

ONUR SÖZÜ

Prof. Dr. Ali ŞEN'in danışmanlığında hazırladığım “TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSINA ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN AMPİRİK ANALİZİ” başlıklı doktora tezimin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, doktora tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece İnönü Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin 1 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

26.09.2014

Mustafa ŞİT

BABAMA...

‘O’ Olmasaydı Olmazdı.....

ÖNSÖZ

“Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi” isimli çalışmam İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat A.B.D. Doktora Programında Prof. Dr. Ali ŞEN danışmanlığında hazırlanmış doktora tezidir. Bu çalışmada Türkiye’de turizm sektörünün performansına etki ettiği düşünülen beş farklı değişkenin turizm gelirlerini ne yönde etkilediği araştırılmıştır. Çalışmanın özellikle turizm alanında iktisat literatürüne katkıda bulunacağını temenni ediyorum.

Öncelikle böyle orijinal bir konuyu bana öneren, doktora eğitimim boyunca sadece akademik anlamda değil insani anlamda da tanıdığım ve öğrencisi olduğum için onur duyduğum ve tezimi tamamlayıp sunmamda bana büyük emek ve katkıları geçen muhterem hocam Prof. Dr. Ali ŞEN’e en derin şükranlarımı sunarım.

Ayrıca tezimin yazımı sırasında desteklerini benden esirgemeyen değerli hocalarım Doç.Dr. Ahmet UĞUR, Doç.Dr. Tayfur BAYAT ile Doç.Dr.Selim KAYHAN’a ve doktora süreci boyunca beni yetiştiren hocalarıma teşekkür ederim. Yine çalışmanın her safhasında özellikle de ekonometrik analiz kısmında benimle tüm bildiklerini paylaşan dostlarım Yrd. Doç Dr. Mehmet ŞENTÜRK ile Yrd. Doç Dr. Yusuf Ekrem AKBAŞ, bu tez çalışmasının ilk sayfasından son sayfasına kadar titizlikle düzeltme işlemlerini yapan Okutman Gaye Belkız YETER, tablo ve grafiklerin yapımında destek olan Öğr. Gör. Ahmet ŞİT hocalarıma sevgilerimi sunarım.

Son olarak 26 yıllık eğitim hayatım boyunca benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen doğrularım ve yanlışlarımda dahi sürekli arkamda olan annem, babam ile kız kardeşime ve son altı yılımı paylaşırken doktora süresince vakitlerini çaldığım değerli eşim ve göz bebeklerim oğlum ve kızıma teşekkür ederim.

26/09/2014

Mustafa ŞİT

ÖZET VE ANAHTAR KELİMELELER

ŞİT Mustafa. Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi, Doktora Tezi, Malatya, 2014.

Turizmin olumlu ekonomik etkilerden daha da fazla yararlanmak için turizm sektörünün ekonomik anlamda performansının yani turizm gelirlerinin arttırılması gerekmektedir. Turizm gelirlerinin arttırılabilmesi ve daha etkin bir turizm politikasının oluşturulabilmesi için ise turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekir. Şüphesiz ki turizm gelirlerini etkileyen birçok faktör (ekonomik, sosyal, teknolojik, demografik, çevresel vb.) bulunmaktadır. Ancak çalışmada yapılan analizde sadece turizm gelirlerini etkileyen ekonomik faktörler ele alınmıştır. Öyle ki iktisat literatüründe bu anlamda çalışma sayısı makaleler ile sınırlıdır. Hazırlanan bu çalışma ülkemizde bu konuda yapılan ilk tez çalışmalarından biridir.

Çalışmada 2000 ile 2012 yılları arasındaki aylık veriler kullanılarak turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon değişkenlerinin turizm gelirleri üzerindeki etkisi birim kök testleri, Johansen eşbütünleşme, VECM, Hatemi-J eşbütünleşme analizi, Frekans Dağılımı nedensellik testi, Toda-Yamamoto ve Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik testleriyle analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda; Türkiye’nin turizm gelirlerinin turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon değişkenleri ile uzun dönemli bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Ancak yapısal kırılmalar dikkate alındığında uzun dönemli bir ilişki görülmemiştir. Ayrıca analiz sonucunda turist sayısı, reel döviz kuru ve enflasyonun Türkiye’nin turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu, turizm gelirlerinin ise turist sayısı, ekonomik büyüme ve enflasyon üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizm Ekonomisi, Turizm Performansı, Eşbütünleşme Analizi, Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi.

ABSTRACT AND KEY WORDS

ŞİT Mustafa, Empirical Analysis Of Factors Affecting The Performance Of Tourism Industry In Turkey, Doctorate Thesis, Malatya, 2014.

The performance of the tourism sector in terms of the economic sense, that is to say, tourism incomes should be increased to benefit more from the positive economic impacts of tourism. In order to increase tourism incomes and to establish a more effective tourism policy, the factors affecting tourism incomes are to be analyzed well. Surely, there are many factors that affect tourism incomes (economic, social, technological, demographic, environmental, etc.). However, economic factors only affecting tourism incomes are discussed in our study. In the economics literature, the number of studies in this sense is limited to articles. This study has been one of the first theses on this issue in our country.

In the study, how the number of tourists, economic growth, real exchange rate and inflation variables affect tourism incomes have been analyzed with unit root tests, Johansen cointegration, VECM, Hatemi-J cointegration analysis, Frequency Domain causality test and Toda-Yamamoto with Bootstrap Based Toda-Yamamoto causality tests by using monthly data between 2000 and 2012. As a result, it was determined that Turkey's tourism receipts have a long-term relationship with the number of tourists, economic growth, real exchange rate and inflation variables. However, the long-term relationship was not observed when structural breaks consider. In addition, as a result of analysis its were determined that the number of tourists, the real exchange rate and inflation have an effect on Turkey's tourism receipts, and tourism receipts has an effect on the number of tourists, economic growth and inflation.

Keywords: Tourism Economics, Tourism Performance, Cointegration Analysis, Bootstrap Based Toda-Yamamoto Causality Test.

TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSINA ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN AMPİRİK ANALİZİ

Mustafa ŞİT

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ	i
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET VE ANAHTAR KELİMELEER	iv
ABSTRACT AND KEY WORDS	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLÖLAR DİZELGESİ	ix
ŞEKİLLER DİZELGESİ	x
KISALTMALAR DİZELGESİ	xii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	5
TURİZM VE TURİZM EKONOMİSİ İLE İLGİLİ TANIM VE ÖZELLİKLER	5
1.1. Kavramsal Açıdan Turizm.....	5
1.2. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	6
1.3. Turizmin Sınıflandırılması.....	8
1.4. Turizm Sektörünün Sektörler Sınıflandırmasındaki Yeri.....	9
İKİNCİ BÖLÜM	11
TURİZM SEKTÖRÜNÜN ANA ÜRETİM SEKTÖRLERİNE ETKİSİ	11
2. 1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkileri	12
2. 2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkileri.....	14
2. 3. Turizmin Hizmetler Sektörüne Etkileri	15
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	17
TURİZM EKONOMİSİNDE ARZ VE TALEP KAVRAMLARI	17
3. 1. Turizm Arzı	17
3. 1. 1. Turizm Arzının Özellikleri.....	20
3. 1. 2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler	22
3. 1. 3. Turizm Arzının Unsurları.....	23
3. 1. 4. Turizmde Arz Esneklikleri	26
3. 1. 4. 1. Piyasa Döneminde Turizm Arz Esnekliği.....	26
3. 1. 4. 2. Kısa Dönemde Turizm Arz Esnekliği	27
3. 1. 4. 3. Uzun Dönemde Turizm Arz Esnekliği.....	28
3. 2. Turizm Talebi.....	29
3. 2. 1. Turizm Talebinin Özellikleri	31
3. 2. 2. Turizm Talebinin Belirleyicileri	32
3. 2. 2. 1. Ekonomik Faktörler	34
4. 2. 2. 2. Sosyal Faktörler	37
3. 2. 2. 3. Politik Faktörler	40
3. 2. 2. 4. Psikolojik Faktörler	41

3. 2. 3. Turizm Talebinin Kısıtlayıcıları.....	41
3. 2. 4. Turizmde Talep Esneklikleri.....	43
3. 2. 4. 1. Turizmde Talebin Fiyat Esnekliği.....	43
3. 2. 4. 2. Turizmde Talebin Gelir Esnekliği.....	44
3. 2. 4. 3. Turizmde Talebin Çapraz Esnekliği.....	45
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	46
TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ.....	46
4. 1. Turizmin Parasal (Moneter) Karakterli Ekonomik Etkileri	46
4. 1. 1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkileri.....	46
4. 1. 2. Turizmin Milli Geliri Arttırıcı Etkisi	49
4. 1. 3. Turizmin Döviz Arz ve Talebine Etkisi	51
4. 1. 4. Turizmin İç Fiyatlara (Enflasyon) Etkisi	52
4. 1. 5. Turizmin Devlet Bütçesine Etkisi	53
4. 2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri	54
4. 2. 1. Turizmin İstihdam Etkileri	54
4. 2. 2. Turizmin Altyapı ve Üstyapı Yatırımlarına Etkileri	56
4. 2. 3. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri	57
4. 3. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri	58
4. 3. 1. Ekonomideki Sızıntılar.....	58
4. 3. 2. Fırsat Maliyeti	58
4. 3. 3. Dışsal Maliyetler	59
4. 3. 4. Turizme Aşırı Bağımlılık	59
4. 3. 5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi.....	60
BEŞİNCİ BÖLÜM	61
TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TURİZMİN YERİ VE ÖNEMİ	61
5. 1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Tarihsel Gelişimi	61
5. 2. Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri Ve Önemi	63
ALTINCI BÖLÜM	89
TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSINA ETKİ EDEN	
FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	89
6. 1. Literatür Taraması	89
6. 2. Yöntem	106
6. 2. 1. Birim Kök Testleri	106
6. 2. 1. 1. Yapısal Kırılmayı Dikkate Almayan Birim Kök Testleri	106
6. 2. 1. 2. Yapısal Kırılmayı Dikkate Alan Birim Kök Testleri	109
6. 2. 2. Johansen Eşbütünleşme Testi.....	112
6. 2. 3. Hata Düzeltme Modeli	115
6. 2. 4. Hatemi-J Eşbütünleşme Testi.....	115
6. 2. 5. Nedensellik Testleri	116
6. 2. 5. 1. Frekans Dağılımı (Frequency Domain) Nedensellik Testi	116
6. 2. 5. 2. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi	119
6. 2. 5. 3. Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi.....	120
6. 3. Araştırmada Kullanılan Ekonometrik Model Değişkenlerinin	121
Tanımlayıcı İstatistikleri	121
6. 4. Uygulama ve Bulgular	123
6. 4. 1. Yapısal Kırılmayı Dikkate Almayan Birim kök Testleri	123
6. 4. 2. Yapısal Kırılmayı Dikkate Alan Birim Kök Testleri	126

6. 4. 3. Johansen Eşbütünleşme Testi.....	129
6. 4. 4. Hatemi-J Eşbütünleşme Testi.....	132
6. 4. 5. Nedensellik Analizleri.....	133
6. 4. 5. 1. Frekans Dağılımı (Frequency Domain) Nedensellik Testi	133
6. 4. 5. 2. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi	134
6. 4. 5. 3. Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi.....	135
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	137
KAYNAKÇA	147

TABLOLAR DİZELGESİ

Tablo 1: Ulusal Turizm Talebini Belirleyen Faktörler	33
Tablo 2: Uluslararası Turizm Talebini Belirleyen Faktörler	34
Tablo 3: Turizm Talebini Kısıtlayan Devlet Kontrolleri	42
Tablo 4: Dış Turizm Bilançosu	47
Tablo 5: Uluslararası Turizm Gelirleri İçerisinde Türkiye'nin Payı(Milyar\$)	65
Tablo 6: Türkiye'de Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri(Milyon \$).....	70
Tablo 7: Turizm Gelirlerinin GSYİH İçerisindeki Payı.....	74
Tablo 8: Türkiye'nin Turizm Gelir – Gider Dengesi (Milyon \$).....	75
Tablo 9: Turizm Gelirlerinin İhracata, Giderlerinin İthalata Oranı(Milyon \$).....	76
Tablo 10: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapamadaki Payı (Milyon \$)	80
Tablo 11: Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Açığını Kapamadaki Payı.....	82
Tablo 12: Aylara Göre Turizm Gelirleri I (Milyon \$).....	84
Tablo 13: Aylara Göre Turizm Gelirleri II (Milyon \$)	84
Tablo 14: Yıllara Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı.....	86
Tablo 15: Yurtdışında Yapılan Uygulamalı Çalışmalar.....	101
Tablo 16: Türkiye'de Yapılan Uygulamalı Çalışmalar.....	104
Tablo 17: Değişkenlere İlişkin ADF Birim Kök Testi Sonuçları	124
Tablo 18: Değişkenlere İlişkin PP Birim Kök Testi Sonuçları	125
Tablo 19: Değişkenlere İlişkin ZA Birim Kök Testi Sonuçları	127
Tablo 20: Değişkenlere İlişkin Lee-Strazicich Çift İçsel Kırılmalı Birim Kök.....	129
Tablo 21: Çok Değişkenli Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları.....	130
Tablo 22: VECM Analizi Sonucu Elde Edilen Hata Düzeltme Katsayıları.....	131
Tablo 23: Hatemi-J Eşbütünleşme Testi Sonuçları.....	132
Tablo 24: Frekans Dağılımı(Frequency Domain) Nedensellik Testi Sonuçları.....	134
Tablo 25: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları.....	135
Tablo 26: Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları.....	136

ŞEKİLLER DİZELGESİ

Şekil 1:Turizm Çeşitleri	9
Şekil 2: Turizm Arz Zinciri.....	19
Şekil 3:Piyasa Döneminde Turizm Arz Esnekliği	26
Şekil 4: Kısa Dönemde Turizm Arz Esnekliği.....	27
Şekil 5: Uzun Dönemde Turizm Arz Esnekliği.....	28

GRAFİKLER DİZELGESİ

Grafik 1: Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi (2000-2012).....	66
Grafik 2: Uluslararası Turizm Gelirleri İçerisinde Türkiye'nin Payı (%).....	68
Grafik 3: Dünya Turizm Sıralamasında Türkiye (Sıra No)	69
Grafik 4: Türkiye'yi Ziyaret Eden Turist Sayısı (2000-2012).....	71
Grafik 5:Yıllar İtibari İle Türkiye'de Turizm Gelirleri (2000-2012).....	72
Grafik 6:Yıllar İtibari İle Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Değişimi (%)	73
Grafik 7: GSYİH İçerisinde Turizmin Payı (%)	74
Grafik 8: Türkiye'de Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (%)	78
Grafik 9: Türkiye'de Turizm Giderlerinin İthalata Oranı (%)	79
Grafik 10:Dış Ticaret Açığını Kapamada Turizmin Payı (%)	81
Grafik 11: Yıllar İtibari İle Aylık Turizm Gelirleri(Milyon \$)	85
Grafik 12: Yıllar İtibari İle Turizmde Tesis Sayısı	87
Grafik 13: Yıllar İtibari İle Turizmde Yatak Sayısı	88

KISALTMALAR DİZELGESİ

ADF	: Geliştirilmiş Dickey Fuller
AEİST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
AIC	: Akaike Bilgi Kriteri
ARDL	: Autoregressive Distribution Lag
Bkz.	: Bakınız
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GOÜ	: Gelişmekte Olan Ülkeler
KTB	: Kültür Ve Turizm Bakanlığı
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TUGEV	: Turizmi Geliştirme Vakfı
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TUREB	: Turist Rehberleri Birliği
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi
TÜROB	: Türkiye Otelciler Birliği
T-VAR	: Threshold Vector Autoregressive
TYD	: Turizm Yatırımcıları Derneği
v.b.	: Ve benzerleri

v.d.	: Ve diğlerleri
VAR	: Vektör Otoregresif
VECM	: Vektör Hata Düzeltme Modeli
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSINA ETKİ EDEN FAKTÖRLERİN AMPİRİK ANALİZİ

GİRİŞ

Bir hizmet sektörü olan turizm, tüm dünyada büyük bir hızla gelişme göstermektedir. Turizm sektörü ülkelere kalkınma ve büyüme açısından çok önemli olan sermayeyi sağlama imkânı 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 hâkimdir. İstihdam yapıcı yönüyle de turizm sektörü ülkeler açısından oldukça önemlidir.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO-World Tourism Organization) verilerine göre uluslararası turizm, son 20 yıl içerisinde yüksek ivmeyle büyüyerek 2012 yılında uluslararası turist sayısı yaklaşık 1 milyar 36 milyona ulaşmış, uluslararası turizm gelirleri ise 1 trilyon 75 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Uluslararası turizm gelirleri, araştırmaya konu olan son 13 yıllık dönemde % 126 oranında artış göstermiştir. Bu verilere göre, dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinin başında turizm sektörü gelmektedir. Yükselen refah seviyesine paralel olarak, seyahate ayrılan gelirin ve ulaşım imkânlarının artmasıyla büyüyen uluslararası turizm pazarından en yüksek payı almak için turist çeken ülkeler arasındaki rekabet giderek artmaktadır.

Bu gelişim trendi içinde bazı ülkelerde yıllar itibariyle farklı gelişmeler ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde birçok turistik bölgenin uluslararası turizmden aldığı payın azalmasına karşılık, özellikle gelişen bazı ülkelerin turistik yörelerinde

uluslararası turizmden aldığı pay artma eğilimi içine girmektedir. Uluslararası turizm pazarının geleceğine bakıldığında ise ciddi artış trendinin devam edeceği beklenmektedir.

Söz gelişi Türkiye açısından özellikle 1980’li yıllardan itibaren uluslararası turizm, başta ekonomik sahada olmak üzere sosyal ve kültürel alanlarda da hayli önem kazanmaya başlamıştır. Öyle ki son yıllarda ekonomik anlamda turizm sektörünün öneminin farkına varılması sayesinde sektörün desteklenmesi konusunda toplumsal uzlaşının olduğu görülmektedir. Bu sebeple Türkiye’de turizm sektöründeki hızlı gelişimin gelecekte de devam edeceği varsayılırsa, turizm sektörünün performansına etki eden faktörlerin iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Çünkü turizm sektörü eğer iyi yönlendirilmez ise mali ve doğal kaynakların israfına, sosyal ve kültürel kirlenmelere yol açacaktır. Bu durum ise zaman içerisinde Türkiye ekonomisinde birçok açıdan sıkıntılara sebep olacaktır.

Teorik olarak turizm sektörünün performansı üzerinde etkili olan ve sektörü yönlendiren çok sayıda değişken bulunmaktadır. Ancak turizm sektörü üzerinde daha etkili olan değişkenler ise ekonomik değişkenlerdir. Bu yüzden turizm sektörünü etkileyen döviz kuru, enflasyon oranı, büyüme gibi makro ekonomik faktörlerin sektörü ne yönde etkilediğinin analizi yapılmalı ve buna göre sektörün yönlendirilmesi gerekmektedir.

Bu sebeple gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye’de, karşılaşılan ekonomik sorunların hafifletilmesinde ve dar boğazların aşılmasında bir ekonomik politika aracı olarak kabul edilen turizm sektörünü etkileyen ekonomik faktörlerin ülke düzeyinde araştırılması bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Yine Türkiye’de turizm sektörü ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında; genelde sektörün işletmeler açısından, iktisadi olarakta sektörün ülke ekonomisi içindeki yerinin belirlenmesi yönünden incelendiği görülmektedir. Bu çerçevede tez çalışmasında turizm konusunun belirli bir iktisadi alanına odaklanılmaktadır. Bu sebeple ekonometrik bir analiz vasıtasıyla hangi faktörlerin turizm sektörünün performansına etki ettiği, ve bu değişkenler arasında ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Dolayısıyla ‘‘Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden

Faktörlerin Ampirik Analizi” başlıklı bu araştırmada turizm performansını temsilen turizm gelirleri bağımlı değişken olarak ele alınıp; turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon gibi makro ekonomik değişkenler ile ilişkisi incelenmiştir.

Araştırma yöntemi olarak çalışmanın literatür taraması kısmında tarihsel, betimsel modeller kullanılmıştır. Turizm sektörünün performansına etki eden faktörlerin analizi kısmında ise, öncelikle konu ile ilgili olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK, Kalkınma Bakanlığı resmi sitelerinden, TCMB EVDS veri tabanından istatistiksel veriler toplanmıştır. Bu verilerle yapılacak analizde ise doğrusal zaman serisi yöntemleri kullanılmış, doğrusal zaman serisi bağlamında birim kök sınamaları, eşbütünleşme ve nedensellik analizleri yapılmıştır. Bu analizlerin yapılmasında Eviews 6.0 ile Gauss 6.0 istatistiki programlardan yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlar ise tez konusunun mantığı içerisinde yorumlanmıştır.

“Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi” başlıklı bu çalışmada, araştırmayı konu alan yayınlanmış her türlü kitap, makale, inceleme, çeviri, istatistikî bilgi, rapor, gazete ve dergi yazısı ile sanal ortamdaki her türlü veri incelenmiştir. Bilgi toplama yöntemleri sonucunda elde edilen veriler ise, araştırmanın içindekiler sayfasına uygun bir biçimde bilgi ve kaynak kartlarına kaydedilmiştir. Bu kartlar ise araştırmanın dosya düzenğinde toplanmıştır. Elde edilen istatistikî veriler vasıtasıyla da araştırmanın amacına yönelik gerekli ekonometrik analizler yapıp yorumlandıktan sonra metin haline dönüştürülmüştür.

“Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi” başlıklı bu doktora tez çalışması altı bölümden meydana gelmiştir. Bu bölümler sırasıyla şöyledir:

Çalışmanın ilk kısmında turizm ve turizm ekonomisi ile ilgili kavramlar ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu bölümde kavramsal açıdan turizm, turizm sektörünün özellikleri, turizmin sınıflandırılması ve turizmin sektörler ayrımındaki

yeri irdelenmiştir. Daha sonra ikinci bölümde turizmin ana üretim sektörleri olan tarım, sanayi, ve hizmetler sektörleri üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Bu bölümü turizmde arz ve talep kavramlarının işlendiği bölüm takip etmiştir. Tezin üçüncü bölümü olan bu kısımda turizm arz ve talebinin özellikleri, etkileyen faktörler, turizmde arz ve talep esneklikleri ile turizm talebini kısıtlayan faktörler ele alınmıştır. Sonrasında turizmin ekonomik etkileri parasal, reel ve olumsuz ekonomik etkiler olmak üzere üç alt başlık halinde ayrıntılı olarak irdelenmiştir.

Beşinci bölümde ise; Türkiye’de turizm sektörünün tarihsel gelişimine özet olarak değinilmiş aynı zamanda turizm sektöründe aktif rol alan kurum ve kuruluşlar da incelenmiştir. Devamında tezin temel amacına yönelik olması açısından turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisindeki yerini ve önemini açıklayan veriler tablo ve grafikler şeklinde irdelenmiştir. Turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi incelenmeden önce, turizm istatistiklerinin nasıl elde edildiği açıklanmıştır.

Son bölüm olan altıncı bölümde ise turizm sektörünün performansını etkileyen ekonometrik faktörlerin ampirik analizine geçilmiştir. Analiz öncesinde konu ile ilgili ampirik literatür taraması yapılmış ve uygulanacak yöntemler hakkında metodolojik bilgiler sunulmuştur.

Ampirik analizde birim kök testleri, Johansen eşbütünleşme yöntemi uygulanmış ve nedensellik testleri yapılmıştır. Turizm gelirlerinin bağımlı değişken olarak alındığı analizde turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ile enflasyon değişkenlerinin turizm gelirleri ile ilişkisi araştırılmıştır. Analizde 2000-2012 yılları arasında değişkenlere ait 156 adet aylık veri kullanılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM VE TURİZM EKONOMİSİ İLE İLGİLİ TANIM VE ÖZELLİKLER

Bu bölümde turizm ve turizm ekonomisi kavramlarının tanımı ve özellikleri ortaya konulduktan sonra, turizm ekonomisi literatürü ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

1.1. Kavramsal Açıdan Turizm

17. yüzyıla kadar uzanan turizm teriminin kökeni “Tour” sözcüğü olup, İbranicede öğrenme, araştırma anlamına gelen “Torah” sözcüğünden türemiştir. İbraniler, olağan bir biçimde yaşanılan yerlerin dışındaki uzak yerleri görmek, oralarda oturan insanların ekonomik ve sosyal durumlarını incelemek üzere kendi gönderdikleri kişilere turist ve bunların eylemlerine de “turlamak” demişlerdir (Erdoğan, 1995:8).

Birçok araştırmacının ve yazarın turizme yönelik çok değişik tanımlama ve açıklamaları olmakla birlikte, turizmin ilk tanımı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Guyer-Feuler turizmi, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine, doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren, modern çağa özgü bir olay olarak tanımlamaktadır (Kozak, 2001:1).

Literatürde bakıldığında ise çağdaş turizm kavramı ilk olarak, 1954 yılında Palermo’da yapılan kongrede İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından ortaya atılmıştır. Bu tanıma göre turizm, “yabancıların devamlı yerleşmemek ve gelir elde etmemek koşuluyla, gittikleri bölgelerdeki seyahatlerinden ve geçici konaklamalarından doğan olayların bütünüdür” (Holloway,1988:20). Bu tanım daha sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AEİST) tarafından da kabul edilmiştir. Aynı şekilde Dünya Turizm Örgütü de (UNWTO) 1963 yılında bu tanımı kabul etmiştir.

Prof. Dr. Tunca Toskay ise turizmi, “insanların devamlı ikamet ettikleri ve her zaman olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki genellikle turizm işletmecilerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde tanımlamaktadır (Toskay,1989:39).

Genel olarak turizmin tanımı yapılırken aşağıdaki unsurların mevcut olup olmadığına bakılmalıdır:

- Kişilerin sürekli olarak oturduktan yerin dışında olması,
- Seyahat nedeninin geçici olması,
- Seyahat nedeninin bir yerde çalışmak, iş yapmak amacını gütmemesi,
- Gittikleri yerde tüketici durumunda olması,
- Geçici konaklamadan sonra sürekli ikametlerine geri dönülmesi gibi öğelere dikkat edilmelidir (Burkart, Medlik, 1981:40).

Tüm bu özellikler göz önüne alındığında, en geniş anlamı ile turizm şu şekilde tanımlanabilir: İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek amacı ile devamlı oturdukları yerden başka yerlere seyahatlerini ve bu seyahatleri sırasında konaklamaları ile konaklamalarından doğan ihtiyaçları ve ilişkileri kendisine konu alan sosyal, ekonomik, kültürel bir olay ve bir hizmet endüstrisidir (Ürger, 1993:12).

1.2. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörünün ekonomi açısından özellikleri aşağıda sıralanmıştır:

- Turizm, gizli bir dışsatım (ihracat) endüstrisidir. Tüketicinin mal ve hizmeti üretildiği yerde bir araya getirdiği az sayıdaki endüstrilerden biridir.
- Turizm sektörü hizmetler sektörünün içinde yer alması nedeniyle, diğer sektörlerle de yakın ilişkidir. Yerli ve yabancı turistlere satılan mal ve hizmetler çok sayıda faaliyet dalı tarafından üretilmektedir. Bazen üretimin bir kısmı turistlere

doğrudan doğruya tüketilmek üzere sunulmakta, diğer bir kısmı ise nihai talebin diğer unsurlarına veya ara tüketime yönelmektedir.

- Turizmde hammadde genellikle doğal, tarihi ve kültürel değerler olduğu için, hammadde yönünden dışa bağımlılık az olmaktadır. Sektör, serbest malları değerlendiren bir üretime sahip olduğundan bölgesel kaynaklara dayalı bir gelişme ortamı oluşturmaktadır.

-Turizm sektöründe emek-yoğun üretim nedeniyle, istihdam yoğunluğu oldukça yüksektir. Turizmde genellikle genç nüfus ve yarı vasıflı işgücü istihdam edilir (Spinrad vd, 1982:9).

- Turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkeler bakımından oldukça büyük bir ihtiyaç olan, döviz girdisi sağlayan ve milletler arasında ortak bir yaşama biçiminin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Buna karşılık özellikle geleneksel hayat tarzına yapabileceği olumsuz etkileri sebebiyle, bir nevi yeni bir dış bağımlılığa sebep olacağı da söylenebilir (Schneider, 1976:76).

- Turizm sektörü, ekonominin diğer sektörlerini doğrudan doğruya etkileyen ve onlarla bütünleşmiş bir üretim biçimidir. Turistler üretilen bu ürünü tüketir ya da kullanırlar ve bu ürünü bazen turizmde uzmanlaşmış olan firmalardan doğrudan doğruya satın alırken, bazen de turistik ürünü oluşturan parçaları kendileri birleştirir. Örneğin, turist harcamaları otellere, mağazalara, restoranlara ve rekreasyon alanlarına enjekte olur. Dolaylı olarak turistik harcamalardan elde edilen gelirler, bölgesel vergiler, gelişmeler, kazançlar şeklinde bölgede kalabilir. Hatıra eşya satışları gibi özel zevklere hitap eden bir takım satışlarda bölgesel gelir ve istihdama ek bir katkı sağlar.

- Turistik bölgelerin sahip olduğu turistik değerlerin farklılık göstermesi, turizmin mevsimlik özelliği ve turistik mal ve hizmet üreticilerinin fiyatları kendilerinin belirlemesi, piyasanın monopolcü rekabet ve oligopol şartları altında çalışmasına neden olmaktadır.

- Turizmde risk ortamı yüksektir. Turizm, ülke içindeki ve dünyadaki ekonomik ve sosyal olaylardan büyük ölçüde etkilenmektedir.

- Turistik tüketim, zorunlu olmayan tüketim grubuna girmektedir. Talebin fiyat esnekliğinin çok yüksek olduğu turizmde ani fiyat değişimleri doğal olarak talep artışına veya azalışına neden olmaktadır.

- Turizm sektöründe mal ve hizmetlerin üretildiği anda tüketilme zorunluluğu vardır. Bu malları stoklama imkânsızdır.

- Seyahat ve turistik tüketim eğilimlerindeki sürekli değişme, turistik üretime dinamik bir boyut kazandırmaktadır.

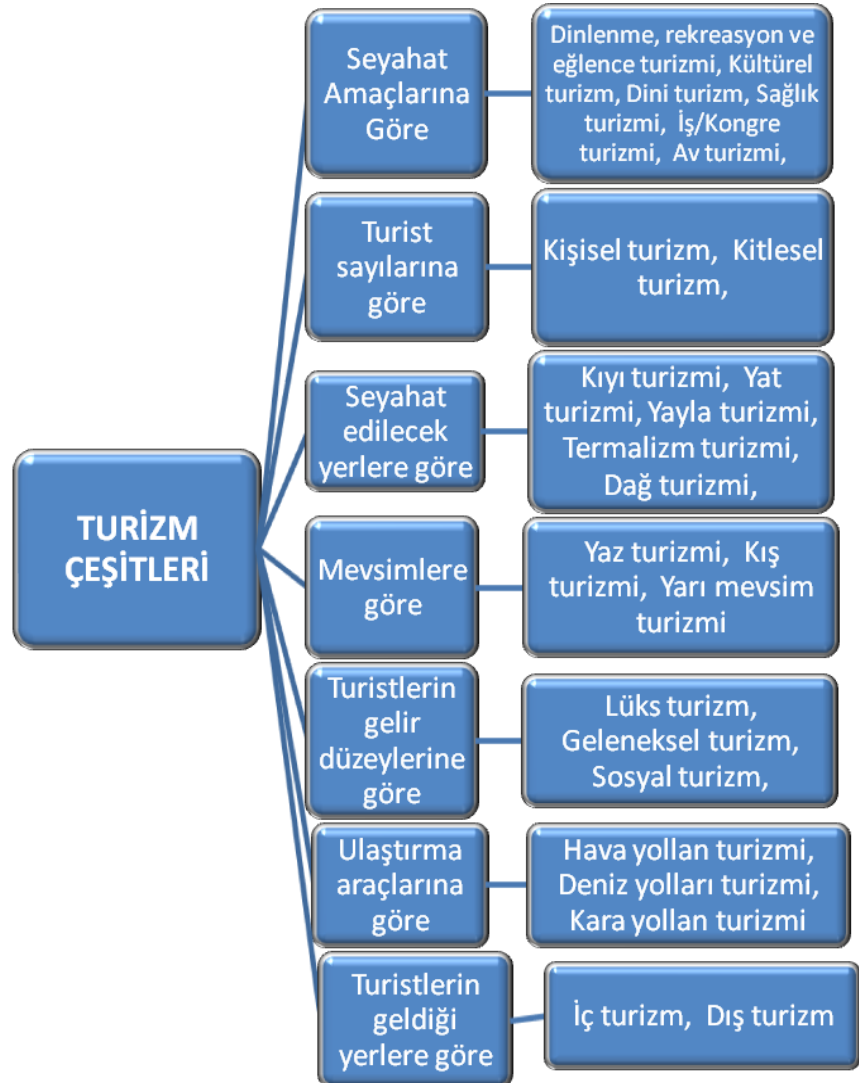
- Turizm sektörü arzında ve turizm talebinde ekonomik davranışlar yanında gelenekler, dünya görüşü, sosyal yapı, moda ve kişisel tüketim özelliği rol oynamaktadır. Turistin sağlayacağı turistik yararlar özellikle çevrenin doğurduğu dış faktörlerin daha çok etkisinde kalmaktadır.

- Turizmin sektörler kesiti olması nedeniyle, sektörel analizlerde kullanılacak sağlıklı bir veri toplama sisteminin oluşturulmasını engellemektedir (Tutar, 1999:14).

1.3. Turizmin Sınıflandırılması

Turizmin çeşitleri konusunda çok farklı kaynaklarda değişik sınıflandırmalar yapılmıştır. Bunun nedeni, turizmin çeşitlerinin birbiri ile olan yakın ilgisi ve çok kesin sınırlarla ayrılmamasıdır. Ancak ekonomik önemi yönünden turizmi sınıflandırırken iki temel başlık alanda toplamak mümkündür. Bunlar da, iç ve dış turizmdir. Bu sınıflama, turistin gittiği yer ile ekonomik açıdan turizm olay ve ilişkilerinin olduğu bölgeye göre yapılmaktadır.

Belli başlı turizm sınıflandırmaları Şekil 1’de görülmektedir.



Şekil 1: Turizm Çeşitleri

Kaynak: (Tutar, 1999:6).

Şüphesiz ki, yukarıda sayılanların dışında başka yönlerden turizm türleri sınıflandırmaları yapılabileceği gibi, etnik turizm, spor turizmi, özel ilgi turizmi gibi yeni ortaya çıkan turizm türlerinden de söz etmek mümkündür (Urry, 1990:64).

1.4. Turizm Sektörünün Sektörler Sınıflandırmasındaki Yeri

Turizm sektörünü daha ayrıntılı ortaya koymadan önce sektörler sınıflandırmasındaki yerini belirlemek faydalı olacaktır. Ekonomik faaliyetler üç kesime ayrılarak; tarım, sanayi ve hizmet sektörleri şeklinde değerlendirildiğinde, turizm sektörü hizmetler sektörü içinde yer almaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) hizmet sınıflandırılması listesinde, temel başlıklar bakımından 12 hizmet alt sektörü yer almaktadır. Bu temel başlıklarda listelenen faaliyetler şunlardır (Dinçer, 2008:22) :

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. İş Hizmetleri | 7. Finansal Hizmetler |
| 2. İletişim Hizmetleri | 8.Sağlık ve İlgili Sos. Hizm. |
| 3. İnşaat ve İlgili Mühendislik Hizmetleri | 9. Turizm ve Seyahat Hizm. |
| 4. Dağıtım Hizmetleri | 10.Kültür ve Spor Hizm. |
| 5. Eğitim Hizmetleri | 11. Ulaşım Hizmetleri |
| 6. Çevre Hizmetleri | 12. Diğer Hizmetler |

Görüldüğü gibi, turizm sektörü seyahat hizmetleriyle birlikte hizmetler sektörünün alt sektörlerinden biridir. Bunun yanında, turizm sektörü tarım ve sanayi sektörlerinden daha geniş faydalanmakta, ihtiyacına göre onlara şekil vererek, bu sektörlerden aldığı girdileri kullanıp, turistik mal ve hizmet üretiminde bulunmaktadır.

Bu şekilde oluşturulan ürünler ise parasal ölçülerle değerlendirilen hizmet üretimi olmaktadır. Bu üretimin sonucu olarak iç ve dış turizm gelirleri şeklinde ölçülüp değerlendirilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN ANA ÜRETİM SEKTÖRLERİNE ETKİSİ

Bu bölümde turizm sektörünün üç ana üretim sektörüne yani tarım, sanayi ve hizmet sektörlerine etkisi incelenecektir. Esasen turizm sektörü hizmetler sektörünün içinde yer almasına rağmen, doğurduğu ekonomik sonuçlar nedeni ile ekonominin temel sektörleriyle yakın ilişki içindedir.

Ülke ekonomisinde iç ve dış turizm hareketleri gelir-tüketim hacmi oluşturmaktadır. Böylece turizm faaliyetleri ekonomiyi canlandıran bir etken olup, diğer sektörler üzerinde uyarıcı olumlu etki yaparak ekonomik canlılığa neden olmaktadır.

Turizm talebinin ortaya çıkardığı ek talep nedeniyle, mal ve hizmetlerin, yerli halkın ödediği fiyattan ve ihracat fiyatlarından yüksek olması, diğer sektörlerdeki yatırımcı ve üreticilerin dikkatini çekmekte; üretimde kalite ve kantitede ayrıcalık oluşturmaktadır (Çakır, 1999:154).

Turizm sektörü, turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün sektörlerinden yararlandığı gibi, bazı sanayi kollarını içine almakta, bazılarını kendi ihtiyaçlarına göre şekil vermekte, bir kısmını da yeniden meydana getirmektedir. Türkiye'de 1993 yılında yapılan bir çalışmada turizm sektörünün, 33 sektörden girdi sağladığı ve bu sektörlerin gelişmesine doğrudan katkıda bulunduğu saptanmıştır (Çıkm vd. 2009:4). Daha sonraları yapılan çalışmalarda özellikle konaklama endüstrisinin mal ve hizmet sağlanmasında diğer sektörlerle olan girdi-çıkış ilişkisinin, turizm sektörüyle ilişkili sektör sayısını 33'ten 47'ye çıkardığına değinilmiştir (Resort Dergisi, 2007; 6). Turizm gelirlerinin çoğaltan ve katma değer etkisi nedeniyle, turizm sektöründen elde edilecek bir birimlik gelir, diğer sektörlerin gelirlerine de etki etmektedir.

2. 1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkileri

Tarım sektörü turizm sektörüyle en yakından ilişkisi bulunan ana sektördür. Çünkü turizm meyve, sebze, şarap vb. temel yiyecek ve içeceklerin yoğun olarak tüketildiği bir hizmet sektörüdür. Turizm sektörü yerli ve yabancı turistlerin temel yeme içme ihtiyaçlarının giderilmesi için üretim esnasında temel girdilerinin büyük kısmını tarım sektöründen temin etmektedir. Ülkenin tarım ürünlerinin çeşitlilik arz etmesi aynı zamanda o ülkeye yönelik turizm talebini olumlu olarak etkileyebilmektedir. İki sektöründe büyük ölçüde iklim ve doğal kaynaklara bağımlı yapısı, turizm ve tarımda yapılanmanın her iki sektörün dinamiklerinin dikkate alınarak gerçekleştirilmesini gerektirmektedir (Çıkın vd, 2009:4).

Kırsal kesim açısından bakıldığında bir bölgeye gelen turist sayısı yerli halkın nüfusuna oranla oldukça düşük düzeydedir. Buna bağlı olarak turistlerin yapmış olduğu harcamalarda 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, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün gerçek değerinin bulunmasına neden olur. Böylece tarımla uğraşan kişilerin hem gelirlerinde hem de refah seviyelerinde bir artış olur (İçöz ve Kozak, 2002: 253).

Tarımsal ürünlere yönelik direkt tüketim harcamaları yanında, turizmden gelir elde edenlerin harcamalarında dolaylı gelir etkisi oluşturur. Milli tarım ürünleri piyasasında meydana gelen talep kaymaları ise bir dereceye kadar turizm talebi tarafından giderildiğinden, dolaylı gelir etkisi tahmin edilenden de fazla olmaktadır (Archer, 1978:78).

Kırsal kesimdeki mülk sahiplerinin sahip oldukları mülklerini turizm sektörü hizmetine sunmaları sonucu gelir elde etmeleri, yine turizm sektörünün tarım sektörü üzerindeki etkilerinden biridir. Turistik bölgelerde arazi sahibi olan yöre halkı, bu arazilerin kamp alanı olarak turizme açılması sayesinde ek bir gelir elde etme imkânına kavuşacaktır.

Turizmin tarım sektörü üzerindeki diğer bir etkiside; tarım sektöründen doğacak mevsimlik işsizliği ortadan kaldırabilmesidir. Bilindiği gibi tarımsal faaliyetin yoğun olduğu bölgelerin en önemli sorunlarından bir taneside işsizlik sorunudur. Turistik bölgelerde açılan yeni turistik işletmeler sayesinde oluşan ek talep ile işsizlik sorunu da azalmış olur. Böylelikle mevsimsel işsizlik ve atıl kapasite turizmin oluşturduğu istihdam imkânlarıyla azaltılmış olur. Turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte tarım sektöründeki işsizliğin azalmasıyla, köy veya kırsal alandan kente göç de önlenmiş olacaktır. Böylelikle verimli tarımsal alanlar terk edilmemiş, hatta tarımsal alandaki arz kapasitesi de artmış olacaktır.

Son zamanlarda tarım turizmi, turizm-tarım arasındaki etkileşim ile Türkiye'nin coğrafi ve iklim yapısına bağlı olarak ön plana çıkarmıştır. Tarım turizmi ya da diğer adıyla agro-turizm, uluslararası turizmin gelişmesi sonucu tarımsal faaliyetlerin yapıldığı ve doğal çekiciliklere sahip alanlarda ortaya çıkmıştır. Bu turizm çeşidi, çoğunlukla kırsal alanda yapılan tüm turizm faaliyetlerini kapsamakta ve bir bakıma kırsal turizmle benzerlik göstermektedir (Nilsson,2002:8).

Tarım turizmi; ekonomik katkılarının yanı sıra, sosyal anlamda dinlendirici ve tedavi edici, çevresel anlamda eğitici özellikler içeren zirai, ekolojik ve kültürel ürünlerin karışımından meydana gelmektedir (Woo ve Yean, 2006:68). Çeşitli ulusal kalkınma programlarıyla, tarım turizmi, kırsal kalkınmayı sağlamak için şimdiye kadar olan tarımsal ürüne odaklı yapısından başka tarımsal kültür pazarlamasını temel alan bir yapıya dönüştürülmektedir. Böylece ulusal ekonominin kalkınmasında yeterince önem gösterilemeyen kırsal bölgelerdeki kaynakların daha verimli kullanılması mümkün olacaktır.

Burada önemle belirtilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Turizmin özellikle kırsal alanlarda gelişmesi ile beraber ikinci konut yapımı ve satın alımında da artış söz konusu olmaktadır. Bu ise turizm bölgelerindeki yerel ekonomiler üzerinde olumsuz bir etki meydana getirmektedir. Büyük kapasiteli turizm yatırımları ile yarışamayan ve herhangi bir turizm geliri olmayan yerel halkın, faaliyette bulunduğu tarım alanlarının zamanla azalması, o bölgede yaşayan

insanların ekonomik açıdan marjinal duruma düşmesine neden olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013:180).

Ayrıca, turizm talebinin yüksek olduğu dönemlerde tarımsal ürünlere olan talebin yüksek oluşu yerel enflasyonlara yol açmaktadır. Özellikle yörede oturan halkın alım gücünün düşmesine ve hayat pahalılığına yol açmaktadır. Bu da iç talebin daralmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, turizmin tarım sektörü üzerinde olumlu olduğu kadar, bazı olumsuz etkileri de beraberinde getirebileceği göz ardı edilmemelidir.

2. 2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkileri

İmalat sanayi üretimi; tüketim malı, ara malı ve yatırım malları olarak üç alt sektöre ayrılmaktadır. Bu ayırım göz önüne alınırsa, turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisinin, imalat sanayi üretiminin alt sektörlerine göre değişiklik gösterdiği görülmektedir. Bundan dolayıda turizmin bu alt sektörler üzerindeki etkisi de farklılık göstermektedir.

Bu açıdan bakıldığında;

- Turizmin tüketim malı üreten sanayiler üzerinde etkisinin fazla olduğu görülür.

Gıda ve içki sanayileri gibi tüketim malları üreten sanayi kollarında, turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlanması amacıyla, üretilen malların turistik standartlarına uygun olmasına çalışılır. Bunun yanında yalnız turistik tüketime yönelik üretimde bulunulduğu da gözlemlenir. Aynı durum bütün sanayinde de söz konusudur. Dokuma ve giyim sanayisinde ise, ülke özelliklerini yansıtan, turistin ilgisini çeken, ihracata dönük üretimde bulunulur.

- Ara malı üreten deri, deri ürünleri ve seramik gibi sanayi kesimi üzerindeki etkisi de yüksektir.

Şöyle ki; deri ve deri mamulleri bir ihracat kaynağı olduğu gibi, derin konfeksiyon ürünlerinin turistlere satılması ek ihracatı arttırıcı bir özellik gösterir.

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkisini incelerken, ağır sanayi ürünleri başta olmak üzere, çimento, demir-çelik, bilgisayar teknolojileri, kara yolu, deniz ve hava limanları gibi altyapı olanakları ile inşaat, orman ve seramik gibi diğer sanayi ürünlerini dikkate almak gerekir. Bu araç gereçleri üreten sanayi kolları ile gerekli alt ve üst yapıyı sağlayan sektörlerde, turizm sayesinde bir canlılık ve hareketlilik yaşanmaktadır. Bu ve benzeri sanayi dallarında, özellikle turizm sezonu ile birlikte, artan talep sonucunda üretim araçları söz konusu olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013:180-181).

- Yatırım malı üreten sanayilerde ise turizmin etkisi azdır.

Sadece ulaştırma araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılması söz konusu olur. Örneğin kurvaziyer turizmde kullanılacak bir gemi inşaatında veya turistik turlarda kullanılacak karayolu taşıtlarının yapılmasında turistik tüketimin özelliklerine uygun değişiklikler yapılır (Münger, 1999:12).

2. 3. Turizmin Hizmetler Sektörüne Etkileri

Turizm, hizmetler sektöründe önemli ölçüde etkilemekte ve gelişmesine değişik şekillerde katkı sağlamaktadır. Bu durumu çeşitli açılardan inceleyerek açıklayabiliriz. Turizmin sektörler ayrımındaki yerine bakıldığında, hizmetler sektörü içerisinde yer aldığını görürüz. Ödemeler bilançosuna bakıldığında ise, uluslararası hizmetler kalemi içinde değerlendirilmektedir. Turizm ekonomisi açısından bakıldığında da, ödemeler dengesindeki en önemli kalem uluslararası hizmetlerdir.

Bu bağlamda, turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Çakır, 1999:79-80) :

- Cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (bakkal ve manavda satışa sunulan ekmek, et, süt, meyve-sebze vb. ürünler).

- Donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (çeşitli teknik hizmetleri sunmakla sorumlu elektrikçi, boyacı, demirci, inşaat işçiliği gibi).

- Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri, gazeteci, çiçekçi, pasta, çay salonu gibi).

- Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (bunları sunmakla sorumlu sağlık tesisi, banka, sigorta, polis gibi).

- Toplum arasında lüks olarak kabul gören hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (kuyumcu, gece kulübü, sauna, monitörler, antikacılar gibi).

- Tatil ve turizme yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine destek olur (ulaşım, benzin istasyonları, eski eser, eğlence yerleri, animasyon ve rekreasyon gibi)

- Bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte o bölge kapsamındaki kamu hizmetleri de gelişir (yol, su, elektrik, haberleşme, kanalizasyon, sosyal konutlar gibi).

- Turizm sektöründe çalışan personelin mutlaka mesleki formasyona sahip olması gerektiğinden, sektörde istihdam edilecek personele belli beceri ve tecrübenin kazandırılması, aynı zamanda hizmet sektöründe de kaliteyi arttırıcı bir rol oynayacaktır.

Buna göre; bir bölgedeki turizm hareketleri, harcama-gelir ilişkisi yoluyla yukarıda belirtilen ve hizmet sektöründe yer alan faaliyetlerde niteliksel ve niceliksel gelişmelere neden olmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİNDE ARZ VE TALEP KAVRAMLARI

Turizm sektörünün performansına etki eden faktörleri incelerken bu sektördeki arz ve talep kavramlarını iyi irdelemek gerekmektedir. Çünkü bir sektörün performansı yani elde ettiği gelirler sonuçta o sektördeki arz ve talep ilişkisine bağlıdır. Şöyle ki, eğer turizm sektöründeki arz-talep ilişkisi iyi bir şekilde planlanırsa ve arz-talep ilişkisinde istenilen ölçüde uyum sağlanırsa ülke kaynaklarının en iyi şekilde kullanımı gerçekleştirilmiş olacaktır. Bunun sonucunda da, sektörde atıl kapasite kalmayacak böylece ekonomik etkinlik sağlanarak, ülkenin turizmden sağladığı gelirler artacaktır. Bu durumda sektörün performansına olumlu etkide bulunacaktır.

