



**REEL DÖVİZ KURLARININ  
TURİZM TALEBİNE ETKİSİ ÜZERİNE  
KARŞILAŞTIRMALI NEDENSELLİK ANALİZİ**

**Yasin Emre OĞUZ**

**(Yüksek Lisans Tezi)**

**Eskişehir, 2017**

**REEL DÖVİZ KURLARININ  
TURİZM TALEBİNE ETKİSİ ÜZERİNE  
KARŞILAŞTIRMALI NEDENSELLİK ANALİZİ**

**Yasin Emre OĞUZ**

**T.C.**

**Eskişehir Osmangazi Üniversitesi**

**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Eskişehir, 2017**

**Bu araştırma, T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma  
Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir.**

**T.C.**  
**ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**

Yasin Emre Oğuz tarafından hazırlanan “Reel Döviz Kurlarının Turizm Talebine Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Nedensellik Analizi” başlıklı bu çalışma 10/02/2017 tarihinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

**Başkan Prof. Dr. Yaşar SARI**  
**Akademik Unvanı ve Adı Soyadı**  
**(Danışman)**

**Üye Yrd. Doç. Dr. Hakan ACAROĞLU**  
**Akademik Unvanı ve Adı Soyadı**

**Üye Yrd. Doç. Dr. İnci Oya ÇOŐKUN**  
**Akademik Unvanı ve Adı Soyadı**

**ONAY**

.../.../...

**Enstitü Müdürü**

## **ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ**

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi Hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

**Yasin Emre OĞUZ**

## ÖZET

### REEL DÖVİZ KURLARININ TURİZM TALEBİNE ETKİSİ ÜZERİNE

### KARŞILAŞTIRMALI NEDENSELLİK ANALİZİ

**OĞUZ, Yasin Emre**

**Yüksek Lisans – 2017**

**Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı**

**Danışman:** Prof. Dr. Yaşar SARI

Bu çalışma, turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki kısa ve uzun dönemli nedensellik ilişkilerinin incelenmesi ve örneklem olarak belirlenen ülkelere göre karşılaştırılması amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle ulusal ve uluslararası alanyazın taranarak, turizm ekonomisi ve turizm ekonomisinin alt başlıklarıyla ilgili kavramsal bir çalışma yapılmıştır. Araştırmanın devamında, reel döviz kurları ve turizm talebi arasındaki ilişkilerin tespit edilmesinde kullanılan zaman serisi analizleriyle ilgili ayrıntılı açıklamalar yapılmıştır.

Araştırma örnekleminin belirlenmesinde Dünya Turizm Örgütü'nün 2015 yılı turizm gelirleri istatistiklerinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda Türkiye, İspanya, İngiltere, İtalya ve Almanya araştırma örneklemini olarak belirlenmiştir. İlgili ülkelerin 2002 – 2015 yılları arası, turizm talebi ve reel döviz kuru verileri milli istatistik kurumlarından ve Federal Rezerv Bankası'ndan aylık olarak derlenmiştir. Araştırmanın analiz aşamasında değişkenler Genişletilmiş Dickey-Fuller testiyle durağanlık açısından incelenmiştir. Aynı mertebede durağan olduğu tespit edilen verilere Johansen Eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Uzun dönemde eşbütünleşik olduğu belirlenen değişkenlerin kısa dönem ve uzun dönem nedensellik ilişkileri VECM çerçevesinde Granger nedensellik analizi ile incelenmiştir. Eşbütünleşme ilişki bulunmayan değişkenler ise birinci farkları üzerinden VAR modeli çerçevesinde Granger nedensellik analizine tabi tutulmuştur. Analizin son aşamasında etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma analizleri uygulanmış ve yorumlanmıştır.

Araştırma sonucunda; Türkiye, Almanya ve İtalya arasında uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi bulunmuştur. Yapılan nedensellik analizi sonucunda, Türkiye reel döviz kurundan turizm talebine tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Almanya ve İtalya'ya yönelik Granger nedensellik analizi sonucunda, değişkenler arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. İngiltere ve İspanya'ya yönelik yapılan analizlerde eşbütünleşme ilişkisi tespit edilememiştir. Buradan

hareketle, değişkenlerin birinci farkları alınmış ve VAR modeli kurulmuştur. Yapılan Granger analizi sonucunda ilişki tespit edilememiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Talebi, Reel Döviz Kuru, Johansen Eşbütünleşme Analizi, Granger Nedensellik Analizi.



## **ABSTRACT**

### **A COMPARISON CAUSALITY ANALYSIS ABOUT THE EFFECT OF REAL EXCHANGE RATE ON THE TOURISM DEMAND**

**OĞUZ, Yasin Emre**

**Master Degree – 2017**

**Department of Tourism Management**

**Adviser:** Prof. Yaşar SARI

This study aims to examine the short and long term causal relationships between tourism demand and real exchange rate and to compare countries which are chosen by sampling. First, both national and international literature are reviewed in order to define the tourism economy and their subsequent titles. Then, time series analysis which is utilized to determine the relationship between tourism demand and real exchange rates is defined in details.

The countries which consist sampling are picked due to World Tourism Organization's 2015 tourism incomes statistics. In this context, Turkey, Spain, England, Italy and Germany are chosen for the study. Countries' tourism demands and real exchange rates are compiled from national statistics organizations and Federal Reserve Banks. During the analysis, variables are examined through augmented Dickey-Fuller test in context of stability. Datas which are identified as stable are analyzed with Johansen Cointegration analysis. Cointegrated long term variables' short and long term causation relationships are analyzed through Granger causation analysis in context of VECM. Non-cointegrated variables are analyzed with Granger causality analysis in context of VAR model. At the last phase of analysis, action and reaction functions and variance unbundle analysis are performed and interpreted.

Results indicate that there is a long term cointegration relationship between Turkey, Germany and Italy. Causality analysis results show that Turkey has a one way causality relationship from real Exchange rate to tourism demand. According to Granger causality analysis for Germany and Italy, there is a bilateral causal relationship between these countries. Results also Show that there is no cointegration relationship towards England and Spain. From this result, variables' first differences are taken out and VAR model is set. Granger analysis indicates that there are not any relationships.

**Key Words:** Tourism Demand, Real Exchange Rate, Johansen Cointegration Analysis, Causality Analysis.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
TABLOLAR LİSTESİ.....	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
EKLER LİSTESİ.....	xv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
ÖNSÖZ.....	xvii
GİRİŞ.....	1

### 1. BÖLÜM

#### İLGİLİ ALANYAZIN

1.1. TURİZM EKONOMİSİNİN TANIMI VE KAPSAMI.....	3
1.1.1. Turizm Ekonomisinin Tarihsel Gelişimi.....	4
1.1.2. Turizm Ekonomisinin Makro ve Mikro Boyutları.....	5
1.2. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ.....	6
1.2.1. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi.....	8
1.2.2. Turizmin Gelir Etkisi.....	9
1.2.3. Turizmin İstihdam Etkisi.....	9
1.2.4. Turizm Sektörünün Diğer Sektörlere Etkisi.....	10
1.3. TURİZM PİYASASININ TANIMI VE ÖZELLİKLERİ.....	10
1.4. TURİZM ARZININ TANIMI VE ÖZELLİKLERİ.....	11
1.5. TURİZM TALEBİNİN TANIMI.....	15
1.5.1. Turizm Talebinin Özellikleri.....	16
1.5.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	16



1.5.2.1. Turizm Talebine Etki Eden Ekonomi Dışı Faktörler.....	17
1.5.2.1.1. Sosyal Faktörler.....	18
1.5.2.1.2. Psikolojik Faktörler.....	20
1.5.2.1.3. Politik Faktörler.....	21
1.5.2.2. Turizm Talebine Etki Eden Ekonomik Faktörler.....	23
1.5.2.2.1. Milli Gelir.....	24
1.5.2.2.2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı.....	24
1.5.2.2.3. Harcanabilir Gelir.....	25
1.5.2.2.4. Ulaşım ve Uzaklık.....	25
1.5.2.2.5. Teknoloji.....	26
1.5.2.2.6. Turizm Sektörünün Durumu.....	26
1.5.2.2.7. Konjonktürel Durum.....	26
1.5.2.2.8. Döviz Kurları.....	27

## **2. BÖLÜM**

### **ZAMAN SERİLERİ, TURİZM TALEBİ VE DÖVİZ KURLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER**

2.1. ZAMAN SERİLERİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER.....	29
2.1.1. Zaman Serilerinin Grafikselleştirilmesi.....	30
2.1.2. Zaman Serisi Bileşenleri.....	33
2.2. TURİZM TALEBİ VE DÖVİZ KURLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER.....	35

## **3. BÖLÜM**

### **EKONOMETRİK METODOLOJİ VE BULGULAR**

3.1. ZAMAN SERİSİ ANALİZLERİ.....	42
3.1.1. Durağanlık Analizleri.....	42

3.1.1.1. Korelogram Testi.....	43
3.1.1.2. Birim Kök Testleri.....	43
3.1.2. Eşbütünleşme Analizi.....	44
3.1.3. Vektör Otoregresif Modeller (VAR) ve Vektör Hata Düzeltme Modelleri (VECM) .....	46
3.1.4. Nedensellik Analizi.....	47
3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI.....	49
3.2.1. Araştırmanın Yöntemi.....	49
3.2.2. Araştırma Örneklemine Tespiti.....	50
3.2.3. Veri Toplama Yöntemi.....	51
3.3. ÜLKELERE YÖNELİK BULGULAR.....	51
3.3.1. Türkiye'ye Yönelik Bulgular.....	52
3.3.2. İspanya'ya Yönelik Bulgular.....	56
3.3.3. İngiltere'ye Yönelik Bulgular.....	60
3.3.4. İtalya'ya Yönelik Bulgular.....	64
3.3.5. Almanya'ya Yönelik Bulgular.....	68
3.4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	72
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	73
KAYNAKÇA.....	76
EKLER LİSTESİ.....	82

## TABLolar LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Bazı Sınıflandırmalar.....	6
<b>Tablo 2:</b> Turizm Talebi Tanımına İlişkin Bazı Yaklaşımlar.....	15
<b>Tablo 3:</b> Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	17
<b>Tablo 4:</b> Turizm Talebine Etki Eden Ekonomik Faktörler.....	23
<b>Tablo 5:</b> Literatür Taraması.....	35
<b>Tablo 6:</b> Dünya Geneli Turizm Gelirleri.....	50
<b>Tablo 7:</b> Türkiye'ye Yönelik Birim Kök Testi Bulguları.....	53
<b>Tablo 8:</b> Türkiye'ye Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları.....	54
<b>Tablo 9:</b> Türkiye'ye Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülleri.....	54
<b>Tablo 10:</b> Türkiye'ye Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları.....	55
<b>Tablo 11:</b> Türkiye Varyans Ayırıştırma Analizi Bulguları.....	55
<b>Tablo 12:</b> İspanya'ya Yönelik Birim Kök Testi Bulguları.....	57
<b>Tablo 13:</b> İspanya'ya Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları.....	58
<b>Tablo 14:</b> İspanya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları.....	58
<b>Tablo 15:</b> İspanya Varyans Ayırıştırma Analizi Bulguları.....	59
<b>Tablo 16:</b> İngiltere'ye Yönelik Birim Kök Testi Bulguları.....	62
<b>Tablo 17:</b> İngiltere'ye Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları.....	62
<b>Tablo 18:</b> İngiltere'ye Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları.....	62
<b>Tablo 19:</b> İngiltere Varyans Ayırıştırma Bulguları.....	63
<b>Tablo 20:</b> İtalya'ya Yönelik Birim Kök Testi Bulguları.....	65
<b>Tablo 21:</b> İtalya'ya Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları.....	66
<b>Tablo 22:</b> İtalya'ya Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülleri.....	66
<b>Tablo 23:</b> İtalya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları.....	67
<b>Tablo 24:</b> İtalya Varyans Ayırıştırma Analizi Bulguları.....	67

<b>Tablo 25:</b> Almanya'ya Yönelik Birim Kök Testi Bulguları.....	69
<b>Tablo 26:</b> Almanya'ya Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları.....	70
<b>Tablo 27:</b> Almanya'ya Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülleri.....	70
<b>Tablo 28:</b> Almanya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları.....	70
<b>Tablo 29:</b> Almanya Varyans Ayrıştırma Analizi Bulguları.....	71



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Piyasa Çeşitleri.....	11
Şekil 2: Ekonomik ve Finansal Zaman Serisi.....	30
Şekil 3: Fiziksel Zaman Serileri.....	30
Şekil 4: İşletme Zaman Serileri.....	31
Şekil 5: Demografik Zaman Serileri.....	31
Şekil 6: Süreç Kontrol Verileri.....	32
Şekil 7: İkili Süreç Verileri.....	32
Şekil 8: Nokta Süreç Verileri.....	32
Şekil 9: Trendli Zaman Serisi.....	33
Şekil 10: Mevsimsellik Etkisine Sahip Zaman Serisi.....	34
Şekil 11: Rassal Kalıplı Zaman Serisi.....	34
Şekil 12: Türkiye Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri.....	52
Şekil 13: Türkiye Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri.....	53
Şekil 14: Türkiye'ye Yönelik Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri.....	55
Şekil 15: İspanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri.....	56
Şekil 16: İspanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri.....	57
Şekil 17: İspanya'ya Yönelik Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri.....	59
Şekil 18: İngiltere Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri.....	60
Şekil 19: İngiltere Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri.....	61
Şekil 20: İngiltere'ye Yönelik Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri.....	63
Şekil 21: İtalya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri.....	64
Şekil 22: İtalya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri.....	65
Şekil 23: İtalya Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri.....	67
Şekil 24: Almanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri.....	68

**Şekil 25:** Almanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri.....69

**Şekil 26:** Almanya Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri.....71



## EKLER LİSTESİ

<b>Ek.1:</b> Araştırma Veri Seri.....	82
---------------------------------------	----



## KISALTMALAR

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>AR</b>	: Otoregresif Süreç
<b>ALM</b>	: Almanya
<b>DTÖ</b>	: Dünya Turizm Örgütü
<b>ECM</b>	: Hata Düzeltme Modelleri
<b>FARK</b>	: Birinci Dereceden Fark İşlemi
<b>İNG</b>	: İngiltere
<b>İSP</b>	: İspanya
<b>İTA</b>	: İtalya
<b>LOG</b>	: Logaritma
<b>RDK</b>	: Reel Döviz Kuru
<b>SA</b>	: Mevsimsellikten Arındırma
<b>TR</b>	: Türkiye
<b>TT</b>	: Turizm Talebi
<b>VAR</b>	: Vektör Otoregresif Modeller
<b>VECM</b>	: Vektör Hata Düzeltme Modelleri



## ÖNSÖZ

Reel döviz kurları ve turizm talebi arasındaki ilişkinin, eşbütünleşme ve nedensellik analizleri aracılığıyla incelendiği bu araştırmayı, 2015-933 kodlu proje kapsamında destekleyen Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri birimine teşekkür ederim.

Tez konusunun belirlenmesi ve bunu izleyen süreçlerde, bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan ve bana yol gösteren danışman hocam Prof. Dr. Yaşar Sarı'ya sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca değerli zamanlarını ayırarak tez jürime katılma nezaketini gösteren ve çalışmaya yaptıkları katkılardan dolayı Yrd. Doç. Dr. İnci Oya Coşkun'a ve Yrd. Doç. Dr. Hakan Acaroğlu'na teşekkürü bir borç bilirim.

Çalışma hayatına girdiğim günden beri dostluklarını ve desteklerini her zaman hissettiğim sevgili dostlarıma, değerli çalışma arkadaşlarıma ve tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak, beni her konuda destekleyen ve bugünlere gelmemde büyük emeği olan aileme sonsuz minnet ve şükran duygularımı sunarım.

## GİRİŞ

Gelişmekte olan ülkeler açısından turizm; işsizliğin ve bölgeler arası gelir dengesindeki eşitsizliğin azaltılması ve döviz akışının pozitif yönlü olarak artırılmasında stratejik önem taşıyan bir sektördür (Bahar ve Kozak, 2005). Turizm sektörüne etki eden birçok faktör bulunmaktadır ve bu faktörlerden biri de, turizm faaliyetlerine katılma eğiliminde olup, turizm talebini oluşturan insan gruplarının destinasyon seçiminde önem teşkil eden döviz kurlarıdır (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2011). Bu araştırmada, reel döviz kurları ve turizm talebi arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla Johansen Eşbütünleşme testi yapılmıştır. Uzun dönemli ilişki tespit edilen değişkenler arasında ise, ilişkinin yönünün belirlenmesi amacıyla Granger Nedensellik analizi yapılmış ve elde edilen bulgular alanyazınla kıyaslanmıştır.

Turizm talebinin, döviz kurlarından kuramsal olarak etkilendiği bilinmesine rağmen (Crouch, 1994) alanyazında bu konuda çok fazla çalışma olmaması, araştırmanın çıkış noktasıdır. Buradan hareketle, reel döviz kurlarının turizm talebine etkisi, örneklem olarak belirlenen ülkeler ve yıllar (2002-2015) üzerinden incelenmiş ve bilgi birikimine katkı sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın birinci bölümünde; turizm, turizm ekonomisi, turizmin ekonomik etkileri, turizm arzı, turizm talebi, turizm talebini etkileyen faktörler ve döviz kurları konularına kavramsal olarak değinilmiş ve ilgili çalışmalara yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, zaman serileri ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Devamında, turizm talebi ve döviz kurlarının değişken olarak kullanıldığı çalışmalara yönelik incelemeler yapılmıştır.

Araştırma örnekleminin tespitinde Dünya Turizm Örgütü'nün 2015 yılı turizm gelirleri istatistikleri esas alınmıştır. Bu kapsamda araştırma örneklemini; Türkiye, İspanya, İngiltere, İtalya ve Almanya olarak belirlenmiştir. Araştırma örneklemini oluşturan ülkelerle ilgili verilerin toplanmasında ikincil verilerden yararlanılmıştır. İkincil verilere ulaşılmasında, model kapsamında analize tabi tutulan ilgili ülkelerin (Türkiye, İspanya, İngiltere, İtalya ve Almanya) milli istatistik kurumlarından ve federal rezerv bankası verilerinden yararlanılmıştır. Veriler 2002 – 2015 yılları arasında aylık olarak toplanmış ve veri seti oluşturulmuştur.

Çalışmanın analiz bölümünde, örneklemdaki ülkelerin turizm talepleri ve reel döviz kurları grafikler aracılığıyla zaman serisi bileşenleri esas alınarak

yorumlanmıştır. Devamında rneklemi oluşturan ülkelere yönelik durağanlık analizleri yapılmıştır. Durağanlık dereceleri belirlenen değişkenler arasında uzun dönemli ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla Johansen Eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Değişkenler arasında uzun dönemli ve kısa dönemli ilişkiler vektör hata düzeltme modelleri (VECM) erevesinde Granger Nedensellik analizi aracılığıyla incelenmiştir. Uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi tespit edilemeyen değişkenlere yönelik VAR modeli kurulmuş ve etki tepki fonksiyonları ile varyans ayrıştırma analizleri aracılığıyla incelemeler yapılmıştır.

Analiz sonuçlarına göre Türkiye, İtalya ve Almanya'nın turizm talepleri ve reel döviz kurları arasında uzun dönemli ilişkiler tespit edilmiş ve politika önerilerinde bulunulmuştur. Araştırma rnekleminde yer alan İşpanya ve İngiltere'nin turizm talepleri ve reel döviz kurları arasında ilişki bulunamamıştır. Elde edilen bulgular, alanyazında yapılan çalışmalarla kıyaslanarak yorumlanmış ve ileride yapılacak olan çalışmalara önerilerde bulunulmuştur.

# 1. BÖLÜM

## İLGİLİ ALANYAZIN

### 1.1. TURİZM EKONOMİSİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Günümüzde bilgi, ulaşım ve haberleşme teknolojilerinin gelişmesi, insanların refah düzeylerinin artması ve boş zamanlarını etkili kullanma istekleri turizmi kitlesel bir ekonomik faaliyete dönüştürmüştür (Akyüz, 2006). Turizm ekonomisi kavramı da burada devreye girmektedir ve çıkış noktası, insanların bir bölgeden diğer bir bölgeye seyahat etmelerinin nedenlerinin araştırılması, insanların mevcut paralarını neden başka bir alanda değil de turizmde harcadıklarının tespiti, turizmin bölgesel kalkınmaya etkileri, turizmin döviz getirici yönü ve istihdam etkileri gibi konulardır (Sarı, 2003).

Turizm ilk çağlardan beri insanoğlunun hayatında yer almakta olan bir kavramdır. Köken olarak Latince’de dönme hareketi yerine kullanılan “tornus” kelimesine dayanmaktadır. Anlam olarak da; dairesel bir yol izleyip başladığı noktaya geri dönen, geçen süre içerisinde dinlenme, eğlenme, iş vb. ihtiyaçların karşılandığı yer değiştirmelere vurgu yapmaktadır (İçöz, 2007).

1954 yılında İtalya’da düzenlenen kongrede alınan kararlar turizm kavramının günümüzde kullanılan tanımına ulaşılmıştır. Buna göre turizm, “*kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla ziyaretçilerin bir yere seyahatleri ve orada konaklamalarından doğan olay ve ilişkiler bütünü*” olarak tanımlanmaktadır (Akat, 2000: 2).

Turizm kavramından bahsedildiğinde değinilmesi gereken bir diğer kavram da turist kavramıdır. Kozak (2001) tarafından turist; doğal ve kültürel değerleri görmek, dinlenmek, eğlenmek, bilgi edinmek amacıyla en az 24 saat süreli geçici seyahatlere katılan, gittiği yerlerde konaklama, yeme-içme faaliyetlerinden yararlanan ve turizm işletmelerinden hizmet talep eden kişiler olarak tanımlanmaktadır.

Özellikle 20. yüzyılda ulaşım araçlarında ve bilgi edinme teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birlikte insanlar daha çok ve daha kısa süreli seyahat etmeye başlamışlardır. Bu hususta, teknolojik gelişmelerde yaşanan etkiler kadar sosyal yaşamda değişen algıların da etkili olduğunu söylemek mümkündür (Öztaş ve

Karabulut, 2006). Buradan hareketle 1963 yılında Roma’da, Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu ve Kamu Turizm Teşekkülleri Uluslararası Birliği tarafından, “Uluslararası Turizm ve Seyahat Konferansı” düzenlenmiştir. Turist, ziyaretçi ve günübirlikçi gibi anlam karmaşasına yol açan kavramlara açıklık getirilmiştir (Olalı ve Timur, 1988: 41-42):

- *Yabancı Ziyaretçi: Bir ülkeye gelen ve konaklama süresi 24 saati aşan veya 24 saatten az olan bütün yabancı kişilerdir.*
- *Yabancı Turist: Sürekli konaklama yerinin bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye iş, aile ziyareti, merak, din, kültür, eğitim ve öğrenim, spor, dinlenme, eğlence, dost ve akraba ziyareti sebepleriyle seyahat eden her çeşit toplantılara (ilmi, dini, diplomatik, sportif) katılmak üzere giden, gittiği ülkede 24 saatten fazla süre ile kalan veya ülkenin konaklama tesislerinde en az bir geceleme yapan kişidir.*
- *Yabancı Günübirlikçi: Gittiği ülkede 24 saatten az kalan veya ülkenin konaklama tesisinde geceleme yapmayan kişidir.*
- *Turist Olmayan Yabancı: Bir ülkeye birbirinden farklı sebeplerle gelen, ancak turist veya günübirlikçi olarak kabul edilmeyen kişilere denmektedir.*

Turizmde yaşanan değişimde de, ekonomi biliminde olduğu gibi sanayi devriminin etkili olduğu aşıkardır. Sanayi devrimi öncesinde turizm hareketlerine katılımda en önemli faktörler, merak ve refah seviyesindeki artışlardır. Orta Çağ dönemi turistleri genellikle; zenginler, asilzadeler ve tedavi amacıyla turizm hareketlerine katılanlardan oluşmaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006). İlerleyen bölümlerde bu konuyla alakalı detaylı bir açıklama yapılacaktır.

### **1.1.1. Turizm Ekonomisinin Tarihsel Gelişimi**

Turizm, 20. yüzyılda büyük bir atılım göstermiş ve ekonomilere sağladığı faydalar bakımından lokomotif bir sektör haline gelmiştir. Bazı araştırmacılara göre turizm sektörü, dünya gayri safi hasılasında kimya ve otomotiv endüstrisinden sonra üçüncü sırada yer alan bir ekonomik faaliyet niteliği kazanmıştır (İçöz, 2005). Turizm hareketlerinden doğan ekonomik sonuçlar ve bu sonuçların oluşturduğu ekonomik boyutların ölçülmesi de turizm ekonomisinin alanına girmektedir (Gönen, 2004).

Turizm kavramı üzerine tartışmalar, akademik camiada uzun süredir devam etmektedir ve bazı akademisyenler turizmi “endüstri” olarak kabul etmekteyken, bazıları ise turizmin “pazar” olduğunu savunmaktadır. Ancak burada göz ardı edilen ve karmaşaya neden olan olay, turizmin birçok disiplinle ve sektörle iç içe olmasıdır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde turizm, ekonomistler açısından “ekonomik bir faaliyet” ve bir “endüstri” dir (İçöz, 2005: 1-3). Olalı ve Timur’ a (1988) göre turizm, “bütünleşmiş bir endüstridir”.

Öztaş ve Karabulut (2006) tarafından turizmin tarihsel gelişimi sanayi devrimi öncesi ve sanayi devrimi sonrası olarak ele alınmıştır. İlk çağlarda yapılan seyahatler iki koşullu olarak gerçekleşmektedir. Birinci faktör refah seviyesinin yüksek olması, ikinci faktör ise merak dürtüsüdür. Bu bakımdan da ilk çağlarda en fazla seyahat hareketlerine katılanların, gelir seviyesi yüksek Romalılar olduğunu söylemek mümkündür.

Sanayi devrimi sonrasında turizm açısından önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bunlardan en önemlisi, Thomas Cook tarafından 1841 yılında düzenlenen ve modern turizm hareketlerinin başlangıcı olarak kabul edilen ilk organize kitle turizmidir (İçöz, 2007). Bu seyahat, Loughboroung’da “Antialkolizm” kongresine katılmayı düşünen kişilere yönelik planlanmış olup, katılımcılara sabit bir ücret çıkarılmış ve ulaşımın tren ile sağlanacağı vaat edilmiştir. Bu tura toplamda 570 kişi katılmıştır. İlk organize seyahatin başarılı olması Thomas Cook’u daha da cesaretlendirmiş ve 1845 yılında Glaskow kentine 350 kişilik ikinci kitle turunu düzenlemiştir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 3). Thomas Cook’un önderliğinde başlayan kitle turizmi faaliyetleri, günümüzde turizmin uluslararası bir endüstri olmasında dönüm noktası olarak kabul edilmektedir.

### **1.1.2. Turizm Ekonomisinin Makro ve Mikro Boyutları**

Ekonomi kavramı çok geniş bir kavramdır ve bu nedenle, belirli bölümlere ayrılarak incelenmesi gerekmektedir. İktisatçılar bu ayrımı makro ve mikro olarak yapmaktadır (Ünlüöner ve Tayfun, 2005). Mikro iktisat; insanların iktisadi davranışlarını ve insanların firma, piyasa ve endüstri gibi küçük birimlerle olan iktisadi ilişkilerini incelemektedir. Makro iktisat ise; milli gelir hesaplamaları,

ekonomik büyüme, enflasyon gibi toplumun bütününe etkileyen konular üzerine incelemeler yapmaktadır (Özer ve Tiryaki, 2015).

Turizm kapsamında değerlendirildiğinde mikroekonominin temel noktası etkinliklerdir. Bu etkinliklerden kasıt; birey, firma ve piyasa arasındaki ilişkilere (Yağcı, 2003: 9). Turizm sektörü açısından mikroekonomik analizler; bireylerin seyahat kararlarını ve turizm hareketlerine katılımlarını, ulaştırma işletmelerinin, havayollarının, restoranların, konaklama işletmelerinin ve diğer turizm alt sektörlerinde yer alan işletmelerin faaliyetlerini incelemektedir (İçöz ve Kozak 2002).

Turizmde makro kavramı, mikro analizlerin topluma yaygınlaştırılması veya genellenmesi olarak ifade edilmektedir (Özkök, 2014: 20). Turizm sektöründe makroekonomik analizler; toplumların turizme yaptıkları yatırımları, toplam turist harcamalarını, turizmin istihdama olan etkilerini, ulusal gelire olan katkılarını ve çarpan etkisiyle oluşan gelirleri incelemektedir (İçöz, 2005: 10).

## 1.2. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm, özellikle 20. yüzyıldan itibaren gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın tüm ülkeler açısından önemli bir gelir kaynağı ve rekabet stratejisi olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Ancak turizmin ülke ekonomilerine sadece olumlu etkileri olduğunu söylemek de mümkün değildir. Bu bağlamda turizmin ülke ekonomilerine etkileri incelenirken çeşitli sınıflandırmaların yapıldığı tespit edilmiştir (Öztaş ve Karabulut, 2006; Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2011; Bahar ve Kozak, 2014; Çeken, 2014; Özkök, 2014):

*Tablo 1: Turizmin Ekonomik Etkilerine Yönelik Bazı Sınıflandırmalar*

Yazar Adı	Turizmin Ekonomik Etkileri
Öztaş ve Karabulut (2006)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Turizmin Moneter Karakterli Etkileri<ol style="list-style-type: none"><li>1.1. Dış Ödemeler Dengesine Etkisi</li><li>1.2. Döviz ve Arz Talebine Etkisi</li><li>1.3. Gelir Etkisi</li><li>1.4. İç Fiyatlara Etkisi</li><li>1.5. Devlet Gelirlerine Etkisi</li></ol></li><li>2. Turizmin Reel Karakterli Etkileri<ol style="list-style-type: none"><li>2.1. İstihdam Etkisi</li><li>2.2. Sektörler Üzerine Etkisi</li><li>2.3. Altyapıya Etkisi</li></ol></li></ol>

Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar (2011)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turizmin Moneter Karakterli Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Dış Ödemeler Dengesine Etkisi</li> <li>1.2. Gelir Etkisi</li> <li>1.3. Turistik Yatırımların Etkisi</li> <li>1.4. Devlet Gelirlerine Etkisi</li> </ol> </li> <li>2. Turizmin Reel Karakterli Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. İstihdam Etkisi</li> <li>2.2. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi</li> <li>2.3. Alt ve Üst Yapıya Etkisi</li> <li>2.4. Bölgelerarası Dengesizliği Giderici Etkisi</li> </ol> </li> </ol>
Bahar ve Kozak (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turizmin Olumlu Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Ödemeler Dengesine Etkisi</li> <li>1.2. Gelir Etkisi</li> <li>1.3. İstihdam Etkisi</li> <li>1.4. Bölgelerarası Gelişme Üzerine Etkisi</li> <li>1.5. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi</li> </ol> </li> <li>2. Turizmin Olumsuz Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. İthalat Etkisi</li> <li>2.2. Enflasyon Etkisi</li> <li>2.3. Fırsat Maliyeti Etkisi</li> <li>2.4. Mevsimsellik Etkisi</li> <li>2.5. Yabancı Sermaye Etkisi</li> </ol> </li> </ol>
Çeken (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turizmin Moneter Karakterli Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Dış Ödemeler Dengesine Etkisi</li> <li>1.2. Milli Gelire Etkisi</li> <li>1.3. İç Fiyatlara Etkisi</li> <li>1.4. Yatırımlara Etkisi</li> <li>1.5. Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi</li> </ol> </li> <li>2. Turizmin Reel Karakterli Etkileri <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. İstihdam Etkisi</li> <li>2.2. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi</li> <li>2.3. Altyapıya Etkisi</li> </ol> </li> </ol>
Özkök (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ulusal Gelir Hesaplamalarına Etkisi</li> <li>2. Ödemeler Bilançosuna Etkisi</li> <li>3. Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi</li> <li>4. Yatırım, İstihdam ve Enflasyona Etkisi</li> </ol>

Yapılan sınıflandırmalar incelendiğinde (Tablo 1) turizmin ekonomik etkilerinin parasal ve reel karakterli veya olumlu ve olumsuz etkiler şeklinde sınıflandırıldığı görülmüştür. Bu araştırmada ise böyle bir ayrıma gidilmeyip turizmin etkileriyle ilgili alanyazında en çok karşılaşılan kavramlar üzerinden incelemeler yapılmıştır.



