

T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Hazırlayan
Cengizhan YILDIRIM

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KOTİL

BOLU-2005

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Cengizhan Yıldırım'a ait **Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri** adlı çalışma jürimiz tarafından İktisat Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) :Yrd. Doç. Dr. Erdoğan Kotil

Üye :Prof. Dr. A. Ali KARACA

Üye :Yrd. Doç. Dr. Sadık ÇUKUR

Prof. Dr. Yaşar AKBIYIK
Sosyal Bilimler Enstitü Müdür V.

Abstract**The Impact of Tourism Sector on Turkish Economy****Cengizhan YILDIRIM****Thesis of Master's Degree****Graduate School of Social Science****Major: Economics****Adviser of Thesis: Assistant Professor Erdoğan KOTİL****July-2005, xiii + 104 pages**

In this study, the place and significance of tourism in Turkish economy is analyzed. In the first chapter, tourism income and number of tourists coming to Turkey are defined for the period of 1963-2004, and this definition is compared with macro-economic figures. In the second chapter, the relationship between tourism sector and balance of exterior payments, price of goods and services, and main production sectors; profit making effects and employment-level increasing characteristics of tourism sector are analyzed. In the third chapter, the position of tourism sector in inter-sector relations is explained via input-output tables. In the fourth and last chapter, a regression analysis of Turkish tourism demand is made; main factors that influence tourism demand and impact direction of these demands are studied.

Keywords: Tourism Economy, Tourism Demand

ÖZET

TURİZMİN SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Cengizhan YILDIRIM

**Yüksek Lisans Tezi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı
Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KOTİL**

Temmuz 2005, xiii + 104 Sayfa

Bu çalışmada turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi incelenmiştir. İlk olarak 1963-2004 yılları arasındaki turizm gelirleri ve turist sayısı ifade edilmiş ve bu ifadeleri birtakım makroekonomik büyüklüklerle karşılaştırılmıştır. İkinci bölümde turizm sektörünün dış ödemeler bilançosu, mal ve hizmet fiyatları, ve ana üretim sektörleriyle ilişkisi; turizm sektörünün gelir yaratıcı etkisi ve istihdam yaratıcı özelliği incelenmiştir. Üçüncü bölümde turizm sektörünün sektörler-arası ilişkideki yeri girdi-çıkıtları tabloları yardımıyla ortaya konmuştur. Dördüncü ve son bölümde ise Türkiye'nin turizm talebine yönelik regresyon çalışması yapılmış, turizm talebini en çok etkileyen faktörler ve bu faktörlerin etki yönü ortaya konmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Ekonomisi, Turizm Talebi

Babama

TEŞEKKÜR

Sayın Tez Danışmanım Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KOTİL'e benden hiçbir zaman yardımını esirgemediği için teşekkür ederim. Sayın Dekanım Prof. Dr. Nevzat YOSMAOĞLU'na Sayın Bölüm Başkanım Prof. Dr. A. Ali KARACA'ya, Yrd. Doç. Dr. Sadık ÇUKUR'a, Yrd. Doç. Dr. Seyit Köse'ye, Yrd. Doç. Dr. Muhittin ATAMAN'a, bilgisayar desteği için Arş. Gör. Fatih KONUR'a ve tabi ki en büyük destekçim eşim Meryem'e de teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ABSTRACT	iii
ÖZET	iv
ATIF	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	x
GRAFİKLER DİZİNİ	xi
KISALTMALAR	xii

BÖLÜM I

GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemleri.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	3
1.3. Araştırmanın Yöntemi.....	3
1.4. Araştırmanın Planı.....	3

BÖLÜM II

PLANLI DÖNEMDE TURİZM SEKTÖRÜ	5
2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	5
2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	7
2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	9
2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	12
2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	15
2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	17
2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	20
2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	23

BÖLÜM III

TURİZM SEKTÖRÜNÜN MAKROEKONOMİK ETKİLERİ	27
---	-----------

3.1. Turizm Sektörü ve Dış Ödemeler Bilançosu Arasındaki İlişki.....	28
3.1.1. Dış Ödemeler Bilançosu Kavramı.....	28
3.1.2. Turizm Sektörünün Dış Ödemeler Dengesine Etkisi.....	29
3.1.3. Dış Turizm Bilançosu.....	31
3.2. Turizm Sektörünün Gelir Yaratıcı Etkisi.....	33
3.2.1. Turizm Sektörü Çoğaltan Katsayısı.....	34
3.3. Turizm Sektörünün İstihdam Yaratıcı Özelliği.....	37
3.3.3. İstihdam Çarpan Katsayısı.....	40
3.4. Turizm Sektörü ve Mal ve Hizmet Fiyatları Arasındaki İlişki.....	41
3.4.1. Turizm Sektörünün Fiyatlar Genel Seviyesi Üzerindeki Etkisi.....	42
3.4.2. Fiyatlar Genel Seviyesinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi.....	44
3.5. Turizm Sektörü ve Ana Üretim Sektörleri Arasındaki İlişki.....	45
3.5.1. Turizm Sektörü ve Tarım.....	46
3.5.2. Turizm Sektörü ve Sanayi.....	47
3.5.3. Turizm Sektörü ve Hizmetler.....	48

BÖLÜM IV

TURİZM SEKTÖRÜNÜN SEKTÖRLERARASI İLİŞKİDEKİ YERİ.....	49
4.1. Input-Output Tabloları ve Yöntem.....	49
4.2. Input-Output Tablo Sonuçlarının Değerlendirilmesi.....	52
4.2.1. Toplam İleri-Geri Bağlantı Etkileri.....	53
4.2.2. Toplam İleri-Geri Bağlantı Endeksleri.....	54
4.2.3. Toplam İleri-Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü.....	55

BÖLÜM V

TURİZM TALEBİ VE TURİZM TALEBİNİN TAHMİNLENMESİ.....	56
5.1. Turizm Talebi.....	56
5.2. Turizm Talebine Etki Eden Başlıca Unsurlar.....	57
5.2.1. Fiyat.....	57
5.2.2. Gelir Düzeyi.....	60
5.2.3. Coğrafi ve Kültürel Uzaklık (Mesafe)	61

5.2.4. Aile Yapısı.....	62
5.2.4. Eğitim Düzeyi.....	62
5.2.5. Kentleşme Düzeyi.....	63
5.2.6. Boş Zaman.....	63
5.2.7. Güvenlik.....	63
5.3. Turizm Talebinin Tahmin Edilmesi.....	64
5.3.1. Literatür.....	65
5.3.2. Yöntem.....	69
5.3.2.1. Regresyon Modelleri.....	70
5.3.3. Veri Seti ve Kaynaklar.....	72
5.3.4. Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi.....	75
5.3.4.1. Toplam Turist Sayısı İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	75
5.3.4.2. Almanya İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	78
5.3.4.3. Rusya İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	81
5.3.4.4. Hollanda İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	84
5.3.4.5. İngiltere İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	87
5.3.4.6. Fransa İçin Regresyon Analizinin Sonuçları.....	89
BÖLÜM VI	
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	92
KAYNAKÇA.....	98

TABLOLAR

Tablo 2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	7
Tablo 2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	9
Tablo 2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	11
Tablo 2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	13
Tablo 2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	16
Tablo 2.6. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	17
Tablo 2.7. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	19
Tablo 2.8. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	22
Tablo 2.9. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	26
Tablo 3.1. Dış Turizm Bilançosu	32
Tablo 3.2. Turizm Harcamalarının İstihdam Yarattığı Alanlar	38
Tablo 3.3. Turizm Sektöründe Doğrudan ve Dolaylı İstihdamın Toplam İstihdam İçindeki Payı	40
Tablo 3.4. Turizm İstihdam Çarpanı İle Oluşan İş Alanları	41
Tablo 4.1. Toplam İleri-Geri Bağlantı Etkileri	53
Tablo 4.2. Toplam İleri-Geri Bağlantı Endeksleri	54
Tablo 4.3. Toplam İleri-Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü	55
Tablo 5.1 Türkiye İle Bazı Akdeniz Ülkelerinin Karşılaştırmalı Fiyatları	59
Tablo 5.2 OECD Ülkelerinin Karşılaştırmalı Fiyat Düzeyleri.....	60

GRAFİKLER

Grafik 5.1. Türkiye'ye Gelen Toplam Turist ve Öngörülen Toplam Turist Sayısı	77
Grafik 5.2. Almanya'dan Gelen ve Öngörülen Almanya'dan Gelen Turist Sayısı.	81
Grafik 5.3. Rusya'dan Gelen ve Öngörülen Rusya'dan Gelen Turist Sayısı	84
Grafik 5.4. Hollanda'dan Gelen ve Öngörülen Hollanda'dan Gelen Turist Sayısı.....	86
Grafik 5.5. İngiltere'den Gelen ve Öngörülen İngiltere'den Gelen Turist Sayısı..	89
Grafik 5.6. Fransa'dan Türkiye'ye Gelen ve Öngörülen Turist Sayısı.....	91

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AŞ	: Anonim Şirketi
ATAK	: Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi
BYKP	: Beş Yıllık Kalkınma Planı
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
DTA	: Dış Ticaret Açıkları
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
KKTC	: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
NATO	: North Atlantic Treaty Organisation-Kuzey Atlantik Paktı Örgütü
OECD	: Organisation for Economic Cooperation and Development- Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OPEC	: Organisation of Petroleum Exporting Countries-Petrol İhraç Eden Ülkeler Birliği
TC	: Türkiye Cumhuriyeti
THY	: Türk Hava Yolları
TL	: Türk Lirası
TUSAP	: Turizm Sektörü Ana Planı
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UK	: United Kingdom-Birleşik Krallık, İngiltere
WB	: World Bank-Dünya Bankası

BÖLÜM I

GİRİŞ

Her ne kadar bölgesel çatışmalar terör ve diğer gelişmeler olumsuz etkilese de ulaşım araçlarındaki olumlu gelişme ve küreselleşme sayesinde 20. yüzyılın son çeyreğinde özellikle de son on yılında, turizm sektörü hem dünyada hem de Türkiye’de hızla gelişti. Bu nedenle literatüre, turizm sosyolojisi, turizm sektörü, turistik ürün gibi kavramlar girdi. Bu kavramlardan biri de turizm ekonomisidir. İnsanların yaşamlarında önemli yer tutmaya başlayan bazı ülke ekonomilerinde kilit sektör haline gelen turizm, üzerinde çok konuşulan, çok araştırılan ve çok yazılan bir konu olarak hem kendi içinde gelişmiş hem de bu gelişmenin doğal sonucu olarak diğer bilimlerle ilişkiye girmiştir. Bu çalışmada da turizmin Türkiye ekonomisindeki yeri incelenmiştir.

Ortaya çıkan bu gelişme turizm sektörünü basit bir gezme-görme-eğlenme faaliyeti olmaktan çıkarmış, özellikle Türkiye gibi bazı ülkeler açısından döviz kazandırıcı özelliği ön plana çıkmıştır. Turizmin ekonomik etkilerinin, bu etkilerin sürekliliğinin, büyüklüğünün ve yönünün analiz edilmesi, hem ulusal ekonomi açısından hem de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler açısından oldukça önemlidir.

Günümüzde özellikle azgelişmiş ülkeler açısından en temel hedef iktisadi büyüme ve kalkınmadır. Gelişmekte olan ülkeler kalkınmayı sağlamak için, gelişmiş ülkeler ise mevcut durumlarını devam ettirmek ve refah seviyesini daha yukarılara doğru çekmek için nitelikli işgücüne ve sermayeye ihtiyaç duymaktadır. Oysa özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından hem tasarruf oranının düşük olmasından ötürü hem de mevcut sermayenin ülkede üretilmeyen ithal mallara harcanmasından ötürü sermayenin oldukça kıt olması nedeniyle bu ülkelerin uluslararası rekabette çok şansı olmamaktadır. Bu ülkelerin uluslararası piyasalardan borçlanmaları

taşıdıkları geriye ödeyememe riskinden ötürü oldukça zordur. Marjinal harcama eğilimi yüksek olduğundan tasarruf oranları da düşüktür.

Tüm dünyada özellikle 1980’li yıllardan itibaren yoğun şekilde gündeme gelen ve hızla gelişen turizm sektörü ülkelere kalkınma ve büyüme açısından çok önemli olan sermayeyi sağlama imkanı sunmaktadır. Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörü gelişmekte olan bu ülkelere döviz girdisi sağlamakta, yeni istihdam olanakları oluşturmakta ve dış ödemeler bilançosu açıklarını kapatmakta, böylece ekonomiye ihtiyacı olan dinamizmi sağlamaktadır. Özellikle tarihi ve doğal güzelliklerini diğer ülkelere iyi pazarlayabilen ülkeler turizm gelirlerini ve dolayısıyla da döviz gelirlerini artırmış, kalkınmada ve büyümede en çok ihtiyaç duyulan sermayeyi bu vesileyle sağlama yoluna gitmişlerdir. Ayrıca turizm sektöründe emek yoğun üretim tekniği hakimdir. İstihdam yaratıcı yönüyle de turizm sektörü ülkeler açısından oldukça önemlidir.

Türkiye özellikle 1980’li yıllardan sonra turizm sektöründe çok ciddi atılım gerçekleştirerek bu sektör vasıtasıyla döviz geliri elde etme imkanına kavuşmuştur. 1980’li yılların başından itibaren uygulanmaya konulan teşvikler bu durumu sağlayan başlıca unsur olmakla beraber, tüm dünyada turizm sektörünün gelişmesi yine aynı yıllara rastlamaktadır.

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMLERİ

1. 1963–2004 döneminde turizm sektörünün Türkiye ekonomisine katkısı ne olmuştur? Bu dönemde Türkiye’nin turizm talebi hangi yönde hareket etmiştir?
2. Turizm sektörü bir ekonomideki hangi makro büyüklükleri etkilemektedir?
3. Türkiye’de turizm sektörünün sektörler arası ilişkideki boyutu nedir?
4. Türkiye’nin turizm talebini neler etkilemektedir? Türkiye’ye en çok turist gönderen ülkeler açısından regresyon analizinin sonuçları nelerdir?

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı “Türkiye’de turizm sektörünün ekonomideki yerini ve önemi”ni incelemek ve böylece bu sektörün gelişimini sağlamaktır. Turizm sektörünün gelişimiyle beraber bu alanda literatür eksikliği ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmalar sayesinde turizm sektörünün durumu daha iyi analiz edilecektir. Çalışmada Türkiye’ye en çok turist gönderen ülkelerin talep fonksiyonları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

1.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır ve her bölümde farklı bir yöntem izlenmiştir. Birinci ve ikinci bölümlerde “Tarama” ve “Betimleme” yöntemleri kullanılmıştır. Birinci bölümde önce beş yıllık kalkınma planları incelenmiş, daha sonra ilgili dönemde oluşan turizm gelirleri ve turist sayısı rakamları tablo halinde sunulmuş ve tabloda turizm gelirleri ile ihracata, gayri safi milli hasılaya (GSMH) ve dış ticaret açıklarına oranlanmıştır. İkinci bölümde ise turizm sektörünün etkilediği makroekonomik büyüklükler ifade edilmiştir. Üçüncü bölümde “Input-Output” yöntemi ve son olarak dördüncü bölümde “Regresyon Analizi” yöntemi kullanılmıştır.

1.4. ARAŞTIRMANIN PLANI

Araştırmanın ilk kısmında Türkiye’de turizm sektörünün 1963–2004 yılları arasındaki gelişimi incelenmiştir. Bu bağlamda beş yıllık kalkınma planlarında öngörülen hedefler incelenmiş, bu hedeflerin ne derece gerçekleştiği saptanmış, gelen turist sayısı, turist sayısındaki artış oranı, turizm gelirleri, turizm gelirlerindeki

artış oranı ve turist başına düşen ortalama harcama miktarı yıllar itibariyle sıralanmıştır. Turizm gelirlerinin ihracata, gayri safi milli hasılaya (GSMH) ve dış ticaret açıklarına oranı 1963–2004 yılları itibariyle sıralanmıştır. Böylece Türkiye’de özellikle 1980’li yıllardan sonraki dönemde turizm sektörünün ne kadar geliştiği ve ülke ekonomisinde ne kadar önemli hale geldiği ifade edilmiştir.

Çalışmanın ikinci kısmında turizm sektörünün dış ödemeler bilançosuna olan etkisine, sektörün gelir yaratıcı etkisine, istihdam yaratıcı özelliğine, fiyatlar üzerindeki etkisine ve ana üretim sektörleriyle olan ilişkisine teorik olarak değinilmiştir. Bunun için önce bu kavramlar açıklanmış, daha sonra turizm sektörü ile olan ilişkilerine değinilmiştir.

Üçüncü kısımda turizm sektörünün diğer sektörlerle olan ilişkileri ve ilişki derecesi araştırılmıştır. Bunun için önce input-output tabloları açıklanmış, daha sonra sektörün ekonomideki diğer sektörlerle olan ilişkisi 1996 ve 1998 Input-Output tabloları yardımıyla incelenmiş, ekonomideki diğer sektörleri ne derece etkilediği ortaya konulmuştur.

Dördüncü ve son kısımda ise en küçük kareler yöntemiyle turizm sektörü için talep fonksiyonu tahmin edilmiştir. Bu bölümde ilk olarak Türkiye’nin toplam turizm talep fonksiyonu tahminlenmeye çalışılmış, daha sonra Türkiye’ye en çok turist gönderen ülkeler olan Almanya, Rusya, İngiltere, Hollanda ve Fransa’dan Türkiye’ye gelen turist sayıları tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu kısımda hem tek tek ülkeler açısından hem de toplam tahmin açısından Türkiye’ye gelen turist sayısını etkileyen bağımsız değişkenler ortaya konulmuştur.

BÖLÜM II

PLANLI DÖNEMDE TURİZM SEKTÖRÜ

Türkiye’de 1963 sonrası döneme “Planlı Dönem” adı verilir. İktisadi plancılık “Belirli bir dönemde belirli sosyo-ekonomik amaçlara ve sayısal olarak ifade edilen hedeflere ulaşmak için, bu işle görevlendirilmiş organlar tarafından ve daha önceden saptanan araçları kullanmak suretiyle belli bir bölgede yürütülen faaliyetlerin tümü” olarak tanımlanabilir (Öney, 1987:20–21).

Her ne kadar öncesinde bazı planlar hazırlansa da, 1963 yılında I. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile asıl planlı dönemin başladığı söylenebilir. Planlı dönem 1950’li yıllardaki plansız kalkınma anlayışına tepki olarak başlamış ve günümüze kadar gelmiştir. 2005 yılı itibariyle bu planların sekizincisi uygulanmaktadır. Ancak bazı yıllar herhangi bir plana ait değildir. 1978, 1984 ve 2000 yılları herhangi bir plan dönemine ait değildir. Bu yıllarda en son uygulanan planlar devam ettirilmiştir.

Beş yıllık kalkınma planları kamu yatırımları için zorunlu hedefler özel kesim yatırımları içinse yol gösterici hedefler içermektedir. Özel sektör gösterilen hedeflere ulaşmak için çeşitli teşviklerle özendirilmiştir. 1961 Anayasasıyla anayasal bir kuruma halini alan Devlet Planlama Teşkilatı hangi özel yatırımların teşvik alacağına karar veren kurum halini almıştır.

2.1. BİRİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1963–1967)

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda yabancı ülkelerde gelişen turizm sektörünün, Türkiye’de de gelişeceği beklenmiştir. Türkiye’deki mevcut turistik

potansiyelin, tarihi ve doğal zenginliklerin iyi değerlendirilmesi, bunu gerçekleştirmek için gerekli yatırımların yapılması, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin artırılması, konaklama tesislerinin yapımı, sektörün çeşitli alt kesimlerinin canlandırılması için izlenecek ana politikalar ve ilkeler belirlenmiştir. Turistlerin ortalama 6 gün kalarak 100 dolar harcamalarının sağlanması hedeflenmiştir. Turist çekme kabiliyeti yüksek olan yerlerin ele alınması ve geliştirilmesi kararlaştırılmış, turizm yönünden gelişmiş ve gelişmekte olan yerlerin ele alınması istenmiştir. Bu faaliyetlerin bir sonucu olarak birinci plan döneminde kamu tarafından turizm bankası aracılığı ile Abant, Kilyos, İstinye, Akça, Marmaris ve Uludağ gibi yerlerde örnek tesisler olarak büyük oteller ve tatil köyleri inşa edilmiştir (Karakaya, 1998:116).

Bütün bu belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi için birtakım kararlar alınmıştır. Bu kararlar Türkiye’de turizm işlerini yürütmek üzere yetkili bir teşkilatın kurulması, yerleşim yerlerinde “Turizm Geliştirme Kurulu” kurulması, yeni kurulacak tesislere vergi muafiyeti getirilmesi, personel eğitimine önem verilmesi, festivaller ve olimpiyatlar düzenlenmesi, uygun kredi temininin sağlanması ve gümrük ve kambiyo işlerinin basitleştirilmesi gibi önlemlerden oluşmaktadır. Ödemeler dengesi açığının turizm gelirleriyle kapatılması amaçlanmıştır (I. BYKP, 1963: 425-428).

Tablo 2.1’de görüldüğü gibi dönemin son yılı olan 1967’de hedeflenen turist sayısı aşılrken (Gerçekleşme oranı %138) turizm gelirlerindeki hedefin ancak yarısına (Gerçekleşme oranı %52) ulaşılmıştır. 1963 yılında 198 bin olan turist sayısı %190 artarak 1967 yılında 574 bine ulaşmıştır. Yine aynı yıllar itibariyle 1963 yılında 7,7 milyon dolar olan turizm geliri %71 artarak 1967 yılında 13,2 milyon dolara ulaşmıştır. Turist başına harcama düzenli olarak azalarak 1963 yılında 39 dolar iken 1967 yılında 23 dolar olmuştur. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı pek değişmemiştir. Turizm gelirlerinin ihracata oranı 1963 yılında %2,1 iken 1965 yılında %3’e yükselmiş, ancak 1967 yılında %2,5’e gerilemiştir. 1965 yılı hedeflerin

gerçekleşmesi açısından en başarılı yıl olmuş ve bu yılda turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma oranı %1,3'e kadar çıkmıştır.

Tablo 2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1963	198	*	7,7	*	2,1	0,1	39	0,02
1964	229	15,7	8,3	14,3	2	0,1	36	0,07
1965	361	57,6	13,8	62,5	3	0,2	38	0,13
1966	449	24,4	12,1	-7,7	2,5	0,1	27	0,05
1967	574	27,8	13,2	8,3	2,5	0,1	23	0,08

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

Bir çok konunun mevzuat değişikliği gerektirmesi, imkanların oldukça sınırlı olması ve bazı konularda yeterince araştırma yapılmadan harekete geçilmesi hedeflere ulaşılamamasının nedenlerindendir. Tedbirlerin bazıları daha sonraki planlarda ya tamamen terk edilmiş, ya da değişikliğe uğramıştır (Dinçer, 1993: 102).

2.2. İKİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1968-1972)

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm ile ilgili olarak öncelikle bir durum analizi yapılmıştır. Bu analizde özellikle Akdeniz ülkelerinde turizmin hızla geliştiği vurgulanmış, daha sonra Türkiye ile ilgili değerlendirmede dış seyahat ve turizm kalemindeki 9.3 milyon dolarlık açığa dikkat çekilmiştir. Turizmin sosyo-kültürel boyutuyla da ilgilenilmiştir. Ayrıca alt yapı ve yatak sayısı ile ilgili olumlu gelişmeler açıklandıktan sonra günümüzde de geçerli olan bir durum

değerlendirilmesi yapılmıştır. Buna göre, “Ancak bu olumlu gelişmeler yanında kredisiz inşaat yapan bazı müteşebbislerin yatak başına maliyeti düşürme gayreti içinde her türlü denetlemeden uzak olarak çok kalitesiz ve standardı düşük tesisler kurdukları dikkati çekmektedir” (II. BYKP, 1968: 416).

Bu geçmiş dönem analizinden sonra İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda turizm ile ilgili önlemler ve teşvikler anlatılmıştır. Burada öncelikle dış seyahat ve turizm kalemindeki negatif durumu pozitif çevirici önlemler yer almıştır. Bu planda turizmin ödemeler bilançosundaki öneminden ziyade, sektörün kendi içindeki denkliği hedeflenmiştir: “1970 yılından itibaren dış seyahat gelir ve giderlerinde bir denge kurulacağı tahmin edilmektedir. Bu seneden sonra kitle turizmine yönelik turizm politikasının olumlu etkileriyle turizm gelirlerimizde hızlı bir yükselme ümit edilebilir” (II. BYKP, 1968: 416). Daha sonra bu amaç doğrultusundaki şu tedbirler sıralanmıştır: Turizm ve Tanıtma Bakanlığı’nın kuruluş değişikliklerini yaparak teşkilatlanmayı sağlaması, turistik tanıtımın sadece bu bakanlık tarafından ihtiyaç halinde diğer kamu kuruluşlarının işbirliği ile yapılması, çevre sağlığı ve gıda kontrolüne önem verilmesi, “Turizm İşletmeleri Kurumu”nun kurulması, kredilerin artırılması, Türkiye’nin turizm açısından fiziki bir planının yayınlanması, uluslararası işbirliğine gidilmesi ve tarihi eserlerin korunması (II. BYKP, 1968: 600–601).

Bu dönemde turizmin gelişmesi için kalkınma planlarından ayrı olarak bölgesel, yerel ve metropoliten planlar da hazırlanmıştır. Metropoliten planlar Ankara, İzmir ve İstanbul’u kapsamıştır. Bölgesel ve yerel politikaların yanı sıra üç ana şehir planının hazırlanması için planlama büroları kurulmuştur. Bu bürolar İmar-İskan Bakanlığı’na bağlanmıştır. Ayrıca Antalya, Muğla, ve Kapadokya içinde turizmin gelişmesini hedefleyen ayrı planlar hazırlanmıştır. (Karakaya,1998:118).

1972 yılında 135 milyon dolar olan plan hedefi tutturulamamış, turizm gelirleri 103,7 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve gerçekleşme oranı %64,9’da kalmıştır. Yine aynı yıl 1.435.000 olan turist sayısı hedefi %72,1 oranında gerçekleşerek 1.034.995 kişi olmuştur. Her ne kadar plan hedeflerine tam olarak ulaşılmasa da çok uzağında kalınmamıştır. Bu yıllarda Ortadoğu bölgesinin karışık

olması ve Arap-İsrail savaşının patlak vermesi planların tutmamasında etkili olmuştur.

Tablo 2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1968	602	4,9	24,1	84,6	4,9	0,2	40	0,09
1969	694	15,3	36,6	50	6,8	0,3	53	0,14
1970	724	4,3	51,6	41,7	8,8	0,5	71	0,14
1971	926	27,9	62,9	21,6	9,3	0,5	68	0,13
1972	1034	11,7	103,7	66,1	12,4	0,6	100	0,15

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

Tablo 2.2’de görüldüğü gibi, 1968 yılında 602 bin olan turist sayısı dönem sonunda %72 artarak 1 milyon olmuştur. Bu plan döneminde turizm gelirlerindeki artış dikkati çekmektedir. 1968 yılında 24,1 milyon dolar olan turizm geliri %330 artarak 1972 yılı sonunda 103,7 milyon dolara yükselmiştir. 1972 yılında turizm gelirlerinin ihracata oranı %12,4’e kadar ulaşmış, turist başına harcama 100 dolar olarak gerçekleşmiştir. Yine aynı yıl turizm gelirinin GSMH içindeki payı %0,6 turizm gelirlerinin DTA’nı kapatma oranı %1,5 olarak gerçekleşmiştir.

2.3. ÜÇÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1973–1977)

Bu Plan’da ilk olarak birinci ve ikinci beş yıllık kalkınma planlarında turizmin sektörünün durumu incelenmiş, turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından hedeflerin altında kalındığı, ancak yine de bu dönemdeki gelişmenin dünya

ortalamasının üzerinde olduğu vurgulanmıştır. Geçmiş planlardaki eksiklikler saptanmış ve kredi eksikliğinden bahsedilmiştir (3. BYKP, 1972: 615).

Daha sonra hedefler kısmına geçilmiş, 5, 10 ve 15 yıllık olmak üzere hedefler belirlenmeye çalışılmıştır. Ancak çok çeşitli faktörlere bağlı olduğundan turizm talebinin tahmin edilmesinin zorluğundan bahsedilmiştir. 1977 yılında turizm geliri 605 milyon dolar, turist sayısı ise 5,5 milyon olarak tahmin edilmiştir (3. BYKP, 1972: 616–617).