Ayrıca bir ülkenin turizm planlamasında ülkenin hangi bölgelerine ve çekicilik merkezlerine yatırım-tanıtım yapılması noktasında yardımcı olması açısından aynı zamanda ülkeye ilişkin turistik ürün çeşitlendirilmesi ve farklılaşmasında yararlanılabilecek olan potansiyel arz verilerinin belirlenmesi açısından da turizm arzının ve özelliklerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Çalışmanın bu bölümünde de turizm ekonomisinde arz-talep kavramları ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

3. 1. Turizm Arzı

Ekonomik anlamda arzı; diğer koşulların tümünün sabit kalması varsayımı altında (*ceteris paribus*) belli bir dönemde, belirli fiyat düzeylerinde satılmak istenen mal veya hizmet miktarı olarak tanımlayabiliriz. Turizm doktrinde ise turizm arzı; “bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalı ile turistlere sunduğu maddi ve manevi hizmetlerin bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır (Yağcı, 2003:40).

Geniş anlamda ise, turizm arzı; bir ülkenin, bir bölgenin veya bir çekim merkezinin seyahat edenlerin ihtiyacını karşılamada sahip olduğu varlık, değer ve olanakların tümü ile belirli zaman süresi içindeki yolculuk ve konaklamaya dönük ve belli bir fiyata satılmaya hazır mal ve hizmet akımı olarak ifade edilmektedir (Olalı, 1998:45). Bu bağlamda turizm arzı, genel ekonomik anlamdaki arz kavramından pek

farklı değildir. Diğer bir tanıma göre turizm arzı; turizm talebinin gereksinmelerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren ve turizm amaçlı tüketimde yer alan üretime dayalı işlemlerin bütünüdür (İçöz, 2005:41).

Bütün bu tanımlardan anlaşılacağı üzere, turizm arzı denildiği zaman akla, turistin gereksinimini karşılayan konaklama, yeme-içme, eğlence-dinlenme ve ulaşım gibi faaliyetlerin tümü gelmektedir. Ayrıca turizm sektöründeki tüm firmaların (oteller, tatil köyleri, apart oteller, pansiyonlar vb.) arzlarının toplamı turizm sektörü anlamında bize piyasa arzını vermektedir. Bir ülkedeki turizm firma ve işletmelerinin tek tek arz eğrilerinin yatay toplamı, turizm piyasasındaki sektör arz eğrisini verecektir. Başka bir deyişle, turizm piyasasındaki firmaların toplam arz eğrisi, piyasa arz eğrisini oluşturacaktır. Turizm piyasasına ilişkin oluşturulan piyasa arz eğrisinin şekli, bireysel arz eğrisinin şeklinden farklı değildir (Bahar ve Kozak, 2013:63).

Ancak şunu da belirtmek gerekir ki; bir ülkenin sahip olduğu tüm turizm potansiyeli tam anlamıyla turizm arzı demek değildir. Turizm potansiyelini turizmin hammadde olarak kabul edip, bunların işlenmesi halinde turizm arzının doğduğu ve arttırılabildiği şeklinde değerlendirmek gerekir.

Bütün bu tanımların yanında birde turistik arz kapasitesi kavramı vardır. Bu ise, turistik potansiyelin bir elemanı olarak reseptif turizmde¹; teknik donatımı, yapısı, konforu gibi maddi: hizmetlerin kalitesi, personelin yetenekleri gibi moral özellikleri ile medeni bir insanın arzu ettiği vasıfta ulaştırma, geçici konaklama, beslenme, eğlence, istirahat, dinlenme ve benzeri ihtiyaçları karşılayabilen; fiyatları turistlerin büyük çoğunluğunun satın alma güçlerine uygun olduğu kabul edilen emre hazır ekonomik ve sosyal imkânların bütünüdür (Növröslü, 2010:39).

Bir ülkenin turizm amaçlı kullanabileceği arz kaynaklarını iyi analiz etmesinin ve onları turist, ülkenin yararına sunabilmesinin ekonomik anlamda önemli olduğuna daha önce değinilmişti. Bugün ise ülkeler birçok yeni turizm çekim merkezleri, yeni ürünler ve yeni bir dizi turizm arzı oluşturmaya çalışmaktadır. Bu

¹ Seyahat ve konaklamadan doğan ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılan teknik ve ekonomik donatım. Aynı zamanda "Statik Turizm" de denir.

3. 1. 1. Turizm Arzının Özellikleri

Turizm arzının sektöre bağlı bazı yapısal özellikleri bulunmaktadır. Turizm arzının özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Turizm arzı karmaşık bir yapıya sahiptir. Çünkü çok değişik faktörleri, sektörleri, alanları ve değerleri ilgilendirmektedir. Bir bölgeyi ziyaret eden turistin aklında bölgedeki fiziksel, doğal, kültürel ve beşeri değerler bir bütün olarak yer almaktadır. Bu bağlamda, bir turizm destinasyonu turistin tatil deneyiminin oluşmasında bir bütün olarak değerlendirilmektedir. Bir yerde oluşan olumsuz bir deneyim turistlerin tatil konusundaki bütün izlenimlerini olumsuz yönde etkileyebilir.

- Turizm sektörü, krizler, turizm talebindeki mevsimsellik dalgalanmalar, politik huzursuzluklar ile tesadüfi faktörlerden çok etkilendiği için, ürettiği mal ve hizmetler stok teşkiline elverişli değildir. Bu nedenle turizm arzını oluşturan birçok mal ve hizmetin üretildiği anda tüketilmesi zorunludur.

- Turizm arzında, üretilen ürün tipi hizmettir ve bu hizmet yılın 365 günü, haftanın 7 günü ve günün 24 saati kesintisiz devam etmektedir. Maddi bir görünümünden yoksun olan turizm ürünü, bu yönüyle soyut bir özellik göstermektedir. Turizm sektöründe hizmetin satışı, üretimi ve tüketimi sonucunda müşteride (turist) oluşan tatmin hep soyut olarak gerçekleşmektedir.

- Turizmde arzın oluşturulabilmesi için büyük yatırımların yapılması zorunludur. Sabit üretim faktörleri için de çok yüksek miktarlarda harcama yapılması gerekmektedir. Ayrıca bir turizm işletmesinin faaliyetine başlaması konaklama sektöründeki beş yıldızlı bir otelin inşası gibi belli bir süreyi gerektirir.

- Turizm arzında ikame imkânları yüksektir. Bunun sonucunda da, risklerin dağıtımı güçleşmektedir (Erdoğan, 1995:359).

- Turizm arzı, çeşitli destinasyonlardaki fiyatın, tüketici eğilimi ve gereksinimlerinin, ürün ve hizmetlerin kalitesi gibi değişik dış faktörlerin etkisi ile sunulan turizm ürünü açısından değişiklik gösterebilir. Turizm sektöründe arz, her ülke insanının yapısına (sosyo-ekonomik, sosyo-demografik ve psikolojik

özelliklerine) uygun olarak ürünün pazarlanmasını ve sunulmasını gerektirmektedir. Örneğin, Alman bir turist ile Arap bir turiste Türkiye'nin tanıtılması ve pazarlanması farklılık gösterebilir.

- Turizm arzı ile talebinin arasında farklı mesafelerin ve turizmde mevsimselliğin oluşu, yine her bölgenin sahip olduğu doğal kaynakların farklılığı gibi nedenler turizmi tam rekabet ortamından uzaklaştırır.

- Turizm arzı, kapasite kullanımına dayalı bir esnekliğe sahiptir. Konaklama tesislerinde kapasiteyi yatak sayısı ifade eder. Bu nedenle kapasite kullanımını günlük, aylık, mevsimlik ve yıllık konaklama sayısı ile hesaplamak gerekir.

- Sermaye-yoğun üretimde yeni teknolojilerin uygulanması mal ve hizmet üretiminde maliyet azalmalarını getirirken, emek-yoğun üretimin hâkim olduğu turizm arzında ve bilhassa konaklama endüstrisi maliyetlerinde bir azalma görülmemiştir. Bunun en belirgin sebebi, turizm endüstrisindeki ekonomik ve sosyal yapının yeni ihtiyaçlara uydurulması problemidir. Bazı hizmet sektörlerinde olduğu gibi, turizm sektöründe de insan gücü yerine makinelerin ikame edilmesi sayısız güçlükler ve imkânsızlıklar ortaya çıkarmakta ve çok sınırlı alanlarda (rezervasyon işlemleri, vize, pasaport kontrolleri vb.) mümkün olabilmektedir. Bunun sonucunda da turizm arzında teknik gelişmeye paralel bir verimlilik artışı sağlanamamıştır.

- Sanayi ya da tarım sektöründe, üretim fabrika ya da tarlada yapıldıktan sonra, perakende olarak satışa sunulacağı yerlere gönderilir. Tüketici de çoğu zaman ürünü kendi yaşadığı yerdeki aracı kurumlardan, mağazalardan, alışveriş merkezlerinden vb. satın almaktadır. Ancak turizm sektöründe tüketici durumunda olan turist, arz edilen ürünün bir parçasını oluşturmakta ve ürünü alabilmek, tüketebilmek ya da olumlu/olumsuz bir imaj geliştirebilmek için aynı zamanda tüketim yeri olan arzın bulunduğu yere gitmek zorundadır (Ünlüönen vd, 2011:79).

- Turizm arzı kısa dönemde inelastik yani katı bir yapıya sahiptir. Ancak uzun dönemde elastikiyetten söz edilebilir. Turizm arzının bu özelliği ekonomik açıdan önem taşımaktadır.

Bu özellik şu şekilde açıklanabilir; turizm endüstrisi de diğer endüstriler gibi, ekonomik değişkenlere karşı tepki gösterir. Örneğin, konaklama fiyatlarının artışı ve konaklama tesisleri kurmak için gerekli üretim faktörlerinin fiyatlarının azalması karşısında yatak sayısının artması gerekir. Bu değişkenler için belirli bir sürenin geçmesi gerektiğinden, turistik arz analizlerinde zaman faktörünün gözönüne alınması gerekir.

Zaman faktörü göz önüne alındığında üç dönemden söz etmek gerekir. Çok kısa dönem, kısa dönem ve uzun dönem. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizmde de çok kısa dönemde arz esnekliği sıfırdır. Diğer sektörlerden farklı olarak turizmde kısa dönem arzı inelastiktir. Pazar fiyatları çok düşük düzeyde olsa bile, tam kapasitede faaliyette bulunmak için baskı oluşabilecektir. Bu durumda üreticiler, fiyatları ve promosyon faaliyetlerini değiştirerek talep ile arz kapasitelerini uyumlu hale getirebilmek için yapabilecekleri her şeyi yapacaklardır. Girişimcilerin, tesislerini sezon dışında kapatmaya karar verebilecekleri dönemi içeren uzun dönemde ise, arz daha da esnek olacaktır (Bull, 1991:85).

3. 1. 2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzını etkileyen faktörler beş ana grup altında toplanabilir (Tribe, 1995:38)

- Kullanılan ara ürünlerin fiyatları
- Ürün maliyetindeki değişim
- Teknik gelişmeler
- Vergiler ve teşvikler
- Grev, savaş, hava şartları gibi faktörleri içeren diğer faktörler.

3. 1. 3. Turizm Arzının Unsurları

Bireyleri turizme yönlendiren ya da bu hizmeti satın almalarına neden olan faktörler, içsel ve dışsal faktörler şeklinde ikiye ayrılabilir. İçsel faktörlere örnek olarak iş, din, merak, spor, dinlenme, eğitim, eğlence, sağlık, kültür, vb. faktörleri sayılabilirken, benzer şekilde dışsal faktörlerde yeni destinasyonların ortaya çıkması, reklam, tanıtım, propaganda gibi unsurlar örnek verilebilir.

Turizm arzını etkileyen faktörlerin neler olduğuna ilişkin farklı çalışmalar turizm ekonomisi literatüründe mevcuttur. Tüm bu çalışmaların hepsini genel anlamda coğrafi unsurlar, kültürel ve tarihi varlıklar, ulaştırma potansiyeli, ağırlama ve kültürel birikim ile alt ve üstyapı imkânları olmak üzere beş başlıkta incelemek mümkündür.

- **Coğrafi Unsurlar;** doğal varlıklar; insanların herhangi bir katkısı ve emeği olmadan doğal olarak meydana gelmiş oluşumlardır. Her bölgenin kendisine özgü iklimi, coğrafi şekli, bitki örtüsü, jeolojik yapısı ve sahip olduğu güzellikleri bulunmaktadır. Bireylerde yaşadıkları yerlerde göremedikleri, merak ettikleri ve sonuçta deneyim kazanmak istedikleri bölgelere gitmek isterler. Bundan dolayı coğrafi unsurlara bağlı olarak; turizm faaliyetlerinden söz edilebilmesi için doğal çevrenin ve güzelliğın olması gerekmektedir.

Turizmin öncelikli var olma nedenlerinin başında özellikle coğrafi varlıkların diğer bir deyişle çevre faktörünün olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü bireyler bir bölgeyi ilk olarak çevresel güzelliklerini, doğal, tarihî ve kültürel dokusu ile turizm arzı anlamındaki ürün çeşitliliğini görmek için ziyaret etmektedir.

Tüm bu faktörler, nihai anlamda turizm talebinin oluşmasına, ekonomik bir değer elde edilmesine ve turizm faaliyetleri için çekicilik ve isteklendirme oluşturulmasına da imkân sağlamaktadır. Ayrıca, bu türden doğal çekicilik arz eden varlıklara sahip olan bir ülke, diğer ülkelere göre büyük bir rekabet avantajı sağlamaktadır.

- **Kültürel ve Tarihi Varlıklar;** ülkenin veya bölgenin tarihi zenginliklerini oluşturur. Bunlar; tarihsel ve dinsel anıtlar, eski eserler, tarihsel kalıntılar, harabeler ve kazı yerleridir. Turizm hareketlerinin gelişmesinde yer alan, büyük bir turizm değeri ve serveti olan ve turistleri o bölgeye getiren çekicilikler arasında da önemli doğal varlıklardan sayılmaktadır.

Tüm bunlar eski uygarlıkları tanıtan, bir ulusun kültürünü, ekonomik-siyasi-politik yaşantısını ve sanatını gösteren eserler ve yapılar olması açısından turistler gözünde önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü insanlar her zaman kendilerinin ve diğer insanların geçmişlerine özel ilgi duymuşlardır. Bu nedenle tarihsel anıtların, binaların ve kalıntıların birincil turistik ilgi alanları olması doğaldır. Yine turizm arzının önemli bir kaynağını oluşturan müzeler, turistlerin ziyaret ettikleri yörelerde ilgi duydukları konulardan bir diğeridir. Müzeler, şehirler ve kırsal alanlardaki ekonominin canlandırılmasında da etkili olabilmektedir.

- **Ulaştırma Potansiyeli;** Turizm bölgesinin arz faktörleri açısından çekiciliği yüksek olmasına karşın, yeterli düzeyde bir ulaştırma potansiyeline sahip değilse turizm ürününün pazarlanması ve turiste satılması yönünde ciddi sorunlar ortaya çıkabilir. Turizmin bir bölgedeki gelişimi için en önemli unsur, ulaştırma değildir. Turizmin değer kazanabilmesi ve talebin artabilmesi için turizm bölgesindeki ulaşım sektörünün çok iyi işler halde olması gerekmektedir. Turizmi gereksinim hâline dönüştüren ve ona katma değer sağlayan nedenlerin başında, hiç kuşkusuz o bölgenin ulaştırma durumu gelmektedir.

- **Ağırlama ve Kültürel Birikim;** Bu unsur, misafirperverlik olarak adlandırılabilir. Bu konuda verilebilecek örnekler arasında misafirleri karşılama ruhu, halkın ziyaretçilere yaklaşımı, nezaket, samimiyet, hizmet etme ve ziyaretçilerin üzerinde iyi bir izlenim bırakma arzusu gibi hususlar sayılabilir. Bu unsur; diğer turizm arz faktörlerine göre farklılık göstermektedir. Çünkü maddi olmayan özelliği ile turistin manevi değerlerine yönelik bir anlam taşımaktadır. Bu durumda ağırlama ve kültürel birikim faktörünün gelişmesinin turizm arzı açısından diğer faktörlere oranla daha farklı bir içeriğe sahip olmasını gerektirmektedir.

- **Alt ve Üstyapı İmkânları;** Eğer turizm arzına ait tüm unsurlar yeterli alt ve üstyapı olanakları ile desteklenmezse, turizm açısından bir anlam kazanamaz ve yeteri kadar değerlendirilemez. Çünkü turizm potansiyeline sahip bir ülke ya da bölgede turizmin geliştirilmesi, bölge insanının ekonomik anlamda turizmden gelir elde edebilmesi ve turizmin dışsal ekonomik etkilerinden yararlanılması için söz konusu bölgede turizme ait alt ve üstyapı olanaklarının var olması gereken bir koşuldur.

Altyapı grubunu; yol, su şebekesi sistemi, kanalizasyon, haberleşme, havagazı, elektrik sistemleri, karayolları, demiryolları, otoyollar, havalimanları, tren istasyonları, parklar, gece ışıklandırmaları, yaya kaldırımları, otopark alanları, marinalar, limanlar, müzeler, konaklama işletmeleri, yeme-içme işletmeleri, alışveriş merkezleri ve eğlence yerleri gibi tüm yer üstü hizmetleri oluşturur.

Altyapı faktörleri, turizmin geliştirilmesinde ve başarıyla uygulanabilmesindeki en önemli destek unsurlarıdır. Eğer bir turizm bölgesi, turizm ürününü arz edebileceği ölçüde yeterli bir altyapı hizmetini sağlayamazsa o bölgeye olan turizm talebinde bir azalma beklenmelidir. Altyapısı tamamlanmamış, ulaşımı güç bir bölgeye kurulacak tesislerin doluluk oranları ve kârlılıkları düşük olacağı için turizm talebi azalacaktır. Özetle, bir bölgenin turizm açısından belirli bir potansiyele sahip olmasının yanında, bu potansiyeli değerlendirecek kalitede ve standartta bir altyapı hizmetinin de turiste sunulması önemli bir konudur. Turizm arzını oluşturan varlıklardan, turizm ekonomisi anlamında yararlanılabilmesinin ön koşulu, bu arzın uygun bir altyapıya dayandırılmasından geçmektedir (Bahar ve Kozak, 2013:67).

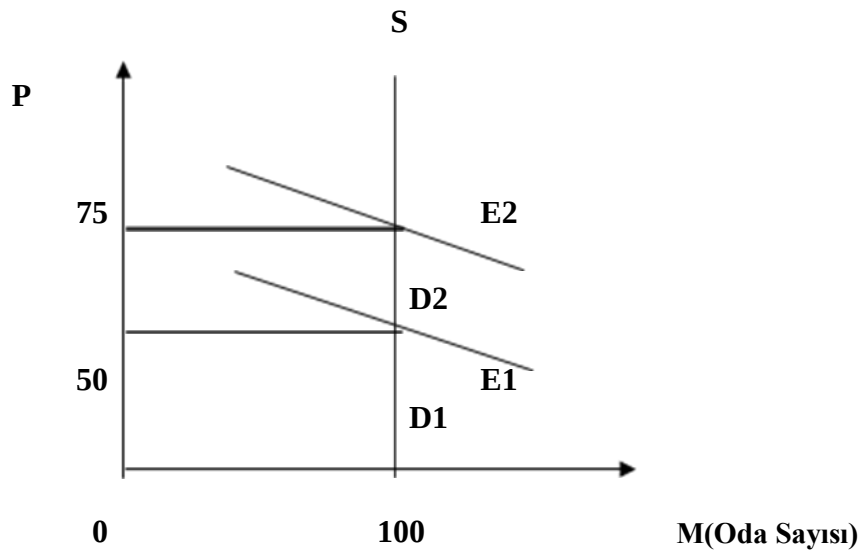
Üstyapı açısından ise; turistin konaklamasına imkân sağlayacak yeterli düzeyde konfora sahip konaklama tesisleri ile destekleyici tesisler örnek verilebilir. Ayrıca üstyapının temelini oluşturan konaklama tesislerinin yanında alışveriş merkezleri, mağazalar, otobüs terminalleri, eğlence yerleri gibi özel kuruluşlar da bölgedeki turistik çekiciliği bütünleyen faktörlerdir. Alt ve üstyapı imkânları kendi başlarına bir turistik çekim kaynağı olmamalarına rağmen, yoklukları durumunda bölgenin çekicilik özelliğinin de yok olması kaçınılmazdır.

3. 1. 4. Turizmde Arz Esneklikleri

Çalışmanın bu kısmı içinde belirtilmesi gereken diğer bir konuda turizm arzındaki unsurların özelliklerine bağlı olarak turizm arzının esnekliğidir. Turizmde arz esneklikleri piyasa dönemi, kısa ve uzun dönem olmak üzere üç ayrı zaman dilimi içerisinde incelenebilir.

3. 1. 4. 1. Piyasa Döneminde Turizm Arz Esnekliği

Piyasa dönemine aynı zamanda pazar dönemi veya çok kısa dönemde denilmektedir. Bu dönem üretim faktörlerinden herhangi birinin miktarında değişikliğin yapılamadığı zaman dilimi olarak tanımlanabilmektedir. İç turizm piyasasının çok canlandığı bir dönemde (bayram tatillerinin hafta sonu tatilleriyle birleşmesi gibi), arzın kısa sürede bu duruma uyum sağlaması olanaksız olabilmektedir. Bu olanaksızlığın nedeni de sürenin kısıllığına bağlı olarak üretim faktörlerinin miktarında değişiklik yapılamamasından kaynaklanmaktadır. Çünkü piyasa döneminde bir ürünü arz edenlerin yani satıcıların talebi karşılayacak şekilde üretimi artırma olanağı söz konusu değildir. Tüm bu sebeplerden dolayı, piyasa döneminde turizm arzı inelastik(katı) bir konumdadır. Bu dönemde turizm talebinde meydana gelebilecek en ufak bir artış dahi, arz sabit olduğu için fiyatların yükselmesine neden olacaktır.

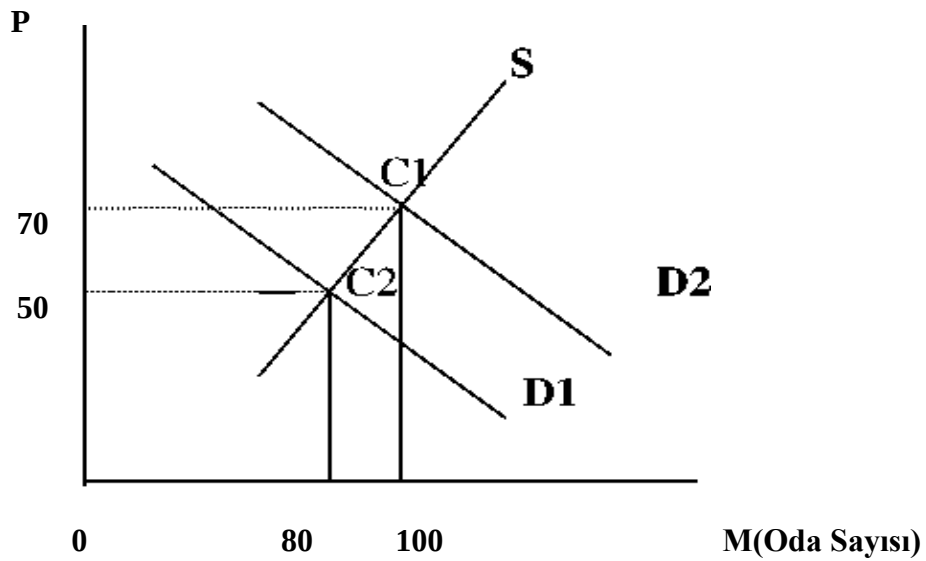


Şekil 3: Piyasa Döneminde Turizm Arz Esnekliği

Şekil 3 üzerinde piyasa dönemindeki turizm arz esnekliği gösterilmektedir. Bu durumda, arzın fiyatla bir ilişkisi yoktur. Çok kısa dönemde talebin artması, arz sabit olduğundan dolayı fiyatın yükselmesine neden olacaktır. Şekil 3'e baktığımızda, S ile gösterilen turizm arz eğrisine ilişkin olarak turizm arzının sıfır yani inelastik olduğu görülmektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere, bayram ya da yılbaşı tatili gibi bir nedenle talebin D1 düzeyinden D2 düzeyine çıktığı varsayılırsa denge noktası da E1 düzeyinden E2 düzeyine kaymaktadır. Böylece arzın sabit olmasından dolayı (oda sayısı sabit ve $M = 100$) fiyatın da 50 birimden 75 birime çıktığı görülmektedir.

3. 1. 4. 2. Kısa Dönemde Turizm Arz Esnekliği

Üretim faktörlerinden en az birinin miktarını değiştirebilme olanağının bulunduğu döneme kısa dönem denmektedir. Bu dönemde, turizm sektöründe faaliyet gösteren firma ve işletmeler, üretmiş oldukları ürün miktarını kapasiteleri ölçüsünde sınırlı olarak arttırma şansına sahiptir. Buna göre, piyasa dönemine oranla kısa dönemde turizm arz esnekliğinin biraz daha esnek olduğu görülmektedir. Talepte ortaya çıkacak artışın bir kısmı, miktarı değişen üretim faktörünün katkısına bağlı olarak karşılanabilir. Fiyat artış oranının, bu dönemde piyasa dönemine göre daha düşük düzeyde olması beklenmektedir.

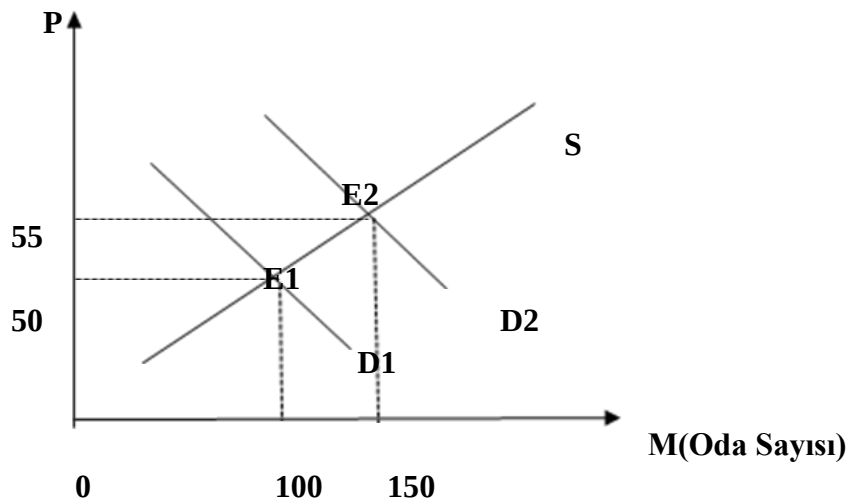


Şekil 4: Kısa Dönemde Turizm Arz Esnekliği

Şekil 4'te kısa dönemde turizm arz esnekliği gösterilmektedir. S ile ifade edilen turizm arzı eğrisi piyasa dönemine oranla daha esnek olarak görülmektedir. Talebin D1 düzeyinden D2 düzeyine yükselmesi durumunda denge noktası C1 düzeyinden C2 düzeyine kaymıştır. Bu talep artışı karşısındaki yeni fiyat düzeyinin oluşmasında talep kadar arzda önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim arzın belli bir ölçüde de olsa esnekliğinden dolayı da arz edilen miktarın 80 odadan 100 odaya, fiyatın da 50 birimden 70 birime yükseldiği görülmektedir.

3. 1. 4. 3. Uzun Dönemde Turizm Arz Esnekliği

Üretim faktörlerinin miktarında her türlü değişimin yapılmasına olanak tanıyan süreye uzun dönem denilmektedir. Bir turistik bölgeye yönelik talebin, devamlılık göstermesi durumunda bölgede turistik gereksinimi karşılayacak her türlü adım uzun dönemde atılabilmektedir. Bu dönemde sektörde faaliyet gösteren firma ve işletmeler alt ve üst yapıya yönelik değiştirebileceği ne varsa hepsinin miktarında bir değişikliğe gitme şansına sahiptir. Örneğin bir turizm işletmesi, yeni bir otel inşa ederek ya da mevcut oda ve yatak kapasitesini istediği ölçüde arttırarak turizm arzını değiştirebilir. Bu sebeple uzun dönem turizm arzı talepte meydana gelebilecek her türlü değişikliğe çok rahatlıkla yanıt verebilecek durumdadır. Uzun dönemde, turizm arz esnekliği birden büyüktür.



Şekil 5: Uzun Dönemde Turizm Arz Esnekliği

Şekil 5 uzun dönem arz eğrisinin eğiminin piyasa dönemine ve kısa döneme oranla daha fazla olduğunu göstermektedir. Talep artışı sonucunda denge noktasının E1 düzeyinden E2 düzeyine kaydığı görülmektedir. Herhangi bir nedenle bu talep artışı sonucunda miktarın 100 birimden 150 birime, oda fiyatının da 50 dolar düzeyinden 55 dolar düzeyine yükseldiği görülmektedir. Arzdaki artışın ise talebe göre çok daha fazla olduğu Şekil 5 üzerinde yer alan bilgilerden anlaşılmaktadır.

3. 2. Turizm Talebi

Ekonomik anlamda talep kavramını, çeşitli fiyatlarda alıcıların o maldan satın almaya razı oldukları miktar olarak tanımlayabiliriz. Bir başka tanımla ise talep, satın alma gücü ile desteklenmiş satın alma arzusudur. Bu talep tanımlarından hareketle, turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyat düzeyinde yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların çeşitli nedenlerle satın almak istediği turistik mal ve hizmetler bütünü olarak tanımlanabilir (Tarhan, 1996:76).

Daha detaylı bir tanımlama yapılmak istenirse, turizm talebi; belirli piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri rasyonel veya irrasyonel nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu istemi gerçekleştirmeye imkân verecek kadar satın alma gücüne, boş zamana sahip olan ve satın almayı gerçekleştiren insanların miktarı olarak tanımlanabilir (Olalı, 1998:195).

Ramos ve Rodrigues'e göre turizm talebi, insanların seyahatlerini gerçekleştirirken elde ettikleri mal ve hizmet kümelerinin miktar cinsinden ifadesidir (2010:6). Yukarıdaki tanımlarda bahsedilen talep fiili taleptir, çünkü fiili talep satın almayı istiyor olmanın ötesinde satın alma ile dönen talep olarak tanımlanır (Tribe, 1995:34).

Turizm talebi 3 ana bileşenden oluşmaktadır (Mathieson, 1989:16).

1- Gerçek ya da Efektif Talep: Turisti varış noktasına seyahat eden ve oradaki olanakları kullanan kişilerin oluşturduğu taleptir.

2- Potansiyel Talep: Seyahat etmeye motive edilen fakat kendi finansal durumları nedeniyle bunu gerçekleştiremeyen kişilerin oluşturduğu taleptir.

3- Ertelenmiş Talep: Motive edilince seyahat edebilecek ancak fırsat ve olanaklarla ilgili bilgisi olmayan kişilerin oluşturduğu taleptir.

Belirli bir zaman diliminde geçerli fiyat düzeylerinde mal veya hizmet satın almak isteyenlerin toplamı efektif taleptir ve iktisatçılar çoğunlukla bu taleple ilgilenirler. Bu tür talep genel ekonomi açısından da önem taşımaktadır. Turizme yönelik toplam talep ise bu endüstri alanına yönelik talebi gösterir. Belirli bir zaman diliminde turistik merkezleri ziyaret edenler, bu kişilerin geldikleri yerler, konaklama ve geceleme gibi büyüklüklere ait veriler toplam turizm talebine ait temel göstergelerdir.

Daha önce turizmin sınıflandırılması bölümünde, turizm hareketlerine katılan kişilerin geldiği yere göre turizmin, “İç Turizm” ve “Dış Turizm” olmak üzere iki şekilde ele alındığı belirtilmişti. Buna göre bir ülkenin turizm talebi; ülke içi ve ülke dışı talepten oluşmaktadır. Ülke dışı turizm talebi de kendi arasında Dış aktif ve Dış pasif turizm talebi olarak ikiye ayrılmaktadır. Ülke dışından gelen yabancı ülke vatandaşlarının turistik ihtiyaçlarını o ülke içinde karşılama istemlerine dış aktif turizm talebi, tersine ülke vatandaşlarının turistik ihtiyaçlarını başka ülkelere giderek karşılama isteklerine de dış pasif turizm talebi denilmektedir. Buna göre, turizm talebiyle ilgili analizler yapılırken hem iç hem de dış turizm talebi bakımından değerlendirmeler yapılabilir.

Turizm talebinin önemini arttıran sebeplerden biri turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin tüketiminin ancak üretimin yapıldığı yerde gerçekleşmesi zorunluluğudur. Turizm sektörüyle ilgili bütün kararlar temel olarak turizm talebine dayanır. Turizm sektöründe faaliyet gösteren tüm hizmet birimleri veya arz ediciler (Havayolu şirketleri, tur operatörleri, oteller, eğlence faaliyeti düzenleyenler v.d.) turistlerin ürünlerine gösterdikleri taleple ilgilenirler. Çoğu işin başarısı büyük oranda ya da tamamıyla turizm talebinin durumuna bağlıdır.

Turizm talebinin doğru öngörülmesi, turizmle ilgili işlerin etkili planlanması için şarttır. Diğer bir ifadeyle, turizm endüstrisindeki değişkenler için orta ve uzun dönemli öngörüler, gelecek talebi karşılamak adına iyi karar verilmesi için gereklidir (Preez ve Witt, 2003:435).

3. 2. 1. Turizm Talebinin Özellikleri

Ekonomideki diğer mal ve hizmetlerin talebine göre turizm sektörüne yönelik talep, bazı farklılıklar ve özellikler göstermektedir. Buna göre turizm talebinin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Turizm talebi heteronom yani çok yönlü bir özelliğe sahiptir. Çünkü farklı amaçlarla seyahate katılan insanların, ihtiyaçlarını karşılama yönündeki tüketimleri de farklıdır. Temel olarak bu durumun sebebi, insanları kişisel yapılarına ve karakterlerine bağlı olarak seyahate iten ve bir ülke veya bölgenin turistik çekiciliklerinin etkisiyle seyahate teşvik eden çeşitli nedenlerin varlığıdır. Böylece çeşitli amaçlarla seyahat eden kişiler arasında da bir farklılık ortaya çıkmaktadır.

- Turizm talebi, bağımsız bir taleptir ve insanları seyahate yöneltten ekonomik, toplumsal ya da psikolojik olmak üzere çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenler aynı zamanda, insanların ortam değiştirme isteği ve kişisel etkiler altında kalmasının bir sonucudur.

- Turizm talebi, kişisel harcanabilir gelirin bir fonksiyonudur. Diğer bir deyişle, turizm talebi ile kişisel harcanabilir gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Nitekim turizm talebinin çoğunlukla refah seviyesi yüksek gelişmiş ülkelere kaynaklanmasının nedeni budur.

- Turizm talebinde, ikame olanaklarının geniş olması, tüketim tercihlerine ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin etki etmesi, talebe elastik (esnek) bir görünüm kazandırmaktadır. Bir ulusal ekonomide görülen olumlu ya da olumsuz bir değişim, o ülkeden başka ülkelere turizm amaçlı seyahat etmek isteyen kişilerin talebinde olumlu ya da olumsuz yönde bir değişim meydana getirebilir.

- Turizm talebi, mevsimlik bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle turizm talebini yılın değişik mevsimlerine dağıtmak oldukça zor olmaktadır. Daha öncede vurgulandığı üzere, talep artışları karşısında turizm arzının hemen artırılması mümkün olmamaktadır. Çalışanların yıllık izin konusunda yaz dönemlerini tercih etmeleri, okulların bu dönemde kapalı olması vb. nedenler turizm talebinin bu özelliğine örnek olarak verilebilir (Bahar ve Kozak, 2013:109).

- Turizm talebi; lüks ve kültürel özellikteki mal ve hizmetler (televizyon, video, özel araba v.b.) için oluşan taleple sürekli bir rekabet halindedir. Her an turizm talebi ile bu tür mal ve hizmetlere olan talep birbirinin yerine geçebilir. Çünkü her iki talep arasında ikame imkânları yüksek olmaktadır.

- Turizm talebi değişken bir yapıya sahiptir. Bunun sebebi; turistik mal ve hizmet fiyatlarında oluşan değişimlerin turizm talebinde daha fazla değişimlere neden olabilmesidir.

- Turizm talebinin yönü ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre değişebilir. Gelişmiş ülkelerdeki turizm talebiyle gelişmekte olan ülkelerdeki turizm talebinin özellikleri birbirinden farklıdır. Gelişmiş endüstri ülkelerinin turizm talebi bu ülkeler için pasif dış turizm talebi yönündedir. Büyük şehirlerde oturan bu ülkelerin vatandaşlarının hayat tarzları, sahip oldukları refah düzeyleri ve daha uzun süreli ücretli izin haklarını elde etmeleri gibi nedenlerden dolayı uluslararası seyahat eğilimleri daha yüksek olmaktadır. Bu ülkelerin vatandaşları dinlenme, eğlenme ve kültürel amaçlarla gelişmekte olan ülkeler yönünde turizm talebinde bulunurlar. Uluslararası turizm hareketlerinin görünümüne bakıldığında talebin gelişmiş ülkelerin yer aldığı coğrafyada yoğunlaştığı görülmektedir.

3. 2. 2. Turizm Talebinin Belirleyicileri

Vanhove çalışmasında; turizm talebinin belirleyicilerinin, bazı ülke popülasyonlarının turizme katılma eğilimleri yüksekken neden bazılarının düşük olduğunu açıkladığını belirtmiştir (2005:56). Yukarıda da değinildiği gibi, turizmle ilgili bütün iş kararlar temel olarak turizm talebine dayanır. Bu nedenle turizm talebini belirleyen faktörlerin iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Turizm talebini belirleyen faktörler temelde ekonomideki diğer tüm mal ve hizmetlerin talebinde olduğu gibi, bir mal ile rakip/tamamlayıcı mal ve hizmetlerin fiyatına, bireylerin gelir düzeyine, tüketicilerin zevk ve tercihleriyle teknolojiye bağlıdır.

Ancak yukarıda belirtilen faktörlerin dışında sayılabilecek diğer bazı değişkenlerde talep üzerinde doğrudan etkilidir. Ekonomik belirleyicilerin dışında sosyal, politik, psikolojik, yasal ve diğer faktörlerden oluşan bu değişkenlerde talebi farklı ölçülerde etkilemekte ve sonuçta turizm talebinin değişmesine neden olmaktadır.

Tablo 1: Ulusal Turizm Talebini Belirleyen Faktörler

Belirleyiciler	Ana Unsurlar
Sosyo-Ekonomik	• Gelir • Fiyatlar • Nüfus • Kentleşme vd.
Teknik	• Teknolojik İlerleme • Yeni Bilişim Teknikleri
Rastlantısal	• Faktör Değişkenleri, (tahmin edilemeyen ya da ara sıra)
Psiko-Sosyolojik	• Sosyal ve Kültürel Görünüm vd.

Kaynak: Ramos ve Rodrigues, 2005:6.

Ramos ve Rodrigues “Online Turizm Talebinin Önemi” isimli çalışmalarında turizm talebini belirleyen faktörleri, ulusal turizm talebini belirleyen faktörler ve uluslararası turizm talebini belirleyen faktörler olarak ikiye ayırmıştır.

Tablo 1’de ulusal turizm talebini belirleyen faktörler Tablo 2’de ise uluslararası turizm talebini belirleyen faktörler bulunmaktadır. Her iki tablo da incelendiğinde uluslararası turizm talebini belirleyen faktörlerin ulusal turizmi belirleyen faktörlere göre daha fazla olduğu görülmektedir. Buna göre ulusal turizm talebi ile uluslararası turizm talebini belirleyen faktörler birbirine benzerlik

göstermekle beraber bazı farklılıklar mevcuttur. Örneğin, ulusal turizm talebini belirleyen faktörler içerisinde rastlantısal faktörler bulunurken uluslararası turizm talebini etkileyen faktörler içerisinde bulunmamaktadır.

Tablo 2: Uluslararası Turizm Talebini Belirleyen Faktörler

Belirleyiciler	Ana Unsurlar
Ekonomik	• Gelir; • Kişi Başına Düşen Milli Gelir; • Özel Tüketim; • Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE); • Turizm Fiyatları; • Taşıma Maliyetleri; • Gidilecek Ülkedeki Yaşam Maliyetleri; • Pazarlama; • Mesafe;
Psiko-Sosyolojik	• Demografik Faktörler; • Geçmiş Deneyimler; ...
Dış Kaynaklı	• Teknolojik İlerleme; • Kentleşme Derecesi; • Özel Faktörler: Büyük Olaylar vd.

Kaynak: Ramos ve Rodrigues, 2005:7

3. 2. 2. 1. Ekonomik Faktörler

Ekonomik faktörler turizm talebini belirleyen en önemli faktörler arasındadır. Turizm ürününü talep edecek kişilerin yeterli ekonomik güce veya satın alma gücüne sahip olmaları gerekmektedir. Aksi hâlde, ne turizme potansiyel kazandıran isteğin oluşması ne de diğer faktörlerin bir önemi kalmayacaktır. Turizm talebini belirleyen ekonomik faktörler arasında gelir ve kişi başına düşen milli gelir, gidilmek istenen ülkedeki fiyatlar, ikame fiyatlar, nispi döviz kurları, ödemeler dengesi, dış tanıtım, konaklama potansiyeli, arz kapasitesi ve ulaştırma bulunmaktadır.

- **Milli Gelir:** Buradaki gelirden kasıt turizm talebinde bulunacak ülkenin milli geliridir. Çünkü bir ülkenin geliri artarsa diğer ülkelere seyahat etme imkânları artacaktır. Bir kişinin seyahat etmesi için belli bir gelir düzeyinin olması gereklidir. Hal böyle iken, toplumsal refahın bir göstergesi olan milli gelirle turizm talebi arasında bir bağ kurmak doğru olacaktır. Zaman içinde ulusal gelirdeki değişmeye bağlı olarak turizm amaçlı tüketim hacmi de değişecektir. Diğer bir deyişle, ulusal gelir artarsa turizm talebi artacak, azalırsa turizm talebi de azalacaktır.

- **Kişi Başına Düşen Milli Gelir:** Turizm talebini belirleyici faktörlerden bir diğeri, kişinin harcanabilir gelir düzeyidir. Gelir ile turizm talebi arasında ilişki kurulmak istendiğinde milli gelir büyüklüğünün dışında kişi başına düşen milli gelire bakılması daha uygun olur. Çünkü her ne kadar o ülkede milli gelir fazla olsa da söz konusu ülkede gelir dağılımı eşitsizliği söz konusu ise, başka bir deyişle insanlar ulusal gelirden eşit şekilde pay alamadıklarında, kişi başına düşen gelir düşük olacağı için turizm talebi de düşebilecektir.

Bir turistin nerede ve ne kadar konaklayacağını, hangi mal ve hizmetlerden ne ölçüde satın alacağını belirleyen temel faktörlerden biri de, geliri yanında, bu gelirin ne kadarını turistik tüketime ayıracağıdır. Bazı turistler için konaklama yeri yalnızca beslenme ve barınma gibi ihtiyaçları giderici bir unsur olarak görülmesine karşın, bazıları içinde her türlü sosyal faaliyeti içinde barındıran ve diğer ihtiyaçlarını giderebileceği bir unsur olarak görülmektedir. İnsanları konaklama yeri konusunda böyle karşıt görüşe iten temel faktör gelir düzeyidir. Genellikle gelir düzeyi yüksek gruplar, lüks nitelik taşıyan turistik mal ve hizmetleri talep ederler ve bu grupların seyahat eğilimleri fazladır. Düşük gelir gruplarının ise, hem seyahat eğilimleri az hem de talep ettikleri turistik mal ve hizmetlerin standartları düşüktür (Hayta, 2008: 42).

- **Gidilmek İstenen Ülkedeki Fiyatlar:** Talep yasasına göre, bir mal ya da hizmetin talebini ilk olarak etkileyecek olan unsur o mal veya hizmetin fiyatıdır. Turizm talebinde de gidilmek istenen ülkede ki turistik ürünün fiyatı, potansiyel turistlerin kararında önemli bir belirleyendir.

Buna göre; talep kanuna paralel olarak, gidilmek istenen ülkedeki turistik mal ve hizmetlerin fiyatının artması turizm talebini düşürürken, tersine mal ve hizmetlerin fiyatının azalması turizm talebini arttıracaktır.

- **İkame Fiyatlar:** Hedef ve orijin ülke arasındaki nispi fiyatlara ek olarak alternatif (ikame) varış yerlerindeki fiyatlar da turizm talebinin önemli bir belirleyenidir ve pozitif bir etkiye sahip olması beklenir. Söz gelişi İspanya'daki tatil fiyatlarındaki artışın Portekiz'de ki tatil talebini arttırması olasıdır. Çoğunlukla uluslararası turizm talebi çalışmalarında hesaba katılan ikame olanakları, turistlerin destinasyon yaşam maliyetleriyle kısıtlanır (Dwyer, Forsyth, 2006:91)

- **Nispi Döviz Kurları:** İki ülkenin farklı para kullanımı sonucu oluşan döviz kuru oranı, seyahat ve turizm talebi üzerinde etkili olan bir başka faktördür. Turist kabul eden ülkedeki fiyat aynı kalırsa ve turist gönderen ülkenin para birimi nispi olarak değer kazanırsa turist gönderen ülke vatandaşları tarafından ev sahibi ülkenin ürün ve hizmeti daha fazla talep edilecek, sonuçta turizm talebi artabilecektir. Örneğin, 1993 yılında ABD döviz kuru oranının düşük olması, çoğu ülkeden ABD'ye seyahati avantajlı hâle dönüştürürken, tam tersine aynı dönemde, birçok Avrupa ülkesinde döviz kuru oranı yüksekliği, ABD'den Avrupa'ya olan seyahatleri çok pahalı hâle getirmiştir. Bir ülkenin döviz kuru oranı düştüğünde, o ülkeye gelen yabancı turist sayısı artma eğilimi göstermektedir. Bununla birlikte, bazı ülkelerdeki yüksek enflasyon, döviz kurlarının oluşturduğu bu fiyat avantajını ortadan kaldırılabilmektedir (Bahar ve Kozak, 2013:112).

- **Ödemeler Dengesi:** Ülkenin ödemeler bilançosunun durumu turizm talebinin belirlenmesinde etkilidir. Çünkü bir ülkede kişi başına düşen gelir çok yüksek olsa bile ödemeler bilançosu elverişsiz ise, potansiyel turizm talebinin efektif turizm talebine dönüşmesi çok zordur. Ödemeler dengesinde açık veren ülkelerin bu durumu düzeltmek amacıyla önce ve kolaylıkla başvuracağı yollardan biri dış pasif turizmle ilgili sınırlamalar getirmektir. Yani o ülke yurt dışına çıkışlarda turist yanında götüreceği döviz miktarını sınırlandırabilir, yurtdışı çıkışlara yeni vergiler koyabilir. Böylece turizm talebi belli ölçüde sınırlandırılabilir (Ünlüönen vd, 2011:56)

- **Dış Tanıtım:** Turizm talebi konusunda yapılan birçok araştırmada dış tanıtım önemli bir değişken olarak saptanmıştır. Reklam ve propaganda gibi araçlardan yararlanılarak gerçekleştirilen dış tanıtımın talep üzerindeki en önemli etkisi, bir turistik bölge ya da ülke konusunda tüketiciyi haberdar etmesi ya da bilgi vermesidir. Bu faktörün mevcut turizm talebini arttırmaya yönelik etkisi olabileceği gibi, potansiyel talebi de harekete geçirme gücü vardır. Dış tanıtım, turizmin gelişmesi ve ülkeye yönelik talebin artması açısından hayati derecede önemlidir. Dış tanıtım sayesinde insanların dikkatini turistik mal ve hizmetlerin üzerine çekme, onlara bu mal ve hizmetlerin fiyatları, özellikleri, kaliteleri gibi konularda bilgi verme, telkinde bulunma ve bunun sonucunda da hedef kitle veya kitlelerin nezdinde olumlu bir imaj oluşturma şansına sahip olunabilmektedir (Demir, 2010:14).

- **Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi:** Turizm talebinin belirlenmesinde rol oynayan bir diğer faktör ise turizm bölgesindeki alt ve üstyapının durumu, turistlere sağlanan hizmetler ve bu hizmetlerin kalitesidir. Konaklama potansiyeli ve arz kapasitesi denince turizm talebinin yöneleceği ülkedeki konaklamaya olanak sağlayan tesislerin kalitesi, miktarının yeterli sayıda olması, turistlerin aradığı özellikleri taşıması, fiyatın ekonomik açıdan uygunluğu akla gelmektedir. Tüm bu özellikler söz konusu tesisin doluluk oranını ve kârlılık düzeyini arttırarak, turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir.

- **Ulaştırma:** Turizmde talebin arttırılması, turizm bölgesindeki ulaşım sektörünün dinamik bir yapıya sahip olmasına bağlıdır. Çünkü ulaşım ve turizm bir bütünün ayrılmaz parçalarıdır. Ulaştırma açısından iyi konumda olan ülkelerde, ulaşım masrafları azalacağı için turizm talebi olumlu etkilenecek ve böylece turizm geliriyle birlikte turist sayısında artış sağlanacaktır.

