam gelir 2016 yılında 66.98 milyar olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinde bir önceki yıla göre 4.53 milyar artmıştır. Sektördeki gelir, ülke GSMH’sının %5,4’ünü oluşturmuştur. Sektördeki gelir 2019 yılında 92,278 milyon avro olarak gerçekleşirken, 2020 yılında turizm gelirleri %78,5 azalarak 19.97 milyon avro olmuştur.

Tablo 2. 15 İspanya Turizmindeki Turist Sayısı ve Kişi Başı Turizm Harcamaları (2000-2020, Milyon, Dolar)

Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Turist Başı Turizm Geliri (Dolar)	Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Turist Başı Turizm Geliri (Dolar)
2000	74,58	438	2011	99,19	684
2001	75,56	448	2012	98,13	641
2002	79,31	447	2013	103,23	663
2003	82,33	533	2014	107,14	669
2004	85,98	581	2015	109,83	659

2005	92,56	535	2016	115,56	580
2006	96,15	553	2017	121,72	624
2007	98,91	606	2018	124,46	653
2008	97,67	660	2019	126,17	689
2009	91,90	607	2020	34,41	712
2010	93,74	622			

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- Spain, s.1,

2000 yılında İspanyada 74.580.000 milyon geliş sayısı kaydedilmiştir. Turist başı gelir ise 2000 yılında 438 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılında ispanyaya gelişler 79,31 milyon olarak gerçekleşmiştir. Turist başı gelir ise bir önceki yıla göre 1 dolar değişiklik göstererek 447 dolar olmuştur. 2002 yılında ispanyaya en çok ziyaretçi gönderen ülke 14 milyon ile İngiltere olmuştur. İkinci sırada 10,1 milyon turist ile Almanya ve üçüncü sırada ise İspanya'nın komşusu Fransa bulunmaktadır. Dış turizmde olumlu olaylar gerçekleşirken, 2002 iç turizminde bu durum olumsuzdur. 2001 yılına göre 2002 yılında İspanyollar %2,8 daha az seyahat gerçekleştirmişlerdir (Martín Roda, E. M. (2002)).

2004 yılında İspanyayı 53,6 milyon turist ziyaret etmiştir. Bu rakam 2003'e göre %3,4 artış göstermiştir. İspanyada bulunan Balear Adaları'nın önceki yıllarda, düşük seviyelerde gerçekleşen turist sayısı 2004 yılında %3 artış göstermiştir. Turistler ulaşım çeşitlerinden en çok hava yolunu tercih etmişlerdir. Hava yolu 2003 yılına kıyasla 36,9 milyon yolcu ile %4,3'lük bir artış yaşamıştır. Hava yolu ardından en çok kara yolu tercih edilmiştir. İspanyaya 2004 yılında karayolu ile toplamda 12 milyon turist giriş sağlamıştır. Geriye kalan ulaşım türlerini kullananların sayısı ise 2,9 olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılında İspanya GSYİH'sı 2007 yılına göre %1,1 azalış göstermiştir. Bu azalış, turizmin yıllardır ispanya ekonomisinde yarattığı büyümenin önüne geçmiştir. Turizm şirketlerinde karlar %76'nın üzerinde bir azalış göstermiştir. İş güveni rakamı son 6 yılın en düşük (%67,1) seviyesini görmüştür. Ekonomik krizden etkilenen diğer sektörlerde, seyahat acenteleri (-%95), oteller (-%79,4)ve araç kiralama şirketleri (-%78,7) büyük ölçüde olumsuz etkilenmişlerdir.2008 Mortgage krizinin 2009

yılında İspanya turizminde etkisi 2008 yılındakinden daha fazla yaşanmıştır. 2009 turizmindeki gelişlerde %5,72 milyonluk bir azalma yaşanarak 91,90 milyon olmuştur. Turist başı ortalama harcamada 53 dolarlık bir düşüş yaşanmıştır. 2009 yılında turist başı ortalama harcama 607 dolar olarak gerçekleşmiştir.

2007 yılından beri turist gelişlerinde artış gözlemlenmeyen İspanya turizmi, 2010 yılında toparlanmaya girmiştir. Toplam turist gelişleri 1.84 milyon artarak 93,74 milyon olmuştur. Kişi başı turizm geliri 15 dolar artış göstererek 622 dolar olmuştur. İspanya 2014 yılında turist sayısı oranı olarak kendi ülkesinin rekorunu kırmıştır. 2014 yılında İspanyayı toplamda 65 milyon turist ziyaret etmiştir. Turist sayısındaki değişim oranı %7,1 olmuştur. 2014 yılında İspanyaya en çok ziyaretçi gönderen ülke İngiltere olmuştur. İngiltereye gelen turistlerin oranı bir önceki yıla kıyasla %4,7 büyümüştür. İngiliz turistler, İspanyayı ziyarete gelen turistlerin %23,1'ini oluşturmuştur. İngiltere'nin ardından İspanyaya en çok ziyaretçi gönderen ülkeler, Fransa ve Almanya'dır. İskandinav ülkelerinin gelişleri 2013 yılına kıyasla %3,5 artmıştır. Asya ülkelerinden gelen turistler ise toplamın %22,3'ünü oluşturmuştur. Kanarya Adaları 2014 yılında en çok tercih edilen destinasyon oldu. Kanarya Adalarını toplamda 10.632.679 milyon turist ziyaret etti.

Ulusal İstatistik Enstitüsü 2015 turizm verilerine göre, İspanya 2015 yılında toplamda 68.1 milyon turist ağırlamıştır. Bu rakam ile İspanya tekrardan ülke rekorunu egale etmiştir. Turist sayısındaki artış 3,6 milyon olarak gerçekleşmiştir. Önceki yıllarda yaşanan ekonomik krizlerin etkisi azalmış ve toparlanma oldukça iyi gerçekleşmiştir. 2012'deki 60 milyon olan turist sayısı engeli aşılmıştır. 2014 yılında olduğu gibi 2015 yılında da İspanyaya en çok turist gönderen ülke 15,7 milyon turist ile İngiltere olmuştur. İskandinav ülkelerinden gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %1'lik bir düşüş yaşanmıştır. 2015 yılında en çok tercih edilen turizm destinasyonu Katalonya olmuştur. Katalonyayı 2015 yılında 17,4 milyon turist ziyaret etmiştir. Bir önceki yıl en çok tercih edilen Kanarya Adalarını 2015 yılında 11.6 milyon turist ziyaret etmiştir. En çok tercih edilen konaklama türü 53.1 milyon turist sayısı ile oteller olmuştur. Otel dışı konaklamalar (pansiyon, kamp alanları, etkinlik kapsamındaki kalışlar) %3 oranında artış göstermiştir. Bir tur paketi dahilinde olmadan İspanyaya gelen turistlerin sayısı

48,5 milyon olurken, tur paketleri ve benzeri organize seyahatler dahilinde gelen turistlerin sayısı 19,6 milyon olarak gerçekleşmiştir (Efe, 2016).

2019 yılında İspanyayı toplamda 83,7 milyon turist ziyaret etmiştir. İspanyaya en çok ziyaretçi gönderen İngiltere ve Almanya, İspanyaya göre daha ucuz olan ülkeleri (Türkiye, Mısır) tercih etmişlerdir. Rusya'dan gelen turistlerde %6,9 artış gerçekleşmiştir. Rusya'dan gelen turist sayısı 1,3 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında da en çok tercih edilen turizm destinasyonu 19.4 milyon kişi ile Katalonya olmuştur. Kişi başı ortalama harcama 2018 yılına göre 20 dolar artarak 1,102 dolar olmuştur (Economia, 2020).

2020 pandemisi diğer ülkelerde olduğu gibi İspanya turizmini de olumsuz etkilemiştir. Turist sayısında %77,3 'lük rekor bir düşüş yaşanmıştır. 2019 yılında İspanyayı 83,7 milyon turist ziyaret ederken bu rakam 2020 yılında 18.957.856 milyon turist ziyaret etmiştir. 2020 yılında İspanya'ya en çok ziyaretçi gönderen ilk üç ülke sırasıyla; Fransa (3.877.619 milyon), İngiltere (3.193.861 milyon) ve Almanya (2.410.492 milyon)'dır. En çok tercih edilen ilk üç turizm destinasyonları; Katalonya (3.875,947 milyon), Kanarya Adaları (3.787.456 milyon) ve Endülüs (2.704.566 milyon)'dür. 2020 yılında en çok tercih edilen ulaşım türü 13.658.789 milyon ile hava yolu olmuştur. En çok tercih edilen konaklama türü 10.770.789 milyon ile oteller olmuştur.

2.2.6. 2000-2020 Yılları Arasındaki İtalya Turizmi

2000 yılların başlarında turistlerin en çok ziyaret ettiği dördüncü ülke konumundayken bu konumunu 2004 yılında Çin'e kaptırmıştır. İtalya 2010 yıllarından itibaren dünya turizm sektöründeki yerini ilk onda tutmaya devam etmiştir. İtalya'nın yaygın turizm çeşidi olarak genellikle yaz turizmi ön plandadır. İtalya için kültür ve gastronomi turizmi de önemlidir. İtalya turizmi için önemli bazı şehirler şunlardır; Roma, Milano, Vatikan, Floransa ve Venedik'tir. En çok ziyaret edilen yapıtlar ise; Trevi Çeşmesi, Duomo, Kolezyum ve Pisa Kulesidir. 2000-2020 yıllık İtalya turizmindeki bazı önemli olaylar şunlardır; Covid-19, Mortgage krizi ve yaşanan protestolar.

Tablo 2. 16 İtalya Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turist Sayısı (Milyon)	Gelirler (Milyar)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Oranı	Turizm Gelirlerinin İhracat Kalemi İçindeki Oranı	Turizm Gelirlerinin İthalat Kalemi İçindeki Oranı
2000	62,70	28,71	2,5	9,8	6,4
2001	60,96	26,92	2,3	9	6
2002	63,56	28,21	2,2	9,1	6,5
2003	63,03	32,62	2,1	8,9	6,6
2004	58,48	37,89	2,1	8,7	5,7
2005	59,23	38,36	2,1	8,4	5,8
2006	66,35	41,67	2,1	8,2	5,2
2007	70,27	46,13	2,1	8,6	5,3
2008	70,72	40,19	1,9	13,54	13,95
2009	71,69	40,38	1,8	10,06	10,27
2010	73,23	38,43	1,8	11,62	12,67
2011	75,87	38,43	1,9	13,61	14,54
2012	76,29	43,27	2,0	11,59	11,30
2013	76,76	40,94	2,0	12,65	11,70
2014	76,69	43,83	2,1	12,08	10,81
2015	81,07	45,56	2,3	7,6	6,2
2016	84,93	41,42	2,3	7,7	6,3
2017	89,93	46,72	2,4	7,7	6,4
2018	93,23	51,60	2,5	7,9	6,2

2019	95,40	51,91	2,6	8,2	6,7
2020	38,42	20,46	1,1	3,7	2,7

Kaynak: The World Bank (2021) International tourism, number of arrivals- İtalya, s.1,
World Data (2021) Tourism in İtalya, s.6,

2000 yılında İtalya toplamda 62.702.000 milyon turist ağırlamıştır. Sektördeki toplam harcamalardan oluşan gelir 28.71 milyar olmuştur. Sektördeki gelir GSMH'nın %2,5'ini oluştururken, ülke ihracatının %9.79'unu oluşturmuştur.İtalya turist sayısında 2003 yılına kıyasla 2004 yılında büyük bir düşüş (4.546.000 milyon) yaşanmıştır. İtalya'yı 2004 yılında toplam 58.480.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Turist sayısı bir önceki yıla göre düşüş yaşamıştır. 2004 İtalya turizm sektöründe toplam gelir 37.89 milyar dolar olmuştur. Turizmdeki gelir ülke ihracatının %8,74'ünü oluştururken, ülke gayrisafi mili hasılasının %2,1'ini oluşturmuştur.

2005 İtalya turizm sektöründe toplam gelir 38.36 milyar dolar olmuştur. Turizmdeki gelir ülke ihracatının %8,40'ını oluştururken, ülke gayrisafi mili hasılasının %2,1'ini oluşturmuştur. İtalya'yı 2005 yılında toplam 59.230.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Turist sayısı bir önceki yıla göre düşüş yaşamıştır. 2008 yılı İtalya turizm verileri incelendiğinde, bir önceki yıla kıyasla fazla değişim yaşanmamıştır. Turist sayısı 70.719.000 milyon olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki gelir 46.12 milyar dolar olmuştur. 2008 Mortgage krizinin etkileri 2008 yılında İtalya turizminde fazla görülmemiştir. 2008 yılında sanat müzesi ziyaret eden turist sayısı 23 milyon olmuştur. Pompei kazıları, Vatikan ve Floransa'daki Uffizi en çok (8,2 milyon) ziyaret edilen sanat yerleri olmuştur.

2009 yılında en çok tercih edilen konaklama türü %37 ile oteller olmuştur. 2009 yılı ilk altı ayında İtalya'yı 31.8 milyon turist ziyaret etmiştir. İlk altı aydaki harcamalar 12,4 milyar avro olmuştur. Toplam geceleme ise 134,8 milyon olmuştur. 2009 yılında toplam 71.692.000 milyon turist İtalya'yı ziyaret etmiştir. Toplam gelir ise 40.38 milyar dolar olmuştur. 2008 yılındaki kriz 2009 yılında İtalya turizmini etkilemiştir. 2013 yılında İtalya'yı toplamda 76.762.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Ziyaretçi sayısı bir önceki yıla kıyasla 469 bin artmıştır. İtalya turizm sektöründen 2013

yılında 73 milyar avro gelir elde etmişlerdir. Sektördeki toplam gelişler 831 milyon olarak gerçekleşmiştir. İtalya turizm sektöründe otel talebi son yıllardaki 6,8'lik artışına ek, 2013 yılında ise %1,5'lik bir artış yaşanmıştır. 2013 yılı ilk altı aydaki olumsuz turizm verilerine karşın, 2014 Nisan ayında talepte %7,7 ve Mayıs ayında %7,1'lik bir yükselme yaşanmıştır.İtalya turizminde

2016 yılında pozitif bir büyüme yaşanmıştır. Toplam ziyaretçi sayısı 84.925.000 milyon olmuştur. 2016 yılında geceleme sayısı 160,4 milyona ulaşmıştır. Son yıllarda (2011-2017) gecelemler %9,4 artış göstermiştir. İtalya'yı 2016 yılında en fazla ziyaret eden ülkeler; İsviçre, Almanya, Fransa ve Avusturya'dır. Bu dört ülke yabancı turist portföyünün büyük bir kısmını oluşturmuşlardır. Ek çok ziyaret edilen şehirler ise; Veneto, Lombardiya, Toskana ve Lazio olmuştur. Sektörden elde edilen gelir 42.42 milyar dolar olmuştur. Sektördeki gelir ülke GSMH'sının %2,3'ünü oluşturmuştur. Turizmdeki istihdam, ülke istihdamının %12,8'ini oluşturmuştur. 2018 yılında İtalya'yı 93.228.601 milyon turist ziyaret etmiştir. Toplam geceleme 428.8 milyon olurken, varışlar 128.1 milyon olmuştur.