### 1.2.1. Turizmin Ödemeler Dengesine Etkisi

Turizm emek-yoğun bir sektördür ve döviz getirici etkisiyle ülkelerin ekonomik kalkınmalarına büyük kaynak sağlamaktadır. Ödemeler dengesi veya dış ödemeler bilançosu ise turizmin bu döviz getirici etkisinden doğrudan etkilenen kavramlar olarak kabul edilmektedir. Seyidoğlu (2003) tarafından ödemeler dengesi (ödemeler bilançosu), bir ülkede yaşayan kişilerin belirli bir dönem boyunca yabancı ülkelerde ikamet eden kişilerle yaptıkları tüm iktisadi faaliyetlerin yansıtıldığı tablo olarak tanımlanmıştır. Ödemeler dengesinin başlıca özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Eren, 2015: 182-183):

- Ödemeler dengesi aylık, çeyreklik ve yıllık olarak Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası tarafından hesaplanmaktadır.
- İktisadi bir faaliyetin ödemeler dengesine konu olabilmesi için ülkede ikamet eden kişiler tarafından ikamet etmedikleri bir ülkeye yönelik yapılmış olması gerekmektedir.
- İşletmeler tarafından tutulan bilançolarda stoklarla alakalı değerler mevcutken, ödemeler bilançosunda aylık ve yıllık akım değerleri bulunmaktadır.
- Ödemeler bilançosu daima dengeyi ifade etmektedir, bu nedenle diğer bir adı da ödemeler dengesidir.
- Ödemeler bilançosunda, iktisadi işlemlerin kayıtlarının tutulduğu otonom kalemler ile bilançonun denkleştirilmesini sağlayan denkleştirici kalemler olmak üzere iki kalem bulunmaktadır.

Sonuç olarak bir ülkenin turizmden elde ettiği döviz getirisi, ülkeden turizm nedeniyle çıkan dövizden fazla ise turizm, ülkenin ödemeler dengesine pozitif etki etmektedir ancak tersi bir durum söz konusuysa turizm, ödemeler dengesine negatif etki etmektedir (Bahar ve Kozak, 2014: 156-157). Bu durum Türkiye için değerlendirildiğinde dış ticaret açığının özellikle 1980 sonrasında önemli bir iktisadi sorun haline geldiği görülmektedir. Dış ticaret açığındaki artışın başlıca nedenleri ise tasarruf yetersizliği ve döviz kuru politikaları olarak kabul edilmektedir (Kaya, 2016). Bu açığın azaltılmasında kısa vadede en iyi çözümün turizm gelirlerinin artırılması olduğu aşikardır.

### **1.2.2. Turizmin Gelir Etkisi**

Turizm sektörünün ülke ekonomisine yaptığı önemli katkılardan biri de gelir getirici etkisidir. Ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin ülkeye ekonomik katkıları olduğu gibi iç turizm hareketlerinin de ülke ekonomisine olumlu etkileri olmaktadır. Turizmin ülke ekonomilerine yaptığı en belirgin katkılar ticaret hacmini genişletmesi ve ekonomiye canlılık kazandırması olarak ifade edilmektedir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2011: 149).

Turizm birçok sektörle ilişkilidir. Bu nedenle gelir etkisinin sadece tek bir kalem üzerinden değerlendirilmemesi gerekmektedir. Ülkelerin turizm sektöründen elde ettikleri gelirler, turizmle ilişkili diğer sektörlerdeki üreticiler üzerinde de etkili olmaktadır. Bu durum alanyazında çarpan mekanizması olarak tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2014: 162). Ülkelerin turizmden elde ettiği gelirler çarpan mekanizmasının da etkisiyle çok daha fazla gelir yaratmakta ve ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008).

Turizm gelirlerinde yaşanan artış, ülkelerin kamu gelirlerini de arttırmaktadır. Kamu gelirlerini özellikle iç turizm ve dış turizm hareketlerine katılan yerli turistlerden toplanan vergiler oluşturmaktadır. Kamunun gelirlerinde yaşanan bu artış devletin turizme teşviklerini ve altyapı – üstyapı çalışmalarına harcaabileceği kaynaklarını da arttırmaktadır (Sarı, 2003).

### **1.2.3. Turizmin İstihdam Etkisi**

İstihdam, geniş anlamıyla tüm üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynaklar, müteşebbis), dar anlamıyla ise emek faktörünün, üretim faaliyetleri sırasında kullanılması anlamına gelmektedir (Eren, 2015: 31). Turizmde yaşanan gelişmeler, turizm sektöründeki ve turizmle doğrudan veya dolaylı şekilde işbirliği halinde olan diğer sektörlerdeki işgücüne olan ihtiyacı arttırmaktadır. Bu bağlamda, turizmin işsizliğin azaltılmasına önemli katkılarının olduğu ortaya konulmaktadır (Çımat ve Bahar, 2003). Sonuç olarak turizm sektörünün istihdam yaratıcı etkisinin ülke ekonomilerine katkı sağladığı ve insanlara yeni iş imkanları yarattığı görülmektedir.

#### 1.2.4. Turizm Sektörünün Diğer Sektörlere Etkisi

Turizm sektörü hizmet sektörünün alt basamakları arasında yer almaktadır. Ancak yapısı gereği tarım, sanayi ve hizmet sektörünün diğer alt sektörleriyle de yoğun ilişkiler içerisinde olduğu görülmektedir. Ekonomilerde turizmin gelişmesi çeşitli aşamalardan geçmektedir ve her aşamada diğer sektörlerle olan etkileri de değişiklik göstermektedir (Olalı ve Timur, 1988; Öztaş ve Karabulut, 2006):

- Birinci aşamada turizm, olağan bir tüketim düzeyindedir ve insanların genel ihtiyaçlarının karşılanmasında etkili olmaktadır.
- İkinci aşamada turizm, konut üretimine (konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, vb.) ve yol yapım çalışmalarına sağladığı katkılarla inşaat ve sanayi sektörü üzerinde etkili olmaktadır.
- Üçüncü aşamada turizm, ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştıran, rahatlığı arttıran ve insanların hayatlarını kolaylaştıran yüksek maliyetli ürünlerin üretilmesine sağladığı katkılarla çeşitli üretim ve hizmetler üzerinde etkili olmaktadır.
- Dördüncü aşamada turizm, turistlere daha güvenli tatil imkanı sağlanması amacıyla güvenlik, sağlık, sigorta ve bankacılık gibi hizmet sektörü altında yer alan çeşitli sektörler üzerinde etkili olmaktadır.
- Son aşamada, lüks turizme geçilmesiyle birlikte, sektöre mal ve hizmet veren kuruluşların üretim kalitelerinin artırılmasını sağlamaktadır.

#### 1.3. TURİZM PİYASASININ TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

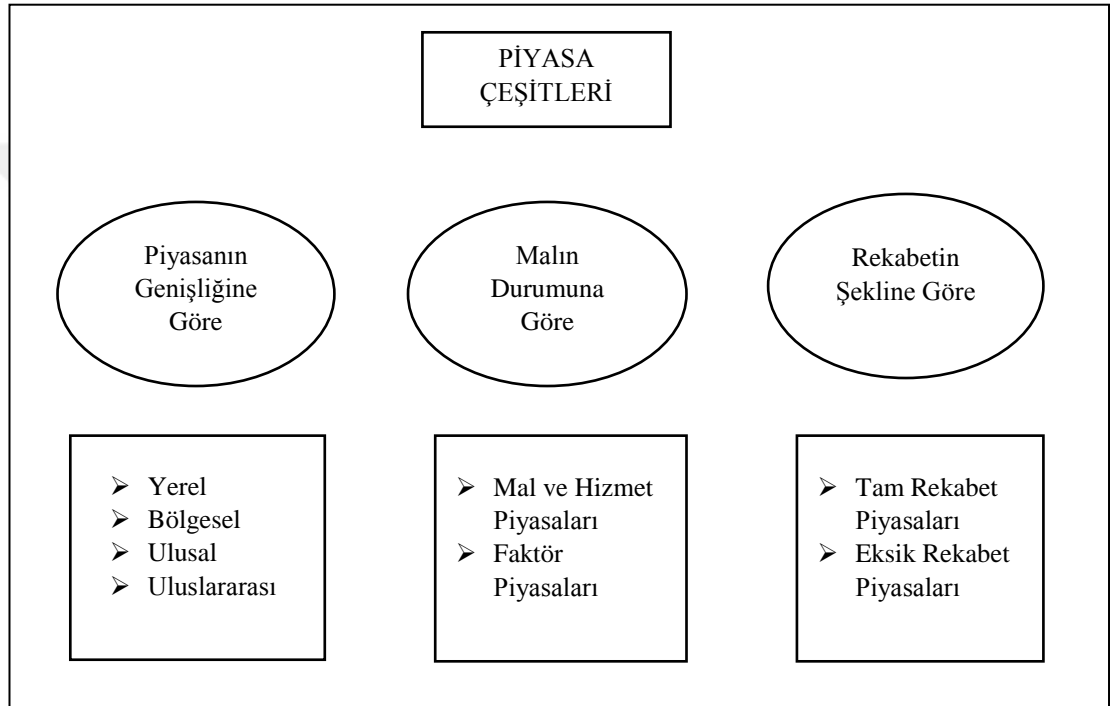
Piyasa kelimesi köken olarak meydan, çarşı ve pazar anlamlarına gelen İtalyanca'daki "piazza" kelimesine dayanmaktadır. Ayrıca Farsça'daki "bazar" ve İngilizce'deki "market" kelimeleri de piyasa yerine kullanılabilen kelimelerdir. Ekonomi kapsamında bakıldığında ise, alıcı ve satıcıların birbirleri ile etkileşimde bulunduğu yere piyasa denilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 165). Diğer bir ifadeyle piyasa kavramı, alıcı ve satıcıların oluşturduğu mübadele ağı olarak tanımlanmaktadır (Ünlüönen ve Tayfun, 2005: 81).

Turizm piyasası kavramı; *"belirli şartlar altında bir yerin turistlere sunabileceği turistik verilerin bütünü ile o yere seyahat etme isteğinde bulunan ve bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar finansal güce sahip bulunan insanların karşılaştıkları yer ve bu karşılaşmayı"*

sağlayan kanallar, örgütler oluşumudur” şeklinde tanımlanmıştır (Olalı ve Timur, 1988: 166). Diğer bir ifadeyle ise turizm piyasası; “turistik mal ve hizmetleri üretkenler ile satın alma gücüne sahip ve boş zamanı olan kişilerin bir araya geldikleri pazar” olarak tanımlanmaktadır (Sezgin, 2001).

Piyasa ve turizm piyasası kavramlarının tanımlanmasında sıkça kullanılan satıcı ve alıcılar, ekonomi literatüründe arz ve talep şeklinde ifade edilmekte ve piyasa kavramı üç ana başlık altında incelenmektedir:

Şekil 1: Piyasa Çeşitleri



Kaynak: Bahar ve Kozak, 2014: 84

#### 1.4. TURİZM ARZININ TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Arz en basit tanımıyla, sunulmak veya satılmak istenen mal miktarı anlamına gelmektedir. Bir malın veya hizmetin arz olarak kabul edilebilmesi için bazı koşulları sağlaması gerekmektedir. Bu koşullar; belirli bir zaman dilimi, belirli bir pazar ve mutlak satılma amacıdır (Ünlüönen ve Tayfun, 2005: 63). Arz kavramı denildiğinde satılan mal miktarının anlaşılması, çok sık karşılaşılan bir hata olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak arz denildiğinde anlaşılması gereken, firmaların satmak istedikleri mal miktarı olmalıdır.

Turizm arzı hususunda farklı tanımlamalar bulunmasına karşın, her tanım aslında aynı noktayı işaret etmektedir. Öztaş ve Karabulut (2005: 43) tarafından turizm arzı; “*turistlerin seyahat ve geçici konaklamalarından doğan gereksinimlerini karşılayabilecek nitelikte olan mal, hizmet ve doğal zenginlikler ya da bunların bileşiminden oluşan; belirli bir fiyata sunulan tüm kapasite*” olarak tanımlanmıştır. Diğer bir tanıma göre turizm arzı; “*turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinimlerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü*” olarak ifade edilmektedir (Senna, 1983: aktaran İçöz, 2005: 41).

Olalı ve Timur (1988) tarafından turizm arzı; önceden belirlenen şartlar ve zaman diliminde, bir ülkenin veya bir destinasyonun, turistik hizmet talep edenlere satmaya hazır olduğu turistik zenginlikler olarak tanımlanmaktadır. Bu turistik zenginlikler ülkeden ülkeye farklılık göstermekte ve çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Turizm arzı üzerine etkili olan değerler, varlıklar ve olanaklar aşağıdaki gibi gruplanabilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 173-174):

1. Jeo-Ekonomik Varlıklar
  - 1.1. İklim
  - 1.2. Jeo-morfolojik yapı
  - 1.3. Şifalı kaynaklar
  - 1.4. Bitki topluluğu ve hayvan varlığı
  - 1.5. Deniz, göl ve akarsular
2. Sosyo-Kültürel Varlık, Değer ve Olaylar
  - 2.1. Tarihsel değer ve varlıklar
    - 2.1.1. Arkeolojik ve tarihi eserler
    - 2.1.2. Müzeler
  - 2.2. Çağdaş Varlıklar ve Değerler
    - 2.2.1. Toplumun uygarlık düzeyi
    - 2.2.2. Sosyo-Kültürel olanaklar ve olaylar
      - 2.2.2.1. Sürekli çekiciliğe sahip sosyo-kültürel olaylar
      - 2.2.2.2. Geçici süre çekiliğe sahip sosyo-kültürel olaylar

Burada sıralanmış olan varlıkların, ülkelerin turizm arzını oluşturduğu ve bu değerlerin kişileri turizm hareketlerine katılmaya teşvik ettiği üzerine görüşler belirtilmiştir (Olalı ve Timur, 1988). Bu hususta, içerik olarak benzer ancak sınıflandırmada farklılık gösteren çalışmalar da mevcuttur (İçöz, 2005; Öztaş ve Karabulut, 2006; Bahar ve Kozak, 2014):

- 1- Kültürel çevre: Arkeolojik ve tarihsel değerler, anıtlar, yapılar, müzeler
- 2- Folklorik çevre
- 3- Politik çevre
- 4- Eğitsel çevre
- 5- Dinsel çevre
- 6- Modern çevre
- 7- Kültürel gelenekler: Festivaller, sanat gösterileri, el sanatları, müzik, doğal ve geleneksel yaşam tarzı, dil, din, bilim
- 8- Fiziksel çevre: İklim, manzara, vahşi yaşam gözleme
- 9- Eğlence
- 10- Spor: Katılımcı olarak, seyirci olarak
- 11- Parklar
- 12- Sinema ve Tiyatro
- 13- Gece Kulüpleri
- 14- Oyun salonları
- 15- Barlar

Turizmin, lüks ihtiyaçtan zorunlu bir ihtiyaca dönüşmeye başladığı günümüzde turizm arzı da hızlı bir şekilde değişim göstermektedir. Ülkelerin turistik ürünlerini farklılaştırma çabaları, turizm piyasasındaki rekabeti giderek daha çetin bir hale dönüştürmektedir. Özellikle çevre dostu bir sektör olması, doğrudan ödemeler dengesine etki etmesi ve sıcak para akışı sağlaması turizmi göz ardı edilemeyecek bir sektör haline getirmektedir. Bu kapsamda, turizm arzının özelliklerinin net bir

şekilde ortaya konulması, ülkelerin mevcut durumlarını tespit etmesi için büyük bir önem teşkil etmektedir.

Alanyazında turizm arzının özelliklerinin sınıflandırıldığı çalışmalar mevcuttur (Olalı ve Timur, 1988; İçöz ve Kozak, 2002; Yağcı, 2003; İçöz, 2005; Öztaş ve Karabulut, 2006; Akyüz, 2009; Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2011; Bahar ve Kozak, 2014; Özkök, 2014). Buna göre, turizm arzının özellikleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Turizm sektörü açısından arzın oluşturulabilmesinde ilk ve en önemli koşul büyük yatırımlar yapılması gerekliliğidir.
- Turizm sektörü mevsimsel dalgalanmalardan, büyük veya küçük ölçekli ekonomik krizlerden, politik olarak yaşanan huzursuzluklardan ve diğer anlık gündemlerden çok fazla etkilenmektedir. Bunun temel sebebi ise turizm piyasasının dinamik ve aşırı kırılabilir olmasıdır.
- Turistik ürünler depolanamaz, bu yüzden üretildiği anda ve yerde tüketilmesi gerekmektedir.
- Turizm arzının ikame olanakları yüksektir, bu bakımdan da rekabet çok fazladır.
- Gelişen teknoloji, sermaye-yoğun sektörlerde maliyetleri azaltmaktadır ancak turizm sektörü emek-yoğun bir sektördür. Bu nedenle de turizm sektöründeki maliyetlerde dikkate değer bir azalma gerçekleşmemektedir.
- Turistik ürün bir hizmet ürünüdür. Hizmet kavramı da 7 gün 24 saat hiç kesintisiz devam etmektedir. Turizm ürünü bu yönüyle soyut özellikler taşımaktadır.
- Turizm arzı inelastik (katı) bir özellik taşımaktadır. İnelastiklikle anlatılmak istenen, turizm arzının olaylara hızlı tepki verememesidir. Özellikle kısa dönemde turizm arzı, turizm talebindeki değişimlere cevap veremez. Bu durum da fiyatın hızlı ve kolay bir şekilde artmasına veya azalmasına neden olmaktadır.
- Turizm arzı farklı alanları etkileme özelliğine sahiptir. Ziyaretçilerin bir bölgeyi tercih etmesinde fiziksel, doğal, kültürel ve insani faktörler bir bütün olarak etkili olmaktadır. Bu faktörlerden herhangi birinde yaşanan bir olumsuzluk, bütünün de olumsuz olarak algılanmasına neden olabilmektedir.

## 1.5. TURİZM TALEBİNİN TANIMI

Talep kavramı günlük dilde bir şeyi arzulamak ve istemek anlamlarında kullanılmaktadır. Ekonomi kapsamında değerlendirildiğinde ise arzu veya istek ile talep kavramı arasında belirgin farklar bulunmaktadır.

Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar (2011: 44) talep kavramını; “belirli bir malın piyasasında, belirli bir zamanda, öteki faktörler değişmemek kaydıyla, belirli bir fiyattan, tüketicilerin söz konusu mal ve hizmetten satın almak istedikleri miktar” olarak ifade etmişlerdir. İÇÖZ (2005: 101) tarafından talep; “insan ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan mal ve hizmetlerin üretiminde girişimcilik faaliyetlerini uyarıcı ihtiyacın yönlendirilmesi” olarak tanımlanmıştır. Talep kavramı ile ilgili tanımları arttırmak mümkündür. Ancak en genel haliyle talep; “belirli bir dönem içerisinde kişilerin belirli bir fiyata almaya gönüllü oldukları mal miktarına” denilmektedir (Dinler, 2002: 44).

Talep kavramı turizm kapsamında değerlendirildiğinde, ekonomideki talep kavramından çok da farklı değildir. Turizm talebi hususunda yapılmış olan bazı tanımlar Bahar ve Kozak (2014: 110) tarafından derlenmiştir:

Tablo 2: Turizm Talebi Tanımına İlişkin Bazı Yaklaşımlar

No	Yazar Adı	Turizm Talebinin Tanımı
1.	Yarcan (1994)	Turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze yönelik akımdır.
2.	Sezgin ve Acar (1991)	Turizm amaçlı gezi yapma isteğine ve bu isteği gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların miktarıdır.
3.	Olalı ve Timur (1998)	Turistlerin belli bir fiyat düzeyi ya da döviz kuru dahilinde elde etmek istediği ve fiilen elde etmeyi kabul ettiği turizm ürünü ile hizmetin bütünüdür.
4.	Usta (2001)	İnsanların turizme dönük gereksinimlerini karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turizm ürününü ve hizmetini satın alma isteğinde bulunan topluluktur.



### 1.5.1. Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebinin özellikleri, Olalı ve Timur (1988: 196) tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- Turizm talebi otonom bağımsız bir taleptir. Otonom kavramıyla anlatılmak istenen, kişiden kişiye değişiklik gösterebileceğidir. İnsanları turizm hareketlerine katılmaya teşvik eden çeşitli etkenler vardır. Bu etkenler; insanın bir takım baskılardan uzaklaşma isteği olabileceği gibi, bulunduğu ortamdaki bir süre uzaklaşma isteği de olabilir.
- Turizm talebi çok yönlü özellikler taşımaktadır ve turizm hareketlerine katılan insanları güdüleyen faktörler değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin; psikolojik olarak kendini mutlu hissetmek ve fiziksel olarak rahatlamak amacıyla seyahat eden insanlar ile ticari amaçlarla seyahat eden insanlar arasında farklar vardır.
- Turizm talebi, turizm hareketlerine katılmak isteyen kişilerin gelirleriyle ilgilidir. Burada anlatılmak istenen; turizm talebinin, kişilerin gelirlerinden yüksek oranda etkilendiği ve esnekliğinin yüksek olduğudur.
- Turizm talebinin ikame olanakları yüksektir. Bu nedenle de diğer lüks ve kültürel malların yerine kullanılabilir. Bu nedenle de diğer lüks ve kültürel malların yerine kullanılabilir.
- Turizm talebinin ikame olanaklarının yüksek olması, tüketici tercihlerine aşırı elastik bir karakter kazandırmaktadır.
- Turizm talebi, mevsimsel olarak dalgalanmaktadır. Bu durum turizm hareketlerinin belirli mevsimlerde yoğunlaşmasına, diğer mevsimlerde ise azalmasına sebep olmaktadır.

### 1.5.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebini etkileyen faktörler konusunda alanyazında farklı düşünceler bulunmaktadır (Olalı ve Timur, 1988; İçöz, 2005; Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2011; Bahar ve Kozak; 2014):

Tablo 3: Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Yazar Adı	Turizm Talebini Etkileyen Faktörler
Olalı ve Timur (1988)	1. Ekonomik Faktörler 2. İrrasyonel Faktörler 3. Sosyal Faktörler 4. Politik Faktörler 5. Psikolojik Faktörler
İçöz (2005)	1. Ekonomik Faktörler 2. Toplumsal ve Demografik Faktörler 3. Diğer Faktörler
Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar (2011)	1. Ekonomik Faktörler 2. Ekonomi Dışı Faktörler 2.1 Sosyal Faktörler 2.2. Politik Faktörler 2.3. Psikolojik Faktörler 2.4. Diğer Faktörler
Bahar ve Kozak (2014)	1. Ekonomik Faktörler 2. Sosyal Faktörler 3. Politik ve Yasal Faktörler 4. Psikolojik Faktörler 5. Diğer Faktörler 6. Turizm Talebini Kısıtlayan Faktörler

Turizm talebinin gelişiminde etkili olan faktörler, uzmanlar tarafından farklı başlıklar altında toplansa da, içerik olarak birbirleri ile örtüşmektedir. Bu faktörlerin, turizm talebini ne şekilde etkilediğini görmek amacıyla her faktörün, diğer faktörler sabit olduğu (ceteris paribus) koşullar altında ele alınması gerekmektedir.

Bu araştırma kapsamında turizm talebine etki eden faktörler, ekonomi dışı ve ekonomik olmak üzere iki başlık altında toplanmıştır. Araştırmanın değişkeni, ekonomik faktörlerin altında yer alan reel döviz kurları olduğu için öncelikle turizm talebini etkileyen ekonomi dışı faktörlere değinilmiş, devamında ise turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler açıklanmıştır.

### 1.5.2.1. Turizm Talebine Etki Eden Ekonomi Dışı Faktörler

Alanyazın incelendiğinde, turizm talebine etki eden ekonomi dışı faktörlerin ana hatlarıyla sosyal, psikolojik ve politik olarak gruplandırıldığı görülmüştür (Olalı ve Timur, 1988; İçöz ve Kozak, 2002; İçöz, 2005; Öztaş ve Karabulut, 2006; Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2011; Bahar ve Kozak, 2014).

### 1.5.2.1.1. Sosyal Faktörler

Turizm talebine etki eden sosyal faktörler; kişilerin ailevi özellikleri, boş zaman, cinsiyet, yaş grupları, meslek, eğitim ve kültür seviyeleri, yabancı dil seviyeleri, şehirleşme ve nüfus artışı olarak sınıflandırılmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 205). Buna göre;

- **Kişilerin Ailevi Özellikleri:** Turizm faaliyetlerine katılımında kişilerin medeni durumları, çocuk sahibi olup olmadıkları ve kaç çocuk sahibi oldukları, ailelerine olan bağlılıkları ve akrabalarıyla olan ilişkileri turizm talebini etkilemektedir (Ünlüönen vd., 2011: 57).
- **Boş Zaman:** Turizm talebinin ön koşullarından biri olan boş zaman, turizm talebini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Yıllık veriler incelendiğinde, teknolojik gelişmelerin ve meslekte uzmanlaşmanın boş zamanı giderek arttırdığı görülmektedir. Ülkelerin, turizm faaliyetlerini arttırmak adına uyguladıkları yıllık izinlerdeki artışlar da, boş zamanı arttıran önemli etkenlerden biridir. Toplumsal yaşamdaki gelişmeler, işçi ve işveren arası ilişkileri ele alan yasal düzenlemeler de boş zamanların artmasını sağlamıştır. Bu hususta yapılan araştırmalar incelendiğinde, artan boş zamanın turizm talebini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir (İçöz, 2005: 145-147).
- **Cinsiyet:** Turizm hareketlerine katılımında cinsiyet faktörü de turizm talebi üzerinde etkili olmaktadır. Yapılan araştırmalara göre; kadınların daha uzun süreli konaklama faaliyetlerine katılım gösterdiği görülmekteyken, erkeklerin ise daha kısa süreli konaklamalara eğilimli olduğu anlaşılmıştır (Bahar ve Kozak, 2014: 123).
- **Yaş Grupları:** Turizm talebi üzerine yapılan çalışmalar, turizm hareketlerine katılımın en fazla gençler ve ileri yaşlılar arasında görüldüğünü ortaya koymaktadır. Buradan da anlaşılacağı üzere, seyahat ihtiyacında yaş grupları ve meslekler önemli belirleyicilerdir. Gençler olarak isimlendirilen grup,

halen eğitimini sürdüren veya henüz bir işe girmemiş kişilerden oluşmaktadır. İleri yaşlı olarak isimlendirilen grup ise; emeklilik zamanı gelmiş veya emekli olmuş, seyahatlere katılımda sağlık faktörlerini de ön planda tutan kişilerden oluşmaktadır (İçöz, 2005: 141).

- **Meslek:** Turizm talebine etki eden sosyal faktörlerden biri de kişinin mesleği ve meslekteki durumudur. Meslek kişilerin gelirleriyle de doğrudan ilişkili olduğundan, hem sosyal hem de ekonomik bir faktör olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca bazı meslek gruplarının sürekli olarak seyahat etme zorunluluğunun olması ya da tam tersi bir şekilde, turizm hareketlerine katılımın meslek nedeniyle zorlaşması da turizm talebine doğrudan etki etmektedir (Bahar ve Kozak, 2014: 124).
- **Eğitim ve Kültür Seviyeleri:** Alanyazında, kişilerin eğitim düzeyleri arttıkça gezip görme isteklerinin de arttığına yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Bu bağlamda, eğitim ve kültür seviyesinin artmasının turizm talebini olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür (İçöz, 2005: 143).
- **Yabancı Dil Seviyeleri:** Kişilerin yabancı dil bilgisi, seyahat tercihlerinde etkili bir faktör olarak dikkat çekmektedir. Bu bakımdan, yabancı dil seviyelerinde artış, turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir (Ünlüönen vd., 2011: 59).
- **Şehirleşme ve Nüfus Artışı:** Ekonomik büyüme ve kalkınmaya paralel şekilde yaşanan şehirleşmenin hızlanması ve nüfus artışı, bu bölgelerde ikamet eden kişilerin ihtiyaçlarının çeşitlenmesine neden olmaktadır. Turizm hareketlerinin gelişmiş bölgelerden gelişmekte olan bölgelere doğru yapıldığı düşünüldüğünde, şehirleşme ve nüfus artışının turizm talebine olumlu yönde etki ettiğini söylemek mümkündür (Bahar ve Kozak, 2014: 125).

### 1.5.2.1.2. Psikolojik Faktörler

Turizm hareketlerine katılım, psikolojik açıdan sınırsız bir eğilim göstermektedir. Bunun temel nedeni kişilerin turizme doyum noktasına varmasının uzun sürmesidir (Olalı ve Timur, 1988: 206). Özellikle son yıllarda turizm, katılımcı bireylerin fiziksel ve ruhsal olarak rahatlamasına imkân sağlayan zorunlu bir ihtiyaç gibi algılanmaya başlamıştır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde psikolojik faktörlerin turizm talebine etki ettiğini söylemek mümkündür (Bahar ve Kozak, 2014: 127). Buna göre;

➤ **Moda, Zevk ve Alışkanlıklar:** Alanyazın incelendiğinde moda, zevk ve alışkanlıklar, bazı çalışmalarda sosyal faktörler altında değerlendirilirken (Bahar ve Kozak; 2014), bazı çalışmalarda diğer faktörler altında ele alınmıştır (İçöz, 2005; Ünlüöner vd., 2011). Bu çalışma kapsamında ise psikolojik faktörler altında incelenmiştir (Sarı, 2003; Öztaş ve Karabulut, 2006). Özellikle son yıllarda, tüketici tercihlerinin belirlenmesinde moda, zevk ve alışkanlıklar yadsınamaz bir önem teşkil etmektedir. Moda eğilimleri, tüketici zevkleri ve alışkanlıkları fiyat faktörünün olumsuz etkilerini azaltan unsurlar olarak dikkat çekmektedir (Ünlüöner vd., 2011: 61). Veblen (2007) tarafından yapılan araştırmada, kişilerin gösteriş tüketimine yönelmesinde özellikle modanın önemli bir belirleyici olduğu, kişilerin sadece moda olduğu için bu ürünleri kullanarak kendilerini farklı bir sosyal sınıfa ait göstermek amacıyla, fiyat faktörünü dikkate almadan tüketim yapabilecekleri ortaya konulmuştur. Sonuç olarak; bazı destinasyonların ya da bazı turizm çeşitlerinin moda haline gelmesi veya tüketicilerin zevk ve alışkanlıklarına hitap etmesinin turizm talebini olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür. Bahar ve Kozak (2014) bu durumu gösteriş ve prestij amacıyla moda, zevk ve alışkanlık içerikli tüketim olarak değerlendirmiştir.

➤ **Reklam ve Tanıtım:** Turistik ürünün soyut özellikte olması, reklam ve tanıtım faaliyetlerini turizm sektörü açısından önemli kılmaktadır. Reklam ve tanıtım faaliyetleri turizm talebini pozitif yönlü olarak etkilemektedir. Özellikle turizm destinasyonlarının tanıtılmasında, tüketiciler tarafından fark

edilmesinin sağlanmasında ve potansiyel talebin harekete geçirilmesinde reklam ve tanıtım faaliyetleri büyük önem teşkil etmektedir (Kotler, Bowen ve Makens, 2010: 11).

