



**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BİLİM DALI**

**TURİZM VE DIŞ TİCARET ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE
ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

YÜKSEL TÜREMEZ

DANIŞMAN: PROF. DR. BİLGE LEYLİ DEMİREL

**YALOVA
OCAK 2022**



T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BİLİM DALI

TURİZM VE DIŞ TİCARET ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE
ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

DOKTORA TEZİ

YÜKSEL TÜREMEZ
147321009

DANIŞMAN: PROF. DR. BİLGE LEYLİ DEMİREL

YALOVA
OCAK 2022

ETİK BEYAN

Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi taahhüt ve beyan ederim.

İmza

Yüksel TÜREMEZ



ÖNSÖZ

Türkiye ekonomisinin küresel ekonomi ile bütünleşme süreci 1980’li yıllarda başlamıştır. Bu yıllardan sonra Türkiye ekonomisinin dış ticaret hacmi ve turizm gelirleri birlikte artış göstermiştir. Turizm gelirlerinde meydana gelen artış dış ticaret açıklarının sebep olduğu finansman ihtiyacını hafifletmektedir. Türkiye ekonomisi için turizm gelirleri ve ödemeler dengesi üzerine yapılan çalışmalar çoğunlukla bu doğrudan etkiye odaklanmaktadır. Bu çalışmanın amacı turizm gelirleri ve Türkiye’nin dış ticaret kalemleri arasındaki ilişkiyi 1984-2017 dönemi Türkiye ekonomisi için incelemektir. Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki doğrudan etkilerinin yanında dış ticaret kanalıyla dolaylı etkilerinin de anlaşılması çalışmanın bir diğer amacıdır.

Turizm ve dış ticaret verileri zaman serisi özelliği taşıdığı için çalışmada yöntem olarak Toda-Yamamoto (1995) Granger nedensellik testi ve ARDL Sınır Eştleşme yaklaşımı uygulanmıştır. Turizm gelirlerinin ödemeler dengesine pozitif katkısının sürdürülebilir olması için iki iktisadi koşulun sağlanması gerekir. Birincisi turizm gelirlerinin yerleşiklerin uluslararası turizm harcamalarının üzerinde seyretmesi gerekir. İkinci olarak ithalat talebinin gelir esnekliği değeri 1’den küçük olmalıdır. Çalışmada dış ticaret ve turizm arasında Marco Polo hipotezini destekleyen, ihracat ve turizm arasında ilgi ve farkındalık hipotezini destekleyen bulgulara ulaşılmıştır. Yöntem çerçevesinde elde edilen esneklik değerleri Türkiye için turizm faaliyetlerinin dış ticaret üzerinde etkilerinin varlığını göstermiştir. Ayrıca uluslararası turizm talebinin ve mal ithalatı talebinin gelir esnekliği 1’den küçük bulunmuştur.

Bu tezin yazım sürecinde desteklerini her zaman yanımda hissettiğim, her an iletişim kurup yardım alabildiğim, çalışmamda büyük emekleri olan sayın danışmanım Prof. Dr. Bilge Leyli Demirel ‘e teşekkürü borç bilirim. Ayrıca çalışmaya olan katkıları ve yapıcı eleştirileri için Tez İzleme Komitesi ve Jüri üyelerine teşekkür ederim. Bu tezimi aramızdan erken ayrılan ablam Hülya Türemez’ e ve benim için çok değerli olan sevgili oğlum Deniz Yüksel Türemez’ e ve aileme adıyorum.

Ocak – 2022

Yüksel TÜREMEZ



İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	i
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ	ix
KISALTMALAR	ix
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xv
ÖZET	xvii
ABSTRACT	xix
1. GİRİŞ	1
1.1. Tezin Konusu	6
1.2. Çalışmanın Önemi	6
1.3. Çalışmanın Amacı	6
1.4. Araştırmanın Hipotezleri	6
1.5. Çalışmanın Yöntem ve Teknikleri	7
1.6. Literatür İncelemesi	7
2. DIŞ TİCARET	11
2.1. Dış Ticaret Teorileri	11
2.1.1. Mutlak üstünlükler teorisi	11
2.1.2. Mukayeseli üstünlükler teorisi	12
2.1.3. Faktör donatımı teorisi	13
2.1.4. Neo-Klasik talep yanlı dış ticaret teorisi	13
2.1.5. Tercihlerin benzerliği: Linder modeli	13
2.1.6. Monopolcü rekabet teoremi	14
2.2. Ödemeler Bilançosu Kavramı	14
2.3. Ödemeler Bilançosu Tablosunda Dış Ticaret ve İlgili Hesaplar	16
2.3.1. İhracat	16
2.3.2. İthalat	19
2.4. Dış Ticaret Açıklarının Nedenleri	20
2.4.1. Yapısal nedenler	20
2.4.2. İktisadi dalgalanmalar	21
2.4.3. Arızı nedenler	21
2.5. Türkiye’de Dış Ticaretin Gelişimi	22

3. TURİZM PİYASASI.....	27
3.1. Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri	27
3.2. Turizm Sektörü ve Ekonomik Kalkınma.....	41
3.3. İstihdam ve Turizm.....	47
3.3.1. Doğrudan istihdam.....	50
3.3.2. Dolaylı istihdam.....	51
3.3.3. Uyarılmış istihdam.....	51
3.4. Turizm ve Fiyatlar	55
3.5. Döviz Girdisi ve Turizm.....	58
3.6. İhracat ve Turizm.....	60
3.7. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi	62
3.7.1. Turizm gelirlerinin ödemeler dengesine etkisi	62
3.8. Turizmin Kamu Gelirleri ve Harcamalarına Etkisi	66
3.9. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi.....	68
3.9.1. Turizmin tarım sektörüne etkisi	69
3.9.2. Turizmin sanayi sektörüne etkisi	70
3.9.3. Turizmin hizmetler sektörüne etkisi	71
3.10. Turizmin Alt ve Üst Yapı Üzerine Etkisi	72
3.11. Turizmin Çevreye Etkisi.....	75
3.12. Turizmin Bölgeler Arasındaki Kalkınma Düzeylerine Etkisi	78
3.13. Turizmin Sürdürülebilir Kalkınma Üzerine Etkisi	79
4. TURİZM VE DIŞ TİCARET KALEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	83
4.1. Turizm Gelirleri ve GSYH İlişkisi	83
4.1.1. Turizm ve milli gelir ilişkisi üzerine yapılan uluslararası çalışmalar	85
4.1.2. Turizm ve milli gelir ilişkisi üzerine Türkiye’de yapılan çalışmalar.....	88
4.2. Turizm ve Dış Ticaret İlişkisi.....	90
4.2.1. Turizm ve dış ticaret ilişkisi üzerinde yapılan uluslararası çalışmalar ...	96
4.2.2. Turizm ve dış ticaret ilişkisi: Türkiye üzerine yapılan çalışmalar	109
4.3. Turist Sayısı ve İhracat İlişkisi	109
4.4. Turizm Gelirleri ve Turizm Harcamaları İlişkisi.....	113
4.5. Turist Sayısı ve İthalat İlişkisi	113
4.6. Turizm Gelirleri ve İthalat İlişkisi	114
4.7. Turist Sayısı ve Reel Döviz Kuru İlişkisi	115
5. TÜRKİYE’DE TURİZM İLE DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	117

5.1. Veriler ve Verilere İlişkin Ön Testler.....	117
5.1.1. Zaman serilerine ait korelasyon istatistikleri.....	120
5.1.2. Zaman Serilerin Durağanlığı ile İlgili Testler	122
5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları.....	125
5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	126
5.3.1. Araştırmanın modeli	126
5.3.2. Araştırmanın hipotezleri	129
5.4. İki değişkenli Eştümleşme Testleri Sonuçları	130
5.4.1. Turizm gelirleri ve milli gelir arasındaki eştümleşme ilişkisi	130
5.4.2. Turist sayısı ve dış ticaret hacmi eştümleşme sınaması.....	135
5.4.3. Turist sayısı ve ihracat arasındaki eştümleşme sınaması.....	138
5.4.4. Turizm gelirleri ile turizm harcamaları eştümleşme sınaması.....	139
5.4.5. Turist sayısı ve ithalat arasında eştümleşme sınaması.....	143
5.4.6. Turizm geliri ve ithalat arasındaki eştümleşme sınaması	143
5.4.7. Turist sayısı ve reel döviz kuru arasındaki eştümleşme sınaması	145
5.5. Çok Değişkenli Eştümleşme Testleri Sonuçları	147
5.5.1. Türkiye’ye yönelik turizm talebinin tahmin edilmesi	148
5.5.2. İhracat talebi	155
5.5.3. İthalat talebi	158
5.5.4. Turizm gelirlerinin belirleyicileri	160
5.5.5. Dış turizm talebinin belirleyicileri.....	163
5.6. Bulguların Değerlendirilmesi	165
6. SONUÇ	173
KAYNAKLAR	183
EKLER.....	193
ÖZGEÇMİŞ	197



SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ

KISALTMALAR

AKTOB	: Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeler Birliği
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
IMF	: International Money Fon (Uluslararası Para Fonu)
SDR	: Special Drawing Rights (Özel Çekme Hakları)
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2.1.	Ödemeler bilançosu analitik sunum	15
Tablo 3.1.	2001-2019 Yılları Arasında Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Ortalama Geceleme Sayısı	29
Tablo 3.2.	Milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı (2008 ve 2017).....	33
Tablo 3.3.	Ülkelere göre turist gelişleri (2017)	33
Tablo 3.4.	Ülkelere göre turizm hasılatı (2017).....	34
Tablo 3.5.	Turizm istihdamı (2012 Nisan-2016 Kasım).....	39
Tablo 3.6.	Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payı	39
Tablo 3.7.	2010-2019 Yılları arası makro ekonomik turizm verileri.....	40
Tablo 3.8.	Turizm sektörünün Türkiye ve İspanya'da istihdama katkısı (2009-2017).....	52
Tablo 3.9.	Dış Turizm bilançosu	64
Tablo 5.1.	Çalışmada kullanılan veriler ve veri kaynakları	119
Tablo 5.2.	Zaman serilerinde regresyon analizi.....	119
Tablo 5.3.	Araştırmada kullanılan değişkenlerin korelasyon matrisi	120
Tablo 5.4.	Araştırmada kullanılan zaman serilerinin düzeyde ADF durağanlık testi t istatistikleri	123
Tablo 5.5.	Zaman Serilerinin Birinci Birinci Farkta Durağanlık Testi İstatistikleri	123
Tablo 5.6.	Bir yapısal kırılma altında Zivot-Andrews birim kök testi sonuçları	124
Tablo 5.7.	Bir yapısal kırılma altında birinci farklarda Zivot- Andrews birim kök testi sonuçları.....	125
Tablo 5.8.	VAR modeli gecikme uzunluğu	132
Tablo 5.9.	Turizm gelirleri ve milli gelir arasında VAR nedensellik testi	133
Tablo 5.10.	YTR değişkeni için ARDL(1,4) hata düzeltme modeli	135
Tablo 5.11.	Turizm gelirleri ve milli gelir değişkenleri arasındaki uzun dönem ilişkisi	135
Tablo 5.12.	Turist sayısı ile dış ticaret hacmi arasındaki nedensellik ilişkisi.....	135
Tablo 5.13.	LogTA değişkeni için ARDL (1,0) modeli sonuçları.....	136
Tablo 5.14.	ARDL (2,0) Δ LogTA modeline ait hata düzeltme modeli sonuçları ..	137
Tablo 5.15.	LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri.....	137
Tablo 5.16.	LogTA değişkenine hata düzeltme modeli uzun dönem katsayıları ...	137
Tablo 5.17.	Turist Sayısı ile Turizm Dışı İhracat Arasındaki Granger Nedensellik Testi İstatistikleri	138

Tablo 5.18. LogTA değişkeni için ARDL (1,0) modeli sonuçları	138
Tablo 5.19. LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri	139
Tablo 5.20. Hata düzeltme modeli uzun dönem regresyonu.....	139
Tablo 5.21. Turizm ithalatı ile turizm ihracatı arasındaki Granger nedensellik testi istatistikleri.....	140
Tablo 5.22. LOGTM ARDL (1,2) modeli sonuçları.....	141
Tablo 5.23. LogTM modeline ait sınır testi istatistikleri	142
Tablo 5.24. Δ LogTM modeline ait hata düzeltme modeli kısa dönem katsayıları.....	142
Tablo 5.25. LogTM değişkenine ait eştümleşme ilişkisi	142
Tablo 5.26. Turist sayısı ile turizm dışı ithalat arasındaki nedensellik ilişkisi	143
Tablo 5.27. Toplam turizm geliri ile ithalat arasındaki nedensellik ilişkisi.....	143
Tablo 5.28. Turizm gelirleri (logTX) ve ithalat (logIM) için ARDL (1,4) modeli tahmini	144
Tablo 5.29. LogIM ve logTX değişkenleri için sınır testi istatistikleri.....	145
Tablo 5.30. LogIM değişkenine ait ARDL (1,4) modelinin uzun dönem değerleri	145
Tablo 5.31. Turist sayısı (TA) ve reel döviz kuru (REEX) arasındaki granger nedensellik sınaması sonuçları	145
Tablo 5.32. Turist sayısı (LogTA) ve reel döviz kuru (logREEX) için ARDL (4,2) modeli tahmini	146
Tablo 5.33. LogTA ile logREEX değişkenleri için sınır testi istatistikleri.....	147
Tablo 5.34. Turist sayısı (logTA) ve reel döviz kuru (logREEX) arasındaki uzun dönem ilişkileri	147
Tablo 5.35. Turist sayısı (logTA) modelinin uzun dönem katsayıları	150
Tablo 5.36. LogTA modeli seçim kriterleri	151
Tablo 5.37. LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri	152
Tablo 5.38. logTA modeline ait ARDL (4,4,4,4) biçimi regresyonu	153
Tablo 5.39. Turist sayısı logTA tahminine ait ARDL (4,4,4,4) biçimi uzun dönem katsayıları.....	154
Tablo 5.40. Turist sayısı (logTA) tahminine ait tanısal istatistikler	154
Tablo 5.41. İhracat değişkenine ait ARDL (4,4,4) modeli tahmin sonuçları.....	156
Tablo 5.42. LogEX değişkeni açıklayan modele ait sınır testi istatistikleri	157
Tablo 5.43. İhracat talep fonksiyonuna ait uzun dönem esneklikleri	157
Tablo 5.44. İhracat talebi regresyonuna ait tanısal istatistikler.....	157
Tablo 5.45. LOGIM modeline ait ARDL (1,0,1) tahmini sonuçları.....	158
Tablo 5.46. İthalat talebine ait sınır testi istatistikleri.....	159

Tablo 5.47. İthalattaki değişim $\Delta(\log IM)$ değişkenine ait hata düzeltme modeli sonuçları ARDL (1,0,1).....	159
Tablo 5.48. İthalat ($\log IM$) değişkenine uzun dönem esneklikleri.....	160
Tablo 5.49. Turizm dışı ithalat talebine ait tanısal istatistikler.....	160
Tablo 5.50. Turizm gelirlerine ait ARDL (1,0,0) modeli	161
Tablo 5.51. $\log TX$ regresyonuna ait sınır testi istatistikleri	162
Tablo 5.52. $\Delta \log TX$ değişkenine ait hata düzeltme modeli.....	162
Tablo 5.53. $\log TX$ değişkenine ait uzun dönem esneklikleri	163
Tablo 5.54. Turizm Gelirleri ($\log TX$) regresyonuna ait tanısal istatistikler	163
Tablo 5.55. $\log TM$ değişkenine ait ARDL (1,0,0) Modeli Tahmini	163
Tablo 5.56. $\log TM$ regresyonuna ait sınır testi istatistikleri	164
Tablo 5.57. ARDL (1,0,0) hata düzeltme modeli sonuçları	164
Tablo 5.58. ARDL (1,0,0) biçimine ait uzun dönem esneklikleri	165
Tablo 5.59. Turizm harcamaları regresyonuna ait tanısal istatistikler.....	165
Tablo 5.60. Dış ticaret ve turizm değişkenleri arası Granger nedensellik ilişkileri.....	165



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1. Türkiye'nin turizm geliri ve yabancı turist sayısı (1990-2017)	30
Şekil 3.2. Türkiye gelen ziyaretçilerin ülke gruplarına göre dağılımı (2018)	31
Şekil 3.3. Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin ülke gruplarına göre dağılımı (2017).....	32
Şekil 3.4. Turistlerin harcamalarına göre turizm geliri içindeki oranı (2008).....	35
Şekil 3.5. Yabancı turistlerin harcamalarına göre turizm gelirlerine katkısı (2017)	35
Şekil 3.6. Ziyaretçilerin aylara göre dağılımı (2017).....	36
Şekil 3.7. Aylara göre turizm geliri (2017).....	37
Şekil 3.8. Ziyaretçilerin yaptığı harcamaların türlerine göre dağılımı (2017).....	38
Şekil 3.9. Kalkınma Kuramları	43
Şekil 3.10. Turizmin milli gelir ve istihdam üzerindeki etkileri.....	50
Şekil 3.11. Yıllara göre Türkiye'de turizm sektöründe doğrudan istihdam edilenlerin sayısı (bin kişi)	51
Şekil 3.12. Turizm sektörü doğrudan ve dolaylı istihdam (toplam, çalışan sayısı).....	52
Şekil 3.13. Temel sektörlere göre istihdam	54
Şekil 4.1. Turizm ve milli gelir arasındaki döngüsüz nedensellik ilişkileri	84
Şekil 4.2. Turizm ve dış ticaret ilişkisi	94
Şekil 5.1. Türkiye'de dış ticaret açığı ve turizm fazlası (1997-2016) milyar ABD doları	117
Şekil 5.2. Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Milli Gelirin Gelişimi (1984-2017).....	131
Şekil 5.3. Turizm geliri ve milli gelir VAR modelinin birim kökleri.....	133
Şekil 5.4. Schwartz bilgi kriterine en uygun ARDL(p,q) modeli seçimi	134
Şekil 5.5. Schwartz kriterine göre en uygun ARDL (p,q) modeli	136
Şekil 5.6. Turist sayısı ile turizm dışı ihracat arasındaki ARDL(p,q) modeli seçimi.....	138
Şekil 5.7. Turizm gelirleri ve turizm ithalatının incelenen dönem içindeki seyri	140
Şekil 5.8. Schwartz kriterine en uygun ARDL(p,q) modeli	141
Şekil 5.9. Schwarz kriterine göre turizm geliri ve ithalat için ARDL modeli seçimi.....	144
Şekil 5.10. Schwartz kriterine göre logTA için uygun ARDL(p,q) modeli seçimi.....	146
Şekil 5.11. Schwarz bilgi kriterine göre LogTA regresyonu için en uygun ARDL(p,q,r,s) modeli.....	151
Şekil 5.12. logTA regresyonu için CUSUM istikrarlılık testi	152

Şekil 5.13. İhracatın (EX) Uygun ARDL(p,q,r) Modeli Seçimi.....	155
Şekil 5.14. İhracat modelin istikrarlılığı testi grafiği	156
Şekil 5.15. İthalat talebi fonksiyonu en uygun model seçimi kriteri grafiği.....	158
Şekil 5.16. ARDL (1,0,1) modeline ait istikrarlılık testi	159
Şekil 5.17. Schwarz kriterine göre turizm gelirlerine ilişkin ARDL(p,q,r) modeli seçimi.....	161
Şekil 5.18. ARDL (1,0,0) modeline ait CUSUM istikrarlılık testi grafiği.....	162



TURİZM VE DIŞ TİCARET ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE ÜZERİNE AMPİRİK BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Turizm sektörü Türkiye ekonomisi üzerinde önemli makro ekonomik ağırlığa sahiptir. Gayri safi yurt içi hasıla, istihdam ve cari denge turizm faaliyetinden ve turizm gelirlerinden etkilenir. Turizmin gelişmesi ekonomik büyüme oranını üç değişik kanal ile yükseltmektedir. Turizm gelirleri ihracat artışı yoluyla milli geliri doğrudan etkiler. Doğrudan etkinin yanında dolaylı ve uyarılmış etkiler de mevcuttur. Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine doğrudan etkisi milli gelirin % 4'ü oranındadır. Doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerin toplamı milli gelirin % 11'ine karşılık gelmektedir.

Bu çalışma 1984-2017 dönemi Türkiye ekonomisi için turizm ile dış ticaret kalemleri arasındaki etkileşimi incelemektedir. Turizmin Türkiye'nin net ihracatı üzerine etkisi doğrudandır. Turizm gelirleri hizmet ihracatı kalemi olarak dış ticaret dengesini olumlu yönde etkiler. Türkiye ekonomisi dış ticaret açığı vermektedir ve turizm dengesi ise sürekli fazla vermektedir. Son on yılda dış ticaret açığının % 40'ı turizm gelirleri ile karşılanmıştır. Turizm gelirleri Türkiye ekonomisinin dış kaynak ihtiyacını kayda değer miktarda azaltmaktadır. Doğrudan etkilerinin yanında turizm sektörü dış ticaret hacmini, ihracatı ve ithalatı ile de karşılıklı etkileşim içindedir. Ticaret ve turizm arasındaki ilişkiye dair iki hipotez vardır. Birinci hipotez uluslararası turizmin uluslararası ticareti beraberinde getireceğini öneren Marco Polo Hipotezidir. İkinci hipotez ise ticaretin turizmi beraberinde getireceğini öne süren İlgili ve Farkındalık hipotezidir.

Bu çalışma Kulendran ve Wilson (2000) ve Shan ve Wilson (2001) yöntemi ile Marco Polo ve İlgili-Farkındalık hipotezlerini test etmektedir. Ayrıca turizm gelirleri ve dış ticaretin belirleyicilerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda iki değişkenli ve çok değişkenli zaman serileri üzerinde ARDL modeli tahmin edilmiş, sınır testi yöntemi ile de değişkenler arası eştümleşme ilişkileri sınanmıştır. Eştümleşme ilişkisi bulunan seriler arasında hata düzeltme regresyonları tahmin edilmiştir.

Çok değişkenli analizde turizm ve dış ticaret serilerinin gelir ve döviz kuru esneklikleri tahmin edilmiştir. Turist sayısının bağımlı değişken olduğu modelde açıklayıcı değişkenler olarak reel efektif döviz kuru, dış alem reel gelirleri ve Türkiye'ye özgü olaylar seçilmiştir. Olaylar nitel değişkenler olarak ifade edilmiştir.

Turizmin gelirleri ve ihracatın açıklayıcı değişkenleri olarak orijin ülkelerin geliri, reel efektif döviz kuru ve Türkiye'ye özgü olaylar kullanılmıştır. Dış turizm harcamaları ve ithalatın modellenmesinde ise gelir değişkeni olarak Türkiye milli geliri kullanılmış ve nitel değişkenler ise bu modellere dahil edilmemiştir. Çok değişkenli regresyon sonuçlarına göre dış turizm talebi üzerinde reel efektif döviz kuru etkili iken, Türkiye'nin turizm gelirleri üzerinde reel efektif döviz kuru anlamlı olarak etkili değildir. Turizm talebinin gelir esnekliği ise hem yabancıların Türkiye'ye yönelik turizm talebi, hem de Türk yurttaşların dış turizm talebi için anlamlı bulunmuştur. Siyasi politik riskler, döviz kuruna göre turizm gelirleri üzerinde daha belirleyicidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm Talebi, Dış Ticaret, Eştümleşme, ARDL Modeli



THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND INTERNATIONAL TRADE: AN EMPIRICAL RESEARCH ON TURKEY

ABSTRACT

Tourism has a remarkable effect on Turkish economy. GDP, employment and external balance of payments are influenced by tourism activity. Increased tourism activity enhances the growth of the economy. An increase in tourist arrivals and tourism revenues causes a rise in GDP in these three ways. These effects are direct, indirect and induced effects. According to WTTC (2018) tourism industry produces directly 4 per cent of the Turkey's GDP. Total effects which is the sum of direct, indirect and induced effects, consist 11 per cent of Turkey's GDP.

Tourism directly changes the net exports of Turkey. Tourism revenues directly contributes to trade balance. Turkish economy has tourism services surplus although trade deficit. Recently, almost 40 per cent of trade deficit is compensated by tourism revenues. Hence need for external finance declines due to the tourism earnings. On the other hand, tourism can have indirect effect on external balance through changing exports and imports. Non-tourism Turkish trade deficit has not auto-stabilizers thus tourism revenues is necessary to decrease trade deficits.

Tourism has indirect effects on current account balance. In this study we tested indirect effects of tourist arrivals on trade volume, exports and imports. There are two hypotheses on the relationship between trade and tourism. Firstly, Marco Polo hypothesis states that international travel leads to international trade. Second hypothesis Interest and Awareness hypothesis which emphasis that trade is the cause of tourism.

This thesis follows Kulendran and Wilson (2000) and Shan and Wilson (2001) methodology. Toda and Yamamoto (1995) Granger causality test is applied in order to discover direction of causality among bivariate relations. Then cointegration tests are performed for bivariate tourism series. Pesaran and Shin (2001) bounded test is applied to test cointegration relationships among variables. After that ARDL based error correction models are estimated.

In the multivariate analysis, income and exchange rate elasticity of tourism and trade variables are estimated. Explanatory variables which are chosen to explain tourist arrivals are real effective exchange rate, real income of foreigners, country specific events. Country events are proxied by qualitative variables. Income elasticity of tourist arrivals is estimated 3.10 and price elasticity is -0.02. However, price elasticity is found insignificant.

In the multivariate time series analysis part, regressions are run. Tourism revenues and exports are run on explanatory variables. These explanatory variables are income of origin countries, real effective exchange rate and country specific risks. On the other hand, tourism expenditure and imports are run on Turkey's real income, real effective exchange rate. Multivariate models show that real exchange is responsive in outbound tourism and it is not responsive in inbound tourism. Real exchange rate is also effective in non-tourism imports. Income elasticities trade and tourism variables are found significant. Country specific events significantly reduce the tourism arrivals and tourism revenues.

Keywords: Tourism, Tourism Demand, International Trade, Cointegration, ARDL



1. GİRİŞ

Küreselleşme malların, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımının yanı sıra insanların sınırlar arası dolaşımını da kolaylaştırmıştır. Uluslararası ticaret hacminin genişlemesi ile uluslararası seyahatlerin artışı aynı dönemlerde gerçekleşmiştir. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi verilerine göre 1990 yılında 2,7 trilyon ABD doları olan dünya ticaret hacmi, 2019 yılında 35,4 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. Küresel bazda toplam mal ve hizmet ihracatının yaklaşık % 7'si turizm hizmeti ihracatıdır. Turizm, toplam dünya GSYH'nin % 10'unu ve istihdamın da % 10'unu oluşturmaktadır.

Ülkelerarası turist ziyaretleri Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (2018) verilerine göre 1990 yılında 435 milyon kişi iken 2016 yılında 1 milyar 235 milyona yükselmiştir. 2030 yılı itibariyle bu sayının 1 milyar 800 milyona ulaşması beklenmektedir. Gelişmiş ülkelere gelen turist sayısı 299 milyondan, 685 milyona yükselirken, gelişmekte olan ülkeler için bu sayı 136 milyondan 550 milyona yükselmiştir. Güneydoğu Akdeniz'e gelen turist sayısı da aynı dönemde 90,3 milyondan, 228,5 milyona yükselmiştir. Turistik gezilerin %53'ü tatil ve rekreasyon amaçlıdır. %27'si akraba ziyareti, sağlık turizmi ve inanç turizminden oluşmaktadır. %13'ü ise iş amaçlı ve profesyonel amaçlı turistik gezilerden oluşmaktadır.

Türkiye'ye 1990 yılında 5,4 milyon turist gelirken, 2019 yılında bu sayı yaklaşık dokuz kat artarak 51,7 milyona yükselmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Türkiye Dünya'da en çok turist çeken 10 ülke arasında iken, toplam turizm geliri açısından 14. sıradadır. Türkiye'ye gelen yabancı turistler Türkiye'yi deniz, güneş gibi doğal güzellikler ve tarihi zenginliklerden dolayı tercih etmektedirler. Türkiye'nin yıllık turizm gelirinin yarısı Haziran-Eylül ayları arasında elde edilmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2019 yılı istatistiklerine göre Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler Rusya Federasyonu, Almanya, Bulgaristan, İngiltere ve İran olarak sıralanmaktadır. Bütün ziyaretçilerin yaklaşık üçte biri bu beş ülkeden gelmektedir.

Turizm sektörü hizmet ana sektörü içinde bir iktisadi birim olmakla beraber; konaklama, ulaşım, gıda gibi diğer sektörlerden de girdi temin etmektedir. Turizm

sektörü hem hizmetler sektöründen hem de diğer sektörlerden faydalanır. Turizm sektörünün temel hammaddesi çoğunlukla ülkelerin doğal arz kaynaklarından oluşmaktadır (doğal, tarihi, kültürel değerler), ancak altyapı yatırımları ve ziyaretçilerin beğenilerinin karşılanması için dış kaynağa da ihtiyaç duymaktadır.

Turizmin doğrudan etkileri konaklama, eğlence ve ulaşım sektörü üzerindedir. Kültür, spor ve rekreasyon sektörleri üzerinde de turizmin etkisi doğrudandır. Bir diğer doğrudan etki ise ziyaretçilerin ürün ve hizmet satın alması yoluyla gerçekleşen ihracattır. Turizm faaliyeti seyahat ve turistik yatırım harcamaları, kamunun turizme yönelik altyapı harcamalarını ve tedarikçilerin elde ettiği gelirler yoluyla ekonomi üzerinde dolaylı etkiler yaratır. Turizmin bir diğer etkisi uyarılmış etkilerdir. Bu sektörler; gıda ve içecek sektörü, rekreasyon, tekstil, emlak ve ev araçları da turizm hizmetlerinin gelişmesiyle uyarılan sektörlerdir. Turizmin milli gelire ve istihdama etkisi doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerin toplamıdır.

2019 yılında turizm gelirleri önceki yıla göre %17 artış göstermiştir. Türkiye'nin 2016'da kaybettiği pazar payı 2019 yılında yeniden yakalanmıştır. Türkiye'nin GSYH değerine katkısı 34,5 milyar ABD doları ile toplam milli gelirin yaklaşık %4'üne tekabül etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi tahminlerine göre 2028 yılında turizm hasılası toplam GSYH'nin yüzde 4,2'sini karşılayacaktır. Dolaylı, dolaysız ve uyarılmış etkilerin GSYH değerine toplam katkısı GSYH'nin %11,6'sına tekabül etmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2018).

Turizmin milli gelire doğrudan etkisi net ihracat üzerinden gerçekleşir. Turizm geliri, ülkenin turizm giderinden büyük ise turizmin milli gelire katkısı doğrudan milli geliri artırıcı yöndedir. Turizmin bir ülkenin milli gelirine dolaylı ve uyarılmış etkileri ise toplam tüketim, toplam yatırım ve toplam kamu harcamaları üzerinde gözlemlenir. Turizm faaliyeti ihracatı ve ithalatı da dolaylı ya da uyarılmış kanallardan etkileyebilir. Ayrıca bir ülkenin ekonomik büyümesi yabancı ziyaretçi sayısını da beraberinde getirebilir. Literatürde çoğunlukla nedenselliğin yönü turizm faaliyetinden ekonomik büyümeye doğru olmaktadır.

Turist sayısının artması veya turizm gelirlerinin artması ekonomik büyümeye sebep olur. Turizme dayalı büyüme yine doğrudan, dolaylı ve uyarılmış kanallar aracılığıyla ortaya çıkar. Turizmin ekonomik büyüme ile arasındaki eştümleşme

ilişkisi birçok çalışmada doğrulanmıştır. Ancak turizme dayalı büyüme modelinin ispatlanamadığı çalışmalar da vardır. Turizm ile ekonomik büyüme ilişkisi ilk defa ihracata dayalı büyüme modelinden ilham alınarak Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002)'nin çalışması ile modellenmiştir. İhracata dayalı büyüme modeline göre ülke ekonomileri ihracat yaparak doğrudan döviz geliri elde etmenin yanı sıra, rekabetin getirdiği yenilik ile üretim teknolojilerini geliştirirler ve bu da ihracatın dolaylı iktisadi büyüme etkisine sebep olmaktadır. Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002)'nin çalışmasında turizm ile ekonomik arasındaki uzun dönem ilişkisi test edilmiştir. Turizm hasılatı İspanya'nın dış ticaret açığını kapatır hale gelmiştir. Balaguer ve Cantavella (2002) araştırmasına göre turizm hasılatı 1965-1969 döneminde İspanya'nın dış ticaret açığının % 62'sini karşılarken, 1995-1999 yıllarında ise tamamını karşılar hale gelmiştir ve dış cari fazla vermiştir. Üç aylık verilerle incelenen dönem için dış turizmin İspanya ekonomisine ne derecede katkıda bulunduğu çalışmanın temel sorusudur. Model İspanya'nın milli geliri (GSYH), turizm gelirleri ve reel efektif döviz kurunu kapsamaktadır. Bu üç seri mevsimsel etkilerden arındırılarak katsayıları tahmin edilmiştir. Zaman serileri düzeyde durağan olmadıkları, birinci farklarında durağan oldukları için I(1) olarak tanımlanmışlar ve etki katsayılarını bulmak için Johansen eştümleşme yöntemi uygulanmıştır. Eştümleşme sonucuna göre turizm sektörü milli gelir üzerinde çarpan etkisi ile olumlu katkı yaratmıştır.

İspanya örneğinde Turizme Dayalı Büyüme (TLG) hipotezi doğrulanmıştır. İhracata dayalı büyüme modellerinde ticarete konu malların ihracatını açıklarken, ticarete konu olmayan hizmetlerin etkileri araştırılmamıştır. Turizme dayalı büyüme hipotezine göre turizm GSYH büyümesi üzerine iki yolla katkıda bulunur. Birinci olarak yerel işletmeler arasında artan rekabet etkinlik artışına neden olur. İkinci katkı ise yerel işletmelerin ölçek ekonomisinden yararlanması sayesinde hizmet sektörünün verimliliği artar. Turistlerin yaptığı harcamaların çoğu ticarete konu olmayan hizmetleri kullanmaya yöneliktir. İktisadi büyüme artışının yanından turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için ülkenin istihdamına da önemli oranda katkıda bulunmuştur. Dış rekabet de İspanya ekonomisini güçlendirmiştir (Balaguer ve Cantavella-Jordá, 2002).

Gunduz ve Hatemi-J (2005) araştırmalarında Türkiye ekonomisi için turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini simülasyon yöntemi ile incelemiştir. Çalışmada turizm faaliyetinin göstergesi olarak Türkiye'ye gelen turist sayısı incelenmiştir. Ekonomik büyüme değişkeni olarak GSYH büyümesinin kullanıldığı çalışmada turist sayısından büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Turizm emek yoğun bir sektör olması nedeniyle istihdama kayda değer oranda katkıda bulunmaktadır. Turizm yeni istihdam olanakları yaratmada sanayi sektörüne göre daha yüksek potansiyele sahiptir. Oteller, seyahat acenteleri, havayolları ve diğer yolcu taşıma hizmetlerinde, doğrudan turistik restoranlarda ve turistik serbest zaman hizmetlerinde çalışanların sayısı 480 bin kişidir. Bu sayı toplam istihdamın % 1,6'sını oluştırmaktadır ve turizm sektörünün doğrudan iktisadi etkileri sonucu istihdam edilen çalışan sayısıdır (Dünya Seyahat ve Turizm rgt, 2019).

Doğrudan istihdam turizm sektöründe turizm hizmeti alan turistlerin ilk harcamalarını yaptıkları işletmelerde çalışanların yer aldığı istihdam türüdür. Ülkemizde özellikle konaklama işletmelerinde istihdam edilen çalışanlar doğrudan istihdamın büyük kısmını oluşturur.

Turizm sektörü, diğer sektörlerin ürettiği mal ve hizmetleri kullanmakta ve buna bağlı olarak ilgili sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır. Turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu malları ve hizmetleri veren sektörlerin üretimi sonucu oluşan istihdam türüne dolaylı istihdam denir. İnaaat, tarım, üretim ve hizmet sektörlerinde turizm gelişiminde sağlanan ek istihdam bu gruba girmektedir. Turist harcamalarının % 25'i yeme içme, %25'i mal ve hizmet alımına % 18'i uluslararası ulaştırmaya, % 14' konaklama sektörüne gitmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

Turizmin doğrudan ve dolaylı istihdam yarattığı sektörlerin yanında çarpan etkisiyle uyarılmış istihdam yarattığı sektörler de mevcuttur. Dolaylı ve uyarılmış etkiler de dikkate alındığında turizm sektörünün toplam istihdamı 2 milyon 490 bin kişidir ve sayı toplam istihdamın % 9,4 oranına karşılık gelmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2019).

Turizm gelirlerinin dış cari dengeye etkisi doğrudandır. lkeye gelen turistlerin (Inbound) döviz harcamaları demeler dengesine (+), yurtdışına giden yerli turistlerin (Outbound) yaptıkları döviz harcamaları ise (-) olarak kaydedilmektedir.

Dış turizm Türkiye ekonomisi için önemli bir ihracat sektörüdür. Turizm gelirleri ihracatın %15-17'lik payını oluşturmaktadır. Turizm giderleri ithalat giderleri içinde %2,1 ile %2,5 arasındadır ve belirgin bir yükselme eğilimi yoktur.

Turizmi ödemeler dengesinin finans hesabının bir dengeleyicisi olarak değil, dış ticaret açığının dengeleyicisi olarak görmek gerekir. Türkiye ekonomisinin temel ödemeler dengesi sorunu dış ticaret açığından kaynaklanmaktadır. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payı 2015 yılında %49,5 iken bu oran 2019 yılında %100 düzeyine çıkmıştır. Ancak burada Türk Lirasının değer kaybetmesinin de etkisi vardır. 2008-2019 arası dönemde %40 ile %50 arasında değişmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020).

İhracatın ithalatı karşılayamaması durumunda dış ticaret açığı oluşur. Bu durumda dış ticaret açığının sürdürülebilir olması için finans hesabının fazla vermesi gerekir. Dış ticaret açığının sürdürülebilir olmadığı durumlarda ithalat talebini kısıtlayıcı kota ve gümrük vergisi uygulaması gibi politikalar izlenir. Kota uygulaması iktisadi anlamda etkin olmadığı için daha sık başvurulmuş yol gümrük vergileridir. Dış ticaret açığını azaltmada izlenecek başka bir yol ise döviz kurunun yükseltilmesi, yani yerli paranın değer kaybetmesidir. Ancak Türkiye esnek döviz kuru rejimini ve enflasyon hedeflemesi stratejisini takip ettiği için döviz kuru bir dış ticaret aracı olarak kullanılamaz. Esnek kur rejimi ve sermaye hareketlerinin serbestliği koşulları altında dış cari açığın büyümesi de döviz kurunu yükseltecektir. Ayrıca bir ülkenin ihracatı ithalata bağlı ise döviz kuru artışı üretim maliyetlerini yükseltecektir. Türkiye ara malı ve enerji gereksinimi konusunda ithalata bağımlı olduğu için döviz kurunu bir enstrüman olarak kullanmak maliyetleri yükseltecektir.

Döviz kurunun kullanışlı bir araç olmadığı durumda ihracatı teşvik etmek suretiyle dış açıklar sürdürülebilir hale getirilebilir. İhracat kalemleri içinde turizm göreceli olarak arz esnekliğine sahiptir. Turizm normal yollardan ihracı mümkün olmayan hizmetleri sunarak ülkeye döviz girişi sağlar. Turist sayısı ve buna bağlı olarak turist gelirleri dış cari açığı azaltıcı yönde işlev görmektedir. Turizm sektörünün dış ticaret üzerinde doğrudan etkilerinin yanında ithalat ve ihracat ile karşılıklı etkileşimi, bir başka ifade ile dolaylı etkileri de vardır.

1.1. Tezin Konusu

Bu tezin konusu 1984-2017 dönemi için Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinin dış ticaret kalemleri ile ilişkisini araştırmaktır. Çalışmada cari açığın ana kaynağı olan dış ticaret değişkenleri üzerinde durulmuştur. Bu konu kapsamında turizm ve dış ticaret kalemleri arasındaki ilişkiler iki değişkenli zaman serileri analizi ve çok değişkenli zaman serisi modelleri aracılığıyla tahmin edilmiştir.

1.2. Çalışmanın Önemi

Türkiye gibi doğal kaynak zengini olmayan bir ülke için turizm gelirleri dış cari açığın azaltılması yönünde kayda değer bir etkiye sahiptir. Bu kapsamda turizmin cari hesap dengesinin diğer kalemleri ile ilişkisinin anlaşılması cari açığın sürdürülebilirliği açısından yol göstericidir.

1.3. Çalışmanın Amacı

Genelde turizm faaliyeti özelde turist sayısı ve turizm gelirleri ile turizm harici mal ve hizmet ticareti arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkilerinin ortaya konulması ve kısa ve uzun dönem esnekliklerinin tahmin edilmesi çalışmanın temel amacıdır. Türkiye'ye yönelik turizm talebinin döviz kuru ve gelir esnekliğinin tahmin edilmesi ve ekonomi dışı olayların turist sayısına etkisinin modellenmesi de çalışmanın yan amaçları arasındadır.

1.4. Araştırmanın Hipotezleri

- Türkiye'ye gelen turist sayısı ile dış ticaret hacmi arasında bir eştümleşme ilişkisi vardır.
- Türkiye'ye gelen turist sayısı ile ihracat arasında eştümleşme ilişkisi vardır.
- Türkiye'de turizm geliri ile dış turizm harcamaları arasında uzun dönemli bir ilişki vardır.
- Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'nin ithalatı arasında bir eştümleşme ilişkisi vardır.
- Türkiye'nin turizm gelirleri ile ithalatı arasında uzun dönemli bir ilişki vardır.

1.5. Çalışmanın Yöntem ve Teknikleri

Turizm verileri çoğunlukla zaman serileridir. Bir ülkeye gelen turist sayısı, ülkenin turizm geliri, turistlerin geceleme süreleri ve ülkeden dışarıya giden yerli turist sayısı aylık veya yıllık periyodlarla derlenir ve yayınlanır. Dış ticarete ait ithalat ve ihracat verileri de zaman serileridir. Bu durum da turizm araştırmalarında ve uluslararası ticaret ile ilgili çalışmalarda zaman serisi modellemelerini gerektirmektedir.

Bu çalışmada Kulendran ve Wilson (2000)'ın ve Shan ve Wilson (2001)'in çalışmalarında kullanılan ARDL Sınır Testi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan değişkenlerin doğrusallığının sağlanabilmesi için serilerin düzeyde logaritmaları alınmıştır. Turizm, ticaret, döviz kuru, dış alem reel gelir ve reel GSYH verilerine Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Zivot-Andrews birim kök testleri uygulanmıştır. Ampirik analizde hangi modelin uygulanacağı serilerin durağanlık düzeyine göre belirlenmektedir. Bu çalışmada kullanılan serilerin tümü birinci farkta durağan olduğu tespit edilmiştir. Seriler arasındaki Granger nedenselliği ilişkilerinin ortaya çıkarılmasında Toda-Yamamoto (1995) yaklaşımı seçilmiştir. Söz konusu yaklaşım birim köke sahip seriler arasında Granger nedensellik testini mümkün hale getirmektedir. Çalışma küçük bir örneklem üzerinde yapıldığı için ARDL Sınır Testi yaklaşımı kullanılmaktadır. Sınır testi yaklaşımı 30 gözlem için kritik değerler üretebilmektedir. ARDL modellerinin gecikme uzunlukları Akaike Bilgi kriterine göre daha küçük gecikme uzunluğu veren Schwarz kriteri ile belirlenmiştir. Shwartz Kriteri bazı durumlarda otokorelasyona neden olduğu için bütün regresyonların otokorelasyon sınamaları White testi ile yapılmıştır. Değişkenlerin arasındaki eştümleşme ilişkisi ARDL Sınır testi yaklaşımına göre incelenmiştir.

Turizm ve dış ticaret serileri arasındaki ilişkiler iki değişkenli ve çok değişkenli zaman serilerinde ARDL Sınır Testi yaklaşımı ile incelenmiştir. Seriler düzey değerlerinde eştümleşme sınamalarına tabi tutulmuştur.

1.6. Literatür İncelemesi

Kulendran ve Wilson (2000) Granger nedensellik sınaması ile Avustralya'nın en çok ticaret yaptığı üç ülke için dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Turizmin dış ticaretin Granger nedeni olduğuna ilişkin Marco Polo hipotezi

Avustralya, ABD ve Birleşik Krallık verileri için doğrulanmıştır. Japonya için Marco Polo hipotezi kanıtlanamamıştır.

Kulendran ve Wilson (2000) çalışmasında dış ticaretin turizmin nedeni olduğu ve İlgi ve Farkındalık hipotezinin geçerliliğine dair bulgular elde edilmiştir. Avustralya - ABD ve Avustralya - Birleşik Krallık ikili ticaret hacminden, bu ülkelerden Avustralya'ya gelen turist sayısı arasında Granger nedenselliği ilişkisi bulunmuştur. Ülkeler arası dış ticaret hacmi arttıkça turist ziyaretleri de artış göstermektedir.

Shan ve Wilson (2001) Çin Halk Cumhuriyeti ekonomisi için dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi Toda-Yamamoto'nun Granger nedensellik sınaması ile araştırmışlardır. Araştırmanın bulgularına göre dış ticaret ve turizm arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi vardır.

Fischer (2004) çalışmasında Almanya için sektörel ölçekte dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi sınamıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre turizm gıda ithalatının ve şarap ithalatının nedenidir. İthalatın turizm esnekliği %1 ve %2 değerleri arasında tahmin edilmiştir.

Fischer ve Gil-Alana (2007) çalışmalarında Almanya'dan İspanya'ya giden turistlerin yarattığı ithalat talebini araştırmışlardır. Çalışmaya göre Almanya'dan İspanya'ya giden turist sayısının gecikmeli değerleri ile İspanya'dan şarap ithalatı arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bu çalışma belli bir ürüne yoğunlaşmış olsa da turizmden dış ticarete doğru bir nedensellik olduğunu göstermektedir.

Bahar ve Baldemir (2008) çalışmalarında 1980-2005 dönemi için Türkiye ekonomisinde uluslararası turizm ve ihracat zaman serileri arasındaki ilişki incelenmiş ve turizmden ihracata doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemiştir. Çalışmaya göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin üçte biri iş amaçlı olarak gelmekte ve bu durum da nedenselliğin turizmden ihracata olmasına neden olmaktadır.

Katircioğlu (2009) ARDL sınır testi yaklaşımını kullandığı çalışmasında Güney Kıbrıs özelinde iktisadi büyüme, turizm ve dış ticaret hacmi zaman serilerinin aralarında ikili ilişkileri araştırmıştır. Çalışma sonuçlarını Güney Kıbrıs'ın küçük bir

ada ekonomisi olduğu gerçeği ile birlikte ele almak gerekir. Ekonomisi turizme dayalı küçük ekonomilerde dış ticaret ile turizm arasında ilişki bulmak daha olasıdır.

Santana-Gallego'nun çalışmasında (2010) Birleşik Krallık örneğinde dış ticaretin beraberinde turizmi getirdiğini tespit etmiştir. Santana-Gallego vd. (2011a) çalışmasında Kanarya Adaları örneği üzerinde dış ticaret ve turizm ilişkisini araştırmışlardır. Çalışmada dış ticaret toplamı, ihracat ve ithalat değişkenleri ile turist sayısı arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Santana-Gallego vd.'nin çalışmasında (2011b) birden fazla ülke üzerinde turizmden dış ticarete ve dış ticaretten turizme çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Demir (2011)'in Türkiye'ye gelen turist sayısının bağımlı değişken olarak kullanıldığı çalışmasında, açıklayıcı değişkenlerden birisi Türkiye'nin dış ticaret hacmidir. Demir (2010)'in çalışmasında Almanya, Bulgaristan, Gürcistan, İngiltere, Ukrayna ve ABD ile Türkiye arasındaki dış ticaret ile turist sayısı arasında dış ticaretin neden olduğu pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.

Turizm ekonomisi konusundaki çalışmalar daha çok turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri ve turizm talebinin dinamiklerini anlamaya yöneliktir. Turizm ve ekonomik büyümeyi modelleyen çalışmalar devletler için bir dışa dönük büyüme stratejisi çerçevesinde değerlendirilir. Öte yandan turizm talebi tahminleri ve modellemeleri ise işletmeler açısından bir fiyat ve reklam stratejisi geliştirmek açısından önemlidir. Kulendran Wilson (2000), Shan ve Wilson (2001) dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkileri ampirik olarak göstermektedir. Fischer (2004)'in çalışması turizmin dış ticareti etkilediğine yönelik hipotezin mikro ekonomik nedenselliğini göstermiştir. Demir'in (2010) çalışmasında Shan ve Wilson'un (2001) araştırmasındaki bulguları Türkiye verileri üzerinde farklı bir model ile sınamış ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığı yönünde bulgulara ulaşmıştır. Ödemeler dengesinin kalemleri olan dış ticaret ve bir hizmet ticareti olan turizm ile ilgili çalışmalarda nedenselliğin yönü konusunda farklı ülkelerde farklı sonuçlar ortaya çıksa da, çoğunlukla iki ülke arasında turizm ve dış ticaret arasında birbirini destekleyen bir ilişki olduğuna dair kanıtlar ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak turizm ve dış ticaret arasındaki ilişkiler; turizm gelirleri ve giderleri ile ihracat ve ithalat değişkenleri aralarındaki nedensellik ilişkilerini araştırmaktadır. Böylece turizm gelirlerinin ödemeler dengesi

zerindeki dolaylı etkileri de ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın yöntemi Shan ve Wilson'ın (2001) araştırmasını takip etmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde dış ticaret teorileri, demeler dengesi ve cari hesap kalemleri tanıtılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde turizm ile ilgili kavramlar ve turizmin diğerk iktisadi sektörlerle ilişkisi yer almaktadır. nc bölüm literatür araştırmasından oluşmaktadır. Çalışmanın dördüncü kısmı ampirik uygulamadan oluşmaktadır. Beşinci bölümde ise sonuç ve değerlendirme yer almaktadır.



2. DIŞ TİCARET

Dış ticaret en temel anlamda mal ve hizmet akımlarının uluslararası sınırlar arası gerçekleşmesidir. Yurt dışına yönelen mal ve hizmet akımları ihracat, yurt dışından gelen mal ve hizmetler ise ithalat olarak adlandırılır. Bir ülkenin ihracat ve ithalatı ödemeler dengesi adı verilen bir ulusal hesap tablosunda takip edilir.

Dış ticaret ülkelerin ekonomik büyümesinde ve kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Son yıllarda malların, hizmetlerin ve faktörlerin serbest dolaşımı yaygınlık kazandıkça uluslararası işlemler giderek önem kazanmaktadır. 1985 yılında 2 trilyon olan küresel mal ticareti, 2019 yılında 19 trilyon dolara yükselmiştir (UNCTAD, 2020). Dünya ticaretinin yaklaşık üçte ikisini imalat sanayi üretimi oluşturmaktadır. Otomobil ve diğer ulaşım araçlarının imalat sanayisi ticaretinde önemli bir yeri bulunmaktadır.

Bu bölümde öncelikle dış ticareti açıklayan teoriler tanıtılmıştır. Sonrasında ise ödemeler bilançosundaki dış ticaret kavramları incelenmiştir.

2.1. Dış Ticaret Teorileri

Dış ticaret teorileri; faktör verimliliğine ve donanımına dayanan geleneksel teoriler ve yeni teoriler olarak iki grupta incelenebilir. Dış ticaret teorilerinin çoğu ülkeler arası malların serbest dolaşımının varlığı varsayımına dayanır.

2.1.1. Mutlak üstünlükler teorisi

Mutlak üstünlükler, uluslararası ticareti açıklamaya çalışan ilk teoridir. 1776 yılında Teori, Adam Smith'in "Ulusların Zenginliği" başlıklı eseri ile literatüre kazandırılmıştır. Adam Smith'e göre ulusların zenginliğinin kaynağı iş bölümü ve uzmanlaşmadır. Smith'in göre değer kaynağı bir ürünü üretmek için gereken emektir. İş bölümü ve uzmanlaşma sonucu emeğin birim zamandaki verimliliği artacaktır. Bu verimlilik artışı, ilgili uzmanlık alanında mutlak üstünlük adı verilen kazanıma yol açacaktır. Bireyler ve işletmeler verimli oldukları alanda mutlak üstünlüklere sahip olacaklardır. Mutlak üstünlükler teorisine göre ülkeler de verimli oldukları sektörlerde uzmanlaşacak ve bu sektörlerde üretilen malları ihraç edecek, verimlilikleri daha düşük olan sektörlerde üretimi bırakıp bu sektörlerin üreteceği malları başka ülkelere temin edeceklerdir. Mutlak üstünlükler edinilme şekline

göre doğal üstünlükler ve dinamik üstünlükler (kazanılmış üstünlükler) olmak üzere ikiye ayrılır (Appleyard ve Field, 2014).

Bazı ülkeler çeşitli ürünlerin üretiminde; iklim koşulları, doğal kaynak rezervleri, coğrafi konum, işgücü, arazi gibi üretim faktörlerinin bolluğu gibi nedenlerle doğal üstünlüğe sahiptir. İklim koşullarına göre baharat ve çay üretiminde Hindistan, çay üretiminde Çin Halk Cumhuriyeti, kakao ve kahve üretiminde Güney Amerika ve Orta Afrika doğal bir mutlak üstünlüğe sahiptir. Rusya ve Ortadoğu ülkeleri önemli petrol ve doğalgaz rezervleri sayesinde mutlak üstünlüğe sahiptir.

Bir diğer mutlak üstünlük türü kazanılmış mutlak üstünlükler ya da dinamik mutlak üstünlükler olarak tanımlanır. Doğal üstünlük sağlayan tarımsal ürün, maden ve mineral, nakliye ve turizm için coğrafi konum ve iklim unsurları büyük üstünlük sağlamakla birlikte; günümüzün gelişmiş ülkelere bakıldığında doğal üstünlüğün tek başına yeterli olmadığı, teknoloji, tasarım ve yeni ürün geliştirme becerisinin öne çıktığı görülmektedir. Kakao üretiminde üstün olmamasına rağmen İsviçre ve Belçika çikolata üretiminde, hammaddeler topraklarında yetişmemesine rağmen de İngiltere çay üretiminde, İtalya ise kahve üretiminde mutlak üstünlüğe sahiptir.

Mutlak üstünlükler teorisine göre o dönemde Birleşik Krallık imalat sanayisinde dünyadaki her ülkeye göre mutlak üstünlüğe sahipti. Ancak aynı sektörde Birleşik Krallık'a ihracat yapan birçok ülke vardı. Bu teori örnek olarak Birleşik Krallık ile Portekiz arasındaki dış ticaret ilişkisini açıklamakta yetersizdi.

2.1.2. Mukayeseli üstünlükler teorisi

Mutlak üstünlükler teorisinin açıklayamadığı İngiltere ve Portekiz arasındaki ticareti yine bir başka İngiliz Klasik iktisatçı David Ricardo Mukayeseli üstünlükler teorisi ile açıklamıştır. İngiltere Portekiz'e tekstil ürünleri ihraç etmektedir, Portekiz ise İngiltere'ye şarap ihraç etmektedir. Mukayeseli üstünlüklere göre her iki malda da mutlak üstünlüğe sahip ülke bir üründe uzmanlaşabilir ve o malın ihracatçısı olur. Diğer ülke ise diğer alanda uzmanlaşır ve ilgili malın ihracatçısı olur. Ülkeler göreceli olarak daha düşük fırsat maliyetine sahip malda uzmanlaşır ve o malın ihracatçısı olur. Mutlak üstünlükler hali ise mukayeseli üstünlüklerin bir özel durumudur. İngiltere hem şarap üretiminde hem kumaş üretiminde mutlak üstünlüğe sahip olsa da üretim faktörlerini fırsat maliyetinin daha yüksek olduğu kumaş üretiminde

istihdam etmelidir. Bu durumda Portekiz de üretim faktörlerini şarap üretiminde istihdam edecektir (Appleyard ve Field, 2014).

Mukayeseli üstünlükler; yaparak öğrenme, teknoloji transferi ve ürün döngüleri sayesinde ülkeler arasında zamanla değişen bir avantajdır.

2.1.3. Faktör donatımı teorisi

Faktör donatımı bir başka ifade ile Heckscher-Ohlin Teorisi ülkeler arası ticaretin yönünü üretim faktörlerinin nispi yoğunluğu ile açıklamaktadır. Bu teoriye göre mallar ülkeler arası akışkan iken, üretim faktörleri ise akışkanlığa sahip değildir. Nispî olarak emek faktörü bol olan ülke emek yoğun mallarda, nispî olarak sermaye faktörü bol ülke ise sermaye yoğun mallarda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Dolayısıyla, nispî olarak emek açısından donanımlı ülke emek yoğun malları yurtiçi tüketiminden daha fazla üreterek fazlasını ihraç eder, sermaye yoğun malları da yurt içi tüketiminden daha az üreterek üretim eksikliğini karşılamak için diğer ülkeden ithal eder. Benzer şekilde, nispî olarak sermaye faktörü bol ülke sermaye yoğun malları tüketiminden daha fazla üreterek tükettiğinden fazlasını ihraç eder, emek yoğun malları da tüketiminden daha az üreterek üretim eksikliğini karşılamak için diğer ülkeden ithal eder (Bayraktutan, 2015: 64).

2.1.4. Neo-Klasik talep yanlı dış ticaret teorisi

Talep yönlü dış ticaret teorisine göre, dış ticaret ülkelerde farklı mallara olan talep farklarından kaynaklanır. Her iki ülke özdeş üretim teknolojisine sahip ise o takdirde serbest ticarete üretim dengesi her iki ülke için de aynı nokta ile temsil edilecektir. Ancak A ülkesindeki tüketiciler ülkenin üretiminden daha fazla Y malı talep ederken, B ülkesindeki tüketiciler yurt içi üretimden daha fazla X malı talep edeceklerdir (Bayraktutan, 2015: 43).

2.1.5. Tercihlerin benzerliği: Linder modeli

Arz yanlı Heckscher-Ohlin Teorisinin aksine Linder Teorisi talep yanlı bir dış ticaret teorisidir. Linder (1961) Heckscher-Ohlin Teorisinin birincil malların dış ticaretini açıkladığını kabul ederken, mamul malların dış ticaretini açıklamakta yetersiz kaldığı görüşünü savunmuştur. Linder teorisine göre bir ülkenin kişi başına geliri arttıkça tüketici tercihleri değişim göstermektedir. Böylelikle birbirine yakın kişi başına

gelire sahip ülkeler arasındaki ticaret eğilimi, birbirinden farklılık gösteren ülkelere göre daha yüksektir (Appleyard ve Field, 2014: 174).

2.1.6. Monopolcü rekabet teoremi

Faktör donatımı teorisinde ticareti yapılabilen mamul malların homojen olduğuna dair bir kabul vardır. Ancak iktisadi yaşamda özellikle imalat sanayi ürünlerinin homojen olduğu söylenemez. İmalat sanayi malları farklılaştırılmış ürünlerdir. Bu mal farklılaşması aynı endüstri içindeki ticareti de beraberinde getirir. Alman otomobillerinin Japonya’da tercih edilmesi veya Japon otomobillerinin Almanya’da tercih edilmesi bu tür ticarete örnek teşkil etmektedir. Monopolcü rekabet teorisi uluslararası ticaretin endüstri içi ticaret yönünü ve ölçek ekonomilerinin ticarete etkisini açıklamaktadır. Teoriye göre endüstri içi ticarete, farklılaştırılmış ürünlerin karşılıklı ihracı ve ithali yapılırken ölçek ekonomilerinde, üretimde uzmanlaşan işletmeler ölçek ekonomileri sayesinde ortalama maliyetlerini düşürerek karşılaştırmalı üstünlük sağlar.

2.2. Ödemeler Bilançosu Kavramı

Bir ülkedeki yerleşik gerçek veya tüzel kişilerin belirli bir döneme ilişkin, ana ülkeleri dışında yabancı ülkelerdeki mali işlemlerinin tutulduğu kayıt ödemeler bilançosu olarak adlandırılır (Seyidoğlu, 2003).

Ödemeler bilançosu, Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından, belirli bir süre zarfında bir ülkenin yerlileri ile yabancı ülkeler arasında gerçekleşen ekonomik akımların ve bu akımlara bağlı değerlerin, transfer ödemelerinin ve rezervlerde meydana gelen değişikliklerin; sistematik ve muhasebe kayıtlarına uygun olarak tespit edildiği istatistiki bir tablo olarak tanımlanmaktadır (Karluk, 1995).

Bir başka tanıma göre ödemeler bilançosu; bir ülkenin bir yılda, dış ülkelere elde ettiği gelirler ile dış ülkelere yaptığı ödemelerin yer aldığı tablo olarak ifade edilmektedir. Tabloda ülkenin uluslararası ödeme gücündeki bozulma, ödemeler bilançosunun açık verdiği anlamına gelmekle birlikte; söz konusu ülkenin parasının, yabancı paralar karşısında değer kaybettiği de kabul edilmektedir (Dinler, 2000).

İlgili tanımlardan yola çıkarak, ödemeler bilançosunun iki temel varsayımı olduğu ifade edilebilir. Bu varsayımlardan ilki olan ülkede yerleşik olma durumu; ekonomik

faaliyetlerini o ülkede gerçekleştiren gerçek ve tüzel kişileri tanımlamaktadır. Kişilerin başka ülke vatandaşı olmaları durumunda da ekonomik işlemlerini gerçekleştirdikleri ülkede yerleşik oldukları kabul edilmektedir. Diğer varsayım olan ekonomik işlemler ise,

Tablo 2.1. Ödemeler bilançosu analitik sunum

CARİ İŞLEMLER	
MAL TİCARETİ	
İhracat (FOB) (a+b+c)	
İhracat	
Bavul ticareti	
Transit ticaret	
İthalat (fob) (a+b+c+d)	
İthalat (cif)	
Altın İthalatı	
a.	Transit ticaret
b.	Navlun ve sigorta
A. Dış Ticaret Dengesi (A-B)	
1. HİZMET TİCARETİ	
B. Diğer Mal ve Hizmet Gelirleri (a+b+c)	
a.	Turizm
b.	Faiz
c.	Diğer
C. Diğer Mal ve Hizmet Giderleri (a+b+c)	
a.	Turizm
b.	Faiz
c.	Diğer
D. Toplam Mal ve Hizmetler Dnegesi (C+D-E)	
E. Özel Karşılıksız Transferler net (a+b+c)	
a.	Göçmen transferleri
b.	İşçi Gelirleri
c.	Diğer
F. Resmi Karşılıksız Transferler net (a+b)	
a.	İşçi gelirleri
b.	Diğer
G. CARİ İŞLEMLER DENGESİ (F+G+H)	
SERMAYE HAREKETLERİ	
H. Doğrudan yatırımlar (net)	
İ. Portföy yatırımları (net)	
J. Diğer uzun vadeli sermaye hareketleri net (a+b+c)	
a.	Kullanımlar
b.	Ödemeler
c.	Mevduat (KMDTH-net)
K. Kısa Vadeli Sermaye Hareketleri	
NET HATA VE NOKSAN	
ULUSLARARASI (Resmi) REZERVLER HAREKETLERİ	
Resmi rezervler	
IMF rezervleri	

söz konusu ülke ile diğer ülkeler arasındaki mal ya da hizmet akımlarını ifade etmektedir (Eser ve Demir, 2007).

Ödemeler bilançosu, bilançonun varlık ve yükümlülük eşitliğini temel alan bir tablodur. Ancak kurumların hazırladıkları bilançolardan farklılık göstermektedir (Dell ve Lawrence, 1980).

Ödemeler bilançosu; dış cari işlemler, sermaye ve finans hesabı net hata ve noksan, resmi rezervler olmak üzere dört temel bölümden oluşmaktadır (Bayraktutan, 2015).

2.3. Ödemeler Bilançosu Tablosunda Dış Ticaret ve İlgili Hesaplar

Dış ticaret kalemleri ödemelerin dengesinin dış cari işlemler hesabı altında izlenir. Ödemeler bilançosu; cari işlemler hesabı, sermaye hesabı, fark hesapları ve rezerv hesapları olmak üzere dört ana hesap çerçevesinden oluşmaktadır. Cari işlemler hesabı, mal-hizmet akışı ile ilgili hesapları içermektedir. Sermaye hesaplarında, yabancılarla yapılan sermaye hareketleri yer almakta; fark hesapları ve rezerv hesapları ise tabloda dengeleyici hesaplar olarak adlandırılmaktadır. Rezerv hesabı içerisinde, Merkez Bankasının piyasaya sürdüğü ya da piyasadan çektiği rezervler, resmi rezervler olarak ayrıca yer almaktadır (Eğilmez ve Kumcu, 2004). Ödemeler bilançosu hesaplarının kalemleri Tablo 2.1’de yer almaktadır.

Ödemeler bilançosuna ilişkin kayıtlar yapılırken, her ekonomik işlem alacak ve borç olmak üzere çift taraflı kayıt sistemine göre kayıt altına alınmaktadır. Bilançoda yükümlülük artışı ya da varlık azalışını ifade eden ekonomik işlemler alacak, yükümlülük azalışı veya varlık artışını ifade eden işlemler ise borç olarak kaydedilmektedir (Eğilmez ve Kumcu, 2004).

Ödemeler bilançosu hesaplarında ekonomik işlemlerin niteliklerinden kaynaklanan farklılıkları ifade etmek için otonom ve denkleştiren işlemler kullanılmakta ve bunlar arasında bir çizgi çekildiği kabul edilmektedir. Bu çizginin üstünde olanlar otonom, altında olanlar ise denkleştiren işlemler olarak ifade edilmektedir (Seyidoğlu, 2003).

2.3.1. İhracat

İhracat belli bir dönemde ülke gümrüklerinde başka ülkelere yapılan satışların toplam parasal değeridir. Bu parasal değer Türkiye ödemeler dengesinde ABD doları cinsinden ifade edilmektedir.

Bir ülkenin ihracatını özel işletmeler yapar. Yurt içinde üretilen mallara ve hizmetlere olan dış talep artarsa ülkenin ihracatı artar. Yurt içinde üretilen mallara

olan talebin artması üç temel koşula bağlıdır. Birincisi ilgi ve farkındalık olarak adlandırılabilir tüketici tercihleridir. Yabancılar Türkiye'nin ürettiği ürünleri tercih etmeye başlarsa Türkiye'nin ihracatı artar. Bu tür bir tercih değişimi tanıtım ve reklam ile gerçekleşir. İkinci koşul yerli malların ve hizmetlerin uluslararası pazardaki göreceli fiyatının düşmesidir. Döviz kuru yükseldiğinde diğer değişkenler sabit iken yurtdışında üretilen mallar yabancılar için ucuz hale gelir. Burada ikame etkisini gözlemledik. Üçüncü koşul ise yabancıların satın alma gücünün artmasıdır. Ülkenin en çok ticaret yaptığı ülkelerin ulusal gelirleri artarsa yurt içinde üretilen mallara olan talep artar.

Bir ülkenin ihracat hacmini artırabilmesi için gereken bir diğer koşul malların ve hizmetlerin ülkeler arası serbest dolaşımıdır. Bir ülkenin ihracat yapabilmesi için ihraç etmeyi planladığı ürünlerin gümrük tarifeleri, kotalar ve tarife dışı engeller gibi engeller ile karşılaşmaması gerekir.

Ödemeler bilançosunda, dış ekonomiler ile ilişkilerin durumunu gösteren cari işlemler hesabı, en önemli hesap grubu olarak kabul edilmektedir. Bu hesap grubunda, ülkenin bütün mal ve hizmetlerinin ihracatı ve ithalatı yer almaktadır. Hesabın toplamda alacak ya da borç bakiyesi aynı zamanda döviz gelirleri ve döviz giderlerini de yorumlamakta kullanılmaktadır (Kenwood ve Loughrey, 1992).

Ödemeler bilançosunda cari işlemler hesabının pozitif bakiye vermesi, ülkenin gelir durumunu artırıcı bir unsur olarak yorumlanmaktadır. Uluslararası ekonomik ilişkilerin önemli bir bölümünü uluslararası ticaret oluşturmaktadır. Uluslararası ticaret akımları mal ticaretini, hizmet ticaretini ve teknoloji aktarımını kapsar.

Cari işlemler hesabı, mal ticareti ve hizmet ticareti olmak üzere iki alt başlıkta ele alınmaktadır.

2.3.1.1. Mal ihracatı

Bir ülkede işletmelerin ürettiği malların dışsatımına mal ihracatı adı verilir. İhraç edilen bu mallar emtia, ara malı, doğal kaynaklar ve imalat sanayi ürünleri şeklinde sınıflandırılabilir.

Ödemeler bilançosunda mal ticareti hesap grubu, önemli bir yer tutmakta ve genellikle bilançonun yarısını kapladığı kabul edilmektedir (Dinler, 2000).