2017 yılında ulaşılan rekor turist sayısı ve geceleme sayısı geçilerek yeni rekor kırılmıştır. İtalya Avrupa'daki konaklamaların İspanya ve Fransa'dan sonra üçüncü sırada %13,6'sını oluşturmuştur. 2017 yılına kıyasla gelişler %4 artarken, gecelemler %2,0 artmıştır. Turistlerin konaklama yeri tercihlerine baktığımızda, otel talepleri bir önceki yıla kıyasla %1,6 artarken, otel dışı konaklama tercihleri %2,7 artmıştır. Ülkede turistlerin tercih ettikleri şehirler açısından bakıldığında, Lazio'yu ziyaret eden turist sayısında bir önceki yıla kıyasla %8,5'lik bir artış yaşanmıştır (<https://www.istat.it/it/files/2019/11/Movimento-turistico-in-Italia-2018.pdf>, 2019).

İtalya 2000-2020 yılları arasındaki en fazla turist sayısına 2019 yılında ulaşmıştır. 2018 yılına kıyasla turist sayısı 2.170.399 milyon artarak 95.399.000 milyon olmuştur. Turizm sektöründeki gelir 31 bin dolar artış göstererek 51.91 milyar dolar olmuştur. Turizm gelirler ülke GSMH'sının %2,6'sını oluşturmuştur.

2020 Covid -19 pandemisi ile ülkelerin almış oldukları kısıtlayıcı önlemler İtalya turizmini olumsuz etkilemiştir. İtalya turizmi 2008 Mortgage krizindeki yaşadığı turizm gerilemesinin daha fazlasını Covid-19 pandemisinde yaşamıştır. 11 Mart ve 4

Mayıs arasındaki karantina döneminde turizm talebi neredeyse yok derecesine gelmiştir. Gecelemelerde Nisan ayındaki %95,4'lik düşüş ile rekor yaşanmıştır. 2020 yılında turist sayısı 2019 yılına kıyasla 56.980.000 milyon azalarak 38.419.000 milyon olmuştur. Kongre ve konferans etkinliklerinde %81,3 düşüş yaşanmıştır. Otel sektöründeki düşüş %35 olmuştur. 2020 yılında İtalya turizm sektöründeki gelir, bir önceki yıla kıyasla 31,45 milyar dolar azalarak 20.46 milyar olmuştur. GSMH'nın %1,1'ini turizmdeki gelir oluşturmuştur (https://www.istat.it/it/files/2020/12/REPORT_TURISMO_2020.pdf, 2020).

Tablo 2. 17 İtalya Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar)

Yıl	Kişi Başı Turizm Harcaması	Yıl	Kişi Başı Turizm Harcaması
2000	458	2011	570
2001	442	2012	537
2002	444	2013	571
2003	518	2014	586
2004	648	2015	511
2005	648	2016	500
2006	628	2017	519
2007	657	2018	553
2008	653	2019	544
2009	563	2020	533
2010	525		

Kaynak: World Data (2021) Tourism in İtaly, s.2,

2000 yılında turist başı harcama 1999 yılına kıyasla 49 dolar düşerek 458 dolar olmuştur. 2001 yılında ise kişi başı turist harcaması bir önceki yıla göre 16 dolar düşerek 442 olmuştur. 2002 yılında ise 2 dolarlık düşüşle 444 dolar olmuştur. Kişi başı turist harcaması 2003 yılında bir önceki yıla göre 74 dolar düşerek 518 olmuştur. 2004 yılında ise kişi başı turist harcaması 130 dolar düşerek 648 olmuştur. 2005 yılında kişi başı turist harcamasında bir önceki yıla kıyasla bir değişim olmamıştır. Kişi başı turist

harcaması 2005 yılında 648 olmuştur. 2006 yılında turist başı harcama, turist sayısının artması nedeniyle 20 dolar düşerek 628 dolar olmuştur. Turist başı 2008 yılında 653 dolar olmuştur. 2009 yılında turist harcamaları %10 düşmüştür. Ancak İtalya ekonomisinde alınan önlemler, İtalya turizmini Avrupa turizmi kadar etkilememiştir. 2011 yılında kişi başı turizm harcaması, 2010 yılına kıyasla 45 dolar artarak 570 dolar olmuştur.

Turist başı harcama 2012 yılında 33 dolar düşerek 537 dolar olmuştur. 2013 yılında Sektördeki yerli turist harcamaları %3,9 azalırken, yabancı turistlerin harcamalarında %0,7'lik bir artış göstermiştir. Gelirlerin büyük bir kısmı (%39,9) konaklama bölümünden sağlanmıştır. Kişi başı turist harcaması 67 dolardan 72 dolara yükselmiştir. 2019 yılında Turistlerin yapmış oldukları ortalama harcama 9 dolar azalarak 544 dolar olmuştur. Avrupalı turistlerin harcamaları %6,9 artarak 26,2 milyar avro olmuştur. Kişi başı turist harcaması 2020 yılında 11 dolar düşerek 533 dolar olmuştur. İtalya turizminin 2000-2020 yılları arasındaki kişi başı turizm harcaması ortalama olarak 598 dolar olarak hesaplanmıştır.

2.2.7. 2000-2020 Yılları Arasındaki Türkiye Turizmi

Türkiye'nin turizm performansı 2000-2020 yılları arasında zaman zaman iniş çıkış yaşamıştır. Türkiye turizminin olumsuz etkilendiği olaylar; 2008 Mortgage krizi, 2015 Rusya uçak krizi, 2016 darbe girişimi ve terör olayları ve 2020 Covid-19 salgınıdır. Türkiye 2000-2020 yılları arasında en fazla turisti 51.860.042 milyon ile 2019 yılında ağırlamıştır. Türkiye 2000-2020 yılları arasındaki en fazla turizm gelirini 34.520.332 milyar dolar ile 2019 yılında elde etmiştir. Türkiye turizmindeki en fazla gider 2010 yılında 5.875 milyon olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin 2000 yılları başındaki turizm çeşitliliği deniz turizmi ve kurvaziyer turizminden ibaretken, 2020 yılında Türk turizmi oldukça çeşitlenmiştir. 2020 yılında Türkiye'de ön plana çıkan turizm çeşitleri; Sağlık turizmi, 65 yaş üstü turizmi, Termal turizmi, İnanç turizmi, Kış turizmi ve Yayla turizmidir (The World Bank, 2021, 1).

Tablo 2. 18 Türkiye Turizmindeki Turist Sayısı, Turizm Gelirleri, Turizm Gelirlerinin ihracat ve İthalat Kalemi İçindeki Oranı (2000-2020, Milyar, %, %)

Yıl	Turist Sayısı	Turizm	Turizm Gelirlerinin İhracat Kalemi	Turizm Gelirlerinin İthalat Kalemi
-----	---------------	--------	---------------------------------------	---------------------------------------

		Gelirleri	İçindeki Oranı	İçindeki Oranı
2000	10,43	7.64	15,16	2,81
2001	11,62	10.17	20,15	3,93
2002	13,26	11.90	21,74	3,53
2003	14,03	13.20	18,73	2,87
2004	17,52	15.89	17,28	2,48
2005	21,13	20.76	19,52	2,89
2006	19,82	19.14	15,97	2,39
2007	27,22	21.66	14,90	2,39
2008	31,14	26.45	14,86	2,13
2009	31,76	26.33	18,09	3,33
2010	33,00	26.32	16,72	2,95
2011	36,77	30.30	16,50	2,13
2012	37,72	31.57	15,36	1,85
2013	39,86	37.98	16,77	1,97
2014	41,63	40.03	17,03	2,12
2015	41,11	35.65	16,9	2,5
2016	30,91	26.51	13,3	2,6
2017	37,97	31.99	14,4	2,3
2018	46,11	36.79	15,5	2,4
2019	51,76	41.42	16,9	2,4
2020	15,97	13.77	6,8	0,7

Kaynak: The World Bank (2021) International Tourism, Number Of Arrivals- Turkey, s.1,

Türkiye 2000 yılında toplamda 10.428.000 milyon turisti ağırlamıştır. 1999 yılında yaşanan Marmara depremi ve 2000 yılında yaşanan ekonomik kriz yaşanmasına rağmen, 2000 yılında turist sayısı 1999 yılına kıyasla %39,28 artmıştır. Turizmden sağlanan gelir ise 7,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Turizm geliri 1999 yılına kıyasla %46,76 artmıştır. Turizm gelirlerinin ihracat içindeki oranı %15,16 iken, ithalat içindeki payı 2,81 olmuştur. Ülkede yaşanan ekonomik kriz, turizm sektörüne olumsuz etkiden çok olumlu etki yaratmıştır. 2003 yılında ortaya çıkan Sars salgını birçok ülke turizmini olumsuz etkilemiştir. Sars virüsünün en çok görüldüğü bölge, Güney Doğu Asya ülkeleri olmuştur. Türkiye’de ise Sars virüsü görülmemiş, bu yüzden turizmde salgından kaynaklı bir olumsuzluk yaşanmamıştır. 2003 yılında turist sayısı %5,83 artış göstererek 14.030.000 milyon olurken, turizm geliri %16,42 artış göstererek 13.85 milyar dolar olmuştur.

2005 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısı 21.125.000 milyon olmuştur. Turist sayısı 2004 yılına kıyasla %20,60 oranında artmıştır. Bu artışın bir nedeni 2004 yılında Türkiye’nin Eurovision’a ev sahipliği yapmasıyla, ülkeyi başta Avrupa olmak üzere tüm dünyaya tanıtmasıdır. Uluslararası gidiş 8.246.000 milyon olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirleri %19,01 artış göstermiştir. Sektörün sağladığı gelir 2005 yılında 20.76 milyar dolar olmuştur.

2006 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısı bir önceki yıla kıyasla düşüş yaşayarak 19.820.000 milyon olmuştur. Uluslararası gidişler toplamda 8.275.000 milyon olmuştur. Turizm gelirleri bir önceki yıla kıyasla 1,62 milyar dolar düşerek 19.14 milyar olmuştur. Uluslararası turizme katılan Türk turistlerinin sayısı 8.275.000 kişi olmuştur. 2006 yılında sektördeki toplam istihdam 263.674 bin olmuştur. Turizmdeki istihdam ülke istihdamının %9,9’unu oluşturmuştur. 2003 yılında ortaya çıkan kuş gripinin 2006 yılında Türkiye’de görülmesi turizm sektöründe yaşanan düşüşlerin nedeni niteliğindedir. 2008 yılında Türkiye’yi 31.138.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Uluslararası gidiş sayısı 4.893.000 milyon olmuştur. Turizm gelirleri 26,45 milyar olmuştur. Turizm sektöründeki gelirin ülke ihracatındaki payı %14,86 olurken, ithalat içindeki payı %2,13 olmuştur. Sektörde istihdam edilen kişi sayısı 2008 yılında 260.117 bin kişi olmuştur. Ülke istihdamının %9,4’ünü turizm sektöründeki istihdam oluşturmaktadır. 2008 yılında Amerika’da ortaya çıkan Mortgage krizinin

2008 yılı Türkiye turizmine etkisi olmamıştır. 2008 yılındaki uluslararası krizin etkisi 2009 Türkiye turizminde görülmeye başlanmıştır. Mortgage krizi ve Meksika’da ortaya çıkan domuz gribi salgınının yayılması, 2009 yılındaki turist artışının az olması ve turizm gelirlerindeki azalış ile sonuçlanmıştır.

Türkiye’yi 2009 yılında toplamda 31.760.000 milyon turist ağırlamıştır. Turizm gelirleri %3,2 oranında düşerek 26,23 milyar olmuştur. Sektördeki gelir, ülke ihracatının 19.09’unu, ülke ithalatının 3,33’ünü oluşturmuştur. 2009 yılında turizm sektöründe toplam 253.297 bin kişi istihdam edilmiştir. 2014 yılında Türkiye’yi 41.114.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Uluslararası gidişler 7.982.000 milyon olmuştur. Turizm geliri 40,03 milyar olmuştur. Turizmdeki gelir ülke GSYİH’sinin %3,7’sini oluşturmuştur. Rusya’nın 2014 yılında Ukrayna’nın Kırım bölgesiyle yaşadığı sorun nedeniyle Avrupa birliği ülkeleri ve ABD Rusya ile olan ilişkilerini değiştirmişlerdir. Rusya’ya karşı ambargolar uygulanmış, petrol fiyatı düşmüş ve Rus Rublesi değer kaybetmiştir. 2014 Eylül ayı itibariyle Rusya’da yaşanan ekonomik kriz, Rus turistlerin Türkiye’ye gelişlerini büyük ölçüde azaltmıştır. Ülkede yaşanan terör olaylarına rağmen, turizm sektörü ülke ekonomisine katkıda bulunmuştur. Turizm sektöründeki gelir 2015 yılında 35,65 milyar olmuştur. Turizm sektörü 2015 yılında ülke GSYİH’ye oranı %3,7 olmuştur. Turizm sektöründeki istihdam 2014 yılında 580.000 iken, 2015 yılında bu rakam 615.000 olmuştur. 2015 yılında turizm sektöründeki istihdam ülke istihdamının %2,3’ünü oluşturmuştur. Türkiye 2015 yılında 41.114.000 milyon turist ağırlamıştır. Uluslararası gidişler 8.751.000 milyon olmuştur. Turizm sektöründeki gider toplamı 5.698 milyar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılı Türkiye turizmi için sorunlu geçmiştir. Rusya ile uçak krizi, Avrupa Birliği ile olumsuz ilişkiler ve 15 Temmuz darbe girişimi gibi olumsuz gelişmeler turizmi oldukça etkilemiştir. Turist sayısı 2015 yılına kıyaslı %25 azalarak 30.907.000 milyon olmuştur. Uluslararası gidişler 7.890.000 milyon olmuştur. Turizmden sağlanan gelir 26,5 milyar olmuştur. Turizm gelirleri Türkiye GSYİH’sinin %2,6’sını oluşturmuştur. Turizm sektöründeki giderler ise 5.050 milyon olmuştur. Turistlerin harcadığı döviz oranı %30 azalma göstermiştir.