4. 2. 2. 2. Sosyal Faktörler

Turizm talebini belirleyen ekonomik faktörlerin yanında, sosyal faktörlerde bulunmaktadır. Çünkü turizm sosyal bir olaydır. Turizm talebini belirleyen sosyal faktörler ailevi durum, moda, zevk ve alışkanlıklar, nüfus yapısı ve yaş, meslek, kentleşme, kültür ve eğitim düzeyi, toplumsal değer yargıları ve din olarak gösterilebilir.

- **Ailevi Durum:** Kişinin ailevi durumu turizm faaliyetine katılmada önemlidir. Örneğin evli ya da bekâr ve az ya da çok çocuk sahibi olmak kişinin turizm talebinde bulunmasını önemli ölçüde etkilemektedir. Bekârlar evlilere göre, az çocuklu ya da hiç çocuğu olmayanlar da çok çocuk sahibi ailelere oranla turizm hareketine daha fazla katılmaktadır.

Ayrıca, ailede her bireyin farklı statüsü ve rolü vardır. Her bir rol satın almayı bir şekilde etkiler. Bu duruma bir işadınının uçakta birinci sınıfta ve bir çalışanın ise ekonomik sınıfta seyahat etmesi örnek verilebilir (Hayta, 2008:44).

- **Nüfus Yapısı ve Yaş:** Gelişmekte olan ülkelerdeki hızlı nüfus artışına karşılık, uluslararası turizm talebi aynı oranda artmamaktadır. Ayrıca uluslararası turizm piyasasına turist gönderen endüstrileşmiş ülkelerde nüfus artış hızı düşük oranlardadır. Nüfus artış hızının yüksek olduğu gelişmekte olan ülke vatandaşlarının uluslararası turizme katılma oranının artması, özellikle çalışan kesimin sayısının artışına, kişi başına düşen gelirin yüksekliğine ve kişilerin serbest gelirlerinden bir bölümünü turizme ayırabilmesine bağlıdır. Dolayısıyla sözü edilen imkânlarla daha çok sahip olan gelişmiş ülkelerin vatandaşları uluslararası turizm talebini oluşturmada daha önemli olmaktadır. Diğer bir deyişle, turizm talebinin oluşmasında veya artışında bu ülkelerdeki nüfus artışı ya da yapısı etkilidir (Bozok, 1996:15).

- **Cinsiyet:** Turizm faaliyetini gerçekleştiren kişinin cinsiyeti seyahate katılmanın türü ve süresi üzerinde etkilidir. Örneğin, erkeklerin kadınlara göre konaklama süresi daha azdır ve erkekler daha fazla transit seyahatleri tercih edebilirler. Söz gelişi, kültürel aktivitelerde kadınlar daha çok aktif iken, sportif aktivitelerde ise erkekler kadınlara oranla daha aktif algılanmaktadırlar. Aynı şekilde, erkeklerde ferdi seyahat eğilimi daha fazla iken, kadınlar grup seyahatlerine daha çok yönelmektedirler.

- **Moda, Zevk ve Alışkanlıklar:** İnsan yaşamını yönlendiren en önemli etkenlerden olan moda, zevk ve alışkanlıklar; diğer ürün ve hizmetlerde olduğu gibi, turizm ürün ve hizmetlerine olan talebi de etkilemektedir. Yılın belirli bir zamanında tatil yapmak, seyahatlerde medyatik kişilerin gittikleri yerleri seçmek, dünyaca

tanınmış yerlerde tatil yapmak, bu faktör kapsamında değerlendirilmesi gereken unsurlardır.

Turizm talebi, ekonominin diğer sektörlerinde yapılan alışverişlerde olduğu gibi, büyük ölçüde zevk, imaj ve belli alışkanlıklara bağlı olabilmektedir. Ekonomide moda, zevk ve alışkanlıklarla ilgili olarak Amerikalı ünlü iktisatçı Veblen'in ortaya attığı "açık tüketim"² denilen bir kavramın varlığı bilinmektedir. Bu malların fiyatı arttıkça talep edilen miktarlar da artmaktadır. Çok pahalı bir "Rolls Royce" otomobilin, pahalı bir elmas bir yüzüğün satın alınması, gösteriş eğilimli tüketimin birer örnekleridir.

- **Kentleşme:** Dünyada sanayileşmeyle birlikte kırsal kesimlerden sanayi merkezlerine doğru bir göç başlamıştır. Kentleşme sonucunda şehirleşen bölgelerin gittikçe kalabalıklaştığı ve yerleşim alanlarının birer beton yığını haline geldiği görülmektedir. Kentleşme ile birlikte kişiler belirli sürelerle olsa kırsal bölgelere kaçma isteği duymaya başlamıştır. Artan trafik, gürültü, hava kirliliği gibi çevresel sorunlar, yoğun iş hayatının kişilere yaptığı baskı ve stres bu durumun nedenleri arasındadır. Oldukça yoğun çalışan ve yorulan kişiler, gürültüden uzak ve temiz bir çevrede huzur bulmak, doğa ile baş başa kalarak sağlıklı bir ruhsal yapıya kavuşmak ister. Bu istekle ortam değiştirme arzusu turizm hareketini meydana getirir. Kentleşmenin turizm talebini artıran bir faktör olduğunu açıklayan diğer bir durum ise; şehir nüfuslarının büyümesiyle şehirlerde nüfusa oranla seyahat edenlerin sayısının artışı arasındaki ilişkidir.

- **Eğitim Düzeyi ve Meslek:** İnsanların ilgileri, ufukları eğitimle genişledikçe seyahat talebi artmaktadır. Eğitim düzeyi yükseldikçe bireyler daha aktif bir şekilde turizm hareketlerine katılmaktadırlar. Çünkü daha fazla gelir ve toplumsal statü sağlayan mesleklerde çalışma olasılığı artan bireylerin beklentileri de artmaktadır. Ancak, her ne kadar eğitim durumu ile seyahat etme alışkanlığı arasında doğrusal bir ilişki kurulsada, kitle turizminin artmasıyla birlikte uluslararası seyahatlere katılan kesimin eğitim düzeyinde de değişimler gözlenmeye başlanmıştır.

² Açık Tüketim: Ürün ve hizmetlerin, kazanılacak statü nedeniyle satın alınmasıdır. İktisat teorisinde bu durum "gösterişe yönelik talep" (conspicuous consumption) şeklinde isimlendirilmektedir.

Meslek dallarında turizm hareketine katılma eğilimi üzerinde kendi başına bir etkisi vardır. Bazen aynı gelir ve eğitim düzeyinde olmakla beraber, değişik mesleklerde çalışanların yolculuk oranlarında ve tatil biçimlerinde farklılık görülebilmektedir. Örneğin serbest meslek sahibi kişilerle tarımla uğraşan kişiler arasında seyahat yoğunluğu en düşük düzeydir. Serbest çalışanlar işlerinin özelliği nedeniyle tatil yapmaya zaman bulamazlar. Tarımla uğraşanlar ise turizm için yüksek sezon sayılan aylarda hasatla meşguldürler.

- **Toplumsal Değer Yargıları ve Din:** Toplumların sahip olduğu çeşitli değer yargıları, turizm olayına katılmada önemli etkilerde bulunmakta ve turizm talebinde değişikliklere neden olmaktadır. Bu tür değer yargılarından kaynaklanan turizm talebine örnek olarak dinî inançların neden olduğu turizm hareketleri gösterilebilir. Dinî motiflerden kaynaklanan seyahatler, turizm hareketleri içinde önemli bir yer oluşturmaktadır. Bünyesinde kutsal yerleri barındıran ülkeler ya da bölgeler, bu tür seyahatlere katılmak isteyen çok sayıda insanın talebini karşılayarak, turizm talebi üzerinde olumlu yönde bir etki meydana getirecektir. Bir bölgeye; hac, dinî toplantılar, dinsel merkezlerin ziyaret edilmesi, tarihsel ve dinsel önem taşıyan yörelerin ziyaret edilmesi ve dinsel drama ya da müzikallere katılma şeklinde olan seyahatler; o bölgenin turizm talebinin artmasını sağlayacaktır. Toplumsal değer yargıları ve din, talebi olumlu etkileyen bir başka sosyal faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013:116).

3. 2. 2. 3. Politik Faktörler

Turistin kendi ülkesinin politik durumu, gidilecek ülkenin politik durumu ve genel politik durum bu faktörler arasında sayılabilir. Turistin kendi ülkesinin politik durumuna, o kişilere seyahat özgürlüğünün tanınmasını örnek verebiliriz. Çünkü turizm hareketinin gerçekleşmesi seyahat özgürlüğünün tanınmasına bağlıdır. Yine gidilecek ülkenin politik durumu insanların davranışlarının kontrol altında olup olmayacağını düşündükleri bir yere gitmek istemesi ile ilişkilidir. Örneğin insanlar İran'ı çok merak etmelerine rağmen gittiklerinde davranışlarının kontrol altında olabileceğini düşünmeleri sebebiyle gitmeyebilirler.

Genel politik durumda, dünya genelinde politik konjonktürü ifade etmektedir. Gerek ülkeler arasındaki gerekse gidilecek bölgedeki politik durum turizm talebinin belirleyicileri arasındadır. Örneğin günümüzde Arap Baharıyla birlikte ortaya çıkan Ortadoğu ülkelerindeki karmaşık ve olumsuz politik durumlar bu ülkelere olan turizm talebini olumsuz etkilemektedir. Benzer şekilde 11 Eylül 2001 tarihinde ABD’de Dünya Ticaret Merkezi ve Savunma Bakanlığı Binası Pentagon’a yönelik gerçekleştirilen saldırılar sonucunda, insanlarda ortaya çıkan uçağa binme korkusu nedeniyle havayolu ulaşımına olan talep hızla azalmış, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin (WTTC) tahminlerine göre uluslararası turizm talebinde % 7,4 düşüş gerçekleşmiştir (Yılmaz, 2005:48)

3. 2. 2. 4. Psikolojik Faktörler

Buraya kadar incelenen ve turizm talebini belirleyen ekonomik, sosyal, politik değişkenler dışsal faktörler olarak adlandırılır. Bunun yanında kişilerin seyahate çıkma kararlarını, özellikle de gidecekleri yerlerin seçimini ve yapacakları tatilin türünü, seyahat amacını etkileyen psikolojik yani içsel faktörler de mevcuttur.

İnsanlar turizm faaliyetleri aracılığıyla rahatlar, içinde yaşadığı çevreden bir nebze de olsun uzaklaşarak, bazı gereksinimlerini tatmin ederek yüksek oranda zevk alırlar. Tüm bunlara sebep psikolojik faktörlerdir. İnsanlar, kendilerini psikolojik yönden rahat hissettikleri sürece seyahat etmek isteyeceklerdir. Bu yüzden ziyaret edilen ülkedeki satıcıların, esnafın ya da ülke genelindeki insanların turistlere yönelik davranışları çok önemlidir. Çünkü tüm bu sayılanlar turistlerin psikolojik yapısını etkileyerek o ülke ve insanları hakkında olumlu ya da olumsuz bir izlenim uyandırmasına yol açar. Bu durumda turizm talebini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

3. 2. 3. Turizm Talebinin Kısıtlayıcıları

Turizm talebini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilen ve çoğunluğu bireysel özellikler taşıyan belirleyiciler açıklandıktan sonra, turizm talebini kısıtlayan etkenler açıklanabilir. Turizm talebini kısıtlayan faktörler arasında, ülkelerin turistlere uygulamakta oldukları kontroller, turizm sektörüne ve turistlere yönelik vergilerle uluslararası siyasi sorunlar bulunmaktadır.

Tablo 3: Turizm Talebini Kısıtlayan Devlet Kontrolleri

Kural Koyucular	Kısıtlamalar
Turist gönderen ülke tarafından koyulan kurallar	• Ülke halkı üzerinde döviz kısıtlamaları, • Seyahat belgeleri konusunda bürokratik engeller, • Geri dönen vatandaşlar için gümrük kısıtlamaları, • Yurt dışına çıkışları kısıtlayan yasalar, • Denizaşırı seyahatlerin kısıtlanması.
Turist kabul eden ülke tarafından koyulan kurallar	• Ziyaretçiler için döviz kısıtlamaları, • Giriş vizesi, kimlik dokümanları, kalış süresi kısıtlamaları, • Otomobil ehliyeti, sigortası gibi belgelerin kabulünde zorluklar, • Yabancılar mülk edinme konusunda yasaklamalar, • Yabancı turistler için konulan birtakım vergiler, (hava alanı vergisi gibi) • Vatandaşların döviz tasıma kısıtlamaları, • Bireysel seyahat eden turistlere ait araçların sınır girişi konusunda ortaya çıkan bürokratik işlemler, • Yabancıların mülk edinmelerindeki kısıtlamalardır.

Kaynak: İçöz, 2005:153

• **Devlet Kontrolleri:** Ülkeler tarafından turistlere ya da kendi vatandaşlarına uygulanan ve turizm hareketlerini kısıtlayan bir grup ülke vatandaşları için pasaport ve vize konularında uygulanan kontroller, turizmle ilgili vergiler ve fiyat kontrolleri veya düzenlemeleri, seyahat belgesi konusundaki bürokratik engeller, kalış süresi kısıtlamaları, kimlik belgelerinin ibrazındaki zorluklar gibi uygulamalardır.

• **Seyahatlerin Vergilendirilmesi:** Bu tür vergiler turistlere ve turizm işletmelerine yönelik uygulanmakta olan vergilerdir. Gerek nitelik gerekse nicelik bakımından ülke bazında çok çeşitli ve birbirinden farklı olup, bir ülkenin sektörel rekabet gücünü, müteşebbislerin yatırım kararını ve ülkeye yönelik turizm talebini etkileyen başlıca unsurlardan birisini oluşturmaktadır. Çoğu ülkede, turistler daha uçak bileti alırken, otel faturasını öderken ve ülkeye giriş-çıkış yaparken

vergilendirilmektedir. Dünya Turizm Örgütü, turizm sektörüne yönelik 40 değişik verginin uygulandığını, bunlardan 28'inin direkt olarak turist tarafından geri kalanının ise turizm işletmeleri tarafından ödendiğini belirtmektedir (Çuhadar, 2006:61).

- **Zaman:** Diğer bir sınırlayıcı faktör ise zamandır. İş ve resmi tatiller, yaz aylarındaki okul tatilleri, iş seyahatlerini yürütmedeki zaman sınırlamaları gibi kullanılabilir zaman sınırları bu tür faktörlerle belirlenir. Kullanılabilir bir zamana sahip olmak ve o zamanın farklı turistik ve turistik olmayan aktivitelere harcanması turistin para mevcut olsa bile istenen her şeyi yapma olasılığını kısıtlayan bir etkidir. Şöyle ki; bir turist önerilen bir seyahat için bol zamana sahiptir ancak parasal olarak sınırlıdır. Bu durum ülkeler ve piyasalardaki gruplar arasında farklılık gösterir. Diğer yandan da başka bir turistin para sıkıntısı yoktur ama zamanı kısıtlıdır.

3. 2. 4. Turizmde Talep Esneklikleri

Turizm sektöründe talep esnekliği konusu, turizmde talebin fiyat esnekliği, turizmde talebin gelir esnekliği ve turizmde talebin çapraz esnekliği başlıkları altında incelenecektir.

3. 2. 4. 1. Turizmde Talebin Fiyat Esnekliği

Turizmde talep esnekliği “talep edilen turizm ürününün miktarındaki oransal değişimin aynı ürünün fiyatındaki oransal değişmeye oranı” olarak tanımlanabilir.

Talebin fiyat esnekliği bir katsayı ile ifade edilir ve bu esneklik katsayısı, turistik mal ve hizmet fiyatlarındaki değişiklik karşısında, turistlerin bu değişikliğe karşı satın aldıkları mal ve hizmet miktarını değiştirmek şeklinde gösterdikleri tepkinin şiddetinin veya duyarlılık derecesinin ölçüsüdür.

Buna göre, talep esneklik katsayısı birden küçük olursa esnek olmayan talep; birden büyük olursa esnek talep ve bire eşit olursa birim esnek talep olarak tanımlanmaktadır.

Buradan şöyle bir sonuç çıkmaktadır: Turizm ürününün fiyatındaki değişimler, talep esnekliği büyüklüğüne bağlı olarak, talep edilen miktarda daha fazla değişmeye yol açabilmektedir (Yağcı, 2003:32).

Turizmde talebin fiyat esnekliği aşağıda gösterildiği şekilde formülize edilebilir:

$$e_{Tf} = \frac{\text{Talep Edilen Turistik Mal ve Hizmet Miktarındaki \% Değişme}}{\text{Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatlarındaki \% Değişme}}$$

Aynı formül, $e_{Tf} = \frac{dM/M}{dF/F}$ olarak hesaplanır.

3. 2. 4. 2. Turizmde Talebin Gelir Esnekliği

Talebin gelir esnekliği, talep edilen turizm ürünü miktarındaki oransal değişimin, harcanabilir gelir miktarındaki oransal değişmeye oranıdır. Bu oran turistik mal ve hizmetlerden talep edilen miktarın, turistik tüketicinin gelir seviyesinde meydana gelen değişimler karşısında gösterdiği tepki ya da duyarlılığı gösterir. Gelir ile turizm talebi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Bundan dolayı da denilebilir ki; gelir arttıkça, turizme yönelik talep miktarı da artacaktır.

Turizmde talebin gelir esnekliği de aşağıda gösterildiği şekilde formülize edilebilir:

$$e_{Tg} = \frac{\text{Talep Edilen Turistik Mal ve Hizmet Miktarındaki \% Değişme}}{\text{Gelirdeki \% Değişme}}$$

Aynı formül, $e_{Tg} = \frac{dM/M}{dG/G}$ olarak hesaplanır.

Tek istisnası düşük mallara³ yapılan talep miktarında ortaya çıksa da; turizmde talebin gelir esnekliği katsayısının işareti pozitiftir. Bunun sebebi de, insanların gelirinin arttıkça turizm ürününden talep edilen miktarın artmasıdır.

3. 2. 4. 3. Turizmde Talebin Çapraz Esnekliği

Turizmde talebin çapraz esnekliği ise; tüketicinin turistik bir mal hizmetten talep ettiği miktarın diğer turistik malların fiyatlarındaki değişime karşı duyarlılığıdır. Bu esneklik türü, turistik bir mal ve hizmetin talep edilen miktarındaki % değişimin, diğer mal ve hizmetin fiyatındaki % değişmeye oranıdır. Ve aşağıda gösterildiği şekilde formülize edilir.

$$e_{rç} = \frac{\text{Talep Edilen Turistik Mal ve Hizmet Miktarındaki \% Değişme}}{\text{Diğer Mal ve Hizmetlerin Fiyatlarındaki \% Değişme}}$$

Aynı formül, $e_{rç} = \frac{dM/M}{dF_d/F_d}$ olarak hesaplanır.

Çapraz fiyat esnekliğinin pozitif olduğu mallara ikame mallar denir. Turistik mal ve hizmetler diğer mal ve hizmetler tarafından ne kadar yakın ikameler ise, talebin pozitif çapraz esnekliği o kadar yüksek olur.

Çapraz fiyat esnekliğinin negatif olduğu mallara ise tamamlayıcı mallar adı verilir. Hem turistik hem de diğer mal ve hizmetler ne kadar yakın tamamlayıcılar ise, talebin negatif çapraz esnekliği o kadar yüksek olur. Esnekliğin 0 (sıfır) olduğu mal ve hizmetlere ise bağımsız mallar denir (Ünlüönen vd, 2011:71-72).

³ Düşük Mal: İnsanların gelirleri arttıkça daha az tüketecekleri mallara düşük ya da fakir mal denilmektedir. Tersine gelirleri arttıkça daha fazla tüketecekleri mallara da normal mal denmektedir. Ekonomi yazınında bu durum Giffen Paradoksu olarak da adlandırılmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Dünyanın en dinamik ve en büyük endüstrilerinden biri olan turizm endüstrisi, özellikle oluşturduğu ekonomik etkiler sonucunda, ülkelerin turizmi geliştirme çabalarını hızlandırmasına yol açmıştır. Makro düzeyde turizmin oluşturduğu ekonomik etkiler incelendiğinde, ülke ekonomilerini iki temel alanda etkilediği görülmektedir. Bu etkilerden ilki moneter yani parasal karakterli olarak tanımlanan etkilerdir. Turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamalarının bir ülkenin ekonomisinde oluşturduğu para hareketleri ve parasal değişimlerle turistik tüketim harcamalarının ekonomi içerisinde ortaya çıkardığı etkiler parasal etkiler içerisinde sayılabilmektedir. Bunun yanında, turistik tüketim harcamalarının oluşturduğu ekonomide üretim ve istihdam artışı şeklinde ortaya çıkan etkilere de turizmin reel (gerçek) karakterli etkileri denmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde turizmin ülke ekonomisi üzerindeki etkileri parasal, reel ve olumsuz etkiler olmak üzere iki başlık altında ayrıntılı bir şekilde incelenecektir.

4. 1. Turizmin Parasal (Moneter) Karakterli Ekonomik Etkileri

Turizm sektörünün ülke ekonomileri üzerindeki parasal etkileri, dış ödemeler dengesine etkisi, geliri arttırıcı etkisi, döviz arz ve talebine etkisi, iç fiyatlara etkisi ve devlet bütçesine etkileri olarak sayılabilir.

4. 1. 1. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkileri

Ödemeler dengesi, belli bir dönemde (genellikle bir yıl) tüm yabancı ülkelerle olan ekonomik ilişkileri gösteren bir tablo olarak tanımlanmaktadır. Belirli bir sisteme göre tutulan kayıtlarla düzenlenen bu tablo, belli bir dönemde, bir ülkede oturan kişi ve kurumların diğer bir ülkeye yaptıkları her türlü ödemelerle, o ülkeden yapılan ödemeleri, ülkeler arası her türlü ekonomik işlemleri, dışalım ve dışsatım nedeniyle ortaya çıkan her türlü borç ve alacağı göstermektedir (Unur, 2000:1).

Ödemeler dengesi bilançosu üç ana hesaba ayrılmaktadır. Bunlar; cari işlemler hesabı, sermaye hesabı ve finansal hesaplardır. Cari işlemler hesabının içerisinde, mal ve hizmet ihracatı ve ithalatına ilişkin ödemelerle ülkeler arasındaki gelir akımları ve net para transferleri gösterilmektedir. Turizm hareketleri de, cari işlemler hesabının dört alt hesabından biri olan hizmet ticareti kaleminde kaydedilir.

Turizm ülke ekonomisine yabancı para akışı sağlayan, bu suretle ödemeler dengesi cari işlemler hesabına doğrudan katkıda bulunan görünmez bir ihracattır. Diğer ihracat endüstrileri gibi, bu gelir akışı iş hacmi, hane halkı geliri, istihdam ve kamu geliri oluşturur (Theobald, 2005:82).

Tablo 4: Dış Turizm Bilançosu

Aktif Dış Turizm (Turizm Gelirleri)	Pasif Dış Turizm (Turizm Giderleri)
Turistlerin ülkedeki konaklama, ulaştırma, yeme-içme, eğlence vb. ödemeler	Vatandaşların ülke dışındaki konaklama, ulaştırma, yeme-içme, eğlence vb.
Turizm amaçlı tüketim malları ve hediyelik eşya dışsatımı	Turizm amaçlı tüketim malları ve hediyelik eşya dışsalımı
Turizm amaçlı dış yatırımlar ve ülkeye kar transferleri	Turizm amaçlı yabancı sermaye yatırımları ve ülke dışına kar transferleri
Yabancıların kiraladıkları turizm amaçlı tesisleri kira gelirleri	Yabancı ülkelerdeki turizm amaçlı kiralanan tesislere yapılan ödemeler
Yabancı personelin eğitimi için yapılan ödemeler	Yabancı ülkelerdeki personel için yapılan eğitim giderleri
Yabancıların ülkedeki turizm amaçlı reklam ve tanıtım harcamaları	Yabancı ülkelerde yapılan turizm amaçlı reklam ve tanıtım giderleri
Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine ödenen komisyonlar
Yabancıların ülkedeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı	Yerli işletmelerin dış ülkelerdeki banka ve sigorta kuruluşlarına yaptığı
Diğer döviz girdileri	Diğer döviz çıktıları
Net Giderler	Net Gelirler

Kaynak: İçöz, 2005:240

Ödemeler dengesi bilânçosu, yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları (döviz girişi) ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamayı (döviz çıkışı) yani turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermesi açısından önemlidir. Turizm sektörü, bir ülkenin ödemeler dengesi üzerinde iki türlü etkiye sahiptir. Ülke vatandaşlarının turist olarak yurt dışına çıkmalarının yarattığı negatif etki ile turist olarak ülkeye gelen yabancıların neden olduğu pozitif etkidir (Mathieson ve Wall, 1993: 54).

Tablo 4’te dış turizm bilançosunu oluşturan aktif kalemler (turizm gelirleri) ile pasif kalemler (turizm giderleri) gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde, yabancı turistlerin yaptıkları her türlü turistik harcamaların ödemeler bilançosunun aktifinde, yurtdışına çıkan o ülke vatandaşlarının dış ülkelerde yaptıkları turistik harcamaların ise bilançonun pasifinde yer aldığı görülmektedir. Bu bilançonun aktif hesaplarında meydana gelen bir fazlalık, ödemeler dengesine olumlu yönde yansıyacaktır.

Turizmin ödemeler dengesi fazla veren ülkelerin bilançosu üzerinde diğer bir olumlu etkisi daha vardır. Turizmin bu etkisi uluslararası ticarete dengeleyici bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin, Japonya gibi ödemeler dengesi fazla veren gelişmiş bazı ülkeler bu fazlalığın enflasyona yol açmaması amacı ile ülke vatandaşlarının turistik harcama yapmaları için ülke dışındaki turizm hareketlerine katılmalarını istemektedir. Böylece Japon vatandaşların ülke dışında yaptıkları harcamalar ödemeler bilançosunun pasif tarafına kaydedilecek ve fazla veren bilançoğu dengeleyecektir.

Tam tersine ödemeler dengesi açık veren ülkeler ki özellikle GOÜ’ler de bu açığın kapatılması amacıyla yabancı turist sayısını ve ulusal gelirini arttırmak için çaba harcamaktadırlar. Böylece gelir dağılımı, istihdam, ücret ve fiyat, dış borçların daha rahat ve etkin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve makro-mikro büyüklüklerde olumsuz gelişmelere neden olunmaması amaçlanmaktadır.

GOÜ’ler açısından uluslararası turizm diğer sektörlerle karşılaştırıldığında, yabancı para (döviz) gelirlerinin arttırılması bakımından üç temel üstünlüğe sahiptir. Bu üstünlüklerden ilki turizmin sürekli büyüyen bir endüstri olmasıdır. Turizm

pazarı, imalat ve diğer temel mal pazarlarının aksine görece olarak daha az korunmaktadır.

Bir diğeri, turizm pazarı tüketicilerin turistik ürünü tüketmek için üretim yerine gitmek zorunda oldukları bir pazardır. Dolayısıyla ithal ikamesi daha etkindir. Son olarak da turizm, birçok ülke açısından hem ekonominin çeşitlenmesi ve hem de geleneksel ihracata bağımlılığın azalması anlamına gelmektedir (Pearce, 1992: 195).

4. 1. 2. Turizmin Milli Geliri Arttırıcı Etkisi

Turizm sektörünün en önemli ekonomik özelliği milli geliri arttırıcı etkiye sahip olmasıdır. Bu durum, turizm sektörünün birleştirici bir özelliğinin olmasından kaynaklanmaktadır. Bu özellik şu şekilde açıklanabilir; bir bölgeye gelen turist sadece konaklama ve yeme-içme için değil; alışveriş, ulaştırma, eğlence, müze, sanat galerileri, spor merkezleri, tarihi eserler için de para harcayacaktır.

Turizm sektöründe, turistlerin yaptıkları harcamalar sektörde çalışanların ücretlerini ve sektörle ilgili diğer gelirleri oluşturmaktadır. Turizm sektörü, birçok faaliyet koluyla yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri, diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Bir turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşanlara kişilere değil, turistlerin harcama yaptıkları diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır (Kar vd, 2004:90).

Turist harcamaları, ev sahibi ekonomilerde her konuda "şelale" etkisine sahiptir. Turistik tüketim harcamalarıyla turistik yatırım harcamalarının doğrudan meydana getirdikleri gelir etkisinin yanında, bu harcamalara gelir olarak elde eden ekonomik birimlerin çeşitli sebeplerle yaptıkları harcamalar, ekonomi içinde devir ederek dolaylı şekilde yeni gelirlerin meydana gelmesini sağlamaktadır (Frechtling, 1994:363).

Örneğin, otel işletmeleri ve lokantalar, yiyecek-içecek hammadde gibi ihtiyaçlarını iç piyasadan karşılarlar. Böylece toptancı ve imalatçıların da bu ürünleri çiftçilerden satın alması gerekir ve sonucunda turizm endüstrisinde oluşturulan bir birimlik gelirin bir kısmı, tarım kesimine kadar uzanmış olur. Tüm bu ekonomik

faaliyetlerin sonucunda, turizmden elde edilen gelir miktarındaki artış, ülkeye ya da bölgeye giren ilk gelir miktarını aşmıştır. Bu durumda milli gelirin artışına sebep olacaktır. Bunun sebebi turizm harcamalarının genel ekonomi üzerinde oluşturduğu çarpan etkisi (multiplier effect) olmaktadır. Bir ekonomideki turizm ile ilgili çarpan katsayısı (k), ülkeye turizm aracılığıyla giren gelirin, ülke içinde el değiştirerek, değişik kesimlerin gelirini oluşturması sonucunda oluşturulan toplam nihai gelirin başlangıçta o ülkeye giren turizm gelirin oranlanması ile elde edilen katsayı olarak açıklanmakta ve şu şekilde formüle edilmektedir.

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

Formülde; **k** : Çarpan katsayısını,

mpc : Marjinal tüketim eğilimini ifade etmektedir.

Dışa açık ekonomilerde ithalattan dolayı sızıntılarda olacağından, ithalat giderlerinin de formüle eklenmesi gerekmektedir. Ancak bu durum gelir bölge dışına sızdığı için turizmin milli geliri arttırıcı etkisini azaltmaktadır. Bu yeni duruma göre formül şu şekli almaktadır.

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

Formülde; **k** : Çarpan katsayısını,

mpc : Marjinal tüketim eğilimini,

mpm : Marjinal ithalat eğilimini ifade etmektedir

Turizmin milli geliri arttırıcı etkisi üç farklı düzeyde değerlendirilerek açıklanabilir. Bunlar; direk, endirek ve neden olmuş (ne direk nede endirekt) etkilerdir. Bu etkiler aşağıdaki gibi açıklanabilir.

- Turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelir (direct expenditure)

- Birinci aşamaya bağlı olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelir (indirect expenditure)

- Turizmden elde edilen gelirin, istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelir (induced expenditure) (Ardahaey, 2011:209).

Gelirin her el değiştirmesi, yeni vergi, tasarruf ve harcama demektir. Örneğin; bir otel işletmesinin elde etmiş olduğu 1000 dolar tutarındaki oda gelirinin bir kısmı vergi olarak merkezi ya da yerel yönetimlere, bir kısmı hammadde alımı için toptancı ve perakendeci olan işletmelere ve işletmede çalışan personele maaş olarak ödenirken, kalan kısımda işletme tarafından tasarruf olarak alıkonacaktır. Toptancı ve perakendeci işletmeler tekrar vergi ödeyecekler, tasarruf yapacaklar ve kalan miktarı yine harcayacaklardır. Personel ise aldığı ücretinin bir kısmını zorunlu gereksinimleri için, bir kısmını vergi olarak öderken kalan kısmını da tasarruf etmek isteyecektir.

Görüldüğü gibi, para her el değiştirdiğinde yeni vergi, tasarruf ve harcama akımı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, bir kısım gelir dolaşımdan çıkarken, kalan miktar işleme devam etmektedir. İşleme devam eden miktar, çarpan katsayısının yükselmesine katkıda bulunacaktır. Dolanımdan çıkan miktar sızıntıyı oluşturmaktadır. Sızıntı, paranın dolanımdan çıkarak başka bölgelere gitmesi şeklinde adlandırılmaktadır. Ekonomiden sızıntıların başladığı noktadan itibaren, turizmin çarpan etkisi sıfıra doğru yaklaşmaktadır (Kozak, 2012:93).

4. 1. 3. Turizmin Döviz Arz ve Talebine Etkisi

Turizmin döviz arz ve talebine etkisi bir ithalat ve ihracat şekli olmasından kaynaklanmaktadır. Uluslararası borç ve alacak, diğer bir tabirle döviz arz ve talebi bakımından mal ithal ve ihracatı ile turistik faaliyetler arasında ortaya çıkan sonuçlar açısından bir fark bulunmamaktadır. Ülkeye gelen turistlere bazı mal ve hizmetlerin satılması mal ihracında olduğu gibi döviz arzı, buna karşılık dış pasif turizme katılan

ülke vatandaşlarının gittikleri ülkelerde bazı mal ve hizmetleri satın almaları, sektörel üretim için gerekli mal ve hizmetlerin ithali ise mal ithalatında olduğu gibi döviz talebi oluşturmaktadır (Öztaş, 2002:61).

4. 1. 4. Turizmin İç Fiyatlara (Enflasyon) Etkisi

Enflasyon mal ve hizmetlerde meydana gelen yıllık artışlar olarak tanımlanabilir. Başka bir ifadeyle enflasyon, toplam talebin toplam arzı aşması sonucu fiyatlar genel seviyesindeki sürekli yükselmedir. Enflasyon ülkedeki fiyat istikrarının bozulması anlamına geldiği için arzu edilen bir durum değildir (Tunca, 2005: 6).

Daha öncede değinildiği gibi turizm harcamaları artınca, çarpan mekanizması aracılığıyla gelire katlanarak yansımaktadır. Bu da o ekonomideki toplam talebin artmasına sebep olmaktadır. Toplam arz, artan toplam talep karşısında yetersiz kaldığında, ekonomide genel bir talep fazlası ortaya çıkmaktadır. Böylece, fiyatlar genel düzeyinde artış yönünde bir baskı oluşacaktır.

Turistik talepte ortaya çıkan bu artış, sektörde fiyat artışları oluşturabilir. Bu durumun sebebi, turizm arzının esnek olmayan yapısıdır. Böyle bir durumda turistik talebi kısıcıcı hareketlerini kısıtlayıcı politikalar yerine, turistik arzı artırıcı iktisat politikası uygulamalarına yer verilmelidir.

Turizm sektörünün enflasyona sebep olmasının bir başka sebebi de, ülkedeki turizm gelirleriyle giderleri arasındaki farktır. Eğer dış turizm giderleri gelirlerden büyük ise, yani pasif dış turizm bilançosu durumu varsa, artan döviz talebi nedeniyle döviz fiyatı yükselecek, böylece ulusal paranın değeri düşecektir. Bu durumda fiyat artışlarının ortaya çıkmasına neden olacaktır. Turistik mal ve hizmetleri üretmede kullanılan üretim faktörlerine ödenen fiyatlardaki artışlar, bu mal ve hizmetlerin maliyetini arttırarak fiyatların da artmasına neden olabilir.

Ayrıca, turizm sezonunda, genel fiyat artışı karşısında özellikle gayrimenkul ve arsa fiyatları da buna paralel artacaktır. Bu durumda, gayrimenkul değerinin artması nedeniyle insanlar daha fazla kirayla vergi ödeyecek ve böylece enflasyon baskısı artacaktır (Bahar ve Kozak, 2013:183).

4. 1. 5. Turizmin Devlet Bütçesine Etkisi

Kamu kesimi (Devlet) iç ve dış turizm hareketlerinden gelir elde etmektedir. Bu gelirler turizm yatırımlarında ve turistik tesislerde çalışanların kazançlarından alınan doğrudan vergiler, turizm işletmelerinden alınan kurumlar ve gelirler vergisidir. Buna ek olarak, turistlerin tüketmiş oldukları mal ve hizmetlerden alınan dolaylı vergiler, turizm sektörüne verilen kredilere ait faizler, ülkeye gelen turistlerden alınan ayakbasta parası, vize uygulayan ülkelerde alınan vize parası gibi gümrük resimleri ve harçlardır.

Ayrıca mülkiyetine kamunun sahip veya ortak olduğu tesislerden elde edilen gelirler de kamunun turizm sektöründen elde ettiği gelirler arasındadır. Kamunun ortak olduğu veya mülkiyetine sahip bulunduğu tesis gelirleri dışında, genelde turizm sektöründen elde ettiği gelirler, vergi gelirleri şeklindedir.

Turizm sektörünün finansmanını sağlamakla mükellef olan kamunun turizm sektörü için yaptığı temel harcamalar ise şunlardır (Ünlüönen vd., 2011:162) :

- Ülkenin sahip olduğu kaynakları daha verimli kullanmak ve turizmi geliştirmek için yapmış olduğu araştırma, reklam ve tanıtma, eğitim vb. harcamalar.
- Devletin bizzat kendi eliyle işletmekte olduğu müzeler, milli parklar vb. yerler için yapmış olduğu yatırım ve işletme giderleri.
- Alt ve üst yapı giderleri,
- Turizmin geliştirilmesi için tahsisat, teşvik ve muafiyet tedbirlerinin getirilmesinden dolayı uğramış olduğu kayıplar.
- Devletin turizm hizmetlerinin daha kaliteli olması için yaptığı idari harcamalar.

IUOTO (Uluslararası Resmi Turizm Örgütleri Birliği)'ya göre devletin turizm sektöründeki dolaylı giderleri şu şekilde sınıflandırılabilir.

- Turistik amaçlarla ithal edilen araç, gereç, makine ve teçhizatlara uygulanan vergi indirimleri ya da muafiyetleri,

- Turistik işletmelerden alınması gereken vergilerin belirli dönemler için ertelenmesi veya silinmesi.
- Tahsisat ve kredilendirme (toplam maliyetin belli bir yüzdesi oranında),
- Düşük faizle kredi ya da borç verme,
- Devlet mülkiyeti kendine ait yerler için düşük kira bedellerine izin verme,
- Yabancı sermayenin ülkede elde etmiş olduğu kazançların, faiz ve kâr paylarının tamamına ya da bir kısmına kendi ülkesine geri dönme izni verilmesi,
- Devletin yatırım yapacaklara millileştirmeye ya da kamulaştırmaya karşı garanti vermesi,
- İşletmelere yapılan sübvansiyonlar, uluslararası ya da iç turizm ulaştırma araç ve hizmetlerine yardım ile sübvansiyonlar.

4. 2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri

Turizm sektörünün ülke ekonomileri üzerindeki reel etkileri genel olarak istihdam, alt-üstyapı ve bölgesel kalkınma üzerinde görülmektedir.

4. 2. 1. Turizmin İstihdam Etkileri

Bir ekonomide çalışma istek ve arzusunda olan tüm yetişkin insanların iş bulup çalışmalarına istihdam denilmektedir. Diğer ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi, turizmin oluşturduğu gelir ve döviz akımı, gelişen ülke ve turistik istasyonun ekonomisinde birbirini takip eden ekonomik etkiler oluşturur. Turizmin oluşturduğu diğer ekonomik etkiler yanında turizm, turistik tüketim harcamalarını gelir olarak elde eden sektörlerde de istihdamı etkiler. Turistik tüketim harcamalarının ilk aşamasında elde edilen gelirlerin tekrar harcanmasıyla ikinci derece istihdam etkisi ortaya çıkar. İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar.

Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik yatırımlarının artması, işgücü talebini arttırdığı gibi, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerinde işgücü talebi artar. Mevsim dışında ise işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık gösterir (Öztaş, 2002:64).

Turizmin genel olarak; doğrudan, dolaylı ve uyarılmış olmak üzere üç tür istihdam oluşturduğu kabul edilmektedir (Sharpley, 2002:167).

- **Doğrudan İstihdam:** Turizm sektörünün kendisinden kaynaklanan ve ona bağımlı olan işlerdir. Konaklama, yeme-içme işletmeleri, hediyelik eşya satan mağazalar, barlar, seyahat acenteleri, ulaştırma işletmeleri ve turizm örgütlerinde oluşturulan işler bu gruba girmektedir.

- **Dolaylı İstihdam:** Turizm endüstrisinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri karşılayan, bir başka deyişle sektörü beslemeleri sonucu ortaya çıkan istihdamdır.

- **Uyarılmış İstihdam:** Doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelir harcandıkça turizmin çarpan etkisi ile ekonomide ortaya çıkan ek istihdamdır.

Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha geniş iş olanakları sağlamasına karşılık turizmde iş gücü ücretleri genellikle düşüktür. Turizmde ücret oranlarının düşüklüğü turizm istihdam piyasasının özellikleriyle ilgilidir. Bu piyasanın belli başlı özellikleri şu şekilde sıralanabilir.

- Turizm uzun yıllar emek yoğun bir üretim alanı olarak tanımlanmıştır. Oysa bu gün, teknolojik gelişmelere bağlı olarak emeğin sermayeyle ikame edilmesi mümkündür.

- Turizmde genellikle birçok iş yüksek beceri düzeyinde olmayı gerektirmez. Bu durum, iş gücü arzının geniş olduğu piyasalarda ve özellikle yüksek sezonlarda marjinal işgücünün bu alanda istihdam edilmesine olanak tanır.

- Turizmde çalışma süre ve koşullarının da etkisiyle iş gücü devir oranları yüksektir ve dolayısıyla örgütsel bağlılık düşüktür. Bu durum başlangıç ücret düzeylerinin düşük olması sonucunu doğurmaktadır.

- Turizmde iş gücü piyasası sezon ve sezon dışı olmak üzere iki ayrı piyasa özelliği gösterir. Sezon dışında iş gücü arzının fazlalığı ücret düzeylerini geriletirken, sezonda genel olarak ücretlerde artış gözlenir.

- Yarı zamanlı ve geçici işlerin yoğunluğu ücret düzeylerini etkileyen bir diğer nedendir.

Bununla beraber, turizmin istihdam etkisi, sık görülmez ve turizm kapsamında diğer sektörlerden insanlar da istihdam edilebilir. Bu sebeple turizmin istihdam üzerindeki etkisinin ölçümü ve istihdam üzerindeki gerçek etkisini görmek zordur. Aynı zamanda mevsimsel istihdamın turizm dışı endüstrilerde tam zamanlı çalışan insanları çekebilmesi bu alanda sürekli istihdam edilen kişilerinde hevesini kırabilir (Ardahaey, 2011:211).

4. 2. 2. Turizmin Altyapı ve Üstyapı Yatırımlarına Etkileri

Bir ülke altyapı, ulaştırma ve birtakım yerel hizmetler bakımından hazır değilse, turistik talebi karşılayamaz. Ekonomik yönden alt-yapı faaliyetleri görünmeyen hizmet olarak adlandırılır. Bu hizmetler, kamu veya kamu aracılığıyla özel sektör tarafından hem ekonominin gelişmesi, hem de ekonominin bundan yararlanması amacıyla gerçekleştirilir. Bir turizm bölgesinde, alt yapı ve üst yapı yeterli hale gelene kadar kişisel turizmle toplu (kitle) turizmi birlikte yürütülür.

Olaya mikro açıdan bakıldığında ise turizm yatırımlarının alt yapı bağımlılığının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Turizm için bir yatırım kararı alındığında, yatırımın yapılacağı alan ile o alandaki altyapı özellikleri arasında direkt bir ilişki bulunmaktadır.

Üstyapı yatırımları da turizmin gelişmesinden etkilenen bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü turistik gereksinimleri karşılamak turistik üstyapıyla mümkün olmaktadır. Turizmin gelişmesiyle beraber doğrudan turizme yönelik üstyapı yatırımlarının artacağı aşikârdır.

Turizmin tipik özelliği, birbirinden farklı dallarda faaliyet gösteren çok sayıda küçük birimlerden oluşmasıdır. Bu birimler arasında küçük lokantalar, moteller, oteller, çamaşırhaneler, el sanatları satış dükkânları vb. sayılabilir. Böylece,

yönetimin altyapıya ve bazen de üstyapıya yatırım yapması, birçok küçük işletmelere yatırım yapılmasını teşvik eder. Bu işletmelerin sermaye gereksinimlerinin nispeten düşük olmasıyla birlikte, yapılan yatırımlar hızla sonuç vermektedir (Kozak, 2012:96).

4. 2. 3. Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri

Bölgesel kalkınma kavramı, kalkınma iktisadının ortaya çıkışı ile gündeme gelmiş ve 1940'lı yıllarda önem kazanmaya başlamıştır. Daha çok Doğu ve Güneydoğu Avrupa arasındaki farklılıklar dolayısıyla ortaya çıkmış olsa da bölgesel kalkınma kavramı artık az gelişmiş bölgeler için büyük önem taşımaktadır (Gök, 2004: 76).

Liu ve Wall'a göre (2006: 159) turizm genellikle istihdam ve gelir artırıcı etkisiyle, iktisadi kalkınmanın gelişmesine yardımcı olan ve marjinal ekonomileri canlandıran bir araç olarak kullanılmaktadır. Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi bakımından turizm, tarım ve sanayi faaliyetleri yönünden yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmayan fakat zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmalarını ve dengeli bir şekilde gelişmelerini mümkün kılmaktadır (Paksoy, 2005:1048).

Turizmin coğrafik bir alanın potansiyeline bağımlılık göstermesi ve aynı zamanda bulunduğu coğrafyayı şekillendiren bir olgu olması turizmle bölgesel gelişme arasındaki ilişkiye neden olmaktadır. Elbette turistik aktiviteler bir bölgenin gelişmesini etkilemektedir. Ancak sayısal olarak turizmin bölgesel politik etkilerini ölçmek oldukça zordur.

Turizmin ülke içinde gelişmesi ve büyümesi, bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılıklarının azalmasına yardımcı olmaktadır. Ancak azgelişmiş bir bölgede turizmin çok hızlı bir şekilde gelişmesini beklemek doğru bir yaklaşım değildir. Çünkü çok büyük sabit sermaye yatırımlarının gerekli olduğu turizm sektöründe, temel altyapı eksikliği, sermaye birikiminin az olması, girişimci ruhun olmaması, sektörün yatırım-teşvik sistemiyle desteklenmemesi gibi olumsuz koşullar; bu gelişmenin hızlı bir şekilde ilerlemesi yönünde büyük bir engel oluşturmaktadır (Timothy vd., 2003: 142).

4. 3. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin ekonomik etkileri genellikle olumlu yönlerden ele alınmaktadır. Ancak bir ülkede veya bir turizm bölgesinde oluşan turizm hareketleri her zaman olumlu ekonomik etkiler meydana getirmeyebilir. Turizmin zaman içindeki gelişimi, turizmden sağlayan faydanın azalacağını ya da olumsuz gelişmelere neden olacağını göstermektedir. Turizm sektörünün ülke ekonomileri üzerindeki olumsuz etkileri, ekonomideki sızıntılar, fırsat maliyeti, dışsal maliyet, turizme aşırı bağımlılık ve turizmin mevsimsellik etkisi olarak sayılabilir.

4. 3. 1. Ekonomideki Sızıntılar

Bir ekonomide sızıntılar toplam harcamaların otonom bileşenlerini azaltan kavramlardır. Sızıntılar genelde iki farklı yoldan meydana gelir; ithalat ve ihracat sızıntıları. Turizmde meydana gelen sızıntı şekli ise ithalat yoluyla olur. Ev sahibi ülke tarafından karşılanamayan turist talepleri ithalat sızıntısını oluşturur. İthalatın yapılmasıyla birlikte turist harcamalarından elde edilen gelirin çoğu ithalatı karşılamak için ülke dışına çıkmış olur (Krause, 2012:33).

Ayrıca, turizm toplumun, tüketim alışkanlıklarının değişmesine yol açabilir. Böylece tüketim amaçlı bazı malların (gıda, inşaat malzemeleri vb.) yurtdışından ithali gerekebilmektedir. Özellikle gerekli sermaye ve teknolojiye sahip olmayan gelişmekte olan ülkelerdeki turizm hareketleriyle beraber teknolojik yatırımların o ülkeye gelmesi ülkenin ithal eğilimini arttırabilir. Bunun yanında nitelikli iş gücünün bölgeden karşılanamaması durumunda ülke dışından iş gücünün transfer edilmesi gerekebilir.

İhracat sızıntısı ise; resort ve otelleri finanse eden yabancı yatırımcıların elde ettikleri karı kendi ülkelerine götürmeleriyle ortaya çıkar. Az gelişmiş ülkelerde sadece çok uluslu şirketlerin turizm altyapısı ve tesis inşaatında yatırım yapmak için yeterli sermayeye sahip olması bu sızıntının önemli bir parçasıdır (UNEP, 2004).

4. 3. 2. Fırsat Maliyeti

Fırsat maliyeti (opportunity cost); bir malın üretimini bir birim arttırmak için gereken kaynakları serbest bırakmak üzere, başka bir malın üretiminden vazgeçilmesi olarak tanımlanmaktadır. Turizmde fırsat maliyeti ise; ülkelerin turizm

sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin, diğer sektörlerde yapıldığı zaman elde edileceği öngörülen gelirle kıyaslanması sonucu ortaya çıkar.