Plan'ın uluslararası karşılaştırmalar kısmında turizmin yükselen bir değer olduğunun altı çizilmiş, bu pastadan pay almanın gerekliliği vurgulanmış, ABD, İşpanya, Kanada, İtalya, Yugoslavya, Fransa, İngiltere, Portekiz ve Yunanistan ile turizm gelirleri ve turist sayısı bakımından karşılaştırmalar yapılmıştır. (3. BYKP, 1972: 618–619) Bu ölkelerden ABD, Kanada ve İngiltere haricindeki ölkelerin Akdeniz ölkeleri olmaları rastlantı değildir. Bu ölkeler turizm bakımından benzeyen iklimleri dolayısıyla Türkiye'nin uluslararası alandaki rakipleridir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda özel sektöre de yer verilmiştir: “Turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizm talebine uygun biçimde özel sektör esas alınacaktır. Kamunun yatırımı ve işletmeciliği öncü ve örnek tesislere veya yabancı yatırımlara özel milli sektörün kifayetsizliği ölçüsünde eşlik amacına yönelecektir” (3. BYKP, 1972: 620).

Plan'ın tedbirler kısmında kitle turizminin esas alınmasına, turizmle ilgili planlama çalışmalarına, alt ve üst yapı eksikliklerinin giderilmesine, kredi ihtiyacının giderilmesine, sosyal turizmin geliştirilmesine, ölkede i turizmin teşvik edilmesine ve uygulamalı olarak turizmde istihdam edilecek insan yetiştirilmesine değinilmiştir (3. BYKP, 1972: 620–621).

Tablo 2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1973	1341	29,7	171,5	66	13	0,8	128	0,22
1974	1110	-17,2	193,7	12,9	12	0,6	175	0,09
1975	1540	38,7	200,9	3,6	14,3	0,5	130	0,06
1976	1675	8,8	180,5	-10	9,2	0,4	108	0,06
1977	1661	-0,8	204,9	13,3	11,7	0,4	123	0,05

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

Tablo 2.3’de de görüldüğü gibi, bu döneme istikrarsız rakamlar hakimdir. Bunun nedeni hem Türkiye genelinde, hem de dünyada yaşanan konjonktürel durumdur. Bu dönemde Kıbrıs Barış Harekatı gerçekleşmiş, Türkiye siyasi ve iktisadi krizlerle başa çıkmaya çalışmıştır. Ayrıca petrol krizi hem dünyayı hem de Türkiye’yi derinden etkilemiştir. Turizm talebini en çok etkileyen unsurlardan birinin güvenlik olduğu hatırlanırsa 1974 yılında turist sayısındaki azalma normal karşılanmalıdır; zira bu yılda Kıbrıs Barış Harekatı gerçekleşmiştir. Kıbrıs adası Türkiye’nin turizm merkezlerine oldukça yakındır. Yine bu yıllarda petrol krizi olmuştur. Petrolün varil fiyatı 2 dolar seviyelerinden 40 dolar seviyelerine kadar yükselmiş, bu da dünya genelinde enflasyona neden olmuş ve insanların satın alma gücü azalmıştır. Petrol fiyatlarındaki bu artış turizm harcamalarında önemli bir yer tutan ulaşım maliyetlerinde önemli artışlara neden olmuştur.

1973 yılında 1,3 milyon olan turist sayısı 5 yılda %23 artarak 1977 yılında 1,66 milyon olabilmıştır. Turizm geliri ise %20 artarak 172 milyon dolardan 205 milyon dolara kadar çıkmıştır. 1977 yılında turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma oranı %5’e kadar düşmüştür. Bunun nedeni turizm gelirlerindeki azalma değil dış ticaret açıklarındaki artıştır. Bu dönemde DTA 4 milyar dolar olmuş ve ihracatın ithalatı karşılama oranı %30’a kadar düşmüştür. Plan döneminde turist

başına harcama tutarı ilk yıllar artış göstermesine rağmen sonraki yıllarda azalmış ve 123 dolara kadar düşmüştür.

2.4. DÖRDÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1979–1983)

Bu Plan’da ilk olarak üçüncü beş yıllık kalkınma planı dönemi incelenmiş, petrol krizi nedeniyle istenilen hedeflere ulaşamadığı belirtilmiştir. 1973-1977 döneminde gerçekleşen turizm gelir ve giderleri tablo ile gösterilmiş ve bu gelir ve giderlerin ihracat ve ithalat içindeki payı anlatılmıştır. 1976 yılından itibaren eksi bakiye vermeye başlayan turizm bilançosunun 1978 yılından itibaren artı bakiye vermeye başlayarak ödemeler bilançosuna olumlu katkı yapması beklenmiştir (4. BYKP, 1979: 429).

Hedefler kısmında dördüncü plan dönemi sonu itibariyle turizm gelirlerinin 691 milyon dolara, turist sayısının ise 3,5 milyona yaklaşması hedeflenmiştir. Ayrıca yatak sayısı hedefi 95.000 olarak belirlenmiş, bu hedefe ulaşmak için 18,3 milyar liralık yatırım yapılacağı tahmin edilmiştir. Kitle turizmine önem verileceği söylenmiş, bu amaca yönelik olarak Organize Turizm Bölgelerinin geliştirilmeye başlanması hedeflenmiştir (4. BYKP, 1979: 430–431).

İlkeler ve politikalar kısmında; kitle turizmine önem verilmesi, turizm yatırım ve işletmeciliğinde kamunun etkinliğinin artırılması, özel kesim ve yabancı sermayenin özendirilmesi, yabancı uyruklu personel çalıştırılmasının kolaylaştırılması, kamuya ait tesislerin yeniden yapılandırılarak tek merkeze bağlanması, TC. Turizm Bankası AŞ, Türk Hava Yolları, Devlet Hava Meydanları, Limanlar Genel Müdürlükleri arasında işbirliği sağlanması, uçak filosunun artırılması, charter seferleri düzenlenmesi, mevsimsel talebin dengeli dağılmasına yönelik tedbirler alınması ve nitelikli eleman yetiştirilmesi ilke ve politika olarak belirlenmiştir (4. BYKP, 1979: 432-433).

1983 yılındaki turizm geliri 411 milyon dolar olmuş plan hedefi %59,4 olarak gerçekleşmiş, turist sayısı ise %47 oranında gerçekleşerek 1.625.099 kişi olabilmıştır. Türkiye'nin bu dönemde siyasi olarak karışık olması hedeflere ulaşmayı engellemiştir.

Tablo 2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	½	
1979	1523	-7,4	280,7	21,7	12,4	0,5	184	0,1
1980	1288	-15,4	326,7	16,4	11,2	0,6	254	0,07
1981	1405	9,1	381,3	16,9	8,1	0,8	271	0,09
1982	1391	-1	370,3	-2,9	6,4	0,7	266	0,12
1983	1625	16,8	411,1	11,1	7,2	0,8	253	0,12

Kaynak: TÜRİSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

Yıllık ortalama olarak turist sayısında %15, turizm gelirinde ise %23 artış hedeflenmesine rağmen 1979-1983 döneminde turist sayısı %6, turizm geliri ise %46 artmıştır. 1979'da %0,5 olan turizm gelirin GSMH'ya oranı 1983'te %0,8'e çıkmıştır.

1979-1983 dönemi Türkiye'nin hem siyasi hem de iktisadi gelişiminde bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde 1950'li yıllardan beri uygulanan ithal ikameci sistem terkedilmiş, yerine ihracata dayalı, dışa açık, liberal politikalar uygulanmaya başlanmıştır. 24 Ocak 1980 tarihinde alınan ve "24 Ocak Kararları" olarak bilinen kararlar bu dönüşümün başlangıcını teşkil eder.

"Reel devalüasyonlar doğrultusunda işletilen bir kambiyo politikası adım adım liberasyona yönelen bir ithalat rejimi, pahalı döviz, ucuz kredi ve vergi iadesi gibi teşvik ve sübvansiyonlarla desteklenen ihracatın bir ulusal öncelik haline getirilmesi; fiyat kontrollerinin ve temel malların çoğundaki

sübvansiyonların kaldırılması ve iç talebin daraltılmasına dönük makro politikalar 24 Ocak kararları ile ekonomiye damgasını vuracak olan iktisat politikaları yönelişinin temel unsurlarıdır” (Boratav, 2003: 149).

Türkiye’nin serbestleşme sürecinde başlangıçta temel amaç, ne pahasına olursa olsun döviz kazanmak olarak ortaya çıkmıştır. Turizmin ekonomiye katkısı bu çerçevede düşünülmüştür. 1980’li yıllardan sonra hem turist sayısı hem de turist başına harcama tutarını artıracak tedbirler alınmıştır.

24 Ocak 1980 kararları bağlamında 1982 yılında sektördeki sorunları çözüme ulaştırmak ve gerekli yasal düzenlemeleri getirmek amacıyla “Turizmi Teşvik Yasası” yürürlüğe sokulmuştur. Bu yasa ile turizm sektörünün düzenlenmesi ve geliştirilmesi, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturulması hususunda tertip ve tedbirler getirilmiş ve bu da sektörün gelişimine önemli bir ivme kazandırmıştır.

Turizmi Teşvik Yasası’na bağlı olarak planlamaya, kamu arazilerinin turizm sektörüne tahsisine, turizm yatırım ve işletmelerinin niteliklerine yönelik yönetmelikler hazırlanarak yürürlüğe sokulmuştur. Serbest pazar ekonomisine geçiş sürecinde kamu arazilerinin turizm yatırımlarına 49 yıllığına tahsisi başta olmak üzere sektöre son derece cazip teşvikler sunulmuştur.

Bu teşviklerin başlıcaları; kamu arazilerinin turizm yatırımlarına tahsisi, Turizmi Geliştirme Fonu, yabancı personel çalıştırma imkânı, yatırım indirimi, teşvik kredileri, vergi indirimi, finansman fonu, teşvik primleri, düşük faizli ve uzun dönemli turizm kredileri ve gümrük muafiyeti olarak sıralanabilir.

Bütün bu gelişmeler ışığında 1980’li yıllarda turizm sektöründe azımsanmayacak bir gelişme kaydedilmiştir. Bu teşvikler ve ülkede sağlanan istikrar sayesinde Avrupa’nın en nitelikli turistik tesisleri ülkemizde gerçekleşmiş ve 80’li yıllarda yatak kapasitesinde çok hızlı bir artış meydana gelmiştir. Bu durum aşağıdaki Tablo 2.5 ve Tablo 2.6’da görülebilir.

2.5. BEŞİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1985-1989)

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1980 sonrası hazırlanan ilk plan olması nedeniyle ayrı bir önem taşımaktadır. “Türkiye’ de turizm hareketlerini incelerken 1980 sonrası dönemin, üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Çünkü bu dönem içerisinde ülkemizin turizm tarihinde hiç rastlanmayacak bir gelişme hızı yakalanmış, birkaç yıllık süre içerisinde turistik arz kapasitesi elde edilen döviz ve gelen yabancı sayılarında büyük gelişmeler sağlanmıştır” (Kozak vd., 2001: 116).

Plan’ın hedefler kısmında turizm gelirlerinin yılda ortalama %14,2 turist sayısının ise yılda ortalama %10,8 artması hedeflenmiştir. Plan dönemi sonunda yatak sayısının 100.000’e ulaşması beklenmektedir. Planın ilkeler ve politikalar kısmında Türkiye’nin tabii, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, kış, av ve su sporları, festival, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyelinin geliştirileceği, ekolojik dengenin korunacağı, çevrenin temiz ve sağlıklı tutularak güzelleştirilmesi gerektiği, OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerin geliştirileceği, kitle turizmine önem verileceği belirtilmiştir. Ayrıca istatistik verilerin yetersizliği vurgulanarak bu konuda daha modern çalışmalar yapılacağı, kamu kurumları, gönüllü kuruluşlar ve özel sektör arasında işbirliği sağlanacağı, Turizm Bankasının doğrudan yatırım yerine fonları kredi olarak kullanılacağı belirtilmiştir (5. BYKP, 1984: 120).

Bu Plan döneminde bakanlığın en önemli planlama faaliyeti Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi olmuştur. Bu proje; planlama, programlama, finansman, yürütme, yönetim süreçlerini kapsayan entegre bir turizm faaliyeti olup, 1995 yılına kadar bölgede toplam 38.000 yatak kapasitesinin oluşturulması amaçlanmıştır. Toplam yatak kapasitesinin %80’inin yabancı kitle turizm pazarına sunulması planlanmıştır. Projede kamu, önemli ve öncü rolü oynamakta, özel sektöre ise ek finansman kredileri ve kolaylıkları sağlanmaktadır. Bundan başka, yüksek

standartlı özel turizm alt yapısının hazırlandığı projede, yerli ve yabancı yatırımlara iyi koşullarda kamu arazisi tahsis edilmektedir (Karakaya, 1998: 122).

Yukarıda anlatılan 24 Ocak kararlarına ek olarak, serbestleşme hareketleri bu dönemde de hız kesmeden sürdü. İthalat ile ihracatta serbestleşme ve kurumlaşmayı döviz piyasasındaki serbestleşme izledi. 1985 sonunda yurt içinde yerleşik olanların ve olmayanların ticari bankalarda döviz tevdiat hesapları açmaları serbest bırakıldı. 1985’de serbest bölgeler, 1986 yılında borsa kuruldu. Bütün bu faaliyetler turizmi olumlu yönde etkiledi. Ülke içinde daha rahat dolaşım, dışa açık ekonomi sayesinde ülke içinde mal çeşitlenmesi ve yanında istediği kadar döviz bulundurması ve harcayabilmesi turistleri daha çok harcama yapmaya itmiştir. Bununla beraber bu dönemde gelen turist sayısı beklenenin çok üzerinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde turizmin gelişimi Tablo 2.5’te görülmektedir.

Tablo 2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

Yıllar	Turist Sayısı Tahmini	Gelen Turist Sayısı	Gerçekleşme Oranı (%)	Turizm Gelirleri Tahmini (000 \$)	Gerçekleşen Turizm Gelirleri	Gerçekleşme Oranı (%)
1985	2.000.000	2.614.000	131	510.000	1.482.000	291
1986	2.200.000	2.391.000	109	579.200	1.215.000	210
1987	2.400.000	2.855.000	119	661.600	1.721.100	260
1988	2.700.000	4.172.000	155	759.400	2.355.300	310
1989	3.000.000	4.459.000	149	878.000	2.556.500	291

Kaynak: Münger, 1999: 39 ve 41

1985-1989 döneminde planda hedeflenen turizm gelirlerinin gerçekleşme oranı yıllık ortalama %272, turist sayısının gerçekleşme oranı ise yıllık ortalama %132 olmuştur. Turizm gelirlerinin, turist sayısından fazla artmasının nedeni yukarıda belirtilen unsurlara bağlanabilir. Bu beş yıllık dönemde toplam turist sayısı 18,6 milyon kişi, toplam turizm geliri de 3,8 milyar dolar olmuştur.

Tablo 2.6. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'YA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1985	2614	23,5	1482,0	76,4	18,6	2,8	567	0,44
1986	2391	-8,5	1215,0	-18	16,3	2,1	508	0,33
1987	2855	19,4	1721,1	41,6	16,9	2	603	0,43
1988	4172	46,1	2355,3	36,8	20,2	2,6	565	0,87
1989	4459	6,9	2556,5	8,5	22	2,3	573	0,61

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

1983 yılında %0,8 olan turizm gelirlerinin GSMH'ya oranı, 1984 yılında %1,7'ye yükselmiş, beşinci plan döneminin başladığı yıl olan 1985 yılında ise %2,8'e yükselmiş ve genel olarak dönem boyunca bu seyrini korumuştur. Bu durumun nedeni dönem boyunca turizm gelirlerinin yanında GSMH rakamının da artmasıdır. 1983, 1984 ve 1985 yıllarındaki turist başına harcama tutarı sırasıyla 253, 397 ve 567 dolar olmuş, 1987 yılında 603 dolara kadar yükselmiştir. 1985 yılında turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma oranı %44 iken 1989 yılında bu rakam %61'e kadar yükselmiştir. 1985-1989 döneminde turist sayısı %70 (yıllık ortalama %14) artarken, Turizm geliri %72 (yıllık ortalama %14,4) artmıştır.

2.6. ALTINCI BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1990-1994)

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda diğer kalkınma planlarına kıyasla turizme daha fazla önem verilmiştir. Bu dönemde turizm sektörünün ekonominin

belkemiğini oluşturduğu görülmüştür (Karakaya, 1998: 122-123). Bu duruma bir önceki dönemde yakalanan başarı yol açmıştır.

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde turizm gelirlerinin yıllık ortalama %13,6 artışla dönem sonunda 5,5 milyar dolara, turist sayısının ise %8,2 artarak dönem sonunda 7,4 milyon kişiye ulaşması, plan dönemi sonunda 350 bin yatağa ulaşılması hedeflenmektedir (6. BYKP, 1989: 281).

Plan'ın ilkeler ve politikalar kısmında; sektörde kış, av ve su sporları ile festival, sağlık, gençlik, kongre, termal, golf ve üçüncü yaş* turizminin daha cazip hale getirilmesi, turizm sektöründe istihdam edilenlerin bilgi ve becerilerinin eğitim yoluyla artırılması, turizm alt yapı ve üst yapısının iyileştirilmesi, turistik değerlerin korunması yönünde politikalar geliştirilmesi, charter taşımacılığının geliştirilmesi, yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğüne teşvik edilmesi, mevcut tesislerde doluluk oranını artırıcı ve turizm faaliyetini bir yıla yaygınlaştıracak önlemlerin alınması, doğal güzelliklerin ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilmesi, belirle sahaların korumaya alınarak turizme açılmasının teşvik edilmesi, turistik tesis işletmeciliğinin geliştirilmesi, küçük kapasiteli işletmeler ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi, toplumun en uygun ve sağlıklı şekilde tatil yapmasının sağlanması ilke ve politika olarak belirlenmiştir (6. BYKP, 1989: 281-282).

Plan'da turizmin değişen yönü iyi saptanmıştır. Zira bu dönemde tüm dünyada kültür turizmi ağırlık kazanmaya başlamış, deniz, kum ve güneş üçgenine dayalı tatil anlayışından yavaş yavaş vazgeçilmeye başlanmıştır. Ayrıca belli bir yaşın üstündeki insanlara hitap eden ve ağırlıklı olarak kültür turizmine dayanan üçüncü yaş turizmi, gelişmiş ülkelerde hızla yaşlanan nüfusa bağlı olarak bu yıllarda önem kazanmaya başlamıştır.

Plan dönemi sonunda 5,5 milyar dolar olan turizm geliri hedefinin %78 oranında, 7,4 milyon kişi olan turist sayısı hedefinin ise %90 oranında gerçekleştiği görülür. Her ne kadar hedefler tam olarak tutturulamasa da, bir önceki dönemin

* 60 ve üzeri yaş grubunda yer alan insanların gerçekleştirdikleri turizm hareketlerine denmektedir.

etkisiyle yüksek tutulan bu hedeflerden çok da uzak kalınmadığı görülür. Bu beş yıllık dönemde turist sayısı % 24, turizm geliri ise %59 artmıştır. Ayrıca 1991 yılında gerçekleşen Körfez Savaşı Türkiye'nin turizm talebini olumsuz etkilemiştir.

Tablo 2.7. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1990	5359	20,9	2705,0	5,8	24,9	2,1	505	0,29
1991	5517	2,4	2654,0	-1,9	19,8	1,8	481	0,36
1992	7076	28,3	3639,0	37,1	24,5	2,3	514	0,45
1993	6500	-8,1	3959,0	8,8	26,1	2,2	609	0,28
1994	6670	2,6	4321,0	9,1	23,8	3,3	648	0,84

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 03.04.2005

Nasıl ki, 1980'li yıllar Türkiye'de hızlı dönüşüm yılları olmuşsa, bu dönemde de dünyada köklü dönüşümler olmuştur. 1989'da Doğu Bloğu dağıldı ve Berlin Duvarı yıkıldı. Bu olayın hemen ardından 1991 yılında Sovyetler Birliği tarihe karıştı. Tüm bu olayların turizme olumlu katkı yaptığı söylenebilir, zira hem bu coğrafyalar kısa bir karışıklıktan sonra sakinleşmiş hem de özellikle Doğu Avrupa dışı açıldıktan sonra hızla zenginleşmiştir.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde başlayan serbestleşme hareketleri altıncı beş yıllık kalkınma planı döneminde de hız kesmeden sürmüştür. 11 Ağustos 1989 tarihinde daha öncesinde atılan bir dizi serbestleştirici adımdan sonra 32 Sayılı Kararname ile Türk Lirası konvertibilite kazanmıştır. Böylece mali piyasalar tam serbest hale gelmiştir. Bu karar turizm sektörünü oldukça olumlu etkilemiştir. Bu sayede turistler yanlarında getirdiği dövizleri hiçbir zorlama ve sıkıntı olmadan harcama imkanı bulmuşlardır. 1990 yılından itibaren turist başına harcamanın hızla arttığı görülür.

2.7. YEDİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1996-2000)

Bu Plan’da ilk olarak geçmiş dönemle ilgili bir durum analizi yapılmıştır. Bu analizde 1994 yılında yatak sayısının 314 bine, turist sayısının 6,7 milyona, turizm gelirinin ise 4,3 milyar dolara çıktığı belirtilmiş, bu rakamlarla turizmin gelişim seyri anlatılmak istenmiş, ancak devam eden sorunlara da değinilmiştir:

“VI. Plan dönemindeki olumlu gelişmelere karşın Akdeniz çanağındaki ülkelerle kıyaslandığında yatak kapasitesi, teknik altyapı (kanalizasyon, su, yol, çöp toplama ve imha, arıtma), tanıtım ve pazarlama, turizm eğitimi, ulaştırma (hava, deniz ve kara taşımacılığı), tur operatörlüğü, seyahat acenteliği gibi önemli konularda yetersizliklerin sürdüğü görülmektedir. Altyapının finansmanına mahalli idarelerin ve kullanıcıların etkin olarak katılımının sağlanamaması ve kamu finansman imkanlarının kısıtlı olması nedenleriyle Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi programlanan şekilde yürümektedir. Diğer taraftan yat limanlarının yetersizliği ve inşaatlarının kaynak sorunu nedeniyle uzun sürmesi sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca turizmin çeşitlendirilememesinden kaynaklanan sorunlar da devam etmektedir” (7. BYKP, 1995:353).

Plan’ın amaçlar, ilkeler ve politikalar kısmında rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğinin sağlanması, turizm gelirlerinin 2000 yılında 10,3-13,8 milyar dolara, yatak kapasitesinin 1,3 milyona, turist ve ziyaretçi sayısının 13-17 milyon kişiye ulaşması, mevcut üst yapılardan daha etkin yararlanılması ve doğal sermayenin korunması esaslı, turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kurvaziyer, kongre ve eğlence turizmini geliştirilmesi sektörde fiziki planların amaçlarına

yönelik olarak uygulanmasına özen gösterilmesi, talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak sektörde küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi, yerli tur operatörlüğünün yaygınlaştırılmasına çalışılması, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve uygulanması için yeni finansman kaynaklarının oluşturulmasına kamu kesiminin yanı sıra, özel sektörün katılımı da sağlanması, turizm üst yapısının yeterli bir altyapı ile bütünleşmesi için gerekli düzenleme ve teknik önlemlere ağırlık verilmesi, Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) projesinin hızla uygulanması için gerekli düzenlemeler yapılması, kullanan öder-kirleten öder ilkesi uyarınca kamu eliyle yapılacak teknik alt yapının finansmanına kullanıcıların katılımı sağlanması, sektörde hizmet kalitesinin yükseltilmesi için sertifikasyon sistemine geçilmesi, öncelikli bölgelerde mevcut ikinci konutların pazarlanmasına yönelik organizasyonlar geliştirilmesi amaç, ilke ve politika olarak belirlenmiştir (7. BYKP, 1995: 353-354).

Ayrıca Plan'da diğer planlardan farklı olarak bazı hukuki ve yasal düzenlemelerin de yapılacağından bahsedilmektedir. Turizm Bakanlığı'nın ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik değişikliklere hızla ayak uydurabilecek dinamik bir yapıya kavuşturulması için Turizm Bakanlığı Teşkilat Kanunu çıkarılması, Gümrük Birliği'nin getireceği koşullar içinde uluslararası pazarda rekabet gücüne sahip bir yapı oluşturmak amacıyla seyahat acentelerini bir meslek disiplini içine almak ve oto-kontrol mekanizması oluşturmak üzere Türkiye Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Yasası'nın günün koşullarına uygun hale getirilmesi amaçlanmıştır. Uluslararası pazarda rekabet gücünü koruyacak ve fiyat ayarlamalarını disipline edecek bir yapı oluşturmak üzere Türkiye Turistik Otelciler ve İşletmecileri Birliği Yasası çıkarılması, deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin koordinasyonu ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulabilmesi için Deniz Turizmi Birliği Yasası çıkarılması, mahalli kaynakların daha verimli kullanılması, meslek üyeleri arasında mesleki işbirliği ve oto kontrolün sağlanması amacıyla Pansiyon İşletmeleri ve Türkiye Pansiyon İşletmecileri Birliği Yasası çıkarılması, turist rehberliği mesleğine mensup olanların ortak sorunlarına çözüm bulmak, mesleki etkinliklerini artırmak, seyahat acenteleri ve birbirleri ile olan ilişkilerini meslek disiplini altında düzenlemek amacıyla Rehberler Birliği Yasası çıkarılması hedeflenmiştir. (7. BYKP, 1995: 355).

Plan döneminde arz kapasitesindeki hızlı artış karşısında dış talepteki artışın yetersiz kalması boş kapasitelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu plan döneminde turizmde yeni ve değişik turizm alanlarının oluşturulması ve değişik turizm türlerinin geliştirilmesi, mevcut turistik alanlardaki baskıların hafifletilmesi açısından az da olsa olumludur. Yerli tur operatörlerinin teşvik edilmesi, bu plan döneminin olumlu katkılarından. Fakat planda iç turizme değinilmemesi büyük bir eksikliktir (Münger, 1999: 53-54).

Türkiye Yedinci Plan döneminde özellikle dış ilişkilerde de başarılı olmuştur. Hükümetler arası düzeyde yapıcı bir işbirliği politikası uygulanarak diğer ülkelerde akdedilen turizm anlaşmalarının sayısı artmıştır. 1997 yılında Tataristan, KKTC, Bulgaristan, Polonya ve Malta ile turizm işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır. Böylece Türkiye'nin turizm işbirliği antlaşmalarının sayısı 52'ye ulaşmıştır. Üyesi olduğumuz Dünya Turizm Örgütü'nün 12. Genel Kurulu 17-24 Ekim 1997 tarihlerinde İstanbul'da ülkemizin ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir. 133 ülkeden 98'i turizm bakanı ve ulusal turizm idareleri yöneticilerinden oluşan 800 yabancı delege ile 200'den fazla gazete bu toplantıya iştirak etmiştir (Münger, 1999: 54).

Tablo 2.8. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
1995	7726	15,8	4957	14,7	23,1	2,9	642	0,35
1996	8614	11,5	5650	13,9	24,1	3	656	0,28
1997	9689	13	7008	23,9	26,6	3,6	723	0,28
1998	9752	0,6	7177	2,4	26,7	3,5	736	0,38
1999	7464	-23,4	5193	-27,64	19,5	2,8	696	0,37
2000	10412	39	7636	47	27,3	3,8	733	0,29

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 04.04.2005

Her ne kadar turizm gelirlerinin 2000 yılında 10,3-13,8 milyar dolara, turist ve ziyaretçi sayısının 13-17 milyon kişiye ulaşması hedeflenmişse de 17 Ağustos ve 12 Kasım 1999 tarihli depremler, depremde sonra ortaya atılan İstanbul depremi söylentisi ve Ortadoğu'nun geçmiş yıllara nispetle daha karışık olması özellikle 1999 yılından sonra hedeflere ulaşılmasını engellemiştir. Yine 1999 yılında İstanbul'daki Mavi Çarşı'ya bomba atılması turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir. 2000 yılındaki turizm gelirleri 7,6 milyar dolar, turist sayısı da 10,5 milyon olarak gerçekleşmiştir. Ancak turist başına harcama 1995 yılında 642 dolarken 2000 yılında 733 dolar olmuştur. Aynı yıllar itibariyle turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı %2,9'dan %3,8'e ulaşmıştır. Türkiye 1963-2004 yılları aralığında %27,6 ile turizm alanında en yüksek negatif büyümeyi 1999 yılında gerçekleştirmiştir.