- ***Dini İnanışlar:*** İnsanların dini inanışları ve değer yargıları turizm talebine etki etmektedir. Özellikle kişilerin kendi dinlerini öğrenmeye yönelik olarak kutsal yerleri ziyaretleri bu faktör kapsamında değerlendirilmektedir. Örneğin; Müslümanlar için hac dini bir görevdir ve dini görevlerini yerine getirmek adına her Müslüman Kâbe'yi ziyaret etmenin hayalini kurmaktadır. Bu kapsamda dini inanışların turizm talebini olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür (Bahar ve Kozak; 2014: 126).
- ***Gösteriş ve Özentî:*** Tüketicilerin, toplumda yer alan ünlülere veya idol olarak gördükleri kişilere özenerek yaptıkları tüketim hareketleri Snobizm olarak tanımlanmaktadır (Corneo ve Jeanne, 1997: 60-61). Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar (2011: 61) bu durumu, kişilerin hayran oldukları ve özendikleri kişiler gibi davranmak adına turizm hareketlerine katılmaları ya da onların seyahat ettikleri destinasyonlara seyahat etmeleri olarak açıklamaktadır.
- ***Sağlık Faktörü:*** Son yıllarda sağlık turizmi tüm dünyada büyük bir pazar haline gelmiştir. Kişilerin tedavi amaçlı katıldıkları medikal turizm ve termal turizm, sağlık turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Temizkan, 2015: 17). Bunlara ek olarak, engelli turizmi de bu kapsamda değerlendirilmektedir. Turizm talebi açısından bakıldığında, sağlık faktörüne önem veren turizm destinasyonları olumlu yönde, bu faktöre dönük uygulamaları olmayan destinasyonlar ise olumsuz yönde geri dönüşler almaktadır (İçöz, 2005: 148).

#### **1.5.2.1.3. Politik Faktörler**

Turizm talebi üzerinde etkili olan faktörlerden biri diğeri de politik faktörlerdir. Ancak politik faktörler genelde turizm talebini kısıtlayan ve olumsuz yönde etkileyen faktörler olarak kabul edilmektedir (İçöz, 2005: 152). Turizm

evrensel özellik gösteren bir sektördür ve bu nedenle turizm pazarından faydalanmak isteyen ülkelerin dış turizm talebini zorlayan, kısıtlayan ve sınırlayan uygulamalardan uzak durması gerekmektedir. Örneğin; 2. Dünya Savaşı sonrası Doğu Bloğu ülkelerinde uygulanan katı gümrük kuralları, bu ülkelerin turizm açısından geri kalmasına neden olmuştur (Bahar ve Kozak, 2014: 126). Alanyazın incelendiğinde, politik faktörlerin üç ana başlık altında toplandığı görülmüştür (Olalı ve Timur, 1988; İçöz, 2005; Ünlüönen vd., 2011; Bahar ve Kozak, 2014):

➤ ***Turist Gönderen Ülkenin Durumu:*** Turistlerin turizm hareketlerine özgürce katılabilmesi için ön koşullardan biri vatandaşı olduğu ülke tarafından seyahat özgürlüğünün koruma altına alınmış olmasıdır (Ünlüönen, vd., 2011: 59). Öztaş ve Karabulut (2006: 58) turist gönderen ülkelerin üzerine düşen görevleri aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- Ülke halkına döviz kısıtlaması yapılmamalıdır.
- Seyahat belgelerine bürokratik engeller çıkarılmamalıdır.
- Yurt dışına çıkışlarda kısıtlama uygulanmamalıdır.
- Yurda dönen vatandaşlara gümrük sınırlamaları uygulanmamalıdır.

➤ ***Turist Kabul Eden Ülkenin Durumu:*** Turist kabul eden ülkelerin politik durumları, kendi halkına veya turistlere yönelik uyguladıkları politikalar ve güvenlik faktörleri, tüketici seçimleri üzerinde etkili olmaktadır. Olalı ve Timur (1988: 206) turizm hareketlerine katılacak insanların çok merak etseler de, kendilerini baskı altında hissedebilecekleri ülkeleri tercih etmediklerini söylemiştir. Bu bağlamda, turist kabul eden ülkelerin uyguladıkları sınır politikalarının, seyahat yönetmeliklerinin, gümrük ve döviz kurlarına yönelik uygulamalarının ve yabancılara yönelik vergi politikalarının o ülkeye olan turizm talebini azaltan veya arttıran etkilerinin olduğu görülmektedir (Bahar ve Kozak; 2014: 126).

➤ ***Genel Politik Uygulamalar:*** Ülkeler arasındaki politik uygulamalar ve ilişkiler de turizm talebi üzerinde etkili olmaktadır (Olalı ve Timur, 1988:

206). Ayrıca turistler tarafından ziyaret edilmek istenen bölgede veya ülkedeki genel politik durum seyahat niyetlerini ve kararlarını etkilemektedir. Örneğin; 2015'in sonunda Türkiye'nin kendi hava sahasını ihlali nedeniyle düşürdüğü Rus uçağı, iki ülke arasında krize neden olmuştur. Devamında Rus politikacıların Türkiye'ye gidilmemesi hususunda yaptıkları açıklamalar ve seyahat acentalarına yönelik düzenlemeler turizm talebini negatif yönde etkilemiştir.

### 1.5.2.2. Turizm Talebine Etki Eden Ekonomik Faktörler

Alanyazın incelendiğinde turizm talebine etki eden ekonomik faktörlerin farklı şekillerde gruplandırıldığı görülmüştür. Bu bölümde alanyazındaki gruplandırmalar tablo halinde verilmiş (Tablo 4) ve oluşturulan karma model ile turizm talebine etki eden ekonomik faktörler ayrıntılı olarak açıklanmıştır.

Tablo 4. Turizm Talebine Etki Eden Ekonomik Faktörler

Yazar Adı	Turizm Talebine Etki Eden Ekonomik Faktörler
Olalı ve Timur (1988)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Milli Gelir</li> <li>2. Fert Başına Düşen Gelir Miktarı</li> <li>3. Milli Gelirin Dağılım Şekli</li> <li>4. Milli Gelirin Üretim Faktörleri Arasındaki Dağılım Şekli</li> <li>5. Cari Piyasa Fiyatı</li> <li>6. Ulaştırma</li> <li>7. Hesaplar Bilançosunun Durumu (Ödemeler Dengesi)</li> <li>8. Turizm Endüstrisinin Durumu</li> <li>9. Konjonktürel Durum</li> </ol>
İçöz (2005)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turistik Mal ve Hizmet Fiyatları</li> <li>2. Harcanabilir Gelir</li> <li>3. Uzaklık (Mesafe)</li> <li>4. Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi</li> <li>5. Teknoloji</li> </ol>
Öztaş ve Karabulut (2006)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyat Düzeyi</li> <li>2. Kişisel Harcanabilir Gelir Seviyesi</li> <li>3. Turizm Talebi ile Çekim Merkezi Arasındaki Uzaklık</li> <li>4. Turizm Sektörü, Alt ve Üst Yapısının Durumu</li> <li>5. Ülkenin Dış Ödemeler Dengesi</li> </ol>
Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar (2011)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Milli Gelir</li> <li>2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı</li> <li>3. Ulaştırma</li> <li>4. Ödemeler Dengesi</li> <li>5. Turizm Sektörünün Mevcut Durumu</li> <li>6. Konjonktürel Durum</li> </ol>



Bahar ve Kozak (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ulusal Gelir ve Turizm Talebinin Gelir Esnekliği</li> <li>2. Gelir Dağılımı ve Kişi Başına Düşen Reel Gelir</li> <li>3. Nispi Döviz Kurları</li> <li>4. Uzaklık</li> <li>5. Turizm Ürününün Fiyatı ve Talebin Fiyat Esnekliği</li> <li>6. Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi</li> <li>7. Reklam ve Tanıtım</li> <li>8. Nüfus ve Sağlık</li> <li>9. Ulaşım</li> </ol>
Çeken (2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Milli Gelir</li> <li>2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı</li> <li>3. Ulaştırma</li> <li>4. Ödemeler Dengesi</li> <li>5. Turizm Sektörünün Durumu</li> <li>6. Konjonktürel Durum</li> </ol>

#### 1.5.2.2.1. Milli Gelir

Ülkelerin ekonomik refahının ölçüsü milli gelir olarak kabul edilmektedir. Turizm hareketlerine katılımın ilk koşulunun da gelir olduğu ele alındığında, bu iki değişkenin ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu ilişki, Olalı ve Timur (1988: 198) tarafından, milli gelir hacminin turizm talebi üzerine etkili olduğu varsayımıyla açıklanmıştır.

Bahar ve Kozak (2014:117) tarafından milli gelir ile turizm talebi arasında doğru orantılı bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Diğer bir deyişle; milli gelir artarsa turizm talebi artacaktır, milli gelir azaldığında turizm talebi de azalacaktır.

#### 1.5.2.2.2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı

Gelirden sonra, turizm talebine etki eden ekonomik faktörlerin başında turistik mal ve hizmetlerin fiyatı gelmektedir. Turizm talep kanunu, turistik mal ve hizmetlerin fiyatı arttığında, turizm talebinin azalacağı temeline dayanmaktadır (Ünlüönen vd., 2011: 55). Turistik mal ve hizmetlerin fiyatında yaşanan değişimler turizm talebini iki yönlü olarak değiştirmektedir. Bunlar (Olalı ve Timur, 1988: 202):

1. *Gelir Etkisi:* Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında yaşanan artışlar, tüketicilerin satın alma gücünde azalışa neden olmaktadır.

2. *İkame Etkisi*: Turistik mal ve hizmetlerin fiyatları arttığında, bu malların ikameleri de artmakta; bu durum ise turizm talebi üzerinde sınırlandırıcı bir etkiye neden olmaktadır.

#### **1.5.2.2.3. Harcanabilir Gelir Seviyeleri**

Turizm talebine etki eden faktörlerden biri de potansiyel talebin harcanabilir gelir seviyesidir. Turizm talebinin gelir esnekliği 1 den büyüktür, dolayısıyla turizm hareketlerine katılım gösterme niyeti olan kişilerin gelirlerindeki değişim, turizm talebi üzerinde etkili olmaktadır. Lüks mal kapsamında değerlendirilen turizm talebinin gelire duyarlılığı oldukça yüksektir. Bu durum turistik ürün satın almak isteyen bir tüketicinin kıt kaynaklarından vazgeçmesi ve istekleri arasında tercih yapması gerekliliğini doğurmaktadır (Sarı, 2003).

Bu bağlamda kişilerin harcanabilir gelir seviyeleri ile turizm talebi arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan araştırmalar, bireylerin harcanabilir gelir seviyeleri arttığında, turizm faaliyetlerine daha fazla katılım gösterdiklerini, harcanabilir gelir seviyeleri azaldıkça da turizm hareketlerine katılmak yerine zorunlu ihtiyaç kapsamında değerlendirdikleri ürün ve hizmetlere yöneldiklerini ortaya koymuştur (İçöz, 2005: 127).

#### **1.5.2.2.4. Ulaşım ve Uzaklık**

Ulaşım teknolojilerinin gelişmesi dünyanın küçülmesini sağlamış ve bu durum da turizm açısından olumlu yönde etkili olmuştur. Turizm hareketlerine katılmak isteyenler, istedikleri destinasyonlara rahat, konforlu ve güvenli bir şekilde katılım gösterebilmektedirler. Arz açısından bakıldığında, ulaşım teknolojileri gelişmiş destinasyonların, turizm talebi tarafından daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Tüketiciler açısından ise, tercih etmeyi planladıkları ülkelere uzaklık ve ulaşım imkânları belirleyici olmaktadır. Yapılan araştırmalar, konaklama süresi ve uzaklık arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ulaştırma teknolojilerinde yaşanan gelişmelere rağmen uzaklığın ek masraf olarak görülmesi nedeniyle hâlâ turizm talebini negatif yönlü olarak etkilediğini söylemek mümkündür (Olalı ve Timur, 1988: 202).

#### 1.5.2.2.5. Teknoloji

Son yıllarda teknolojide yaşanan değişimler, turizm arzı ve talebi açısından farklı şekillerde etkili olmuştur. Alanyazın incelendiğinde, teknolojinin, turizm altyapısını geliştirici bir etki yarattığı ve turizm arzını pozitif yönlü olarak etkilediği yönünde görüşler bulunmaktadır. Ancak bazı çalışmalar da, teknolojik gelişimin turistik ürünü tekdüzeleştirebileceğini ve bu yüzden de negatif yönlü etkilerinin olabileceğini varsaymaktadır. Turizm talebi açısından değerlendirildiğinde ise, teknolojik gelişmelerin turizm talebini olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür (İçöz, 2005: 139).

#### 1.5.2.2.6. Turizm Sektörünün Durumu

Turizm sektörünün durumu ile anlatılmak istenen, turistik mal ve hizmetlerin fiyatı, kalitesi ve miktarının turizm talebine olan etkisidir. Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetler, miktar ve kalite bakımından turizm talebine cevap verebiliyorsa ve fiyat olarak talebin beklentisini karşılayabiliyorsa, turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir. Ancak turistik ürünler miktar, kalite ve fiyat bakımından turistlerin beklentilerine cevap veremiyorsa, bu durumun turizm talebini azaltıcı bir etki yaratacağı varsayılmaktadır (Çeken, 2014: 81).

#### 1.5.2.2.7. Konjonktürel Durum

Dünya ve ülke gündeminde yaşanan değişimler, ekonomilerdeki daralma, genişleme veya canlanmalar, diğer sektörlerde olduğu gibi, turizm sektörü üzerinde de etkili olmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 204). İktisatçılar bu dalgalanmaların üzerinde titizlikle durmuşlar ve çıkış sebepleri üzerine çalışmalar yapmışlardır. Öncelikle iktisadi hayatta görülen dalgalanmaları dört ana gruba ayırmışlar ve bu kapsamda incelemişlerdir (Oğuz, 1992: 391-394):

- **Mevsimlik Dalgalanmalar:** Genellikle mevsimlerin etkileri ile birlikte ortaya çıkan dalgalanmalar olarak kabul edilmektedir. Örneğin; Noel zamanında Hristiyan ülkelerde yaşanan dalgalanmalar ya da Ramazan ve Kurban

bayramları döneminde Müslüman ülkelerde görülen pazar hareketlilikleri, mevsimsel dalgalanmalar olarak kabul edilmektedir.

- **Arzi Dalgalanmalar:** Belirli bir sebep ve dönemde değil, beklenmedik durumlarda ortaya çıkan konjonktürel dalgalanmalardır. Örneğin: Rusya ve Türkiye arasında siyasi anlamda gerilen ilişkiler bu başlık altında incelenmektedir.
- **Devrevi Dalgalanmalar:** Bütün ekonomiyi etkileyen ve her kademeyi sarsan dalgalanmalar olarak tanımlanmaktadır.
- **Uzun Dalgalanmalar:** Teknoloji, parasal durumlar veya parasal hareketler sonucu ortaya çıkan, 20-30 yıllık dönemleri kapsayan dalgalanmalar olarak kabul edilmektedir.

#### 1.5.2.2.8. Döviz Kurları

Döviz kelimesi geniş anlamıyla, yabancı ödeme araçlarının hepsini ifade etmektedir. Her ürünün bir fiyatı olduğu gibi dövizin de bir karşılık değeri ve alınıp satıldığı bir pazar mevcuttur. Dövizin değer karşılığına döviz kuru, alınıp satıldığı pazara ise döviz piyasası denilmektedir (Düğer ve Dulupçu, 2000: 507). Turizm hareketlerine katılım gösterenler açısından, turist gönderen ve turist kabul eden ülkenin fiyat ve kur farklılıkları da turizm talebi açısından etkili olmaktadır. İlgili alanyazın incelendiğinde, döviz kurunun farklı şekillerde tanımlandığı tespit edilmiştir. Döviz kuru kavramı alanyazında nispi döviz kuru ve reel döviz kuru olarak iki farklı şekilde kullanılmaktadır.

Seyidoğlu (2003) tarafından nispi döviz kuru kavramı, yerel paranın yabancı para karşısındaki bir birimlik miktarı olarak tanımlanmaktadır. Nispi döviz kuru kavramı yerine nominal döviz kuru da sıklıkla karşılaşılan bir kavramdır. Diğer bir ifadeyle nispi döviz kuru, ulusal para biriminin yabancı bir para birimi karşısındaki değeri olarak tanımlanmaktadır.

Reel döviz kuru ise, nominal döviz kurlarından nispi fiyatların ve enflasyonun arındırılmasıyla bulunmaktadır. Diğer bir ifadeyle, yerli para biriminin yabancı para karşısındaki satın alma gücüne göre hesaplanan değeri olarak ifade edilmektedir (TCMB, 2016). Ülkelerin kullandıkları para birimleri, o ülkelerin ekonomik ve siyasi bağımsızlığının temellerini teşkil etmektedir. Ancak ülkeler arasında veya ülke vatandaşları arasında ortaya çıkan ticari ilişkiler de ortak bir para birimi kullanılması zorunluluğunu doğurmaktadır. Bu bağlamda da yabancı paraların birbirleri karşısında belli değerlerinin olması gerekliliği ortaya çıkmaktadır (Zeynel, 2002: 484).

Bu araştırmada örneklem olarak belirlenen ülkelerin 2002 – 2015 yılları arası reel döviz kurları aylık olarak derlenmiştir. Reel döviz kurları hesaplanırken 2002 yılı baz alınmıştır (2002=100). Verilerin toplanmasında Federal Rezerv Bankası veri tabanından faydalanılmıştır.

## 2. BÖLÜM

### ZAMAN SERİLERİ, TURİZM TALEBİ VE DÖVİZ KURLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

#### 2.1. ZAMAN SERİLERİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

Zaman serileri son yıllarda ekonometrik araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaya başlayan önemli bir analiz türü olarak göze çarpmaktadır. Araştırmacılar tarafından tercih edilmesindeki temel neden hızlı bir şekilde gelişim gösteren ve karmaşık yapıya sahip istatistiksel problemleri, zamanın etkisiyle pratik bir biçimde açıklamasıdır (Franq, Hallin ve Taylor, 2016).

Zaman serilerinin temel çalışma prensibi, ardışık olarak toplanmış gözlem değerleri hakkında yorumlar yapmaktır. Elde edilen gözlem değerlerinin zaman içerisinde düzenli olarak toplanmış olması doğru analizin ön koşulu olarak kabul edilmektedir (Seddighi, Lawyer ve Katos, 2000). Zaman serilerinde önemli bir husus da süreklilik ve kesiklilik durumlarıdır. Bu kavramlar, sürecin sürekliliği ve kesikliliği ile değişkenlerin sürekliliği ve kesikliliği olarak iki farklı açıdan ele alınmaktadır. Süreç açısından süreklilik, zamanın her döneminde sürekli bir şekilde gözlemlenebilen zaman serilerine karşılık gelmekteyken, zamanın tamamında gözlemlenemeyen veriler kesikli zaman serisi olarak adlandırılmaktadır. Bu durum değişkenler açısından incelendiğinde; zamanın tümünde gözlemlenebilen değişkenler sürekli değişken, zamanın eşit aralıklarında ve belirli bir dönemde gözlemlenebilen değişkenler kesikli değişken olarak adlandırılmaktadır (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 9). Zaman serileri genelde dikey ekseninde  $Y_t$  değişkenine, yatay ekseninde ise  $X_t$  yani zaman dönemlerine yer verilerek çizilmektedir. Diğer diyagramlardan farklılaşması da bu noktada başlamaktadır. Genel zaman serisi formülü ise aşağıdaki gibidir:

$$Y = \alpha + \beta(\text{zaman})_t + \varepsilon(\text{Hata})_t$$

Y= Bağımlı değişken

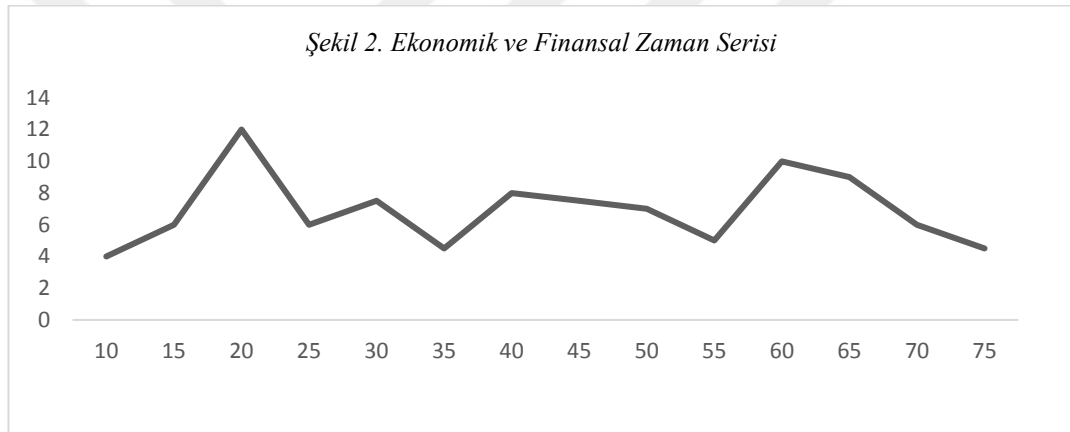
$\alpha$  ve  $\beta$  = Parametreler

$\varepsilon$  = Hata payı veya açıklanamayan kısım

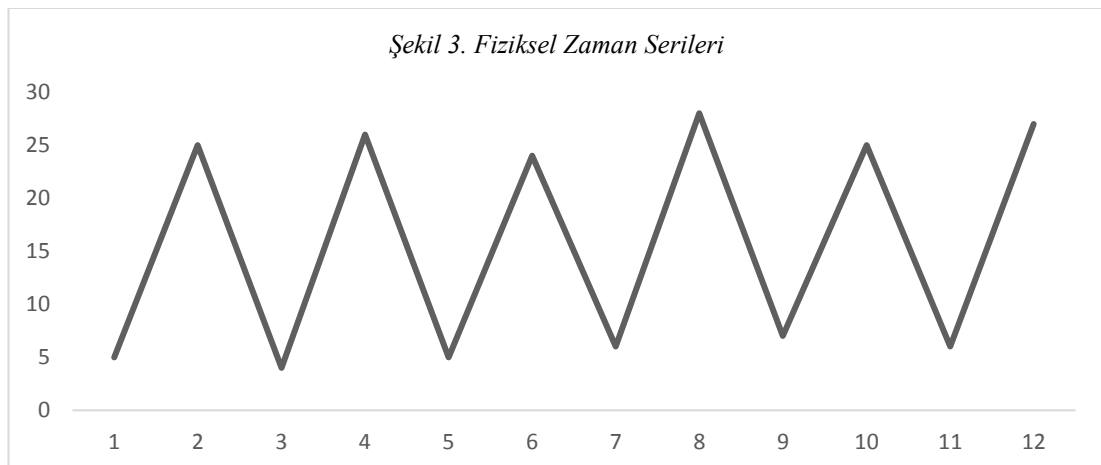
### 2.1.1. Zaman Serilerinin Grafiksel Gösterimleri

Zaman serileri ekonomi, mühendislik, eğitim, sağlık, finans gibi birçok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır. Farklı alanlarda kullanılan zaman serileri, kullanıldığı alana göre de çeşitlilik göstermektedir. Bu kapsamda; ekonomik ve finansal zaman serileri, fiziksel zaman serileri, işletme zaman serileri, demografik zaman serileri, süreç kontrol zaman serileri, ikili süreç zaman serileri ve nokta süreç zaman serileri olarak 7 ana başlık altında toplanmıştır (Sevüktekin ve Çınar, 2014):

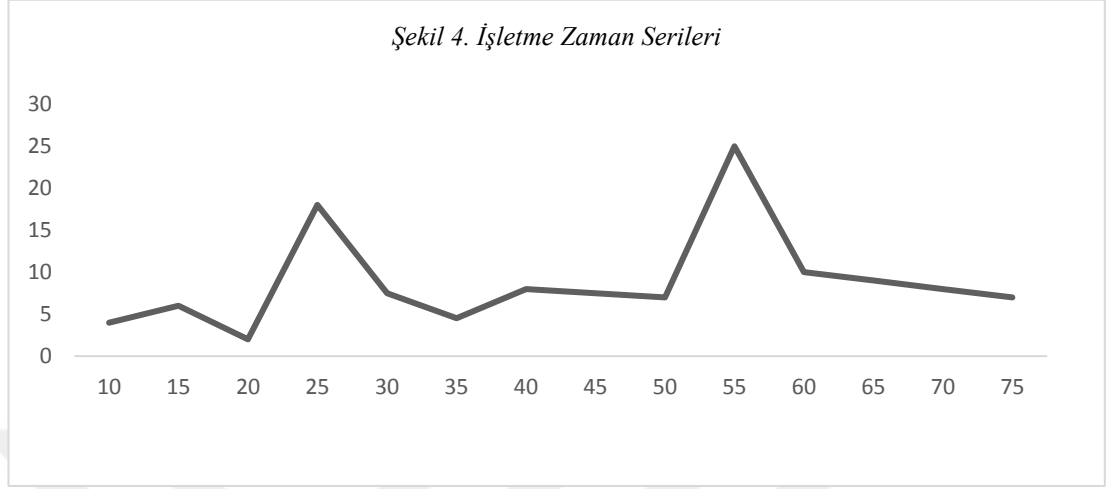
**1- Ekonomik ve Finansal Zaman Serileri:** İktisadi olaylar kapsamında değerlendirilen ekonomik ve finansal olaylar (örneğin: döviz kuru, ithalat, ihracat, enflasyon, vb.) bu başlık altında incelenmektedir.



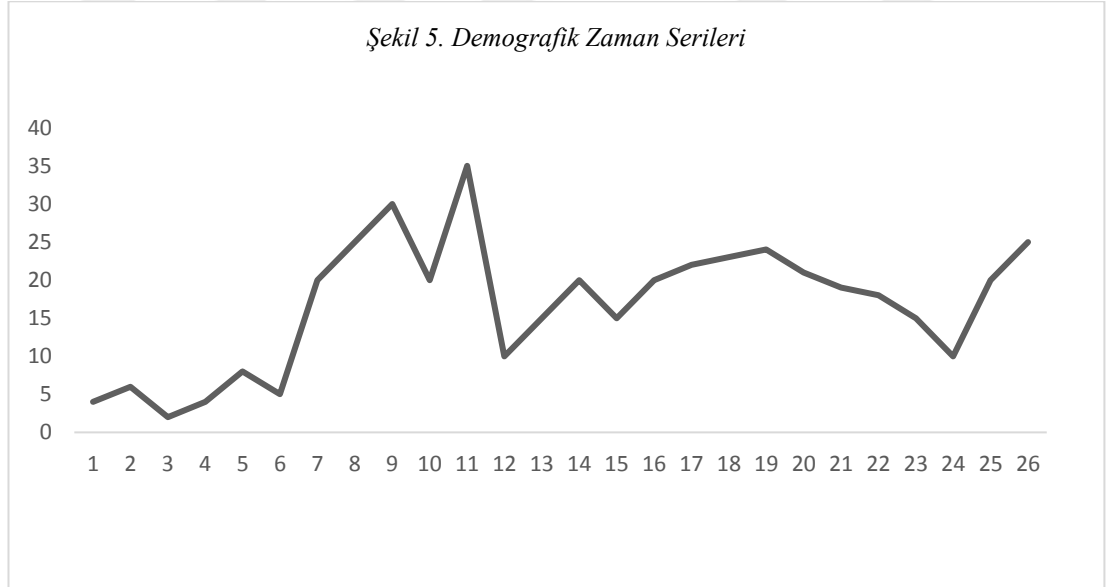
**2- Fiziksel Zaman Serileri:** Özellikle fen bilimleri, meteoroloji, denizcilik, mevsimsel olaylar, sıcaklıklar, vb. veriler bu tür zaman serileri arasında değerlendirilmektedir.



**3- İşletme Zaman Serileri:** İşletmelere ait farklı dönemlerde gerçekleşen satış, personel sayısı, üretim miktarı, vb. ifadelerin takip edilmesi amacıyla kullanılan zaman serisi çeşididir.

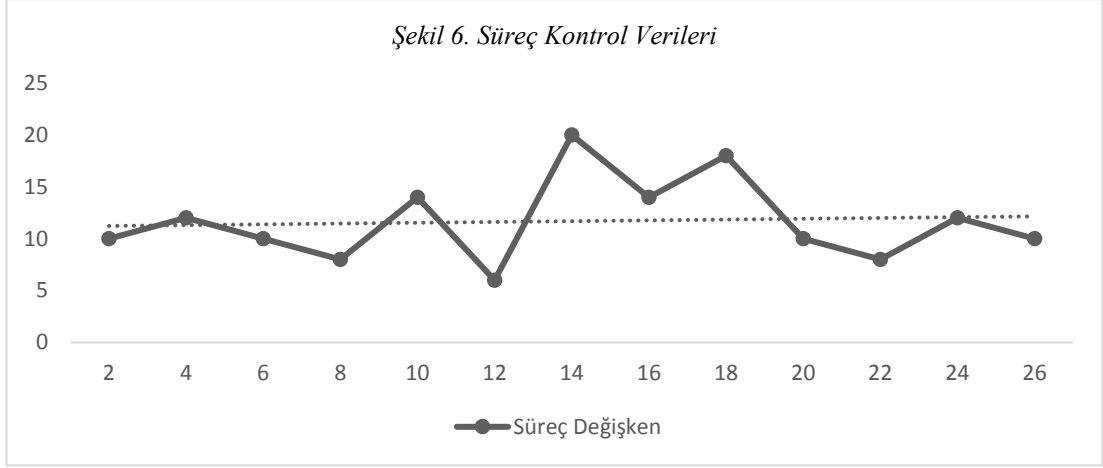


**4. Demografik Zaman Serileri:** Seçilen destinasyonun, ülkenin veya bölgenin; nüfus artışları, evlenme oranları, boşanma oranları, ölüm oranları, doğum oranları gibi demografik özelliklerine ait veriler bu tip zaman serileri olarak değerlendirilirler.



**5- Süreç Kontrol Verileri:** Genellikle üretim ve imalat firmaları tarafından, hedeflenen süreç ile gerçekleşen süreç arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla kullanılmaktadır. İlgili firmalar zaman serisi kullanarak süreçte yaşanan sapmaları ve sapmaların yönünü tespit edebilmektedir.

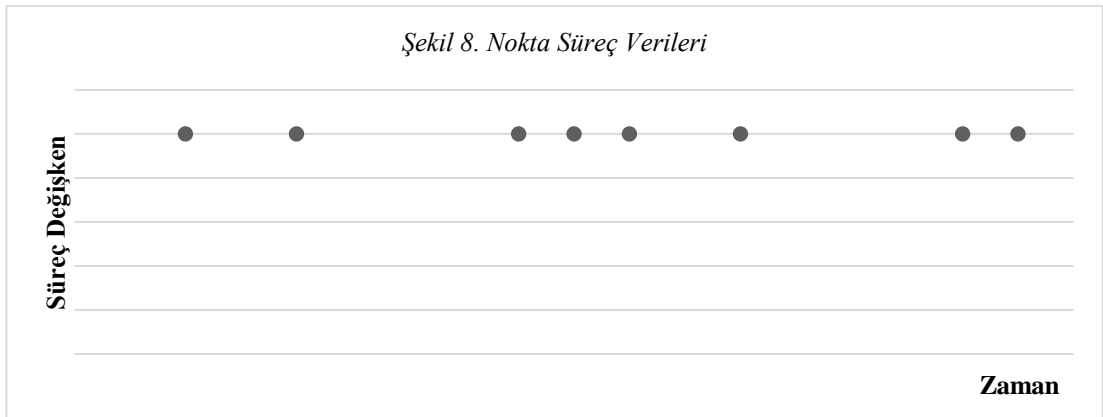




**6- İkili Süreç Verileri:** Özel bir zaman serisi tipi olan ikili süreç verileri genellikle iletişim teknolojilerinde kullanılan elektronik cihazların kontrol edilmesinde kullanılmaktadır.