Türkiye’yi 2018 yılında 2017 yılına kıyasla 8.143.000 milyon daha fazla turist ziyaret etmiştir. Önceki yıllarda yaşanan, terör ve siyasi olayların sektörde yarattığı

olumsuz etkiler 2018 yılında kalmamıştır. Türkiye’yi 2018 yılında toplamda 46.11.000 milyon turist ziyaret etmiştir. Uluslararası gidişler 8.383.000 milyon olmuştur. Turizm sektöründen sağlanan gelir bir önceki yıla kıyasla 4,8 milyar dolar artarak 36,79 milyar dolar olmuştur. Turizmdeki gelir ülke GSYİH’sinin %3,8’ini oluşturmuştur. Turizmdeki gider ise 4.896 milyon olmuştur. 2019 yılında Türkiye rekor turist sayısına ulaşmıştır. Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı toplamda 51.747.198 milyon olmuştur. 2019 yılında turizm geliri 34.340.520 milyar olmuştur. Turizm geliri 2018 yılına kıyasla %17 artmıştır. 2019 yılında turistlerin yapmış olduğu gecelik harcaması 68 dolar olmuştur. Turist portföyünden gecelik harcamayı incelendiğinde yabancı turistler gecelik 73 dolar harcarken, yurtdışında yaşayan ülke vatandaşları gecelik 50 dolar harcamışlardır. 2019 yılındaki çıkışlar 51.860.42 milyon olarak gerçekleşmiştir. Yurtdışına çıkışlar bir önceki yıla kıyasla %13,7 artmıştır. 2019 yılında yurtdışına toplam çıkış 9.650.512 milyon olmuştur. Ülkeye gelen yabancı turistlerin geliş amaçları %73,6 oranla “kültürel ve sportif aktiviteler ve eğlence” olurken, yurtdışında yaşayan ülke vatandaşlarının geliş amaçlarının %61,7’si “aile ve arkadaş ziyareti” olmuştur. Turizm geliri 2018 yılına kıyasla %10,1 azalarak 4.403.670 milyon olmuştur. Turizm geliri ülke GSYİH’sinin 4,6’sını oluşturmuştur. Turizm gideri ise 4.404 milyon olmuştur.

2020 yılında turizm geliri bir önceki yıla kıyasla %65,1 azalarak 12.59.320 milyar dolar olmuştur. Turizmdeki gelir ülke GSYİH’sinin %5,7’sini oluşturmuştur. Turizm sektöründeki toplam gider ise, 1.105 milyon dolar olmuştur. Covid-19 pandemisi, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye turizminde olumsuz etkiledi. 2020 yılında turist sayısı bir öndeki yıla kıyasla 35.920.932 milyon düşerek, 15.826.266 milyon olmuştur. 2020 yılında Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin %80,3’ünü yabancı uyruklu turistler oluştururken, %19,7’sini yurtdışındaki ülke vatandaşlarından oluşturmuştur. Ülkeye gelen yabancı turistlerin geliş amaçları %66,1 oranla “kültürel ve sportif aktiviteler ve eğlence” olurken, yurtdışında yaşayan ülke vatandaşlarının geliş amaçlarının %66,2’si “aile ve arkadaş ziyareti” olmuştur. Yurt dışına gidişler 2019 yılına kıyasla %76,8 azalarak 2.242.864 milyon olmuştur. Yurt dışına gidenlerin gittikleri yerlerde yaptıkları ortalama harcama 492 dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2. 19 Türkiye Turizmindeki Kişi Başı Turizm Harcaması (2000-2020, Dolar)

Yıl	Kişi Başı Turizm Harcaması	Yıl	Kişi Başı Turizm Harcaması
2000	732	2011	824
2001	866	2012	837
2002	898	2013	953
2003	941	2014	962
2004	907	2015	867
2005	983	2016	858
2006	966	2017	843
2007	796	2018	798
2008	849	2019	800
2009	829	2020	862
2010	798		

Kaynak: World Data (2021) Tourism in Turkey, s.1,

Türkiye turizminde 2000-2020 yılları arasındaki kişi başı turist harcaması ortalama olarak 850 dolardır. En düşük kişi başı turizm harcaması 2000 yılında 732 olarak gerçekleşirken, en yüksek kişi başı turizm harcaması 983 dolarla 2005 yılında gerçekleşmiştir

3. Bölüm: LİTERATÜR TARAMASI VE TÜRKİYE İLE SEÇİLİ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDEKİ TURİZM SEKTÖRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİNİN PANEL VERİ ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde, ekonomik büyüme ve turizm ilişkisini inceleyen literatürdeki çalışmalar sunulmuştur. Literatürün ardından çalışmanın ekonometrik modeli açıklanmış ve çalışmada kullanılan değişkenlerin verileri ekonometrik analize tabi tutulmuştur.

3.1. Literatür

2020 yılı itibari ile küresel ölçüde yaşanan Covid-19 salgını, başta turizm olmak üzere birçok sektörü etkilemiştir. Ülkelerin yaşanan salgın için uygulamış oldukları yasaklar, turizm sektörünü durma noktasına getirmiştir. Turizm sektöründeki son yıllardaki büyük kayıp nedeniyle, turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki literatürde daha dikkat çekici hale gelmiştir. Bu ilişki gerek teorik gerekse de ampirik olarak incelenmiştir.

Turizm ve ekonomik büyüme üzerine yapılmış ekonometrik çalışma sonuçları farklılıklar göstermiştir. Ortaya konulan ilişki üzerine dört farklı yargı ortaya çıkmaktadır. Bunlar; turizmin ekonomik büyümeyi etkilediği ilk grup, ekonomik büyümenin turizmi etkilediği ikinci grup ve her iki değişkeninde birbirini etkilediği üçüncü grup ve son olarak turizm ve ekonomik büyüme arasında bir ilişkinin olmadığını savunan dördüncü gruptur. Aşağıda, bu ilişki ve ilişkisizlik grupları üzerine yapılmış çalışmalara yer verilmektedir.

3.1.1. Turizmin Ekonomik Büyümeyi Etkilediği Hipotezini Destekleyen Çalışmalar

Ozan Bahar (2006), turizm ve ekonomik büyüme ilişkisinin varlığını uzun dönemde incelemiştir. Çalışmanın hipotezi, “turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu” etkisi olduğu hipotezidir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler turizm gelirleri ve GSMH’dir. Çalışma 1963-2004 yılları arasında yıllık verileri kapsamaktadır. Çalışmada

var yöntemi kullanılmış.Çalışmada yapılan Grenger nedensellik testi sonuçlarına göre turizm ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik, turizm gelirinden ekonomik büyümeye doğru bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu ilişkinin anlamında turizm gelirinin artması ekonomik büyümeye neden olduğu açıklanmıştır.

Bozkurt, Topçuoğlu (2013), turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini, Engle-Granger Eşbütünleşme Testi ve Hata düzeltme modelinden yararlanarak açıklanmaya çalışmıştır. Çalışma 1970-2011 yıllarına ait yıllık verileri kapsamaktadır. Fiyatlar, cari dolar fiyatları olarak alınmıştır. Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi uzun ve kısa dönemde incelenmiştir. Diğer değişkenler olarak; gayri safi milli hâsıla, turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı, dışa açıklığın göstergesi olarak ihracat ve ithalat toplamının GSYH'ye oranı ve reel döviz kurudur. Analiz ilk önce değişkenlere birim kök testi uygulayarak durağanlarının sınanmasıyla başlamıştır. Uygulanan ADF-Birim Kök Testi sonucunda değişkenlerin durağan olmadığı sonucuna varılınca, değişkenlerin birinci dereceden farkları alınarak durağan hale getirilmiştir. Değişkenler arasındaki uzun dönemdeki nedensellik ilişkisi için ko-entegrasyon testi uygulanmış. Uzun dönem ilişki varlığı kabul edilmiş. Kısa dönemdeki nedensellik için hata düzeltme modeli kullanılmış ve turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı ile gayri safi milli hâsıla arasında bir nedensellik olduğu kabul edilmiş.

Meryem ve Mustafa Samırkaş (2013), çalışmalarında 10 yıllık döneme ait verileri 3'er aylık periyotlar halinde analiz etmişlerdir. Turizm geliri ve GSYİH verileri TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), TCMB (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası)'den elde edilmiştir. Turizm gelirlerini dolar cinsinden zamanın TCMB alış-satış kurları üzerinden Türk lirasına çevrilmiş ve yine ilgili dönem üzerinden deflatör rakamlarıyla turizm gelirleri reel hale getirilmiştir. Ekonometrik analiz e-views programında gerçekleştirilmiştir. Adf birim kök testi uygulanmış sonucunda ise reel hale getirilen turizm gelirleri ve GSYH'nin birim kök içerdiği anlaşılmış. Serilerinin farkının alınması durumunda ise serilerin durağanlaştığı saptanmış. Serilerin durağan hale getirilmesi için, serilerin birinci dereceden farkları alınmış. Çalışmada Var modeli uygulanmış. Değişkenler arasında bir nedenselliğin bulunup bulunmadığına ve nedenselliğin yönüne bakılmak için Engle-Granger nedensellik testi uygulanmış. Uygulama sonucunda, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde bir etkisi olmadığı ve ekonomik

büyümenin de turizm gelirleri üzerinde bir etkisi yolmadığı sonucuna varılmış. Ortaya atılan H_0 hipotez reddedilmiş. Red sonucunda iki değişken arasında bir nedensellik ilişkisi olduğu saptanmış. Turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi etkilediği sonucuna varılmıştır.

Şahin, çalışmasında 1986-2016 dönemlerine ait verileri yıllık olarak kullanmıştır. Çalışma veri seti T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Dünya Bankasından temin edilmiş. Çalışma değişkenleri turizm gelirleri ve GSYİH olarak belirlenmiş. Turizm gelirleri gdp deflatörü ile reel hale getirilerek serilerin logaritmaları alınmış. Çalışmanın temel ekonometrik modeli Var modelidir. Değişkenler arasındaki nedenselliğin dönemi için eşbütünleşme ve nedensellik testleri uygulanmıştır. Nedensellik testi sonucu “turizm gelirlinin GSYİH üzerinde etkisi yoktur” H_0 hipotezi red edilmiş. H_0 hipotezi reddi sonucu turizm gelirleri ile gsyih arasında tek yönlü bir nedensellik saptanmıştır. Tek yönlü nedensellik, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Aytaç Pekmezci (2020), çalışmasında turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa dönemli ilişkiyi incelemiştir. 1998Q1 ile 2019Q4 yıllarına ait mevsimsel veriler kullanılmıştır. Türkiye’yi ziyaret eden kişi sayısı ve GSYİH çalışmanın değişkenleridir. Veriler T.C. Merkez Bankasından ve T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığında elde edilmiştir. Çalışmada Toda-Yamamoto nedensellik analizi kullanılmıştır. Değişkenlerin durağanlıkları için ADF ve PP birim kök testleri yapılmıştır. Test sonuçlarında, ekonomik büyüme düzeyde durağan iken turizm serisi birinci farkı alındığında durağan çıkmıştır. Değişkenlerin farklı derecede durağanlıklara sahip olduğundan, Toda-Yamamoto nedensellik analizi yapılarak kısa dönemdeki nedensellik ortaya koyulmuştur. Ortaya çıkan sonuçta turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki kısa dönemde bulunmaktadır.

Belke, Bolat, Hatemi (2021), seçilen bazı Akdeniz ülkelerinin turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Çalışma 1995-2017 yıllarına ait verileri kapsamaktadır. Çalışmanın ekonometrik modelini saklı panel eşbütünleşme ve asimetric panel nedensellik testleri oluşturmaktadır. Çalışma değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ve bu ilişkinin asimetric boyutunu incelemeyi hedeflemiştir. Analiz sonucunda seçili Akdeniz ülkelerinin (Slovenya, Hırvatistan, Kıbrıs, Mısır, Fransa, Yunanistan,

İtalya, Türkiye, Arnavutluk, Fas, Cezayir, Tunus, İspanya, Malta), turizm ile ekonomik büyüme arasında asimetrik etkinin varlığı saptanmış. Yapılan test sonuçlarına göre, değişkenler arasında uzun dönemde bir nedensellik ilişkisinin varlığı ortaya konulmuştur. Esneklik bulgularına göre, ekonomik büyümenin, turizm gelirlerindeki artışansa turizm gelirlerindeki azalışa daha duyarlı olduğu görülmüştür. Panel asimetrik nedensellik testi sonucunda negatif bileşenler arasında bir nedensellik bulunmaz iken, pozitif bileşenler arasında turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Ekonometrik analizdeki nedensellik testleri sonuçlarına göre turizme dayalı büyüme kabul edilmiştir.

Nazan Şak (2021), sağlık turizmi ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, Hatemi-J-Irandoust (2012) saklı eşbütünleşme testi ve zamanla değişen asimetrik nedensellik analizi yöntemiyle açıklamaya çalışmıştır. 2002Q2-2020Q1 yıllarına ait üçer aylık veriler incelenmiştir. Çalışma verileri OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ve TÜİK 'ten elde edilmiştir. Analiz sonucunda, sağlık turizmdeki olumlu gelişme dönemlerinde ekonomik büyümenin gerçekleşmesi, pozitif bir ilişkiyi açıklamıştır. Sağlık turizmindeki bir olumsuzluğun ise negatif bir ilişki yaratarak ekonomik büyümedeki negatif şokları arttırılacağı açıklanmıştır. Test sonucu bulgular, sağlık turizm ve ekonomik büyümenin birbirlerinden etkilenmesi pozitif ve negatif durumlarda farklı gerçekleşmiştir. Gerek negatif gerekse de pozitif şok durumlarında değişkenler arasında uzun dönemde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu ilişki pozitif ve negatif şok durumlarında farklı sonuç vermesi zaman içinde değişiklik göstermesine bağlı olduğu saptanmıştır.

Turgut, Uçan, Başaran (2021), turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini incelendiği bu çalışmasında değişkenler olarak GSYİH, turizm gelirleri ve yabancı ziyaretçi sayısını kullanmıştır. 1998Q1-2018Q4 dönemlerine ait veriler kullanılmıştır. Ekonomik büyüme çalışmanın bağımlı değişkeni iken, turizm gelirleri ve turist sayısı bağımsız değişkenleridir. Değişkenlere ait veriler, EVDS (Elektronik Veri Dağıtım Sistemi) ve TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)'dan elde edilmiştir. Uygulanacak testlerden önce varyant salınımını engellemek amacıyla serilerin logaritması alınmıştır. Serilerin durağanlığın tespiti için birim kök testi uygulanmıştır. Daha sonrasında ise ADRL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model) testi yapılmıştır.