Turizmin faaliyetlerini geliştirecek ülkelerin öncelikle, sahip oldukları kıt kaynakları turizme yatırmaları durumunda kazanacakları gelirle başka sektörlerde yatırılması sonucunda elde edecekleri geliri karşılaştırmaları yani fırsat maliyetini dikkate almış olmaları çok önemlidir.

Fırsat maliyetinin hesaplanabilmesi, her şeyden önce, turizm yönünde kullanılan tercih nedeniyle yitirilen diğer fırsatların tanımlanmasını ve değerlendirilmesini gerektirir. Özellikle, gelişmekte olan ülkeler açısından son derece önemli olan bu durum, zaten kıt olan kaynakların belki daha verimli olabilecek alanlar varken, göreceli olarak daha az verimli turizm alanına yatırılmasına ve bir anlamda bu kaynakların israf edilmesine neden olabilmektedir. Söz gelişi, Türkiye’de Ege ve Akdeniz kıyılarında yer alan verimli tarım alanları, spekülasyon artışları sonucu turizme tahsis edilmiş ve bu bölgelerde üretilen bazı tarım ürünlerinin ithali yoluna gidilmiştir (Kozak, 2012:97).

4. 3. 3. Dışsal Maliyetler

Ekonomik birimlerin kendilerinin neden olmadığı ancak kendilerini pozitif ya da negatif etkileyen çevresel etkiler dışsallık olarak adlandırılır. Turizm sektörünün çevredeki ekonomik birimlere vermiş olduğu su, hava, gürültü, görüntü kirlilikleri, ekolojik aksaklıklar, çevresel tehlikeler, tarihi ve arkeolojik alanlara verilen zararlar ve uygunsuz atık yok etme şeklindeki etkileri de turizmin negatif dışsallık etkileri kapsamındadır. Tüm bu dışsallıklar ülke ekonomilerine maliyetler yüklemektedir.

4. 3. 4. Turizme Aşırı Bağımlılık

Gelişmekte olan bazı ülkeler, turizm sektöründe ham madde kaynaklarının genellikle doğal ve kültürel kaynaklardan oluşması, kolay iş gücü bulma gibi çekici unsurları nedeniyle turizm sektöründe uzmanlaşma yönünde bir eğilim taşımaktadırlar. Turizmin büyüyen bir sektör olması ve geleceğe ilişkin öngörülerin turizm talebinin artacağına ilişkin ipuçları içermesine karşılık, bu talep artışından her ülkenin aynı oranda yararlanabileceğini varsaymak, çok yanıltıcı sonuçlar çıkarabilir. Çünkü turizm, birçok etken karşısında esnek talebe dayanan bir sektör olup, fiyat ve

moda gibi kısmen öngörülebilir; ekonomik ya da siyasal bunalım gibi kolaylıkla öngörülemez etkenlere bağlı olarak önemli bir oranda talep kaybına uğrayabilir. Bu nedenle turizm sektörünün geliştirilmesi çabalarında dengeli bir yaklaşımın belirlenmesi ve geliştirme yönündeki girişimlerin taleple birlikte değerlendirilmesi kaçınılmazdır. Bu durum, geleceğe yönelik talep tahminlerinin önemini bir kez daha arttırmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013:186).

4. 3. 5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizmin hareketlerinin mevsimsel olması, özellikle ekonomisi yoğun olarak turizme bağlı ülkelerde önemli ekonomik sorunlara yol açabilmektedir. Mevsimlik işçiler, güvenliği olmayan işlerde çalışmakta ve genellikle bir sezondan diğerine kadar istihdam edilme şansları ortadan kalkmaktadır. Bunun yanında yetersiz barınma ve çalışma koşulları da mevcut problemleri arttırmaktadır.

Turizm hareketlerinin belirli mevsimlerde aşırı yoğun iken, diğer mevsimlerde yoğunluğun düşük olması, büyük kentler dışındaki turistik konaklama tesislerinin yılın bu dönemlerinde atıl kalmasına ve dolayısıyla yapılan yatırımın geri dönme süresinin uzamasına neden olmaktadır. Turizm yatırımlarının yüksek maliyeti, sabit faiz ve işletme giderleri bulunmasına karşın, mevsimlik bir talebe sahip olması, turizm yatırımları için bir takım teşvik unsurlarının bulunması gereğini ortaya çıkarmaktadır (Samırkaş, 2011:80).

BEŞİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TURİZMİN YERİ VE ÖNEMİ

Çalışmanın bu bölümü iki alt kısımdan oluşmuştur. İlk kısımda Türkiye’de turizm sektörünün tarihsel gelişimine özet olarak değinilmiş aynı zamanda turizm sektöründe aktif rol alan kurum ve kuruluşlar da incelenmiştir. Bu bölümün ikinci alt başlığında ise tezin temel amacına yönelik olması açısından turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisindeki yerini ve önemini açıklayan veriler tablo ve grafikler şeklinde irdelenmiştir. Turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi incelenmeden önce, turizm istatistiklerinin nasıl elde edildiği açıklanmıştır.

5. 1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de turizm sektörünün gelişimi, planlı dönem öncesi (1923-1963) ve 1963’ten günümüze planlı dönem olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir. Planlı dönem öncesinde turizm sektörüyle ilgili gelişmeler son derece sınırlı olmakla birlikte, turizmin devletin gündeminde yer aldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı yatırımcılar için vergi indirimleri ve bazı teşvik unsurlarını içeren “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu” 22 Mayıs 1953’te yürürlüğe girmiştir. Bununla birlikte, Turizm Bankası 1955 yılında kurulmuştur. Turizm sektöründeki asıl gelişme planlı dönemde gerçekleşmiş ve her iki dönemde de devletin politik tercihleriyle yakından ilişkili olmuştur. Planlı dönem, 1963-1983 yılları arasında devletin turizm gelişimini sağlamak üzere şartları oluşturduğu ve öncü olduğu “birinci dönem” ve 1983’ten günümüze süregelen “liberalizasyon dönemi” olarak iki alt dönemde tanımlanabilir.

1972 yılında, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve etkin bir yönetim aracı olarak devreye girmiştir. Daha liberal bir dönemi başlatan en önemli yasal ve finansal araç ise, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu”dur. Anılan bu kanunla yatırımlar, öncelikli turizm gelişme alanlarına yönlendirilerek kıt kaynakların daha etkin kullanımı sağlanmış, temel planlama ve koordinasyon işlevini yüklenen Turizm Bakanlığı, devlet arazilerinin tahsisıyla ilgili işlemleri basitleştiren, yeni turizm türlerinin gelişmesini sağlayan ve tüketici haklarını koruyan bir kuruluş olarak etkinliğini sürdürmüştür.

1983 yılı, pazar ekonomisine geçiş döneminde, devletin üst yapı yatırımlarından çekildiği ve özelleştirmelerin başladığı dönem olmuştur. Bu şekilde pazar mekanizmaları devreye girerek turistik tesislerde fiyat belirleme yöntemi devletin denetiminden çıkmış ve yeni bir teşvik sistemi yürürlüğe girmiştir (DPT, 2006:6-7).

Bu dönem devletin öncülük görevini terk edip, özel sektör ağırlıklı ekonomik yapıya sahip bir dönem olmuştur. Bu dönemde Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) gibi sivil toplum kuruluşları turizmde özel sektör temsilcileri konumuna gelmişlerdir.

Devletin turizmi ele alma ve değerlendirme biçiminin yeniden değiştiği yıl ise 2003 yılıdır. 1989 yılında 364 sayılı kanun hükmünde kararnameyle yeniden ikiye ayrılan Kültür ve Turizm Bakanlığı, bu kez 29.04.2003 tarih ve 25093 sayılı resmi gazetede yayınlanan 4848 sayılı Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanun'la bir kez daha birleştirilmiştir. 4848 Sayılı Kanun'un amaçları aşağıdaki gibidir:

- Kültürel değerleri yaşatmak, geliştirmek, yaymak, tanıtmak, değerlendirmek ve benimsetmek.
- Tarihi, kültürel varlıkların tahribini ve yok edilmesini önlemek.
- Yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine katkı sağlayacak derecede değerlendirmek.
- Turizmin geliştirilmesi, pazarlanması, teşvik ve desteklenmesi için gerekli önlemleri almak.
- Kültür ve turizm konularıyla ilgili kamu kurum, kuruluşlarını yönlendirmek ve bu kuruluşlarla işbirliğinde bulunmak.
- Yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörle iletişimi geliştirmek üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın kurulması, teşkilat ve görevlerine ilişkin esasları düzenlemek.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın görevleri ise şu şekilde sıralanmaktadır.

- Milli, manevi, tarihi, kültürel ve turistik değerleri, araştırmak geliştirmek, korumak, yaşatmak, değerlendirmek, yaymak, tanıtmak, benimsetmek ve bu suretle milli bütünlüğün güçlenmesine ve ekonomik gelişmeye katkıda bulunmak.

- Kültür ve turizm konularıyla kamu kurum ve kuruluşlarını yönlendirmek, bu kuruluşlarla iş birliğinde bulunmak, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve özel sektörle iletişimi geliştirmek ve iş birliği yapmak.

- Tarihi ve kültürel varlıkları korumak.

- Turizmi milli ekonominin verimli bir sektörü haline getirmek için yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını değerlendirmek, geliştirmek ve pazarlamak.

- Kültür ve turizm yatırımlarıyla ilgili taşınmazları temin etmek, gerektiğinde kamulaştırmak, bütün etüt proje ve inşaatını yapmak, yaptırmak.

- Türkiye'nin turistik varlıklarını her alanda tanıtıcı faaliyetlerle her türlü imkân ve araçlardan faydalanarak kültür ve turizmle ilgili tanıtma hizmetlerini yürütmek.

- Kanunlarla verilen diğer görevleri yapmak (Yağcı, 2003: 205-206).

Bununla birlikte 17 Haziran 2003 tarihinde uygulamaya konulan “4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu” ile Hazineden izin alma prensibi kaldırılarak, yabancı yatırımcıyla yerli yatırımcıya eşit şartlar getirilmiştir. Böylece, 50.000 ABD Doları sermaye koşulu da kaldırılmıştır. Dolayısıyla, ülkeye giren Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY) ve sonuçta şirket sayısında 2002 yılından sonra önemli artışlar yaşanmıştır (Bahar ve Samırkaş, 2009:1418).

5. 2. Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri Ve Önemi

Turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi incelenmeden önce, turizm istatistiklerinin nasıl elde edildiğini açıklamada yarar vardır.

Turizm konusundaki istatistikî bilgiler, uluslararası karşılaştırmalara imkân tanımak için 1963 yılından sonra BM İstatistik Komisyonu ile Uluslararası Resmi Seyahat Kuruluşları Birliği'nin tanımlarına göre derlenmektedir. Buna göre turist, sürekli oturduğu ülke dışında başka bir ülkeyi 24 saatlik bir süre için ziyaret eden kişidir. Bu kapsama giren ziyaret şekilleri şöyledir: Eğlence, tatil yapmak, sağlık, aile ziyareti için gelenler, bilimsel, idari, dinî, sportif gibi alanlarda bir görev veya toplantı için gelenler, ticari ve sınaî iş izlenmesi için gelenlerle özel gezi amacıyla günü birlik gelenler (24 saatten az kalanlar).

Türkiye'de vatandaş ve yabancıların giriş ve çıkışlarıyla ilgili ilk resmi kayıtlar, 1938 yılında güvenlik amacıyla Emniyet Genel Müdürlüğü'nce sınır kapılarında tutulmuştur. Bu uygulama 1953 yılından sonra DİE (günümüzde TÜİK) tarafından hazırlanan fişler aracılığıyla izlenmeye başlanmıştır. 1984 yılından sonra yapılan düzenlemelerle turistlerin dövizlerini bankalar dışında otellere, mağazalara, 1988'den sonra döviz bürolarına bozdurabilmeleri mümkün olmuştur. Sadece resmi kurumlar aracılığıyla elde edilen dövizlerle turizm gelirlerini sağlıklı olarak belirlemek tam olarak mümkün olmadığı için, kalınan süre ve ortalama harcama miktarı kullanılarak bulunan rakamlar, turizm gelirlerinin belirlenmesinde esas olmuştur (Çatalbaş, 2013:175).

Sayılan tüm bu kurumların dışında Kültür ve Turizm Bakanlığı, belirli bir yıla kadar TCMB, Kalkınma Bakanlığı gibi kurumlar ve Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD) gibi sivil toplum kuruluşları da turizmle ilgili istatistikî bilgileri yayınlamaktadır.

Turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisi içindeki yerini ve önemini incelemeden önce Türkiye'nin turizm gelirlerinin uluslararası turizm gelirleri içerisindeki durumuna bakılacaktır. Tablo 5'te uluslararası turizm gelirleri, Türkiye'nin turizm gelirleri ve uluslararası turizm gelirleri içerisinde Türkiye'nin payıyla ilgili veriler bulunmaktadır. Tabloda ayrıca 2000 yılından itibaren Türkiye'nin turizm gelirleri açısından dünya sıralamasındaki yeri de görülmektedir.

Tablo 5: Uluslararası Turizm Gelirleri İçerisinde Türkiye'nin Payı(Milyar\$)

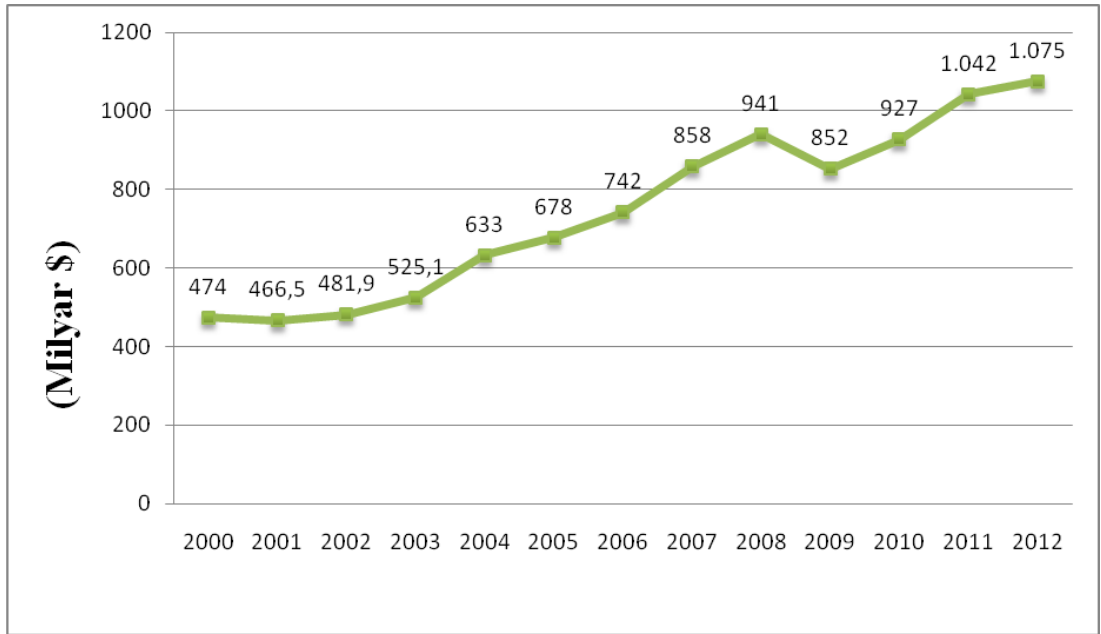
Yıllar	Uluslararası Turizm Gelirleri	Türkiye'nin Turizm Gelirleri	Türkiye'nin Payı (%)	Dünya Sıralamasında Türkiye'nin Yeri
2000	474,0	7,6	1,52	14.
2001	466,5	8,1	1,74	11.
2002	481,9	8,5	1,76	13.
2003	525,1	13,2	2,51	9.
2004	633,0	15,9	2,51	8.
2005	678,0	18,2	2,68	8.
2006	742,0	16,9	2,28	9.
2007	858,0	18,5	2,16	10.
2008	941,0	23,3	2,48	9.
2009	852,0	22,9	2,69	9.
2010	927,0	22,5	2,43	11.
2011	1.042	25,0	2,40	12.
2012	1.075	25,6	2,38	12.

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Kalkınma Bakanlığı verilerinden yararlanarak hazırlanmıştır. World Tourism Barometer 2013 Volume 11 ve World Tourism Barometer, 2012 International Tourism Results And Prospects For 2013.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2000 yılında 474 milyar dolar olan uluslararası turizm gelirleri 2012 yılında 1 trilyon 75 milyar dolara ulaşmıştır. Uluslararası turizm gelirleri, incelemeye konu olan son 13 yıllık dönemde % 126 oranında artış göstermiştir. Bu verilere göre, dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinin başında turizm gelmektedir. Yükselen refah seviyesine paralel olarak, seyahate ayrılan gelirin ve ulaşım imkânlarının artmasıyla büyüyen uluslararası turizm pazarından en yüksek payı almak için turist çeken ülkeler arasındaki rekabet giderek artmaktadır.

Uluslararası turizm gelirleri söz konusu yıllar itibariyle sürekli artış göstermiştir. Bu artışlarda en göze çarpanı 2003-2004 yılları arasında yaşanmıştır. Bu yıllar arasında turizm geliri %20,5 oranında artarak 525 milyar dolardan 633 milyar dolara ulaşmıştır. Yine 2006 yılından 2007 yılına geçerken uluslararası turizm gelirlerinde %15,6'lık artış yaşanmış ve turizm gelirleri 742 milyar dolardan 858 milyar dolara yükselmiştir.

Grafik 1: Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi (2000-2012)



Kaynak: UNWTO

Buna karşılık söz konusu dönem içerisinde, uluslararası turizm gelirlerinde ciddi azalmalar da olmuştur. 2001 yılında bir önceki yıla oranla uluslararası turizm geliri % 1,6 oranında azalarak 474 milyar dolardan 466,5 milyar dolara gerilemiştir. Ancak turizm gelirlerinde en önemli düşüş 2008 küresel ekonomik kriz sonrasında meydana gelmiş ve 941 milyar dolardan 852 milyar dolara düşmüştür. Bu dönemde azalış oransal olarak % 9,5 olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu dönemde uluslararası turizm gelirlerinin gelişimi Grafik 1'de gösterilmiştir. Grafikte de uluslararası turizm gelirlerinin yükselen bir trend izlediği görülmektedir.

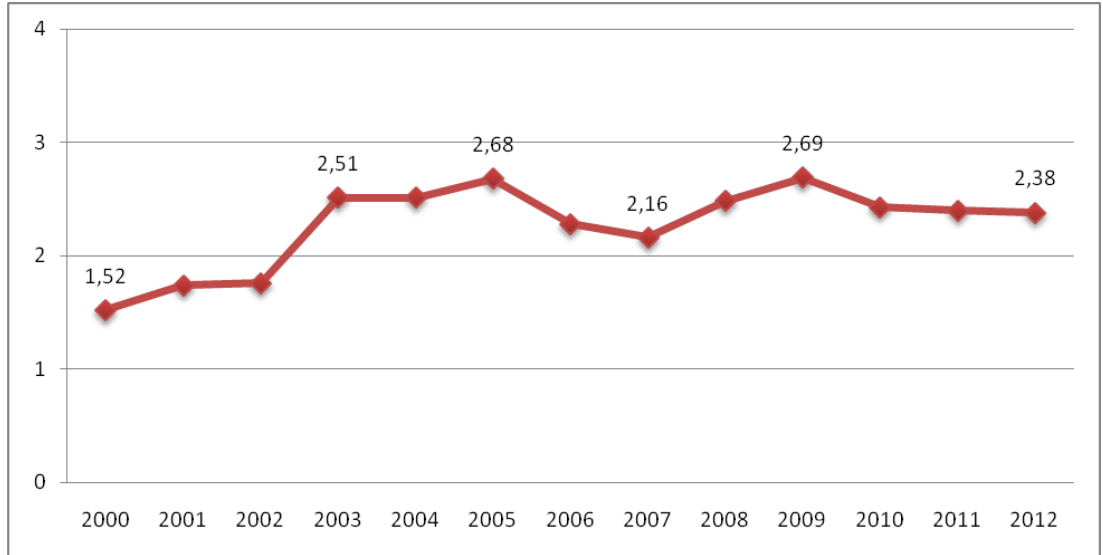
Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan “Turizm 2020 Yılı Vizyonu” çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,5 milyar kişi, toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD Doları olacağı, 2020 yılına ait uluslararası toplam turizm pazarının % 49,2’sini Almanya, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, İngiltere, Fransa, Hollanda, Kanada, Rusya Federasyonu ve İtalya’nın oluşturacağı, 717 milyon kişiyle Avrupa’nın en çok turist kabul eden bölge olmayı sürdüreceği, ancak dünya turizminden 1996 yılında ortalama % 60 pay alan Avrupa turizminin payının, % 46’ya düşeceği öngörülmektedir.

Bölgelerin uluslararası turizm pazarından aldığı paylar açısından Avrupa’nın, en fazla turist kabul eden bölge olarak kalmakla birlikte büyüme ortalamasının % 3,1 olarak dünya ortalamasının altında kalacağı, Çin’in de yer aldığı Doğu Asya/Pasifik Bölgesinin yıllık % 7 büyümeyle pazar payını % 27’ye yükselterek, % 18’de kalan Amerika’nın da önünde yer alacağı, 2020 yılında Afrika ülkelerinin pazar payının % 5, Orta Doğu ülkelerinin % 4, Güney Asya ülkelerinin payının ise % 1 olacağı tahmin edilmektedir. Önümüzdeki yıllarda turizmdeki gelişmenin önemli özelliklerinden biri de uzak ülkelere gelen turistlerin artış göstereceğidir. Uzak ülkelere gelen turistlerin payının Avrupa’da % 12’den % 15’e, Amerika’da % 23’ten % 38’e, Orta Doğu’da % 58’den % 63’e, Güney Asya’da % 76’dan % 86’ya yükseleceği; ilk kez seyahat edecek olan yoğun kitlelerin başlangıçta yakını tercih edeceği, bölgeler içi turistlerin payının Doğu Asya/Pasifik’te % 79’dan % 83’e, Afrika’da % 58’den % 64’e ulaşacağı tahmin edilmektedir (Toprak, 2008:85).

Yine Tablo 5’te Türkiye’nin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı paylar görülmektedir. Bu verilere göre, Türkiye bu dönemde uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payı arttırmıştır. 2000 yılından 2012 yılına gelindiğinde uluslararası turizm gelirlerinden alınan pay % 1,52’den %2,38’e yükselmiştir. Ülkelerarası rekabetin yoğun olduğu turizm sektöründe ulusal turizm gelirlerinin artması sonuçta uluslararası turizm hareketlerinden alınan payında artışını getirmiştir. Burada ilginç görünen bir durumda küresel ekonomik kriz sonrasında (2009 yılı) uluslararası turizm gelirlerinin azalmasına karşın Türkiye’nin turizm gelirlerinden aldığı payı arttırmış olmasıdır. Grafik 2’de Türkiye’nin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payların gelişimi görülmektedir. Bu paylar 2005-2007 yılları

arasında azalma eğilimine girse dahi genel olarak incelenen dönemde artış eğiliminde olduğu söylenebilir.

Grafik 2: Uluslararası Turizm Gelirleri İçerisinde Türkiye'nin Payı (%)



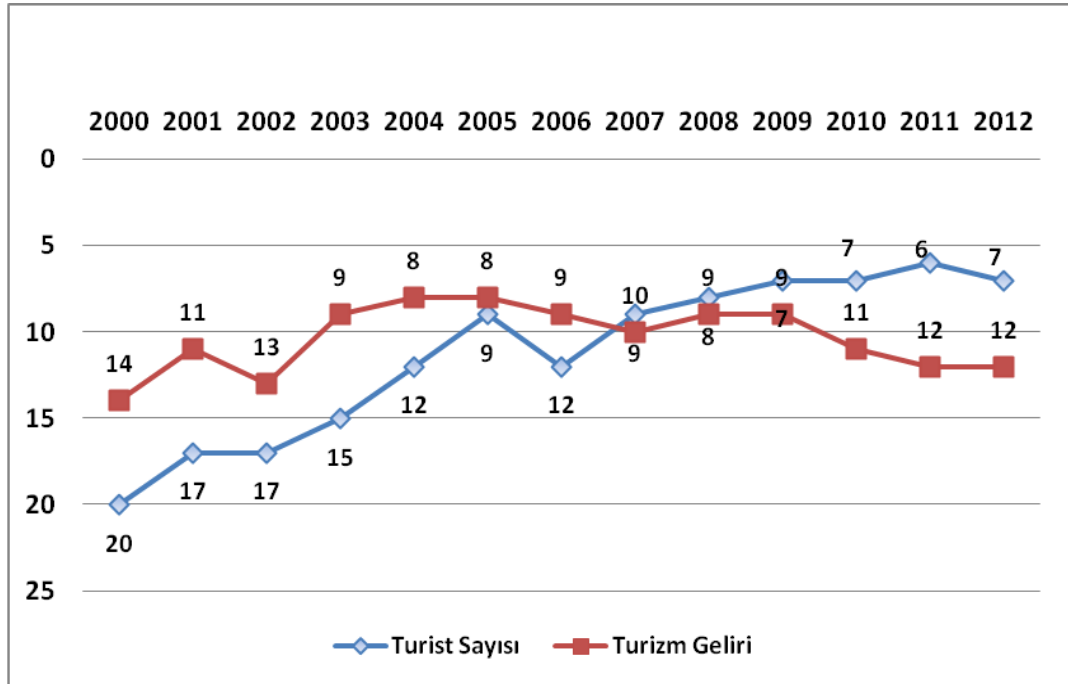
Kaynak: UNWTO, Kalkınma Bakanlığı.

Tablo 5’le ilgili son olarak, turizm gelirleri açısından Türkiye’nin dünya turizm sıralamasındaki konumuna bakılacak olunursa; Türkiye’nin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payların artışına paralel olarak sıralamadaki yerini de yükselttiği görülmektedir. Türkiye 2000 yılında turizm gelirleri sıralamasında on dördüncü iken 2005 yılında sekizinciliğe yükselmiştir. Sonraki yıllarda ise, Honkong ve Tayland gibi ülkelerin üst sıralara gelmesiyle on ikinci sıraya gerilemiştir.

Grafik 3’te Türkiye’nin 2000-2012 yılları arasında turist sayısı ve turizm gelirleri açısından dünyadaki konumu gösterilmiştir. Her iki açıdan da dünya turizm sıralamasında yükselme kaydettiği ve hem turist sayısı hem de turizm geliri açısından artış trendinde olduğu söylenebilir. Özellikle son 13 yıllık dönemde turist sayısı açısından Türkiye yirminci sıradan yedinci sıraya yükselerek ülkeye turist çekme konusunda önemli bir başarı elde etmiştir.

Türkiye, 2000 yılında turist sayısı bakımından dünyada 20. sırada yer alırken, 2011 yılında İngiltere'yi geçerek 6. sıraya yükselmiştir. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, 2002-2010 yılları arasında turist sayısı bakımından dünyada % 34,6'lık bir büyüme yaşanırken, Türkiye bu oranın üzerinde bir artış sergilemiştir (Erol ve Hassan, 2013:6).

Grafik 3: Dünya Turizm Sıralamasında Türkiye (Sıra No)



Kaynak: UNWTO.

Ancak Grafik 3'te de görüldüğü gibi, turist sayısı sıralamasındaki artışa paralel olarak turizm gelirleri sıralamasında aynı oranda artış veya bir başarı yakalanamamıştır. Özellikle son üç yılda dünya turizm gelirleri sıralamasında gerileme yaşanmıştır. Turist sayısının önemli oranda artışına rağmen turizm gelirlerinin aynı oranda artış gösterememesi Türkiye'nin turizm politikası açısından üzerinde önemle durulması gereken bir durumdur.

Tablo 6’da 2000-2012 yılları arasında Türkiye’yi ziyaret eden yabancı turist sayısı, Türkiye’nin turizm geliri ve dolar bazında turistlerin yapmış oldukları ortalama harcama verileri bulunmaktadır. Bir önceki tabloda (Tablo 5) dünya turizm gelirleri verilerine uyumlu olması açısından milyar dolar olarak verilen Türkiye turizm gelirleri bu tablo ve sonraki tablolarda milyon dolar olarak incelenecektir.

Tablo 6: Türkiye’de Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri(Milyon \$)

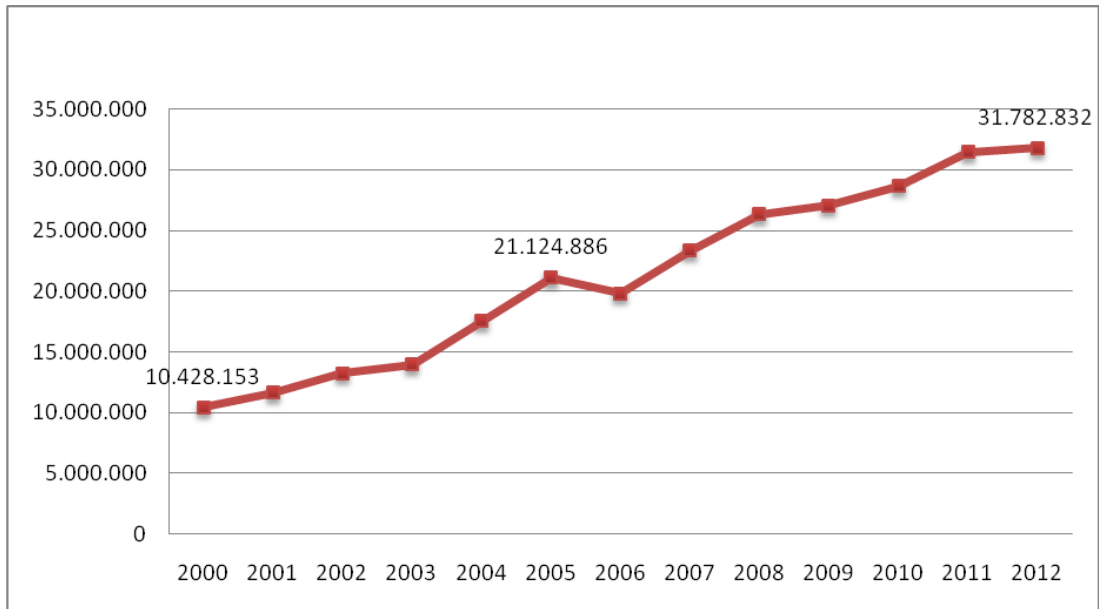
YILLAR	TURİST SAYISI	TURİZM GELİRİ	ORTALAMA HARCAMA (\$)
2000	10.428.153	7.636	732
2001	11.619.909	8.090	696
2002	13.248.168	8.479	640
2003	13.956.405	13.203	946
2004	17.548.384	15.888	905
2005	21.124.886	18.152	859
2006	19.819.833	16.853	850
2007	23.340.911	18.487	792
2008	26.336.667	23.365	887
2009	27.077.114	22.980	849
2010	28.632.204	22.585	789
2011	31.456.076	25.054	796
2012	31.782.832	25.653	807

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve KTB verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Öncelikle Türkiye’yi ziyaret eden turist sayılarına bakacak olursak; incelemeye konu olan son 13 yıllık dönemde 3 kat artış olmuştur. Bu dönemde turist sayıları 10.428.153 kişiden 31.782.832 kişiye ulaşmıştır. Bu dönemde turist sayılarındaki artış trendi sürekli pozitif olmuştur. Yıllar içerisinde en göze çarpan artış oranı 2003-2004 yılları arasında yaşanmıştır. 2003 yılında 13.956.405 kişi olan turist sayısı % 26 artarak 17.548.384 kişiye ulaşmıştır. Bir sonraki yılda yüksek oranda artış devam etmiş ve 2005 yılında turist sayısı 21.184.886 kişiye yükselmiştir. Bu yılda da %20’lik artış olmuştur.

Ancak devamında yani 2006 yılında turist sayısında % 9'luk bir azalış olmuş ve 19.819.833 kişiye düşmüştür. İncelenen yıllar içerisinde turist sayısındaki tek azalış bu yılda gerçekleşmiştir. Türkiye'ye gelen turistlerin çoğunluğunun Avrupa ülkelerinden olduğunu göz önüne alırsak, bu yılda yaşanan düşüşe Almanya'da gerçekleşen 2006 Dünya Kupası organizasyonu sebep olarak gösterilebilir. Turist sayısı açısından ilgi çekici bir noktada 2008 küresel ekonomik kriz sonrasında dünya genelinde düşüş olmasına rağmen Türkiye'ye gelen turist sayısında artış görülmüştür. Ancak kriz yine de artış hızının azalmasına sebep olmuştur.

Grafik 4: Türkiye'yi Ziyaret Eden Turist Sayısı (2000-2012)



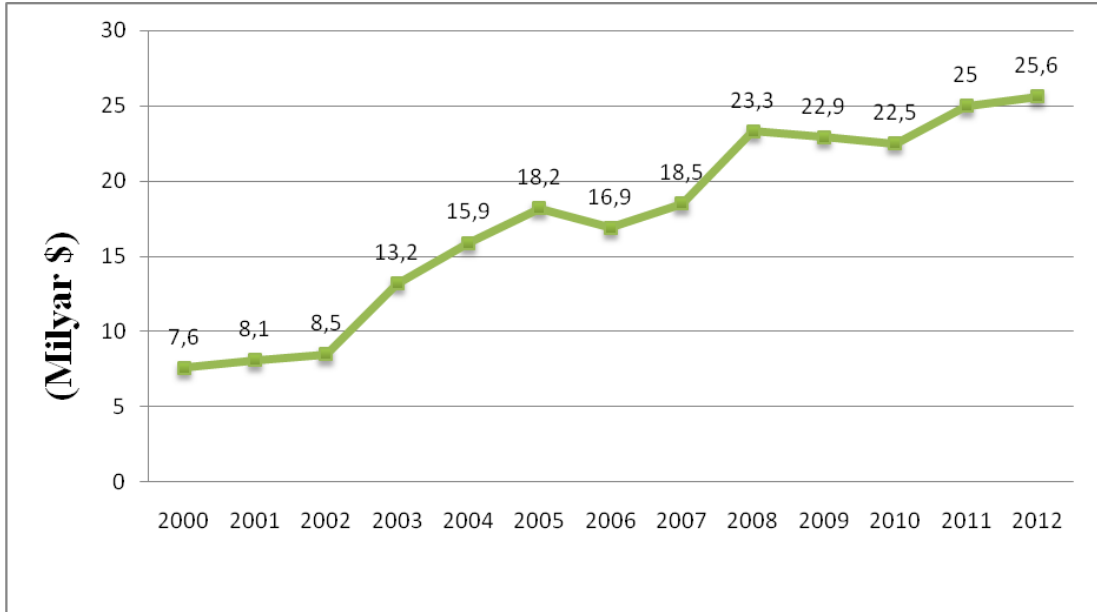
Kaynak: Kalkınma Bakanlığı

Grafik 4'te de Türkiye'yi ziyaret eden turist sayılarının gelişimi gösterilmektedir. Grafikte de turist sayısının hızla yükselen bir eğilim izlediği görülmektedir.

Türkiye'nin turizm gelirleri de uluslararası eğilime bağlı olarak yıllar itibariyle sürekli artış göstermiştir. 2000-2012 yılları arasında % 236'lık bir artış hızı yakalamıştır. Bu dönemde turizm gelirleri 7.636 milyon dolardan 25.653 milyon dolara yükselmiştir. İncelenen dönem içerisinde en çarpıcı artış 2002-2003 yılları arasında yaşanmıştır. 2002 yılında turizm gelirleri 8.479 milyon dolar iken 2003 yılına gelindiğinde % 55 oranında artarak 13.203 milyon dolara ulaşmıştır. Takip

eden yıllarda da artış sürmüştür 2004 yılında % 20 ve 2005 yılında da % 14 olarak gerçekleşmiştir. Özellikle 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinden sonra turizm gelirlerinin önemli derecede artması krizden çıkış noktasında da turizm sektörünün önemini göstermektedir.

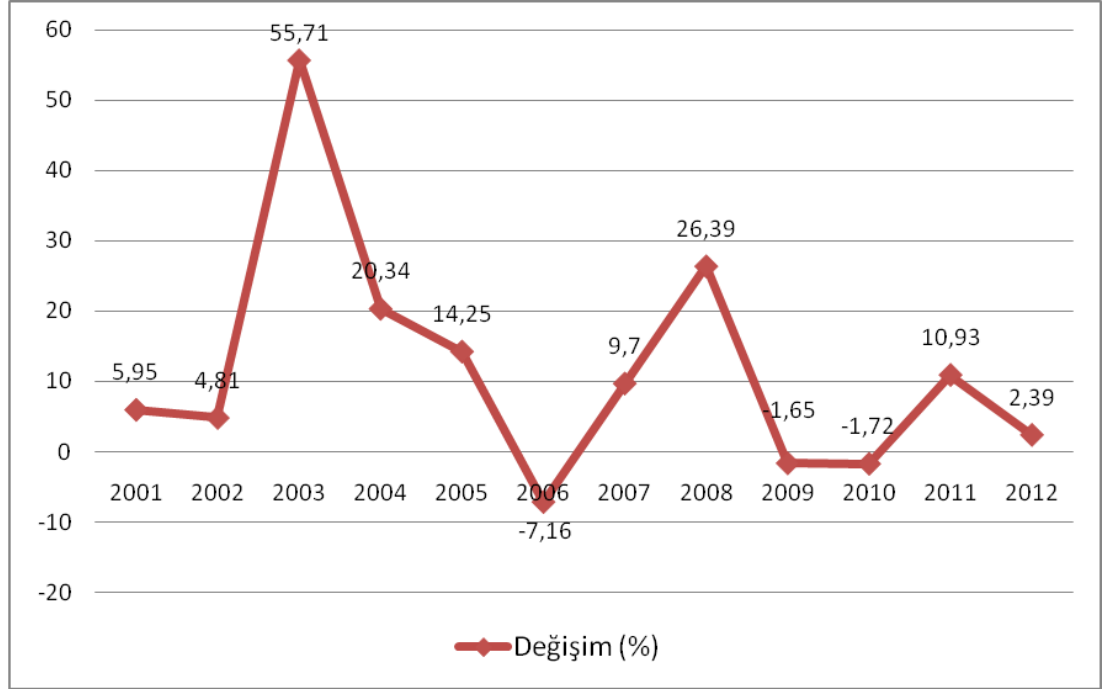
Grafik 5: Yıllar İtibari İle Türkiye’de Turizm Gelirleri (2000-2012)



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı

Son 13 yılda turizm gelirleri üç ayrı dönemde azalma göstermiştir. Yukarıda da değinildiği gibi turist sayısındaki azalmaya paralel olarak, turizm gelirleri 2006 yılında % 7 oranında düşmüştür. Yine 2008 küresel ekonomik kriz sonrasında 2009 ve 2010 yıllarında da sırasıyla % 1,65 ve %1,72’lik azalışlar yaşanmıştır.

Kriz sonrası uluslararası turizm gelirlerinin %9,5 azaldığını göz önüne alınırsa, Türkiye’nin turizm gelirlerinde ki azalışın sınırlı kaldığı söylenebilir. Ancak bu noktada dikkat çeken bir durumda, 2010 yılında uluslararası turizm gelirlerinde tekrar artış olmasına rağmen Türkiye’nin turizm gelirlerinde azalış görülmesidir.

Grafik 6: Yıllar İtibari İle Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Değişimi (%)

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı

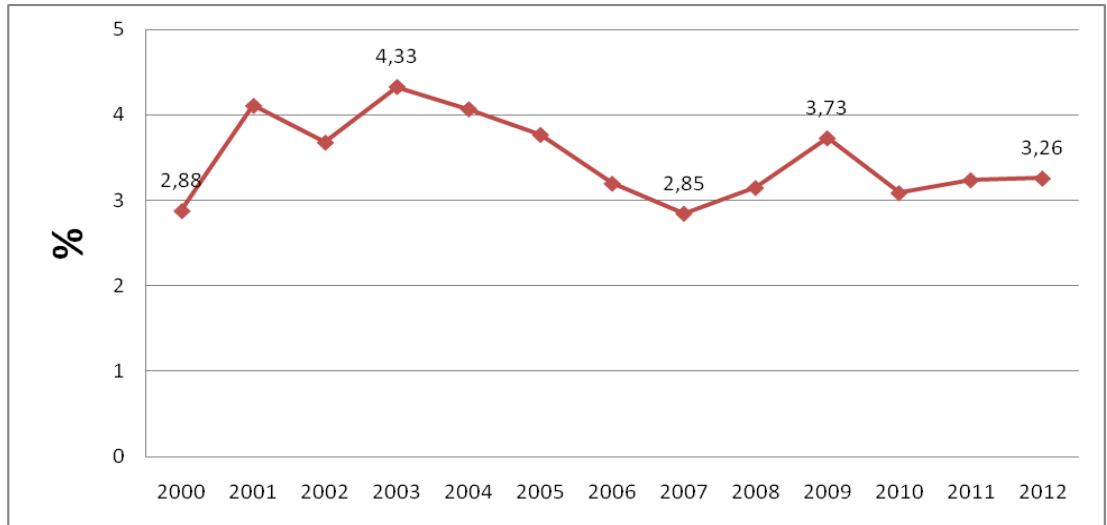
Tablo 6’nın üçüncü kısmında ise yıllar itibariyle Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin yapmış oldukları ortalama harcama verileri görülmektedir. Ortalama harcamaya turist başına düşen gelirde denebilir. Turistlerin Türkiye’de yaptıkları ortalama harcama miktarları genelde 700 ile 900 dolar arasında gerçekleşmiştir. 13 yıllık dönemin ortalaması alındığında da turist başına düşen gelir 811 dolardır. Turistlerin Türkiye’de yaptıkları ortalama harcamalar 1000-1100 dolar aralığında olan dünya ortalamasının altında kalmaktadır. Bu noktada denilebilirki, Türkiye’de turist sayısında artış hızının yüksek olmasına rağmen turizm gelirlerinde aynı artış hızının yakalanamamasının bir sebebidir turistlerin yapmış oldukları ortalama harcamanın düşük kalmasıdır.

Turizm gelirlerinin ülke ekonomisi içerisinde ne kadar öneme sahip olduğunun bir göstergesidir turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payıdır. Tablo 7’de bu konuyla ilgili veriler bulunmaktadır.

Tablo 7: Turizm Gelirlerinin GSYİH İçerisindeki Payı

YILLAR	GSYİH (Milyon \$)	Turizm Gelirleri (Milyon \$)	GSYİH İçerisindeki Payı (%)
2000	265.384	7.636	2,88
2001	196.736	8.090	4,11
2002	230.494	8.479	3,68
2003	304.901	13.203	4,33
2004	390.387	15.888	4,07
2005	481.497	18.152	3,77
2006	526.429	16.853	3,20
2007	648.754	18.487	2,85
2008	742.094	23.365	3,15
2009	616.703	22.980	3,73
2010	731.608	22.585	3,09
2011	773.980	25.054	3,24
2012	785.721	25.653	3,26

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Grafik 7: GSYİH İçerisinde Turizmin Payı (%)

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK

Buna göre Türkiye ekonomisinde turizm gelirlerinin payı genelde %3-4 aralığında olmuştur. Bu verilere göre Türkiye turizm potansiyeli yüksek olmasına rağmen tam anlamıyla bir turizm ülkesi değildir. Çünkü turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payı düşüktür. Yine 2000-2012 yılları arasında turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payının yükselip alçalan bir seyir izlediğini Grafik 7’de görebiliriz. Ayrıca turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payına bakıldığında, incelenen dönem içerisindeki iki kriz döneminde de (2000 Kasım-2001 Şubat ve 2008 küresel kriz) turizm gelirlerinin payının diğer dönemlere oranla yüksek olduğu görülmektedir. Bu paylar 2001 yılında %4,11 ve 2008 yılında 3,15 ve sonrasında 2009 yılında 3,73 olarak gerçekleşmiştir. Bu noktadan hareketle, turizm gelirlerinin kriz dönemlerinde ülkeye gelir getirici diğer ekonomik sektörlere oranla daha dirençli olduğu ve GSYİH’a katkısının arttığı söylenebilir.

Tablo 8: Türkiye’nin Turizm Gelir – Gider Dengesi (Milyon \$)

Yıllar	Turizm Gelirleri	Değişim %	Turizm Giderleri	Değişim %	Gelir – Gider Dengesi
2000	7.636	---	1.711	---	5.925
2001	8.090	5,95	1.738	1,58	6.352
2002	8.479	4,81	1.880	8,17	6.599
2003	13.203	55,71	2.113	12,39	11.090
2004	15.888	20,34	2.524	19,45	13.364
2005	18.152	14,25	2.870	13,71	15.282
2006	16.853	-7,16	2.742	-4,46	14.111
2007	18.487	9,70	3.260	18,89	15.227
2008	23.365	26,39	3.504	7,48	19.861
2009	22.980	-1,65	4.147	18,35	18.833
2010	22.585	-1,72	4.826	16,37	17.759
2011	25.054	10,93	4.976	3,11	20.078
2012	25.653	2,39	4.324	-13,10	21.329

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve KTB verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye'nin turizm gelirlerini inceledikten sonra şimdide turizm giderlerine ve gelir-gider dengesine bir göz atalım. Tablo 8'de turizm gelirleri ve yıllar itibari ile değişiminin yanı sıra turizm giderleri, giderlerde yaşanan değişim ve turizm gelirleriyle giderlerinin farkını alarak hesapladığımız gelir-gider dengesi verileri bulunmaktadır. Tablo 8 ile ilgili vermemiz gereken başka bir bilgi ise; ülke vatandaşlarının yurtdışında yaptığı harcamaların turizm giderleri olarak ele alındığıdır.

Turizm giderlerinin son 13 yıldaki genel durumuna bakıldığında; sürekli bir artış kaydettiği ve 2000 yılından 2012 yılına gelindiğinde 3 kat artarak 4.324 milyon dolara ulaştığı görülmektedir. Turizm giderlerinin ülkeden döviz çıkışına dolayısıyla cari işlemler açığının artmasına sebep olması göz önüne alınarak bu artışın olumsuz bir durum oluşturduğu söylenebilir. Ancak diğer yandan, Türkiye vatandaşlarının sürekli turizm harcamalarını arttırması Türkiye'de son 13 yılda bir gelir veya bir refah artışı olduğunun göstergesi de olabilmektedir.

İncelenen dönemde turizm giderleri de turizm gelirlerine paralel bir şekilde gelişme göstermiştir. Turizm gelirlerinin arttığı dönemde artmış azaldığı dönemde ise azalmıştır. Bu durumun bir istisnası, 2012 yılında yaşanmıştır. Bu yılda turizm gelirleri bir önceki yıla göre, %2,39 artarken turizm giderleri %13,10'luk bir azalma göstermiştir. Turizm giderleri rakamlarında ilgi çekici bir durum da yine 2008 küresel ekonomik krizi sonrasında ortaya çıkmıştır. Kriz sonrası dönemde turizm gelirlerinde düşük bir azalma yaşanırken, Türkiye'nin turizm giderlerinde hem de diğer dönemlere oranla daha yüksek bir artış gerçekleşmiştir. 2009 yılında %18,35 ve 2010 yılında %16,37 oranlarında artışlar olmuştur. Yani dünyada yaşanan krize rağmen Türk vatandaşları turizm harcamalarını arttırmışlardır.

Turizm gelir gider dengesi ise 2000-2012 yılları arasında sürekli pozitif durumdadır. Yani sürekli Türkiye'nin turizm gelirleri turizm giderlerinin üzerinde olmuştur. Üstelik bu pozitif fark yıllar itibariyle sürekli artış göstermiş ve son 13 yıl içerisinde 4 kat artmıştır. 2000 yılında turizm gelir-gider dengesi 5.925 milyon dolar iken, 2012 yılında 21.329 milyon dolara yükselmiştir. Bu durum Türkiye'nin turizm gelirlerinin turizm giderlerine oranla daha hızlı bir artış kaydettiğini göstermektedir.

Turizmin ekonomi içindeki yerini gösteren en önemli göstergelerden biri de, turizmin dış ticaret içindeki yeridir. Bu bağlamda turizm gelirleri döviz girdisi oluşturduğu için ihracat, giderleri de döviz çıktısı oluşturduğu için ithalat olarak düşünülebilir.

Öte yandan hem ihracatta, hem de turizmde dış âlem geliri oluşturduğundan eş görevli iki kalem olmaktadır. Her ikisinde de, bir ekonomide üretilen mal ve hizmetin aynı biçimde yabancıya sunulması (satılması) olayı vardır. Bunun yanında, turizmin diğer ihracat sektörlerine oranla artıları daha fazladır. Örneğin, ihracata göre katma değeri daha yüksek, istihdam katkısı daha yüksek olan bir faaliyet biçimidir.