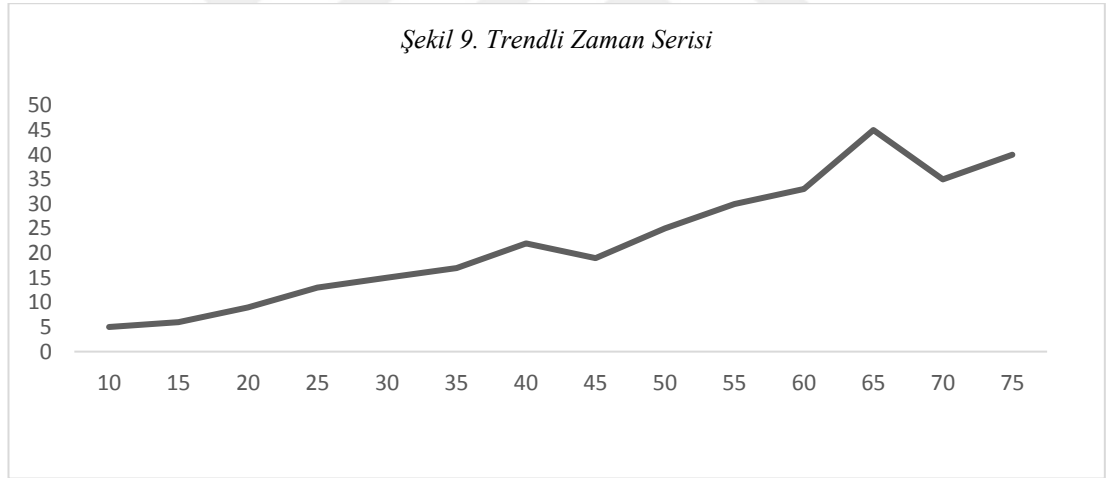
**7- Nokta Süreç Verileri:** Rassal olarak yani şans eseri ortaya çıkan olayların takip edilmesinde kullanılan farklı bir zaman serisi türüdür.



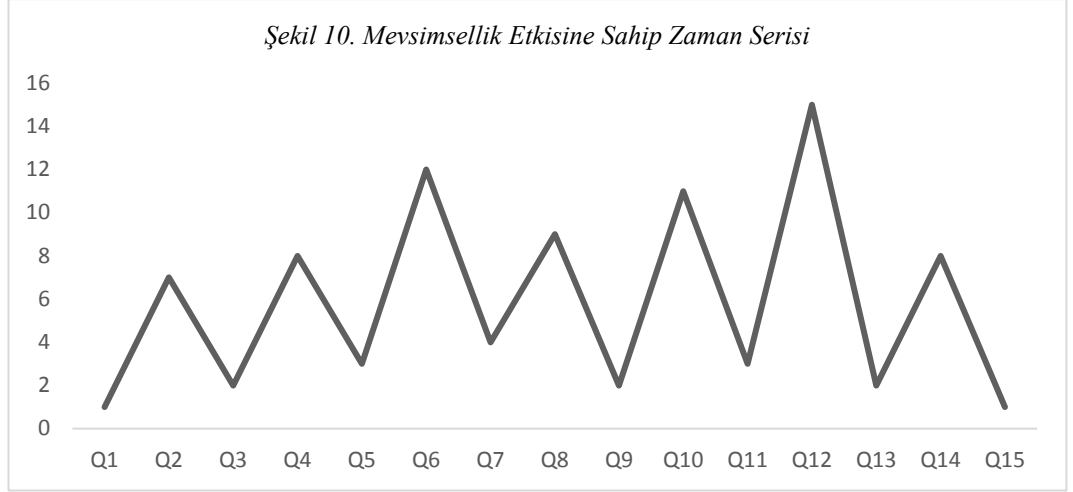
### 2.1.2. Zaman Serisi Bileşenleri

Zaman serilerine yönelik gözlemler, serilerin zaman içerisinde belirli yollar ve biçimler gösterdiğini ortaya koymaktadır. Serinin içerisinde yer alan değişkenin veya değişkenlerin grafikler yardımıyla açıklanabileceği görülmüştür. Diğer bir ifadeyle; zaman serisini oluşturan gözlemlerin zaman yolunun, serinin özelliğini de taşıdığını söylemek mümkündür (Sevüktekin ve Çınar; 2015: 9). Bu bağlamda yapılan çalışmalar, zaman serilerinin dört ana bileşenden oluştuğunu ortaya koymaktadır (Newbold, Carlson ve Thorne, 2012: 685).

- **Trend:** Grafikselsel olarak uzun dönemli artışlar veya azalışlar varsa trendli zaman serilerinden bahsetmek mümkündür. Trendler zaman içerisinde doğrusal ve doğrusal olmayan olarak iki farklı şekilde meydana gelebilmektedir. Trend, zaman serisinin artan veya azalan bir fonksiyonu olarak kabul edilmektedir (Bozkurt, 2007: 9).

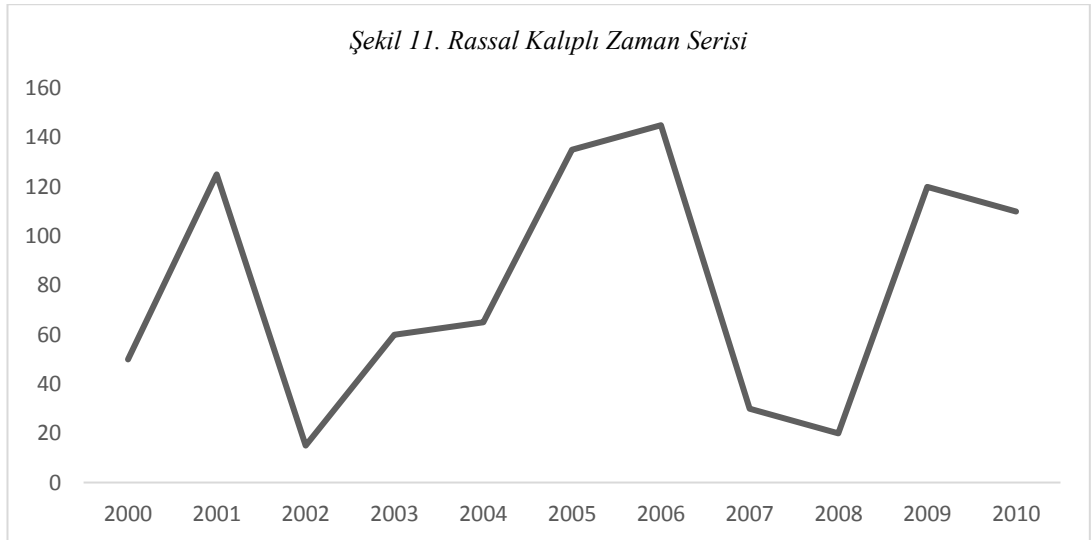


- **Mevsimsellik:** Zaman serileri, gözlemlerin yapıldığı dönemler itibariyle mevsimsellik bileşenini de içinde bulundurabilmektedir. Bu tarz zaman serilerine mevsimsel zaman serisi kalıpları denilmektedir (Sevüktekin ve Çınar: 2014: 14). Mevsimsellik, zaman serilerinin gözlemlendiği periyodlara bağlı olarak ortaya çıkabilmektedir. Genel olarak günlük, haftalık, aylık ve üç aylık olarak gözlemlenen zaman serilerinde mevsimsellik görülebilmektedir (Bozkurt, 2007: 15-16).



➤ **Döngüsel Dalgalanma (Konjonktür):** Mevsimsellik özelliği göstermeyen, dönemsel ve çevresel olaylardan etkilenen, (ekonomik) refah veya durgunluk içeren durumlardır. Mevsimsellik aralarında bulunan en bariz fark ise, zamanda düzenlilik göstermeyip aniden gelişebilen durumlar olmalarıdır (Newbold, Carlson ve Thorne, 2012: 686).

➤ **Düzensiz (Rassal) Hareketler:** Trend, mevsimsel ve döngüsel dalgalanmalar gibi belirli bir sebep dahilinde gerçekleşmeyen ve tahmin edilemeyen durumlardır. Rassal zaman serileriyle alakalı en kesin yargı belirgin bir seyirlerinin olmamasıdır.



Zaman serilerinde bahsi geçen bu dört bileşenin haricinde çok sık karşılaşılan diğer bir kalıp da otokorelasyondur. İstatistikte korelasyon (otokorelasyon) kavramı değişkenler arasındaki yüksek ilişkiyi işaret etmektedir. Zaman serisi kapsamında ise; bir serinin herhangi bir döneminde gözlemlenen değeriyle, bir önceki veya bir sonraki dönemde gözlemlenen değer arasında yüksek ilişki olmasına tekabül eder (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 18).

## 2.2. TURİZM TALEBİ VE DÖVİZ KURLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Yapılan alanyazın incelemelerinde, döviz kurlarının turizm talebinin tahmin edilmesinde ve açıklanmasında önemli bir değişken olduğuna yönelik çalışmalara ulaşılmıştır (Crouch, 1994; İçöz, Var ve Kozak, 1998; Dritsais, 2004; Santana-Gallego, Ledesman-Rodriguez ve Perez-Rodriguez, 2010). Buradan hareketle, turizm talebi ve döviz kuru kavramlarının değişken olarak dahil edildiği çalışmalar alanyazın incelemesi kapsamında derlenmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Literatür Taraması

YAZAR	ÖRNEKLEM	DEĞİŞKENLER	YÖNTEM	BULGULAR
Akinboade ve Braimoh (2010)	Güney Afrika / 1980 - 2005 (Y)	GSYH - TG - RDK - İ	Nedensellik Analizi	T → EB
Aslan (2008)	Türkiye / 1992 - 2007 (A)	RGSYH - RDK - TG - SB	Eşbütünleşme / Nedensellik Analizi	T ve EB (UDİ var)
Aydın, Darıcı ve Taşçı (2015)	Türkiye ← 5 Ülke / 1996 - 2013 (Ç)	TT - GSYİH - TFK - RDK - SM	Panel Veri	DK ↑ TT ↑
Balaguer ve Cantevella-Jorda (2002)	İspanya / 1975 - 1997 (Ç)	GSYH - TG - DK	Eşbütünleşme	GSMH ve TG (UDİ var)
Belloumi (2010)	Tunus / 1970 - 2007 (Y)	GSYH - TG - REDK	Nedensellik Analizi	T → EB
Bozkurt ve Pekmezci (2008)	Türkiye 1996-2012 (A)	TTŞ - DKŞ	Nedensellik Analizi	TTŞ → DKŞ
Brida ve Risso (2009)	Şili / 1988 - 2008 (Y)	GSMH - ER - TH	Eşbütünleşme	T - DK → GSMH (UDİ var)
Chen ve Chiou-Wei (2009)	Tayvan ve Güney Kore / 1975 - 2007 (Ç)	GSMH - TG - DK	EGREACH - M	Tayvan: T → EB Güney Kore: T ↔ EB

Coşkun ve Özer (2014)	Türkiye / 1992 - 2014 (Ç)	GSYH - TG - DK	Nedensellik Analizi / GARCH Modeli	T ↔ EB
Crouch (1994)	80 ÜLKE	TT - G - F - DK - UF - PM	Meta Analiz	DK → TT
Demirel, Bozdağ ve İnci (2008)	Türkiye ← 5 Ülke / 1994 - 2006 (Ç)	TT - RDK	Eşbütünleşme Analizi	TT - RDK (UDİ yok)
Dritsakis (2004)	Almanya-İngiltere → Yunanistan / 1960 - 2000 (Y)	TT - DK - TÜF - UM - G	Hata Düzeltme Metodu	TT - DK (Aİ var)
Eugenio-Martin, Morales ve Scarpa (2004)	21 Latin Amerika Ülkesi / 1985 - 1998 (Y)	GSYİH, EH, YG, TT, F, TTI, TİC, DK	Panel Veri Analizi	TT - EB (Aİ) TT - DK (İY)
İçöz, Var ve Kozak (1998)	Türkiye ← 10 Ülke / 1982 - 1993 (Y)	TT - YS - SA - DK - TFI	Çoklu Doğrusal Regresyon	TT - DK (Aİ var)
Kaya ve Çömllekçi (2013)	Türkiye / 2002 - 2011 (A)	TG - DKO	Çoklu Doğrusal Regresyon	TG↓ DK↑
Ourfelli (2008)	Tunus / 1981 - 2004 (Ç)	TÜF - RTÜF - G - K - DK	Eşbütünleşme / Hata Düzeltme Modeli	TT Etki var
Mervar ve Payne (2007)	Hırvatistan / 1994 - 2004 (Ç)	TT - RDK	Eşbütünleşme	TT - RDK (UDİ yok)
Santana-Gallego, Ledesma-Rodriguez ve Perez-Rodriguez (2010)	113 OECD Ülkesi / 1995 - 2004 (Y)	TT - DK - GSYH - YD - N - TİC	Panel Veri	DK - TT (Aİ var)
Uğuz ve Topbaş (2011)	Türkiye / 1990 - 2010 (A)	TT - DK	EGARH Modeli / Eşbütünleşme	T ve DK (UDİ var)
Webber (2001)	Avustralya → 9 Ülke / 1983 - 1997 (Ç)	TT - DK - G	Eşbütünleşme	T ve DK (UDİ var)

Akinboade ve Braimoh (2010) tarafından Güney Afrika üzerine yürütülen araştırmada ekonomik büyüme ve turizm hipotezi test edilmiştir. Araştırma kapsamında 1980-2005 yılları arası GSYİH, turizm gelirleri, reel döviz kurları ve ihracat verileri yıllık olarak toplanmıştır. Ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişkinin yönünün belirlenmesi amacıyla nedensellik analizi yapılmıştır. Araştırma

sonucunda turizm gelirlerinin, reel döviz kurlarından önemli ölçüde etkilendiği ve turizmden ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Aslan (2008) reel gayri safi yurtiçi hasıla, reel döviz kuru, turizm gelirleri ve sermaye birikimi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla, ilgili değişkenlerin 1992 – 2007 yılları arasındaki verilerini toplamış ve Türkiye’ye yönelik bir araştırma yapmıştır. Araştırmada reel döviz kuru kavramı dış rekabetin bir unsuru olarak modele dahil edilmiştir. Araştırma yöntemi olarak eşbütünleşme analizi seçilmiştir. Araştırma sonucunda turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir.

Aydın, Darıcı ve Taşçı (2015) tarafından 1996 – 2013 yılları arası Türkiye’nin uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik faktörlere yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma örneğini Türkiye’ye en fazla turist gönderen 5 ülke oluşturmaktadır. Araştırma yöntemi olarak panel veri analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda döviz kurları ile turizm talebi arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Balaguer ve Cantevella-Jorda (2002) turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla eşbütünleşme analizi yapmıştır. Araştırmada ekonomik büyüme göstergesi olarak GSYİH, turizm göstergesi olarak turizm gelirleri ve döviz kurları kullanılmıştır. Araştırma örneği olarak İspanya belirlenmiş ve 1975 – 1997 yılları arası çeyreklik verilerden veri seti oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda ekonomik büyüme ve turizm arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmiştir.

Belloumi (2010) tarafından Tunus’a yönelik olarak yapılan araştırmada turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Araştırmada değişken olarak GSYİH, turizm gelirleri ve reel efektif döviz kuru kullanılmıştır. Araştırma sonucunda turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Bozkurt ve Pekmezci (2008) tarafından turizm talebi ve döviz kuru arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada değişken olarak turizm talebi şoku ve döviz kuru (ABD doları) şokları kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 1996 – 2012 arası Türkiye’ye ait aylık veriler toplanmış ve analize tabi tutulmuştur. Analiz aşamasında serilere öncelikle durağanlık testleri uygulanmış,

devamında ise ilişkiyi incelemek amacıyla nedensellik analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda döviz kuru şokları ve turizm talebi şokları arasında uzun dönemli negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Brida ve Risso (2009) tarafından 1988 – 2008 yılları arasında yıllık veriler toplanarak ekonomik büyüme ve turizm üzerine Şili’de bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada değişken olarak GSMH, döviz kuru ve turizm giderleri kullanılmıştır. Uzun dönemli bir ilişki olup olmadığının tespiti adına eşbütünleşme analizi yapılmış ve turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Chen ve Chiou-Wei (2009) çalışmasında, ekonomik büyüme hipotezini Güney Kore ve Tayvan için test etmiştir. Araştırma kapsamında 1975 – 2007 arası çeyreklik veriler kullanılmıştır. Ekonomik büyüme göstergesi olarak GSYİH, turizm göstergesi olarak döviz kurları ve turizm gelirleri kullanılmıştır. Araştırma sonucunda Tayvan için turizmden ekonomik büyümeye nedensellik ilişkisi, Güney Kore için çift taraflı ilişki bulunmuştur.

Coşkun ve Özer (2014) tarafından Türkiye’nin 1992 – 2014 yılları arası çeyreklik verileri toplanmış, turizm ve ekonomik büyüme hipotezi nedensellik analizi ve GARCH modeli aracılığıyla test edilmiştir. Araştırma modeline GSYİH, turizm gelirleri ve döviz kurları dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda turizm ve ekonomik büyüme arasında çift yönlü ilişki tespit edilmiştir.

Crouch (1994) tarafından turizm talebini etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla dünya genelinde 80 araştırmaya meta analiz yapılmıştır. Araştırmada turizm talebine etkisi sınıranan değişkenler döviz kurları, gelir, turistik ürün fiyatları, ulaşım maliyetleri ve pazarlama maliyetleri olarak belirlenmiştir. Araştırmada döviz kurlarının turizm talebinin incelenmesinde ve açıklanmasında önemli bir değişken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Demirel, Bozdağ ve İnci (2008) çalışmasında 1994 – 2006 yılları arasında Türkiye’de turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki ilişkiyi eşbütünleşme analizi aracılığıyla incelemiştir. Araştırma kapsamında Türkiye’yi en fazla ziyaret eden ilk 5 ülke alınmış ve EGARCH modeli kurulmuştur. Araştırma sonucunda reel döviz kuru ve turizm talebi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Dritsakis (2004) tarafından turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki hata düzeltme modeli aracılığıyla incelenmiştir. Araştırma kapsamında 1960 – 2000 yılları arası Almanya ve İngiltere’den Yunanistan’a gelen turistler örneklem olarak belirlenmiştir. Çalışmada değişken olarak turizm talebi, döviz kuru, turistik ürün fiyatı, ulaşım maliyetleri ve gelir kullanılmıştır. Araştırma sonucunda değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ve uzun dönemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Eugenio-Martin, Morales ve Scarpa (2004) tarafından 21 Latin Amerika ülkesine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişki test edilmiştir. Araştırma modeline dahil edilen değişkenler; turizm talebi, GSYİH, eğitim harcamaları, yönetim giderleri, fiyat, tüketici fiyat endeksi ve ticaret olarak belirlenmiştir. Araştırmada örneklem olarak belirlenen ülkelerin 1985 – 1998 arası verileri yıllık olarak derlenmiş ve panel veri analizine tabi tutulmuştur. Araştırma sonucunda düşük ve orta gelire sahip ülkeler için turizmin ekonomik büyümeye katkısının olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda döviz kurları ile turist sayıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Dolayısıyla bu araştırma alanyazına göre farklılıklar barındırmaktadır.

İçöz, Var ve Kozak (1998) tarafından 1982 – 1993 yılları arasında Türkiye’ye en fazla turist gönderen 10 ülkeye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada değişken olarak turizm talebi, yatak kapasitesi, seyahat acentası sayısı, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksi kullanılmıştır. Sonuç olarak döviz kurlarında yaşanan değişimin turizm üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu ve bu durumun ülkelere göre değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir.

Kaya ve Çömlekçi (2013) tarafından turizm gelirlerinin döviz kuru oynaklığından ne şekilde etkilendiğinin tespit edilmesi amacıyla Türkiye’ye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında 2002 – 2011 yılları arasında turizm gelirleri ve döviz kurları verileri toplanmış, çoklu doğrusal regresyon yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda döviz kuru oynaklığı ile turizm gelirleri arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Ourfelli (2008) çalışmasında, destinasyon seçimini etkileyen faktörler üzerine hata düzeltme modeli aracılığıyla inceleme yapmıştır. Bu kapsamda turistik ürünlerin



fiyatı, ikamelerin fiyatı, gelir, kapasite, mevsimsellik ve döviz kuru kavramları değişken olarak belirlenmiştir. Araştırma örneklemini 1981 – 2004 yılları arasında Tunus’a gelen yabancı turistler oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda turist gönderen ülkelerin, gelirlerine göre döviz kuru dalgalanmalarından farklı şekillerde etkilenebileceği ortaya konulmuştur.

Mervar ve Payne (2007) tarafından reel döviz kuru ve turizm talebi arasındaki ilişki eşbütünleşme analiziyle incelenmiştir. Araştırma örneklemini 1994 – 2004 (ç) yılları arasında Hırvatistan’a gelen turistler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında ARDL modeller kullanılmıştır. Araştırma sonucunda turizm talebi ve reel döviz kuru arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Dolayısıyla bu araştırma alanyazına göre farklılıklar barındırmaktadır.

Santana-Gallego, Ledesma-Rodriguez ve Perez-Rodriguez (2010) çalışmasında döviz kurlarının turizm talebine olan etkisini incelemiştir. Araştırma örneklemini 113 OECD ülkesi oluşturmaktadır. Çalışmada değişken olarak turizm talebi, GSYİH (hem turist gönderen ülkenin hem de turist kabul eden ülkenin), turist gönderen ve turist kabul eden ülke arasındaki ticari ilişkiler ve nispi döviz kurları kullanılmıştır. Araştırma yöntemi olarak panel veri analizi kullanılmış; örneklem olarak belirlenen ülkelerin 1994 – 2005 yılları arası verileri toplanarak veri seti oluşturulmuş ve analize tabi tutulmuştur. Araştırmada döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin hem turizm talebi hem de ikili ticaret ilişkileri üzerine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca döviz kurlarının turizm talebine pozitif yönlü bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur.

Uğuz ve Topbaş (2011) tarafından 1990 – 2010 yılları arasında Türkiye turizm talebi ve döviz kurları arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada aylık verilerden derlenen veri setine EGARCH modeli ve eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, döviz kurları ve turizm talebi arasında uzun dönemli, istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Webber (2001) çalışmasında, Avustralya turizm talebine etki eden faktörleri eşbütünleşme analiziyle incelemiştir. Araştırma kapsamında turizm talebi, döviz kuru ve gelir değişkenleri 1983 – 1997 yılları arasında çeyreklik olarak toplanmış ve veri seti oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda döviz kuru ve turizm talebi arasında uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca bu araştırma döviz kuru oynaklığı ve turizm

talebi arasındaki ilişkinin incelendiği ilk çalışma olarak büyük önem teşkil etmektedir.



## 3. BÖLÜM

### EKONOMETRİK METODOLOJİ VE BULGULAR

#### 3.1. ZAMAN SERİLERİ ANALİZİ

İstatiksel analizlerde, yapılan gözlem değerlerinin ardışık veya sıralı olması büyük bir önem teşkil etmemektedir. Ancak zaman serilerinde bu durum farklı bir şekilde değerlendirilmektedir. Sevüktekin ve Çınar (2014: 47) tarafından “*Zaman serileri, bir dönemden diğerine değişkenlerin ardışık bir şekilde gözlemlendiği sayısal büyüklüklere dir. Gözlenen verilerin zaman içinde ardışık bir biçimde gerçekleşmesi bir koşul değil fakat düzenli aralıklarla dizinin gelişimini görme açısından gereklidir*” şeklinde açıklanmıştır.

##### 3.1.1. Durağanlık Analizleri

Zaman serisi analizlerinde büyük önem teşkil eden durumlardan biri de durağanlık kavramıdır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin etkin ve tutarlı bir şekilde ortaya konulabilmesi için serinin durağan olması ön koşul olarak kabul edilmektedir (Bozkurt ve Pekmezci, 2015). Durağanlık, zaman serisi verilerinin belirli zaman aralıklarında, artan veya azalan bir trend yapmaması ve gözlemlenen süre boyunca yatay bir eksen de dağılım göstermesi olarak tanımlanmaktadır (Arellano, 2002: 113-115).

Durağanlığın sağlanmadığı zaman serileriyle yapılan araştırmalarda sahte regresyon sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu durum analiz sonucu elde eden ilişkinin hatalı olmasına ve sonucun gerçek ilişkiyi yansıtmamasına neden olmaktadır. Özellikle makroekonomik verilerle yapılan araştırmalarda durağanlığın sınanması gerekmektedir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008). Zaman serilerinde durağanlık farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 239-245):

- **Ortalama Durağanlık:** Zaman serisinin, zaman yolu boyunca ortalamasında değişiklik olmuyorsa bu seri ortalama durağan seri olarak adlandırılmaktadır.
- **Varyans Durağanlık:** Bir zaman serisinin, zaman yolu boyunca izlediği varyansta değişiklik olmuyorsa bu seri varyans durağan seri olarak adlandırılmaktadır.

- **Fark Durağanlık:** Zaman serisi, stokastik trend yapısına sahip ise fark alma işlemi uygulanarak durağanlaştırılır ve bu durum, fark durağanlık olarak adlandırılmaktadır.
- **Trend Durağanlık:** Zaman serisinin durağan olmama nedenlerinden biri de deterministik trende sahip olmasıdır. Deterministik trende sahip serilerin de etkin ve tutarlı araştırmaya imkan sağlaması için durağan hale dönüştürülmesi gerekmektedir. Trendte durağanlığın sağlanması için kullanılan başlıca yöntem ise regresyon denklemi kurulmasıdır.

Durağanlık, zaman serisi analizlerinde yadsınamaz bir önem teşkil etmektedir. Diğer bir deyişle, sağlıklı ve tutarlı sonuçların ortaya konulabilmesi için zaman serilerinin durağan hale getirilmesi kesin ve göz ardı edilemez bir koşul olarak kabul edilmektedir. Bu amaçla kullanılan başlıca yöntemler ise korelogram testi ve birim kök testleridir (Tarı, 2014: 382).

#### **3.1.1.1. Korelogram Testi**

Durağan zaman serileriyle çalışmanın öneminden daha önceki bölümlerde bahsedilmişti. Zaman serisi durağanlaştırma yöntemlerinden ilki, korelogram testleridir. Korelogram testleri, zaman serilerinin otokorelasyon ve kısmi korelasyon verileri üzerinden, gecikme sayılarına göre yapılan bir durağanlaştırma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 281).

Korelogram kavramı, otokorelasyon ve kısmi korelasyon katsayılarının “k” gecikme değerleri üzerinden çizilen grafik olarak tanımlanmaktadır. Korelogram analizi alanyazında görsel saptama olarak da geçmektedir. Genelde, birinci gözlem değerinin yüksek değerden başladığı zaman serilerinde kullanılmaktadır (Özmen, 1986).

#### **3.1.1.2. Birim Kök Testleri**

İktisadi değişkenler üzerine yapılan araştırmalar, gayri safi yurt içi hasıla, tüketim, fiyat seviyeleri gibi makroekonomik zaman serilerinin genelde durağan olmadığını ve trendli bir yapıda seyrettiğini göstermektedir. Bu zaman serilerinin

durağanlaştırılmasında yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri de birim kök (unit root) testleridir (Greene, 2003: 656-661).

Birim kök testlerinin genel çalışma prensibi, zaman serisi durağan hale gelene kadar farklarının alınmasına dayanmaktadır. Durağanlık sağlandıktan sonra alınan fark derecesi, zaman serisinin kaçınıcı dereceden bütünleşik olduğunu göstermektedir (Ata ve Yücel, 2003).

$$\Delta = X_t - X_{t-1} \quad X_t \sim I(\Delta)$$

Zaman serilerinde durağanlık sınanmasında en çok kullanılan birim kök testleri ise:

- Dickey – Fuller Testi (DF)
- Geliştirilmiş Dickey – Fuller Testi (ADF)
- Phillips ve Perron Testi (PP)
- Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin (KPSS) birim kök testleridir.

Alanyazın incelendiğinde farklı yaklaşımlara sahip birçok birim kök testi tespit edilmiştir. Ancak bunlardan en fazla kullanılanı Genişletilmiş (Augmented) Dickey – Fuller (ADF) testidir. Bu yaklaşım, en küçük kareler tahmin edicisinin dağılımına dayanmakta ve neredeyse standart birim kök testi olarak kullanılmaktadır (Akdi, 2003: 226). Genişletilmiş Dickey Fuller testi durağanlığı 3 denklem üzerinden analiz etmektedir. Bu denklemler (Bulut ve Özdemir, 2012):

- Yalın Hali:  $\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + u_t$
- Sabit Terimli Hali:  $\Delta Y_t = \alpha_0 + \gamma Y_{t-1} + u_t$
- Sabit Terimli ve Trendli Hali:  $\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \gamma Y_{t-1} + u_t$

### 3.1.2. Eşbütünleşme Analizi

Eşbütünleşme, iktisadi değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin tespit edilmesinde kullanılan istatistiksel bir analiz türü olarak kabul edilmektedir. Genellikle iki veya daha fazla durağan olmayan değişken arasında uzun dönemli

durağan bir ilişkinin elde edilmesinde kullanılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, durağan olmayan değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket ettikleri bir denge yaklaşımının kurulmasına ve parametrelerin tahmin edilmesine olanak sağlamaktadır (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 556-559).

Ekonometrik zaman serileri incelendiğinde, genelde trendli bir yapıda seyrettikleri görülmektedir. Ele alınan iki farklı zaman serisinin uzun dönemde birbiriyle ilişkili olup olmadığının tespit edilmesinde ise eşbütünleşme analizi kullanılmaktadır (Cuthbertson, Hall ve Taylor, 1992: 129). Eşbütünleşme analizi uzun dönemli serilerde, durağanlık analiziyle oluşabilecek bilgi eksikliklerini ve çözümsüzlükleri önlemeye yarayan bir analiz tekniğidir. Yani eşbütünleşme analizi yapılacak serilere durağanlık aranmamaktadır. Eğer zaman serileri durağansa serilerin uzun dönemde yakınsayacağı bir değer de bulunmamaktadır. Eşbütünleşik yapının anlaşılabilmesi için zaman serisi grafikleri üzerinden yorumlar yapılmaktadır. Değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkiden söz edilebilmesi için trend yapısı veya dalgalanma olması gerekmektedir (Tarı, 2013: 415-416). Zaman serilerinin analizinde kullanılan başlıca eşbütünleşme analizleri ise (Sevüktekin ve Çınar, 2014):

- Engle – Granger Yaklaşımı
- Durbin – Watson Yaklaşımı
- ARDL (Otoregresif Dağıtılmış Gecikme Modeli) Yaklaşımı
- Johansen Yaklaşımı
- Johansen ve Juselius Yaklaşımı olarak tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında, turizm talebi ve reel döviz kurları arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla toplanan verilere Johansen eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Johansen Yaklaşımı olarak da adlandırılan bu analiz, eşbütünleşik vektörlerin tahminlerinin en çok benzerlik yöntemiyle hesaplanmasını sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle Johansen Yaklaşımı, modelde birden fazla değişken olmasının birden fazla denge ilişkisine sebep olabileceği varsayımına dayanmaktadır (Bozkurt, 2007: 116-117).