En sonunda ise değişkenler arasındaki ilişkinin yönü için Engle-Granger Nedensellik testi uygulanmıştır. Serilerin birinci dereceden farkları alınarak Engle-Granger nedensellik testine uygun hale getirilmiştir. Uygulanan test sonuçlarına göre değişkenler arasında uzun dönemli ilişki saptanmıştır. Engle-Granger nedensellik testi sonucuna göre ise, nedenselliğin yönü turizm gelirleri ve yabancı ziyaretçiden ekonomik büyümeye doğru olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda değişkenler arasında çift yönlü nedensellik de tespit edilmiştir. Bu nedenselliğin pozitif olduğu sonucuna varılmıştır.

3.1.2. Ekonomik Büyümenin Turizmi Etkilediği Hipotezini Destekleyen Çalışmalar

Kızılgöl, Erbaykal (2008), turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelediği çalışmalarında Toda-Yamamoto ekonometrik yöntemini kullanmışlardır. 1992-2006 yıllarına ait üçer aylık dönemler çerçevesinde inceleme gerçekleşmiştir. Değişkenlerin maksimum derecelerinin bulunması için öncelikle genişleştirilmiş Dickey-Fuller testi uygulanarak serilerin farkları alınarak durağan hale getirilmiştir. Var modeli yapılarak nedensellik analizine ilişkin şu sonuçlara varılmıştır; değişkenler arasında tek yönlü bir ilişki vardır ve bu ilişkinin yönü ekonomik büyümeden turizme doğrudur. Yani ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bir ilişki mevcuttur.

Kanca (2015), çalışmada Türkiye’deki turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisi 1980-2013 yılları baz alınarak bir çalışma gerçekleştirilmiş. Çalışmada zaman serisi analizi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki nedenselliğin yönü “Engle-Granger nedensellik testi” ile saptanmış. Nedenselliğin varlığı ise Ekk yöntemi kullanılarak tespit edilmiş. Veriler Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığından temin edilmiş. Analiz sonuçları ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik saptamıştır. Nedenselliğin pozitif veya negatif olduğu yapılan çalışmada belirtilmemiştir.

Mustafa Orhan Özer (2021), çalışmasında Türkiye’deki turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 2003Q1-2019Q3 dönemlerini baz alınarak incelemiştir. Çalışmada kullanılan ekonometrik yöntem Fourier Adl’dir. Değişkenler arasındaki uzun dönemdeki ilişkinin incelenmesinde Fourier Adl, Fourier Adl Saklı Eş Bütünleşme testleri uygulanmış. Eş bütünleşme testi sonucunda, ekonomik büyümeden

turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir ilişki saptanmıştır. Uzun dönem katsayı tahmini FMOLS yöntemi aracılığıyla tahmin edilmiştir. Ham veriler ile incelenen ekonomik büyüme verisindeki yüzde 1'lik bir değişim turizm gelirlerinde yüzde 0.67lik bir değişim yaratmaktadır. Değişkenler arasındaki asimetrik bileşenler dikkate alındığında ise ekonomik büyümedeki yüzde 1'lik artış turizm gelirlerinde yüzde 1.41 değişime neden olmaktadır.

3.1.3. Turizm ve Ekonomik Büyümenin Birbirini Etkilediği Hipotezinin Destekleyen Çalışmalar

Bahar ve Bozkurt (2010), çalışma geliştirmekte olan ülkelerin turizm sektörlerinin ekonomik büyüme arasında uzun dönemde bir nedenselliğin olup olmadığını açıklamaya çalışmıştır. Çalışmada 1998-2005 dönemlerine ait yıllık veriler kullanılmıştır. Çalışmanın ekonometrik analizi panel veri seti ile yapılmıştır. Ekonomik veriler WB (Dünya Bankası) veri setinden temin edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde pozitif bir nedensellik bulunmaktadır.

Nurgül Topallı (2015), turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini uzun dönemde incelemiştir. Çalışma 1963-2011 yıllarına ait yıllık veriler incelenmiştir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak GSYİH ve yabancı turist sayısı olarak belirlenmiştir. Çalışmada birim kök testi, Johannes eş bütünleşme testi, Vecm dayalı Engle-Granger nedensellik testi, Toda yamamoto Engle-Granger nedensellik testleri sırasıyla uygulanmıştır. Çalışmada kısa dönemde turizm ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki saptanamamıştır. Uzun dönem analizde tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Ali Altınar (2019), çalışmasında ekonomik büyüme ve turizm ilişkisi incelenmiştir. Çalışma 1969-2018 yılları arasını kapsamaktadır. Analizin bağımlı değişkenleri; ekonomik büyüme, açıklayıcı değişkenler; turizm, enflasyon, nüfus ve reel döviz kurudur. Analizde belirlenen yıllar arasındaki yıllık veriler kullanılmıştır. Çalışma verileri TÜRSAB ve WB'dan elde edilmiştir. Ana analiz ARDL modeliyle gerçekleştirilmiştir. Yapılan sınır testi sonucunda değişkenler arasında uzun dönemde bir ilişki olduğu sonucuna varılmış. Uzun dönemdeki ilişkinin yönü, turizmde ekonomik büyümede doğrudur. Bu nedensellik pozitifdir. Kısa dönem analizde hata düzeltme katsayısı incelendiğinde negatif ve beklendiği gibi istatistiksel olarak anlamlı bir

sonuç çıkmıştır. Kısa dönemdeki katsayı tahmini uzun dönemdeki katsayı tahmini ile benzerlik göstermektedir.

Ballı, Sizege, Coşkun, (2020), 1963-2016 yıllarını kapsayan çalışmasında, uluslararası turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedenselliği incelemiştir. Gelen turist sayısı, turizm gelirleri, kişi başına düşen GSYİH çalışma değişkenleridir. Araştırma Türkiye'yi kapsamaktadır. Veriler WB, TÜİK ve TÜRSAB'dan elde edilmiştir. Birim kök testi uygulanarak seriler durağan hale getirilmiştir. Daha sonra Diks ve Panchenko Engle-Granger nedensellik testi ile değişkenler arasındaki nedensellik sınanmıştır. Test sonucunda GSYİH ve turist sayısı arasında, turist sayısından kişi başına düşen GSYİH'ye doğru tek yönlü bir ilişkisi olduğu saptanmıştır. Turizm gelirleri ile kişi başına düşen GSYİH arasında ise çift yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Iban, Liceli (2020), ekonomik büyüme ve turizm tanıtım harcamaları ilişkisini incelediği çalışmasında, seçtiği OECD ülkelerine ait verileri 1998-2018 dönemleri kapsamında incelemiştir. Çalışmada gayri safi yurt içi hâsıla ve uluslararası tanıtım harcamalarına ait veriler kullanılmıştır. Seçilen OECD ülkeleri 2018 GSYİH oranları alınarak yüksek ve düşük gelirli ülkeler olarak iki gruba ayrılmıştır. Çalışmanın ekonometrik analizi Panel Veri analizidir. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki için Kao ve Pedroni eşbütünleşme testleri, uzun dönem katsayıları için Pedroni Tam Modifiye Edilmiş Ols ve Panel Dols testleri uygulanmıştır. Uygulanan testler sonucunda belirlenen düşük ve yüksek gelirli ülkelerde turizm harcamaları ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir nedensellik saptanmıştır.

3.1.4. Turizm Ve Ekonomik Büyüme Arasında Kısa Veya Uzun Dönemlerde Bir Nedensellik İlişkisinin Bulunmadığını Destekleyen Çalışmalar

Bektaş, Çetinbaş (2008), çalışmada Türkiye'deki turizm gelirleri ve ekonomik büyümeye ilişkisini uzun ve kısa dönemlerde incelenmiştir. Çalışmada 1964-2006 yıllarına ait veriler kullanılarak analiz edilmiş. Turizm gelirleri dönemin ortalama kurundan TL'ye çevrilmiştir. Seriler Tüfe endeksiyle reel hale getirilmiştir. Çalışmadaki veriler IMF (Uluslararası Para Fonu-/IFS)'den, turizm gelirleri serisi T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan kullanılmıştır. Serilerin durağanlığı için ADF ve PP Birim Kök Testleri uygulanmıştır. Serilerin durağanlık sonuçlarından sonra Eş Bütünleşme Testi

uygulanmış, sonucunda değişkenlerin aynı derecede bütünleşmediği sonucuna varılmış. Yapılan diğer Eş Bütünleşme testleri sonucunda değişkenler arasında bir eş bütünleşme ilişkisi tespit edilmiş. Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisinin uzun dönem analizinde ARDL modelinden yola çıkılarak, uzun dönem analiz sonuçları turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir nedensellik bulunduğunu açıklamaktadır. İlişkinin yönü turizmden ekonomik büyümeye doğru olduğu sonucuna varılmıştır. İncelenen dönem kapsamında turizm gelirlerindeki %10'luk bir artışın ekonomik büyümede %2'lik bir değişme yaratacağı sonucuna varılmıştır. Kısa dönemdeki ilişki yine ADRL modelinde fakat farklı bir ADRL modeli olan hata düzelme modeli ile incelenmiş. İnceleme sonucunda kısa dönemde turizm gelirlerinin katsayısının bir gecikme ile beklendiği şekilde pozitif bir nedensellik, fakat istatistiksel açıdan olumsuz bir anlam çıkmıştır. Uzun dönemin tersine, kısa dönemde turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır.

Yamak, Tanrıöver, Güneysu (2012), çalışmasında, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Değişkenler iki farklı grup olarak incelenmiştir. Değişkenlerin ilk grubunda; turist sayısı (TSAYI), reel turizm gelirleri (TG) ve turist başına düşen turizm geliri (TBD) oluşturmaktadır. Bu gruptaki veriler Tüik'den elde edilmiştir. İkinci gruptaki değişkenler karşımıza reel GSMH, tarım (TAR), sanayi (SAN) ve hizmet (HİZ) sektörlerine ait sektörel bir analiz yapılmıştır. Sektörel bazlı inceleme verilerin durağanlığı için birim kök testleriyle başlamıştır. ADF birim kök testi sonuçlarına göre tarım sektörü hariç diğer sektörler birinci farklarda durağan çıkmıştır. Farkları alınan verilere Engle-Granger koentegrasyon analizi uygulanmış, fakat tarım sektörü birinci farkta durağan çıkmadığı için analize dâhil edilmemiştir. Analiz sonucuna göre değişkenler arasında uzun dönemde bir nedensellik ilişkisi saptanamamıştır. Yapılan ikinci koentegrasyon analizinde ise yapılan Engle-Granger nedensellik testinde reel turizm gelirlerinden sadece sanayi ve hizmet sektörlerine doğru bir ilişki saptanırken, reel GSMH ve tarım sektörüne doğru bir ilişki saptanamamıştır. Turist başına düşen turizm gelirlerinden diğer sektörlerle doğru bir nedensellik saptanamamıştır. Saptanamayan nedensellik uzun ve kısa dönem için geçerlidir. Sadece reel turizm gelirlerinden sanayi ve hizmet sektörlerine doğru kısa dönemde bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Mehmet Aydın (2020) en fazla turizm gelirine sahip 10 ülkenin, ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. 1995-2018 dönemlerine ait yıllık veriler kullanılmıştır. Çalışmanın ekonometrik modeli panel nedensellik analiz modelidir. Veriler Dünya Bankasından elde edilmiştir. İnceleme gerçekleştirilen ülkeler; ABD (Amerika Birleşik Devletleri), İspanya, Fransa, Tayland, Birleşik Krallık, İtalya, Avustralya, Almanya, Japonya, Hindistan'dır. Yapılan panel nedensellik analizi sonucunda, Tayland ve Almanya'da turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ortaya çıkmıştır. İspanya için nedensellik çift yönlü sonuç verirken diğer ülkelerde bir nedensellik bulunmamaktadır. Çalışma analizinde üç hipotez sonucuna varılmıştır. Turizm yanlı ekonomik büyüme (Tayland, Almanya), geri besleme (İspanya) ve yansızlık (ABD, Fransa, Birleşik Krallık, İtalya, Avustralya, Japonya, Hindistan) ülkeler arasında ortaya çıkan hipotez sonuçlarıdır. Çalışma genelinde yansızlık hipotezi geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Ümit Gaberli, Yağmur Can, (2020), çalışmasında, farklı gelişmişlik seviyelerine göre gruplandığı ülkelerin turizm gelirlerinin toplam ihracattaki payı ile büyüme arasındaki ilişkiyi incelemektedir. 2005-2017 yılların ait veriler incelenmiştir. Çalışmanın ekonometrik modeli panel eş bütünleşme analizidir. Analiz sonucunda, tüm gelir grupları bir olarak analize tabi tutulduğunda, turizm ile büyüme arasında pozitif bir ilişkinin uzun dönemde var olduğu sonucuna varılmıştır. Fakat dünyadaki farklı gelir grupları üzerine yapılan eş bütünleşme analizinde, yüksek ve düşük gelir grubundaki ülkelerde uzun dönemde bir nedensellik bulunmaz iken orta gelir grubundaki ülkelerde uzun dönemli bir nedensellik bulunmuştur. Ülkelerin gelir düzeylerinin bu nedensellik üzerindeki ilişkiyi açıklamada büyük bir öneme sahip olduğu vurgulanmıştır.