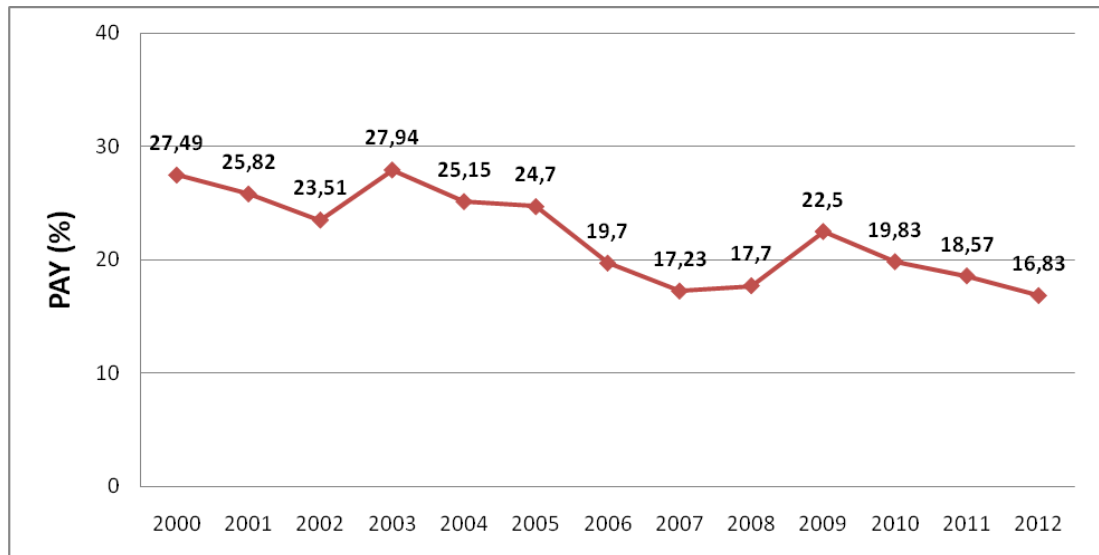
Tablo 9: Turizm Gelirlerinin İhracata, Giderlerinin İthalata Oranı (Milyon \$)

Yıllar	Turizm Gelirleri (1)	İhracat (2)	(1) / (2) %	Turizm Giderleri (3)	İthalat (4)	(3) / (4) %
2000	7.636	27.775	27,49	1.711	54.503	3,14
2001	8.090	31.334	25,82	1.738	41.399	4,20
2002	8.479	36.059	23,51	1.880	51.554	3,65
2003	13.203	47.253	27,94	2.113	69.340	3,05
2004	15.888	63.167	25,15	2.524	97.540	2,59
2005	18.152	73.476	24,70	2.870	116.774	2,46
2006	16.853	85.535	19,70	2.742	139.576	1,96
2007	18.487	107.272	17,23	3.260	170.063	1,92
2008	23.365	132.027	17,70	3.504	201.963	1,73
2009	22.980	102.143	22,50	4.147	140.928	2,94
2010	22.585	113.883	19,83	4.826	185.544	2,60
2011	25.054	134.907	18,57	4.976	240.842	2,07
2012	25.653	152.462	16,83	4.324	236.545	1,83

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜİK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 9’da turizm gelirlerinin dış ticaretteki yerini gösteren veriler bulunmaktadır. Bu veriler tabloda turizm gelir – gideri, dış ticaret (ihracat-ithalat) rakamları ve turizm gelirlerinin ihracata, giderlerinin ithalata oranlarını gösteren veriler şeklinde gösterilmiştir. İhracat ve ithalatın yıllar itibariyle seyrini incelemekten doğrudan turizmin dış ticaretteki yerini gösteren verilere odaklanılacak olunursa, turizmin her iki açıdan da bakıldığında dış ticarete olumlu katkılarının olduğu söylenebilir. Çünkü turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranının ithalata oranla daha yüksek olduğu verilerden anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, turizm ülkeden döviz çıkmasından çok ülkeye döviz girmesine sebep olmaktadır. 2012 yılına gelindiğinde 2000 yılına göre turizm gelirlerinin ihracattaki payında kısmi bir düşüş yaşanmıştır. İncelenen dönem içerisinde turizmin ihracat içindeki payı ortalama % 22 seviyesinde olmuştur. Özellikle kriz yıllarında bu oranın daha da yükseldiği görülmektedir. Bu sebeple denilebilir ki, turizm kriz dönemlerinde diğer ihracat sektörlerine oranla daha az etkilenen deyim yerinde ise ekonomide can simidi olabilecek bir sektör konumundadır. Grafik 8’de de 2000-2012 yılları arasında turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranının seyri görülmektedir.

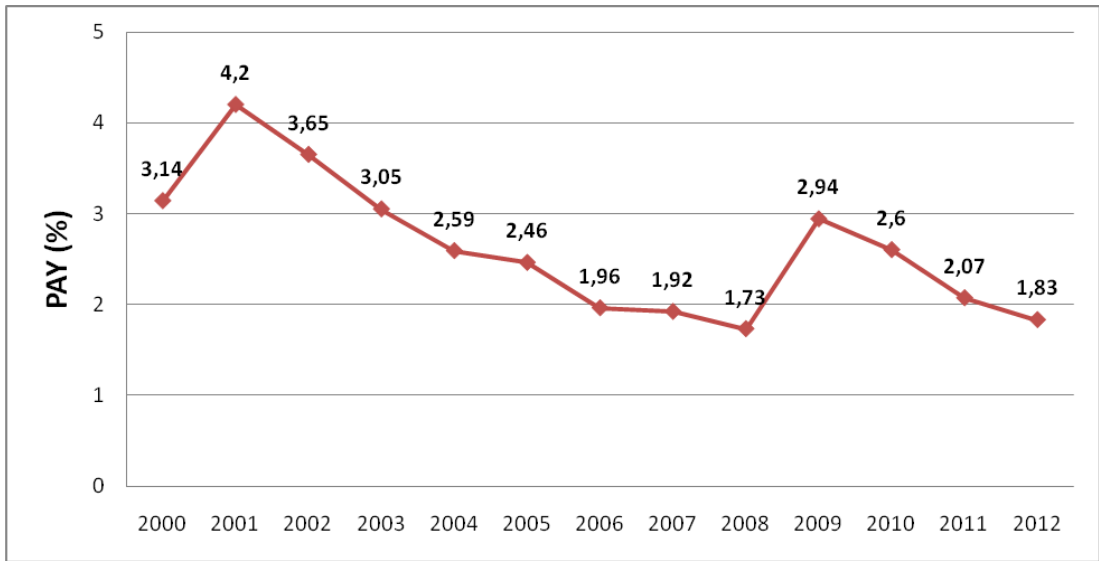
Grafik 8: Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (%)



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK

Turizm giderlerinin ithalata oranı da, ortalama % 2,6 seviyesinde gerçekleşmiştir. Turizm giderlerinin ithalat içerisindeki almış olduğu paylar Grafik 9'da gösterilmiştir. Buna göre turizm giderlerinin ithalata oranının 2000 yılından itibaren azalan bir seyir izlediği görülmektedir. İncelenen dönemde turizm giderlerinin arttığı göz önüne alındığında, bu artışa rağmen ithalata oranının düşük kalması hatta daha da azalıyor olması bu görüşü desteklemektedir.

Grafik 9: Türkiye’de Turizm Giderlerinin İthalata Oranı (%)



Kaynak: TÜİK

Turizmin dış ticaretteki yerini inceledikten sonra, şimdi de turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapamadaki payına bakalım. Tablo 10’da bu konu çerçevesinde turizm gelirlerinden turizm giderlerinin düşülmesiyle elde edilen net turizm geliri, dış açık rakamları ve dış açığı kapamada turizmin payıyla ilgili veriler bulunmaktadır. Konu edilen dönemde Türkiye’de dış ticaret dengesinin sürekli açık vermesinden dolayı direkt olarak veriler dış açık başlığıyla verilmiştir.

Bir ülkenin ithalatının ihracatından fazla olması durumunda oluşan fark (dış ticaret açığı), döviz açığı oluşturmaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi, turizm gelirlerinin döviz girdisi oluşturduğu için ihracat, giderlerinin de döviz çıktısı oluşturduğu için ithalat gibi düşünülürse, turizmin dış ticaret açığı dolayısıyla döviz açığını kapatmada ihracat ve ithalat kadar önemli bir faktör olduğu söylenebilir.

Tablo 10: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapamadaki Payı (Milyon \$)

YILLAR	NET TURİZM GELİRİ	İHRACAT	İTHALAT	DIŞ AÇIK	TURİZMİN DTA KAPAMA PAYI(%)
2000	5.925	27.775	54.503	26.728	22,17
2001	6.352	31.334	41.399	10.065	63,11
2002	6.599	36.059	51.554	15.495	42,59
2003	11.090	47.253	69.340	22.087	50,21
2004	13.364	63.167	97.540	34.373	38,88
2005	15.282	73.476	116.774	43.298	35,29
2006	14.111	85.535	139.576	54.041	26,11
2007	15.227	107.272	170.063	62.791	24,25
2008	19.861	132.027	201.963	69.936	28,40
2009	18.833	102.143	140.928	38.785	48,56
2010	17.759	113.883	185.544	71.661	24,78
2011	20.078	134.907	240.842	105.935	18,95
2012	21.329	152.462	236.545	84.083	25,37

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır

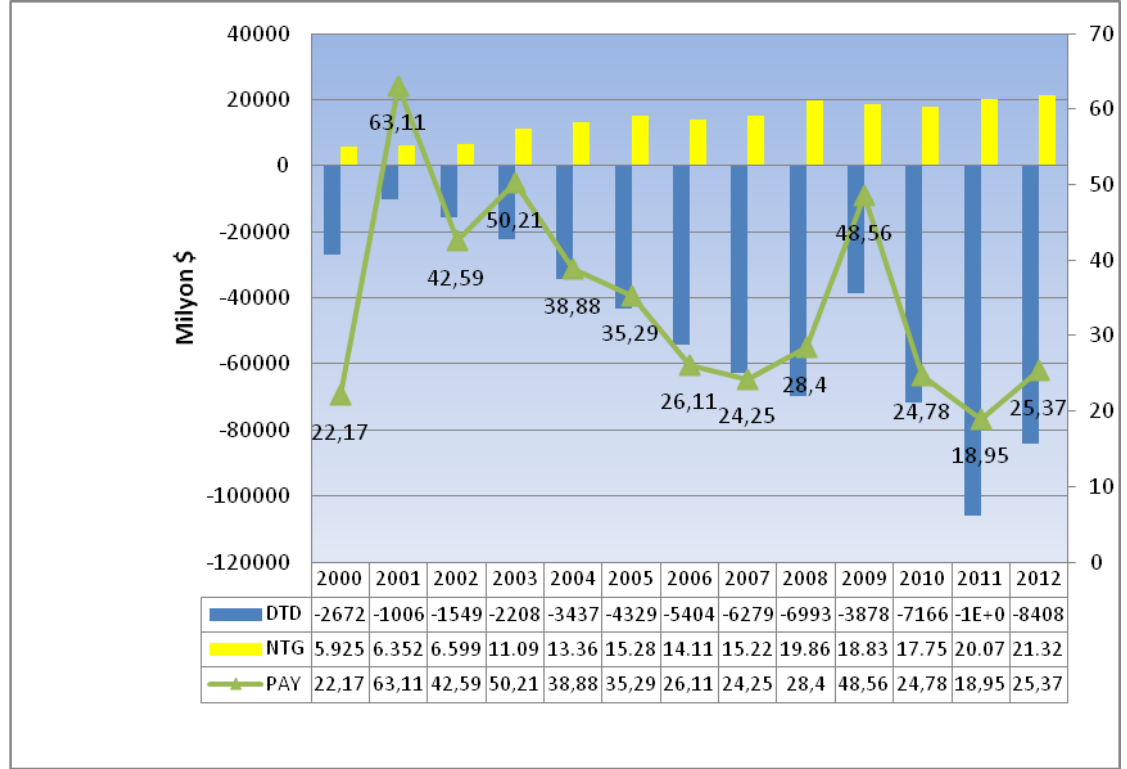
Dış ticaret açığını kapamada turizmin payı, turizm gelirlerinden turizm giderleri düşüldükten sonra ortaya çıkan net turizm geliri rakamının, ihracat gelirlerinden ithalat giderleri düşüldükten sonra ortaya çıkan dış ticaret dengesi rakamına bölünmesi suretiyle bulunur.

$$\text{Karşılama Oranı} = \frac{\text{Ulusal Turizm Dengesi (Net Gelir)}}{\text{Dış Ticaret Dengesi (İhracat – İthalat)}}$$

Tablo 10'daki verilere göre 2000 – 2012 yılları arasında turizmin dış ticaret açığını kapamadaki payı ortalama % 34 olmuştur. Türkiye ekonomisinin sürekli dış ticaret açığı verdiği göz önüne alındığında bu rakam iyimser gözükmemektedir. Özellikle kriz dönemleri ve sonrasında, bu rakamın ortalamanın üstüne çıkması turizmin dış ticaret açığını gidermede ne kadar önemli bir faktör olduğunu gözler

önüne sermektedir. Ancak dış ticaret açığının yüksek olduğu 2006, 2007, 2008, 2011,2012 gibi yıllarda turizmin de dış açığı kapamadaki payı düşmekte ve ortalamanın altında kalmaktadır.

Grafik 10: Dış Ticaret Açığını Kapamada Turizmin Payı (%)



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK

Grafik 10'da dış ticaret açığını kapamada turizmin payının yıllar itibari ile gelişimi gösterilmektedir. Grafikte DTD; Dış Ticaret Dengesini, NTG; Net Turizm Gelirlerini ifade etmektedir ve bu iki gösterge de çubuk grafik halinde gösterilmiştir. Pay ise turizmin dış ticaret açığını kapamadaki payını temsil etmekte ve çizgi grafik halinde gösterilmiştir. Buna göre; grafikte de turizmin dış ticaret açıklarını kapamada payının giderek azaldığı ve özellikle kriz dönemleri ve sonrasında dış ticaret açığını kapamada ki payının arttığı görülmektedir.

Tablo 11: Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Açığını Kapamadaki Payı
(Milyon \$)

YILLAR	NET TURİZM GELİRİ	CARİ İŞLEMLER DENGESİ	TURİZMİN CARİ AÇIĞI KAPAMA PAYI(%)
2000	5.925	- 9.920	59,73
2001	6.352	- 3.760	168,94
2002	6.599	626	-----
2003	11.090	- 7.554	146,81
2004	13.364	- 14.198	94,13
2005	15.282	- 21.449	71,25
2006	14.111	- 31.836	44,32
2007	15.227	- 37.781	40,30
2008	19.861	- 40.438	49,11
2009	18.833	- 12.168	154,77
2010	17.759	- 45.447	39,08
2011	20.078	- 75.092	26,74
2012	21.329	- 48.507	43,97

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı, TUİK ve TCMB verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır

Cari işlemler bilânçosunda yer alan mal, hizmet dışsatımından ve tek yanlı transferlerden elde edilen döviz gelirlerinin; mal, hizmet dışalım ve tek yanlı transferler için yapılan döviz giderlerinden az, yani cari işlemler bilânçosunun eksi verdiği duruma cari işlemler açığı denmektedir. Özetle, cari açık bir ülkenin ürettiğinden daha fazla harcaması anlamına gelir ve ülkeler ürettiğinden fazla yaptığı bu harcamayı diğer ülkelerden borçlanarak karşılarlar. O ülkedeki net turizm geliri turizm hareketleri sonucunda ülkeye giren döviz miktarını ifade eder, böyle bir durumda da cari açığın kapanmasına yardımcı olur.

2000 yılı sonrasında sadece bir yıl haricinde Türkiye'nin cari işlemler dengesinin sürekli açık verdiği Tablo 11'de görülmektedir. Sadece 2002 yılında, 2001 Şubat krizi ve krizde uygulanan devalüasyon sonucunda Türkiye ekonomisinde cari işlemler açığı olmamıştır. Cari işlemler dengesi yıldan yıla büyük farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin 2000 yılında 9.920 milyon dolar olan açık, sonraki yıllarda bir miktar azalmış 2002 yılında 626 milyon dolar fazlaya dönüşmüş, 2004 yılı ve sonrasında da cari açık artarak devam etmiştir. Son üç yılda cari işlemler dengesi yine önemli açıklarla sonuçlanmıştır.

Net turizm gelirlerinin cari işlemler dengesine oranı sadece açık veren yıllar için bir anlam taşımaktadır. Onun için tabloda 2002 yılında turizmin cari açığı kapama payı hesaplanmamıştır. Bu oran 2000 yılında % 59 iken izleyen yıllarda dalgalı bir artışla 2001 yılında % 168'e, 2003 % 146'a yükselmiştir. Yapılan karşılaştırma döneminde en yüksek değerine de 2001 yılında % 168 ile ulaştığı görülmektedir. İncelenen 13 yıl içinde turizmin cari açığı kapama payı ortalama % 78 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ekonomisinin kriz yaşadığı dönemlerde alınan tedbirlerden sonra cari açığın düşmesi ve turizm gelirlerinden daha düşük kalması, bu yıllarda turizmin cari açığı kapama payının yüksek olmasına sebep olmuştur.

Tablo 12 ve 13'te de turizm gelirlerinin aylara göre dağılımıyla ilgili veriler bulunmaktadır. Bu veriler aynı formatta ve iki tablo halinde sunulmuştur. 2000 yılından bu yana turizm gelirlerindeki önemli artışlar aylık turizm gelirlerinde de görülmektedir. Türkiye'nin turizm arzı genelde yaz aylarına hitap ettiği için yaz aylarında turizm gelirleri daha yüksek gerçekleşmiştir. Genel olarak bakıldığında turizm gelirlerinin Mayıs ayı itibariyle yükseldiğini ve bu yükselişin Ekim ayına kadar sürdüğü görülmektedir. Yine bütün yıllarda Ağustos ayı turizm gelirlerinin en yüksek, Şubat ayı ise turizm gelirlerinin en düşük değerinde olduğu aylardır. Bu verilere göre Türkiye'de turizm sezonunun Mayıs – Ekim ayları arasında olduğu söylenebilir. Avrupa'da dini olarak kutsal sayılan Aralık ayında elde edilen turizm gelirlerinin diğer kış aylarına göre yüksek olmasının sebebi, bu ülkelerde bu ayda uzun süreli izinler verilmesiyle turizm hareketliliğine yol açılmasıdır.

Tablo 12: Aylara Göre Turizm Gelirleri I (Milyon \$)

AYLAR	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ocak	217	223	212	377	602	690	722
Şubat	216	216	262	418	503	548	549
Mart	302	298	421	406	608	757	731
Nisan	422	555	451	442	773	860	937
Mayıs	662	827	759	773	1165	1400	1245
Haziran	749	983	877	1044	1332	1500	1511
Temmuz	1054	1113	1126	1811	2155	2602	2356
Ağustos	1207	1315	1450	2880	3024	3453	3163
Eylül	1056	1127	1237	2341	2483	2762	2519
Ekim	984	825	978	1454	1729	1899	1450
Kasım	476	384	435	767	856	944	888
Aralık	291	224	271	490	658	737	782
TOPLAM	7.636	8.090	8.479	13.203	15.888	18.152	16.853

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

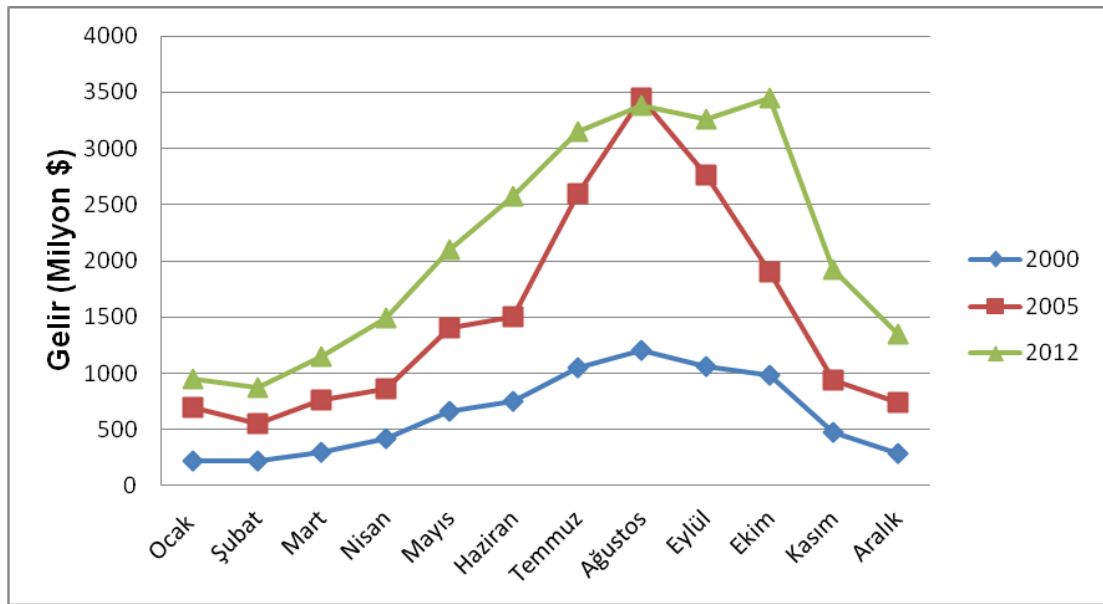
Tablo 13: Aylara Göre Turizm Gelirleri II (Milyon \$)

AYLAR	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Ocak	727	917	831	776	978	955
Şubat	624	827	752	760	953	875
Mart	811	1128	986	1012	1326	1148
Nisan	921	1128	1111	1130	1433	1494
Mayıs	1270	1837	1592	1761	2066	2103
Haziran	1537	2118	1967	2112	2410	2573
Temmuz	2583	3254	3121	2970	3371	3145
Ağustos	3404	4239	4079	3456	3487	3379
Eylül	2745	3128	3008	2853	3308	3266
Ekim	1855	2436	2759	2979	2984	3450
Kasım	1135	1345	1575	1640	1640	1918
Aralık	875	1008	1199	1136	1098	1347
TOPLAM	18.487	23.365	22.980	22.585	25.054	25.653

Kaynak: Kalkınma Bakanlığı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Aylardaki gelir ayırımının daha net görülebilmesi için aşağıdaki grafik çizilmiştir. Grafik 11’de incelenen 13 yılın başlangıç, orta ve son dönemini temsilen 2000, 2005 ve 2012 yıllarındaki aylık turizm gelirlerinin gelişimi görülmektedir. Buna göre bu üç yıl içerisinde 2005 yılı turizm gelirlerinde yaz aylarının etkisi daha fazla olmuştur.

Grafik 11: Yıllar İtibari İle Aylık Turizm Gelirleri(Milyon \$)



Kaynak: Kalkınma Bakanlığı ve TÜİK

Son olarak bu bölümde turizm gelirlerine etkisinin fazla olduğu düşünülerek, yıllar itibariyle turizm belgeli konaklama tesislerinin sayısı ve bu tesislerdeki odayla yatak sayıları incelenecektir. Konuyla ilgili veriler tablo 14’te verilmiştir. Tabloda tesis, odayla yatak sayıları turizm yatırımı belgeli ve turizm işletmesi belgeli olmak üzere iki kısımda incelenmiştir. Bu sebeple öncelikle turizm yatırım belgesi, turizm işletme belgesi ayrımları ve birbirine etkisinin iyi bilinmesi gereklidir. Turizm yatırım izniyle yapılan yatırım tamamlandıktan sonra, talep halinde yasal şartları karşılayan işletmelere turizm işletme belgesi verilir. Eğer yasal şartlarda noksanlık varsa bu noksanlık tamamlanıncaya kadar işletme belgesi verilmez.

Bu sebeple yatırımın konusuna, kapasitesine, sınıfı veya yıldız sayısına göre istenen şartların yatırım öncesi bilinmesi ve projelendirmenin buna göre yapılması gerekir. Buna göre (KTB; 2012: 2-3);

Turizm Yatırımı Belgesi, 21.06.2005 tarih ve 25852 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğe göre Turizm Yatırımı Belgesi Bakanlıkça turizm tesislerine yatırım aşamasında verilen belgeyi ifade eder.

Turizm İşletmesi Belgesi ise, aynı kanunun ilgili yönetmeliğine göre Bakanlıkça turizm tesislerine işletme aşamasında verilen belgeyi ifade eder.

Tablo 14: Yıllara Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı
(2000-2012)

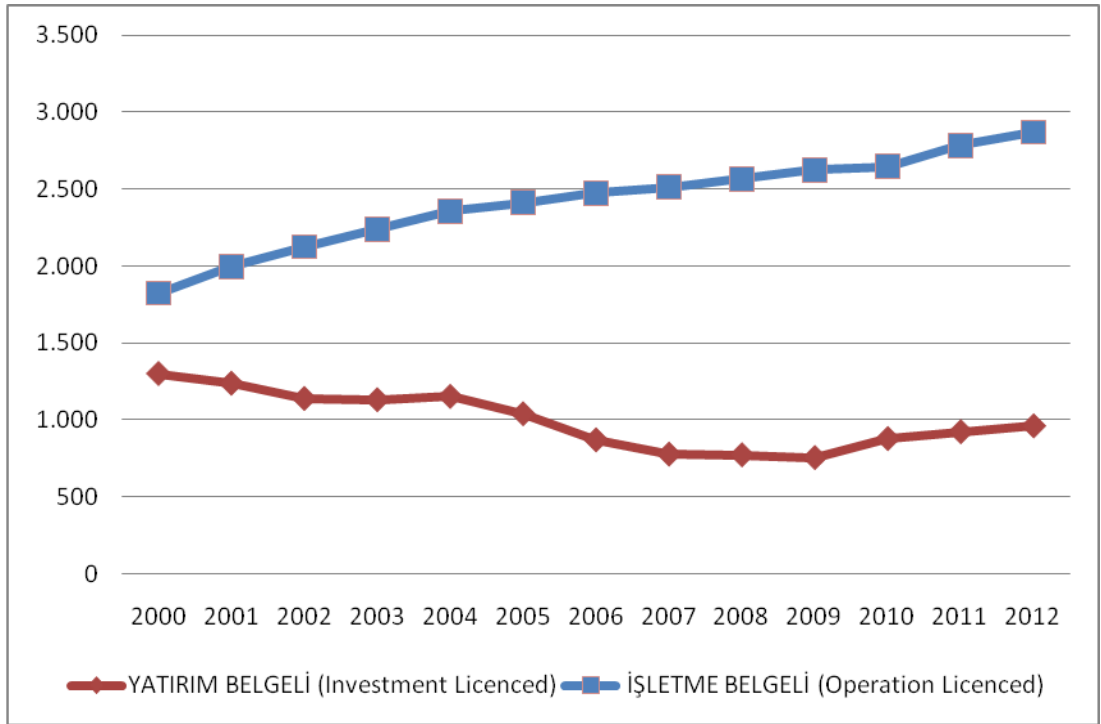
YILLAR	TURİZM YATIRIMI BELGELİ			TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2000	1.300	113.452	243.794	1.824	156.367	325.168
2001	1.237	106.683	229.047	1.998	177.371	368.819
2002	1.138	102.972	222.876	2.124	190.327	396.148
2003	1.130	11.984	242.603	2.240	202.339	420.697
2004	1.151	118.883	259.424	2.357	217.664	454.290
2005	1.039	128.005	278.255	2.412	231.123	483.330
2006	869	123.326	274.687	2.475	241.702	508.632
2007	776	112.541	254.191	2.514	251.987	532.262
2008	772	113.487	258.287	2.566	268.633	567.470
2009	754	103.119	231.456	2.625	289.383	608.765
2010	877	114.771	252.984	2.647	299.621	629.465
2011	922	122.364	267.900	2.783	319.319	666.829
2012	960	126 592	273 877	2 870	336 447	706 019

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Yıllara göre tesis sayısı incelendiğinde 2000 yılından itibaren turizm yatırımı belgeli tesis sayılarının giderek azaldığı görülmektedir. Buna mukabil turizm işletmesi belgeli tesis sayısı da artmaktadır. Tablo 14'teki verilere göre Türkiye'de 2000 yılında turizm işletmesi belgeli tesis sayısı 1.824 iken, ortalama %3,9'luk artışla 2012 yılında 2.870'e ulaşmıştır.

Veriler incelendiğinde özellikle 2005 yılından sonra, turizm yatırımı belgeli tesislerin turizm işletmesi belgeli tesislere dönüşümünün hızlandığı göze çarpmaktadır. Bu durumun sebebi Haziran 2005'te yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliktir. Ayrıca bu verilerden turizm yatırımlarının hızla sonuçlandığı bilgisi de anlaşılmaktadır.

Grafik 12: Yıllar İtibari İle Turizmde Tesis Sayısı

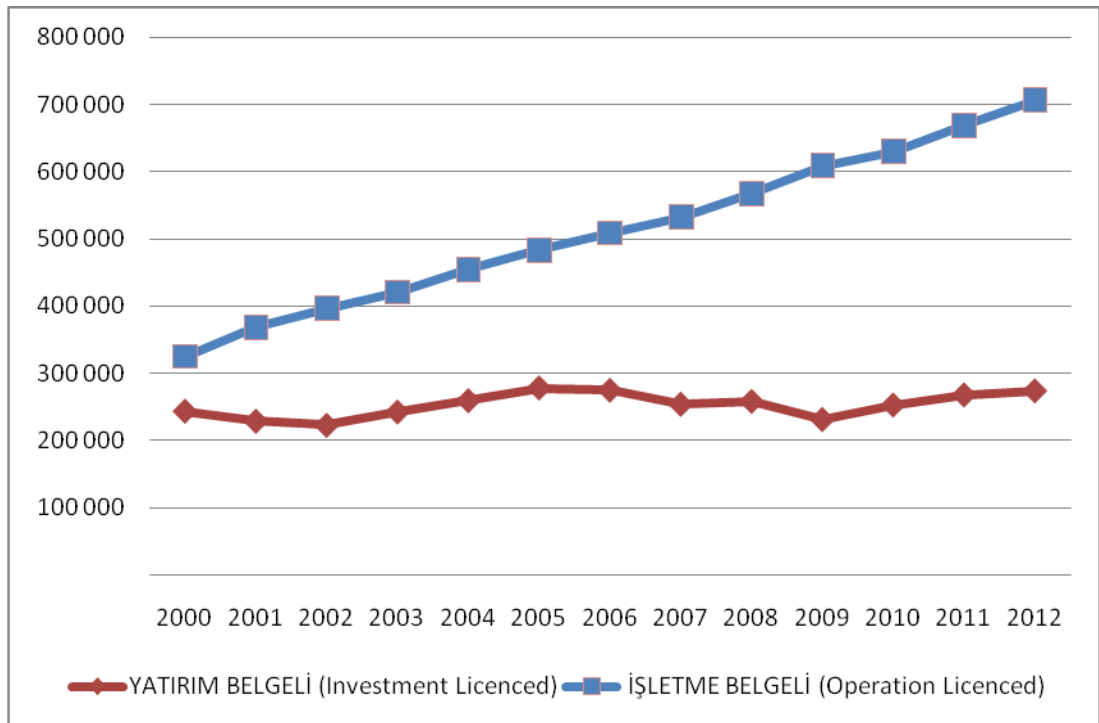


Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Direkt turizm arzını ilgilendirmesi açısından, yıllar itibari ile turizm işletmesi belgeli tesislerdeki oda ve yatak sayıları incelendiğinde, hızlı bir artışın gerçekleştiği görülmektedir. Oda ve yatak sayılarında 2000 yılından itibaren 2 katını aşkın bir artış olmuştur. 2000 yılında turizm işletmesi belgeli tesislerde oda sayısı 156.367 iken

2012 yılında 336.447'e ulaşmıştır. Yine aynı tesislerde yatak sayısı 325.168'den 706.019'a çıkmıştır. Elbette ki oda ve yatak sayısındaki bu hızlı artış Türkiye'de daha çok turist ağırlanmasına sebep olacaktır. Grafik 13'te de özellikle işletme belgeli tesislerdeki yatak sayısındaki hızlı artış seyri görülmektedir.

Grafik 13: Yıllar İtibari İle Turizmde Yatak Sayısı



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

ALTINCI BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN PERFORMANSINA ETKİ EDEN FAKTÖRLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde turizm sektörünün performansını etkileyen ekonomik faktörler ekonometrik çalışmayla incelenmiştir. Öncelikle literatürde konuyla ilgili yapılan çalışmalar değerlendirilerek gözden geçirilmiştir. Daha sonra uygulanacak ekonometrik yöntemler tanıtılmıştır. Araştırmanın analiz kısmı, ele alınan ekonometrik yöntemler çerçevesinde incelenmiş, elde edilen bulgular analiz edilmiştir.

6. 1. Literatür Taraması

Turizm ekonomisi üzerine yapılan ampirik çalışmalara bakıldığında, gerek yurtiçi gerekse yurtdışında genel olarak turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ampirik olarak incelendiği çok sayıda çalışmaya rastlanılmıştır. Turizm gelirleriyle ilgili yapılmış daha önceki çalışmalar uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasındaki ilişkiler üzerinde odaklanmışken, sonrasında yapılan çalışmalar turizmdeki gelişmenin uzun dönemde ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini araştırmak üstüne olmuştur. Yine bu alanda turist sayısı değişkenini bağımlı değişken olarak ele alıp, turizm talebini etkileyen faktörleri araştıran çalışmalar da mevcuttur.

Literatür taramasında turizm gelirlerini etkileyen ekonomik faktörlerin bire bir araştırıldığı makale bazında çalışmalara rastlanılmıştır. (Algieri 2006-2008; Thompson 2010; Payne 2002; Mohebi 2010; Mushtaq ve Zaman 2013; Dristakis 2004; Vogt 2008; Cheng 2013; Tse 2001; Di Matteo 1993; Anumat 2013; Jimenez 2002; Belloumi 2010; Balaguer 2002; Aktaş 2005; Işık 2010; Erkan vd. 2013; Kutlar vd 2012; Kara vd. 2012).

Yurtdışında yapılan çalışmalara bakıldığında, Mushtaq ve Zaman’ın(2013) Güney Asya İşbirliği Örgütü ülkeleri (Bangladeş, Butan, Nepal, Pakistan ve Sri Lanka) için yapmış olduğu makale görülmektedir. Çalışmada 1995-2011 yılları arasındaki veriler üzerinden Panel eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Buna göre

ekonometrik modelde turizm gelirleri bağımlı değişken iken, bağımsız değişkenler kişi başına düşen GSYİH, gayri safi sermaye oluşumu, ticari açıklık ve tüketici fiyat endeksi olmuştur.

Çalışma sonucunda ekonomik büyümenin turizm gelirleri üzerinde oldukça olumlu etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ticari açıklık değişkeninin turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Gayri safi sermaye oluşumunun ise turizm gelirleri üzerinde etkisinin olmadığı belirtilmiştir. Çalışmada turizm gelirlerinin arttırılması için enflasyon oranının da düşük kalması gerektiği belirtilmiştir.

Algieri (2006) yılında Rusya'nın turizm gelirlerini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Çalışmada 1993 Aralık ayı ile 2002 Ekim ayları arasındaki aylık veriler kullanılarak eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Çalışmada turizm gelirlerini etkileyen faktörler olarak dünyadaki toplam gelir (World GDP), reel efektif döviz kuru ve havayolu maliyetleri ele alınmıştır. Çalışma sonucunda turizm gelirleriyle dünyada ki toplam gelir, reel efektif döviz kuru ve havayolu maliyetleri arasında uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir.

Yine Algieri vd. 2008 yılındaki çalışmalarında Fransa, İspanya, Yunanistan ve Avustralya ekonomilerinde turizm gelirlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Araştırmacılar çalışmalarında her ülkenin milli gelirinin ve o ülkedeki TÜFE oranlarının turizm gelirleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. 1985-2006 yılları arasındaki veriler kullanılarak her bir ülke için hata düzeltme modeli (ECM) analiz yapılmıştır. Çalışma sonucunda ülkelerin gelirlerinin ve o ülkedeki fiyatların turizm gelirleri üzerinde etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Thompson'lar (2010) çalışmalarında Yunanistan'ın turizm gelirleri üzerinde döviz kuru, milli gelir, havayolu maliyetleriyle Yunanistan'ın eski para birimi Drahmadan Euro'ya geçişin etkilerini araştırmışlardır. Çalışmada 1974 ile 2006 yılları arasındaki veriler üzerinden ECM analizi yapılmıştır. Yunanistan'ın eski para birimi Drahmadan Euro'ya geçişi kukla değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda Euro'ya geçişin Yunanistan'ın turizm gelirini azalttığı tespit

edilmiştir. Yine milli gelirle havayolu maliyetlerinin turizm gelirleri üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır.

Payne ve Mervar (2002) ise; 1993 ile 1999 yılları arasındaki çeyrek veriler üzerinden Avrupa Birliği toplam GSYİH' ve reel efektif döviz kurunun Hırvatistan turizm gelirine olan etkisini araştırmışlardır. Çalışmada regresyon analizi yapılmıştır. Ayrıca Hırvatistan'ın 1995 yılındaki askeri harekâtı kukla değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda AB GSYİH'sı ile reel efektif döviz kurunun Hırvatistan turizm gelirleri üzerinde önemli bir etkisinin olduğu, 1995 yılındaki askeri harekâtın ise turizm gelirlerini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Mohebi vd. (2010), çalışmalarında Malezya'nın turizm gelirleri üzerinde TÜFE, Malezya'nın geliri, orijin ülkedeki gelir ile orijin ülkeden Malezya'ya olan mesafe değişkenlerinin etkisini incelemişlerdir. Çalışmada 1998-2009 yılı verileri kullanılmış ve Malezya'ya turist gönderen 14 ülke ele alınarak panel data analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda TÜFE ile orijin ülkeden Malezya'ya olan mesafenin turizm gelirleri üzerinde olumsuz etkisi tespit edilirken, gelir değişkenlerinin olumlu etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

Vogt vd. (1998) çalışmalarında dünyadaki toplam gelir, fiyat elastikiyetleri ile reel döviz kurunun Tayland'ın turizm gelirleri üzerinde etkisini araştırmışlardır. Çalışmada 1960-1993 yılları arasındaki yıllık verilerle eşbütünleşme testi yapılmıştır. Çalışma sonucunda değişkenlerin eşbütünleşik olduğu ve değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Vogt 2008 yılında yaptığı çalışmasında ABD'nin turizm gelirini etkileyen faktörleri tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmada turizm gelirlerini etkileyen faktörler olarak reel döviz kuru, TÜFE, ABD milli geliri, dünyadaki toplam gelir değişkenleri analize koyulmuş, ayrıca 11 Eylül 2001 saldırıları da kukla değişken olarak dâhil edilmiştir. Çalışmada 1973-2002 yılları arasındaki yıllık veriler üzerinden eşbütünleşme analizi yapılmış ve değişkenlerin katsayıları tahmin edilmiştir. Çalışma sonucunda, milli gelir ile dünyadaki toplam gelir değişkenlerinin turizm gelirleri üzerinde olumlu etkisi olduğu saptanırken, TÜFE, reel döviz kuru ile 11 Eylül 2001 saldırılarının turizm gelirlerini olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Yine ABD'nin turizm geliri üzerinden yapılan başka bir çalışmada Cheng vd. 2013 reel döviz kurunun ABD turizm gelirleri üzerindeki etkisini VAR analizi ile irdelemişlerdir. Çalışmada 1973-2010 yılları arasındaki veriler kullanılmıştır. Yazarlar çalışmalarında üç ayrı VAR modeli oluşturmuşlardır. Bu modellerden birinde turizm gelirleri bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Çalışma sonucunda reel efektif döviz kuru ile turizm gelirleri arasında dinamik bir ilişki olduğu ve reel kurdaki artışın ABD'nin turizm gelirleri üzerinde olumlu etkisinin bulunduğu saptanmıştır.

Dristakis vd.(2004) AB'ye üye 15 ülkenin reel gelirleriyle reel döviz kurunun Yunanistan'ın turizm gelirleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Ayrıca çalışmada politik krizler değişkeni için 1967'de Yunanistan'da ortaya çıkan askeri cunta ayaklanması, 1974 Kıbrıs, 1991 Körfez ve 1999 Yugoslavya savaşları kukla değişken olarak analize eklenmiştir. Çalışmada 1960 ile 2000 yılları arasındaki çeyrek veriler kullanılmıştır. Çalışmada AB'ye üye 15 ülkenin reel gelirleri ile reel kurun turizm gelirleri üzerinde olumlu etkisi olduğu, politik krizlerin ise turizm gelirlerini olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Dristakis 2007 yılında yaptığı başka bir çalışmada da turizm gelirlerinin mevsimsellik analizini yapmıştır. Bu çalışmada 1960-2005 yılları arasındaki çeyrek veriler kullanılmış ve ekonometrik yöntem olarak mevsimsel birim kök testleri uygulanmıştır. Mevsimselliği temsil etmesi adına üç kukla değişken oluşturulmuştur. Çalışma sonucunda, turizm gelirlerinin mevsimsellik gösterdiği teyit edilmiş ve turizm gelirlerinin ikinci çeyrekte önemli ölçüde büyüme gösterdiği tespit edilmiştir.

Tse (2001) ise Honkong'da gerçekleşen turizm harcamalarına olan etkiyi reel döviz kuru ile TÜFE değişkenleri üzerinden regresyon analiziyle incelemiştir. Çalışmada turizm harcamalarının reel döviz kuru ve TÜFE ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Di Matteo vd.(1993) çalışmasında Kanadalı turistlerin A.B.D'de yapmış olduğu turizm harcamalarına etki eden faktörleri incelemiştir. Regresyon analizi yönteminin kullanıldığı çalışmada, 1979-1989 dönemi için çeyrek veriler kullanılarak elde edilen sonuçlara göre; reel döviz kurunun Kanadalı turistlerin yaptıkları harcamalar üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Reel döviz kuru ve büyüme değişkenlerinin Tunus'un turizm gelirlerine olan etkisini araştıran Belloumi (2010) ise turizm gelirleriyle reel döviz kuru ve büyüme değişkenleri arasında uzun dönemli ilişki saptamıştır. Çalışma sonucunda reel döviz kuru, büyüme değişkenleriyle turizm gelirleri arasında nedensellik bulunamazken, turizm gelirlerinden büyümeye doğru nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Çalışmada 1970-2007 dönemi yıllık verileri üzerinden eşbütünleşme ve nedensellik analizleri yapılmıştır.

Başka bir çalışmada Anumat vd. (2013) Malezya, Tayland ve Singapur ekonomilerinde turizm gelirlerine etki eden faktörleri 2001-2010 dönemi için araştırmışlardır. Çalışmada panel veri yöntemi kullanılmıştır. Turizm gelirlerini etkileyen faktörler olarak, uzaklık, ulaşım ve iletişim, kamu hizmetleri ve sosyal güvenlikle ilgili hükümet harcamaları son olarak da sağlık tesislerinin değişim yüzdesi belirlenmiştir. Çalışmada her üç ülke için turizm gelirlerinin uzaklık, ulaşım, iletişim ve sosyal güvenlikle ilgili hükümet harcamaları ve sağlık tesislerinin değişim yüzdesi değişkenleri tarafından önemli ölçüde etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Balaguer ve Jorda (2002) eşbütünleşme ve nedensellik testlerini kullanarak 1975-1997 dönemi için, turizmin İspanya'nın ekonomik büyümesine olan katkısını araştırmış ve turizmin İspanya ekonomisini uzun dönemde olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmacılara göre, turizm İspanya ekonomisine ekonomik ve teknolojik kaynak sağlamanın önemli bir aracı olmuştur ve döviz kuru turizm gelirleri ile büyüme arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttur. Ayrıca son otuz yılda İspanya ekonomisinin dış ticaret açıklarının kapanmasında turizmin sağladığı döviz gelirleri önemli bir rol oynamıştır.

Jimenez (2002) ise, yabancı konut yatırımının İspanya'nın turizm gelirlerine olan etkisini incelemiştir. Çalışmada 1967- 1998 arasındaki veriler kullanılarak eşbütünleşme ve doğrusal olmayan eşzamanlı model tahmini analizleri yapılmıştır. Buna analizlere göre turizm gelirleriyle yabancı konut yatırımlarının eş zamanlı ve doğrudan bağımlılığı olduğu sonucuna varılmıştır.

Glantz vd. (1999) turizm gelirlerle ilgili farklı bir çalışma yapmışlardır. Yazarlar çalışmalarında dumansız hava sahası uygulamasının turizm gelirlerine etkisini A.B.D.'nin üç eyaletinde (Kaliforniya, Utah, Vermont) araştırmışlardır. Çalışmada 1987-1998 dönemi için bu üç eyaletteki otel gelirleri turizm geliri olarak ele alınmış ve eyaletlere gelen turist sayıları bağımsız değişken olarak belirlenerek regresyon analizi yapılmıştır. Çalışma sonucunda dumansız hava sahası uygulaması hayata geçtikten sonra söz konusu yerlerde perakende tur satışlarının ve gelen turist sayısının arttığı bu durumda turizm gelirlerine olumlu yansıdığı tespit edilmiştir.

Yine turizm gelirleriyle ilgili yapılan farklı bir ekonometrik çalışmada da Valcarcel (2005) İspanya'da işlenen suçların diğer bir deyişle suçlu sayısının turizm gelirlerine olan etkisini incelemiştir. 1991-2004 dönemi için aylık veriler kullanılarak VAR analizi yapılan çalışmada suçlu sayısındaki artışın turizm gelirlerini olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kathryn Schoenberger'de çalışmasında ulaşım-sağlık altyapısı, sağlık hizmetlerine erişim ve siyasi yolsuzlukların seviyesinin bir ülkenin turizm gelirleri üzerinde nasıl bir etkisi olduğu sorusunun cevabını aramıştır.

Yazar kişi başına düşen turizm gelirlerini bağımlı değişken olarak ele aldığı çalışmasındaki modele bağımsız değişken olarak 1.000 kişiye düşen doktor sayısı, ülkedeki toplam araziye düşen yol(km), 2009 Yolsuzluk Algı Endeksi üzerindeki ülke puanı ve gelişmiş sağlık hizmetlerine erişimi olan kişilerin yüzdesini almıştır. Analiz kişi başına turizm gelirleri 0,11 \$ - 4.304,15 \$ olan 150 ülke için 2007 verileri üzerinden yapılmıştır. Çalışmada regresyon analizinin BLUE(Best Linear Unbiased Element- En İyi Doğrusal Tarafsız Öğe) modeli ile yapıldığı belirtilmiştir.

Çalışma sonucunda, söz konusu değişkenlerle kişi başına düşen turizm gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptanmıştır. Turistlerin sağlık hizmetlerine erişimin kolay olduğu, yüksek altyapı seviyesi ve daha az siyasi yolsuzluğa sahip ülkeleri tercih ettiği belirtilmiştir.

Türkiye’yle ilgili çalışmaları özetleyecek olursak; turizm gelirlerinin bağımlı değişken olduğu ekonometrik analiz içeren çalışmaları ilki 2005 yılında Aktaş tarafından yapılmıştır. Aktaş “‘Türkiye’nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi’’ adlı çalışmasında, turizm gelirlerini bağımlı değişken olarak ele alıp, Türkiye’ye gelen turist sayısı, turistik yatak kapasitesi, dolar cinsi döviz kuru, Alman markı cinsi döviz kuru, seyahat acentelerinin sayısı, Türkiye’de izin verilen yabancı sermaye miktarıyla Devlet bütçesinden tanıtım ve reklam amacıyla turizm sektörüne aktarılan miktar değişkenlerini alarak analiz yapmıştır. Çalışmasında 1980-2000 yılları arasındaki verileri kullanarak, doğrusal regresyon ve eşbütünleşme testleri uygulamıştır.

Çalışma sonucunda, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenlerin, turist sayısı ve seyahat acentesi sayısı olduğu belirlenmiştir. Eşbütünleşme analizi sonucunda denklemin uzun dönem tahminleri için kullanılmasının uygun olacağı sonucuna varılmıştır. Ayrıca çalışmada bazı varsayımların sağlanıp sağlanmadığının analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre hata terimleri ve bağımsız değişkenler arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında farklı varyanslılık olmadığı da belirlenmiştir (Aktaş, 2005: 173).

Erkan, Kara ve Harbalıoğlu (2013) ise, 2005-2012 dönemine ilişkin aylık veriler üzerine yaptıkları çalışmalarında, turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesini amaçlamışlardır. Bu çalışmada VAR Analizi ve Granger nedensellik analizi uygulanan ekonometrik modelde, turizm gelirleri değişkeni bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Turizm gelirlerini etkileyen faktörleri ifade etmek üzere; turist sayısı, teşvik belge sayısı, reel toplam yatırım tutarı, turizm sektörü istihdamı, yatak sayısı ve reel efektif döviz kuru değişkenleri kullanılmıştır.

Modelden elde edilen sonuçlara bağlı olarak yalnız turist sayısıyla turizm gelirleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, bunun dışında kalan tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine bu değişkenler arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Yani, turist sayısındaki artışlar turizm gelirlerinin artmasına yol açmakla birlikte, turizm gelirlerindeki artışlar sonucunda da tanıtım, pazarlama, yeni tesislerin kurulması vb. nedenlerle turist

sayısında artışa yol açmaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular; teşvikli belge sayısı, toplam yatırım tutarı, istihdam, yatak sayısı ve reel döviz kuruyla turizm gelirleri arasında nedensellik ilişkisinin olmadığını göstermiştir (Erkan vd 2013:16).

Turizm gelirlerini bağımlı değişken olarak ele alıp ekonometrik analiz yapan başka bir çalışmada 2012 yılında Kara ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. “Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergelerle İlişkisi: Türkiye Örneği” isimli çalışmalarında 1992-2011 dönemi temel alınıp, turizm gelirleriyle makro iktisadi değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak Turizm Gelirleri (TG), Reel Üretim Endeksi (BUY), Reel Döviz Kuru (KUR), Cari İşlemler Açığı (CA) değişkenleri kullanılmıştır.