Mal ticareti hesabı, ekonomik işlemlerin ihracat ve ithalat ayağını oluşturmakta, ihracat FOB (free on board), ithalat ise CIF (cost, insurance, freight) değerleri ile bilançoda gösterilmektedir (Aren, 1975). Ülkenin ihracat ve ithalat tutarları arasındaki fark ise dış ticaret dengesi olarak tanımlanmaktadır (Dinler, 2000).

Mal ticareti grubunda yer alan ihracat; ülkenin dövizlerini arttırıcı bir etkiye sahip olduğundan, ödemeler bilançosunda alacaklı çalıştırılır ve dış ülkelere alacak hakkı doğurduğu için bilançoya (+) olarak kaydedilir. İthalat ise döviz gideri yaratan bir işlem olduğundan ödemeler bilançosunda borçlu olarak gösterilir ve dış ülkelere alacak hakkı yarattığından bilançoya (-) olarak kaydedilmektedir.

2.3.1.2. Hizmet ihracatı

Ödemeler dengesinde cari işlemler hesap grubundaki diğer hesap olan hizmet ticareti, başka ülkelerle yapılan hizmet ihracat ve ithalatını oluşturmaktadır. Mal ticaretine göre daha soyut olması sebebi ile hizmet ticareti, görünmez ticaret olarak da adlandırılmaktadır.

Genel olarak hizmet ticareti; turizm, bankacılık ve taşıma işlemlerinden kaynaklanan hizmet alım satımlarını ifade etmekte iken; yabancı sermaye yatırımlarına ait gelir ve giderler hizmet niteliği taşımamasına karşın bu hesapta izlenmektedir (Dinler, 2000).

Cari işlemler hesap grubunda yer alan hizmet ticaretinin alt başlıklarında yer alan işlemlerden turizm; ülkeye gelen turistlerin döviz harcamaları ile dış ülkeye giden turistlerin yaptıkları döviz harcamalarını göstermektedir. Ülkeye gelen turistlerin döviz harcamaları ödemeler bilançosuna (+), yurtdışına giden turistlerin yaptıkları döviz harcamaları ise bilançoya (-) olarak kaydedilmektedir. Hizmet işlemleri grubunda yer alan banka işlemlerinde yer alan faiz; dış ülkeye verilen borç sonucu alınan faizler ile dış ülkelere alınan borçlara ödenen faizleri göstermektedir. Bir diğer hizmet işlemi olarak bilançoda yer alan göçmen transferleri; ülkeye gelen göçmenlerin getirdikleri tutarlar ile ülkeden göçmenlerin götürdükleri tutarların izlendiği hesap olarak tanımlanmaktadır. İşçi gelirleri olarak alt başlıkta yer alan hizmet işleminden kasıt; dış ülkelerde yaşayan vatandaşların ülkelerine gönderdikleri tutarlar ile ülkede yaşayan yabancıların kendi ülkelerine gönderdikleri tutarlardır. Bu tutarlar arasındaki fark net işçi dövizleri olarak adlandırılmaktadır. Bir diğer alt hesap olan resmi karşılıksız transferlerde; hükümetin dış ülkede çalışan vatandaşına

ödediği tutarlar ile dış hükümetlerin yabancı ülkede çalışan vatandaşına ödediği tutarlardan oluşmaktadır. Eğer devletler arasında bir hibe söz konusu ise bu durumda tutarlar, resmi karşılıksız transferler hesabının altında izlenmektedir. Turizm, faiz, göçmen transferi, işçi gelirleri ve resmi karşılıksız transferler dışında yer alan hizmet işlemleri; diğer başlığı altında hizmet işlemleri grubunda yer almaktadır (Eğilmez ve Kumcu, 2004).

2.3.2. İthalat

İthalat belli bir dönemde ülke gümrüklerinde başka ülkelere yapılan mal ve hizmet alımlarının toplam parasal değeridir. Bu parasal değer Türkiye ödemeler dengesinde ABD doları cinsinden ifade edilmektedir.

2.3.2.1. Mal ithalatı

Bir ülkede işletmelerin ürettiği malların dışsatımına mal ihracatı adı verilir. Ülkedeki yerleşikler başka ülkelere hammadde, ara malı ve nihai mallar talep ederler. Bir başka ifade ile ithalat tüketim amaçlı mal alımı olabileceği gibi üretim amaçlı girdi alımlarını da kapsar. Türkiye'nin ithalatının önemli bir bölümünü enerji ithalatı oluşturmaktadır. Enerjinin yanında hammadde ve aramalı konusunda da Türk firmaları yoğun bir şekilde dışa bağımlıdır.

2.3.2.2. Hizmet ithalatı

Hizmet ithalatı hizmet ihracına benzer şekildedir ancak burada talep edilen yurt dışı firmalar ve kişiler tarafından üretilen hizmetlerdir. Türkiye vatandaşlarının yurt dışı seyahat talebi ve gittikleri ülkelerde yaptıkları turizm harcamaları, sağlık ve eğitim harcamaları hizmet ithalatına örnek olarak verilebilir. Ülkenin dış dünya ile gerçekleştirdiği hizmet ithalatını gösteren bu hesap görünmez ticaret olarak da bilinir (Bayraktutan, 2015: 329). Dış turizm, uluslararası taşımacılık, bankacılık ve sigortacılık, inşaat hizmetleri yanında yabancı yatırımların giderleri ile yurtdışı resmi hizmetler alanlarını kapsar. Mal ticareti, uluslararası hizmetler, faktör gelirleri ve tek taraflı transferler şeklinde dört alt hesaptan oluşan cari işlemler hesabının alacaklı ve borçlu işlemlerinin toplamı; cari işlemler dengesini ortaya çıkarmaktadır.

2.4. Dış Ticaret Açıklarının Nedenleri

Ödemeler bilançosu sürekli olarak dengede olmamakla birlikte, dış ticaret açığı açık ya da fazla verebilmektedir (Ülgen, 2002). Örneğin, ödemeler bilançosu dengede olmayan ülke, dengeyi altın ve döviz rezervlerinden karşılayarak sağlamaktadır. Ancak bunun sürekliliği mümkün değildir. Rezervlerin tükenmesine ek olarak ülkeler bu durumda borç imkânlarını da kısıtlamış olacaklardır (Dinler, 2000).

Dış ticaret açıkları ya da fazlalıklarının nedenleri literatürde dört grupta incelenmektedir. Bunlar; yapısal nedenler, iktisadi dalgalanmalar, arızı nedenler ve spekülasyon hareketleridir.

2.4.1. Yapısal nedenler

Ekonominin yapısına bağlı olarak ortaya çıkan gelişmeler, ödemeler bilançosunun açık vermesine neden olabilmektedir. Ekonomide fiyatlar genel seviyesindeki artış, yabancı para karşısında ülke parasının değerlenmesine neden olmakta, bu durum da ihracatı olumsuz etkilemektedir. Bunun sonucunda uygulanacak para politikaları ile ulusal paranın değerinin korunmaya çalışılması çabaları ise ihracatı azaltıcı etki yaratacaktır (Liew ve Diğerleri, 2007).

İthalat ve ihracat üzerinde yaratılacak bu değişiklikler ödemeler bilançosunun açık vermesine neden olabileceği gibi, ekonomide tüketim ve yatırım harcamalarını arttırmaya yönelik uygulanacak politikalar da söz konusu açıkları büyütücü etkiye yol açmaktadır (Berber vd., 2006).

Genel olarak ihracat ve ithalat uyumsuzluğundan kaynaklanan yapısal nedenlerin çözümü olarak; ihracatın artırılması ya da ithalatın kısılması, ülkeye sermaye girişinin teşvik edilmesi gösterilmektedir. Ödemeler bilançosundaki açığın bu yöntemle kapatılmaya çalışılması, ülke ekonomisinin büyüme oranları üzerinde olumsuz etkiye neden olmaktadır. Ancak söz konusu açığın ihracat ile ya da sermaye girişi ile kapatılamaması döviz kurunu arttırıcı etki yaratacaktır (Altınakar, 2006).

Yapısal nedenler başlığı altında, ödemeler bilançosundaki açıkların nedenleri Berber vd. (2006)'nin çalışmasında aşağıdaki şekilde ifade edilmiştir:

- Teknolojik üstünlük sağlayamama,
- Hammadde bağımlılığı,

- Merkez Bankası kur politikası,
- Milli gelir düşüklüğü,
- Dünyada fiyat artışı,
- Rekabet gücünün zayıflaması.

2.4.2. İktisadi dalgalanmalar

Ekonomik dalgalanmalar sonucu ülkenin gelir ve harcamalarını artması, fiyatları yükselteceğinden ödemeler bilançosu açıkları ortaya çıkmaktadır. Bu durum ekonomik genişleme sürecinde gerçekleşmekte, daralma dönemlerinde ise ödemeler bilançosunda fazlalık görülmektedir. Söz konusu ekonomik dalgalanmalar süresince ödemeler bilançosundaki açık ve fazlalıklar eşitlenir ise bu durumda bilanço dengeye kavuşmaktadır (Lipsey, 1984).

İktisadi dalgalanmalar, yalnızca ülkenin kendi iç dinamiklerinden kaynaklanmamaktadır. Yabancı ülkelerin iktisadi dalgalanmaları, bir ülkenin ödemeler bilançosu açıkları üzerinde de etkili olmaktadır. Küreselleşme ve serbest piyasa ekonomisi sonucu artan ticaret ilişkileri, bir ülkedeki ekonomik dalgalanmaların başka ülke ekonomilerine de yayılmalarına neden olmaktadır.

Bir ülkenin ihracatı ticaret ortağı ülkenin milli gelirine bağlıdır. İktisadi resesyon yaşayan bir pazara ihracat yapan ülkenin ihracatı, o pazardaki talebin azalması ve daralmasına bağlı olarak azalmakta ve bu durum da ödemeler bilançosu açığına sebep olmaktadır (Dinler, 2000).

2.4.3. Arızı nedenler

Bir ülkenin dış ticaret açığı vermesine neden olan bir diğer gelişme arızı yani beklenmedik durumlarda ortaya çıkan gelişmeler olarak ifade edilmektedir.

Ülkenin kontrolü dışında ortaya çıkan bu durumların bir kısmı ortadan kalktığında ödemeler bilançosu dengesi de kendiliğinden sağlanmaktadır. Örneğin; dünyada hammadde fiyatlarının ya da petrol fiyatlarının beklenmedik şekilde artması, ülkenin dış alım giderlerini arttırmakta bu durum da ödemeler bilançosunun açık vermesine sebep olmaktadır (Seyidoğlu, 2003).

Arızı nedenlere örnek olarak; iklim koşullarındaki değişiklik gösterilebilir. Hava koşullarının değişmesi, kuraklık, sel felaketleri ülkelerin ihracat ve ithalat dengesini dolayısı ile ödemeler bilançosunu etkilemektedir.

2.5. Türkiye’de Dış Ticaretin Gelişimi

Tarihsel süreç içerisinde incelendiğinde 16. yüzyıla kadar olan dönemde, bağımsız bir dış ticaret politikası izlendiği, zaman zaman gümrük kotalarına ve dış ticaret kısıtlamalarına gidildiği görülmektedir. 17.yüzyılda kapitülasyonlar ile ulusal sanayinin korunmasının ortadan kalktığı gözlemlenmektedir. Batının sanayileşmesindeki hızla birlikte serbest dış ticaret rejimi uygulanmaya başlanmış, bu da dış borcun artmasına neden olmuştur (Uludağ ve Arıcan, 1999).

1873 yılından itibaren tutulan istatistikler incelendiğinde, İkinci Meşrutiyetin ilanına kadar geçen süre içerisinde dış ticaret açığı veren Osmanlı Devleti’nin, cari açığının sürekli arttığı ve bunun temel nedeninin ihracat ithalat dengesizliği olduğu görülmektedir. Dünya ekonomisinde ilk küreselleşme olarak kabul edilen dönemlerden I. Dünya Savaşı dönemine kadar bir dönüşüm geçiren Osmanlı Devleti, savaş döneminde yerli sanayiye koruma altına almış ve dışa açık ekonomik politikalarından vazgeçmiştir. Liberal ekonomik sistemin politikalarından vazgeçilerek, korumacı ekonomi politikaları geliştirilmiş ve ticaret yeniden tasarlanmıştır (Kazgan, 2002).

1923 yılında Osmanlı Devleti’nden alınan borçlarla kurulan Türkiye Cumhuriyeti, Lozan anlaşmasının etkileri ile dış ticaret politikalarını şekillendirmiştir. Lozan anlaşması kapsamında imzalanan ek anlaşmalar ile ülkenin diğer ülkelere uygulayacağı politikaları dondurulmuştur. Bu anlaşma ile temelde Osmanlı Devleti’nin gümrük tarifeleri uygulamaya devam edilmiş, gümrük gelirlerinde bir artış sağlanamamış ve sanayi rekabetten olumsuz etkilenmiştir (Taşkın, 2007).

Temurci’nin (2004) aktardığına göre 1926 yılında Türkiye Cumhuriyeti ilk kez ödemeler bilançosu düzenlemiş, ancak tabloda yer alan açıkların kapatılmasına ilişkin düzenlemelere yer verilmemiştir. 1927 yılında ise ilk dış borçlanma, yabancı şirketlerin hazine bonosu ile millileştirilmesi ile gerçekleştirilmiştir.

1929 yılında büyük buhran ile beraber ülkelerin çoğu gümrük vergilerinde artışa ve ithalat kotaları uygulama yoluna gitmişlerdir. İşsizliği azaltıcı tedbir olarak

düşünülen bu yöntem, aslında ülkelerin ithalatını azaltırken, işsizliğin azalmasını sağlamamıştır (Hatipoğlu, 1989).

Yaşanan dünya buhranı, Türkiye’de ulusal paranın değerinin düşmesine, dış açığın artmasına, hammadde ve tarım ürünü fiyatlarının değer kaybetmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda devletçi ekonomi politikaları uygulanmaya başlanmış ve milli sanayi hareketi öne çıkmıştır (Taşkın, 2007).

1930 yılında çıkarılan Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu ile kontrollü bir kambiyo rejimi uygulanmaya başlanmış ve ulusal paranın konvertibilitesi kaldırılarak, döviz transferleri Maliye Bakanlığı’nın iznine bağlanmıştır (Uludağ ve Arıcan, 1999). 1930 yılında T.C Merkez Bankası Kanunu’nun çıkarılması ile bankacılık sistemi düzenlemeleri gerçekleştirilmiş (Parasız, 2003), aynı zamanda dünyadaki silahlanma eğilimi, bu harcama kaleminin artmasına neden olarak, dış ticaret dengesini bozmuştur (Temurci, 2004).

II. Dünya Savaşı döneminde, Türkiye ekonomisinde denge yine bozulmuş, savaş sonrası dünya ile ülke ekonomisinde de durgunluk gözlemlenmiştir. Söz konusu süreçte, sıkı para politikalarından vazgeçilerek dış ticaret fazlalığı ortaya çıkmıştır (Parasız, 2003).

1946 yılında tamamen terk edilen korumacı politika ile kronik hale gelen dış ticaret açıklarının kapatılmasına çözüm aranmıştır. Yeniden düzenlenen gümrük tarifeleri ve ithalatın serbestleşmesi ile dış ticaret dengesi sağlanmaya çalışılmıştır (Uludağ ve Arıcan, 1999).

1950 yılında ithalat rejiminin ilanı ile gümrük tarifeleri ve koruma önlemlerinin alındığı, ithalatın serbestleştiği bir döneme geçilmiş ve bu süreçte II. Dünya Savaşı süresince verilen dış ticaret açığı borçlanma yolu ile giderilmeye çalışılmıştır (Taşkın, 2007).

1952 yılında ihracat artışı, ithalat artışını karşılamadığından ortaya çıkan açık giderek büyümeye başlamış ve ithalat serbestliği sona erdirilmiştir. 1958 yılında kabul edilen ve günümüzde de geçerliliğini koruyan Dış Ticaret Rejimi ile ekonomik yapı güçlendirilmeye çalışılmıştır. Uludağ ve Arıcan’ın belirttiğine göre (1999) alınan kararlar şöyledir:

- Kurulacak komite önderliğinde ihracat ve ithalat politikaları, finansal imkânlar ve ihtiyaçların belirlenmesi,
- Anlaşma dahilinde olmayan ülkeler ile ticaretin konvertibl para birimleri ile gerçekleştirilmesi,
- Özel takas yapılmaması,
- Deplokaj ile ihracat yapılmaması,
- İhracatın serbest bırakılması,
- İthalatın küresel kotalar halinde, Merkez Bankası'nın vereceği her mal için ayrı düzenlenecek ithal belgeler ile gerçekleştirilmesi.

1960'lı yıllarda ithalatta yaşanan artışlar ödemeler bilançosu açıkları üzerinde etkili olmuştur. Bu açık sermaye akışları ile giderilmeye çalışılmış ancak yöntem büyük ölçüde işe yaramamıştır. 1960 yılında beş yıllık dönemler itibari ile stratejik planlar hazırlama amacı ile kurulan Devlet Planlama Teşkilatı, 1960-1980 döneminde üç ayrı plan ortaya koymuştur.

1963-1967 dönemlerini kapsayan birinci beş yıllık kalkınma planı ile döviz ve tasarruf yetersizliği ortaya konmuş ve bu dönemde dış borçlanmada ciddi artış yaşanmıştır (Temurci, 2004). Ödemeler bilançosunda açık ortaya çıkan bu dönemde, yurt dışına giden işçilerin gelirleri aracılığıyla sağlanan döviz girişleri ile açık giderilmeye çalışılmıştır.

1968-1972 dönemini kapsayan ikinci beş yıllık kalkınma planı, dış kaynak bağımlılığının azaltılması üzerine odaklanmaktadır. Yeterli sermaye girişinin sağlanamaması ödemeler bilançosunda açık yaratırken, 1970 yılında devalüasyon yapılarak ödemeler bilançosu açığı kapatılmaya çalışılmıştır (Uludağ ve Arıcan, 1999).

1973-1977 yılları arasında üçüncü beş yıllık kalkınma planı ile gümrük indirimlerinin gerçekleştirilmesi ve sanayi gelirlerinin arttırılması hedeflenmektedir. Bu döneme denk gelen petrol krizi ile ödemeler bilançosu açığı giderek artmıştır. Bu süreçte, döviz kuru ve enflasyon artışları ile ulusal paranın aşırı değerlenmesi gerçekleşmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007).

1980 yılında ülke ekonomisinde dışa açık bir politika izlenmesi, ihracatın serbestleşmesi, sermaye girişinin arttırılması ve faizlerin serbest bırakılması

amaçlanmıştır. 24 Ocak Kararları olarak bilinen bu süreçte, ihracata dayalı sanayileşme modeline geçiş yapılmıştır (Taşkın, 2007). Esnek kur sistemini öngören bu kararlar ile dış ticaret açıklarının kapatılmasına çalışılmış, yurt dışı işçi gelirlerinin ülkeye girişi ve ihracat gelirlerinin arttırılması konusunda kararlar etkili olmuştur (Orhan ve Erdoğan, 2005).

1980 sonrası dönemde ihracata dayalı dışa açık politikaların uygulanması ile ihracatta artış yaşanmış, ancak artan ücretler ve bütçe açıklarının borçlanma ile finanse edilmesi uygulamaları ile TL değer kazanmaya başlamıştır. Sermaye akışlarının serbestleşmesi ile büyüme hızı yavaşlamıştır (Taymaz ve Suiçmez, 2005). Aynı dönemlerde Dünya Bankasından sağlanan kredili ithalat ile ödemeler bilançosu dengesi sağlanmaya çalışılmıştır (Karluk, 1995).

1991 yılında yaşanan Körfez Savaşı, GSMH büyüme hızını etkilemiş, turizm gelirlerinin azalması ile ödemeler bilançosu açığında artış gözlenmiştir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007).

5 Nisan 1994 tarihinde alınan ekonomik kararlar, kısa vadede ülke ekonomisinin toparlanması konusunda destek olsa da söz konusu kararlar ekonomik krizin temellerini oluşturmuş ve ekonomik daralma sonucu ile karşı karşıya kalınmıştır. 1990'lı yıllarda kamu finansman politikası olarak iç borçlanmanın seçilmesi faiz oranlarını arttırmış, sermaye serbestliği ile döviz rezervlerindeki artış ulusal paranın sürekli olarak değer artışı yaşamasına neden olmuştur. Aynı süreçte ihracat pahalı hale gelirken ithalat ucuzlamış ve ödemeler bilançosu açıkları bir kez daha artış göstermiştir.

1999 ve 2001 yıllarında bankacılık sektöründe yaşan krizler, ulusal paranın değer kaybetmesi ve ekonomik daralma ödemeler bilançosu açıkları üzerinde etkili olmuştur. Bazı araştırmacılar tarafından ise yaşanan bu krizin nedeni olarak ödemeler bilançosu açıkları gösterilmektedir (Tiryaki, 2002).

2002 yılına kadar bir açık - bir fazla veren ödemeler bilançosu, bu yıldan 2006 yılına kadar fazla veren bir durum seyretmiştir. 2008 küresel kriz döneminde ise dış açığın artmasına yönelik olarak Merkez Bankası para politikaları uygulamaya geçilmiştir (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, 2019).



3. TURİZM PİYASASI

Turizm sektörü genel anlamda hizmet sektörü içerisinde olmakla beraber diğer sektörlerden de girdi almakta (konaklama, ulaşım, yeme-içme vb.) ve nihayetinde çıktı üreten kompleks bir yapı sergilemektedir. Turizm sektörü hem hizmetler sektörü hem de diğer sektörlerle girdi-çıkışı ilişkisi içerisinde. Turizm sektörünün temel hammaddeyi ülkelerin doğal arz kaynaklarından oluşmaktadır (doğal, tarihi, kültürel değerler) ve sektörün hizmet üretmede dışa bağımlılığı düşüktür. Ayrıca sektörün diğer sektörlerle göre otomasyon ve makineleşme oranı düşük olup, emek faktörünün en yoğun olarak kullanıldığı sektörlerden biridir. Turizm sektöründe riskler oldukça yüksektir. Turizm talebindeki sürekli değişim turizm sektörünü dinamik tutar. Turizm sektörü diğer sektörlerle iç içe girdiğinden veri toplama sistemi oluşmamaktadır. Turizm piyasası oligopol özellik taşır. Bunun yanı sıra turizm sektörü ekonomi içerisinde önemli bir bileşen olup, ucuz döviz arzı sağlar ve istihdama katkı verir (Ünlüöner ve Tayfun, 2011: 40-41).

Uzmanlara ve iktisatçılara göre ise turizm görünmez bir ihracat sektörüdür. Doğal, tarihi ve kültürel zenginlikler “ekonomik mal” niteliği kazanmaktadır. Konaklama sektöründeki beş yıldızlı tesisler için oligopol piyasa geçerlidir. Sektör; terör, doğal afetler, politik ve ekonomik istikrarsızlıklardan çok çabuk olumsuz etkilenme özelliği gösterir. Zorunlu olmayan bir gereksinim sıralamasına sahiptir. Turizm arz ve talebi temel ekonomik etkenlerle birlikte psikolojik, politik ve yasal faktörler ile moda gibi unsurlardan önemli ölçüde etkilenir. Turizm harcamaları tam olarak hesaplanamaz, istatistiki veriler anket sonuçlarına dayanan birincil verilerden derlenir ve birçok sektörle ilişkili olduğundan ekonomideki yeri kesin olarak kestirilemez (Bahar ve Kozak, 2012: 54-57).

3.1. Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri

Dünya gayri safi hasılasının %10,4’ü turizm gelirlerinden oluşmaktadır. Küresel istihdamın yüzde 10’nunu turizm sektörü sağlamaktadır. Turizm gelirleri Malta GSYH’nin %14’ünü ve Yunanistan’ın ise GSYH’nin %8’ini oluşturmaktadır. Küçük ülkelerde ve ada ülkelerinde turizmin GSYH içindeki payı yüksektir. Ekonomik faaliyetini çeşitlendirmiş turizm ülkelerinde ise turizm gelirleri yüksek olmasına rağmen ekonomi içindeki ağırlığı görece düşüktür. Turizmin İtalya Ekonomisine

katkısı GSYH'nin %5,5'i, İspanya ekonomisine katkısı ise GSYH'nin % 5,4'ü oranındadır (Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü, 2018).

Türkiye'de turizm sektörü 1982 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Kanunu ile gelişmeye başlamıştır (Çımat ve Bahar, 2003). 1984 yılında 2 milyon 117 bin turist ziyareti gerçekleşirken, 1989 yılında beş yıllık bir süre içinde bu sayı 4 milyon 460 bin ile iki katına yükselmiştir. 1997 yılında ise turist sayısı 9 milyon 6 yüz bin ile 1989 sayısının iki katına çıkmıştır. 2000 yılında ise 10 milyon sayısı aşılmıştır. 2005 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 20 milyon düzeyine aşmış, 2011 yılında ise 30 milyon seviyelerine gelmiştir. 2015 yılında Rusya Federasyonu ile yaşanan siyasi gerilim ve 2016 yılındaki darbe girişimi turizmi olumsuz etkilemiş ve turist sayısı 30 milyonun altına düşmüştür.

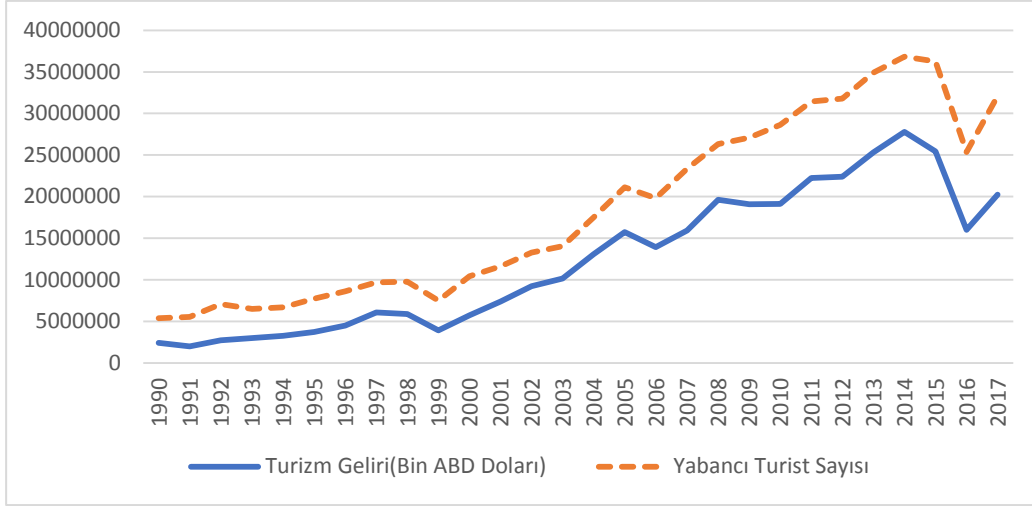
Tablo 3.1'deki verilere göre, 2002 yılında turizm geliri 12 milyar 420 milyon 519 bin dolar iken; 2014 yılında 34 milyar 305 milyon 904 bin dolar olmuştur. 2004 ve 2014 yılları arasındaki dönemde ziyaretçi sayısı iki katına çıkarken, turizm geliri de aynı şekilde iki katına çıkmıştır. Bu doğru orantılı artışın sebebi ortalama geceleme sayılarının görece istikrarlı bir seyir izlemesidir. 2016 yılında gerçekleşen darbe girişimi ve terör eylemleri nedeniyle turizm geliri 22 milyar 170 milyon 440 bin dolara gerilemiştir.

Tablo 3.1. 2001-2019 Yılları Arasında Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Ortalama Geceleme Sayısı

Yıl	Turizm geliri (000 \$)	Ziyaretçi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2001	10 450 728	13 450 127	777	-
2002	12 420 519	15 214 514	816	-
2003	13 854 868	16 302 053	850	11.1
2004	17 076 609	20 262 640	843	10.7
2005	20 322 111	24 124 501	842	10.4
2006	18 593 950	23 148 669	803	12.0
2007	20 942 501	27 214 988	770	11.3
2008	25 415 067	30 979 979	820	11.0
2009	25 064 481	32 006 149	783	11.2
2010	24 930 996	33 027 943	755	10.8
2011	28 115 694	36 151 328	778	11.0
2012	29 007 003	36 463 921	795	10.8
2013	32 308 991	39 226 226	824	10.2
2014	34 305 904	41 415 070	828	10.0
2015	31 464 777	41 617 530	756	10.1
2016	22 170 440	31 365 530	705	11.4
2017	22 283 656	38 620 346	681	10.9
2018	29 512 926	39 566 327	647	9,9
2019	34 520 332	45 058 286	666	9,9

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2021)

2014 yılında kişi başına ortalama harcama 828 dolardan, 2019 yılında döneminde 666 ABD dolarına gerilemiştir. 2014 yılında yakalanan en yüksek ziyaretçi sayısı ve en yüksek gelir seviyesi ancak beş yıl sonra 2019 yılında yakalanmıştır. 2019 yılında 2014 yılında ulaşılan kişi başı harcama miktarına ise henüz ulaşılamamıştır. 2001 yılından 2015 yılına kadar ülkeye giren ziyaretçi sayısı üç kattan fazla artış gösterirken, 2015 yılından sonra ziyaretçi sayısı ve turizm geliri azalmaya başlamıştır. Türk turizminin artış trendini tekrar yakaladığı yıl 2019 olmuştur. Ortama geceleme sayısı 2011 yılından bugüne 11 günün altına düşmüştür. Bu da Türkiye'ye gelen ilave turistlerin daha kısa geceleme sürelerine sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 3.1. Türkiye'nin turizm geliri ve yabancı turist sayısı (1990-2017)

Kaynak: TÜİK (2018) ve Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

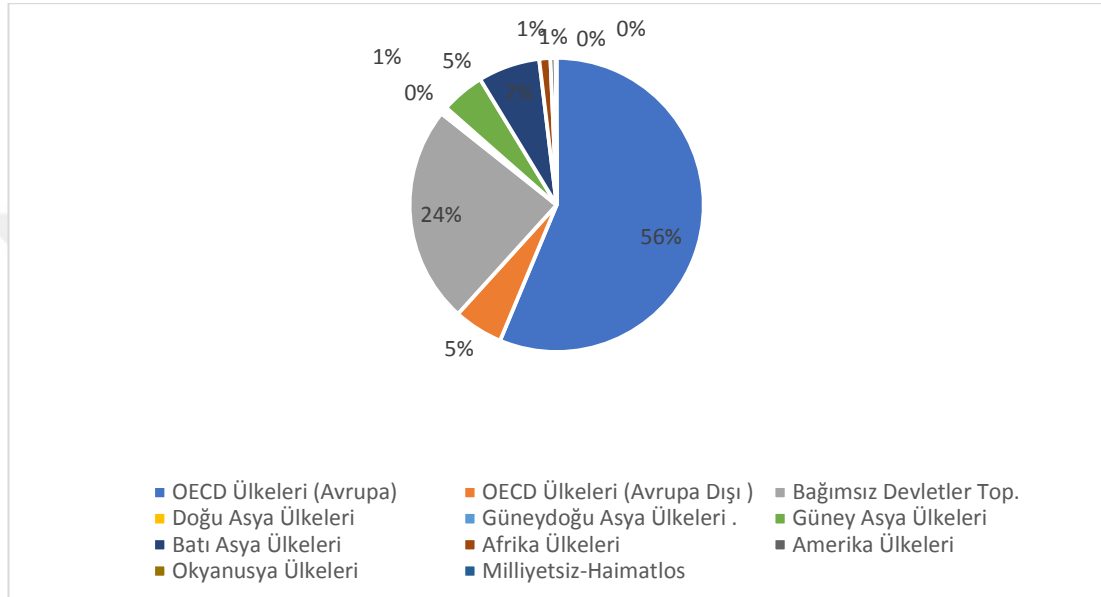
Şekil.3.1.'de son 25 yılda Türkiye'de yabancı turist sayısı ve turizm gelirlerini gösterilmektedir. 1990 yılında yabancı turist sayısı yaklaşık 5 milyon 400 bin iken bu sayı 2000 yılında iki katına çıkarak 10 milyonu aşmıştır. 1999 yılındaki turist sayısındaki azalmanın nedeni Marmara Depremi'dir. 2000 yılı ve 2001 yılı ekonomik krizleri ise turizm talebini olumsuz etkilememiş, aksine ziyaretçi sayısı artmıştır. 2000 yılında başlayan yükseliş eğilimi 2005 yılında turist sayısının tekrar iki katına çıkması ile sonuçlanmıştır. 2003 yılı El Kaide terör saldırılarına rağmen ziyaretçi sayısı artışında bir kesinti olmamıştır. 2006 yılında artış kesintiye uğramış olsa da 2007 yılında 2005 yılı seviyelerini tekrar kazanmıştır. 2006 yılında düşüşün temel nedeni 16 Temmuz 2005 yılında Kuşadası'nda yaşanan terör saldırısıdır. Söz konusu saldırıda aralarında İngiliz ve İrlandalı turistlerin de bulunduğu beş kişi yaşamını yitirmişti.

Yabancı ziyaretçi sayısında 2007 yılında tekrar başlayan yukarıya yönlü trend 2014 yılında doruğa ulaşmıştır. Bu zaman aralığında yabancı turist sayısı 2011 yılında 30 milyon kişiyi geçmiştir. 2014 yılında ise 36 milyon 900 bin sayısına yaklaşmıştır.

Şekil 3.1'de Türkiye'de turizm gelirlerinin ve turist sayısının 1990-2017 yılları arası gelişimi verilmiştir. Şekil 1'de görüleceği üzere, 2000-2014 yılları arasında turizm gelirinde belirgin bir artış vardır. Ancak 2008'in son çeyreğinde başlayan Küresel Ekonomik Resesyon sonucu 2009 yılında ziyaretçi sayısı artmasına rağmen turizm gelirleri azalmıştır. Resesyonun etkisi ile turizm gelirinde 2008-2010 yılları arasında

hemen hemen hiç artış gerçekleşmemiştir. 2015 sonrası terör olayları ve Rusya ile yaşanan siyasi kriz nedeniyle turizm gelirlerinde düşüş meydana gelmiştir.

Şekil 3.1’de gösterildiği üzere Kişi başı turist harcaması 1000 ABD dolarının altında olduğu için mavi renkle ifade edilen turizm gelirleri turist sayısının gösteren turuncu çizginin altında yer almıştır. Kişi başı ortalama harcama her iki çizginin birbirine en yaklaştığı zamanda 2014 yılında en yüksek değerine ulaşmıştır.



Şekil 3.2. Türkiye gelen ziyaretçilerin ülke gruplarına göre dağılımı (2018)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2018)

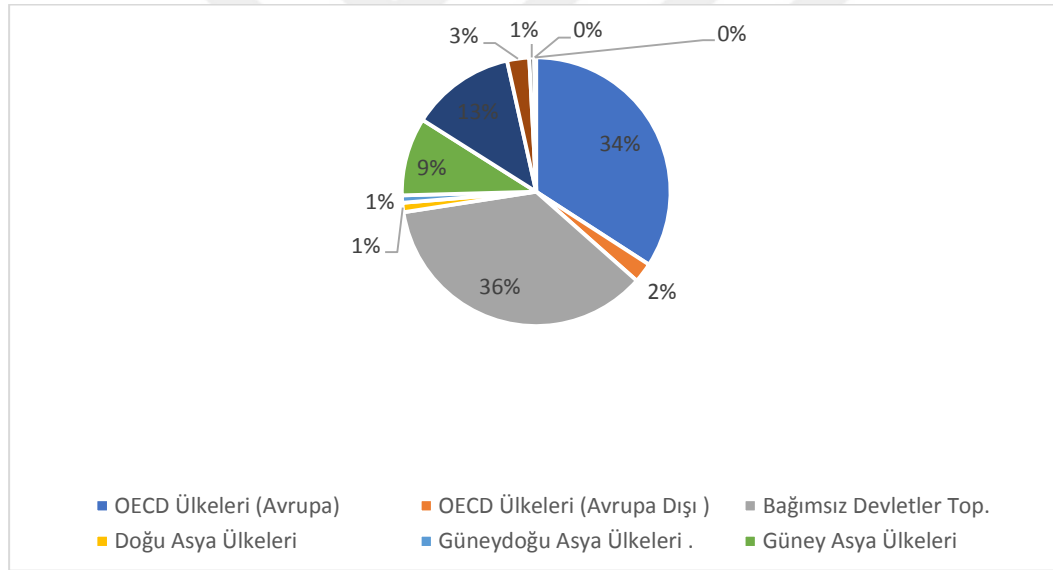
Türkiye'ye en çok turist gönderen ülke grubu çoğunluğu Avrupa Birliği üyesi ülkelerin oluşturduğu OECD Avrupa grubu ülkeleridir. 2018 yılında Türkiye'ye gelen turistlerin yüzde 56'sı Avrupa ülkelerinden gelmiştir. 2018 yılında OECD ülkelerinin ardından Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleri yüzde 24'lük payla gelmiştir. Azerbaycan, Gürcistan, Rusya Federasyonu ve Ukrayna bu ülke grubu içinde Türkiye'ye en çok ziyaretçi yollayan ülkelerdir. 2018 yılında gelen ziyaretçilerin yüzde 85'i ABD dahil OECD ülkelerinden ve Bağımsız Devletler Topluluğu'ndan gelmiştir.

Şekil.3.2 Türkiye'ye yönelik turizm talebinde coğrafi yakınlık ve coğrafi özelliklerin belirleyici olduğuna dair kanıtları sunmaktadır. Coğrafi ve iklimsel farklılıklar Avrupalılar ve BDT için Türkiye'yi tercih edilir bir turizm destinasyonu yapmaktadır.

2017 yılına gelindiğinde Türkiye'ye yönelik ziyaretçi pastası çeşitlenmiştir. 2008 yılından 2017 yılına toplam ziyaretçi sayısı artarken Bağımsız Devletler Topluluğu, Batı Asya'nın ve Güney Asya'nın toplam ziyaretçi sayısı içindeki oranı artmıştır. Son 10 yılda Avrupa Birliği ülkelerinden gelen ziyaretçilerin toplam içindeki ağırlığı azalmış, Bağımsız Devletler Topluluğu en çok turist gönderen ülke grubu olmuştur. Güney Asya grubunun payının artması Tablo.3.2'de görüleceği gibi bu İran'dan gelen ziyaretçi sayısındaki istikrarlı ve yüksek artıştır.

Avrupa'dan gelen turist sayısı hem azalmış hem de oran olarak Bağımsız Devletler Topluluğundan gelen turist sayısının gerisinde kalmıştır.

Son on yıldaki ziyaretçi kompozisyonun milliyetler bazında dağılımı Tablo.3.2'de verilmiştir. 2008 yılında en çok turist gönderen üç ülke sırasıyla Almanya (% 17'lik pay), Rusya Federasyonu (% 11) ve Birleşik Krallık (% 8.29) olarak gözlenmiştir.



Şekil 3.3. Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin ülke gruplarına göre dağılımı (2017)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2018)

2017 yılına gelindiğinde ise Türkiye'ye en fazla ziyaretçi gönderen ülke Rusya Federasyonu (%14,5) olmuş, Almanya (%11,1) ise ikinci sıraya düşmüştür. Üçüncü sıraya yükselen ülke tüm ziyaretçilerin %7,68'ni oluşturan İran'dır. 2008-2017 yılları arasında geçen on yılda üç Batı Avrupa ülkesinin (Almanya, Birleşik Krallık ve Hollanda) Türkiye'ye yönelik ziyaretçi sayısı azalmış ve toplam içindeki payı da düşmüştür. Bu olumsuz gelişmede 2015-2017 yılları arasında gerçekleşen terör olaylarının etkili olduğu söylenebilir. Türkiye'nin sınır komşusu dört ülke en fazla

ziyaretçi gönderen 10 ülke arasında yer almışlardır. Gürcistan, İran, Irak ve Bulgaristan gibi ülkelere gelen ziyaretçilerin tamamını tatil amaçlı turist olarak görmek doğru değilse de, bu ülkelere Türkiye kayda değer bir ziyaretçi akını oluşmuştur. Özellikler Gürcistan ve Irak ülkelerinden gelen ziyaretçilerin iş amaçlı olarak geldiğine dair kanıtlar vardır.

Tablo 3.2. Milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı (2008 ve 2017)

		2008	2008 (% Pay)	2017	2017 (% Pay)
1	Rusya Federasyonu	2863857	10.84	4699557	14.51
2	Almanya	4 396 948	16.64	3 594 136	11.10
3	İran	1029716	3.90	2486770	7.68
4	Gürcistan	824609	3.12	2435022	7.52
5	Bulgaristan	1512243	5.72	1850800	5.72
6	Birleşik Krallık	2 190 254	8.29	1 663 370	5.14
7	Ukrayna	729370	2.76	1284053	3.97
8	Irak	213385	0.81	871271	2.69
9	Hollanda	1 166 101	4.41	807 210	2.49
10	Azerbaycan	467547	1.77	744560	2.30

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2018)

Uluslararası turist gelişlerinde 2017 yılında en çok turist çeken ülke Fransa'dır. Fransa 86,9 milyon turist ile ülke nüfusundan fazla turist konuk etmiştir. Bir Akdeniz ülkesi İspanya 81 milyon turist ile ülke nüfusundan yüksek bir sayıda turist çekmiştir. ABD turist gelişlerinde Fransa ve İspanya'dan sonra üçüncü sonra ikinci sırada yer almıştır. Türkiye turist gelişlerinde 41,4 milyon turist ile Dünya'da altıncı sırada yer almıştır. Dünya'da en çok turist çeken ilk altı ülkenin dördü Akdeniz ülkesidir. Fransa'nın farklı çekim etkenleri olduğu için İtalya ve İspanya'nın ulaşmış olduğu turist sayıları Türkiye için bir uzun vade hedefi olabilir (Tablo 3.3).

Tablo 3.3. Ülkelere göre turist gelişleri (2017)

Sıra	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Turist Sayısı
1	Fransa	Avrupa	86,9 milyon
2	İspanya	Avrupa	81,8 milyon
3	ABD	Kuzey Amerika	75,9 milyon
4	Çin Halk Cumhuriyeti	Asya	60,7 milyon

Tablo 3.3 (Devam). Ülkelere göre turist gelişleri (2017)

5	İtalya	Avrupa	58,3 milyon
6	Meksika	Kuzey Amerika	39,3 milyon
7	Birleşik Krallık	Avrupa	37,7 milyon
8	Türkiye	Avrupa	37,6 milyon
9	Almanya	Avrupa	37,5 milyon
10	Tayland	Asya & Pasifik	35,4 milyon

Kaynak: BM Dünya Turizm Örgütü (2018)

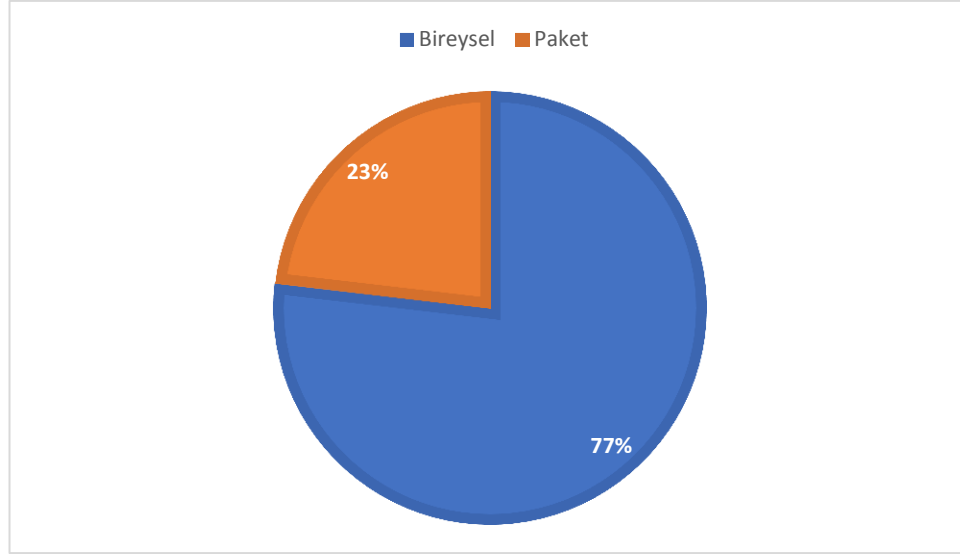
2017 yılı itibariyle turizmden en çok gelir elde eden ilk 10 ülke sıralandığında ABD'nin en çok turizm geliri elde eden ülke olduğu gözlemine ulaşırız (Tablo.3.4). ABD 210,7 milyar ABD doları turizm geliri elde etmiştir. Ziyaretçi sayısı sıralamasında üçüncü olan İspanya 68 milyar ABD doları turizm geliri ile en fazla gelir elde eden ikinci ülke olmuştur. Fransa turizm gelirlerinde üçüncü sıradadır. Dünya turist gelişlerinde birinci sırada olan Fransa ise toplam turizm gelirinde üçüncü sıradadır. İtalya 58,3 milyon turist ile 44,2 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir. Turist sayısında sekizinci sırada olan Türkiye turizm gelirlerinde Dünya'da ilk on ülke arasında yer alamamıştır.

Tablo 3.4. Ülkelere göre turizm hasılatı (2017)

Sıra	Ülke	Dünya Turizm Örgütü Bölgesi	Uluslararası Turizm Gelirleri (\$)
1	ABD	Kuzey Amerika	210,7 milyar
2	İspanya	Avrupa	68 milyar
3	Fransa	Avrupa	60,7 milyar
4	Tayland	Asya -Pasifik	57,5 milyar
5	Birleşik Krallık	Avrupa	51,2 milyar
6	İtalya	Avrupa	44,2 milyar
7	Avustralya	Asya-Pasifik	41,7 milyar
8	Almanya	Avrupa	39,8 milyar
9	Macao	Asya	35,6 milyar
10	Japonya	Asya	34,1 milyar

Kaynak: BM Dünya Turizm Örgütü (2018)

Turistlerin harcamalarına göre, turizm geliri içindeki oranları 2002 ve 2014 yılları için ayrı ayrı Şekil.3.4 ve Şekil.3.5' de gösterilmektedir.

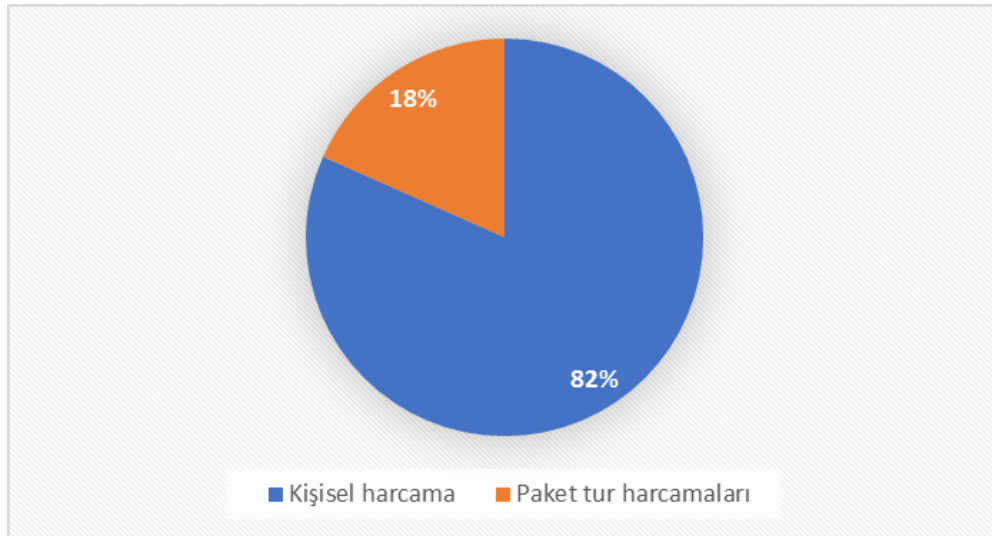


Şekil 3.4. Turistlerin harcamalarına göre turizm geliri içindeki oranı (2008)

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019)

Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin harcama alışkanlıkları şekil.3.4 ve şekil.3.5’de gösterilmiştir. Şekil 3.4’ten de görüldüğü üzere, 2017 yılındaki toplam turizm gelirin % 23’ü i paket tur harcamalarından, % 77 payı ise kişisel harcamalardan oluşturmaktadır.

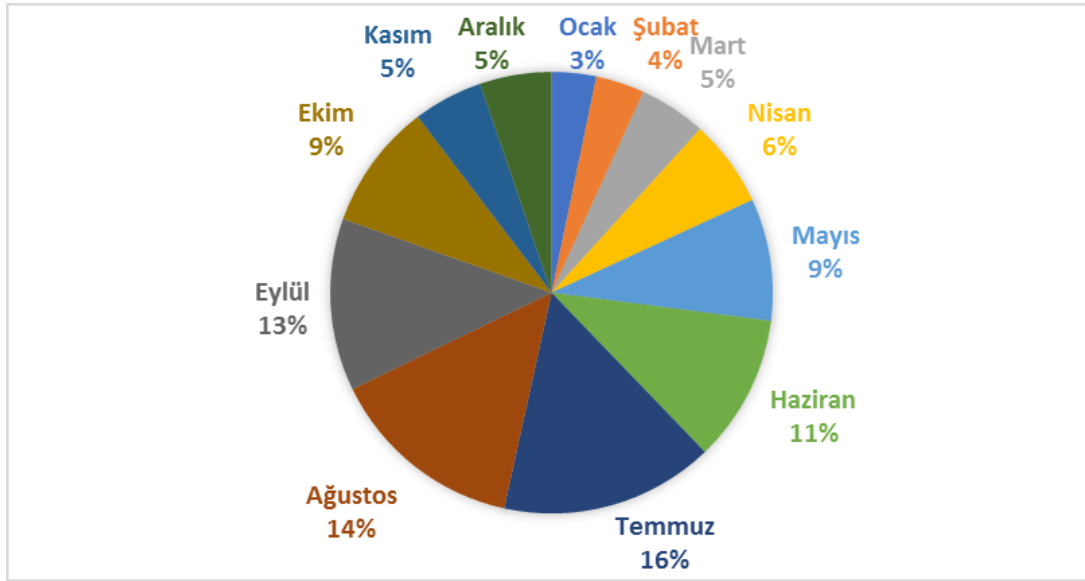
Şekil 3.4’de, toplam gelirin %77’lik oranı kişisel harcamalardan, %23 oranındaki kısmı ise paket tur harcamalarından kaynaklanmaktadır. 2008’den 2017 yılına kişisel turizm harcamalarından elde edilen gelirin payı artarken, paket tur payı azalmıştır.



Şekil 3.5. Yabancı turistlerin harcamalarına göre turizm gelirlerine katkısı (2017)

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2019)

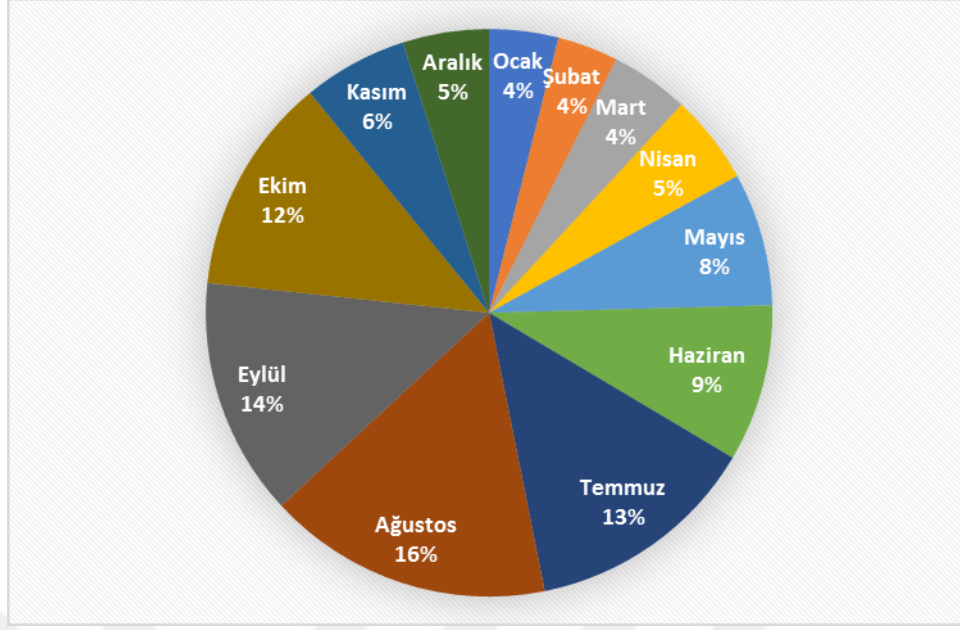
Ülkemizde en fazla ziyaret edilen ayın Ağustos ayı (%16) olduğu ve Ağustos ayını sırasıyla Eylül ayı (%13), Temmuz ayı (%12), Haziran ayı (%11) ve Ekim ayı (%10) izlediği görülmektedir (Şekil 3.6). Haziran, Temmuz ve Ağustos ayında gelen turistler bütün turistlerin % 40'nı oluşturmaktadır. Üç aylık dönemler incelendiğinde ise turistlerin % 41'i üçüncü çeyrekte (Temmuz-Ağustos-Eylül) aylarında gelmektedir. Eylül ayında turist gelişinin mevsimsel normale göre yoğun olması yabancıların Türkiye'ye yönelik turizm talebinde fiyat esnekliğinin önemli bir rol oynadığına yönelik bir işaret olarak yorumlanabilir.



Şekil 3.6. Ziyaretçilerin aylara göre dağılımı (2017)

Kaynak: TÜRSAB (2019)

Turizm gelirinde en büyük pay % 14 ile Ağustos ayında gelen turistlerindir (Şekil.3.7). Eylül ve Ekim aylarının oranları %13 ve % 9, Haziran ve Temmuz aylarının oranları ise %11' ve % 16'dır. Turist sayısına orantılı olarak turizm gelirinin en düşük olduğu aylar ise Ocak ve Şubat aylarıdır (Şekil 3.6). Türkiye'ye en çok turist yılın üçüncü çeyreğinde gelmektedir. Turizm sektörünün ödemeler dengesine en yüksek katkısı yılın üçüncü çeyreğinde gerçekleşmektedir.

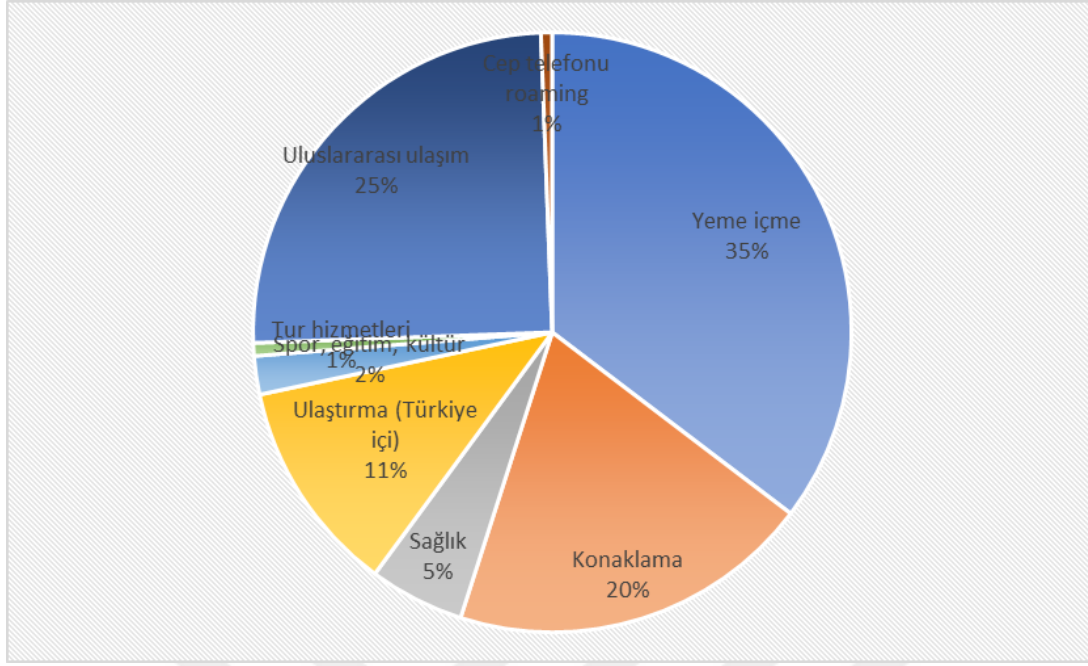


Şekil 3.7. Aylara göre turizm geliri (2017)

Kaynak: TÜİK (2019)

Şekil.3.6 ve Şekil.3.7 göstergelerine göre Türkiye’ye gelen turistler deniz, güneş gibi coğrafi avantajlar için Türkiye’yi tercih etmektedirler. Türkiye’nin toplam turizm gelirlerinin yaklaşık yarısı Haziran-Eylül arası dört aylık dönemde kazanılmaktadır. Toplam gelirlerin %13’ü birinci çeyrek, %26’sı ikinci çeyrek, %37’si üçüncü çeyrek ve % 23’ü dördüncü çeyrek milli gelir rakamlarına katkı yapmaktadır. Turist sayısının ve turizm gelirlerinin aylara göre farklılığı turizm serilerinin mevsimsellik özelliği taşıdığını göstermektedir. Zaman serisi analizlerinde bu mevsimsellik dikkate alınması gereken bir özelliktir.

Türkiye’ ye gelen turistlerin toplam harcamalarının türleri ve oranları 2017 yılı için aşağıdaki şekil 3.8’de gösterilmektedir. Şekil 3.8’e göre turist harcamalarında en büyük orana sahip %.21.58 oranıyla “diğer mal ve hizmetler” dir. Payı büyük olan diğer harcama türleri ise %19,67 “yeme içme”, %13,81 “yerli uluslararası ulaşırma” ve %12.67 oranı ile “konaklama” yer almaktadır. 2002 yılından bu yana bu oranlardaki değişim büyük ölçüde “yerli uluslararası ulaşırma” da gerçekleşmiştir. Diğer türlerde artış azalış görülürken 2002-2014 yılları arasında “yerli uluslararası ulaşırma” sürekli bir artış göstermiştir. Bunun nedeni ise gelişen havayolu ulaşırmasıdır (Özgecil, 2016:8). Havayolu ulaşırması turizmde büyük önem taşımaktadır. Özellikle ülkeye yabancı turist çekme açısından avantaj sağlamaktadır.



Şekil 3.8. Ziyaretçilerin yaptığı harcamaların türlerine göre dağılımı (2017)

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018)

Turizm sektöründe emek sermaye ikamesi düşük olduğu için teknolojik ilerlemeler bu sektördeki iş gücünü kayda değer ölçüde etkilemez. Turizm yeni istihdam olanakları yaratmada sanayi sektörüne göre daha yüksek potansiyele sahiptir. Türkiye’deki turizm sektörüne yapılacak yatırımlar sayesinde istihdam artışı sağlanarak, işsizlik probleminin çözümüne ciddi katkı sağlanabilecektir. Tablo.3.5’de turizmin istihdam üzerindeki etkisi bir örnekle gösterilmiştir. Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) tarafından açıklanan 2013 yılı Nisan ayı verilerine göre; turizmle ilgili beş ana faaliyet kolunda, sigortalı olarak çalışanların sayısı % 30 dolayında artmıştır. 2012 yılında 715 bin olan çalışan sayısı, 2013 yılında 838 bine yükselmiştir. 2016 yılı değerlerine göre; turizm istihdamının ülke istihdamındaki payı %6,2’den % 6,7’ye çıkmıştır. 2012 yılında en fazla sigortalının yer aldığı yiyecek içecek hizmetlerinde 394 bin olan çalışan sayısı, 2016’da % 50 artışla 600 bin dolayına yükselmiştir. 222 bin olan konaklama sektörü çalışanları sayısı da %4 ‘lük bir düşüş gözlenmiştir. Geçmişe göre daha fazla şirketin kapsama alındığı havayolu taşımacılığında çalışanların sayısı da buna paralel olarak 6 bin 723’ten, 26 bin 395 dolayına yükselmiştir.

Tablo 3.5. Turizm istihdamı (2012 Nisan-2016 Kasım)

	2012	2016	Değişim
Yiyecek İçecek Hizmetleri	394 806	607917	53,98
Konaklama	222 809	213709	-4,08
Spor, Eğl., Dinl., Faaliyetleri	45 092	44428	-1,47
Seyahat Ac.Tur Op.Hizmetleri	46 210	43643	-5,56
Havayolu	6 723	26306	291,28
Turizm Toplamı	715 640	935813	30,77
Türkiye Toplam	11 521 869	13 999 398	21,50
Ülke Payı, %	6.2	6.7	0,5

Kaynak: Sosyal Güvenlik Kurumu (2013) ve TEPAV (2017)

Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği (AKTOB) Araştırma Geliştirme (AR-GE) Birimi'nin Kasım 2014 verilerinden derlediği bilgilere göre, ülke sigortalı istihdamındaki artışın %15'i turizmle ilişkili sektörlerden elde edilmiştir. Kasım 2014 verilerine göre ülke genelindeki sigortalı sayısı 679 bin artışla 13,2 milyona, turizm sahalarındaki sigortalı sayısı da 101 bin artarak 917 bine yükseldiği görülmüştür. Böylece sağlanan istihdam artışının %14,9'u turizmden elde edilmiştir. Dolayısıyla, turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki olumlu etkileri, bu sektörün ekonomik yönünü daha da ön plana çıkarmaktadır.

Tablo 3.6. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payı

Yıl	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)	YIL	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
2000	37.38	2010	46.09
2001	133.63	2011	34.13
2002	98.19	2012	43.75
2003	73.81	2013	32.35
2004	58.95	2014	40.59
2005	55.72	2015	49.73
2006	42.83	2016	39.48
2007	43.34	2017	34.25
2008	44.30	2018	54,67
2009	82.52	2019	111,97

Kaynak: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2021)

Turizm gelirlerinin en önemli özelliklerinden biri, dış ticaret dengesi açıklarının kapatılmasında önemli bir rol oynamasıdır. Tablo.3.6 turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payını yıllar itibarıyla vermektedir.

Tablo 3.6’da, mal ve hizmet dış ticaret dengesinin sürekli eksi olduğu, başka bir ifade ile açık verdiği ve turizm gelirin ise tam tersi olarak sürekli bir artış eğiliminde olduğu Türkiye ekonomisinin 2000 yılındaki turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payı %37,07 iken; 2010 yılında bu oran % 46’ya yükselmiş ve 2018 yılında % 54,67 olmuştur. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı ortalama %40 civarındadır. Döviz kurunun yükseldiği zamanlarda turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapama oranı da yükselmektedir.

Tablo 3.7. 2010-2019 Yılları arası makro ekonomik turizm verileri

Yıllar	Turizm gelirinin GSMH içindeki payı (%)	Turizm gelirinin ihracata oranı (%)
2010	3.4	18.3
2011	3.6	20.8
2012	3.7	19.2
2013	3.9	21.3
2014	4.7	21.8
2015	6,2	21.9
2016	2,6	15.5
2017	3,1	16.7
2018	3,8	17,6
2019	4,6	19,0

Kaynak: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2020)

Turizm sektörünün yarattığı toplam istihdamın 2010 yılından beri yaklaşık iki katına yükseldiği gözlemlenmektedir. 2010 yılında Türkiye’de 1 milyon 177 bin kişi istihdam ederken 2019 yılına kadar turizm sektöründe yaklaşık 900 bin kişilik ek istihdam sağlanmıştır. Turizm gelirinin GSMH içindeki payı 2010 yılında %3,4 iken; 2019 yılında %4,6 olmuştur. Türkiye’nin 2016 yılında yaşadığı istikrarsızlıklar turizmi olumsuz etkilemiştir ve bu pay %2,6 oranına düşmüştür. Turizm gelirinin ihracata oranı da 2017 yılında %16,9 olarak tahmin edilmektedir. Dolayısıyla hem turizm gelirinin GSMH içindeki payı ve hem turizm gelirinin ihracata oranı her yıl artmaktadır (Tablo 3.7).

Turizm sektörü, ekonomide diğer sektörlerin ürettiği mal ve hizmetlerin talep edicisidir. Bu talebe bağlı olarak o sektörlerin gelişmesine de katkı sağlamaktadır. 2014 yılı AKTOB Turizm istatistiklerine göre balıkçılık ana sektörü, ara malı olarak sattığı ürünlerin %51’ini turizme sunmaktadır. Gıda ve içecek sektörünün ara malı

arzının %20'sini turizm sektörüne yöneltmektedir. Mobilya imalatı sektörü de ara mallarının %14'ünü turizme satmaktadır (AKTOB Turizm İstatistikleri, 2014).

Turizm sektörünün tarım ana sektörü ile ilişkisi vardır. Turizm ve tarım sektörleri, birbirini en iyi tamamlayan sektörlerin başında gelmektedir. Turizm meyve, sebze, et vb. gibi temel yiyecek ve içeceklerin tüketildiği bir hizmet sektörüdür. Ayrıca turizmin gelişmesiyle birlikte turistik bölgedeki çiftlik evlerinin konaklamaya açılması, aile pansiyonculuğunun gelişmesi, kır-tatil evlerinin kiralanması sonucu, bölge halkının turizm gelirlerinden pay alması da sağlanmaktadır (Çıkın vd., 2009).

Turizm faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde, turizm talebine bağlı olarak hem alt yapı yol, kanalizasyon, park gibi altyapı hizmetleri gelişir olur hem de inşaat sektörü gelişmesine bağlı olarak imar da gelişmektedir.

3.2. Turizm Sektörü ve Ekonomik Kalkınma

Ekonomik büyüme bir ülkenin kişi başına düşen reel GSYH'nın artması olarak tanımlanır. Ekonomik kalkınma veya ekonomik gelişme ise sağlık, eğitim, altyapı gibi bileşenlerin gelişmesini ifade eder. Sosyal bileşenleri de içeren ekonomik kalkınmanın ölçülmesi ekonomik büyümeye göre daha zordur. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) ülkelerin insani gelişmişlik endekslerini yıllık olarak yayımlamaktadır.

Bir ülkeye turist ziyaretlerinin artması ve bu ülkede harcamalar yapılması turizm odaklı büyüme hipotezine göre ulusal geliri artırır. Bu gelir artışı sonucu kamunun sağlık ve eğitim yatırımlarının bir bölümü bu sektöre yönelir. Bu yatırımlar ülkenin gelişmişliğine katkıda bulunur. Turist çeken bölgeye ulaşım için yapılacak havalimanları, yollar ve işgücünün eğitimi için gereken eğitim kurumlarının yapılması hem bölgesel hem de ulusal ölçekte gelişmeye katkıda bulunur.

Holden'nin belirttiğine göre (2005) günümüzde üçüncü dünya ifadesi geçerliliğini yitirmiş (birinci dünya, gelişmiş; ikinci dünya, Sovyetler ve üçüncü dünya; Afrika, Asya, Latin Amerika ülkeleri için kullanılmakta idi) az gelişmiş ülke (AGÜ) ve gelişmekte olan ülke (GÜ)'ler tanımı kullanılmaktadır. Kalkınma kuramları (modernleşme, bağımlılık, iktisadi neoliberalizm ve alternatif kalkınma kuramları) kalkınma stratejilerinin temelini oluşturur (Sharpley, 1999: 230-241). Günümüzde

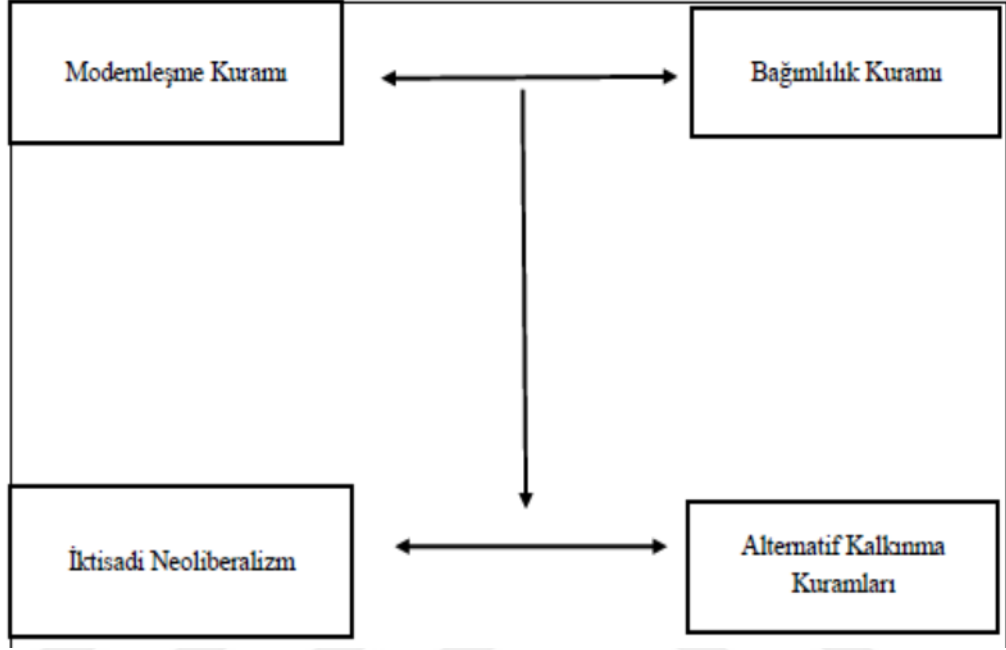
lkeler gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler olarak ikiye ayrılır. Gelişmiş lkeler ekonomik kalkınma boyutuyla başarılı ülkelerdir.