Alanyazında sıklıkla karşılaşılan Engle-Granger eşbütünleşme analizi, iki aşamalı şekilde uzun dönemli ilişkilerin tespitinde kullanılmaktadır. Engle-Granger

yaklaşımı, değişkenlerin hata terimlerinin VAR modelinde yerine konulmasıyla uzun dönem ilişkisinin tek denklemlilik hata düzeltme modelleriyle incelenmesi metoduna dayanmaktadır. Johansen yaklaşımında ise tek denklemlilik hata düzeltme modelleri yerine çok denklemlilik hata düzeltme modelleri kullanılmaktadır. Çok denklemlilik yapının kullanılması, zayıf dışsallık ve tek eşbütünlük vektör varsayımlarından kaynaklanan kısıtları ortadan kaldırmaktadır. Bu durum Johansen yaklaşımını Engle-Granger yaklaşımından üstün kılmakta ve daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır (Bozkurt ve Pekmezci, 2015).

### 3.1.3. Vektör Otoregresif Modeller (VAR) ve Vektör Hata Düzeltme Modelleri (VECM)

Vektör otoregresif modeller çok değişkenli zaman serilerinde kullanılan zaman serisi modelleridir. Zaman serilerinde, tek değişkenli modellerin kendi geçmiş değerlerinden etkilendiği bilinmektedir, ancak zaman serileri sadece kendi geçmiş dönemlerinden değil, başka zaman serilerinden de etkilenmektedir (Akdi, 2003: 249). Vektör otoregresif modeller, tek değişkenli AR (p) modellerinin genişletilmiş hali olarak kabul edilmektedir. Otoregresif süreçlerde ve diğer tek değişken içeren zaman serilerinde tek denklem üzerinden hesaplama yapılmaktadır. VAR modellerinde ise birden çok denklemlilik içinde barındıran bir denklem sistemi ele alınmaktadır (Sevüktekin ve Çınar, 2013: 495). VAR modellerinin temel amacı değişkenler arasındaki karşılıklı etkiyi tespit etmektir. Basit şekilde gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$Y_{1t} = \alpha_{1t} + \sum_{i=1}^p \beta_{1i} Y_{1t-i} + \sum_{i=1}^p \beta_{1i} Y_{2t-i} + \varepsilon_{1t}$$

$$Y_{2t} = \alpha_{2t} + \sum_{i=1}^p \beta_{2i} Y_{1t-i} + \sum_{i=1}^p \beta_{2i} Y_{2t-i} + \varepsilon_{2t}$$

Vektör otoregresif modellerin, yapısal bir model kullanma zorunluluğu taşıması ve iktisadi bir temele dayanma zorunluluğunun bulunmaması gibi avantajları son yıllarda araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmesini sağlamıştır. Tarı (2013: 456), VAR modellerinin aşamalarını aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- Değişkenlerin, dışaldan içtene doğru sıralanması gerekmektedir. Bu sıralama, analizin en önemli aşamalarından biri olarak görülmektedir. Burada yapılan hata, sonuçların sapmalı çıkmasına sebep olabilmektedir.
- Zaman serilerinin durağan olması gerekmektedir.
- Gecikme uzunluklarının belirlenmesi gerekmektedir.
- Araştırma sonucunda, politik analiz ya da öngörü yapılması gerekmektedir.

VAR modellerinin iktisadi açıdan yorumlanmasında bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle vektör otoregresif modellerle analiz yapılırken, parametreleri tahmin etmek yerine etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırması üzerine çalışmalar yapılmaktadır (Baltagi, 2002: 366-367). Etki tepki fonksiyonları, değişkenin hata terimine bir birimlik rassal şok verilmesi sonucu diğer değişkenin bu duruma tepkisinin ölçülmesinde kullanılmaktadır. Varyans ayrıştırma analizi ise değişkenin kendi şoklarının, diğer değişkenin şokları üzerine etkilerinin ölçülmesinde kullanılmaktadır. (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 510-515).

Zaman serilerinde eşbütünleşme analizi üzerine açıklamalar yapılırken amacın, uzun dönemde birlikte hareket eden bir yapıya ulaşmak olduğundan bahsedilmiştir. Eşbütünleşme analizinde, seriler durağan olmamasına rağmen uzun dönemde hata terimlerinin durağan bir hal alacağı varsayımı kabul edilmektedir. Bu amaçla hata terimine hata düzeltme modeli uygulanmaktadır. Böylece uzun dönem arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmaktadır (Bozkurt, 2007: 109-101).

#### **3.1.4. Nedensellik Analizi**

Bilimsel araştırmalarda önemli bir yere sahip olan nedensellik analizine geçmeden önce, kıyaslama yapılabilmesi adına regresyon analizi ile ilgili genel bilgiler verilmesine karar verilmiştir. Alanyazında regresyon, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek ve modellemek amacıyla kullanılan istatistiksel bir analiz tekniği olarak tanımlanmaktadır (Montgomery, Peck ve Vining, 2013: 1). Diğer bir tanıma göre regresyon, “*bağımlı değişkenler ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi matematiksel modellerle açıklayarak bağıntılar kurmak*” için kullanılan bir analiz yöntemi olarak kabul edilmektedir. (Alpar 2013: 415).



Regresyon analizlerinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerin doğru şekilde belirlenememesi analizin bütün dinamiklerini etkilemekte ve yanlış sonuçlara ulaşılmasına sebep olabilmektedir. Bu yüzden değişkenlerin doğru şekilde belirlenmesi, dikkat edilmesi gereken bir husustur. Ancak regresyon analizi değişkenler arasındaki ilişkinin ve birlikteliğin bir sonucu olarak görülmektedir. Söz konusu değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi ise iktisat teorisinin çalışma alanına girmektedir. Bu noktada nedensellik analizi regresyon analizinden farklılaşmakta ve iktisadi kuramları temel almaktadır. Alanyazın incelendiğinde, nedensellik analizinin, iktisadi değişkenler arasındaki sebep-sonuç ilişkilerinin tespit edilmesinde kullanılan ekonometrik bir analiz olarak tanımlandığı görülmüştür (Tarı, 2013: 436 – 437). Özetle nedensellik ilişkisi bağımlı ve bağımsız değişkenin tespitinde kullanılırken, regresyon analizi bu ilişkinin belirlenmiş olduğunu varsayarak doğrudan sonuca odaklanmaktadır.

Nedensellik analizi ilk defa 1969 yılında Clive Granger tarafından kullanılan ve yıllar içerisinde araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlarla geliştirilerek kullanılmaya devam eden önemli bir ekonometrik analiz tekniği olarak görülmektedir. Eşbütünleşme analizinin de bir ölçüde devamı olarak kabul edilmektedir. Daha önceki bölümlerde de bahsedildiği gibi eşbütünleşme analizi değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin tespitinde kullanılmaktaydı, nedensellik analizi ise uzun dönemli ilişkinin yönü hakkında bilgi vermektedir (Demirel, Alparıslan, Bozdağ ve İnci, 2013).

Diğer zaman serisi analizinde olduğu gibi, nedensellik analizinde de ön koşullardan biri durağanlıktır. Ancak nedensellik testlerinde serilerin aynı dereceden durağan olması gibi bir zorunluluk bulunmamaktadır. Ayrıca nedensellik testleri örneklemin büyüklüğünden ve verilerin aylık, çeyreklik veya yıllık olarak derlenmiş olmasından etkilenmektedir (Tarı, 2013). Nedensellik analizi temelde değişkenler arasındaki ilişkinin yönünün belirlenmesinde kullanılmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönü 3 farklı şekilde olabilmektedir (Bulut ve Özdemir, 2012):

- *Tek Yönlü Nedensellik:* Değişkenlerden birinin bağımlı, diğerinin bağımsız değişken olduğu durumdur.
- *Çift Yönlü Nedensellik:* Değişkenler arasında karşılıklı nedensellik ilişkisinin bulunduğu durumdur.

- *Değişkenlerin bağımsız olması*: Nedensellik ilişkisi sınanan değişkenler arasında bir ilişkinin bulunmadığı durumdur.

## **3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI**

Bu araştırma; turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki ilişkinin teorik ve ampirik olarak incelenmesi, araştırmada kullanılan veri setine göre turizm talebi ve reel döviz kuru arasında ilişki olup olmadığının tespit edilmesi, eğer ilişki var ise bu ilişkinin yönünün belirlenmesi ve alanyazındaki sonuçlarla kıyaslanması amacıyla hazırlanmıştır. Bu kapsamda araştırma örneklemini olarak belirlenen 5 ülkenin (Türkiye – İspanya – İngiltere – Almanya – İtalya) 2002 – 2015 yılları arasındaki turizm taleplerini ve reel döviz kurlarını içeren bir veri seti oluşturulmuştur.

### **3.2.1. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın temelinde turizm ve gelir arasındaki ilişki bulunmaktadır. Bu kapsamda turizmin göstergesi olarak turizm talebi, gelirin göstergesi olarak da reel döviz kuru kullanılmış ve değişkenler arasında ilişki ekonometrik analizler aracılığıyla incelenmeye çalışılmıştır. Analizin aşamasında, alanyazına uygun olarak uzun dönemli ilişkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Uzun dönemli ilişkinin incelenmesinde ise en önemli koşul zaman serilerinin aynı dereceden durağan olmasıdır (Johansen, 1998: Johansen ve Juselius, 1990). Araştırmada mevsimsellikten arındırılan ve logaritmaları alınan zaman serilerinin, durağanlığının sınanmasında Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi kullanılmıştır. Ayrıca yapısal kırılmaların etkilerinin de tespit edilmesi gerektiğinden Perron (1997) ve Zivot-Andrews (1992) durağanlık testleri de yapılmıştır. Aynı dereceden durağan olduğu tespit edilen değişkenlerin arasındaki uzun dönemli ilişkileri incelemek amacıyla Johansen (1988) ve Johansen Juselius (1990) Eşbütünleşme analizleri kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki sebep-sonuç ilişkisinin belirlenmesi amacıyla Granger Nedensellik testi kullanılmıştır. Granger Nedensellik testi, araştırmacıya sağladığı kolaylıklardan dolayı alanyazında en fazla tercih edilen nedensellik analizi olarak kabul edilmektedir. Durağanlığı sağlanan zaman serilerinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerin yerlerinin değiştirilerek sınanması prensibiyle uygulanmaktadır (Bozkurt ve Pekmezci, 2015).

Analize tabi tutulan zaman serileri arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edildiğinde en azından tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin de olduğu varsayılmaktadır. Ancak burada dikkat edilmesi gereken bir husus bulunmaktadır. Eşbütünleşme ilişkisine sahip değişkenler arasında nedensellik sınanırken gecikmeli VAR modelleri aracılığıyla yapılan nedensellik ilişkileri yanlış sonuçlara yol açabilmektedir. Bu nedenle eşbütünleşme ilişkisi tespit edilen zaman serilerinde kısa dönem ve uzun dönem nedensellik ilişkileri VECM çerçevesinde Granger nedensellik analizi yapılarak incelenmiştir. Eşbütünleşme ilişkisi bulunmayan zaman serilerinde ise, birinci farkları alınan değişkenler VAR modeli çerçevesinde Granger nedensellik analizine tabi tutulmuş ve bulgular yorumlanmıştır.

### 3.2.2. Araştırma Örnekleminin Tespiti

Araştırma örnekleminin belirlenmesinde Dünya Turizm Örgütü'nün (DTÖ) 2015 yılı için yayınladığı turizm gelirlerine yönelik istatistiklerinden yararlanılmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. Dünya Geneli Turizm Gelirleri (2015)

SIRA	ÜLKE	TURİZM GELİRİ
		2015
1	A.B.D.	204.523
2	Çin	114.109
3	<b>İspanya</b>	<b>56.526</b>
4	<b>Fransa</b>	<b>45.920</b>
5	<b>İngiltere</b>	<b>45.464</b>
6	Tayland	44.553
7	<b>İtalya</b>	<b>39.449</b>
8	<b>Almanya</b>	<b>36.867</b>
9	Hong Kong (Çin)	36.150
10	Makao (Çin)	31.303

Araştırma kapsamında, Dünya genelinde ilk 10 sırada yer alan 5 Avrupa ülkesi (Tablo 6) ve bunlara ek olarak Türkiye, araştırma örneklemini olarak belirlenmiştir. Ancak yapılan araştırmalarda, Fransa turizm talebinin aylık verilerine ulaşamaması nedeniyle Fransa araştırma kısıtı olarak bırakılmıştır. Yapılan incelemelerde Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlere yönelik istatistiklerin 1963

yılından itibaren tutulduğu tespit edilmiştir (Coşkun, 2011). Buradan hareketle 2001 yılında Dünya genelinde etkili olan ekonomik kriz de göz önüne alınıp, araştırmanın örnekleme 2002 – 2015 yılları olarak belirlenmiştir.

### **3.2.3. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırmada kullanılan veri seti ikincil verilerden yararlanılarak derlenmiştir. Döviz kuru değişkeni için 2002 – 2015 yılları arası reel döviz kuru verileri Federal Rezerv Bankası'ndan toplanmıştır. Reel döviz kurları 2002 yılı (2002=100) baz alınarak düzenlenmiştir. Turizm talebi olarak örnekleme yer alan 5 ülkeyi 2002 – 2015 yılları arasında ziyaret eden yabancı turist sayıları ilgili ülkelerin milli istatistik kurumlarından ve DTÖ raporlarından derlenmiş ve veri seti haline getirilmiştir.

Araştırma verileri 2002 – 2015 yılları arasında aylık olarak derlenmiştir. Bu durum zaman serilerinin öncelikle mevsimsellikten arındırılmasını gerekli kılmaktadır. Zaman serilerinin mevsimsellikten arındırılmasında TRAMO/SEATS mevsimsel düzeltme metodu kullanılmıştır. Mevsimsellikten arındırılan zaman serileriyle alakalı yüzdesel olarak yorumların yapılabilmesi adına zaman serilerinin logaritmaları alınmış ve veri seti son haline getirilmiştir.

### **3.3. ÜLKELERE YÖNELİK BULGULAR**

Araştırmalarda sadece veri setindeki değerlere bakılarak yorum yapılmasıyla istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar ortaya konulamamaktadır. Bu yüzden toplanan verilere bazı istatistiksel analizlerin uygulanması gerekmektedir (Kalaycı, 2010: 51). Bu kapsamda araştırmanın veri setine beş aşamalı analiz yapılmıştır. Araştırma kapsamında öncelikle, örneklem olarak belirlenen 5 ülkenin turizm talepleri ve reel döviz kurları grafikler aracılığıyla analiz edilmiş ve zaman serisi bileşenlerine göre yorumlanmıştır.

Zaman serilerinde, değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunabilmesi için serilerin durağanlığının sağlanması önemli bir ön koşul olarak kabul edilmektedir. Analizin ikinci aşamasında, turizm talebi ve reel döviz kuru değişkenlerinin durağan hale getirilmesi için Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi

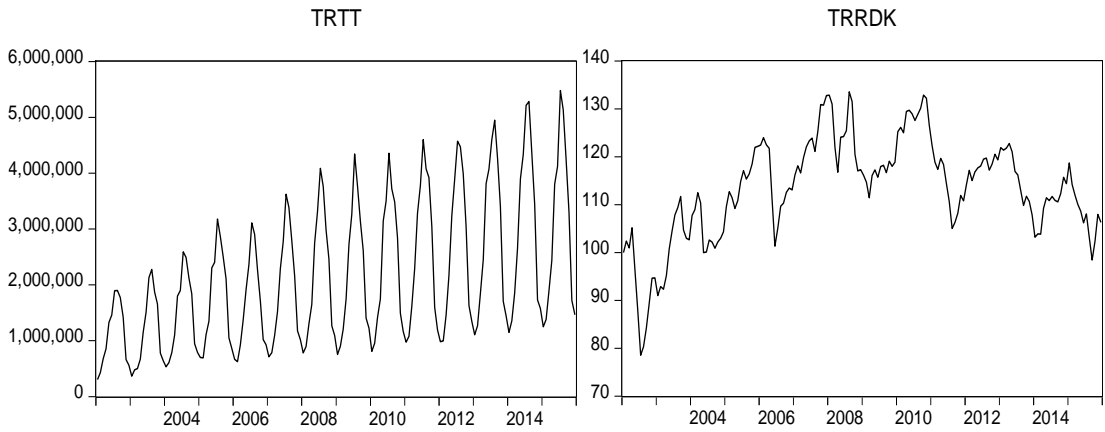
kullanılmıştır. Ayrıca yapısal kırılma olup olmadığının tespitinde Perron (P) ve Zivots-Andrews (ZA) testleri kullanılmıştır.

Serilerin durağanlığı sınıandıktan sonra örnekleme yer alan ülkelerin turizm talebi ve reel döviz kuru verilerine Johansen Eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda, uzun dönemli ilişki tespit edilen değişkenlere nedenselliğin yönünün belirlenmesi amacıyla VECM çerçevesinde Granger Nedensellik testi uygulanmıştır. Uzun dönem ve kısa dönem nedensellik ilişkileri incelenmiştir. Eşbütünleşme testi sonucunda, uzun dönemli ilişki tespit edilemeyen değişkenlere, birinci farkları üzerinden nedensellik analizi yapılmış ve yorumlanmıştır. Analizin son aşamasında ise etki tepki fonksiyonu grafikleri ve varyans ayrıştırma analizleri yardımıyla incelemeler yapılmıştır.

### 3.3.1. Türkiye'ye Yönelik Bulgular

1980 yılı sonrasında turizm endüstrisi, Türkiye ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Ülkenin içinde bulunduğu ekonomik bunalımdan çıkmasında, turizmin döviz getirici etkisi önemli bir katkı sağlamıştır (Çimat ve Bahar, 2003). Araştırma kapsamında Türkiye'nin 2002 – 2015 yılları arasındaki turizm talebi, istatistik kurumlarından (Tuik, 2016) derlenmiştir.

Şekil 12. Türkiye Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri

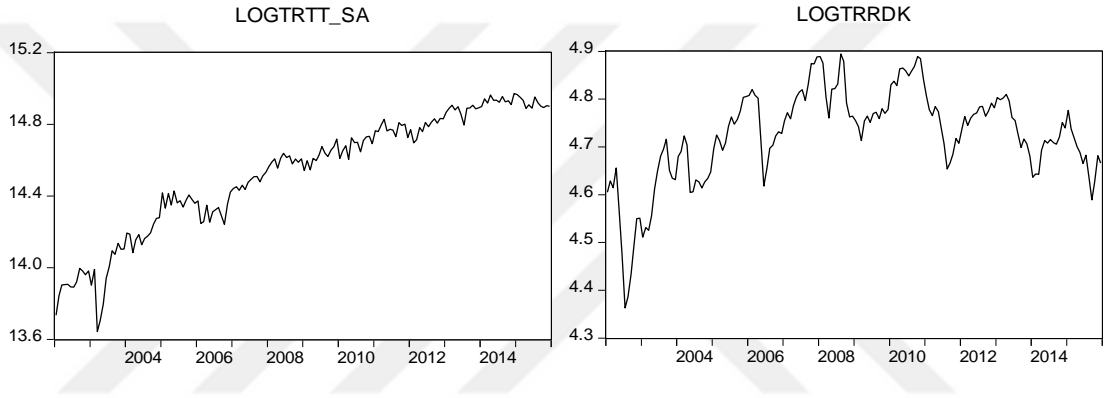


Türkiye turizm talebi grafiği incelendiğinde Türkiye turizm talebinin (TRTT) trendli bir yapıda seyrettiğini ve mevsimsellik özellikleri taşıdığını söylemek

mümkündür. Özellikle yaz aylarında turist sayısının tavan yaptığı, diğer aylarda ise daha düşük seyrettiği grafikler aracılığıyla tespit edilmiştir.

Türkiye'nin 2002 – 2015 yılları arası reel döviz kuru grafiğinin (TRRDK) rassal bir yapıda seyrettiğini söylemek mümkündür. 2002 yılında yaşanan kriz sonrası döviz kurunda bir düşüş yaşanmış ancak devamında dalgalanmalı şekilde yükselerek devam etmiştir (Şekil 12). Birim kök analizleri öncesi reel döviz kuru zaman serisinin logaritması alınmıştır. Turizm talebine yönelik zaman serisinin ise hem logaritması (LOG) alınmış hem de mevsimsellikten (SA) arındırılmıştır (Şekil 13).

Şekil 13. Türkiye Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri



Tablo 7. Türkiye'ye Yönelik Birim Kök Testi Bulguları

BİRİM KÖK TESTLERİ		TURİZM TALEBİ		REEL DÖVİZ KURU	
		t-testi	olasılık	t-testi	olasılık
ADF	Yalın	-17.55520	0.0000	-9.277447	0.0000
	Sabit	-17.85189	0.0000	-9.249681	0.0000
	Trendli ve Sabit	-17.90953	0.0000	-9.265759	0.0000
P	Sabit	-4.091403		-3.815449	
	Trendli ve Sabit	-4.361885		-5.020485	
ZA	Sabit	-4.074328	0.0187	-3.297119	0.1215
	Trendli ve Sabit	-4.374438	0.7761	-4.982336	0.0607

Türkiye'nin 2002 – 2015 yılları arası derlenen reel döviz kuru ve turizm talebi verilerine durağanlık analizleri yapılmıştır. Yapılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), Perron (P) ve Zivot-Andrews (ZA) birim kök testlerine göre, iki değişkenin birinci derece durağan olduğu tespit edilmiştir (Tablo 7). Aynı derecede

durağan olduğu tespit edilen değişkenlere Johansen Eşbütünleşme analizi uygulanmıştır.

Tablo 8. Türkiye'ye Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları

BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Trace (İz) Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	26.87673	25.87211	0.0374
r<0	r>1	5.533808	12.51798	0.5217
BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Max-Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	21.34292	19.38704	0.0257
r<0	r>1	5.533808	12.51798	0.5217

Yapılan Johansen Eşbütünleşme analizine göre, Türkiye turizm talebi ve reel döviz kuru arasında uzun dönemli anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Tablo 8). Değişkenlerin tahmin edilmesinde kullanılan hata düzeltme modelleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 9. Türkiye'ye Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülleri

<b>D(LOGTRTT_SA)</b> = - 0.213671917498*( LOGTRTT_SA(-1) - 0.938479477747*LOGTRRDK(-1) - 0.00572753380341*@TREND(02M01) - 9.61347540697 ) - 0.206867161556*D(LOGTRTT_SA(-1)) + 0.0712142944081*D(LOGTRTT_SA(-2)) - 0.0348209516953*D(LOGTRRDK(-1)) - 0.120430968439*D(LOGTRRDK(-2)) + 0.00689976444682		
<b>D(LOGTRRDK)</b> = 0.0790757975153*( LOGTRTT_SA(-1) - 0.938479477747*LOGTRRDK(-1) - 0.00572753380341*@TREND(02M01) - 9.61347540697 ) - 0.0353375481442*D(LOGTRTT_SA(-1)) - 0.00139148562592*D(LOGTRTT_SA(-2)) + 0.363274829685*D(LOGTRRDK(-1)) - 0.148611175015*D(LOGTRRDK(-2)) + 0.000451786677261		
	D(LOGTRTT_SA)	D(LOGTRRDK)
<b>t-istatistikleri</b>	-3.58736	2.20209

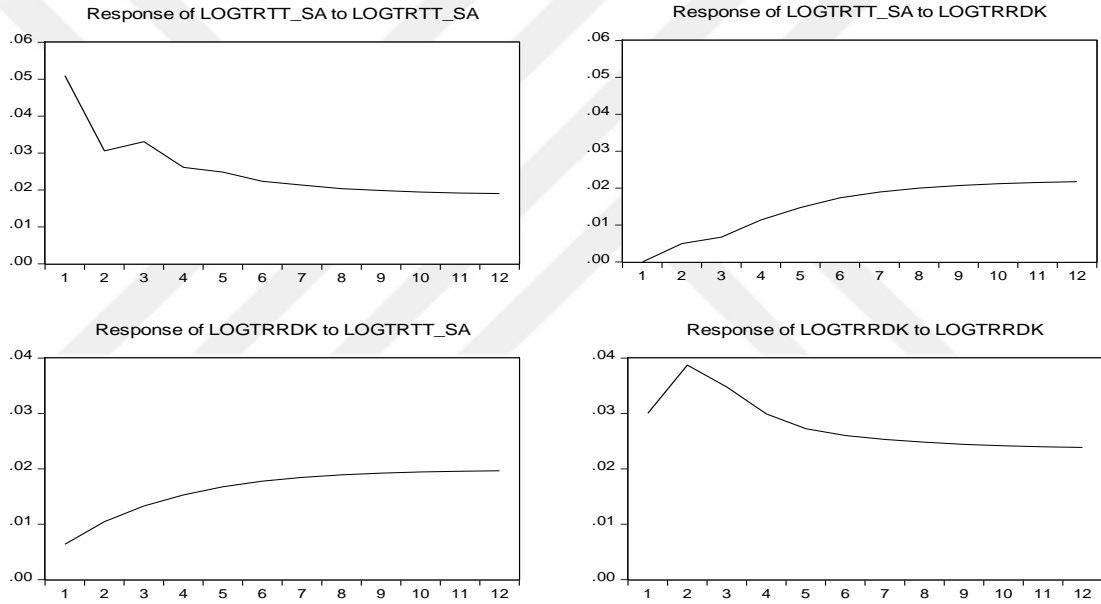
VECM çerçevesinde yapılan uzun dönem nedensellik analizine göre, Türkiye'nin reel döviz kurlarından turizm talebine doğru uzun dönemde tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Tablo 9). Bu analizin yapılmasında, hata teriminin katsayısı üzerine yapılan "t-istatistikleri" kullanılmaktadır. Negatif ve anlamlı olarak bulunan t-istatistikleri nedenselliğin kanıtı olarak kabul edilmektedir (Özer ve Kırca, 2014).

Tablo 10. Türkiye'ye Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları

Nedenselliğin Yönü	$\chi^2$ İstatistikleri	Olasılık Değeri
Turizm Talebi → Reel Döviz Kuru	1.036664	0.5955
Reel Döviz Kuru → Turizm Talebi	0.556869	0.7570

Granger Nedensellik analizi sonuçlarına göre değişkenler arasında kısa dönemde nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir (Tablo 10). Değişkenler arası ilişkilerin incelenmesi adına etki tepki fonksiyonlarına ve varyans ayrıştırma analizi bulgularına bakılmıştır.

Şekil 14. Türkiye'ye Yönelik Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri



Türkiye'ye yönelik olarak yapılan etki tepki fonksiyonu grafikleri incelendiğinde reel döviz kurlarının (LOGTRRDK) turizm talebini (LOGTRTT\_SA) arttırıcı bir etki yarattığı görülmektedir (Şekil 14).

Tablo 11. Türkiye Varyans Ayrıştırma Analizi Bulguları

Periyot	TÜRKİYE TURİZM TALEBİ			TÜRKİYE REEL DÖVİZ KURU		
	S.E.	TT	RDK	S.E.	TT	RDK
1	0.050931	100.00000	0.000000	0.030705	4.329203	95.67080
2	0.059609	99.30297	0.697033	0.050509	5.891261	94.10874
3	0.068497	98.50734	1.492658	0.062731	8.303172	91.69683
4	0.074176	96.38860	3.611399	0.071152	11.06068	88.93932
5	0.079588	93.43652	6.563480	0.078009	13.81108	86.18892



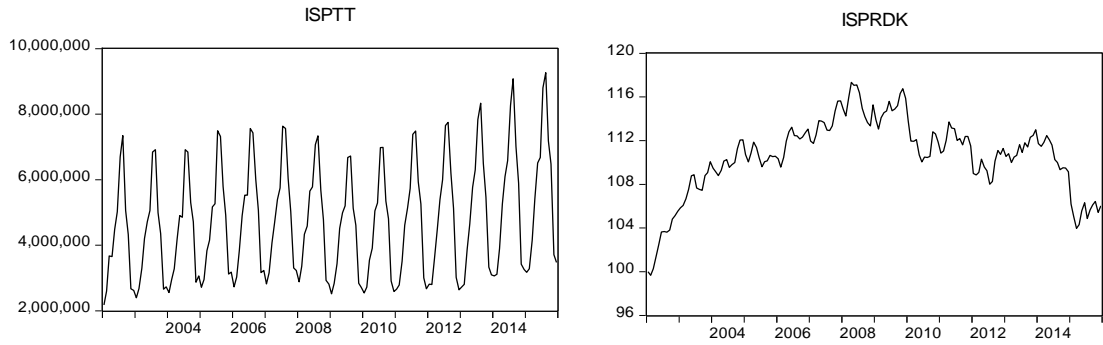
6	0.084466	89.95279	10.04721	0.084129	16.33271	83.66729
7	0.08915	86.47516	13.52484	0.089770	18.56856	81.43144
8	0.093605	83.17171	16.82829	0.095031	20.52735	79.47265
9	0.097893	80.14919	19.85081	0.099979	22.23790	77.76210
10	0.102022	77.41840	22.58160	0.104671	23.73045	76.26955
11	0.106008	74.97478	25.02522	0.109148	25.03440	74.96560
12	0.109862	72.79409	27.20591	0.113440	26.17685	73.82315

Varyans ayrıştırma bulguları incelendiğinde, Türkiye turizm talebinin uzun dönemde %72,7 oranda kendi kendini açıkladığı, %27,2'sinin reel döviz kuru ile açıklandığı tespit edilmiştir. Reel döviz kurunun %73,8 oranında kendi kendini açıkladığı, %26,1 oranında ise turizm talebi tarafından açıklandığı görülmüştür (Tablo 11).

### 3.3.2. İspanya'ya Yönelik Bulgular

İspanya turizm talebi verileri (2002 – 2015) İspanya istatistik kurumundan aylık olarak derlenmiştir. Turizm talebinin göstergesi olarak turist sayıları esas alınmıştır. Toplanan veriler E-Views programı yardımıyla zaman serisi grafiği haline getirilmiştir.

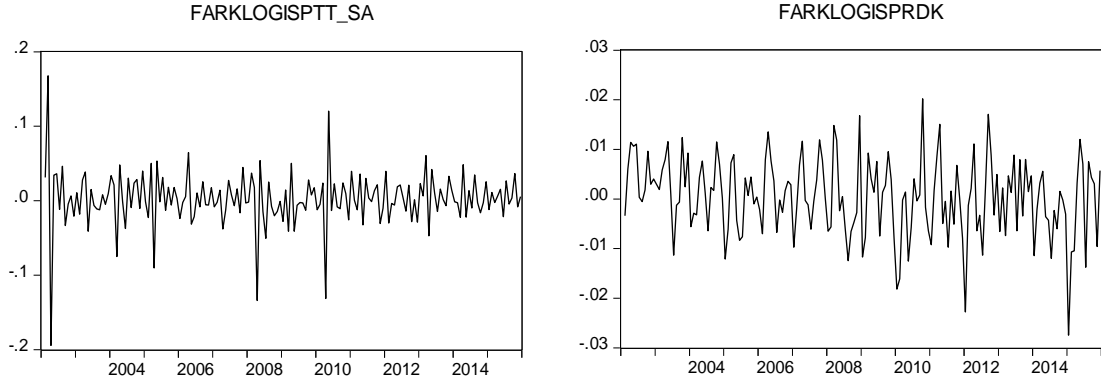
Şekil 15. İspanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafiği



İspanya turizm talebi (ISPTT) grafiğinin dalgalı bir yapıda seyrettiği görülmektedir. 2002 yılından 2003 yılına azalan turist sayısı, 2003 – 2008 yılında artış göstermiştir. Özellikle 2008 yılı sonrası İspanya turizm talebinin artan bir trend yapısında seyrettiği tespit edilmiştir (Şekil 15). İspanya reel döviz kuru (ISPRDK) grafiği incelendiğinde 2002 – 2008 yılları arasında reel döviz kurunun artış

gösterdiği ve 2008 yılında tepe noktasına ulaştığı görülmüştür. 2008 yılından sonra ise reel döviz kurunun azalma eğiliminde olduğu görülmüştür (Şekil 15).