Söz konusu ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak iki aşamalı Engle-Granger (1987), VAR ve Granger nedensellik analizleri uygulanmıştır. Çalışmada üç ayrı model kurgulanarak, birinci modelde, turizm gelirleriyle iktisadi büyüme arasındaki ilişki, ikinci modelde turizm gelirleriyle cari işlemler dengesi arasındaki ilişki, üçüncü modelde ise turizm gelirleriyle reel döviz kuru arasındaki ilişki incelenmiştir.

Çalışma sonucunda, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine tek yönlü; turizm gelirlerinden cari işlemler dengesine doğru çift yönlü ve döviz kurundan turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Döviz kurundaki değişmelerin turizm gelirlerini etkilediği belirlenmiştir (Kara vd. 2012:95).

Turizm gelirlerini bağımlı değişken olarak ele alıp yabancı ziyaretçi harcamasıyla ilişkisini araştıran Işık (2010) çalışmasında 1970-2008 verileri üzerinden eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizleri yapmıştır. Sonuçta kısa dönemde yabancı ziyaretçi sayısının turizm gelirleri üzerinde etkisinin olduğu ve uzun dönemde iki değişken arasında karşılıklı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Kutlar ve Sarıkaya’da (2012) yapmış olduğu çalışmalarında, 1964-2007 yılları arasında gelen turist sayısı ve bunu etkileyen değişkenlerle ilişkisini ele almıştır. Çalışmada ülkeye gelen turistlerle ilgili ARMA tahmini yapılmıştır. Daha sonra VAR modelleri kullanılarak turist sayısının diğer değişkenlerle ilişkisi analiz edilmiştir. Bunun için koentegrasyon (eşbütünleşme) tekniği ve hata düzeltme

modellerinden yararlanılmıştır. Bu çalışma sonucunda da turizm gelirlerinin, gelen turist sayısı, yurt dışına giden turist sayısı ile GSMH arasındaki uzun dönem ilişkisinin varlığı, tespit edilmiştir (Kutlar vd. 2012:1).

Erkılıç'da (2013) çalışmasında, 2007–2012 yılları arasında Türkiye'nin turizm gelirleriyle Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen doğrudan yabancı sermaye yatırımı arasında herhangi bir uzun dönemli ilişkiyle kısa dönemli nedensellik ilişkisi olup olmadığını araştırmıştır.

Analiz sonucunda turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan doğrudan yabancı sermaye yatırımı miktarı ve turizm gelirleri arasında sadece anılan hizmet faaliyetleri kapsamındaki doğrudan yabancı sermaye yatırımı miktarından turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Kara vd. (2003) “Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Belirleyicileri: Bazı Politika Önerileri” isimli çalışmalarında, Didim ve Kuşadası örnekleri üzerinde turizm gelirlerini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Çalışmada 2000 yılı Ocak ayında Didim ve Kuşadası bölgesinde yapılan anketler sonucunda elde edilen 800 gözlem verisi üzerinden doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yazarlara göre turizm gelirleri fiziksel çevrenin kalitesi, sosyal çevre ve ekonomik kalkınma düzeyiyle pozitif ilişkili iken fiyat düzeyiyle negatif ilişkiye sahiptir.

Bu tez çalışmasında turizm gelirleriyle ekonomik büyüme değişkenleri arasındaki ilişkide inceleneceği için literatür taramasında turizm gelirleriyle ekonomik büyüme ilişkisini inceleyen çalışmalara da yer verilmiştir. Bu çalışmalar farklı yöntemler kullanılarak yapılsa da, bulunan sonuçlar genelde istikrarlı ve büyüyen ekonomiler ile turizm gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu hipotezini desteklemektedir. (Ghali 1976; Alptekin 2012; Aslan 2008; Gökovalı ve Bahar 2006; Martin vd. 2004; Dritsakı 2004; Kırbaş-Kasman ve Kasman 2004; Değer 2006; Kim vd. 2005; Gündüz ve Hatemi 2005; Çoban ve Özcan 2013; Çetintaş 2008 vd.).

Turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisini inceleyen ilk çalışma 1976 yılında Moheb Ghali tarafından yapılmıştır. Ghali Hawai’de turizmin ekonomik büyümeye olan katkısını incelemiş ve turizmin ekonomik büyümeye önemli bir katkıda bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Çalışmada Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Bu çalışmaya göre; turizmin yokluğunda gelirdeki ortalama büyüme oranı % 6,87 olurken, turizmin dâhil edilmesiyle elde edilen büyüme oranı %7,99 olmuştur. Diğer bir deyişle, turizm olmadığında %14 daha az bir büyüme oranı yakalanmaktadır.

Tayvan ekonomisi içinse Kim vd. (2005) turizmdeki genişleme ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. Turizmin Tayvan ekonomisinde önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada ekonomik büyüme ve turizm arasında uzun dönemde bir ilişki ve iki yönlü bir nedensellik bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle Tayvan’da ekonomik büyüme ve turizm birbirini karşılıklı olarak etkilemektedir.

Fiji için yapılan çalışmada da Narayan ve Prasad (2003) turizm gelirleriyle reel GSYİH arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Reel GSYİH bağımlı değişkenken, iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Uzun dönemde turizm gelirleri reel GSYİH’nın Granger nedeni iken, kısa dönemde reel GSYİH turizm gelirlerinin Granger nedenidir.

Dritsakis (2004) uzun dönemde turizmin Yunanistan’ın ekonomik büyümesine olan etkisini incelemek amacıyla VAR yaklaşımını kullanarak analiz yapmıştır. Analiz sonucunda turizm gelirleri, ekonomik büyümeyle reel döviz kuru arasında kuvvetli bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bu tez çalışmasında da kullanılacak olan nedensellik metodu (Toda-Yamamoto) ile yapılan çalışmada Brida vd. (2008) Meksika ekonomisinde turizmin büyümeye olan uzun dönemli etkisini incelemişlerdir. 1980-2007 yılları arasındaki veriler üzerinden yapılan eş bütünleşme ve nedensellik analizleri sonucunda turizme dayalı büyüme hipotezi kabul edilmiştir.

Brida ve arkadaşları (2010) Trentino (Kuzey İtalya) için çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada da eşbütünleşme ve Toda Yamamoto nedensellik testleri uygulanmıştır. Çalışma sonucunda turizmden büyümeye tek yönlü nedensellik olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışmada ulaşılan başka bir sonuçta, turizm harcamalarının büyüme üzerinde hızlıca olumlu etkisinin olduğudur.

Ghartey (2010) ise, çalışmasında 1963-2008 arası verileri kullanarak, eşbütünleşme ve Granger testlerini uygulamıştır. Sonuçta hem kısa hem de uzun dönemde turizmin Jamaika ekonomisinin büyümesine olumlu katkıda bulunduğunu saptamıştır.

Kreishan (2011), JJ eşbütünleşme ve Granger testlerini uygulayarak, Ürdün ekonomisinde turizm ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu belirlemiştir. Bu çalışmaya göre, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik mevcuttur.

2013 yılı içerisinde yapılan çalışmalarda Li vd. Malezya ekonomisinde turizm gelirleriyle büyüme arasında ilişki olup olmadığını araştırmışlardır. 1974-2011 dönemine ait verilerin kullanıldığı çalışmada VECM ve Granger nedensellik analizlerine yer verilmiştir. Analiz sonucunda, uzun dönemde turizm gelirleriyle büyüme arasında çift yönlü ilişki saptanmıştır. Ahiawodzi vd. (2013) aynı yöntemi kullanarak Gana ekonomisinde benzer sonuçlara ulaşmışlardır.

Turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Türkiye için araştıran çalışmalarda da genel olarak turizm gelirlerinin ekonomik büyümenin bir nedeni olduğunu destekleyen kanıtlar bulunmuştur.

Kırbaş Kasman vd. (2004), turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi eşbütünleşme nedensellik testlerini kullanarak incelemiştir. Yazarlar turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye tek yönlü bir nedensellik olduğunu ve turizmin Türkiye'nin ekonomik büyümesine önemli bir katkıda bulunduğunu belirtmektedir.

Gündüz ve Hatemi (2005), 1963-2000 arasında yıllık veriler üzerinden bu çalışmada da kullanılacak olan Bootstrap yöntemine dayalı nedensellik analizi ile turizm yönlü büyüme hipotezinin geçerliliğini Türkiye için test etmiştir. Turizm

gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğuna ve turizm yönlü büyüme hipotezinin Türkiye için geçerliliğine karar vermişlerdir.

Diğer bir çalışmada Değer (2006), 1980–2005 dönemi için Johansen eşbütünleşme testiyle mal ihracatı ve turizmden elde edilen döviz gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerine etkilerini araştırmıştır. Yazarın elde ettiği bulgular, turizmin uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde beklenen etkilere yol açtığını ortaya koymuştur.

Aslan(2008), turizmin Türkiye'nin uzun dönem ekonomik gelişimindeki rolünü 1992–2007 dönemini kapsayacak şekilde analiz etmiştir. Sonuçlar turizm gelirlerinin 15 yıllık dönem boyunca Türkiye'nin ekonomik büyümesini desteklediğini göstermiştir.

Çetintaş vd.(2008), Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli etkileşimleri, yukarıdaki çalışmalardan farklı bir şekilde ARDL yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Ayrıca, iki değişken arasındaki nedenselliğin yönü araştırılmış ve turizm yönlü büyüme hipotezinin Türkiye için geçerliliği model yardımıyla test edilmiştir. Çalışma sonucunda kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki bulunmazken, turizmin uzun dönemde ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisi olduğu sonucuna varılmıştır. Turizm gelirleri ekonomik büyümenin anlamlı Granger nedeni iken ters yönde bir nedensellik bu çalışmada desteklenmemektedir. İki değişken arasındaki uzun dönemli ilişki ve turizm gelirlerinden ekonomik büyüme tek yönlü nedensellik turizm yönlü büyüme hipotezinin uzun dönemde Türkiye için geçerli olduğunu doğrulamaktadır.

Kızılgöl ve Erbaykal(2008), yine bu çalışmada kullanılacak olan Toda Yamamoto nedensellik testiyle turizm gelirleri büyüme ilişkisini analiz etmiştir. 1992–2006 dönemlerini kapsayan üçer aylık veriler kullanılarak yapılan test sonuçlarına göre, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır.

Çoban ve Özcan'ın (2013) çalışmalarında, 1963-2010 döneminde Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri eşbütünleşme ve nedensellik yöntemiyle analiz edilmiştir. Kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizm gelirleri ekonomik büyümenin önemli bir nedenidir sonucuna ulaşılmaktadır. Yazarlara göre elde edilen istatistikler iki değişken arasında çift yönlü (tersine) bir nedenselliğin olduğu hipotezini doğrulamaktadır.

Bu çalışmaların yanı sıra turizm gelirlerinin ekonomik büyümenin nedeni olduğu hipotezini reddeden çalışmalara da rastlanılmıştır (Oh 2005; Yavuz 2006; Öztürk ve Acaravcı 2009).

Tüm bu çalışmalara ilaveten literatür taramasında Tablo 15 ve 16'da sunulan çalışmalara da rastlanılmıştır.

Tablo 15: Yurtdışında Yapılan Uygulamalı Çalışmalar

Yazarlar	Ülkeler ve Period	Yöntem	Bulgular
Mushtaq ve Zaman (2013)	5 Doğu Asya Ülkesi (1995-2011)	Panel Koentegrasyon	Kişi Başına Düşen Gelir ve ticari açıklık turizm gelirleri üzerinde etkilidir.
Algieri (2006)	Rusya (1993-2002)	Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ile dünyadaki toplam gelir, reel efektif döviz kuru ve havayolu maliyetleri arasında uzun dönemli ilişki vardır.
Algieri vd. (2008)	Fransa, İspanya, Yunanistan, Avustralya (1985-2006)	ECM	Ülkelerin gelirleri ve o ülkedeki fiyatların turizm gelirleri üzerinde etkisi vardır.
Thompson vd. (2010)	Yunanistan (1974-2006)	ECM	Döviz kuru ve Euro'ya geçiş Yunanistan'ın turizm gelirini azaltmıştır.
Payne vd. (2002)	Hırvatistan (1993-1999)	Regresyon Analizi	AB GSYİH'ı ile reel efektif döviz kurunun Hırvatistan turizm gelirleri üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Mohebi vd. (2010)	14 ülke (1998-2009)	Panel Data	TÜFE ile orjin ülkeden Malezya'ya olan mesafenin turizm gelirleri üzerinde olumsuz etkisi tespit edilirken, gelir değişkenlerinin olumlu etkisi vardır.
Vogt (2008)	A.B.D. (1973-2002)	Eşbütünleşme	Turizm gelirlerini TÜFE, reel döviz kuru ile 11 Eylül 2011 saldırıları olumsuz etkilemiştir.
Dristakis (2004)	Yunanistan	VAR	AB'ye üye 15 ülkenin reel gelirleri ile reel kurun turizm gelirleri üzerinde olumlu etkisi vardır.
Dristakis (2007)	Yunanistan	Mevsimsel Birim Kök Testi	Turizm gelirlerinin mevsimsellik gösterdiği teyit edilmiştir.
Cheng vd. (2013)	A.B.D. (1973-2010)	VAR	Reel kurdaki artışın ABD'nin turizm gelirleri üzerinde olumlu etkisi vardır.
Tse (2001)	Honkong	Regresyon Analizi	Turizm harcamaları reel döviz kuru ve TÜFE ile ilişkilidir.
Vogt vd. (1998)	Tayland (1960-1993)	Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ile reel döviz kuru, dünyadaki toplam gelir arasında uzun dönemli ilişki vardır.
Di Matteo vd. (1993)	A.B.D. (1979-1989)	Regresyon Analizi	Reel döviz kurunun Kanadalı turistlerin yaptıkları harcamalar üzerinde etkisi vardır.
Anumat vd. (2013)	Malezya,Tayland, Singapur (2001-2010)	Panel Data	Turizm gelirleri hükümet harcamaları ve ülkeye olan uzaklık değişkenleri tarafından önemli ölçüde etkilenmektedir.
Glantz vd. (1999)	A.B.D. (1987-1998)	Regresyon Analizi	Dumansız hava sahası uygulaması turizm gelirlerine olumlu yansımıştır.
Valcarel (2005)	İspanya (1991-2004)	VAR	Suçlu sayısındaki artış turizm gelirlerini olumsuz etkilemektedir.

Jimenez (2002)	İspanya (1967-1998)	Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ile yabancı konut yatırımlarının eş zamanlı ve doğrudan bağımlılığı vardır.
Belloumi (2010)	Tunus (1970-2007)	Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Turizm gelirleri ile reel döviz kuru ve büyüme değişkenleri arasında uzun dönemli ilişki vardır.
Li vd. (2013)	Malezya (1974-2011)	Johansen Eşbütünleşme, Granger	Uzun Dönemde turizm gelirleri büyüme ile ilişkilidir ve büyüme de etkilidir.
Oh (2005)	Kore (1975-2001)	VAR, Granger	Turizm ekonomik büyümenin nedeni değildir.
Ghali (1976)	Hawaii (1960-1971)	Granger	Turizm ekonomik büyümeye olumlu katkıda bulunmaktadır.
Balaguer ve Jorda (2002)	İspanya (1975-1997)	Var, Granger Nedensellik	Turizm gelirleri, reel döviz kuru ve büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur.
Dritsakis (2004)	Yunanistan (1960-2000)	Var, Granger Nedensellik	Uluslararası turizm geliri ve reel efektif döviz kuru ile reel büyüme arasında ilişki vardır
Kresihan (2011)	Ürdün (1970-2009)	JJEşbütünleşme, Granger	Uzun dönemde turizm ile ekonomik gelişme arasında pozitif ilişki vardır.
Brida vd. (2008)	Meksika (1980-2007)	Eşbütünleşme, Todai Yamamoto	Uzun dönemde turizme dayalı büyüme hipotezi desteklenmiştir.
Brida vd.(2010)	Trentino (Kuzey İtalya) (1980-2000)	Eşbütünleşme, Todai Yamamoto	Turizmden büyümeye tek yönlü nedensellik vardır.
Ghartey (2010)	Jamaika (1963-2008)	Eşbütünleşme, Granger	Kısa dönemde turizm ile büyüme arasında ilişki vardır.
Ahiawodzi (2013)	Gana (1985-2010)	JJEşbütünleşme, Granger	Uzun dönemde turizm gelirleri ve büyüme eşbütünseldir ve pozitif

			ilişki vardır.
Narayan vd. (2003)	Fiji (1970-2000)	Eşbütünleşme, Granger	Uzun dönemde turizm gelirleri ve büyüme arasında çift yönlü bir ilişki vardır.

Tablo 16: Türkiye’de Yapılan Uygulamalı Çalışmalar

Yazarlar	Ülkeler ve Peryot	Yöntem	Bulgular
Aktaş (2005)	Türkiye (1980-2000)	Doğrusal Regresyon, Eşbütünleşme,	İleri doğru değişken seçme tekniğiyle turist sayısı ve seyahat acentesi sayıları turizm gelirlerini etkilemiştir.
Kara vd. (2012)	Türkiye (1992-2011)	VAR, Engle Granger	Büyümeden turizm gelirlerine tek yönlü; turizm gelirlerinden cari işlemler dengesine doğru çift yönlü ve döviz kurundan turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi saptanmıştır.
Erkan, Kara ve Harbalıoğlu (2013)	Türkiye (2005-2012)	VAR, Granger Nedensellik	Türkiye’de turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisinin varlığı, reel döviz kurunun ise turizm gelirleri üzerinde herhangi bir etkisi yoktur.
Kutlar vd (2012)	Türkiye (1964-2007)	ARIMA, VAR, Eşbütünleşme	Turizm gelirlerinin, gelen turist sayısı ve yurt dışına giden turist sayısı ile GSMH arasında uzun dönem ilişkisi vardır.
Alptekin (2012)	Türkiye (1968-2006)	Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ekonomik büyüme üzerinde uzun dönemli olumlu bir etkiye sahiptir
Yavuz (2006)	Türkiye (1992-2004)	Toda-Yamamoto Nedensellik	Turizm gelirleri ile iktisadi büyüme arasında nedensellik ilişkisi yoktur.

Aslan (2008)	Türkiye (1992-2007)	Granger Nedensellik, Eşbütünleşme	Turizmin ekonomik büyümeyi teşvik etmesi hipotezi desteklenmiştir.
Çoban ve Özcan (2013)	Türkiye (1963-2010)	JJ Eşbütünleşme, Granger	Kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizm ekonomik büyümenin önemli bir nedenidir
Kızılgöl ve Erbaykal (2008)	Türkiye (1992-2006)	VAR, Toda Yamamoto	Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır.
Çetintaş ve Bektaş (2008)	Türkiye (1964-2006)	ARDL, Granger Nedensellik, Eşbütünleşme	Kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki bulunmazken, turizm uzun dönemde ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisidir. Turizm gelirleri ekonomik büyümenin anlamlı Granger nedeni iken ters yönde bir nedenselliği veriler desteklememektedir.
Kırbaş vd. (2004)	Türkiye (1963-2002)	Eşbütünleşme, Granger	Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında sadece bir tane uzun dönem veya denge ilişkisi mevcuttur.
Işık (2010)	Türkiye (1970-2008)	Eşbütünleşme, Granger Nedensellik	Uzun dönemde yabancı ziyaretçiler ile turizm gelirleri arasında nedensellik ilişkisi vardır.
Değer (2006)	Türkiye (1980-2005)	Eşbütünleşme	Turizm uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde beklenen etkilere yol açmaktadır.
Gündüz ve Hatemi (2005)	Türkiye (1963-2000)	Bootstrap Nedensellik	Turizm gelirleri ekonomik büyümenin nedenidir.

6. 2. Yöntem

Çalışmada zaman serileri üzerinden ekonometrik analiz yapılmıştır. Zaman serisi verilerinin durağan olması durumunda yapılan çalışmaların tutarlılığından bahsetmek mümkün olmaktadır. Zaman serilerinin durağan olmaması durumunda ise zaman serileri trend içerecektir. Granger ve Newbold'un (1974) çalışmalarında da ifade edildiği gibi, durağan olmayan zaman serileriyle çalışıldığı zaman düzmece regresyon problemiyle karşılaşılabilir. Bu durumda regresyon analiziyle elde edilen sonuç gerçek ilişkiyi yansıtmamakla birlikte ancak bu seriler arasında bir eşbütünleşim ilişkisi varsa gerçek ilişkiyi yansıtabilmektedir (Gujarati, 2001: 726).

Durağanlık genel olarak; sabit ortalama, sabit varyans ve seriye ilişkin iki değer arasındaki farkın zamana değil, yalnızca iki zaman değeri arasındaki farka bağlı olması şeklinde tanımlanmaktadır. Zaman serileri, deterministik veya stokastik bir eğilimin varlığından dolayı durağanlık niteliğine sahip olmayabilirler. Durağan olmayan serilerin varyansı ve ortalaması zamana bağlı olarak değişmekte, zaman sonsuza ilerledikçe varyans da sonsuza gitmektedir (Berber ve Artan, 2004: 11).

6. 2. 1. Birim Kök Testleri

Uygulamada kullanılan birim kök testlerinden bazıları serideki yapısal kırılmayı dikkate almadan birim kökün varlığını araştırırken, bazıları ise serideki yapısal kırılmayı göz önünde tutarak birim kökün varlığını araştırmaktadır. Çalışmada hem yapısal kırılmayı göz ardı eden hem de yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök testleri uygulanacağı için her iki test yönteminden de bahsetmenin uygun olacağı düşünülmüştür.

6. 2. 1. 1. Yapısal Kırılmayı Dikkate Almayan Birim Kök Testleri

Çalışmada serideki yapısal kırılmayı dikkate almadan birim kökün varlığını araştıran testlerden Genişletilmiş Dickey-Fuller Testi (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri kullanılmıştır.

ADF ve PP testleriyle serilerin durağan olmadığı boş hipotezi(H_0) test edilmektedir. Boş hipotezin reddedilmesi durumunda serilerin durağan olduğu sonucuna varılmaktadır. ADF testi için aşağıdaki modeller tahmin edilmektedir (Enders, 1995: 225):

$$1 \quad \Delta y_t = \lambda y_{t-1} + \alpha_i \sum_{i=1}^p \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$2 \quad \Delta y_t = \alpha_0 + \lambda y_{t-1} + \alpha_i \sum_{i=1}^p \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$3 \quad \Delta y_t = \alpha_0 + \lambda y_{t-1} + \beta_t + \alpha_i \sum_{i=1}^p \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$$

Bu denklemlerden (1) numaralı denklem sabit terimsiz ve trendsiz; (2) numaralı denklem sabit terimli; (3) numaralı denklem ise sabit terim ve trendli olarak tahmin edilmektedir. Söz konusu denklemlerde, y_t turizm gelirleri ve diğer makro ekonomik değişkenleri göstermektedir. Δ birinci fark operatörünü; p , gecikme uzunluğunu; ε_t ise hata terimini göstermektedir.

Durağanlık testi gerçekleştirilirken $\lambda=0$ sıfır hipotezi test edilmektedir. Alternatif hipotez $\lambda < 0$ 'dır. Test sonucunda elde edilen ADF-t istatistiği MacKinnon (1990) kritik değerinden mutlak olarak büyükse, sıfır hipotezi reddedileceğinden λ katsayısı istatistiki olarak anlamlı olur ve böylece serilerin durağan olduğu sonucuna ulaşılır. Diğer yandan ADF-t istatistiği mutlak olarak kritik değerlerden küçükse, sıfır hipotezi kabul edilir. Bu λ katsayısının istatistiki olarak anlamlı olmadığı anlamına gelir ve böylece serilerin durağan olmadığı sonucuna ulaşılır. Serilerin durağan olmaması durumunda aynı testler serilerin birinci farklarına uygulanır.

Durağanlık testleri gerçekleştirilirken modelin gecikme uzunluğu Akaike Bilgi Kriteri (AIC) ve Schwarz Bilgi Kriterinden (SIC) yararlanılarak belirlenebilir. Bu kriterlerden en yaygın olarak kullanılanı Akaike Bilgi Kriteri (AIC) değeri aşağıda yer alan formülle hesaplanmaktadır (Kadılar, 2005: 234):

$$AIC = T \ln \sigma_\varepsilon^2 + 2M$$

Burada M modelin parametre sayısını göstermektedir. Mevsimsel olmayan Box-Jenkins modelleri için $M=p+q$; mevsimsel modeller için $M=p+q+P+Q$ olmaktadır. Modelde sabit terim olması durumunda parametre sayısına 1 eklemek gerekmektedir. Akaike kriterine alternatif olarak geliştirilen SIC değeri de aşağıda yer alan formülle hesaplanmaktadır (Kadılar, 2005: 234):

$$SIC = T \ln \sigma_\varepsilon^2 + M \ln T$$

AIC ve SIC arasındaki tek fark AIC formülündeki 2 yerine SIC'de $\ln T$ teriminin gelmesidir. Söz konusu ($\ln T$) terim küçük örneklem için ($50 < T < 150$ gibi) 4 ile 5 arasında değer almaktadır. Bu fark SIC'nin AIC'e göre daha az parametrelili modelleri seçme eğilimli olmasını sağlamaktadır. Bu açıdan SIC AIC'e göre tercih edilebilmektedir.

Çalışmada kullanılan bir diğer birim kök testi, Phillips-Perron tarafından geliştirilmiştir. Phillips ve Perron (PP) 1988 yılında özellikle finansal zaman serilerinin analizinde popüler olan birkaç birim kök testi geliştirmiştir. Bu testler, hata terimlerindeki seri korelasyon ve heteroskedastisity problemlerine bakış açıları itibarıyla ADF testlerinden ayrılmaktadır. PP testlerinin ADF testlerine önemli bir üstünlüğü, PP testlerinin μ_t hata terimindeki genel heteroskedastisity formlarına karşı daha dirençli olmasıdır. Bir diğer avantajı, kullanıcının test regresyonları için spesifik bir gecikme uzunluğuna sahip olmayışıdır. Bu testlerde maksimum gecikme uzunluğu, Newey-West kriteri dikkate alınarak belirlenir. PP testlerinde temelde aşağıdaki regresyon denklemi kullanılmaktadır:

$$\Delta y_t = \beta' D_t + \pi y_{t-1} + \mu_t$$

Burada μ_t $I(0)$ ya da heteroskedastik olabilir. PP testlerinde hata terimlerindeki herhangi bir seri korelasyon ve heteroskedastisiti sorunu $t_{\pi=0}$ ve T_π istatistikleri modifiye edilerek düzeltilir. Bu istatistiklerin modifiye edilmiş hali Z_t ve Z_π olarak gösterilir ve aşağıdaki gibi hesaplanır:

$$Z_t = \left(\frac{\hat{\sigma}^2}{\hat{\lambda}^2} \right)^{1/2} \cdot t_{\pi=0} - \frac{1}{2} \left(\frac{\hat{\lambda}^2 - \hat{\sigma}^2}{\hat{\lambda}^2} \right) \cdot \left(\frac{T \cdot SE \hat{\pi}}{\hat{\sigma}^2} \right)$$

$$Z_\pi = T_{\hat{\pi}} - \left(\frac{1}{2} \frac{T^2 \cdot SE \hat{\pi}}{\hat{\sigma}^2} \right) \hat{\lambda}^2 - \hat{\sigma}^2$$

$\hat{\sigma}^2$ ve $\hat{\lambda}^2$ aşağıda ifade edilen varyans parametrelerinin uyumlu tahminleridir:

$$\sigma^2 = \lim_{T \rightarrow \infty} T^{-1} \sum_{t=1}^T E[\mu_t^2]$$

$$\lambda^2 = \lim_{T \rightarrow \infty} \sum_{t=1}^T E[T^{-1} S_t^2]$$

Burada $S_T = \sum_{t=1}^T \mu_t$ en küçük karelerin örnek varyansı $\hat{\mu}_t$, σ^2 nin uyumlu bir tahminidir ve $\hat{\mu}_t$ 'yi kullanan Newey-West'in uzun dönemli varyans tahmini de μ_t , λ^2 nin uyumlu bir tahminidir. $\pi=0$ sıfır hipotezi altında PP'nin Z_t ve Z_π istatistikleri ADF test istatistiklerinde olduğu gibi benzer asimptotik dağılımlar sergiler. PP testinde de sıfır hipotezi birim kökün varlığını ifade ederken, alternatif hipotez durağanlık hipotezidir. Phillips-Perron istatistiklerinin kritik değerleri ve t istatistiklerinin asimptotik dağılımları Genişletilmiş Dickey-Fuller testlerindekiyle aynıdır ve test sürecinde de özdeş strateji izlenir. Başka bir ifade ile Phillips-Perron istatistiklerinin mutlak değerleri, anlamlılık düzeylerindeki kritik değerlerin mutlak değerlerinden büyük olduğu durumlarda sıfır hipotezi ret edilerek serilerin durağan olduğu sonucuna varılmaktadır (Çetin vd. 2012:94-95).

6. 2. 1. 2. Yapısal Kırılmayı Dikkate Alan Birim Kök Testleri

Bir zaman serisi değişkeni analiz döneminin çeşitli alt bölümlerinde deterministik trend etrafında durağan özelliğe sahip olabilir. Bu alt dönemler sabit terimde ve/veya eğim parametresindeki yapısal değişikliklerden etkilenebilir. Bu yapısal değişiklikleri dikkate almadan birim kök testi yapmak yanlış sonuçlar doğurur ve testin gücünü azaltır. Yapısal kırılmanın olması durumunda, örnek verilerden yararlanılarak tahmin edilen regresyon doğrusu, gerçek regresyon doğrusundan farklı olmakta ve zaman serisi analizinin durağanlık sınaması yoluyla

yapmak istediği tahmin çalışmalarının zayıflamasına neden olmaktadır (Perron, 1989;1361-1401).

Perron'un (1989) geliştirdiği birim kök testinde, serinin sadece bir noktasında kırılma meydana geldiği varsayımı yapılmaktadır. Seride meydana gelen bu kırılma zamanının ise önsel olarak bilindiği kabul edilmektedir. Benzer şekilde kırılma zamanının içsel olarak belirlendiği Zivot ve Andrews (1992) yılında çalışmasında belirtmiştir.

Zivot ve Andrews testi, aşağıdaki regresyon denklemlerinin tahminine dayanmaktadır. ZA testinde, ardışık ADF test yöntemiyle örnek içindeki mümkün olan her kırılma noktası için, regresyon denklemi tahmin edilmekte ve tahmin edilen parametreler için t istatistiği hesaplanmaktadır. Bilinmeyen bir zaman noktasında otonom ve trend fonksiyonu eğiminde tek zaman kırılmalı (TB) trend durağan hipotezine karşın, birim kök temel hipotezi test edilmektedir. ZA testinin uygulamasında tahmin edilen aşağıdaki üç modelden ilki Model A ortalama kırılmayla ilgili iken, ikincisi Model B eğimdeki kırılmayı göstermektedir. Model C ise yapısal bir değişimin hem ortalama hem de eğimi değiştirdiğini gösteren denklemdir. (Üçler, 2011;167).

Bu üç modelin denklemleri aşağıdaki gibidir (Zivot ve Andrews, 1992; 255);

Model A:

$$\Delta y_t = \mu^A + \alpha^A Y_{t-1} + \beta_t + \theta^A D U_t \lambda + \sum_{j=1}^k c_j \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Model B:

$$\Delta y_t = \mu^B + \beta_t^B + y^B D T_t^* \lambda + \alpha^B Y_{t-1} + \sum_{j=1}^k c_j^B \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Model C:

$$\Delta y_t = \mu^c + \theta^c DU_t(\lambda) + \beta_t^c + \gamma^c DT_t(\lambda) + \alpha^c Y_{t-1} + \sum_{j=1}^k c_j \Delta y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Burada, Δ fark operatörü, ε_t otokorelasyonsuz, sabit varyanslı ve normal dağılımlı hata terimi, t zamanı ($t = 1, \dots, T$) göstermektedir. Denklemin sağ tarafındaki ΔY_{t-j} terimi, hata teriminin otokorelasyonsuz olmasını sağlamak amacıyla modele dâhil edilmektedir. T_B kırılma zamanını, $\lambda T_B/T$ kırılma noktasını ifade etmektedir.

Buna göre, eğer $t > T\lambda$ ise $DU_t(\lambda) = 1$, diğer durumlarda sıfır değerini almakta ve $t > T\lambda$ ise $DT_t^*(\lambda) = t - T\lambda$ sıfır değerini almaktadır. Testin uygulanmasında gözlem dönemindeki her bir yıl olası kırılma yılı olarak alınarak kukla değişkenler oluşturulmakta ve α 'nın t istatistikleri elde edilmektedir. Bu süreç gözlem döneminin tümü için uygulandıktan sonra α 'nın t istatistiğinin minimum elde edildiği yıl olası kırılma yılı olarak belirlenir (Sevüktekin vd, 2007: 430-431).

Lee ve Strazicich, yapısal kırılmaların varlığı halinde geliştirilen birim kök testlerinden Zivot ve Andrews (1992), Perron (1997) ile Vogelsang ve Perron (1998)'un aksine temel hipotezin reddinin, birim kökün reddini gerektirmediğini, yapısal kırılmasız birim kökün reddini ifade etmekte olduğunu belirtmişlerdir. İçsel olarak belirlenen bir yapısal kırılmanın varlığına izin veren bu birim kök testi, sabitte (Model A) ve trendde (Model C) meydana gelen kırılmalara göre iki modele dayanan LM birim kök testidir (Tıraşoğlu vd, 2012:113).

Bu testte veriyi oluşturan süreç aşağıdaki gibidir.

$$r_t = \delta Z_t + X_t, \quad X_t = \beta X_{t-1} + \varepsilon_t$$

Burada Z_t dışsal değişkenleri ε_t ise hata terimini ifade etmektedir. Düzeyde tek kırılmaya izin veren birim kök testi için Model A, D_t , $t \geq T_B + 1$ iken 1, diğer durumlarda 0 değerini alan gölge değişkeni göstermek üzere yukarıdaki modelde Z_t yerine $[1, t, D_t]$ konulması suretiyle elde edilebilir. Buradaki T_B simgesi de kırılma

zamanını göstermektedir. Hem düzeyde, hem de eğimde tek kırılmaya izin veren Model C, DT_t , $t \geq T_B + 1$ iken $t-T_B$, diğer durumlarda 0 değerini alan gölge değişkeni göstermek üzere, Z_t yerine $[1, t, D_{1t}, D_{1t}]$ eklenmesiyle elde edilir (Lee ve Strazicich, 2004: 3).

Lee ve Strazicich 1999 yılında da Çift Kırılmalı LM testini geliştirmiştir. Bu testte hem alternatif hem de boş hipoteze yapısal kırılmayı dâhil etmişlerdir. Sadece yukarıdaki denklemde Z_t dışsal değişkenleri $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{1t}]$ yerine $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}, DT_{1t}, DT_{2t}]$ şeklinde tanımlanır. Testin kritik değeri bulunurken kullanılan λ değeri, T toplam gözlem sayısı ve $j=1,2$ için T_{Bj} kırılma noktalarını göstermek üzere $\lambda = T_{Bj} / T$ şeklinde hesaplanır (Yıldırım vd, 2012:232).

6. 2. 2. Johansen Eşbütünleşme Testi

Johansen (1988) ve Stock ve Watson (1988) kointegrasyonu sağlayan vektörlerin tahmininin en çok benzerlik yöntemi ile hesaplanmasına yönelik bir test öne sürmüşlerdir.

Johansen yöntemi, Dickey-Fuller yönteminin genelleştirilmiş bir gösterimidir.

$$Y_t = \Pi_1 Y_{t-1} + \dots + \Pi_i Y_{t-i} + \varepsilon_t, t=1,2,\dots,$$

Burada Y , geçmiş değerleri ile ifade edilen değişkenler vektörünü simgelemektedir. Bu gösterim, VAR modelini kullanarak değişkenleri, geçmiş dönem değerleriyle ifade eder. Modeli hareketli ortalama gösterimiyle ifade ettiğimizde, aşağıdaki eşitliğe ulaşılır.

$$A \varepsilon = I - \Pi_1 \varepsilon - \dots - \Pi_i \varepsilon_i$$

A matrisinin rankı r , kointegre vektör sayısını vermektedir ve eşitliklerdeki p boyutlu değişken vektörünün en fazla bir eksiği kadar $r < p$ olabilir. Hata terimi ε ise, beyaz gürültü sürecine sahiptir.

$$A \varepsilon \Big|_{\varepsilon=1} = I - \Pi_1 - \dots - \Pi_i$$

$$\Pi = \alpha \beta'$$

Π katsayılar matrisi ($p \times r$) boyutlu α ve β' matrislerinin çarpımıdır. α ayarlama hızı, β' ise, sahip olduğu satır sayısının kointegre vektör sayısına eşit olduğu, en çok benzerlik tahmini ile elde edilen matristir. O halde yöntem, en çok r tane kointegre vektör olduğunu ileri süren hipotezin en çok benzerlik tahmini ile değerlendirilmesine yöneliktir.

Testin aşamaları ise şu şekildedir;

1. Aşama: Durağanlık mertebelerine karar verilen denklem sistemi, değişkenlerin gecikmeli değerlerinin yer aldığı VAR modeli şeklinde ifade edilir. Durağanlığın belirlenmesinde kullanılan DF ve ADF testlerinde olduğu gibi, serinin durağanlaştırılması için birinci farkının alınması gerekirse aşağıdaki forma ulaşılır:

$$\Delta Y_t = \Gamma_1 \Delta Y_{t-1} + \dots + \Gamma_{i-1} \Delta Y_{t-i} + \Pi Y_{t-i} + \varepsilon_t,$$

$$\Gamma_i = -I + \Pi_1 + \dots + \Pi_i, i=1, \dots, i$$

Π katsayılar matrisidir (Johansen:1988). Burada Π katsayılar matrisinin rankı önemli bilgiler verir. Çünkü rank, aynı zamanda denklem sistemi içinde kaç tane kointegre ilişkisini sağlayan vektör olduğuna dair değerli bir bilgi sunacaktır. Eğer rank, p 'ye (değişken vektörünün boyutunu ifade eder) eşitse ($\text{rank}=p$) katsayılar vektörünün durağan olduğuna karar verilir. Rank sıfıra eşitse, geleneksel VAR modeline ulaşılır. $r < p$ ise, değişkenler arasında r tane kointegre vektör ilişkisi olduğuna karar verilir.

2. Aşama: Bu aşamada temel hipotez, değişkenler arasında en fazla r tane kointegre vektör olduğudur. Kointegre vektör sayısı, değişkenler vektörünün boyutundan 1 eksik olmalıdır. Eşit olduğu durumda, değişkenlerin durağan olduğuna karar verileceği için, kointegrasyon ilişkisinin araştırılmasına gerek kalmayacaktır. Burada temel hipotez,

$$H_0 = \Pi = \alpha\beta' \quad (\text{En fazla } r \text{ tane kointegre vektör vardır}).$$

olmak üzere β' matrisi, değişkenlerin uzun dönem etkilerini gösteren bir matristir. Değişkenler kointegre oldukları için matrisin sıfırdan farklı $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_n$ kadar karakteristik kökü (eigenvalue) olacaktır. Eğer kointegrasyon ilişkisi yoksa tüm karakteristik kökler sıfıra eşit olur (Johansen and Juselius:1990).

Karakteristik köklerin sıfıra eşit olup olmadığını, dolayısıyla kointegrasyon ilişkisinin varlığını irdelemek için iki test öne sürülmüştür:

$$\lambda_{trace} \quad r = -T \sum_{i=r+1}^n \ln(1 - \hat{\lambda}_i)$$

$$\lambda_{max} \quad r, r+1 = -T \ln(1 - \hat{\lambda}_{r+1})$$

$\hat{\lambda}$; β matrisinden elde edilen karakteristik kökler veya öz değerler,

T; gözlem sayısı olmak üzere birinci testte, genel bir alternatife karşı r 'ye eşit veya daha az sayıda kointegre vektörün olduğunu ileri süren temel hipotez değerlendirilir. Tüm karakteristik köklerin değeri sıfır olduğunda, testin değeri de sıfır olacaktır.

İkinci teste, temel hipotezde r kadar kointegre vektör olduğu savı, $r+1$ tane olduğunu ileri süren alternatif hipoteze karşı sınanır. Karakteristik kökler sıfıra eşitse, λ_{max} değeri küçük olacaktır.

Testler sonucunda elde edilen λ_{trace} , λ_{max} istatistik değerlerinin karşılaştırılacağı kritik değerler Johansen and Juselius (1990)'da belirtilmiştir.

Testte gerektiği takdirde deterministik bileşenlere de yer verilebilir. Seri artan ya da azalan görünüm izliyorsa veya mevsimsellik arz ediyorsa, ilgili bileşenler modele dâhil edilebilir. Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki, bir eşanlı model yapısı içinde incelenmektedir. Yani bir bütünlük arz etmektedir. Tüm kointegre ilişkiler bir bütünlük içinde eşanlı olarak gözlenmektedir. Engle-Granger testinde

rastlanabilen belirsizliğe, bu testte yer yoktur. Katsayılar matrisinin en çok benzerlik tahmincileri, tutarlı tahminler verirler(Bozkurt, 2007:116-118).

6. 2. 3. Hata Düzeltme Modeli

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenmesi, oluşturulacak modellerde hangi değişkenin içsel, hangi değişkenin dışsal olacağını tespit etmek açısından önem taşımaktadır. Değişkenlerin kointegre olmaması durumunda standart Granger ve Sims gibi testler yapılabilir. Çünkü hata terimi içermedikleri için bu testler, söz konusu değişkenlerin kointegre olup olmadıkları konusunda yanıltıcı olabilmektedirler. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğunda Granger (1988) kısa dönemli nedensellik ilişkisinin Hata Düzeltme Modeli kullanılarak incelenebileceğini ifade etmiştir. Hata düzeltme modeli basit olarak şu şekilde gösterilebilir:

$$\Delta Y_t = \alpha + \beta_1 \Delta X_t + \beta_2 e_{t-1} + \varepsilon_t$$

Bu denklemde β_2 katsayısı kısa dönemdeki dengesizliğin bir dönem sonra ne ölçüde düzeltileceğini, yani Y_t 'nin gerçek ve uzun dönem denge değerleri arasındaki farkın ne kadarının bir dönem içerisinde giderileceğini göstermektedir(Karaçor vd, 2012:301)

6. 2. 4. Hatemi-J Eşbütünleşme Testi

Hatemi-J (2008) tarafından geliştirilen eşbütünleşme testi, değişkenler arası ilişkide iki yapısal değişime izin vererek, değişkenler arasındaki eşbütünleşmeyi analiz etmek etmektedir.

Hatemi-J eşbütünleşme testinde aşağıdaki model dikkate alınır:

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 D_{1t} + \alpha_2 D_{2t} + \beta_1' D_{1t} x_t + \beta_2' D_{2t} x_t + u_t$$

Eşitlik de α_0 birinci yapısal kırılmayı, α_1 birinci yapısal kırılmayla oluşan kırılmayı, α_2 ikinci yapısal kırılmayla oluşan kırılmayı göstermektedir. β_0 yapısal değişimlerden önceki eğim parametresini gösterirken, β_1 birinci yapısal değişimin

eğimde yarattığı etkiyi, β_2 ikinci yapısal değişimin yarattığı etkiyi ise parametresi göstermektedir.

Eşitlik de yer alan kukla değişkenler şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$D_{1t} = \begin{cases} 1 & t > n\tau_1 \quad \text{iken,} \\ 0 & t \leq n\tau_1 \end{cases}, \quad D_{2t} = \begin{cases} 1 & t > n\tau_2 \\ 0 & t \leq n\tau_2 \end{cases}.$$

Değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisini, sıfır hipotezi altında eşbütünleşme olmadığını, alternatif hipotez altında ise iki yapısal kırılmayla birlikte eşbütünleşme olduğunu test etmek amacıyla bu modelden elde edilen kalıntılara ADF testi uygulanır. Daha sonra tüm olası kırılma tarihleri kullanılarak model tahmin edilir ve en küçük test istatistiğini veren kırılma çiftleri uygun kırılma tarihleri olarak seçilir (Akbaş vd. 2013:198).

6. 2. 5. Nedensellik Testleri

Çalışmada öncelikle Frekans Dağılımı nedensellik testi sonrasında ise, Toda-Yamamoto nedensellik testiyle Hacker ve Hatemi-J (2006) tarafından geliştirilen Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır.

6. 2. 5. 1. Frekans Dağılımı (Frequency Domain) Nedensellik Testi

Geweke (1982) ve Hosoya (1991), frekans alanı yaklaşımına göre nedenselliği test edebilmek için iki boyutlu zaman serisi vektörü oluşturmuştur:

$z_t = x_t, y_t$ ' ve z_t sonlu sıralı VAR terkiibindedir.

$$\Theta(L)z_t = \varepsilon_t$$

Burada $\Theta(L) = I - \Theta_1 L - \dots - \Theta_p L^p$, 2x2 gecikme boyutu ile $L^k z_t = z_{t-k}$ dir. Farklı frekanslarda Granger nedensellik ise şu şekilde tanımlanmıştır.

$$M_{y \rightarrow x}(\omega) = \log \left[\frac{2\pi f_x(\omega)}{|\Psi_{11} e^{-i\omega}|^2} \right] = \log \left[1 + \frac{|\Psi_{12} e^{-i\omega}|^2}{|\Psi_{11} e^{-i\omega}|^2} \right]$$

Eğer $\left| \Psi_{12} e^{-i\omega} \right|^2 = 0$ ise ki bu durum y frekans ω 'de x 'in nedeni değildir demektir. Eğer z 'nin bileşenleri $I(1)$ ise ve eşbütünleşik ise otoregresif polinomial ΘL birim köke sahiptir. Geriye kalan kökler çemberin dışındadır. $\Theta(L)z_t = \varepsilon_t$ denkleminin her iki tarafından da z_{t-1} 'i çıkarırsak:

$$\Delta Z_t = \Theta_1 - I z_{t-1} + \Theta_2 z_{t-2} + \dots + \Theta_p z_{t-p} + \varepsilon_t = \Theta L z_{t-1} + \varepsilon_t$$

Bu durumda $\Theta L = \Theta_1 - I + \Theta_2 L + \dots + \Theta_p L^p$ şeklindedir. Geweke (1982) ve Hosoya (1991) spektral yoğunluğun ayrışmasına göre belirlenen özel frekansa göre nedenselliğin ölçülmesini önermiştir. İki değişkenli vektör otoregresif model kullanan Breitung ve Candelon (2006) ise otoregresif parametreler üzerinde doğrusal bir hipoteze dayanan tek bir test prosedürü önermiştir. Böylece test prosedürü çok boyutlu sistemleri ve eşbütünleşme ilişkilerini inceleyebilecek şekilde genelleştirilebilecektir.

Breitung ve Candelon (2006) ε_t 'yi beyaz gürültü olarak varsaymaktadır ve $E \varepsilon_t = 0$ ile $E \varepsilon_t \varepsilon_t' = \Sigma$ şeklindedir. Burada Σ pozitif tanımlıdır. G 'yi Cholesky ayrıştırmasının aşağı üçgen matrisi olarak tanımlarsak $G'G = \Sigma^{-1}$ ki $E \eta_t \eta_t' = I$ ve $\eta_t = G \varepsilon_t$ şeklindedir. Eğer sistem durağan ise, bu durumda $\phi L = \Theta L^{-1}$ ve $\Psi L = \phi L G^{-1}$ şeklindedir. MA gösterimi ise;

$$z_t = \phi L \varepsilon_t = \begin{pmatrix} \phi_{11} L & \phi_{12} L \\ \phi_{21} L & \phi_{22} L \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \varepsilon_{1t} \\ \varepsilon_{2t} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \Psi_{11} L & \Psi_{12} L \\ \Psi_{21} L & \Psi_{22} L \end{pmatrix} \begin{pmatrix} \eta_{1t} \\ \eta_{2t} \end{pmatrix}$$

Bunu x_t 'nin spektral yoğunluğunun gösterimi için kullanabiliriz;

$$f_x \omega = \frac{1}{2\pi} \left| \Psi_{11} e^{-i\omega} \right|^2 + \left| \Psi_{12} e^{-i\omega} \right|^2$$

Breitung ve Candelon (2006) $M_{y \rightarrow x} \omega = 0$ 'nın nedensellik etkisini $\left| \Psi_{12} e^{-i\omega} \right|^2 = 0$ için keşfetmektedir. Sıfır hipotezi VAR katsayılarındaki doğrusal

kısıtlamalara eşittir. $\Psi_L = \Theta_L^{-1} G^{-1}$ ve $\Psi_{12} = \frac{g^{22} \Theta_{12} L}{|\Theta_L|} G^{-1}$, G^{-1} 'nin düşük diagonal elemanı olarak g^{22} ve Θ_L 'nin belirleyicisi olarak $|\Theta_L|_{y\omega}$ frekansında x 'in nedenseli değildir.

$$|\Theta_{12} e^{-i\omega}| = \left| \sum_{k=1}^p \theta_{12,k} \cos k\omega - \sum_{k=1}^p \theta_{12,k} \sin k\omega i \right| = 0$$

$\theta_{12,k}$ ile θ_k 'nin (1,2) elemanını göstermektedir. Bunun için $|\Theta_{12} e^{-i\omega}| = 0$ için,

$$\sum_{k=1}^p \theta_{12,k} \cos k\omega = 0$$

$$\sum_{k=1}^p \theta_{12,k} \sin k\omega = 0$$

Breitung ve Condelon (2006) doğrusal kısıtlamalar $\alpha_j = \theta_{11,j}$ ve $\beta_j = \theta_{12,j}$ 'yi yukarıdaki iki denkleme uygulamıştır. Sonrasında x_t için VAR denklemi aşağıdaki gibi gösterilebilir.

$$x_t = \alpha_1 x_{t-1} + \dots + \alpha_p x_{t-p} + \beta_1 y_{t-1} + \dots + \beta_p y_{t-p} + \varepsilon_{1t}$$

ve sıfır hipotezi $M_{y \rightarrow x} \omega = 0$ $\beta = [\beta_1, \dots, \beta_p]'$ ile doğrusal kısıtlamaya eşit olacaktır.

$$H_0 : R \omega \beta = 0 \text{ ve}$$

$$R \omega = \begin{bmatrix} \cos \omega & \cos 2\omega & \dots & \cos p\omega \\ \sin \omega & \sin 2\omega & \dots & \sin p\omega \end{bmatrix}$$

$\omega \in 0, \pi$ için nedensellik ölçüsü geleneksel F testi ile test edilebilir. Test prosedürü (2, T-2p) serbestlik derecesiyle ve F- dağılımı ile devam etmektedir (Bayat vd. 2013:79-81).

