



**TÜRKİYE'YE YÖNELİK DIŞ TURİZM
TALEBİNİN EKONOMETRİK
MODELLER İLE ANALİZİ**

Ömer DORU

Doktora Tezi

İktisat Anabilim Dalı

Yrd. Doç. Dr. Ő. Mustafa ERSUNGUR

2017

Her Hakkı Saklıdır

T.C
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

Ömer DORU

**TÜRKİYE'YE YÖNELİK DIŞ TURİZM TALEBİNİN EKONOMETRİK
MODELLER İLE ANALİZİ**

DOKTORA TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Yrd. Doç. Dr. Ş. Mustafa ERSUNGUR

ERZURUM-2017



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



TEZ BEYAN FORMU

10/03/2017

SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre hazırlamış olduğum "Türkiye'ye Yönelik Dış Turizm Talebinin Ekonometrik Modeller ile Analizi" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporum sadece Atatürk Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

10.03.2017

Ömer DORU



T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Y. Doç. Dr. Ş. Mustafa ERSUNGUR danışmanlığında, Ömer DORU tarafından hazırlanan bu çalışma 10 / 03 / 2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından İktisat Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ

İmza:

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Adem ÜZÜMCÜ

İmza:

Jüri Üyesi : Doç. Dr. Abdullah TAKIM

İmza:

Jüri Üyesi : Y. Doç. Dr. Ş. Mustafa ERSUNGUR

İmza:

Jüri Üyesi : Y. Doç. Dr. Ziya Ç. YURTTANÇIKMAZ

İmza:

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. / /

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK

Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET	III
ABSTRACT	IV
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ	V
TABLolar DİZİNİ	VI
GRAFİKLER DİZİNİ	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM**TURİZM, EKONOMİK ETKİLERİ VE TURİZM TALEBİ**

1.1. TURİZM KAVRAMI VE TURİZM TÜRLERİ	5
1.2. EKONOMİK BİR DEĞER OLARAK TURİZM	8
1.3. TURİZM VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ	10
1.4. TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP	14
1.4.1. Turizm Talebinin Özellikleri	16
1.4.2. Turizm Talebinin Belirleyicileri	17
1.4.2.1. Ekonomik Faktörler	18
1.4.2.2. Demografik ve Toplumsal Faktörler	23
1.4.2.3. Politik Faktörler	25
1.4.2.4. Psikolojik Faktörler	26
1.4.2.5. Diğer Faktörler	28

İKİNCİ BÖLÜM**DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TURİZMİN GELİŞİMİ**

2.1. DÜNYADA TURİZM	30
2.2. TÜRKİYE'DE TURİZM	36
2.2.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Politikaları	36
2.2.2. Planlı Dönemde Uygulanan Turizm Politikaları	37
2.2.3. Türkiye'de Turizmin Yapısal Durumu	43
2.2.4. Turizmin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisi	47
2.2.4.1. Turizmin GSYH İçindeki Payı	48

2.2.4.2. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi	49
2.2.4.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

3.1. GİRİŞ	55
3.2. PANEL VERİ İLE YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	55
3.3. ZAMAN SERİSİ VERİSİ KULLANAN ÇALIŞMALAR	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR ANALİZ

4.1. ÇALIŞMANIN AMACI.....	75
4.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ.....	75
4.3. ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE VERİ SETİ.....	76
4.4. EKONOMETRİK MODELLERİN TANIMLANMASI.....	81
4.4.1. Panel Veri	82
4.4.1.1. Yatay Kesit Bağımlılığının Test Edilmesi	83
4.4.1.2. Panel Birim Kök Testi	85
4.4.1.3. Panel Eş-Bütünleşme Testi	88
4.4.1.4. Eş-Bütünleşme Katsayılarının Analizi	89
4.4.2. Zaman Serisi.....	91
4.4.2.1. Birim Kök Testi	92
4.4.2.2. Eş-Bütünleşme Testi.....	94
4.4.2.3. Vektör Hata Düzeltme Modeli	96
SONUÇ.....	98
KAYNAKÇA	103
ÖZGEÇMİŞ.....	112