Modernleşme kuramına göre turizm; istihdam ve gelir oluşturarak turizm merkezleri sayesinde ekonomik faydaların G'ler den AG'lere doğru yayılacağını savunur. Turizm; tarım toplumundan hizmet sektörünün önem kazandığı modern topluma geçişte katalizör rol oynayacaktır. Harrison (1992) turizm; batılı ülkelerden sermaye, teknoloji, uzmanlık ve batılı değerlerin transfer edilmesine neden olan modernleşme şeklidir der.

Bağımlılık kuramına göre dünya, merkez ve evre ülkeleri olarak sınıflandırılır. Merkezde gelişmiş ülkeler, yarı-çevrede gelişmekte olan ülkeler ve çevrede ise Az Gelişmiş lkeler (AG) (Gelişmiş ülkelerin eski kolonileri) yer alır. Smr bu kez uluslararası firmalar eli ile olur. Kimi araştırmacılar rneğin Britton (1982) turizmin gelişim ve büyüme ilişkisini bu kurama göre açıklar. Turizm Gelişmiş lke ve AG arasında ekonomik bütünleşmeyi sağlarken, bir taraftan da AG'nn sahip olduğu kaynaklar batı tarafından sömürülmektedir. En tepede G'ye ait tur operatörleri, ortada birlikte çalışan uluslararası firmaların şubeleri ve ulusal şirketler, en altta ise orta düzeydeki firmalara bağımlı ve çekim ülkesinde faaliyet sürdüren küçük ölçekli yerli firmalar bulunur. Turizm harcamalarının büyük kısmı merkez ülkelere, önemli bir bölümü de evre ülkede yer alan ticari merkezlerdeki yerli şirketlere, çok az bir bölümü de tabandaki küçük şirketler arasında dağılmaktadır. Britton gibi Turner ve Ash'ın (1975) alışmasında da turizmin G'ler ve AG arasında eşitsizliği artıracaağı savunulmuştur. Çalışmaya göre turizm merkezlerine "sefa çevresi", rneğin Akdeniz anağı, Batı Avrupa'nın turizm bölgesi konumundadır. İktisadi neoliberalizm (serbest piyasa ve özelleştirmeyi savunur, temsilcileri IMF ve Dünya Bankası). Bu kuruluşlar AG de yapısal dönüşümü gerçekleştirmek için projelere kredi ile destek vermişlerdir. Bu kredilerden turizm sektörü de faydalanmıştır. AG dış ticarete mukayeseli üstünlük sağlayacak sektörlere yatırım yapmaları tavsiye edilmiştir ve turizmin gelişmesi teşvik edilmiştir. Türkiye'de Antalya bölgesinin turizm merkezi olması projesi Dünya Bankası'ndan verilen kredi ile desteklenmiştir (Roney, 2011: 66). Krediler merkez ülkelerine bağımlılığı artırmıştır.

şekil 3.9'da kalkınma kuramlarının tarihsel gelişimi gösterilmiştir. Alternatif kalkınma kuramı her toplumun kendi dinamiklerine göre gelişmesini savunur,

başkaları tarafından dikte edilen (üstten aşağıya değil aşağıdan üste doğru karar alma süreci) kararların başarısız olacağını söyler. Kitle turizminin çevreye verdiği zararları minimize etmek için alternatif turizm ve sürdürülebilir turizm kavramları önem kazanmıştır.



Şekil 3.9. Kalkınma Kuramları

Kaynak: Holden (2005: 109)

Kişi başına gelirin düşük olması, verimsiz kullanılan ve dengesiz dağılan sermaye, yüksek faiz, sermaye birikimi, tasarruf imkânı ve kredi politikalarının sınırlı olması, tarım ve hizmetlerde gizli işsizlik, aktif nüfusun özellikle tarımda istihdamı, kapasite kullanımı oranlarının düşük olması, yetersiz enerji tüketimi, yetersiz sanayileşme, yetersiz altyapı, hizmetler kesiminde dengesiz büyüme, dışa bağımlılık, sürekli olan cari açık, iç piyasaların darlığı sebebiyle ortaya çıkan pazarlama problemleri, kişi başına düşük ticaret payı; ekonomik bakımdan bu ülkelerin ortak özellikleridir (Özgüven, 1988: 181-189).

Sosyal Bakımdan Değerlendirilmesi: Kişi başına gelirin düşük olması, yetersiz sağlık hizmetleri, yetersiz ve dengesiz beslenme, düşük eğitim seviyesi, zayıf bir orta sınıf, nüfus artış ve çocuk ölüm oranının yüksek olması ve konut problemi gibi ortak problemler mevcuttur.

Teknik Bakımdan Değerlendirilmesi: Yeni üretim tekniklerinin uygulanmasında gerekli teknik araç ve girdilerin pahalı olması nedeniyle, eski üretim yöntemlerinin uygulanması, birim alandan elde edilen verimin düşük olması, teknik eğitimin yetersiz olması, formasyon yetersizliği, tarımda teknolojik gelişmelerin düşük seviyede olması, tarımın küçük aile işletmeciliği şeklinde yürütülüyor olması ve büyük toprak ünitelerinin az olması teknik bakımdan ortak özellikler arasındadır.

Eğitim ve Kültür Bakımından: Kapalı bir kültür yapısına sahip olmak, okuma yazma oranının fazla olmaması bahsi geçen ülkelerin ortak problemlerini yansıtmaktadır.

Ekonomik kalkınma; bir yapıdan diğerine geçiştir. Bununla birlikte, böyle bir geçiş gelişimin işareti, bir uyarı faktörü olabilir. Kalkınma için yatırımın artırılmasının yanı sıra teknolojik gelişme, verimlilik artışı, eğitim seviyesi, düşünce, zihin, sosyo-ekonomik yapılar da değiştirilmelidir. Çünkü bir ülkenin ihtiyaçlarını karşılama yeteneği, üretim tarzlarına ve sosyal kurumlarına bağlıdır (Özgüven, 1988: 99). Tanımdan da anlaşılacağı üzere ekonomik kalkınma, ekonomik ve sosyal yapının değişmesiyle mümkün olabilmektedir.

Ülkeler ekonomik kalkınma için belli stratejiler izler. Tribe (2011) çalışmasında ithal ikameci kalkınma stratejisi, ihracata dönük kalkınma stratejisi, nüfus planlaması, altyapı yatırımları ve eğitim-öğretim odaklı kalkınma stratejilerinden bahsedilmiştir. Yurtdışından ithal edilen mal ve hizmetlerin ülke içinde üretilmesini önceleyen kalkınma stratejisi ithal ikameci kalkınma stratejisidir (Tribe, 2011: 319). Türkiye’de 1960 ve 1980 yılları arasındaki yirmi yıllık dönemde izlenen strateji ithal ikameci kalkınma stratejisidir.

İhracata dönük kalkınma stratejisi ülkenin belli mal ve hizmetlerin üretiminde uzmanlaşması ve dünyada pazar payı kazanıp ihracat yapmasına dayalı bir modeldir (Tribe, 2011: 319). Bu kalkınma stratejisi çerçevesinde sadece hammadde ve doğal kaynak ihracatı değil, mamul mal ihracatına yönelik teşvikler ve programlar uygulanır. Bunun sonucunda altyapı ve beşerî sermaye oluşumuna yönelik eğitim yatırımları da artar ve ülke ekonomik gelişme gösterir. Türkiye 1980 yılından sonra dışa açık, ihracata dönük bir kalkınma stratejisi benimsemiştir.

İhracata dönük kalkınma modelinin başarılı örnekleri yeni sanayileşmiş dört Asya ülkesi olan Hong Kong, Güney Kore, Singapur ve Tayvan ekonomileridir (Tribe, 2011: 324). Turizm ve serbest zaman faaliyetlerine dayanan ekonomik faaliyetler de

ihracata dönük kalkınma stratejisinin bir parçasıdır, farklı olarak mallar gümrüklerden geçmez, ziyaret edilen yerde tüketilir. Turizm de ihracata benzer şekilde döviz kazandırır ve yatırımların finansmanı için düşük maliyetli finansman sağlar.

Candela ve Figini (2010) çalışmasında turizmin ekonomik kalkınmayı etkileme aşamalarını açıklamıştır. Turistler bir bölgeye yıllar itibariyle düzenli olarak gelirse turist tüketim harcamaları imalat sanayisini ve altyapı yatırımlarını etkiler. Bu yatırımlar bir çarpan etkisiyle ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimine önemli ölçüde katkıda bulunur.

Günümüzde birçok konu, toplum hayatında arz ettiği önem dikkate alınarak tanımlanır ve iktisadi ve sosyal problemlerin çözümüne ne derecede katkıda bulunacağı ölçülmeye çalışılır. Turizm de bu bakımdan iktisadi kalkınma amacı içinde bulunan ülkeler için çok önemlidir.

İktisadi kalkınmanın finansmanı, gelişmekte olan ülkelerde büyük oranda döviz faktörüne bağlıdır ve bu nedenledir ki döviz kazandırıcı faaliyetlere öncelik verilmektedir. Gelişmekte olan ülkeler, geleneksel tarım ekonomisinden sanayi ekonomisine geçişi gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu geçiş için büyük oranda dövize ihtiyaç duyulduğundan, ihracat ve dış borçlanma yoluyla karşılanacak dövize ek olarak döviz kazandırıcı faaliyetlerin teşvik edilmesi zorunluluk haline gelmiştir. Sonuç olarak, sanayileşmenin finansmanı için gerekli döviz olarak ifade edilen bu ihtiyaç sebebiyle, turizm sektörü alternatif bir duruma gelmiştir (Şahin, 1990: 33).

Döviz kazandırıcı bir faaliyet olarak turizmin, diğer döviz kazandırıcı faaliyetler ile mukayesesinden ve sahip olduğu avantajlardan şu sonuçlar çıkarılabilir:

- Gelişmekte olan ülkelerde ihracatlar büyük oranda hammaddelelerden oluşmakta ve bu ülkelerin ihraç fiyatları üzerinde etkili bir söz hakkı bulunmamaktadır. Fakat bu ülkeler, turistik ürünlerin fiyatları üzerinde belirleyici bir kontrole sahiptir.
- Gelişmekte olan ülkelerde üretimin sınırlı miktarda olması, mal ihracatı miktarlarını da sınırlamaktadır. Turizm ile sağlanan ek ihracat, ihracatın çeşitlilik kazanmasını sağlayarak döviz arzını artırıcı yönde etki etmektedir.

- Turizm, ithalat için gerekli olan dövizin sağlanması ve dış ödemeler bilançosunun dış ticaret açıklarını giderme konusunda olumlu etkiler meydana getirmektedir.
- Turizm yoluyla sağlanan döviz diğer ihraç ürünlerine göre daha az maliyet gerektirir.

Turizm, belirtilen bu avantajlarının yanında özellikle dış turizm açısından birtakım maliyetleri de beraberinde getirmektedir. Turizmin ekonomik etkileri o yörenin birtakım özelliklerine de bağlıdır ve bu özellikler şu şekilde ifade edilebilir:

- Ekonomik gelişme düzeyi ve turistik alt ve üst yapı imkânları,
- Ekonomik yapının tarım ve sanayi hizmetler sektörüne bağımlılığı,
- Turistik çekiciliğe sahip imkânların, turistleri çekebilme gücü,
- Turistik tüketim harcamaları ile ilgili bilgiler,
- Turistik harcamaların dağılımı ve meydana getirdiği harcama sayısı,
- Turizm mevsiminde, arzın turizm talebini karşılayabilme imkânı.

Turizmin sebep olacağı ekonomik etkiler ise şu şekilde belirtilebilir:

- Döviz kazandırma yoluyla ödemeler bilançosu üzerinde olumlu etkileri,
- Gelir artışı sağlama etkisi,
- İstihdam imkânı sağlama ve mevcut istihdamı artırıcı etkisi,
- Genel ekonomik yapıda meydana gelen değişme ve gelişme üzerine yaptığı olumlu etkiler,
- Devlet gelirlerinin artması üzerine yaptığı etkiler,
- Turistik mal ve hizmet üretiminin geliştirilmesi yoluyla, bir takım ticari faaliyetlerin uyarılması ve teşvik edilmesi üzerine etkiler.

Turizm, ekonomik etkileri sağlamanın yanı sıra bir takım ekonomik maliyetleri de beraberinde getirir:

- Turizm sektörüne aşırı bağımlılığın meydana gelmesi,
- Arazi spekülasyonunun oluşması,
- Enflasyonun artış göstermesi,
- Turizmin gerektireceği ithalatın artması,
- Üretimin mevsimlik olması sebebiyle yatırımların geriye dönüşünün uzaması,
- Diğer maliyetler.

Turizmin beraberinde getirdiği ekonomik etkiler ve maliyetler birlikte değerlendirildiğinde, iktisadi kalkınmada özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizm sektöründen pek çok fayda sağlayabilecekleri görülmektedir. Öyle ki, gelişmekte olan ülkeler, fazla zorluk çekmeden, ülkedeki durum ile bile turizmin sağlayacağı gelir etkisinden kendilerine fayda sağlayabilirler. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, sağlanacak yararlar ile katlanılacak maliyetlerin kıyaslanması ve ona göre bir yol izlenmesidir.

Turizm arz ve talebindeki çeşitli faktörlerin etkileşimi ile oluşan değişiklikler turizmin bir dizi ekonomik, sosyal ve psikolojik etkilerini oluşturmaktadır. Bu kapsamda ödemeler dengesi, milli gelir, istihdam katkıları ve finansal etkiler gibi çok yönlü etkiler oluşmaktadır.

3.3. İstihdam ve Turizm

Birinci bölümde belirtildiği gibi turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ekonomiye en önemli katkıyı istihdam alanında oluşturmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde otomasyonun emek faktörünün yerini alması istihdam anlamında bir kayba vesile olmaktadır. Bu anlamda turizm sektörü gelişmekte olan ülkeler için özellikle istihdam anlamında çok büyük önem arz etmektedir.

İstihdam terimi, biri iktisadi yazında dar, diğeri geniş anlamda iki anlamda kullanılır. Geniş anlamda, istihdam terimi, bir ekonomideki tüm üretim faktörlerinin kullanımını ifade eder. Bir ekonominin tüm üretim faktörleri varsa, bu ekonomi maksimum üretim seviyesine ulaşmıştır. Bu kavram aynı zamanda tam istihdam edilen milli gelir düzeyi olarak ifade edilmektedir. İstihdam kavramını dar anlamda inceleyecek olursak; bir veya daha fazla üretim faktörü tam olarak kullanılmazsa, eksik istihdam gelirleri de söz konusudur. Dar anlamda istihdam söz konusu olduğunda yalnızca emek ve üretime katılım akla gelmektedir (Erdoğan, 1996: 227).

Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör oluşu doğası gereği bireysel hizmetlere dayanmasından kaynaklanmaktadır. Turizm sektörünün işgücü istihdam kapasitesinin yüksek olması, iktisadi kalkınmanın ve istihdamın artırılması açısından gelişmekte olan ülkeler için oldukça önemlidir.

Turizm sektörünün ekonomi içerisinde parasal etkilerinin yanı sıra yarattığı en önemli etki işgücü yaratma etkisidir. ABD için yapılan bir hesaplama göre, günde 100 ek geceleme gezisi, bir gecelik konaklama, yılda 47 yeni iş, 6 yeni tesis, 45 çocuğun okuması için yeterli vergi geliri ve iş hacminde milyonlarca dolar getirmiştir (Özgüç, 1998: 187).

Gelişmiş ülkeler de istihdam artırıcı politikalar bakımından turizm sektörüne önem verirken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler turizm sektöründen en yüksek oranda yararlanma yoluna gitmelidir. Turizm sektörü sadece kendi alt sektörlerinde istihdam yaratmayıp, aynı zamanda diğer sektörleri de uyatarak onların istihdamına da katkı sağlamaktadır.

Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör oluşu ve otomasyona geçmenin sınırlı olması nedeniyle turizm, istihdam açısından önemli bir sektör haline gelmektedir. Turizm sektörünün ayrıca aşağıda sayılan özellikleri dolayısıyla, sektörde istihdam edilenlerin sayısı oldukça fazladır (Bull, 1995: 156):

- Emek yoğun sektör olması,
- Düşük ücretli iş alanlarının bulunması,
- Yarı zamanlı ve geçici-mevsimsel iş alanlarının bulunması ve sezon yoğunluğu.

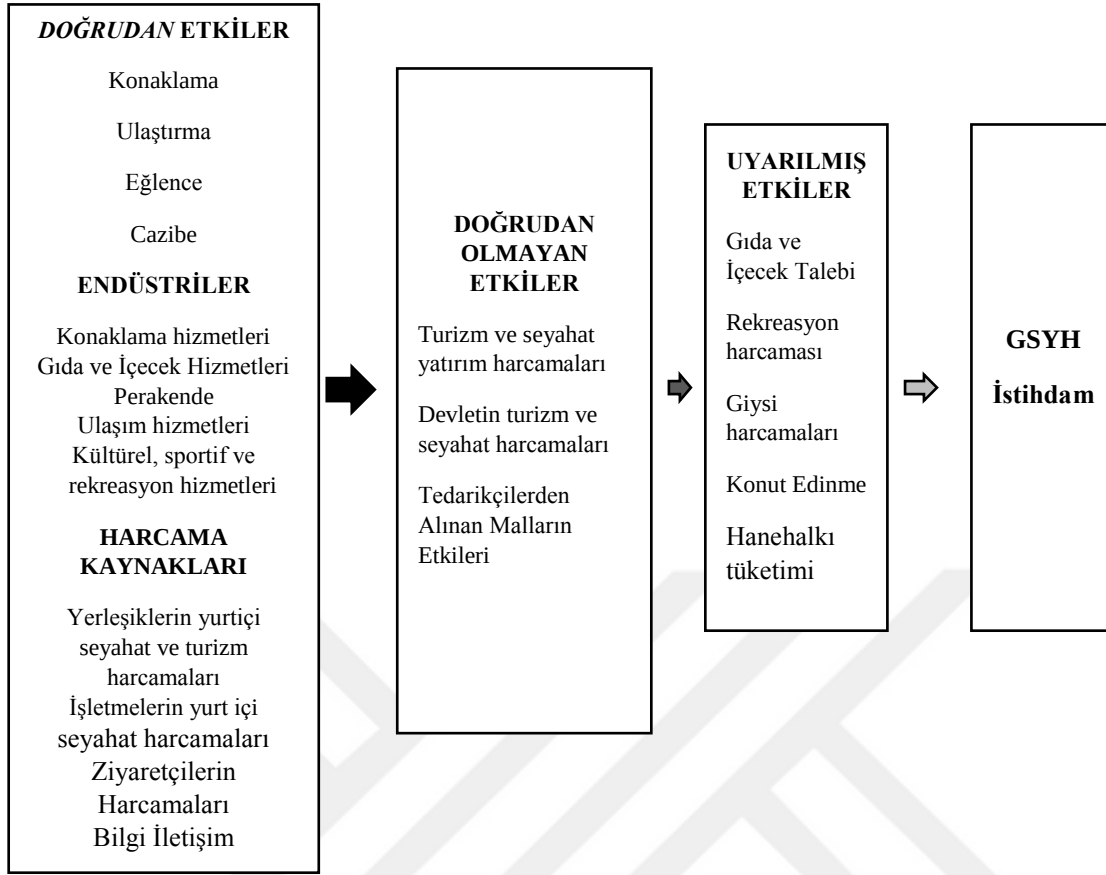
Burada en fazla dikkati çeken özellik turizm sektörünün, emek yoğun bir sektör oluşudur. Otomasyonun sınırlı oluşu istihdam edilen kişi sayısını da arttırmaktadır. Turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısının yani iş gücünün belirlenmesinde kullanılan çeşitli yöntemler vardır. Bunlardan en çok kullanılanı Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) geliştirdiği hesaplama yöntemidir. WTO'nun geliştirdiği hesaplama yöntemine göre konaklama tesislerinde yatak başına 0.5 kişinin istihdam edildiği görülmektedir (Çeken, 2003: 143). Fakat bu rakam sadece konaklama sektöründe oluşan doğrudan istihdam rakamıdır. Bu rakama turizm sektörünün diğer alt dalları olan seyahat acenteleri ve eğlence hizmetleri sektörleri de eklendiğinde turizmin yarattığı istihdam rakamları milyonları bulabilmektedir.

Turizmin istihdam üzerindeki etkisi üç başlık altında ele alınabilir. Turizm sektöründe oluşan bu istihdam türlerini doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdam olarak sıralamak mümkündür (Barutçugil, 1986: 38). Turizmin istihdam ve milli gelir üzerindeki etkisi Şekil.10'da gösterilmektedir. Turist gelişlerinin doğrudan etkileri konaklama, ulaşım ve eğlence sektörlerinde görülür. Turist gelişleri ilgili

sektörlerin tedarik sağlayıcıları olan gıda endüstrisi, perakendecilik, kültürel ve rekreasyon hizmetlerine ilişkin istihdamı da doğrudan etkilemektedir. Dolaylı etkiler ise turizm ve seyahat yatırımı harcamalarıdır.

Avustralya’da 2010 yılı itibariyle 500.500 çalışan turizm ve turizm ile bağlantılı sektörlerde istihdam edilmektedir. Bu çalışanların 128 bini kafe, yiyecek - içecek sektöründe, 96 bini perakende satış, 71,500’ü konaklama sektöründe, 35 bini havacılık ve ulaştırma sektöründe, 32 bini ise turizm eğitimi sektöründe çalışmaktadır (Tribe, 2011: 284). Avustralya örneği turizmin konaklama ve ulaştırma sektöründe yarattığı istihdamın boyutunu yansıtmaktadır. Turizmin yarattığı ek istihdamın yaklaşık yarısı yiyecek ve içecek sektöründe gözlemlenmektedir.

Turistler ziyaret ettikleri bölgede konaklama, yiyecek, içecek, uluslararası ulaşım (havayolu, karayolu ve denizyolu) ve giyim talebini artırırlar. Gezi ve turlar, eğlence, hediyelik eşya turistlerin özel olarak ilgi gösterdikleri ekonomik faaliyetlerdir. İlk aşamada restoranlar, oteller, seyahat acenteleri, esnaf ve zanaatkarlar kazanç sağlar. Bu sektörlerin tedarikçileri olan gıda, giyim ve temizlik işleri sektörleri canlanır. Bu sektörlerde çalışanların ücret, kira, kar kazançları yeni bir iç talep oluşturur. Bu yaratılan iç talep uyarılmış etkileri beraberinde getirir. Kar eden işletmeler yeni yatırımlar yapar ve ilave iş ve istihdam yaratılır. Turistlerin yaptığı harcamaların yerli hane halklarının gelirlerini artırması sonucu ortaya çıkan talebe türetilmiş talep adı verilir. Tedarikçilerin arzlarının artması sonucu oluşan etki ise turizmin dolaylı etkileri olarak değerlendirilebilir (Şekil.3.10). Turizm faaliyetinin sonucunda doğrudan, dolaylı ve uyarıcı olarak üç farklı katma değer ve istihdam yaratılır. Söz konusu etkiler Şekil.3.10 ‘da özet olarak gösterilmektedir.



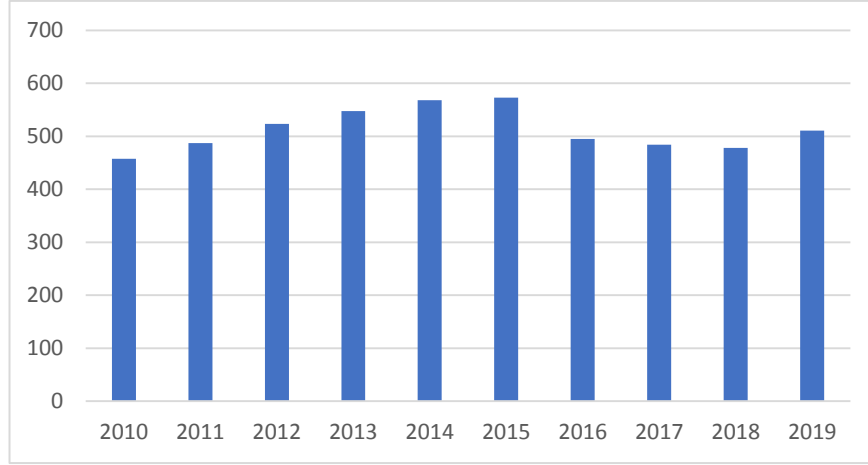
Şekil 3.10. Turizmin milli gelir ve istihdam üzerindeki etkileri

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü (2018)

3.3.1. Doğrudan istihdam

Turizm sektöründe en fazla istihdam konaklama işletmelerinde ve seyahat acentelerinde sağlanmaktadır. Bu işletmeler sezonluk veya 12 aylık dönemlerde çalışanlarına doğrudan istihdam sağlamaktadırlar. Konaklama, yiyecek içecek sektörü, hediyelik eşya dükkanları, bar ve gece kulüpleri, seyahat acenteleri, ulaşım işletmecileri ve turizm organizasyonlarının faaliyetlerine katılan istihdam türüdür (Çeken ve Erdem, 2003: 1).

Ülkemizde özellikle konaklama işletmelerinde istihdam edilen çalışanlar doğrudan istihdamın büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Emek talebi türetilen bir talep olduğu için turizm hizmetinde talep arttığında doğrudan istihdam da artış göstermektedir. Turizm sektöründe mekanizasyon ve otomasyon düzeyi düşük olduğu için turizm emek yoğun bir iktisadi faaliyet alanıdır.



Şekil 3.11. Yıllara göre Türkiye'de turizm sektöründe doğrudan istihdam edilenlerin sayısı (bin kişi)

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2019)

Yıllar itibari ile değerlendirdiğimizde Şekil 3.11’de gözlemlenebileceği gibi turizm sektöründeki doğrudan istihdam değerleri bir artış eğilimi göstermiştir. Turizm sektörünün doğrudan istihdam etkisi 2009 ile 2016 yılı arasında incelendiğinde, 2009 yılında 450 bin kişi olan turizm istihdamı 2012 yılında 523.000 kişiye, 2015 yılında 572 .000 kişiye yükselmiştir. Darbe ve terör olayları nedeniyle turist sayısının azalması sonucu turizmde doğrudan istihdam 2016 ve 2017 yıllarında azalmıştır. 2016 yılının gecikmeli etkisi 2017 yılında ortaya çıkmıştır. 2019 yılına gelindiğinde ise önceki üç yıldan daha fazla kişi istihdam edilmesine rağmen 2015 seviyesine ulaşamamıştır.

3.3.2. Dolaylı istihdam

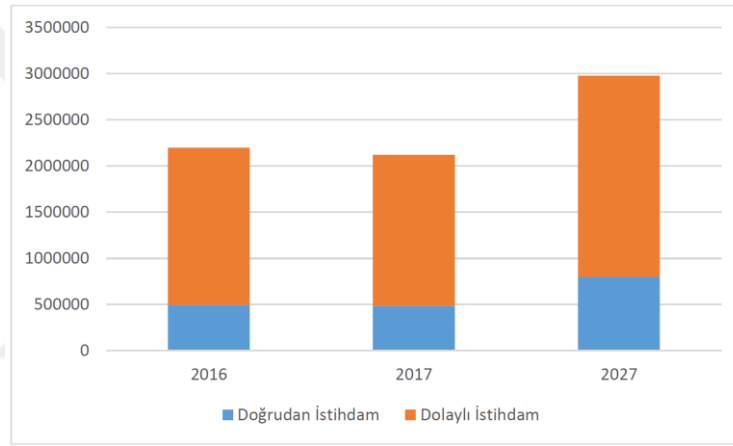
Dolaylı istihdam, turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu malları ve hizmetleri sağlayan, başka bir ifade ile sektörün beslenmesi sonucu olan istihdam türüdür. İnşaat, tarım, imalat ve hizmet sektörlerinde turizm gelişimi sonucu sağlanan ilave istihdam da bu tanıma girmektedir (İçöz ve Kozak, 2002: 240-241).

3.3.3. Uyarılmış istihdam

Doğrudan ve dolaylı istihdamla turizm gelirlerinde ve sağlanan istihdamda bir artış olmakla beraber bu artışın devamını sağlayan bir diğer istihdam türü de uyarılmış istihdamdır. Doğrudan ve dolaylı istihdam ile sağlanan gelir harcandığından, turizmin çarpan etkisi ve ekonomide yaratılmış ek istihdam da artmaktadır. Turizm

sektörünün emek yoğun bir üretim tarzında çalışması, mekanizasyon ve otomasyonun turistik malların ve hizmetlerin üretiminde imkansızlığı bu sektör doğrudan istihdam etkisini arttırmaktadır. Ayrıca, turizm sektörünün insan gücüne dayalı olması nedeniyle, bu sektördeki istihdam yoğunluğu diğer sektörlerden daha yüksektir (İçöz ve Kozak, 2002: 240-241).

Turizm sektöründe istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan kişiler tarafından yapılan harcamalar sonucu diğer işletme ve sektörlerde oluşan istihdam uyarılmış istihdam olarak tanımlanabilir (İçöz ve Kozak, 2002: 240-241). Antalya’da bir konaklama işletmesinde çalışan işçilerin temel gıda ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet veren bir markette çalışan işçiler uyarılmış istihdama örnek olarak verilebilir.



Şekil 3.12. Turizm sektörü doğrudan ve dolaylı istihdam (toplam, çalışan sayısı)

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü (2017)

Doğrudan istihdam verilerinde olduğu gibi dolaylı ve uyarılmış istihdam verilerinde de yıllar itibarı ile artış eğilimi görülmektedir. 2013 yılında turizm sektörünün dolaylı istihdam edilen kişi sayısı 1.100.000 kişi iken uyarılmış istihdam rakamı 700.000 kişi civarındadır. 2013 yılı için turizm sektöründe toplam istihdam değeri (Doğrudan istihdam + Dolaylı istihdam + Uyarılmış istihdam) 2.317.500 kişidir. 2014 yılında turizm sektöründe dolaylı istihdam edilen kişi sayısı 1.100.000 kişi iken uyarılmış istihdam rakamı ise 750.000 kişi civarındadır. 2014 yılı için turizm sektöründe toplam istihdam edilen kişi sayısı (Doğrudan istihdam+ Dolaylı istihdam+ Uyarılmış istihdam) 2.340.500 kişi sayısına ulaşmıştır.

Tablo 3.8. Turizm sektörünün Türkiye ve İspanya'da istihdama katkısı (2009-2017)

Yıllar	Türkiye				İspanya			
	Doğrudan		Toplam İstihdam		Doğrudan		Toplam İstihdam	
	(000 kişi)	%	(000 kişi)	% Payı	(000 kişi)	%	(000 kişi)	% Payı
2009	425,9	2,1	1949	9,5	763,9	4,0	2665	13,9
2010	426,9	2,0	1743	8,1	751,1	4,0	2516	13,4
2011	461,5	2,0	2013	7,9	754,3	4,1	2450	13,3
2012	467,7	2,0	1947	8,1	757,2	4,3	2409	13,7
2013	475,4	1,9	2011	8,2	7269	4,4	2343	13,7
2014	492,5	1,9	2131	8,2	796,2	4,6	2467	14,2
2015	496,9	1,9	2109	7,9	832,9	4,7	2542	14,2
2016	428,5	1,6	2014	7,4	880,9	4,8	2639	14,4
2017	470,8	1,7	2010	7,1	940,3	5,0	2831	14,7

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2018:4)

Turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı Türkiye ekonomisi için azımsanmayacak büyüklüktedir. Tablo 3.8'den de görüldüğü gibi 2010 yılında Turizm sektöründe doğrudan istihdam edilenlerin sayısı Türkiye ekonomisinin toplam istihdam değerinin % 2'sini oluşturmaktadır. Dolaylı istihdam ve uyarılmış istihdam değerleri de dâhil edildiğinde turizm sektörü Türkiye ekonomisinin toplam istihdam değerinin %8,1'ini kapsamaktadır. 2014 yılında yine turizm sektöründe doğrudan istihdam edilenlerin sayısı Türkiye ekonomisinin toplam istihdam değerinin %1,9'unu oluşturmaktadır. Bu rakam turizm sektöründe sağlanan toplam istihdamla beraber % 8 civarına kadar yükselmektedir.

Dolaylı ve uyarılmış istihdam etkileri de dâhil edildiğinde turizm sektörünün toplam istihdam etkisi olan %8'lik bu değer Türkiye ekonomisi gibi gelişmekte olan bir ekonomi için çok yüksek bir değerdir. Turizm sektörü bir hizmet sektörüdür ve hizmet sektörleri doğası gereği insan faktörünü yani emek faktörünü her zaman otomasyona tercih etmektedirler. Teknolojik anlamda ne kadar ilerleme olursa olsun hizmet sektörlerinde en önemli girdi kalemi emek faktörüdür. Turizmin milli gelir ve istihdam üzerindeki etkileri Şekil 3.10'da özet olarak gösterilmiştir.

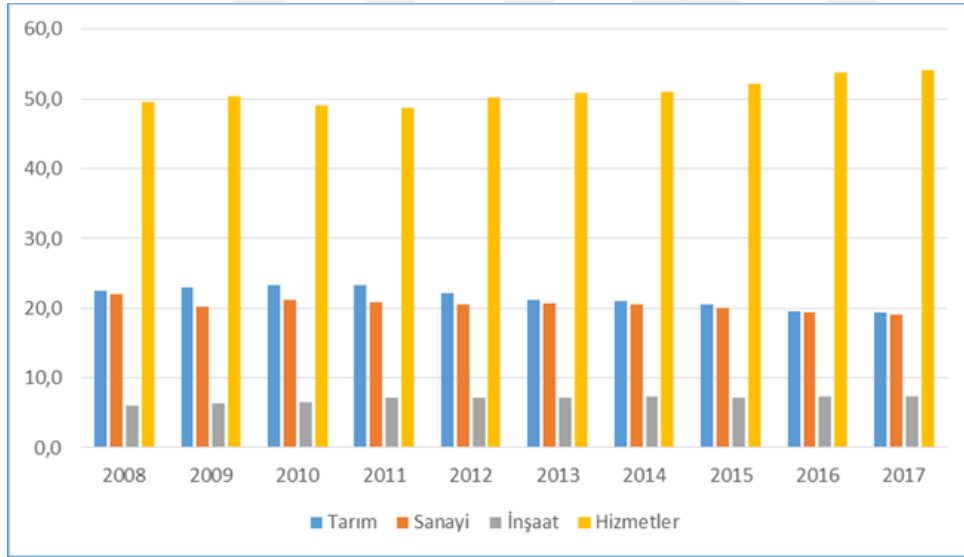
Türkiye'ye ait istihdam verileri incelendiğinde, Türkiye'de istihdam edilen işgücünün yarısı hizmetler sektöründedir. Bunun temel sebebi hizmetler sektörünün otomasyondan ziyade emek yoğun bir sektör olmasından dolayıdır.

Turizmin istihdam üzerindeki etkisini görmek için Türkiye'yi bir başka çok turist çeken Akdeniz ülkesi ile karşılaştırmak gereklidir. İspanya ve Türkiye doğa turizminin yanında tarihsel ve kültürel turizm imkanları da sunmaları bakımından

benzer ülkelerdir. Dünya'nın ikinci çok sayıda turist çeken ülkesi İspanya'da turizm sektöründe istihdam edilenler toplam istihdamın % 5'i civarındadır. Bağlantılı sektörlerdeki istihdam da dahil edildiğinde toplam istihdam %14'ün üzerindedir. 2017 itibariyle Türkiye'de 470 bin kişi turizm sektöründe istihdam edilirken, İspanya'da 940 bin kişi istihdam edilmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2018).

Tablo 3.8'de yer alan zaman aralığında Türkiye'de turizmin istihdam üzerindeki payı azalırken, İspanya'da ise artış göstermiştir. Türkiye turizmi istihdam açısından 2016 yılında gösterdiği kaybı 2017 yılında da geri kazanamamıştır.

Turizm sadece Akdeniz ülkeleri için değil sanayileşmiş diğer ülkeler için de önemli bir istihdam kaynağıdır. İngiltere'de toplam çalışanların %4,2'si, Avustralya'da % 4'ü turizm ve turizm ile bağlantılı sektörlerde çalışmaktadır (Tribe, 2011: 284). Sanayileşmiş ülkelerde istihdamdaki sanayi payı düşerken, turizmin de içinde yer aldığı hizmet sektörlerinin payı yükselmektedir.



Şekil 3.13. Temel sektörlerle göre istihdam

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2017)

Bir hizmet sektörü olan turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğundan ve otomasyon imkânları çok sınırlı olduğundan, bu sektördeki emek gücüne duyulan ihtiyaç her geçen gün artacaktır. Bütün bu nedenlerden dolayı Türkiye'nin de yeni istihdam alanları yaratarak turizm yatırımını hızlandırması gerekmektedir. Yatırımlar arttıkça, çalışan sayısı artmakta ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farkları en aza

indirilecektir. Sonuç olarak, turizm sektörünün gelişmesi bölgesel eşitsizlikleri işgücü açısından azaltabilecektir.

3.4. Turizm ve Fiyatlar

Bir ülkede veya bölgede artan talep aynı miktar arz artışı ile karşılanamazsa fiyatlar genel düzeyinin yükselmesi olan enflasyon olgusu ortaya çıkar. Benzer bir durum mal ihracatında da geçerlidir. Yabancıların bir mala olan talebi o malın yurtiçi fiyatlarında artışa neden olmaktadır. Turizm bir tür hizmet ihracı olduğu için bir tatil beldesine çok sayıda turist gelmesi konaklama, restoran hizmetleri ve ulaşım fiyatlarını artırabilir. Bu hizmetler yerleşikler için daha pahalı hale gelir.

Enflasyon ekonomide toplam talep artışının toplam arz artışından hızlı olduğu durumda ortaya çıkan TÜFE ile ölçülen fiyatlar genel düzeyindeki kayda değer ve sürekli artışıdır. İçöz (2002)'ün çalışmasına göre bir ekonomide para miktarının, yine o ekonomideki mal ve hizmetler miktarına göre daha fazla artması enflasyonu yaratan etkenlerdendir. Turizm hareketleri ile bir ülkedeki fiyatlar genel seviyesi arasında güçlü bir ilişki söz konusudur. Turizm ile enflasyon ilişkisi, genellikle iki açıdan değerlendirilmektedir (İçöz, 2002: 261).

Şehirleşmenin insanlar üzerinde meydana getirdiği olumsuzlukları, belirli dönemler içinde gidermek amacıyla ikinci konutlar ortaya çıkmıştır. İkinci konutlar, şehir sakinlerini, belirli dönemlerde bünyesinde toplayarak, bu bölgelerde yaşayan yerli halkın sosyal ve ekonomik yapılarında değişiklikler yaratmaktadır. İkinci konut halkının, belli dönemlerde yoğunluk kazanması, bazı malların talebine bağlı olarak fiyat artışlarına ve yerli halkında bu fiyat artışlarından etkilenmesine neden olmaktadır (Ongan, 1988: 45).

Bir bölgede turizm faaliyeti ile yiyecek ve konaklama fiyatları yükselebilmektedir. Turizmin gelişmesi özellikle arz esnekliğinin düşük olduğu kısa vadede arsa fiyatları ve gayrimenkul fiyatlarını artırır. İşyeri kiralarının da artmasıyla oluşan bu etki fiyatlara yansır. Gayrimenkul fiyatlarının artışı inşaatları canlandırır bu da fiyat etkisinin yanında doğal çevreye zarar verir. Çevreye verilen zarar turizmin sürdürülebilir olmasını engeller.

Döviz gelirlerinin döviz harcamalarından az olduğu bir ülkede döviz talep artışı arz artışı ile karşılanamayacak ve fiyatlar yükselecektir. Döviz kurunun yükselmesi

yurtdışından gelen ziyaretçilerin satın alma gücünü artırırken, yurt içi turistlerin ve yerleşiklerin satın alma gücünü azaltacaktır. Döviz kurundaki yükselme hizmetlerin turistlere yönelik şekillendiği turist yörelerinde enflasyona neden olacaktır (Kozak, 2013:183).

Turizm hareketleri zaman ve mekânda, belli periyotlarda ve bazı bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle, turizm hizmetlerinin fiyatları, piyasa koşullarına göre hızla artmakta ve zaman ve mekân yoğunluğuna göre yükselmektedir (Dinçer, 1993: 95). Turistik mal ve hizmetlerin üretim maliyetlerinin yükselmesi, fiyat artışlarına neden olmaktadır. Bunu takiben de talebin yükseltilmesi ile ortaya çıkan enflasyon, maliyet enflasyonu olarak isimlendirilir. Aynı zamanda doğrudan doğruya fiyatların yükseltilmesi ve talep artışı ile meydana gelen fiyat artışları da maliyet enflasyonudur (İnançlı ve Konak, 2011: 345). Turizmde maliyet enflasyonu, turizm malları ve hizmetlerinin üretiminde etkili olmaktadır. Maliyet enflasyonu olarak tanımlanan bu turistik malların ve hizmetlerin üretimi üzerindeki baskısı ekonomik politika çerçevesinde devlet üretiminin girdi fiyatlarının belirlenmesinde; konaklama, ulaşım, seyahat acenteleri gibi ücretlerin hesaplanmasında etkili olmaktadır (Dinçer, 1993: 95).

Turizm sektöründe enflasyonun diğer bir çeşidi, artan gelir ve sınırlı arz kapasitesi nedeniyle talep enflasyonudur. Talebin artmasına tepki olarak ortaya çıkan bu enflasyon, gıda ürünlerinin üretimini yeterince arttırmaz, ancak arz yetersizliği nedeniyle bazı maddeler ithal edilir. Bu aşamada, dış ödemeler giderek artacaktır. Sektör için yardımcı olan mal ve hizmetlerde ikame imkânı olduğunda, fiyat artışlarının etkisi ortadan kaldırılabilir. Bununla birlikte, turizm nedeniyle artan fiyatlar nedeniyle, uzun vadeli turizm talebi azalacak ve fiyat artışları gerçekleşecektir. Uzun vadeli turizm fiyat düzeyi etkisi bu süreçte nötrdür.

Enflasyonun turizm sektörü üzerindeki etkisi incelendiğinde, ekonomide genel fiyat artışlarının yaygın olduğu dönemde turizmin enflasyon tarafından önemli ölçüde etkilendiği görülmektedir. Turizmden en çok etkilenen enflasyon; talep ve maliyet enflasyonudur. Maliyet enflasyonuna bağlı olarak turistik malların ve hizmetlerin üretiminde kullanılan girdi fiyatlarındaki artış faktör maliyetlerinin artmasına ve turizm sektörünün etkilenmesine neden olmaktadır. Enflasyon dönemlerinde, talep açısından iç veya dış turizme katılmanın marjinal zahmetleri arasında büyük bir fark

olmaması, buna karşılık dış seyahatlerin marjinal faydasının yüksek olması, rasyonel hareket eden bireyleri dış turizme yöneltecektir. Ayrıca iç fiyatların yüksekliği sonucu, dış ülkelere alınacak yabancı kaynaklı malların faydasının ve gösteriş etkisinin daha cazip olması da dış turizm talebinin artmasının bir diğer nedenidir (İçöz, 2002: 267). Enflasyonist baskılar sonucu fiyatlar genel seviyesinin yükselmesi, turizm sektöründe de mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesine sebep olacağından, ülkeye dönük dış turizm talebinin yönü değişecek ve daha ucuz ülkelere doğru bir kayma söz konusu olacaktır. Bu durum sabit döviz kuru uygulayan ülkeler için, olumsuz etki yapması yanında esnek döviz kuru uygulayan ve gelişmeler karşısında paranın değerini ayarlayan ülkelerin dış aktif turizminde önemli bir gelişme sağlayabilir (İnançlı ve Konak, 2011: 345).

Enflasyonist bir ortamda fiyatların yükselmesi, iç turizmde turizm talebinin satın alma gücünü olumsuz etkilemekte ve reel gelirde düşüşe neden olmaktadır. Sonuç olarak, iç turizmde turist tüketim harcamaları azalmaktadır. Bununla birlikte, enflasyon oranı ülkenin para biriminin değer aşınması oranından daha yüksek olursa, dış turizme olan talebin azalması söz konusudur.

Turizm ve enflasyon arasındaki ilişki çift yönlü olabilir. Birinci etki turizmde yoğunlaşan bölgede artan talep nedeniyle fiyat artışları görülebilir. İkinci etki ise ülkede yaşanan fiyat artışlarının turizm sektörü üzerindeki etkisidir.

Turizmin fiyatlar genel düzeyi üzerindeki etkisi ihracatın fiyatlar üzerindeki etkisi ile benzerlik gösterir. Bir ihraç ürünü dış piyasalarda fazla talep görürse o ürünün yurtiçi fiyatı da artar. İlgili ürünün tüketici fiyatları içindeki ağırlığı yüksek ise enflasyona katkıda bulunur. Bir turistik bölgede perakende sektörü ürünleri yüksek fiyatlara satmayı tercih edebilir. Bu davranış da fiyatları artırır (Kozak, 2013: 183).

Ülkede meydana gelen fiyat artışları döviz kurundaki yükselmeden meydana geliyorsa bu yükseliş iç turizmi daraltıcı, dış turizm talebini de artıcı bir etki yapar. İç turizmin aksine dış turizm talebinin önemli bir belirleyici turist gönderen ülkelerdeki yerleşiklerin nominal harcanabilir geliridir. Yerli paranın değer kaybetmesi sonucu turistler başka Akdeniz ülkeleri yerine Türkiye’de tatil yapmayı tercih edeceklerdir. Ancak ülkedeki enflasyon yapısal bir sorun ise bu durumda ülke uluslararası turistler için pahalı hale gelecektir. Artan fiyatlar karşısında turistler farklı destinasyonlara yönelecektir (Tribe, 2011: 295).

Enflasyon sebebiyle ülkenin dış ticaretinde de bozulmalar görülecektir. Döviz kurlarının sabit olması halinde, iç fiyatlardaki yükselmeye birlikte dışardan gelecek mallar daha ucuz olacağından, dış alım eğilimi artacaktır. Böylece dış pasif turizmde gelişme görülürken, dış aktif turizm olumsuz yönde etkilenecektir.

3.5. Döviz Girdisi ve Turizm

Bir ülkeye döviz; mal ihracatı, hizmet ihracatı, işçi dövizleri, doğrudan yabancı yatırım vb. ekonomik hareketler yoluyla girer. Turizm ise bir tür hizmet ihracı olduğu için ihracatın sağladığı döviz girişinin bir benzeridir. Turizm yolu ile ülkeye döviz girişi, aynı şekilde yerleşiklerin yurtdışında yaptıkları turizm tüketim harcamalarından yüksek olmalıdır. Bu durumda hizmetler dengesi fazla verecek ve cari açığı küçülten bir etki yaratacaktır.

Bir ülkenin ulusal para biriminin belirli uluslararası para birimlerine kıyasla değişmesi, turist mallarının ve hizmetlerin fiyatlarını yabancı turist açısından değiştirmektedir. Bu, turizm talebini doğrudan etkilemektedir ve uluslararası turizm pazarlarında kayda değer talep fişlerine neden olabilir. Buradaki amaç, değişen fiyatlara tepki olarak talebi bir ülkeden diğerine kaydırmaktır (Sezgin, 1995: 35).

Dış turizm gelirini artıran devalüasyon veya değer aşınması etkisinin yanı sıra, bu ülkeden yabancı ülkeye gitmek isteyen vatandaşlar üzerinde bir başka etki de görülmektedir. Ülke parasının değer kaybetmesi sonucunda yurt dışına turist olarak gitmek isteyenlerin alım gücü de azalacaktır. Başka bir ifade ile, milli paranın değer kaybettiği ülkeden yurtdışına çıkmak isteyenlerin tüm masrafları artacaktır. Bu durum yüksek sayıda yurttaşın pasif turizm yerine iç turizme yönelmesine neden olabilir (İçöz, 2005: 205).

Turist talebindeki uzun vadeli artışın bir diğer nedeni, yabancı turistlerin vatandaşlarının yabancı turizm yerine iç turizme geçmesi durumunda, yabancı turistlerin ülkeye kayma talebiyle turist talebindeki artış ve turistik yatırımların artmasıdır. Bu devalüasyonun bir sonucu olarak, iş hacminin genişlemesi nedeniyle uzun vadeli yatırımların artması mümkündür.

Ulusal para biriminin değer kaybının turizm sektörüne olumlu etkilerinin yanı sıra, olumsuz bir etki de bulunmaktadır. Turizm sektöründe hem yatırımlarda hem de ithalatta döviz kullanılabilir. Ulusal para biriminin azalan değeri, bitmiş olan ithalatın

yerel para biriminin fiyatını artıracaktır. Bu durum ise turist ürününün fiyatında bir artışa neden olabilir ve bu da turist talebinde artışa neden olabilir. Böyle bir durumda, turistik tesislerde ithal malların kullanım oranını düşürmek ve bu amaçla, ithalatı ikame edecek miktar ve nitelikte üretim yapabilmek için ülke için sektörler geliştirmek gerekecektir.

Uluslararası turizm (aktif turizm) hareketleri sonucunda bir ülkeye gelen turistlerin turistik ihtiyaçlarını karşılamak, hatıra eşyası ve benzeri mal satın almak, yiyecek içecek için harcamada bulunmak ve benzeri şekilde doğrudan veya dolaylı olarak yapılan bütün harcamalar, o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturmaktadır.

Dış aktif turizmle turistik faaliyetlerin kapsamına giren hizmet ve mal satışından elde edilen döviz girdisinin, normal olarak diğer sektörlerde yapılan ihracattan önemli bir farkı bulunmamaktadır; dış aktif turizmle ülkeye giren döviz, döviz arzı yaratmaktadır.

Bir turist, bir üretim birimi olarak düşünülürse, döviz geliri bu üretim biriminin yurda ithali ile mümkün olmaktadır. Her turistin döviz geliri sağlaması açısından ödemeler bilançosunda direk bir etkisi olduğu gibi, ayrıca yurt içinde kaldığı sürece yapmış olduğu tüketimle birlikte yurt içi üretimi de etkilediğinden endirekt gelir etkisi de söz konusudur. Turizm sayesinde elde edilen dövizler, aynı mal ihracatında olduğu gibi döviz girdisi oluşturduğundan, ülke iktisadı için görünmeyen ihracat ve ek ihracat söz konusu olmaktadır.

Turizmin iktisadi bakımdan önemi görünmeyen bir ihracat ve ithalat şeklinde olmasından kaynaklanmaktadır. Turizm gelir ve giderleri, görünmeyen gelir ve gider kalemleri arasında olduğu için, dış aktif turizm hareketlerinin bir ülkeye kazandırdığı gelire görünmeyen ihracat adı verilmektedir. Turist bir ülkeye geldiği zaman, ülkeye getirmiş olduğu dövizle milli paraya olan talebi artırırken, ayrıca o ülkede belli gezi ve konaklama giderleri dışında da bazen büyük meblağlara ulaşan alışveriş yaptığı da görülmektedir. Turizm faaliyetlerinde, tüketici satış yerine kadar kendisi geldiği için ve turistik ürünlerden üretildiği yerde ve zamanda faydalandığı için, turizm mal ihracına oranla daha uygun koşullarda döviz girdisi sağlamaktadır.

Turist bir ülkeyi ziyaret ettiği zaman, ulaşım yoluyla ticareti yapılamayan veya ihraç edilemeyen mal ve hizmetlerden de faydalanır ve bunların görünmeyen ihracat şeklinde birer döviz kaynağı olmasını sağlar. Emtia ihracatında malın veya ürünün

karşılığının ne kadar olacağı tahmin edilebilirken, turizm yoluyla elde edilecek gelir ise önceden tahmin edilememektedir. Günümüzde ülkeler, turizmin görünmeyen ihracat şeklindeki ekonomiye katkısından dolayı, görünmeyen ihracata daha fazla önem vermişlerdir. Bu kaynaktan daha fazla faydalanmak amacıyla çeşitli ülkeler, turistler için farklı kambiyo kurları uygulamışlar, bununla birlikte vergi indirimleri yaparak da döviz arzını arttırmak istemişlerdir.

Turist çeken ülkelerde görünmeyen ihracat şeklinde sağlanan gelirler, o ülkenin dış ticaretindeki döviz açıklarının bir kısmını ya da tamamını kapatmakta, ödemeler dengesinde önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca tüketim malı ihtiyaçlarının karşılanmasını da sağlamaktadır.

Turistlerin, görünmez ihracat ve buna bağlı olarak turizmin gelişmesiyle birlikte milli gelir arttıkça, turistlerin yabancı ülkelerdeki perakende fiyatlarında yiyecek, içecek, hediyelik eşya ve benzeri malları satın almak için yaptıkları doğrudan ve dolaylı döviz masrafları, turizm ulusal ekonomileri için önemli bir ek ihracat kaynağı haline getirmektedir. Satın alma amaçlı seyahatlerin gelişmiş ülkelere yönelik olması sebebiyle gelişmiş ülkelerde ek ihracat gelirleri oldukça yükselmiştir (Tavmergen, 1998: 54). Ancak gelişmiş ülkelerden gelen turistler, aynı amaçla seyahat etmediklerinden, gelişmekte olan ülkelerin ek ihracat gelirleri göreceli olarak düşük kalmaktadır.

Türkiye'ye turizm gelirleri ile meydana gelen döviz girişi kaynak ülkede yaşayan turistlerin gelir düzeyine, iki ülke arasındaki göreceli döviz kuruna ve siyasi sosyal olaylara bağlıdır. Benzer şekilde Türkiye'de yaşayan vatandaşların yurt dışı destinasyonlara olan talebi harcanabilir gelire ve göreceli döviz kurlarına bağlıdır. Dolayısıyla döviz kuru her iki tür turizm üzerinde de etkili bir araç olabilir. Döviz kurunun turizm talebi esnekliği birden büyük değerde ise döviz kurunu yükselmesine izin vermek, döviz girişini artıracaktır. Döviz kurunun yükselmesi yurt dışında olan yerli turist talebini de caydıracağı için ilave bir katkı da getirir.

3.6. İhracat ve Turizm

Turizm bir hizmet ihracı sağlamasının yanında ülke içinde malların da yabancı ziyaretçilere satılması sonucunda bir tür ihracat işlevi görür. Mal ihracatından farklı olarak turistler tarafından alınan ürünler sınırlardan vergisiz geçer. Bir bölgeye gelen

turistlerin konaklama, ulaşım, yiyecek içecek ve serbest zaman harcamaları ihracat ile aynı etkiyi yaratmaktadır. Bu tur döviz girişine görünmeyen ihracat adı verilmektedir (Kozak ve diğerleri, 2008: 78). Normalde ticarete konu olmayan tarihi ve coğrafi yerler turizm sayesinde görünmeyen bir ihracat ürününe dönüşürler.

1980 sonrasında malların ve sermayenin ülkelerarası dolaşımı serbestleştikçe ülkeler daha fazla ihracat ve ithalat yapmaya başlamıştır. Bu gelişmeyle birlikte insanların ülkelerarası dolaşımı da artış göstermiştir. Küreselleşme ülkelerarası ticaret kotalarını ve gümrükleri kaldırırken turizm de ülkelerarası kültürel engelleri kaldırmaktadır (Bahar ve Baldemir, 2008: 99). İhracat ile malların dolaşımının sağlanması, iş seyahatleri ve tatil amaçlı seyahatlerin yaygınlaşması ile birlikte insanların dolaşımına engel teşkil eden vizelerin kolaylaştırılmasına veya kaldırılmasına neden olmuştur.

Dünyadaki bir ekonomiyi büyütmek ve küreselleştirmek için uluslararası ticarete ihtiyaç vardır. Türkiye ekonomisinin uluslararası ticarete stratejik konumunun daha da belirgin olması bekleniyor. Türkiye kaynak zengini bir ülkede olmadığı için ihracatı imalat sanayinin rekabetçiliğine bağlıdır. 2023 yılı için Türkiye'nin ihracat hedefi 500 milyar dolar olarak açıklanmıştır. İthal edilen ürünlerin ve hizmetlerin toplam değerinden ihracat çıkarıldığında dış ticaret açığı miktarına ulaşılmaktadır. Türkiye ekonomisi küresel ekonomik sisteme entegre olması ile ithalat ihracattan daha yüksek olmaktadır.

Ülkemizde dış ticaretin ortaya çıkmasında yurtdışından petrol ve doğalgaz ithal edilmesi önemli bir faktördür. Bir başka faktör, ihraç hedefimiz ne olursa olsun, ihraç ettiğimiz ürünlerin ara mallarının hala ithalat kapsamında olmasıdır (Tavmergen, 1998: 54).

Turizm geliri fazlasına sahip ülkeler için, cari işlemler açığının çok daha büyük boyutlara ulaşmaması ve küçültülmesi, büyük ölçüde turizm sektöründen elde edilen döviz gelirleri ile sağlanmaktadır (Tavmergen, 1998: 54). Türkiye de yüksek cari açık veren ülkelerdendir.

Turizm faaliyeti ve ihracat arasındaki nedensellik ilişkisi iki yönlü olabilir. Artan ihracat sonucu ilgili taraflar arasında daha fazla turizm faaliyeti görülebilir. İki ülke arasında artan insan hareketliliği ise ihracatı beraberinde getirebilir. Ayrıca bu iki etki taraflar arasında aynı anda gözlemlenebilir.

3.7. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi

Özellikle Türkiye açısından turizm sektörü, ödeneksizlikler ve dengeye net katkı açısından önemlidir. Bilindiği gibi, ödeme dengesi açığı kronik hale gelmiş ve ekonomik yapının temel özellikleri olarak görülmeye başlanmıştır. Planlanan dönemde dış ticaret açığının sürekli olarak arttığı, ancak bu yükümlülüğün kısmen finanse edildiği ve turizm ile işçi gelirleri yoluyla yumuşatıldığı görülmektedir. Turizm, az harici satın alım gerektiren ve kısa süre içinde döviz getiren; gelirleri, istihdamı ve verimliliği artıran ekonomik bir faaliyettir (Samırkaş ve Bahar, 2013: 5). Bu nedenle, Türkiye'nin turizmden maksimum fayda sağlaması bir zorunluluk haline gelmiştir.

3.7.1. Turizm gelirlerinin ödemeler dengesine etkisi

Birçok ülkenin dış ödemeler dengesi üzerinde önemli bir etkisi olan turizm; para akışı açısından genellikle turist aktarma bölgesinde kazanılan ve tüketilmeyen veya kaydedilmeyen paranın varış alanında harcama olarak tanımlanır. Ödemeler dengesi, bir ülkenin yabancı ülkelere yaptıkları ödemelerden bir yıl içinde yaptığı ödemeleri kapsayan bir akım hesaptır. Ödemeler dengesi kayıtları aylık periyotlarda derlenir.

Turizm gelirleri döviz cinsinden gerçekleştiği için ödemeler dengesinin uluslararası hizmet ihracatı kalemi içinde yer alır. Turizm gelirlerindeki artış doğrudan cari açığı azaltıcı etki yapar ve yurtdışından döviz borçlanma gereksinimini azaltır (Bahar ve Baldemir, 2008: 98). Bu etkinin kalıcı olabilmesi için turizm gelirlerinin yurtdışı turizm harcamalarından yüksek olması gerekmektedir.

Turizm gelirlerinin cari açık üzerindeki etkisi belli koşulların varlığına bağlıdır. İlk olarak döviz gelirleri turist çekmek için katlanılan döviz giderlerinden fazla olmalıdır. İkinci koşul turizm geliri elde etmek için yapılan harcamaların ulusal para karşılığının turizm gelirlerinin ulusal para cinsinden değerinden küçük olması gerekir. Üçüncü olarak turistik ürünün turistlere satılmasından elde edilecek gelirin bu ürünün fiilen gümrüklerden ihracatından elde edilecek gelirden yüksek olması gerekmektedir. Dördüncü olarak ise turizm geliri kazanmak için yapılan harcamalar; yatırım, tüketim ve ara malı ithalatına neden oluyorsa gelirin bu ithalat tutarından büyük olması gereklidir. Turistlerin talep ettiği tüketim malları ülke dışından

sağlanıyorsa bu durumda sızıntı adı verilen ekonomik olgu gözlemlenir (Kozak ve diğerleri, 2008: 80).

Ödemeler bilançosunun temel bölümleri, cari işlemler (dış ticaret ve görünmeyen kalemler), sermaye hareketleri ve resmi rezervler (altın ve döviz rezervleri) hesabıdır. Yapılmış olan bütün işlemler, ödemeler bilançosuna ya borç ya da alacak olarak kaydedilir. Alacak işlemleri ülke vatandaşları lehine, yabancılar üzerinde parasal bir alacak hakkı oluşturan işlemlerdir. Borçlu işlemler ise yabancılar lehine, yerli ülke vatandaşları üzerinde parasal alacak hakkı oluşturan işlemlerdir (Seyidoğlu, 2003: 395).

Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderme, ülkenin döviz talebi ve döviz arzında artan bir rol oynamasından dolayı, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkiler. Turizm gelir ve giderleri ödemeler dengesi içinde cari işlemler hesabının görünmeyen hizmetler bölümünde yer alır. Görünmeyen hizmetler ise, navlun, sigorta, turizm ve seyahat harcamaları, üretim faktörleri gelirleri ve kar transferleri kalemlerinden oluşur. Dış ticaret ve görünmeyen kalemler dengesi ise birlikte değerlendirildiğinde cari işlemler dengesini vermektedir (Bull, 2005: 184).

Bilanço, bir ülkenin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerini belli ana başlıklar altında ifade ettiğinden, kapsam altındaki malların ve hizmetlerin türlerine göre ayrıntılı bir incelemeye ihtiyaç duyulduğunda ayrı bilançoların düzenlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla ülkeler arası mal hareketleri için dış ticaret dengesi sistemi, hizmet hareketleri için hizmet dengesi sistemi ve ülkelerarası olan turistik ilişkilerden kaynaklanan döviz hareketleri için yabancı turizm dengesi sistemi incelenmektedir.

Turizm sektörü ihracat ve ithalat gibi dış ticaret kalemlerini de etkileyerek ödemeler dengesini değiştirebilir. Turizmin gelişmesi sonucu destinasyon ülkede fark edilen zeytinyağı, şarap, meyve gibi ürünler destinasyondan ayrılan ziyaretçiler tarafından ihracat ürünü olarak da talep edilebilir. Öte yandan turizm gelirleri ithal girdiye bağlı ise turizm gelirleri arttıkça ithalat da artış gösterebilir.

Turizm gelirleri ödemeler bilançosuna doğrudan katkı yapmanın yanında doğrudan yabancı yatırımları da çekerek finans hesabını da etkileyebilir. Bir ülkeye turist olarak gelen bir ziyaretçi ilgi ve farkındalık hipotezi çerçevesinde o ülkede iş fırsatları gözlemler ve yabancı yatırımcı olarak dönebilir. Geniş anlamda ödemeler dengesi

hem turistlerin hem de turizmle ilgili tüm kişi ve kuruluşların tüm işlemlerinin gelir ve gider kalemlerinden oluşur. Ödemeler dengesi incelendiğinde uluslararası turizm uluslararası hizmetler kalemi içerisinde yer alır. Ödemeler dengesi içerisindeki en önemli kalem uluslararası hizmetlerdir. Tablo 3.9’da dış turizm bilançosu kalemler halinde gösterilmiştir.

Tablo 3.9. Dış Turizm bilançosu

Aktif Dış Turizm (Turizm Gelirleri)	Pasif Dış Turizm (Turizm Giderleri)
Turistlerin ülkedeki konaklama ulaştırma, yeme-içme vb. ödemeler	Vatandaşların ülke dışındaki konaklama vb. giderleri
Turistlerin ülkeden mal ve hediyelik eşya alımı	Turizm amaçlı mal ve hediyelik eşya dışalım
Turizm amaçlı mal ve hediyelik eşya dışsatımı	Turizm amaçlı yabancı sermaye yatırımları
Ülkeye turizm amaçlı kar transferleri	Yabancı ülkelerdeki personel eğitim giderleri
Yabancıların turizm amaçlı kiraladıkları tesislerin kira gelirleri	Yabancı ülkelerdeki tanıtım, reklam giderleri
Yerli turizm işletmelerinin aldığı komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine ödenen komisyonlar
Yabancıların turizm amaçlı tanıtım harcamaları	Dış ülkelerdeki banka ve sigorta kuruluşlarına yapılan ödemeler
Yabancıların ülkedeki banka ve sigortalara yaptıkları ödemeler	Yabancı ülkede turizm amaçlı kiralanan tesislere yapılan ödemeler
Diğer döviz girdileri	Diğer döviz çıktıları
Net Giderler	Net Gelirler

Kaynak: İçöz ve Kozak (2002: 198)

Tablo 3.9 incelendiğinde turizm sektörünün bir ülkenin ödemeler dengesi üzerinde iki tür etkisinin olduğu görülmektedir. Turistlerin mal ve hizmet alımları sonucu ödedikleri döviz miktarı yerleşik vatandaşları yurtdışı destinasyonlarda yaptıkları harcamalardan fazla olduğu durumda turizm gelirleri cari açığı kapatma üzerinde doğrudan etkiye sahiptir.

Ödemeler bilançosu açık veren ülkelerin turizm sektörünü desteklemesinin nedeni, açıklarını kapatmak için turist ve harcama miktarını artırarak, bu sayede döviz kazancı elde etmektir. Ödemeler dengesi fazla veren ülkeler ise enflasyona yol açmamak için vatandaşlarının uluslararası turizme katılmalarını teşvik etmekte yani her iki durumda da turizm ödemeler bilançosunu dengelemeye yardımcı olmaktadır (Roney, 2011: 79).

Dikkat edilmesi gereken bir diğ er nokta ise d v z kurlarıdır. Değ iş en d v z kurları neticesinde turizm sektörünün milli gelire reel katkısı aynı kalsa bile, turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir miktarı artıp azalmaktadır (Bull, 2005:184).

Bir ülkenin dış turizm bilançosu her yıl d zenlendiğ inde eşdeğ er dış turizm bilançosu, aktif dış turizm bilançosu veya pasif dış turizm bilançosu verilecektir. Yabancı turizmin eşdeğ erliliğ i, turistik hareketlerden dolayı d v z giriş ve çıkışının eşit olduğudur. Aktif dış turizm dengesi sisteminde, turistik hareketler sonucunda ülkeye giren fazla d v z ve pasif turizm dengesi, turistik hareketler sonucunda d v z çıkışının aşırı olduğ u durumlarda ortaya çıkmaktadır. Pasif dış turizm bilançosunda d v z girişi çıkışından az olduğ u için, dış seyahatlerin kısıtlanması, dış seyahat vergilerinin arttırılması ve kişi başına turistik d v z miktarının sınırlandırılması gibi politik uygulamalara başvurulmaktadır (Seyidoğ lu, 2003: 395).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin, sanayilerini kurup geliştirebilmeleri, makine ve teçhizat ile sanayinin ihtiya ı olan hammaddelerin dışardan ithali için gerekli dövizin turizm yoluyla elde edilmesi oldukça önemlidir.

Gelişmekte olan ülkelerde ihracatın, dünya ihracatı içindeki payı oldukça az olmakla birlikte, bu ülkelerin ithalatlarının finansmanı, transferlerin, sermaye hareketlerinin ve görünmeyen kalemlerin dengesine bağlıdır. Borçlanma ve dış yardımların sabit olduğ unu kabul edersek, gelişmekte olan ülkelerin ithalatının finansmanı bu ülkelerin görünmeyen kalemler gelir dengesine bağlı olmaktadır. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerin  oğ u ithalatlarını arttırmak ve borçlarını ödeyebilmek için uluslararası turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirlerini arttırmak isteyeceklerdir. Aksi takdirde  demeler dengesi açık verecek ve borçlanma yoluna gidilecektir. Turizmin sağlayabileceğ i en önemli etki, dış ticaret dengesizliğ indeki a ığ ı, dış borç taksitleri ve faizleriyle dış  demeler bilançosundaki açıkların kapatılmasında kendini göstermektedir.

Turizmin  demeler dengesi içindeki etkileri döviz girişi ve çıkışı olarak iki bölümde ele alınmaktadır. Döviz girişine etkileri, görünmeyen ihracat ve ek ihracat olarak; döviz çıkışına etkisi ise görünmeyen ithalat ve ek ithalat olarak incelenmektedir.

3.8. Turizmin Kamu Gelirleri ve Harcamalarına Etkisi

Devletler harcamalarını vergiler ve borçlanma ile finanse etmektedir. Kamu harcamaları temel olarak cari harcamalar, yatırım harcamaları ve transferler olarak üçe ayrılır. Bir turizm bölgesine yapılan havalimanı, karayolu ve yat limanı gibi altyapı yatırımları devletin yatırım harcamaları grubuna girer.