6. 2. 5. 2. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Toda ve Yamamoto(1995) yöntemi VAR modeline dayanır ve modele dâhil edilen değişkenlerin birim kök taşıması durumunda dahi seviye değerlerinin yer aldığı VAR modelinin tahmin edilmesine olanak tanır. VAR ve VEC modellerinin tahminlerine dayanan Granger nedensellik analizlerinde genellikle F testi kullanılmaktadır. Toda ve Yamamoto(1995) ise, sistemdeki serilerin durağan olmadığı durumda, geleneksel F-istatistiğinin standart dağılıma sahip olmayacağı için Granger nedensellik testi için kullanılan bu testin sonucunun geçerli olmayabileceğini göstermişlerdir.

Toda ve Yamamoto(1995)'ya göre seriler durağan olmasalar da serilerin düzey değerlerinin yer aldığı VAR modelinin tahmin edilebileceğini ve standart Wald testinin uygulanabileceğini belirtmişlerdir. Bu yöntemde Granger nedensellik testi için, $[k+(d_{max})]$ dereceden VAR model tahmin edilmekte ve katsayılar matrisinin ilk k tanesine Wald testi uygulanmaktadır. Toda ve Yamamoto(1995), ilgili serinin durağan, trend etrafında durağan veya eşbütünleşik olup olmadığı dikkate alınmaksızın, bu testin k serbestlik derecesiyle asimptotik χ^2 dağılımına sahip olduğunu göstermişlerdir. Burada; k , tahmin edilen VAR modelinin uygun gecikme uzunluğunu, d_{max} ise modeldeki değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesini ifade etmektedir. Böylece yöntemin ilk aşaması sistemde yer alan değişkenlerin bütünleşme derecesinin tespiti, ikinci aşaması ise sistemin tahminidir. Buna göre yöntemin başarısı, sistemin gecikme uzunluğunun (k) ve serilerin bütünleşme derecelerinin (d_{max}) doğru tespitine bağlıdır(Yavuz, 2006:169).

Toda ve Yamamoto tarafından önerilen bu yöntemin önemli bir özelliği, birim kök ve eşbütünleşme özelliklerinin tespitinde kullanılan potansiyel eğilimli ön testlere gereksinim olmayışıdır. Böylece, ilgili yöntemin kullanımıyla serilerin bütünleşme derecesinin yanlış tespit edilmesiyle ilgili risk en aza indirilmektedir(Mavrotas vd, 2001:102).

Bu nedensellik testinde oluşturulan modellerin görünüşte ilişkisiz regresyon (Seemingly Unrelated Regression, SUR) yöntemiyle tahmin edilmesinin ardından bir değişkenden diğer değişkene doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığını belirlemek amacıyla $H_0 : \delta_{1i} = 0$ hipotezi düzeltilmiş (modified) WALD test istatistiği (MWALD) kullanılarak sınanmaktadır. Hesaplanan bu MWALD test istatistiği k serbestlik dereceli χ^2 tablo değerinden büyük ise nedenselliğin olmadığını belirten sıfır hipotezleri (H_0) reddedilmektedir. Böylece iki değişken arasında nedensellik ilişkisi saptanmış olur.

6. 2. 5. 3. Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizi de Hacker ve Hatemi-J (2006) tarafından geliştirilmiştir. Toda ve Yamamoto'ya (1995) göre kullandıkları model asimptotik dağılım teorisinin kullanımına imkân vermektedir. Fakat Monte Carlo simülasyonunu kullanarak Hacker ve Hatemi-J (2006) özellikle hata terimi otoregresif koşullu değişen varyans (ARCH) ve normal dağılmama niteliklerine sahip olduğunda MWALD test istatistiğinin boş hipotezi reddetme yönünde sapmalı sonuçlar ürettiğini göstermiştir. Ayrıca Hacker ve Hatemi-J örneklem sayısı küçük olduğunda asimptotik dağılım teorisinin güçlü bir dayanak olamayacağını iddia etmektedir. Yazarlar bu gibi durumlarda kaldıraçlı (leveraged) bootstrap simülasyonunun kullanılmasını önermektedir. Yazarlar bu metotla nedensellik testinin ampirik büyüklük özelliklerinin iyileştiği ve MWALD testinin farklı durumlarda bile gerçek değerine yaklaştığı sonucuna ulaşmaktadır. Hacker ve Hatemi-J (2006) bootstrap simülasyonunu gerçekleştirmek için ilk olarak Granger nedenselliğinin olmadığı H_0 hipoteziyle, her bir simülasyon için simüle edilmiş K^* datasını elde etmektedir.

$$K^* = \tilde{T}Z + \Psi^*$$

Bu eşitlik tahmin edilen parametre değerlerini göstermektedir. Yani $\tilde{T} = KZ' (ZZ')^{-1}$ dir. Ψ^* notasyonu ise, bootstrap hata terimlerini göstermektedir. S sayıdaki tesadüfi çekimlere dayanan bootstrap hata terimleri, regresyon modelinin hata terimlerinin yerini almaktadır. Değiştirilmiş hata terimleri $1/S$ olasılığına sahiptir. Değiştirilmiş hata terimlerinin ortalaması değiştirilmiş hata terimlerinden

çıkarılmaktadır. Böylece değiştirilmiş hata terimi sabit varyansa sahip hale getirilmektedir. Aşağıdaki eşitlik ise, değiştirilmiş hata terimini tanımlamaktadır.

$$\varepsilon_{it} = \frac{\varepsilon_{it}}{\sqrt{1-h_{it}}}$$

Burada h_{it} h_i 'nin t bileşenini, ε_{it} ise değiştirilmemiş hata terimini simgelemektedir. X_{1t} ve X_{jt} için sırasıyla $T \times 1$ kaldırıcı vektörleri ise aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

$$h_1 = \text{diag} (X_1 (X_1' X_1)^{-1} X_1')$$

$$h_j = \text{diag} (X_1 (X' X)^{-1} X') \quad j = i-1 \text{ ve } i = 1, 2, 3, 4 \text{ için}$$

$X = (W_{-1}, \dots, W_{-p})$ ve $X_i = (W_{i-1}, \dots, W_{i-p})$. Bu eşitliklerde W_{1t} 'nin gecikmeli değerlerini simgelemektedir. X_{1t} 'yi belirleyen eşitlikte, X_1 açıklayıcı değişken matrisini göstermektedir. Bu eşitlik Granger nedenselliği yoktur kısıtına tabi tutulmaktadır. X_{jt} 'yi belirleyen modelde X açıklayıcı değişken matrisidir. Bu eşitlikte tüm değişkenlerin gecikmelerinin tamamına yer verilebilmektedir. Bu durumda X_{jt} X_{1t} 'nin Granger nedeni değildir biçimindeki H_0 hipotezi sınanmaktadır. Hacker ve Hatemi-J (2006) bootstrap kritik değerlerini hesaplamak için bootstrap simülasyonunu 100.000 defa tekrarlamakta ve her bir simülasyonda MWALD istatistiği hesaplamaktadır. Böylece MWALD istatistiğinin ampirik dağılımı oluşturulmaktadır. Bu metotta gecikme uzunluğunun doğru belirlenmesi de önemli bir husustur (Yıldırım ve Kesikoğlu, 2012:142).

6. 3. Araştırmada Kullanılan Ekonometrik Model Değişkenlerinin

Tanımlayıcı İstatistikleri

Bu alt bölümde ilk olarak ekonometrik uygulamaya bir ön hazırlık mahiyetinde kullanılan verilerin nitelikleri açıklanacaktır. Turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin analizinde kullanılacak olan veri setinin ortak kullanıma uygun zaman dilimi 2000-2012 yılları olarak belirlenmiştir. 2000 yılının Ocak ayıyla 2012 yılının Aralık ayı arası çalışmanın zaman aralığını oluşturmuş olup her bir değişkene ait bu süre zarfında elde edilen 156 adet veri istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç

ortaya koymak amacıyla analiz edilmiştir. Çalışmada E-Views 6.0 ve Gauss 6.0 paket programları kullanılmıştır. Bu değişkenlerle ilgili veriler çeşitli kurum ve kuruluşların veritabanlarından (KTB, Kalkınma Bakanlığı, TCMB, TÜİK) elde edilmiştir. Verilerle ilgili açıklamalar aşağıdadır;

- **Turizm Gelirleri;** Kalkınma Bakanlığı verilerinden elde edilmiştir. Bağımlı değişken olarak ele alınan turizm geliri verilerinde yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelirler toplamından oluşan değerler kullanılmış ve analizde tgel simgesiyle gösterilmiştir.

- **Turist Sayısı;** yine Kalkınma Bakanlığı verilerinden elde edilmiş olup, Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ülke vatandaşlarının toplam sayısından oluşmaktadır. Analizde tur simgesi ile gösterilmiştir. Turizm gelirleriyle ilişkisinin olması beklenmektedir (Akal 2004; Aktaş 2005; Erkan vd 2013; Işık 2010; Kutlar vd. 2012).

- **GSYİH büyüme hızı;** bu değişkene ait aylık veriler olmadığından diğer çalışmalardaki (Mushtaq 2013; Kara vd. 2012) örneklerde temel alınarak, 2000-2012 yılları arasında toplam sanayi üretim endeksinin (2010=100) aylık verileri alınmıştır. Analizde buyume ile simgelenmektedir. Ekonomik büyümenin turizm gelirlerini etkilemesinden çok turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisinin olacağı beklenmektedir (Mushtaq 2013; Algieri 2008; Thompson 2010; Belloumi 2010; Kara vd. 2012; Kutlar vd. 2012; Martin vd. 2004; Dritsakis 2004; Kırbaş-Kasman ve Kasman 2004; Değer 2006; Kim vd. 2005; Gündüz ve Hatemi 2005; Çoban ve Özcan 2013 vd.).

- **Reel Döviz Kuru;** analizde kur ile simgelenen değişkene ait veriler TCMB ve Kalkınma Bakanlığı internet adreslerinden elde edilmiştir. Hem yurt içi hem de yurtdışı fiyat değişimlerinin etkisini taşıması nedeniyle, dövizle para birimi arasında değer oranını daha gerçekçi bir tahminle vermektedir. Reel kurun yükseldikçe TL'nin değer kaybedeceği ve dolayısıyla ülke turizminin yabancılar için cazip hale geleceği bunun sonucunda da, turizm gelirlerinin artacağı tahmin edilmektedir. Diğer bir deyişle reel kurlarda ki oynaklığın turizm gelirleri üzerinde etkisinin olacağı beklenmektedir (Algieri 2006; Thompson 2010; Payne 2002; Diristakis 2004;

Eugenio-Martin 2004; Vogt 2008; Belloumi 2010; Cheng 2013; Demirel 2011; Erkan vd 2013; Kara vd 2012; Işık 2010, Balaguer vd 2002; Tse 2001; Di Matteo 1993).

- **Enflasyon;** analizde enf simgesi ile gösterilmiştir. 2000-2012 dönemine ait Tüketici Fiyat Endeksi(TÜFE) verileri TÜİK internet adresinden elde edilmiştir. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde Türkiye’de ki mal ve hizmet fiyatlarının artmasıyla turistik ürünlere olan talebin azalacağı ve bu durumunda turizm sektörünü etkileyeceği düşünüldüğünden analize dâhil edilmiştir (Algieri 2008; Mushtaq 2013; Mohebi 2010; Vogt 2008; Tse 2001).

Tüm bu değişkenlerin dışında turizm gelirlerini etkileyeceği düşünülen seyahat acente sayısı, Türkiye’de hizmette olan turistik yatak kapasitesi, turistik teşvik belge sayısı gibi değişkenler analize dâhil edilmek istenmiştir. Ancak söz konusu değişkenler için analize konu olan veri setinin ortak zaman dilimine (2000M01-2012M12) uygun verilere ulaşılamamıştır.

6. 4. Uygulama ve Bulgular

Bu kısımda ekonometrik analizde uygulanan birim kök, Johansen eşbütünleşme, VECM analizi, Hatemi-J eşbütünleşme ve nedensellik testlerine ait sonuç tabloları sunularak, elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır.

6. 4. 1. Yapısal Kırılmayı Dikkate Almayan Birim kök Testleri

Zaman serileriyle yapılan analizlerde kullanılan değişkenlerin durağanlık şartını sağlamaları istatistikî açıdan güvenilir sonuçlar elde edilebilmesi için aranan bir önkoşuldur. Bu nedenle turizm gelirlerini etkileyen ekonomik değişkenlerin araştırılmasından önce, çalışmaya konu olan tüm değişkenlerin durağanlığı "Genişletilmiş Dickey-Fuller" (ADF) ve Phillips Perron(PP) birim kök testleriyle araştırılmıştır. Birim kök testlerinde kullanılan hipotezler ise aşağıdaki gibi kurulmaktadır.

H_0 : Seri durağan değildir; seri en az bir birim kök içermektedir.

H_a : Seri durağandır; seri birim kök içermemektedir.

Tablo 17’de turizm gelirlerini etkileyen ekonomik faktörlerin araştırılmasında kullanılacak olan değişkenlerin ADF birim kök test sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 17: Değişkenlere İlişkin ADF Birim Kök Testi Sonuçları

DEĞİŞKEN	SABİTLİ		TRENDLİ ve SABİTLİ	
	t-istatistik	Kritik Değer	t-istatistik	Kritik Değer
TGEL	-0,9576[12]	-3,4764 (%1) -2,8816 (%5) -2,5775 (%10)	-2,3366[12]	-4,0235 (%1) -3,4415 (%5) -3,1453 (%10)
ΔTGEL	-4,6927*[11]	-3,4764 (%1) -2,8816 (%5) -2,5775 (%10)	-4,6952*[11]	-4,0235 (%1) -3,4415 (%5) -3,1453 (%10)
TUR	-0,5762 [13]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-3,3604*** [13]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)
ΔTUR	-4,1047*[13]	-3,4771 (%1) -2,8819 (%5) -2,5777 (%10)	-4,0921* [13]	-4,0244 (%1) -3,4420 (%5) -3,1456 (%10)
BUYUME	-1,0945[13]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-3,1670 [13]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)
ΔBUYUME	-2,5696[12]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-2,5352[12]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)
ΔΔBUYUME	-11,2583*[11]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-11,2095*[11]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)
KUR	-2,1091[1]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-2,0661 [1]	-4,0187 (%1) -3,4392 (%5) -3,1439 (%10)
ΔKUR	-9,8247* [0]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-9,8197* [0]	-4,0187 (%1) -3,4392 (%5) -3,1439 (%10)
ENF	-1,1835 [13]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-1,3803[13]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)
ΔENF	-3,6776* [12]	-3,4768 (%1) -2,8818 (%5) -2,5776 (%10)	-3,6748** [12]	-4,0239 (%1) -3,4417 (%5) -3,1454 (%10)

Not: Köşeli parantez içindeki değerler gecikme uzunluklarını belirtir. Gecikme uzunlukları AIC (Akaike Info Criterion) kriterine göre belirlenmiştir.

*, **, *** notasyonları sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyine göre değişkenin durağanlığını belirtmektedir.

Δ parametresi birinci farkı, ΔΔ parametresi ikinci dereceden farkı göstermektedir.

Tablo 17'den elde edilen bilgiler ışığında; tüm değişkenlerin düzey değerlerinde yapılan ADF birim kök sınamasına göre, değişkenlerin durağan olmadıkları saptanmıştır. Yalnız turist sayısı değişkeninin trendli ve sabitli modelde %10 anlamlılık seviyesine göre düzey değerinde durağanlaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 18: Değişkenlere İlişkin PP Birim Kök Testi Sonuçları

DEĞİŞKEN	SABİTLİ		TRENDLİ ve SABİTLİ	
	t-istatistik	Kritik Değer	t-istatistik	Kritik Değer
TGEL	-3,7146* [7]	-3,4728 (%1) -2,8800 (%5) -2,5767 (%10)	-2,7993[9]	-4,0183 (%1) -3,4390 (%5) -3,1438 (%10)
ΔTGEL	-7,4395*[21]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-7,3924*[21]	-4,0187 (%1) -3,4492 (%5) -3,1439 (%10)
TUR	-4,3808* [2]	-3,4728 (%1) -2,8800 (%5) -2,5767 (%10)	-5,3166* [3]	-4,0183 (%1) -3,4390 (%5) -3,1438 (%10)
BUYUME	-1,9648 [16]	-3,4728 (%1) -2,8800 (%5) -2,5767 (%10)	-6,0804* [4]	-4,0183 (%1) -3,4390 (%5) -3,1438 (%10)
ΔBUYUME	-39,863* [49]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-39,5115* [12]	-4,0187 (%1) -3,4392 (%5) -3,1439 (%10)
KUR	-1,8457 [1]	-3,4728 (%1) -2,8800 (%5) -2,5767 (%10)	-1,7856 [4]	-4,0183 (%1) -3,4390 (%5) -3,1438 (%10)
ΔKUR	-9,5615* [8]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-9,5517* [8]	-4,0187 (%1) -3,4392 (%5) -3,1439 (%10)
ENF	-2,1734 [6]	-3,4728 (%1) -2,8800 (%5) -2,5767 (%10)	-2,3068 [6]	-4,0183 (%1) -3,4390 (%5) -3,1438 (%10)
ΔENF	-4,2711* [15]	-3,4730 (%1) -2,8802 (%5) -2,5768 (%10)	-4,2794* [12]	-4,0187 (%1) -3,4392 (%5) -3,1439 (%10)

Not: Köşeli parantez içindeki değerler bantgenişiği(Bernett Karna) değerlerini belirtir.

*, **, *** notasyonları sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyine göre değişkenin durağanlığını belirtmektedir.

Δ parametresi birinci farkı, ΔΔ parametresi ikinci dereceden farkı göstermektedir.

Turizm gelirleri, turist sayısı, reel kur ve enflasyon değişkenlerinin birinci farkı alınarak yapılan ADF birim kök testleri sonuçları bu değişkenlerin % 99 güvenle birinci farklarında durağan olduğunu göstermektedir. Büyüme değişkeni ise birinci farkı alınarak yapılan ADF birim kök testleri sonuçlarına göre durağanlaşmamıştır. İkinci farkı alınarak yapılan teste göre durağanlaşmıştır.

PP birim kök sınamasına göre ise, turist sayısı değişkeni düzey değerinde durağan iken turizm gelirleri değişkeni düzey değerinin sabit modelinde durağanlaşmıştır. PP birim kök testinde de tüm değişkenler birinci farklarının alınması ile durağanlaşmıştır. Tüm değişkenlerde sabitli ile trend ve sabitli model dikkate alınmıştır. Bunun sebebi değişkenlerin birinci farklarında yapılan ADF ve PP birim kök testlerine ilişkin test istatistik değerlerinin %1 MacKinnon kritik değerlerinden büyük olarak bulunmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle tüm değişkenler birinci farkları (bir önceki döneme göre değişimi) alınmak suretiyle analiz edilmiştir.

6. 4. 2. Yapısal Kırılmayı Dikkate Alan Birim Kök Testleri

ADF ve PP birim kök testleri yapısal kırılmayı dikkate almamaktadır. Bu nedenle çalışmanın bu kısmında bir sonraki aşama olarak yapısal kırılmayı dikkate alan Zivot Andrews (ZA) tek kırılmalı birim kök testi ve Lee-Strazicich Çift İçsel Kırılmalı birim kök testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 19’da değişkenlere ilişkin ZA birim kök testi sonuçları bulunmaktadır. ZA testinin uygulamasında tahmin edilen modelden ilki (Model A) ortalama kırılmayla ilgili iken, Model C ise yapısal bir değişimin hem ortalama hem de eğimi değiştirdiğini göstermektedir. Bu testlere göre değişkenin t-istatistik değeri kritik değerlerden küçük ise değişkenin durağan olmadığını ifade eden H_0 hipotezi kabul edilir. Yani değişkenler düzey değerlerinde durağan değildir. Tablo 19’daki sonuçlara göre; tüm değişkenler düzey değerlerinde durağanlaşmamıştır.

Bu sonuçlara göre, bağımlı değişken olan turizm gelirleri Model A’ya göre 2011 yılı Haziran ayında, Model C’ye göre ise 2011 Temmuz ayında kırılma göstermiştir. Türkiye’nin turizm gelirleri küresel ekonomik krizden sonra 2009 ve 2010 yıllarında azalmış ve 2011 yılında tekrar toparlanmaya başlamıştır. 2011

yılındaki bu kırılmalarda Türkiye'nin turizm gelirlerinin tekrar artışa geçişini göstermektedir.

Turist sayısı değişkeni de 2011 yılı Mart ve Ağustos aylarında kırılma göstermiştir. Bu kırılmalarda yine turizm gelirlerinde olduğu gibi 2011 yılında tekrar artışa geçen turist sayısına işaret etmektedir.

Reel kur endeksi değişkeninde ise, her iki modelde de aynı aylarda yani 2005 yılı Aralık ayında kırılmaya rastlanmıştır. 2005 yılında kurların aşağı yönlü olması kırılmaya sebep olabilir. Yine sonuçlara göre enflasyon ve büyüme değişkenlerinde de, her iki modele göre aynı aylarda kırılma görülmüştür. 2005 yılında enflasyon oranlarının düşüşe geçişiyle enflasyon oranları 2005 yılı Temmuz ayında kırılma göstermiştir. Artan ekonomik büyüme rakamları sebebiyle de ekonomik büyüme değişkeninde 2004 yılı Aralık ayında kırılma saptanmıştır.

Tablo 19: Değişkenlere İlişkin ZA Birim Kök Testi Sonuçları

MODEL	Model A		Model C	
	Min T-stat	Kırılma	Min T-stat	Kırılma
tgel	-4,34	2011 M7 (8) [-3,39]	-9,11	2011 M6 (7) [-5,67]
tur	-5,76	2011 M8 (6) [-3,31]	-11,11	2011 M3 (5) [-6,24]
buyume	-5,28	2004 M12 (8) [-5,25]	-5,97	2004 M12 (5) [-2,59]
kur	-6,15	2005 M12 (4) [4,87]	-5,88	2005 M12 (4) [0,53]
enf	-3,63	2005 M7 (7) [-2,64]	-3,79	2005 M7 (7) -1,09

Not: Parantez içindeki değerler Akaike Bilgi Kriteri tarafından seçilen gecikme sayısını, köşeli parantez içindeki değerlerde değişkene ait t-statics değerlerini göstermektedir. Modeller için Zivot ve Andrews (1992:256-257)'den alınan kritik değerler Model A'da %1 ve %5 anlam seviyeleri için sırasıyla -5.34 ve -4.80, Model C'de %1 ve %5 anlam seviyeleri için sırasıyla -5.57 ve -5.08'dir.

Tablo 20’de ise değişkenlere ilişkin Lee Strazicich çift içsel kırılmalı birim kök testi sonuçları görölmektedir. Test sonuçlarına göre; bağımlı değişken turizm gelirleri öncelikle 2006 yılı Haziran ayında sonrasında 2010 Ekim ve 2011 yılı Ağustos aylarında kırılma göstermiştir. 2006 yılı Haziran ayında Almanya’da gerçekleşen 2006 Dünya Kupası organizasyonu Türkiye’nin turizm gelirlerinin azalmasına sebep olmuş ve bu ayda kırılma görölmüştür. 2010 ve 2011 yılındaki kırılmalarsa 2011 yılında tekrar artışa geçen turizm gelirlerini işaret etmektedir.

Turist sayısı değişkeninde ise; 2006 yılı Mart ayındaki kırılma yine Dünya Kupası organizasyonu nedeniyle bu yılda Türkiye’ye gelen turist sayısındaki azalmayı 2011 yılı Nisan ve Temmuz aylarında ki kırılmalar da turist sayısının diğer yıllara oranla daha fazla artarak zirve noktasına ulaşmasının sonucudur.

Reel kur değişkeninde de farklı kırılmalara rastlanılmıştır. Bu değişkene ait kırılma dönemleri ise 2005 ve 2009 yıllarının Aralık aylarıyla 2010 yılı Eylül ve 2011 yılı Ocak aylarıdır. Küresel kriz nedeniyle ülkeden ani sermaye çıkışı 2009 yılında döviz talebini artırmış ve kurların yükselmesine neden olmuştur. 2010 ve 2011 yıllarında artan hızlı büyümeyle yoğun sermaye girişi kurları aşağı yönlü kırmıştır.

Enflasyon oranları da, dört farklı dönemde kırılma göstermiştir. Buna göre enflasyon oranlarında öncelikle 2005 yılı Şubat ayında, daha sonra 2007 yılı Aralık ayında, sonrasında ise 2008 yılı Temmuz ve 2010 yılı Eylül aylarında kırılma saptanmıştır. 2008 ve 2010 yılındaki kırılmalar artan döviz kurlarından kaynaklıdır. 2008’de artan kur ithalatı pahalılaştırmış ve enflasyonu yükseltmiştir. Tam tersine 2010 yılında da kurlardaki artış hızının yavaşlamasıyla enflasyon artışı durmuş ve bu yılda kırılma tespit edilmiştir.

Ekonomik büyüme değişkeninin kırılma dönemlerine bakıldığında birbirine yakın dönemler göze çarpmaktadır. Bu değişkende öncelikle 2003 yılı Ekim ayında kırılma görölürken sonrasında 2004 yılı Kasım ile 2005 yılı Aralık aylarında kırılmaya rastlanmıştır. Bu değişkenin kırılma gösterdiği son dönemse 2010 yılı Aralık ayı olarak saptanmıştır. 2003, 2004 ve 2005 yılındaki kırılmalar 2002 yılında uygulamaya konulan güçlü ekonomiye geçiş programının yansımalarıdır. 2010

yılındaki kırılma ise Türkiye ekonomisinde küresel kriz sonrası yaşanan kendine gelme sürecinin bir sonucu olabilir.

Tablo 20: Değişkenlere İlişkin Lee-Strazicich Çift İçsel Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları

MODEL	Model A			Model C		
	min t-stat	Kırılma 1	Kırılma 2	Min t-stat	Kırılma 1	Kırılma 2
tgel	-3.795	2010:M10(12) [-1.123]	2011:M08(12) [2.358]	-4.933	2006:M06 (12) [-4.387]	2010:M10(12) [4.061]
tur	-3.232	2006:M3(12) [0.458]	2011:M07(12) [0.793]	-5.128	2011:M04(12) [-2.640]	2011:M07(12) [-3.143]
buyume	-3.704	2003:M10(12) [-1.133]	2005:M12(12) [2.392]	-6.203	2004:M11(12) [-5.906]	2010:M12(12) [5.334]
kur	-2.528	2009:M12(10) [0.340]	2011:M01(10) [-2.549]	-8.807	2005:M12(9) [-6.625]	2010:M09(9) [9.040]
enf	-4.283	2007:M12(4) [-0.896]	2008:M07(4) [3.029]	-7.042	2005:M02(4) [5.637]	2010:M09(4) [-2.630]

Not: Parantez içindeki değerler Akaike Bilgi Kriteri tarafından seçilen gecikme sayısını, köşeli parantez içindeki değerlerde değişkene ait *t*-statics değerlerini göstermektedir. Modeller için Lee Strazicich (1999:19)'den alınan kritik değerler Model A'da %1 ve %5 anlam seviyeleri için sırasıyla -4,54 ve -3,842, Model C'de %1 ve %5 anlam seviyeleri için sırasıyla -5,82 ve -5,74'tür.

6. 4. 3. Johansen Eşbütünleşme Testi

Çalışmada kullanılan seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olup olmadığı Johansen eşbütünleşme testiyle analiz edilmiştir. Elde edilen Johansen eşbütünleşme test bulguları Tablo 21'de verilmektedir.

Tablo 21: Çok Değişkenli Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Hipotez		Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değer	Olasılık	Max. Özdeğer İstatistiği	%5 Kritik Değer(Max.)	Olasılık
H ₀	H ₁							
r=0	r≥1	0.351987	120.9922	69.81889	0.0000	65.51042	33.87687	0.0000
r≤1	r≥2	0.243763	55.48182	47.85613	0.0082	42.18945	27.58434	0.0003
r≤2	r≥3	0.060420	13.29236	29.79707	0.8778	9.410654	21.13162	0.7980
r≤3	r≥4	0.024799	3.881709	15.49471	0.9129	3.791801	14.26460	0.8807
r≤4	r≥5	0.000595	0.089909	3.841466	0.7643	0.089909	3.841466	0.7643

Hem iz hem de maksimum öz değer testi, hiç eşbütünleşme vektörü olmadığını söyleyen boş hipotezini ret etmektedir. En çok bir eşbütünleşme vektörü olmadığını söyleyen hipotez ise %5 düzeyinde kabul edilmektedir. Buna göre değişkenler arasında %5 düzeyinde iki eşbütünleşme vektörü yani iki eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuca göre, durağan olmayan değişkenlerden oluşan sistem, uzun dönem denge noktasına sahiptir. Dolayısıyla turizm gelirleriyle turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon arasında uzun dönem ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulunmasıyla çalışmanın bundan sonraki kısmında Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) uygulanmış ve uzun dönemde birlikte hareket ettikleri tespit edilen turizm gelirleri, turist sayısı, büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon değişkenlerinin kısa dönemli ilişkilerini belirlemek için hata düzeltme modeli tahmin edilmiştir.

Değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki belirlenmesine rağmen, eşbütünleşme ilişkisinin tahmininde durağan olmayan serilerin farklarının alınması nedeniyle ortaya çıkan bilgi kaybı kısa dönemde denge değerinden sapmalara yol

açabilir. Bu sapmaların ne kadar sürede düzeltildiği VECM ile belirlenmektedir. VECM'e göre hata düzeltme katsayısının (CointEq1) istatistikî açıdan anlamlı olması ve negatif bir değer alması gerekir. Katsayının negatif ve anlamlı olması, değişkenlerde meydana gelen bir standart hatalık şokun etkisinin azalarak devam ettiğini ve uzun dönemde tekrar dengeye yaklaşılabileceğini ifade etmektedir. Hata düzeltme katsayısı pozitif ve anlamlı ise, şokun etkisi artarak devam etmekte ve dengeden uzaklaşmaktadır. VECM analizinden elde edilen hata düzeltme katsayıları tablo 22'de sunulmuştur.

Tablo 22: VECM Analizi Sonucu Elde Edilen Hata Düzeltme Katsayıları

Değişkenler	D(TGEL)	D(TUR)	D(BUYUME)	D(KUR)	D(ENF)
Katsayılar(CointEq1)	-0.810716	-183.2273	-0.009751	0.006696	-0.005598
Standart hata	0.17473	124.319	0.00340	0.00495	0.00160
T istatistik Değerleri	-4.63974	-1.47385	-2.86922	1.35209	-3.49877

Tablo 22'deki sonuçlara bakıldığında reel kur değişkeni hariç diğer tüm değişkenlerin katsayıları negatiftir. Katsayıların negatif olması değişkenlerde meydana gelen bir standart hatalık şokun etkisinin azalarak devam ettiğini ve tekrar uzun dönem dengeye yaklaşılabileceğini ifade etmektedir. Yani uzun dönemde birlikte hareket eden değişkenler arasında kısa dönemde meydana gelen sapmalar ortadan kalkmakta ve meydana gelecek bir şokun etkileri uzun dönemde kaybolacaktır. Buna göre VECM'in çalıştığı söylenebilir. Bu durum, yapılan uzun dönem analizinin güvenilir olduğuna dair kanıt oluşturabilmektedir.

Ancak değişkenlere ait katsayı sonuçlarının istatistikî olarak anlamlı olup olmadığı her bir değişkene ait t istatistik değerlerine bakılarak anlaşılmaktadır. Tablodaki sonuçlara bakıldığında turist sayısı ve reel kur değişkenlerinin dışında diğer değişkenlere ait elde edilen kısa dönem katsayılarının istatistikî olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Turist sayısı değişkeninin katsayısının negatif olması uzun

dönemde tekrar dengeye yaklaşılabacağına işaret etse de sonuç istatistikî olarak anlamsızdır.

Diğer değişkenlere bakıldığında, bağımlı değişken turizm gelirlerinde kısa dönem ile uzun dönem arasında oluşacak bir dengesizliğin her ay % 81 oranında ortadan kalktığı görülmektedir. Büyüme değişkeni 1 aylık dönemde % 0,9 oranında uzun dönem dengeye yaklaşırken, enflasyon değişkeni de %0,6 oranında uzun dönem dengeye yaklaşmaktadır.

6. 4. 4. Hatemi-J Eşbütünleşme Testi

Yapısal kırılmaları dikkate alarak değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi inceleyen analizlerden biride Hatemi-J eşbütünleşme testidir. Sıfır hipotezinin “eşbütünleşme yoktur” şeklinde kurulduğu Hatemi-J testinde elde edilen t istatistik değerlerinin mutlak değerinin %1, %5 ve %10 düzeylerindeki kritik değerlerin birinden yüksek olması gerekmektedir. Böylece “eşbütünleşme yoktur” şeklindeki sıfır hipotezi ret edilmiş olur ve değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılır. Tablo 23’de Hatemi-J eşbütünleşme testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 23: Hatemi-J Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Test Türü	Kırılma Tarihleri	Tahmin Edilen t-ist. Değeri	%1 kritik değeri	%5 kritik değeri	%10 kritik değeri
<i>ADF*</i>	2005:M01 2005:M06	-4,198	-8,353	-7,903	-7,705
<i>Z_t*</i>	2007:M01 2007:M10	-7,703	-8,353	-7,903	-7,705
<i>Z_α*</i>	2007:M01 2007:M10	-89,479	-140,135	-123,870	-116,169

Not: En yüksek gecikme sayısı 12 olarak alınmıştır. Kritik değerler Hatemi-J (2008)’den alınmıştır.

Tablo 23’deki sonuçlara göre, tahmin edilen t istatistik değerlerinin mutlak değerleri kritik değerlerden küçük olduğundan “eşbütünleşme yoktur” şeklindeki sıfır hipotezi kabul edilir. Bu sonuçlara göre yapısal kırılmalar dikkate alındığında turizm gelirleriyle turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon arasında uzun dönem ilişkisi bulunmamaktadır. Her iki eşbütünleşme testi sonuçlarına göre

denilebilir ki yapısal kırılmalar göz ardı edildiğinde değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiye rastlanılırken, yapısal kırılmalar dikkate alındığında uzun dönemli ilişki görülmemektedir. Yapısal kırılma tarihleri ise 2005 yılı Ocak-Haziran ve 2007 yılı Ocak-Ekim ayları olarak belirlenmiştir. Tüm değişkenler göz önüne alındığında bu kırılmaların 2005 yılından sonra azalan 2007 yılına gelindiğinde tekrar artışa geçen turizm gelirleri, turist sayısı, büyüme ve kur değişkenlerindeki dalgalanmalardan kaynaklandığı söylenebilir.

6. 4. 5. Nedensellik Analizleri

Bu alt başlık içerisinde bağımlı değişken turizm gelirleriyle diğer değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Bunun içinse öncelikle nedenselliği kısa, orta ve uzun dönem olarak inceleyen Frekans Dağılımı nedensellik testi uygulanmıştır. Sonrasında ise birbiriyle ilişkili iki nedensellik testi uygulanmıştır. Bu testlerin ilki Toda-Yamamoto nedensellik testi ikincisi ise; Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik testidir.

6. 4. 5. 1. Frekans Dağılımı (Frequency Domain) Nedensellik Testi

Frekans Dağılımı nedensellik testi sonuçları tablo 24'te sunulmuştur. Buna göre turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift yönlü nedensellik tespit edilmiştir. Bu çift yönlü nedensellik ilişkisi her üç dönemde de ortaya çıkmaktadır. Yani turizm gelirleri turist sayısının kısa, orta ve uzun dönemde nedeni olurken, aynı şekilde turist sayısı da turizm gelirlerinin nedeni olmaktadır.

Turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru ise tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ancak bu ilişki uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine ise nedensellik bulunamamıştır.

Turizm gelirleriyle reel döviz kuru arasındaki ilişkiye baktığımızda ise, yine çift yönlü bir nedensellik ilişkisi göze çarpmaktadır. Analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerinden reel döviz kuruna doğru her üç dönemde de nedensellik saptanmışken, reel döviz kurundan turizm gelirlerine sadece uzun dönemde nedensellik saptanmıştır.

Tablo 24: Frekans Dağılımı (Frequency Domain) Nedensellik Testi Sonuçları

	Uzun Dönem		Orta Dönem		Kısa Dönem	
ω_i	0.01	0.05	1.00	1.50	2.00	2.50
tgel $\Rightarrow$ tur	10.6152*	10.6007*	6.3906*	7.5826*	1.2615	19.8036*
tur $\Rightarrow$ tgel	32.5859*	33.0006*	1.0389	13.3253*	0.1446	17.5861*
tgel $\Rightarrow$ buyume	5.2896*	5.2974*	0.6535	0.1328	0.8333	1.3953
buyume $\Rightarrow$ tgel	0.3122	0.2953	0.9991	0.7039	1.6388	0.1875
tgel $\Rightarrow$ kur	2.7623*	2.7497*	5.1710*	3.3832*	7.7579*	0.7995
kur $\Rightarrow$ tgel	3.3498*	3.3457*	0.2517	0.7286	0.0074	0.6895
tgel $\Rightarrow$ enf	2.4859*	2.4944*	1.4617	2.2960	1.3309	4.0344*
enf $\Rightarrow$ tgel	0.1466	0.1275	1.4016	1.9777	3.9632*	2.9295*

Not: VAR modellerinden elde edilen gecikme uzunlukları Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiştir. Her bir ω_i (frekans) 0 ile $\pi, \omega \in (0, \pi)$ arasında ve F test istatistiği 2.30'a denk olan (2, T-2p) serbestlik derecesiyle belirlenmektedir.

Frekans Dağılımı nedensellik testi sonuçlarına göre turizm gelirleri enflasyona kısa ve uzun dönemde neden olmaktadır. Enflasyonun turizm gelirlerine olan nedenselliği ise kısa dönemde ortaya çıkmakta orta ve uzun dönemde kaybolmaktadır.

6. 4. 5. 2. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Toda-Yamamoto nedensellik testine göre iki değişken arasında gösterilen yönde nedenselliğin olması için tablodaki p değerlerinin (probability values-olasılık değerleri) 0,10'dan düşük olması gerekmektedir. Böylece yüzde 10 anlamlılık düzeyinde nedensellik ilişkisinin varlığı bulunmaktadır.

Tablo 25'deki bulgulara göre, turizm gelirleriyle turist sayısı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Turist sayısı turizm gelirleri üzerinde etkili iken turizm gelirlerinin de turist sayısı üzerinde etkisi bulunmaktadır. Yine turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasında da tek yönlü nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Bu iki değişken arasında ki nedensellik ilişkisinde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik bulunmuşken, tersine ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru nedenselliğe rastlanılmamıştır.

Tablo 25: Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Hipotezler	Optimal VAR Gecikme Uzunluğu ($k+d_{max}$)	Wald (X^2)	p Değeri	Sonuç
$tgel \neq tur$	13	88,7724	0,000	Nedensellik vardır.
$tur \neq tgel$	13	81,5299	0,000	Nedensellik vardır.
$tgel \neq buyume$	14	75,2959	0,000	Nedensellik vardır.
$buyume \neq tgel$	14	8,14820	0,874	Nedensellik yoktur.
$tgel \neq kur$	2	0,48187	0,786	Nedensellik yoktur.
$kur \neq tgel$	2	1,16632	0,558	Nedensellik yoktur.
$tgel \neq enf$	3	1,20575	0,751	Nedensellik yoktur.
$enf \neq tgel$	3	0,79014	0,851	Nedensellik yoktur.

Not: Gecikme uzunlukları SIC kriterine göre seçilmiştir. Tablodaki $\neq$ notasyonu ise; ilgili iki değişken arasında gösterilen yönde Granger nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezini ifade etmektedir.

Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçlarına göre; turizm gelirleriyle reel kur ve enflasyon değişkeni arasında söz konusu dönem için herhangi bir nedensellik sonucuna ulaşılamamıştır.

6. 4. 5. 3. Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Toda-Yamamoto nedensellik analizinden sonra Hacker ve Hatemi-J (2006) tarafından geliştirilen Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizi uygulanmıştır. Hacker ve Hatemi-J Toda-Yamamoto nedensellik testinin bazı eksikliklerini saptayarak modeli geliştirmişlerdir. Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçları %1 %5 ve %10 anlamlılık düzeylerine göre Tablo 26'da sunulmuştur. Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik testine göre iki değişken arasında gösterilen yönde nedenselliğin olması için tabloda ki MWALD değerlerinin %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde verilen kritik değerlerden büyük olması gerekmektedir.

Tablo 26: Bootstrap Tabanlı Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Hipotezler	Optimal VAR Gecikme Uzunluğu ($k+d_{max}$)	MWALD İstatistiği	% 1 Kritik Değer	% 5 Kritik Değer	% 10 Kritik Değer
tgel $\nRightarrow$ tur	13	30,852**	34,681	25,510	21,730
tur $\nRightarrow$ tgel	13	21,454***	31,893	24,958	21,452
tgel $\nRightarrow$ buyume	14	38,832*	36,213	28,809	25,437
buyume $\nRightarrow$ tgel	14	7,736	33,094	25,975	22,737
tgel $\nRightarrow$ kur	2	3,869	9,568	6,181	4,719
kur $\nRightarrow$ tgel	2	10,220*	9,701	6,301	4,839
tgel $\nRightarrow$ enf	3	7,391***	11,760	7,936	6,283
enf $\nRightarrow$ tgel	3	2,104	11,741	8,055	6,454

Not: *, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı ifade ederken, Tablodaki $\nRightarrow$ notasyonu ilgili iki değişken arasında gösterilen yönde Granger nedensellik ilişkisi olmadığı hipotezini ifade etmektedir. Gecikme uzunlukları SIC kriterine göre belirlenmiştir.

Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizinden elde edilerek Tablo 26’da sunulan sonuçlara göre; turizm gelirleriyle turist sayısı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Burada da turist sayısının turizm gelirlerini aynı zamanda turizm gelirlerinin de turist sayısını etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç Frekans Dağılımı nedensellik testinin sonuçlarına uymaktadır.

Yine literatüre de uygun olarak turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik bulunmuştur. Buna göre turizm gelirleri ekonomik büyümenin bir nedenidir. Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçlarından reel kurun turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu da anlaşılmaktadır. Turizm gelirleriyle enflasyon arasında ise, % 10 anlamlılık düzeyinde düşük bir nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Bu nedenselliğin yönü turizm gelirlerinden enflasyona doğru saptanmıştır. Bu sonuçlarda Frekans Dağılımı nedensellik analiziyle tutarlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü gerek ölçek, yatırım, örgütlenme, yönetim boyutlarıyla ve gerekse de geriye ileriye bağımlılığı, çok yönlülüğü ile özel deneyim ve bilgi gerektirmektedir. Ayrıca teknolojiyi yakından takip etme zorunluluğu da sektörün ayırıcı özelliklerinden biridir. Ancak ne olursa olsun diğer sektörlerle karşılaştırıldığında turizm sektörünün çok hızlı gelişme gösteren bir sektör olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Küreselleşen dünyada ekonomik ve kitlesel bir olgu haline gelmesiyle ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkilerinin artması turizm sektörünün ekonomik önemini daha da ön plana çıkarmıştır.

Turizm sektöründe, turizm ürünlerinden faydalanmak için o ürünlerin bulunduğu ülke ya da bölgeye gelinmesiyle çeşitli mal ve hizmetler için harcamalarda bulunulması turizme ev sahipliği yapan ekonomilerde “şelale” etkisi oluşturmaktadır. Örneğin öncelikle taksii, oteller, restoran, benzeri turistik arz faktörleri cephesinde başlayan harcamalar daha sonra ekonominin diğer sahalarına doğru aşama aşama yayılmaktadır. Bu durum özellikle turizm sektörünün ekonominin diğer sektörleriyle önemli ölçüde girdi alış verişii olan bir sektör özelliğine sahip olmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle turizm sektörü hem diğer sektörlerdeki gelişmeden etkilenmekte hem de öteki sektörlerin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Ekonomik gelişme süreci içerisinde bu karşılıklı ilişki, teoride yapısal bağıllık kavramı içinde yer alarak bir sektörün ekonomik gelişmedeki önemini de göstermektedir.

Turizm sektörü bir ülkeye döviz girdisi sağlamasının yanı sıra, o ülkenin işsizlik sorununa da çözüm üreten önemli bir sektördür. Turizm, ödemeler dengesi açısından görünmeyen ihracat olarak nitelendirilmektedir. Bu şekilde tanımlanmasının nedeni ziyaretçilere mal ve hizmet satarak döviz kazandırmasıdır. Bu sebeple turizm diğer ihracat sektörlerine göre daha avantajlı özellikler göstermektedir. Çünkü turizm 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. Bu farklılıklar turizm sektöründe az miktarda ithalatla kısa zamanda döviz elde edebilme imkânı bulunması, ihracat imkânı bulunmayan bazı ürünlerde ülkenin doğal, tarihi, kültürel

değerleri turistler kanalıyla dış pazar oluşmasıyla sektörün bir döviz kaynağı haline getirilmesidir.

İşte tüm bu olumlu ekonomik etkilerden daha da fazla yararlanmak için turizm sektörünün ekonomik anlamda performansının yani turizm gelirlerinin arttırılması gerekmektedir. Turizm gelirlerinin arttırılabilmesi ve daha etkin bir turizm politikasının oluşturulabilmesi içinde turizm sektörünün performansını diğer bir deyişle, turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekmektedir. Şüphesiz turizm gelirlerini etkileyen birçok faktör (ekonomik, sosyal, teknolojik, demografik, çevresel vb.) bulunmaktadır. Ancak analizde sadece turizm gelirlerini etkileyen ekonomik faktörler ele alınmıştır. İktisat literatüründe bu anlamda çalışma sayısı makale bazında çalışmalarla sınırlıdır. Hazırlanan bu çalışmada ülkemizde bu konuda yapılan ilk tez çalışmalarından birisidir.

Çalışma sonucunda, incelenen 13 yıllık süreç içerisinde Türkiye'nin turizm gelirlerinde % 236'lık bir artış olduğu saptanmıştır. Türkiye bu dönemde uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payı da arttırmıştır. 2000 yılından 2012 yılına gelindiğinde uluslararası turizm gelirlerinden alınan pay % 1,52'den %2,38'e yükselmiştir. Özellikle kriz dönemlerinden sonra turizm gelirlerinin önemli derece artması krizden çıkış noktasında da turizm sektörünün önemini göstermektedir.

Türkiye'nin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payların artışına paralel olarak dünya turizm gelirleri sıralamasındaki yerini de yükselttiği görülmektedir. Türkiye 2000 yılında turizm gelirleri sıralamasında on dördüncü iken 2005 yılında sekizinciliğe yükselmiştir. Sonraki yıllarda ise, Honkong ve Tayland gibi ülkelerin üst sıralara gelmesiyle on ikinci sıraya gerilemiştir.

Turist sayısı açısından bakıldığında da son 13 yıllık dönemde Türkiye'nin yirminci sıradan yedinci sıraya yükselerek ülkeye turist çekme konusunda önemli bir başarı elde ettiği görülmektedir.

Ancak turist sayısı sıralamasındaki artışa paralel olarak turizm gelirleri sıralamasında aynı oranda artış veya bir başarı yakalanamamıştır. Özellikle son üç yılda dünya turizm gelirleri sıralamasında gerileme yaşanmıştır. Turist sayısının

önemli oranda artışına rağmen turizm gelirlerinin aynı oranda artış gösterememesi Türkiye'nin turizm politikası açısından üzerinde önemle durulması gereken bir husustur.