Turizm ve ekonomik büyüme üzerine yapılmış diğer çalışmalar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 3. 1. Turizm ve Ekonomik Büyüme Üzerine Yapılan Ekonometrik Çalışmalar

Çalışma	Ülke	Dönem	Metodoloji	Bulgular
Ming Che Chou, 2013	Geçiş aşamasındaki seçilen 10 ülke	1988-2011	Panel Nedensellik Analizi	Bulgaristan, Romanya, Slovenya için tarafsızlık hipotezi, Kıbrıs, Letonya, Slovakya için büyüme

				hipotezi, Çek Cumhuriyeti ve Polonya için ters, Estonya, Macaristan için ise geri besleme hipotezi geçerlidir.
Narayan Sharma and Bannigidadmath(2013)	Seçilmiş Pasifik Ülkeleri	1985-2010	Panel Veri Analizi	Turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik saptanmıştır.
Guellil, Belmokaddem, Sahraoui, Ghouali, 2015	Seçilmiş 49 Ülke	1988-2012	Dinamik Panel Veri analizi	Turizm harcamaları ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik saptanmıştır.
Umer, Saba, 2016	BRICS Ülkeleri	1995-2013	Panel Veri Yaklaşımı	Turizmden ekonomik büyümeye doğru pozitif bir nedensellik saptanmış.
Seyi, Ada, 2018	Seçilmiş 16 Ada Devleti	1995-2016	Panel Granger Nedensellik Testi	Turizmin ekonomik büyümeye etkisi olduğu saptanmıştır. Turizm kaynaklı büyüme hipotezi kabul edilmiş.
Rufaro, Takudzwa, Michael, 2020	Seçili Güney Afrika Ülkeleri	1996-2018	Panel Veri Analizi	Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir nedensellik saptanmıştır.
Hasan, 2020	Gelişmekte Olan Ülkeler	1987-2018	Kırılmalı Birim Kök ve Eşbütünleşme Testi	Hem kısa hem de uzun dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir ilişki saptanmıştır.
Uğur, 2020	Türkiye	1965-2017	ARDL Sınır Testi	Turizme dayalı ekonomik büyüme hipotezi uzun ve kısa dönemde geçerlidir.
Nuno, Daniel, 2020	Avrupa Birliği Ülkeleri (28)	1995-2014	Panel Veri Analizi	Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki saptanmıştır.
Liulov, Oleksii, Yana, Tetiana,	Çekya, Litvanya, Macaristan, Estonya	13 Ocak-9	ARIMA modeli	Turizm gelirleri ile ekonomik büyüme

Oleksi S, Tetiana A, Nataliya, Jan, 2020	Polonya, Letonya	Mayıs 2020		arasında pozitif bir ilişti saptanmıştır.
Alper, Buket, Baki, 2021	17 Akdeniz Ülkesi	1995-2014	Panel Kantil Regresyon Modeli	Kısa dönemde turizmden ekonomik büyümeye doğru bir ilişki bulunurken uzun dönemde çift yönlü bir nedensellik bulunmaktadır.
Haroon, Shafad, Tarique, 2021	Hindistan, Brezilya, Rusya, Çin, Güney Afrika	1995-2015	Panel Veri Analizi, Panel ARDL eşbütünleşme	Ekonomik büyüme ve turizm arasında uzun dönemli, çift taraflı bir nedensellik saptanmıştır.

3.2. Türkiye ve Seçili AB Ülkelerinin Turizm Sektörlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Panel Veri Analizi İle Değerlendirilmesi

Günümüzde turizmin makroekonomik boyutunun önem kazanması, sektörü stratejik bir endüstri haline getirmiştir. Turizmdeki çeşitliliğin artması ve bu çeşitliliğin ekonominin her alanına etki etmesi veya her alanında bulunması sektör için yeni kaynak arayışlarına itmiştir. Bu arayışlar sektörün popüleritesini arttırmıştır. Çalışmada turizm sektörü ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki panel nedensellik analizi yöntemi kullanılarak incelenecektir.

Çalışmanın ekonomik modeli, Türkiye ve seçili bazı Avrupa Birliği ülkelerinin (Fransa, İtalya, Yunanistan, Hırvatistan, İspanya) 2000-2020 yılları arasındaki GSYİH, CAP (Brüt Sabit Sermaye Oluşumu), TRECEIPT (Turizm Gelirleri), LAP (İş Gücü) değişkenlerin verilerini içermektedir. Çalışmadaki, GSYİH, brüt sabit sermaye oluşumu ve iş gücüne ait verilerin tamamı WB Datebase (Dünya Bankası Veri Tabanı)’dan elde edilmiştir. Çalışma değişkenlerinin ve kısaltmalarının yanı sıra değişken verilerinin nereden elde edildiği Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 3. 2. Çalışmadaki Değişkenler ve Kısaltmaları

Değişken Adı	Kullanılan Veri Tabanı	Değişken Adı Kısaltması
Gayrisafi Yurtiçi Hasıla	World Bank Datebase (Dünya Bankası Veri Tabanı)	GDP

Brüt Sabit Sermaye Oluşumu	World Bank Datebase (Dünya Bankası Veri Tabanı)	CAP
Turizm Gelirleri	World Bank Datebase (Dünya Bankası Veri Tabanı)	TRECEIPT
İş Gücü	World Bank Datebase (Dünya Bankası Veri Tabanı)	LAP

Analizde yer alan ülkeler özellikle Akdeniz’e kıyısı olan ülkeler olarak belirlenmiştir. Bu boyutta, Türkiye’nin de aralarında bulunduğu Akdeniz’e kıyısı olan ülkelerin tespiti sağlanıp, örneklem grubunu bu ülkeler oluşturmuştur; Türkiye, İtalya, İspanya, Hırvatistan, Yunanistan, Fransa. Çalışmanın ekonomik modeli aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

$$GDP_{it} = \beta_1 \beta_2 TRECEIPT_{it} + \beta_3 CAP_{it} + \beta_4 LAP_{it} + u_{it}$$

Çalışma örnekleme ait değişken verilerine ait tanımlayıcı istatistiklerin özetleri bulunmaktadır. Tablo incelendiğinde, brüt sabit sermaye oluşumu değişkeninin ortalama değeri 25,48319, örnekleme bulunun ülkelerin turizm gelirlerinin ortalaması 3,094267 \$ olarak karşımıza çıkarken, son olarak iş gücü verilerinin örneklemedeki ülke ve tarih aralığındaki ortalaması 3,236417 olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 3. 3. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişken Adı	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
Brüt Sabit Sermaye Oluşumu (CAP)	25.48319	1.427688	22.60464	27.12993
Turizm Gelirleri(TRECEIPT)	3.094267	0.780766	1.504077	4.669252
İş Gücü (LAP)	3.236417	0.057229	3.118155	3.300638

Ekonometrik analiz için oluşturduğumuz çoklu regresyon modelinin incelemeye hazır olması için öncelikle serilerin logaritması alınmıştır. Logaritmaları alınan seriler böylelikle durağanlık testleri için uygun hale gelmiştir. Sonrasında

değişkenlerin birim kök analizleri yapılarak nedensellik ve katsayı analizine uygun hale getirilmiştir. Uygun hale getirilen testlerin uzun dönemdeki nedensellik ilişkisi için, panel eş bütünleşme testi uygulanmıştır. Ekonometrik analizin son kısmında değişkenler arasındaki ilişkiler için nedenselliğin yönüne bakılmıştır.

3.2.1. Yöntem

Panel veri yöntemi zaman serisi ve yatay kesit verileri avantajlarının bulunması yanında, ekonomik modellerin açıklanmasında birçok avantajı bulunmaktadır. Panel veri kullanımı, iki farklı veri gözlemin (yatay kesit, zaman serisi) bir arada aynı anda incelemesi sebebiyle, yapılacak çalışmaların daha fazla verilerle incelenmesine olanak sağlamaktadır. Daha çok verinin incelenmesi gözlem sayısını dolayısıyla serbestlik derecesini artıracığından, ekonometrik modellerin açıklayıcı değişkenleri arasındaki çoklu bağlantının doğrusal derecesi azalacak ve yapılacak analiz tahminlerin güvenilirliği artacaktır. Sadece yatay kesit veya sadece zaman serisi kullanarak iktisadi analiz yapmak zor iken, panel veri kullanımı ile çözümlenemeyen iktisadi sorunlar için yapılan analizlerin çözümlenmesini kolaylaştırmaktadır.

Panel veri analizinin çalışmada iki boyutu bulunmaktadır. Bunlar; t ile ifade edilen zamansal, i ile ifade edilen uzaysal boyutlardır. Çalışmada $i = 1 \dots N$ ile yatay kesit birimleri analiz için seçilen ülkeleri temsil ederken değişken setinin periyodik gözlemleri de zamansal boyutla açıklanmaktadır (Saatçi Aslan, 2007).

3.2.1.1. Panel Birim Kök Testleri

Önceki bölümde yatay kesitin ve zaman serilerinin aynı zamanda bulunduğu belirtilmişti. Zaman boyutunun bulunması, ekonometrik analiz yapılmadan önce serilerin durağanlıklarına bakılmasına neden olmaktadır. Panel eşbütünleşme testinin gerçekleştirilmesi için, serilerin birinci farklarında durağan olması gerekmektedir. Durağanlıkların sınanması, sonraki bölümlerde değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin sınanmasında etkili olacaktır. GSYİH, CAP, TRECEIPT ve LAP değişkenlerinin Eviews programı dâhilinde uygulanacak güvenilirliği kanıtlanmış birim kök testleri şunlardır; Levin, Lin ve Chu (LLC), Im, Pesaran ve Shin (IPS), ADF Fisher, Philips ve Perron Fisher'dir.

Uygulanan tüm testlerde boş hipotez serinin durağan olmadığını ifade ederken, alternatif hipotez ise serinin durağan olduğunu ifade etmektedir. Birim kök testleri sonuçlarının yorumlanmasında bir sınır değeri bulunmaktadır. Eğer seriden elde edilen sonuç bu değeri geçiyorsa, serinin durağan olduğu ifade edilir. Eğer seriden elde edilen sonuç bu değerin altındaysa, serinin durağan olmadığı ifade edilir. Serinin durağan çıkmaması durumunda, mevcut değişken serisinin birinci farkı alınır. Farkı alınan seri eğer durağan değil ise, seri durağan hale gelene kadar fark alma süreci devam eder. (Im, Pesaran, Shin, 2003; Levin, Lin ve Chu, 2002)

3.2.1.2. Panel Eşbütünleşme Testi

Engle-Granger (1980) ile hayatımıza giren eş bütünleşme kavramı, zaman serilerindeki durağan olmayan ilişkiyi ifade etmektedir. Zaman serileri analizlerinde genellikle kullanılan eş bütünleşme testleri, panel veri analizlerinde de kullanılabilir. Eşbütünleşme testi değişkenlerin nedenselliğini açıklamada etkilidir. Eş bütünleşmede değişkenlerin nedenselliğini doğrusal olduğu varsayımını kabul eder. Temel zaman serisi özelliklerinden olan, değişkenler arasında matematiksel formun kompleks olmasıdır. Doğrusal modeller ile kompleks ilişkileri açıklamak hataya sebep olmaktadır. Bu hata eksik belirlenme olarak ifade edilmektedir. Bu yüzden, daha doğru bir ilişki açıklanması için, doğrusal olmayan modellemeler kullanılmalıdır. Doğrusal olmayan modellemelerin kullanılmasına ve gelişmesine öncelik edenlerin başında yukarıda da belirttiğimiz üzere Engle-Granger ve Lee (1989) gelmektedir. Diğer öncü isimler ise, Neftçi (1984), Chan ve Tong (1985), Breusch ve Pagan (1979)'dir. Doğrusal olmayan zaman serisi aynı zamanda hata düzeltme modelleri için de geliştirilmiştir. Şöyle ki, otoregresif modeller hata düzeltme modelleri birleşiminden elde edilen doğrusal olmayan hata düzeltme modelleri ile kullanılan iktisadi değişkenler arasındaki uzun dönemli nedensellik ilişkisi açıklanabilmektedir.

Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki uzun dönemli ilişkisinin varlığı panel eş bütünleşme testlerinin teorik yapılarıyla bu bölümde anlatılmıştır. Bu amaçla Eviews'te mevcut olan Pedroni eş bütünleşme testlerinin yapıları incelenerek özet bilgiler paylaşılmıştır. Pedroni eş bütünleşme testine ait sonuçlar bir sonraki bölümde sunulularak açıklanmıştır.

3.2.1.3. Pedroni Panel Eşbütünleşme Testi

Panel eş bütünleşme testi, zaman serisi eş bütünleşme testlerine kıyasla daha geçerli sonuçlar vereceği savunulmaktadır. Pedroni'nin eş bütünleşme testini diğer eşbütünleşme testlerinde ortaya çıkan birime özgü veri kayıplarını engelleyerek yapılan analizlerin açıklanma gücüne sahip olan bireysel farklılıkları koruyabilmektedir (Pedroni, 2004).

Pedroni eş bütünleşme testinin uzun dönemli formülüzasyonu aşağıdaki model şeklinde ifade edilmektedir.

Denklem 1 Panel Eş Bütünleşme Testinin Uzun Dönemli Formülüzasyonu

$$y_{it} = \alpha_i \delta_{it} + \beta_i X_{it} + e_{it}$$

Yukarıdaki model 2'de y_{it} ve x_{it} değişkenlerinin birinci farklarının alındığında durağan olduğu varsayılır. Bu değişkenler uzun dönemli ilişkiyi incelerler. Panelde yer alan her seriye özgü deterministik sabit etkilerin ölçülmesinde α_i katsayısı, birim bazındaki deterministik eğilimin yarattığı etkiyi ise δ_{it} ölçmektedir. Bireysel farklılıklarının sonuçlara yansıtılması için, β_i 'nin modeldeki farklılaştırılmasına izin verilmiştir.

Pedroni eş bütünleşme modelindeki ρ_i katsayısının bire eşit olup olmamasına sıfır hipotezinde bakılmaktadır. Pedroni (1997), asimptotik dağılımlarını gösterdiği yedi farklı istatistik önermiş. Panel-V (Varyans oranı istatistiği), Panel PP (Parametrik olmayan Philips ve Perron tipi t istatistiği), Panel rho (Philips Perron tipi p istatistiği), Panel ADF (Dickey Fuller tipi t istatistikleri) boyut içine dayalı panel eş bütünleşme istatistikleri olarak diğer üç istatistikten ayrılmaktadır (Dökmen,2012).

Ayrışan üç istatistik grubu ise, diğer dört istatistik grubu tersine boyutlar arasına dayalı, aynı zamanda grup ortalama eş bütünleşme olarak kabul edilmektedir. Bu gruptaki istatistikler ise; Group PP (Philips ve Perron tipi t istatistiği), Group RHO (Philips ve Perron tipi p istatistiği) ve Group ADF (Genişletilmiş Dickey Fuller tipi t istatistiği) olarak isimlendirilmektedir (Dökmen,2012).

Tüm serilere ait birimler model (2)'deki denklem uygulanarak değişkenler arasındaki uzun dönemli nedensellik ilişkisine bakılabilir. Bu aşama sonrasında ise tahmin sonuçlarında elde edilen kalıntılar birleşiminden oluşturulan yeni serinin

durağanlığı sınanır. Çıkan değer sonuçları Pedroni (2004)'te geliştirdiği testler ile birlikte incelenerek değişkenlerin eş bütünleşme sonuçlarına ait yorumlamalar yapılarak, eş bütünleşmenin var olup olmadığına karar verilir. Pedroni eş bütünleşme testine ait H_0 (boş hipotez) ve H_1 (alternatif hipotez) hipotezlerinin yorumlaması şu şekildedir; eğer uygulanan Pedroni testleri belirlenen kritik değerden büyük ise H_0 reddedilir iken, kritik değerden küçük ise H_1 reddedilir. H_0 'ın reddedilmesi, değişkenler arasında uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkinin var olduğunu yansıtmaktadır.

3.2.1.4. Dimitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi

Dimitrescu ve Hurlin'e (2012) göre, herhangi bir panel veri kapsamında bir ülke için geçerli olan nedensellik ilişkisinin diğer ülkeler içinde geçerli olduğunu ve gözlem sayısındaki artışında bu bulgunun desteklenmesine yardımcı olmaktadır.