2.8. SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (2001-2005)

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda durum değerlendirmesinde Türkiye'nin en çok turist kabul eden ülkeler arasında 1998 yılı itibariyle 12. sıradan 8. sıraya yükseldiği belirtilmiştir. Ayrıca bu kısımda tanıtım ve pazarlama konusunda bir reform ihtiyacı olduğuna, yabancı tur operatörlerinin turizm piyasasında tekel konumuna geldiğine, turizm açısından önemli merkezlerdeki ulaşım altyapısının, öncelikle de hava alanlarının geliştirilmesi konusuna, hizmet kalitesinin düşüklüğüne, ATAK projesinde finansal problemler nedeniyle fazla yol alınmamış olmasına da değinilmiştir (8. BYKP, 2000: 205).

Plan'ın amaçlar, ilkeler ve politikalar kısmında turizm sektörünün direncini artırıcı önlemler alınarak kriz dönemlerinde ayakta kalabilen bir yapıya kavuşturulması, turizm mevsiminin yılın tamamına ve turizm potansiyeli olan ancak bugüne kadar yeterince ele alınmamış bölgelere yayılması, sektörle ilgili tüm yatırımların doğal, tarihsel ve sosyal çevreyi kollayıcı, koruyucu ve geliştirici bir yaklaşım içinde olması hedeflenmiştir. 2005 yılında turizm gelirlerinin 11,6 milyar

dolara, turist sayısının 8,5 milyona ulaşması amaçlanmıştır. Turizm teşviklerinde önceliğin, pazarlama alanına, hava ulaştırmasına ve toplam kalite iyileştirilmesine verileceği belirtilmiştir. ATAK Projesi kapsamına girebilecek projelerin yürütülmesinde idari ve mali sorunların çözümlenmesi, talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak sektörde küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi ve bunların küçük ve orta büyüklükte işletme statüsünde değerlendirilmelerinin sağlanması ve turizm alanında istihdam edilecek kişilerin eğitilmesi hedeflenmiştir. Turizme yönelik arazi kullanım planlarını yapma, yaptırma, onarma sürecini yeniden tanımlayan, yetkileri belirleyen ve etkin bir denetim sistemi getiren bir yasal düzenleme yapılması, turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak amacıyla yönelik dinamik ve stratejik Turizm Sektörü Ana Planı (TUSAP) uygulamaya geçirilmesi amaçlanmıştır. AB'nin tek pazar uygulamasının turizm sektöründe meydana getireceği talep dalgalanmalarına karşı önlemler alınacağı belirtilmiştir. Ayrıca turizm faaliyetini bütün bir yıla yayan planlar üzerinde durulmuş ve deniz, kum ve güneş turizminden farklı olarak, golf, kış, dağ, termal, sağlık, yat ve kongre turizmi gibi diğer turizm çeşitlerinin de geliştirilmesi hedeflenmiştir. Sürdürülebilir turizmin sağlanması için gerekli düzenlemelerden bahsedilmiş ve eko turizmin geliştirilmesi hedeflenmiştir. (8. BYKP, 2000: 206-207).

Plan'da hukuki ve kurumsal düzenleme olarak Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevlerine İlişkin Kanun Tasarısı çalışmalarının tamamlanması, Türkiye Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Yasası'nın günün koşullarına uygun hale getirilmesi, Turistik Otelciler ve Turizm İşletmecileri Birliği Kanunu çalışmalarının tamamlanması amaçlanmıştır. Deniz Turizmi Birliği Kanun Tasarısı çalışmalarının, turist rehberliği mesleğine mensup olanların mesleki etkinliklerini artırmak ve bir meslek disiplini altında örgütlenmelerini sağlamak üzere Türkiye Turist Rehberleri Birliği ve Turist Rehber Odaları Kanunu Tasarısı çalışmalarının, Pansiyon İşletmeleri ve Türkiye Pansiyon İşletmecileri Birliği Kanunu Tasarısı çalışmalarının tamamlanması hedeflenmiştir. Yat Turizmi Yönetmeliği yeniden düzenlenmesi hedef olarak belirlenmiştir (8. BYKP, 2000: 207-208).

Plan’da diğ er planlardan farklı olarak ‘‘Tanıtma’’ başlığı altında turizm bölümüne yeni bir kısım eklenmiştir. Bu kısmın mevcut durum kısmında; ülke tanıtımında kişi, topluluk ve kuruluşların belli bir tutum ve davranışa yönlendirilememiş olmasının, sektörde kaynak ve insan gücü israfına yol a ması, ağırlıklı olarak kamu kurum ve kuruluşları tarafından yürütülen tanıtım faaliyetlerinde yeterli etkinlik sağlanamaması, özellikle dış tanıtımda kamu ve özel kesimin ortak bir plan ve program dahilinde koordineli bir şekilde faaliyet göstermeleri temin edilememesi üzerinde durulmuştur. Tanıtma bölümüyle alakalı amaç, politika ve ilke olarak; yurt dışında Türkiye’nin, kültürel birikimini, tarihi zenginliklerini, dünya kamuoyuna anlatılması bu sayede Türkiye’nin yurt dışındaki yanlış ve olumsuz imajları ortadan kaldırmak amaçlanmıştır. Bütün bunları bir koordinasyon içinde geliştirerek ülkemizin tanıtımıyla birlikte bu faaliyetten ekonomik faydayı da sağlayacak bir çerçeveye kavuşturulması temel amaç olarak ele alınmıştır. Bundan başka; Türkiye hakkında olumlu bilinçlenme ve bilgilendirmenin temini için uluslararası siyasi, kültürel, ekonomik, ticari ve turistik ilişkilerin geliştirilmesi çabalarına tüm kamu ve özel kesim kuruluşları ile meslek ve sivil toplum örgütlerinin bir koordinasyon içinde katılımının sağlanması, yurtdışındaki Türkiye vatandaşlarının bulundukları ülkelerde Türkiye’nin tanıtılması açısından yararlı olmalarının sağlanması, Türkiye’nin tanıtımında teknolojiden yararlanılması, tanıtma etkinliklerinin belirli bir amaç doğrultusunda yapılabilmesi ve etkin bir koordinasyon ve verimlilik içerisinde uygulanabilmesini sağlamak için; ilgili kamu kurumları ile özel kuruluş, meslek odaları, dernek ve vakıflardan oluşan bir kurulun yapılanmasına gidilmesi belirtilmiştir. (8. BYKP, 2000: 208-209).

Tablo 2.9. 2001-2004 Döneminde Turizm Sektörü

	TURİST SAYISI	TURİST SAYISINDAKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİ	TURİZM GELİRİNDEKİ DEĞİŞME ORANI	TURİZM GELİRİNİN İHRACATA ORANI	TURİZM GELİRİNİN GSMH'NA ORANI	TURİST BAŞINA HARCAMA	TURİZM GELİRİNİN DTA'NI KAPAMA ORANI
YILLAR	(BİN)	%	(MİLYON \$)	%	%	%	\$	
2001	11569	11	8090	5,9	25,8	5,62	699	0,77
2002	13247	14,5	8481	4,7	24,6	4,67	640	0,62
2003	14030	5,30	9676	14,1	20	4,42	693	0,56
2004	17517	24,86	12125	25,3	19,3	4,13	705	0,35

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, İstatistikler/Araştırmalar, 04.04.2005

Tablo 2.9’da görüldüğü gibi turizm gelirlerinde 10 milyar dolar hedefi 2004 yılında aşılmıştır. 2001 yılında %5,6 olan turizm gelirlerinin GSMH’ya oranı 2004 yılında %4,13’e düşmüştür. Ancak bu düşmenin asıl nedeni GSMH’da meydana gelen artıştır. Turist başına harcama miktarı 2002 yılında azalsa da 2004 yılında 700 doları aşmıştır. 2001 yılında %77 olan turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarına oranı 2004 yılında %35 olarak gerçekleşmiştir. Bu dört yıllık dönemde turizm gelirleri %49,87, turist sayısı ise %48,7 artmıştır. Özellikle 2004 yılında hem turizm gelirlerindeki hem de turist sayısındaki artış dikkat çekicidir. Bu dönemde gerçekleşen Eurovision Şarkı Yarışması, Şampiyonlar Ligi finali, Formula 1 Yarışması, NATO’ya üye ülkelerin Türkiye’de toplanması gibi çeşitli organizasyonlar Türkiye’nin tanıtımına önemli katkıda bulunmuştur.

BÖLÜM III

TURİZM SEKTÖRÜNÜN MAKROEKONOMİK ETKİLERİ

Turizm faaliyetinin en önemli ve en etkili sonuçları ekonomi alanında ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan turizm faaliyeti sosyolojik, kültürel, fiziksel çevre, demografik vb. açılardan ele alınmakla beraber en çok iktisadi olarak incelenmektedir. Bunun sebebi turizm faaliyetinin ülkelere önemli ölçüde gelir getirici ve döviz kazandırıcı özelliği olmasıdır. Günümüzde ulusal ekonomilerin karşılaştığı ekonomik sorunların çözümünde turizm faaliyeti oldukça önemli konuma gelmiştir.

Turizm sektörünün genel ekonomi içindeki yerini ve önemini kavrayabilmek için turizm sektörü sayesinde elde edilen gelirleri ödemeler dengesi, istihdam ve enflasyon gibi birtakım makro büyüklerle karşılaştırılması gerekir. Örneğin bir ülke ekonomisinde bir yıl boyunca elde edilen gelirlerin ne kadarının turizm sektöründen elde edildiği ortaya çıkarılırsa turizm sektörünün genel ekonomi içindeki yeri ve önemi daha iyi anlaşılır.

Turizm faaliyetinin bir ülke ekonomisindeki yeri ve önemini; turistik olayların nedenlerini, kapsamını, gelişme koşullarını sonuçlarını, bu olaylar arasındaki neden sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemlerle ekonomik açıdan araştırarak turizm faaliyetinin bağlı olduğu kanun ve ilkeleri ortaya koyan bir disiplin olarak tanımlanabilecek turizm ekonomisi ortaya koyar (İçöz ve Kozak, Ankara: 2002)

3.1. TURİZM SEKTÖRÜ VE DIŞ ÖDEMELER BİLANÇOSU ARASINDAKİ İLİŞKİ

Turizm sektörünün en olumlu ve en önemli sonuçları dış ödemeler bilançosu üzerinde ortaya çıkar. görünmeyen ihracat olarak da isimlendirilen turizm sektörü sayesinde elde edilen dövizler ödemeler bilançosu açıklarını kapamada önemli bir rol üstlenmiştir.

3.1.1. Dış Ödemeler Bilançosu Kavramı

Dış ödemeler bilançosu denildiğinde bir ülkenin bir yıl içinde diğer ülkelerle çeşitli nedenlerle yaptığı ödemeler ile dış ülkelere sağladığı gelirleri döviz olarak, ya da döviz karşılığı yerli para cinsinden gösteren bir tablo anlaşılmaktadır. Bu tanımda da anlaşılacağı gibi dış ödemeler bilançosu, bir ülkenin diğer bütün ülkelerle ekonomik ilişkilerinin tümünü ortaya koymaktadır ve kaydedilen bütün mal ve para akımlarını göstermektedir. Dış ödemeler bilançosu ülkenin mal ve hizmet sermaye akımları gibi işlemler dolayısıyla dış dünyadan sağladığı gelirlerin dış dünyaya yaptığı ödemelere eşit olup olmadığını ortaya koyar. Bir ülkenin dış ödemeler bilançosu, o ülkenin uluslararası ödeme gücünü gösterdiğinden uluslararası alandaki en önemli mali ve ekonomik itibar göstergelerinden bir tanesidir. Ayrıca bu bilanço, hükümetlerin uyguladıkları ekonomi politikalarının bir sonucudur, bu bakımdan bu politikaların başarısının göstergesidir.

Dış ödemeler bilançosundaki bir açık veya fazla ülke ekonomisi üzerinde oldukça geniş kapsamlı etkiler doğurur. Örneğin, ülkelerdeki milli gelir ve çalışma düzeyi, kalkınma hızı, döviz kurları, enflasyon oranı, ücret artışları, gelir dağılımı ve dış borçlar gibi temel ekonomik değişkenler dış ödemeler dengesiyle sıkı sıkıya ilişkilidir. Dolayısıyla ülkenin dış ekonomik ilişkilerinin sağlıklı bir yolda olup

olmadığının belirlenmesi, bir sorun varsa gerekli önlemlerin alınması ve politika düzenlemesinin yapılması için ödemeler bilançosu istatistiklerinin sürekli olarak izlenmesi gerekir (Seyidoğlu, 1999: 382).

Ödemeler bilançosunun taşıdığı büyük önem dolayısıyla, hem mali ve parasal politikalara yön veren kuruluşlar, hem de dış ticaret ve yatırımlarla ilgili tüm firma ve kişiler dış ödemeler bilançosundaki değişmelerle yakından ilgilidirler.

3.1.2. Turizm Sektörünün Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Çağımızda özellikle az gelişmiş ülkeler bakımından ödemeler bilançosu açıkları büyük önem taşımaktadır. Bu ülkeler hem iç talebi karşılamak için nihai mallar hem de mal ve hizmet üretimi için ara malı ve hammadde ithal etmek zorundadır. Bununla beraber bu ülkelerin yeterli gelirleri olmadığından harcama olanakları oldukça kısıtlıdır.

Turizm sektörü ülkeden ülkeye döviz akışına sebep olur. Turizm hareketi sayesinde turist gönderen ülkelerde döviz talebini, turist kabul eden ülkede de döviz arzını artırdığından ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir. Zira arz talep dengesi uyarınca ülkenin ulusal parasının değeri bu hareketten etkilenir. Turizm sektörünün milli ekonomideki ve uluslararası ekonomik bağlantılardaki rolü ilk olarak ödemeler dengesindeki yeri ile belirtilmiştir. Görünmeyen ithalat şeklinde isimlendirilen pasif dış turizm giderleri ile görünmeyen ihracat olarak adlandırılan aktif dış turizm gelirleri ödemeler dengesinde yer alırlar. Diğer etkenler yanında ülkenin turizm sektörünün gelişme seviyesine bağlı olarak olumlu veya olumsuz etki gösterirler. Turizm sektöründe bir ülkeyi ziyaret eden yabancılara bazı hizmetlerin satılması, yabancı ülkelere giden vatandaşlara da ilgili diğer ülkeler tarafından hizmetlerin sunulması, bu hizmetlerin satın alınması söz konusudur. Böylece turizm hareketlerine ödenen bedeller karşılıklı döviz akımını sağlamaktadır (Karakaya, 1998: 77).

Tarım, konfeksiyon, gıda, otomotiv, teknoloji gibi sektörlerde ihracatın gerçekleşebilmesi için iki ülke arasında ikili ve ters yönlü bir ilişki olurken turizm sektöründe turizm talebi ve döviz akımı aynı ülkeye yönelik olduğu için tek yönlü bir ilişki söz konusudur. Aşağıdaki özellikler sayesinde turizm sektörü görünmeyen ihracat olarak diğer sektörlerden farkını ortaya koymaktadır (İçöz ve Kozak, 2002:197).

Öncelikle, turistik tüketim, üretimin yapıldığı yerde gerçekleştirildiğinden gümrük vergisi, sigorta, navlun adı altında ihracatın ortaya çıkardığı ek harcamaları ortadan kaldırmaktadır. İkinci olarak, turizm sektörü aracılığı ile ekonomik gelir getiren değerler olarak ihracatı mümkün olmayan jeo-ekonomik ve sosyo-kültürel varlıkların döviz getiren kaynaklara dönüşmesi mümkün olmaktadır. Üçüncü özellik ise, turizm sektöründe, bir ülkenin turistik tüketim amaçlı olarak mal ve hizmetleri başka bir ülkeye taşıma olanağı ve zorunluluğu yoktur. Turistik tüketimde bulunmak isteyen kimsenin mal ve hizmetlerin bulunduğu ülkeye gitmesi gerekir. Bu nedenle ilke olarak bir ülkenin turizm sektöründen elde ettiği gelir ile ihracat işleminden elde ettiği gelir arasında herhangi bir fark yoktur.

Turizm sektörünün ülkenin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi analiz edilirken aşağıdaki ölçütlerin göz önüne alınması gerekir (Karakaya, 1998: 77-78).

1. Döviz giderlerinin döviz gelirlerine oranının 1'in altında olması gerekir. Başka bir deyişle döviz gelirleri döviz giderlerinden büyük olmalıdır.
2. Net turizm gelirlerinin, bu geliri elde etmek için yapılan harcamalardan fazla olması gerekir.
3. Turizm sektörünün döviz kazancı payının, söz konusu ülkede turizm sektörü bulunmaması halinde getireceği dövizden daha fazla olmalıdır.

“Diğer taraftan turizm hareketleri ödemeler dengesi açık veren ülkeler için olduğu kadar ödemeler dengesi fazla veren ülkeler için de önemli bir araç konumuna gelmiştir. Ödemeler dengesinin fazla vermesi ile vatandaşların ülke içinde mal ve hizmet talebini artırmaları sonuçta ülke içindeki enflasyon oranının yükselmesine yol açmaktadır. Ödemeler dengesi fazla

veren ülkelerin başında gelen Japonya, kendi vatandaşlarını dış turizme teşvik etmektedir.” (İçöz ve Kozak, 2002:198–199).

3.1.3. Dış Turizm Bilançosu

Dış ödemeler bilançosu bütün mal ve hizmetleri içerir ve bu anlamda oldukça geneldir. Bu sebepten dolayı dış turizm bilançosuna ek olarak yardımcı hizmetler bilançosu ve dış ticaret bilançosu gibi bir takım alt bilançoların da düzenlenmesi gerekir. Dış turizm bilançosu da bu bilançolardan bir tanesidir.

Görünmeyen kalemler altında yer alan dış turizm hesabına ait bütün gelir ve giderler dış turizm bilançosunda gösterilmektedir. Dış turizm bilançosu bir ülkenin belirli bir süre içerisinde (bu süre genellikle bir yıldır) diğer ülkelerle olan turistik ilişkileri sonucunda oluşan turistik gelir ve giderlerini gösteren bir tablodur. Turizm bilançosunun içeriği konusunda kesin bir model yoktur. Ülkeler genellikle değişik turizm bilançosu modelleri düzenlemesine karşın, turizm bilançosunun içeriği konusunda iki temel model kullanılmaktadır (Unur, 2000: 3):

Bunlardan bir tanesi dar anlamda turizm bilançosudur. Turistlerin doğrudan yaptıkları harcamalar sonucu oluşan turizm gelir ve giderlerinden oluşmaktadır. İkincisi ise geniş anlamda turizm bilançosudur, sadece turistlerin yaptıkları harcamalardan doğan gelir ve giderleri değil, aynı zamanda diğer kişi ve kuruluşların turizm ile ilgili yaptıkları tüm işlemlerden doğan gelir ve giderlerden oluşmaktadır. Bir seyahat acentesinin yaptığı işlem, yabancı bir turizm yatırımcısının yaptığı kar transferi ve herhangi bir turizm işletmesinde çalışan yabancı bir işgörenin aldığı maaştan ya da ücretten tasarruf ettiği kısmı kendi ülkesine transfer etmesi gibi işlemler bu duruma örnek gösterilebilir.

Tablo 3.1. Dış Turizm Bilançosu

AKTİF (Döviz Girdileri)		PASİF (Döviz Çıktıları)	
1. Turistlerin konaklama giderleri	DEĞER	1. Vatandaşların dış ülkelerdeki konaklama giderleri	DEĞER
2. Turistlerin ulaştırma hizmetlerine yaptığı ödemeler		2. Vatandaşların dış seyahatlerde yabancı ulaştırma işletmelerine yaptıkları ödemeler	
3. Turistlerin yeme-içme için yaptığı ödemeler		3. Vatandaşların yurt dışındaki yeme-içme harcamaları	
4. Turistik tüketim malları dışsatımı		4. Turistik tüketim malları dışalım	
5. Turistik amaçla yurt dışından gelen sermaye		5. Turistik yatırım amacıyla yurt dışına çıkan sermaye	
6. Dış ülkelerdeki turizm yatırımlarından kar transferleri		6. Yabancı turizm yatırımcılarının kendi ülkelerine kar transferleri	
7. Yabancılar kiralanan turizm tesislerinin kira gelirleri		7. Yabancı ülkelerde kiralanan turizm amaçlı tesislerin kira ödemeleri	
8. Yurt içinde eğitilen yabancı turizm personelinin eğitim demeleri ve diğer harcamalar		8. Yurt dışında eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri	
9. Yabancıların yaptıkları turizm amaçlı reklam ve tanıtma harcamaları		9. Dış ülkelerde yapılan turistik amaçlı reklam ve tanıtma giderleri	
10. Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar		10. Yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ödemeleri	
11. Dış ülkelerin ulusal turizm ve tanıtma bürolarının yaptığı tüm harcamalar		11. Dış ülkelerde açılan ulusal turizm ve tanıtma bürolarının tüm giderleri	
12. Yabancı seyahat bürolarının giderleri		12. Dış ülkelerdeki seyahat bürolarının giderleri	
13. Yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon ve prim ödemeleri,		13. Vatandaşların dış ülkelerdeki banka ve turizm sigorta işletmelerine yaptığı çeşitli komisyon ve prim ödemeleri	
14. Yabancıların rehberlik hizmetleri için yaptıkları ödemeler		14. Vatandaşların dış ülkelerde rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler	
15. Yabancıların eğlence yerlerindeki harcamaları		15. Vatandaşların yurt dışında eğlence yerlerinde yaptığı harcamalar	
16. Turistlerin park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri		16. Vatandaşların yurt dışında park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri	
17. El sanatları ve hediyelik eşya satışları		17. Hediyelik ve hatıra eşya satın alımları	
18. Diğer döviz girdileri		18. Diğer döviz çıktıları	
Toplam		Toplam	
Alacak bakiyesi		Alacak bakiyesi	
Toplam		Toplam	

Kaynak: Kozak vd., 2001: 81

Tablo 3.1’te dış turizm bilançosu görülmektedir. Bu tablonun sol tarafında yani aktif tarafına bir ülkenin turizm gelirleri yer almaktadır. Bu kısımda turizm sektörü sayesinde elde edilen her türlü gelir yer almaktadır. Tablonun sağ tarafında yani pasif tarafında ise bir ülkenin dış turizm giderleri yer almaktadır. Bu kısımda turizm sektörü sayesinde oluşan her türlü gider yer almaktadır

3.2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELİR YARATICI ETKİSİ

Bir bölgeye gelen turist günlük yaşantısını sürdürmek için harcamalarda bulunur. Turistin yaptığı bu harcamalar yerli ülkenin turizm gelirini oluşturur. Turizm sektöründe oluşan gelir miktarını ölçebilmek için bu sektörde üretilen mal ve hizmet miktarının bilinmesi gerekir. Turizm sektöründe oluşan bu gelir ülkenin milli gelirinde belirli bir yer tutar. Bu oran ülkeden ülkeye farklılık gösterir.

Turizmin gelir yaratıcı etkisi üç şekilde ele alınabilir:

1. **Direkt Gelir Etkisi:** Turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelire denir. Bir turistin lokantada yemek yiyip hesap ödemesi direk gelir etkisine örnek gösterilebilir.
2. **Endirekt Gelir Etkisi:** Birinci aşamaya bağlı olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelire denir. Lokanta işletmesine sahip bir kişinin turizm sektörü nedeniyle oluşan ek talebi karşılamak için işletmesine daha fazla girdi temin etmesi bu duruma örnek olarak gösterilebilir.
3. **Uyarılmış Etkiler:** Turizmden elde edilen gelirin, istihdam edilen ya da turizmden gelir sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelire denir. Bir otelde çalışan bir kişinin, bu gelirini diğer mallara yönelik harcaması bu duruma örnek gösterilebilir.

Gelir yaratıcı bir faktör olarak turizm sektörü harcamaları şu özellikleri taşımaktadır. Birincisi, turistik tüketim harcamaları genellikle gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere döviz olarak gelir transferi sağlar. Bu durum sonunda gelişmekte olan ülkede döviz arzı artarken, gelişmiş ülkede azalır. İkincisi, turizm geliri bazı durumlarda; ülkesel, bölgesel ya da yöresel bir turistik rantı dayandırmaktadır. Bir başka deyişle; güneş, deniz, temiz hava, tarihsel kalıntılar gibi normal koşullarda ticari niteliği olmayan bazı özelliklerin turizm yolu ile ekonomik değer kazanması ve gelir yaratması söz konusudur. Bu da ülke ulusal geliri için

düşük maliyetle doğrudan doğruya ek bir gelir katkısı anlamına gelir. Üçüncüsü, turizm gelirleri bir ülkede bölgesel ve sektörel düzeyde daha adil bir gelir dağılımı sonucunu doğurur. Böylece gelişme kaynakları sınırlı ve diğer ekonomik faaliyetler için gerekli sermaye birikimine ulaşamamış bölgelerin turizm geliri ile faaliyet alanlarını genişletmesi ve yeni gelir kaynakları bulması ve sonuç olarak ülkenin ulusal gelirinde artış sağlaması mümkündür (İçöz ve Kozak, 2002: 209).

Turizmin GSMH'ya katkısı iç ve uluslararası turizm için ziyaretçi harcamalarının cari fiyatlarla hesaplanmasıyla bulunur. Daha sonra iki kere sayma durumundan kurtulmak için turizm sektöründe girdi olarak kullanılmış mal ve hizmetler bu toplamdan çıkarılır. Eğer sadece yabancı turistlerin payı hesaplanmak istenirse yabancılar tarafından yapılmış harcamalar döviz olarak kaydedilir. (Erdoğan, 1995: 245).

3.2.1. Turizm Sektörü Çoğaltan Katsayısı

İktisat teorisine çarpan kavramı Keynes ile girmiştir. Keynes'in çarpan modelinde ekonominin tümü dikkate alınarak yatırım harcamalarındaki artışın milli gelir seviyesinde ne kadarlık bir artış yaratacağı bulunmaktadır. Bir sektörün ülke ekonomisi açısından öneminin belirlenmesinde yarattığı katma değer yanında sektörün çarpan etkisi de kullanılabilir. Sektörün çarpan etkisi belirlenen sektördeki bir birimlik harcamanın kümülatif etkileri sonucunda yaratacağı geliri gösterir. Sektör içinde yapılacak harcama ülke içindeki sektörel ilişkiler sonucunda tüm ekonomiye yayılma etkisi gösterecektir.

Turizm sektöründe, turistlerin yaptıkları harcamaların, konaklama, yeme içme, ulaşım haberleşme ve alış-veriş kalemlerinde toplanması bu sektörler için gelir oluşturmakta ve sektörler arası ileri ve geri bağlantı bağlantıları sayesinde tüm sektörler bu durumdan etkilenmektedir. Böylece nihai turizm geliri, yapılan ilk

harcamalardan daha yüksek olarak gerçekleşmektedir. Turizm gelirlerinin bir harcama akımı sonucu ortaya çıkması, harcama akımlarının yarattığı çarpan etkisinin bu gelirler için de geçerli olmasını sağlamaktadır.

Turistlerin yapmış olduğu harcamaların neden olduğu gelir artışı, turistik gelir çarpanı formülü ile hesaplanabilir (Timur, 1986: 191):

$$\Delta R = k \cdot R_t$$

Burada,

ΔR : Gelir artışını,

R_t : Brüt dış turizm gelirini,

k : Turistik gelir çarpan katsayısını ifade etmektedir.

Peters tarafından geliştirilen turistik gelir çarpanında, çarpan denkleminde marjinal ithal eğilimini temsil etmek amacıyla ülke vatandaşlarının yurt dışı seyahatlerindeki tüketim eğilimleri de dahil edilmiştir (Timur, 1986: 192):

$$k = \frac{1}{1 - mpc + mpm}$$

Burada,

k : Turistik gelir çarpanını

mpc : Marjinal tüketim eğilimini

mpm : Ülke vatandaşlarının yurt dışındaki marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

Peters çarpanı, turistik harcamaların yarattığı gelir etkisini ifade etmekle birlikte, ülkeye gelen turistlerin ithal malı tüketim eğilimini (tpm) dikkate almamaktadır. Halbuki turistlerin ülke içinde yaptığı harcamaların bir kısmı ithal mallara yöneliktir. Bu eksiklik Donald E. Lundberg tarafından giderilmeye çalışılmıştır (Timur, 1986: 192):

$$k = \frac{1 - tpm}{1 - mpc + mpm}$$

Turizm çoğaltanı konusunda bir diğer çalışma Clawson ve Knetsch tarafından yapılmıştır (Timur, 1986: 192):

$$k = \frac{A}{1 - BC}$$

Burada,

A: Birinci aşamada ülke dışına sızan turistik harcamalar çıkarıldıktan sonra gelir oranını,

B: Ülke vatandaşlarının ülkede üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplam gelire oranını,

C: Ülke halkına gelir olarak kalan bölümün harcamalara oranını ifade etmektedir.