Türkiye'de turist sayısında artış hızının yüksek olmasına rağmen turizm gelirlerinde aynı artış hızının yakalanamamasının bir sebebi de turistlerin yapmış oldukları ortalama harcamanın düşük kalmasıdır. İncelenen 13 yıllık dönemin ortalaması alındığında turistlerin Türkiye'de yaptıkları ortalama harcama miktarları genelde 700- 900 dolar arasında gerçekleşmektedir. Turistlerin Türkiye'de yaptıkları ortalama harcama miktarı 1000-1100 dolar aralığında olan dünya ortalamasının altında kalmaktadır.

Türkiye'nin GSYİH'sı içinde turizm gelirlerinin payı genellikle %3-4 aralığında olmuştur. Buna göre Türkiye turizm potansiyeli yüksek olmasına rağmen tam anlamı ile bir turizm ülkesi değildir. Çünkü turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payı düşük kalmaktadır. İncelenen dönem içerisindeki iki kriz döneminde de (2000 Kasım-2001 Şubat ve 2008 küresel finans krizi) turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payının diğer dönemlere oranla yüksek olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle, turizm gelirlerinin kriz dönemlerinde ülkeye gelir getirici diğer ekonomik sektörlerle oranla daha dirençli olduğu ve GSYİH'a katkısının arttığı söylenebilir.

2000-2012 yılları arasında Türkiye'de vatandaşların yurtdışında yaptıkları harcamalarında sürekli bir artış kaydettiği görülmektedir. Bu durumun cari işlemler açığının artmasına sebep olması göz önüne alınarak olumsuz bir durum oluşturduğu söylenebilse de, Türkiye'de vatandaşların turizm harcamalarını sürekli arttırması son 13 yılda Türkiye'de bir gelir veya bir refah artışı olduğunun da göstergesi olabilmektedir. Türkiye'nin turizm gelir gider dengesi ise 2000-2012 yılları arasında sürekli pozitif durumda olmuş, bu durum Türkiye'nin turizm gelirlerinin turizm giderlerinin üzerinde gerçekleşmesinin bir sonucudur.

Türkiye'nin net turizm gelirleri Türkiye ekonomisinin iki temel sorunu olan dış ticaret açığı ve cari işlemler açığının kapanması noktasında da önemli bir faktör olmuştur. Türkiye'de turizmin dış ticaret açığını kapatmadaki payı söz konusu

dönemde ortalama %34 iken, cari açığı kapama payı ortalama %78 olarak gerçekleşmiştir.

Yine çalışmadan çıkarılan başka bir sonuçta, 2005 yılından sonra yürürlüğe giren Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik sonucunda turizm yatırımı belgeli tesislerin turizm işletmesi belgeli tesislere dönüşümünün hızlandığıdır.

Çalışmanın ampirik analiz kısmında ise birim kök testleri, Johansen eşbütünleşme, VECM ile Hatemi-J eşbütünleşme analizleri ve nedensellik testleri yapılmıştır. Turizm gelirlerinin bağımlı değişken olarak alındığı analizde turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ile enflasyon değişkenlerinin turizm gelirleriyle ilişkisi araştırılmıştır.

Eşbütünleşme ve nedensellik analizleri yapılmadan önce serilerin birim kök içerip içermedikleri ADF ve PP birim kök testleriyle sınanmıştır. Testlerin sonuçlarına göre, tüm değişkenlerin düzey değerlerinde durağan olmadıkları ve değişkenlerin birinci farklarında durağan olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle tüm değişkenler birinci farkları (bir önceki döneme göre değişimi) alınmak suretiyle analiz edilmiştir. Ayrıca yapısal kırılmayı dikkate alan Zivot Andrews (ZA) tek kırılmalı birim kök testi ve Lee-Strazicich Çift İçsel Kırılmalı birim kök testi uygulanmıştır. Değişkenler için tespit edilen kırılma dönemleri belirlenmiş ve bu kırılma dönemleri iktisadi yorumlar yapılarak açıklanmıştır.

Yine çalışmada kullanılan seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olup olmadığı iki değişik eşbütünleşme testiyle incelenmiştir. Yapısal kırılmaları dikkate almayan Johansen eşbütünleşme analizi sonuçlarına göre; değişkenler arasında %5 düzeyinde iki eşbütünleşme vektörü yani iki eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Buna göre Türkiye'nin turizm gelirleri; turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon değişkenleriyle uzun dönemli bir ilişkiye sahiptir. Sonrasında Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) uygulanmış ve uzun dönemde birlikte hareket ettikleri tespit edilen turizm gelirleri, turist sayısı, büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon değişkenlerinin kısa dönemli ilişkilerini belirlemek için hata düzeltme modeli tahmin edilmiştir. VECM analizi sonuçlarına göre değişkenlerde meydana gelen bir standart

hatalık şokun etkisi azalarak devam etmekte ve tekrar uzun dönem dengeye yaklaşılmaktadır. Yani değişkenlerde meydana gelecek bir şokun etkileri uzun dönemde kaybolacaktır.

Yapısal kırılmaları dikkate alarak yapılan Hatemi-J eşbütünleşme testi sonuçlarına göre ise turizm gelirleriyle turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon arasında uzun dönem ilişkisi bulunmamaktadır. Sonuç olarak denilebilir ki yapısal kırılmalar göz ardı edildiğinde değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiye rastlanılırken, yapısal kırılmalar dikkate alındığında uzun dönemli ilişki görülmemektedir.

Turizm gelirleriyle diğer değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin bulunup bulunmadığını araştırmak amacıyla çalışmanın uygulama kısmında değişkenler arasındaki ilişkiyi kısa, orta ve uzun dönemde inceleyen Frekans dağılımı nedensellik testi ve Toda-Yamamoto nedensellik testiyle Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik testi yapılmıştır. Sonuç olarak bakıldığında her üç nedensellik testinde benzer sonuçlara rastlanılmıştır.

Frekans dağılımı nedensellik testi sonuçlarına göre turizm gelirleri turist sayısının kısa, orta ve uzun dönemde nedeni olurken, aynı şekilde her üç dönemde turist sayısı da turizm gelirlerinin nedeni olmaktadır. Turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru ise tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ancak bu ilişki uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine ise nedensellik bulunamamıştır. Turizm gelirlerinden reel döviz kuruna doğru her üç dönemde de nedensellik saptanmışken, reel döviz kurundan turizm gelirlerine sadece uzun dönemde nedensellik saptanmıştır. Yine analiz sonuçlarına göre; turizm gelirleri enflasyona kısa ve uzun dönemde neden olmaktadır. Enflasyonun turizm gelirlerine olan nedenselliği ise kısa dönemde ortaya çıkmakta orta ve uzun dönemde kaybolmaktadır.

Toda-Yamamoto nedensellik testi sonucunda; değişkenler arasında üç farklı nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Bu nedensellik ilişkileri turizm gelirleriyle turist sayısı arasında çift yönlü ve turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü olarak tespit edilmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçlarına göre;

turizm gelirleri ile reel kur ve enflasyon değişkeni arasında söz konusu dönem için herhangi bir nedensellik sonucuna ulaşılamamıştır. Toda-Yamamoto nedensellik analizinden sonra Hacker ve Hatemi-J (2006) tarafından geliştirilen Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizi uygulanmıştır.

Bootstrap tabanlı Toda-Yamamoto nedensellik analizinden elde edilen sonuçlara göre; frekans dağılımı nedensellik sonuçlarına benzer şekilde turizm gelirleriyle turist sayısı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Buna göre; turist sayısı turizm gelirlerini etkilediği gibi, turizm gelirleri de turist sayısını etkilemektedir. Yani Türkiye'ye gelen turist sayısı arttıkça turizm gelirleri artmakta tersine azaldıkça turizm gelirleri azalmaktadır. Elde edilen bu sonuç olağan(beklenen) bir durumun göstergesidir. Ayrıca tespit edilen bu sonuç literatürdeki çalışmaların sonuçlarına da (Erkan vd. 2013; Aktaş 2005; Işık 2010) uygundur.

Turizm gelirlerinin turist sayısının nedeni olması ise şu şekilde açıklanabilir. Türkiye'de turizm gelirleri arttıkça geliri artan turizm işletmeleri konaklama kapasitesini arttırmakta veya turizm sektörü ile ilgili kurum ve kuruluşların sektörle ilgili tanıtım, pazarlama çalışmaları hızlanmakta ve bu sayede daha fazla turist akımı olabilmektedir. Turizm gelirleriyle turist sayısının birbirlerine olan etkileri kısa, orta ve uzun dönemde devam etmektedir.

Yine literatürdeki çalışmaların sonuçlarına (Algieri 2008; Thompson 2010; Belloumi 2010; Kara vd. 2012; Kutlar vd. 2012; Martin vd. 2004; Dritsakis 2004; Kırbaş-Kasman ve Kasman 2004; Değer 2006; Kim vd. 2005; Gündüz ve Hatemi 2005; Çoban ve Özcan 2013) uygun olarak turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik bulunmuştur. Buna göre turizm gelirleri ekonomik büyümenin bir nedenidir. Ancak turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Her üç nedensellik analizine göre ise; ekonomik büyüme değişkeninin Türkiye'nin turizm gelirleri üzerinde herhangi bir etkisi yoktur.

İktisadi açıdan bakıldığında da turizmin ekonomik büyümenin nedeni olması anlamlı bir sonuçtur. Şöyle ki turizm sektörü, birçok faaliyet koluyla yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri, diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve

ihracatına olanak sağlamaktadır. Bir turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşanlara kişilere değil, turistlerin harcama yaptıkları diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır. Yani turizm sektöründen elde edilen gelirler ekonomi içinde devir ederek dolaylı şekilde yeni gelirlerin meydana gelmesini sağlamaktadır. Bu durumda milli gelirin artışına dolayısı ile ekonomik büyümeye sebep olacaktır.

Nedensellik analizi sonuçlarından reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu da anlaşılmaktadır. Bu sonuçta literatürdeki birçok çalışmanın sonuçları (Payne 2002; Diristakis 2004; Eugenio-Martin 2004; Vogt 2008; Belloumi 2010; Cheng 2013; Demirel 2011; Kara vd 2012; Işık 2010, Balaguer vd 2002; Tse 2001; Di Matteo 1993) ile benzerlik göstermektedir. Reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerindeki etkisi uzun dönemde ortaya çıkmaktadır.

Reel döviz kurunun turizm gelirlerinin bir nedeni olması iktisadi olarak şu şekilde açıklanabilir. Reel döviz kurunun artması ile yabancı paralar ülke içinde değerlendirilmekte, böylece Türkiye turizmi daha ucuz hale gelmektedir. Bunun sonucunda da, Türk turizmine yönelik turizm talebi artmakta ve turizm gelirlerinde artış görülmektedir. Aksine reel kurların düşmesi yabancı turistler açısından Türk turizmini pahalı hale getirip, Türkiye'ye olan turizm talebini azaltacağından turizm gelirlerinde de azalış görülecektir.

İktisadi anlamda turizm gelirlerinin reel kur üzerindeki etkisine bakıldığında şöyle bir yorum yapılabilir; turizm gelirleri arttıkça ülkeye daha fazla döviz gireceğinden, iç piyasadaki mevcut döviz miktarı artar ve sonucunda reel döviz kurları düşme eğiliminde olur. Analiz sonuçlarına göre bu etki her üç dönemde de görülmektedir.

Turizm gelirleri ile enflasyon arasında ise, % 10 anlamlılık düzeyinde düşük bir nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Turizm gelirlerinin enflasyon üzerindeki etkisi daha çok uzun dönemde görülmektedir. Bu nedensellik ilişkisinin iktisadi anlamdaki teorik açıklamasına çalışmanın dördüncü bölümünde turizm sektörünün parasal ekonomik etkileri başlığı altında yer verilmiştir. Buna göre, turizm gelirlerindeki artış çarpan mekanizması aracılığıyla toplam gelire katlanarak

yansımaktadır. Bu durumda ülkedeki toplam talebin artmasına sebep olmaktadır. Toplam arz, artan toplam talep karşısında yetersiz kaldığında, ekonomide genel bir talep fazlası ortaya çıkmaktadır. Böylece, fiyatlar genel düzeyinde artış yönünde bir baskı oluşacaktır.

Başka bir açıdan değerlendirildiğinde, turistik talepte bir artışın ortaya çıkması sektörde fiyat artışları oluşturabilir. Bu durumun sebebi, turizm arzının esnek olmayan yapısıdır. Ayrıca, turizm gelirlerinin artmasına paralel olarak özellikle o turistik bölgede gayrimenkul ve arsa fiyatları da artabilir. Gayrimenkul değerinin artması nedeniyle insanlar daha fazla kirayla, vergi ödeyeceğinden enflasyon baskısı artabilmektedir. Bu nedensellik sonucu da, literatürdeki çalışmaların sonuçlarına benzerdir (Algieri 2008; Mohebi 2010; Vogt 2008; Tse 2001).

Enflasyonun turizm gelirlerine olan nedenselliği ise kısa dönemde ortaya çıkmakta orta ve uzun dönemde kaybolmaktadır. Bu nedensellik ilişkisi, enflasyon sonucu turizm sektöründeki mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesiyle sektördeki mal ve hizmetlere olan talebin azalacağı böylece turistler tarafından yapılan harcamaların azalmasıyla turizm gelirlerinin olumsuz etkilenebileceği şeklinde açıklanabilir.

Sonuç olarak bakıldığında ele alınan değişkenlerden turist sayısı, reel döviz kuru ve enflasyonun Türkiye'nin turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Turizm gelirleri ise turist sayısı, ekonomik büyüme ve enflasyon üzerinde etkilidir. Elbette ki bu sonuçlar 2000-2012 dönemi için geçerlidir.

Tüm bu bilgiler ışığında turizm sektörünün performansını yani turizm gelirlerini arttırmak için aşağıdaki politika önerileri sunulmaktadır:

- Turist sayısındaki artış veya azalışın turizm gelirleri üzerinde etkisi olduğu sunucundan yola çıkarak, Türkiye'ye gelen turist sayısını arttırmak için, her şeyden önce Türkiye'nin sahip olduğu turizm arzının (tarihi ve doğal güzellikler) tüm dünyada tanıtımına daha fazla pay ayrılmalıdır. Geçmiş yıllarda Eurovision Şarkı Yarışması, Şampiyonlar Ligi ve UEFA finali, Formula 1 Yarışları, NATO'ya üye ülkelerin Türkiye'de toplanması gibi çeşitli organizasyonlara ev sahipliği yapması

nedeniyle tanıtımda kısmi bir başarı yakalansa da reklam faaliyetlerine büyük önem verilmelidir. Son dönemde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ünlü isimleri reklam yüzü olarak kullanması önemlidir.

- Çalışmada elde edilen başka bir sonuca göre, Türkiye'de son yıllarda turist sayısında artış hızının yüksek olmasına rağmen turizm gelirlerinde aynı artış hızının yakalanamamıştır. Bu durumun sebebi Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yapmış oldukları ortalama harcamanın düşük kalmasıdır. Bu sebeple tanıtım faaliyetlerinin ortalama turistik harcaması yüksek olan ülkelere (körfez ülkeleri vb.) yönelik olması ve alternatif tatil destinasyonlarının oluşturulması Türkiye turizmi açısından faydalı olacaktır.

- Bu çerçevede Japonya örneğinde olduğu gibi, yüksek gelirli turistlerin ülkeye çekilmesini sağlayacak bazı kanunları içeren bir yasa tasarısı oluşturularak, yüksek gelirli turistlerin vize sürelerinin 3 aydan 1 yıla yükseltilmesi, özellikle devlet memurları ve şirketlerde üst düzey çalışanlara yönelik havalimanlarında özel giriş yerlerinin düzenlenmesi gibi uygulamalara geçilmelidir.

- Türkiye'de turist sayısı en fazla yaz aylarında artış göstermektedir. Böylece kış aylarında turist sayısının azalmasına bağlı olarak turistik tesisler atıl kalmaktadır. Bu soruna çözüm olarak turizm sektörünün bütün bir yıla yayılması yönünde alternatif çalışmalar yapılmalıdır.

- Yine turist sayısını arttırmak adına sunulabilecek başka bir öneride, Türkiye'de inanç ve kültür turizminin ön plana çıkartılmasıyla turizmin ekonomik faktörlerdeki değişikliklerden en az düzeyde etkilenmesinin sağlanmasıdır. Çünkü Türkiye insanlığa egemen olan inançların doğduğu, yaşadığı Ortadoğu coğrafyasında yer alması ve medeniyetlerin beşiğini oluşturan bir kültür mirasına sahiptir.

- Toplumda Türkiye'nin turistik arz kapasitesinin (kültürel ve tarihi varlıklar) değeri bilinmemekte veya ekonomik anlamda bu değerlere yönelik algı oluşmamaktadır. Türkiye'nin sahip olduğu kültürel ve tarihi varlıkların korunması ve toplumda ekonomik değerinin anlaşılabilmesi için bölgesel, yerel tutum ile

değerlerin değişmesine yönelik eğitici çalışmalar yapılmalı ve toplumda turizm farkındalığının oluşturulmasına çalışılmalıdır.

- Ekonomik büyümede artışlar yaşanması için yüksek turizm gelirleri rakamları yakalanmalıdır.

- Çalışma sonucunda döviz kurlarının artmasıyla yabancı paraların ülke içinde değerlendirildiği böylece Türk turizminin daha ucuz hale gelmesi sonucunda da, Türk turizmine yönelik turizm talebi arttığı ve turizm gelirlerinde artış görüldüğü belirlenmiştir. Elbette döviz kurunun yüksek kalması başka ekonomik sorunlar ortaya çıkaracaktır. Ancak turizm gelirlerinde bir azalma yaşanmaması içinde döviz kurlarının aşırı düşüşüne engel olunmalıdır.

- Artan turizm gelirlerinin enflasyona yol açmaması için, turistik talebi kısıtlayıcı politikalar yerine, turistik arzı artırıcı iktisat politikası uygulamalarına yer verilmelidir.

- Turizm sektöründe enflasyonun daha hassasiyetle ölçülebilmesi için TUFİ (Turizm Fiyat Endeksi) veya TURFE(Turistik Fiyat Endeksi) gibi turizm sektörüne yönelik fiyat endeksleri oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

ACARAVCI Ali, İ. ÖZTÜRK, (2009), On The Causality Between Tourism Growth and Economic Growth: Empirical Evidence From Turkey, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 25E/2009 pp. 73-81 (Erişim Tarihi: 02.01.2014).

<http://core.kmi.open.ac.uk/download/pdf/1084202.pdf>

AHIAWODZI Anthony K, (2013), Tourism Earnings and Economic Growth in Ghana, *British Journal of Economics, Finance and Management Sciences* 187 April 2013, Vol. 7 (2), (Erişim Tarihi: 15.01.2014).

[http://www.ajournal.co.uk/EFpdfs/EFvolume7\(2\)/EFVol.7%20\(2\)%20Article%2012.pdf](http://www.ajournal.co.uk/EFpdfs/EFvolume7(2)/EFVol.7%20(2)%20Article%2012.pdf)

AKBAŞ Y. Ekrem, M. ŞENTÜRK, (2013), Türkiye'nin İthalat ve İhracat Bağımlılığı: Seçilmiş Ülke Örnekleri Üzerine Ampirik Bir Uygulama, *Ege Akademik Bakış, Cilt:13, Sayı:2*.

AKTAŞ Cengiz, (2005), Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi, Cilt:6 Sayı:2*. (Erişim Tarihi: 28.12.2013).

<http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/viewFile/126/142>

ALPTEKİN Volkan, (2012), Ekonomik Büyüme Performansının Sürdürülebilir Kalkınma Algısı Anlamında Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı:28*. (Erişim Tarihi: 05.01.2014).

<http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/dergi/SAYI28/3.pdf>

ALGİERİ Bernardina, (2006), An econometric estimation of the demand for tourism: the case of Russia, *Tourism Economics, Vol 12, pp 5–10*

ALGİERİ Bernardina, S. KANELLOPOULOU, (2008), An Unobserved Component Model to evaluate the determinants of demand for exports of tourism, *1st QATEM Workshop on quantitative approaches in tourism economics and management, Perpignan, June 2008*.

ANUMAT Prad, A. SAOSAOWAPAK, (2013), Determinants of international tourism receipts and technical efficiency of tourism sector in Malaysia, Thailand and Singapore, *The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters Vol. 2, No: 3, pp. 111 - 116*.

ARCHER. Birian H. (1978), "The Impact of Domestic Tourism", *Üniversity of Wales Press, Banger*.

ARDAHAHEY F. Tohidy, (2011), Economic Impacts Of Tourism Industry, *International Journal of Business and Management Vol. 6, No. 8*; (Erişim Tarihi: 28.10.2013).

www.ccsenet.org/ijbm

ASLAN Alper, (2008), Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz, *Erciyes Üniversitesi SBE Dergisi No. 24* (Erişim Tarihi: 12.01.2014).

<http://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/10611>

BAHAR Ozan, M. KOZAK, (2013), *Turizm Ekonomisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

BAHAR Ozan, M. SAMIRKAŞ, (2009), Mersin'in Türkiye Turizmindeki Yeri ve Önemi, *10. Ulusal Turizm Kongresi, 21-24 Ekim 2009, Mersin*, ss. 1417-1428.

BALAGUER Jacint, C. M. RDA, (2002), Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case, *Applied Economics, 34 (7), 877-884*. (Erişim Tarihi: 03.01.2014).

<http://www.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2000-10.pdf>

BAYAT Tayfur, A. ŞAHBAZ, T. AKÇACI, (2013), Petrol Fiyatlarının Dış Ticaret Açığı Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 42, Temmuz-Aralık 2013 ss. 67-90.

BELLOUMI Mounir, (2010), The Relationship between Tourism Receipts, Real Effective Exchange Rate and Economic Growth in Tunisia, *International Journal of Tourism Research* Vol. 12, pp. 550-560.

BOZKURT Hilal, (2007), *Zaman Serileri Analizi*, Bursa: Ekin Kitabevi.

BOZOK Düriye (1996), *Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE, Balıkesir.

BRIDA J. Gabriel, E. CARRERA, SANCHEZ W. RISSO, (2008), Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth, *Journal of Economic Dynamics Economics Bulletin*, 3(7): 1-10, (Erişim Tarihi: 31.01.2014).

<http://storage.globalcitizen.net/data/topic/knowledge/uploads/2009122311315290.pdf>

BRIDA J. Gabriel, A. BARQUET, W. RISSO, (2010), Causality between Economic Growth and Tourism Expansion: Empirical Evidence from Trentino - Alto Adige, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Volume 5, Number 2, Autumn 2010, pp. 87-98 (Erişim Tarihi: 15.01.2014).

http://mpira.ub.uni-muenchen.de/25316/1/VOLUME_5_No2_art05.pdf

BURKART Arthur J, S. MEDLIK, (1981) *Tourism; Past, Present and Future*, London: William Heinemann Ltd

CHENG Ka Ming K. HYEONGWOO H. THOMPSON, (2013), The real exchange rate and the balance of trade in US tourism, *International Review of Economics and Finance* 25 pp. 122–128

ÇAKIR, Pembegül (1999), Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi, *Eskişehir: Anadolu Üniv. Yay.,Yay.No.119*.

ÇATALBAŞ Nazım, Ö. TONUS vd. (2013), *Türkiye Ekonomisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

ÇETİN Murat, F. ŞEKER (2012), Enerji Tüketiminin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi:Türkiye Örneği, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt/Vol. XXXI, Sayı/No. 1, pp. 85-106.

ÇETİNTAŞ Hakan, Ç. BEKTAŞ, (2008), Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 19, Sayı 1(Erişim Tarihi: 02.01.2014).

http://www.anatoliajournal.com/atad/depo/dergiler/Cilt19_Sayi1_Yil2008_13_04876834.pdf

ÇIKIN Ayhan, H. ÇEKEN, M. UÇAR, (2009), Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları,*Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1).

ÇOBAN Orhan, C. ÖZCAN, (2013), Türkiye’de Turizm Gelirleri Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi(1963-2010), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi Sayı: 8(1)*(Erişim Tarihi: 02.01.2014).

http://iibfdergi.ogu.edu.tr/makaleler/17419_81_N%C4%B0SAN%202013_Makale_0.pdf

ÇUHADAR Murat, (2006), Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi(Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Bir Uygulama), *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE, Isparta*.

DEĞER M. Kemal, (2006), Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*,20(2),67-86.(Erişim Tarihi: 02.01.2014).

<http://e-dergi.atauni.edu.tr/index.php/IIBD/article/download/3694/3523>

DEMİR Çiğdem, (2010), 1980-2007 Türkiye Turizm Talebinin Ekonometrik Analizi: Zaman Serisi Yaklaşımı, *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir.*

DİNÇER Gönül (2008), Hizmetler Sektörünün Gelişimi: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi SBE İktisat ABD, Ankara.*

DI MATTEO Livio, R. DI MATTEO, (1993), The Determinants of Expenditures by Canadian Visitors to the United States, *Journal of Travel Research April 1993, vol. 31 no. 4 34-42.*

DPT, (2006), Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, (Erişim Tarihi: 26.11.2013).

http://plan9.dpt.gov.tr/oik49_turizm/49turizm.pdf

DRİTSAKİS, Nikolais (2004), Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: an Empirical Investigation for Greece using Causality Analysis, *Tourism Economics, No:10* (Erişim Tarihi: 10.01.2014).

[HTTP://USERS.UOM.GR/~DRİTS/PUBLICATIONS/TOURİSM-ECONOMIC_GROWTH.PDF](http://users.uom.gr/~drits/publications/tourism-economic-growth.pdf)

DRİTSAKİS Nikolais. and A. GİALİTAKİ, (2004), Cointegration analysis of tourism revenues by the member countries of EU to Greece, *Tourism Analysis Vol. 9(3), pp 179-186.*

DRİTSAKİS Nikolais, (2007), Seasonal Analysis of Tourist Revenues: An Empirical Research for Greece, *TOURISMOS: AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF TOURISM Volume 3, Number 2, pp. 57-70*

DWYER L. P. FORSYTH, (2006). *International handbook on economics of tourism*, UK: Edward Elgar Publishing Limited.

ENDERS William (1995), *Applied Econometric Time Series*, New York: John Wiley&Sons.

ERDOĞAN Hüseyin, (1995), *Uluslararası Turizm*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayını.

ERKAN Birol ve O. KARA, M. HARBALIOĞLU, (2013), Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri, *Akademik Bakış Dergisi Sayı:39* (Erişim Tarihi: 05.01.2014).

www.akademikbakis.org/dergi/tur201312990d3.pdf

EROL Nermin, A. HASSAN, (2013), Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ile Elde Edilen Turizm Gelirlerinin Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Verilerine Göre Karşılaştırmalı Analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1/2 (2013) 3-14, (Erişim Tarihi: 05.11.2013)

http://www.jotags.org/Articles/2013_vol1_issue2/2013_vol1_issue2_article1.pdf

ERTEK Tümay, (1996), *Ekonometriye Giriş*, Genişletilmiş 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.

FRECHTLING, Douglas C. , (1994), "Assessing The Economic Impacts Of Travel And Tourism - Introduction to Travel Economic Impacts Estimation, *Travel-Tourism and Hospitality Researches*", (Edited By J. R. Brand Ritchie and Charles R. Goeldner) Newyork: John Wiley and Sons Inc.,

GHALI Moheb A, (1976), Tourism and Economic Growth: An Empirical Study, *Economic Development and Cultural Change*, 24 (3), 527-538. (Erişim Tarihi: 15.01.2014).

[JSTOR: Economic Development and Cultural Change, Vol. 24, No. 3 \(Apr., 1976\), pp. 527-538](http://www.jstor.org/stable/1229888)

GHARTEY Edward E.(2010), Tourism, Economic Growth and Monetary Policy in Jamaica, *11th Annual SALISES 2010 Conference in Port of Spain, Trinidad-Tobago, 24-26 March 2010*, (Erişim Tarihi: 15.01.2014).

<http://sta.uwi.edu/conferences/09/salises/documents/E%20Ghartey.pdf>

GLANTZ Slanton A., A. CHARLESWORTH, (1999), Tourism and hotel revenues before and after passage of smoke-free restaurant ordinances, *JAMA*, May 26; 281(20).

GÖZENÇ Selami, G. ERTİN, E. GÜMÜŞ, (1998), *Türkiye Coğrafyası*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

GUJARATI Damodar N. (2001), *Temel Ekonometri*, Çev: Ümit Şenesen ve Gülay G. Şenesen, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

GÜNDÜZ Lokman ve A. HATEMİ, (2005), Is the tourism-led growth hypothesis valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, 2005, 12, 499–504 (Erişim Tarihi: 10.01.2014).

<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13504850500109865>

GÖK, Abdulkerim, (2004), Bölgesel Kalkınmanın Dış Ticarete Etkisi ve GAP Örneği, GAP Bölgesinde Dış Ticaret ve Tarım, *Türk Ekonomi Kurumu Yayınları* 2012/29.

HAYTA, Ateş B, (2008). Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1):31-48.

HOLLOWAY, Christoper J, (1988), *The Business Of Tourism*, 4. Ed, London: Longman Group Ltd, Essex.

İŞİK Cem, (2010), Türkiye’de Yabancı Ziyaretçi Harcaması ve Turizm Gelirleri İlişkisi: Bir Eşbütünleşme Analizi (1970-2008), *Sosyo-ekonomi*, Temmuz-Aralık 2, 115-128 (Erişim Tarihi: 14.01.2014).

<http://www.sosyoekonomi.hacettepe.edu.tr/100206.pdf>

İÇÖZ Orhan, M. KOZAK (1998), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi.

İÇÖZ Orhan, M. KOZAK (2002), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi.

İÇÖZ Orhan, (2005), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi,

JIMENEZ L. Sastre, (2002), Tourism revenues and residential foreign investment Flows in Spain: a simultaneous model, *Applied Economics*, 34, 1399-1410

KADILAR Cemil, (2005), *SPSS Uygulamalı Zaman Serileri Analizine Giriş*, Ankara: Bizim Büro Basımevi.

KAHRAMAN Nüzhet, (1997), *Turizm yatırım projeleri analizi*, Ankara:Siyasal Kitabevi.

Kalkınma Bakanlığı, Temel Ekonomik Göstergeler(Tablo V), Ankara (Erişim Tarihi: 10.12.2013).

<http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx>

KANDIR S. Yılmaz, E. KARADENİZ,M. ÖZMEN, Y. ÖNAL, (2008), Türk Turizm Sektöründe Büyüme Göstergelerinin Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisinin İncelenmesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt 10, Sayı: 1*,(Erişim Tarihi: 15.01.2014).

<http://www.sbe.deu.edu.tr/dergi/cilt10.say%C4%B11/10.1%20kand%C4%B1r%20karadeniz%20%C3%B6zmen%20%C3%B6nal.pdf>

KAR Muhsin, E. ZORKİRİŞÇİ, M. YILDIRIM, (2004), Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi,Sayı:8*, (Erişim Tarihi: 10.01.2014).

<http://www.akdeniz.edu.tr/iibf/yeni/genel/dergi/Sayi08 /09Kar.pdf>.

KARA Ahmet, M. TARİM, E. TATOĞLU, (2003), The Economic, Social, and Environmental Determinants of Tourism Revenue in Turkey: Some Policy Implications, *Journal of Economic and Social Research* 5 (2), 61-72

<http://jesr.journal.fatih.edu.tr/jesr.kara.tatoglu.tarim.pdf>

KARA Oğuz, İ. ÇÖMLEKÇİ, V. KAYA, (2012), Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergelerle İlişkisi: Türkiye Örneği(1992-2011), *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar 2012, Cilt:8, Sayı:1, (Erişim Tarihi: 03.01.2014).

<http://www.oguzkara.com/Turizim%20gelirlerinin%20%C3%A7e%C5%9Fitli%20makra%20ekonomik%20g%C3%B6stergelerle%20ili%C5%9Fkisi%20abant%20yay%C4%B1nlanm%C4%B1%C5%9F%20hali.pdf>

KARAÇOR Zeynep, M. GERÇEKLER, (2012), Reel Döviz Kuru ve Dış Ticaret İlişkisi: Türkiye Örneği (2003-2010), *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı:23.

KIRBAŞ KASMAN Saadet, A. KASMAN, (2004), Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eş-Bütünleşme ve Nedensellik İlişkisi, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 19 (7), 122-131.

KIZILGÖL Özlem, E. ERBAYKAL, (2008), Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2) (Erişim Tarihi: 07.01.2014).

http://sablon.sdu.edu.tr/fakulteler/iibf/dergi/files/2008_2_20.pdf

KOZAK Nazmi-Metin., M. AKOĞLAN, (1994), *Genel Turizm: İlkeler-kavramlar*, Ankara: Anatolia Yayıncılık.

KOZAK Nazmi, (2001), *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, Ankara:Detay Yayıncılık, 5. Baskı.

KOZAK Nazmi, (2012), *Genel Turizm Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.

KRAUSE Linda, (2012), *The Economic Impacts of Fair Trade in Tourism*, (Erişim Tarihi: 15.10.2013).

http://wordpress.reilumatkailu.fi/wp-content/uploads/2012/02/THE_ECONOMIC_IMPACTS.pdf

KREISHAN Fuad, (2011), Time-series Evidence for Tourism-led Growth Hypothesis: A Case Study of Jordan, *International Management Review Vol. 7 No. 1* (Erişim Tarihi: 11.01.2014).

<http://www.usimr.org/IMR-1-2011/v7n111-art11.pdf>

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2013), Turizm Belgeli Tesis Verileri, Ankara, (Erişim Tarihi: 13.12.2013).

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9860/turizm-belgeli-tesisler.html>

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2013), Turizm Gideri, Ankara, (Erişim Tarihi: 13.12.2013).

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/7884,tablo-2-turizm-gideri-2010-20139-aylik.xls?0>

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2012), Turizm İşletmesi ve Turizm Yatırım Belgesi Başvuru Klavuzu, Ankara, (Erişim Tarihi: 13.12.2013).

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/641,kilavuzpdf.pdf?0>

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2013), Turizm Verileri, Ankara,(Erişim Tarihi: 05.12.2013).

<http://www.turizm.gov.tr/Eklenti/2140,turizmverileripdf.pdf?0>

KTB (Kültür ve Turizm Bakanlığı), (2013), Yabancı Ziyaretçi Sayısı, Ankara, (Erişim Tarihi: 10.12.2013)

<http://sgb.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/5881,yabanci-ziyaretci-sayisi.pdf?0>

KUTLAR Aziz, M. SARIKAYA, (2012), Türkiye’ye 1964-2007 Döneminde Gelen Turist Sayısı ile İlgili Ekonometrik Bir Çalışma, *Sakarya İktisat Dergisi, 1(1), 1-22.* (Erişim Tarihi: 29.12.2013).

<http://www.sakaryaiktisat.sakarya.edu.tr/icerik/attachment.php?aid=3>

LEE Junsoo, M. STRAZIČIČ, (2004), Minimum LM Unit Root Test with One Structural Break, *Working Papers 04-17, Department of Economics, Appalachian State University*.

LI Cheam Chai, N. N. HASIMAH, N. ISMAIL, M. MAZLINA, (2013), The Effects of Tourism Receipts On Economic Growth, *Proceeding of the Global Conference on Business, Economics and Social Sciences, 25-26 June 2013, Kuala Lumpur* (Erişim Tarihi: 13.01.2014).

<http://www.worldresearchconference.com/gbsr2013/eproceeding/YG%20DAH%20PDFkan/164.pdf>

LIU A, G. WALL, (2006), “Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective”, *Tourism Management, Vol:27 Issue:1:159-170* (Erişim Tarihi: 13.01.2014).

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517704002080#>

MATHIESON, Alister, G. WALL, (1989), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, London: Longman Group Ltd (Erişim Tarihi: 13.09.2013).

http://books.google.com.tr/books?id=X_gqz7u9iboC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=MATHIESON,+Alistair+-+Geoffrey+Wall;+Tourism:+Economic,+Physical+and+ Social+Impacts,+Longman+Group+Ltd.,+London,+1989

MATHIESON, Alister, G. WALL, (1993), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, Essex, Longman Scientific & Technical.

MAVROTAS George, R. KELLY, (2001), Old wine in new bottle: testing causality between savings and growth. *The Manchester School Supplement*, pp. 97–105.

MOHEBI Mohammad, K. ABDULRAHİM, (2010), Revenue Determinants in Tourism Market, *American Journal of Applied Sciences 7 (12): 1593-1598*.

MUSHTAQ Ayesha, K. ZAMAN, (2013), Impact of macroeconomic factors on tourism receipts: evidence from SAARC region, *European Economics Letters Volume 2 Number 2 pp: 38-43*(Erişim Tarihi: 07.01.2014).

[http://eelet.org.uk/EEL2\(2\)38-43.pdf](http://eelet.org.uk/EEL2(2)38-43.pdf)

MÜNGER Levent, (1999), Turizmin Ekonomik Etkileri ve Ülkemiz Açısından Bu Etkilerin Yararlarını Arttırıcı Politikalar, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi SBE, Balıkesir*.

NARAYAN Paresh K, B. C. PRASAD, (2003), Does Tourism Granger Causes Economic Growth in Fiji?, *Empirical Economic Letters*, 2 (5), 199-208.

NELWAMONDO Tshililo, (2009), Tourism Development Through Strategic Planning For Non-Metropolitan Small To Medium Size Accommodation Facilities In Limpopo Province, *South Africa, University of Pretoria, South Africa*.

NILSSON, Per Ake, (2002), Staying on Farms - An Ideological Background, *Annals of Tourism Research*, Volume 29, Issue 1, pp: 7-24.

NÖVRESLİ Terlan, (2010), Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE, İzmir*.

OH Chi, (2005), The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy, *Tourism Management*, 26 (1), 39-44, (Erişim Tarihi: 15.01.2014).

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517703001997/pdf?md5=bedd8c88d8d526c4eed880f2288e5c2e&pid=1-s2.0-S0261517703001997-main.pdf>

OLALI, Hasan, T. ALP, (1998), *Turizm Ekonomisi*, İzmir:Ofis Ofset Matbaacılık.

ÖZTAŞ Kadir, (2002), *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*, Ankara:Nobel Yayıncılık.

PAKSOY Sadettin, (2005), Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Önemi (Güneydoğu Anadolu Bölgesi- GAP Örneği), *III. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi*, Celalabat-Kırgızistan.

PAYNE James E.A. MERVAR, (2002), A note on modelling tourism revenues in Croatia, *Tourism Economics*, Vol. 8, No: 1, pp. 103-109(7)

PEARCE, Douglas G, (1992), *Tourist Development*, Essex, London:Longman Scientific & Technical, Longman Group UK Ltd.

PERRON Pierre, (1989), The Great Crash, the Oil Price Shock and the Unit Root Hypothesis, *Econometrica*, vol:57 No:6 pp:1361-1401.

<http://www.econ.pdx.edu/faculty/KPL/readings/perron89a.pdf>

PREEZ Johann, S. F. WITT, (2003). Univariate versus multivariate time series forecasting: an application to international tourism demand, *International Journal of Forecasting*, 19: 435-451 (Erişim Tarihi: 07.10.2013).

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0169207002000572>

PROENCA, Sara A, E. SOUKIAZIS, (2005). Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach, *Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Portugal, Discussion Paper No:29* (Erişim Tarihi: 07.10.2013).

http://www4.fe.uc.pt/ceue/working_papers/israelias29.pdf

RAMOS Célia M. Q, P. M. M. RODRIGUES, (2010), The Importance of Online Tourism Demand, 10th International Forum on Tourism Statistics, Lizbon (Erişim Tarihi: 07.11.2013).

http://10thtourismstatisticsforum.ine.pt/ngt_server/attachfileu.jsp?look_parentBoui=101894404&att_display=n&att_download=y

Resort Dergisi,(2007), *Otellere Mal ve Hizmet Veren Firmalar*, Resort Dergisi, 51. Sayısı Ücretsiz Eki, İstanbul.

PABLO-ROMERO María del P, J. MOLİNA, (2013), Tourism and economic growth: A review of empirical literature, *Tourism Management Perspectives Vol:8*, pp:28-41(Erişim Tarihi: 17.12.2013).

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221197361300041X/pdf?md5=4ae4b6a5d1432f5ea41a3c798888646f&pid=1-s2.0-S221197361300041X-main.pdf>

SAMIRKAş Meryem,(2011), Turizm Sektörünün Bölgelelararası Gelişmişlik Farklılıklarını Gidermedeki Etkisi: Türkiye Örneği, *Yayımlanmamış Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi SBE, Muğla*.

SCHNEİDER H, (1976), *Tourism Development in Africa*. Africa Spectrum. n.76

SCHOENBERGER Kathryn, Factors Influencing Tourism Receipts, (Erişim Tarihi: 18.01.2014). .

<http://eagle1.american.edu/~ks7026a/rp.doc>

SEETANAH B., T. D. JUWAHEER, M. J. LAMPORT, S. ROJİD, R. V. SANNASSEE, A. U. SUBADAR, (2011), Does Infrastructure Matter In Tourism Development?, *University of Mauritius Research Journal – Volume 17*, 89-108, (Erişim Tarihi: 31.01.2014). .

<http://www.ajol.info/index.php/umrj/article/download/70731/59327>

SEVÜKTEKİN, Mustafa, M. NARGELEÇEKENLER, (2007), *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi (2. Baskı)*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

SHARPLEY, Richard, (2002), *Tourism and Development: Concepts and Issues*, UK: Channel View Publications, (Erişim Tarihi: 07.10.2013).

<http://books.google.com.tr/books?id=Wvo1sIjZH3UC&lpg=PP1&hl=tr&pg=PA167#v=onepage&q&f=false>

SPINRAD Bernard K, S. B, SEVVARD, F. J. BELISLE, (1982), *International Significance of Tourism, Tourism In The Caribbean*, Canada:International Development Research Centre(Erişim Tarihi: 17.11.2013).

STOCK James H, M. W. WATSON, (2001), Vector Autoregressions, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 15(4), 101–115.

TARHAN, Candan, (1996), *Tourism Economics*, Bilkent University School of Tourism and Hotel Management, Ankara.

TARI Recep, (2008), *Ekonometri*, İstanbul: Avcı Ofset.

TCMB(Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası), (2013), Ödemeler Dengesi İstatistikleri, Ankara (Erişim Tarihi: 17.12.2013).

<http://www.tcmb.gov.tr/odemedenge/odmaindosya1.php>

TCMB(Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası), (2013), Bankalarca Kullandırılan Kredilerin Sektörel Dağılımı, Ankara (Erişim Tarihi: 10.02.2014).

http://www.tcmb.gov.tr/yeni/bgm/skk/SEKKREDI_GIRIS.html

THEOBALD William F. (2005), *Global Tourism Third Edition*, Britania: Elsevier Inc.

THOMPSON Alexi, H. THOMPSON, (2010), Research note: The exchange rate, euro switch and tourism revenue in Greece, *Tourism Economics*, 2010, 16 (3),

TIMOTHY, D. J, C. TOSUN, Y. ÖZTÜRK, (2003), Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey, *Journal of Sustainable Tourism*,11(Erişim Tarihi: 27.10.2013).

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.97.3669&rep=rep1&type=pdf>

TIRAŞOĞLU Muhammed, B. YILDIRIM, (2012), Yapısal Kırılma Durumunda Sağlık Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Aralık 2012.

TOPRAK Lokman, (2008), Bölgelerarası Kalkınma Farklılıklarını Gidermede Turizmin Rolü: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği, *Yayınlanmış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya*.

TOSKAY Tunca, (1989), *Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İstanbul: Der Yayınları.

TRIBE, John, (1995), *The Economics Of Leisure And Tourism: Environments, Market And Impacts*, London: Butterworth-Heinemann (Erişim Tarihi: 07.11.2013).

http://books.google.com.tr/url?id=4pmUjowqAzoC&q=http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/0160738396897568&linkid=2&usg=AFQjCNHAZX1PbZUpWUNmJj6Ei31quRZgpg&source=gbs_web_references_r&cad=4

TSE RAYMOND Y.C, (2001), Estimating the impact of economic factors on tourism: evidence from Hong Kong, *Tourism Economics*, 7 (3),pp 277–293.

TUİK, Temel İstatistikler- Ulusal Hesaplar, Ankara (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1504

TUİK, Temel İstatistikler- Dış Ticaret, Ankara (Erişim Tarihi: 07.12.2013).

http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=621

TUİK, Turizm İstatistikleri, Ankara(Erişim Tarihi: 07.12.2013).

<http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/menuturizm.zul>

www.turkstat.gov.tr/IcerikGetir.do?istab_id=69

TUNCA, Zeki, (2005), *Makro İktisat*, İstanbul: Filiz Kitabevi.

TUTAR Filiz, (1999), Türk Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Cari İşlemler Dengesine Muhtemel Etkileri: Akdeniz Ülkeleri İle Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Yayınlanmış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir*.

United Nations Environment Programme (UNEP), (2004), *Economic Impacts of Tourism* (Erişim Tarihi: 27.10.2013).

<http://www.uneptie.org/pc/tourism/sust-tourism/economic.htm>

UNUR Kamil, (2000), Turizmin Türkiye Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi, Cilt 2, Sayı:3*, İzmir (Erişim Tarihi: 18.10.2013).

<http://www.sbe.deu.edu.tr/Yayinlar/dergi/dergi06/unur.html>.

UNWTO, (2013), World Tourism Barometer April 2013 Volume 11, (Erişim Tarihi:05.12.2013)

http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom13_02_apr_excerpt_0.pdf

UNWTO World Tourism Barometer, 2012 International Tourism Results And Prospects For 2013 *UNWTO News Conference HQ, Madrid, Spain.11.* (Erişim Tarihi:05.12.2013)

http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_fitur_2013_fin_1pp.pdf

URRY John, (1990) *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage, London, Vol. 16(2).

ÜÇLER Gülbahar, (2011), Kamu Harcama Çeşitleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi İçin Ekonometrik Bir Analiz (1970-2009), *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi SBE İktisat ABD, Konya.*

ÜNLÜÖNEN Kurban, A. TAYFUN, A. KILIÇLAR, (2011), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Nobel Yayınları.

ÜRGER Savaş, (1993), *Genel Turizm Bilgisi*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yay. No:53.

VALCAREL Victor, (2005), The Impact of Crime On Tourism Revenues In Spain: A VAR Approach, A Structural Break Analysis And A Critique Of The Granger-Causality Test, KU Department Of Economics Seminars, 28/09/2005.

VANHOVE, Norvert, (2005), *The Economics of Tourism Destinations(Second Edition)*, London: Butterworth Heinemann (Erişim Tarihi: 19.10.2013).

[http://www.google.com/books?hl=tr&lr=&id=plDlGVtajnMC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Vanhove,+N.+\(2005\).+The+Economics+of+Tourism+Destinations,+Burlington:+Heinemann&ots=7Qf_L9UOyd&sig=0O4ZzwTyqvcW2949obIqv33SLbI](http://www.google.com/books?hl=tr&lr=&id=plDlGVtajnMC&oi=fnd&pg=PR1&dq=Vanhove,+N.+(2005).+The+Economics+of+Tourism+Destinations,+Burlington:+Heinemann&ots=7Qf_L9UOyd&sig=0O4ZzwTyqvcW2949obIqv33SLbI)

VOGT Michael G, C. Wittayakorn, (1998), Determinants of the demand for Thailand's exports of tourism, *Applied Economics*, 1998, 30, pp. 711- 715

VOGT Michael G., (2008), Determinants of the demand for US exports and imports of tourism, *Applied Economics*, Vol. 40, 667–672.

WITT Stephen, C. WITT, (1995), *Forecasting tourism demand: A review of empirical research*, International Journal of Forecasting 11 (Erişim Tarihi: 07.09.2013).

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0169207095005917/pdf?md5=9284f7259f841a2aba73cc7879c9c66a&pid=1-s2.0-0169207095005917-main.pdf>

WOO Lee, S, N. YEON, (2006), Agro-Tourism As A Rural Development Strategy in Korea, *Journal of Rural Development*, 29(6).

YAĞCI Özcan, (2003), *Turizm Ekonomisi*, Ankara:Detay Yayıncılık.

YAVUZ ÇİL Nilgün, (2006), Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi Cilt:7, Sayı:2*(Erişim Tarihi: 17.12.2013).

<http://journal.dogus.edu.tr/index.php/duj/article/view/106/122>

YILDIRIM Selim, Z. YILDIRIM, (2012), Reel Efektif Döviz Kuru Üzerinde Kırılmalı Birim Kök Testleri İle Türkiye İçin Satın Alma Güzü Paritesi Hipotezinin Geçerliliğinin Sınanması, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi Cilt:33, Sayı: 2, ss: 221-238*

YILDIRIM Ertuğrul, F. KESİKOĞLU, (2012), İthalat-İhracat-Döviz Kuru Bağımlılığı: Bootstrap İle Düzeltilmiş Nedensellik Testi Uygulaması, *Ege Akademik Bakış Dergisi Cilt:12, Sayı: 2, ss: 137-148*

http://www.onlinedergi.com/makaledosyaları/51/pdf2012_2_1.pdf

YILMAZ, Burcu S, YILMAZ D, (2005), Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 13* (Erişim Tarihi: 18.10.2013).

<http://www.esosder.org/dergi/1339-58.pdf>

ZIVOT Eric, D. ANDREWS, (1992), “Further Evidence On The Great Crash, The Oil Price Shock, and The Unit Root Hypothesis, *Journal of Business & Economic Statistics*, vol. 10, no. 3, pp.251-270.

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/wp0062.pdf>