Turizmin devlet gelir ve giderleri üzerindeki etkisini gelir ve harcama açısından ayrı ayrı incelemek mümkündür. Turizm, devlet için önemli bir gelir kaynağıdır ve turizm, kamu gelirlerini artırdığı gibi kamu giderlerini de artırmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, her ülkede turistler tarafından harcanan ayak basma vergileri, turistler tarafından alınan yiyecek ve içeceklerden alınan ithal vergileri, içki ve sigaradan alınan tüketim vergileri, ülke içinde yaptıkları seyahatlerde kullandıkları akaryakıttan alınan vergiler ve diğer resmi ödemeler şeklinde doğrudan kamu gelirlerini artırmaktadır (Ünlüöner, 2011: 125).

Kamu gelirleri, iş birliği içinde olduğu veya mülkiyetini elinde bulundurduğu tesisler hariç tutulduğunda, genel olarak vergi gelirleri şeklindedir. Bunun nedeni, kamusal gelirlerin vergi gelirleri üretme iradesine ve iradesine bağlı olarak vergilendirme tekniklerinin bir fonksiyonudur.

Devlet ayrıca dış aktif ve dış pasif turizmlerden de gelir elde edebilir. Ülkeye gelen turistlerin harcamalarından alınan vergilerin yanı sıra; lisanslar, resimler, oyun harçları, liman vergisi ve buna benzer gelirler de elde eder. Vergi gelirlerinin en büyük payını ise, turistlerin satın aldıkları bazı malların ithali sırasında alınan gümrük vergileri oluşturur. Dış pasif turizme katılan vatandaşlardan getirdikleri eşyalardan gümrük vergisinin alınmasının yanında yurt dışına çıkışlarda ayrıca bazı fon payları da alınabilmektedir.

Turizmin sağladığı başka kamu gelirleri de mevcuttur. Haberleşme ve ulaşımdan sağlanan gelirler, yükleme ve iskele resimleri, su ve temizlik harçları ile satış ve pul gelirleri turizmden sağlanan diğer gelirlerdir. Tüm bunlara ek olarak devletin aktif bir şekilde yatırımcı, işletmeci, kreditor ve pazarlamacı olarak hizmetler üretmesi ile de kamu gelirleri sağlanabilir.

Turizmin kamu harcamalarına etkisi incelendiğinde ise, devletin turizmden çeşitli vergilerle sağladığı gelirlerin, tekrar turizm sektörüne aktararak bu sektörün

gelişmesine katkıda bulunduğu görülmektedir. Turizm sektöründe devlet tarafından yapılan temel harcamalar ise; turizmi geliştirme, yönetme ve kontrol gibi, araştırma, reklâm ve tanıtma, eğitim projeleri ve yönetim görevleri, ulusal hava yolları, devlet otelleri, oyun parkları, bölgesel tur operatörleri ve seyahat acenteleri gibi belirli turistik faaliyetleri işletilmesi için yapılan harcamalar, alt yapı ve üst yapı giderleri ve özel bölgelerde turizmin geliştirilmesi için, tahsisat, teşvik ve muafiyet önlemlerinin getirilmesidir (İçöz, 2005: 255).

Devlet bir turistik bölgede çevrenin zarar görmesi durumunda çeşitli teşvik ve ceza mekanizmaları ile bu zararı gidermeye çalışır. Bu tür zararlara negatif dışsallık adı verilir. Devletin havalimanı, hastane yapması ve turizm meslek okulları aracılığıyla beşerî sermaye oluşturması da pozitif dışsallık olarak tanımlanan, özel işletmelerin yapamayacağı yatırımları üstlenmesine örnektir (Candela ve Figini, 2002: 523).

Turizm sektörü devlet için önemli bir gelir kaynağı olduğundan, devletin turizm amaçlı harcamalar yapması kaçınılmaz olacaktır. Devletin turizm açısından yapacağı en önemli harcama, turistik bölgelerin gelişmesi açısından büyük rol oynayan altyapı yatırımlarıdır. Alt yapı giderleri, devlet için en ağır gider unsurunu oluşturur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, bu yatırımlar sadece turizm amaçlı olmayıp, yatırım yapılan bölgelerin ekonomik ve sosyal bakımdan gelişmesi amacıyla da büyük fonksiyonlara sahiptir. Devletin gerçekleştirdiği alt yapı yatırımları, turizm sektörünün geliştirilmesi için yaptığı tanıtma, reklâm, yönetim giderleri ve personel ücretleri gibi giderler doğrudan giderlerdir. Teşvikler ve teşvik tedbirleri, hükümetin dolaysız giderleri olarak düşünülür; bu masraflar, yatırımların yönlendirilmesi ve diğer döviz kazandırıcı hizmetlerle ilgili kararlar ile yakından ilişkilidir ve kısa vadede değişebilir.

Devletin turizm amaçlı yaptığı harcamaların karşılığını tam olarak alıp alamadığının incelenmesi, devlet tarafından yapılan harcamalar ile turizmden devletin elde ettiği gelirlerin oranlanması ile mümkün olabilir. Bu oranlamada kamu gelirleri, turistlerin harcamalarından elde edilen gelirler ve kamu giderleri ise direkt ve dolaylı giderler olarak hesaplanmalıdır.

Sonuç olarak, turizmin net kamu geliri etkisinin ortaya çıkarılması için turizmin kamu gelir ve giderlerine etkisinin birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe kullanılan üretim faktörlerinin aynı değerlerle ekonominin farklı bir

alanında kullanılması durumunda, net gelir etkisi, toplamda elde edilen vergi, resim, harç ve turizm sübvansiyonlarının çıkartılması durumunda elde edilmektedir. Kamu açısından yapılan kar-masraf analizinde, kar-masraf oranının bir olması durumunda, turistik kamu gelirlerinin yalnızca turistik kamu giderlerini karşıladığı sonucu çıkarılır. Oranın birden büyük olması halinde ise net kamu geliri önemli hale gelecektir.

3.9. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi

İç ve dış turizm hareketlerinin gelişmesiyle, turizm gelirlerinin bir bölge ya da ülke ekonomisine sağladığı olumlu katkılar, turizmle ilgili tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde de etkisini gösterir. Turizm çarpan etkisi ve istihdam yaratıcılığı özelliği ile bahsi geçen sektörleri canlandırıcı bir rol oynar. Turizmi gelişen bir bölgede, genelde ekonomik yapıdaki değişimlerin yanı sıra endüstriyel üretimde de değişimler meydana gelir. Şöyle ki, turizm talebi ile birlikte oluşan ek talep nedeniyle, mal ve hizmetlerin, yerli halkın ödediği fiyattan ve ihracat fiyatlarından yüksek olması, yukarıda belirtilen sektörlerdeki yatırımcı ve üreticilerin dikkatini çeker, üretim kalite ve nicelik olarak ayrıcalık yaratır. Özetle, endüstrileşme ve turizm başlangıçta birbirleriyle çelişir görünmelerine rağmen, endüstrileşme, çağdaşlaşmanın bir getirisi olduğuna göre turistik gelişme endüstrileşmeyi teşvik eder sonucu çıkarılır.

Genelde kırsal ekonomilerde, tarımsal üretim yönteminden oluşan değişimler, sadece turizm sebebiyle meydana gelmez. Tarımsal üretim yönteminde meydana gelen değişikliklerin başlıca sebepleri demografik baskılar, teknolojik gelişmeler, arazi mülkiyetindeki değişim ve tarım sektörü dışındaki istihdam artışlarıdır. Fakat turizm bu tür değişimlerin temel nedeni olmasa bile, genelde bu tür değişimlerin hızlanmasına katkıda bulunmaktadır.

Turizm aynı zamanda hizmetler sektörü üzerinde de önemli etkiye sahiptir ve sektörün yapısında değişiklikler yaratmaktadır. Yiyecek içecek ve konaklama hizmetleri doğrudan turizm sektörünün parçasıdır.

Turizm, alt ve üst yapı yatırımları üzerinde de önemli bir rol oynar. Turistik talebin karşılanması için temel şart; alt yapı, üst yapı, ulaştırma ve bir takım yerel hizmetler açısından hazır olabilmektir. Bu nedenledir ki, gelişmekte olan ülkelerde alt ve üst

yapının yeterli hale gelmesi ile turizmin gelişmesi arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır.

3.9.1. Turizmin tarım sektörüne etkisi

Turizmin etkilediği en önemli sektör olan tarım sektöründe, üretimdeki artış, sektörün gelirini arttırmakta ve bu artışla yeni istihdam olanakları ortaya çıkmaktadır. Turizmin gelişmesine paralel olarak tarım sektörünün kalitesi ve kalitesi de artmaktadır. Bu şekilde, turistik tüketim tarım sektörü için görünmez bir ihracat yaratırken, doğrudan üretenleri de etkiler (Dinçer, 1993: 93).

Bir ülkeye gelen turist sayısının yerli halkın nüfusuna oranla çok düşük bir seviyede kaldığı ve turistlerin beslenme için yaptığı tüketimin yerli halkın tüketimine kıyasla önemsiz bir yüzdeyi ifade ettiği herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Fakat turistik mal ve hizmetler için ek talebin ortaya çıkması sebebiyle, mal ve hizmetler yerli halkın daha önce ödediği fiyattan ve malların dışsatım fiyatından daha yüksek fiyatlarla piyasada işlem görür. Bunun yanı sıra, turistlere sunulan yemekler kalite, çeşit ve miktar açısından yerli halkın tüketiminden oldukça büyük farklılık gösterir ve bahsi geçen bu unsurlar, turizmin gelişmesine paralel olarak tarım sektörünün üretim kalitesinin artmasını ve kaliteli ürünlerin değer bulmasını sağlar (İçöz, 2005: 299).

Turizm, tarım sektöründe, istihdamda ve sektörel gelirden en önemli etkilerden biridir. Turizm istihdamdan etkilenmektedir; tarım sektöründeki üretimin mevsimsel olarak yoğun olması nedeniyle işsizlik ve boşta kalma kapasitesinin, turizmin yarattığı istihdam fırsatlarıyla azaltılabileceği açıklanabilir. Bazı turizm sektörlerinde kalifiye olmayan veya nitelikli personel ihtiyacı, turizm işgücünün tarım sektöründen kayda değer bir biçimde yerini almasını sağlayacaktır.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki gelir getirici etkisi iki başlık altında incelenebilir: birincisi; kırsal turizmin gelişmesiyle, turizm bölgelerinde arazi sahibi olan bölge halkı, bir turizm merkezi olarak turizmi açmanın bir sonucu olarak ek gelir elde etmelidir. İkincisi, turist bölgelerinde artan turizm talebine paralel olarak, turistlerin yeme ve içme ihtiyaçlarını karşılayan tarımsal ürün talebindeki artış, tarım sektöründeki kişilerin ürünlerini daha iyi değerlendirip gelirlerini artırabilmesidir.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki olumlu etkilerinin yanında, bazı olumsuz etkilerinin de olduğu bilinen bir gerçektir. Özellikle yazlık evlerin ve turistik sitelerin ortaya çıkardığı olumsuz etkilerden en çok tarım alanları zarar görmektedir ve zamanla toprakların turizme açılması sonucunda arazi spekülasyonunun artış göstermesi engellenemez olmaktadır. Buna ek olarak, çok sayıda turist ziyaret ettiği, turizmin önemli ölçüde geliştiği bölgelerde toprağa dayalı saygınlık simgelerinin ortadan kalktığı, bunun yerine modern yaşam biçimi ve simgelerinin toplumsal saygınlığının temelini oluşturduğu öne sürülmektedir. Tarım kesiminde artık kimsenin yer almak istememesi ve tarımsal üretimde gerilemelerin kaçınılmaz olması da tüm bunların sonucu olarak ortaya çıkacaktır. Özet olarak, turizmin gelişmesi adına tarım arazileri üzerinde kamping ve benzeri tesislerin kurulması, işlenen arazi miktarında bir azalmaya sebep olacağı gibi, çiftçilerin bu tür tesisleri kurmak için yatırımlarda bulunmaları, tarımın gelişmesi için ihtiyaç duyulan araç, gereç ve teçhizata ayırdıkları para miktarının azalmasına sebep olur.

3.9.2. Turizmin sanayi sektörüne etkisi

Turizm, sanayi sektörünün birçok alt sektörü üzerinde bir etkiye sahiptir. Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkileri başta tüketici ürünleri ve ara mallar üreten endüstrilerde ortaya çıkmaktadır. Öte yandan, yatırım malları üreten şirketler üzerinde turizmin zayıf bir etkisi vardır. Turizm üreten tüketim malları üzerindeki etki yüksektir. Turizmin yoğunlaştığı bölgelerde, gıda ve içecek endüstrisinde görülen üretim çok yüksektir ve turistik tüketimin de var olduğu söylenebilir. Turizm, deri, deri eşyalar ve seramik endüstrisi, özellikle de ara mamul üreticileri için çok etkilidir. Seramik, cam, sıhhi tesisat ve demir-çelik endüstrisi için ilave bir talep bulunmaktadır. Hediye satışlarının geliştirilmesi de turizm girdilerinin artmasında önemli bir faktördür.

Turizm tüketim ara malı ve yatırım malı üreten imalat sektörlerini canlandırarak sanayiye etkiler. İnşaat malzemeleri, mobilya, dokuma, kimyasal maddeler üreten işkollarında konaklama işletmelerinin talebi ile bir üretim artışı görülecektir. Turizm sanayi sektörleri ile bir girdi çıktı ilişkisi içindedir (Kozak, 2013: 172).

Turizm harcamaları, otoyollar, denizler ve havaalanları gibi altyapı tesislerinin kurulması ve geliştirilmesi yoluyla sanayi ve ticaret sektörlerinin hammadde tedarik,

üretim ve pazarlama sorunlarının çözümüne katkıda bulunarak ulusal gelir düzeyini arttırmaktadır.

Turizm sektörüne girdi sağlayan imalat sanayi kollarında üretim ve hasılat artışına bağlı olarak istihdam artışı da gerçekleşir. Bu imalat sanayi kolları doğrudan turizm sektörünün bir parçası olmasa da girdi çıktı ilişkisi nedeniyle bu etki görülebilir (Kozak vd., 2013: 173). Turizme yönelik kamu ve özel sektör yatırımları imalat sanayisinde istihdam yaratabilir.

3.9.3. Turizmin hizmetler sektörüne etkisi

Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020) verilerine göre turistlerin yaptıkları harcamalar içinde en büyük pay konaklama, yiyecek içecek, ulaştırma sektörlerindedir. Bu hizmet sektörlerinin toplam turist harcaması içindeki payı yaklaşık %50'dir. Turizm tarafından desteklenen bir başka sektör de sağlık sektörüdür. Sağlık sektörünün dışa açılmasıyla birlikte sağlık turizmi olarak adlandırılan bir turizm türü ortaya çıkmıştır. Eğitim sektörü de turizm sektörünün etkilediği hizmet sektörlerindendir. Hizmetler sektörü istihdam olarak yoğun bir sektör olduğu için turizm sektörünün gelişimine bağlı olarak hizmetler sektöründe istihdam artar.

Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri şu başlıklar altında toplanabilir (Dinçer, 1993: 95):

- Günlük tüketimle ilgili hizmetler; ekmek, et, bakkaliye, bakkaliye, gazete, ulaşım.
- Bazı küçük sanat dalları ilgili hizmetler; inşaat, marangozluk, mobilya, ısıtma, elektrik mühendisliği,
- Lüks tüketim hizmetleri; moda evleri, kuyumcular, antikalar, spor malzemeleri, parfümeri, müzik, konser, kitapçı,
- Sağlık ve güvenlikle ilgili hizmetler; sağlık kurumları, doktorlar, eczaneler, bankalar, sigorta,
- Tatil ve turizm hizmetleri; ulaşım, benzin istasyonları, antikalar, eğlence yerleri, gece kulüpleri, animasyon aktiviteleri,
- Kamu hizmetleri,
- Ticari faaliyetler.

Turizm hareketleri, meydana getirdiği harcama-gelir döngüsü ile yukarıda belirtilen hizmet sektöründeki faaliyetlerde niteliksel ve niceliksel gelişmelerin ortaya çıkmasını sağlar. Özellikle ticaret, sanat ve hizmet işletmeleri, sayıca fazla ve kaliteli personel istihdam ederek ve turizm harcamaları sayesinde optimum kapasiteye ulaşarak, ülkenin ekonomik kalkınmasında ve sosyal gelişmesinde etkilerini artırma imkânı bulur. Bütün bunlara ek olarak, turizm sektöründe çalışan personelin mesleki formasyona sahip olması nedeniyle, sektörde istihdam edilecek personelin belirli beceri ve tecrübe kazanacağı ve aynı zamanda hizmet sektörünün kalitesini artıracığı düşünülmektedir. Yapılması gereken işin niteliğinden dolayı, nitelikli ve niteliksiz personel istihdamı, turizmin özelliklerinden dolayı eğitim faaliyetlerine daha fazla önem vermeyi ve belirli niteliklere sahip personel istihdamının artırılmasının, hizmet sektörünün gayri safi milli hasılaya katkısının önemi anlaşılabacaktır (Ünlüöner, 2011: 138).

Turizm bir yandan hizmet sektöründen kendi faaliyetleri yönünden yararlanırken, bir yandan da bu yararlanmanın bir sonucu olarak hizmet üretiminin iyileşmesinde olumlu etki sağlayarak bu sektörün gelişmesine katkıda bulunur.

3.10. Turizmin Alt ve Üst Yapı Üzerine Etkisi

Altyapı, ulaşım ve yerel hizmetlerin bir ülkenin, bölgenin veya bölgenin turizmine hazırlanması esastır. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkelerdeki altyapı yeterliliği ile turizmin gelişimi arasında yakın bir ilişki vardır.

Alt yapı yatırımları devletin sosyal faaliyetleri arasında değerlendirilmekte ve görünmeyen hizmetler bazında hem halkın faydalanması hem de ekonominin gelişmesi amacıyla gerçekleştirilmektedir. Alt yapı yatırımları genel olarak devlet, üst yapı yatırımları ise özel kesim tarafından gerçekleştirilmektedir. Fakat bu genel yargının geçerli olmadığı durumlara da rastlamak mümkündür. Devletin alt yapı yatırımlarını özel sektöre bırakarak onları finanse ettiği durumları da görmek olasıdır.

Turizmin mal ve hizmet üretimi yapan faaliyet kollarının gelişme göstermesi bir yandan gelir etkisi oluştururken, bir yandan da alt yapının gelişmesini hızlandırıcı olumlu bir etkide bulunur. Kamu taşımacılığı ve yollar gelişirken, harcama gücünün artış göstermesi özel sektörü canlandırır ve sonuç olarak alt yapı turizmi etkiler,

gelişme kaydeden turizm ise alt yapının nitelik ve niceliğinin arttırılmasında önemli bir rol oynar (Karakaya, 1998: 107)

Genel alt yapı, turizmden bağımsız olmakla beraber, turizmin gelişim göstermesi ile yakından ilişkilidir. Bir bölgede turizmin gelişmesiyle beraber, alt yapı turizme bağımlı hale gelir, turizmin ve turistik tesislerin ihtiyacını karşılayacak biçimde şekil değiştirir ve yaygınlık kazanır. Turizmin gelişmesi üzerinde önemli bir etki arz eden ve aynı zamanda turizmden bağımsız alt yapı olanaklarından; enerji kaynakları, su, ulaşım, haberleşme araçları, sağlık imkânları ve diğer alt yapı imkânlarının seviyesi büyük bir önem taşımaktadır. İşletmeler yönünden bu durum, daha ilk aşamada yer seçiminde büyük önem arz eder. Çünkü gerekli alt yapının olmaması durumunda toplam yatırım tutarının alacağı değer fazla oranda yükselecek ve ekonomik değerlendirme olumsuz sonuçlanacaktır (Şahin, 1990: 63). Fiziki alt yapının yanı sıra yatırımın yapılacağı bölgede, yerleşim yerine yakınlık, sosyal yapının amaca uygunluğu ve mahalli hayatla bütünleşme gibi faktörlerin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Bir bölgeye yapılan alt yapı yatırımlarının ne oranda turizmden bağımlı ya da bağımsız olduğunu belirlemek olanaksızdır. Bu sebeple, turizmin alt yapı üzerindeki net etkisini veya alt yapıya sağladığı katkıyı tam olarak ortaya koymak mümkün değildir. Fakat turizmdeki gelişmelerin, alt yapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etkide bulunduğu açıktır (Karakaya, 1998: 107).

Turizm altyapısına ek olarak, turizme ilişkin kamu kurumlarının tüm faaliyetleri, ürettikleri mal ve hizmetler, üretime katkıda bulunan araçlar ve tesisler ile turizm altyapısı turizmin altyapısını oluşturmaktadır. Doğrudan veya dolaylı turizm ile ilgili kurumlar tarafından yürütülen tüm faaliyetler; turizm danışma bürolarının faaliyetleri, turizm polisinin hizmetleri, terfi teorilerinin faaliyetleri, çevrenin korunması ve güzelleştirilmesi amacıyla çalışan organizasyonların faaliyetleri ve turizm personelini eğiten eğitim kuramları; kurumsal altyapı. Bahsi geçen bu faaliyet ve hizmetler turizm talebi ile üretilmekle birlikte, bazı hizmetlerin asıl sebebi turizm faaliyeti olmasa da, bunlardan büyük ölçüde turistler yararlanmaktadır. Bu şekildeki hizmetlerin üretim kapasiteleri, büyük ölçüde turizm talebi dikkate alınarak yerli halkın ihtiyaçlarının çok üstünde bir seviyeye getirilmektedir.

Turizmin gelişimi için çok önemli olan ve gelişimiyle birlikte değer kazanan bir diğer faktör, üstyapı imkânlarıdır. Üstyapıya baktığınızda, genellikle turistik tesisler anlaşılıyor. Altyapı olanakları temel olarak tüm sektörlerin ortak paylaştığı kaynaklar olup altyapı kaynaklarının sektörden bağımsız bir karaktere kavuşmasına neden olmaktadır. Bu durum, genel alt yapı için doğrudur fakat alt yapı var kabul edildiğinde, turizmde talebin belli bir bölgede alıkonulması turistik üst yapıya bağlıdır. Turistik üst yapının varlık nedeni, turistlerin barınma, beslenme ve eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamaktır. Ancak üst yapı, turistlerin ihtiyaç ve beklentileri arasındaki farklılıklar, turistik çekim kaynakları arasındaki farklılıklar, turistlerin seyahat amaçları, toplumsal düzeyleri ve gelir durumları arasındaki farklılıklar sebebiyle farklı düzenlemeler olarak ortaya çıkmaktadır (Karakaya, 1998: 107).

Turizm endüstrisinde otel, tatil köyü, motel, kaplıca-gölet, emeklilik, çadır, karavan ve kamp gibi konaklama tesisleri oluşturur. Bu konaklama türleri, restoranlar, eğlence ve alışveriş merkezleri, rekreasyon alanları ve spor alanları gibi üstyapıları içerebilir. Konaklama, yemek ve eğlence için bu tesisler turizmin başlıca yapısını oluşturmaktadır. Birincil üst yapının yanında, doğrudan turizm amaçlı olmayan fakat turistik üst yapı birimlerinin faaliyetlerini tamamlayan ikincil üst yapı da mevcuttur. İkincil üst yapı, turizm sektörünü kendi alt yapısı ile bütünleştirir. İkincil üst yapı şu başlıklar altında sınıflandırılabilir:

- Ulaşım sistemi,
- Taşıt bakım ve tamir istasyonları,
- Jeo-ekonomik varlıklar alanındaki ikincil üst yapı (kıyı, dağ, kış ve termal turizmle ilgili donanım, araç ve hizmet personeli),
- Tarihi nitelikteki varlıklar alanındaki ikincil üst yapı (restorasyon, müze düzenlemesi ve ses, ışık düzenlemesi),
- Boş zaman değerlendirmeye yönelik donanım ve düzenlemeler (şans oyunları, kültürel düzenlemeler, hediyelik eşya ve gümrüksüz satış mağazaları, görsel işitsel düzenlemeler ve sportif faaliyetlerle ilgili düzenlemeler),
- Sağlık, güvenlik ve günlük yaşantı ile ilgili ikincil üst yapı (sağlık hizmetleri, çocuk bakım yerleri, çocuk oyun alanları, PTT hizmetleri, giyim eşyası, onarım ve temizlik yerleri).

Yukarıda bahsedilen birincil ve ikincil üst yapı elemanları turizm ile anlam kazanır ve gelişmesini sürdürür (İçöz, 2005: 304-305). Gelişen turizm ile birlikte, öncelikle o bölgedeki konaklama ihtiyacına cevap verebilecek birincil üst yapı elemanlarının sayısında ve yatak kapasitesinde bir artış gözlenir. Hemen ardından, turistin günlük ihtiyacını karşılayacak olan birincil ve ikincil üst yapı elemanları gelişir ve bölge tam bir turistik merkez haline gelir (Şahin, 1990: 65).

Gelişen turizm ile birlikte, birincil ve ikincil üst yapının gelişim göstermesi ile konaklama tesislerinde kapasite genişleyerek kapasite kullanımı artar, ikincil üst yapının gelişmesi harcamaların artmasına sebep olur, yeni harcama alanları oluşur, turizm mevsimini uzatır, böylelikle istihdam imkânları yaratılır, konaklama kompleksleri kurulur ve böylece tüm ihtiyaçların aynı tesiste karşılanmasının harcama arttırıcı etkisinden faydalanılır, ülkenin mevcut doğal ve tarihsel kaynaklarına yakın üst yapıların kurulması, söz konusu kaynakların daha iyi değerlendirilmesini sağlar (Demir ve Çevirgen, 2006: 86).

Özet olarak, bir bölgede turizmin gelişmesi ile beraber alt ve üst yapı olanakları artış gösterir ve bu artışla birlikte bölgede yeni istihdam alanları yaratılır.

3.11. Turizmin Çevreye Etkisi

Turizm, bir ülkenin doğal, tarihi ve arkeolojik varlıklarını değerlendirmesini teşvik eder. Böylelikle bu varlıkların korunması teminat altına alınmış olur. Çevre ülkenin turizm sektörünün doğuşunda ve gelişiminde en önemli faktördür. Çevre bir turizm kaynağı iken, aşırı turizm faaliyeti çevreye zarar verebilir. Bu nedenle, turizm ve çevre, ortak bir ilişkiyi sembolize eden kavramlardır ve turizmin var olması için çevrenin yaşaması gerekir.

Turizm sektörünün sağlıklı gelişebilmesi için, turizmin çevresel etkilerinin değerlendirilmesi ve anlaşılması son derece önemlidir. Yaşam tarzındaki temel değişiklikler, turistik kaynak kullanımının, turizmin ve dinlence aktivitelerinin de biyolojik çeşitliliği tehdit eden büyük dezavantajları ve çevresel etkileri önlemek için yapılmalıdır. Eğer bir turizm faaliyeti iyi yönetilmezse, doğal çevrenin tahribine, hava, su ve toprağın kirlenmesine ve manzaranın bayağlaşmasına neden olabilir.

Çevre ile turizm arasındaki ilişki, bölgenin turizmin yaratıcı unsurlarını yarattığını, öte yandan da yıkıcı bir turizm unsuru olduğunu göstermektedir. Turizm

faaliyetlerinin büyük bir kısmı, bölge tarafından sağlanan kaynakların kullanılması veya sunulması şeklinde gerçekleşir. Bu, turizm faaliyetlerinin çevreyi farklı şekillerde etkilediği anlamına gelir. Turizmin piyasa dışı etkileri dışsalılık olarak adlandırılır. Turizmin dışsallıkları doğal, tarihi ve arkeolojik alanların yıkımı kadar olumsuz olabileceği gibi, bu değerleri korumak için önemli önlemlerin alınmasını da olumlu etkilemektedir.

Doğal çevre üzerinde turizmin olumlu etkileri bulunmaktadır. Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkilerinden ilki, önemli doğal alanların korunmasıdır. Birer turistik çekim unsuru olan ulusal ve bölgesel parkların kurulması ve turizmden elde edilen gelirin bu parkların gelişimi için kullanılması, bu alanların turizm dışında alternatif kullanımlarının yaratacağı olumsuzlukları ortadan kaldırır. Bu alanların turizm olmaması halinde başka şekillerde kullanılmaları, çevresel mirasın kaybedilmesine neden olabilecektir. Bu faktör, özellikle doğal kaynakların korunmasında sınırlı ekonomik güce sahip olan ülkeler için önemli faydalar sağlar (Şahin, 1990: 65).

Turizm, arkeolojik, tarihi yerlerin ve mimari karakterlerin korunmasını sağlar. Turizmden elde edilen gelirler, bu tür bölgelerin bakım ve onarımına destek olmaktadır, özellikle gelir seviyesi düşük olan ülkeler için turizmden elde edilen gelirler, ekonomik açıdan düzenleyici rol oynar. Bazı durumlarda da örneğin Sri Lanka'da olduğu gibi turistlerden alınan kullanım ücretleri, doğrudan arkeolojik araştırma ve koruma giderleri için kullanılmaktadır.

Turizm; hava, su, gürültü kirliliği, atık ve diğer çevresel problemlerin giderilmesinde bir teşvik unsuru olarak yardımcı olabilir. Bununla birlikte binaların uygun şekilde tasarlanması ve bakımı gibi unsurlarla çevre kalitesini arttırmaya yardımcı olmaktadır.

Turizm, hava alanları, yollar, su ve kanalizasyon ve atık sistemleri gibi alt yapının gelişmesine katkıda bulunur. Ayrıca iyi tasarlanmış turizm tesislerinin gelişmesi, şehir ve kırsal alanlardaki arazi değerlerinin artmasını sağlamaktadır.

Bütün bu etkiler yanında, turizm sayesinde çevre duyarlılığı toplumların bütün kesimlerine aktarılarak, toplumsal çevre bilincinin oluşması sağlanmaktadır. Bununla birlikte çevre korunmasına yönelik önlemler, devlet yönetimi ve planları içerisinde de yer almaktadır.

Turizmin doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri ise; su, hava, gürültü ve görüntü kirliliği, atık sorunu, saha kullanım problemleri, ekolojik bozulmalar, çevresel tehlikeler, tarihi ve arkeolojik yerlerin aşırı ya da yanlış kullanımından dolayı tahrip edilmesidir.

Turizm, dünyanın en büyük sektörlerinden biri olup, ekonomik değerlendirmeleri ve ekonomik fayda- maliyet analizleri ile hep ön planda tutulmuştur. Yarattığı ekonomik gelirin yanı sıra çevre üzerinde olumlu- olumsuz birçok baskıyı da beraberinde getirdiği ise göz ardı edilmektedir. Bunun sebebi ise, turizmin çevresel basılarını en ağır şekilde hisseden toplumlarda bile turizmin ekonomik getirisine duyulan gereksinimin fazla olması ve turizmin ekonomik kalkınmada önemli bir araç olarak görülmesidir. 1994 yılında UNESCO tarafından yayımlanan ve toplam 40 milyon turist çeken, dünya genelinde 70 tarihi yerleşim birimi ve turistik alan üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre, bu bölgelerde turizmin tarımdan bile daha ön sırada yer alarak, nüfusun temel geçim kaynağı olduğu görülmüştür (Kahraman ve Türkay, 2006: 52).

Turizmde belirli bir önemi olan alt elementlerin doğal çevre üzerinde bazı etkileri bulunmaktadır. Taşımacılık hizmetlerinin sağlanmasında, turizmin temel unsuru olan hemen hemen her tür ulaşım aracında kullanılan enerji, fosil yakıtlardan elde edilen veya işlenen enerjidir. En kirletici faktörler arasında, enerji üretimi için fosil kaynakları yer almaktadır. Bu enerji kullanımı çevreye kirlilik yaratmakta ve küresel ısınmaya neden olmaktadır. Bu tür enerji taşıyan araçların taşınmasından kaynaklanan kazalar, tanker kazaları ve denize dökülen petrol gibi çevresel bozulmanın başka bir kaynağıdır. Ulaştırma altyapısı aynı zamanda büyük bir çevresel etkiye sahip bir turizm faktörüdür; otomobiller, motorlu tekneler ve uçaklar gibi gürültülerden gelen sesler, turist çekim merkezlerinin yakınında yaşayan sakinleri ve turistleri rahatsız ederek gürültü kirliliği yaratmaktadır.

Altyapısı yeterli olmayan turistik yörelerde, turistik mal ve hizmetlerin üretim ve tüketiminden arta kalan zararlı atıklar, doğayı kirlettiği kadar insanların sağlığını da tehdit etmektedir. Turizmin plansız olarak gelişmesi, ortaya çıkan nüfus artışıyla birlikte kanalizasyonların denize boşaltılmasına ve su kaynaklarının kirlenmesine neden olmaktadır.

Düzensiz turistik gelişme ve kullanımlardan dolayı, çeşitli ekolojik problemler oluşmakta ve doğal çevre tahrip olmaktadır. Ayrıca arazi kullanım planlamasının uygun yapılmaması ve turistik tesislerin mühendislik tasarımlarında meydana gelen hatalar, erozyon, sel gibi bir takım çevresel sorunlara neden olabilmektedir.

3.12. Turizmin Bölgeler Arasındaki Kalkınma Düzeylerine Etkisi

Ekonomik kalkınma ve sosyal kalkınma, bölgeler arasındaki gelişimsel farklılıkları en aza indirmeyi hedeflemektedir. Bölgesel dengesizlikleri azaltmak ve geri kalmış bölgelerin yaşam standartlarını belirli bir düzeye yükseltmek amacıyla yapılan bölgesel kalkınma çabaları, bölge halkının üretken, girişimci ve kısa süre içinde faaliyete geçirilmesine bağlıdır. Turizm faaliyetlerinin, bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi açısından tarım ve sanayide yeterli kaynağa ve gelişime sahip olmamasına rağmen, zengin turizm potansiyeli olan bölgeler, planlı ve etkili bir turizm uygulaması sonucunda turistik ve dengeli kalkınma geliştirilecektir.

Turizm gelişimi, ekonomik büyümenin ve iş yaratmanın en önemli kaynaklarından biridir, özellikle kırsal alanlarda mal ve hizmet sağlamada bir faktör olduğu için. Ekonomik kalkınma ve istihdam yaratma aracı olan turizm politikası, bölgesel kalkınma ve bölgesel mirasın korunmasında önemli bir rol oynamaktadır. Buna ek olarak, turizm geri kalmış bölgelerin entegrasyonunda ve bu bölgelerin büyümenin faydalarından eşit olarak yararlanılmasında etkili bir role sahiptir (Kahraman ve Türkay, 2006: 52).

Turizm, ihracat özelliği göstererek, döviz akışı ve yabancı sermaye girişini artırması, milli geliri olumlu etkilemesi, alt yapının gelişmesini sağlaması, istihdam olanaklarını genişletmesi, bölgesel ve global entegrasyonun oluşumunu hızlandırması özelliği ile ülkelerin bölgesel kalkınma politikalarında önemli bir yer tutar (Durgun, 2006).

Bölgeler arası dengeli kalkınma açısından, turizmin alt ve üst yapı üzerine etkisi büyük önem taşımaktadır. Bir bölgeye üst yapının ve buna istinaden ikincil üst yapının tamamen turizm amaçlı gerçekleştirildiğini ve alt yapının da turizme bağımlılığının fazla olduğu düşünüldüğünde, bölge kalkınması bakımından turizmden bahsetmek daha anlamlı olur. Bir bölgenin turizm yönünden gelişebilmesi öncelikle bölge ile ilgili doğal koşullara bağlıdır. Doğal koşullar kapsamında ise,

bölgenin konumu, arazi şekli, görünüşü, bitki örtüsü, ormanları, su kaynakları, iklimi ve mevcut alt yapı değerlendirmeye alınmaktadır. Doğal şartların yanı sıra, bölgedeki turizme bağımlı unsurları da göz ardı etmemek gerekir. Kamu işlemlerinin turizme bağımlı üretimleri, konaklama tesisleri, ulaştırma kurumları turizmle ilgili özel mal ve hizmet üreten ve pazarlayan kuruluşlar, pazarlama ve tanıtım kuruluşları ve turizmi destekleyen kuruluşlar turizme bağımlı unsurları teşkil etmektedir (İncekara, 2001: 28).

Bölgesel turistik potansiyellerden bir ürün ortaya çıkarılmadan sadece potansiyel olarak da kalabilirler. Bunlar her zaman bölgelerin kendi varlıklarıdır. Fakat bir turizm hareketi ile potansiyelden ekonomik sonuçlar elde etmek, potansiyel fiyata dönüştürülmek istenirse, işin proje kapsamında değerlendirilmesi, planlanması, görev tanımlarının yapılması, kısacası ortaya bir turistik ürün çıkarılması kaçınılmaz olur. Bu proje kapsamında yerel inisiyatif oldukça büyük önem taşır (İncekara, 2001: 28).

3.13. Turizmin Sürdürülebilir Kalkınma Üzerine Etkisi

Sürdürülebilirlik, aşırı derecede bozulma olmaksızın, sistemin ana kaynaklarını aşırı yüklemekten, bir topluluğun, ekosistemin veya sürekliliğin bir sistemini sürdürme kabiliyeti olarak tanımlanır (Çakılcıoğlu, 2008: 11).

Sürdürülebilir kalkınma, doğal kaynakları tüketmeyen ve gelecek kuşaklara kendi ihtiyaçlarını karşılama fırsatı bulamayan ve ekonomi ile ekosistem arasında bir denge kuran, ekolojik olarak sürdürülebilir bir ekonomik gelişmedir (Özsoy, 1995: 70).

Sürdürülebilir kalkınma, çevresel değerler üzerinde bir olumsuz etkiye sebep olmadan, ekonomik kalkınmanın devam ettirilmesidir, sürdürülebilir turizm ise, sektörü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz yönde etkilemeden, turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kalitesini arttırmaktır (İncekara, 2001: 28). Diğer bir ifadeyle sürdürülebilir turizm, turistlerin ve yerel halkın gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinden ödün verilmeden karşılanmasıdır.

Sürdürülebilir turizmin sağladığı faydaların yanında bir takım temel amaçları vardır. Toplulukların sosyal ve kültürel bütünleşmesini sağlamak, nesiller arasında eşitlik ilkesini korumak, yerel toplumun yaşam kalitesini artırmak, ekolojik sistemler ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesiyle çevre kalitesini korumak ve ziyaretçiler için

yüksek kalitede deneyim sağlamak, sürdürülebilir turizmin temel amaçlarından bazılarıdır.

Turizm ekonomisinin ve sosyal hayatın gelişimi için turizm sürdürülebilirliği, turizm ortamına zarar vermeden, tarihsel tabiat ve kültür varlıklarını toplamak için temel ilkeleri belirlemek ve bu ilkelere dayalı faaliyetlerde bulunmak gerekmektedir. Bu ilkelere göre, turizm ve seyahat sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerine dayanmalıdır. Çevre koruma, turistik gelişim sürecine dahil edilmelidir. Ülkeler, uluslararası turizm ve seyahat hizmetlerinin sürdürülebilir bir temele dayandırıldığı bir sistemin geliştirilmesi için iş birliği yapılması gerektiği, talebe değil arza göre turistik düzenlemelerin yapılmasının doğru olacağı, turizm ve seyahat endüstrisinin çevre korumayla ilgili uluslararası kurallara uymasının gerektiği ilkelerden bazılarıdır. Bu bağlamda, turistik gelişim ile ilgili kararların, ilgili yurttaşların katılımı ve planlama kararlarının yerel düzeyde benimsenerek alınması, önceliğin yerel halka verilmesi, on iki ay turizm yapılması, toplumsal katılımın özendirilmesi, turizm yatırımlarının esnek, gelişmeye açık ve uzun vadeli olması gibi daha pek çok madde sayılabilir (Demiroğlu ve İzgi, 2007).

Sürdürülebilir turizmin temel ilkelerine uygun olarak uygulanabilecek faaliyetler şu başlıklar altında toplanabilir:

- Bölgeleri turizm gelişimine açarken, çevresel konuları en ön planda tutmak,
- Doğaya önem vererek tehlike veya koruma altındaki alan ve canlı türlerine karşı dikkatli olmak,
- Atık maddelerin ve aşırı tüketimin azaltılması,
- Hava kirliliğini azaltmak,
- Gürültü seviyesini azaltmak ve kontrol etmek,
- Çevreye zarar veren girdilerin ve ürünlerin kullanımının azaltılması, doğal kaynakların tüketiminin engellenmesi, farklı kaynakların belirlenmesi yani kaynakların sürdürülebilir kullanımının sağlanması,
- Yerel kültüre ve mirasa saygılı davranarak, doğal ve kültürel çeşitliliği sürdürmek,
- Aşırı gelişmelerin etkilerinin önlenmesi ve yeni gelişmelerin etkilerinin değerlendirilmesi için turizmdeki gelişmelerin ülke ve bölge planlanması ile birlikte ele alınması,

- Turizmde sorumlu bir pazar anlayışının geliştirilmesi.

Sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanması, ülke turizminin kontrolsüz büyümemesi ve doğal kaynakların zarar görmemesi için ülkemiz açısından da önemlidir. Ancak turizmin kısa vadede ekonomik getirisi, öncelikli olarak düşünüldüğü için Türkiye’de sürdürülebilir turizm gelişimi üzerinde önemle durulamamıştır. Turizmin döviz getirici ve istihdam yaratıcı etkisinden dolayı, her yıl artan işsizlik ve açık veren ödemeler dengesiyle ülkenin ekonomik problemlerinin kitle turizminin desteklenerek çözülebileceği düşünülmüştür. Kitle turizm, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden nitelikli olmayan işgücünün ülkenin batı ve güney kıyılarında göç etmesi ve yarattığı istihdam fırsatları gibi çarpık gelişmelere yol açtı. Türkiye’ye turizm talebi, gelişmiş ülkelerden çok büyük ölçüde, yabancı tur operatörlerinin kontrolü altındadır ve yabancı tur operatörleri tarafından toplu turizm politikaları büyük ölçüde benimsenmiştir. Ülkemizin uluslararası turizm pazarındaki yeri ve durumu sürdürülebilir turizmin gelişiminin önündeki bir diğer engeldir. Ayrıca merkezi planlama anlayışı ve ülkedeki politik istikrarsızlıklar hem planlama sürecini hem de planların uygulanmasını zorlaştırdığı için, sürdürülebilir turizmi olumsuz etkileyen diğer unsurlardır.



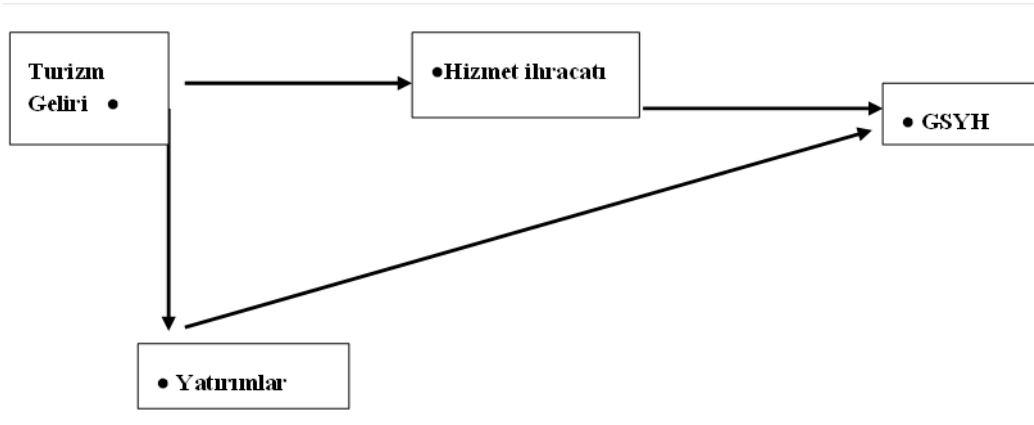
4. TURİZM VE DIŞ TİCARET KALEMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Turizm sektörünü inceleyen çalışmalar mikro iktisadi açıdan, yönetim ekonomisi açısından ve makro iktisadi açıdan sınıflandırılabilir. Turizm talebi ziyaretçi sayısı, destinasyon veya ülkede geçirilen gün sayısı ile ölçüldüğünde mikroekonomi konusu olur. Turizm talebi toplam turizm harcaması olarak ele alınırsa makroekonomik araştırmanın konusudur. Turizm faaliyeti makro iktisadi etkileri geniş olan hizmet sektörünün alt dalı olduğu için makro iktisadi çalışmalara literatürde daha sık rastlanır.

4.1. Turizm Gelirleri ve GSYH İlişkisi

Turizm faaliyeti veya turizm gelirleri bir ülkenin GSYH düzeyini doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olarak üç şekilde etkiler. Turizm gelirlerinin GSYH'ye doğrudan katkısı, seyahat ve turizme yapılan yurt içi harcamalar, hükümetin turizme yönelik toplam harcamalar, kültürel veya rekreasyon gibi doğrudan ziyaretçilerle bağlantılı olan seyahat ve turizm hizmetleri için yapılan harcamalardan oluşmaktadır. Turist ziyaretleri sonucu havayolu şirketleri, havalimanı, seyahat acenteleri, oteller, eğlence ve rekreasyon faaliyetleri gibi alanlara yapılan harcamaların toplamı turizmin milli gelir üzerindeki doğrudan etkilerini gösterir. Turizm alanında yeni uçak alımı, yeni otellerin yapılması, devletin yaptığı altyapı harcamaları, otellerin yiyecek ve içecek harcamaları, seyahat acentelerinin teknoloji harcamaları dolaylı harcamalara örnek gösterilebilir. Uyarılmış katkı ise turizm sektöründen gelir elde eden çalışanların başka alanlarda yaptıkları özel tüketim harcamaları sonucu oluşan ve ekonomiye bir çarpan etkisi ile yayılan etkiyi ifade etmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü, 2018:2). 2018 yılı WTTC Raporu'na göre turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisine doğrudan katkısı milli gelirin %4'ü oranındadır, dolaylı katkısı milli gelirin % 5'i oranında ve uyarılmış katkısı ise milli gelirin % 2'si oranındadır. Böylelikle turizm gelirlerinin milli gelire toplam katkısı GSYH'nın %11'i oranındadır. Turizm gelirleri artışı Türkiye milli gelirini yabancı para cinsinden artırmaktadır.

Yönlendirilmiş Döngüsüz Çizelgeler (Directed Acyclical Graphs) yaklaşımına göre turizm geliri ile milli gelir arasındaki ilişki şekildeki gibi ifade edilebilir.



Şekil 4.1. Turizm ve milli gelir arasındaki döngüsüz nedensellik ilişkileri

Turizm gelirleri GSYH düzeyini çeşitli kanallarla etkilediği için şekil 4.1'deki nedensellik çizelgesi oluşturulmuştur. Şekil 4.1'e göre turizm gelirlerini etki değişkeni ve GSYH değişkenini tepki değişkeni olarak almak sapmasız bir model oluşturmaktadır. Yatırımlar ve hizmet ihracı turizm gelirlerinden dolayı yükseleceği için diğer değişkenlerin model dışı tutulması hipotez açısından bir spesifikasyon hatası yaratmayacaktır.

Turizm faaliyeti GSYH büyümesini doğrudan, dolaylı ve uyarılmış yollarla etkiler. Doğrudan etki toplam milli geliri toplam ihracat artışı yoluyla etkiler. Dolaylı ve uyarılmış etkilerin ise doğrudan milli gelir hesaplarında toplam iç talepten ayrıştırılması zordur. Turizm faaliyeti ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenirken dolaysız katkıların yanında, dolaylı ve uyarılmış katkılar da dikkate alınmış olur.

Turizm ve ekonomik büyüme üzerinde yapılan çalışmalar turizm faaliyeti ile ekonomik büyümeyi hizmet ihracatı gelirlerinin ötesinde olumlu olarak etkilediğini farklı ülkeler için göstermiştir. Uluslararası turizm, serbest zamanı olan yaşlı nüfusun artışı ile yani demografik değişim ile gelişmektedir. İş amaçlı geliş yapan turistler, serbest zaman amaçlı geliş yapan turistlere göre daha fazla harcama yapmaktadır.

Dış turizm ekonomik büyümeyi farklı kanallar yoluyla etkiler. Brida ve Pulina'nın (2010) çalışmasına göre bu kanallar beş başlıkta toplanabilir. İlk olarak turizm, üretim sürecinde kullanılan sermaye mallarını ithal etmek için gereken dövizin temininde önemli bir katkıda bulunur.

Toplam ihracatın yüzdesi olarak ifade edilen turizm gelirlerinin ödemeler dengesine katkısı özellikle küçük ada ekonomileri için oldukça yüksektir. Bahama, Macao, Vanuatu ve Samoa için bu oran 2015 yılında %15 oranının üzerinde gerçekleşmiştir. İtalya, Çin Halk Cumhuriyeti, ABD ve Fransa gibi ülkeler için bu oran yüzde 10'nun altındadır. Büyük ekonomilerden sadece İspanya'da turizm gelirlerinin ihracata oranı yüzde 18 ile yüzde 10'un üzerindedir. İkinci olarak uluslararası veya bölgelerarası turizm rekabeti, beşerî sermaye oluşumunu ve altyapı yatırımlarını teşvik eder. Turizm faaliyeti artıkça nitelikli personele olan talep de artacaktır, bu da beşerî sermaye oluşumuna katkıda bulunacaktır.

Üçüncü olarak turizm diğer ekonomik sektörleri doğrudan, dolaylı ve uyarılmış yollardan etkiler. Turizm gelirlerindeki artışlar bağlantılı endüstrilerde üretim ve istihdam artışına sebep olmaktadır.

Dördüncü etki kanalı turizmin doğrudan istihdam yaratmasıdır. Bu istihdamda etkisi özellikler yerelde ve yerele girdi sağlayan toptan ve perakende sektörlerinde görülür. Çarpan etkisi ile bu kanal daha güçlü hale gelir.

Beşinci olarak turizm ölçek ekonomilerini ve alan ekonomilerini yaratır. Turist sayısı arttıkça birim maliyetler düşer bu ölçek ekonomisi oluşmasına neden olur. Alan ekonomisi ise farklı ürünlerin ve hizmetlerin sunulması sonucu ortaya çıkan birim maliyet azalışlarını ifade eder. Ölçek ekonomileri ve alan ekonomileri ekonomide verimliliğin artmasına katkıda bulunurlar. Turizm gelirleri ulusal ekonomilerde milli gelirini çarpan etkisi ile artırmaktadır.

Turizm odaklı büyüme hipotezine göre turizm gelirlerindeki artış çarpan etkisi ülkenin milli gelirini artırır. Gelirin artması sonucu yurttaşların ithal mal ve hizmetlere talebi, işletmelerin ise ithal girdi ve sermaye mallarına olan talebi artar. İlave gelir turizm ithalatına da turizm dışı ithalata da yönelebilir. İkinci bir nedensellik ise mal ithalatından turizme doğru gerçekleşir. Ülkede olmayan nihai ve ara malların turizm sektöründe kullanılmak üzere ithali turist sayısının ve turizm gelirlerinin artmasına neden olabilir.

4.1.1. Turizm ve milli gelir ilişkisi üzerine yapılan uluslararası çalışmalar

Turizm verileri aylık, üç aylık veya yıllık periyod değerlerinden oluştuğu için zaman serisi veya ülkelerarası panel veri özelliklerini taşırlar. Bir ülkenin veya bölgenin

verileri ile çalışılıyorsa zaman serileri yöntemleri kullanılır, birden fazla ülkeye veya bölgeye ait verilerden genel tahminler yapılacaksa panel veri setine uygulanan ekonometrik yöntemler uygulanır.

Turizm ile ekonomik büyüme ilişkisi ilk defa ihracata dayalı büyüme modelinden ilham alınarak Balaguer ve Cantavella-Jorda'nın (2002) çalışması ile modellenmiştir. Turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelenmesi hakkında bir yazın taraması yapılmıştır (Brida, Juan Gabriel and Manuela, 2010). Balaguer ve Cantavella-Jorda'nın (2002) çalışması turizmin uzun dönem ekonomik büyüme ile ilişkisini incelenmiştir. Bu çalışmada turizme dayalı büyüme (TLG) hipotezi eştümleşme analizi ve nedensellik analizi ile test edilmiş ve doğrulanmıştır. İhracata dayalı büyüme modelleri ticarete konu malları ele alırken, ticarete konu olmayan (non-tradable) turizm gibi hizmetler iktisadi literatürde yeterince işlenmemiştir. Turizme dayalı büyüme hipotezine göre turizm iki yolla milli gelir artışına neden olur. Birinci olarak yerel işletmeler arasında artan rekabet etkinlik artışına neden olur. İkincisi ise yerel işletmelerin ölçek ekonomisinde yararlanması sayesinde hizmet sektörünün üretkenliğini artırır. Ziyaretçi harcamalarının çoğu ticarete konu olmayan hizmet sektörüne yapılmaktadır. Turizmin büyümeyi olumlu etkilemesine rağmen, ticarete konu olmayan hizmetlere olan talep artışı bu hizmetleri o bölgede yaşayanlar için pahalı hale getirecek nispi fiyatlar yükselecektir. Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için ülkenin istihdamına da önemli oranda katkıda bulunmuştur. Dış rekabet de İspanya ekonomisini güçlendirmiştir (Balaguer & Cantavella-Jordá, 2002).

Turizm hasılatı İspanya'nın dış ticaret açığını kapatır hale gelmiştir. Turizm hasılatı 1965-1969 döneminde İspanya'nın dış ticaret açığının %62'sini karşılarken, 1995-1999 yıllarında ise tamamını karşılar hale gelmiştir ve %152 ile fazla vermiştir (Balaguer vd, 2002: 877). Çalışmada 1975-1997 dönemi için üçer aylık verilerle dış turizmin İspanya ekonomisine ne derecede katkıda bulunduğu çalışmanın temel sorusudur. Model İspanya'nın milli geliri (GSYH), turizm gelirleri ve reel efektif döviz kurunu kapsamaktadır. Bu üç seri mevsimsel etkilerden arındırılmıştır. Zaman serileri düzeyde durağan olmadıkları, birinci farklarında durağan oldukları için I(1) olarak tanımlanmışlar ve etki katsayılarını bulmak için Johansen eştümleşme yöntemi uygulanmıştır. Durağan seriler arasındaki ilişkiler en küçük kareler (EKK)

regresyonu ile tahmin edilebilirken, durağan olmayan serilerde bu tahmin sahte regresyon sorununa neden olur. Eştümleşme testi durağan olmayan serilerin analizinde kullanılan bir ekonometrik yöntemdir. Balaguer ve Cantavella-Jorda'nın (2002) çalışmasına ait bulgulara göre turizm sektörü milli gelir üzerinde çarpan etkisi ile olumlu katkı yaratmıştır.

Latin Amerika ülkeleri verileri üzerinde yapılan Eugenio-Martin ve Morales'in (2004) çalışmasında kişi başına düşen turist sayısı ve iktisadi büyüme arasındaki ilişki panel veri tahminleri ile elde edilmiştir. Çalışma sonuçları gelişmiş ülkeler için ise turist sayısı ve büyüme arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Düşük gelirli ülkelerin turist çekebilmesi için altyapı, eğitim ve belli bir gelişmişlik düzeyine ulaşmaları gerekmektedir. Çalışmada turizm faaliyeti kişi başına turist sayısı ile ölçülmüştür. Çalışma sonuçları Uruguay, Jamaika, Trinidad ve Tobago gibi küçük ülkelerin ekonomileri için turizm talebinin daha iyi bir gösterge olduğu gözlenmektedir. Altyapı, destinasyon, ülkenin eğitim seviyesi ve ortalama yaşam seviyesi turist ziyaretleri ile doğrudan ilişkili bulunmuştur. Turistler genel olarak dört çeşit hizmet talep ederler: Konaklama, yiyecek, ulaşım ve eğlence. Bu sektörlerin gelişmesi üretim ve gelir artışına ve buna bağlı olarak bölgesel istihdam artışına neden olur. Çalışma bölgeler üzerinde durması bakımından da diğer çalışmalardan ayrılmaktadır.

Dritsakis'in (2004) çalışması 1960-I ve 2000-IV arası üç aylık dönemlerde Yunanistan için reel milli gelir, reel efektif döviz kuru ve turizm hasılatı arasındaki nedensellik ilişkilerini incelemiştir. Kullanılan model çok değişkenli zaman serileri tahmin tekniği olan VAR modelidir. Adı geçen üç değişken arasında bir eştümleşme vektörü mevcuttur. ECM ye dayalı Granger nedenselliğine göre toplam turizm geliri ile ekonomik büyüme arasında nedensellik bulunmaktadır. Reel döviz kuru ile turizm hasılatı arasında da nedensellik ilişkisi doğrulanmıştır. Yunanistan örneği turizmin ekonomik büyümeye olumlu etkisini göstermektedir.

Brida vd'nin (2008) çalışmasında dış turizm hasılatı, reel döviz kuru ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkilerin analizini Meksika örneğinde yapılmıştır. Çalışmada kullanılan seriler birinci farkta durağan bulunmuştur. 1980-2007 dönemi üç aylık serileri ile yapılan çalışmada, her üç seri de $I(1)$ özelliği göstermektedir. Bu çalışmada kullanılan Johansen eştümleşme testi bu üç değişken arasında bir

eştümleşme vektörünün varlığına işaret etmektedir. Eştümleşme ve nedensellik analizleri turizme dayalı büyüme yaklaşımını desteklemiştir. Nedenselliğin yönü turizm hasılatından reel döviz kuruna ve milli gelire doğrudur. Etki tepki analizleri de turizm hasılatının etkisini doğrulamıştır.

Bu çalışmalarda eştümleşmenin varlığının nedensellik gerektirebileceği akılda tutulmalıdır. Eştümleşme testi nedensellik ilişkisinin yönünü vermez. A olayı B olayının nedeni olacağı gibi, B olayı da A olayının nedeni olabilir, ya da iki yönlü nedensellik olabilir. A ile B birbirini takip eden bir harekete sahipse bu hareket C gibi bir değişkenin A ve B değişkenlerini birlikte harekete geçirmesi sonucu da olabilir.

Turizm ve ekonomik büyüme üzerinde yapılan çalışmalar turizm faaliyeti ile ekonomik büyümeyi hizmet ihracatı gelirlerinin ötesinde olumlu olarak etkilediğini farklı ölkeler için göstermiştir. Uluslararası turizm serbest zamanı olan yaşlı nüfusun artışı yani demografik değişim ile gelişmektedir. İş amaçlı geliş yapan turistler, serbest zaman amaçlı geliş yapan turistlere göre daha fazla harcama yapmaktadır. Uluslararası alışmalar turizmin küçük ekonomiler için ekonomik kalkınma etkisini daha büyük bulmuşlardır. Adı geçen çalışmalarda turizm gelirleri ve GSYH değerlerinin zaman serisi özelliği taşımasından dolayı eştümleşme ve zaman serisi regresyonları gibi yöntemler kullanılmıştır. Bu tür verilerde sahte nedensellik ve sahte regresyon sorunlarından kaçınılması özel bir önem arz etmektedir. Granger nedensellik testleri serilerin durağanlaştırılmış düzeyinde uygulandığı için serbestlik derecesi kaybına neden olabilir. Kullanılan zaman serileri aynı derecede birim kök içermese elde edilen sonuçlar güvenilir olmayacaktır. Turizm gelirlerinin yurtiçi geliri etkileyeceği aşıkardır, ancak bu etkinin esneklik katsayısının birden büyük olması beklenmektedir.

4.1.2. Turizm ve milli gelir ilişkisi üzerine Türkiye’de yapılan alışmalar

Gündüz & Hatemi-J'nin (2005) alışması turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini kaldıraçlı bootstrap simulasyon yöntemi ile incelenmiştir. Turizm faaliyetinin göstergesi olarak turizm gelirleri ve turist sayısı değişkenleri arasında turist sayısını seçmişlerdir. Çünkü turizm gelirleri kullanıldığında çoklu doğrusallık sorunu ortaya çıkmaktadır. Ekonomik büyüme göstergesi olarak da GSYH değişkeni kullanılmaktadır. Balaguer vd'nin (2002) alışmalarını takiben reel

döviz kuru da analize dahil edilmiştir. Çalışmada 1962 ve 2002 yılları arası yıllık veriler logaritmik olarak kullanılmıştır. VAR modeli seçimi için Hatemi J'nin (2003) yöntemi kullanılmıştır. VAR modeli gecikme uzunluğu seçildikten sonra değişkenlerin durağanlığı KPSS testi ile incelenmiştir. Her bir değişken $I(1)$ düzeyinde bulunmuştur.

Çok değişkenli ARCH etkisi olduğu için araştırmada kaldıraçlı bootstrap (Leveraged Bootstrap) yöntemi tercih edilmiştir. Bootstrap metodu asimptotik yöntemlere göre daha güvenilir sonuçlar verdiği tercih edilmiştir. Kaldıraçlı bootstrap tekniğine göre yapılan nedensellik testi turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Ongan ve Demiroz'ün (2005) çalışmasında 1980:1 ve 2004:2 dönemi için üç aylık serilerle turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Çalışmada turizm gelirleri ve GSYH değişkenleri arasındaki eştümleşme ilişkisi modellenmiştir. Çalışmada ilk olarak serilerin durağanlık testleri yapılmıştır. İkinci adımda eştümleşme vektörünün varlığı test edilmiştir. Üçüncü adıma turizm gelirleri ve GSYH serileri arasındaki Granger nedensellik ilişkisi denklemleri kurulmuştur. Dördüncü adımda Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) ile turizm gelirleri ile GSYH arasındaki ilişki tahmin edilmiştir. Turizm gelirleri ile milli gelir arasında çift yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ekonomik büyüme ile turizm gelirleri artışı birlikte hareket etmektedir (Ongan, 2005).

Katircioğlu'nun (2009) çalışmasında 1960-2006 dönemi için sınır testi yaklaşımıyla eştümleşme modeli tahmin edilmiştir. Turist gelişleri ve kalma süresi, reel milli gelir, reel döviz kuru serileri kullanılmıştır. Çalışmada çoklu doğrusallıktan kaçınmak için modele turizm gelirleri modele dahil edilmemiştir. Reel döviz kuru ABD doları cinsinden modele dahil edilmiştir. Çalışmadan Türkiye için turizme dayalı büyüme hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna varılmıştır (Katircioglu, 2009).

Kızılkaya ve arkadaşlarının (2016) araştırmasında turizm gelirlerinden GSYH'ya doğru pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. 1980-2014 dönemini kapsayan çalışmada ARDL sınır testi yöntemi uygulanmıştır.

Husein ve Kara'nın (2011) çalışmasında zaman serisi analizini kullanılmış ve analize üçüncü bir değişken olarak reel döviz kuru dahil edilmiştir. Araştırmada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki Türkiye bağlamında incelenmiştir.

Çalışmada çok değişkenli Johansen eştümleşme testi ile 1964-2006 dönemi verilerinin uzun dönemli ilişkiler test edilmiştir. Ampirik sonuçlar, reel GSYİH, turizm gelirleri ve reel döviz kurunun birbiriyle istatistiksel anlamlılık içinde olduğunu ve bu değişkenler arasında uzun vadeli bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Husein ve Kara'nın (2011) Granger nedensellik testlerinden elde edilen ampirik kanıtlar, turizm gelirleri ile reel GSYİH arasındaki nedensel bağlantının tek yönlü olduğunu, turizm endüstrisinin genel olarak uzun vadeli ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermektedir.

Aslan (2016) çalışmasında 2003-2014 yılları üç aylık verilere dayanarak Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ARDL yapısı altında araştırmıştır. Çalışmada turizm gelirlerinden büyümeye doğru bir istatistiksel ilişki kanıtlanmıştır. Araştırma bulgularına göre Türkiye'de turizm gelirlerinde gerçekleşen %1'lik artış GSYH'yı % 0,96 oranında etkilemektedir. Ziyaretçilerin seyahat harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur.

Nedenselliğin yönünün turizmden milli gelire doğru bulunması beklenen bir sonuçtur. Öte yandan bu nedenselliğin etki büyüklüğü kuramsal açıdan önemlidir. Yukarıda özetlenen çalışmalar turizmin dolaylı etkilerini sayısal olarak göstermemektedir. Dolaylı etkilerin varlığında turizm gelirlerinde gözlenen bir artış kendi artış oranından daha çok milli gelirde artış yaratmalıdır.

4.2. Turizm ve Dış Ticaret İlişkisi

Turizm ve ticaret arasındaki ilişki analizi bu çalışma kapsamında iki nedenden dolayı önemlidir. Birincisi, son araştırmaların da gösterdiği üzere dış ticaret ve uluslararası turizm ülkelerin ekonomik gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ticaret ve turizm arasındaki tamamlayıcılık ilişkisinin anlaşılması ekonomik büyümeyi destekleyeceği için turizm büyük ilgi görmektedir. İkincisi, bu ilişki turizm ve ticaret arasındaki tamamlayıcılığın faydalarını yakalayan iş stratejilerinin önemini ortaya çıkarmaktadır.

Turizm gelirlerinin ödemeler dengesi üzerindeki etkileri doğrudan ve dolaylı olarak iki grupta incelenebilir. Doğrudan etkiler çalışmanın kapsamında olmadığı için bu bölümde turizmin dış ticaret değişkenleri kanalıyla oluşan etkileri tanıtılmaktadır.

Turizm ve dış ticaret dünyada geçtiğimiz 40 yılda seyahat ve ticaret ile gelişim göstermiştir. Bu dönemde, seyahat ve ticaret gelişimi arasında korelasyon olduğu görülmüş olup özellikle bu korelasyon havayolu taşımacılığında belirginleşmiştir. Uçak teknolojisindeki son gelişmeler kapasite artışına neden olmuştur. Bu dönemde daha büyük oranda ve geniş gövdeli navlun kapasitesi arttırılmış uçakların üretilmesini sağlamıştır. Hava taşımacılığı, bu gelişmelerle uluslararası kargo akışında önemli miktarda pay kazanmıştır. Teknolojik gelişmeyle ilişkili düşük fiyatlandırma görünür bir biçimde deniz yoluna alternatif olarak havayolu taşımacılığına olan talebi artırmıştır. İş seyahatlerinin uluslararası ticaret performansı üzerinde dikkate değer bir etkisi bulunmaktadır. İş seyahatlerinin ticaret üzerinde beş temel etkisi vardır. Bunlar; yeni satış imkânları, mevcut müşterileri elde tutmak, ortaklıklar geliştirmek, inovasyonu teşvik etmek, ihracatı artırmak olarak sıralanmaktadır.

i. Yeni Satış İmkânları Yaratmak

Seyahat ve ticaret ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Anketler, satışları bağlama olasılığının, iş ziyaretleri sayesinde hiç olmadığı kadar yüksek olduğunu göstermektedir. Yüz yüze görüşmelerin değeri, gelişmekte olan pazarlarda daha belirgindir. Ortalama olarak, yöneticiler şirketlerinin yeni satışlarının ortalama %29'unun iş seyahatine bağlı olduğunu, Çin'de ise bu oranın %38'den yüksek olduğunu beyan etmişlerdir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2014: 11).

İş seyahati yapanlar, potansiyel müşterilerin %50'sinin kişisel toplantılarla müşterileri haline geldiğini ve kişisel görüşmeler olmadan gelen müşterilerin ise sadece %31 oranında olduğunu belirtmektedir. Çin'e iş seyahati yapanlar şahsen yapılan toplantıların %24 puanlık bir etkisi olduğunu belirtmiştir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2014: 12).

ii. Mevcut müşterileri elde tutmak

İş seyahatini azaltmak, mevcut iş ilişkileri için ciddi iş riskleri oluşturur. Katılımcıların üçte birinden fazlası (%36), mevcut müşterilerinin dörtte birinin yarısına şahsen toplantı yapılmadığı takdirde rakiplere geçeceğini öngörmektedir. Ortalama olarak, iş seyahati yapan kişiler, müşterilerinin %38'inin şahsen görüşülmedikleri takdirde rakiplere geçeceğini tahmin etmektedir. Bu tepkiler ülkeler

arasında oldukça istikrarlıdır, ancak Çin’de şahıs toplantılarına bağımlı satışların diğer ülkelere göre biraz daha fazla olduğu gözlenmiştir.

iii. Ortaklıklar kurmak

İşbirlikçi ilişkiler şirket performansının ayrılmaz bir parçasıdır. İş insanları bu ilişkileri kurmak için seyahatlerin gerekli olduğunun bilincindedir. Örneğin, küresel iş seyahatinde olanların dörtte üçünün (%72) dış konferansları bulduğu ve sözleşmelerin geliştirme üzerinde "önemli" veya "yüksek" bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların yarısından fazlası, yeni pazarlara açılmak, yeni pazarlara yatırım yapmak ve şirketlerinin tedarik zincirini yönetmek için ortaklarla toplantı yapmanın “çok” veya “son derece” önemli olduğunu göstermektedir. Ticari fuarlar ve sergiler ortaklıklar geliştirmek için kilit faaliyetler olarak tanımlanır. Fuar ve sergilerin ortaklık üzerindeki etkisi katılımcılarının %64’ü tarafından vurgulanmıştır.

iv. İnovasyonu Teşvik

Küresel iş seyahati yapanlar aynı zamanda seyahat ile yenilik ve üretkenlik arasında güçlü bir ilişki olduğunu doğrulamıştır. Seyahat eden yöneticilerin üçte ikisinden fazlası (% 70) iş seyahatinin inovasyon ve verimlilik için veya çok önemli olduğuna inanmaktadır.

v. İhracatta meydana gelen artışlar

Ticaret, yukarıdaki faktörlerin bir kombinasyonunu içeren iş seyahat akışlarından doğrudan etkilenir. Uluslararası iş seyahatlerinden kaynaklanan satış artışları ve ortaklıklar, uluslararası ticaret ve ihracatın akışına yardımcı olmaktadır.