Bir diğer çalışmada turizm sektörü çoğaltan katsayısı şu şekilde hesaplanmıştır (Tavmergen, 1998: 59-60):

$$K = \frac{1 - L}{1 - (c - cj - tic)(i - td - b) + m}$$

Burada,

K: Çarpanı,

L: Doğrudan birinci dönüşümde oluşan sızıntıları,

c: Tüketim eğilimini,

cj: Yurt dışındaki harcama eğiliminin oranını,

tic: Dolaylı vergileri,

i: Dış alım eğilimini,

td: Doğrudan indirimlerin oranını,

- b: Devlet yardımlarının derecesini,
m: İthalatın değerini ifade etmektedir.

3.3. TURİZM SEKTÖRÜNÜN İSTİHDAM YARATICI ÖZELLİĞİ

Ülkelerin büyük bir çoğunluğu ekonomilerini bir sanayi ekonomisine dönüştürememekte ve durumun doğal sonucu olarak istihdam sorununu çözememektedir. Bu ülkelerde yaşanan hızlı nüfus artışı işsizliği her geçen gün daha yukarılara çıkmasına neden olmaktadır. Sanayinin gelişemediği bölgelerde turizmin gelişmesi son derece normaldir. Yeterli sanayi gücü olmayan ülkelerin işsizlik sorununun turizm yolu ile çözmesi mümkündür.

Turizm sektöründe üç tür istihdam oluşur:

1. **Doğrudan İstihdam:** Turizm sektöründe çalışanlar bu grupta yer alır. Otel, pansiyon, müze gibi yerlerde çalışanlar bu gruba örnek gösterilebilir.
2. **Dolaylı İstihdam:** Turistik harcamalar sonucu gerçekleşmeyen, ancak turizmle ilgili olduğundan turistik arz içerisinde yer alan ve diğer sektörde oluşan istihdam türüdür. Bir bölgede turizm sektöründe meydana gelen gelişmeye bağlı olarak ulaştırma, eğlence ve alışveriş merkezlerindeki istihdam edilen personel sayısındaki değişim bu kapsamda incelenebilir.
3. **Ek İstihdam:** Turizm sektöründen elde edilen gelirin tekrar harcanması sonucu ortaya çıkan istihdam türüdür. Bu istihdam türü çarpan etkisi sonucu ortaya çıkar. Bu durum aşağıdaki tablodan daha iyi anlaşılmaktadır:

Tablo 3.2. Turizm Harcamalarının İstihdam Yarattığı Alanlar

1. Konaklama	- Maaşlar ve ücretler	- Muhasebeciler
	- Bahşışler, ikramiyeler	- Reklamcılar
2. Yiyecek	- Yerel vergiler, gelir vergileri	- Nalburiye dükkanları
	- Komisyonlar	- Mimarlar, Avukatlar, Bankalar
3. İçecek	- Müzik ve eğlence	- Esnaf ve zanaatkarlar
	-Yönetimsel ve genel harcamalar	- Otomobil acenteleri
4. Uluslararası Ulaşım	- Yasal ve mesleki hizmetler	- Fırınlr, bakkallar
	- Yiyecek, içecek vb. satın alınması	- Plaj yardımcıları
5. Gezi ve turlar	- Malzeme ve üretim maddeleri alımı	- Kasaplar
	- Tamir, bakım, onarım, koruma	- Kasiyerler, veznedarlar
6. Eğlence	- Reklam, tanıtım, yayın iyileştirme çalışmaları	- Hayır kurumları
	- Toplu hizmetler: Su, gaz, elektrik, çevre vb.	- Eczaneler, baharatçılar
7. Hatıra ve Hediyeelik eşya	- Ulaştırma	- Tezgahtarlar, sekreterler
	- Lisanslar: İzin belgeleri	- Giyim mağazaları
8. Fotoğraf ve bant	- Sigorta primleri	- Kulüpler
	- Gayrimenkul ve araç-gereç kiralama	- Konfeksiyoncular
9. Kişisel bakım, ilaç ve kozmetik	- Mobilya ve demirbaş eşyalar	- Mütahhitler
	- Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri	- Yemekçiler
10. Giyim	- Gelir, kurumlar ve diğer vergiler	- Rehberler
	- Amortisman	- Mandıracılar, sütçüler
11. Değişik	- Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kar payı ve iştirak hissesi olarak)	- Doktorlar, dişçiler
		- Büyük mağazalar, toptancılar
		- Kuru temizlikçiler
		- Elektrikçiler
		- Mühendisler ve uzmanlar
		- Çiftçiler, balıkçılar
		- Hamallar, taşıyıcılar
		- Oto tamir ve bakımçıları
		- Bahçıvanlar
		- Hediyeelik eşya dükkanları
		- Yönetim:Eğitim, sağlık, demir-deniz ve karayolları, toplu hizmetler vb.
		- Finansmancılar, emlakçılar
		- İthalatçılar, yöneticiler
		- Sigorta şirketleri
		- Çamaşırhaneler, lokantalar
		- Medya, Yayınevleri, Matbaa, dizgiciler
		- Gece kulüpleri, barlar, diskolar
		- Araç-gereç satıcıları, musluk tamir-bakımcıları
		- Ressamlar
		- Kapıcılar, bekçiler, oda hizmetçileri
		- Gayrimenkul yapıcı ve satıcıları
		-Danışmanlar, yardımına başvuru alanlar
		- Hissedarlar
		- Boyacılar
		- Ulaştırma, seyahat acentaları
		- Yöneticiler
		- Sendikalar

Kaynak: Kozak vd., 2001:84

Bir turizm işletmesi kuruluş esnasında sermaye yoğun bir özellik taşır. Bir tatil köyünün, beş yıldızlı bir otelin yapımı sermaye gerektiren bir faaliyettir. Ancak

işletme kurulduktan sonra emek yoğun bir niteliğe kavuşur. Bu sektör makineleşmeye uygun değildir. İnsanların yerini alabilecek robotlar yapılmadıkça turizm sektörü bu özelliğini koruyacaktır. Özellikle azgelişmiş ülkeler açısından en önemli özellik budur. Bu özelliğinin yanı sıra turizm sektörü istihdamı şu özellikleri de bünyesinde barındırır.

Birincisi Turizm mevsimlik ve dönemsel bir olaydır. Bu durumun doğal sonucu olarak da turizm sektörünün istihdamı mevsimseldir. Belli zamanlarda istihdam sayısı azalırken belli zamanlarda artar. Özellikle kitle turizminde bu mevsimsellik daha keskindir.

İkincisi turizm sektöründe ücretler ülkelerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak farklılıklar gösterir. Gelişmemiş ilkelere işgücünün vasıfsız olması, işçiler arasında yaygın örgütlenme olmaması ve yüksek işsizlik rakamları sayesinde ücretler düşüktür. Gelişmiş ülkelerde ise, vasıflı işgücü, sendikal örgütlenme ve düşük işsizlik rakamlarından ötürü ücretler yüksek seviyelerdedir.

Üçüncüsü turizm bir hizmet sektörü olarak 24 saat kesintisiz hizmet sunmak zorundadır. İstihdam yapısı da bu duruma bağlı olarak oluşturulur. Dördüncüsü turizm sektöründe kadın ve part-time insan çalıştırma oranı diğer sektörlere göre daha yüksektir.

Beşincisi turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün ne kadarının doğrudan turizm sektörüne, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu belirlemek olanaklı değildir (İçöz ve Kozak, 2002: 238). Altıncısı turizm sektöründe değişik yaş, cinsiyet, ırk, gelir ve kültür gruplarından her türlü insan çalışabilir.

Tablo 3.3'te turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payı görülmektedir. 1993 yılında %8,90 olan turizm sektörünün payı 2001 yılında %12,76 olmuştur. 1993–2001 döneminde turizm sektöründe doğrudan istihdam edilen insan sayısı %52 doğrudan ve dolaylı istihdam edilen insan sayısı da yine %52 artış

göstermiştir. Bu tabloda da görüldüğü gibi turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payı her yıl artmıştır.

Tablo 3.3. Turizm Sektöründe Doğrudan ve Dolaylı İstihdamın Toplam İstihdam İçindeki Payı

YILLAR	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Turizm Sektöründe Doğrudan İstihdamın Toplam İstihdam İçindeki payı (%)	3,56	3,54	3,42	3,62	4,26	4,56	4,63	4,82	5,10
Turizm Sektöründe Doğrudan ve Dolaylı İstihdamın Toplam İstihdam İçindeki payı (%)	8,90	8,86	8,55	9,05	10,66	11,41	11,58	12,05	12,76
Turizm Sektöründe Doğrudan İstidam edilen İnsan Sayısı (Milyon)	0,99	1,07	1,05	1,14	1,34	1,46	1,51	1,51	1,51
Turizm Sektöründe Doğrudan ve Dolaylı İstidam Edilen İnsan Sayısı (Milyon)	1,65	1,79	1,77	1,90	2,23	2,44	2,53	2,52	2,52

Kaynak: TÜRSAB web sayfası, Turizm Endüstrisinde İstihdam, 12.03.2005

3.3.3. İstihdam Çarpan Katsayısı

Turist harcamalarındaki artış turizm sektöründeki istihdamın artmasına, bu da istihdam çarpanı kavramının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde istihdam çarpan katsayısı 2,23'tür, yani turizm sektöründe doğrudan açılan her bir ek iş için, bu sektörle bağlantılı diğer sektörlerde 2,23 ek iş alanı doğuracaktır (İçöz ve Kozak, 2002: 243).

Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan işgücü kaynağı fazla olan ülkelerde istihdam çarpanı gelir çarpanından büyüktür. Bu nedenle turizm sektörü

çok geniş bir yelpazede yeni iş olanaklarının doğmasına neden olur. Ayrıca, yönetim kadrosu çok sayıda muhasebeci, insan kaynakları uzmanı, satış elemanı gibi vasıflı elemanları da kapsar. Bu elemanların hamallar, bahçıvanlar ve odacılar gibi vasıfsız işgücüne de ihtiyacı vardır (İçöz ve Kozak, 2002: 243).

Aşağıdaki tabloda 1992 yılında turizm sektörünün dünyanın farklı yerlerinde turizm istihdam çarpanı ile yarattığı iş olanakları gösterilmektedir (İçöz ve Kozak, 2002: 245).

Tablo 3.4. Turizm İstihdam Çarpanı ile Oluşan İş Alanları

Bölgeler	Doğrudan Etki	Dolaylı ve Uyarılmış etkiler	Toplam Etki
Afrika	4	10	14
Kuzey Amerika	10	24	34
Latin Amerika	12	31	43
Karaibler	2	3	5
Asya Pasifik	55	138	193
Batı Avrupa	16	41	57
Doğu Avrupa	17	42	58
Orta Doğu	2	6	8
Dünya (Toplam)	118	294	412

3.4. TURİZM SEKTÖRÜ VE MAL VE HİZMET FİYATLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Turizm sektörü ile mal ve hizmet fiyatları arasında karşılıklı ilişki vardır. Turizm sektörü mal ve hizmet fiyatlarını etkiler ve yine mal ve hizmet fiyatlarından

etkilenir. Bu etkinin ikincisi birincisinden daha büyüktür. Her iki etkinin toplamını belirleyen temel unsur turizm sektörünün ekonomide kapladığı yer ile alakalıdır. Turizm sektörünün toplam ekonomi içindeki payı ne kadar büyükse etkileri de o derece fazla olacaktır.

“İki ülkenin veya iki bölgenin fiyatlar genel düzeyi arasındaki fark, turist akımlarının yönünü tayin eden bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Bu arada turistik tüketim harcamalarının çok çeşitli olması, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarının oluşumunun karmaşıklığı, fiyat ile turistik tüketim arasındaki ilişkinin çok somut şekilde ortaya konmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca fiyat, tatil yerinin seçiminde etki gösteren diğer birçok faktörden sadece birisi olup, fiyatlar genel seviyesinin ucuz olduğu tatil merkezlerinde turistik hareketi yaratan tek başına harekete geçirici eleman değildir” (İçöz ve Kozak, 2002:217).

Bütün bunlara rağmen yine de turizm sektöründe ülkelerin en önemli rekabet aracı fiyatlar genel seviyesidir. Özellikle turizm açısından aynı özelliklere sahip ülkeler fiyat yolu ile birbirlerine karşı üstün gelmeye çalışır. Ancak şu nokta da unutulmamalıdır ki, turistik mal ve hizmetlerindeki aşağı hareket beraberinde kaliteyi de düşürmekte, bu da üst gelir grubuna ait turistlerin alternatif turizm bölgelerine yönelmesi sonucunu doğurmaktadır.

3.4.1. Turizm Sektörünün Fiyatlar Genel Seviyesi Üzerindeki Etkisi

Enflasyon fiyatlar genel seviyesinde meydana gelen “sürekli” ve “önemli” artışlara denir. Mal ve hizmet fiyatlarındaki bir defalık ve önemsiz artışlar iktisat biliminde enflasyon olarak algılanmaz. Enflasyonun çeşitleri şunlardır: Maliyet enflasyonu, talep enflasyonu, ücret enflasyonu ve dış alemden kaynaklanan enflasyon.

Turizm sektörü mevsimsellik özelliği taşıdığı için enflasyona neden olur. Yılın belli bir döneminde artış gösteren turizm talebine karşılık turizm arzı hemen artmaz. Arzın artması için daha uzun zaman gerektirir. Bu sayede miktar olarak dengeye gelemeyen turizm sektörü, fiyat artışları ile dengeye gelir ve bu fiyat artışları tüm ekonomiyi etkiler.

Turizm sektörünün döviz kazandırıcı bir niteliğe sahip olmasının bir diğer sonucu da fiyatlar genel seviyesinin aşağı doğru hareket etmesidir. Bu durum şu şekilde gerçekleşir. Ülke ekonomisine giren döviz ilk olarak döviz kurlarını etkileyecektir. Turist çeken ülke açısından para piyasasında döviz miktarı bollaşacağından ülke parası diğer paralar karşısında değer kazanacak; yani döviz kuru aşağı doğru harekete geçecektir. Döviz kurunun aşağı doğru hareket etmesi sonucu fiyatlar genel seviyesi aşağı doğru hareket edecektir. Zira ithal malların fiyatları ucuzlayacak, bunun sonucunda ya ithal mallar piyasaya egemen olacak ya da ithal mallarla rekabet etmek isteyen yerli malların da fiyatları ucuzlayacaktır.

Turizmin döviz kazandırıcı yönünün bir diğer sonucu da turist kabul eden ülkede para arzının artış göstermesidir. Ekonomide genel arz miktarından para arzının daha hızlı artması sonucu, fiyatlar genel seviyesinde yukarı doğru bir hareket olacaktır. Turist gönderen ülkeler açısından yukarıdaki etkilerin tam tersi olacaktır. Bu etkilerin derecesi turizm sektörünün ekonominin tümünde taşıdığı öneme bağlıdır.

Turistik bölgelerdeki yeni kurulacak turistik işletmeler inşaat sektörüne katkı yapar. Bunun yanında arazi fiyatlarını yükseltir ve arazi sahiplerine spekülasyon kazanç olanağı sağlar. Böylece artan toprak değerleri nedeniyle bölge halkı kendi malları için daha fazla vergi vermek durumunda kalır. Bu durumda yerli halk elinde bulunan taşınmazı ya kendisi çalıştırmak ya da büyük sermaye sahiplerine satmak zorunda kalabilir. Bu durum turizm sektörünün olumsuz taraflarından bir tanesidir.

3.4.2. Fiyatlar Genel Seviyesinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi

Fiyatlar genel seviyesi turizm sektörü için bir neden değil sonuçtur. Hiçbir ülke ekonomisinde turizm sektörüne ivme kazandırmak için fiyatlar genel seviyesinde bir hareket oluşturulmaz. Çünkü fiyatlar genel seviyesinde meydana gelecek aşağı ve yukarı yönlü hareketler ekonomideki tüm makro büyüklükleri etkiler.

“Turizm sektöründe mal ve hizmetler; konaklama, yeme- içme, ulaştırma, eğlence gibi arz faktörlerinden meydana gelmektedir. Bu mal ve hizmetler gerek turistlerin tercihlerine, gerekse de ülkenin ekonomik yapısı ve doğal koşullarına göre ayrı bileşim gösterir. Arzı oluşturan elemanlardan her birinin fiyatındaki değişimler, bir taraftan tüketim kalıbını değiştirirken diğer taraftan da toplam arzın veya turizm hizmetinin satış fiyatını da değiştirir. Hizmetin bu yeni fiyatı karşısında talebin değişmesi ekonomide gelir ve ikame etkileri ile açıklanmaktadır” (İçöz ve Kozak, 2002: 223).

Turizm sektörünün enflasyondan etkilenmesi genellikle aşağıdaki şekillerde görülür (İçöz ve Kozak, 2002: 225–226):

1. İç turizm açısından artan fiyatlar satın alma gücünü azaltacağından, gelirlerde bir azalma meydana gelecektir. Dış turizm gelirleri açısından ise ulusal paranın değeri enflasyon oranında değer yitirdiği sürece çok fazla bir değişim olmaz. Ancak ülke parası aşırı değerlenirse bu bir dış turizm geliri kaybı olarak ekonomiye geri dönecektir.
2. Maliyet enflasyonu sonucu turizm sektöründe kullanılan girdilerin maliyeti artacak, bu da sektörü olumsuz etkileyecektir.
3. Turizm sektörü bazı girdileri ithal olarak elde ettiğinden yurt dışındaki fiyat hareketlerinden etkilenir.

4. Enflasyon sonucu mevcut talepte meydana gelen bir azalma karlılık oranını azaltarak, yatırımların geri dönme süresini uzatmaktadır. Bu da sektöre yatırım yapmayı düşünen girişimcileri olumsuz yönde etkileyecektir.
5. Enflasyonist ortamlarda reel ücretler geriliyorsa bu işgücünün verimliliğini azaltır ve işgücü kaybına neden olur.
6. Enflasyonist ortamlarda ulusal paranın değeri enflasyon oranı kadar değer yitirmezse bu durum ithal malı kullanım oranını artıracığından turizm sektöründe oluşan katma değer azalma eğilimi gösterecektir.

3.5. TURİZM SEKTÖRÜ VE ANA ÜRETİM SEKTÖRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Turizm sektörü bir ekonomideki diğer sektörlerle yakından alakalıdır. Ekonomide sektörlerin birbirlerine sağladıkları mal ve hizmet miktarı ile üretim miktarı arasındaki ilişkiler en geniş anlamda sektörlerarası bağımlılık olarak adlandırılmaktadır.

Turizm sektörünün ekonominin diğer sektörleri üzerindeki etkisi, bu sektörün oluşturduğu ek gelirle alakalıdır. Turizm sektöründe oluşan direkt gelir etkisi, endirekt gelir etkisi, ve uyarılmış etkiler, ana üretim sektörlerinde talep yaratır. Bu ek talebe bağlı olarak toplam üretim düzeyinde artmalar olur; ya da üretim düzeyinde artışların mümkün olmadığı kısa dönemde fiyatlar genel seviyesinde artışlar olur. Bu durum turizm sektörünün olumsuz bir yanıdır. Ancak turizm sektöründen kaynaklanan ek talep sürekli olduğu sürece fiyatlar genel seviyesi yerine toplam üretim düzeyi artar.

Turizm sektörünün diğer sektörler üzerindeki etkisi turizmin türüne göre farklılık gösterir. Örneğin; ekoturizm² daha çok kırsal kesimde ve kırsal kesim

² Deniz, kum ve güneş üçgeninden uzak daha çok doğa ile iç içe doğa ile iç içe abartılı olmayan tesislerde iyi bir oda, iyi hizmet ve tüm bunların başında bozulmamış ve temiz bir çevrede aktif bir tatil türüdür.

ürünleri üzerinde talep miktarını artırırken kitle turizmi daha çok şehirlerde ve lüks tüketim mallarına olan talebi artıracaktır.

3.5.1. Turizm Sektörü ve Tarım

Turizm sektörüyle an yakından ilişkili ana sektör tarım sektörüdür. Bu sektörde turizm sektörüne bağlı olarak ek talep ortaya çıkar. Bu da üretim artışına neden olur. Bu üretim artışı tarım sektörünün gelirini ve üretim hacmini artırırken yeni istihdam olanaklarının doğmasına neden olur. Turizm sektörünün tarım sektörü üzerindeki etkisi bu şekilde ortaya çıkar.

Özellikle kırsal kesim açısından bir bölgeye gelen turist sayısı yerli halkın nüfusuna oranla oldukça düşük düzeydedir. Buna bağlı olarak turistlerin yapmış olduğu harcamalar da toplam tutara oranla düşüktür. Ancak turizm sektörü dolayısıyla ortaya çıkan ek talep nedeniyle tarımsal ürünlerin fiyatında bir artış olur. Diğer taraftan turistlere sunulan tarımsal ürünlerin daha kaliteli olması gerekir. Bu da turizm sektörünün gelişmesinden dolayı tarım sektöründe kalitenin artmasına neden olur (İçöz ve Kozak, 2002: 253).

Turizm sektörünün tarım sektörü üzerindeki bir diğer etkisi kırsal kesimdeki mülk sahiplerinin bu mülkiyetlerini turizm sektörü hizmetine sunmaları sonucu gelir elde etmeleriyle ortaya çıkar. Gerek mal sahiplerinin turizm işletmecilerine bu malları kiralama yoluyla olsun gerekse kendilerinin işletmesi sonucuyla olsun kırsal kesim sakinleri turizm sektöründen gelir elde ederler.

Turizm sektörünün tarım sektörü üzerinde olumsuz etkileri de olabilir. Örneğin yöredeki arazi fiyatları çok hızlı artış gösterebilir ve bu da bölge halkının mülk edinmesini zorlaştırır. Bir diğer olumsuz etki tarım sektöründen turizm sektörüne doğru işgücü akımı olmasıyla ortaya çıkar.

Bütün bu olumlu ve olumsuz etkilerin derecesi hem tarım sektörünün tüm ekonomi içindeki yerine, hem de turizm sektörünün tüm ekonomi içindeki yerine bağlı olarak değişecektir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından tarım sektörünün tüm ekonomi içinde oldukça önemli yer tutması nedeniyle etkiler daha çok ve daha derin olacaktır.

Bilindiği gibi turizm sektöründe tüketici mal ve hizmetlerin üretildiği yere gelir. Bu durum tarım sektöründe oldukça önemlidir. Tarımsal ürünlerde, ürünlerin çok kısa sürede tüketiciye ulaşması gerekir. Ayrıca dışarıya satım şeklinde ihracat yapmak oldukça masraflıdır ve belli izinlere tabidir. Konu gıda olunca ihracat daha da zorlaşır. Bu bakımda turizm sektörü tarımsal ürünlerin pazarlanması açısından oldukça önemlidir.

3.5.2. Turizm Sektörü ve Sanayi

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisi en çok tüketim malı ve ara mal üreten sanayi kollarında ortaya çıkar. Yatırım malı üreten sektörlerde turizm sektörünün etkisi oldukça zayıftır. Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerinde etkisi daha çok turistik yatırımların artması sonucu bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülür. Bu etkiler aşağıda sıralanmıştır (İçöz ve Kozak, 2002:254-255):

1. Turistik yatırımlar için yol, çevre düzenlenmesi gibi alt yapı yatırımları gerekir. Bu da söz konusu ağır sanayi ürünlerine olan talebi artırır.
2. Alt yapı harcamalarının yanında konaklama tesisleri için de çimento, kum, taş orman ürünleri gibi bazı sanayi mallarına ek talep olur.
3. Son yıllarda her sektörde olduğu gibi bilgisayar teknolojileri de turizm sektöründe kullanılmaya başlanmasıyla bu sanayi dalına da ek talep oluşmaktadır.
4. Turizm yatırım harcamaları en çok inşaat sektörünü etkilemektedir.

5. Turizm sektörünün sanayi sektöründen bazı girdiler talep etmesi sonucu, sanayi sektöründe ek talep ortaya çıkar. bu da çoğaltan mekanizmasıyla ulusal gelirin artmasına neden olur.
6. Tarıma dayalı sanayilerde de turizm sektörü sonucu ek talep ortaya çıkar.

3.5.3. Turizm Sektörü ve Hizmetler

Turizm sektörü, hizmet ağırlıklı bir sektör olması nedeniyle hizmetler sektörünün bir alt başlığı olarak incelenir. Hizmetler sektörünün önemi son yüzyılda oldukça artmıştır. Gelişmiş ülkelerde bu sektör, diğer temel sektörlerle oranla oldukça önemli bir yer tutar. Bu da hizmetler sektörünün önemini göstermektedir.

Turizm sektörü nedeniyle oluşan ek talep sayesinde hizmetler sektöründe, günlük tüketimle ilgili hizmetler, ulaştırma, sigortacılık, el sanatları, hava alanı hizmetleri, bankacılık, güvenlik, eğlence yerleri, sağlık, haberleşme gibi hizmet dallarında önemli artışlar olmaktadır (Albayrak, 2001:45-46). Turizm sektörü hizmet sektörüne hem ek talep oluşturur, hem de bu durumun sonucu olarak hizmet üretiminin kalitesinin artmasına yardımcı olur. Ayrıca ticari faaliyetler turizm ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadır.

BÖLÜM IV

TURİZM SEKTÖRÜNÜN SEKTÖRLER ARASI İLİŞKİDEKİ YERİ

Bir hizmetler sektörü olarak turizm sektörü, üretimini gerçekleştirirken ekonomideki diğer sektörlerden ara girdi kullanmakta ve aynı zamanda diğer sektörler de turizm sektörünün üretimini girdi olarak kabul etmektedir. Ekonomide tüm sektörler arasındaki girdi alışverişleri ve bunların doğurduğu sonuçlar input-output tabloları incelenerek değerlendirilmektedir.

4.1 INPUT-OUTPUT TABLOLARI VE YÖNTEM

Günümüz ekonomileri son derece karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu karmaşık yapının teorik şekilde ortaya konması ve analiz edilmesi iktisat biliminin amaçları arasındadır. Ancak ekonominin yapısına ve işleyişine ilişkin teorik önermelerin pratiğe dökülmesi, iktisat politikalarının ve her düzeyde planların oluşturulması, uygulanması ve sürekli olarak gözden geçirilmesi açısından nicel iktisadi verilerin ve uygulanabilir modellerin varlığı son derece önemlidir. Input-output modelleri, uygulamaya dönük yönleri ağır basan bu tür iktisadi modellerin başında gelir (Aydoğuş, 1999: 1). Input-output modelleri günümüz ekonomilerinin bu karışık yapısını anlamada ve politikalar geliştirmede yardımcı olur.

Input-output analizi en basit tanımıyla: “Ekonomik yapıyı oluşturan üretim ve tüketim birimleri arasındaki karşılıklı bağlanışmayı ekonomi çapında, çok sektörlü ve nicel olarak inceleyen, matematiksel yapısı basit birer genel denge modelidirler.” Input-output analizinin esas incelediği nokta sektörler ve sektörler

arası ilişkidir, bu yönüyle firmaları ve hane halklarını inceleyen mikro iktisadi analizle ve ekonomiyi bir bütün olarak inceleyen makro iktisadi modellerden farklıdır (Aydoğuş, 1999: 1-2). Input-output analizinde ne mikro iktisat gibi ekonomik aktörler tek tek incelenir ne de makro iktisat gibi toplulaştırma en uca kadar götürülür. Bu analizde firmalar belli sektörlerle ayrılarak incelenir. Bu haliyle input-output analizi mikro ve makro analizlerin olumsuz yönlerini ortadan kaldırmaya çalışır.

Input-output tabloları, ekonomide yer alan belli başlı sektörlerin üretimlerini gerçekleştirirken kullandıkları girdilerin ve üretim değerlerinin bir tablo olarak düzenlenmesiyle oluşturulur. Bu tablolarda her sektör, üretimini gerçekleştirirken diğer sektörlerden aldığı girdileri ve diğer sektörlerle kendi üretimini kullandırken verdiği girdileri göstermek üzere iki kez yazılmaktadır. Bu çerçevede herhangi bir sektörün sırasına ait elemanlar, o sektörün ele alınan dönem içinde gerçekleştirdiği üretimin, ekonominin diğer geri kalan sektörlerince kullanılan miktarını göstermektedir. Aynı şekilde herhangi bir sektörün, sütununa ait elemanlar o sektörün ele alınan dönem içinde üretimini gerçekleştirirken diğer sektörlerden aldığı girdi miktarını göstermektedir (Kotil, 2003: 62).