X ve y değerlerinin durağan olarak tanımlandığı Dimitrescu ve Hurlin panel nedensellik testi formülüzasyonu aşağıdaki gibidir (Dimitrescu Hurlin, 2012:1457):

Denklem 2. Dimitrescu ve Hurlin Panel Nedensellik Formülüzasyonu

$$Y_{i,t} = a_i + \sum_{k=1}^k Y_i^{(k)} Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^k \beta_i^{(k)} X_{i,t-k} + e_{i,t}$$

X ve y'nin sabit değişken kabul edildiğinde N ülkeleri temsil ederken T zamanı temsil etmektedir.

Denklem, x ve y değişkenlerinin aralarındaki nedensellik ilişkisi kontrolü için F testi temel alınarak H_0 hipotezi kullanılır. H_0 hipotezinin reddi durumunda, x ve y değişkenlerinin yerleri değiştirilerek nedenselliğin yönü değiştirilmiş olacak ve çift yönlü nedensellik ilişkisi gözlemlenebilecektir (Lopez Weber, 2017: 2).

Engle-Granger nedensellik ilişkisinin tüm birimlerde yok olduğu hipotezini Dimitrescu ve Hurlin (2012), bu ilişkinin en az bir birimde var olduğu savunduğu karşıt hipotez ile sınamıştır.

H_0 tüm birimler için y değişkeninden x değişkenine bir nedensellik ilişkisi saptanmamıştır. H_1 için, bazı değişkenler içinde y değişkeninden x değişkenine doğru bir nedensellik saptanmıştır, şeklinde ifade edilmektedir (Şahin, 2018: 318).

Denklem 3

$$H_0 = \beta_i = 0 \quad \forall i = 1, \dots, N$$

$$H_1 = \beta_i \neq 0 \quad \forall i = 1, \dots, N \quad 0 \leq N_1/N < 1$$

$$\beta_i \neq 0 \quad \forall i = N_1 + 1, \dots, N$$

3.2.2. Ampirik Bulgular

Bu bölümde, bir önceki bölümde tanımlamaları yapılan panel veri testlerinin uygulama sonucunda ulaşılan bulgular paylaşılmıştır. İlk olarak mevcut serilerin durağanlıklarının sınındığı panel birim kök testi analizleri sonuçlarının yorumlanması gerçekleştirilmiştir. İkinci bölümde, ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki uzun dönemdeki ilişki panel eş bütünleşme testleri sınanmış ve yorumlanması gerçekleştirilmiştir. Son bölümde ise, değişkenler arasındaki nedenselliğin yönünü ve bu nedenselliğin büyüklüğünü ölçen PDOLS⁴ modeli sonuçları açıklanarak yorumlanmıştır.

3.2.2.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Serileri panel eş bütünleşme testi uygulayabilmek için önce serilerin, durağanlık durumlarına bakılmalıdır. Panel eş bütünleşme testlerinin uygulanabilmesi için, düzeyde durağan olmayan serilerin birinci farkları alındığında durağan olması gerekmektedir. Çalışmada serilerin durağanlık durumları sabit ve trendli model çerçevesinde incelenmiştir.

Serilerin birim kök analizlerine bakıldığı, LLC (Levin, Linve Chu), IPS (Im, Pesaran ve Shin), ADF-Fisher ve PP-Fisher testleri Tablo 4. Tablo 5. Tablo 6. Ve Tablo 7. de gösterilmektedir.

Tablo 3. 4 Levin, Linve Chu Birim Kök Testi

LLC				
Değişkenler	Sabit	Sabit Olasılık Değeri	Trendli	Trendli Olasılık Değeri
GDP	-3,92723	0,0000*	-4,01830	0,0000*

4 PDOLS: Panel dinamik en küçük kareler analizidir. PDOLS ile uzun dönemdeki parametreler belirlenmektedir.

CAP	-5,96720	0,0000*	-5,63030	0,0000*
LAB	-3,69924	0,0001*	-5,61963	0,0000*
TRECEİPT	-5,12449	0,0000*	-4,45378	0,0000*

*0.01 seviyesinde anlamlıdır.

IPS birim kök testi sonuçlarına göre, teste ait boş hipotez, incelenen serilerin birim köke sahip olduğunu göstermektedir. Düzeydeki tüm değişkenler için boş hipotez reddedilmiştir. Serilerin birinci dereceden farkları alındığında boş hipotez yüzde bir anlamlılık seviyesinde reddedilmiştir. Böylece serilerin durağan olduğu yorumu yapılmıştır.

Geriye kalan IPS, ADF-Fisher ve PP-Fisher birim kök testlerinin sonuçlarında, GDP, Treceipt, Cap ve Lab değişkenlerin düzeyde durağan olmadıkları birim kök içerdikleri görülürken, serilerin birinci dereceden farkları alındığında durağan oldukları saptanmıştır. IPS, ADF-Fisher ve PP-Fisher testlerine ait sonuçlar sırasıyla aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir.

Tablo 3. 5. IPS Birim Kök Testi

IPS				
Değişkenler	Sabit	Sabit Olasılık Değeri	Trendli	Trendli Olasılık Değeri
GDP	-2,96639	0,0015*	-2,95580	0,0016*
TRECEİPT	-2,50665	0,0061*	-1,62080	0,0525*
CAP	-5,96918	0,0000*	-5,47584	0,0000*
LAB	-4,57846	0,0001*	-5,46041	0,0000*

*0.01 seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 3. 6. ADF-Fisher Birim Kök Testi

ADF-Fisher				
Değişkenler	Sabit	Sabit Olasılık Değeri	Trendli	Trendli Olasılık Değeri
GDP	-3,71899	0,0001*	-3,73513	0,0001*

TRECEİPT	-2,78071	0,0027*	-3,55533	0,0002*
CAP	-4,90245	0,0000*	-5,17885	0,0000*
LAB	-4,89419	0,0000*	-3,51756	0,0002*

*0.01 seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 3. 7. PP-Fisher Birim Kök Testi

PP-Fisher				
Değişkenler	Sabit	Sabit Olasılık Değeri	Trendli	Trendli Olasılık Değeri
GDP	-3,92280	0,0000*	-3,84809	0,0001*
TRECEİPT	-4,09731	0,0000*	-5,02662	0,0000*
CAP	-5,35909	0,0000*	-5,53196	0,0000*
LAB	-5,35675	0,0001*	-4,47991	0,0000*

*0.01 seviyesinde anlamlıdır.

3.2.2.2. Panel Eş Bütünleşme Testi Sonuçları

Bu bölümde, uygulanan eş bütünleşme testi sonuçlarına göre, ekonomik büyüme ile turizm gelirleri arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı yorumlanacaktır. Bu ilişkileri belirlemek üzere uygulanan test Pedroni Panel Eş bütünleşme testidir. Teste ait bulgular bu bölümde paylaşılmıştır.

Tablo 3. 8. Pedroni Panel Eş bütünleşme Sonuçları

Within-Dimension	t-istatistiği	Olasılık Değeri	Ağırlıklandırılmış t-istatistiği	Olasılık Değeri
Panel v-Statistic	-0.274073	0.6080	-0.777325	0.7815
Panel rho-Statistic	1.246120	0.8936	1.393745	0.9183
Panel PP-Statistic	1.306314	0.9043	1.749388	0.9599
Panel ADF-Statistic	0.705707	0.7598	1.564638	0.9412
Between-Dimension	t-istatistiği	Olasılık değeri		

Group rho-Statistic	2.341840	0.9904
Group PP-Statistic	2.344633	0.9905
Group- ADF-Statistic	1.730797	0.9583

Pedroni eş bütünleşme testinde sıfır hipotezi değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olmadığını söylemektedir. Uygulanan testler sonucunda, Pedroni panel eş bütünleşme testi sıfır hipotezi kabul edilmektedir. Sonuç olarak turizm ile ekonomik büyüme arasında bir eş bütünleşmenin olmadığı savunulmaktadır.

3.2.2.3. Panel Dinamik En Küçük Kareler (PDOLS)Testi Sonuçları

Değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisinin incelenmesinden sonra, değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin yönünü belirlemek için panel dinamik en küçük kareler testi uygulanmıştır.

Tablo 3. 9. Panel Dinamik En Küçük Kareler (PDOLS)Testi Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık Değeri
TRECEİPT	0.148794	0.081512	1.825413	0.0746**
LAB	-117.5731	35.10689	-3.349003	0.0016**
CAP	5.160575	1.414125	3.6493016	0.0007**
R^2	0.999099			

*0.10 seviyesinde anlamlı.

Turizm gelirleri t istatistiği 2 anlamlılık derecesinden küçük olduğu için başta anlamsız olarak değerlendirilebilir. Fakat olasılık değerinin 0.10'dan küçük olup olmadığına bakılarak anlamlılık değerini daha iyi ölçerek yorum yapabilir. Turizm gelirlerinin olasılık değeri 0,0746, 0.10 anlamlılık değerinden daha küçük olduğu için anlamlılığı kabul edilmektedir. Aynı şekilde diğer değişkenlerin de t istatistikleri anlamsız olarak gözükse de olasılık değerlilikleri anlamlı olarak değerlendirilmektedir. Değişkenlerin esnekliklerinin yorumlanmasına geçmeden önce tablodaki R^2 değerine bakılarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücüne bakılmalıdır. Test

sonucundaki 0,999099 R^2 oranı, çalışmadaki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklama gücünün yüksek olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

$GDP_{it} = \beta_1 \beta_2 TRECEIPT_{it} + \beta_3 CAP_{it} + \beta_4 LAP_{it} + u_{it}$ modelinden elde edilen tablo ?? daki katsayılar incelendiğinde, turizm gelirlerindeki yüzde birlik bir artışın Reel GSYH'yi 0,148793 kadar arttıracak görülmüştür. Bu sonuç turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde değiştirdiği sonucuna varılmıştır. Fakat bu etkinin verimliliği konusu eleştiri getirebilir niteliktedir. Daha verimli bir analiz yapılması için ülkelerin turizm çeşitlerinin, jeopolitik konumları dikkate alınarak gerekli uygulamaların gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

3.2.2.4. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

Değişkenler arasında ilişkinin olmadığını açıklayan H_0 hipotezine ait sonuçlar Tablo 11 de gösterilmektedir. Schwarz bilgi kriterine göre Dumitrescu ve Hurlin Panel Nedensellik Testi gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. 10. Dumitrescu ve Hurlin (2012) Panel Nedensellik Testi Sonuçları

Hipotezler	W-Stad	Zbar-Stad	Olasılık Değeri
GSYİH homojen olarak TRECEIPT'nin nedeni değildir	2.89658	0.49973	0.6173
TRECEIPT homojen olarak GSYİH'nin nedeni değildir	0.76228	-1.39388	0.1634
TRECEIPT homojen olarak CAP'nin nedeni değildir	3.33693	0.89042	0.3732
LAB homojen olarak TRECEIPT'nin nedeni değildir	2.27505	-0.05171	0.9588
CAP homojen olarak TRECEIPT'nin nedeni değildir	2.92629	0.52609	0.5988

TRECEIPT homojen olarak LAP'nin nedeni değildir	5.14595	2.49543	0.0126
CAP homojen olarak GDP'nin nedeni değildir	2.91766	0.51843	0.6042
GDP homojen olarak CAP'nin nedeni değildir	6.48481	3.68330	0.0002
LAP homojen olarak GDP'nin nedeni değildir	3.10895	0.68815	0.4914
GDP homojen olarak LAP'nin nedeni değildir	2.38247	0.04360	0.9652
LAP homojen olarak CAP'nin nedeni değildir	2.05300	-0.24872	0.8036
CAP homojen olarak LAP'nin nedeni değildir	6.59824	3.78394	0.0002

Test sonuçlarına göre turizm gelirleri ile reel GSYİH arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu saptanmıştır.

Çalışmada ekonometrik model çerçevesinde uygulanan testler sonucunda, analizin ilk aşamasında turizm gelirleri ve reel GDP değişkenlerinin düzeyde değil birinci dereceden farkları alındığında durağan olduğu saptanmıştır. Durağanlıkları sınanan değişkenlere eş bütünleşme testi yapılmış ve değişkenler arasında eş bütünleşme ve uzun dönemli ilişki bulunamadığı saptanmıştır. Analizin son aşamasında

ise, değişkenler arasında turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru ve ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bir nedensellik tespit edilmiştir. Turizm sektörünün gelişmesi dolaylı veya doğrudan ekonomiye etki etmektedir. Turizm, sektörde bulunan birçok hizmet grubuna doğrudan etkisi bulunmaktadır. Hkmet tarafından yapılan yatırımlar, turizm seyahat yatırım harcamalarına dolaylı olarak katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda turizm gelirleri diğer ana ve alt sektörlere katkı sağlamaktadır. Bu sektörlerdeki harcama kalemi istihdama ve milli gelire etki etmektedir. Turizm gelirlerinden sağlanan döviz miktarının artması, demeler dengesine olumlu etki sağlamasının yanında sermaye ve ara malı ithalinde zorlanan ülke gruplarına finansman katkısı sağlayarak ekonomik büyümeyi arttıracaktır. Ekonomik büyümenin artması durumunda ise, turizm sektörüne yapılacak yatırımlar artacaktır. Bu ift yönlü ilişki sayesinde çalışmada analize tabi olan ülkeler turist sayılarını arttırabilme potansiyeline sahiptirler.

SONUÇ

Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen literatürdeki çalışmalarda genellikle, turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedenselliği ve turizm ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisinin olduğu ortaya çıkmaktadır. Literatürdeki incelenen çalışmaların çoğunda tek ülke verileri kullanılarak analizlerin yapıldığı görülmektedir. Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisinin tek bir ülke verileri temel alınarak incelenmesi ve yorumlandıktan sonra politika üretilmesi, ortaya sağlıklı bir sonucun çıkmasına engel olmaktadır. Daha fazla verinin kullanımına olanak sağlayan panel veri kullanımı sayesinde iki farklı gözlem aynı anda incelenebilmektedir. Panel veri analizi uygulanan çalışmaların yorumlanabilmesini kolaylaştırmakta ve önerilecek politikaları daha uygun ve karşılaştırılabilir hale getirmektedir. Bu nedenlerden dolayı çalışmada tercih edilen ekonometrik analiz modeli panel veri analizi olmuştur.

Ekonomik analizin ilk kısmında, çalışma değişkenlerinin (GSYİH, İş Gücü, Brüt Sabit Sermaye Oluşumu, Turizm Gelirleri) veri serilerinin durağan hale gelmesi için, serilerin birinci dereceden farkları alınmıştır. Analizin ikinci kısmında turizm ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı için uygulanan test sonucunda turizm ile ekonomik büyüme arasında bir eş bütünleşme olmadığı görülmüştür. Analizin son kısmında ise turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin yönüne bakılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Turizm gelirlerindeki yüzde birlik bir artış Reel GSYİH'yi %0,148793 oranında attırabilme potansiyeli vardır.