Uluslararası iş seyahatlerinin ticari fayda sağlamadaki rolü, ankete katılan yöneticiler ve iş seyahatinde olanlar arasında açıktır. Uluslararası gezginlerin önemli bir çoğunluğu, uluslararası pazarlardaki işlerini büyütmek için seyahat etmenin (%70) ve uluslararası yatırım yapmanın (% 65) çok önemli olduğunu düşünmektedir.

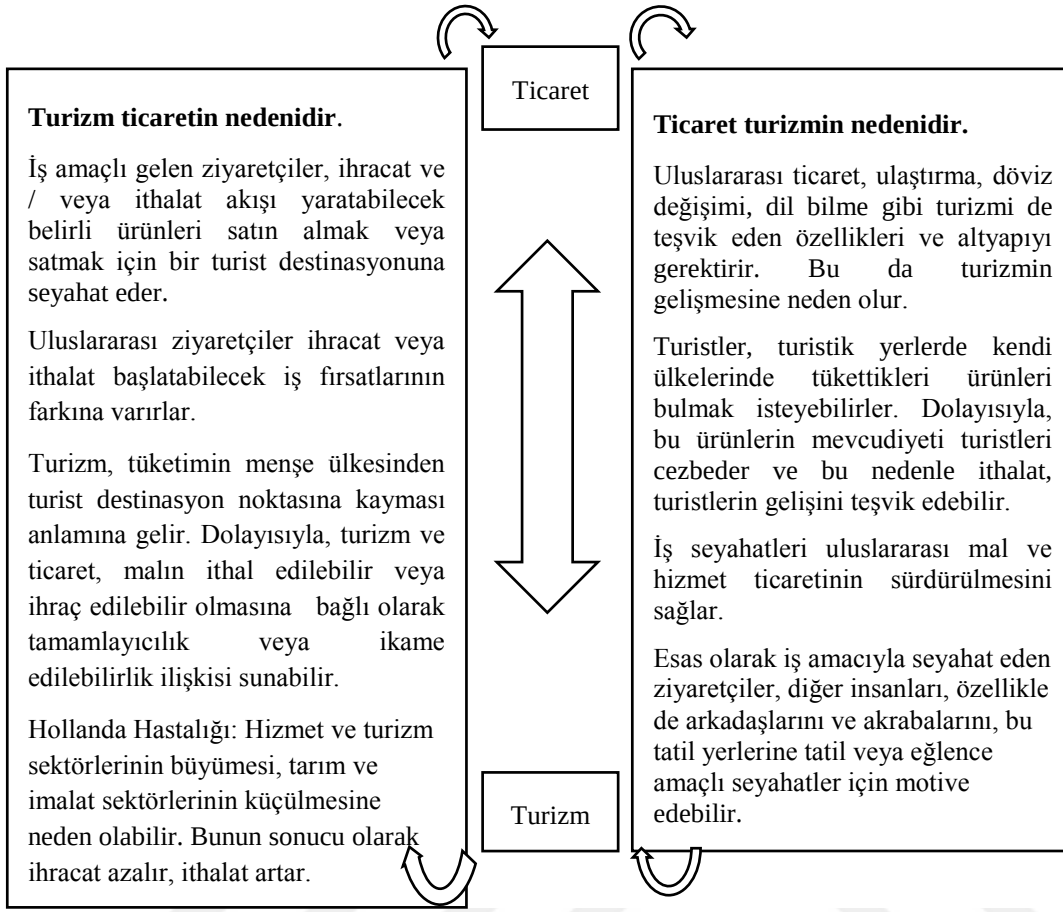
Seyahat ve turizmde sınır ötesi harcamalar, geçtiğimiz 10 yıl boyunca yıllık ortalama %3,2 (reel olarak) oranında büyürken, yurt içi harcamalardan biraz daha dinamik olduğunu göstermiştir. Bu, dönemin büyük bir küresel durgunluk içermesi ve aynı dönemde %2,5’lik küresel GSYİH büyümesini aşması nedeniyle etkileyici bir

büyüme oranıdır. Genel turizm talebinin bir parçası olarak, uluslararası turizm harcaması son 10 yılda %27'den %29'a yükselmiştir.

Turist ziyaretleri çoğunlukla iş amaçlı olmayan ziyaretlerden oluşmaktadır. Turistik ziyaretlerin motivasyonu eğlence, macera, merak, iş, arkadaş ve akraba ziyaretleri, spor ve rekreasyon ve benzeri sebepler olabilir. Uluslararası turizm ziyaret motivasyonlarına göre dört kategoriye ayrılabilir: i) İş amaçlı turizm (B_t), ii) Serbest zaman turizmi (H_t), iii) Arkadaş ve akraba ziyaretleri (VFR_t) ve iv) diğer turizm (O_t). Kulendran ve Wilson'un (2000) araştırmasında ilk üç kategori analizlerinde kullanılmıştır.

Marco Polo hipotezine göre iş seyahatleri dış ticaretin gelişmesine sebep olmaktadır. Bu hipoteze göre turizmden dış ticarete doğru bir gecikmeli nedensellik (Granger nedensellik) ilişkisi vardır. Nedensellik zincirine iş turizmi ile başlanırsa iş amaçlı turizm ithalatı veya ihracatı beraberinde getirmektedir. İş gezileri B_t sonraki dönem için ihracat artışına EX_{t+1} ve ithalat artışına IM_{t+1} ve sonrasında iş amaçlı gezileri B_{t+2} ve serbest zaman turizmi H_{t+2} beraberinde getirir. Bu modelin farklı biçimleri ve farklı gecikme değerlerinin varlığı mümkündür (Kulendran ve Wilson, 2000: 11).

İş amaçlı olmayan turizm de dış ticareti etkiler. Tatil geçirme amaçlı olan, arkadaş ve akraba ziyareti amaçlı olan veya eğitim amaçlı seyahatler sonucu fark edilen ticaret imkânları sonucunda ithalat ve ihracat artar. Dolayısıyla H_t dış ticareti $M_{t+1} + X_{t+1}$ toplamını artıracaktır (Kulendran ve Wilson, 2000).



Şekil 4.2. Turizm ve dış ticaret ilişkisi

Kaynak: Santana-Gallego (2011b)

Turizm ve ticaret arasındaki ilişkinin nedensellik yönü hakkında üç hipotez öne çıkmaktadır (Şekil 4.2). Turizm faaliyeti olarak yıllık turizm gelirleri veya yıllık turist sayısı değişkenleri analize ayrı ayrı dahil edilebilir.

Birinci hipotez iş amaçlı seyahatlerin yaygınlaşmasının dış ticaret hacmini geliştireceğini öngören *Marco Polo Hipotezidir*. İş seyahatleri ihracatı artırır, iş seyahatleri geliş sebebine göre ithalatı da artırır. Marco Polo hipotezine göre uluslararası ziyaretçiler ihracat veya ithalat akışı yaratabilecek iş fırsatlarını görürler. Turizm, tüketimin turist gönderen ülkeden turistik yere kayması anlamına gelir. Dolayısıyla, turizm ve ticaret, malın ithal edilebilir veya ihraç edilebilir olmasına bağlı olarak tamamlayıcılık veya ikame edilebilirlik ilişkisi ortaya çıkarabilir (Santiago ve Gallego, 2011b).

İkinci hipotez *İlgi ve farkındalık hipotezi* olarak adlandırılır. Bu hipoteze göre dış ticaretin gelişmesi uluslararası turizm faaliyetini artırır. Ticaret sadece iş amaçlı

ziyaretleri değil, tatil amaçlı ve turistik amaçlı ziyaretleri de artırır. İlgi ve farkındalık hipotezini destekleyen görüşe göre uluslararası ticaret, ulaştırma, döviz bozdurma, yabancı dil öğrenme gibi turizmi de teşvik eden özellikleri ve altyapıyı gerektirir. Dolayısıyla ticaret de turizmin gelişmesine neden olur.

Üçüncü olarak *keşfedilen fırsatlar hipotezine* göre iş amaçlı olmayan, tatil amaçlı olan seyahatler de dış ticaretin gelişmesini sağlar. Bu üç hipotezin oluşumuna neden olan nedenler Santiago ve Gallego'nun (2011b) çalışmasında ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Keşfedilen fırsatlar hipotezine uluslararası ziyaretçiler ihracat veya ithalat başlatabilecek iş fırsatlarının farkına varırlar. Girişimciler bu şekilde ihracatı ve ithalatı geliştirebilirler. Turistler, turistik yerlerde kendi ülkelerinde tükettikleri ürünleri bulmak isteyebilirler. Dolayısıyla, bu ürünlerin mevcudiyeti turistleri cezbeder ve bu nedenle ithalat, turistlerin gelişini teşvik edebilir.

Turist kabul eden bir ülkedeki turizm sektörünün gelişimi açısından nedenselliğin yönünün turizmden ticarete doğru olduğu bir durumda, ülkenin yabancı mal ve hizmetlere olan ithalat talebi ister istemez artacak ve bu da o ülkenin ödemeler dengesine yansiyacaktır. Öte yandan aynı zamanda turizm yoluyla ihracat gelirlerinde de bir artış sağlanacağı için ödemeler dengesinin hizmetler kalemi açısından yine bir değişim söz konusu olacaktır (Bahar ve Baldemir, 2008:103).

Turizmin gelişmesi bazı ülkelerde Hollanda hastalığı denilen olguya neden olabilir. Turizmin gelişmesi sonucu ülkenin üretim faktörleri imalat ve tarım sanayilerinden ayrılarak turizm sektörüne geçer. Azalan imalat, tarım ihracatın azalmasına, ithalatın artmasına neden olur. İthalat harcamaları turizmden gelen döviz ile karşılanır.

İş amaçlı olmayan turizm de dış ticareti etkiler. Tatil geçirme amaçlı olan, arkadaş ve akraba ziyareti amaçlı olan veya eğitim amaçlı seyahatler sonucu fark edilen ticaret imkanları sonucunda ithalat ve ihracat artar. Dolayısıyla t yılındaki turist sayısı H_t sonraki yılın dış ticareti $M_{t+1} + X_{t+1}$ toplamını artıracaktır (Kulendran ve Wilson, 2000:1002). Kulendran ve Wilson'un (2000) çalışmasında $t+1$ ifade edilen değişkenler etkisi bir yıl veya daha fazla süre içinde gecikmeli olarak ortaya çıkan değişkenleri ifade etmektedir.

Dış ticaret de benzer ilgi ve farkındalıklar kanalıyla dış turizmi geliştirebilir. İş amaçlı gezilerle gelen iş insanları ülkelerinde destinasyon ülkeye karşı bir ilgi uyandırabilirler veya iş amaçlı ziyaretçiler sonraki dönemlerde serbest zamanlı olarak gelebilirler (Khan vd, 2005: 175). Ayrıca, iş adamları serbest zaman geçirmek için bu ülkelere geri dönebilir ve belki de ailelerini veya arkadaşlarını bu ülkeye turistik amaçlı götürebilir. Böylece, uluslararası ticaret turizme yol açabilir.

Santana-Gallego'nun (2011a) çalışmasına göre turizm ticareti çeşitli yollarla etkilemektedir. Turizm sektöründeki turizm endüstrisinin gelişmesi, ticaret dengesine yansıyacak olan ithalatını artıracaktır. Ayrıca, turist ziyaretleri genellikle bilgi sağlar ve turist imajını iyileştirebilir. Öte yandan, ticaretin turizme sebep olduğu nedensellik bağıntısı, turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ithalat artışının ziyaretlerini olumlu yönde etkileyebileceği kabulüne dayanır (Santana-Gallego vd., 2011a:534).

Güçlü bir korelasyon mutlaka gerçek bir nedensellik ilişki anlamına gelmez ve bu noktada değişkenler arasında Granger nedensellik testleri uygulanır. Uygulanacak testler, turizm değişkenlerindeki gecikmeli değerlerin mevcut ticaret değerini ne derece etkilediğini ve bunun tersine, farklı gecikme yapılarını içeren bir regresyon uygulayarak ölçmelidir. Sonuçlar, ilişkilerin yalnızca tek bir yönde olmadığını gösterebilir (ticaret, aynı zamanda turizmi de yönlendirmektedir). Sonrasında, turizmin ticaret üzerindeki nedensellik etkisini tanımlamalı ve etkiler ayrıştırılmalıdır (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2011:24).

4.2.1. Turizm ve dış ticaret ilişkisi üzerinde yapılan uluslararası çalışmalar

İthalat, ihracat, turizm gelirleri ödemeler dengesinin cari hesap kanallarıdır. Ödemeler dengesinin dış ticaret ve turizm kalemleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar iki grupta toplanabilir. Birinci grup çeşitli zaman serileri yöntemleriyle dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkileri doğrudan inceleyen Easton'un (1998), Kulendran ve Wilson'ın (2000), Shan ve Wilson'ın (2001) gibi yazarların çalışmalarından oluşmaktadır. Bu grupta yer alan araştırmalar eştümleşme analizi ve çok değişkenli zaman serileri modellerinin kullanıldığı araştırmalardır. İkinci grup çalışmalar ise dış ticaretin açıklayıcı değişken olarak kullanıldığı turizm talebi modelleridir. Adı geçen çalışmalar dış ticaretten turizme doğru bir nedensellik ilişkisi

kabulüyle yapılmıştır. Bu çalışmalara Goh ve Law'un (2003), Eilat ve Einav'in (2004), Santana vd'nin (2010) çalışmaları örnek olarak verilebilir.

Easton'un (1998) çalışması turizm ile dış ticaret arasındaki etkileşimin araştırıldığı ilk çalışmalardandır. Çalışmada Kanada bağlamında ihracat ve turist sayısı için ayrı modeller tahmin edilerek ihracat ile turizm faaliyeti arasındaki ilişki ortaya konmuştur. Easton (1998) dış ticaret ile turizm arasında bir ikame ilişkisi bulmuştur. Bu bulguya göre bir ekonominin turizm faaliyetine yoğunlaşması ihracatı azaltmaktadır.

Kulendran ve Wilson'ın (2000) çalışması dış ticaret bileşenleri ile turizm bileşenleri arasındaki ilişkiyi zaman serisi yöntemleri ile araştırmayı amaçlamıştır. Bu çalışma hipotez ve yöntem açısından kendisinden sonraki bütün çalışmalar için bir başvuru kaynağı olmuştur. Çalışmada dış ticaret ve turist sayısı arasındaki ilişkiye dair üç hipotez ileri sürülmüştür. Birinci hipoteze göre iş amaçlı turizm faaliyeti hem ihracatı hem de ithalatı artırarak dış ticaret hacmini genişletir (Marco Polo Hipotezi). İkinci hipotez ise dış ticaret hacmi ile turist sayısı arasındaki pozitif yönlü ilişkiye dikkat çekmektedir. Dış ticaret hacmi genişledikçe beraberinde iş amaçlı turizm artışını ve tatil amaçlı turizmi geliştirecektir.

Kulendran ve Wilson'ın (2000) araştırması ABD, Birleşik Krallık, Japonya ve Yeni Zelanda'nın Avustralya ile olan dış ticaret ve turizm ilişkilerini Avustralya destinasyonu özelinde analize konu etmiştir. Çalışmada Avustralya'nın ilgili ülkelerin her biri ile olan ithalatı, ihracatı, Avustralya'ya iş amaçlı gelen turist sayısı ve Avustralya'ya tatil amaçlı gelen turist sayısı zaman serilerinin etkileşimi ile analiz edilmiştir. Çalışmada zaman serileri yöntemi olarak Granger nedensellik ilişkileri ve eştümleşme sınaması uygulanmıştır.

Dış ticaret hacmi bir ülkenin dışa açıklık ölçütüdür. Ülkelerin dış ticaret hacimleri genişledikçe, bir başka ifade ile ülkeler dışa açıldıkça daha fazla turist çekmeye başlamışlardır. Dış turizm ve dış ticaret arasındaki ilişki ilk bakışta totolojik gelebilir, çünkü turizm gelirleri hizmet ihracatı olarak ödemeler dengesinde yer alır (Kulendran ve Wilson, 2000). Çalışmanın araştırma sorusu her iki akım değişken arasında bir bağlantı var mıdır" şeklinde ifade edilebilir. *"Dış ticaret ve dış turizm değişkenlerinin birlikte hareketi aralarında bir ilişkiye mi işaret eder yoksa dış ticaret ve dış turizmi sürükleyen bir üçüncü değişkenler kümesi mi vardır?"* soruları

Kulendran ve Wilson'un (2000) çalışmasının temel araştırma sorularını oluşturmaktadır.

İki seri arasında eştümleşme ilişkisi bulunması nedensellik ilişkisi anlamına gelmeyebilir. Bu durumda nedenselliğin yönünü belirten Granger nedensellik testini kullanmak gerekir. Tam bir dinamik modelleme olmadan dış ticaret ile dış turizm arasındaki ilişkiyi anlamak zordur. Ülkeler arası ürünlerin dolaşımı kaynak ülke ve o ülkenin ürettiği ürünler hakkında farkındalık oluşturur. Bu da turist ziyaretlerini artıran bir etkidir (Kulendran ve Wilson, 2000).

Marco Polo (1254-1324) Venedik'ten Pekin'e seyahat ettiğinde yüzyıllar boyunca tüccarların İpek Yolu'nu takip ettiği bilinmektedir. 24 yıllık seyahat dönüşünde yazdığı hatıraları, en büyük seyahat defteri olarak kabul edilir. Bu seyahatname doğu batı ticareti konusunda ilgi uyandırmış olup ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Bu gözlem bir soruyu beraberinde getirmektedir: *Turizmin gelişmesi ticari faaliyetleri teşvik eder mi?*

ABD ve Birleşik Krallık örneğinde Marco Polo hipotezini destekleyen Granger nedenselliği ve eştümleşme sonuçları bulunmuştur. İş amaçlı ziyaretler ABD örneğinde toplam ticareti, Birleşik Krallık örneğinde ise ithalatı pozitif yönde etkilemektedir.

Dış ticaretin beraberinde turizmi getirdiği ilgi ve farkındalık hipotezi ise yine ABD ve Birleşik Krallık örneğinde destek bulmuştur. Bu kapsamda ABD ile Avustralya arası ticaret hacmi için toplam dış ticaretten toplam turizme bir Granger nedenselliği bulunmuştur. Birleşik Krallık için iki ülke arasında toplam ticaret iş amaçlı turizmin Granger nedenidir. Japonya ile Avustralya arasında turizm ticaretin nedenidir. Çalışmada dış ticaretin tatil amaçlı turizmi de beraberinde getirdiğine yönelik bulgulara da rastlanmıştır. Avustralya'nın ABD'ye olan ihracatı, Avustralya'ya gelen turist sayısının Granger nedenidir. Birleşik Krallık için ise dış ticaret Avustralya'ya gelen turist sayısının Granger sınamasına göre nedenidir.

Shan ve Wilson'ın (2001) çalışmasında Çin Halk Cumhuriyeti ekonomisi için dış ticaret ve turizm ilişkisini Granger nedensellik testi ile sınanmıştır. Çalışmada Çin Halk Cumhuriyeti ekonomisi için ticaret ve turizm arasında çift yönlü ilişki bulunmuştur. Dış ticaret genişlemesi beraberinde turizm faaliyetini de artırmaktadır. Turizm faaliyeti ise dış ticareti geliştirmektedir.

Turizm ve dış ticaret arasındaki ilk ilişki turizmin gelişmesi sonucu ülkenin yabancı mal ve hizmetlere olan talebi yani ithalata olan talebinin artmasıdır. Turizm ödemeler dengesinin hizmet ihracı kalemine dahil olarak ihracata doğrudan katkıda bulunur. İkincisi turist ziyaretleri sonucu ülkenin sunduğu mal ve hizmetlerin tanınırlığı artar ve bu ihracat için yeni fırsatları beraberinde getirir.

Dış ticaretten turizme doğru bir nedensellik ilkesi de geçerlidir. İş amaçlı seyahatler destinasyon ülkenin daha fazla bilinmesini sağlar ve iş amaçlı seyahatler turistik seyahatlere dönüşür. Gidilen ülke hakkındaki farkındalık ve ilgi artar. İthalat ve ihracatın toplamı olarak ifade edilen turizm hacminin açıklayıcı değişken olarak incelendiği çalışmada turist gönderen ülkenin geliri, Çin’de yaşam maliyeti ve Çin Halk Cumhuriyeti’nin reel döviz kuru da turist sayısının diğer açıklayıcı değişkenleri olarak incelenmiştir. Bu amaçla Shan ve Wilson (2001) çalışması Toda-Yamamoto yaklaşımını takip etmektedir.

ADF birim kök testi yapıldıktan sonra Toda-Yamamoto (1995) süreci uygulanmıştır. Dış turizm ve dış ticaret arasındaki ilişki farklı gecikme seviyeleri için test edilmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti ile dört ülkenin ticaret hacmi ve turist sayısı incelenmiştir. Bu ülkeler ABD, Birleşik Krallık, Avustralya ve Japonya’dır. Yeterli serbestlik derecesine ulaşmak amacıyla VAR modeli için kullanılacak değişkenler yıllık yerine aylık seçilmiştir. Çalışmada kullanılan aylık veriler reel logaritmik düzeylerine dönüştürülmüştür.

Çalışmada kullanılan tüm seriler birinci düzeyde durağan bulunmuştur. Bu durumda durağanlık derecesi 1 olarak seçilmiştir. Modelde kullanılan gecikme uzunluğu Akaike bilgi kriteri ve Schwartz bilgi kriteri yardımıyla bulunmuştur.

ADF birim kök testinden sonra Granger nedensellik sınamasına geçilmiştir. Granger sınaması sonuçlarına göre Çin’in dış ticareti ile turizm faaliyeti arasında çift yönlü bir ilişki vardır. Bu durum endojenlik etkisinin varlığına işaret etmektedir.

Bu çalışmanın iki önemli bulgusuna göre dış ticaret ülkeye gelen turist sayısının önemli bir belirleyicisidir. İkinci olarak tek değişkenli analiz eşanlılık sapmalarını beraberinde getirmektedir. Bu sapmaların varlığı da turizme yönelik öngörü modellerinin kurulmasını zorlaştırmaktadır.

Tahmin sonuçlarına göre turist sayısındaki %1’lik artış dış ticareti %0,76 ve %1,73 arasında artırmaktadır. Ticaret hacmindeki %1 lik artış turist gidişlerini %0.59 ile %1.58 arasında artırmaktadır. Turist sayısındaki %1 oranındaki artış turizm hacmini %1 ve %1,22 oranında artırmaktadır.

Fischer’in ve Gil-Alana (2007) çalışmasında daha geniş bir örneklem için Alman turistlerin İspanya’nın şarap ihracatına etkisini Vektör Otoregresif (VAR) Çok Değişkenli zaman serisi modeli ile analiz edilmiştir. 1995-2006 aylık zaman serileri üzerinde yapılan çalışmada etki tepki analizleri Alman turistlerin İspanya’nın ihracatını artırdığı sonucuna varmıştır.

Fry vd. (2010) çalışmasında Afrika’da en çok ticaret yapan ve en çok turist gönderen 40 ülkenin G. Afrika ile olan ticaret ve turizmi arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma 1992 ve 2007 arası dönemi aylık verileri üzerinden dönemi kapsayan zaman serileri üzerinde yapılmıştır. Ticaret ve turist gelişleri arasında uzun dönemde çift yönlü ilişki bulunmuştur. Panel veri analizi kullanılarak yapılan tahminlerde bu çift taraflı ilişkiye rastlanmıştır. Güney Afrika’nın ticaret ortağı olan dört ülkede turizmden ticarete, üç ülkede ticaretten turizme nedensellik bulunmuştur. İki ülke için ise turizm ve dış ticaret hacmi arasında doğrudan bir ilişki bulunamamıştır.

Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü’nün (2011) raporunda iş amaçlı turizm ile dış ticaret değişkenleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle turizm ve dış ticaret bileşenleri arasındaki nedensellik ilişkileri ekonometrik yöntemlerle analiz edilmiştir. 190 ülkede yapılan istatistiksel analiz, iş seyahati ile uluslararası ticaret arasındaki korelasyonu ve nedenselliği göstermektedir.

İş amaçlı ziyaretçi sayısı artan ülkelerin daha yüksek ihracat artışı gösterdiği dikkat çekmiştir. İş seyahatindeki büyüme de daha hızlı ticaret artışıyla bağlantılı bulunmuştur.

Ekonometrik modeller son on yılda dünya ticaretindeki artışın üçte birinin iş seyahatleri ile bağlantılı olduğunu göstermiştir. Bu ilişki hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomiler için geçerlidir. Anketler tarafından desteklenen sonuçlara göre iş seyahatinin gerekli olan yatırımlar, tedarik zincirleri, lojistik ve uluslararası ticaret için ikili ilişkilerin ayrılmaz bir parçasıdır. Örneğin, katılımcıların çoğu uluslararası gezginlerin uluslararası iş dünyasını genişletmek için seyahat

etmenin son derece önemli olduğunu düşünmektedir (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2018).

Ticaret hacmi ile ülkeler arasında yapılan iş seyahati harcama düzeyi karşılaştırılırken, yapılan dış seyahatlerin ihracat üzerindeki etkisinin en güçlü olduğu anlaşılmaktadır, ülkeye gelen iş amaçlı ziyaretçiler öncelikle ithalatı etkilemektedir. Bu ilişki aynı zamanda iş seyahati hacminin ve ticaret miktarının GSYİH'ya göre oranı da göz önüne alındığında belirgindir. Ekonometrik modelleme, iş seyahat yoğunluğu (GSYİH'ye oran olarak) ile zaman içindeki ticaret yoğunluğu arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bulgular yapılan seyahatlerde meydana gelen değişikliklerin hem İngiltere hem de Brezilya'da yüksek derecede güven aralığı ile yapılan ihracatın itici gücü olduğunu göstermektedir. Bu ilişkiler sadece tek bir yönde değildir (ticaret aynı zamanda iş seyahatini de yönlendirir), bu yüzden iş seyahatlerinin neden-sonuç etkisini ayırtmak önemlidir.

Fry ve diğerlerinin (2010) çalışmasına göre ortalama olarak, iş seyahatinin 10:1'lik bir yatırım getirisi sağladığını göstermektedir- yani, bir birim artan iş seyahat harcamaları, on birim artan sanayi satışları üretmektedir. İş seyahatleri uluslararası ticaretin bir parçasıdır. Çalışmada yapılan ekonometrik analiz, son on yılda uluslararası ticaretteki büyümenin yaklaşık üçte birinin iş seyahatlerine atfedilebileceğini göstermektedir.

Yurt dışına giden iş seyahati pazarı daha büyük olan ülkeler daha yüksek ihracatı beraberinde getirirken, iş seyahatlerindeki daha hızlı büyüme daha hızlı ticaret büyümesine de bağlıdır. Ekonometrik modelleme, yüksek iş seyahat yoğunluğunun (GSYH'ye göre iş seyahati harcamaları), yüksek ticaret yoğunluğunun (GSYH'ye göre ithalat ve ihracat) nedeni olduğuna işaret etmektedir. Yurt dışı iş seyahati pazarı daha büyük olan ülkeler daha yüksek ihracat hacmine sahip iken, iş seyahatlerinde daha hızlı büyüme daha hızlı ticaret büyümesi ile de bağlantılıdır. Bu korelasyon, ticaret seviyesi ülkeler arasında yapılan iş seyahati harcamaları ile karşılaştırıldığında; en büyük ihracatçılar, yüksek düzeyde iş seyahatine sahip olanlar olma eğilimindeyken, ithalat ve gelen iş seyahatleri ile de yüksek düzeyde ilişkilidir.

İş seyahatleri ve dünya ticaretindeki hareketler de zamanla ilişkilidir. Ortak bir eğilimden ziyade benzer bir döngüyü takip etmektedirler. Analiz, gerçek seyahat / ticaret seviyelerinden ziyade iş seyahat yoğunluğunu (GSYİH'ya oranla) ve zaman

içindeki ticaret yoğunluğunu karşılaştırmıştır. Bu, daha geniş ekonomik eğilim faktörlerini kaldırarak farklı ülkeler arasında ve zaman içinde daha kolay karşılaştırmaya olanak sağlar. Spesifik olarak, iş seyahat yoğunluğu ile zaman içindeki ticaret yoğunluğu arasında açık bir ilişki (korelasyon) bulunmaktadır.

Beklentilere uygun olarak modelleme nedenselliğinin her iki yönde de ilerlediğini ve ticaretin iş seyahati faaliyeti üzerinde daha acil bir etkisi olduğu kanıtlanmıştır. Bundan başka, testler, iş seyahatlerinin ticaret üzerindeki etkisinde bir gecikme olduğunu ve tam etkilerin gerçekleşmesinin yaklaşık üç yıl sürdüğünü göstermiştir. Granger nedensellik testlerine daha gecikmeli terimler ekleyerek, daha yüksek bir olasılık olduğu tespit edilmiştir. İş seyahati ticaretin nedenidir. Ortalama olarak, en yüksek güven aralığı 3 yıl gecikmeli değişkenler dahil edilerek bulunmuştur. Ticaret ve iş amaçlı seyahatler için daha kısa bir gecikme süresi, ticaretin iş seyahatine sebep olduğuna dair hipotez istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü'nün (2011) raporunda, yurt dışına seyahat yoğunluğunun bir fonksiyonu olarak ihracat yoğunluğu için belirli denklemler tahmin edilmiştir. Gelen ziyaretçi yoğunluğun bir fonksiyonu olarak ithalat yoğunluğu ve nihayet toplam uluslararası iş seyahat yoğunluğunun bir fonksiyonu olarak toplam ticaret yoğunluğu seçilmiştir. Tüm denklemler, ülkeye özgü eğilim faktörleri dahil olmak üzere bölgelere göre gruplandırılmış ülkeler arasında havuzlanmış bazda tahmin edilmiştir. İş seyahati için farklı açıklayıcı değişkenlerle birlikte farklı gecikme uzunlukları da test edilmiştir. Böylece, istatistiğin açıklama gücü artarken otokorelasyonun bir sorun teşkil etmemesi sağlanmıştır. Mümkün olan en iyi uyumu sağlayan denklemleri oluşturmak için farklı gecikme uzunlukları dahil olmak üzere ticari yoğunluğun gecikmiş değerleri de dahil edilmiştir. R^2 istatistikleri ve Durban Watson istatistikleri, gecikmeli bağımlı değişken terimlerinin eklenmesiyle geliştirilmiştir (Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü, 2011:24).

Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü (2011) çalışması iş seyahatinin uluslararası ticaretin bir parçası olduğu sonucuna varmaktadır. Tahmini esnekliklerin son on yılda ticaret üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla iş seyahatleri yoğunluğu geçmiş verilere uygulanabilir. Raporda söz konusu durum gerçek dünya ticaretindeki gelişmelerle karşılaştırılarak, son on yılda uluslararası ticaretteki büyümenin yaklaşık üçte birinin atfedilebileceğini tahmin edilmiştir.

Modelleme, uluslararası iş seyahatlerinde %10'luk bir artışın dünya ticaretini ortalama % 3 artıracığını göstermektedir. Bu bulgu verimlilik etki analizi ile tutarlıdır. Uluslararası iş seyahati yoğunluğundaki bir artışın dünya ticaret yoğunluğu üzerindeki ve dünya ticaret hacimlerindeki genişleme üzerindeki spesifik etkisini belirlemek için tahmini denklemler kullanılmıştır. Ticaretteki artışın ilişkili dolar değeri ile ima edilen dolar harcaması kullanılarak seyahat harcamalarının yatırım geri dönüşü tahmin edilebilir.

Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü'nün (2011) çalışmasında korelasyon ve nedensellik hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerde test edilmiştir. İngiltere ve Brezilya için nedensellik örnekleri burada gösterilmektedir. Granger nedensellik testleri, İngiltere iş turizminin istatistiksel olarak İngiltere ihracatının itici gücü olduğunu kanıtlamıştır (% 5 güven aralığında). Aynı ilişki Brezilya için de mevcuttur (% 10 güven aralığında).

Santana-Gallego vd.'nin (2011a) çalışmasında dış ticaret ve turizm arasındaki eştümleşme ilişkisi Birleşik Krallık için aylık veriler ile incelemiştir. Bu çalışma diğerlerinden farklı olarak turist sayısını İngiltere'ye giden ve İngiltere'den başka ülkelere giden turist sayısı toplamı olarak ele almıştır. Araştırmada turizm ile dış ticaret arasında bir tamamlayıcılık ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Dış ticaret ile turizm arasında dış ticaretten turizme doğru bir neden sonuç ilişkisi vardır.

Santana-Gallego vd.'nin (2011b) çalışmasında Kanarya Adaları örneği üzerinde dış ticaret ve turizm ilişkisi incelenmiştir. Çalışmada dış ticaret toplamı, ihracat ve ithalat değişkenleri ile turist sayısı arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Serilerin durağanlığını sınamada ADF Birim kök testi kullanılmıştır.

Turizm sektörü gelişmesi sanayisizleşme olgusunu beraberinde getirebilir. Ülkenin üretim araçları turizm sektörüne tahsis edilirse imalat sanayi gelişemez ve ekonomi ithalat bağımlısı bir duruma gelebilir. İktisadi literatürde bu tür etkilere "Hollanda Hastalığı" adı verilir. Hollanda hastalığının varlığı durumunda ihracat ile turizm gelirleri birbirinin ikamesi haline gelir. Hollanda hastalığı tezi küçük ada veya Singapur gibi şehir ekonomileri için doğru olsa da İtalya ve Türkiye gibi ekonomiler için bu görüş geçerli değildir.

Birçok ülke örneğinde turizm ve dış ticaret birlikte hareket eden serilerdir. Dış ticaret hacmini artıran ülkeler daha açık ekonomi haline gelirler ve bununla birlikte daha

fazla turist çekerler. Öte yandan dışa açılma durumu turizm vasıtasıyla başlayıp dış ticaret hacmi genişlemesiyle devam edebilir. Bunun sonucu olarak ikisi arasında pozitif yönlü bir ilişki beklenmektedir. Hem turizm hem de malların akımı karşılıklı olarak birbirini doğrudan etkileyebileceği gibi dolaylı olarak da etkileyebilirler Santana-Gallego (2011a).

Santana-Gallego vd'nin (2011b) OECD ülkeleri panel verisi üzerinde yaptıkları çalışmada turizmden ticarete ve ticaretten turizme doğru bir nedensellik ilişkilerinin varlığını göstermişlerdir. Turizm ve dış ticaret arasındaki tamamlayıcılık ilişkisi bu çalışma tarafından da doğrulanmıştır. Turizm ve ticaret arasında hem kısa dönemli hem de uzun dönemli ilişkiye rastlanmıştır.

Massida ve Mattano'nun (2012) Yapısal Vektör Hata Düzeltme yönteminin çalışmasında İtalya ekonomisi turist sayısı ile dış ticaret arasındaki ilişki araştırılmıştır. Turist sayısı ile reel gelir arasındaki ilişki araştırılmıştır. Gelir artışı dış ticareti artırırken, dış ticaret ise turizm faaliyetini olumlu yönde etkilemektedir. Çalışmada ayrıca turist sayısı ile reel gelir arasında çift yönlü bir ilişki olduğu bulgusuna rastlanmıştır.

Massida ve Mattano'nun (2012) çalışması hem turizm ekonomik büyüme ilişkisini hem de turizm dış ticaret arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Araştırma sonuçlarına göre uluslararası ticaret turizm faaliyetini geliştirmektedir. İş amaçlı seyahatler artış göstermekte beraberinde tatil amaçlı seyahatleri getirmektedir. Yazarlar turizm ve ticaret arasındaki ilişkinin bir tamamlayıcılık ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Uluslararası turizm ve ticaretin yakından bağlantılı ve nedensellik ilişkisine sahip olabileceği fikri yeni değildir. Araştırma, bu konuda önceden yayınlanmış çalışmaların olduğunu ortaya koymaktadır. Genel olarak, Gray (1970), uluslararası seyahatlerin uluslararası ticaretin bir bileşeni olduğu fikrini araştırmıştır, ardından uluslararası turizmin ekonomi üzerindeki etkisini göstermiştir. Keintz (1971), toplam ticaret hacminin Amerika Birleşik Devletleri'ne olan ziyaretlerin turizmin güçlü bir açıklayıcısı olduğunu ortaya koymuştur. Otuz yıl sonra, Turner ve Witt (2001), Yeni Zelanda verileri üzerinden uluslararası ticaretin iş seyahatlerini etkilemede önemli bir rol oynadığını tespit etmiştir. Kulendran (1996) çalışmasında eştümleşme analizi ile dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar çoğunlukla iki değişkenli analizlere dayanmaktadır. Bu durum gümrük tarifelerinin düşürülmesi, vizelerin kaldırılması ve gümrük birliği oluşumları gibi üçüncü etkenlerin etkisinin açığa çıkmasını engeller. Turizm hizmetine olan talep bir ülkeye gelen turist sayısı veya bir ülkenin turizm geliri ile ölçülmektedir. Turizm talep fonksiyonu ve ihracat, ithalat talep fonksiyonları ayrı ayrı tahmin edilerek iki değişkeni etkileyen ortak değişkenlerin tespit edilmesi mümkündür. Takip eden çalışmalar turizm talep fonksiyonları yardımıyla turizm ve dış ticaret ilişkisini araştırmaktadır.

Kulendran (1996) çalışmasında Avustralya'ya yönelik ABD, Japonya, Birleşik Krallık ve Yeni Zelanda'dan turist talebinin tahmin edilmesini eştümleşme analizi ile araştırmıştır. Yeni Zelanda destinasyon ülke Avustralya'ya yakın bir ülkedir. Birleşik Krallık, Japonya ve ABD ise uzak ülkelerdir. Dolayısıyla bu ülkeler için farklı gelir ve fiyat esneklikleri beklenmektedir. 1975-1990 döneminde üçer aylık veriler kullanılarak turizm talebinin belirleyicileri test edilmiştir. Kulendran (1996) çalışması eştümleşme analizinin turizm ekonomisinde kullanıldığı ilk çalışmalardandır. Araştırma tahmin maksimum olabilirlik yöntemi ile yapılmıştır.

Song ve Witt'in (2003) araştırmasında Almanya, Birleşik Krallık, Japonya ve ABD ülkelerinden Kore turizmine yönelik talep öngörüsü yapılmıştır. 1962-1994 yılları için model tahmin edilmiştir. Sonraki aşamada ise 1995-1998 dönemi için öngörüde bulunulmuştur. Bağımlı değişken G. Kore'ye yönelik turist gelişleridir. Açıklayıcı değişkenler ise Güney Kore milli geliri, ticaret hacmi, orjin ülkelere göreli fiyatlar, alternatif destinasyon fiyat düzeyidir. Kukla değişkenler 1974 petrol krizi, 1980 toplumsal ayaklanma, 1988 Seoul Olimpiyat oyunlarıdır. Açıklayıcı değişkenlerin seçiminde Witt ve Witt (1995) çalışmasındaki yöntem izlenmiştir. Çalışmada orijin ülke ile destinasyon ülke arasındaki uçuş fiyatları modele dahil edilmiştir. Bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak ticaret hacmi serisi de açıklayıcı değişken olarak kullanılmıştır.

Dritsakis'in (2004) çalışmasında Yunanistan'a yönelik turizm talebi tahmin edilmiştir. 1960-2000 yılları arası dönemi yıllık olarak inceleyen çalışmada Almanya ve Birleşik Krallık'ın milli geliri, ulaşım maliyetleri ve reel döviz kuru verileri kullanılmıştır. Johansen eştümleşme testi ile eştümleşme vektörlerinin sayısı tespit edilmiştir. Almanların ve İngilizlerin Yunanistan turizm hizmetlerine talebi için hata

düzeltilme modeli uygulanmıştır. Turizm ziyaretçi sayısının geçmiş değerlerine bağlı olması çalışmada dikkate alınmıştır. Araştırmada ülkelerin TÜFE endeksleri göreceli fiyat değişkeni olarak alınmıştır. Dritsakı'sın (2004) çalışmasına göre turizm talebi turist gönderen ülkelerin milli gelirleri ile doğru orantılı ve pozitif ilişkili, ulaşım maliyetleri, reel döviz kuru ve göreceli fiyatlar ile negatif ilişkilidir. Kullanılan ADF durağanlık testine göre turizm göreceli fiyatları $I(2)$ olarak bulunurken diğer seriler $I(1)$ durağanlık düzeyinde tespit edilmiştir. Ardından ECM (hata düzeltilme modeli) ve VECM (Vektör Hata Düzeltilme modeli) uygulanmıştır.

Narayan (2004) çalışmasında otoregresif dağılımlı gecikmeli (ARDL) modeline sınır testi yaklaşımı ile Fiji'nin turizm talebini tahmin etmiştir. Bağımlı değişken olarak Fiji'yi ziyaret eden turist sayısının seçildiği çalışmada açıklayıcı değişken olarak otel fiyatları ve alternatif (ikame edilebilir) destinasyon olarak Bali adasının fiyat düzeyi ve orjin ülkenin geliri turizm talebinin belirleyicileri olarak seçilmiştir. Otel fiyatı endeksi ise Fiji'nin otel fiyatının orjin ülkenin otel fiyatına oranı seçilmiştir. Ulaşım maliyeti olarak da Sydney Fiji, Auckland Fiji ve Los Angeles Fiji havayolu tarifeleri alınmıştır. Ülkenin yaşadığı darbenin talebe etkisi de kukla değişken olarak modele dahil edilmiştir. Orjin ülkeler ise Fiji'ye yönelik turist gelişlerinin yüzde 60'ını oluşturan ABD, Avustralya ve Yeni Zelanda'dır. Narayan (2004) çalışması turizm talebinin tahmininde ilk defa ARDL ve eştümleşme zaman serileri yöntemini uygulaması açısından önemli bir çalışmadır.

Katırcıoğlu (2009) ARDL sınır testi yaklaşımını kullandığı çalışmasında Güney Kıbrıs'ın ekonomik büyüme, dış ticaret hacmi ve turist sayısı zaman serileri arasındaki ikili ilişkileri tahmin etmiştir. Uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki ilişkinin araştırılması ampirik literatürde sık rastlanan bir durum değildir. Çalışmanın araştırma sorunları "Dış ticaretten turizme doğru bir neden sonuç ilişkisi var mıdır? Dış turizm mi dış ticareti etkiler? Nedenselliğin yönü turizmden ticarete doğru mudur? Ya da iki yönlü bir etkileşim mi mevcuttur?" şeklindedir.

Uluslararası turizm uluslararası ticareti etkiliyorsa turizm kaynaklı ihracat gelirlerinin yanı sıra, yabancı mal ve hizmetlere olan talep artacaktır. Güney Kıbrıs üzerinde yapılan çalışmada 1960-2005 dönemi için dış ticaret hacmi, ithalat, ihracat ve Güney Kıbrıs'ı ziyaret eden toplam turist sayısı zaman serileri kullanılmıştır. Serilerin durağanlık düzeyleri ADF ve Philips-Perron testleri ile ortaya konmuştur.

Çalışmada kullanılan model ARDL sınır testi modelidir. Çalışmada GSYH, dış ticaret ve turizm arasında eştümleşme bulgusuna rastlanmıştır. Reel iktisadi büyüme dış ticaretin ve turizmin gelişmesini beraberinde getirmektedir. Hem ihracat hem de ithalat anlamında dış ticaretteki büyüme turist sayısını artırmaktadır. İhracat artışı Güney Kıbrıs için ithalat artışını tetiklemektedir. Araştırma Philips Perron testi ile yapısal kırılmanın dikkate alındığı bir çalışma olması bakımından önemlidir.

Araştırmada aynı zamanda reel ithalat reel ihracatın Granger nedeni, dış ticaret hacmi turist sayısının Granger nedeni olarak belirlenirken ihracattan turizme doğru bir Granger nedenselliği söz konusu olup ithalattan turizme doğru bir Granger nedenselliği bulunmuştur. Bunun yanı sıra araştırmada dış ticaret hacminden turist sayısına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunurken, ithalattan turizme doğru ve ihracattan turizme doğru Granger nedensellik ilişkileri söz konusudur.

Dış ticaret hacmi genişledikçe Güney Kıbrıs'a gelen turist sayısı artmaktadır. Dış ticaret bileşenlerinden ihracat hacmi genişledikçe turist sayısı artmaktadır. İthalat artışı ile turist sayısı arasında da bir nedensellik ilişkisi mevcuttur.

Katırcıoğlu'nun (2009) çalışması Güney Kıbrıs Ekonomisi için dış ticaret, ekonomik büyüme ve turizm arasındaki eştümleşme ilişkisini sınamıştır. ARDL yaklaşımına göre uygulanan eştümleşme sınır testi sonuçlarına göre dış ticaret, ekonomik büyüme ve turist sayısı arasındaki uzun dönem ilişkisi doğrulanmıştır. Çalışmanın temel bulgusuna göre artan reel gelir hem dış ticaret hacmini genişletmekte hem de ülkeye gelen turist sayısını artırmaktadır. Dış ticaret hacmindeki bir büyüme de Güney Kıbrıs'a giden turist sayısında bir artışa neden olmaktadır. Reel ekonomik büyüme AR-GE harcamalarını, reklam ve tanıtım harcama kapasitesini artırmaktadır. Bunun sonucunda ülke daha fazla turist çekecektir. Öte yandan dış ticaretin özellikle de ithalatın artması sonucu ülkedeki sermaye yatırımı artar. Bunun sonucu olarak turist kapasitesinin ve turizm yatırımlarının artması ülkeye gelen turist sayısının artışını beraberinde getirecektir. İş turizmi de her ülke için turizm sektörünün bir parçasıdır.

Leitao (2010) çalışmasında Portekiz ekonomisi üzerinde 1995-2016 aylık verilerini kullanarak ülkeye yönelen turist talebini tahmin etmiştir. Bu çalışmada dış ticaret hacmi açıklayıcı değişken, turist sayısı da bağımlı değişken olarak incelenmiştir.

Genel olarak, turizm talebine ilişkin literatür, ulaşım maliyeti, fiyat, turist gönderen ülkelerin geliri ve nüfus gibi belirleyicilere odaklanmaktadır. Son değişken olan

nüfus değişimleri analiz etmek için çok önemlidir. Literatüre göre bu değişken göç ile korelasyona sahiptir (Witt ve Witt, 1995; Oigenblick, Kirschenbaum, 2002). Bu bağlamda göçmenlerin yanlarında göç veren ülke ürünleri için bir tercih getirdiği düşünülebilmektedir. Bu nedenle, bu olgu alım satım işlem maliyetlerini düşürebilir. Turizm, geçici bir uluslararası göç biçimi olarak değerlendirilebilir. Bazı araştırmalar göçmenlerin ev sahibi ülke turizmini aile ve arkadaşlarıyla destekleyebileceğini göstermektedir (Dwyer vd., 1992; Oigenblick, Kirschenbaum, 2002).

Leitao'nun (2010) çalışmasında turizm talep fonksiyonunu aşağıdaki denklemle yazmıştır.

$$TOUR_{it} = f (GDP, PR, TRADE, POP, DIST)$$

Buradaki GDP kişi başına düşen geliri göstermektedir. Ekonometrik yöntem olarak panel GMM-DIFF yöntemi kullanılmıştır. Modeldeki TRADE değişkeni turist gönderen ülke ile Brezilya arasındaki ticaret hacmini ifade etmektedir. İki ülke arasındaki ticaret hacmi turizm ilişkisinin belirleyicisi olup araştırmanın hipotezlerden birisidir. Yapılan çalışmada TRADE değişkenin katsayısı pozitif bulunmuş ve ticaretten turizme doğru bir ilişki olduğu bulgusu elde edilmiştir. TRADE değişkenin katsayısı 0.118 olarak bulunmuştur.

Mal ihracatı kayıtları sigorta ve poliçe üzerinden çıkarıldığı için turistlerin yararlandığı mal ve hizmetler mal ihracatı kaleminde yer almaz. Dış ticaret ve turizm hesaplarının ödemeler dengesinde ayrı tutulması nedeniyle bu iki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılması ekonometrik ve istatistiksel araştırmalar yapmakla mümkündür. Turizm ve dış ticaret ilişkisini anlamak için yapılan çalışmalarda dış ticaret göstergesi ithalat ve ihracat toplamı olduğu gibi yalnızca ihracat ve yalnızca ithalatın nicel modellere dahil edildiği çalışmalar mevcuttur. Marco Polo hipotezi ile ilgi ve farkındalık hipotezini ayrı ayrı sınamak için ihracatın ve ithalatın ayrı ayrı modellenmesi gerekmektedir. Dış ticaret ve turizm ilişkisi üzerinde yapılan çok değişkenli çalışmalar dış ticaretin turizmi etkilediği yönündeki kabule dayalıdır. Bu ilişkilerin analiz edilebilmesi için neden sonuç ilişkisinin yönünün tayin edilmesi önem arz etmektedir.

4.2.2. Turizm ve dış ticaret ilişkisi: Türkiye üzerine yapılan çalışmalar

Özgencil (2016) çalışmasında turizmin Türkiye ekonomisi özelinde diğer makro iktisadi değişkenlerle ilişkisini araştırmıştır. Çalışmaya göre turizm geliri kısa vadede doğrudan GSYH artışı sağlarken, uzun vadede turizm geliri artışı ile GSYH artışı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Turizm geliri uzun vadede cari işlemler açığını azaltıcı bir etkiye sahiptir.

Halıcıoğlu (2005) çalışmasında 1960-2002 yılları arası dönemi kapsayan zaman serisi verileri ile Türkiye'ye yönelik turizm toplam talebini modellemiştir. Turist sayısı dış dünya geliri, göreceli fiyatlar ve ulaşım maliyetleri ile ilişkilidir. Bu çalışmada sınır testi yaklaşımı yöntem olarak kullanılmıştır. CUSUM ve CUSUMQ istikrar testleri ile talebin istikrarı incelenmiştir. Çalışma sonuçlarına göre turizm geliri talebi istikrarlı bulunmuştur. Turist sayısının en önemli belirleyicisi dış alem geliri olmuştur.

Demir (2010) yaptığı çalışmada Türkiye'ye yönelik turizm talebini 1980-2007 yılları arası dönem için tahmin etmiştir. Araştırmada dış ticaret hacmi açıklayıcı değişken olarak kullanılmıştır. Dış ticaret hacmi Türkiye ile turist gönderen ülke arasındaki ihracat ve ithalat toplamından oluşmaktadır. VAR modeli sonuçları göre Almanya, Fransa, İngiltere, ABD, Hollanda, İran ile Türkiye arasında dış ticaret ile turizm arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Zamanla değişen parametreler (TVP) ile yapılan tahmin sonuçlarına göre ise Almanya, Bulgaristan, Gürcistan, İngiltere, Ukrayna ve ABD ile Türkiye arasındaki dış ticaret ile turist sayısı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.

Turizm talebi tahminleri gelir ve fiyat esnekliklerini tahmin etme amacıyla modellenir. Bu modellere dış ticaret hacminin açıklayıcı değişken olarak ilave edilmesi durumunda dış ticaretten turizme doğru bir nedensellik olduğu varsayımı ile dış ticaretin turist sayısı veya turizm geliri üzerindeki etkisi esneklik katsayısı olarak tahmin edilebilir. Demir (2010) çalışması bu kapsamda önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

4.3. Turist Sayısı ve İhracat İlişkisi

Uluslararası turizm harcaması önemli bir ihracat sektörüdür ve dünya genelindeki toplam ihracat gelirleri içinde kayda değer bir ağırlığa sahiptir. Bu harcamalar teknik

olarak ziyaretçi ihracatı olarak tanımlanmaktadır ve 2013 yılında küresel ihracat hacminin %5,4'ünü oluşturan ticaretin önemli bir bileşenidir.

Turizm ve ihracat arasındaki ilişki için birbirinin tamamlayıcısı iki hipotez vardır: İlgi ve farkındalık hipotezi ile Marco Polo hipotezi. İlgi ve farkındalık hipotezine göre ihracat turizmin nedenidir. Marco Polo hipotezine göre ise turizm ihracatın nedenidir. Turizm dışı ihracat ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki eştleşme ilişkisinin varlığı Türkiye'nin dış cari açığının gelecekteki durumu açısından fikir verebilir.

Ziyaretçi ihracatı, hizmet sektörü ihracatının önemli bir bileşenidir ve ortalama olarak, 2013 yılı verilerinde dünya genelinde hizmet sektörü ihracatının %28'ini bu da tüm ihracatın yaklaşık %20'sini temsil etmektedir. Bu, küresel GSYİH'nın ve istihdamın yaklaşık %3'ünü doğrudan oluşturan seyahat ve turizm sektörünün göreceli büyüklüğü verilen orantısız bir orandır ve küresel hizmet faaliyetlerinin %6'sına tekabül eder.

Fischer (2004) Almanya'ya göçün ve turizmin Almanya'nın ithalatı üzerindeki etkisini incelediği araştırmada göçün yanı sıra turizmin de Almanya'nın gıda ithalatını etkilediği bulgusuna erişilmiştir. Araştırmada Alman turistlerin Avrupa ülkelerine (Türkiye, Fransa, İtalya) ve Asya ülkelerine (Çin HC, Hindistan, Japonya ve Tayland) yaptığı turistik seyahatlerin Almanya'nın gıda ithalatına olan etkisini araştırmıştır. Göç ve turistik seyahatler sonucu Çin ve Hindistan'dan gıda ithalatı, şarap, peynir ve işlenmiş sebzelerin Fransa ve İngiltere'den ithalatı artış göstermektedir. İthalatın turizm esnekliği söz konusu ürünler için %1 ile %2 arası değişen değerler almıştır. Asya ülkeleri için bu esneklik değeri %1'in altındadır.

Khan (2006) çalışmasında turizmin ithalatı tetikleyebileceğini göstermiştir. Turistler, ülkeden ithal edilmesi gereken yiyecek, hediyelik eşya, ulaşım vb. talep ederler. Böylece turizm ithalat talebini artırabilir. Ancak, burada önemle belirtilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Eğer bir turizm ülkesinde, ithalat eğilimi çok yüksekse ve turistlerden elde edilen gelirin büyük bir kısmı çeşitli nedenlerle ithalat harcaması şeklinde ülkeyi terk ediyorsa, çarpan etkisi nedeniyle o ekonomi de oluşacak gelir etkisi çok düşük düzeylerde kalacaktır.

Fischer ve Gil-Alana (2007) çalışması Almanya ve İspanya arasındaki turizm ve ticaret ilişkisini konu edinmiştir. Almanya'dan İspanya'ya giden turist sayısının

artması İspanya'dan şarap ithalatını da artırmaktadır. Turist sayısının gecikmeli değerleri ile Almanya'nın İspanyol şarabı ithalatı arasında ilişki bulunmuştur. Turizm ve ithalat zaman serileri ile yapılan çalışmaya göre turist ziyaretleri İspanyol şaraplarına yönelik yedi ile dokuz ay süren bir talep oluşturmaktadır.

Araştırmaya göre turizmin şarap ithalatı üzerindeki etkisi ortalama 5,5 ay sürmektedir. Bu süre köpüklü şaraplar için 3 ay, kırmızı şaraplar için 9-10 aydır. Bu sonuçlar turistik seyahatlerin en azından bazı tür ürünlere yönelik ithalatı etkileyeceğini göstermiştir (Fischer ve Gil-Alana, 2007).

Bu tür akışlar çok ihtiyaç duyulan döviz ve finansmanı sağlar. Örneğin, G20 ülkeleri arasında, hizmet sektörü ihracatının dörtte birinden fazlası turizm sektörü tarafından üretilmektedir. Özellikle, tüm hizmet ihracatının yarısından fazlası Fransa, Türkiye, Meksika, Güney Afrika ve Suudi Arabistan'da turizm ve seyahat gelirleri tarafından üretilmekte olup ABD, Rusya, Çin, Avustralya, İtalya, Arjantin, İspanya'da ve Endonezya'da tüm hizmet ihracatının % 25 % 50 arasında oranı turizmden gelmektedir.

Birçok ülkede ihracat ve turizm serilerine yakından bakıldığında, her iki akım değişkenin çok sık birlikte hareket ettiği ortaya çıkmaktadır. İhracatı artıran ülkeler daha küreselleşmeye açık hale gelmiştir ve aynı zamanda uluslararası turizmlerini de artırmışlardır. İhracat ve turizm arasında nihai olarak pozitif bir ilişki beklenmektedir. Her iki akımın da sadece doğrudan değil aynı zamanda dolaylı olarak da piyasa büyüklüğünde bir artışa neden olabileceğini belirtmekte fayda vardır. İkinci olarak, birbirini izleyen ticaret ve turizm çemberi bu bölgelerde ekonomik büyümeyi kolaylaştırabilir. İhracat ve turizm için işlem maliyetlerini azaltan herhangi bir politika, pazardaki büyümeyi artırarak ekonomik büyümeyi teşvik edeceğinden, bu ilişkinin politika çıkarımları olabilir.

1980 sonrası malların ve hizmetlerin dolaşımının önündeki engellerin azalması bir başka ifade ile küreselleşme ile birlikte ülkeler dış ticarete daha fazla açılmaya başlamıştır ve buna bağlı olarak uluslararası turizme de bir canlanma ve hareketlilik gözlenmiştir.

Bu açıdan bakıldığında, bir ülkenin ödemeler dengesindeki uluslararası hizmetler kaleminin önemli bir bölümünü oluşturan uluslararası turizm ile uluslararası ticaret

arasında bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür (Bahar ve Baldemir, 2008:100).

Bahar ve Özdemir (2008) çalışmasında 1980-2005 yılları arasında ihracat ve turizm verilerini kullanarak turizm ve ihracat arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı bulgusuna ulaşılmıştır. Çalışmaya göre turizm ihracatın Granger nedenidir. Bunun yanı sıra ihracattan turizme doğru bir nedensellik bulunamamıştır. Çalışmanın bulguları Türkiye'ye gelen turistlerin üçte birinin ticari amaçlarla geldiği bilgisi ile tutarlıdır. Ticari amaçlı seyahatler Türkiye için ihracat fırsatlarını beraberinde getirmektedir.

Özcan (2016) araştırmasında 16 Akdeniz ülkesi için 1995-2013 döneminde turizm ve ile ihracat ve ithalat arasındaki etkileşimi incelenmiştir. Bu çalışmada turizm ile ihracat arasındaki ve turizm ile ithalat arasındaki ilişki Toda-Yamamoto nedensellik testi ile sınanmıştır. Çalışmada Arnavutluk, Fransa, İtalya ve Tunus'ta, %10 anlamlılık düzeyinde turizm ile ihracatın ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu ilişki turizmden ihracata doğru tek yönlü nedenselliği kanıtlamaktadır. Öte yandan, ihracatın turizme neden olmadığı iddiası Mısır, Yunanistan, Fas ve Tunus için reddedilmiştir. Bu nedenle ihracatın Mısır, Yunanistan, Fas ve Tunus'ta turizme neden olduğu söylenebilir. Aynı zamanda sonuçlar Tunus için iki yönlü bir nedensellik olduğunu göstermektedir. Grup etkisi göz önüne alındığında, ihracattan turizme doğru bir nedensellik ilişkisi vardır.

Türkiye'nin 1980'de başlayan küresel ekonomik sistemle bütünleşme sürecinde turizm üzerinde ve dış ticaret üzerinde yapılan çalışmalar artış göstermesine rağmen turizm ve dış ticaret hacmi arasındaki ilişkiyi Türkiye'de inceleyen az sayıda akademik çalışma vardır. Bu çalışmada üçüncü araştırma sorusu Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'nin ihracatı arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmaya yöneliktir.

Fischer'in (2004) ve Fischer ve Gil-Alana (2007) araştırmaları ilgi ve farkındalık hipotezini mikro düzeyde destekleyen çalışmalar olarak öne çıkmaktadır. Tatil amaçlı bir ülkeye giden turistler yerel bir ürünü keşfederek orjin ülkeye döndükten sonra da bu malı talep etmeye devam etmişlerdir. Yurt dışına giden turistlerin çeşitlendirilmiş ve yerel malların farkına varmaları bu mallara olan ithalat talebini artıracaktır. Destinasyon ülke turizm gelirinin yanında bir ihracat fırsatı da kazanmaktadır. Özcan (2016) çalışması ise iş veya ticari amaçlı seyahatlerin ihracat

ve ithalat üzerindeki etkisini gösteren bir ülkelerarası çalışma olması bakımından önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'nin ihracatı arasında bir eştümleşme ilişkisi vardır.

4.4. Turizm Gelirleri ve Turizm Harcamaları İlişkisi

Turizm harcamaları Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının yurtdışında yaptıkları harcamalar olduğu için turizm sektörünü için gerekli olan sermaye ithalatını kapsamaz. Bu çalışmada turizm sektörü için yapılan girdi ve ara malı ithalatı turizm dışı ithalat kalemi içindedir. Turizm gelirlerinden turizm harcamalarına doğru bir nedensellik ilişkisi varsa turizmden kazanılan dövizin tekrar turizmde harcandığı gibi bir sonuca ulaşılabilir.

Yurtdışına giden yurttaşlar Türkiye'ye yönelik bir farkındalık oluşturuyorsa bu durumda Türkiye'ye yönelik turist ziyaretini ve turizm gelirini artırıcı bir sonuç ortaya çıkabilir. Bu hipotez geçerli ise nedenselliğin yönü turizm harcamalarından turizm gelirlerine doğru olacaktır.

Turizm gelirleri sermaye malı ve ara mal alımında kullanıldığında turizm dışı sektörlerde ithalat artar. Ancak turizmden elde edilen döviz dış turizmde de harcanabilir. Dış turizm harcamalarının turizm gelirleri esnekliği 1'den büyükse bu durum dış açık yaratır. Turizm harcamalarının gelir esnekliği 1'den küçük ise bu değer turizmden gelen gelirlerin tüketim harcaması dışında da kullanıldığına dair bir göstergedir. Türkiye'de turizm geliri ile dış turizm harcamaları arasında uzun dönemli bir ilişki vardır.

4.5. Turist Sayısı ve İthalat İlişkisi

Turizm ve ithalat arasındaki ilişki iki şekilde modellenebilir. Turist sayısı ve ithalat arasındaki ilişki GSYH kontrol edilerek gözlenebilir ve ikinci yaklaşımda turizm gelirleri ile GSYH ve ithalat arasında ilişki kurulabilir. Turizm faaliyetinin ölçütü olarak turist sayısı alınır veya turizm faaliyetinin ölçütü olan ödemeler dengesindeki turizm gelirleri modellenebilir.

Turizm faaliyeti ile ithalat arasındaki nedensellik ilişkilerini araştıran çalışmalarda turizm faaliyeti göstergesi olarak turist sayısı ve turizm geliri ayrı ayrı sınanmıştır. Turizm ile ithalat arasındaki ilişki Marco Polo hipotezi ile açıklanabilir. İthal mal

kullanımının ithalatçı ülke turizmi canlandıracağını iddia etmek zordur. Bu ilişki iş amaçlı gelen turistlerin orijin ülkede kuracakları iş ağı ile ithalatın artması şeklinde açıklanabilir.

Turist sayısının artması sonucu doğrudan ya da dolaylı olarak bu sektörden kazanç elde edenlerin alım gücü artar. Alım gücünün artması ile Türkiye’de yerleşiklerin başka ülkelerde üretilen mallara olan talebi artar. Bu duruma sızıntı olarak tanımlanan harcama artışına sebep olur. Turizm gelirleri artarken tasarruf ve yatırım yerine ithalat artış gösterir. Mal ithalatının artması da kazanılan gelirlerin başka ülkelere harcanmasına neden olur. Bu sızıntıların çarpan katsayısı büyük ise turizm gelirleri artışı ödemeler dengesine sorunlarına bir çözüm olamaz.

Turist sayısının artması, getirdiği milli gelir artışı ile ithalat geliri artışına neden olabilir.

4.6. Turizm Gelirleri ve İthalat İlişkisi

Bir ülkenin cari dengesi dış ticaret ilişkisi içerisinde olduğu ülkelerin milli gelirleri, yurt içi ve yurt dışı fiyatlar genel düzeyi ve nominal efektif döviz kurlarına bağlı olduğu gibi ülkenin milli gelirine de bağlıdır. Milli gelir arttıkça ithal mallara ve turizmin de içinde olduğu dış hizmetlere olan talep artar. Bir ülke ekonomik büyüme sağladıkça kişi başına harcanabilir milli gelir artar. Kişi başına harcanabilir milli gelir artışı seyahat, turizm ve havayolu ile ulaşım talebi artışını beraberinde getirir. Bu bağlamda turizm faaliyeti ile kişi başına milli gelir artışı arasındaki ilişkinin anlaşılması önemlidir.

Özcan (2016) çalışmasında turizm gelirleri ile ithalat arasındaki nedensellik ilişkilerini de sınamıştır. Çalışmaya konu olan ülkeler arasında Arnavutluk, Cezayir, Fas, Slovenya, Tunus ve Yunanistan için turizmden ithalata doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. İthalattan turizme neden olan bağlantı Mısır, Fas, Tunus ve Türkiye için desteklenmiştir. Böylece, iki yönlü nedensellik Fas ve Tunus için geçerlidir. Grup etkisi iki yönlü nedensellik olduğuna işaret etmektedir.

Özcan (2016) çalışmasında ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Ticarete yönelik bir ülkeye yapılan seyahatlerde, ziyaret edilen ülkeden bir ürün satın alınır (ithal edilir) veya o ülkeye (ihracat) satılır. Bu bağlamda, bir ülkeye başarılı bir iş seyahati ülkeler arasında bir ticaret akışı sağlar. Böylelikle ülkeler arasında yeni

ticaret / iş görüşmeleri veya iş seyahatleri kapsamında ekonomik ilişkiler gelişir. Bu durum başarılı bir ticari seyahatin sonucunun dışsal etkisi olduğunu göstermektedir. Bu dışsallıkla ticarete başarılı bir iş seyahati yaratılır ülkeye seyahat etmeyi amaçlayan bir artışı beraberinde getirir. Ticaret amaçlı iş seyahatleri bir ülkeden diğerine tatil, eğlence, dinlenme gibi turistik amaçlı seyahatlere de neden olacaktır. Ancak, bir ülkeden mal ve hizmet satın almak dolaylı olarak sunuma öncülük edecektir. Ayrıca, ülkeler arasındaki ticaret, tüketicilerin satın alınan mal ve hizmetlere ilgisinin artmasına ve insanların ürünler sayesinde ilgili ülke ve o ülkenin kaynakları hakkında bilgilenmesine neden olacaktır.

Turizmin gelirlerinin ithalat ile ilişkisi konusundaki hipotez turizm gelirleri ile dış tüketim harcamalarının arasındaki nedensellik ile ilgilidir. Türkiye'nin turizm gelirleri ile Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ithalat talebi arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı çalışmanın temel hipotezlerindendir.

4.7. Turist Sayısı ve Reel Döviz Kuru İlişkisi

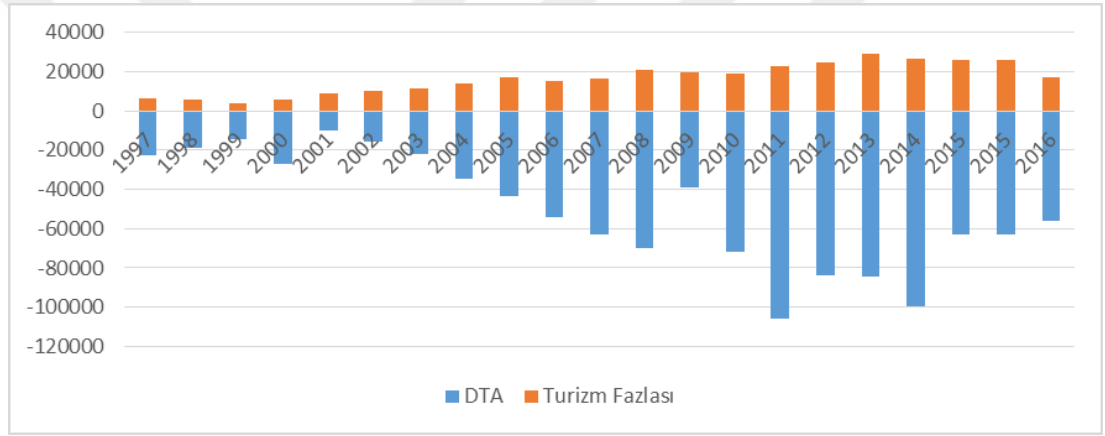
Dış turizmde fiyatlar iki şekilde etkilidir. Turistin karşılaşacağı ulaşım maliyeti ve destinasyon ülkelerde yapacağı harcamalar. Crouch'un (1994) bulgularına göre gelir etkisinin ikame etkisine baskındır. Destinasyona yönelen seyahat olasılığı destinasyondan fiyatların genel seviyesi artışının orjin ülkeden fazla olması durumunda azalır (İkame etkisi). Tam tersi olursa reel gelir azalmasından dolayı gerçekleşir (Gelir Etkisi). Talep değişikliğine neden olan özel gelişmeler (darbe, tabi afet, dışa açılma vb) kukla değişkenler ile modellere dahil edilir.