Günümüz ekonomilerini anlamamıza yardımcı olan input-output tabloları hazırlanırken analizi kolaylaştırmak açısından benzer sektörler birleştirilerek tabloya dahil edilir. Ekonomide üretilen her mal ve hizmet bir sektörün üretimi olarak ortaya çıktığından mal ve hizmet sayısı kadar sektör sayısı olması gerekir. Bu şekilde oluşacak çok sayıda sektöre ilişkin tabloların değerlendirilmesindeki güçlüklerden kurtulmak için sektör sayısı azaltılır. Sektörlerin birleştirilerek sayısının azaltılması işlemine “Aggregasyon” adı verilir. Aggregasyon yapılırken çok çeşitli ölçütler göz önüne alınabilir. Sektörler üretim fonksiyonlarının veya mal içeriklerinin benzerliğine, malların ikame edilebilir veya tamamlayıcı olmasına ve bir sektörün ürününü diğer sektör tarafından bütünüyle input olarak kullanılması durumuna göre birleştirilebilirler.

Bir ekonomide sektörler arasında yakın bir ilişki vardır. Herhangi bir sektörün üretiminin bir kısmı ara mal olarak diğer sektörler tarafından talep edilirken üretimin geri kalan kısmı nihai mal olarak talep edilir. Dolayısıyla herhangi bir sektörde üretilen ürüne talep arttığı zaman bu sektöre girdi sağlayan sektörlerle de talep artışı meydana gelir çünkü, sektörde talep artışını karşılayabilmek için üretim artışı meydana gelmekte, böylece sektör, diğer sektörlerden daha çok girdi talep etmektedir. Bu ilişkiyi ortaya çıkarmanın en kolay ve etkili yollarından bir tanesi input-output analizidir. Bu doğrudan veya dolaylı olarak nitelenebilecek üretim artışı input ters matrisi kullanılarak bulunabilmektedir.

Ters matris kullanım tablolarından hareketle elde edilir. Ters matriste bir sektöre ait sütun elemanlarının toplamı o sektöre yönelik nihai talepteki bir birimlik artışın karşılanabilmesi için ekonomideki tüm sektörlerin yapması gereken üretim artışını göstermektedir. Benzer şekilde ters matriste bir sektöre ait satır elemanlarının toplamı ekonomideki tüm sektörlerle yönelik nihai talepteki bir birimlik artış meydana geldiğinde incelenen sektörün yapması gereken üretim artışını göstermektedir. Başka bir ifade ile belli bir sektördeki bir birimlik nihai talep artışının yol açtığı toplam üretim artışı o sektörün toplam geri bağlantı etkisidir. Tüm sektörlerdeki birer birimlik nihai talep artışlarının belli bir sektörün üretiminde yol açtığı artış da o sektörün toplam ileri bağlantı etkisi olarak tanımlanmaktadır (Aydoğuş, 1999: 95).

Toplam ileri-geri bağlantı etkilerinin sayısal değerlerinin sektörler arasındaki karşılaştırması yapabilmek için bir ölçüt kullanımı gereklidir. Bu çalışmada ölçüt olarak bağlantı etkilerinin sektörel ortalaması kullanılmıştır. Sektörler için bulunan ileri-geri bağlantı etkileri, o sektörlerin ortalama ileri-geri bağlantı etkilerine oranlanarak ileri-geri bağlantı endeksleri elde edilir (Kotil, 2003: 63).

Herhangi bir sektörün ekonomi içindeki önemini araştırırken sadece bağlantı etkilerinin büyüklüğüne bakmak yanıltıcı bir durum olabilir. Bağlantı etkilerinin büyüklüğü kadar, bu etkilerin kaç sektöre dağıldığı da önemlidir. Bir sektörün ileri bağlantı etkisi yüksek iken bu sektör sadece bir sektöre girdi sağlıyor

olabilir. Aynı şekilde geri bağlantı etkisi yüksek bir sektör sadece bir sektörden girdi sağlıyor olabilir. Sektörlerin bağlantı etkilerinin diğer sektörlerle dengeli dağılımının bir göstergesi olarak dağılım ölçüleri kullanılmaktadır. Buna göre, dağılım ölçülerinin aldığı sayısal değerler sıfıra yaklaştıkça dağılımın tüm sektörlerle eşit olduğu söylenebilir. Sıfırdan uzaklaştıkça da dengesizlik ortaya çıkacaktır.

4.2. INPUT-OUTPUT TABLO SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Burada yapılan değerlendirmeler Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 1996 ve 1998 input-output tablosunun sonuçlarına dayanmaktadır. Her iki tabloda da 97 sektör yer almıştır. Tablolardaki 76. (Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri)ve 77. (Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri) sektörler turizmin alt sektörlerini oluşturmaktadır. 1998 yılına ait input-output tablosu 1995 Avrupa Hesap Sistemi'ne göre hazırlanan ilk tablo olması nedeniyle, daha önce hazırlanan tablolardan farklılık göstermiştir. Bu tabloda input ters matrisi yer almamıştır. Input ters matrisini bulmak için öncelikle kullanım tablosunda yer alan sütunlardaki değerleri, ait oldukları sütun sonundaki toplam üretim değerine bölünerek input katsayılar matrisi elde edilmiştir. Daha sonra elde edilen yeni matris birim matrsten çıkarılmış, bu matrisin de tersi alınarak input ters matrisi elde edilmiştir.

Turizmin alt sektörlerinin ekonomideki diğer üretken sektörlerle ilişkilerini görebilmek amacıyla toplam ileri-geri bağlantı etkileri, toplam ileri-geri bağlantı endeksleri ve toplam ileri-geri bağlantı dağılım ölçüsü olmak üzere üç ölçüt kullanılmıştır.

4.2.1. Toplam İleri-Geri Bağlantı Etkileri

Belli bir sektördeki bir birimlik nihai talep artışının yol açtığı toplam üretim artışı o sektörün toplam geri bağlantı etkisidir. Tüm sektörlerdeki birer birimlik nihai talep artışlarının belli bir sektörün üretiminde yol açtığı artış da o sektörün toplam ileri bağlantı etkisi olarak tanımlanmaktadır.

Tablo 4.1. Toplam İleri-Geri Bağlantı Etkileri

	Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri	Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri
Toplam İleri Bağlantı Etkisi 1996	1,614533	1,397176
Toplam İleri Bağlantı Etkisi 1998	1,229835	1,88326
Toplam Geri Bağlantı Etkisi 1996	1,808853	1,914588
Toplam Geri Bağlantı Etkisi 1998	2,188731	2,225335

Tablo 4.1’de turizm sektörünün diğer sektörlerle olan toplam ileri-geri bağlantı etkileri görülmektedir. Toplam ileri-geri bağlantı endeksini rakamsal olarak değerlendirmek yerine diğer sektörlerle ait rakamlarla nispi olarak değerlendirmek daha doğru olur; ancak burada bu karşılaştırmaya gidilmeyecektir.

Tabloyu okuma açısından bir örnek verecek olursak 1998 yılında ekonominin tüm sektörlerinde meydana gelecek bir birimlik talep artışı, oteller, moteller, pansiyonlar, kamp ve diğer konaklama yerleri sektöründe 1,229835 birimlik üretim artışına neden olacaktır. Yine aynı yılda oteller, moteller, pansiyonlar, kamp ve diğer konaklama yerleri sektörüne yönelik talep bir birim arttığında ekonomideki toplam üretim artışı 2,188731 birim olacaktır.

Genel olarak toplam ileri-geri bağlantı etkilerinin 1998 yılında 1996 yılına göre artış eğilimi içinde olduğu söylenebilir. Bu durumda turizm sektörü, diğer sektörlerle daha çok ara mal temin etmiş ve diğer sektörlerden daha çok ara mal talep ederek 1998 yılında 1996 yılına göre daha kilit bir sektör haline gelmiştir. Ancak Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri sektöründe aynı yıllar itibariyle bir azalma meydana gelmiştir.

Turizm sektöründe ileti bağlantı etkisi, geri bağlantı etkilerine göre daha düşüktür. Bunun nedeni turizm sektörünün yapısı gereği önemli miktarlarda ara malı ve hizmeti kullanmasına rağmen çoğunlukla nihai mal ve hizmet üretmesidir.

4.2.2. Toplam İleri-Geri Bağlantı Endeksleri

Tablo 4.2. Toplam İleri-Geri Bağlantı Endeksleri

	Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri	Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri
Toplam İleri Bağlantı Endeksi 1996	0,866365	0,74973
Toplam İleri Bağlantı Endeksi 1998	0,544322	0,833526
Toplam Geri Bağlantı Endeksi 1996	0,967955	1,027375
Toplam Geri Bağlantı Endeksi 1998	0,968727	1,015303

Tablo 4.2 turizm alt sektörlerinin tüm sektörlerin ortalamasına göre durumunu göstermek için düzenlenmiştir. İleri-geri bağlantı etkileri ortalamadan büyük olan sektörler için endeks değeri 1'den büyük olmaktadır. Burada Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri sektörüne ait 1996 ve 1998 yıllarına ait toplam geri bağlantı endeksi 1'i aşabilmiştir; ancak Oteller, Moteller, Pansiyonlar,

Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri alt sektörüne ait 1996 ve 1998 yıllarında elde edilen toplam geri bağlantı endeksi sonuçları da 1 rakamına oldukça yakındır. Her iki sektör açısından toplam geri bağlantı endeksinin her iki yıl olarak da ileri bağlantı endeksine göre daha yüksek olduğu görülür. Toplam geri bağlantı endeksi yılları itibariyle daha istikrarlıdır, yani 1996 ve 1998 yıllarında çok fazla değişmemiştir.

4.2.3 Toplam İleri-Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü

Tablo 4.3. Toplam İleri-Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü

	Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri	Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri
Toplam İleri Bağlantı Dağılım Ölçüsü 1996	6,366837	22,578103
Toplam İleri Bağlantı Dağılım Ölçüsü 1998	8,042092	5,451162
Toplam Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü 1996	5,475048	5,459757
Toplam Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü 1998	4,532625	4,472622

Tablo 4.3 turizm alt sektörlerinin dağılım ölçülerini göstermek için hazırlanmıştır. Dağılım ölçülerinin alt sınırı sıfırdır. Bir sektörün ileri-geri bağlantı etkisinin tüm sektörlerle eşit dağıldığı durumda o sektörün ileri-geri dağılım ölçüsü sıfır olacaktır. Her iki alt sektör açısından da dağılım ölçülerinde 1998 yılında 1996 yılına göre bir düzelme söz konusudur. Her iki sektörde de 1998 yılına ait Toplam Geri Bağlantı Dağılım Ölçüsü sıfıra en yakın rakamdır, dolayısıyla en eşit dağılım burada söz konusudur. Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri sektöründe 1996 yılına ait toplam ileri bağlantı dağılım ölçüsü çok eşitsiz bir durum sergilemektedir.

BÖLÜM V

TURİZM TALEBİ VE TURİZM TALEBİNİN TAHMİNLENMESİ

Talep kavramı, bir mala karşı belirli fiyat düzeylerinde satın alma gücüyle desteklenmiş satın alma isteği olarak tanımlanır. Bu tanımdan hareketle turizm talebi yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olup belirli bir zaman diliminde belirli bir amaç doğrultusunda turistik mal ve hizmetlerden faydalanan ya da faydalanmak isteyen kişi ya da kişiler topluluğu şeklinde tanımlanabilir. Bir başka deyişle, turizm talebi turist gönderen bir merkezden turist çeken bir başka merkeze doğru gerçekleşen akımdır.

5.1 TURİZM TALEBİ

Turizm sektörüne özgü talep kavramından söz edebilmek için turistik ürüne yönelik olan tüketim zamanının kesin sınırlarla çizilmiş olması, tüketimde bulunacak kişinin belirli bir gelire ve boş zamana sahip olması, turistik ürünün belirli bir piyasada belirli bir fiyat üzerinden turistlerin hizmetine sunulmuş olması ve turistin bu üründen yararlanmak için isteği olması gibi unsurların turizm talebi içinde yer alması gerekir (Kozak vd., 2001: 62).

Turizm talebinin üç türü vardır. (İçöz ve Kozak,2001: 90)

Efektif (Gerçek) Talep: Turizm faaliyetinin olduğu yere giderek bu faaliyete doğrudan katılan, ürüne aktif olarak talep oluşturan kişi veya kişilerin talebine denir.

Potansiyel Talep: Seyahat etme isteği duyan; ancak bu seyahat için yeterli gelire ve/veya boş zamana sahip olmayan kişi ve kişilerin talebine denir

Ertelenmiş Turizm Talebi (Çarpıtılmış Talep): Turizm talebi için gerekli şartları sağlamış olan, güdülendiğinde seyahat edecek olan; fakat olanaklar, kolaylıklar ve durum hakkında yeterli bilgisi olmadığı için seyahat edemeyen kişi veya kişilerin talebine denir.

5.2. TURİZM TALEBİNE ETKİ EDEN BAŞLICA UNSURLAR

Bir ülkenin turizm talebinin analiz edilebilmesi için öncelikle turizm talebine etkileyen unsurların bilinmesi gerekir. Turizm talebine etki eden unsurlar ülkeden ülkeye değişir. Bir turistik çekim merkezine en çok hangi ülkelerden turist geldiği ve bu turistlerin hangi faktörlerden etkilendiği iyi saptanmalıdır. Çalışmanın bu kısmında turizm talebine etki eden başlıca unsurlar teorik olarak incelenmiştir. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki turizm talebini etkileyen unsurlar çok fazladır. Örneğin Almanya'daki 2006 yılında düzenlenecek olan Dünya Futbol Şampiyonası nedeniyle bu ülkedeki kamu kurumlarında ve hizmet sektöründe 2006 yılının Temmuz ayındaki tüm izinler kaldırılmıştır. Almanya Türkiye'ye en çok turist gönderen ülke olduğundan Türkiye'nin turizm talebi bu durumdan olumsuz yönde etkilenecektir (Radikal Gazetesi, 20.06.2005). Burada sadece belli başlı olanları ele alınmıştır.

5.2.1. Fiyat:

Talep yasasına göre, diğer şartlar sabitken bir malın fiyatı yükseldikçe o mala olan talep azalır, bir malın fiyatı azaldıkça o mala olan talep artar. Bu yasadaki hareketle turistik mal ve hizmetlere yönelik gerçekleşen talebi de fiyatlarla

ilişkilendirmek mümkündür. Turistik ürünün fiyatı artıkça bu ürüne yönelik olan talep azalacaktır veya turistik ürünün fiyatı azaldıkça bu ürüne yönelik talep artacaktır.

Turizm talebinin fiyat esnekliği 1'den büyüktür; yani fiyat düzeyi %1 değiştiğinde talep miktarı %1'den daha fazla değişir. Bu durum, turistik ürünün fiyatını oldukça önemli hale getirmektedir. Fiyatlardaki küçük hareketler talebi fazla etkilemektedir. Ancak bilinen bu durumdan hareketle aşırı fiyat rekabetine giderek fiyatları ucuzlatmak üst gelir grubuna ait turistlerin turizm uğrak yerlerini terk etmesi ile sonuçlanır. Böylece gelen turist sayısı artmasına rağmen turizm gelirlerinde bir azalma yaşanır.

Turizm talebi, turistik ürünün tamamlayıcısı veya ikamesi olan diğer malların fiyatlarından da etkilenecektir. Burada tamamlayıcı malı turistik ürünle birlikte tüketilen mal, ikame malı da turistik ürünün yerine tüketilecek mal olarak tanımlarsak ikame mallara olan talep ile turistik ürüne olan talep arasında ters orantı olacaktır, tamamlayıcı mallarda ise talep miktarı turistik ürünle aynı yönde hareket edecektir. Örneğin, turistik ürünün tamamlayıcısı olarak kabul edebileceğimiz uçak biletlerinin fiyatının düşmesi turizm talebini artırırken turistik ürüne ikame kabul edebilecek bir malın fiyatının düşmesi turizm talebini azaltacaktır.

Bir ülkenin turistik ürünlerine olan talebi ülkedeki döviz kurları da etkiler. Yerli paranın yabancı ülke parası karşısında değerli olması ülke içindeki malları yabancılara karşı pahalı, düşük döviz kurları malları ucuz hale getirecektir. Döviz kurlarının turizm talebini etkilemesinin nedeni; turistlerin harcamalarını çoğunlukla döviz ile yapmalarıdır. Düşük kur yabancı paranın alım gücünü azaltırken, yüksek kur yabancı paranın alım gücünü artıracaktır. Ancak bu durum sabit döviz kuru uygulayan ülkelerde ortaya çıkar.

Türkiye hem tarihi yapı olarak, hem de iklim yönünden benzer olan Akdeniz ülkeleriyle fiyat yönünden karşılaştırıldığı zaman Türkiye'nin diğer ülkelerden oldukça ucuz olduğu görülür (Albayrak, 2001: 100):

Tablo: 5.1 Türkiye ile Bazı Akdeniz Ülkelerinin Karşılaştırmalı Fiyatları

MAL VE HİZMETLER	İspanya \$	Yunanistan \$	Türkiye \$	Portekiz \$	İtalya \$	Fransa \$
0,3 Lt. Bira	1,49	1,14	0,65	0,85	1,41	2,32
Kahve	0,98	1,64	0,65	0,45	0,83	1,68
1 lt. Süt	0,77	1,09	0,82	0,90	1,21	1,06
Taksi (10 dk.)	5,95	6,56	2,46	5,93	6,92	9,54
Şarap (Şişe)	1,49	3,28	1,96	3,14	1,72	3,18
Ekmek	0,90	0,91	0,19	0,73	1,08	0,78
Film	1,49	5,90	3,93	4,11	6,26	5,29
Yemek (2 Kişi)	42,5	29,52	16,4	34,93	47,5	42,64
TOPLAM	56,74	50,04	27,06	51,04	66,9	66,49

Tablo 5.1’de görüldüğü gibi Türkiye diğer Akdeniz ülkeleriyle karşılaştırıldığında daha ucuz bir ülkedir. Turistlerin yoğun olarak talep ettiği bir mal ve hizmet grubunun karşılaştırıldığı bu tabloda Türkiye’de 27,06 dolara alınabilen bir mal ve hizmet grubu İtalya’da 66,9 dolara, Fransa’da 66,49 dolara alınmaktadır.

Bu konuda benzer bir rapor Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından yayınlanmıştır. Bu rapora göre Türkiye, OECD üyesi 30 ülke içinde en ucuz beşinci ülkedir. Karşılaştırmalı fiyat düzeylerine göre, Türkiye yabancılar açısından oldukça avantajlı bir ülkedir. Bir İzlanda’lı kendi ülkesinde 100 İzlanda Kronu ödeyerek aldığı bir mal veya hizmeti Türkiye’de 41 krona alabilmektedir. İsviçreli bir turist kendi ülkesinde 100 İsviçre Frangına aldığı bir mal veya hizmeti Türkiye’de 45 Franga alabilmektedir. Bu turizm sektörü açısından Türkiye’ye oldukça önemli bir avantaj sağlamaktadır. Türkiye özellikle Akdeniz çanağında rakibi olan Yunanistan, İtalya, İspanya gibi ülkelere göre turistler açısından önemli bir fiyat avantajı sunmaktadır. Örneğin bir Alman turistin Türkiye’de 100 euroya alabileceği bir mal ve hizmet sepetine Yunanistan’da 141,

İtalya'da 163, İspanya'da 143 euro ödemesi gerekmektedir. Bu durum aşağıdaki tabloda görülmektedir (Milliyet, 17 Mayıs 2005):

Tablo: 5.2 OECD Ülkelerin Karşılaştırmalı Fiyat Düzeyleri

Ülke	YTL*	Ülke	YTL*	Ülke	YTL*
İzlanda	247	Avusturya	174	İspanya	143
İsviçre	223	Hollanda	173	Yunanistan	141
Norveç	222	Lüksemburg	170	Portekiz	127
Danimarka	221	İngiltere	170	Kore	126
İrlanda	205	Belçika	169	Macaristan	101
Japonya	203	İtalya	163	Türkiye	100
Finlandiya	198	Yeni Zelanda	159	Meksika	98
İsveç	194	Avustralya	158	Polonya	94
Fransa	175	Kanada	149	Slovakya	93
Almanya	175	ABD	143	Çek Cum.	92

* Ulusal Para birimlerinin YTL'ye çevrilmesi ile bulunmaktadır.

Her iki tabloda da görüldüğü gibi Türkiye gerek Akdeniz havzasındaki rakip ülkeler gerekse diğer gelişmiş ülkeler açısından oldukça önemli bir fiyat avantajına sahiptir.

5.2.2. Gelir Düzeyi:

Diğer tüm normal mallarda olduğu gibi turistik ürüne yönelik talep miktarı da gelir düzeyiyle yakından ilişkilidir. Gelir düzeyiyle turizm talebi arasında pozitif

yönlü bir ilişki vardır yani gelir arttıkça talep miktarı artacak, gelir azaldıkça talep miktarı azalacaktır.

Genelde turizm talebinin gelir esnekliği 1'den büyüktür; yani gelir %1 arttığında talep miktarı %1'den daha fazla artacaktır. Turistik ürüne yapılan harcamalar lüks olarak değerlendirildiğinden gelire karşı oldukça duyarlıdır. Ancak gelişmiş ülkeler açısından düşünüldüğünde turizm talebinin gelir esnekliğini 1'den küçük olduğu söylenebilir; yani tüketicinin turistik üründen talep ettiği miktardaki değişme gelirdeki değişmeden daha küçük olur (Kozak vd., 2001: 68).

5.2.3. Coğrafi ve Kültürel Uzaklık (Mesafe)

Turistin kendi ülkesi ile seyahat edebileceği ülke arasındaki uzaklık turizm talebini etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Turist gönderen ve turist alan ülkeler arasındaki mesafe turizm talebini yakından etkiler. Uzaklık arttıkça hem seyahate daha fazla zaman ayrılması hem de daha fazla maliyet olması nedeniyle turizm talebi azalır. Örneğin, tatil yapmaya karar veren bir Amerikalı turist şartlar aynı olduğunda çoğunlukla kendi yaşadığı anakarada tatilini geçirmek isteyecektir. Turistler genellikle daha az zaman isteyen ve daha az ulaşım maliyeti tutacak yerlere gitmek isterler. Her ne kadar hızla gelişen teknoloji sayesinde dünya küçülse de uzaklık hala turizm talebini etkilemektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında Türkiye'ye en çok Avrupa kıtasından turist gelmesi rastlantı değildir. Amacı ne olursa olsun insanlar seyahat etmeye kendilerine en yakın yerlerden başlama eğilimindedirler.

Buraya kadar anlatılan coğrafi uzaklıkla beraber “kültürel uzaklık” da turizm talebini etkiler. Genel olarak bakıldığında ülkelerin coğrafi uzaklıklarıyla kültürel uzaklıkları arasında bir bağ vardır.

Kültürel uzaklık kavramı ile anlatılmak istenen, turist gönderen bölge ile turist kabul eden bölge arasında olan hayat tarzı ve kültür farklılıklarıdır. Bölgeler

arasındaki kültürel farklılıkların turizm talebini ne yönde etkilediği hususunda tartışmalar olmakla beraber yeni turist profiline bakıldığında genellikle uzak kültürlerin tercih edildiği görülür. Kitle turizmine dönük olanlar ise daha çok kendilerine yakın olan kültürlerin oldukları bölgeleri tercih etmektedir (Kozak vd., 2001: 73).

5.2.4. Aile Yapısı

Bireyin evli ya da bekar olması, çocuklu olması, çocuk sayısı, aile yapısı gibi özellikleri seyahat etmesini ve seyahat süresini etkilemektedir. Bekar ve genç olanlar daha fazla seyahat etme imkanı bulurken, çocuklu bireyler seyahat sırasında önemli sorunlarla karşılaşmaktadır. Akrabalık bağının güçlü olduğu ülkelerde bireyler genellikle tatil olanaklarını akrabalarının yanında değerlendirmektedir. Örneğin, Türkiye’de bireyler genellikle tatillerini asıl memleketlerinde geçirmektedirler. Bu durum iç turizmin yeteri kadar gelişmesine engel olmaktadır. Türkler tatillerde tatil merkezlerine gitmek ya da seyahate çıkmak yerine akrabalarını ziyaret ederler. Bu durum ataerkil aile yapısından kaynaklanmaktadır.

5.2.5. Eğitim Düzeyi

İnsanların bilgi düzeyleri ve gelir durumları genellikle eğitim durumlarıyla yakından ilişkilidir. Eğitim düzeyi yüksek olan insanlar daha çok merak ederler. Bu merak sonucu seyahat güdüsü belirir. Köyünden hiç dışarı çıkmayan birisi için dünyanın geri kalanının pek anlamı, hatta dünyanın geri kalan kısmı yoktur insanlar daha önce bilgi sahibi oldukları yerleri görmek isterler.

5.2.6. Kentleşme Düzeyi

Modern toplumlarda nüfusun büyük çoğunluğu sanayi merkezlerine yakın yerlerde kurulan, içinde barındırdığı insan sayısı yüz binlerle hatta milyonlarla ifade edilen büyük şehirlerde yaşamaktadır. Büyük şehirlerin gürültülü ortamları, hava kirliliği v.s gibi nedenlerle insanlarda seyahat etme gereksinimi ortaya çıkmaktadır. İnsanlar hiç senenin belli günlerinde bu ortamlardan kurtulmak isterler. Bu gereksinimi en iyi karşılama yolu ise turizmdir.

5.2.7. Boş Zaman

İnsanlar bir yere seyahat etmek istiyorlarsa bunun için öncelikle boş zamana sahip olmalıdırlar. Günümüzde evde iş yapma, part-time çalışma olanakları, senelik izinlerin artması, haftalık çalışma saatlerinin azalması gibi nedenlerle insanlar daha fazla seyahat etme imkanına sahiptirler. Ayrıca insan ömrünün uzaması sonucu emeklilik döneminde daha fazla zaman geçirilmesi turizm talebini zaman yönünden etkileyen bir başka unsurdur.

5.2.8. Güvenlik

Turistin gideceği ülkede kendisini güvende hissetmesi, turizm talebi açısından oldukça önemlidir. Burada güvenlik kavramı geniş anlamlıdır. Can ve mal güvenliği, sağlıklı ortam, bölgede bulaşıcı hastalık olması, asayiş olaylarının çokluğu, hırsızlık, terör olayları, savaş, sel, deprem gibi her türlü insani ve doğal afet bu kavramın içinde değerlendirilir. Örneğin 1991 Körfez Savaşı ve 1999 Düzce ve Kocaeli depremleri Türkiye'nin dış turizm talebini oldukça olumsuz etkilemiştir. Ayrıca 2004 yılında yaşanan Güneydoğu Asya depremi de bu duruma örnek

gösterilebilir. Ayrıca dil güçlükleri, moda, zevk ve alışkanlıklar, turizm bilinci, reklam ve tanıtım, teknoloji, turist çeken ülkenin turizm potansiyeli de turizm talebini etkileyen diğer unsurlar arasında sıralanabilir (Kozak vd., 2001: 74).

5.3. TURİZM TALEBİNİN TAHMİN EDİLMESİ

Günümüz modern toplumlarında geçmiş verilerden hareketle gelecekte meydana gelecek olayların yönünü tahmin etme oldukça önemli bir uğraşı alanıdır. İktisadi açıdan düşünüldüğünde gelecekle ilgili beklentiler oluşturulduğunda kaynak israfı da olmamış olur; çünkü kıt kaynaklar beklentilerin en olumlu olduğu alanlara yönlendirilir.

Her ne kadar bir çok etkene bağlı olması ve çok kompleks olması nedeniyle oldukça zor olsa da turizm talebinin tahminlenmesi açısından da durum böyledir. Özellikle döviz ve para kaynakları kıt olan ve bunun için turizm gelirlerine ihtiyaç duyulan ülkelerde turizm sektörü için çok isabetli tahminlerin yapılması gerekir. Bu sayede turizm sektörüne eksik ya da fazla yatırım yapma ve gereksiz kaynak aktarma riski azalır. Bu amaç doğrultusunda turizm sektörüne en çok etki eden faktörle belirlenmeli, bu faktörlerin muhtemel hareketleri doğrultusunda turizm talebinin geleceği kestirilmeye çalışılmalıdır.