Çalışmada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki esneklik sonuçlarının düşük trend izlemesi ve esnekliğin yetersiz kalması, turizm sektörünün verimliliğinin yeterli düzeyde olmadığı yorumunu ortaya çıkarmaktadır.

Bir sektör olarak turizm, Türkiye için oldukça önemli bir yere sahiptir. çalışmada gerçekleştirilen ekonometrik analiz sonucu çerçevesinde turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin var olduğu tespit edilmiştir. Bu

açından Türk turizm gelirlerinin artması ekonomik büyümeyi sağlayacaktır. Bu tespitlerin gerçekleşebilmesi için Türk turizminin, deniz-kum-güneş konsepti dışına çıkması gerekmektedir. Alternatif turizm çeşitleri ve ürünlerine odaklanılmalıdır. Negatif dışsallıklarla mücadele ve çevre imkanlarının gelişimi konularında sürekliliğin sağlanması sektör için oldukça önemlidir.

Türkiye'nin uluslararası turizm rekabetinde sahip olduğu avantajlarını koruması gerekmektedir. Bu çerçevede sektöre yapılacak geçici süreli teşviklerin, mevcut uluslararası rekabetteki sahip olduğu güçlü yönlerinin devamlılığını sağlayacaktır. Tur operatörleri ve konaklama tesislerinin maliyetlerini arttıracak teşviklerin verilmesi uygun olacaktır. Turizm sezonunun düşük olduğu zamanlarda verilecek olan teşvikler talebi canlı tutacaktır.

Avrupa pazarının genişlemesi için, çeşitli konserler, festivaller ve etkinliklerin sayısı arttırılmalıdır. Turizmdeki trendler takip edilmeli ve zaman içinde trend belirleme durumuna gelinmelidir.

Tüm dünyada yaşanan terör olayları, depremler, tsunamiler ve 2020 yılında ortaya çıkan Covid-19 salgını sorunlarına rağmen, dünyadaki teknolojik yeniliklerin ortaya çıkması, bireylerin gelirlerinin artması ve seyahat etmenin popüler hale gelmesi, turizm faaliyetlerinin gelecek yıllarda da artacağına göstergesidir. Sektörde bulunan rakip ülkelerin turizm stratejileri takip edilip tespitlerinin önceden sağlanması ve bu kapsamda uygulanacak politikaların yürürlüğe girmesi için spesifik saha çalışmaları arttırılmalıdır.

Çalışmada incelenen ülkelerin çoğu Güney Avrupa ülkeleridir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, Güney Avrupa ülkeleri ile Kuzey Afrika ülkeleri ve Ön Batı Asya ülkeleri ile karşılaştırılmalı analizinin yapılması, daha kapsamlı veri incelemesine olanak sağlayacaktır. Ayrıca arkeolojik turizm, gastronomi turizmi ve jeo turizm gibi turizm çeşitleri ile farklı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki Akdeniz havzasındaki gelişmiş ve gelişmekte olan ülke grupları için inceleme yapılabilir. Öte yandan, farklı gelir gruplarına sahip ülkelerin (İspanya, Fransa, İsrail, Tunus, Malta, Türkiye) turizm durumlarının tespitinin araştırılması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- 2villepin**, 2006: Une Bonne Annee Aussi Pour le Tourisme en France (2007) “Çevrimiçi” <http://www.2villepin.fr/index.php/2007/02/10/302-2006-une-bonne-annee-aussi-pour-le-tourisme-en-france/> , Erişim tarihi: 26/02/2022.
- Aiest** (2021) Yayınlar/Turizm İncelemesi, “Çevrimiçi” <https://www.aiest.org/resources/publications> Erişim Tarihi: 19/11/2021
- AKADİRİ, S. S., & Akadiri, A. C.** (2021). Examining the causal relationship between tourism, exchange rate, and economic growth in tourism island states: evidence from second-generation panel. **International Journal of Hospitality & Tourism Administration**, Sayı 22(3), ss. 235-250.
- ALTINER, A.** (2019). Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği (1969-2018). **Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi**, Sayı 3(2), ss 114-133.
- ANSA, R.** (23 Ocak 2015) “2014 Italy Tourism Remained Difficult”, **Ansa en Travel**, “Çevrimiçi” https://www.ansa.it/english/news/lifestyle/travel/2015/01/23/2014-italy-tourism-remained-difficult_78d3f10c-3fc1-4e51-bc1b-e28660336727.html . Erişim tarihi: 09/03/2022
- ASLAN, A., Altinoz, B., & Özsolak, B.** (2021). The nexus between economic growth, tourism development, energy consumption, and CO 2 emissions in Mediterranean countries. **Environmental Science and Pollution Research**, Sayı 28(3), ss. 3243-3252.
- AVCIKURT, Cevdet** (2009), **Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım**, 3. Basım, Detay Yayıncılık, Ankara
- AYDIN, M.** (2020). En Fazla turizm gelirine sahip 10 ülke için turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: Panel nedensellik yaklaşımı. **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 38(2), ss 215-227.
- BAHAR, O.** (2006). Turizm sektörünün Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. **Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 13(2), 137-150.
- BAHAR, O., & Bozkurt, K.** (2010). Gelişmekte olan ülkelerde turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: dinamik panel veri analizi. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Sayı 21(2), ss 255-265.
- BAKARİC, İ.** (2017) “Glani Sektorski Pokazatelji”, **Sektorske Analize**, 57, Sayı 6, Sayfa 1-27
- BALLI, E., Sigeze, Ç., & Coşkun, N.** (2020). Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki doğrusal olmayan nedensellik ilişkisi. **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 10(1), ss 97-117.

- BANDAY, U. J., & Ismail, S. (2017). Does tourism development lead positive or negative impact on economic growth and environment in BRICS countries? A panel data analysis. **Economics Bulletin**, Sayı 37(1), ss. 553-567.
- BELKE, M., BOLAT, S., & HATEMİ-J, A. (2021). The Impact of Tourism On The Economic Growth in The Mediterranean Countries: Evidences From Hidden Panel Cointegration Test. **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 8(1), ss 399-419.
- CHOU, M. C. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. **Economic modelling**, Issue 33, ss 226-232.
- ÇELİK, M. Y., & ÜNSÜR, Z. (2020). Küreselleşme ve Büyüme İlişkisinin Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi İle Belirlenmesi. **İzmir İktisat Dergisi**, Sayı 35(1), ss 201-210.
- ÇETİNTAŞ, H., & Bektaş, Ç. (2008). Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 37-44.
- DEHOORNE, O. (2013). Une histoire du tourisme international: de la déambulation exotique à la bulle sécurisée. **Revue internationale et stratégique**, (2), 77-85.
- DOĞRUOL, D. 1990 ile 2021 yılları arasında yaşanan krizlerin Türkiye turizm sektörüne etkileri. **Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi**, Sayı 3(1), ss 96-109.
- Dsservatorio Nazionale del Turismo** (2009) “Il Turismo In Italia Nel 2009: I Fenomeni In Corso”,
- Economia** (03.02.2020) Espana Cierra 2019 con 83,7 Milones de Turistas, un 1,1% mos
- EFE (29 Ocak 2016) “España cierra 2015 con el récord de 68,1 millones de turistas extranjeros”
- EHRLICH, I., 1990, iThe Problem of Development: Introduction, **Journal of Political Economy** 98:5 (October), 1-11.
- Ekonomik Büyüme ve Turizm Arasındaki Bağlantı: Covid-19 Etkisi / OV Lyulyov ve diğer //
- 36. Uluslararası İşletme Bilgi Yönetimi Derneği (IBIMA) Bildirileri**, Granada, İspanya, 4-5 Kasım 2020. S. 8070-8086.
- EL PAÍS** (2015) “España bate en 2004 el récord de turistas con 53,6 millones”
- ELMUNDO.ES** (21.01.2008) “España recibió 59,2 millones de turistas en 2007, un millón más que en 2006”
- ESCUDIE, N. (5 Haziran 2008) “Tourisme- La France a Conserve en 2007 Son Rang de Premiere Destination Mondiale”, **BANQUE Des TERRITOIRES**, “Çevrimiçi” <https://www.banquedesterritoires.fr/la-france-conserve-en-2007-son-rang-de-premiere-destination-mondiale> . Erişim
- FANPAGE.İT** (14.01.2016) “Classifica Dei Luoghi Culturali Più Visitati In Italia Nel 2015”

FAURE, P. (2014) “Bilan Du Tourisme En 2013”, Analyses, France

FAURE, P. (2015) “ 83,8 Millions de Touristes Etrangers en France en 2014”, Le 4. Pages De La DGE, France

FAURE, P. (2016) “84,5 millions de touristes étrangers en France en 2015”, Le 4. Pages De La DGE, France

FAURE, P. (2017) “82,6 millions de touristes étrangers en France en 2016”, Le 4. Pages De La DGE, France

FRANCE 24 (14.04.2010) Baisse de la Frequentation Touristiq ve en 2009.

FRANCE TOURİSM STATİSTİC 1995-2022, (t.y), “Çevrimiçi”

<https://www.macrotrends.net/countries/FRA/france/tourism-statistics> . Erişim tarihi: 13/03/2022.

GABERLİ, Ü., & Yağmur, C. A. N. (2020). Dünya Ekonomisinde Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Eş-Bütünleşme Analizi (2005-2017). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı 31(3), ss 250-263.

GARCİA, Y. (01.02.2019) “España cierra 2018 con récord de turistas extranjeros y de gasto: llegaron 82,8 millones de personas”, *elEconomista.es*, “Çevrimiçi”
<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/9672798/02/19/Espana-cierra-2018-con-828-millones-de-turistas-extranjeros-un-11-mas-y-nuevo-record-historico.html> . Erişim tarihi: 15/03/2022.

GeoJournal of Tourism & Geosites . 2020, Cilt. 29 Sayı 2, s554-564. 11p.

GÖĞEBAKAN, Y. (2015). Dünya üzerindeki kültürel varlıkların turizme ve ekonomiye katkısı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, Sayı 5(2), ss 48-71.

Greece Tourism Statistic 1995-2022 (t.y.), “Çevrimiçi”

<https://www.macrotrends.net/countries/GRC/greece/tourism-statistics> . Erişim tarihi: 19/03/2022.

HALLER, A. P. (2012). Concepts of Economic Growth and Development. Challenges of Crisis and of Knowledge. *Economy Transdisciplinarity Cognition*, 15(1).

HARROD, F. Roy (1939), “An Essay In Dynamic Theory”, *The Economic Journal*, Vol. 49, No. 193, 1939, pp.14-33.

HELLENİC REPUBLIC MİNİSTRY OF FİNANCE (2009) Deltioty Poy, “Çevrimiçi”

http://www.eot.gr/sites/default/files/files_basic_pages/2008_0.pdf . Erişim tarihi: 12/03/2022.

HELLENİC REPUBLIC MİNİSTRY OF FİNANCE (2010) Deltioty Poy, s.10, “Çevrimiçi”

http://gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages . Erişim tarihi: 19/03/2022

HELLENİC REPUBLIC MINISTRY OF FINANCE (2010) Deltioty Poy, s.6, “Çevrimiçi”
http://www.eot.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT_2013.pdf . Erişim
tarihi: 25/03/2022.

HELLENİC REPUBLIC MINISTRY OF FINANCE (2010) Deltioty Poy, s.6, “Çevrimiçi”
http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT2014.pdf .
Erişim tarihi: 28/03/2022.

HELLENİC REPUBLIC MINISTRY OF FINANCE (2011) Deltioty Poy, s.6, “Çevrimiçi”
http://www.gnto.gov.gr/sites/default/files/files_basic_pages/ELSTAT2015.pdf .
Erişim tarihi: 01/04/2022

HRVATSKİ TURİZAM: Naj Parjeceniji Qradovi i Opcine (2013), “Çevrimiçi”
<HTTPS://WWW.PUTOVNICA.NET/PLUS/ANALIZE/HRVATSKI-TURIZAM-U-2010-NAJPOSJECENIJI-GRADOVI-I-OPCINE> . ERİŞİM TARİHİ: 08/04/2022

HOSTELTUR (03.02.2021) España Recibió 19 M De Turistas En 2020, La Mayor Caída De Su Historia

HUNZIKER, W., & Krapf, C. (1942). Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre:*
Umschlag: Allgemeine Fremdenverkehrslehre. Polygraph. Verlag.

Instituto De Turismo De España (2015) “Memoria Turespaña 2014”, Sayı 41, ss 36-44

ISTAT (2016) Tourist Flow in Italy Year 2015, s.3, “Çevrimiçi”
https://www.istat.it/it/files//2016/11/EN_Tourism_2015_finale.pdf . Erişim tarihi:
02/03/2022.

ISTAT (2019) Movimento Turistico In Italia | Anno 2018, s.12, “Çevrimiçi”
<https://www.istat.it/it/files/2019/11/Movimento-turistico-in-Italia-2018.pdf> . Erişim
tarihi: 05/03/2022.

ISTAT (2020) Movimento Turistico In Italia | Gennaio-Settembre 2020, s.14, “Çevrimiçi”
https://www.istat.it/it/files/2020/12/REPORT_TURISMO_2020.pdf . Erişim tarihi:
25/03/2022.

IŞIK, N, E. DİNERİ, (ed) (2019) **Makroekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi**, 2.bs.,
Atlas Akademik Basım Yayın Dağıtım

İÇÖZ, O. (2005) **Turizm Ekonomisi**, 3. Bs., Ankara, Turhan Kitapevi Yayınları

İLBAN, M. O., & LİCELİ, M. T. (2021). OECD Ülkelerinde Turizm Tanıtım Harcamaları ve
Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. **Balıkesir
Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 24(45), ss 581-598.