Yabancı turistlerin Türkiye'yi bir destinasyon olarak tercih etmelerinde reel döviz kuru önemli bir etken olabilir. Reel döviz kurundaki bir düşüş TL'nin değer kaybedeceği anlamına geldiği için turistlerin Türkiye'yi tercih etmesine neden olabilir. Bunun tersi olarak da gelen turist sayısı artışı yurtiçi döviz miktarını artıracığı için reel döviz kurunda bir düşüşe neden olabilir. Turizm ekonomisi literatüründe turist sayısı reel döviz kuru ve orijin ülkelerin gelirinin bir fonksiyonu olarak modellenir. Çok değişkenli ekonometrik modellerde reel döviz kurundaki bir artışın turist sayısını azaltması beklenmektedir, dolayısıyla reel döviz kurun regresyon denklemindeki beklenen işaret pozitifdir.

Uluslararası ekonomi teorisine göre reel döviz kuru ile turist sayısı arasında beklenen ilişki tek yönlüdür. Turizm gelirlerinin artması döviz kuru piyasalarının toplam hacmi düşünüldüğünde döviz kuru üzerinde beklenen değişimi yaratmaz. Döviz piyasaları vadeli ve türev işlemler düşünüldüğünde turizm gelirlerinden daha büyük hacme sahiptir. Diğer yandan reel döviz kuru artışı Türk hizmetlerini görece olarak pahalı hale getireceği için uluslararası turizm talep miktarında azalışa neden olacaktır. Fiyat artışı sonucu hem ziyaretçi sayısında hem toplam geceleme sayısında azalış görülebilir. Turizm talebinin reel döviz kuru esnekliği 1 değerinden küçük ise reel kurdaki değerlenme turizm gelirlerinde artışa neden olacaktır. Turizm talebinin reel döviz kuru esnekliği 1 değerinden büyük ise reel kurdaki azalış turizm gelirlerinde yükselişe neden olacaktır. Turist sayısı ile reel döviz kuru ilişkisi turizm geliri yönetimi açısından önemlidir.

5. TÜRKİYE’DE TURİZM İLE DIŞ TİCARET İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Şekil 5.1’de dış ticaret açığı ile turizm fazlasının (Dış turizm geliri ile dış turizm gideri arasındaki fark) yıllara göre değişimi gösterilmiştir. Dış turizm fazlası ve dış ticaret açığı 2015 yılına kadar sürekli artış göstermiştir. 2002 yılında Güçlü Ekonomi’ye Geçiş Programının uygulanması sürecinde Türkiye’de ekonomik büyüme artış göstermiştir. Ekonomik büyümenin yavaşladığı 2001 ve 2009 yıllarında hem dış ticaret açığı hem de dış turizm fazlası küçülmüştür. Dış ticaret açığı ve dış turizm fazlası birbirleriyle ilişkili olmaktan daha çok büyüme oranı ile ilişkili görünmektedir.



Şekil 5.1. Türkiye’de dış ticaret açığı ve turizm fazlası (1997-2016) milyar ABD doları

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2018)

Çalışmada 1984-2017 dönemi için ihracat, ithalat, turizm gelirleri ve turizm giderleri arasındaki ilişki modellenenecektir. İhracatın bağımlı değişken olduğu modelde açıklayıcı değişkenler olarak reel döviz kuru ve dış alem milli geliri kullanılmıştır. İthalatın belirleyicileri olarak ise reel döviz kuru ve dış alem milli geliri açıklayıcı değişken olarak kullanılmışlardır. Turizm gelirleri ile dış ticaret değişkenleri arasındaki ilişkiler tahmin edilen parametrelere göre yorumlanmıştır. Çalışmada kullanılan veriler Tablo 5.1’de tanıtılmıştır.

5.1. Veriler ve Verilere İlişkin Ön Testler

Turizm çalışmalarında kullanılan değişkenlerin çoğu zaman serileridir. Zaman serileri geçmiş değerlerinden etkilenen oto-regresif süreçler olabilir. Bu süreçler tek

bir zaman serisi için geçerliiyken, iki veya daha fazla zaman serisinde de oto-regresif süreç mümkündür. Bu durumda kullanılan model ARDL modelidir. ARDL modeli ise bugünkü değer ile gecikmeli değer arasındaki ilişkileri gösteren bir zaman serisi yaklaşımıdır. ARDL modellerinin iki temel üstünlüğü vardır: İlk olarak başka eştümleşme teknikleri tarafından giderilemeyen otokorelasyon ve içsel bağıntı sorunları doğru bir ARDL modellemesi sayesinde aşılabilir. İkinci olarak ise ARDL modeli diğer eştümleşme modellerinin aksine durağanlık ön testlerine ihtiyaç duymamaktadır. Eştümleşme testlerinden önce serilerin aynı düzeyde durağan olmaması beklenir. Örneğin turist gelirleri $I(1)$ ise ekonomik gelir değişkeni de $I(1)$ olmalıdır. Sınır testinde ise değişkenlerin durağanlık düzeyleri farklı olabilir. Bu durum tahmin açısından bir sorun teşkil etmez.

Çalışmada yapılacak regresyon kestirimlerinde Kulendran ve Witt (2001) ve Song ve Witt (2003) çalışmaları takip edilerek genelden özele yöntemi izlenmiştir. Bu modele göre en geniş hata düzeltme modeli takip edilir ve modeldeki anlamsız değişkenler modelden çıkarılarak her aşamada yeni bir model tahmin edilir. En uygun model AIC ve SIC kriterlerine göre tahmin edilmektedir.

Hata düzeltme modellerinin üstünlükleri Kulendran ve Witt'in (2001) çalışmasında açıklanmıştır. Hata düzeltme modellerinin ilk üstünlüğü modelin kısa dönem ve uzun dönem talep esnekliklerini aynı anda göstermesidir. Farkı alınmış değişkenler kısa dönem ilişkilerini gösterirken, düzeylerin katsayıları ise uzun dönem esneklikleri gösterir. $(1-\alpha_2)$ hata düzeltme katsayısı, bir önceki dönemdeki öngörü hata payını $(1-\alpha_2)$ birim kadar azaltmaktadır.

Hata düzeltme modellerinin ikinci üstünlüğü farkı alınmış seriler durağan olduğu için sahte regresyon probleminden kaçınılmış olmasıdır. Durağan olmayan düzey serilerinin linear bileşimi durağan olabilir. Hata düzeltme modellerinde uygulanan kısıtlar istatistiksel olarak reddedilirse genel model tercih edilir.

Bir ARDL modelinin hata düzeltme modeli şeklinde yazılabilmesi için seriler arasında eştümleşme ilişkisinin varlığı gerekir. Genelden özele doğru gitmek model seçimi ve model tahmini konusunda avantaj sağlamaktadır.

Tablo 5.1. Çalışmada kullanılan veriler ve veri kaynakları

Veri adı	Yıllar	Veri Kaynağı	Birimi
Turist Gelişleri (TA)	1984-2017	TÜİK	Kişi sayısı
Dış Alem Geliri (YF)	1984-2017	OECD National Accounts	Sabit 2010 Fiyatları ABD doları
Türkiye GSYH (YTR)	1984-2017	OECD National Accounts	Sabit 2010 Fiyatları ABD doları
TL/ABD doları Reel efektif Döviz Kuru (REEX)	1984-2017	TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi	Endeks değeri (1995=100)
Türkiye'nin Toplam İhracatı (EX)	1984-2017	Türkiye İstatistik Kurumu ve TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi	Sabit fiyatlar ABD doları,
Türkiye'nin Toplam İthalatı (IM)	1984-2017	Türkiye İstatistik Kurumu ve TCMB EVDS	Sabit fiyatlar ABD doları,
Türkiye Toplam Turizm Geliri (TX)	1984-2017	Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu	Sabit fiyatlar ABD doları
Türkiye Toplam Turizm Harcaması (TM)	1984-2017	Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye İstatistik Kurumu	Sabit fiyatlar ABD doları

Kişi başına düşen milli gelirin nominal olarak regresyon modeline dahil edilmesi durumunda reel döviz kuru ile çoklu doğrusallık sorunu oluşturabilir.

Tablo 5.2. Zaman serilerinde regresyon analizi

Açıklayıcı Değişken	Hata Terimi	Bağımlı Değişken	Yöntem
$x \sim I(0)$	$u \sim I(0)$	$Y \sim I(0)$	ARDL modeli tahmin edilir.
$x \sim I(0)$	$u \sim I(1)$	$Y \sim I(1)$	Tahmin edilemez, Yanlış modelleme
$x \sim I(1)$	$u \sim I(1)$	$Y \sim I(1)$	Değişkenlerin Birinci Farklarında ARDL modeli tahmin edilir.
$x \sim I(1)$	$u \sim I(0)$	$Y \sim I(1)$	x ve y değişkenleri arasında eştümleşme vardır. Hata düzeltme modeli (ECM) uygulanır.

Kaynak: Parker (2019)

İki veya daha çok değişkenli zaman serileri durağan olup olmama durumuna göre farklı modellerle tahmin edilirler. Açıklayıcı değişken durağan, bağımlı değişken durağan ve hata terimi de durağan ise ARDL (p,q,r) modeli En Küçük Kareler Yöntemi ile tahmin edilir. Açıklayıcı değişken ile bağımlı değişken farklı düzeylerde birim kök içeriyorlarsa tahmin edilecek model yanlış bir model olur. Ancak her iki değişken de aynı düzeyde birim kök içeriyorsa, hata teriminin

durağanlığı sınanır. Hata terimi durağan değilse değişkenlerin birinci farkı alınarak ARDL modeli tahmin edilir. Hata terimi durağan ise bu durumda hata düzeltme modeli ile katsayılar elde edilir ve bu katsayılar yorumlanır. Model seçiminin ilk aşamasında kullanılan değişkenlerin durağanlığı veya durağan değillerse de hangi düzeyde birim kök içerdikleri araştırılmıştır. Durağanlık durumlarına göre modelleme biçimleri Tablo 5.2’de özetlenmiştir.

5.1.1. Zaman serilerine ait korelasyon istatistikleri

Korelasyon iki değişkenin zaman içindeki hareketleri arasında gözlenen bir eğilimi ifade etmektedir. Serilerden birisi artarken diğeri de artıyorsa pozitif korelasyon, serilerden birisi zamanla artarken diğeri azalıyorsa negatif korelasyon bulunmaktadır. Korelasyon katsayısı yüksekse değişkenlerin birbirine bağımlılığı da yüksektir.

Tablo 5.3. Araştırmada kullanılan değişkenlerin korelasyon matrisi

	logTA	logTX	logTM	logEX	logTV	logIM	logREEX	logYF	logYTR
logTA	1								
logTX	0.9932	1							
logTM	0.9866	0.9873	1						
logEX	0.9839	0.9774	0.9803	1					
logTV	0.9862	0.9791	0.9839	0.9979	1				
logIM	0.9853	0.9779	0.9839	0.9943	0.9991	1			
logREEX	0.6262	0.6288	0.6508	0.6310	0.6471	0.6563	1		
logYF	0.9815	0.9837	0.9877	0.9795	0.9803	0.9785	0.6178	1	
logYTR	0.9661	0.9514	0.9635	0.9795	0.9786	0.9757	0.6521	0.9717	1

Tablo 5.3’te turist sayısının logaritmik değeri (logTA) ile en yüksek korelasyona sahip değişken turizm gelirleri (logTX) serisidir. Bu iki değişken arasındaki ilişki aşıkardır. Turist sayısı ile turizm geliri arasında pozitif korelasyon bulunmaktadır. Turist sayısı ihracat, ithalat ve dış ticaret hacmi değişkenleri ile yüksek korelasyona sahiptir. Türkiyeli yerleşiklerin yurt dışında yaptıkları (logTM) turizm harcamaları ihracat, ithalat ve dış ticaret değişkenleri ile yüksek korelasyona sahiptir. Reel döviz kuru ile en yüksek korelasyona sahip zaman serileri ise ithalat ve Türkiye vatandaşlarının dış turizm harcamalarıdır. Bu korelasyonlar ekonomik teori açısından tutarlı olsalar da korelasyon ilişkisi tek başına nedensellik ifade etmeyebilir. İki zaman serisi arasındaki korelasyon tesadüfi olarak veya üçüncü bir zaman serisine

bağlı olarak yüksek bir değer almış olabilir. İncelenen ekonomik ilişkilerin açığa çıkması için neden sonuç ilişkilerinin ekonomik teori çerçevesinde ortaya konulacağı analizlere ihtiyaç vardır.

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisinin ve bu etkinin sürdürülebilirliğinin anlaşılması için turist sayısı ve turizm geliri göstergelerin dış ticaret kalemleri ile ilişkisinin anlaşılması gerekmektedir. Bu amaçla turizm ve dış ticaret değişkenlerinin kendi aralarında iki değişkenli regresyonlarla mevcut olan eştümleşme ilişkileri takip eden alt başlıklarda sınanmaktadır. Bu bölümde FOB teslim şekline göre toplam ihracat (EX) ve Turizm Geliri (TX) değişkenlerinin toplamı olarak ifade edilmiştir. Ülke düzeyindeki analizde, çift hesap durumundan kaçınmak için ilişkilerin daha açık şekilde gösterilmesi gerekmektedir. Turizm, hizmet ihracı kalemini içeren uluslararası ticaretin bir bileşenidir. Bu nedenle doğrudan bağı kaldırmak ve nedensellik ilişkisine odaklanmak için çalışmada mal ticareti seçilmiştir.

İki değişken arasındaki yüksek korelasyon değişkenler arasında neden sonuç ilişkisinin varlığını göstermez. İki değişken arasındaki eştümleşme ilişkisinin varlığı da nedensellik hakkında bilgi vermez. Nedensellikleri ortaya koymak için ilgili literatüre ve Engle-Granger (1987) nedensellik testine başvurulur. Engle-Granger nedensellik testi durağan olmayan zaman serileri için serilerin birinci farklarında yapılır. Bu araştırmadaki gözlem sayısı düşük olduğu için serbestlik derecesi kaybına uğramamak amacıyla serilerin birinci farkı alınmamıştır. Araştırmada kullanılan seriler durağan olmadığı için Engle-Granger'in (1987) nedensellik testi yerine Toda ve Yamamoto'nun (1995) nedensellik testi uygulanmıştır. Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik testi aynı düzeyde durağan olan iki seri arasındaki neden sonuç ilişkileri hakkında bilgi verir.

Toda-Yamamoto nedensellik testi durağan olmayan bir serinin başka bir seriye öncülük edip etmediğini test eder ve bu seriyi tahmin etmeye yardımcı olur. Başka bir deyişle, eğer x_t ve y_t olmak üzere iki değişken varsa ve x_t 'nin y_t için Granger'e uygun olduğu söylenirse, bu durum x_t 'nin gelecekteki bir aşamada y_t 'yi tahmin etmesine yardımcı olduğu anlamına gelir. İkincisi, iki değişken arasında uzun vadeli bir bağlantı olup olmadığını belirlemek için, x_t ve y_t eştümleşme kavramı kullanılabilir. Eğer iki değişken (x ve y) gerçekten ilişkiliyse, değişkenlerin birlikte hareket etmesi ve değişkenlerin kombinasyonunun durağanlığı ortadan kaldıran bir

kombinasyon üretmesi beklenir. Bununla birlikte, bir eştümleşme çerçevesinde bile, bir eştümleşme sadece uzun vadeli bir ilişkinin varlığını gösterdiğinden, hangi değişkenin x_t veya y_t 'nin dışsal (bağımsız değişken) olduğu anlaşılmalıdır. Bu nedenle, blok dışsallık testi x_t veya y_t 'nin bağımsız bir değişken olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceğini belirlemek için önemlidir.

Turizmin, dış ticaret ve GSYH gibi diğer değişkenlerle ilişkilerinin ilgili literatüre göre şematik özeti Şekil 15'te gösterilmiştir. Turizmin geliri ile turist sayısı doğrudan ilişkilidir. Turist sayısı arttıkça turist başına düşen harcama azalsa da toplam turizm gelirleri mutlak artış göstermektedir. Kulendran ve Wilson'un (2001) çalışmasında gözlemlendiği gibi turist sayısı ihracatı ve ithalatı etkileyebilir. Turizm gelirleri ödemeler dengesine doğrudan katkı sağladığı gibi ihracat, milli gelir ve ithalatı etkilemek yoluyla ödemeler dengesi üzerinde dolaylı etkiye sahiptir. Turist sayısı ile ihracat arasındaki ilişki ilgi ve farkındalık hipotezine göre ihracattan turist sayısına doğrudur. Marco Polo hipotezine göre ise turizmden ihracata doğrudur. Bu bölümde ok yönleriyle ifade edilen hipotezler test edilmiştir.

5.1.2. Zaman Serilerin Durağanlığı ile İlgili Testler

Türkiye'ye yönelik turizm talebini tahmin etmeden önce kullanılacak zaman serilerinin durağan olup olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Durağanlığın tanımı çerçevesinde zaman serilerinin varyansı zamanla değişmiyorsa ve ortalaması t zamanına bağlı değilse bu serilerin birim kök içermediği, bir başka ifade ile durağan olduğu söylenir. Zaman serilerinde durağanlıkların belirlenmesi sahte regresyon probleminden ve yanlış modeller kurulmasından kaçınılmasını sağlar.

Araştırmada zaman serisi verilerinin logaritması alınarak eğilimleri bozulmadan doğrusal hale getirilmiştir. Değişken isimlerinin başına eklenen I harfi logaritmik ölçeği göstermektedir. Örneğin $\log TA$ turist gelişlerinin logaritmasını ifade etmektedir.

ARDL modeli uygulaması öncesinde yapılan durağanlık testlerinde temel amaç hiçbir değişkenin $I(2)$ olmadığından emin olmaktır. ARDL modeline dâhil edilen serilerden birisi iki birim kök içeriyorsa bu durumda sahte regresyon sorunu ile karşılaşılacak ve elde edilen eştümleşme ilişkisi güvenilir olmayacaktır. Zaman serileri en fazla bir birim kök içeriyorlarsa durağan ve durağan olmayan seriler

birlikte modellenebilir. Çalışmada kullanılan örneklem yıl bazında olduğu için küçük bir örneklemdir ve değişkenlerin birinci farkında yapılacak tahminler serbestlik derecesi kaybına neden olacaktır. Bu nedenle eştümleşme ilişkisi serilerin düzey değerlerinde incelenecektir.

Tablo 5.4. Araştırmada kullanılan zaman serilerinin düzeyde ADF durağanlık testi t istatistikleri

Değişken	Açıklama	Sabit terim	Sabit terim ve trend	ADF Test İstatistiği
logTA	Turist Gelişleri	-1.780	-2.245	Durağan değil.
logYF	Dış Alem Geliri	-2.438	-0.960	Durağan değil
logYTR	Türkiye Reel GSYH	-0.2052	0.256	Durağan değil
logTX	Toplam Turizm Geliri	-0.6565	-2.1453	Durağan değil
logTM	Turizm Gideri	0.1143	-2.3604	Durağan değil
logEX	Toplam İhracat	-0.8086	-1.0030	Durağan değil
logIM	Toplam İthalat	-1.0030	-2.3039	Durağan değil
logTV	Dış Ticaret Hacmi	-0.9422	-1.8496	Durağan değil
logREEX	Reel Efektif Döviz Kuru	-1.4148	-2.6658	Durağan değil
logNUSD	Nominal ABD dolar endeksi	-3.6610***	0.1621	Durağan değil

* Sıfır hipotezi % 10 düzeyinde reddedilir, ** Sıfır hipotezi % 5 düzeyinde reddedilir, *** Sıfır hipotezi % 1 düzeyinde reddedilir.

Tablo. 5.4'te durağanlık testlerinin t istatistikleri verilerin özelliklerine göre listelenmiştir. Çalışmada kullanılan 13 serinin hesaplanan t değeri mutlak değer olarak ADF kritik değerlerinin altında kalmıştır ve birim kökün varlığını ifade eden sıfır hipotezi reddedilememiştir. Bu durumda bütün seriler birim kök içermektedir, başka bir ifade ile seriler düzeyde durağan değildir. Grafik incelemelerine göre LogNUSD serisi trend içerdiği için sabit terim ve trendin varlığı altındaki t istatistikleri dikkate alınmıştır.

Tablo 5.5. Zaman Serilerinin Birinci Birinci Farkta Durağanlık Testi İstatistikleri

Değişken	Açıklama	Sabit terim	Trend	Birim Kök Derecesi
logTA	Turist Gelişleri	-6.8992***	-	I(1)
logYF	Dış Alem Geliri	-4.4523***	-	I(1)
logYTR	Türkiye Reel GSYH	-3.9809***	-	I(1)

Tablo 5.5 (Devam). Zaman Serilerinin Birinci Birinci Farkta Durağanlık Testi İstatistikleri

logTX	Toplam Turizm Geliri	-5.8830***	-	I(1)
logTM	Turizm Gideri	-5.6308***	-	I(1)
logEX	Toplam İhracat	-4.8261***	-	I(1)
logIM	Toplam İthalat	-6.7581 ***	-	I(1)
logTV	Dış Ticaret Hacmi	-5.9069***	-	I(1)
logREEX	Reel Efektif Döviz Kuru	-7.2638***	-	I(1)

* Sıfır hipotezi % 10 düzeyinde reddedilir, ** Sıfır hipotezi % 5 düzeyinde reddedilir, *** Sıfır hipotezi % 1 düzeyinde reddedilir.

Turizm gelirleri, milli gelir değerleri, kişi başına milli gelir, ithalat ve ihracat serilerinin logaritmaları Tablo.5.5'te gösterildiği gibi birim kök içermektedirler ve birinci düzeyde durağandır. TL cinsinden Euro ve ABD dolar kurunun düzey değerinde I(2) özelliği taşıma riski bulunmaktadır. ADF test istatistikleri serilerin farklarının gecikme uzunluğuna duyarlı ve yapısal kırılmaları birim kök varlığı olarak göstermeye eğilimli olduğu için durağanlık testlerinde yapısal kırılmaları dikkate almak gerekmektedir.

Tablo 5.6. Bir yapısal kırılma altında Zivot-Andrews birim kök testi sonuçları

Değişken	Açıklama	Kırılma Yılı	ZA Testi İstatistiği	Birim Kök testi sonucu
logTA	Turist Sayısı	2012	-2.936	Durağan değil.
logYF	Dış Alem Toplam Geliri	2009	-5.198	Durağan değil
logYTR	Türkiye GSYH	2009	-3.815	Durağan değil
logTX	Turizm Geliri	2012	-3.157	Durağan değil
logTM	Turizm Gideri	2012	-4.394	Durağan değil
logEX	İhracat	2003	-3.290	Durağan değil
logIM	İthalat	2004	-3.186	Durağan değil
logTV	Dış ticaret hacmi	2003	-2.970	Durağan değil
logREEX	Reel efektif döviz kuru	2011	-3.762	Durağan değil

* Sıfır hipotezi % 10 düzeyinde reddedilir, ** Sıfır hipotezi % 5 düzeyinde reddedilir, *** Sıfır hipotezi % 1 düzeyinde reddedilir.

Dönem içinde yapısal kırılmanın varlığı varsayımıyla yapılan birim kök testlerine göre çalışmada kullanılan bütün zaman serileri birinci farklarında durağan bulunmuştur. Zivot-Andrews'ün yapısal kırılmalı birim kök testi sonuçlarına göre bütün seriler arasındaki eştimleşme ilişkileri incelenebilir. Değişkenlerin birinci farklarında uygulanan Zivot-Andrews testi sonuçları Tablo.5.7'de gösterilmektedir.

Düzeydeki kırılma yılları ile birinci farktaki kırılma yılları birbirinden farklılık göstermektedir. Çalışmada kullanılan zaman serilerine ilişkin grafikler EK.1’de yer almaktadır.

Tablo 5.7. Bir yapısal kırılma altında birinci farklarda Zivot- Andrews birim kök testi sonuçları

Değişken	Açıklama	Kırılma Yılı	Sabit terim	Yapısal Kırılma Birim Kök Testi Sonucu
dlogTA	Turist Sayısı	2000	-8.389 ***	I (1)
dlogYF	Dış Alem Toplam Geliri	2008	-5.420***	I(1)
dlogYTR	Türkiye GSYH	2003	-6.453***	I (1)
dlogTX	Toplam Turizm Geliri	2000	-8.699***	I (1)
dlogTM	Turizm Gideri	2011	-5.792***	I (1)
dlogEX	Toplam İhracat	2009	-6.066***	I (1)
dlogIM	Toplam İthalat	2003	-7.428***	I (1)
logTV	Dış ticaret hacmi	2009	-6.794***	I (1)
logREEX	Reel efektif döviz kuru	2008	-7.823***	I (1)

* Sıfır hipotezi % 10 düzeyinde reddedilir, ** Sıfır hipotezi % 5 düzeyinde reddedilir, *** Sıfır hipotezi % 1 düzeyinde reddedilir.

5.2. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları

Araştırma Türkiye ekonomisinde 1984-2017 dönemi için turizm gelirleri ve dış ticaret kalemleri arasındaki ilişkileri yıllık verilerle incelemektedir. Bu kapsamda ilk aşamada ilgili zaman serileri arasında nedensellik ilişkileri ortaya konulmuş ve bu nedensellik ilişkileri doğrultusunda ekonometrik modeller geliştirilmiştir.

Ekonometrik model seçilirken küçük bir örneklem üzerinde çalışıldığı için zaman serilerinin düzeyleri kullanılmış böylece birinci fark almaktan kaynaklanacak serbestlik derecesi kaybının önüne geçilmiştir.

1984 yılı Turizm Teşvik Yasası’nın çıktığı yıl olduğu için Türkiye turizm serilerinde değişimin başlangıcına işaret etmektedir. 1984 yılı sonrası dönem aynı zamanda Türkiye ekonomisinin dışa açıldığı, ihracat ve ithalat artışları sonucu dış ticaret hacminin arttığı aynı zamanda cari açığın yükseldiği bir dönemdir. Türkiye’nin küresel üretim zincirine eklemlenmesi sonucu imalat sanayisi üretimi ara malı ithalatı artışını beraberinde getirmiştir. Bu durum turizmin ihracatı tamamlayıcı bir sektör olarak gelişmesi ihtiyacını beraberinde getirmektedir.

Ödemeler dengesinin iki ana başlığı olan cari hesap açık verirken, bu açık finans hesabında fazla vererek karşılanmaktadır. Portföy yatırımları ve doğrudan yabancı yatırımlar finans hesabının temel bileşenleridir. Türkiye’de cari açığın finansmanı önemli ölçüde ekonominin uluslararası portföy yatırımı çekmesine bağlıdır. Bu tarz finansman yöntemi Türkiye ekonomisi için maliyetlidir ve borçları artırıcı yönde etki gösterir. Bir başka ödemeler dengesi kalemi olan doğrudan yabancı yatırımların turizm sektörü veya toplam turizm geliri ile olan muhtemel ilişkisi bu çalışmanın kapsamında değildir.

Türkiye ekonomisinin dış cari açık kalemlerinden olan net faktör ödemeleri cari fazla verirken, dış ticaret hesabı cari açık vermektedir. Türkiye’nin ekonomik büyüme oranının arttığı dönemlerde dış ticaret açığı artmakta, büyüme oranının düştüğü yıllarda ise dış ticaret açığı azalmakta, bazı kriz yıllarında fazla vermektedir. Bu kapsamda Türkiye ekonomik büyümeyi sağlarken cari açığın finansmanı gibi bir sonuçlar karşı karşıya kalmaktadır. Bu araştırma Türkiye ekonomisi için turizm ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi ortaya koyma amacı gütmektedir.

5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada turizm ve ödemeler dengesinin ticari kalemleri arasında olası ilişkilerin ortaya konulması amacıyla iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. İlk olarak ikili değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin yönü ve gücü ortaya konulmuştur. İktisat literatüründe nedensellik ilişkileri teorik kavramsallaştırmanın sonucu elde edilir. Bu bağlamda nedensellik ilişkileri bu bölümdeki iki değişkenli ve çok değişkenli regresyon analizinin teorik altyapısını oluşturmaktadır.

5.3.1. Araştırmanın modeli

5.3.1.1. Zaman serileri arasındaki nedensellik ilişkilerinin tespiti

Zaman serilerine ilişkin birim kök testleri ve korelasyon istatistikleri alt bölüm 4.1’de gösterilmektedir. Birim kök içeren bir başka ifade ile durağan olmayan seriler arasında gecikmeli değeri içermeyen veya zaman trendinin etkisi kaldırılmadan yapılan regresyonlar sahte regresyon problemine yol açmaktadır. Sahte regresyonlar istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlar ve yüksek R^2 değerleri içermesine rağmen güvenilir değildir. Anlamlı istatistiksel ilişkilerin nedeni zamana bağlı olarak gelişen

bir üçüncü etken olabilir. Durağan zaman serilerinin varlığı durumunda iki yöntem izlenebilir. Birinci yöntem mevcut düzey zaman serilerinin yıllara göre birinci farkını alarak doğrusal en küçük kareler tahmini yapmaktır. İkinci yöntem ise değişkenler arası eştümleşme ilişkilerini ortaya koyarak uzun dönemli ilişkilerin sınamaktır. Eştümleşme testleri yapmak için ilgili zaman serilerinin aynı düzeyde birim kök içermesi gerekmektedir.

İki zaman serisi arasında bir eştümleşme modeli kurabilmek için aralarındaki nedensellik ilişkisinin anlaşılması gereklidir. Bu amaç doğrultusunda Toda-Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen birim kök içeren serilerin Granger nedensellik sınaması sonuçları yol gösterici olacaktır.

Birim kök sınaması takip eden yöntemde X ve Y zaman serilerinin arasındaki nedensellik testinin ilk aşaması bir Vektör Otoregresif (VAR) modelinin tahmin edilmesidir. y_t vektörü zaman serilerini içeren bir vektör olarak tanımlanmıştır. $y_t = \begin{pmatrix} x_t \\ y_t \end{pmatrix}$ iki elemanlı bir vektör olmak üzere bir VAR modeli denklem 5.1'deki gibi ifade edilir.

$$y_t = c + A_1 y_{t-1} + A_2 y_{t-2} + \dots + A_p y_{t-d} + u_t \quad (5.1)$$

VAR denkleminde d gecikme uzunluğunu, u_t ise 2x1 boyutlu hata terimleri vektörünü göstermektedir. VAR modelinin tahmin edilmesinde asıl amaç Granger nedenselliği için gerekli olan d gecikme uzunluğunu bulmaktır. Gözlenen X ve Y zaman serilerinin birim kök sayısı m ile ifade edilmektedir. Birim kök sayıları farklı olduğunda Granger nedensellik testi uygulanamaz.

Toda-Yamamoto sınaması birim kök içeren değişkenler arasında Granger tahminin kullanması için geliştirilmiş bir yöntemdir. Nedensellik ilişkilerinin ortaya çıkarılması için aşağıdaki adımlar uygulanır.

- i. Kullanılan serilerin maksimum birim kök sayısı bulunur ve bu sayı m olarak adlandırılır.
- ii. Zaman serilerinin düzeylerinde otokorelasyon içermeyen bir VAR modeli tahmin edilir. Bu modelin gecikme uzunluğu seçilir ve d olarak adlandırılır.
- iii. Değişkenler arasında eştümleşme testi yapılır. Bu adımda eştümleşme ilişkisi bulunamazsa da diğer adımlara devam edilir.

iv. Gecikme uzunluğu d+m olan yeni bir VAR modeli tahmin edilir.

v. Tahmin edilen VAR modelini takiben standart Granger nedensellik testi uygulanır.

Çalışmada kullanılan değişkenler arası ilişkiler uluslararası iktisat teorileri ışığında ve Toda-Yamamoto testi yöntemiyle ortaya çıkarılmıştır.

5.3.1.2. Zaman Serileri arasında regresyon analizi

Çalışmada kullanılan zaman serileri arasında otoregresif süreçler söz konusudur. Turist sayısına bağlı olarak turizm geliri, ithalat, ihracat ve turizm harcamaları bir önceki yılın değerlerinden etkilenirler. ARDL modelleri otoregresif zaman serilerini dikkate alarak seriler arası ilişkilerin tahminini yapmak için kullanılan en küçük kareler tekniğine dayalı yöntemler bütünüdür.

ARDL modeli genel formu

$$y_t = \lambda + \sum_{i=1}^p a_i y_{t-i} + \sum_{j=0}^q \beta_j x_{t-j} + \varepsilon_t \quad (5.2)$$

ARDL genel formunda (5.2) numaralı regresyon eşitliğinde ifade edilen p bağımlı değişkenin gecikme uzunluğunu, q ise bağımsız değişkenin gecikme uzunluğunu vermektedir. Gecikme uzunlukları p ve q parametrelerinin seçiminde Schwartz Bilgi Kriteri kullanılmıştır. Schwartz Bilgi kriteri daha küçük gecikme değerleri seçtiği için küçük örneklemelere daha uygundur. Y ve X değişkenleri arasında bir eştümleşme ilişkisi olduğunu söylemek için ε_t hata teriminin durağan olması, başka bir ifadeyle birim kök içermemesi gerekmektedir. ARDL (1,1) modeli denklem 5.3. ile ifade edilebilir.

$$y_t = \lambda + \alpha_1 y_{t-1} + \beta_0 x_t + \beta_1 x_{t-1} + u_t \quad (5.3)$$

Bu modelde bağımlı değişken kendi gecikmeli değerine ve x değişkenine bağlıdır. Denklem 5.3'te kısa dönem ve uzun dönem etkiler ayrıştırılabilir. β_0 katsayısı x değişkeninin y üzerindeki kısa dönem etkisini göstermektedir. X'in Y üzerindeki uzun dönem etkisi ise $\alpha_1 < 1$ koşulu altında $\frac{\beta_0 + \beta_1}{1 - \alpha_1}$ olarak ifade edilebilir. Bu modele ilişkin Hata düzeltme denklemi (5.4) no'lu ifadede gösterilmektedir.

$$\Delta y_t = \beta_0 \Delta x_t - (1 - \alpha_1) \left[y_{t-1} - \frac{\lambda}{1 - \alpha_1} - \frac{\beta_0 + \beta_1}{1 - \alpha_1} x_{t-1} \right] + u_t \quad (5.4)$$

Hata düzeltme modeli ARDL(p,q) modelinin kısa dönem ve uzun dönem etkilerini ayırıştırma imkanı sunmaktadır.

Tahmin edilen regresyonun kritik değerleri Pesaran, Shin ve Smith'in (2001) ARDL sınır testi yaklaşımına göre belirlenmiştir. Pesaran, Shin ve Smith'in (2001) sınır testi küçük örneklemelerde diğer testlere göre daha güvenilir sonuçlar vermektedir.

5.3.2. Araştırmanın hipotezleri

Türkiye'nin turizm göstergeleri ve ödemeler dengesinin dış ticaret hesabı göstergeleri arasındaki neden sonuç ilişkileri üzerine oluşturulan hipotezlerin gelişimi aşağıda gösterilmiştir.

Hipotez 1. Turist sayısı ve dış ticaret hacmi arasında eştümleşme ilişkisi vardır.

Hipotez 2. Türkiye'ye gelen turist sayısı ile ihracat arasında eştümleşme ilişkisi vardır.

Hipotez 3. Türkiye'de turizm geliri ile dış turizm harcamaları arasında uzun dönemli bir ilişki vardır.

Hipotez 4. Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'nin ithalatı arasında bir eştümleşme ilişkisi mevcuttur.

Hipotez 5. Türkiye'nin turizm geliri ve toplam ithalatı arasında eştümleşme ilişkisi vardır.

İki değişkenli analizlerde bağımlı değişkenler ve açıklayıcı değişkenler Toda-Yamamoto nedensellik testi ile tespit edilmiştir. Bu ilişkiler temel alınarak kontrol değişkenlerinin dahil edildiği çok değişkenli sınamalar yapılmıştır. Çalışmanın birinci hipotezi diğer hipotezlerin kurulmasında belirleyici bir işleve sahiptir. İkinci ve altıncı hipotezler arasındaki hipotezler dış ticaret değişkenleri ve turizm değişkenleri arasındaki ilişkilerin yönünü belirlemeye yöneliktir. Dış ticaret değişkenleri ve turizm arasındaki ilişkilerin turizmden dış ticarete doğru olması durumunda ilgi ve farkındalık hipotezi desteklenmektedir. Nedensellik ilişkileri dış ticaretten turizme doğru bulunursa Marco Polo hipotezini Türkiye özelinde desteklenecektir. Hipotezlerin test edilmesi sonucunda elde edilen kanıtlar Türkiye'de turizm dış ticaret kalemleri arasındaki etkileşimleri ortaya çıkarmaktadır.

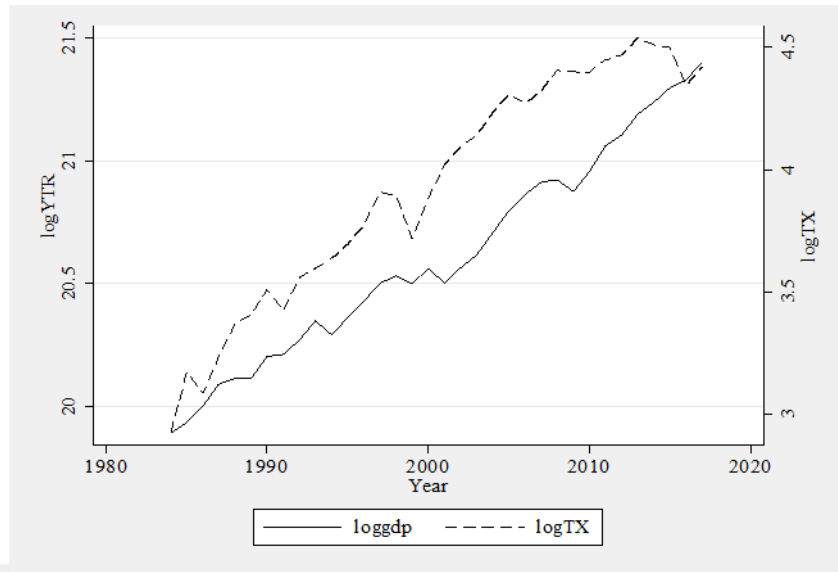
5.4. İki değişkenli Eştümleşme Testleri Sonuçları

İki makroekonomik değişken arasındaki uzun dönemli ilişki ARDL sınır testi ile analiz edilmiştir.

5.4.1. Turizm gelirleri ve milli gelir arasındaki eştümleşme ilişkisi

Turizm ve milli gelir arasındaki nedensellik ve eştümleşme ilişkilerinin incelendiği bu alt bölümde Turizm Odaklı Büyüme (TLG) hipotezi test edilmiştir. Şekil.18’de Türkiye’de 1984-2017 dönemi turizm gelirleri (logTX) ve milli gelirin (logYTR) logaritmik değerlerinin seyri gösterilmektedir. İncelen dönemde milli gelir istikrarlı artış gösterirken ve ihracat artış eğilime ancak farklı kırılma yıllarına sahiptir. 1994, 2001 ve 2008, 2016 yıllarındaki TL’nin değer kaybı ithalatı gösteren çizgi üzerinde belirgindir. İhracat ise daha istikrarlı bir seyir izlemektedir. Söz konusu iki serinin birlikte hareketi aralarında bir nedensellik ilişkisi olabileceğine yönelik bir soruyu beraberinde getirmektedir. Bu bölümde “*Turizm gelirleri ile milli gelir arasında bir nedensellik var mıdır? Bir nedensellik ilişkisi varsa hangi yöndedir?*” soruları irdelenecektir. Turizm gelirleri ve milli gelir arasında bir nedensellik ilişkisi varsa bu ilişki turizm gelirleri, milli gelir veya her ikisinden kaynaklanabilir.

1984 sonrası dönem 1980’de başlayan Türkiye’nin Küresel Ekonomik Sistem ile bütünleşme döneminin içindedir. 1984 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Yasası ile Türkiye ekonomisi dış turizme açılmıştır. Türkiye’nin ithal ikameci büyüme stratejisini terk edip ithalat odaklı büyüme stratejisini benimsemesi de bu dönemde gerçekleşmiştir.



Şekil 5.2. Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Milli Gelirin Gelişimi (1984-2017)

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2018)

Şekil 5.2’de 1984-2017 yılları arasında milli gelir (logYTR) ve turizm gelirlerinin (logTX) zaman serileri gösterilmektedir. Serilerdeki kırılmaların daha açık gözlenebilmesi amacıyla logaritmik değerler seçilmiştir. Sağdaki y eksenini ve kesikli çizgi Türkiye’nin milli gelirinin yıllar itibariyle seyrini göstermektedir. İncelenen dönemde milli gelir serisi istikrarlı bir artış göstermiştir. Sol ekseninde logaritmik değerleri gösterilen turizm gelirleri ise düz çizgi ile gösterilmektedir. Turizm gelirleri milli gelire göre daha dalgalı bir gelişim göstermiştir.

Turizm gelirlerinde kırılma yılları 1991, 1999, 2015 ve 2016 yıllarıdır. Bu yıllarda meydana gelen gelir azalışlarının nedeni coğrafi ve politik olaylardan kaynaklanan turist sayısı azalışlarıdır. 1991 Irak’taki Körfez Savaşı, 1999 Marmara Depremi, 2015 Rusya ile yaşanan kriz ve 2016’da 15 Temmuz darbe girişimi turist sayısında kayda değer azalışlara neden olmuştur.

Şekil.5.2’ye göre turizm gelirlerindeki 2009 yılı kırılması ile milli gelirdeki 2009 yılı kırılması arasında bir korelasyon söz konusudur, ancak nedensellik olduğunu söylemek için daha ayrıntılı analize ihtiyaç vardır. Zira iki değişken arasındaki korelasyon bu değişkenler arasında bir neden sonuç ilişkisini göstermeyebilir. Bu korelasyon incelenen dönemde tesadüfen ortaya çıkmış olabilir.

İncelenen dönemde turizm gelirleri ve milli gelir Şekil 5.2’de gösterildiği gibi birlikte hareket etmektedir ve aralarında bir korelasyon ilişkisi gözlenebilir. Öte

yandan korelasyon nedensellik anlamına gelmeyebilir. İhracat ve milli gelirin ortak hareketinden bahsetmek için kırılmaların da birbirini takip etmesi gereklidir. Şekil 17’de ihracat ve milli gelir serilerinin logaritmik değerlerinin birlikte hareket ettiği çıkarımı yapılabilir. Bu seriler birlikte hareket ediyorsa dört ihtimal vardır. Birinci nedensellik yönü milli gelirden turizm gelirlerine doğrudur. İkinci nedensellik yönü turizm gelirlerinden milli gelire doğrudur. Üçüncü ihtimal ise çift yönlü nedenselliktir. Çift yönlü nedensellik ilişkisini göre ihracat ve milli gelir birbirlerini karşılıklı olarak etkilerler. Dördüncü ihtimal ise turizm gelirleri ve milli gelir arasında bir neden sonuç ilişkisi yoktur ancak üçüncü bir değişken bu iki değişkeni neden sonuç anlamında etkilemektedir. Bu üçüncü değişken ihracat, ithalat veya dış ticaret hacmi değişkenlerinden birisi olabilir. Turizm milli gelir ilişkisini açıklayan teoriler birinci ve üçüncü nedensellik yönünü ihtimal dışı bırakmaktadır (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi, 2018).

Turizm gelirleri ile milli gelir arasında bir eştümleşme modeli kurabilmek için aralarındaki nedensellik ilişkisinin anlaşılması gerekmektedir. Bu amaç doğrultusunda Toda-Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen birim kök içeren serilerin Granger nedensellik sınaması sonuçları yol gösterici olacaktır.

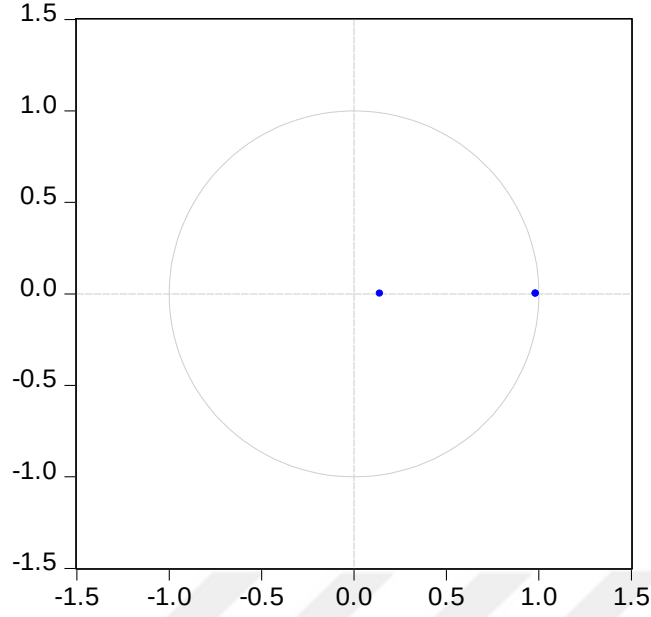
Birim kök sınaması sonuçlarına göre logTX (Turizm Gelirleri) ve LogYTR (Milli gelir) nedensellik testinin ilk aşaması bir Vektör Otoregresif (VAR) modelinin tahmin edilmesidir.

Tablo 5.8. VAR modeli gecikme uzunluğu

Gecikme Uzunluğu	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	29.85846	NA	0.000535	-1.85723	-1.76382	-1.82735
1	113.8714	151.2234*	2.58e-06*	-7.191430*	6.911190*	-7.101779*
2	115.9275	3.426753	2.96E-06	-7.06183	-6.59477	-6.91242
3	118.6975	4.247338	3.25E-06	-6.97983	-6.32594	-6.77065
4	124.3959	7.9777	2.96E-06	-7.09306	-6.25234	-6.8241

* İlgili Test Kriteri tarafından Seçilen Uygun Gecikme Uzunluğu

VAR tahmininde esas amaç değişken katsayıları değil, VAR modelinin gecikme uzunluğunun bulunmasıdır. Tablo.5.8’de sonuçlarına göre LogTX ve logYTR serilerinin düzey değerlerinde yapılan VAR analizinin gecikme uzunluğu beş test kriteri tarafından d=1 olarak bulunmuştur.



Şekil 5.3. Turizm geliri ve milli gelir VAR modelinin birim kökleri

Tahmin edilen VAR modeli Şekil.5.3'e göre her iki birim kök de birim daire içerisinde kalmaktadır. Bu durumda ihracat ve ithalat arasında kurulan VAR modeli istikrarlıdır.

Tablo 5.9. Turizm gelirleri ve milli gelir arasında VAR nedensellik testi

Değişkenin türü	Değişken	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
Bağımlı Değişken	LOGYTR			
Bağımsız Değişken	LOGTX	5.640170	2	0.0596
Bağımlı Değişken	LOGTX			
Bağımsız Değişken	LOGYTR	2.687489	2	0.2609

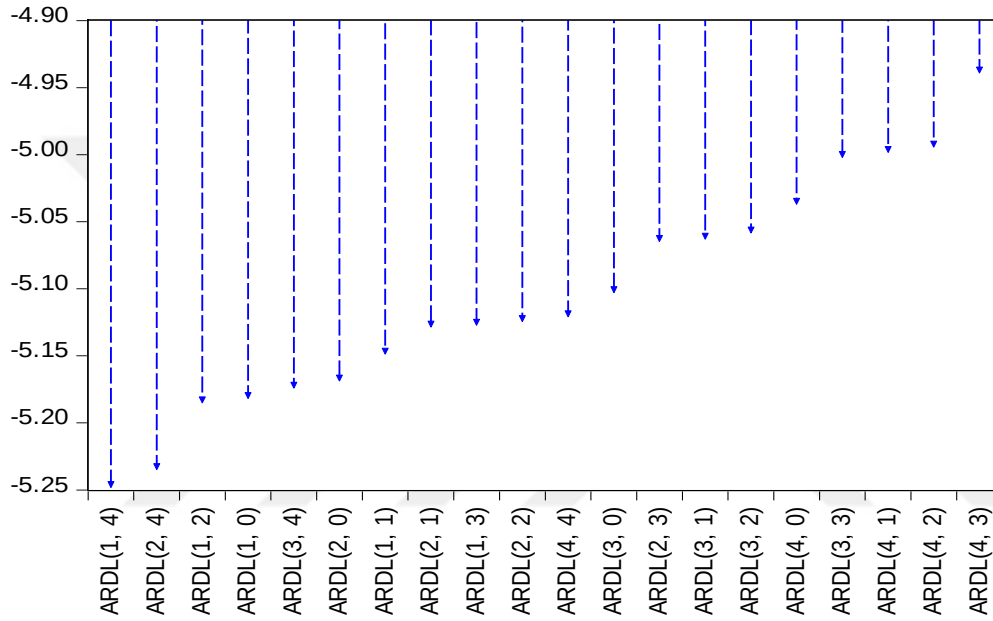
İthalatın bağımlı değişken olduğu, ihracatın ise bağımsız değişken olduğu ilk modelde ihracattan ithalata doğru %5 anlamlılık düzeyinde bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Granger nedensellik testi 'ne göre milli gelirin bağımlı, turizm gelirlerinin ise bağımsız değişken olduğu model istatistiksel olarak anlamlı değildir. Serilerin düzeylerinde yapılan Granger nedensellik testlerinde turizm gelirlerinden milli gelire doğru bir Granger nedensellik ilişkisi olmadığına dair sıfır hipotezi reddedilememiştir. Buna göre ihracat ithalatın Granger nedenidir. Turizm gelirleri ile milli gelir arasında tek yönlü bir ilişki vardır. Granger nedensellik testi sonuçlarına

göre turizm gelirleri ile milli gelir arasındaki regresyon (5.5) no'lu denklemi ile ifade edilebilir.

$$\log YTR_t = \beta_0 + \beta_1 \log TX_t + \varepsilon_t \quad (5.5)$$

Turizm gelirleri ile milli gelir arasındaki ilişkiyi gösteren 5.5 no'lu modelde β_1 katsayısı 0'dan istatistiksel olarak farklı ise turizm gelirlerinin milli gelir üzerinde etkili olduğu sonucuna varabilir. β_1 'nin beklenen işareti pozitifdir. Turizm gelirleri %1 artarsa, milli gelir % β_1 kadar artış gösterir.



Şekil 5.4. Schwartz bilgi kriterine en uygun ARDL(p,q) modeli seçimi

Milli gelir kendi gecikmeli değerinden ve turizm gelirlerinin dört yıl önceki değerinden etkilenir. ARDL (1,4) regresyonundan elde edilen hata terimleri arasında otokorelasyon yoktur. Milli gelirin bağımlı değişken olarak seçildiği modelde turizm gelirleri ile milli gelir arasında yapılan tahminden elde edilen kalıntılar durağandır. Hata terimleri durağan olduğu için her ikisi de bir birim kök içeren seriler arasında eştümleşme ilişkisi mevcuttur. Hata düzeltme modeli katsayısı-0.9276 değerini almıştır. Bu bulguya göre uzun dönem dengesinden sapma yaklaşık olarak bir yılda kaybolmaktadır (Tablo 5.10).

Tablo 5.10. YTR değişkeni için ARDL(1,4) hata düzeltme modeli

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık Değeri
ΔLogTX	0.110493	3.389457	0.0026
$\Delta \text{LogTX}(-1)$	-0.012115	-0.383371	0.7051
$\Delta \text{LogTX}(-2)$	0.087586	2.694676	0.0132
$\Delta \text{LogTX}(-3)$	0.091319	3.068806	0.0056
D2009	-0.037826	-2.375518	0.0267

Türkiye ekonomisi için turizm gelirleri ile milli gelir arasında ihracattan ithalata bir uzun dönem ilişkisi mevcuttur. Milli gelir turizm gelirlerine bağlı bir makro değişkendir. Turizm geliri artışı beraberinde GSYH artışını da getirmektedir.

Tablo 5.11. Turizm gelirleri ve milli gelir değişkenleri arasındaki uzun dönem ilişkisi

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık Değeri
Sabit terim	0.174284	1.702136	0.0991
LogTX	1.003843	45.61963	0.0000

Turizm gelirleri ve milli gelir değişkenleri arasındaki kısa dönem esneklik değeri 0.93 iken uzun dönemde bu ilişki 1'den büyük değer almaktadır. Türkiye ekonomisinde turizm gelirlerinin ekonomik büyümede hissedilir bir katkısı vardır (Tablo.5.11). Elde edilen katsayının 1'den büyük olması turizm gelirlerinin dolaylı ve uyarılmış etkilerinin belirginliğini göstermektedir.

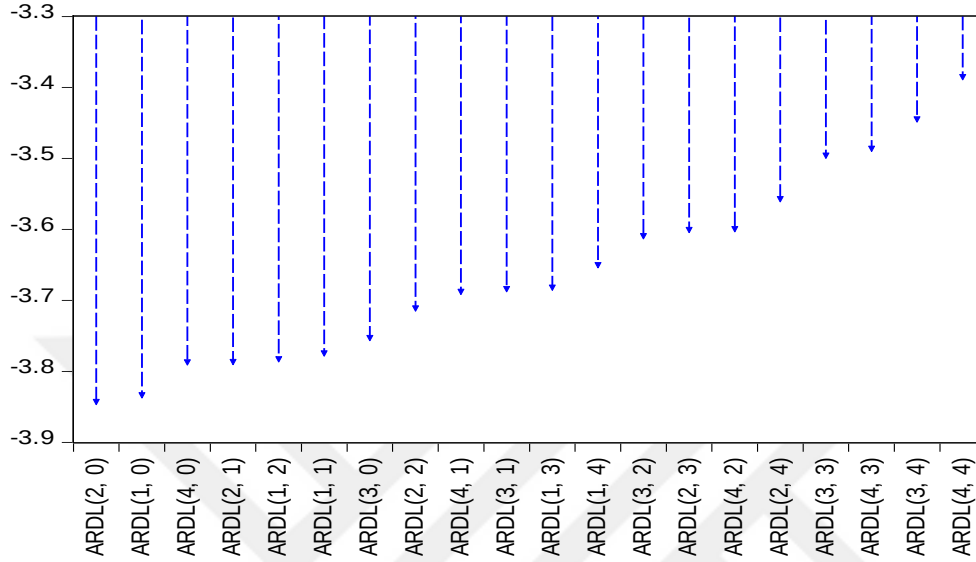
5.4.2. Turist sayısı ve dış ticaret hacmi eştümleşme sınaması

Bu çalışmada dış ticaret hacmi Türkiye'nin yaptığı ihracat ve ithalat toplamı olarak tanımlanmıştır. Dış ticaret hacmi bir ekonominin ne kadar dışa açık olduğunun göstergesidir. Ekonomide dışa açıklık oranı yükseldikçe küresel ekonomiyle bütünleşme artacak ve ekonomi daha fazla turist çekecektir. Sermayenin, malların ve hizmetlerin dolaşımı yaygınlaştıkça kişilerin dolaşımının da önü açılmaktadır.

Tablo 5.12. Turist sayısı ile dış ticaret hacmi arasındaki nedensellik ilişkisi

Değişken	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
$\log \text{TV} \rightarrow \log \text{TA}$	6.454185	2	0.0397
$\log \text{TA} \rightarrow \log \text{TV}$	1.419075	2	0.4919

Toda Yamamoto (1995) yöntemi takip edilerek yapılan Granger nedensellik testi sonuçlarına göre %10 anlamlılık düzeyinde Türkiye'nin dış ticaret hacmi ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında tek yönlü bir Granger nedenselliği mevcuttur (Tablo.5.12).



Şekil 5.5. Schwartz kriterine göre en uygun ARDL (p,q) modeli

Şekilde 5.5’de 1999 Depremi ve 2016 olaylarının etkisini de dahil ederek elde ettiğimiz ARDL(p,q) modeli ARDL(2,0) olarak seçilmiştir. Hata düzeltme modeli ARDL (2,0) modeli üzerinden tahmin edilecektir.

Tablo 5.13. LogTA değişkeni için ARDL (1,0) modeli sonuçları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
Sabit Terim	1.580533	4.708419	0.0018
logTA(-1)	0.447398	3.534162	0.0016
logTA(-2)	0.197270	1.544610	0.1345
logTV	0.261563	2.737494	0.0110
D1999	-0.136348	-3.256705	0.0031
D2016	-0.137620	-2.942938	0.0063

Tablo.5.14’teki ARDL (2,0) regresyonu tahmin sonuçlarına göre turist sayısının bir yıl gecikmeli değeri, dış ticaret hacmi anlamlı ve pozitif işaretli katsayılarla sahipken, deprem ve darbe kukla değişkenleri beklenen işaretle azaltıcı ve anlamlı bulunmuştur.

Tablo 5.14. ARDL (2,0) ΔLogTA modeline ait hata düzeltme modeli sonuçları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
$\Delta\text{LogTA}(-1)$	-0.21969	-2.18188	0.0383
D1999	-0.14431	-3.73592	0.0009
D2016	-0.16473	-4.27888	0.0002
EC	-0.29728	-7.77585	0.000

Tahmin edilen modelde hata düzeltme katsayısı -0.2972 olarak bulunmuştur. Bu durumda uzun dönemden sapmalar yaklaşık 3 yılda etkisini kaybedecektir.

Tablo 5.15. LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eşleşme
$F(\text{logTA} \text{logTV})$	(1,0)	18.7149	Var
Alt Sınır	Üst Sınır	Anamlılık Düzeyi	
3.303	3.797	% 10	
4.09	4.663	% 5	
6.027	6.76	% 1	

Tablo.5.15'te verilen sınır testi F istatistiği sonuçlarına göre % 1 anlamlılık düzeyinde eşleşme olmadığına dair sıfır hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5.16. LogTA değişkenine hata düzeltme modeli uzun dönem katsayıları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
LogTV	0.736110	13.99316	0.000
Sabit Terim	3.497593	11.82457	0.000

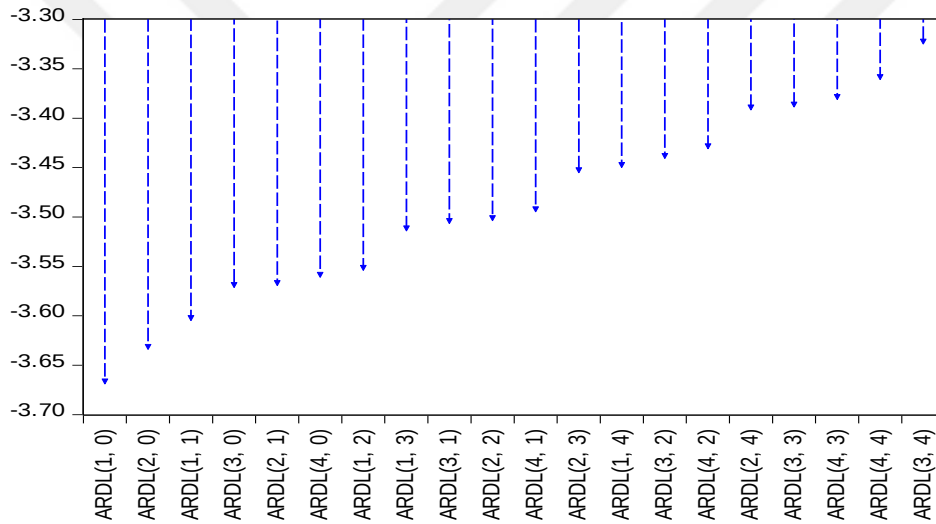
Dış ticaret hacmindeki %10 artış turizm talep miktarını % 7.2 oranında artırmaktadır (Tablo 5.16). Dış ticaret hacmi ile gelen turist sayısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişki literatürde beklenen bir ilişkidir. Türkiye yurttaşlarının turizm harcamaları ödemeler dengesi açısından önemli bir açık yaratmamaktadır.

5.4.3. Turist sayısı ve ihracat arasındaki eştümleşme sınaması

Tablo 5.17. Turist Sayısı ile Turizm Dışı İhracat Arasındaki Granger Nedensellik Testi İstatistikleri

Değişken	Chi- Kare Değeri	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
logEX →logTA	8.8920	2	0.0117
logTA→logEX	4.0669	2	0.1309

Tablo 5.17’de sunulan serilerin düzeylerinde yapılan Granger nedensellik testi sonuçlarına göre ihracat turist sayısının nedenidir. Turist sayısından ihracata doğru bir nedensellik bulunamamıştır. Bu ilişki doğrultusunda ARDL (p,q) modelinde turist sayısı bağımlı değişken, ihracat ise bağımsız değişken olarak alınacaktır.



Şekil 5.6. Turist sayısı ile turizm dışı ihracat arasındaki ARDL(p,q) modeli seçimi

Turist sayısı ile ihracat arasındaki ilişki Schwarz kriteri tarafından ARDL (1,0) olarak belirlenmiştir (Şekil 5.6). Turist sayısı ihracatın cari değerinden ve kendisinin gecikmeli değerinden etkilenmektedir.

Tablo 5.18. LogTA değişkeni için ARDL (1,0) modeli sonuçları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
Sabit terim	1.5955	4.5333	0.0001
logEX	0.3538	4.181924	0.0002
logTA(-1)	0.5477	5.333803	0.0000
D2016	-0.152534	-3.2393	0.0030

Tablo 5.18’de logTA için ARDL (1,0) modeli tahmini sonuçları verilmiştir. Modelde ihracatın ve turist sayısının gecikmeli değerinin katsayıları anlamlı bulunmuştur.

Tablo 5.19. LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme Uzunluğu	F İstatistiği	Eştümleşme
F(logTA logEX)	1	15.78725	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
6.027	6.76	%1
4.09	4.663	%5
3.303	3.797	%10

Sınır testi istatistiklerine göre turist sayısı (logTA) ile ihracat (logEXX) serileri arasında eştümleşme ilişkisi vardır. Sınır testi F istatistiği %1 anlam düzeyinde üst sınır ve alt sınırdan büyüktür. Sınır testi istatistikleri Tablo.5.19’da gösterilmektedir.

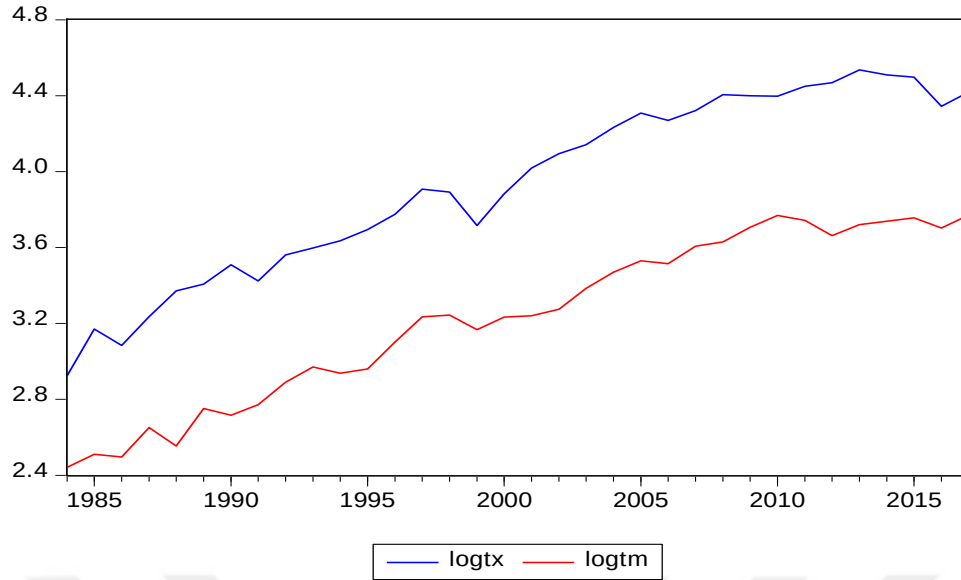
Tablo 5.20. Hata düzeltme modeli uzun dönem regresyonu

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
Sabit Terim	3.527737	10.5487	0.0000
LogEX	0.7822	19.52524	0.0000

Tablo 5.20’de verilen uzun dönem eştümleşme analizi sonuçlarına göre ihracatta meydana gelen her %10’luk artışa karşılık turist sayısı %7 oranında artmaktadır.

5.4.4. Turizm gelirleri ile turizm harcamaları eştümleşme sınaması

Üçüncü bölümde açıklanan turizm odaklı büyüme hipotezine göre turizm gelirleri reel geliri artırır ve hane halklarının kişisel harcanabilir geliri yükseltir. Bu durum Türkiye’deki yerleşiklerin dış turizm talebini artırır. Turizm harcamaları (Turizm ithalatı) bu talep artışının sonucu olarak yükselir. Turizm gelirleri ile turizm harcamaları arasında beklenen nedensellik ilişkisi turizm gelirlerinden turizm ithalatına doğrudur. 2015 yılına kadar Türkiye’nin toplam turizm geliri sürekli olarak artmıştır. Turizm gelirleri ile yurtiçi yerleşiklerin yurt dışı harcamaları arasındaki fark artmaktadır. Türkiye’nin turizm hizmetler kalemi fazla vermektedir (Şekil.5.7).



Şekil 5.7. Turizm gelirleri ve turizm ithalatının incelenen dönem içindeki seyri

İhracatın hizmet ihracatı kalemi altında bulunan turizm hizmetleri dengesinin fazla vermesi dış ticaret açıklarını kapatmada etkili olmuştur. Turizm hizmet fazlasının sürdürülebilirliği açısından turizm harcamalarının gelir esnekliğinin, döviz esnekliğinin ve turizm gelirlerine bağlılığının anlaşılması önem arz etmektedir. 2015 yılı itibariyle Türkiye'nin turizm gelirleri 31 milyar 464 milyon dolardır ve dış turizm harcamaları ise 5 milyar 700 milyon ABD doları civarındadır (TÜİK, 2018). Turizm gelirleri 2008-2015 yılları arasında yaklaşık yüzde 50 oranında artarken, turizm harcamaları da aynı oranda artış göstermiştir. Turizm gelirlerinin ve dış turizm harcamalarının logaritmik düzeyde grafiği Şekil 5.7'de gösterilmiştir.

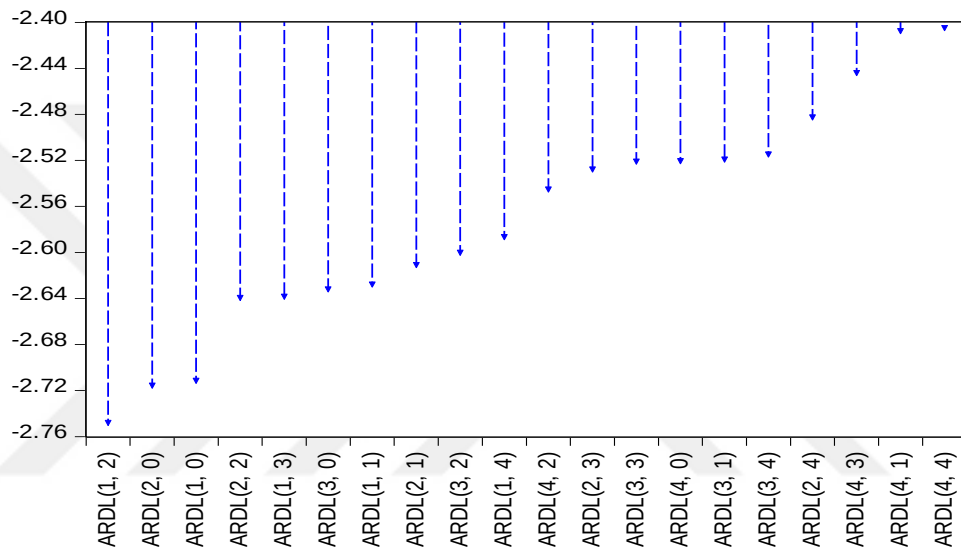
Tablo 5.21. Turizm ithalatı ile turizm ihracatı arasındaki Granger nedensellik testi istatistikleri

Nedenselliğin Yönü	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
logTX → logTM	7.9408	2	0.0189
logTM → logTX	3.2545	2	0.1965

Tablo 5.21'de gösterilen Granger nedensellik testi sonuçlarına göre turizm gelirlerinden turizm harcamalarına doğru bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Bu ilişki uluslararası ekonomi literatüründe yer alan ihracat ve ithalat ilişkileri ile benzerlik göstermektedir. Öte yandan mal ihracatı ile mal ithalatı arasında girdi çıktı ilişkisi olabilir, turizm hizmet ihracatı ile turizm hizmet ithalatı arasında girdi- çıktı ilişkisi

söz konusu değildir. Bu hipotezin geçerli olduğu durumda turizm gelirlerinin milli gelir üzerindeki uyarılmış etkisi hafifler.

Türkiye'nin ABD doları veya avro cinsinden milli geliri yükseldikçe Türkiye yurttaşları daha çok yurtdışı seyahat yapmaktadırlar. Yurt dışına giden turist sayısındaki artış da beraberinde turizm harcamalarındaki artışı getirecektir. Türkiye ekonomisinde hizmet dışı ithalat ihracata bağlı iken turizm harcamaları da turizm gelirlerine bağlıdır. Toda-Yamamoto nedensellik testine göre turizm harcamalarından turizm gelirlerine doğru bir nedensellik ilişkisi yoktur.