Turizm talebinin tahminlenmesinde güvenilir verilere ihtiyaç vardır. Kullanılan veriler ne kadar doğru olursa çalışmanın sonuçları da o kadar gerçeğe yakın olur. Turizm geliri, turistik çekim merkezindeki yaşama maliyeti, ulaşım maliyeti ve döviz kuru gibi kolay bulunabilir ve sayılandırılabilir değişkenlerle beraber, doğal felaketler, terör olayları ve savaşlar gibi ölçülmesi zor olan değişkenler de turizm talebine etki eder. Turizm talebinin çok fazla değişkene bağlı olması, turizm talebinin tahmin edilmesini zorlaştırır.

5.3.1. Literatür

Aydın, Çıplak ve Yücel (2004) yaptıkları çalışmada terör ve benzeri olumsuz gelişmelerin Türk turizmine etkisini araştırmışlar ve veri seti olarak 1963-2003 dönemini almışlardır. Yöntem olarak regresyon analizi kullanılmıştır. 1963 yılından beri Türkiye’de turizm sektörünü olumsuz etkileyen bütün olumsuz gelişmeler bu çalışmada yer almıştır. Çalışma sonucunda Türk turizminin yakın çevresinde gerçekleşen savaş ve benzeri olaylardan olumsuz etkilendiği, Türkiye ile doğrudan bağlantısı olmayan olayların turizm üzerimde olumsuz etki göstermediği sonuçlarına varılmıştır. Ayrıca olumsuz gelişme yokken ziyaretçi sayısının yıllık ortalama %18,9 artacağı tahmin edilmiş ayrıca olumsuz gelişmeler olduğu yıllarda ziyaretçi sayısının yıllık ortalama %15-17 aralığında azalacağı söylenmiştir. Bu çalışmada 2004 yılı için olumlu ve olumsuz gelişmeler ihtimalinde ödemeler dengesiyle ilgili tahmin yapılmıştır.

Seddighi ve Theocharous (2001)’a göre, turizmin bölgesel ve ulusal ekonomik kalkınmaya olumlu katkısı vardır. Turizm seyahat kararları üzerinde neyin etkili olduğunu araştıran bu çalışmada Kıbrıs incelenmiş seyahat tercihlerinde Kıbrıs’ı tercih etmiş turistler üzerinde anket metodu uygulanmış, turist sayısına etki eden bağımlı değişkenler olarak yaşama maliyeti, paket turların fiyatları, turistik ürünlerin fiyatları, ulaşım maliyeti ve süresi, reklam, turizm hizmetlerinin kalitesi ve siyasi istikrarsızlık alınmıştır.

Song, Witt ve Jensen (2003), Danimarka’nın turizm talebini tahmin etmek için yaptıkları çalışmada bağımsız değişkenler, özel tüketim harcaması, yaşama maliyeti, ulaşım maliyeti ve zaman olarak alınmış, ayrıca kukla değişken de kullanılmıştır. Yöntem olarak Ardışık Bağımlı Gecikmesi Dağıtılmış Modeli kullanılmıştır.

Lanza, Temple ve Urga (2002) yaptıkları çalışmada turizm sektöründe uzmanlaşmanın ulusal ekonomi açısından uzun dönem etkilerini araştırmışlar ve bu

uzmanlaşmanın uzun dönemde iktisadi açıdan olumsuz sonuçlar doğurmayacağını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada model olarak Koentegrasyon ve Hata Düzeltme Modeli yöntem olarak belirlenmiş, 13 OECD ülkesi (Avusturya, Belçika, Danimarka, Fransa, Almanya, Yunanistan, İtalya, Hollanda, Portekiz, İspanya Türkiye ve İngiltere) araştırılmış, bağımsız değişken olarak turizm harcaması, tüm dünyadaki toplam turizm harcaması, ilgili ülkelerin tüketici fiyat endeksi rakamları ve turizm fiyatı kabul edilmiştir.

Cho (2002)'ya göre turizm talebinin tahmin edilmesi planlamada önemli rol oynar. Cho en iyi tahmini elde etmek için Temsili Düzenleme Modeli, Ardışık Bağımlılık Bütünleşik Hareketli Ortalama Modeli ve Elman'ın Yapay Çekim Merkezleri Modeli olmak üzere üç model denemiş ve turizm talebinin tahmininde kullanılacak en iyi modeli bulmaya çalışmıştır. Çalışma sahası olarak Hong-Kong'a gelen turist sayısını incelemiştir.

Akal (2003) yaptığı çalışmada Türkiye'nin turizm gelirlerini 2002-2007 dönemi için tahmin etmiştir. 1963-2001 dönemine ait verilerin kullanıldığı çalışmada, bu dönemde Türkiye'nin turizm gelirleri ciddi bir artış gösterdiği belirtilmiş, bu artış karşılaştırma yapmak açısından bazı ülkelerde meydana gelen artışlarla karşılaştırılmıştır. Akal yöntem olarak Ardışık Bağımlı Hareketli Ortalama Süreci Yöntemi'nin özel bir türü olan Dışsal Değişkenli Ardışık Bağımlı Hareketli Ortalama Süreci Yöntemi'ni kullanmıştır. Bu çalışmada değişken olarak Türkiye'ye gelen uluslararası turist sayısı ve Türkiye'nin turizm gelirleri alınmıştır.

Han, Durbarry ve Sinclair (2004) Amerika Birleşik Devletlerinden Avrupa'nın dört önemli turist çekim merkezi olan Fransa, İspanya, İtalya ve İngiltere'ye yönelik turizm talebini modellemeye çalışmışlardır. Bu makalede ABD'den turist çekme açısından Fransa, İtalya ve İspanya arasında fiyat rekabetinin sonuçları araştırılmış ve fiyatlar genel seviyesinin önemli olduğu sonucuna varılmıştır. İngiltere açısından fiyat rekabeti görece etkisizdir. Çalışmada yöntem olarak bilinen talep fonksiyonunda birtakım değişiklikler yapılarak oluşturulan ve

özel bir yöntem olan İdeale Yakın Talep Sistemi Yöntemi kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak turistik ürünlerin bütçedeki payı alınmış ve turistik ürünlerin ülkeler arasındaki görece fiyatını ortaya koyabilmek açısından bir fiyat endeksi oluşturulmuştur.

Witt ve Song (2005) Macau'ya en fazla turist gönderen 8 ülke için 2003-2008 yılları arasında tahmin yapılmıştır. Kullanılan data 1993-2003 yıllarını kapsamaktadır ve üç aylık verilerle çalışılmıştır. Çalışmada bağımsız değişken olarak Macau'da yaşama maliyetinin turistin kendi ülkesinde yaşama maliyetine oranı alternatif çekim merkezlerinde yaşamının Macau'da yaşama maliyetine oranı ve turistin gelir durumu alınmıştır.

Kulendran ve Witt (2002) yaptıkları çalışmada İngilizlerin bayram günlerinde ziyaret etmek için hangi ülkeleri tercih ettiğini araştırmışlardır. Zaman aralığı olarak 1978-1995 yıllarını seçmişler ve üç aylık data ile çalışmışlardır. Bu çalışmada Transfer Fonksiyonu Yaklaşımı, Ardışık Bağımlı Bütünleşik Hareketli Ortalama ve Hata Düzeltme Modellerinin karşılaştırılması yapılmış, ülkeden ülkeye başarılı yöntemin değiştiği sonucuna varılmıştır.

Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım (2004) Türkiye açısından turizm yatırımlarının turizm gelirleri ve turist sayısı üzerindeki etkilerinin ekonomik analiz için yaptıkları çalışmada turizm yatırımlarını, turizm gelirlerini, yabancı turist sayısını ve turizm işletme belgeli yatak sayısını değişken olarak almışlardır. Bu değişkenleri tek tek bağımlı değişken olarak geri kalan diğer bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Yöntem olarak En Küçük Kareler Yöntemini kullandıkları çalışmada turizm yatırımlarının turizm gelirleri üzerinde doğrudan ve olumlu bir etki oluşturduğunu ifade etmişlerdir.

Kasman ve Kasman (2004) 1963-2002 döneminde turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisi üzerine ampirik bir çalışma yapmışlardır. Böylece turizm odaklı büyüme hipotezi test edilmiştir. Eşbütünleşme ilişkisinin tahmin edilmesinde Johansen eşbütünleşme testi ile

Pesaran, Shin ve Smith'in sınır eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda ekonomik büyüme ile uluslararası turizm gelirleri arasında uzun dönemli sabit bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Daha sonra uygulanan Granger nedensellik testi sonuçları uluslararası turizm gelirlerindeki değişimin ekonomik büyümede değişime neden olduğunu göstermektedir. Çarpan etkisi sayesinde bu etki daha da fazla olmaktadır. Ayrıca çalışmada turizm sektörünün daha fazla gelişmesi için öneriler de sıralanmıştır.

Albayrak (2001) dış aktif turizm talebinin Türkiye ekonomisine etkisini araştırdığı çalışmada 1990-1999 dönemi için turizm talep modeli tahmin etmiştir. Bu çalışmada Türkiye'ye gelen turist sayısı bağımlı değişken; bir öndeki yıla göre döviz değişim oranı, Türkiye tüketici fiyat endeksi, işletme belgeli yatak sayısı ve seyahat acente sayısı bağımsız değişkenler olarak analiz edilmiştir. Yöntem olarak en küçük kareler yöntemi kullanılmıştır. Bütün değişkenlerin logaritmaları alınarak bazı bağımsız değişkenler modelden çıkarılarak istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmeye çalışılmış; ancak logaritmik modelde anlamlı sonuçlar elde edilememiştir. Daha sonra aynı veri sepetiyle model doğrusal olarak ele alınmış; ancak yine bütün değişkenlere anlamlı sonuçlar elde edilememiştir. İstatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edebilmek için turist sayısı bağımlı, TÜFE ve seyahat acentesi sayısı bağımsız değişken olarak alınmıştır.

Bostan (1999) Türkiye'de planlı dönemde turizmin moneter ekonomik etkilerinin değerlendirmesini yaptığı çalışmada ilk olarak turizm gelirlerini bağımlı, yatak sayısını ve turist sayısını bağımsız değişken kabul ederek analiz sonuçlarını değerlendirmiştir. Daha sonra turizm gelirlerini bağımlı, turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payını bağımsız değişken kabul ederek bu iki değişken arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Bundan sonra çalışmada daha önce yapıldığı gibi GSMH (bağımlı) ve turizm gelirleri (bağımsız) arasındaki ilişki; turizm gelirleri (bağımlı) ve döviz kuru (bağımsız) arasındaki ilişki; toptan eşya fiyat endeksi (bağımlı) ve turist sayısı (bağımsız) arasındaki ilişki analiz edilmiştir. 1963-1995 yılları arasında kapsayan bu çalışmada regresyon modeli kullanılmıştır. Ayrıca çalışma sonuçları ışığında 2015 yılına ilişkin tahminler yapılmıştır.

Mehter Aykın (2001) AB’nden Türkiye’ye yönelik turizm talebine dair kapsamlı bir analiz yapmıştır. Bu kapsamda AB üyeleri arasından Türkiye’ye en çok turist gönderen 4 ülke seçilmiştir. Bağımlı değişken olarak Türkiye’ye gelen turist sayısı, bağımsız değişken olarak da ülkelerinden turizm amacıyla çıkan bireylerin sayısı ve kukla değişken kullanılmıştır. Tüm AB ülkelerinin Türkiye’ye yönelik turistik talep analizinde en çok rol oynayan etkenler araştırılmıştır. Bunlar tarihi ve kültürel değerler ve deniz-kum-güneş etkenleridir. Karşılaştırma yapmak açısından AB ülkelerine Amerika Birleşik Devletleri, Japonya ve Bağımsız Devletler Topluluğu da eklenmiştir. Çalışmada Türkiye’nin uluslararası turizmden çok az pay aldığı da vurgulanmıştır.

5.3.2. Yöntem

Turizm alanında kullanılan talep tahmin yöntemleri kalitatif (niteliksel) ve kantitatif (sayısal) yöntemler olmak üzere başlıca iki grupta toplanabilir (İçöz ve Kozak, 2002: 302):

1. Niteliksel Yöntemler
 - a. Geleneksel Anket Yöntemi
 - b. Delphi Modeli
 - c. Çoklu Kararla Desteklenmiş Model
2. Sayısal Yöntemler
 - a. Zaman Serileri ve Trend Analizi
 - b. Bilgisayar Sistemleri ve Simülasyon Yöntemi
 - c. Turist Çekme ve Talep Yaratma Modelleri
 - d. Çok Değişkenli Regresyon Analizi

Turist çekme ve talep yaratma modeli ile çok değişkenli regresyon analizleri turizm faaliyetindeki neden-sonuç ilişkilerine bağımlıdır ve turizm sektörünü etkileyen birtakım değişkenlerin sayısal olarak açıklanması amacına yöneliktir.

Sayısal yaklaşımlarda genel olarak, çeşitli zaman aralıklarını (yıllık, aylık, vs.) kapsayan veriler kullanılır. Bu verilerin iyi bir şekilde analiz edilmesi modellerin temelini oluşturur. Niteliksel yaklaşımlar ise konu ile ilgili uzmanların bilgi ve tecrübelerinden faydalanır ve ilgili alandaki gelişmelerin yönü üzerinde yoğunlaşır. Niteliksel yöntemler daha çok yeterli sayısal verilerin bulunmadığı durumlarda kullanılır (İçöz ve Kozak, 2002: 302).

5.3.2.1. Regresyon Modelleri

Turizm araştırmalarında ve turizm talebinin tahminlenmesinde en çok kullanılan yöntemlerden biri regresyon analizidir. Regresyon analizinde sayısal verilerle saptanmış bir değişkenin (bağımlı değişken), değerlerine bakılarak bir başka değişkendeki meydana gelen değişimler tahmin edilmeye çalışılır. Biri bağımlı diğeri bağımsız olmak üzere iki değişken üzerinde duruluyorsa yaklaşıma basit regresyon analizi adı verilir. Bir tane bağımlı ve en az iki bağımsız değişkenin durumu analiz edilen yaklaşıma çoklu regresyon adı verilir. Eğer doğrusallık varsayımlarının varsayımları hafifletilmesi gerekiyorsa değişkenlerin bazılarının veya hepsinin logaritmaları alınır. Örneğin, regresyon analizinde bir ülkeye gelen turist sayısı ile bu ülkedeki yaşama maliyeti arasındaki ilişki ortaya konabilir. Buradan hareketle bağımsız değişkenin gelecek dönemlerde alması muhtemel değerler fonksiyonda yerine konarak bağımlı değişkenin alacağı değerler de ortaya çıkarılmaya çalışılır.

Basit bir doğrusal regresyon formülü aşağıdaki gibi tahmin edilmeye çalışılır:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + u$$

Burada;

Y: turist sayısını (Bağımlı değişken)

X_1 : Turist gönderen ülkenin gelirini,

- b_0 : Eşitliğe ait sabit parametre
 b_1 : bağımsız değişken, eğim parametresi
 u : hata terimini ifade etmektedir.

Çoklu doğrusal regresyon formülünde ise durum aşağıdaki gibidir:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n + u$$

Basit regresyon modelleri uygulamada pek görülmez. Bunun yerine çalışmalarda iki veya daha fazla bağımsız değişken içeren çoklu regresyon görülür. Çoklu regresyon modellerinde temel hedef, modele mümkün olduğu kadar bağımlı değişkenle ilişkili olduğu düşünülen bağımsız değişken ilave etmektir.

Çoklu regresyon modellerinin en çok kullanılan şekli yukarıda ifade edilen ve basit regresyon modelinin bir uzantısı olan doğrusal modeldir. Ancak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında her zaman doğrusal bir ilişki olmayabilir ve bazı ilişkiler doğrusal olmayan bir uyumun varlığını ortaya koyabilir. Bu tür doğrusal olmayan ilişkiler için yapılan analizlerde kullanılabilecek bir diğer regresyon modeli aşağıdaki gibi üssel bir formda alınabilir (İçöz ve Kozak, 2002: 324):

$$Y = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} \dots X_n^{b_n} e^u$$

Bu üssel eşitlik logaritmik olarak aşağıdaki eşitlik halinde gösterilerek doğrusal şekle dönüştürülebilir:

$$\log Y = \log b_0 + b_1 \log X_1 + b_2 \log X_2 + \dots + b_n \log X_n$$

Regresyon analizinde turizm talebi üzerinde etkili olan ama sayısal olarak da ifade edilemeyen olaylar da göz önüne alınmalıdır. Örneğin, 1999 depremi Türkiye'ye gelen turist sayısını etkilemiştir; ancak deprem sayısal olarak analize katılamaz. Burada kukla değişken tekniği kullanılmalıdır.

Ayrıca regresyon çalışmasında bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı kadar bu ilişkinin güvenilirliği de önemlidir. İlişkinin güvenilirliğini ortaya koymak için t testi, F testi, standart hata sınaması gibi istatistiksel çalışmalar yapılır. Regresyon analizinde determinasyon katsayısının (R^2) değeri de önemlidir. Determinasyon katsayısı bağımlı değişkendeki değişmelerin ne kadarının bağımsız değişkendeki değişmeler sonucu ortaya çıktığını ifade eder ve 0 ile 1 arasında değerler alır. 0 değeri bağımsız değişkenlerle, bağımlı değişken arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını oraya koyar. 1 değeri ise bağımlı değişkendeki değişmelerin tamamının bağımsız değişkenler tarafından ortaya konduğunu gösterir.

5.3.3. Veri Seti Ve Kaynaklar

Türkiye'nin turizm talebinin tahmin edilmeye çalışıldığı bu çalışmada 1990-2003 arası yıllık veriler kullanılmıştır. Her ne kadar Türkiye'nin turizm sektörü 1980'li yıllardan itibaren gelişmeye başlasa da turizm sektörüne ait verilerin hızla artmaya ve önemli büyüklüklere ulaşması 1990'lı yılları bulmuştur. 1980-1990 arası dönem incelendiğinde gerçekleşen rakamların hedeflerin çok üzerinde olduğu görülür.

Türkiye'nin toplam turizm talebinin tahmin edilmeye çalışıldığı çalışmanın ilk kısmında Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı bağımlı; gelir, Türkiye'deki yatak sayısı, uluslararası turist sayısı ve terör olayları bağımsız değişken olarak alınmıştır. Geliri hesaplamak için Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler olan Almanya, Hollanda, Rusya, İngiltere, Avusturya, Fransa ve Yunanistan'ın 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen gelirleri 0,6 ile çarpılmış ve bu şekilde ülkelere ait gelirler toplanmıştır. Bu ülkelere Türkiye'ye gelen turist sayısı 0,6 ile çarpıldığında Türkiye'ye gelen turist sayısının tamamı elde edilmektedir. 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen gelirler Dünya Bankası'nın web sayfasından, Türkiye'deki yatak sayısı ve Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin (TÜRSAB) web sayfasından, terör olayları da Emniyet Genel Müdürlüğü'nün web sayfasından alınmıştır. Ayrıca 1994 ve 1999 yılları için kukla değişken kullanılmıştır.

Daha sonra Türkiye'ye en çok turist gönderen beş ülkenin tek tek turizm talebi tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bu beş ülke Almanya, Rusya, İngiltere, Fransa ve Hollanda'dır. Her ülke için bağımlı değişken ilgili ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı olup, bu veriler TÜRSAB'ın web sayfasından alınmıştır.

Almanya için bağımsız değişkenler;

- Almanya'nın 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen geliri,
- 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE),
- Türkiye'de gerçekleşen terör olayları,
- 1994 ve 1999 yılları için kukla değişken,

Rusya için bağımsız değişkenler;

- Türkiye'deki yatak sayısı,
- Rusya'nın 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen geliri,
- 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE),
- Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarıdır.
- 1999 yılı için kukla değişken,

Hollanda için bağımsız değişkenler;

- Türkiye'deki yatak sayısı,
- Hollanda'nın 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen geliri,
- 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE),
- 1994 ve 1999 yılları için kukla değişken,

İngiltere için bağımsız değişkenler;

- İngiltere'nin 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen geliri,
- 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE),
- Dolar ile Türk Lirası arasındaki nominal kur,

Fransa için bağımsız değişkenler;

- Fransa'nın 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen geliri,
- 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE),
- 1991, 1994 ve 1999 yılları için kukla değişken,

olarak saptanmıştır. Her ülke için aynı bağımsız değişkenlerle istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilememiş, oluşturulan veri setinden çeşitli alternatifler denenerek, istatistiksel olarak anlamlı olanlar bağımsız değişken olarak alınmıştır. Ülkelerin 1995 fiyatlarıyla dolar olarak sabitlenmiş kişi başına düşen gelirleri Dünya Bankası web sayfasından, 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ve Dolar ile Türk Lirası arasındaki nominal kur Merkez Bankası web sayfasından, Türkiye'de gerçekleşen terör olayları Emniyet Genel Müdürlüğü web sayfasından, Türkiye'deki yatak sayısı TÜRSAB'ın web sayfasından alınmıştır. Almanya, Rusya ve Fransa için yapılan regresyon çalışmasında doğrusal analizle istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar elde edilmiş, toplam tahmin, İngiltere ve Hollanda için yapılan çalışmada anlamlı sonuçlar yakalayabilmek için bütün değişkenlerin ln'leri alınmıştır. Böylece bu ilişki pür ilgili parametreler cinsinden doğrusal olmaktan biraz eğrisel forma sokulmuştur.

5.3.4. Analiz Sonuçlarının Değerlendirilmesi

5.3.4.1. Toplam Turist Sayısı İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

Çalışmanın bu aşamasında Türkiye açısından toplam turizm talep fonksiyonu tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bunun için Türkiye'ye gelen turist sayısı bağımlı değişken olarak alınmış, bağımsız değişkenler ise gelir, Türkiye'deki toplam yatak sayısı, uluslararası turist sayısı ve Türkiye'de gerçekleşen terör olayları olarak alınmıştır. Talep fonksiyonu $Y = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} X_3^{b_3} X_4^{b_4} e^u$ formunda tahmin edilmiş, daha sonra değişkenlerin ln değerleri alınarak söz konusu fonksiyon, $\ln Y = \ln b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + u$ biçimine sokularak b_1, b_2, b_3, b_4 parametreleri tahmin edilmiştir. Turizm merkezlerine yönelik terörist saldırıların arttığı yıl olan 1993 yılına, Kocaeli ve Düzce depremlerinin gerçekleştiği yıl olan 1999 yılına kukla değişken konulmuştur. Söz konusu yıllara 1 diğer yıllara ise 0 rakamı verilmiştir.

Burada;

Y: Türkiye'ye gelen toplam turist sayısını,

X_1 : Geliri,

X_2 : Türkiye'deki toplam yatak sayısını,

X_3 : Tüm dünyada seyahate çıkan toplam insan sayısını, uluslararası turist sayısını,

X_4 : Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarını ve

u: Rastlantısal hata terimini göstermektedir.

Gelir ile Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki beklenmektedir. Turistik mal ve hizmetler lüks mal ve hizmetler kategorisinde bulunmaktadır. Turizm ile gelir arasında doğrusal, yakın bir ilişki vardır. Ancak turist çekmek için aşırı fiyat rekabetinde giren ülkelerde ucuzlayan fiyatlarla birlikte

kalite düşmekte ve turistik bölgeye her seferinde daha düşük gelirli insanlar gelmektedir. Bu durum, turizm sektörünün esas amacı olan döviz geliri elde etme amacına ters düşmektedir. İspanya’da daha önce yaşanan bu hadise son yıllarda Türkiye’de de yaşanmaktadır. Her ne kadar gelir ile bir ülkeye gelen turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki beklense de negatif yönlü bir ilişkinin çıkması, ilgili ülkeye her seferinde daha az gelire sahip turistlerin geldiğini gösterir.

Tüm dünyada seyahate çıkan insan sayısı ile Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır; çünkü tüm dünyada seyahate çıkan insanların bir bölümü de Türkiye’ye gelecektir. Tüm dünyada seyahate çıkan insan sayısı sıfır olduğunda Türkiye’ye gelen turist sayısı da sıfır olacaktır. Türkiye’deki yatak sayısı ile Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır, çünkü yatak sayısı büyük oranda bir ülkenin kabul edebileceği turist sayısını ve turistik alt yapısını gösteren önemli bir faktördür. Başka bir yönden ifade edecek olursak, gelen turistler kalacak yer bulamadıkları taktirde bir daha bu ülkeye gelmek istemeyeceklerdir. Terör olayları bir ülkenin güvenli olup olmadığını göstermektedir. Özellikle 11 eylül 2001 tarihinde Amerika’daki Dünya Ticaret Merkezi’ne yapılan saldırılardan sonra turist çekim merkezlerinin bu yönü daha fazla ön plana çıkmaya başlamıştır. Turistik merkezlere yönelik terörist saldırıların artması sonucu 1993 yılında Türkiye’ye gelen turist sayısı azalırken, 1994 yılında da çok az bir artış olmuştur.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları şu şekilde olmuştur:

$$Y = X_1^{-5,53} X_2^{1,97} X_3^{2,72} X_4^{-0,21} e^u \quad R^2=0,91 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2=0,77$$

(1,87) (0,8) (0,7) (0,04)

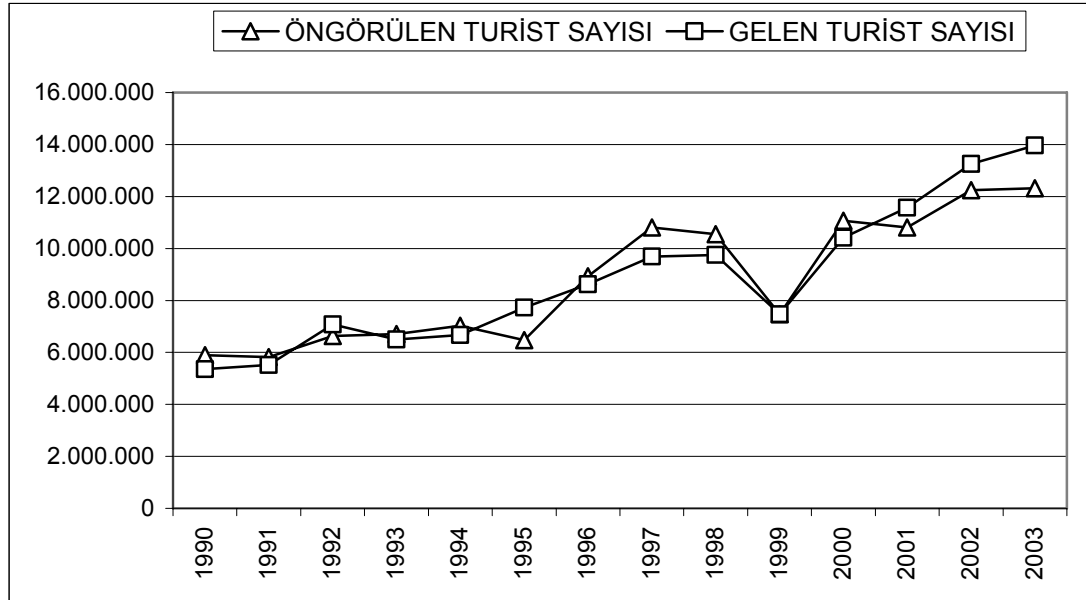
Modelin standart hatası=0,1 F değeri= 19,70

t değerleri gelir için -2,96; yatak sayısı için 2,46; uluslararası turist sayısı için 3,84 ve terör olayları için -4,95 olarak bulunmuştur. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Modelin kendisi ve bütün değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Düzeltilmiş R^2 ifadesi, 0,77

olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişmelerin %77'si bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Gelir ile Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında negatif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Bu çalışmaya göre, diğer değişkenler sabitken gelirdeki %1'lik bir artış, Türkiye'ye gelen turist sayısını %5,53 azaltacaktır. Buradan da anlaşıldığı gibi Türkiye'ye gelen turistler her yıl daha az gelire sahip olan turistlerdir. Türkiye'ye gelen toplam turist sayısı ile yatak sayısı, uluslararası turist sayısı ve terör olayları arasında beklenen doğrultuda ilişki saptanmıştır. Yatak sayısındaki %1'lik bir artış, Türkiye'ye gelen turist sayısını %1,97 arttırır. Uluslararası turist sayısındaki %1'lik bir artış, Türkiye'ye gelen turist sayısını %2,72 arttırır. Türkiye'deki terör olaylarındaki %1'lik bir artış, Türkiye'ye gelen turist sayısını %0,21 azaltacaktır. Türkiye'ye gelen turist sayısı en çok gelirden etkilenmektedir. Ancak yatak sayısı ve toplam turist sayısı da Türkiye'ye gelen turist sayısını yoğun şekilde etkilemektedir. En zayıf ilişki terör olayları ile ortaya çıkmaktadır.