Şekil 16. İspanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri



Zaman serilerinde durağanlık kavramının öneminden daha önceki bölümlerde bahsedilmiştir. Yapılan Genişletilmiş Dickey-Fuller testi sonucunda 1. derecede durağan olduğu tespit edilen turizm talebi (FARKLOGISPTT\_SA) ve reel döviz kuru (FARKLOGISPRDK) fark alma işlemiyle durağan hale getirilmiştir. Devamında ekonometrik analiz programı aracılığıyla grafik haline getirilmiştir (Şekil 16).

Tablo 12. İspanya'ya Yönelik Birim Kök Testi Bulguları

BİRİM KÖK TESTLERİ		TURİZM TALEBİ		REEL DÖVİZ KURU	
		t-testi	olasılık	t-testi	olasılık
ADF	Yalın	-17.29200	0.0000	-4.704583	0.0000
	Sabit	-17.45843	0.0000	-4.686138	0.0001
	Trendli ve Sabit	-17.55975	0.0000	-5.414838	0.0001
P	Sabit	-6.158197		-3.503936	
	Trendli ve Sabit	-6.131130		-3.599638	
ZA	Sabit	-6.076390	1.61	-3.609624	0.0102
	Trendli ve Sabit	-6.041162	9.23	-3.633837	0.0191

Yapılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), Perron (P) ve Zivot-Andrews (ZA) birim kök testlerine göre, İspanya turizm talebi ve reel döviz kuru değişkenlerinin birinci derecede durağan olduğu tespit edilmiştir (Tablo 12). Buradan hareketle, aynı derecede durağan olduğu tespit edilen değişkenlerin uzun dönemli ilişkide olup olmadığının tespit edilmesi adına Johansen Eşbütünleşme analizi yapılmıştır.

Tablo 13. İspanya'ya Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları

<b>BOŞ HİPOTEZ</b>	<b>ALTERNATİF HİPOTEZ</b>	<b>Trace (İz) Değeri</b>	<b>%5 Kritik Değer</b>	<b>Olasılık</b>
r=0	r>0	11.6034	15.4947	0.1770
r<0	r>1	0.3895	3.8415	0.5326
<b>BOŞ HİPOTEZ</b>	<b>ALTERNATİF HİPOTEZ</b>	<b>Max-Eigen Değeri</b>	<b>%5 Kritik Değer</b>	<b>Olasılık</b>
r=0	r>0	11.2140	14.2646	0.1438
r<0	r>1	0.3895	3.8415	0.5326

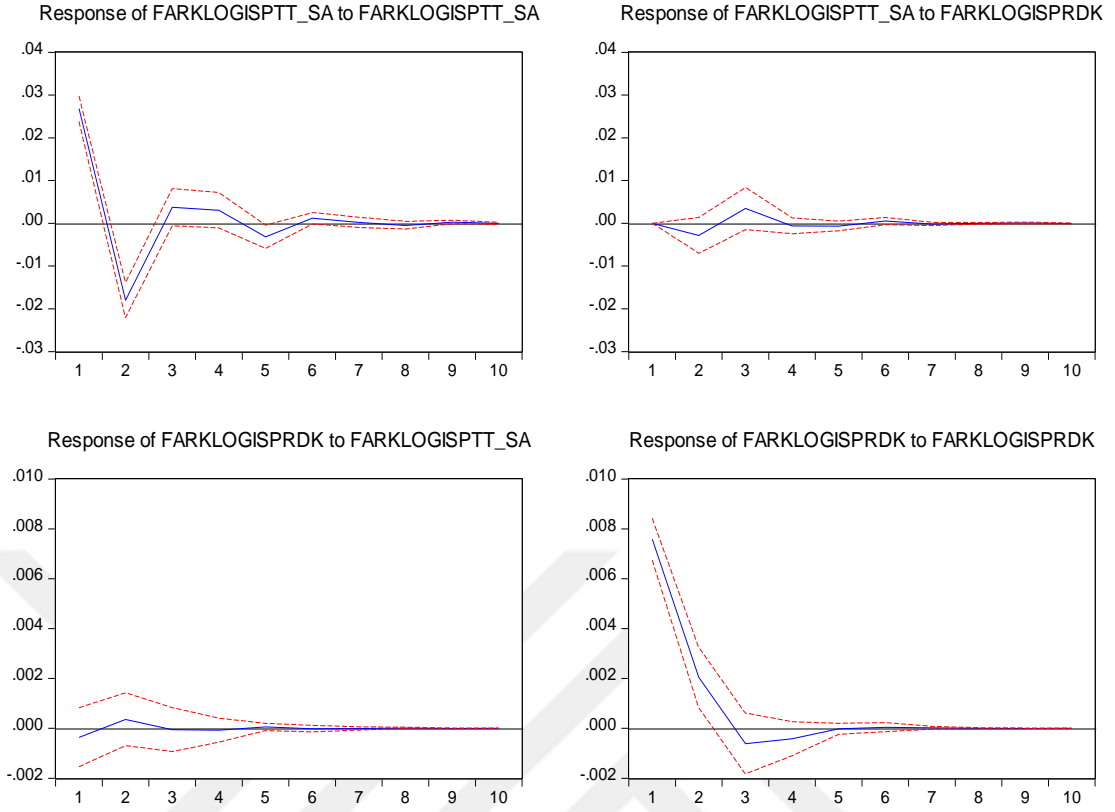
VAR modelinde yerine yazılıp, Schwarz bilgi kriterine göre 2. derecede gecikmeli olduğu belirlenen veriler analiz edilmiş, ancak uzun dönemde anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir (Tablo 13). Buradan hareketle, durağanlığı sağlanan ve 1. farkları alınan seriler VAR(2) modeli aracılığıyla kısa dönem için Granger Nedensellik ilişkisi açısından incelenmiştir.

Tablo 14. İspanya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları

<b>Nedenselliğin Yönü</b>	<b>x<sup>2</sup> İstatistikleri</b>	<b>Olasılık Değeri</b>
Turizm Talebi → Reel Döviz Kuru	2.4561	0.2929
Reel Döviz Kuru → Turizm Talebi	0.9146	0.6330

Yapılan analiz sonucunda, Granger nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Bu durum değişkenlerin hem uzun hem de kısa dönemde birbiriyle ilişki içerisinde olmadığını ve bağımsız değişkenler olduklarını göstermektedir (Tablo 14). Buradan hareketle, VAR(2) modelinde yerine yazılan değişkenler arasındaki etkilerin ölçülmesi adına etki tepki fonksiyonu grafikleri incelenmiş ve varyans ayrıştırma analizi yapılmıştır.

Şekil 17. İspanya Etki Tepki Fonksiyonu Bulguları



Etki tepki fonksiyonlarının, değişkenin hata terimindeki bir standart sapmanın diğer değişkenin şimdiki ve gelecekteki değerlerine etkisinin belirlenmesinde kullanıldığından daha önce bahsedilmiştir. Buradan hareketle, İspanya için 12 dönemlik bir periyot ele alınmıştır. Grafiğe göre, turizm talebi (FARKLOGISPTT\_SA) kendinde meydana gelen bir standart sapmalık şoka 0,027 birimlik tepki vermiştir. Reel döviz kuru (FARKLOGISPRDK) ise kendinde meydana gelen bir birimlik şoka 0,076 birimlik tepki göstermiştir. Diğer taraftan birinci dönemde, turizm talebinin bir standart sapmalık şokuna reel döviz kuru herhangi bir tepki vermemiştir. Aynı şekilde turizm talebinin de reel döviz kurunun bir standart sapmalık şokuna çok düşük bir tepki verdiği belirlenmiştir (Şekil 17).

Tablo 15. İspanya Varyans Ayrıştırma Bulguları

Periyot	İSPANYA TURİZM TALEBİ			İSPANYA REEL DÖVİZ KURU		
	S.E.	TT	RDK	S.E.	TT	RDK
1	0.0268	100.0000	0.0000	0.0076	0.2224	99.7776
2	0.0324	99.2313	0.7687	0.0079	0.4188	99.5812
3	0.0328	98.1414	1.8586	0.0079	0.4205	99.5795
4	0.0330	98.1224	1.8776	0.0079	0.4280	99.5720

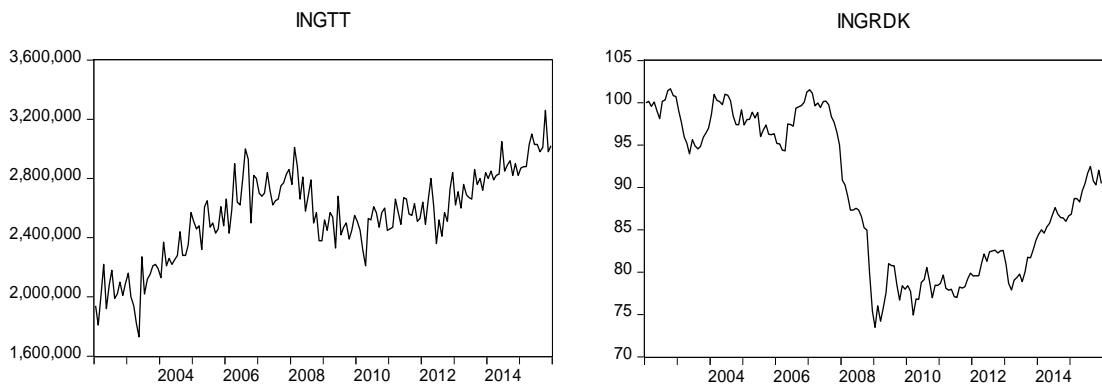
5	0.0331	98.1011	1.8989	0.0079	0.4327	99.5673
6	0.0331	98.0801	1.9199	0.0079	0.4331	99.5669
7	0.0331	98.0776	1.9224	0.0079	0.4332	99.5668
8	0.0331	98.0779	1.9221	0.0079	0.4333	99.5667
9	0.0331	98.0774	1.9226	0.0079	0.4333	99.5667
10	0.0331	98.0773	1.9227	0.0079	0.4333	99.5667
11	0.0331	98.0773	1.9227	0.0079	0.4333	99.5667
12	0.0331	98.0773	1.9227	0.0079	0.4333	99.5667

Varyans ayrıştırma bulguları incelendiğinde, İspanya turizm talebinin yaklaşık %98 oranında kendi kendini açıkladığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde bu oran reel döviz kuru için yaklaşık %99 olarak belirlenmiştir. Bu durum değişkenler arasında ilişki olmamasını da destekler niteliktedir (Tablo 15).

### 3.3.3. İngiltere'ye Yönelik Bulgular

İngiltere'nin 2002 – 2015 yılları arası turizm talebi verileri İngiltere Resmi İstatistik Kurumu'ndan toplanmıştır (Visit Britain, 2016). İngiltere turizm talebi (INGTT) verilerine yönelik grafik incelendiğinde, turist sayısının 2002 – 2015 yılları arasında trendli bir yapıda seyrettiği tespit edilmiştir. İngiltere turizm talebinde 2003 yılında ani bir düşüş yaşanmış, ancak 2004 yılıyla birlikte turizm talebi yeniden artan bir yapıya dönüşmüştür. Grafik incelendiğinde dikkat çeken diğer bir husus da İngiltere'yi ziyaret eden turistlerin mevsimsellikten etkilenmedikleridir. Araştırma örneklemini olarak belirlenen diğer ülkelerin turizm talepleri yaz aylarında artış gösterip diğer aylarda daha az seviyede seyretmekteyken, İngiltere turizm talebi dağılımının daha düzenli ve birbirine yakın şekilde seyrettiği görülmüştür (Şekil 18).

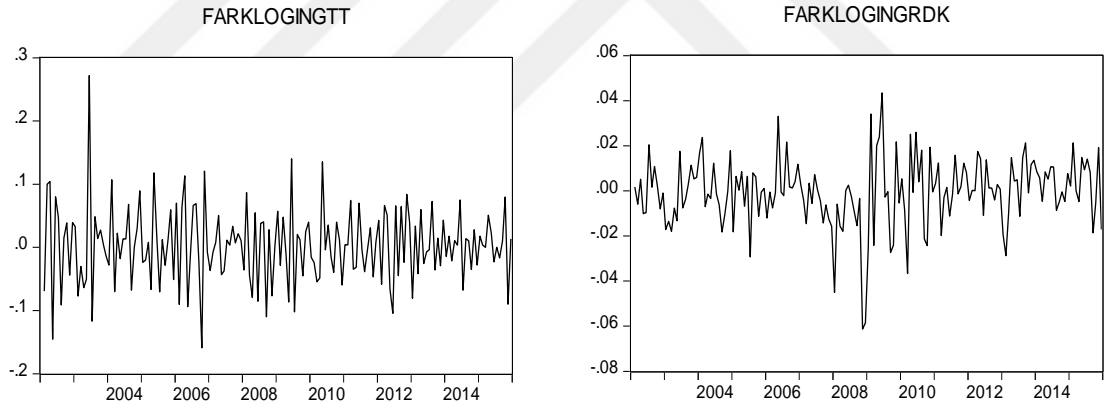
Şekil 18. İngiltere Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafiği



İngiltere reel döviz kuru (INGRDK) grafiği incelendiğinde 2007 – 2008 yılları arasında yapısal bir kırılma olduğu tespit edilmiştir (Şekil 18). Yapısal kırılmalar genelde ekonomik politikalarda yaşanan değişimlerden veya belirli bir endüstride meydana gelen önemli olaylardan kaynaklanmaktadır. Böyle durumlarda yapılacak ekonometrik analizlerde yapısal kırılma öncesi ve sonrası dönemler için farklı regresyon modellerinin kullanılması gerekmektedir. Aksi halde yapılan yorumların sistematik olarak sapmalı olacağı düşünülmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014: 413). Bu yüzden grafik yorumlanırken iki farklı dönem üzerinden inceleme yapılmasına karar verilmiştir.

İngiltere reel döviz kuru 2002 – 2007 yılları arasında rassal bir yapıda seyretmektedir. Belirli dönemlerde dalgalanmalar olmasına rağmen 2007 yılına gelindiğinde reel döviz kurunun tekrardan dengeye ulaştığı görülmüştür. 2008 – 2015 yılları arasında ise reel döviz kurunun trendli bir yapıda seyrettiği ve sürekli olarak artış gösterme eğiliminde olduğu tespit edilmiştir (Şekil 18).

Şekil 19. İngiltere Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri



İngiltere turizm talebine ve reel döviz kuruna durağanlığın sınanması adına Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), Perron (P) ve Zivot-Andrews (ZA) birim kök testleri yapılmıştır. Analiz sonucunda göre İngiltere turizm talebinin ve İngiltere reel döviz kurunun birinci (1) derecede olduğu tespit edilmiştir. Devamında birinci gecikme üzerinden, fark alma işlemi uygulanmış ve grafik haline getirilmiştir (Şekil 19).

Tablo 16. İngiltere'ye Yönelik Birim Kök Testi

BİRİM KÖK TESTLERİ		TURİZM TALEBİ		REEL DÖVİZ KURU	
		t-testi	olasılık	t-testi	olasılık
ADF	Yalın	-10.05175	0.0000	-10.72575	0.0000
	Sabit	-10.25293	0.0000	-10.70896	0.0000
	Trendli ve Sabit	-10.23600	0.0000	-10.76398	0.0000
P	Sabit	-3.970940		-4.041917	
	Trendli ve Sabit	-4.248223		-4.399136	
ZA	Sabit	-3.984010	8.33	-3.994234	2.73
	Trendli ve Sabit	-4.248904	5.57	-4.364336	0.0002

Birinci derecede durağan olduğu tespit edilen seriler (Tablo 16) Johansen Eşbütünleşme analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 17. İngiltere'ye Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları

BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Trace (İz) Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	5.3684	15.4947	0.7685
r<0	r>1	2.0729	3.8415	0.1499
BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Max-Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	3.2955	14.2646	0.9251
r<0	r>1	2.0729	3.8415	0.1499

Akaike bilgi kriterine göre üçüncü gecikmede olduğu tespit edilen değişkenlere eşbütünleşme analizi yapılmıştır (Tablo 17). Johansen Yaklaşımı'na göre turizm talebi ve reel döviz kuru değişkenleri arasında uzun dönemli anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p<0.05$ ).

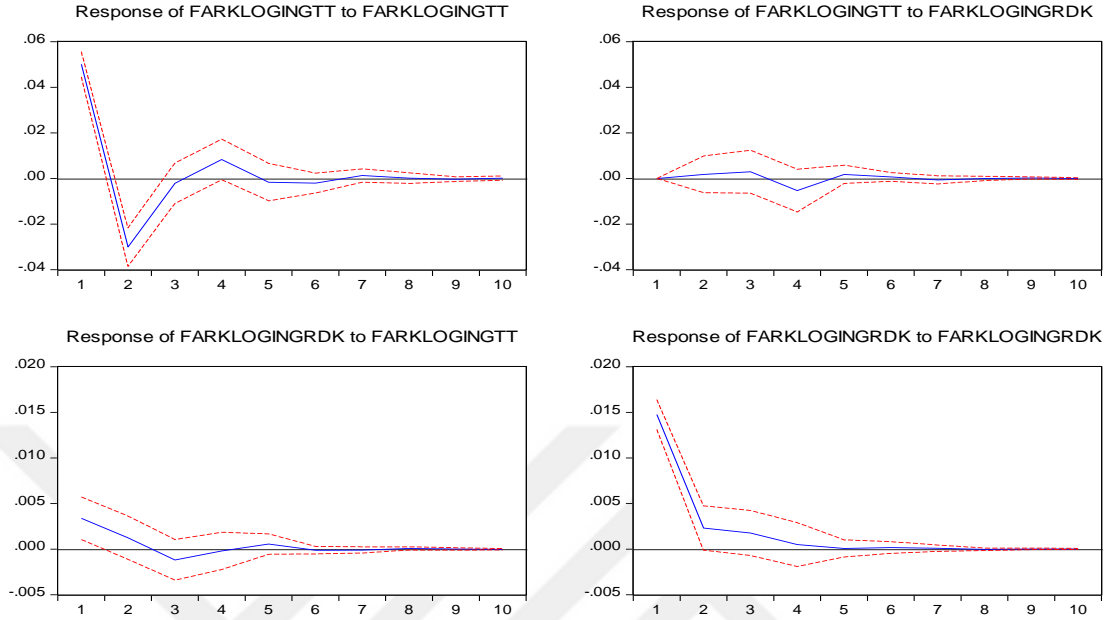
Tablo 18. İngiltere'ye Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları

Nedenselliğin Yönü	$\chi^2$ İstatistikleri	Olasılık Değeri
Turizm Talebi → Reel Döviz Kuru	1.7030	0.6363
Reel Döviz Kuru → Turizm Talebi	2.7190	0.4370

Birinci farkı alınan değişkenlere VAR modeli üzerinden Granger Nedensellik analizi uygulanmıştır. Analiz sonucuna göre, İngiltere'nin turizm talebi ve reel döviz kuru arasında kısa dönemde nedensellik ilişkisi bulunamamıştır (Tablo 18).

Çalışmanın devamında, VAR(3) modeli kurularak etki tepki fonksiyonu grafikleri ve varyans ayrıştırma analizleri yapılmış ve yorumlanmıştır.

Şekil 20. İngiltere Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri



Etki tepki fonksiyonlarına göre, İngiltere turizm talebi (FARKLOGINGTT) kendinde meydana gelen bir standart sapmalılık şoka 0,050 birimlik tepki vermiştir. Reel döviz kuru (FARKLOGINGRDK) ise kendinde meydana gelen bir birimlik şoka 0,048 birimlik tepki göstermiştir. Diğer taraftan birinci dönemde, turizm talebinin bir standart sapmalılık şokuna reel döviz kuru herhangi bir tepki vermemiştir. Aynı şekilde turizm talebinin de reel döviz kurunun bir standart sapmalılık şokuna çok düşük bir tepki verdiği görülmüştür (Şekil 20).

Tablo 19. İngiltere Varyans Ayrıştırma Bulguları

Periyot	İNGİLTERE TURİZM TALEBİ			İNGİLTERE REEL DÖVİZ KURU		
	S.E.	TT	RDK	S.E.	TT	RDK
1	0.050096	100.000000	0.000000	0.015139	4.988463	95.011540
2	0.058470	99.906320	0.093676	0.015364	5.493290	94.506710
3	0.058583	99.655540	0.344456	0.015510	5.977409	94.022590
4	0.059413	98.850640	1.149364	0.015519	5.987767	94.012230
5	0.059462	98.764870	1.235135	0.015529	6.106222	93.893780
6	0.059500	98.755490	1.244513	0.015530	6.112114	93.887890
7	0.059517	98.743920	1.256083	0.015531	6.115872	93.884130
8	0.059517	98.743920	1.256082	0.015531	6.117770	93.882230
9	0.059518	98.742820	1.257185	0.015531	6.117786	93.882210



10	0.059518	98.742650	1.257348	0.015531	6.117970	93.882030
11	0.059518	98.742630	1.257369	0.015531	6.117985	93.882020
12	0.059518	98.742610	1.257392	0.015531	6.117991	93.882010

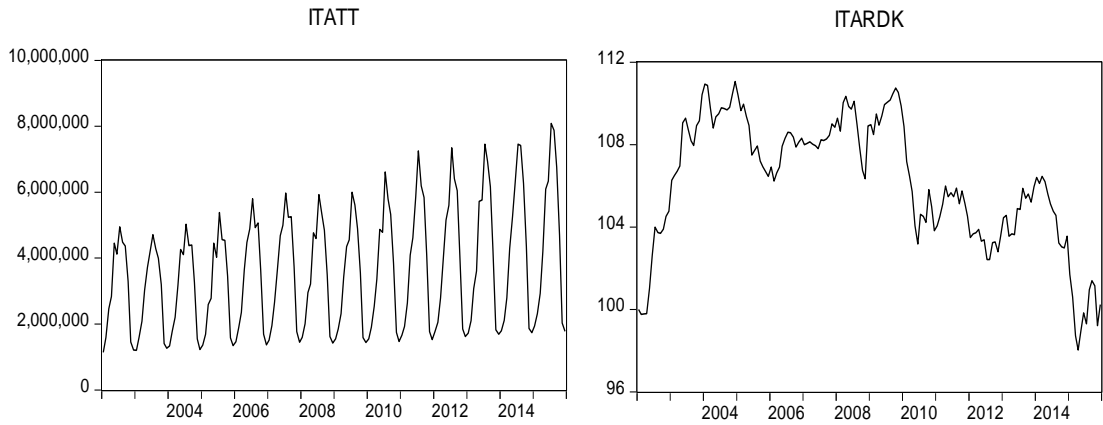
Varyans ayrıştırma bulguları incelendiğinde, İngiltere turizm talebinin yaklaşık %98,7 oranda kendi kendini açıkladığı tespit edilmiştir. Bu durum reel döviz kuru için yaklaşık %93,8 olarak belirlenmiştir (Tablo 19).

### 3.3.4. İtalya'ya Yönelik Bulgular

İtalya, Akdeniz Çanağı'nda yer alan önemli bir turizm destinasyonu olarak dikkat çekmektedir. Coğrafi konumundan dolayı deniz-kum-güneş turizmine elverişli olmasının yanında, Roma İmparatorluğu'ndan kalma tarihi eserleriyle kültür turizmi açısından da çok fazla tercih edilmektedir. İtalya'nın 2002 – 2015 yılları arası turist sayısı istatistik kurumlarından derlenmiş ve analize uygun hale getirilmiştir.

İtalya turizm talebi (ITATT) grafiği incelendiğinde, trendli bir yapının olduğunu ve ilgili yıllar arasında mevsimsellik etkisinin hissedildiğini söylemek mümkündür. İstikrarlı bir şekilde artış gösteren İtalya turizm talebi, özellikle 2010 yılından sonra büyük bir sıçrama yapmış ve 2015 yılı itibariyle en yüksek noktaya ulaşmıştır (Şekil 21).

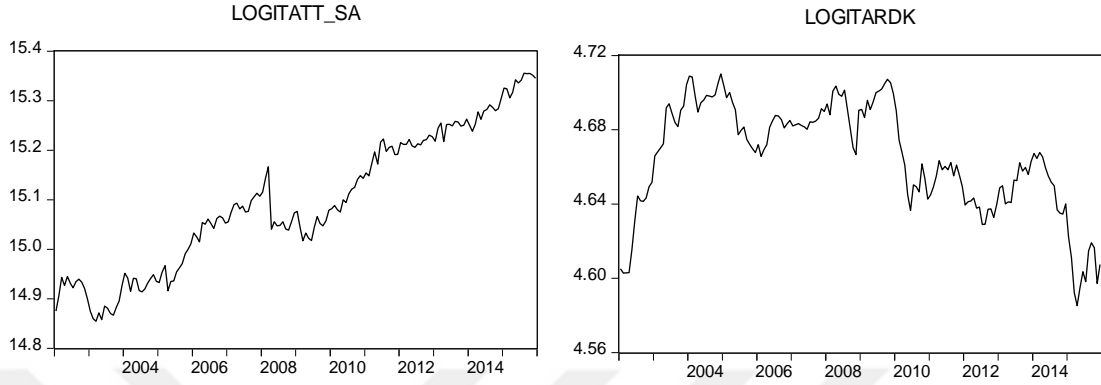
Şekil 21. İtalya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri



İtalya reel döviz kurları (ITARDK), 2002 yılı baz alınarak oluşturulmuştur (2002=100). Reel döviz kuru grafiği incelendiğinde 2002 yılında başlayan artışın 2004 – 2005 yıllarına kadar düzenli olarak devam ettiği görülmüştür. Yaşanan bu

artış 2009 yılından sonra azalmış ve reel döviz kurları 2014 yılına kadar düşüş yaşamıştır. Ancak 2015 yılı ile birlikte yeniden artmaya başladığı grafik aracılığıyla tespit edilmiştir (Şekil 21).

Şekil 22. İtalya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri



Grafiklerin incelenmesi aşamasından sonra, İtalya turizm talebi mevsimsellikten arındırılmış ve logaritması alınmıştır (LOGITATT\_SA). İtalya reel döviz kurlarının da (LOGITARDK) logaritması alınmış ve birim kök analizlerine uygun hale getirilmiştir (Şekil 22).

Tablo 20. İtalya'ya Yönelik Birim Kök Testi

BİRİM KÖK TESTLERİ		TURİZM TALEBİ		REEL DÖVİZ KURU	
		t-testi	olasılık	t-testi	olasılık
ADF	Yalın	-11,65363	0.0000	-10,78459	0.0000
	Sabit	-12,07915	0.0000	-10,75132	0.0000
	Trendli ve Sabit	-12,09973	0.0000	-11,00966	0.0000
P	Sabit	-5,634794		-4,153742	
	Trendli ve Sabit	-5,669833		-4,196348	
ZA	Sabit	-5,304745	1,30	-4,18344	0.0235
	Trendli ve Sabit	-5,263069	5,38	-4,21329	0.0105

Yapılan Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF), Perron (P), Zivot-Andrews (ZA) birim kök testleri sonucunda, serilerin birinci derecede durağan olduğu tespit edilmiştir (Tablo 20). Aynı derecede durağan olduğu tespit edilen değişkenlere Johansen Eşbütünleşme analizi yapılması için herhangi bir engel bulunmamaktadır. Öncelikle VAR modeli yardımıyla serilerin gecikme uzunlukları tahmin edilmiştir. Bilgi kriterlerine göre, İtalya'nın gecikme uzunluğu ikinci derecede olduğu bulunmuştur.

Tablo 21. İtalya'ya Yönelik Johansen Eşbütünleşme Analizi Bulguları

BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Trace (İz) Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	17.31840	15.49471	0.0263
r<0	r>1	0.075545	3,841466	0.7834
BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Max-Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	17.24286	14.26460	0.0164
r<0	r>1	0.075545	3,841466	0.7834

Yapılan Johansen Eşbütünleşme analizi sonucunda, İtalya turizm talebinin ve reel döviz kurunun uzun dönemde eşbütünleşik olduğu tespit edilmiştir (Tablo 21). Eşbütünleşik olduğu tespit edilen değişkenlere yönelik hata düzeltme modeli kurulmuştur. VECM çerçevesinde nedensellik analizi yapıp uzun dönem için yorumlanmıştır.

Tablo 22. İtalya'ya Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülü

$D(\text{LOGITATT\_SA}) = -0.00693370796011 * (\text{LOGITATT\_SA}(-1) + 5.17113183379 * \text{LOGITARDK}(-1) - 39.2236077915) - 0.167827950363 * D(\text{LOGITATT\_SA}(-1)) - 0.196374107028 * D(\text{LOGITATT\_SA}(-2)) - 0.156744826984 * D(\text{LOGITARDK}(-1)) - 0.0675285882017 * D(\text{LOGITARDK}(-2)) + 0.0034615753597$		
$D(\text{LOGITARDK}) = -0.0176437079668 * (\text{LOGITATT\_SA}(-1) + 5.17113183379 * \text{LOGITARDK}(-1) - 39.2236077915) + 0.0308967811989 * D(\text{LOGITATT\_SA}(-1)) - 0.00335730281115 * D(\text{LOGITATT\_SA}(-2)) + 0.163190978763 * D(\text{LOGITARDK}(-1)) + 0.00848044382152 * D(\text{LOGITARDK}(-2)) - 4.13924293186e-05$		
	D(LOGTRTT_SA)	D(LOGTRRDK)
<b>t İstatistikleri</b>	-0.062392	-0.415692

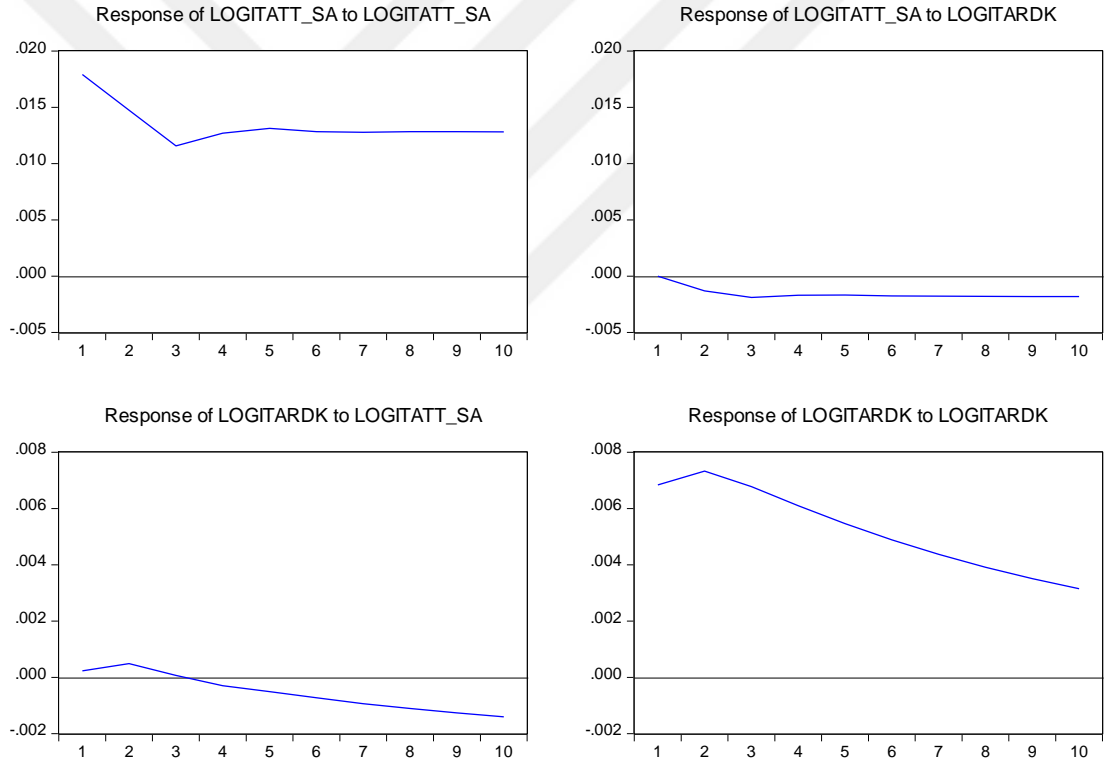
Yapılan nedensellik analizi sonucunda, İtalya turizm talebi ve İtalya reel döviz kuru arasında karşılıklı ilişki tespit edilmiştir (Tablo 22). Buna göre, uzun dönemde turizm talebi reel döviz kurunun nedenidir. Aynı şekilde, reel döviz kuru da uzun dönemde turizm talebinin nedeni olarak tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, İtalya turizm talebi ve İtalya reel döviz kuru arasında çift taraflı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Tablo 23. İtalya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları

Nedenselliğin Yönü	$\chi^2$ İstatistikleri	Olasılık Değeri
Turizm Talebi → Reel Döviz Kuru	0.860813	0.6502
Reel Döviz Kuru → Turizm Talebi	1.170589	0.5569

Kısa dönem Granger Nedensellik analizi sonuçlarına göre, İtalya turizm talebi ve İtalya reel döviz kuru arasında kısa dönemde nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır (Tablo 23). Kısa dönem nedenselliği  $\chi^2$  istatistikleri (chi-square) üzerinden incelenmektedir. Etki tepki fonksiyonu grafikleri de bu durumu destekler niteliktedir (Şekil 23).