Şekil 5.8. Schwartz kriterine en uygun ARDL(p,q) modeli

Dış turizm harcamaları (logTM) değişkeni ile turizm gelirleri (logTX) arasındaki en uygun model Schwarz kriteri tarafından ARDL (1,2) biçimi olarak seçilmiştir (Şekil 5.8). Dış turizm harcamaları kendi gecikmeli değerinden ve turizm gelirlerinin iki gecikmeli ve bir gecikmeli değerlerinden etkilenir.

Tablo 5.22. LOGTM ARDL (1,2) modeli sonuçları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
Sabit terim	-0.175673	-1.654535	0.1096
LogTM(-1)	-0.031348	1.287548	0.2088
LogTX	0.390192	3.283071	0.0028
LogTX(-1)	-0.031348	-0.203539	0.8402
LogTX(-2)	0.347816	2.935323	0.0067

ARDL (1,2) tahmini sonuçlarına göre turizm ihracatı ile ithalat arasındaki olasılık değeri 0.0028'dir. Bu değer %1 düzeyinde anlamlılık ilişkisinin varlığına işaret

etmektedir. Turizm ithalatının iki yıl gecikmeli değeri şimdiki değerini olumlu etkilemektedir (Tablo 5.22).

Tablo 5.23. LogTM modeline ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model		Gecikme	F İstatistiği	Eştümleşme
F(logTM logTX)		(1,0)	10.72693	Var
Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi		
3.02	3.51	% 10		
3.62	4.16	% 5		
4.94	5.58	% 1		

ARDL sınır testi sonuçlarına göre F istatistiği %1 düzeyinde anlamlıdır ve turizm gelirleri ile turizm harcamaları arasında eştümleşme ilişkisi olmadığına dair sıfır hipotezi reddedilmiştir (Tablo 5.23).

Tablo 5.24. ΔLogTM modeline ait hata düzeltme modeli kısa dönem katsayıları

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Prob değeri
ΔLogTX	0.390192	4.095926	0.0003
ΔLogTX(-1)	-0.347816	-3.131821	0.0041
EC	-0.794397	-5.879162	0.0000

Hata düzeltme katsayısı-0.7943 olarak hesaplanmıştır. Hata düzeltme modeline göre turizm giderleri ile turizm gelirleri arasındaki uzun dönem dengesinde meydana gelen bozulma yaklaşık olarak 2 yılda düzeltilmektedir (Tablo.5.24).

Tablo 5.25. LogTM değişkenine ait eştümleşme ilişkisi

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık Değeri
Sabit	-0.221140	-1.898259	0.0684
LogTX	0.889557	31.77574	0.0000

Tablo 5.25’te turizm gelirleri (turizm hizmet ihracatı) ve dış turizm harcamaları (turizm hizmet ithalatı) arasındaki ilişki gösterilmektedir. Turizm ihracatı ile ithalatı arasındaki kısa dönem esneklik değeri 0,39 değerini alırken uzun dönemde bu esneklik sayısı 0,89 değerini almaktadır. Şekil.20’de gösterildiği gibi turizm gelirleri ithalatın üzerinde seyretmektedir. Bu eğilime göre esneklik değerinin 1’den küçük

olması turizm gelirlerinin dış ticaret dengesine olumlu katkı yapacağına ve turizm fazlasının sürdürebilir olduğuna işaret etmektedir.

5.4.5. Turist sayısı ve ithalat arasında eştümleşme sınaması

Turizm faaliyeti için gerekli ara mallar ve girdiler ülke içinden temin edilemiyorsa turizm sektörü büyümesi ithalat düzeyini artıracaktır. Turist sayısı arttıkça ithalat talebi de artacaktır. Turist sayısı ile ithalat arasındaki diğer kanal turist sayısının turizm gelirlerini artırması ve bunun sonucu olarak ithalat talebinde gözlenebilecek artıştır. İthalat ve turist sayısı arasındaki diğer nedensellik ilişkisi keşfedilen fırsatlar hipotezidir. Bu hipoteze göre iş amaçlı ya da tatil amaçlı gelen ziyaretçiler destinasyon ülkedeki ihtiyaçları tespit ederek ithalat ilişkileri kuracaktır.

Tablo 5.26. Turist sayısı ile turizm dışı ithalat arasındaki nedensellik ilişkisi

Değişken	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
logIM→logTA	2.955784	2	0.2281
logTA→ logIM	5.791628	2	0.0553

Tablo 5.26’da gösterilen sınama sonuçlarına göre turist sayısı ile ithalat arasında bir nedensellik ilişkisi olduğuna dair bir bulguya rastlanmamıştır. Bu durum turizm arzı artışının ithalat talebinde bir artışa neden olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Bu bulguya göre eştümleşme sınaması yapılmamıştır. Sonraki bölümde turist sayısı değişkeni turizm gelirleri değişkeni ile ikame edilerek eştümleşme analizine devam edilmiştir.

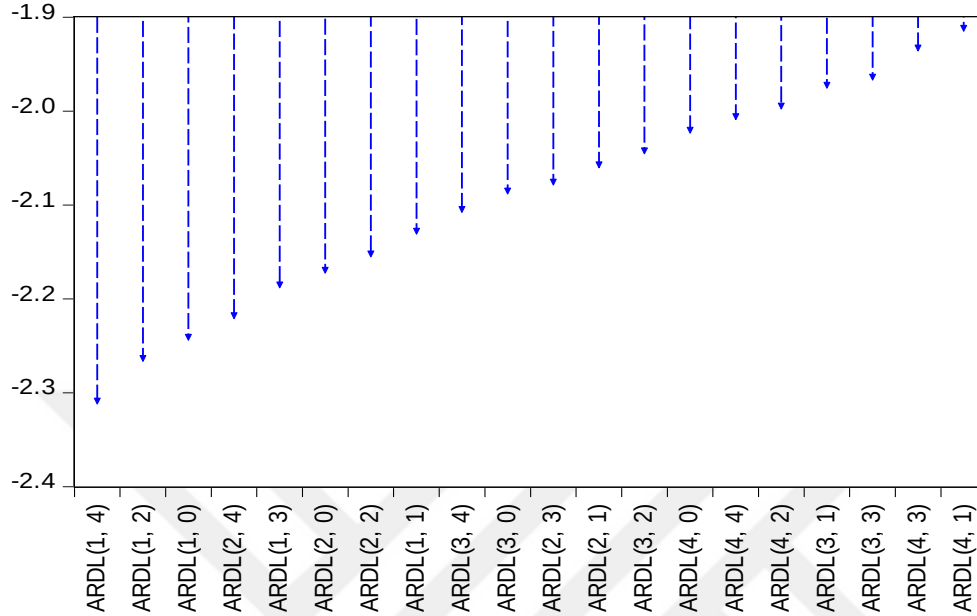
5.4.6. Turizm geliri ve ithalat arasındaki eştümleşme sınaması

Tablo.5.27’deki Granger nedensellik testi sonuçlarına göre turizm dışı ithalat turizm gelirlerinin nedeni değildir. Ancak turizm gelirleri turizm dışı ithalatın nedenidir. Turist sayısı yerine turizm gelirlerini bağımlı değişken olarak kullandığımızda %1 ‘lik anlamlılık düzeyinde turizm gelirlerinden turizm dışı ithalata doğru bir Granger nedenselliği bulunmuştur.

Tablo 5.27. Toplam turizm geliri ile ithalat arasındaki nedensellik ilişkisi

Değişken	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık Değeri
logIM→LogTX	2.096305	2	0.3506
logTX→ logIM	11.98708	2	0.0025

Granger nedensellik testi bulgularına göre turizm gelirinin bağımlı, turizm dışı ithalat harcamasının bağımsız değişken olduğu uygun ARDL(p,q) modeli seçilmiş ve tahmin edilmiştir.



Şekil 5.9. Schwarz kriterine göre turizm geliri ve ithalat için ARDL modeli seçimi
Schwarz bilgi kriterine göre en düşük istatistik değerini veren ARDL (1,4) yapısı en uygun model olarak seçilmiştir (Şekil 5.9).

Tablo 5.28. Turizm gelirleri (logTX) ve ithalat (logIM) için ARDL (1,4) modeli tahmini

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Prob değeri
Sabit terim	0.445705	2.038609	0.0288
logIM(-1)	0.393527	2.331967	0.0040
logTX	0.485863	3.194486	0.2993
logTX (-1)	-0.217118	-1.061860	0.0540
logTX(-2)	0.386269	2.030495	0.0853
logTX (-3)	0.332528	1.797825	0.0209
logTX (-4)	-0.363682	-2.480592	0.0531

ARDL (1,4) modeline göre Turizm Gelirinin dört yıl önceki değeri bugünkü ithalatı etkilemektedir. Bu durum turizm arzının esnek olmayan bir yapıda olduğuna işaret etmektedir. Tahmin edilen modelde terimler arasında otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarına rastlanmamıştır.

Tablo 5.29. LogIM ve logTX değişkenleri için sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model		Gecikme	F İstatistiği	Eştleşme
F(logIM logTX)		(1,4)	4.951601	Var
Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi		
3.03	3.797	% 10		
4.09	4.663	% 5		
6.027	6.76	% 1		

ARDL sınır testi sonuçlarına göre %5 anlamlılık düzeyinde turizm gelirleri ile turizm dışı ithalat arasında eştleşme ilişkisi vardır (Tablo 5.29). Granger nedensellik testi sonuçları ile düşünüldüğünde turizm gelirleri turizm giderlerinin nedenidir.

Tablo 5.30. LogIM değişkenine ait ARDL (1,4) modelinin uzun dönem değerleri

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
LogTX	0.0716	18.79122	0.0000
Sabit Terim	0.7349	3.087833	0.0052
EC	-0.6014	-4.012225	0.0005

Tablo 5.30’da turizm gelirleri ile turizm giderleri arasındaki regresyon sonuçları gösterilmektedir. Turizm gelirleri ile yurttaşların dış turizm harcamaları arasındaki eştleşme katsayısı 1,03 olarak bulunmuştur. Bütün değişkenler logaritmik formda olduğu için turizm gelirlerindeki %10’luk artışa karşılık, turizm dışı ithalat % 7 artmaktadır. Turizm dışı ithalat ile turizm gelirleri arasında yüksek bir esneklik ilişkisi mevcuttur.

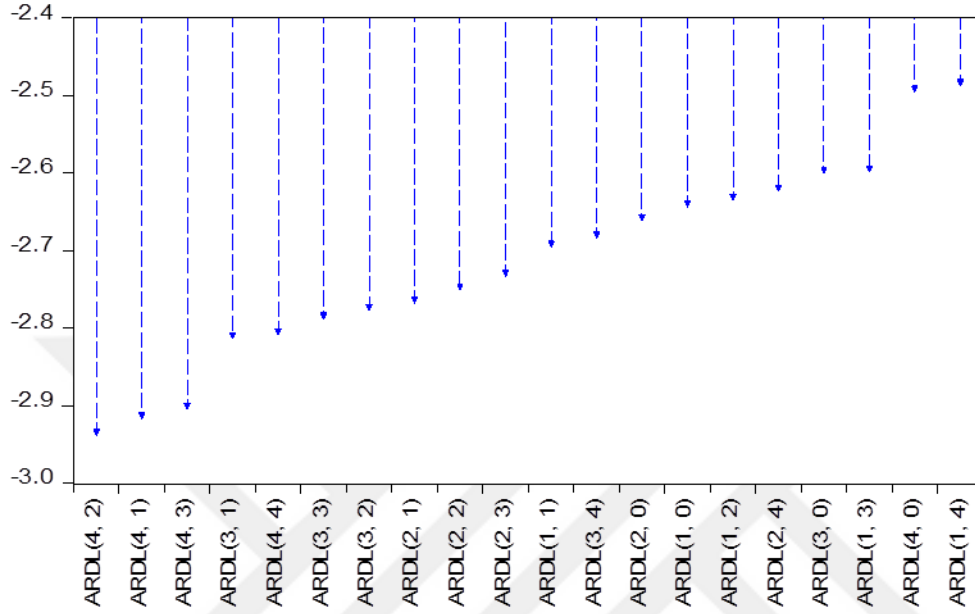
5.4.7. Turist sayısı ve reel döviz kuru arasındaki eştleşme sınaması

Tablo 5.31. Turist sayısı (TA) ve reel döviz kuru (REEX) arasındaki granger nedensellik sınaması sonuçları

Değişken	Chi-Sq	Serbestlik Derecesi	Olasılık
logTA→ logREEX	7.429207	2	0.0244
logREEX→ logTA	3.083076	2	0.2141

Tablo 5.31’de turist sayısı ve reel döviz kuru arasındaki Granger nedensellik testi sonuçları verilmiştir. Nedensellik testi sonuçlarına göre Türkiye’ye gelen turist sayısı aynı dönemde reel döviz kurunda bir azalışa neden olmaktadır. Turizm gelirlerinin

mal ihracatına oranı % 30 civarında seyrettiği için bu bulgu tutarlıdır. Turist sayısının döviz kuru değerini etkilediği bulgusuna bağlı olarak bölüm 4.5'te yer alan çok değişkenli regresyonlarda döviz kurunun gecikmeli değerleri tahmin edilmiş ve yorumlanmıştır.



Şekil 5.10. Schwartz kriterine göre logTA için uygun ARDL(p,q) modeli seçimi
İhracat (logTA) ve reel döviz kuru (logREEX) arasındaki en uygun model ARDL (4,2) modeli olarak seçilmiştir.

Tablo 5.32. Turist sayısı (LogTA) ve reel döviz kuru (logREEX) için ARDL (4,2) modeli tahmini

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Olasılık değeri
Sabit terim	1.605963	3.416229	0.0026
logTA(-1)	0.747939	10.34978	0.0000
logTA(-2)	0.246150	3.363091	0.0021
logTA(-3)	0.057150	2.579542	0.7400
logTA(-4)	0.429304	2.579542	0.0175
logREEX	0.352019	3.057312	0.0060
logREEX(-1)	-0.171671	-0.981098	0.3377
logREEX(-2)	-0.175807	-1.743085	0.0959
D2016	-0.162649	-3.766490	0.0011

Turizm dışı ihracat ile turizm geliri arasındaki regresyon sonuçları Tablo 5.32'de gösterilmiştir. ARDL (1,0) modeli tahmini sonuçlarına göre turizm dışı ihracatın gecikmeli değeri ve turizm geliri pozitif işaretli ve anlamlıdır.

Tablo 5.33. LogTA ile logREEX değişkenleri için sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model		Gecikme	F İstatistiği	Eştümleşme
F(logTA logREEX)		(4,2)	14.09193	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
3.303	3.797	%10
4.09	4.663	% 5
6.027	6.76	% 1

Turizm dışı ihracat ile turizm gelirleri arasında % 1 düzeyinde eştümleşme ilişkisi vardır. F hesaplanan değeri alt sınır ve üst sınır kritik değerlerinin üzerinde olduğu için değişkenler arasında eştümleşme ilişkisi olmadığına dair sıfır hipotezi reddedilmiştir. Turizm dışı ihracat ile turizm gelirleri arasındaki eştümleşme ilişkisi mevcut olduğu için hata düzeltme modelinden elde edilecek katsayılar anlamlıdır.

Tablo 5.34. Turist sayısı (logTA) ve reel döviz kuru (logREEX) arasındaki uzun dönem ilişkileri

Değişken	Katsayı	t istatistiği	Prob değeri
LogREEX	0.022217	0.249195	0.8056
Sabit Terim	7.856960	41.54249	0.0000
EC	-0.204400	-6.804560	0.0000

Reel döviz kurundaki %10'luk artış turist sayısını % 2 artırmaktadır. Hata düzeltme katsayısı ise %17 olarak tahmin edilmiştir (Tablo 5.34). Turist sayısı ile turizm dışı ihracat arasındaki kısa dönemde nedensellik ilişkisi turist sayısından reel döviz kuruna doğru olduğu için Tablo 45'teki tahminler uzun vadede turist sayısını belirleyen ana değişkenin reel döviz kuru olmadığını göstermektedir.

5.5. Çok Değişkenli Eştümleşme Testleri Sonuçları

Çalışmada önceki alt başlıkta dış ticaret ve turizm değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkileri ortaya konulmuş ve ikili regresyonlar halinde esneklik katsayıları tahmin edilmiştir. İki değişken arasındaki korelasyon ilişkisi bazı durumlarda bir üçüncü değişken tarafından kaynaklanabilir. Bu bölümde ise çok değişkenli regresyon tahminleri ile dış ticaret değişkenleri ve turizm arasındaki

ilişkiler incelenecektir. Turizm ve dış ticaret ilişkisi düşünülünce üçüncü etken olmaya aday iki değişken vardır: Gelir ve döviz kuru. Örneğin ihracat ve turizm beraber gelişim göstermekte ve aynı zamanda yerli para değer kaybetmekteyse bu görünen ilişkinin kaynağı yerli paranın değer kaybetmesi olabilir. İktisadi teoride turist gönderen ülkenin geliri ile turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Gelir turist sayısının nedenidir. Ayrıca yerli para değer kaybederse destinasyon ülkenin turizm hizmetleri daha ucuz olacağı için turist sayısının artması beklenir. Gelir ve döviz kurunun turizm gelirleri üzerindeki etkisi teorik olarak ispatlanmış olduğundan bu ilişkiler için Granger nedensellik testleri uygulanmamıştır. Sonraki alt bölümlerde ise gelir ve döviz kurunun ihracat, ithalat ve dış turizm talebi üzerindeki etkileri için de iktisadi teorinin nedensellik ilişkileri modellenmiştir. Bu alt bölüm dış ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi netleştirmek için dış alem reel gelirinin ve reel döviz kurunun etkilerini kontrol etme amacını gütmektedir.

Turizmin ödemeler dengesine yaptığı marjinal katkının anlaşılabilmesi için turizm talebi ve ihracat talebi fonksiyonlarının döviz kuru ve gelir esnekliklerinin bilinmesi gereklidir.

5.5.1. Türkiye’ye yönelik turizm talebinin tahmin edilmesi

Turizm ekonomisi literatüründe, talep tahmini ile ilgili yapılan çalışmalar, genellikle turizm ürününün fiyatı, döviz kuru, tüketici geliri vb. ekonomik değişkenler üzerine odaklanırken turizm talebinin bir başka ve önemli bileşeni olan uluslararası ticaret (Eilat ve Einav, 2004: 1316), alışveriş, görev ya da iş gezilerinin göz ardı edildiği görülmektedir. Bu bağlamda, uluslararası turizm ülkeler arasındaki ticari faaliyetleri daha fazla etkilemekte ve sonuçta, ticari amaçlı geziler/seyahatler de uluslararası turizmin önemli bir unsuru olmaktadır.

Dolayısıyla, Türkiye’nin dış turizm talebinin %36,4’lik bölümünü oluşturan uluslararası anlamdaki ticari seyahat ve gezilerle uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olması, ekonomik açıdan kabul edilebilir bir olgudur. Buradan hareketle yapılacak olan bu çalışmada Türkiye örneği model alınarak uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığının araştırılması amaçlanmaktadır.

Birçok ülkede ticaret ve turizmin birbirini güçlendirici bir etkisi olmasına karşın, bugüne kadar yapılan bilimsel içerikli birçok çalışmada turizm talep fonksiyonunun önemli bir bileşeni olarak ticaretin oynadığı rol genellikle göz ardı edilmiştir. Bu anlamda, uluslararası alanda yapılan ticari içerikli gezi ve seyahatler de uluslararası turizmin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Eilat ve Einav, 2004: 1316; Shan ve Wilson, 2001: 279).

Söyle ki; turist kabul eden bir ülkedeki turizm sektörünün gelişimi açısından nedenselliğin yönünün turizmden ticarete doğru olduğu bir durumda, ülkenin yabancı mal ve hizmetlere olan ithalat talebi ister istemez artacak ve bu da o ülkenin ödemeler dengesine yansıyacaktır. Bunun yanı sıra aynı zamanda turizm yoluyla ihracat gelirlerinde de bir artış sağlanacağı için ödemeler dengesinin hizmetler kalemi açısından yine bir değişim söz konusu olacaktır.

Ancak, burada önemle belirtilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Eğer bir turizm ülkesinde, ithalat eğilimi çok yüksekse ve turistlerden elde edilen gelirin büyük bir kısmı çeşitli nedenlerle ithalat harcaması şeklinde ülkeyi terk ediyorsa, çarpan etkisi nedeniyle o ekonomi de oluşacak gelir etkisi çok düşük düzeylerde kalacaktır.

Turizm talep fonksiyonunun parametrelerinin anlaşılması dış alem gelirin ve döviz kurunun turist sayısı üzerinde etkisinin anlaşılması ve yorumlanması bakımından önemlidir. Turizm talebi regresyonunun bağımlı değişkeni bir yılda gelen yabancı turist sayısıdır. Açıklayıcı değişkenler olarak reel döviz kuru dış alem reel geliri ve dış ticaret hacmi incelenmiştir.

Tablo 5.35. Turist sayısı (logTA) modelinin uzun dönem katsayıları

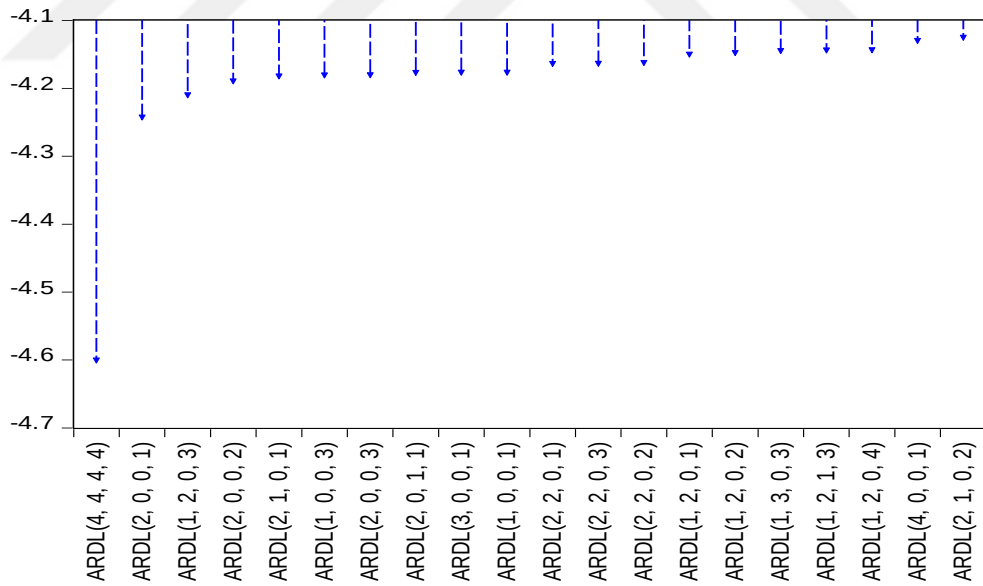
Değişken	Model 1	Model 2	Model 3
Sabit	-15.7600***	-2.1632	-0.5494
logYF	2.9957***	1.1178***	1.3449***
logREEX	0.1101	-0.9862 ***	-2.4272***
logTV	—	0.5888***	—
LogTX	—	—	0.6281***

Türkiye'ye yönelik turizm talebi regresyonuna ait katsayılar Tablo.5.35'te üç alternatif model üzerinde gösterilmiştir. Model 1'de açıklayıcı değişkenler olarak dış alem reel geliri ve reel döviz kuru kullanılmış, Model 2'de ise bu açıklayıcı değişkenlere ek olarak dış ticaret hacmi, Model 3 ise açıklayıcı değişkenlere ek olarak turizm dışı ihracat eklenmiştir. Avro kuru ise ikinci dereceden birim kök içerdiği için modellenmemiştir. Fiyat ve gelir dışı olan politik istikrarsızlık ve doğal afetler ise nitel değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. LogTA regresyonu için en uygun modelin uzun dönem katsayıları Tablo 5.35'de gösterilmiştir. Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin milli gelirleri artarsa o ülkelere Türkiye'ye daha çok turist gelmesini bekleriz. Bu durumda logYF değişkenin işareti pozitif olmalıdır. Reel döviz kuru yükselirse Türkiye turizmi yabancılar için pahalı hale gelecektir ve talep miktarı azalacaktır. LogREEX değişkenin beklenen işareti negatiftir. Model 1 kukla değişkenlerin de dahil edilmesiyle en dar açıklayıcı değişken kümesini içermektedir. Model 1'in tahmin sonuçlarına göre turizm talebinin gelir esnekliği yaklaşık olarak 3'tür ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Döviz kuru değişkeni ise pozitif işaretli ve anlamsızdır. Model 1 katsayıları modelde yer alması gereken bazı değişkenlerin dışlandığına dair göstergeler sunmaktadır. Model 2'de gelir değişkeninin katsayısı anlamlı ve pozitif işaretlidir. Döviz kuru değişkeninin katsayısı teorik olarak beklenen negatif işarete sahip ve mutlak değer olarak 1'den büyüktür. Turizm talebinin fiyat esnekliği -2,42 bulunmuştur. Model 2 ve Model 3'teki bilgiler ekonomik teori ile tutarlıdır.

Tablo 5.36. LogTA modeli seçim kriterleri

Model	Schwartz Bilgi Kriteri	R^2	Durbin Watson İstatistiği
Model 1: logTA=F (logYF,logREEX,, D1999, D2016)	-3.1019	0.9903	1.8684
Model 2: logTA=F (logYF,logREEX,logTV, D1999, D2016)	-3.52	0.9972	2.7025
Model 3: logTA=F (logYF,logREEX,logTX, D1999, D2016)	-3.64	0.9985*	2.8695

Tahmin edilen modelde sahte regresyondan kaçınmak için R^2 değerleri ve Durbin Watson istatistikleri karşılaştırmalı olarak Tablo 5.36’da gösterilmiştir. Durbin Watson istatistik değerleri R^2 değerinden küçük ise bu durum sahte regresyona yönelik bir delildir. Tablo 46’da bütün Durbin Watson istatistikleri R^2 değerinden büyük olduğu için her üç regresyonda da sahte regresyon hali söz konusu değildir. Bu durumda ilgili kriterlere logTX değişkenini içeren modele göre logTA modeli doğru modeldir.



Şekil 5.11. Schwarz bilgi kriterine göre LogTA regresyonu için en uygun ARDL(p,q,r,s) modeli

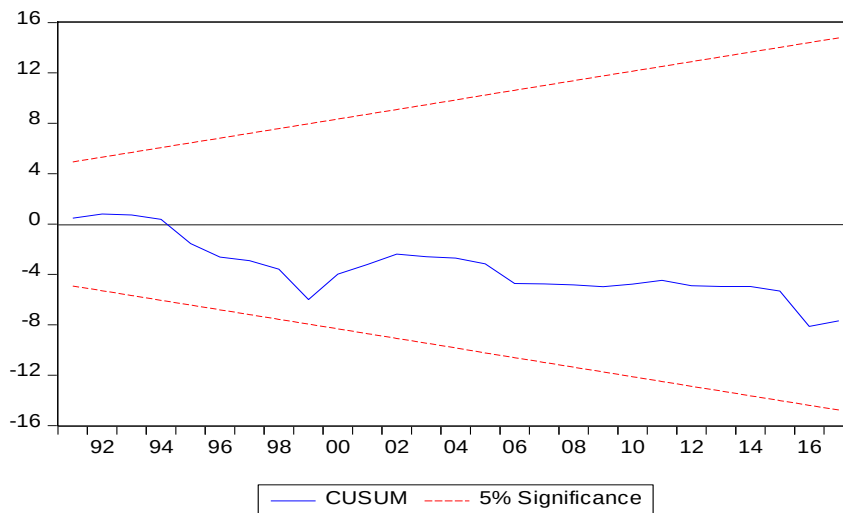
Şekil 5.11’deki alternatif modeller arasından model 3’ün biçimi ARDL (4,4,4,4) olarak seçilmiştir. Turizm talebinin tahmininde kullanılan tüm değişkenler 4 gecikmeli değerine kadar anlamlıdır.

Model 3 uzun dönem katsayılarına göre dış alem geliri ile gelen turist sayısı arasındaki ilişkisi %10 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Bulguya göre ABD doları/TL döviz kuru yükselirse küçük bir oranda da olsa gelen turist sayısı artmaktadır. Modellerin tümünde 1999 Marmara Depremi ve 2016 darbe ve terör olaylarının Türkiye turizmine üzerinde etkisi istatistiksel olarak da gösterilmiştir. Araştırmamızda kullanılan Model 3 hem reel döviz kurunu içermesi bakımından hem de kurun beklenen işaretini sunması bakımından tercih edilmiştir ve model 3 üzerinden ARDL tahmini yapılmıştır.

Tablo 5.37. LogTA modeline ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eştümleşme
$\log TA = F(\log YF, \log REEX, \log NTX, D1999, D2016)$	(4,4,4,4)	7.8974	Var
Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi	
2.676	3.588	% 10	
3.272	4.306	% 5	
4.614	5.966	% 1	

Tablo 5.37’de verilen istatistiklere göre eştümleşme testi F istatistiği 7,8974 değeri bütün kritik değerlerden yüksek bulunmuştur. Turist sayısı ile seçilen açıklayıcı değişkenler arasında eştümleşme ilişkileri %1 anlamlılık düzeyinde mevcuttur. Bu durumda hata düzeltme modeli ve uzun dönem katsayıları yorumlanabilir.



Şekil 5.12. logTA regresyonu için CUSUM istikrarlılık testi

Şekil 5.12’de tahmin edilen modelin istikrarlılık testi sonuçları verilmiştir. Turist sayısını açıklayan regresyon modeli katsayıları istikrarlıdır.

Tablo 5.38. logTA modeline ait ARDL (4,4,4,4) biçimi regresyonu

Değişken	Katsayı	Olasılık değeri
Sabit	-0.4822	0.8635
logTA(-1)	-0.1486	0.5508
logTA(-2)	-0.5416**	0.0453
logTA(-3)	0.2577	0.1681
logTA(-4)	0.5548**	0.0461
logYF	-5.7097*	0.0597
logYF(-1)	0.6679	0.7734
logYF(-2)	3.6479*	0.0716
logYF(-3)	-1.7679**	0.02779
logYF(-4)	4.344006**	0.0311
logREEX	0.205990	0.3994
logREEX(-1)	-0.989619	0.0294
logREEX(-2)	-0.411208	0.0576
logREEX(-3)	-0.191217	0.2940
logREEX(-4)	-0.744420	0.0216
logTX	0.918454	0.0322
logTX(-1)	-0.070278	0.8215
logTX(-2)	-0.380071	0.2121
logTX(-3)	0.850360**	0.0186
logTX(-4)	-0.767107**	0.0203
D1999	-0.162445***	0.0002
D2016	-0.162445***	0.0027

Turist sayısı ile açıklayıcı değişkenler arasındaki kısa dönem ilişkilerini gösteren regresyon tablo. 5.38 ’de sunulmuştur. Kısa dönemde turizm talebinin gelir esnekliği 1’den büyüktür. Dış alem gelirindeki % 1’lik artış, Türkiye’ye yönelik turizm talebini dört yıllık süre içinde % 4 oranında artırmaktadır. Turist sayısının geçmiş değerine bağımlılığı ise %55 civarındadır. Dört yıllık geçmiş değerde meydana gelen %1 ’lik artış bugünkü turist sayısını %0,55 oranında artırmaktadır. Geçmiş değerler turistlerin yüz yüze bilgi yayılımı sonrası Türkiye’ye yönelen tercihlerini ve Türkiye’nin genişleyen turizm arzını temsil etmektedir. Kısa vadede döviz kuru ile gelen turist sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durum yabancı turistlerin fiyat dışı etkenlere daha çok dikkat ettiğini göstermektedir. Tahmin

sonuçlarına göre döviz kurundaki %1’lik artış ise turist sayısını %0,74 oranında azaltmaktadır. Turizm talebinin fiyat esnekliği inelastiktir. İhracat artışı turizmi üç yıl gecikmeli olarak pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 5.39. Turist sayısı logTA tahminine ait ARDL (4,4,4,4) biçimi uzun dönem katsayıları

	Katsayılar	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-0.1810	3.0574	0.8615
logREEX	-2.427208	-3.626695	0.9580
logYF	1.3449	3.0574	0.000
logTX	0.6281	5.771699	0.000

Turist sayısını açıklayan regresyon modelinin uzun dönem sonuçları Tablo 5.39’da yer almaktadır. Turizm talebinin uzun dönem gelir esnekliği 1.34’e eşittir. Turist gönderen ülkelerin gelirlerindeki %10’luk artış Türkiye’ye olan talebi % 1,4 civarında artıracaktır. Bu değer turizm talebinin gelir esnekliğinin yüksek olduğunu gösterir. Uzun dönemde turizm talebinin fiyat esnekliği yüksektir. Türk lirasındaki %1’lik değer azalışı turist sayısını %2 oranında artıracaktır. Bu durumda TL’nin değer kaybetmesi turizm faaliyeti açısından olumludur. İhracattaki %10 oranındaki artış, turist sayısında %6,2 oranında artışa sebep olmaktadır. Bu regresyon sonuçları turist sayısının dış alem geliri ve döviz kuru ile kontrol edildiğinde ihracattan turizme doğru bir ilişkinin varlığını göstermektedir. İlgi ve farkındalık hipotezi çoklu regresyon modelleri ile de desteklenmiştir.

Tablo 5.40. Turist sayısı (logTA) tahminine ait tanısal istatistikler

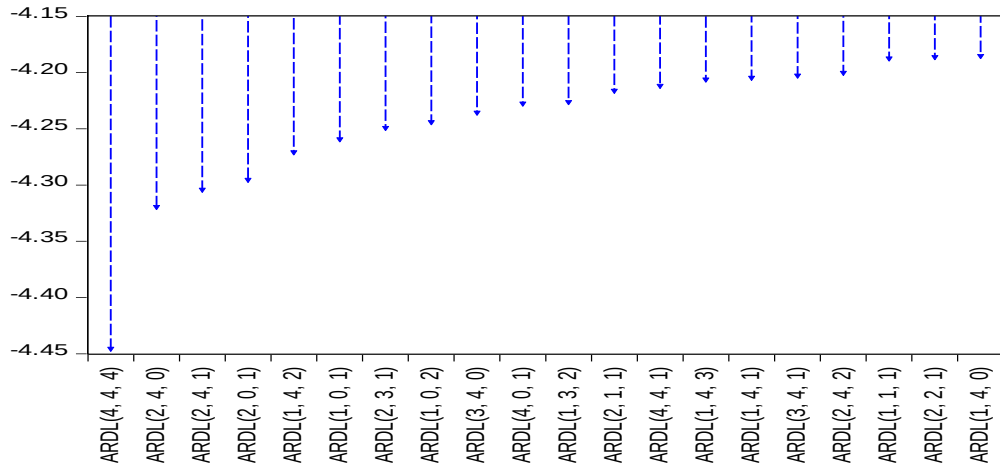
Doğrusallık	Ramsey RESET Testi: 0.9495
Otokorelasyon	Breusch-Godfrey LM: 0.2491
Değişen Varyans	White Testi olasılık değeri: 0.2241

Türkiye’ye yönelik turizm talebi regresyonundan elde edilen katsayılara ait etkinlik istatistikleri Tablo 5.40’ta sunulmuştur. Ramsey RESET testine göre modelin doğrusal biçimi uygundur. Otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarına rastlanmamıştır. ARDL (4,4,4,4) modelinden elde edilen katsayılar sapmasız ve etkindir.

5.5.2. İhracat talebi

İhracat talebi dış Dünya'nın Türkiye'de üretilen mal ve hizmetlere olan talebini ifade eder. Bölüm 4.3 ve Bölüm 4.4 'ün başında ihracattan turizme doğru bir nedensellik ilişkisi ve "İlgili ve Farkındalık Hipotezi" ni destekleyen bulgular elde edilmiştir. İhracattan turizme yönelik bir nedensellik ilişkisi mevcut olduğunda ihracata yönelik politikalar turizmi de teşvik edecektir. Bu doğrultuda döviz kuru bir politika aracı olmaya adaydır. Bu alt bölümde döviz kurunun turizm dışı ihracat üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Döviz kuru hem ihracatı hem de ithalatı etkileyen bir değişken olduğu için bu alt bölüm ve sonraki alt bölümlerde yapılacak regresyon tahminleri sonucu Marshall-Lerner koşulları elde edilecektir. İthalat talebinin döviz kuru esnekliği ve ihracat talebinin döviz kuru esnekliği mutlak değerlerinin 1'den büyük olması durumunda Marshall-Lerner koşulu geçerlidir. Marshall-Lerner koşullarının geçerli olduğu durumda Türk lirası değer kaybederse (REEX düşerse) dış ticaret açığı ve cari açık azalacaktır.

İhracatın muhtemel açıklayıcı değişkenleri döviz kuru (logREEX) ve dış alem reel geliri (logYF) serileridir. İhracatı açıklayan modelin uygun ARDL biçimi Şekil.5.13'de Schwarz Kriteri'ne göre ARDL (4,4,4) olarak belirlenmiştir.

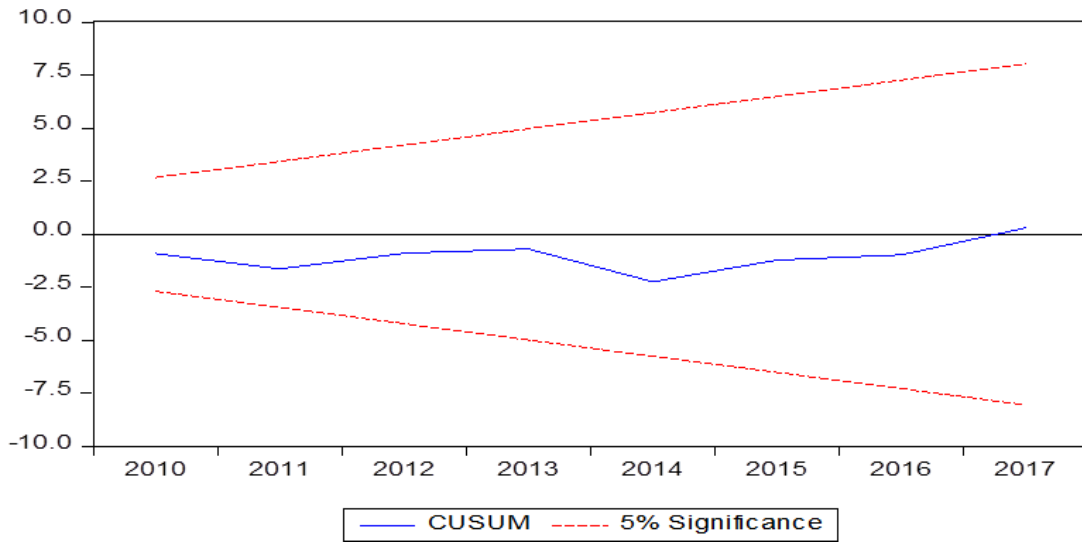


Şekil 5.13. İhracatın (EX) Uygun ARDL(p,q,r) Modeli Seçimi

Tablo 5.41. İhracat değişkenine ait ARDL (4,4,4) modeli tahmin sonuçları

Değişken	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-13.1454	-6.0737	0.0000
logEX(-1)	0.0719	0.346711	0.7344
logEX(-2)	-0.1048	-0.630777	0.5391
LogEX(-3)	-0.3526	-2.179210	0.0483
logEX(-4)	0.4376	3.497098	0.0039
logREEX(-1)	0.17342	1.849048	0.0873
logREEX(-2)	-0.089348	-0.956301	0.3564
logREEX(-3)	-0.005822	-0.066574	0.9479
logREEX(-4)	0.283161	2.944347	0.0114
logYF	2.2778	8.071094	0.0000
logYF(-1)	0.2426	0.621646	0.5449
logYF(-2)	0.18083	0.506112	0.6213
logYF (-3)	0.46099	1.22793	0.2412
logYF(-4)	-0.92867	-2.9923	0.0104
D2009	-0.03625	-1.392132	0.0000

Turizm dışı ihracatın açıklayıcısı olarak dış alem reel geliri istatistiki olarak anlamlı iken reel efektif döviz kuru anlamlı bulunamamıştır. İhracat talebinin gelir esnekliği 2,27 değerini almıştır. İhracat talebinin fiyat esnekliği dört gecikmeli değerinde anlamlıdır ve pozitif değerdedir. İhracat talebi dört yıl önceki döviz kurundan etkilenmektedir.



Şekil 5.14. İhracat modelin istikrarlılığı testi grafiği

Tablo 5.42. LogEX değişkeni açıklayan modele ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eştümleşme
$\log TX = F(\log YF, \log REEX)$	(4,4,4)	14.62	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
2.63	3.35	% 10
3.10	3,87	% 5
3,55	4,38	% 1

Turizm dışı ihracat ile açıklayıcı değişkenler arasında uzun dönemli bir eştümleşme ilişkisi tespit edilememiştir (Tablo.5.42).

Tablo 5.43. İhracat talep fonksiyonuna ait uzun dönem esneklikleri

Değişken	Katsayılar	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-13.86719	-49.02202	0.0000
logREEX	0.586054	3.452490	0.0043
logYTR	2.356362	29.69236	0.0000

İhracat talebinin uzun dönem reel döviz kuru ve gelir esnekliği değerleri Tablo.5.43'te yer almaktadır. ARDL (4,4,4) modeli tahminlerine göre reel döviz kurunun uzun dönemde esnekliği 0,58 değerini almaktadır ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Türkiye'ye yönelik ihracat talebinin dış alem gelirine olan esnekliği 2,35'tir. Dış âlem toplam gelirindeki %1 artış Türkiye'de üretilen mallara yönelik ihracat talebini uzun dönemde %2,35 oranında artırmaktadır.

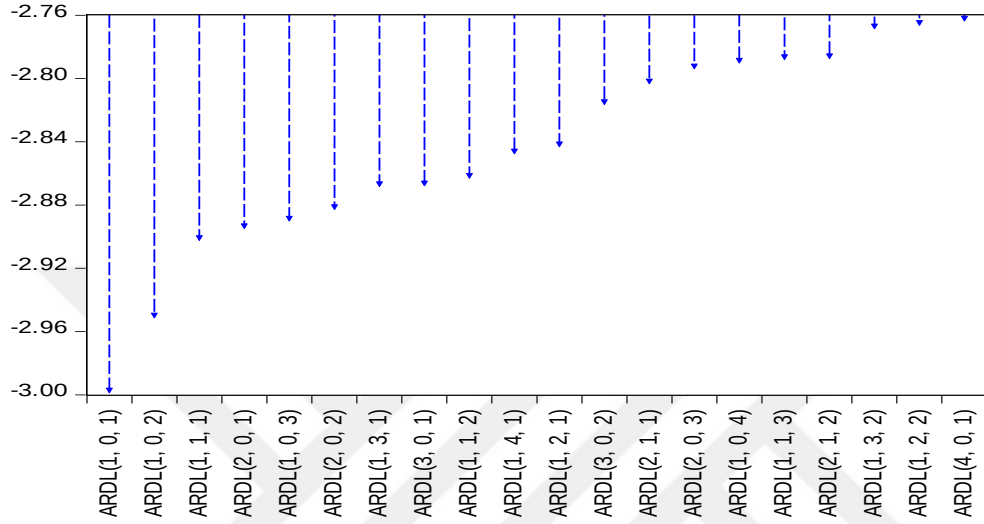
Tablo 5.44. İhracat talebi regresyonuna ait tanısal istatistikler

Doğrusal Fonksiyonel Biçim	Ramsey RESET Test: 0.5057
Otokorelasyon	Breusch-Godfrey LM: 0.0799
Değişen Varyans	White Testi olasılık değeri: 0.9365

Tablo.5.44'te sunulan fonksiyonel biçime ve hata terimine ait istatistiklere göre seçilen lineer fonksiyonel biçim uygundur. Hata terimleri arasında oto korelasyon yoktur ve hata terimlerinin varyansı zamanla değişiklik göstermemektedir. Hata terimi istatistiklerine göre ihracat talebinin etkileyen bir değişkenin ihmal edilmediği söylenebilir.

5.5.3. İthalat talebi

İthalat, hizmet ithalatı ve mal ithalatı olarak iki kısımdan oluşmaktadır. Toplam ithalatı turizm hizmet ithalatından ayırmak ağırlıklı olarak mal ithalatını açıklayan değişkenleri araştırmamıza imkân vermektedir. İthalatın temel açıklayıcıları yurtiçi reel gelir ve reel döviz kuru zaman serileridir.



Şekil 5.15. İthalat talebi fonksiyonu en uygun model seçimi kriteri grafiği

Turizm dışı ithalat talebine ait regresyonda ihracatın gecikmeli değeri 1 yıl ve dış alem reel gelirinin gecikmeli değeri 1 yıl olarak tespit edilmiştir. Schwarz bilgi kriterine göre seçilen en uygun ARDL (1,0,1) modeli olmuştur (Şekil.5.15).

Tablo 5.45. LOGIM modeline ait ARDL (1,0,1) tahmini sonuçları

	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-2.0364	-1.530248	0.1372
logIM(-1)	0.763596	6.191792	0.0000
logREEX	0.505650	2.620283	0.0140
logYTR	3.071244	6.674966	0.0000
logYTR(-1)	-2.722887	-4.672825	0.0001

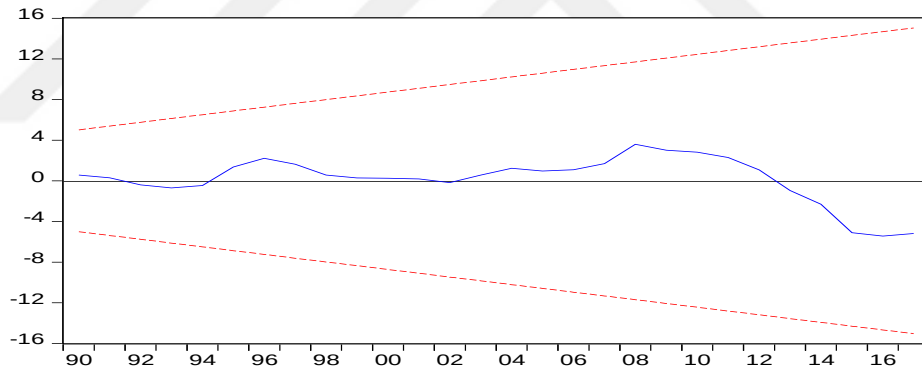
Tablo 5.45’de verilen regresyon sonuçlarına göre reel efektif döviz kuru (LogREEX) ithalat talebi üzerinde artı işaret ile etkilidir çünkü TL değer kazandıkça yurt dışındaki mal ve hizmetlere olan talep artmaktadır. Bu bulgu iktisadi kuram ile tutarlıdır. Yerli para değer kazandıkça ithalata olan talep de artar.

Tablo 5.46. İthalat talebine ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eştleşme
$\log IM = F(\log YTR, \log REEX)$	(1,0,1)	3.928927	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
2.845	3.623	% 10
3.478	4.335	% 5
4.948	6.028	% 1

Turizm dışı ithalat %10 anlamlılık düzeyinde açıklayıcı değişkenler olan reel efektif döviz kuru ve yurt içi reel gelir ile eştleşme ilişkisine sahiptir (Tablo.5.50). ARDL (1,0,1) modeline ait uzun dönem katsayıları ise %5 düzeyinde anlamlıdır. Uzun dönemde hem döviz kuru hem de reel gelir esnekliği yüksektir. Tablo 5.46’da gösterilen sınır testi istatistiklerine göre ithalat talebine ilişkin regresyon modeli F istatistiği %10 anlamlılık düzeyinde alt sınır ve üst sınır kritik değerinden büyüktür. Ancak %5’lik anlamlılık düzeyinde açıklayıcı değişkenler ile ithalat arasında bir eştleşme ilişkisi mevcut değildir.



Şekil 5.16. ARDL (1,0,1) modeline ait istikrarlılık testi

Şekil.5.16’da verilen CUSUM istikrar testi sonuçlarına göre turizm dışı ithalat için tahmin edilen ARDL (1,0,1) modeli istikrarlı bulunmuştur.

Tablo 5.47. İthalattaki değişim $\Delta(\log IM)$ değişkenine ait hata düzeltme modeli sonuçları ARDL (1,0,1)

Değişken	Model 1	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-2.036481	-1.530248	0.13
$\log IM(-1)$	-0.236404	-1.916934	0.065
$\log REEX$	0.5186 **	2.648404	0.01
$\log YTR(-1)$	0.349521	1.248345	0.2222
$\Delta \log YTR$	3.071244***	6.674966	0.00

Dış talebe yönelik gelir esnekliği uzun vadede daha düşük iken, fiyat esnekliği uzun vadede daha yüksek bulunmuştur (Tablo.5.47).

Tablo 5.48. İthalat (logIM) değişkenine uzun dönem esneklikleri

Değişken	Katsayılar	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-8.614415	-5.875024	0.00
logREEX	2.138924	2.619030	0.01
logYTR	1.478493	3.438173	0.01

Tablo 5.48’de sunulan bulgulara göre ithalat talebinde fiyatlar uzun vadede esneklik göstermektedir. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ithal malların fiyatları arttığında yerli ikame mallara yönelmektedir.

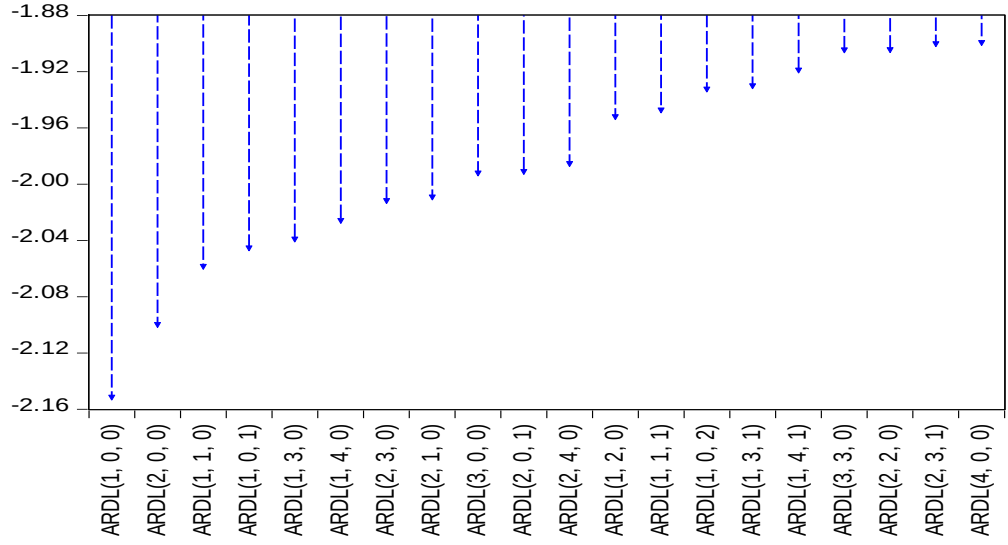
Tablo 5.49. Turizm dışı ithalat talebine ait tanısal istatistikler

Doğrusal Fonksiyonel Biçim	Ramsey RESET Test: 0.0526
Otokorelasyon	Breusch-Godfrey LM: 1.5333
Değişen Varyans	White Testi olasılık değeri: 0.284695

Turizm gelirleri hariç tutulduğunda turizm dışı ithalat talebine ait tanısal istatistikler Tablo 5.49’da gösterilmiştir. Tahmin edilen model otokorelasyon ve değişen varyans sorunlarını taşımamasına rağmen doğrusallık hipotezi %5’lik anlamlılık düzeyinde geçerlidir. %5 anlamlılık düzeyinde elde edilen sonuçların sapmasız olduğunu söylemek mümkündür.

5.5.4. Turizm gelirlerinin belirleyicileri

Reel döviz kurunun ve dış alem reel gelirinin açıklayıcı değişken olduğu turizm geliri regresyonunun uygun biçimi ARDL (1,0,0) olarak belirlenmiştir (Şekil 5.17). Turizm gelirleri bir önceki yılın turizm gelirlerinden pozitif yönde etkilenmektedir.



Şekil 5.17. Schwarz kriterine göre turizm gelirlerine ilişkin ARDL(p,q,r) modeli seçimi

Turizm gelirleri dış alem reel geliri ile pozitif ve anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Reel döviz kuru ile turizm gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Tablo 5.50. Turizm gelirlerine ait ARDL (1,0,0) modeli

Değişken	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-13.78741	-3.260642	0.0028
logTX(-1)	0.412789	2.734586	0.0105
logREEX	0.373884	1.487244	0.1477
logYF	2.022735	3.211585	0.0032

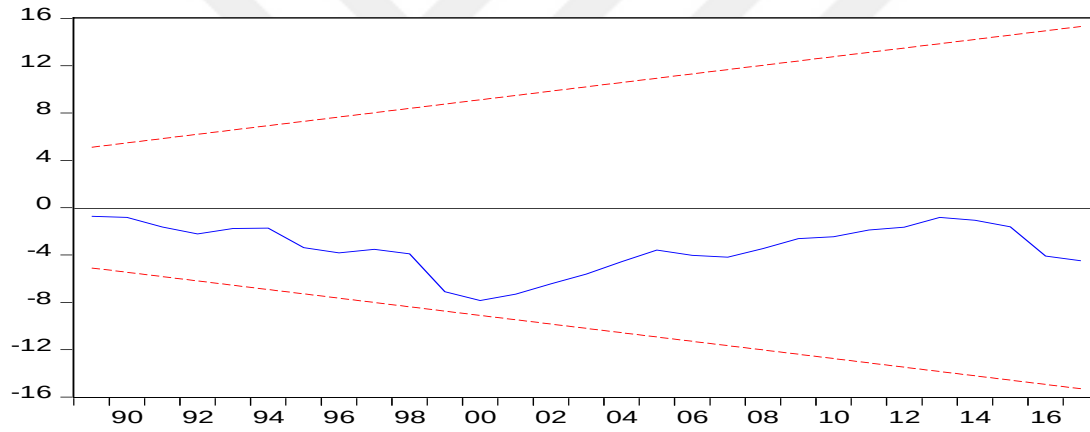
Turizm gelirleri ile kendi gecikmeli değeri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu bulgu turist sayısı modellenmesinde elde edilen bulgu ile tutarlıdır. Reel efektif döviz kuru ile turizm gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Regresyon sonuçlarına göre Türkiye'ye gelen turistler reel efektif kurlara karşı hassas değildir (Tablo 5.50).

Tablo 5.51. LogTX regresyonuna ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eştümleşme
$\log TX = F(\log REEX, \log YF)$	(1,0,0)	8.1493	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
2.845	3.623	% 10
3.478	4.335	% 5
4.948	6.028	% 1

Tablo 5.51’de sunulan eştümleşme sınır testi sonuçlarına göre turizm gelirleri, reel döviz kuru ve dış alem reel geliri arasındaki sınır testi F istatistiği 8.1493 olarak bulunmuştur. %1 anlamlılık düzeyinde sözü geçen üç değişken arasında bir uzun dönem ilişkisi mevcuttur.



Şekil 5.18. ARDL (1,0,0) modeline ait CUSUM istikrarlılık testi grafiği

Şekil 5.18’de verilen istikrar testi grafiğine göre tahmin edilen ARDL (1,0,0) modeli istikrarlı bulunmuştur.

Tablo 5.52. $\Delta \log TX$ değişkenine ait hata düzeltme modeli

	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-13.78741	-3.260642	0.0028
logTX(-1)	-0.587211	-3.890065	0.0005
logREEX	0.373884	1.487244	0.1477
LogYF5	2.022735	3.211585	0.0032

Kısa dönemde dış alem reel gelirinde meydana gelen %1 oranındaki artış kısa dönemde turizm gelirlerini % 2,02 oranında artırmaktadır. Kısa dönemde reel döviz kurundaki artış turizm gelirlerini artırmaktadır. Bu bulgu turistlerin Türkiye

turizmine olan taleplerinin reel döviz kurundan bağımsız olduğuna dair bulguyla tutarlıdır (Tablo 5.52).

Tablo 5.53. LogTX değişkenine ait uzun dönem esneklikleri

	Katsayılar	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-23.47950	1.499860	0.1445
logREEX	0.636713	1.499860	0.0000
logYF	3.444650	10.27552	0.0000

Uzun dönem gelir ve fiyat esnekleri kısa dönem gelir ve fiyat esnekliklerinden yüksektir. Tablo 5.53'te sunulan uzun dönem sonuçlarına göre Turizm gelirlerinin dış alem gelir esnekliği 3.44 değerindedir. Turizm gelirlerinin reel döviz kuru esnekliği ise 0,63 olarak tahmin edilmiştir.

Tablo 5.54. Turizm Gelirleri (logTX) regresyonuna ait tanısal istatistikler

Doğrusallık	Ramsey- RESET: 0. 9197
Otokorelasyon	Breusch-Godfrey LM: 0.4995
Değişen Varyans	White Testi olasılık değeri: 0.9640

Turizm gelirlerinin reel kur ve dış alem gelirleri ile ilişkisini açıklayan regresyona ait tanısal istatistiklere göre modelin parametreleri doğrusaldır. Regresyon tahmininde otokorelasyon ve değişen varyans sorunları tespit edilmemiştir. LogTX regresyonuna ait bulgular güvenilirdir (Tablo 5.54).

5.5.5. Dış turizm talebinin belirleyicileri

Tablo 5.55'te Türkiye Cumhuriyeti yurttaşlarının yurt dışında yaptığı turizm harcamalarının ARDL (p,q,r) modeli tahmin edilmiştir. Tahmin sonuçlarına göre turizm ithalatı bir önceki yılın turizm ithalatına, reel efektif döviz kuruna ve Türkiye'nin reel gelirine bağlıdır.

Tablo 5.55. LogTM değişkenine ait ARDL (1,0,0) Modeli Tahmini

	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-3.197121	-2.381675	0.0240
logTM(-1)	0.666428	5.606662	0.0000
logREEX	0.593185	2.539177	0.0167
logYTR	0.513852	2.072525	0.0472

Bir önceki yılın turizm geliri cari dış turizm harcamaları üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Reel döviz kuru teorik olarak beklendiği gibi dış turizm harcamaları üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir. Türkiye'nin reel GSYH değeri dış turizm harcamaları üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Reel döviz kurunda meydana gelen artışlar (TL'nin değer kazanması) yerli turistin yabancı turizm talebini pozitif yönde etkilemektedir (Tablo 5.55).

Tablo 5.56. LogTM regresyonuna ait sınır testi istatistikleri

Tahmin Edilen Model	Gecikme	F İstatistiği	Eştleşme
logTM logREEX, logTR	(1,0,0)	5.958444	Var

Alt Sınır	Üst Sınır	Anlamlılık Düzeyi
2.845	3.623	% 10
3.478	4.335	% 5
4.948	6.028	% 1

Dış turizm harcamaları tahmininde kullanılan ARDL (1,0,0) modeline eştleşme sınır testi uygulandığında %5 anlamlılık düzeyinde seriler arasında eştleşme ilişkisine rastlanmıştır (Tablo.5.56). Eştleşme testi sonucu bulunan 5.9584 değeri bütün değişkenlerin durağan varsayıldığı alt sınırdan ve bütün değişkenlerin bir birim köke sahip olduğu üst sınır değeri olan % 5 kritik değerinden büyüktür.

Tablo 5.57. ARDL (1,0,0) hata düzeltme modeli sonuçları

Değişken	Katsayı	T istatistiği	Olasılık değeri
Sabit	-3.197121	-2.381675	0.0240
logTM(-1)	-0.333572	-2.806344	0.0089
logREEX	0.593185	2.539177	0.0167
logYTR	0.513852	2.072525	0.0472

Tablo.5.57'de dış turizm talebi değişkenine ait kısa dönem esneklikleri verilmiştir. Döviz kurundaki %10'luk artış dış turizm harcamasını yaklaşık %6 oranında artırmaktadır. Türkiye'nin reel GSYH değerindeki %10'luk artış turizm harcamasını %5 oranında artırmamaktadır. Kısa dönemde döviz kuru esnekliği gelir esnekliğinden yüksek bir değerde bulunmuştur. Kısa dönem gelir esnekliği değeri 1'den küçüktür.

Tablo 5.58. ARDL (1,0,0) biçimine ait uzun dönem esneklikleri

	Katsayılar	t istatistikleri	Olasılık Değeri
Sabit terim	-9.584500	-7.953250	0.0000
logREEX	1.778281	2.882935	0.0073
logYTR	1.540454	5.222962	0.0000

Yerli turistlerin dış turizm talebi reel döviz kuruna duyarlıdır ve esnekler. Uzun dönemde reel döviz kurunun dış turizm harcaması üzerindeki etkisi %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Yerli turistlerin dış turizm talebinin gelir esnekliği 1.54 değeri ile reel döviz kuru esnekliğinden daha küçüktür (Tablo 5.58).

Tablo 5.59. Turizm harcamaları regresyonuna ait tanısal istatistikler

Doğrusal Fonksiyon Biçimi	Ramsey- RESET: 0.0681
Otokorelasyon	Breusch-Godfrey LM: 0.8637
Değişen Varyans	White Testi olasılık değeri: 0.2791

Türkiye vatandaşlarının dış turizm talebine ait regresyonun tanısal istatistikleri Tablo 5.59’da gösterilmiştir. Ramsey RESET testine göre regresyonun log-log biçimi doğrudur. Otokorelasyon ve değişen varyans sorunları da olmadığı için elde edilen tahminler sapmasız ve etkindir.

5.6. Bulguların Değerlendirilmesi

Dış ticaret ve turizm zaman serileri arasında sekiz adet Granger nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Turist sayısı ise dış ticaret arasındaki nedensellik ilişkisi %1, %5 ve %10’luk anlamlılık düzeylerinde geçerli değildir (Tablo.5.60).

Tablo 5.60. Dış ticaret ve turizm değişkenleri arası Granger nedensellik ilişkileri

Nedensellik İlişkisi	İstatistiksel Anlamlılık Düzeyi
Turizm geliri→ GSYH	%10
Turizm Geliri → Turizm Harcaması	% 5
İhracat → Turist sayısı	% 10
Dış Ticaret Hacmi→ Turist Sayısı	% 10
Turist Sayısı→ İthalat	%10
Turizm Geliri → İthalat	% 5
Turist sayısı→ Reel Döviz Kuru	% 5

Çalışmada elde edilen Granger nedensellik testleri sonuçları Tablo.5.60'da özetlenmiştir. Nedensellik testi sonuçlarına göre toplam turizm ihracatı toplam turizm ithalatının Granger nedenidir. İhracatı ve ithalatı bileşenlerine ayırdığımızda aynı nedensellik ilişkileri devam etmektedir. Buna göre turizm dışı ihracat turizm dışı ithalatın, turizm gelirleri ise turizm harcamalarının nedenidir. Turizm geliri hem turizm dışı ihracatın hem de turizm dışı ithalatın nedenidir.

İki değişkenli Granger nedensellik sınamalarında ihracattan turist sayısına doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığı kanıtlanmıştır. Ancak bu ilişki %10 anlamlılık düzeyinde geçerlidir. Turizm gelirleri ve GSYH arasında uygulanan eştümleşme testleri turizm geliri ile GSYH arasındaki korelasyon ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Turizm gelirleri toplam talepte ve GSYH'da artışa neden olarak yerleşiklerin yurt dışına seyahat talebini artırır. Bu kuramsal neden sonuç ilişkisi eştümleşme analizi tarafından desteklenmiştir. Milli gelir ile turizm gelirleri arasındaki ilişkinin birden büyük olması turizmin sadece doğrudan etkilerinin değil dolaylı ve uyarılmış etkilerinin de varlığına işaret etmektedir.

Turizm ekonomisi literatüründe toplam turizm geliri ile GSYH arasındaki ilişki konusunda üç tür ampirik bulgu mevcuttur. Birincisi, nedensellik ilişkisi çerçevesinde turizm gelirlerinin ulusal gelir artışında anlamlı bir etkisi olmadığına yönelik bulgulara ulaşan çalışmalardır. İkincisi, turizm ile milli gelir arasında çift yönlü nedensellik ilişkisine ulaşan çalışmalardır. Üçüncüsü ise turizmden GSYH büyümesine doğru nedensellik ilişkisini gösteren çalışmalardır. Bu çalışmada elde edilen bulgular Balaguer-Cantavella ve Jorda (2002) çalışmasını Türkiye özelinde desteklemektedir. Çalışmada turizm ile GSYH arasındaki esneklik katsayısı % 1 bulunmuştur. Turizm gelirlerindeki % 1 oranında meydana gelen bir artış, Türkiye'nin GSYH düzeyini % 1 artırmaktadır. Bu ilişki Aslan (2016) çalışmasında % 0,96 olarak tahmin edilmiştir.

Bu çalışmada incelenen zaman aralığında ve Türkiye ekonomik tarihinde turizm gelirleri yerleşiklerin turizm harcamalarının her zaman üzerinde seyretmiştir. Turizm harcaması Türkiye'de yaşayan vatandaşların yurtdışında yaptığı turistik harcamaları ifade etmektedir. Turizm gelirleri yurtdışında yaşayan potansiyel ziyaretçilerin harcanabilir geliri ve reel döviz kuruna bağlıdır. Yerleşiklerin uluslararası turizm harcaması ise Türkiye'nin milli gelirine ve reel döviz kuruna bağlıdır. Turizm

gelirleri ile ilgili eştümleşme çalışmaları üç bulguyu ortaya koymaktadır. Turizm gelirleri arttıkça tüketim amaçlı turizm harcamaları da artar. Turizm gelirleri dolaylı ve doğrudan etkiler kanalıyla GSYH değerini artırır. GSYH artışı hane halklarının harcanabilir gelirlerinde bir artışa neden olur. Bu artış ise hane halklarının dış talebinde bir artışa neden olur ve uluslararası turizm talebi artar. Bu tezde bu etki yüzde 95 güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Granger nedensellik testine göre nedenselliğin yönü dış turizm gelirlerinden dış turizm harcamalarına doğru bulunmuştur. Bu bulgu önceki paragraftaki nedensellik mantığını desteklemektedir. Turizm gelirlerindeki % 1'lik artış dış turizm talebini kısa dönemde % 0,39 oranında artırırken, uzun dönemde % 0,89 oranında artırmaktadır. Yerleşiklerin dış turizm talebinin turizm gelirlerine olan duyarlılığı birden küçüktür. Bu katsayı dış turizm harcamalarının gelir esnekliğinin düşük olduğunu göstermektedir.

Çalışmada yabancıların Türkiye turizmine olan talebi iki farklı tanımlama ile tahmin edilmiştir. Birinci tanımlamaya göre turist sayısı turizm talep miktarı olarak analiz edilmiştir. İkinci tanımlama ise turizm gelirlerinin açıklanan değişken olduğu makroekonomik tanımdır. Turizm bir tür görünmeyen ihracat olarak kabul edilebilir. Turizm talebi fiyatlara mal ihracatı talebine göre daha duyarlıdır. Turizm talebinin gelir esnekliği ihracat talebinin gelir esnekliğine göre daha düşük değerdedir.

İhracattan turist sayısına ve dış ticaret hacminden turist sayısına nedensellik ilişkileri ortaya çıkarıldıktan sonra bu değişkenleri açıklayıcı değişken olarak içeren çok değişkenli regresyon modelleri tahmin edilmiştir. Turist sayısı fonksiyonun kontrol değişkenleri reel döviz kuru ve toplam dış âlem reel geliridir. Grafiksel inceleme sonucunda 1999 Marmara Depremi ve 2016 darbe terör olaylarının etkisini ayırtırmak amacıyla kukla değişkenleri modele kontrol değişkenleri olarak modele dâhil edilmiştir.

Turizm talebi regresyonlarına göre dış ticaret hacmindeki %1 oranındaki artış, turist sayısını %0,58 oranında, ihracattaki %1 artış da %0,62 oranında artıracaktır. Reel döviz kurundaki %1 oranındaki artış, Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısını dış ticaretin olduğu modelde %0,98 oranında azaltmaktadır. İhracatın açıklayıcı değişken olduğu modelde ise bu azalış %2,42 oranında tahmin edilmiştir. Reel döviz kuru, ihracatın açıklayıcı değişken olduğu modelde daha yüksek bir esneklik değerine sahiptir.

Turist sayısının gelir esneklikleri fonksiyonel biçimlere göre 1,11 ve 1,34 olarak birden büyük değerlerde tahmin edilmiştir. Bu bulgular teori olarak lüks mal veya hizmet esnekliğine işaret etmektedir.

Turizm gelirleri ziyaretçi gönderen ülkelerin ulusal gelirlerine duyarlıdır. Yurtdışı ziyaretçilerin harcanabilir gelirlerinin ve nüfuslarının göstergesi olarak o ülkelerin milli geliri analizlere dâhil edilmiştir. Dış âlem gelirindeki % 1 artış, turizm gelirlerini % 2 oranında artırmaktadır. Reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerindeki etkisi kısa dönemde anlamlı değildir. Uzun dönemde gelir etkisinin değeri % 3,44'e yükselmektedir. Bu bulgu turistlerin Türkiye'ye yönelik talebinin gelirin gecikmeli bir fonksiyonu olduğunu göstermektedir. Uzun dönemde reel döviz kurundaki % 1'lik değer artışı turizm gelirlerini % 0,63 oranında artırmaktadır. Bu esneklik katsayısının işareti turist sayısı talebi tahmininden elde edilen reel döviz kuru esnekliğinin birden küçük olması bulgusu ile tutarlıdır. Turizm talebinin döviz kuru esnekliği 1'den küçük olduğu için reel döviz kuru yükseldiğinde toplam hasılat da yükselmektedir.