Grafik 5.1. Türkiye'ye Gelen Toplam Turist ve Öngörülen Toplam Turist Sayısı



Grafik 5.1’de de görüldüğü gibi, Türkiye’ye gelen toplam turist sayısı 1993 ve 1999 yıllarında azalırken diğer bütün yıllarda farklı oranlarda olmakla beraber artmıştır. 1993 yılında turistik merkezlere yönelik terörist saldırılar Türkiye’ye gelen turist sayısını az da olsa olumsuz etkilerken, 1999 depreminde turist sayısında ciddi azalma olmuştur. Çalışmada bu yıllara kukla değişken konulmuştur.

5.3.4.2. Almanya İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısını tahmin etmek için tespit edilen bağımsız değişkenler; 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya’da kişi başına gelir, 1987=100 alınmış Türkiye’deki TÜFE rakamları ve Türkiye’de gerçekleşen terör olaylarıdır. Talep fonksiyonu $Y=b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+u$ biçiminde tahmin edilmiştir. Körfez Savaşı gerçekleştiği için 1991 yılına, turizm merkezlerine terörist saldırılar arttığı için 1993 yılına ve Kocaeli ve Düzce depremlerinin gerçekleştiği için 1999 yılına kukla değişken konulmuştur. Söz konusu yıllara 1, diğer yıllara ise 0 rakamı verilmiştir.

Burada:

Y: Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısını,

X_1 : 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya’da kişi başına geliri,

X_2 : 1987=100 alınmış Türkiye’deki TÜFE ve

X_3 : Türkiye’de gerçekleşen terör olaylarını,

u: hata terimini göstermektedir.

Öngörü olarak değerlendirildiğinde Almanya’da kişi başına gelir arttığında bu ülkeden Türkiye’ye gelen turist sayısının da artması gerekir. Turistik ürünler lüks mal kategorisine girmektedir ve turistik ürünlerle gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır. TÜFE, belli bir zaman diliminde mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişimi gösterdiğinden Türkiye’de TÜFE’deki artış ile Almanya’dan gelen turist sayısı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olması gerekir. Terör olayları bir yönüyle ülkedeki can güvenliğini ve huzurun göstergesidir. Özellikle son yıllarda terör

olayları insanların turizm tercihlerini yoğun şekilde etkilemeye başlamıştır. Bu durumda Türkiye’de olan terör olayları ile Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olması gerekir.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları aşağıda ifade edilmiştir:

$$Y = 65,48X_1 + 4,30X_2 - 102,83X_3 + u \quad R^2: 0,90 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2: 0,78$$

(7,53) (0,93) (51,47)

Modeli standart hatası: 314424,1 F değeri: 23,80

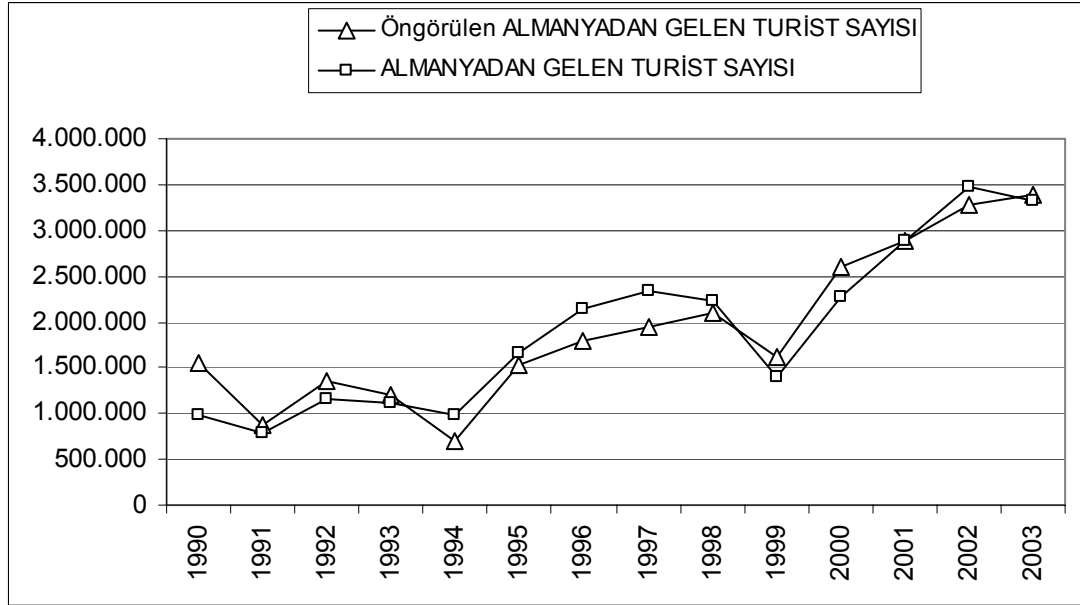
Bulunan sonuçları yorumlayacak olursak, t değerleri 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya’da kişi başına gelir için 8,69; Türkiye’deki TÜFE için 4,64 ve Türkiye’de gerçekleşen terör olayları için de -2,00 olarak bulunmuştur. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Modelin kendisi, X_1 ve X_2 değişkenleri %1 anlamlılık düzeyinde, X_3 değişkeni ise %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Düzeltilmiş R^2 ifadesi, 0,78 olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişimlerin %78’i bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya’da kişi başına gelir ile Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında öngörülere uygun olarak pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya’da kişi başına geliri 1 dolar arttığında Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısı 65,48 kişi artar. Türkiye’de 1987=100 alınmış TÜFE, 1 birim artarsa Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısı, 4,30 kişi artar. Öngörülere ters olarak 1987=100 alınmış olan Türkiye’deki TÜFE ile Almanya’dan Türkiye’ye gelen turist sayısı arasındaki ilişki pozitif çıkmıştır. TÜFE’deki artışlar döviz kurunda meydana gelen artışlar tarafından fazlasıyla telafi edilmiş olabilir; çünkü gelen turistler ülkelerinde kullandıkları para birimleriyle ülkeye gelmektedir. Öte yandan gerçekleşen TÜFE rakamları içinde turistik ürünlerin ya da turistik bölgelerdeki ürünlerin payı bilinmemektedir. Terör olayları

ile turist sayısı arasında beklendiği gibi negatif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Her bir ilave terör olayı sayısını 102,83 kişi azaltacaktır.

Esneklik katsayıları yorumlandığında şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya'da kişi başına gelire göre, esnekliği 1,05 olarak bulunmuştur. Bu çalışmanın sonuçlarına göre 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Almanya'da kişi başına geliri %1 artarsa Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %1,05 artar. Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının TÜFE'ye göre esneklik katsayısı 0,12 olarak bulunduğundan Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile TÜFE arasındaki ilişki az esnek olarak ifade edilebilir. TÜFE %1 artarsa Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,12 artar. Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarına göre esnekliği -0,17 olarak bulunmuştur. Buna göre, Türkiye'de gerçekleşen terör olayları %1 arttığında Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,17 azalır. Netice itibarıyla Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'de gerçekleşen terör olayları arasında negatif yönlü bir ilişki çıkmıştır.

Türkiye'ye gelen turistler milliyetlerine göre incelendiğinde en çok turist gönderen ülkenin %25 civarındaki payı ile Almanya olduğu görülür. Bununla beraber, aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı oldukça istikrarsızdır. Bu durum regresyon analizini zorlaştırmaktadır. Coğrafi konumu nedeniyle sıcak gelişme yaşanan bölgelere oldukça yakın bir ülke olan Türkiye ve etrafındaki gelişmeler, Alman halkı tarafından yakından takip edilmiş ve bu gelişmelere sert tepkiler verilmiştir. Bu durumda Almanya'da çok fazla Türk yaşaması ve Türkiye'deki gelişmelerden bu sayede Alman halkının haberdar olması etkili olmuştur. 1991 Körfez Savaşı, 1993-1994 yıllarındaki turistik merkezlere yönelik terörist saldırıların artışı, 1994 Ekonomik Krizi ve 1999 Düzce ve Yalova depremleri Almanya'dan gelen turist sayısını oldukça etkilemiştir. Yaşanan olaylarda sırasıyla bir önceki yıllara göre Almanya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %28,6, %16,67 ve %37,83 azalmıştır. Modelde bu yıllara kukla değişken konulmuştur.

Grafik 5.2. Almanya'dan Gelen ve Öngörülen Almanya'dan Gelen Turist Sayısı

5.3.4.3. Rusya İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını tahmin etmek oldukça önemlidir; çünkü önemli doğal kaynaklara sahip olan ve hızla zenginleşen Rusya, 2003 yılı itibariyle 100 milyar dolar döviz rezervine sahiptir. Her ne kadar bu ülkede kişi başına gelir 2003 yılında 2610 dolar olsa da 250 milyonu aşkın nüfusuyla Rusya turizm açısından oldukça önemli bir pazardır. Ayrıca Rusya zengin doğalgaz ve petrol kaynakları sayesinde hızla zenginleşmektedir.

Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını tahmin etmek için tespit edilen bağımsız değişkenler Türkiye'deki yatak sayısı, 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Rusya'da kişi başına gelir, 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamları ve Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarıdır. Ayrıca 1999 Kocaeli ve Düzce depremlerinin gerçekleştiği yıla kukla değişken konulmuştur. Bu yıla 1 verilip diğer yıllara 0 verilmiştir. Talep fonksiyonu $Y=b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+b_4X_4+u$ biçiminde tahmin edilmiştir.

Burada,

Y: Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını,

X₁: Türkiye'deki yatak sayısını,

X₂: 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Rusya'da kişi başına geliri,

X₃: 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamlarını ve

X₄: Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarını göstermektedir.

Öngörüselle olarak değerlendirildiğinde Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'deki yatak sayısı ve 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Rusya'da kişi başına gelir arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olması beklenir. Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısının ile 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamları ve Türkiye'de gerçekleşen terör olayları negatif yönlü bir ilişkinin olması uygun görülebilir.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları aşağıda ifade edilmiştir:

$$Y = 4,84X_1 - 551,03X_2 + 1,39X_3 + 85,02X_4 + u \quad R^2: 0,90 \text{ Düzeltilmiş } R^2: 0,74$$

(0,52) (85,80) (0,55) (28,18)

Modelin Standart hatası: 16687,4 F değeri: 15,95

t değerleri Türkiye'deki yatak sayısı için 9,23; 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Rusya'da kişi başına gelir için -6,42; 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamları için 2,52 ve Türkiye'de gerçekleşen terör olayları için 3,02 olarak bulunmuştur. Modelin kendisi ve bütün değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Düzeltilmiş R² ifadesi, 0,74 olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişmelerin %74'ü bağımlı değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Türkiye'deki yatak sayısı ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında beklendiği gibi pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaya göre, diğer değişkenler sabitken Türkiye'deki yatak sayısı 1 adet arttığında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 4,84 kişi artacaktır. Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist

sayısı ile 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Rusya'da kişi başına geliri arasında beklentilerin aksine ters yönlü bir ilişki saptanmıştır. Rusya'da kişi başına gelir 1 dolar arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı 551 kişi azalacaktır. Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamları arasında yine beklentilerin aksine pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Tüfe rakamları 1 birim arttığında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 1,39 kişi artacaktır. Türkiye'de gerçekleşen terör olayları ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki ilişki yine beklentilere ters olarak pozitif yönlü ortaya çıkmıştır. Türkiye'de gerçekleşen terör olaylarının her bir ilave artış Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını 85,02 kişi artıracaktır.

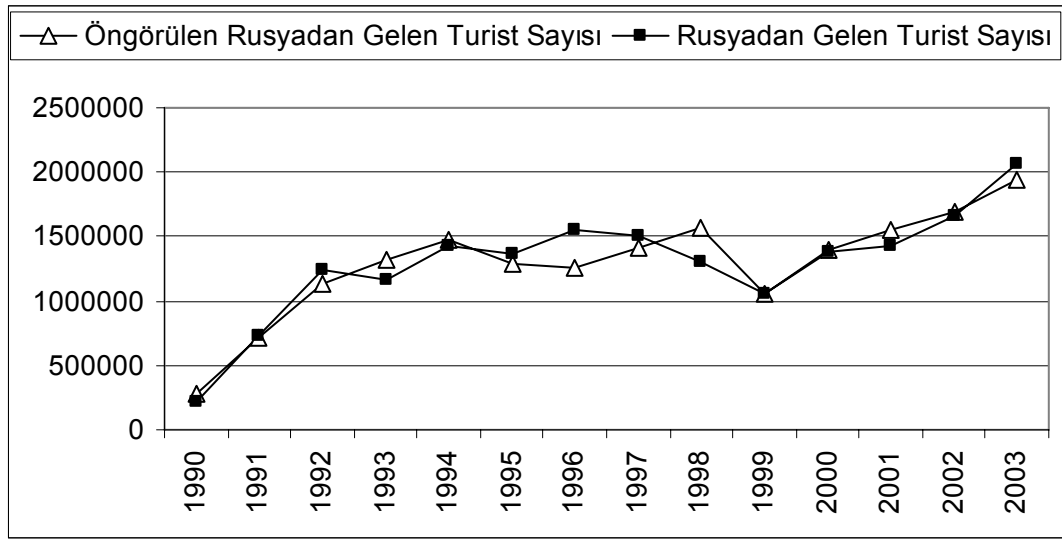
Esneklikler, değişkenler arasındaki ilişkiyi daha iyi ortaya koyacağından bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasında esneklik katsayıları hesaplanmıştır. Türkiye'deki yatak sayısı ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki esneklik katsayısı 2,06 olarak bulunmuştur. Bu ifadeye göre diğer değişkenler sabit olarak ele alındığında Türkiye'deki yatak sayısı %1 arttığında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %2,06 artacaktır. Rusya'da kişi başına gelir ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki esneklik katsayısı -1,33 olarak bulunmuştur. Öyleyse Rusya'da kişi başına gelir %1 arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı %1,33 azalacaktır. Türkiye'deki TÜFE rakamları ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki esneklik katsayısı 0,91 olarak bulunduğundan TÜFE %1 arttığında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,91 artacaktır. Türkiye'de gerçekleşen terör olayları ile Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasındaki esneklik katsayısı da 0,21 olarak bulunmuştur. Bu ifade, bu iki değişken arasında çok fazla bir ilişkinin olmadığını ortaya koymaktadır. Türkiye'de gerçekleşen terör olayları %1 arttığında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı da %0,21 artacaktır.

Türkiye'deki yatak sayısı hariç diğer bütün bağımsız değişkenlerle Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında beklentilerin aksi yönde ilişki çıkmıştır. Esneklik katsayıları hesaplandığında da Türkiye'de gerçekleşen terör olayları hariç diğer bağımsız değişkenlerle arada güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bilindiği gibi Rusya 1980'li yılların sonundan başlayarak her alanda çok ciddi bir

değişim geçirmiştir. Ayrıca bu ülke 1996 yılında girdiği iktisadi krizden ancak 1999 yılında çıkmaya başlamıştır. Bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasında ortaya çıkan beklenmedik ilişkiler bu bağlamda değerlendirilmelidir.

Grafik 4.3'te yıllar itibariyle Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayıları görülmektedir. 1991 ile 2003 arasında Rusya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %829 artmıştır ki bu büyüklük ile Rusya, Türkiye'ye turist gönderen ülkeler arasında en çok artış gösteren ülke olmuştur. Her ne kadar çok ciddi bir artış olsa da Rusya'da yaşanan dönüşüm ve iktisadi kriz bu ülkeden gelen turist sayısını dalgalı bir seyir izlemesine neden olmuştur. Bu durum aşağıdaki grafikte görülmektedir.

Grafik 5.3.Rusya'dan Gelen ve Öngörülen Rusya'dan Gelen Turist Sayısı



5.3.4.4. Hollanda İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını tahmin etmek için tespit edilen bağımsız değişkenler Türkiye'deki yatak sayısı, Hollanda'da dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir ve 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksidir. Talep fonksiyonu $Y = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} X_3^{b_3} e^{\mu}$ formunda

tahmin edilmiş, daha sonra değişkenlerin ln değerleri alınarak söz konusu fonksiyon, $\ln Y = \ln b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + u$ biçimine sokularak b_1 , b_2 , b_3 , parametreleri tahmin edilmiştir.

Burada;

Y: Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını,

X_1 : Türkiye'deki yatak sayısını,

X_2 : Hollanda'da dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına geliri,

X_3 : 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksini göstermektedir.

u: hata terimini ifade etmektedir.

Öngörüselle olarak bir değerlendirme yapıldığında Türkiye'deki yatak sayısı ile Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olması gerekir. Yeterli talebi karşılayacak arz olmadığı zaman turistler bir daha Türkiye'ye gelmek istemeyeceklerdir. Ayrıca yeteri kadar yatak sayısının olması uygun fiyat belirlenmesi açısından da oldukça önemlidir. Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Hollanda'da dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir arasında yine pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır. 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE ile Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı arasında ters yönlü bir ilişki olmalıdır; çünkü TÜFE arttıkça piyasadaki mal ve hizmetler daha pahalı hale gelecek, bu da turistin başka ülkelere yönelmesine neden olacaktır.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları aşağıda ifade edilmiştir:

$$Y = X_1^{3,91} X_2^{-4,05} X_3^{0,26} e^u \quad R^2: 0,94 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2: 0,82$$

(1,00) (1,30) (0,03)

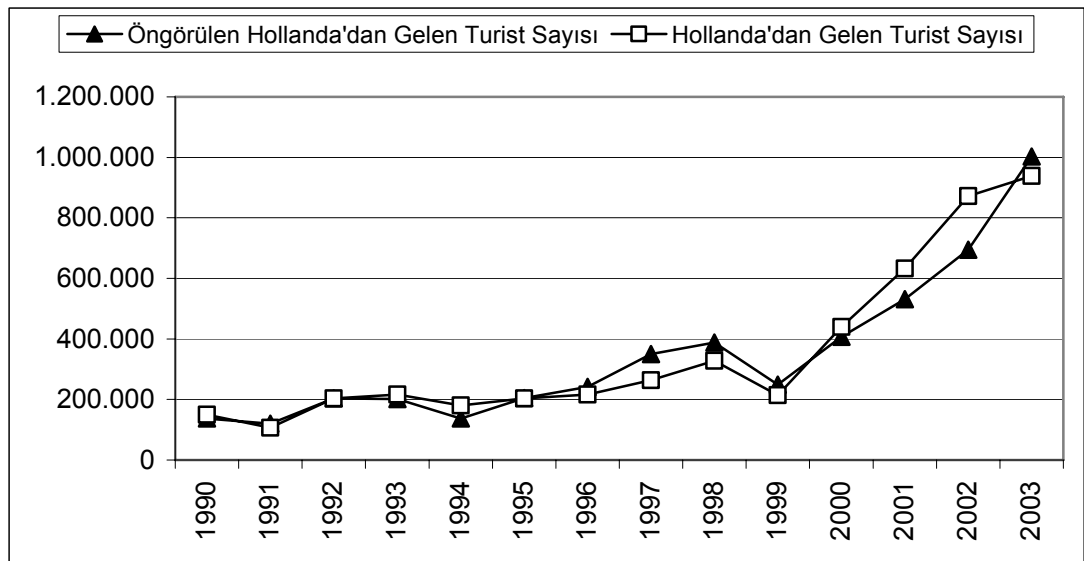
Modelin Standart hatası: 0,18 F değeri: 39,00

t değerleri Türkiye'deki yatak sayısı için 3,92; 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi için 8,81 ve Hollanda'da dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir için de -3,11 olarak bulunmuştur. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Modelin kendisi ve bütün değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Düzeltilmiş R^2 ifadesi 0,82

olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişmelerin %82'si bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Öngörüselle değerlendirilmede olduğu gibi, Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Türkiye'deki yatak sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu çalışmaya göre, diğer faktörler sabitken Türkiye'deki yatak sayısı %1 arttığında Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %3,91 artacaktır. Bu durum bu iki değişken arasında çok güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Beklentilere ters olarak Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile Hollanda'da dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir arasında ters yönlü ve çok güçlü bir ilişki ortaya çıkmıştır. Hollanda'da kişi başına gelir %1 arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı %4,05 oranında azalacaktır. Her ne kadar bu ilişki ters olarak görülse de Türkiye'den son yıllarda üst gelir grubuna ait turistlerin artan fiyat rekabetinin beraberinde kalitenin azalması sonucu başka ülkelere yöneldiği haberlerini doğrular bir durum tespit edilmiştir. 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi %1 arttığında, Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,26 artacaktır. Her ne kadar bu durum öngörülere ters olsa da bu durum ihmal edilebilir.

Grafik 5.4. Hollanda'dan Gelen ve Öngörülen Hollanda'dan Gelen Turist Sayısı



1990 yılında 150.000 olan Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 2003 yılında %525 artarak 939.000 olmuştur. Aşağıdaki grafikte de görüldüğü gibi her ne kadar 1991 Körfez Savaşı, 1999 depremleri ve 1994 yıllarında bir azalma söz konusu olsa da 1999'dan sonraki artış dikkat çekmektedir. Çalışmada bu yıllara kukla değişken konulmuştur. Hollanda'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı nispeten istikrarlıdır.

5.3.4.5.İngiltere İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısını tahmin etmek için tespit edilen bağımsız değişkenler dolar ile Türk Lirası arasındaki nominal kur, İngiltere'de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir ve 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksidir. Talep fonksiyonu $Y = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} X_3^{b_3} e^u$ formunda tahmin edilmiş, daha sonra değişkenlerin ln değerleri alınarak söz konusu fonksiyon, $\ln Y = b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + u$ biçimine sokularak b_1 , b_2 , b_3 , parametreleri tahmin edilmiştir.

Burada;

Y: İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısını,

X_1 : İngiltere'de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına geliri,

X_2 : 1987=100 alınmış Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi,

X_3 : Dolar ile Türk Lirası arasındaki nominal kuru ve

u: hata terimini ifade etmektedir.

Bağımsız değişkenlerin işaretleri öngörüselsel olarak değerlendirildiğinde İngiltere'de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir arttığında İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısının da artması gerekir. Turistik ürünler lüks mal kategorisine girmektedir ve turistik ürünlerle gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır. İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısı ile 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE arasında negatif yönlü bir ilişkinin olması gerekir. Dolar ile Türk

Lirası arsındaki nominal kur yükseldikçe ülkeye gelen turistin cebindeki para artar; çünkü turistler gittikleri ülkede dövizlerini bozdurmaktadır. O halde Türkiye’deki tüketici fiyat endeksi ile İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları aşağıda ifade edilmiştir:

$$Y = X_1^{1,17} X_2^{0,42} X_3^{0,28} e^u \quad R^2: 0,85 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2: 0,76$$

(0,03) (0,12) (0,13)

Modelin Standart hatası: 0,19 F değeri: 25,65

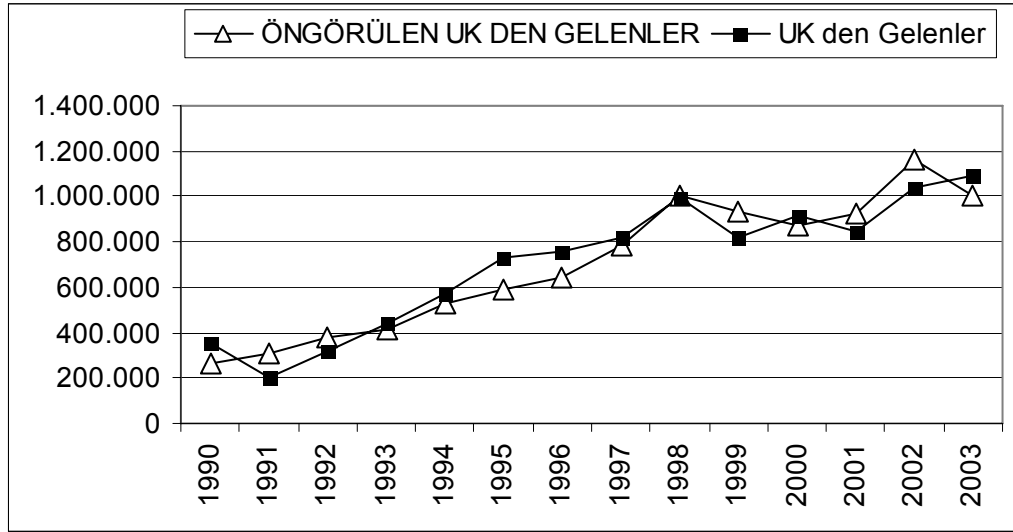
t değerleri İngiltere’de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir için 40,69; Türkiye’deki TÜFE için 3,43 ve dolar ile Türk Lirası arsındaki nominal kur için de -2,23 olarak bulunmuştur. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Modelin kendisi ve tüm değişkenler %1 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Düzeltilmiş R^2 ifadesi 0,76 olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişmelerin %76’sı bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Öngörüşel değerlendirmede olduğu gibi, İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısı ile İngiltere’de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Bu çalışmaya göre, diğer faktörler sabitken İngiltere’de dolar olarak 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş kişi başına gelirdeki %1’lik bir artış İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısını %1,17 artıracaktır. Türkiye’deki TÜFE ile İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısı arasında beklentilerin aksine pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. TÜFE’deki %1’lik bir artış İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısını %0,42 artırır. TÜFE’deki artışlar döviz kurunda meydana gelen artışlar tarafından fazlasıyla telafi edilmiş olabilir; çünkü gelen turistler ülkelerinde kullandıkları para birimleriyle ülkeye gelmektedir. Öte yandan, gerçekleşen TÜFE rakamları içinde turistik ürünlerin ya da turistik bölgelerdeki ürünlerin payı bilinmemektedir. Yine öngörülerin aksine İngiltere’den Türkiye’ye gelen turist sayısı ile nominal kur arasında negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Nominal kur %1

arttığında İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,28 artar. Ancak bu rakam oldukça düşük bir değeri ifade etmektedir.

Yıllar itibariyle incelendiğinde İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısının istikrarlı olduğu görülür. Bu sayede gerçekleşen değerlerle öngörülen değerler birbirine yakın çıkmış ve regresyon analizi kolaylaşmıştır. İngilizler 1991'de Türkiye'ye ziyaretlerinde körfez savaşından fazlaca etkilenmişlerse de 1999 depremlerindeki azalış oranı da oldukça sınırlıdır. 1999'da İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısı, bir önceki yıla göre %18,3 azalmıştır. Ayrıca 2001 yılında bir önceki yıla göre az da olsa bir azalış söz konusudur.

Grafik 5.5. İngiltere'den Gelen ve Öngörülen İngiltere'den Gelen Turist Sayısı



5.3.4.6. Fransa İçin Regresyon Analizinin Sonuçları

Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını tahmin etmek için tespit edilen bağımsız değişkenler 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Fransa'da kişi başına gelir ve 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE rakamlarıdır. Ayrıca 1991, 1994 ve 1999 yıllarına kukla değişken konulmuştur. Bu yıllara 1, diğer yıllara 0 rakamı verilmiştir. Talep fonksiyonu $Y=b_1X_1+b_2X_2+u$ biçiminde tahmin edilmiştir.

Burada:

Y: Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını,

X_1 : 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Fransa'da kişi başına geliri,

X_2 : 1987=100 alınmış Türkiye'deki Tüketici Fiyat Endeksini ve

u: Raslantısal hata terimini ifade etmektedir.

Öngörüselle olarak değerlendirildiğinde; Fransa'da kişi başına gelir arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısının da artması gerekir. Turistik ürünler lüks mal kategorisine girmektedir ve turistik ürünlerle gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki olmalıdır. Türkiye'de TÜFE'deki artışla Fransa'dan gelen turist sayısı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olması gerekir.