Şekil 23. İtalya Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri



Tablo 24. İtalya Varyans Ayırıştırma Bulguları

Periyot	İTALYA TURİZM TALEBİ			İTALYA REEL DÖVİZ KURU		
	S.E.	TT	RDK	S.E.	TT	RDK
1	0.017904	100.00000	0.000000	0.006838	0.112345	99.887650
2	0.023222	99.678730	0.321269	0.010033	0.283914	99.716090
3	0.026015	99.217590	0.782407	0.012108	0.197745	99.802260
4	0.028996	99.022250	0.977750	0.013559	0.206305	99.793700
5	0.031876	98.909680	1.090316	0.014626	0.300436	99.699560

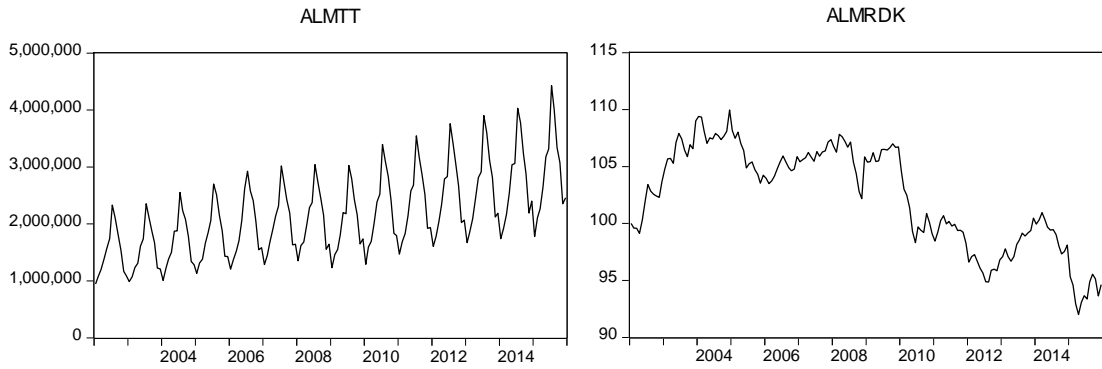
6	0.034404	98.800250	1.199748	0.015436	0.491105	99.508900
7	0.036742	98.711430	1.288565	0.016069	0.790957	99.209040
8	0.038961	98.642160	1.357839	0.016575	1.192081	98.807920
9	0.041058	98.583070	1.416929	0.016989	1.688213	98.311790
10	0.043048	98.531390	1.468613	0.017335	2.275582	97.724420
11	0.044950	98.486260	1.513736	0.017630	2.947531	97.052470
12	0.046775	98.446360	1.553644	0.017888	3.695892	96.304110

Varyans ayrıştırma analizi, nedensellik ilişkisi dışındaki dönemlere yönelik incelemeler yapmaktadır (Özer ve Kırca, 2014). Varyans ayrıştırma analizi sonuçlarına göre, İtalya turizm talebindeki değişimlerin %98,4'ü turizm talebinden, %1,5'i reel döviz kurlarından kaynaklanmaktadır. İtalya reel döviz kurundaki değişimlerin ise %96,3'ünün kendi şoklarından, %3,6'sının turizm talebinden kaynaklandığı tespit edilmiştir (Tablo 24).

### 3.3.5. Almanya'ya Yönelik Bulgular

Almanya, üretim sektöründeki başarılı yapılanması ve özellikle otomotiv sektöründeki marka değeri ile güçlü ekonomik yapıya sahip önemli bir Avrupa ülkesidir. Almanya, üretim sektöründeki başarılarının yanında turizm açısından da önemli bir destinasyon olarak dikkat çekmektedir.

Şekil 24. Almanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Grafikleri

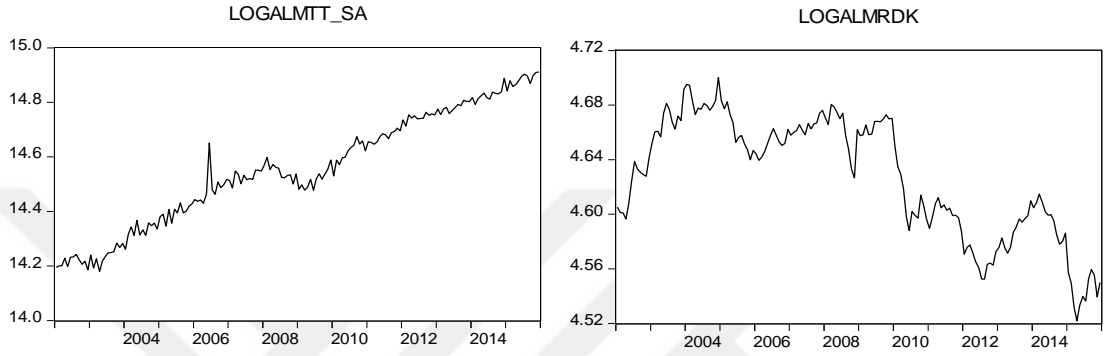


Almanya'nın genel turist profilini, kent turizmi amacıyla ülkeyi ziyaret eden turistler oluşturmaktadır. Ancak Almanya'da klasik turizme yani deniz kum-güneş-turizmine uygun sahiller de bulunmaktadır. Şekil 24'e göre, Almanya turizm talebinin artan bir trend yapısında seyrettiğini ve mevsimsellikten etkilendiğini

söylemek mümkündür. Özellikle 2009 yılı sonrasında Almanya'yı ziyaret eden turist sayısının istikrarlı olarak arttığı grafikten görülmüştür.

Almanya reel döviz kuru (ALMRDK) grafiği incelendiğinde, 2002 – 2015 yılları arasında döviz kurunun trendli bir yapıda seyrettiği görülmüştür. Reel döviz kurunun 2002 – 2005 yılları arasında arttığı ancak 2006 yılından sonra azalma eğiliminde olduğu grafik aracılığıyla tespit edilmiştir (Şekil 24).

Şekil 25. Almanya Turizm Talebi ve Reel Döviz Kuru Logaritma Grafikleri



Ekonometrik analizlere geçmeden önce, Almanya turizm talebi mevsimsellikten arındırılmıştır (LOGALMTT\_SA). Ayrıca hem reel döviz kuru (LOGALMRDK) zaman serisinin hem de turizm talebi zaman serisinin logaritması alınmış ve yüzdesel yorumlamaya uygun hale getirilmiştir (Şekil 25).

Tablo 25. Almanya'ya Yönelik Birim Kök Testi Sonuçları

BİRİM KÖK TESTLERİ		TURİZM TALEBİ		REEL DÖVİZ KURU	
		t-testi	olasılık	t-testi	olasılık
ADF	Yalnız	-13,67484	0.0000	-11,19326	0.0000
	Sabit	-11,47672	0.0000	-11,16983	0.0000
	Trendli ve Sabit	-11,43918	0.0000	-11,28885	0.0000
P	Sabit	-4,585835		-4,222147	
	Trendli ve Sabit	-4,918664		-3,980413	
ZA	Sabit	-4,185261	0.0002	-4,598116	0.0009
	Trendli ve Sabit	-2,670239	0.8071	-4,462701	0.0004

Almanya turizm talebi ve reel döviz kurunun durağanlığı, Genişletilmiş Dickey-Fuller, Perron (P) ve Zivot-Andrews (ZA) testleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Buna göre, değişkenlerin 1. derecede durağan olduğu tespit edilmiştir (Tablo 25). Aynı dereceden durağan olduğu tespit edilen serilere VAR modeli kurulmuştur. Bilgi kriterleri üzerinden Almanya gecikme seviyesi üç olarak tespit edilmiştir.

Tablo 26. Almanya'ya Yönelik Johansen Eşbütünlük Analizi Bulguları

BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Trace (İz) Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	33.36778	20.26184	0.0005
r<0	r>1	15.07811	9.164546	0.0035
BOŞ HİPOTEZ	ALTERNATİF HİPOTEZ	Max-Eigen Değeri	%5 Kritik Değer	Olasılık
r=0	r>0	18.28967	15.89210	0.0206
r<0	r>1	15.07811	9.164546	0.0035

Johansen Eşbütünlük analizi sonuçlarına göre, Almanya'nın turizm talebi ve reel döviz kuru arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Tablo 26). Değişkenler arasındaki ilişkiyi formülize etmek adına hata düzeltme modeli kurulmuştur.

Tablo 27. Almanya'ya Yönelik Hata Düzeltme Modeli Formülü

$D(\text{LOGALMTT\_SA}) = -0.0149897328713 * (\text{LOGALMTT\_SA}(-1) + 3.57157962073 * \text{LOGALMRDK}(-1) - 31.7167051241) - 0.701255128436 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-1)) - 0.388630880481 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-2)) - 0.176222979416 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-3)) - 0.0551248845939 * D(\text{LOGALMRDK}(-1)) + 0.0760406888944 * D(\text{LOGALMRDK}(-2)) - 0.186793206416 * D(\text{LOGALMRDK}(-3))$		
$D(\text{LOGALMRDK}) = -0.00046387001779 * (\text{LOGALMTT\_SA}(-1) + 3.57157962073 * \text{LOGALMRDK}(-1) - 31.7167051241) + 0.000375402408158 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-1)) - 0.00832872123027 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-2)) - 0.00445657913852 * D(\text{LOGALMTT\_SA}(-3)) + 0.148062733774 * D(\text{LOGALMRDK}(-1)) - 0.0833578156845 * D(\text{LOGALMRDK}(-2)) + 0.0292043684401 * D(\text{LOGALMRDK}(-3))$		
	D(LOGTRTT_SA)	D(LOGTRRDK)
<b>t İstatistikleri</b>	-4.28554	-4.0030

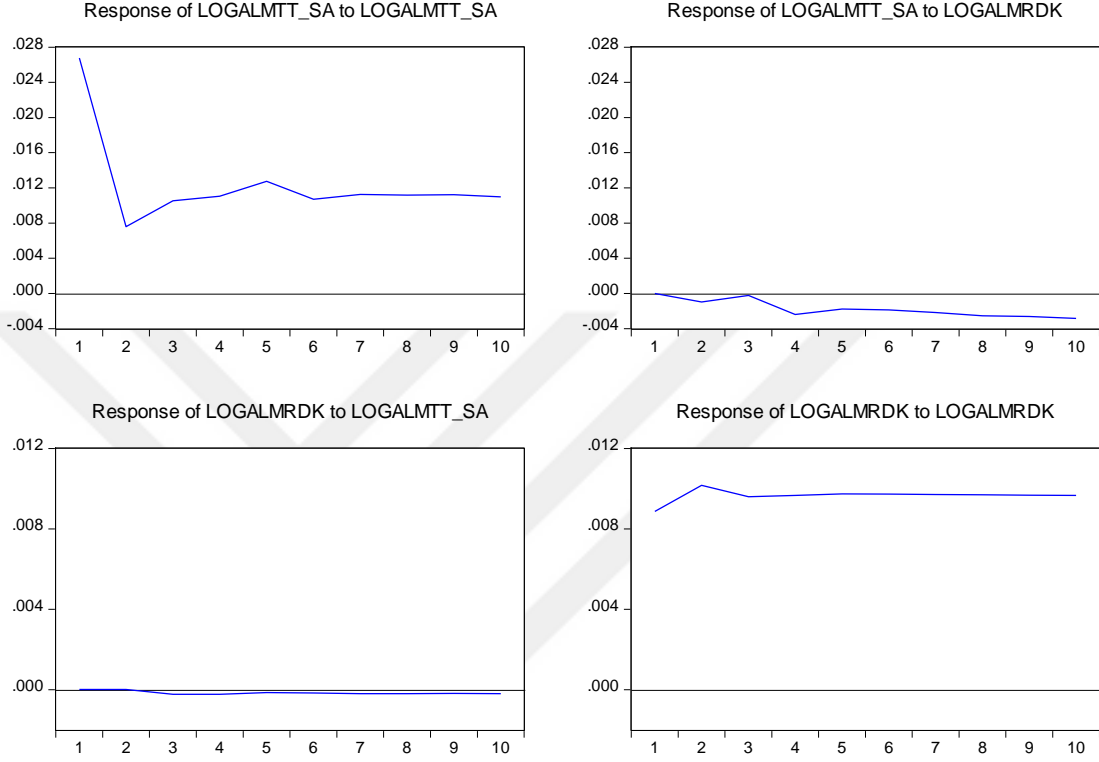
VECM çerçevesinde yapılan uzun dönem nedensellik analizine göre, Almanya turizm talebi ve Almanya reel döviz kuru arasında istatistiksel olarak anlamlı çift taraflı nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Tablo 27).

Tablo 28. Almanya'ya Yönelik Granger Nedensellik Analizi Bulguları

Nedenselliğin Yönü	X <sup>2</sup> İstatistikleri	Olasılık Değeri
Logalmtt_sa → Logalmrkd	0.641468	0.8869
Logalmrkd → Logalmtt_sa	0.118843	0.9895

Almanya verilerine yönelik kısa dönem Granger Nedensellik analizi sonucunda nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir (Tablo 28). Devamında etki tepki fonksiyon grafikleri incelenmiş ve turizm talebi (LOGALMTT\_SA) ile reel döviz kuru (LOGALMRDK) arasında birlikte bir hareket bulunamamıştır (Şekil 26).

Şekil 26. Almanya Etki Tepki Fonksiyonu Grafikleri



Tablo 29. Almanya Varyans Ayrıştırma Bulguları

Periyot	ALMANYA TURİZM TALEBİ			ALMANYA REEL DÖVİZ KURU		
	S.E.	TT	RDK	S.E.	TT	RDK
1	0.026758	100.00000	0.000000	0.008865	0.000099	99.999900
2	0.027831	99.880200	0.119802	0.013486	0.000076	99.999920
3	0.029754	99.889960	0.110035	0.016555	0.018808	99.981190
4	0.031836	99.334500	0.665503	0.019169	0.027703	99.972300
5	0.034339	99.165560	0.834436	0.021500	0.026745	99.973260
6	0.036016	98.968650	1.031350	0.023597	0.027159	99.972840
7	0.037791	98.737390	1.262607	0.025517	0.029192	99.970810
8	0.039494	98.433220	1.566785	0.027296	0.030510	99.969490
9	0.041140	98.150680	1.849322	0.028962	0.031434	99.968570
10	0.042673	97.838240	2.161760	0.030533	0.032503	99.967500
11	0.044171	97.503300	2.496699	0.032023	0.033626	99.966370
12	0.045616	97.144490	2.855508	0.033443	0.034680	99.965320



Varyans ayrıştırma analizi sonuçlarına göre, Almanya turizm talebindeki değişimlerin yaklaşık %97'si turizm talebinden, yaklaşık %3'ü reel döviz kurlarından kaynaklanmaktadır. Almanya reel döviz kurundaki değişimlerin ise %99,9'unun kendi şoklarından, %0,1'inin turizm talebinden kaynaklandığı tespit edilmiştir (Tablo 29).

### **3.4. BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Araştırmanın analiz aşamasında, öncelikle örnekleme oluşturan ülkelerin turizm talebi ve reel döviz kuru verileri grafikler aracılığıyla yorumlanmıştır. Devamında sahte regresyon sorununun ortadan kaldırılması amacıyla zaman serilerine Genişletilmiş (Augmented) Dickey-Fuller, Perron ve Zivot-Andrews (ZA) testleri uygulanarak durağanlık incelenmiştir. Sonraki aşamada veriler Johansen eşbütünleşme analizine tabi tutulmuş ve uzun dönem ilişkisi açısından incelenmiştir. Uzun dönemli ilişkinin yönünün belirlenmesi amacıyla Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Eşbütünleşme analizi sonucunda ilişki tespit edilemeyen değişkenler ise VAR analizi ile incelenmiştir.

Alanyazında döviz kurlarının turizm talebine etkisinin incelendiği çok fazla çalışma bulunmamasına rağmen döviz kurlarının turizm talebinin belirlenmesinde önemli bir değişken olduğu bilinmektedir (Crouch, 1994; Webber, 2001). Araştırmada döviz kuru değişkeni olarak reel döviz kurları kullanılmıştır. Reel döviz kurunun seçilmesinin temel nedeni nispi fiyat ve enflasyondan arındırılarak hesaplanan bir değer olmasıdır.

Araştırma örnekleme, Dünya Turizm Örgütü'nün resmi olarak yayımladığı en güncel veriler olan 2015 yılının turizm gelirlerine göre ilk 10 sırada yer alan 5 Avrupa ülkesi ve Türkiye olarak belirlenmiştir. Türkiye'nin dahil edilmesindeki temel neden ise kıyaslamaların yapılabilmesidir. Ancak Fransa turizm talebine yönelik aylık verilere ulaşamamıştır. Bu nedenle Fransa örneklemden çıkarılmış ve araştırma kısıtı olarak gösterilmiştir. Son olarak araştırmanın örnekleme Türkiye, İspanya, İngiltere, İtalya ve Almanya olarak belirlenmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma kapsamında, turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki ilişki 2002 – 2015 yılları arasında 5 ülke üzerinden incelenmiştir. Yapılan alanyazın taramalarında, turizm talebinin sıklıkla kırılğan ve aşırı esnek bir yapıda olduğundan söz edildiği görülmüştür. Bunun en temel nedeni turizmin, fiyat ve tüketici gelirinden yoğun şekilde etkilenen bir sektör olması ve lüks mal sınıfında değerlendirilmesidir (Öztaş ve Karabulut, 2006; Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2011; Bahar ve Kozak, 2014; Çeken, 2014; Özkök, 2014). Turizmin hala lüks mal olarak kabul edilmesi, tüketici gelirlerindeki değişimlerden yoğun olarak etkilenmesinden de anlaşılmaktadır. Bu çalışmada turizm ve paranın bir göstergesi olan döviz kuru arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki ilişki Johansen Eşbütünleşme, VECM, Granger Nedensellik ve VAR modelleri aracılığıyla incelenmiştir.

Yapılan araştırma sonucunda, 2002 – 2015 arası dönem için Türkiye, Almanya ve İtalya'nın turizm talepleri ile reel döviz kurları arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Aralarında uzun dönemli anlamlı bir ilişki tespit edilen üç ülkeye VECM çerçevesinde Granger Nedensellik analizi uygulanarak kısa ve uzun dönem nedensellik ilişkisi incelenmeye çalışılmıştır. Granger nedensellik analizi sonucunda, Türkiye reel döviz kurunun uzun dönemde turizm talebinin “Granger nedeni” olduğu belirlenmiştir. Almanya'ya yönelik yapılan Granger nedensellik analizi sonucunda, reel döviz kurunun ve turizm talebinin uzun dönemde karşılıklı nedensellik ilişkisi içerisinde olduğu görülmüştür. İtalya turizm talebinin ve reel döviz kurunun değişken olarak kullanıldığı Granger nedensellik analizi sonucunda, değişkenler arasında uzun dönemli çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Yapılan araştırma, Granger'in uzun dönemde eşbütünleşik olan seriler arasında en az bir nedensellik ilişkisi bulunmalıdır teoremini destekler niteliktedir. Ayrıca alanyazında döviz kuru ile turizm talebi arasında uzun dönemli ilişki ortaya koyan çalışmalarla da uyumlu olduğu görülmüştür (İçöz, Var ve Kozak, 1998; Webber, 2001; Dritsakis, 2004; Chen ve Chiou-Wei, 2009; Santana-Gallego, Ledesma-Rodriguez ve Perez-Rodriguez, 2010; Uğuz ve Topbaş, 2011; Kaya ve Çömlekçi, 2013; Bozkurt ve Pekmezci, 2015). Türkiye, Almanya ve İtalya'nın reel döviz kurları ve turizm talepleri arasında kısa dönemde anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Araştırma kapsamında analize tabi tutulacak diğer ülkeler İngiltere ve İspanya olarak belirlenmiştir. Öncelikle Genişletilmiş Dickey-Fuller durağanlık sınaması yapılan değişkenlerin birinci mertebede durağan olduğu görülmüştür. VAR modeli kurularak değişkenlerin gecikme uzunlukları, Schwarz ve Akaike bilgi kriterlerine göre belirlenmiştir. Devamında yapılan Johansen Eşbütünleşme analizi sonucunda değişkenler arasında uzun dönemli ilişki tespit edilememiştir. Alanyazın incelendiğinde, reel döviz kuru ve turizm talebi arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunamayan çalışmaların da mevcut olduğu görülmüştür (Eugenio-Martin, Morales ve Scarpa, 2004; Mervar ve Payne, 2007, Demirel, Bozdağ ve İnci, 2008).

Eşbütünleşme ilişkisi tespit edilemeyen verilerde Granger nedensellik ilişkisi, değişkenlerin birinci farkları alınarak VAR modelinde yerine yazılmasıyla incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda nedensellik ilişkisi de bulunamamış ve değişkenler etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırma analizleri aracılığıyla incelenmiştir. İspanya ve İngiltere turizm talebinin, incelenen dönemler boyunca reel döviz kuruyla ilişkili olmadığı tespit edilmiştir.

Türkiye açısından genel bir değerlendirme yapıldığında, reel döviz kurunun destinasyonu tercih eden kişiler için önemli bir değişken olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada Türkiye'nin, rekabet halinde olduğu Avrupa ülkelerine göre daha uygun turistik ürün fiyatına sahip olmasının uzun dönemde turizm talebini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Turistlerin Türkiye'yi tercihlerinde fiyatın önemli bir gösterge olduğu, turistlerin ortalama harcamasının 2015 yılı için 756 dolar olmasından da anlaşılmaktadır. Ayrıca yıllara göre turizm talebi artan trendli bir yapıda seyrederken, ortalama turist harcamalarının da azalan bir yapıda seyrettiği görülmüştür (TUİK, 2016). Varyans ayrıştırma analizi sonucunda da, reel döviz kurlarının turizm talebinin yaklaşık %27'sini açıklaması bu varsayımı destekler niteliktedir.

İtalya ve Almanya'nın turizm talepleri ve reel döviz kurları arasında uzun dönemli ve karşılıklı nedensellik ilişkisinin tespit edilmesi, değişkenlerin birbirine bağımlı olarak hareket ettiğini göstermektedir. Ancak etki tepki fonksiyonlarında ve varyans ayrıştırma analizlerinde belirgin bir etkileşim gözlemlenememiştir. Bu durumun İtalya ve Almanya'nın Avrupa Birliği üyesi olmalarından ve AB'nin serbest dolaşıma imkan sağlamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. İtalya, Akdeniz Çanağı'nda yer almasından dolayı çevresinde bulunan ülkelerle benzer

turistik ürünlere sahiptir. Bu bağlamda, diğer ülkelerle rekabette döviz kurlarını bir rekabet stratejisi olarak belirleyip uzun dönemde bunun avantajlarını yaşayabileceği düşünülmektedir. Analiz ve bulgular bölümünde de değinildiği gibi Almanya turizm açısından belirli bir potansiyele sahip olsa da, turizm sektörü, üretim sektörünün gerisinde kalmaktadır. Bu bağlamda Almanya'nın turistik ürününü farklılaştırmak adına döviz kurlarını bir rekabet stratejisi olarak kullanabileceği düşünülmektedir.

İngiltere coğrafi konumu bakımından klasik turizm (deniz-kum-güneş) anlayışına çok da uygun bir ülke olarak görülmemektedir. Bu nedenle turistler, İngiltere'yi daha çok eğitim veya kültür turizmi amacıyla ziyaret etmektedir. Bu noktada da tüketici tercihlerinin fiyat ve döviz kuru gibi maddi temelli değişkenlerden çok fazla etkilenmediğini söylemek mümkündür. Yapılan analizler sonucunda kısa ve uzun dönemde ilişki tespit edilememesi de bu durumu destekler niteliktedir.

Yapılan analizler İspanya açısından değerlendirildiğinde de, elde edilen sonuçlar İngiltere ile benzerlik göstermektedir. Ancak bu iki ülke arasındaki temel fark İspanya'nın sahip olduğu turistik değerlerden ve dünya genelinde üne sahip destinasyonlarından kaynaklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, İspanya gibi turizm geliri ve turist sayısı bakımından üst sıralarda yer alan bir Avrupa ülkesidir. İspanya'nın tüketicilerde yarattığı moda, zevk ve beklenti algılarının maddi temelli değişkenlere karşı bir üstünlük kurduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda İspanya turizm talebinin reel döviz kuru gibi fiyatın göstergesi değişkenlerden etkilenmediği tespit edilmiştir.

Bu araştırmada, 2002 – 2015 yılları arası dönem, örneklem olarak belirlenen 5 ülke açısından incelenmiştir. İleride yapılacak olan araştırmalarda, ülke sayıları artırılarak veya gözlemlenen dönem uzatılarak yeni çalışmaların yapılabileceği düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akat, Ö. (2002). *Turizm İşletmeciliği*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Akdi, Y. (2003). *Zaman Serileri Analizi*, Bıçaklar Kitabevi, Ankara.
- Akinboade, O. A. ve Braimoh, L. A. (2010). “International Tourism and Economic Development in South Africa: A Granger Causality Test”, *International Journal of Tourism Research*, S: 12, ss: 149-163.
- Akyüz (2009). *Turistik Ürün Arzının Planlanması*, Editör: Orhan Batman ve Oğuz Türkay, *Turizm Politikaları*, Değişim Yayınları, İstanbul.
- Akgül, I. (2003). *Zaman Serilerinin Analizi ve ARIMA Modelleri*, Der Yayınevi, İstanbul.
- Almanya İstatistik Kurumu, <https://www.destatis.de>, 3 Ocak 2017.
- Alpar, R. (2013). *Çok Değişkenli İstatiksel Yöntemler*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Arellano, M. (2002). *Panel Data Econometrics*, Oxford Üniversitesi Yayınları, İngiltere.
- Aslan, A. (2008). “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm Üzerine Ekonometrik Bir Analiz”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Kayseri.
- Ata ve Yücel, (2003). “Eşbütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye Uygulaması”, *Çukurova İİBF Dergisi*, C: 12, S:12, ss: 97-110.
- Aydın, A., Darıcı, B. ve Taşçı, H. M. (2015). “Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S: 45, ss: 143-177, Kayseri.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). “Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeler ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 16, Sayı: 2, Sayfa: 139-152, Eskişehir.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2014). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Balaguer, J. ve Cantavella-Jorda, M. (2002). “Tourism As A Long-Run Economic Growth Factor: Spanish Case”, *Applied Economics*, ss: 877-884.
- Baltagi, B.H. (2002). *Econometrics*, Springer-Verlag, Almanya.
- Belloumi, M. (2010). “The Relationship Between Tourism Receipts, Real Exchange Rate and Economic Growth in Tunisia”, *International Journal of Tourism Research*, S: 12, ss: 550-560.

Box, G.E.P. ve Jenkins, G.M. (1976). *Time Series Analysis: Forecasting and Control*, Holden-Day, Oakland, California.

Bozkurt, H. (2007). *Zaman Serileri Analizi*, Ekin Kitabevi, Bursa.

Bozkurt, K. ve Pekmezci, A. (2015). “Turizm Talebi ve Döviz Kuru Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Ekonometrik Bir Analiz”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, S: 10(2), ss: 91-105.

Brida, J. G. ve Risso, W. A. (2009). “Tourism As A Long-Run Economic Growth: An Empirical Analysis for Chile”, *European Journal of Tourism Research*, S: 2, ss: 178-185.

Bulut, Ş. ve Özdemir, A. (2012). “İstanbul Menkul Kıymetler Borsası ve Dow Jones Industrial Arasındaki İlişki: Eşbütünleşme Analizi”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C:19, S:1, ss: 211-224.

Chen, C. F. ve Chiou-Wei, S. Z. (2009). “Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea”, *Tourism Management*, S: 30, ss: 812-818.

Corneo, G. ve Jeanne, O. (1997). *Conspicuous Consumption, Snobbism and Conformism*, *Journal of Public Economics*, S: 66, ss: 55-71.

Coşkun, İ. O. (2011). “Turizm Endüstrisinde Talep Oynaklığının Çok Değişkenli GARCH (MGARCH) Modelleri ile Analizi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi*.

Crouch, G. I. (1994). “A Meta-Analysis of Tourism Demand”, *Annals of Tourism Research*, C: 22, S: 1, ss: 103-118.

Cuthbertson, K., Hall, S. G. ve Taylor, M. P. (1992). *Applied Econometric Techniques*, Harvester Wheatsheaf, İngiltere.

Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Çetintaş, H. ve Bektaş, Ç. (2008). “Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, C: 19, S:1, ss: 37-44.

Çimat, A. ve Bahar, O. (2003). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi*, S:6, ss: 1-18.

Demirel, B., Alparlan, B., Bozdağ, E. G. ve İnci, A. G. (2008). “The Impact of Exchange Rate Volatility on Tourism Sector: A Case Study, Turkey” *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, C: 6, S: 2, ss: 117-126.

Dinler, Z. (2002). *İktisada Giriş*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.

Dritsakis, N. (2004). "Cointegration Analysis of German and British Tourism Demand for Greece", *Tourism Management*, S: 25, ss: 111-119.

Düğer, İ. H. ve Dulupçu, M. (2000). *İktisada Giriş*, Graphics Yayınları, İstanbul.

Dünya Turizm Örgütü, <http://www.e-unwto.org/>, 27 Aralık 2016.

Eren, A. (2015). *Türkiye Ekonomisi*, Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.

Eugenio-Martin, J. L., Morales, N. M. ve Scarpa, R. (2004). "Tourism and Economic Growth in Latin America Countries: A Panel Data Approach", *Natural Resources Management*, ss: 1-28.

Franq, C., Hallin, M. ve Taylor, R. (2016). "Special Issue on Time Series Econometrics", *Computational Statistics and Data Analysis*, V: 100, pp: 631-632.

Federal Rezerv Bankası, <https://fred.stlouisfed.org>, 25 Aralık 2016.

Granger, C. (1969). "Investigating Causal Relation by Econometric Models and Cross-Spectral Methods", *Econometrica*, S:37, ss: 427-438.

Gönen, İ. (2004). "Dönemsel Olayların Turizm Ekonomisine Etkileri ve Çözüm Önerileri", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi, Balıkesir.

Greene, W.H. (2003). *Econometric Analysis*, Fifth Edition, Prentice Hall, ABD.

Günay, S., Eğrioglu, E. ve Aladağ, C. (2007). *Tek Değişkenli Zaman Serileri Analizine Giriş*, Hacettepe Üniversitesi Yayınları, Ankara.

İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi: Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkiler*, Turhan Kitabevi, Ankara.

İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitabevi, Ankara.

İçöz, O. (2007). *Genel Turizm: Turizmde İlkeler ve Temel Kavramlar*, Turhan Kitabevi, Ankara.