Yerleşiklerin dış turizm harcamaları bir önceki yılki değerinden anlamlı bir şekilde etkilenmektedir. Reel döviz kurundaki % 1 oranındaki artış dış turizm harcamalarını kısa dönemde % 0,6 oranında etkilemektedir. Uzun dönemde ise %1,77 oranında artırmaktadır. Yurtiçi gelir artışının etkisi kısa dönemde %0,51 uzun dönemde ise %1,54 oranındadır.

Bulgulara göre Türk lirasının değer kaybetmesi turizm gelirleri üzerinde etkisiz iken, yurtdışına yönelik yerli turist talebini baskılamaktadır. TL'nin reel olarak %1 değer kaybı turizm harcamalarını % 0,63 oranında azaltmaktadır. Yerli uluslararası turistin döviz kuruna göre duyarlılığı yabancı turistlere göre daha yüksektir. Uluslararası turizm gelirlerinin reel döviz kuru esnekliği ve uluslararası turizm harcamalarının reel döviz kuru esnekliği toplamı birden büyük olduğu için turizm hizmet ihracatı ve ithalatı için Marshal-Lerner koşulları geçerlidir. Marshall-Lerner koşullarının geçerli olduğu bir ekonomide yerli paranın değer kaybetmesi dış cari açığı azaltıcı yönde etki yaratır. Yerleşiklerin dış turizm talebi gelir etkisine bağlı olarak artmasına rağmen, turizm hizmet dengesi fazla vermeye devam edecektir ve turizm gelirlerinin ödemeler dengesi üzerindeki net katkısı pozitif yönde sürdürülebilir olacaktır.

Türkiye’de üretilen mallara ve hizmetlere olan talebin (ihracat talebinin) reel döviz kuru ve fiyat esnekliklerini ve Türkiye’de yerleşiklerin dış talebin (ithalat talebi) fiyat esnekliklerini bilmek turizm gelirleri ve ödemeler dengesi arasındaki dinamikleri anlamak açısından önem arz etmektedir. Bu amaçla araştırmada aynı zamanda toplam ihracat talebi ve toplam ithalat talebi esneklikleri ARDL regresyonları ile tahmin edilmiştir. İhracat talebi fonksiyonu dış turizm gelirleri fonksiyonu ile ithalat talebi fonksiyonu ise yerleşiklerin yurtdışı turizm talebi ile karşılaştırılabilir. Böylelikle döviz kurundaki ve yabancıların gelirlerindeki değişimlerin turizm gelirlerine ve ödemeler dengesine etkileri ortaya çıkarılabilir.

Bahman-Oskooee ve Kara’nın (2005) ARDL 1973-1997 dönemini kapsayan analizlerine göre ihracat talebinin gelir esnekliği 1,29 olarak elde edilmiştir. Esneklik katsayısına göre yabancıların gelirlerindeki %1 artış, Türkiye ihracat talebini %1,29 oranında artıracaktır. İhracat talebinin fiyat esnekliği ise -0,68 bulunmuştur ancak bu katsayı istatistiksel olarak anlamlı değildir. Aynı araştırmada, Türkiye ekonomisi için ithalat talebinin fiyat esnekliği 0,97 ve gelir esnekliği 1,57 bulunmuştur. Tahmin edilen fiyat esneklikleri Türkiye ekonomisi için Marshall-Lerner koşullarının geçerli olmadığını göstermektedir.

Aldan, Bozok ve Günay’ın (2013) araştırmasındaki bulgular Türkiye ekonomisi için ithalat talebinin gelir esnekliğinin, ithalat talebinin kur esnekliğinden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ara malları ithalatı döviz kurlarına karşı tepki vermez iken, tüketim malları ithalatı döviz kuru değişimlerine tepki vermektedir. Ulaştırma araçları hariç sermaye mallarının ithalat talebi de düşük esnekliğe sahiptir. Araştırmada en küçük kareler yöntemiyle ithalat talebinin gelir esnekliği 1,85 ve reel döviz kuru esnekliği 0,31 olarak tahmin edilmiştir. Sermaye malları ithalatının talep esnekliği 0,55 olarak tahmin edilmiştir. Kalman filtresi tahminlerine göre reel döviz kuru esnekliği 0,3 değeri civarındadır fakat istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır.

Aslan’ın (2016) ithalat talebi tahminlerine göre ithalatın reel kur esnekliği 1,36 ve gelir esnekliği 1,15’tir. Bu bulgulara göre Türk lirasında gözlenen %1 değer artışı, ithalat talebini %1,36 oranında artıracaktır. İthalat orijini ülkelerin ulusal gelirlerindeki %1 artış ithalat talebini %1,15 oranında artıracaktır.

Iossifov ve Fei'in (2019) araştırmasında Türkiye ekonomisi 1998-2017 dönemi üç aylık ihracat ve ithalat verileri ile reel döviz kuru ve gelir esnekliklerini tahmin etmişlerdir. ARDL formu regresyon yöntemi ile 1998-2007 dönemi için ihracatın reel kur esnekliği 0,14, 2008-2017 dönemi için ise -0,73 olarak tahmin edilmiştir. İhracatın gelir esneklikleri ise ilgili dönemler için sırasıyla 2,87 ve 2,03 olarak elde edilmiştir. İhracatın gelir esnekliği uzun dönem 2,71 olarak tahmin edilmiştir. Uzun dönemde İhracat ile reel döviz kuru arası asimetrik ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Doğrusal olmayan ARDL modeli (NARDL) yöntemi ile elde edilen tahmin sonuçlarına göre ihracatın gelir etkisi 1,85 olarak bulunmuş ve reel döviz kuru esnekliği ise istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır.

Bu bölümde yapılan çok değişkenli regresyon analizlerinde ihracat talebinin gelir esnekliği kısa dönemde 2,27 olarak tahmin edilmiştir. Dış âlem toplam gelirindeki % 1'lik artış Türkiye Ekonomisinin ihraç mallarına olan talepte % 2,27 oranında bir artış getirmektedir. Reel döviz kuru kısa dönemde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Iossifoy ve Fei(2019) çalışmanın bulgularına uygun olarak reel döviz kuru istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. İhracat talebinin uzun dönem gelir esnekliği ise 2,35 değerini almaktadır. Uzun dönemde bugünkü ihracat reel döviz kurunun 4 yıl önceki değerinden anlamlı ve negatif yönde etkilenmektedir. Reel döviz kurunun yükselmesi Türk Lirasının değer kazanması anlamına geldiği için elde edilen bu katsayı teorik olarak tutarlıdır.

Iossifoy ve Fei (2019) yılındaki çalışmalarında ithalatın reel döviz kuru ve fiyat esnekliklerini de tahmin etmişlerdir. ARDL modellemelerinde ithalatın fiyat esnekliği 1998-2007 dönemi için 1,49, ve 2008-2017 dönemi için 1,02 olarak tahmin edilmiştir. Tüm dönem için ithalatın gelir esnekliği 1,15 olarak hesaplanmıştır. İthalat talebinin reel döviz kuru esnekliği 1998-2007 dönemi için 1,36, 2007'ye kadar olan dönem için 1,31 ve 2008 sonrası dönem için 1,01 katsayısı elde edilmiştir. Uzun dönemde gelir esnekliği değeri 1,07 ve fiyat esnekliği değeri ise 1,42 olarak tahmin edilmiştir. Doğrusal olmayan ARDL (NARDL) regresyonu tahmin sonuçlarına göre ithalatın gelir esnekliği 0,64 ve fiyat esnekliği ise döviz kuru değer kazanırken 1,40, değer kaybeder iken ise 1.15 esneklik katsayıları bulunmuştur.

Bu çalışmada yapılan ithalat talebi ARDL modeli regresyonlarında ithalat talebinin reel döviz kuru esnekliği kısa dönemde 0,50 olarak tahmin edilmiştir. İthalat

talebinin gelir esnekliği ise 3,07 değeri teorik olarak beklenen pozitif işarete sahip ve birden büyüktür. 1984 ve 2017 yılları arası örneklem için uzun dönemde gelir esnekliği değeri 1,47 ve uzun dönem reel döviz kuru esnekliği ise 2,13 olarak tahmin edilmiştir. Kısa dönemde gelir esnekliği daha etkili iken, uzun dönemde reel döviz kuru esnekliği daha belirleyici hale gelmektedir. Bu çalışmadaki ithalat talebi hem tüketim hem de yatırım malları ithalatını kapsamaktadır.

ARDL regresyonu bulgularına kısa dönemde döviz kurundaki %1'lik artış turizm ithalatında % 0,59 oranında bir artışa sebep olmaktadır ve aynı zamanda turizm gelirlerini anlamlı bir şekilde etkilememektedir. Reel döviz kurundaki %1 puanlık artış ihracatı etkilememekte ancak ithalatı %0,50 oranında artırmaktadır. İthalatın döviz kuru esnekliği yurttaşların dış turizm harcamaları esnekliğine yakın bir değer almaktadır. Kısa dönemde reel döviz kurunun en büyük etkisi ithalat talebi üzerinde gözlenmektedir.

Yabancıların gelirlerindeki %1'lik artışın kısa dönem etkileri çeşitli regresyonlarda mukayese edildiğinde turizm talebi üzerinde %2,02 ve mal ihracatı talebinde %2,27 yükselişe neden olmaktadır. Türkiye'nin GSYH değerindeki %1'lik artış dış turizm harcamalarında %0,51'lik bir artışa, ithalat harcamalarında ise %3,07 artışa neden olmaktadır.



6. SONUÇ

Türkiye ekonomisinin ödemeler dengesi kalemleri 1984-2017 yılları için incelendiğinde cari hesabın resesyon yılları hariç açık verdiği, finans hesabının ise fazla verdiği gözlenmektedir. Cari hesap mal ihracatı, mal ithalatı, hizmetler ihracatı, hizmetler ithalatı ve net faktör gelirleri ve uluslararası transferlerden oluşur. Türkiye ekonomisinde cari açığın temel nedeni mal ithalatının mal ihracatından yüksek olmasıdır. Bu durum ekonominin büyüme gösterdiği yıllarda daha belirgindir. Turizm gelirleri ödemeler dengesinde hizmet ihracatı ihracat kalemi olarak yer alır. Türkiye Cumhuriyeti yurttaşlarının başka ülkelerde yaptığı turizm harcamaları ise hizmet ithalatı kalemini oluşturmaktadır. Turizm gelirleri cari açık veren ekonomiler için önemli bir gelir kaynağıdır (Olalı ve Timur, 1986). Turizmden elde edilen döviz tutarı ekonominin dış kaynak ihtiyacını ve buna bağlı olarak özel kesimin ve kamu kesiminin borçlanmasını azaltır.

Cari açığın GSYH büyüdükçe artış göstermesi Türkiye ekonomisinin yapısal sorunlarından birisidir. Bu durum ekonominin tasarruf yetersizliğine bağlanmaktadır (Eğilmez, 2018). Türkiye ekonomisi küresel değer zinciri içinde hammadde ve ara mal ithalatı yapıp, nihai mal üretmektedir ve bu nihai malların bir kısmını ihraç etmektedir. Türkiye'deki imalat sanayisi üretim hacminin genişlemesi ithalatı artırmaktadır ve bu durum dış ticaret açığına neden olmaktadır.

1980'li yıllardan sonra Türkiye'nin küreselleşme sürecine dâhil olmasıyla dış ticaret hacmi hızla yükselmiş, aynı zamanda turizm sektörü de büyüme göstermiştir. Türkiye milli geliri içinde turizmin payı %3 ile %6 civarındadır ve bu pay yıllar geçtikçe artmaktadır. Turizmin milli gelire dolaylı ve dolaysız katkılarının toplamı milli gelirin sekizde birini oluşturmaktadır. Turizmin istihdama doğrudan katkısı %2, dolaylı ve uyarılmış sektörler yoluyla toplam katkısı ise % 8 civarındadır. Turizmin milli gelir ve istihdam üzerindeki toplam etkisi doğrudan etkisinin üç katıdır. Turizm sektörünü emek yoğun bir sektör olduğu için sektörün hacmi büyüdükçe istihdam artışı da sağlanmaktadır. 2017 yılı verilerine göre gelir ve istihdam etkisine ek olarak turizm gelirleri dış ticaret açığının ortalama %46'sını karşılamaktadır. Bu oran turizm gelirlerinin ödemeler dengesi içindeki önemini ortaya koymaktadır. Turizm gelirleri hizmet ticareti dengesini pozitif yönde etkileyerek cari açığı düşürmekte ve ekonominin dış kaynak ihtiyacını azaltmaktadır.

Turizm sektörü dış ticaret açığı ve cari açık üzerindeki doğrudan etkisinin yanında dış ticareti etkileyerek dolaylı etkiler de yaratabilmektedir. Turizm ve dış ticaret arasındaki birlikte hareket rastlantısal bir olgu değildir. Turist sayısı ile ihracat ve turist sayısı ile ithalat arasında ilişki vardır. Bu bulgu Kulendran ve Wilson'ın (2000) ve Shan ve Wilson'ın (2001) bulgularını desteklemektedir.

Çalışmada iki değişkenli ve çok değişkenli zaman serileri analizleri yapılmıştır. Zaman serisi modellerinde kullanılan serilerin içerdikleri birim kök sayısına göre farklı teknikler kullanılır. Granger nedensellik testleri birim kök içermeyen, bir başka ifade ile durağan seriler üzerinde uygulanır. Seriler düzeyde durağan değilse birinci farkları alınarak Granger nedensellik testleri yapılır. Bu çalışmanın kapsamında kullanılan örneklem büyüklüğü küçük olduğu için ve serbestlik derecesi kaybına uğramamak için serilerin birinci farkının alınması yerine düzeyde sınanması tercih edilmiştir. Bu doğrultuda birim kök içeren serilerle analize izin veren Toda-Yamamoto (1995) nedensellik testi yaklaşımı seçilmiştir. Zaman serileri aynı düzeyde birim kök içeriyorlarsa aralarındaki eştümleşme ilişkisi sınanır. Zaman serileri farklı düzeyde birim kök içeriyorlarsa ARDL sınır testi yöntemi tercih edilmektedir. Toda-Yamamoto'nun (1995) Granger nedensellik testi ikili nedensellik ilişkileri tespit edilmiş ve bu nedenselliklerin yönüne göre eştümleşme testlerinde bağımlı ve bağımsız değişkenler seçilmiştir. İkinci aşamada ARDL sınır testi iki değişkenli eştümleşme sınama testleri yapılmıştır. Ampirik uygulamanın üçüncü kısmında ise çoklu zaman serisi ile eştümleşme modelleri tahmin edilmiştir. İhracat, ithalat ve turizm gelirleri çoklu zaman serisi olarak modellenmiştir. Bu çalışmada turizm ve dış ticaret arasındaki ilişkiler ARDL modeli ve sınır testi eştümleşme yöntemleri ile incelenmiştir.

Türkiye'de turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı ise %15 ile %33 arasında değişmektedir. Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapama oranı %40 ile %50 arasında değişmektedir. Bu oran uzun dönem değerine işaret etmektedir. Turizm gelirlerinin doğrudan etkisinin yanında dış ticaret hacmi ile etkileşimi sonucunda dolaylı etkileri de mevcuttur. Bu çalışma turizmin ödemeler dengesi üzerindeki doğrudan etkilerinin yanında dolaylı etkilerini de göstermesi açısından konu ile ilgili diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir.

Zaman serilerinde meydana gelen yapısal değişimler durağan bir seriyi istikrarsız göstermektedir. Bu sorunu aşmak için çalışmada Zivot-Andrews birim kök testi ADF testi ile karşılaştırmalı olarak kullanılmıştır. Zivot-Andrews ön testi tarafından bulunan yapısal kırılma yılları istatistiksel olarak anlamlı olmasının yanından iktisadi olarak da anlamlı yıllara tekabül etmektedir. Çalışmada kullanılan serilere ilişkin ön testlere göre dış âlem reel geliri ve Türkiye milli geliri için yapısal kırılmanın gerçekleştiği yıl 2009 yılıdır. 2009 yılı küresel ekonomik resesyona işaret etmektedir. 2009 yılından itibaren gelir zaman serilerinin katsayıları değişmiştir. 2009 yılındaki ekonomik küçülmeden sonra Türkiye ve Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin milli gelirleri azalmıştır. Dolayısıyla beklendiği gibi Türk mal ve hizmetlerine olan talep düşmüştür. Bunun sonucu olarak Türkiye GSYH değeri küçülmüştür. İhracatta ve ithalattaki azalışa rağmen 2009 yılında turist sayısında 2008 yılına göre bir artış gözlenmiştir.

Turizm gelirlerine yönelik olarak Zivot-Andrews testi 2012 yılını yapısal kırılma olarak göstermektedir. Türkiye ile Rusya Federasyonu ve İran arasında yapılan vize anlaşmaları bu yapısal kırılmanın bir açıklaması olabilir. Türkiyeli yerleşiklerin dış turizm harcamaları için de yapısal kırılma noktası 2012 yılıdır. 2012 yılı Türkiye'ye gelen turist sayısı için de bir yapısal kırılma yılıdır.

ABD doları ve EURO için yapısal kırılma yılı 1994 yılıdır. Söz konusu gözlem yılı 1994 yılında yapılan devalüasyona işaret etmektedir. Türkiye'nin toplam ihracatındaki ve turizm dışı ihracatındaki kırılma 2003 yılında gerçekleşmiştir. Dış ticaret hacminin yapısal değişikliği de ihracat ile aynı yılda 2003 yılında gerçekleşmiştir. Toplam ithalat ve turizm dışı ithalat için kırılma yılı 2004 yılıdır. Türkiye 2002 yılında esnek döviz kuru rejimine geçmiştir. Bu yılı takip eden yıllarda ise ithalat ve ihracat yeni kur rejimine gecikmeli bir uyum sağlamıştır.

Çalışmanın ilk hipotezi toplam turizm geliri ve milli gelir (reel GSYH) arasındaki nedensellik ilişkisinin varlığıdır. Turizm gelirleri hizmet ihracatını artırarak toplam talebe ve GSYH düzeyine doğrudan katkıda bulunur. Bu katkıya ek olarak çarpan etkisi ile arz yönlü olarak doğrudan ve dolaylı etkiler yaratır. Dünya Seyahat ve Ticaret Örgütü'nün (2015) verilerine göre Türkiye ekonomisinde turizmin milli gelire doğrudan katkısı % 4,8 oranındadır. Doğrudan ve uyarıcı etki kanalları da dâhil edildiğinde turizm sektörünün Türkiye milli gelirine oranı %12 oranındadır. Bir

başka ifade ile turizm sektörü Türkiye’de milli gelirin sekizde birlik kısmını etkilemektedir. Bu derece büyük bir payın varlığında turizm gelirlerinden milli gelire doğru bir nedensellik ilişkisi beklenmektedir.

Çalışmada ilk aşamada dış turizm gelirleri ile milli gelir arasındaki yapısal ilişkilerin varlığı iki değişkenli eştümleşme testleri sınanmıştır. Granger nedensellik testine göre Turizm gelirlerinden milli gelire doğru bir nedensellik ilişkisi vardır. Bulgular Türkiye’de bu konuda yapılmış diğer çalışmalarla aynı yöndedir. Turizm gelirlerindeki % 1 oranındaki artış milli geliri % 0,11 oranında artırmaktadır. Turizm sektörünün Türkiye GSYH içindeki payının % 10,4 olduğu göz önünde bulunursa bu bulgu tutarlıdır. Uzun dönemde turizm gelirlerindeki %1’lik artış, milli geliri % 1’den fazla artırmaktadır. Dolaylı ve uyarılmış etkilerin ekonomide gecikmeli olarak yayılmasının sonucu olarak bu etki uzun dönemde kısa döneme göre daha güçlüdür. Öte yandan çok değişkenli regresyon tahminleri sonuçlarına göre milli gelirdeki %10 artış uzun dönemde ithalat talebini %14, 7 oranında artıracaktır. Aynı orandaki milli gelir artışı yurtdışı turizm harcamalarını %15,4 oranında artıracaktır. Türkiye’de yerleşiklerin turizme ve ithalata olan talep esnekliği değerleri birbirine yakındır. Turizm gelirleri %10 artış gösterdiğine turizm harcamaları ise uzun dönemde % 8,8 oranında artış gösterecektir. Bu oranın % 10’dan küçük olması turizm fazlasının sürdürülebilirliğine işaret etmektedir. Bu durum Türkiye ekonomisinin hizmet ihracı fazlası vermesine neden olmaktadır. Mal ticareti açığı artarken, turizm sayesinde hizmet ticareti bu açığı artırıcı bir etkiye sahiptir.

Türkiye ekonomisinin 1984-2017 dönemi için yapılan bu çalışmada dış ticaret ve turizm değişkenleri arasında tamamlayıcılık ilişkisi bulunmuştur.

Ödemeler dengesi hesabının birinci ana kalemi dış ticaret dengesi, net faktör gelirleri ve uluslararası transferlerden oluşan cari hesaptır. Turizm hariç tutulduğunda Türkiye’nin dış cari açığı daha yüksek çıkmaktadır. Türkiye ekonomisinin ana ödemeler dengesi meselesi dış ticaret açığından kaynaklanan cari açıktır. Bu durum da açığının kendi dinamikleri ile kapanmasını imkânsız hale getirmektedir. İthalat ihracattan büyük olduğu için aralarındaki güçlü ilişki dış ticaret açığını sürekli olarak artıracaktır. Bu durumda turizm kaleminin yapısal dinamikleri önem taşımaktadır.

Ödemeler dengesinin ikinci ana kalemi olan finans hesabı ülkeye giren doğrudan yabancı yatırımlar ve portföy yatırımlarından oluşur. Turizmin portföy yatırımları ile teorik bir ilişkisi yoktur. Turizm yatırımlarının artması ekonomiye doğrudan yabancı yatırım çekme açısından etkili de olsa bu tezin kapsamının dışındadır. Bu tez turizmin cari hesap üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Cari açığın sürdürülebilirliği açısından ihracatın, ithalatın ve uluslararası turizm talebinin dinamiklerini tespit etmek önemlidir.

Turizm gelirleri yurtdışı turizm harcamalarının üzerinde seyretmektedir, bu durum turizm hizmetler kaleminin fazla verdiğini göstergesidir. Turizm fazlasının sürdürülebilir olması için turizm gelirlerindeki yüzde 10'luk artış, turizm harcamalarından %10'dan küçük bir etkiye sebep olmalıdır. Eşitlik testi sonuçlarına göre kısa dönemde turizm gelirlerindeki %10'luk artış turizm harcamalarındaki % 4'lük artışı beraberinde getirmektedir. Uzun dönemde turizm gelirlerindeki %10'luk artış, turizm harcamalarını %9 oranında artırmaktadır. Bulgulara göre turizm fazlasının sürdürülebilir olduğu söylenebilir. Dış ticaret açığı genişlerken turizm fazlası da yükselmeye uygun dinamiklere sahiptir. Turizm gelirlerindeki artış dış ticaretin kendi yapısal dinamikleri ile düzeltilmediği sorunları hafifletmektedir.

Yurttaşların uluslararası turizm harcamaları Türkiye'nin GSYH düzeyine ve reel döviz kuruyla istatistiksel anlamlı olarak ilişkilidir. Dış ticaret hacminin Türkiye'ye olan turizm talebini etkilediği hipotezi iki değişkenli eşitlik testi ve turist sayısı talebi fonksiyonu ile doğrulanmıştır. İki değişken arasındaki nedenselliğin yönü dış ticaretten turist sayısına doğrudur ve ilişkinin yönü pozitifdir. ARDL regresyonu sonuçlarına göre dış ticaret hacmindeki %1 oranındaki artış, turist sayısını %0,58 oranında bir artışa neden olmaktadır. Dış ticaret hacmi ile turizm arasındaki ilişki hem Marco Polo hipotezini hem de *ilgi ve farkındalık hipotezini* desteklemektedir.

İlgi ve farkındalık hipotezini destekleyen bir başka bulgu ise ihracat ile turist sayısı arasındaki nedensellik ilişkisinin istatistiksel olarak anlamlı bulunmasıdır. Türkiye'ye gelen turist sayısı ile mal ihracatı arasında ihracattan turist sayısına doğru bir nedensellik ilişkisi vardır. Turist sayısı kendi gecikmeli değerine ve ihracata bağlıdır. Dış ticaret hacmi Türkiye'ye gelen turist sayısının bir başka nedenidir. Uzun dönemde ihracatta meydana gelen %10'luk artış turist sayısındaki %7,2

oranında bir artışı da beraberinde getirmektedir. ARDL modeli tahmininde ise ihracattaki %1 oranındaki artış turist sayısını % 0,64 oranında artırmaktadır.

Turizm faaliyeti ölçütü olarak turist sayısı yerine turizm gelirleri modellendiğinde turizm gelirlerinden ihracata doğru bir Granger nedenselliğini bulunmuştur. Turizm gelirlerindeki %10 oranındaki artış ihracatı % 10 oranında etkilemektedir ve bu etki pozitif yöndedir.

Turizm gelirleri ile ithalat arasında turizm gelirlerinden ithalata doğru bir nedensellik ilişkisi vardır. Turizm dışı ithalat kendi gecikmeli değerinden ve turizm gelirlerinin dört gecikmeli değerinden etkilenmektedir. Turizm gelirlerindeki her %10'luk artış, yerleşiklerin turizm talebini uzun dönemde %10 oranında artırmaktadır. İthalat ile turist sayısı arasında ise bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Turizm gelirlerindeki artışın turizm harcamaları üzerinde etkisinin birden küçük olduğu bulgusu hesaba katılırsa turizm gelirlerinin mal ithalatı üzerindeki etkisinin turizm hizmeti ithalatı üzerindeki etkiden büyük olduğu söylenebilir.

Çok değişkenli zaman serisi analizlerinde Türkiye'ye gelen turist sayısı üç alternatif regresyon ile modellenmiştir. Birinci modelde Türkiye'ye gelen turist sayısının açıklayıcı değişkenleri olarak dış âlem reel geliri, reel efektif döviz kuru ve 1999 Marmara depremini ve 2016 yılındaki darbe girişimi ve terör olaylarını gösteren nitel değişkenler kullanılmıştır. İkinci modelde ise dış ticaret hacmi yerine toplam ihracat etki değişkeni olarak seçilmiştir. Nitel değişkenler kullanılarak yanlış modelleme hatalarından kaçınılmıştır.

Turizm talebi regresyonu sonuçlarına göre dış âlem geliri ile Türkiye'ye gelen turist sayısında pozitif ve anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır. Dış âlem gelirindeki %10'luk artış kısa dönemde Türkiye'ye yönelik turizm talebini %12, uzun dönemde ise % 15 oranında artırmaktadır. Marmara depremi ve 2016 yılındaki 15 Temmuz darbe girişimi Türkiye'ye gelen turist sayısını kayda değer oranda düşürmüştür. Ancak bu olayların etkileri geçidir ve uzun dönem dengesi birkaç yıl içinde yeniden yakalanmaktadır. Reel efektif döviz kuru yükselişi Türk lirasının değer kazandığını göstermektedir, aksi durumda ise Türk Lirası yabancı para birimleri karşısında değer kaybetmektedir. Çalışmada reel döviz kuru beklenen işareti taşımakla birlikte anlamsız bulunmuştur. Türkiye'yi tercih eden yabancı turistler çoğunlukla gelişmiş ülkelerden gelmektedir. Gelişmiş ülkelerden gelen turistlerin tercihlerinde fiyat dışı

etkenler de belirleyicidir. Regresyon tahmini sonuçlarına göre turist sayısı bir ve iki yıl önceki değerlerinden etkilenmektedir. Bu durum turistlerin Türkiye ziyareti sonucunda ülkelerine döndükten sonra başka turistleri de etkilediğine yönelik bir göstergedir.

Birinci modele dış ticaret değişkeninin eklenmesi tahminin etkinliğini artırmıştır. Dış ticaret hacmindeki yüzde 10'luk artışın turist sayısı üzerindeki etkisi %6'dır. Dış ticaret hacminin turist sayısı üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır.

Turist sayısının açıklayıcı değişkenleri arasında ihracatı da içeren üçüncü çoklu regresyon modelinde turizm talebinin gelir ve döviz kuru esneklikleri teorik olarak beklenen işaretle ve değerde bulunmuştur. Gelir esnekliği 1,34 olarak tahmin edilirken döviz kuru esnekliğinin tahmin edilen değeri ise -2,42'dir. Gelir esneklik değeri turizmin bir lüks mal olduğunu gösterirken, mutlak değer olarak birden büyük olan döviz kuru esnekliği de turist talebinin fiyat esnekliğinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bu tahminlere göre Türk lirasının %10'luk değer kaybı Türkiye'ye gelen turist sayısını %24 artıracaktır. Bu durumda turizm gelirleri de artacaktır. İhracattaki %10'luk artış turist sayısını %6 dolayında artıracaktır. Dış ticaretin ve ihracatın modellerde tahmin edilen katsayıları birbirine yakın bulunmuştur. İhracatın turist sayısı üzerindeki etkisi pozitif işaretli ve anlamlıdır.

İhracatın kısa dönem gelir esnekliği yüksektir. Türkiye'nin ihracatının döviz kuruna karşı duyarlılığı düşüktür ve bu ilişki uzun dönemde geçerli değildir. İhracat talebinin gelir esnekliği kısa vadede 2,27 uzun vadede ise 2,35 olarak tahmin edilmiştir. Reel döviz kurun ihracat miktarına etkisi dört yıl gecikmelidir. İhracat tutarı reel kurun dört yıl öncesinden etkilenir. Uzun dönemde ise ihracat talebinin reel döviz kuru esnekliği düşüktür. Reel döviz kuru yükseldikçe toplam ihracat düzeyi artar.

Türk lirasının %10 değerlenmesi ithalat talebini %5 oranında artırmaktadır. Türk yurttaşlarının ithalat talebi döviz kuruna göre esnek değildir. Türkiye'nin reel milli geliri %10 artarsa ithalat talebi %31 oranında yükselmektedir. İthalatın gelir esnekliği döviz kuru esnekliğinden yüksek bulunmuştur. Uzun dönemde ise döviz kuru reel milli gelirden daha fazla etkilidir. Türk lirasının %10'luk değer kazanması, Türkiye'nin ithal mal ve hizmetlere olan talebini %20 oranında artırmaktadır.

Turizm gelirleri reel efektif döviz kurundan gecikmeli olarak etkilenmektedir. Çalışmanın bulgularına göre uzun vadede yabancı turistlerin Türkiye'yi tercihlerinde fiyat etkisinden ziyade gelir etkisi ve siyasi istikrar belirleyicidir.

Türkiye vatandaşlarının dış turizm talebinde döviz kuru önemli bir etkidir. Türk lirasındaki %10'luk değer artışı, dış turizm talebini %6 oranında artırır. Uzun dönemde ise Türk lirasındaki %10 oranındaki değer artışı dış turizm talebini %18 civarında artırır. Uzun dönemde gelir esnekliği döviz kuru esnekliğine göre düşük olsa da reel milli gelir artışı dış turizmi teşvik etmektedir.

Turizm gelirleri ile dış turizm harcamalarının döviz kuru esneklikleri toplamı 1'den büyüktür. Bu durumda Marshall Lerner koşulu geçerlidir. Marshall-Lerner Koşulu sonucu olarak döviz kuru turizm talebini baskılamak için bir araç olarak kullanılabilir. Öte yandan ihracat artışı ithalat talebini tetiklediği için ve ithalat talebi inelastik olduğu için TL'nin değer kaybı üretim maliyetlerini artıracaktır. Bu karşı etki göz önüne alındığında döviz kuru politikası kullanışlı değildir. İhracatta ve turizmde döviz kurundan ziyade kaliteyi öne çıkaran, ulusal rekabetçiliği geliştirmeyi hedefleyen politikalar izlenmelidir. Türkiye'nin ithal etmek zorunda olduğu hammadde ve ara mallara alternatifler geliştirilmelidir.

Turizm gelirlerinin ödemeler dengesine pozitif katkısının sürdürülebilir olması için iki koşul gereklidir. Birinci koşul turizm hizmeti gelirleri, turizm hizmeti harcamalarının üzerinde seyretmelidir. Yabancıların Türkiye'de yaptıkları turizm harcamalarının gelir esnekliği 3,44 ve yurttaşların yurt dışında yaptıkları turizm harcamalarının gelir esnekliği 1,54 olarak tahmin edilmiştir. Bu parametreler altında Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin gelirlerindeki %1 artış, Türkiye'nin uluslararası turizm gelirlerini %3,44 oranında yükseltecektir. Birinci koşula göre turizm gelirlerinin ödemeler dengesine olan olumlu katkısı sürdürülebilirdir.

İkinci koşula göre turizm gelirlerinin ithalat talebi üzerinde ve uluslararası turizm talebi üzerindeki esneklik değerleri 1'den küçük olmalıdır. Turizm gelirlerinin ithalat üzerindeki etkisi 0,07 ve yurt dışı turizm harcamaları üzerinde etkisi 0,88'dir. Bu iki katsayı da birim esneklik değerinden düşük olduğu için turizm gelirlerindeki %1'lik artış turizm harcamalarında %1'den düşük bir genişleme yaratacaktır. Turizm gelirlerinin ödemeler dengesi üzerinde ikinci kanalı da olumlu katkıya işaret etmektedir.

Son 10 yılda Türkiye'ye turist gönderen bölgeler çeşitlenmiştir. 2008 yılında turist ziyaretleri içindeki en büyük pay OECD ülkelerine ait iken, Rusya Federasyonu, Ukrayna, komşu ülkeler ve Batı Asya ülkelerinden gelen turistlerin toplam turistler içindeki payı artmıştır. OECD Avrupa ülkelerinin payı azalırken, bu ülkelere gelen turist sayısı artış göstermiştir. Türkiye'ye yönelik turizm talebi gelir esnekliğine sahip olduğu için yüksek büyüme gösteren ülkelere turist çekmek önem kazanmaktadır. Türkiye yükselen ekonomilerden Rusya Federasyonu ve İsrail'den turist çekmekte başarılıdır. Türkiye'ye gelen turistler arasında Doğu Asya ve Güney Doğu Asyalı oranı artırılmalıdır. Bu amaçla Türkiye'ye yönelik turizm talep miktarı düşük olan Çin Halk Cumhuriyeti, Güney Kore, Endonezya ve Hindistan gibi ülkelerin vatandaşlarına yönelik dolaşım serbestliği ve tanıtım programları uygulanabilir. Çin Halk Cumhuriyeti ile devletlerarası turist gönderme anlaşmaları yapılabilir. Türkiye ile başka ülkeler arasında imzalanan ticaret ve vize serbestliği anlaşmalarının turizme etkileri gelecekte yapılacak araştırmalar için özgün bir konu olacaktır.

Türkiye'ye en çok turist yılın üçüncü çeyreğinde (Temmuz, Ağustos ve Eylül) gelmektedir. Turist tercihlerinde en önemli belirleyici Türkiye'ye turist gönderen ülke ile Türkiye arasındaki iklim farkı, Akdeniz ve Ege kıyılarının yaz tatiline uygun tabiatıdır. Uzun vadede küresel ısınma ile Türkiye'nin bu tabii üstünlüğünü kaybetmesi düşük de olsa bir ihtimaldir. Sonraki çalışmalarda turist gönderen ülke ile Türkiye arasındaki sıcaklık farklarının turizme etkisi de modellenilebilir.

Turist sayısının, turistlerin kalış süresinin ve turist başına düşen harcama miktarının artırılması turizm hasılatının artırılmasının çeşitli yolları olabilir. Turist başına ortalama harcama 700 ABD doları civarındadır. Ortalama turist geliri Türkiye'nin de içinde bulunduğu Akdeniz ülkeleri arasında 260 ABD doları ile 900 ABD doları arasında değişmektedir. Slovenya ve Hırvatistan gibi tarih ve kış turizmi çeşitliliği sağlayan ülkelere turist başına elde edilen gelir artmaktadır. Turist sayısı artıkcça ortalama turistik harcama düşüş göstermektedir. Ancak Türkiye'de 2005-2015 yılları arasında turist sayısı ile turist başına düşen harcama miktarında artış da gözlenmiştir. Turist başına harcamanın artması için turistlerin Türkiye'de geçirdikleri gece sayısının artırılması gerekmektedir.



KAYNAKLAR

- Akdeniz Turistik Otel İşletmecileri Birliği. (2014). Turizm İstatistikleri. <http://aktob.org.tr/> Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2018.
- Aldan, A., Bozok, I., & Gunay, M. (2012). *Short run import dynamics in Turkey* (No. 1225).
- Altunakar, O. (2006). *Dış Ticaret Açığı ve Cari Açık: Açığın Yönetimi Sorunu*. İstanbul: Finans Kulüp.
- Appleyard, Dennis.R ve A. Field (2014). *International Economics*. New York: McGraw-Hill
- Aren, S. (1975). *İstihdam, Para ve İktisadi Politika*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Aslan, A. (2016). Does tourism cause growth? Evidence from Turkey. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1176-1184.
- Bahar, O., & Baldemir, E. (2008). Uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği.
- Bahar, O. ve M. Kozak. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayınları.
- Bahmani-Oskooee, M., & Kara, O. (2005). Income and price elasticities of trade: some new estimates. *The International Trade Journal*, 19(2), 165-178.
- Balaguer, J., ve M. Cantavella-Jordá. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), (877–884). <https://doi.org/10.1080/00036840110058923>.
- Barutçugil, S. İ. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Basın Yayın Dağıtım.
- Bayraktutan, Y. (2015). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Yazın Basın Yayın.
- Berber, M., E. Bocutoğlu ve K. Çelik. (2006). *Makro İktisada Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Berber, Metin (2001). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- BM Dünya Turizm Örgütü (2018). UNWTO Tourism Highlights. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876> 15 Ekim 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Brida , Juan Gabriel and P. Manuela. (2010). *A Literature Review on the Tourism-Led-Growth* (No. 2010/17).https://www.researchgate.net/profile/Juan_Gabriel_Brida/publication/254399592_A_literature_review_on_the_tourism-led-growth_hypothesis/links/. Erişim tarihi: 7 Haziran 2018.

- Brida, J. G., Sanchez Carrera, E. J. ve W.A. Risso. (2008). Tourism's impact on long-run Mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21).(1-8). <https://doi.org/10.2139/ssrn.107622>.
- Brida, J. G., & Pulina, M. (2010). A literature review on the tourism-led-growth hypothesis.
- Harrison, D. (1992). International tourism and the less developed countries: the background. *International tourism and the less developed countries: the background.*, 1-18.
- Bull, A. (1995). *The economics of travel and tourism*. Melbourne: Longman.
- Candela G. ve Figini, P. (2010). *The economics of tourism destinations*. Springer: Londra.
- Crouch, G. I. (1994). The study of international tourism demand: A review of findings. *Journal of Travel research*, 33(1), 12-23.
- Copeland, B. R. (1991). Tourism, welfare and de-industrialization in a small open economy. *Economica*, 515-529.
- Çakılcioglu, M. (2008). Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Turizm. *Tasarım+Kuram*. 9(16). <http://tasarimkuram.msgsu.edu.tr/index.php/tasarimkuram/article/view/222>. Erişim tarihi: 6 Haziran 2018.
- Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H. ve B.Erdem. (2003). Turizm sektörünün istihdam yaratmadaki etkisi. *İŞ-GÜÇ Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(1). <https://www.isguc.org/?p=article&id=23&cilt=5&sayi=1&yil=2003>. Erişim tarihi: 25 Nisan 2018.
- Çıkmın, A., Çeken, H. ve M. Uçar. (2009). Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi: Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*. 15(1). (1-8).
- Çımat, A. ve O. Bahar. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*. 6 (1). (1-18).
- Dell, S. ve R. Lawrance. (1980). *The Balance of Payments Adjustment Process in Developing Countries*. New York: Pergamon Press.
- Demir, C. ve A. Çevirgen. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara:Nobel Yayınları.
- Demir, Ç. (2010). 1980-2007 *Türkiye turizm ekonometrik analizi: Zaman serisi yaklaşımı* (Yayımlanmamış doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.

- Demiroğlu, C. O. ve T. M. İzgi. (2007). Sürdürülebilirlik Kavramı Açısından Yerel Halkın Turizme Yaklaşımının Analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu’da Bir Anket Çalışması. *Ulusal Türkiye Turizm Kongresi, Sakarya Üniversitesi Karasu Meslek Yüksek Okulu Kongre Bildiri Kitabı*. (19-36).
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *1923’ten Günümüze Türkiye Ekonomisi*. Ankara: DPT.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Dinler, Z. (2000). *İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor : an empirical investigation for Greece using causality analysis Tourism as a long-run economic growth factor : an empirical investigation for Greece. *Tourism Economics*, 10(3).(305–316). <https://doi.org/10.5367/0000000041895094>.
- Durgun, A. (2006). *Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Isparta.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2011). Business Travel a Catalyst for Economic Performance. <https://www.wttc.org/economic-impact/>. Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2018.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2014). Economic Impact Turkey.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2018). Travel & Tourism Economic Impact. <https://www.wttc.org/economic-impact/>. Erişim Tarihi: 11 Ağustos 2018.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2019). Travel & Tourism Economic Impact. <https://www.wttc.org/economic-impact/>. Erişim Tarihi: 24 Aralık 2019.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Burnley, I. and Murphy, P. (1992) Tourism–Immigration Interrelationships. Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Easton, S. T. (1998). Is tourism just another commodity? Links between commodity trade and tourism. *Journal of Economic Integration*, 522-543.
- Eğilmez M. ve E. Kumcu. (2004). *Ekonomi Politikası Teori ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eilat, Y. ve L. Einav. (2004). Determinants of international tourism: a three-dimensional panel data analysis, *Applied Economics*, 36 (12). (1315-1327).
- Engle, R. F., & Granger, C. W. (1987). Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 251-276.

- Erdoğan, H. (1996). *Ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel yönleriyle uluslararası turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yay.
- Eser H. ve A. Demir. (2007). Ödemeler Dengesi Bilançosu Analizi. *Ankara Üniversitesi Dergisi*.
- Eugenio-Martin, J., Morales, N. ve Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: a panel data approach. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.504482>.
- Fischer, C. (2004). The influence of immigration and international tourism on the demand for imported food products. *The Influence of Immigration and International Tourism on the Demand for Imported Food Products*, 1000-1020.
- Fischer, C., & Gil-Alana, L. A. (2007). The nature of the relationship between international tourism and international trade: the case of German imports of Spanish wine. *Applied Economics*, 41(11), 1345-1359.
- Fry, D., Saayman, A., & Saayman, M. (2010). The relationship between tourism and trade in South Africa. *South African Journal of Economics*, 78(3), 287-306.
- Giles, D. (2011). Testing for Granger non- Causality . <http://davegiles.blogspot.com/2011/04/testing-for-granger-causality.html#more>. Erişim tarihi: 23 Temmuz 2018.
- Goh, C., & Law, R. (2003). Incorporating the rough sets theory into travel demand analysis. *Tourism Management*, 24(5), 511-517.
- Gray, H. P. (1970). *International travel--international trade*. Heath Lexington Books.
- Gündüz, L. ve A. Hatemi- J. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, 12(8).(499–504). <https://doi.org/10.1080/13504850500109865>.
- Harrison, D. (1992). International tourism and the less developed countries: the background. *International tourism and the less developed countries: the background.*, 1-18.
- Halicioglu, F. (2005). *An ARDL model of aggregate tourism demand for Turkey* (No. 0503005). University Library of Munich, Germany.
- Hatipoğlu, Z. (1989). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Hazine Müsteşarlığı.
- Holden A. (2005). *Tourism Studies and the Social Sciences*. London: Routledge.
- Holzner, M. (2011). Tourism and economic development: The beach disease?. *Tourism Management*, 32(4), 922-933.
- Husein, J., & Kara, S. M. (2011). Research note: Re-examining the tourism-led growth hypothesis for Turkey. *Tourism Economics*, 17(4), 917-924.

- Iossifov, M. P. K., & Fei, X. (2019). *Real effective exchange rate and trade balance adjustment: The case of Turkey*. International Monetary Fund.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Yayınevi.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İnançlı, S. ve Konak, A. (2011). Türkiye’de ihracatın ithalata bağımlılığı: Otomotiv sektörü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF dergisi*. 6(2). (343-362).
- İncekara, A. (2001). *Anadolu’da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Kahraman, N. ve O. Türkay. (2006). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kara, O., İ. Çömlekçi ve V. Kaya. (2012). Turizm gelirlerinin çeşitli makro ekonomik göstergeler ile ilişkisi: Türkiye örneği (1992–2011). *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(1). (75-100).
- Karakaya, U. (1998). *1990’lı Yıllarda Turizm Sektörünün Kalkınma Sürecinde Türk Ekonomisine Etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Karluk, R. (1995). *Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişim Yapısal Değişim*. İstanbul: Beta Basım.
- Katircioglu, S. T. (2009). Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30(1), (17–20). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.004>.
- Kazgan, Gülten (2002). *Tanzimattan 21.Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Keintz, R. M. (1971). “A Study of the Demand for International Travel to and from the United States.” *American Economist*, 15 (1): 137-138.
- Kenwood, A. ve A.L. Loughheed. (1992). *The Growth of The International Economy: 1820-1990 An Introductory Text*. London: Routledge.
- Khan, H., Toh, R. S., & Chua, L. (2005). Tourism and trade: Cointegration and Granger causality tests. *Journal of Travel Research*, 44(2), 171-176.
- Kızılkaya, O., Sofuğlu, E., & Karaçor, Z. (2016). Türkiye’de turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı.
- Kozak, M. (2013). Turizm sektörünün ulusal ekonomi üzerindeki etkileri. Metin Kozak (Ed). *Turizm ekonomisi içinde* (172-201). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını no: 2908.
- Kulendran, N. (1996). Modelling quarterly tourist flows to Australia using cointegration analysis. *Tourism Economics*, 2(3), 203-222.

- Kulendran, N., ve K. Wilson. (2000). Is There a Relationship between International Trade and International Travel? *Applied Economics*, 32. (1001-1009).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2010). İstatistikler. <http://www.kultur.gov.tr/TR-96695/istatistikler.html>. Erişim tarihi: 13 Eylül 2018.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2018). Turizm istatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>Erişim tarihi: 15 Ekim 2018.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2019). Turizm istatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>Erişim tarihi: 1 Aralık 2019.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020). İstatistikler. <http://www.kultur.gov.tr/TR-96695/istatistikler.html>. Erişim tarihi: 15 Ekim 2018.
- Leitão, N. C. (2010). Does trade help to explain tourism demand? The case of Portugal. *Theoretical and Applied Economics*, 63-74.
- Liew, K.S., K. Lim ve P. Hussain ; (2007). Exchange Rate and Trade Balance Relationship, The Experience of Asean countries. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.197.8265&rep=rep1&type=pdf>. Erişim Tarihi: 17 Ekim 2017.
- Linder, S.B. (1961). *An Essay on Trade and Transformation*. New York: John Wiley&Sons.
- Lipsey, R. (1984). *İktisat*. (Çev: Faruk Baturel). İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.
- Massidda, C., & Mattana, P. (2013). A SVECM analysis of the relationship between international tourism arrivals, GDP and trade in Italy. *Journal of Travel Research*, 52(1), 93-105.
- Narayan, P.K. (2004). Fiji's Tourism Demand: The ARDL Approach to Cointegration. *Tourism Economics*. 10(1). (193-206).
- Oigenblick, L., & Kirschenbaum, A. (2002). Tourism and immigration: Comparing alternative approaches. *Annals of tourism research*, 29(4), 1086-1100.
- Olalı, H.,Timur, A. (1986). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. (2. Baskı). İzmir: Ofis Matbaacılık.
- Ongan, S. (1988). Türkiye'deki Yazlık Konut ve Kamu kamplarının İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Ongan , S. (2005). The Contribution of Tourism to the Long - Run Turkish Economic Growth. *Journal of Economics*. 53 (9). (880-894).
- Orhan, O. Z. ve S. Erdoğan (2005). *Para Politikası*. İstanbul: Avcı Ofset.

- Özcan, C. (2016). International trade and tourism for Mediterranean countries: A panel causality analysis. *Theoretical and Applied Economics*, 23(1), 606.
- Özgecil, G. (2016). *Turizm Gelirleri ve Çeşitli Makro Ekonomik Büyüklükler Arasındaki İlişkiler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası: Özellikler bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özgüven, A. (1988). *İktisadi Büyüme, İktisadi Kalkınma, Sosyal Kalkınma, Planlama ve Japon Kalkınması*. İstanbul: Filiz Yayınları.
- Özsoy, M. (1995). *Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımı Çerçevesinde Ekonomik Büyüme ve Çevre İlişkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Parasız, İ. (2003). *Para Politikası*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289-326.
- Roney S. A. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Samırkaş, M. ve O. Bahar. (2012). *Turizm ve Rekabet*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Santana- Gallego, M., Ledesma- Rodríguez, F. J., Pérez- Rodríguez, J. V., & Cortés- Jiménez, I. (2010). Does a common currency promote countries' growth via trade and tourism?. *The World Economy*, 33(12), 1811-1835.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., & Pérez-Rodríguez, J. V. (2011a). Tourism and trade in small island regions: The case of the Canary islands. *Tourism Economics*, 17(1), 107-125.
- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F., & Pérez-Rodríguez, J. V. (2011b). Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis. *Empirical Economics*, 41(2), 533-554.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sezgin, M. (1995). *Genel Turizm, Turistik Kavramlar-Ekonomi-Pazarlama*. Ankara: Turizm Mevzuatı.
- Shan, J., ve Wilson, K. (2001). Causality between trade and tourism: empirical evidence from China. *Applied Economics Letters*. 8(4). (279–283).
- Sharpley, R. (1997). *Tourism, Tourists and Society*. London: ELM Publications.
- Song, H., Witt, S. F., & Li, G. (2003). Modelling and forecasting the demand for Thai tourism. *Tourism Economics*, 9(4), 363-387

- Sosyal Güvenlik Kurumu (2018). Aylık Sigortalı İstatistikleri. <http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/sgk> 1 Şubat 2019 tarihinde erişilmiştir.
- Şahin, A. (1990). İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi. Ankara: TOBB Yayınları.
- Taşkın, Murat (2007). *1923-2003 Döneminde Türkiye Cumhuriyeti’nin Dış Ticaret Politikaları*. Ankara: Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirmeler Genel Müdürlüğü.
- Tavmergen, İ.P. (1998). Turizmin Ekonomiye Olumlu etkileri ve Türkiye örneği. *Hazine dergisi*. 12.(53-66).
- Taymaz, E. ve H. Suiçmez. (2005). *Türkiye’de Verimlilik, Büyüme ve Kriz*. Ankara: Türkiye Ekonomi Kurumu Yay.
- TCMB (2011). Ödemeler Bilançosu Raporu. http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/d61e30a3-c313-4e0a-9081-dceea6944c65/ODRapor_20114.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=d61e30a3-c313-4e0a-9081-dceea6944c65.
- TCMB (2017). <http://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/blog/tr/main%20menu/analizler/itha-l-girdi-kullaniminda-durum-tespiti-farkli-bakis-acilar>. Erişim tarihi: 19 Haziran 2019.
- Temurci, S. (2004). *‘Dünyada Dış Borç Ekonomik Bağımlılık Analizi ve Değerlendirilmesi Türkiye Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü. İstanbul.
- TEPAV (2017). İstihdam İzleme Bülteni. <https://www.tepav.org.tr/tr/haberler/s/4166>. 1 Ağustos 2018 tarihinde erişilmiştir.
- Tiryaki, T. (2002). *Cari İşlemler Hesabına Çeşitli Yaklaşımlar, Sürdürülebilirlik ve Türkiye Örneği*. Ankara: TCMB Araştırma Genel Müdürlüğü.
- TOBB (2017). İşgücü İstatistikleri. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği.
- Toda, H. Y. ve T. Yamamoto. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*. 66. (225-250).
- Turner, L., & Ash, J. (1975). *The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Constable & Robinson.
- Tribe, J. (2011). *The economics of recreation, leisure and tourism*. Routledge.
- Türk, İ. (1970). *İktisadi Planlama Prensipleri*. Ankara: Emel Matbaa.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2018). Ödemeler Dengesi İstatistikleri.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (2019). Ödemeler Dengesi İstatistikleri. <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Odemeler+Dengesi+ve+Ilgili+Istatistikler/Odemeler+Dengesi+Istatistikleri/> 23 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (2017). Mali ve Sosyal Politikalar Müdürlüğü. Ekonomik Raporu 2017. <https://tobb.org.tr/MalivveSosyalPolitikalar/Sayfalar/EkonomikRapor.php> 31 Ağustos 2018 tarihinde erişildi.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2018). İstatistikler. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler>. 23 Eylül 2019 tarihinde erişildi.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2020). İstatistikler. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler>. 8 Ocak 2021 tarihinde erişildi.

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (2021). İstatistikler. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler>. 12 Kasım 2021 tarihinde erişildi.

TÜİK (2018). Turizm İstatistikleri Veritabanı. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105> 30 Mart 2019 tarihinde erişilmiştir.

TÜİK (2019). İstatistik Veri Portalı. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105> 12 Aralık 2021 tarihinde erişildi.

TÜRSAB (2019). İstatistikler <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/milliyetlerine-gore-gelen-yabanci>. 15 Aralık 2019 tarihinde erişilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (2021). İstatistik Veri Portalı. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105> 12 Aralık 2021 tarihinde erişildi.

Uludağ, İ. ve E. Arıcan. (1999). *Finansal Hizmetler Ekonomisi Piyasalar Kurumlar Araçları*. İstanbul: Beta Yay.

UNCTAD, (2020). Trade and Development Report. <https://unctad.org/webflyer/trade-and-development-report-2020>. 20 Ocak 2022 tarihinde erişildi.

Ülgen, G. (2002). *İktisat Bilimine Giriş*. İstanbul: Der Yayınevi.

Ünlüönen, K. (1990). *Turizmin İktisadi Kalkınmaya Etkileri ve Türkiye'nin Cumhuriyet Dönemi Turizm Politikaları*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Ünlüönen, K., A. Tayfun. ve A. Kılıçlar. (2011). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

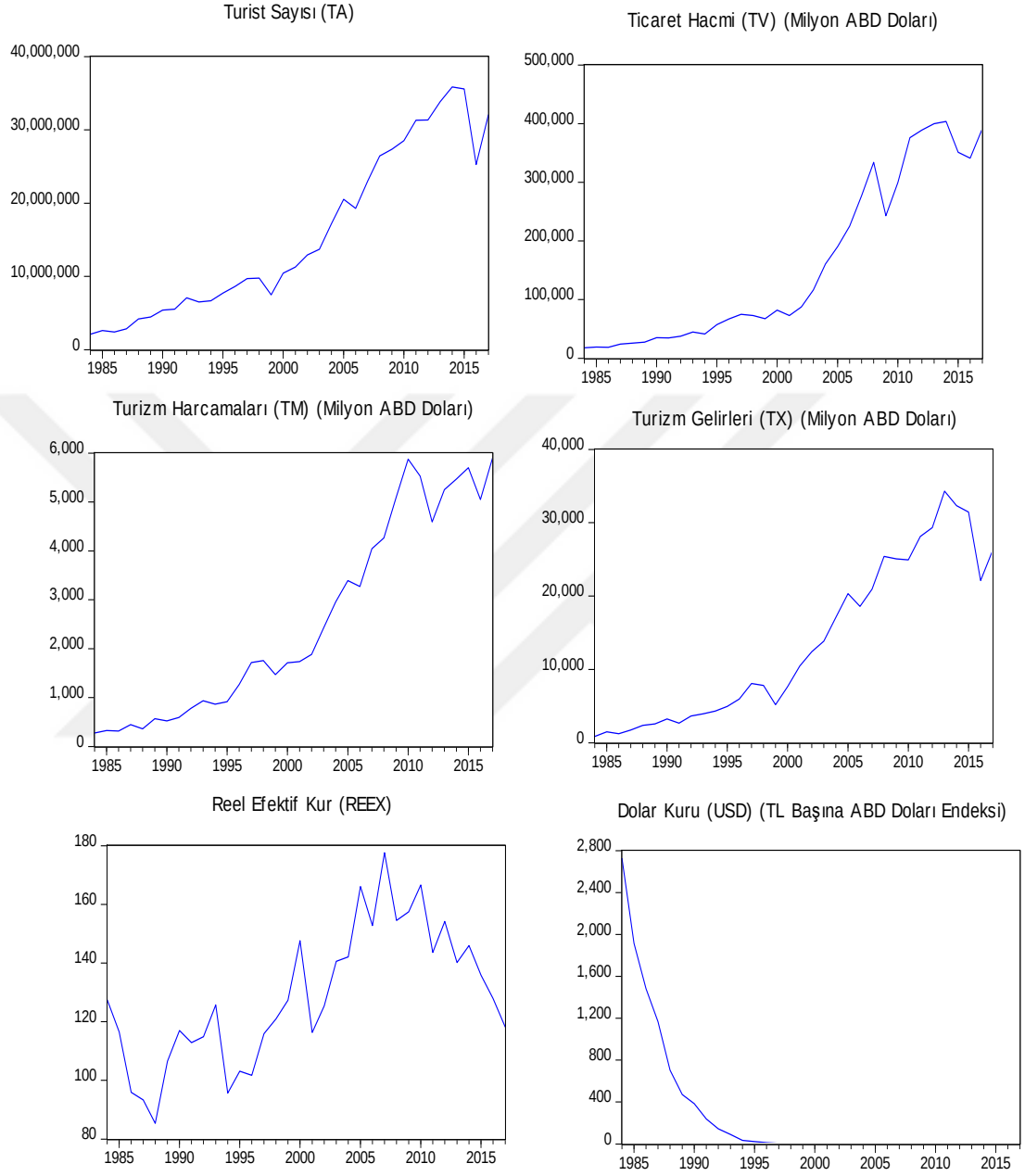
Witt, S. F., ve C. A. Witt. (1995). Forecasting tourism demand: A review of

empirical research. *International Journal of Forecasting* 11(3).(447–475).

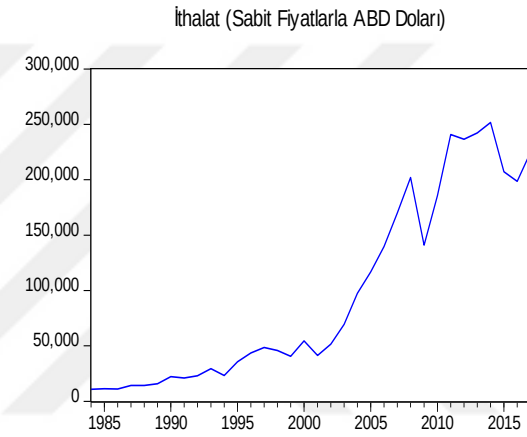
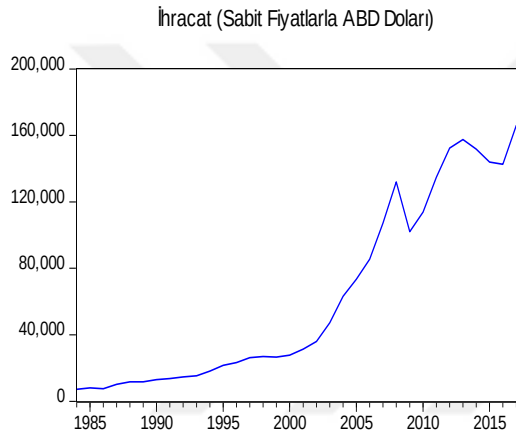
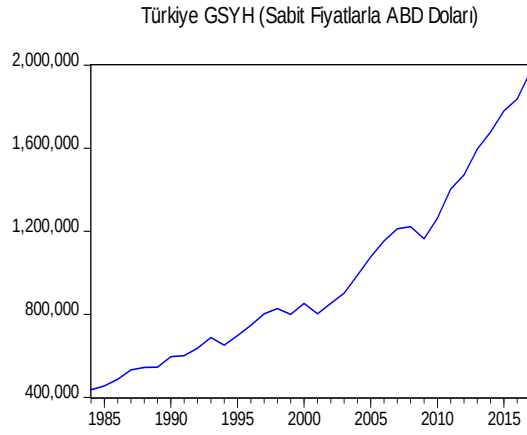
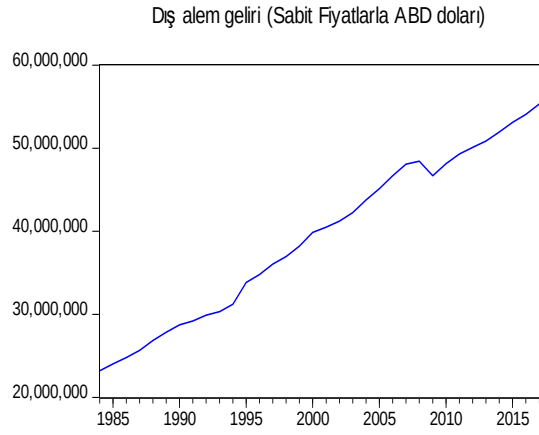


EKLER

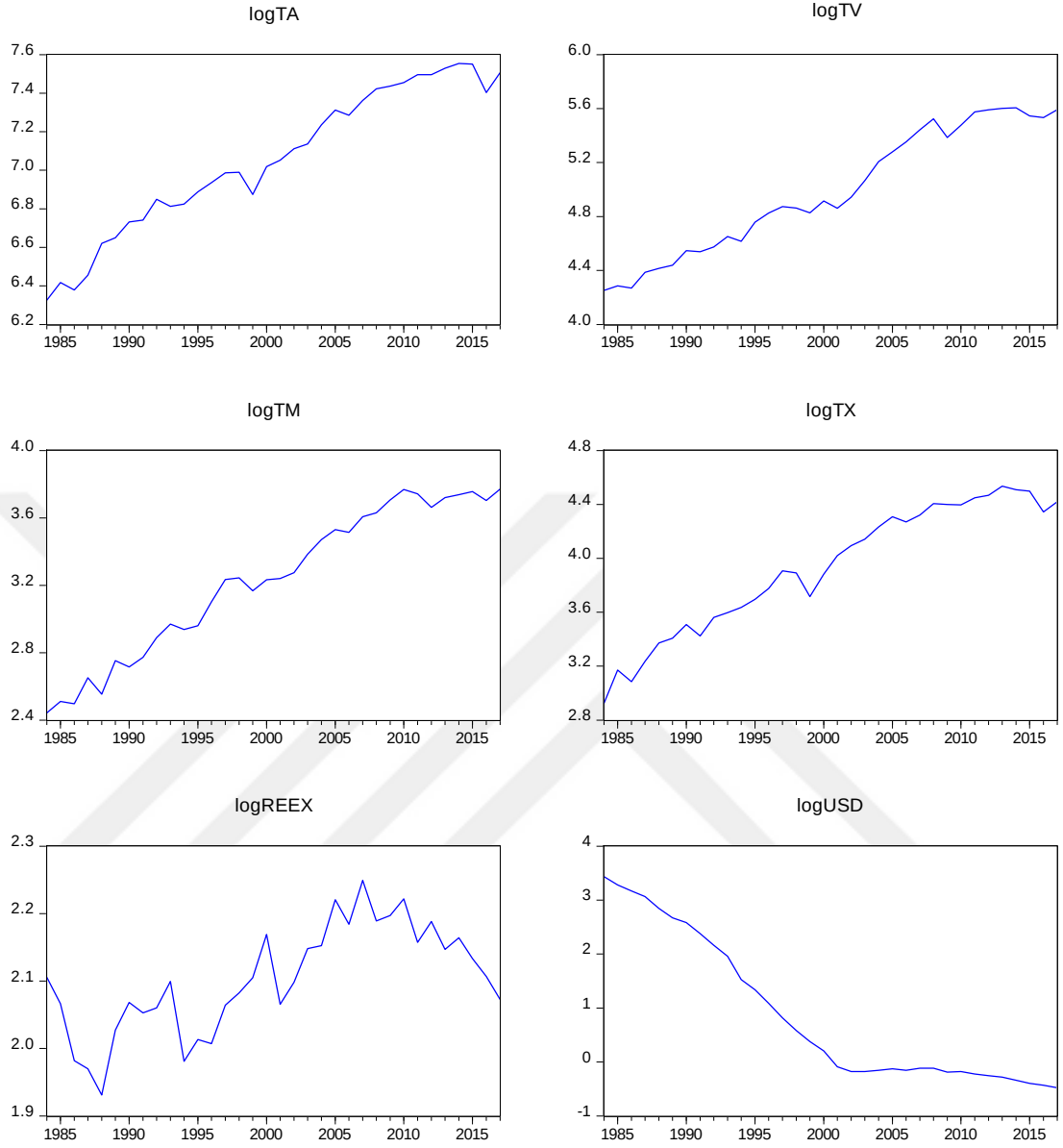
Ek.1. Çalışmada kullanılan değişkenlerin düzey grafikleri



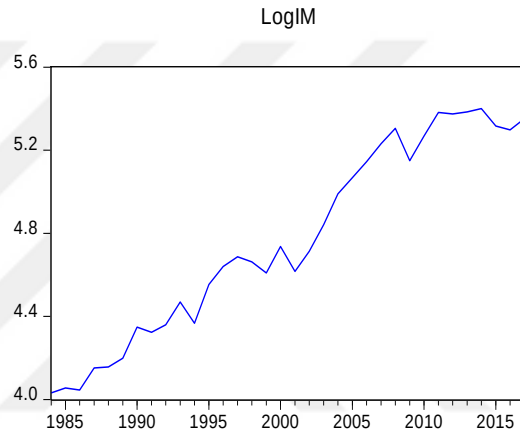
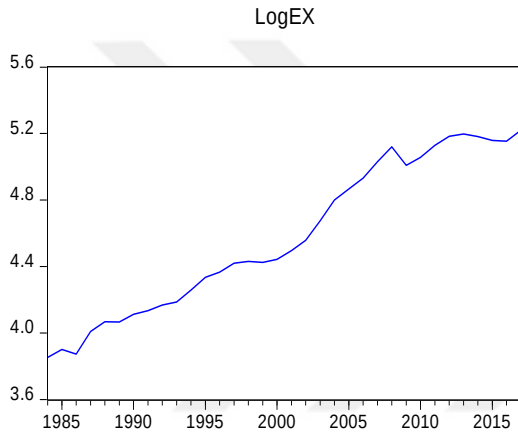
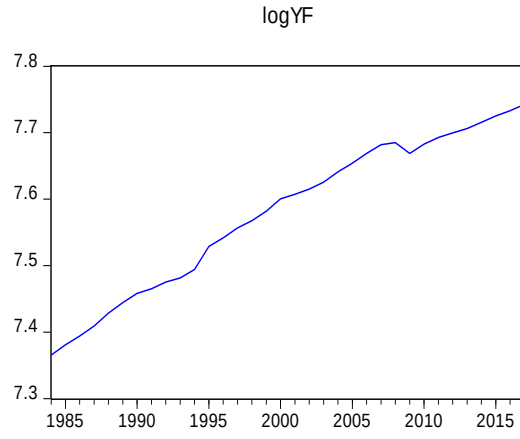
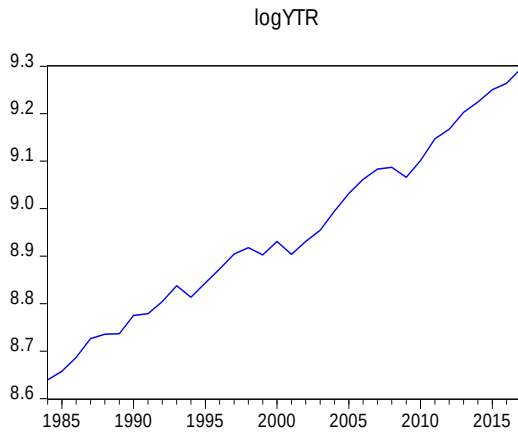
EK.1'in devamıdır.



EK.2. Çalışmada kullanılan değişkenlerin logaritmik grafikleri



EK.2'nin devamıdır.



ÖZGEÇMİŞ

İlk, orta ve lise öğrenimini İstanbul'da tamamladı.1990 yılında girdiği Bilkent Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümünden 1995 yılında mezun oldu.2000 yılında girdiği Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Üretim Yönetimi ve Pazarlama Yüksek Lisans Bölümünden 2002 yılında mezun oldu. 2015 yılında girdiği Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finansman Doktora Bölümünden 2022 yılında mezun olmuştur. Lisans eğitimi sonrası çalışma hayatına başladığı turizm sektöründe yönetici olarak çalışmalarına devam etmektedir. Turizm sektör temsilcisi olarak birçok sivil toplum kuruluşunda başkan ve yönetim kurulu üyesi olarak çalışmalar yapmıştır.