Yapılan regresyon analizinin sonuçları aşağıda ifade edilmiştir:

$$Y = 11,37X_1 + 0,54X_2 + u \quad R^2: 0,82 \quad \text{Düzeltilmiş } R^2: 0,70$$

(0,81) (0,14)

Modelin Standart hatası: 56616 F değeri: 16,81

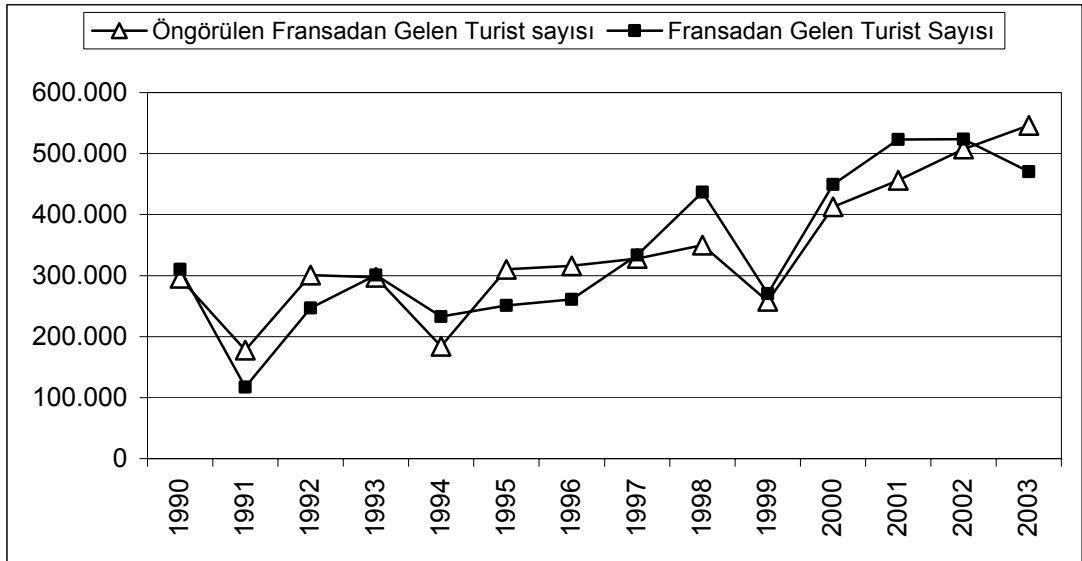
t değerleri 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE için 3,77; 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Fransa'da kişi başına gelir için 14,01 olarak bulunmuştur. F değeri, t değerleri, standart hata değerleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Düzeltilmiş R^2 ifadesi, 0,70 olduğuna göre bağımlı değişken olan turist sayısındaki değişmelerin %70'i bağımlı değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Fransa'da kişi başına gelir ile Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısını arasında öngörülere uygun olarak pozitif yönlü bir ilişki çıkmıştır. Bu çalışmaya göre, Fransa'da kişi başına gelir 1 dolar arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı 11,37 kişi artacaktır. 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE ile Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı beklenilen aksine negatif yönlü bir ilişki saptanmıştır. 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE 1 birim arttığında bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı 0,54 kişi artacaktır.

Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı ile 1995 fiyatlarıyla sabitlenmiş dolar olarak Fransa'da kişi başına gelir ve 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE arasındaki esneklik katsayıları sıra ile 0,94 ve 0,14 olarak bulunmuştur. Bu katsayıya göre Fransa'da kişi başına gelir %1 arttığında, bu ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,94 artacaktır. 1987=100 alınmış Türkiye'deki TÜFE %1 arttığında yine Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı %0,14 artacaktır.

Fransa'dan Türkiye'ye gelen ve yapılan çalışma sonucu öngörülen turist rakamları aşağıda görülmektedir. 1990 yılında 310.000 olan Fransa'dan Türkiye'ye gelen turist sayısı 2003 yılında sadece %51,61 artarak 470.000'e ulaşmıştır ve oldukça istikrarsız bir seyir izlemiştir. 1991, 1994 ve 1999 yıllarındaki azalma oldukça dikkat çekicidir. Çalışmada bu yıllara kukla değişken konulmuştur.

Grafik 5.6. Fransa'dan Türkiye'ye Gelen ve Öngörülen Turist Sayısı



BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir yerde sürekli kalmamak ve gelir sağlayıcı hiçbir faaliyette bulunmamak koşuluyla yabancıların geçici süre kalışlarından doğan ilişkilerin tümü olarak tanımlanabilecek turizm, iktisadi, sosyal ve kültürel sonuçlar doğurmaktadır. Turizm sektörünün iktisadi sonuçları, diğer sonuçlarla karşılaştırıldığında oldukça önemli bir yere sahiptir.

Bir hizmetler sektörü olarak turizm, görünmeyen ihracat olarak da isimlendirilmektedir. Bu adı almasının nedeni ziyaretçilere mal ve hizmet satarak döviz kazandırmasıdır. Turizm sektörü yoluyla gerçekleştirilen ihracat, tüketicinin ihracata konu olan mal ve hizmete gelmesi ve yol masraflarının olmaması gibi nedenlerle dış ülkeye yapılan mal ve hizmet ihracatından farklılıklar gösterir.

Turizm sektörü sayesinde tarihi ve doğal güzellikler birer gelir kaynağına dönüşür. Bir tarihi ve doğal güzellik ziyarete gelen olmadıkça hiçbir iktisadi önem ifade etmez. Böylece, oluşumunda hiçbir harcama yapılmayan tarihi ve doğal güzellikler döviz kazandırıcı niteliğe kavuşur. Turizm sektörü sayesinde ihracatı mümkün olmayan mal ve hizmetler de ziyarete gelen yabancılara satılarak ihraç edilir.

Planlı dönemin ilk yılı olan 1963 yılında 198 bin olan turist sayısı, 1980 yılında 1,3 milyona, 1990 yılında 5,4 milyona, 2004 yılında ise 17,5 milyona ulaşmıştır. 1963 yılında 7 milyon dolar olan yıllık turizm geliri, 1980 yılında 326 milyon dolara, 1990 yılında 2,7 milyar dolara, 2004 yılında ise ilk defa 10 milyar dolar sınırını aşarak 12,1 milyar dolara ulaşmıştır. 1993 yılında %3,56 olan turizm sektöründe doğrudan istihdam edilen insan sayısının toplam istihdam içindeki payı 2001 yılında %5,10 olmuştur. Aynı yıllar itibarıyla turizm sektörünün doğrudan ve

dolaylı istihdam payı %8,9 ve %12,76 olmuştur. Her ne kadar Türkiye'deki turizm sektöründeki artış oranları yüksek olsa da henüz potansiyele ulaşıldığı söylenemez.

DİE'nin hazırladığı 1998 yılına ait input-output tablosunda turizm sektörünü 76 (Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Kamp ve Diğer Konaklama Yerleri) ve 77 (Lokanta, Kahvehane, Bar ve Yeme İçme Yerleri) numaralı sektörler temsil etmektedir. Bu iki sektörün toplam ileri bağlantı endeksi 1998 yılı için sırasıyla 0,54 ve 0,83 olarak bulunmuştur. Toplam geri bağlantı endeksi ise sırasıyla 0,97 ve 1,02 olarak bulunmuştur. Bu ifadeler turizm sektörünün sektörler arası ilişkideki önemini gösterir. Turizm sektörünün diğer sektörler üzerindeki dağılım ölçüsüne bakıldığında bu sektörün diğer sektörler üzerinde eşit dağılmadığını görülür.

Türkiye açısından turizm sektörünün ekonomiye yaptığı olumlu katkı açıkça ortadadır. 2004 yılı itibariyle Türkiye'de turizm gelirlerinin GSMH'ya oranı %4'ü aşmıştır. Yine dış ticaret açıklarının hemen hemen yarısı turizm gelirleriyle kapatılmaktadır. Dış ticaret açıkları Türkiye ekonomisinin yumuşak karnıdır ve ne zaman bu açıklar artmaya başlasa iktisadi kriz çıkmaktadır. 1990'dan sonra yaşanan krizlerin hepsinin ana nedeni dış ticaret açıklarıdır. Türkiye ihracatı ithalatından fazla olması nedeniyle diğer döviz gelirlerine ihtiyaç duymaktadır. Aksi taktirde dış ticaretten kaynaklanan açıklar borçlanmayla kapatılmaktadır. Bu bilgidен hareketle önümüzdeki yıllar itibariyle de turizm sektörünün Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olacağı görülmektedir.

Dünya Turizm Örgütü'nün web sayfasında yer alan araştırma sonuçlarına göre, 2003 yılında tüm dünyada yaklaşık 700 milyon insan seyahate çıkmıştır. Türkiye bu 700 milyon insandan %4'lük bir pay alabilse Türkiye'yi her yıl 28 milyon insanın ziyaret etmesi gerekir. Yine aynı sayfada yer alan araştırma sonuçlarına göre, 2004 yılında turizm sektöründe tüm dünyada doğrudan istihdam 73,7 milyon kişi olmuştur (Toplam istihdamın %2,8'ini oluşturmaktadır). 2004 yılında turizm sektöründen elde edilen doğrudan gelir 1,5 trilyon dolar olarak tahmin edilmektedir (Toplam gelirin %3,8'ini oluşturmaktadır). Turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilecek insan sayısı 214,8 milyon kişidir

(Toplam istihdamın %8,1'ini oluşturmaktadır). Yine doğrudan ve dolaylı olarak turizm sektöründe elde edilen gelir ise 4,2 trilyon dolar olarak tahmin edilmiştir (Toplam gelirin %10,4'ünü oluşturmaktadır.) Türkiye'de ise 2004 yılında turizm geliri 12,1 milyar dolar olmuştur. Türkiye'ye gelen turist sayısı ise 17,2 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. 2003 ve 2004 yılında turizm gelirlerinin GSMH'ya oranı sırasıyla %4,42 ve %4,13'ü kadar olmuştur. 2004 yılındaki GSMH'daki %10'luk büyümeye rağmen turizm gelirleri Türkiye'de GSMH içindeki payını hemen hemen korumuştur.

DTÖ'nün web sayfasındaki araştırma sonuçlarına göre, 2014 yılında turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak 260 milyon kişi istihdam edilecek ve 2,5 trilyon dolar gelir oluşacaktır. 2005 yılında tüm dünyada turizm sektörü % 6-7 büyüyecektir. Bu rakamlar turizm sektörünün gelecek yıllardaki potansiyelini ortaya koymaktadır.

Türkiye son 20 yılda turizm sektöründe gerçekleştirdiği hızlı atılıma rağmen turist sayısı ve turizm gelirleri olarak hala dünya turizm gelirlerinden düşük pay almaktadır. Dünya turizm sektöründen daha fazla pay alabilmek için çalışmalar yapılmalıdır. Her şeyden önce tüm Türkiye'nin sahip olduğu tarihi ve doğal güzellikler tüm dünyada tanıtılmalıdır. Son yıllarda çeşitli organizasyonlara ev sahipliği yapması nedeniyle tanıtım kısmen başarılı olsa da reklam faaliyetlerine büyük önem verilmelidir. Başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere turizm alanında faaliyet gösteren çeşitli sivil kuruluşlar yoğun şekilde reklam faaliyetine katılmalıdır. Eurovision Şarkı Yarışması, Şampiyonlar Ligi finali, Formula 1 Yarışması, NATO'ya üye ülkelerin Türkiye'de toplanması gibi çeşitli organizasyonlar tanıtım ve reklam için en uygun şekilde kullanılmalıdır ve bunlara benzer daha fazla organizasyona ev sahipliği yapmak için çalışmalar yapılmalıdır.

Bu tür tanıtıcı faaliyetlerin de katkısıyla Türkiye, 2005'in Ocak-Nisan dönemindeki turist sayısı artışında dünya rekoru kırmıştır. Bu dönemde Türkiye'ye gelen turist sayısı %27 artmıştır. Bu olayı değerlendiren Dünya Turizm Örgütü Genel Sekreteri Francesco Frangialli, Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artışın dünyada

turizmdeki en yüksek büyüme rakamı olduğunu belirtmiş ve bu artışta tanıtıcı faaliyetlerin rolünü vurgulamıştır (www.turizmdebusabah.com., 02.06.2005). Türkiye dünyada en çok turist çeken ülkeler sıralamasında her geçen gün daha yukarılara doğru tırmanmaktadır. Uluslararası Tur Operatörleri Federasyonu Başkanı Martin Brackenburry de bu duruma dikkat çekmiş ve hem dünyada hem de Türkiye’de turizm sektörünün hızla geliştiğini vurgulamıştır (www.ntvmsnbc.com., 18.05.2005).

Türkiye’ye en fazla turist akışı Avrupa Birliği ülkelerinden özellikle de Almanya’dan olmaktadır. Ancak son yıllarda Rusya’dan gelen turist sayısında önemli artışlar olmuştur. Türkiye’ye 2004 yılında en çok turist gönderen ülke 3,9 milyon turist (toplam içindeki payı %22,7) ile Almanya olmuştur. Rusya 2,8 milyon turist (toplamdaki payı %16), İngiltere 1,4 milyon turist (toplamdaki payı %7,9), Hollanda 1,2 milyon turist (toplamdaki payı %6,8) ve Fransa 549 bin turist (toplamdaki payı %3,1) göndermiştir. Bu bağlamda Türkiye AB’den turist çekmek için çalışmalar yapmalıdır. Her ülkenin turizm talebinin nelerden etkilendiği saptanmalı ve bu duruma göre çalışmalar yapılmalıdır. Planlar özellikle yaşanan nüfusa göre yapılmalıdır. AB’nde doğum oranlarının az olması ve yükselen hayat standartları sonucu uzayan insan ömrüne bağlı olarak toplam nüfusun içinde yaşlı nüfus oranı hızla artmaktadır.

AB’nin siyasi birlik yolunda ilerlemesi ve Türkiye’nin de AB’ne üye olma çalışmaları turizm sektörünü olumlu yönde etkileyecektir. AB’nin tüm Doğu Avrupa’yı ve Türkiye’yi de içine alarak genişlemesiyle beraber insanların serbest dolaşım hakkına sahip olması Türkiye’ye yönelik turizm talebini artıracaktır. AB ülkelerinin ortak parası olan Euro turistlerin harcama yapmasını kolaylaştıracaktır. 25 üyeli AB turizm sektörü açısından önemli bir pazardır.

Terör, insan hakları ihlali iddiaları, tarihi önyargılar gibi olaylar Türkiye’nin yurt dışındaki imajına olumsuz etki yapmaktadır. Bu imajı düzeltmek için gerekli tanıtıcı faaliyetler yapılmalıdır. Türkiye uluslararası ilişkilerde güvenli ve huzurlu bir ülke olduğunu kanıtlamalıdır.

Nüfus yapısında gerçekleşen bu değişimle beraber turizm sektöründe de deniz-kum-güneş turizminden bir kaçış olmaktadır. Yaşlı turistler kitle turizminden daha çok dağ turizmi, av turizmi, yayla turizmi, akarsu turizmi, mağara turizmi gibi turizm çeşitlerine yönelmiştir. Yaşanan sanayileşme ve aşırı şehirleşme insanları daha sakin ve doğal alanlara yöneltmiştir. Türkiye'nin bu alanda da en az deniz-kum-güneş turizmi kadar tarihi ve doğal güzellikleri, dört mevsimi yaşayan iklimi ve zengin bitki örtüsü sayesinde potansiyeli vardır.

Yaz turizmi veya diğer adıyla kitle turizminin birtakım olumsuz sonuçları da olmaktadır. Kitle turizmi sadece yaz aylarında, coğrafyanın çok sınırlı bir alanında yoğun bir insan seli tarafından gerçekleştirdiğinden sosyal, kültürel ve iktisadi olumsuz sonuçları olmaktadır. Alt yapıya aşırı yüklenilmesi, çevre ve gürültü kirliliği, tarihi ve doğal güzelliklerin daha hızlı yıpranması ve enflasyon bu olumsuz sonuçlardan bazılarıdır.

Türkiye'ye an fazla turist yaz aylarında gelmektedir. Bunun sonucunda turistik tesisler kış aylarında atıl kalmaktadır. Bu durumun önüne geçmek için turizm sektörü bütün bir yıla yayılmalı, bu yönde çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin, Türkiye'nin en fazla turist çeken illerinin başında gelen Antalya son yıllarda kış aylarındaki uygun iklimi nedeniyle bir çok futbol takımının devre arasında antrenman merkezi olmuştur. Düzenlenen turnuvaların da etkisiyle hem Türkiye'den hem de dünyadan her sene daha çok takım bu bölgeye gelmektedir. Böylece milyonlarca dolarlık turizm yatırımları kış sezonunda atıl kalmaktan kurtulmuştur. Bu tür örneklerin sayısı artırılmalıdır.

Turistik çekim merkezlerine uygun tesisler yapılmalıdır. Tesisin nereye yapıldığı kadar, hangi turist tipine hitap edeceği de önemlidir. Örneğin deniz kenarlarına lüks tesisler yapılmalıdır. Buna karşın doğa turizmine hitap edecek tesisler oldukça sade ve etrafındaki doğal güzelliklerle uyum içinde inşa edilmelidir. Yatırımlar sadece tesislerle sınırlı kalmamalı, alt yapı yatırımlarına da önem

verilmelidir. En başta hızlı, ucuz, standartlara uygun havayolu, denizyolu ve karayolu ağı kurulmalıdır.

Son yıllarda özellikle gelişmiş ülkelerde haftalık çalışma saatleri azalmış ve buna bağlı olarak insanların boş zamanları artmıştır. Türkiye'nin en büyük turist çekim merkezi olan Avrupa ülkelerinde de değişim bu yöndedir. İnsanlar bu boş zamanlarını, artan gelirlerinin de etkisiyle turistik faaliyetler yaparak değerlendirme yoluna gitmektedir. Bunun yanında teknolojik gelişmeler, ücretli tatil hakkı gibi etkiler nedeniyle tüm dünyadaki turizm sektörü hızla gelişmektedir. Türkiye hem bu gelişimi yakalamalı hem de potansiyelini harekete geçirerek turizm sektöründeki payını daha yukarılara çekmelidir.

Dört mevsimi yaşayan iklimi, tarihi ve doğal güzellikleriyle Türkiye, turizm sektöründe hak ettiği yerlerin çok gerisindedir. Türkiye turizmindeki en önemli sorunlardan biri turizmin çeşitlendirilememesidir. Türkiye turizm sektöründe en fazla geliri deniz-kum-güneş turizmi de denilen yaz turizminden elde etmektedir. Ancak bu alanda kendisine rakip olan İspanya, Yunanistan, İtalya gibi Akdeniz'e kıyısı olan rakip olan ülkelerle fiyat rekabetine girmektedir. Fiyat rekabeti kaliteyi düşürmekte ve üst gelir grubuna ait turistler başka turist çekim merkezlerine yönelmektedir. Bu durumdan kurtulmak için Türkiye yaz turizmiyle beraber, rakibinin çok fazla olmadığı diğer turizm çeşitlerine yönelmelidir. Türkiye'deki plajların benzerleri başka ülkelerde de bulunabilir; ancak dünyada Efes Harabelerinden, Sümela Manastırından, Hasankeyf'ten, Pamukkale Travertenlerinden ve Türkiye'deki sayısız tarihi ve doğal güzelliklerden bir tane vardır. Türkiye yaz turizminin yanında, dünyanın başka yerlerinde olmayan tarihi ve doğal güzelliklerini de turizm pazarına sunmalıdır.

KAYNAKÇA

Akal, Mustafa. "Forecasting Turkey's Tourism Revenues by ARMAX Model," **Tourism Management**, Yıl: 2004, s. 25, ss. 565-580.

Albayrak, Musa. **Dış Aktif Turizm Talebinin Türkiye Ekonomisine Etkisi**. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.

Ataer, M. Uğur, Salih Erdemli ve Ali Varışlı. "Turizm Sektörüne Sağlanan Devlet Yardımları," **Hazine Dergisi**, s. 16, 2003.

Aydın, M. Faruk, Uğur Çıplak ve M. Eray Yücel. "Terör ve Benzeri Olumsuz Gelişmelerin Türk Turizmine Etkileri," **İktisat İşletme Finans Dergisi**, Yıl 19, s. 220, 2004, ss.106-121.

Aydoğuş, Osman, **Girdi-Çıktı Modellerine Giriş**. Ankara:Gazi Kitapevi, 1999.

Aykın, Sibel Mehter. "Turizm KOBİ'leri ve Avrupa Birliğinin Turizm Sektörüne Yönelik Yol Haritası," **Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi**, Yıl: 12, Güz 2001, ss.141-150.

Boratav, Korkut. **Türkiye İktisat Tarihi: 1908-2002**. Ankara: İmge Kitapevi, 2003.

Bostan, Aziz. **Türkiye'de Planlı Dönemde Turizmin Moneter Ekonomik Etkilerinin Değerlendirilmesi**. Basılmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

Bozkurt, Yavuz D. ve Uğur Çalı. "Uluslararası Turizm Piyasasında Ülkelerin Pazarlanması," **ODTÜ Gelişme Dergisi**, c. 18, s. 1-2, 1991, ss. 143-163.

Çakır, Mesut-Aziz Bostan. "Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri İle Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi İle Değerlendirilmesi," **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Eylül-Aralık 2000, ss. 35-44.

Çakır, Pempegül. “Turizm Endüstrisinin Yapısına Yönelik Bir Yaklaşım,” **Eskişehir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, c. 18, s. 1-2, 2002, ss. 181-194.

Çakır, Pempegül. “Turizm Sektörünün İstihdam Yapısı ve Sorunları,” **Eskişehir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, c. 18, s. 1-2, 2002, ss. 195-202.

Çakır, Pempegül. **Türkiye’nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 1999.

Çetinel, F. Gül. “Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi,” **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Yıl: 12, Güz 2001, ss. 151-161.

Çımat, Ali ve Ozan Bahar. “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme,” **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, Yıl: 2003, Sayı: 6, ss.1-18

Dinçer, Mithat Zeki. **Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Turizm**. İstanbul: Filiz Kitabevi, 1993, s. 102.

Emsen, Ö. Selçuk ve M. Kemal Değer. “Turizm Üzerine Terörizmin Etkileri: 1984-2001 Türkiye Deneyimi”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, Yıl: 2004, Sayı: 7, ss.67-83

Erdoğan, Harun. **Uluslararası Turizm**. Çanakkale: Uludağ Üniversitesi Yayınları, 1995.

Gujarati, Domador N. **Temel Ekonometri**. (Çev. Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen). İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2001.

İçöz, Orhan ve Metin Kozak. **Turizm Ekonomisi**. Ankara: Turhan Kitabevi, 2002.

İstanbulu Dinçer, Füsün. “Ekonominin Yapısı ve Turizm Sektörü Açısından Uydu Hesap Sisteminin Bağlı Yeri ve Önemi,” **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, c. 16, s. 1, 2001, ss. 81-92.

Kar, Muhsin, Ebru Zorkirişçi ve Metin Yıldırım. “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme,” **Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Yıl: 2004, s. 8, ss. 87-112.

Karakaya, Uğur. **1990’lı Yıllarda Turizm Sektörünün Kalkınma Sürecinde Türk Ekonomisine Etkileri**. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1998.

Kasman, Saadet ve Adnan Kasman. “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eş Bütünleşme ve Nedensellik İlişkisi,” **İktisat İşletme Finans Dergisi**, Yıl: 19, s. 220, 2004, ss 122-131.

Kazgan, Gülten. **Tanzimat’tan XXI. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi**. İstanbul: Altın Kitaplar, 1999.

Kotil, Erdoğan. “Ulaştırma Sektörünün Sektörler Arası İlişkideki Yeri,” **Ulaştırma Politikaları Kongresi**, Ankara, 2003.

Kozak, Nazmi, Meryem Kozak ve Metin Kozak. **Genel Turizm**, Ankara: Detay Yayıncılık, 2001.

Kozak, Nazmi, Meryem Akoğlu ve Metin Kozak. **Genel Turizm**. Ankara: Anatolia Yayıncılık, 1996.

Kutlar, Aziz. **Ekonometriye Giriş**. Sivas: Beta, 1998.

Lanza, Alessandro Paul Temple ve Giovanni Urga. “The Implication of Tourism Specialisation in the Long Run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies,” **Tourism Management**, Yıl: 2003, s. 24.

Wang, Chao-Hung. “Predicting Tourism Demand Using Fuzzy Time Series and Hybrid Grey Theory,” **Tourism Management**, Yıl: 2004, s. 25, ss. 367-374.

Han, Zhongwei, Ramesh Durbarry ve M. Thea Sinclair. “Modelling US Tourism Demand for European Destinations,” **Tourism Management**, **Yayımlanacak**.

Goh, Carey ve Rob Law. "Modeling and Forecasting Tourism Demand for Arrivals with Stochastic Nonstationary Seasonality and Intervention," **Tourism Management**, Yıl: 2002, s. 23, ss. 499-510.

Nada, Kulendran ve Stephen F. Witt. "Leading Indicator Tourism Forecasts," **Tourism Management**, yıl: 200, s. 24, ss. 503-510.

Song, Haiyan ve Stephen F. Witt. "Forecasting International Tourist Flows to Macau," **Tourism Management**, Yayınlanacak.

Mehter Aykın, Sibel. **Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye'ye Yönelik Talep Analizi**. Basılmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.

Münger, Levent. **Turizmin Ekonomik Etkileri ve Ülkemiz Açısından Bu Etkilerin Yararlarını Artırıcı Politikalar**. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

Önal, Yıldırım Beyazıt ve Bilal Zafer Berikol. "Finansal Krizler ve Konaklama İşletmeleri Üzerine Etkilerinin Araştırılması," **Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi**, c. 15, s. 1, 2004, ss. 47-61.

Öney, Erden. **İktisadi Planlama**. Ankara: Savaş Yayınları, 1987

Seddighi, H. R. ve Theocharous. "A Model of Tourism Destination Choice: A Theoretical and Empirical Analysis," **Tourism Management**, Yıl: 2002, c. 23, ss. 475-487.

Seyidoğlu, Halil. **Uluslararası İktisat**. İstanbul, 1999

Song, Haiyan, F. Witt, Stephen ve C. Jensen, Thomas. "Tourism Forecasting: Accuracy of Alternative Econometric Models," **International Journal of Forecasting**, Yıl: 2003, s. 19, ss. 123-141.

Tavmergen, İge Pınar. "Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği," **Hazine Dergisi**, Ekim 1998, s. 12, ss. 53-66.

Timur, Alp. “Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi,” **Turizm Yıllığı 1986**, T. C. Turizm Bankası A.Ş., Ankara: 1988, ss.189-196.

Türkiye Ekonomisinin Input-Output Yapısı 1998, Ankara: DİE, 2004.

Unur, Kamil. “Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi,” **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, c. 2, s. 3, 2000.

Unur, Kamil ve Sabri Erdem. “Türkiye Aktif Dış Turizm Gelirlerini Nasıl Hesaplamalı,” **Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi**, c. 15, s. 2, 2004, ss. 184-194.

Urry, John. **Mekanları Tüketmek**. (Çev. Rahmi G. Ögdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999.

Vincent, Cho. “A Comparison of Three Different Approaches To Tourist Arrival Forecasting,” **Tourism Management**, c. 24, 2003.

Yalınpala, Jale. “Türkiye Ekonomisinde Turizm Sektörünün Gelişimi,” **Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, c. XV, s. 1, 1999, ss. 405-414.

Yarcan, Şükrü. **Turizm Endüstrisinin Yapısı**, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1998.

I. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1963-1967, DPT, Ankara, 1963.

II. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1968-1972, DPT, Ankara, 1967.

III. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1973-1977, DPT, Ankara, 1972.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1979-1983, DPT, Ankara, 1978.

V. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1985-1989, DPT, Ankara, 1984.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1990-1994, DPT, Ankara, 1989.

VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 1995-1999, DPT, Ankara, 1995.

VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı: 2001-2005, DPT, Ankara, 2000.

Milliyet, “Türkiye, OECD'nin en ucuz 5'inci ülkesi”, 17 Mayıs 2005

Radikal, “**Turizme Kupa Golü**”, 20 Haziran 2005

www.ntvmsnbc.com., “**Türkiye Turizmde Çok Şanslı**”, 18 Mayıs 2005

www.turizmdebusabah.com., “**WTO: Türkiye’ye Gelen Turist Sayısındaki Artış Çarpıcı**”, 02.06.2005

<http://tcmbf40.tcmb.gov.tr/cbt.html>.

<http://www.ggdc.net/dseries/totecon.html>

<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/ei.html>

<http://devdata.worldbank.org/dataonline/>

<http://www.worldbank.org>

<http://www.dpt.gov.tr>

<http://www.die.gov.tr>

<http://www.developmentgateway.org/node/244175/>

<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/>

<http://www.world-tourism.org/>

<http://www.die.gov.tr/TURKISH/SONIST/TURIZM/turizm.html>

<http://www.egm.gov.tr>

<http://www.turizmdebusabah.com>

<http://www.ceterisparibus.net/sektorler.htm>

www.hazine.gov.tr

<http://www.wttc.org>