İngiltere İstatistik Kurumu, <https://www.visitbritain.org/>, 4 Ocak 2017.

İspanya İstatistik Kurumu, <http://www.ine.es/en>, 7 Ocak 2017.

İtalya İstatistik Kurumu, <http://www.bancaditalia.it/>, 8.Ocak 2017.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın ve Dağıtım, Ankara.

Kaya, V. ve Çömlekçi, S. (2013). "Döviz Kuru Oynaklığının Turizm Sektörüne Etkileri: Türkiye Örneği", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, S:10, ss: 82-89.

Kaya, M. (2016). “Türkiye’de Cari Açık Sorunu ve Nedenleri”, *Dicle İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C:6, S: 10, ss:51-75.

Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, C: 13, S: 2, ss: 351-360.

Kotler, P., Bowen, J.T. ve Makens, J.C. (2010). *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearson Education, New Jersey, ABD.

Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm: İlkeler ve Kavramlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Mervar, A. ve Payne, J. E. (2007). “An Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates”, *Tourism Economics*, S:13, ss: 407-420.

Montgomery, D.C., Peck, E.A. ve Vining, G.G. (2013). *Doğrusal Regresyon Analizine Giriş*, (Erar, M.A., Çev), Nobel Yayıncılık, Ankara.

Newbold, P., Carlson, W.L. ve Thorne, B.M. (2012). *Statistics for Business and Economics*, Pearson Education Limited, İngiltere.

Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.

Ourfelli, C. (2008). “Cointegration Analysis of Quarterly European Tourism Demand in Tunisia”, *Tourism Management*, S: 29, ss: 127-137.

Özer, M. ve Kırca, M. (2014). “Turizm Gelirleri, İhracat ve İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkilerin Zaman Serisi Analizi”, *3. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, ss: 684-707.

Özer, M. ve Tiryaki, A. (2015). *İktisada Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Özkök, F. (2014). *Turizm Ekonomisi*, Ceren Yayıncılık, Edirne.

Özmen, A. (1986). “Zaman Serisi Analizinde Box-Jenkins Yöntemi ve Banka Mevduat Tahmininde Uygulama Denemesi”, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Eskişehir.

Özsağır, A. ve Çütcü, İ. (2015). “İnovasyon – Dış Ticaret Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Vektör Hata Düzeltme Modelleri İle Türkiye Analizi (1980-2013)”, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, C:10, S:12, ss:119-132.

Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Sandy, R. (1989). *Statistics for Business and Economics*, Mc-Graw Hill, ABD.



Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodriguez, F. J. ve Perez-Rodriguez, J. V. (2010). "Exchange Rate Regimes and Tourism", *Tourism Economics*, C: 16, S:1, ss: 25-43.

Sarı, Y. (2003). "Bölgesel Düzeyde Hazırlanan Web Sitelerinin Turizm Talebi Üzerine Etkisinin Araştırılması: Muğla Bölgesinde Bir Uygulama", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Doktora Tezi.

Seddighi, H.R., Lawyer, K.A. ve Katos, A.V. (2000). *Econometrics: A Pratical Approach*, Routledge, London.

Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2014). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi*, Dora Yayıncılık, Bursa.

Seyidoğlu, H. (2003). *Ekonomik Terimler Ansiklopedisi*, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

Sezgin, O. M. ve Acar, Y. (1991). *Turizm Tanıtım – Pazarlama – Ekonomi*, Baştem Yayınları, Ankara.

Sezgin, M. O. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Uğuz, S. Ç. ve Topbaş, F. (2011). "Döviz Kuru Oynaklığı ve Turizm Talebi İlişkisi: 1990-2010 Türkiye Örneği", 2. *Uluslararası Ekonomi Konferansı*, Eskişehir.

Ünlüönen, K. ve Tayfun, A. (2005). *Ekonomi*, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.

Ünlüönen, K, Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2011). *Turizm Ekonomisi*, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.

Tarı, R. (2014). *Ekonometri*, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Temizkan, S. P. (2015). *Sağlık Turizmi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, <http://www.tcmb.gov.tr>, 25 Aralık 2016.

Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr/>, 29 Aralık 2016.

Usta, Ö. (2001). *Turizm / Genel ve Yapısal Yaklaşım*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Veblen, T., *The Theory of The Leisure Class*, 2007, (Çevrimiçi), [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=lang\\_en&id=HWVxrmsUvfIC&oi=fnd&pg=PR5&dq=thorstein+veblen&ots=WgB8bXHfXb&sig=kA3RroMVH0DTQ9mtLSkDQbs-bvc&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=lang_en&id=HWVxrmsUvfIC&oi=fnd&pg=PR5&dq=thorstein+veblen&ots=WgB8bXHfXb&sig=kA3RroMVH0DTQ9mtLSkDQbs-bvc&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false), 23 Haziran 2016.

Webber, A. G. (2001). "Exchange Rate Volatility and Cointegration in Tourism Demand", *Journal of Travel Research*, S: 39, ss: 398-405.

Yarcan, Ş. (1994). *Türkiye'de Turizm ve Uluslararasılaşma*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Zengin, A. (2000). “Reel Döviz Kuru Hareketleri ve Dış Ticaret Fiyatları (Türkiye Ekonomisi Üzerine Ampirik Bulgular)”, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt:2, Sayı:2.



## EKLER LİSTESİ

### EK 1: Araştırma Veri Seti

TARİH	TÜRKİYE		İSPANYA		İNGİLTERE	
	TT	RDK	TT	RDK	TT	RDK
1.1.2002	306597	100,000	2178691	100,000	1940000	100,000
1.2.2002	426405	102,404	2599398	99,665	1810000	100,172
1.3.2002	675687	100,951	3671074	100,268	2000000	99,587
1.4.2002	852930	105,181	3655817	101,417	2220000	100,094
1.5.2002	1325752	96,439	4482919	102,500	1920000	99,088
1.6.2002	1457615	87,929	5021743	103,638	2080000	98,144
1.7.2002	1897112	78,506	6694014	103,672	2180000	100,172
1.8.2002	1900120	80,306	7344750	103,616	1990000	100,335
1.9.2002	1770566	84,188	5058634	103,806	2020000	101,427
1.10.2002	1420386	89,330	4328167	104,810	2100000	101,653
1.11.2002	662985	94,627	2673690	105,123	2010000	100,850
1.12.2002	559873	94,691	2621728	105,547	2090000	100,749
1.1.2003	363983	91,014	2393246	105,859	2160000	99,033
1.2.2003	481252	92,865	2679125	106,060	2000000	97,699
1.3.2003	499663	92,338	3302468	106,685	1940000	95,960
1.4.2003	669288	95,154	4207964	107,533	1820000	95,227
1.5.2003	1146309	100,746	4716094	108,783	1730000	93,972
1.6.2003	1510951	104,448	5056196	108,884	2270000	95,641
1.7.2003	2130949	107,842	6847249	107,656	2020000	94,923
1.8.2003	2275055	109,397	6917438	107,522	2120000	94,572
1.9.2003	1874329	111,711	4994252	107,455	2150000	94,837
1.10.2003	1657726	104,679	4351947	108,795	2210000	95,921
1.11.2003	776181	102,982	2658574	109,063	2220000	96,436
1.12.2003	643872	102,635	2729262	110,078	2190000	97,013
1.1.2004	533694	107,752	2554887	109,464	2130000	98,635
1.2.2004	607854	108,934	2948888	109,152	2370000	100,998
1.3.2004	784107	112,495	3279133	108,806	2210000	100,289
1.4.2004	1104270	110,361	4182442	109,286	2260000	100,140
1.5.2004	1799130	99,961	4903627	110,123	2220000	99,797
1.6.2004	1898435	100,077	4855562	110,257	2250000	101,022
1.7.2004	2591140	102,597	6915294	109,554	2280000	100,881
1.8.2004	2492794	102,173	6844849	109,810	2440000	100,265
1.9.2004	2125025	100,887	5301203	110,000	2280000	98,456
1.10.2004	1842277	102,173	4710414	111,272	2280000	97,442
1.11.2004	948815	102,944	2871639	112,054	2350000	97,411
1.12.2004	789367	104,306	3061894	112,076	2570000	99,158
1.1.2005	700469	109,539	2712863	110,725	2510000	97,380

<b>1.2.2005</b>	696643	112,714	2955391	110,056	2460000	98,011
<b>1.3.2005</b>	1107348	111,428	3835168	110,859	2480000	98,043
<b>1.4.2005</b>	1348264	109,166	4155338	111,853	2320000	98,885
<b>1.5.2005</b>	2302389	110,824	5170770	111,373	2610000	98,222
<b>1.6.2005</b>	2402912	114,835	5262955	110,446	2650000	98,854
<b>1.7.2005</b>	3180802	117,084	7495663	109,609	2470000	95,999
<b>1.8.2005</b>	2861141	115,310	7318761	110,078	2500000	96,764
<b>1.9.2005</b>	2502123	116,416	5788786	110,156	2430000	97,372
<b>1.10.2005</b>	2108398	118,499	4918458	110,647	2460000	96,280
<b>1.11.2005</b>	1052561	121,944	3119567	110,536	2610000	96,226
<b>1.12.2005</b>	861836	122,149	3180058	110,580	2480000	96,335
<b>1.1.2006</b>	667337	122,419	2729475	110,346	2660000	95,188
<b>1.2.2006</b>	626565	123,988	3032159	109,576	2430000	95,134
<b>1.3.2006</b>	921892	122,471	3830261	110,446	2590000	94,416
<b>1.4.2006</b>	1372922	121,725	4900226	111,953	2900000	94,331
<b>1.5.2006</b>	1918809	111,107	5527699	112,813	2640000	97,504
<b>1.6.2006</b>	2368628	101,298	5527126	113,225	2620000	97,450
<b>1.7.2006</b>	3109727	105,116	7563719	112,467	2800000	97,247
<b>1.8.2006</b>	2905817	109,654	7428402	112,444	3000000	99,376
<b>1.9.2006</b>	2267146	110,310	6006950	112,143	2930000	99,548
<b>1.10.2006</b>	1713916	112,521	5067722	112,333	2500000	99,672
<b>1.11.2006</b>	1020106	113,472	3162697	112,734	2820000	100,078
<b>1.12.2006</b>	926968	113,061	3228025	113,058	2800000	101,263
<b>1.1.2007</b>	714425	116,159	2821632	111,964	2700000	101,536
<b>1.2.2007</b>	787048	118,126	3160312	111,741	2680000	101,115
<b>1.3.2007</b>	1099960	116,583	4068344	112,511	2700000	99,657
<b>1.4.2007</b>	1520954	119,810	4686834	113,828	2840000	99,992
<b>1.5.2007</b>	2287645	122,072	5395227	113,795	2720000	99,439
<b>1.6.2007</b>	2774076	123,306	5745181	113,661	2620000	100,156
<b>1.7.2007</b>	3624156	123,898	7633521	112,969	2650000	100,203
<b>1.8.2007</b>	3384065	121,121	7561898	112,913	2660000	99,758
<b>1.9.2007</b>	2799276	125,260	6035341	113,348	2750000	98,347
<b>1.10.2007</b>	2152908	130,904	5023913	114,710	2770000	97,731
<b>1.11.2007</b>	1177475	130,801	3304307	115,614	2830000	96,522
<b>1.12.2007</b>	1018923	132,729	3228994	115,636	2860000	95,017
<b>1.1.2008</b>	782786	132,858	2879846	114,888	2760000	90,837
<b>1.2.2008</b>	896482	131,007	3360500	114,241	3010000	90,299
<b>1.3.2008</b>	1305297	122,021	4333369	115,949	2880000	88,903
<b>1.4.2008</b>	1647903	116,789	4583335	117,333	2660000	87,320
<b>1.5.2008</b>	2748564	124,103	5649384	117,054	2810000	87,335
<b>1.6.2008</b>	3305832	124,206	5779578	117,109	2580000	87,554
<b>1.7.2008</b>	4084764	125,415	7066558	116,384	2680000	87,351
<b>1.8.2008</b>	3762136	133,539	7336705	114,944	2790000	86,571
<b>1.9.2008</b>	2981044	131,521	5682501	114,196	2500000	85,245
<b>1.10.2008</b>	2462497	120,504	4777731	113,661	2570000	84,957

<b>1.11.2008</b>	1267996	117,046	2927417	113,348	2380000	79,911
<b>1.12.2008</b>	1091376	117,277	2815090	115,268	2380000	75,365
<b>1.1.2009</b>	751817	116,120	2517980	113,929	2520000	73,477
<b>1.2.2009</b>	898927	114,693	2833450	113,047	2450000	76,020
<b>1.3.2009</b>	1207729	111,428	3434132	114,096	2570000	74,210
<b>1.4.2009</b>	1750281	116,056	4511701	114,565	2540000	75,716
<b>1.5.2009</b>	2718788	117,264	4988169	114,721	2330000	77,548
<b>1.6.2009</b>	3263089	115,696	5203390	115,592	2680000	80,995
<b>1.7.2009</b>	4343025	117,920	6678047	114,732	2420000	80,777
<b>1.8.2009</b>	3760372	118,216	6723277	114,888	2470000	80,753
<b>1.9.2009</b>	3136010	116,635	5133169	115,201	2500000	78,578
<b>1.10.2009</b>	2617193	119,090	4607406	116,306	2390000	76,706
<b>1.11.2009</b>	1403740	117,971	2837367	116,763	2450000	78,390
<b>1.12.2009</b>	1226143	118,871	2709553	115,859	2550000	77,969
<b>1.1.2010</b>	809974	125,209	2542841	113,772	2510000	78,390
<b>1.2.2010</b>	953848	126,134	2723363	111,953	2450000	77,720
<b>1.3.2010</b>	1414616	124,978	3543400	111,931	2320000	74,928
<b>1.4.2010</b>	1744628	129,451	3910779	112,087	2210000	76,831
<b>1.5.2010</b>	3148337	129,695	5045676	110,692	2530000	76,776
<b>1.6.2010</b>	3500024	128,937	5289108	110,056	2520000	78,796
<b>1.7.2010</b>	4358275	127,561	6981417	110,502	2610000	79,116
<b>1.8.2010</b>	3719180	128,873	6985291	110,458	2570000	80,551
<b>1.9.2010</b>	3486319	130,132	5351470	110,547	2470000	78,851
<b>1.10.2010</b>	2840095	132,858	4806009	112,801	2570000	76,963
<b>1.11.2010</b>	1491005	132,215	2911187	112,612	2600000	78,461
<b>1.12.2010</b>	1165903	126,546	2586430	111,886	2450000	78,422
<b>1.1.2011</b>	975723	122,265	2655823	110,859	2460000	78,679
<b>1.2.2011</b>	1079505	118,858	2784271	111,049	2470000	79,654
<b>1.3.2011</b>	1617782	117,367	3510049	112,020	2660000	78,094
<b>1.4.2011</b>	2290722	119,655	4612689	113,717	2570000	77,860
<b>1.5.2011</b>	3283125	118,396	5134990	113,158	2490000	77,977
<b>1.6.2011</b>	3780637	114,411	5734891	113,103	2670000	77,111
<b>1.7.2011</b>	4597475	110,670	7385628	112,009	2660000	77,002
<b>1.8.2011</b>	4076783	104,975	7489515	112,188	2560000	78,234
<b>1.9.2011</b>	3923546	106,299	5934029	111,618	2550000	78,133
<b>1.10.2011</b>	3039754	108,227	5257086	112,377	2630000	78,281
<b>1.11.2011</b>	1596295	111,891	3004607	112,388	2510000	79,248
<b>1.12.2011</b>	1194729	110,798	2673306	111,507	2530000	79,896
<b>1.1.2012</b>	981611	114,128	2811021	108,996	2640000	79,552
<b>1.2.2012</b>	997571	117,162	2797620	108,850	2490000	79,568
<b>1.3.2012</b>	1460563	115,015	3592387	109,085	2660000	79,576
<b>1.4.2012</b>	2168715	116,802	4495693	110,301	2800000	80,979
<b>1.5.2012</b>	3232926	117,676	5385212	109,598	2620000	82,149
<b>1.6.2012</b>	3882592	118,049	5996190	109,241	2360000	81,268
<b>1.7.2012</b>	4571389	119,514	7654573	108,013	2520000	82,391

<b>1.8.2012</b>	4470202	119,707	7749332	108,259	2410000	82,500
<b>1.9.2012</b>	3991415	117,200	6202106	110,123	2570000	82,602
<b>1.10.2012</b>	3050981	118,473	5123303	111,094	2510000	82,266
<b>1.11.2012</b>	1631647	120,491	3020767	110,737	2730000	82,500
<b>1.12.2012</b>	1343220	119,347	2636291	111,283	2840000	82,563
<b>1.1.2013</b>	1104754	121,918	2724784	110,558	2620000	80,979
<b>1.2.2013</b>	1268440	121,340	2802652	110,804	2710000	78,687
<b>1.3.2013</b>	1841154	121,802	3873907	109,989	2600000	77,883
<b>1.4.2013</b>	2451031	122,741	4646791	110,502	2760000	79,038
<b>1.5.2013</b>	3810236	121,031	5766897	110,647	2690000	79,381
<b>1.6.2013</b>	4073906	116,917	6299188	111,629	2670000	79,771
<b>1.7.2013</b>	4593511	116,159	7836182	110,915	2660000	78,874
<b>1.8.2013</b>	4945999	112,971	8335569	111,797	2860000	80,044
<b>1.9.2013</b>	4266133	109,796	6497953	111,417	2760000	81,767
<b>1.10.2013</b>	3402460	111,750	5466491	112,310	2800000	81,697
<b>1.11.2013</b>	1709479	110,683	3333234	112,478	2720000	82,656
<b>1.12.2013</b>	1442995	107,854	3091842	113,002	2840000	83,787
<b>1.1.2014</b>	1146815	103,162	3060796	111,719	2800000	84,504
<b>1.2.2014</b>	1352184	103,882	3116389	111,484	2850000	84,996
<b>1.3.2014</b>	1851980	103,805	3896455	111,842	2790000	84,606
<b>1.4.2014</b>	2652071	109,204	5262231	112,467	2820000	85,323
<b>1.5.2014</b>	3900096	111,428	6090622	112,065	2830000	85,776
<b>1.6.2014</b>	4335075	110,824	6580918	111,585	3050000	86,696
<b>1.7.2014</b>	5214519	111,685	8264111	110,257	2850000	87,616
<b>1.8.2014</b>	5283333	110,901	9080826	110,000	2890000	86,860
<b>1.9.2014</b>	4352429	110,567	7009227	109,342	2920000	86,438
<b>1.10.2014</b>	3439554	112,251	5891156	109,509	2820000	86,399
<b>1.11.2014</b>	1729803	115,696	3424912	109,487	2900000	85,994
<b>1.12.2014</b>	1580041	114,372	3261302	109,152	2820000	86,649
<b>1.1.2015</b>	1250941	118,691	3171755	106,194	2870000	86,836
<b>1.2.2015</b>	1383343	114,192	3283003	105,067	2880000	88,700
<b>1.3.2015</b>	1895940	111,968	4152918	103,973	2880000	88,700
<b>1.4.2015</b>	2437263	110,001	5403220	104,308	3030000	88,287
<b>1.5.2015</b>	3804158	108,652	6509512	105,569	3100000	89,597
<b>1.6.2015</b>	4123109	106,170	6680003	106,317	3030000	90,439
<b>1.7.2015</b>	5480502	108,034	8801648	104,866	3030000	91,726
<b>1.8.2015</b>	5130967	103,098	9266797	105,658	2980000	92,482
<b>1.9.2015</b>	4251870	98,419	7184760	106,116	3010000	90,782
<b>1.10.2015</b>	3301194	102,301	6479786	106,440	3260000	90,299
<b>1.11.2015</b>	1720554	107,957	3710239	105,424	2980000	92,053
<b>1.12.2015</b>	1464791	106,260	3470319	106,027	3020000	90,486
<b>TARİH</b>	<b>İTALYA</b>		<b>ALMANYA</b>			
	<b>TT</b>	<b>RDK</b>	<b>TT</b>	<b>RDK</b>		
<b>1.1.2002</b>	1137165	100,000	943664	100,000		
<b>1.2.2002</b>	1587172	99,758	1077564	99,608		

<b>1.3.2002</b>	2468309	99,779	1203094	99,577
<b>1.4.2002</b>	2835534	99,789	1378760	99,125
<b>1.5.2002</b>	4455179	101,032	1570969	100,322
<b>1.6.2002</b>	4119985	102,601	1740891	101,972
<b>1.7.2002</b>	4944858	103,990	2331602	103,421
<b>1.8.2002</b>	4479793	103,727	2105071	102,847
<b>1.9.2002</b>	4364352	103,685	1818522	102,576
<b>1.10.2002</b>	3293223	103,896	1543898	102,415
<b>1.11.2002</b>	1455131	104,517	1165332	102,294
<b>1.12.2002</b>	1214345	104,759	1088848	103,682
<b>1.1.2003</b>	1199000	106,264	986714	104,789
<b>1.2.2003</b>	1597867	106,496	1070213	105,675
<b>1.3.2003</b>	2086125	106,707	1236070	105,715
<b>1.4.2003</b>	3023927	106,959	1309367	105,292
<b>1.5.2003</b>	3719512	109,055	1608168	107,134
<b>1.6.2003</b>	4233179	109,286	1737769	107,908
<b>1.7.2003</b>	4710170	108,739	2355790	107,425
<b>1.8.2003</b>	4283161	108,181	2108803	106,449
<b>1.9.2003</b>	3992596	107,960	1873278	105,876
<b>1.10.2003</b>	3196391	108,918	1671623	106,912
<b>1.11.2003</b>	1409227	109,149	1225686	106,560
<b>1.12.2003</b>	1269317	110,413	1208856	109,015
<b>1.1.2004</b>	1337008	110,929	1005483	109,407
<b>1.2.2004</b>	1776377	110,865	1219577	109,347
<b>1.3.2004</b>	2201285	109,770	1385628	108,099
<b>1.4.2004</b>	3183720	108,802	1499354	107,033
<b>1.5.2004</b>	4264197	109,339	1872914	107,526
<b>1.6.2004</b>	4102635	109,497	1875982	107,425
<b>1.7.2004</b>	5026891	109,781	2553360	107,898
<b>1.8.2004</b>	4384118	109,749	2234968	107,717
<b>1.9.2004</b>	4400014	109,686	2080542	107,365
<b>1.10.2004</b>	3260944	109,813	1779164	107,677
<b>1.11.2004</b>	1551921	110,476	1342381	108,109
<b>1.12.2004</b>	1226629	111,065	1284868	109,961
<b>1.1.2005</b>	1358085	110,392	1131921	108,150
<b>1.2.2005</b>	1692370	109,644	1315463	107,486
<b>1.3.2005</b>	2588298	109,960	1381903	108,029
<b>1.4.2005</b>	2779026	109,370	1660625	107,013
<b>1.5.2005</b>	4449745	108,928	1848040	106,409
<b>1.6.2005</b>	4028288	107,486	2059670	104,870
<b>1.7.2005</b>	5381895	107,728	2698803	105,242
<b>1.8.2005</b>	4559516	107,928	2514587	105,403
<b>1.9.2005</b>	4539872	107,202	2153355	104,719
<b>1.10.2005</b>	3455164	106,917	1878743	104,306
<b>1.11.2005</b>	1584508	106,675	1430057	103,542

<b>1.12.2005</b>	1341413	106,454	1426130	104,246
<b>1.1.2006</b>	1459267	106,907	1205176	103,974
<b>1.2.2006</b>	1895861	106,233	1377410	103,491
<b>1.3.2006</b>	2356438	106,622	1518039	103,743
<b>1.4.2006</b>	3639541	106,907	1700716	104,155
<b>1.5.2006</b>	4471851	107,917	2059658	104,819
<b>1.6.2006</b>	4882632	108,296	2615651	105,423
<b>1.7.2006</b>	5797532	108,602	2925467	105,926
<b>1.8.2006</b>	4928831	108,570	2580041	105,403
<b>1.9.2006</b>	5068042	108,360	2409328	104,900
<b>1.10.2006</b>	3628668	107,875	2051136	104,628
<b>1.11.2006</b>	1693980	108,118	1547908	104,779
<b>1.12.2006</b>	1371184	108,307	1580445	105,866
<b>1.1.2007</b>	1509798	107,991	1288085	105,413
<b>1.2.2007</b>	1951484	108,054	1447159	105,624
<b>1.3.2007</b>	2662683	108,128	1683092	105,775
<b>1.4.2007</b>	3661925	108,023	1898943	106,228
<b>1.5.2007</b>	4680561	107,939	2141824	105,826
<b>1.6.2007</b>	4999055	107,802	2317402	105,453
<b>1.7.2007</b>	5970120	108,233	3018483	106,319
<b>1.8.2007</b>	5236789	108,202	2730884	105,916
<b>1.9.2007</b>	5257973	108,275	2422034	106,278
<b>1.10.2007</b>	3724145	108,444	2192389	106,379
<b>1.11.2007</b>	1770780	109,002	1634048	107,144
<b>1.12.2007</b>	1447809	108,833	1645480	107,355
<b>1.1.2008</b>	1595913	109,276	1354733	106,761
<b>1.2.2008</b>	2004381	108,644	1621816	106,258
<b>1.3.2008</b>	2951553	110,034	1681037	107,828
<b>1.4.2008</b>	3216183	110,339	1972093	107,616
<b>1.5.2008</b>	4769722	109,844	2286671	107,194
<b>1.6.2008</b>	4591902	109,728	2373709	106,701
<b>1.7.2008</b>	5930218	110,097	3041354	107,144
<b>1.8.2008</b>	5350442	108,970	2740653	105,393
<b>1.9.2008</b>	4847426	107,844	2456604	104,367
<b>1.10.2008</b>	3489641	106,738	2157933	102,807
<b>1.11.2008</b>	1622084	106,338	1555664	102,173
<b>1.12.2008</b>	1427259	108,907	1643874	105,846
<b>1.1.2009</b>	1549978	108,960	1232571	105,383
<b>1.2.2009</b>	1847777	108,486	1461192	105,433
<b>1.3.2009</b>	2311089	109,486	1550026	106,218
<b>1.4.2009</b>	3427926	108,939	1809290	105,443
<b>1.5.2009</b>	4350532	109,391	2197784	105,504
<b>1.6.2009</b>	4550763	109,939	2179980	106,490
<b>1.7.2009</b>	5999019	110,044	3026898	106,500
<b>1.8.2009</b>	5609464	110,160	2789653	106,459



<b>1.9.2009</b>	4895352	110,465	2427789	106,671
<b>1.10.2009</b>	3554576	110,739	2161368	107,003
<b>1.11.2009</b>	1586333	110,529	1648138	106,681
<b>1.12.2009</b>	1441913	109,876	1738138	106,731
<b>1.1.2010</b>	1549517	108,876	1290923	104,578
<b>1.2.2010</b>	1903122	107,170	1594220	103,018
<b>1.3.2010</b>	2535534	106,465	1696355	102,465
<b>1.4.2010</b>	3362900	105,728	2016894	101,358
<b>1.5.2010</b>	4872456	104,053	2387081	99,296
<b>1.6.2010</b>	4786315	103,180	2520157	98,310
<b>1.7.2010</b>	6609817	104,612	3394996	99,688
<b>1.8.2010</b>	5788748	104,517	3098706	99,396
<b>1.9.2010</b>	5326919	104,222	2836594	99,205
<b>1.10.2010</b>	3843177	105,812	2409609	100,875
<b>1.11.2010</b>	1744305	104,980	1834325	100,091
<b>1.12.2010</b>	1472639	103,822	1794951	99,094
<b>1.1.2011</b>	1656797	104,053	1471150	98,461
<b>1.2.2011</b>	1927701	104,496	1690228	99,255
<b>1.3.2011</b>	2637665	105,106	1831277	100,252
<b>1.4.2011</b>	4087024	105,991	2140758	100,694
<b>1.5.2011</b>	4617169	105,475	2580625	99,960
<b>1.6.2011</b>	5861928	105,664	2682364	100,171
<b>1.7.2011</b>	7251019	105,475	3546765	99,769
<b>1.8.2011</b>	6194483	105,885	3167727	99,920
<b>1.9.2011</b>	5839883	105,127	2863697	99,376
<b>1.10.2011</b>	4093853	105,749	2517485	99,406
<b>1.11.2011</b>	1767461	105,159	1923318	99,235
<b>1.12.2011</b>	1525826	104,527	1936129	98,269
<b>1.1.2012</b>	1780352	103,485	1603608	96,609
<b>1.2.2012</b>	2055594	103,664	1785637	97,102
<b>1.3.2012</b>	2789263	103,717	2048307	97,273
<b>1.4.2012</b>	4018581	103,885	2343905	96,700
<b>1.5.2012</b>	5154571	103,316	2790026	96,076
<b>1.6.2012</b>	5602315	103,369	2830680	95,664
<b>1.7.2012</b>	7343415	102,411	3760604	94,879
<b>1.8.2012</b>	6408424	102,422	3415879	94,859
<b>1.9.2012</b>	6046408	103,243	3068357	95,895
<b>1.10.2012</b>	4074637	103,274	2667434	95,986
<b>1.11.2012</b>	1847672	102,801	2026025	95,845
<b>1.12.2012</b>	1617343	103,548	2066857	96,800
<b>1.1.2013</b>	1724850	104,454	1670291	97,092
<b>1.2.2013</b>	2097925	104,559	1858802	97,776
<b>1.3.2013</b>	3070444	103,548	2091388	97,082
<b>1.4.2013</b>	3607189	103,664	2441858	96,680
<b>1.5.2013</b>	5720427	103,622	2812679	97,102

<b>1.6.2013</b>	5762584	104,885	2914827	98,169
<b>1.7.2013</b>	7457461	104,854	3905016	98,551
<b>1.8.2013</b>	6936713	105,875	3603341	99,145
<b>1.9.2013</b>	6162895	105,391	3119746	98,903
<b>1.10.2013</b>	4209014	105,601	2818147	99,175
<b>1.11.2013</b>	1822646	105,201	2120064	99,386
<b>1.12.2013</b>	1691088	105,949	2188646	100,473
<b>1.1.2014</b>	1790975	106,401	1741548	99,950
<b>1.2.2014</b>	2109303	106,117	1928667	100,322
<b>1.3.2014</b>	2792729	106,454	2168981	100,966
<b>1.4.2014</b>	4294156	106,201	2545701	100,332
<b>1.5.2014</b>	5253483	105,591	3036714	99,678
<b>1.6.2014</b>	6289920	105,117	3062359	99,416
<b>1.7.2014</b>	7454427	104,759	4031710	99,457
<b>1.8.2014</b>	7418443	104,559	3776946	99,014
<b>1.9.2014</b>	6264671	103,222	3239847	97,998
<b>1.10.2014</b>	4357800	103,032	2879775	97,324
<b>1.11.2014</b>	1868301	102,990	2191971	97,545
<b>1.12.2014</b>	1741292	103,548	2400773	98,108
<b>1.1.2015</b>	1938132	101,695	1779806	95,321
<b>1.2.2015</b>	2311724	100,600	2110166	94,587
<b>1.3.2015</b>	2932309	98,716	2263947	92,937
<b>1.4.2015</b>	4211245	98,031	2649725	92,011
<b>1.5.2015</b>	6088936	98,979	3178769	93,068
<b>1.6.2015</b>	6334458	99,832	3318247	93,661
<b>1.7.2015</b>	8084209	99,305	4428624	93,359
<b>1.8.2015</b>	7871017	100,958	4010900	94,889
<b>1.9.2015</b>	6754254	101,400	3340126	95,543
<b>1.10.2015</b>	4698757	101,137	3076709	95,140
<b>1.11.2015</b>	2033384	99,210	2354374	93,641
<b>1.12.2015</b>	1775257	100,232	2460065	94,637