İtalia Agenzia Nazionale Turismo (2020) **Rapporto sui Risultati 2019**, İtaly

KAHRAMAN, Nüzhet; Türkay, Oğuz (20012), **Turizm ve Çevre**, Detay Yayıncılık, Ankara

- KANCa, O. C. (2015). Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme: Türkiye örneği. **Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Sayı 8, ss 1-14.
- KIZILGÖL, A. G. Ö., & Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir nedensellik analizi. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 13(2), ss 351-360.
- KİBRİTÇİOĞLU, A. (1998). İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri. **AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, 53(1-4), 207-230.
- KORZAY, M. (1992), “Turizmde İstihdam ve Eğitim”, **III. İzmir İktisat Kongresi**, Turizm Çalışma Grupları, 4-7 Haziran, ss. 289-311.
- KRİSTOF, M. (2016) “ Dolasci Nocenja Turista u 2015” , **Priopcenje**, Sayı 4.3.2, ss 1-28
- L’activete Touristique en 2004**, (t.y), “Çevrimiçi” <https://atlas-transmanche.certic.unicaen.fr/fr/page-346.html> . Erişim tarihi: 26/02/2022.
- Le Tourisme en 2000**, (t.y), “Çevrim içi” <https://atlas-transmanche.certic.unicaen.fr/fr/page-257.html> . Erişim tarihi: 26/02/2022
- Le Tourisme en 2003**, (t.y). “Çevrimiçi” <https://atlas-transmanche.certic.unicaen.fr/fr/page-296.html> Erişim tarihi: 27/02/2022.
- Le Tourisme en 2010** (2011) “Çevrimiçi” <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1280938> . Erişim tarihi: 29/02/2022
- LEFEBURE, P. (17 Mayıs 2019) “Les bons chiffres en trompe-l’œil du tourisme en France en 2018”, **İnter France**, “Çevrimiçi” <https://www.franceinter.fr/economie/les-bons-chiffres-en-trompe-l-oeil-du-tourisme-en-france-en-2018>. Erişim tarihi: 03/03/2022
- LEİTÃO, N. C., & Lorente, D. B. (2020). The linkage between economic growth, renewable energy, tourism, CO2 emissions, and international trade: The evidence for the European Union. **Energies**, Sayı. 13(18), ss. 4838.
- LEKARAKOU, A. 2014 “The Evolution of Tourism in Greece and the Competition with Other Countries”, **Higher Tecnological Educational Institution Piraeus School of Management and Economics Department of Accounting**, ss. 1-10
- Les Sites Touristiques Les Plus Visites en France-2011**, (t.y) “Çevrimiçi” <https://www.actualitix.com/les-sites-touristiques-les-plus-visites-en-france-2011.html> . Erişim tarihi: 23/02/2022
- Les Touristes Etrangers en France** (2006), “Çevrimiçi” <https://www.webmanagercenter.com/2006/08/04/16697/la-france-reste-championne-du-tourisme-mondial-en-2005/> . Erişim tarihi: 25/02/2022.
- LETZNER, V. (2010): **Tourismusökonomie** – Volkswirtschaftliche Aspekte rund ums Reisen. München.

LİCKORİSH, J. Leonard; Jenkins, L. Carson (1997), **An Introduction to Tourism**, Oxford

LUNDBERG, D.E. M.H.Stavenga and M.Krishnamoorthy (1995), **Tourism Economics**, John Wiley and Sons, Inc.

MACRO TRENDS (2021) Spain Tourism Statistic 1995-2022, s.1, “Çevrimiçi”
<https://www.macrotrends.net/countries/ESP/spain/tourism-statistics> . Erişim tarihi:
19/03/2022.

MARÍA, E.; RODA, M (2002) “Comportamiento del turismo en España en el 2002: Principales Macro magnitudes”, **Tiempo y Forma**, Serie V, Sayı 15, ss 51-67

MAVİŞ, F. Halit Suavi AHİPAŞAOĞLU, Nazmi KOZAK, **Genel Turizm Bilgisi**, 1060(727), ss. 14-16

MEHMET, U., & Çoban, S. (2015). Turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi: Karadeniz'e kıyısı olan ülkeler üzerine bir uygulama (Master's thesis, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).

MENEREAV, Y. 13. Mart 2003, “ Le Bilan De L’onnee Touristique 2002 en France”, **Handicap.fr**, “Çevrimiçi” <https://informations.handicap.fr/a--691.php> . Erişim tarihi:
13/03/2022.

NARAYAN, P. K., Narayan, S., Prasad, A., & Prasad, B. C. (2010). Tourism and economic growth: a panel data analysis for Pacific Island countries. **Tourism economics**, Sayı, 16(1), ss.169-183.

NAZAN, Ş. A. K. (2021). Sağlık Turizmi Ve Ekonomik Büyümede Asimetrik Etkiler: Türkiye Uygulaması. **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, Sayı17(3), ss 781-799.

NOTEN DE PRENSA (22 Aralık 2006) “Cuenta Satélite del Turismo de España Serie 2000 – 2005”, ss 1-4

OECD (2018) OECD Tourism Trends and Policies 2018, s.205-209,

OLALI, H. Ve A. Timur (1988), Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbacılık, İzmir

OMERZO, E. (2021) “ Dolascı Nocenja Turista u 2020” , **Priopcenje**, Sayı 4.3.2, ss 1-11

ÖZCAN, C (2018) **Turizmin Ekonomik Politikası**, 2. bs., İstanbul, Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım

ÖZCAN, Ş. S. (2021). Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: Üst-orta gelirli ülkeler üzerine panel veri analizi.

ÖZEL, H. A. (2012). Ekonomik büyümenin teorik temelleri. **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2(1), 63-72.

- ÖZER, M. O. (2021). Tourism and economic growth in Turkey: Fourier approach. **Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı 11(1), ss 29-43.
- PALİERS, C. (4 Ağustos 2006) “Nouveaux ux Records Pour Le Tourismus Francais en 2006”, **Les Echos**, “Çevrimiçi” <https://www.lesechos.fr/2007/02/nouveaux-records-pour-le-tourisme-francais-en-2006-521242> Erişim tarihi: 14/03/2022.
- PATA, U. K. (2020). TURİZM, FİNANSAL GELİŞME, TİCARİ AÇIKLIK VE SERMAYE STOKUNUN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ. **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı 29(4), ss. 151-167.
- PEKMEZCİ, A. (2020). Türkiye’de Turizm Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Toda-Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı. **Yönetim Ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, Sayı 18(4), ss 317-325.
- QUER, D.; Claver, E.; Andeu, R. (2007), “Foreign Market Enry Mode In The Hotel Industry: The Impact of Country-And Firm-Specific Factors” **International Business Review**, 16(3), ss.262-376
- RASOOL, H., Maqbool, S., & Tarique, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: a panel cointegration analysis. **Future Business Journal**, Sayı 7(1), ss. 1-11.
- REPUBLİKA HRVATSKA Ministarstva Turizma i Sporta (2021), Strategije održivog turizma za očuvanje i valorizaciju prirodne baštine obalnog i morskog područja Sredozemlja (INHERIT), s1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/strategije-odrzigov-turizma-za-ocuvanje-i-valorizaciju-prirodne-bastine-obalnog-i-morskog-podrucja-sredozemlja-inherit/19248> . Erişim tarihi: 06/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2007) Turistı ı Noćenja u Republicı Hrvatskoj 2006. Godine, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//06-statistika-tp.pdf> . Erişim tarihi: 09/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2008) Turistı I Noćenja U Republicı Hrvatskoj U Razdoblju I.- X. Mjesec 2007. Godine, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//071129-I-X-07.pdf> . Erişim tarihi: 05/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2010) Tourist Traffic In Croatia For The Year 2009, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//100202Ttraffic09.pdf> . Erişim tarihi: 05/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2012) Tourist Traffic 2010, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/UserDocsImages//arhiva//110323-2010-stat-engl.pdf> . Erişim tarihi: 08/04/2022.

- REPUBLİKA HRVATSKA (2013) Turisti I Noćenja U Republici Hrvatskoj 2012. Godine, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/bd-2012%20godina.pdf> . Erişim tarihi: 08/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2015) Turistički Promet U 2014. Godini (Službeni Podaci), s.1, “Çevrimiçi” https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/150219_tpromet-014.pdf . Erişim tarihi: 03/04/2022.
- REPUBLİKA HRVATSKA (2020) U 2019. godini 21 milijun turista, 5 posto više nego u 2018., noćenja 2,4 posto više, s.1, “Çevrimiçi” <https://mint.gov.hr/vijesti/u-2019-godini-21-milijun-turista-5-posto-vise-nego-u-2018-nocenja-2-4-posto-vise/20762> . Erişim tarihi: 06/04/2022.
- REY, F. (2018) “El sector turístico en cifras: 2017-2018”, **Vacaciones-Espana**, “Çevrimiçi” <https://www.vacaciones-espana.es/rentalbuzz/sector-turistico-cifras> . Erişim tarihi:06/04/2022
- ROMER, P.M., 1986, “Increasing Returns and Long-Run Growth”, **Journal of Political Economy** 94 (October), 1002-1037.
- RONEY, Sevgin Akış, (2011), **Turizm- Bir Sistemin Analizi** Detay Yayıncılık, Ankara
- SAMIRKAŞ, M., & SAMIRKAŞ, M. C. (2014). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği. **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, 15(1), 63-76.
- SARIDOĞAN, H. Ö. Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İçin Yapısal Kırılmalı Birim Kök ve Eşbütünleşme Analizi. **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Sayı 15(3), ss. 829-848.
- SEGHİR, G. M., Mostéfa, B., Abbes, S. M., & Zakarya, G. Y. (2015). Tourism spending-economic growth causality in 49 countries: A dynamic panel data approach. **Procedia Economics and Finance**, Sayı 23, ss. 1613-1623.
- SETE (2006) Βασικά Μεγέθη του Ελληνικού Τουρισμού 2005, s.1, “Çevrimiçi” <https://sete.gr/el/stratigiki-gia-ton-tourismo/vasika-megethi-tou-ellinikoy-tourismoy/?year=2005> . Erişim tarihi: 15/04/2022.
- SETTORE TURISMO IN ITALIA: L’impatto Economico Nel 2011 E Previsioni (2012) “Çevrimiçi” <http://www.puretourism.it/statistiche-turismo/turismo-italia-impatto-economico-nel-2011-e-previsioni/> . Erişim tarihi: 15/04/2022.
- SOLOW, R. M. (1956) “A Contribution To The Theory Of Economic Growth” **The Quarterly Journal Of Economics**, 70(1), 65-94.
- ŞAHİN, B. E. (2018). Türkiye’de Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016). **Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 16(3), 239-253.

- ŞAHİN, B. E. (2018). Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016). **Journal of Management and Economics Research**, 16(3), 239-253.
- ŞANLIOĞLU, Ö. (2017) **Uluslararası Turizmin İktisadi Yönü: Akdeniz Havzasında Bulunan Seçilmiş Bazı Destinasyonların Karşılaştırmalı İncelenmesi**, Ankara, Detay Yayıncılık
- THE WORLD BANK (2021) International tourism, number of arrivals- Greece, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?end=2020&locations=GR&start=2000&view=chart> . Erişim tarihi: 12/04/2022.
- THE WORLD BANK (2021) International tourism, number of arrivals- Spain, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=ES> . Erişim tarihi: 22/04/2022.
- THE WORLD BANK (2021) International tourism, number of arrivals- Italy, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=IT> . Erişim tarihi: 26/04/2022.
- THE WORLD BANK (2021) International Tourism, Number Of Arrivals- Turkey, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?end=2020&locations=TR&start=2000&view=chart> . Erişim tarihi: 12/05/2022.
- THE WORLD BANK (2021) International Tourism, Number Of Departures- Turkey, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.DPRT> . Erişim tarihi: 09/05/2022.
- THE WORLD BANK (2021) International Tourism, Receipts (current US) -Turkey, s.1, “Çevrimiçi” <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?end=2020&locations=TR&start=2000&view=chart> . Erişim tarihi: 11/05/2022.
- THOPSON, S. (17 Mart 2014) “Italy: €73 Billion Generated By Tourism Industry In 2013”, **Weekly Travel News**, “Çevrimiçi” <https://www.tourism-review.com/italian-tourism-generated-73-billion-in-2013-news4060> . Erişim tarihi: 29/04/2022.
- TOPALLI, N. (2015). Turizm sektörünün Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: 1963-2011. **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, (14).
- TOPÇUOĞLU, Ö., & Bozkurt, E. (2013). Türkiye’de ekonomik büyüme ve turizm ilişkisi. **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi**, 4(7).
- TOPRAK, L, M. ABEDTALAS (2017) **Turizm Ekonomisi**, 1. bs., Ankara, Detay Yayıncılık
- TOURİSM İN CROATİA (t.y) “Çevrimiçi” <https://www.worlddata.info/europe/croatia/tourism.php> . Erişim tarihi: 15/03/2022.
- TOURİSME - Grâce au retour des Européens, la France a accueilli 87 millions de touristes étrangers en 2017, mais... (2018) “Çevrimiçi”

<https://www.banquedesterritoires.fr/grace-au-retour-des-europeens-la-france-accueilli-87-millions-de-touristes-etrangeurs-en-2017-mais> . Erişim tarihi: 09/03/2022.

TOURISME INTERNATIONAL 2018 : Chiffres Clés, tendances et statistiques (2019)
“Çevrimiçi” <https://www.globe-trotting.com/post/tourisme-international-2019> Erişim tarihi: 12/03/2022

Tourisme! Avez 83 Millions D’etrangers en 2012, **La France Bat un Nouveau Record** (2013)
“Çevrimiçi” <https://www.20minutes.fr/economie/1186381-20130709-20130709-tourisme-83-millions-etrangeurs-france-2012-record> . Erişim tarihi: 15/03/2022.

TÜİK (2020) Turizm İstatistikleri, IV.Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2019, Sayı 33669

TÜİK (2021) Turizm İstatistikleri, IV.Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2020, Sayı 37438

TÜRKİYE CUMHURİYETİ TURİZM BANKASI (1985) Turizm Yıllığı 1985, Haziran 1096, Ankara

UMUTLU, G., YILMAZ, F. A., & GÜNEL, S. (2010). Ekonomik Büyüme Farklılıklarının İncelenmesi: Oecd Ülkeleri İçin Bir Uygulama. **Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 11(22), 351-372.

UNUR, Kamil, (2004), “Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt 6, Sayı 4, s.114-142.

USTA, Ö., & **Turizm**, G. (2001). Anadolu Matbaacılık.

USTA, Ö.,(2009), **Turizm-Genel ve Yapısal Yaklaşım**, Detay Yayıncılık, Ankara

VANHOVE, Norbert (2005), The Economics of Tourism Destinations, **Routledge**, Amsterdam vd.

VİSSEYRIAS, M (30.06.2017) “1,3 Million de Touristes en Moins en France en 2016”, Economie

WORLD DATA (2021) Tourism in Greece, s.4, “Çevrimiçi”
<https://www.worlddata.info/europe/greece/tourism.php> . Erişim tarihi:19/03/2022

WORLD DATA (2021) Tourism in Italy, s.6, “Çevrimiçi”
<https://www.worlddata.info/europe/italy/tourism.php> . Erişim tarihi: 25/03/2022.

YAMAK, N., Tanrıöver, B., & Güneysu, F. (2012). Turizm–Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında bir İnceleme. **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 26(2), 205-220.

YILDIZ, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 3(5), 54-71