ÖZET

DOKTORA TEZİ

TÜRKİYE'YE YÖNELİK DIŞ TURİZM TALEBİNİN EKONOMETRİK
MODELLER İLE ANALİZİ

Ömer DORU

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr. Ş. Mustafa ERSUNGUR

2016, 112 Sayfa

Jüri: Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ

Prof. Dr. Adem ÜZÜMCÜ

Doç. Dr. Abdullah TAKIM

Yrd. Doç. Dr. Ş. Mustafa ERSUNGUR

Yrd. Doç. Dr. Ziya Ç. YURTTANÇIKMAZ

Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınsamaları için sabit sermaye yatırımlarını arttırarak, üretim kapasitelerini yükseltmeleri gerekmektedir. Bu yatırımlar için gelişmekte olan ülkelerin önündeki en büyük kısıt olarak döviz ihtiyacı ön plana çıkmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşından sonra uluslararası turizmde meydana gelen büyük artışlar ve turizm destinasyonlarının çeşitlenmesi ile turizm gelişmekte olan ülkeler için yeni bir döviz kaynağı olarak ortaya çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkeler, turizm sayesinde elde ettikleri dövizler ile sabit sermaye yatırımlarını arttırarak, üretim kapasitelerini geliştirmiş ve sürdürülebilir bir ekonomik büyüme performansı göstermişlerdir.

Literatürde turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde oldukça etkili olduğu sonucuna ulaşan fazla sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak turizm talebini etkileyen faktörleri belirlemeye çalışan ampirik çalışmalar oldukça sınırlı kalmıştır. Turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve bu doğrultuda gerekli politikaların uygulanması, gelişmekte olan ülkelerin daha fazla turist çekerek ekonomik kalkınmalarına katkı sağlayacak turizm gelirlerinin artmasına olanak sağlayabilir.

Bu çalışmada, Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkelerin verileri kullanılarak, Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebini etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda, turist gönderen ülkelerin gelirlerinde meydana gelen artışlar ile ülkelerin politik istikrar endeksindeki iyileşmeler bu ülkelerin Türkiye'ye gönderdiği turist sayısını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bunun yanında iki ülkenin görece fiyat düzeyi ile döviz kurlarında meydana gelen artışların Türkiye'ye gönderdikleri turist sayısını beklendiği şekilde negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Büyüme, Turizm, Turizm Talebi, Panel Veri, Politik İstikrar Endeksi, Döviz Kuru, TÜFE

ABSTRACT

FOREIGN TOURISM DEMAND ANALYSIS FOR TURKEY BY
ECONOMETRIC MODELS

Ömer DORU

Advisor: Assist. Prof. Ş. Mustafa ERSUNGUR

2016, 112 Page

Jury: Prof. Dr. Ertuğrul DELİKTAŞ

Prof. Dr. Adem ÜZÜMCÜ

Assoc. Prof. Abdullah TAKIM

Assist. Prof. Ş. Mustafa ERSUNGUR

Assist. Prof. Ziya Ç. YURTTANÇIKMAZ

Developing countries need to increase their production capacities by increasing their fixed capital investments for convergence with developed countries. For these investments, the biggest constraint in front of developing countries is foreign exchange. Especially after the Second World War, great increases in international tourism and diversification of tourism destinations came to fruition. Thus tourism has emerged as a new source of foreign exchange for developing countries. Developing countries had improved their production capacities and demonstrated a sustainable economic growth performance by increasing their fixed capital formation thanks to the foreign exchange that they had gained through tourism.

There are many studies in the literature show that tourism has a great effect on economic growth. However, empirical studies, focus on to determine the factors affecting tourism demand, are limited. Determining the factors affecting tourism demand and applying the necessary policies in this direction may enable the developing countries to increase the tourism incomes which will attract more tourists and contribute to economic development.

In this study, the factors affecting the international tourism demand for Turkey were tried to be determined by using the data of the countries that send the most tourists to Turkey. Because of the study, it has been determined that the increases in the income of the countries tourists sending and the improvements in the political stability index of these countries have positive effects on the number of tourists that they send to Turkey. Besides, the relative price levels of the two countries and the increases in the exchange rates have been found to negatively affect the number of tourists they have sent to Turkey as expected.

Keywords: Economic Growth, Tourism, Tourism Demand, Panel Data, Political Stability Index, Foreign Exchange, CPI

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Örgütü
CADF	: Yatay Kesit Bağımlılığı Genişletilmiş Dickey Fuller Testi
CDLM	: Yatay Kesit Bağımlılığı Lagrange Çarpanı
CPI	: Tüketici Fiyat Endeksi
DTA	: Dış Ticaret Açıkları
EKK	: En Küçük Kareler Yöntemi
GSMH	: Gayrisafi Milli Hâsıla
GSYH	: Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
PSI	: Politik İstikrar Endeksi
RDK	: Reel Döviz Kuru
TLGH	: Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
VECM	: Hata Düzeltme Modeli
YKB	: Yatay Kesit Bağımlılığı

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Dünyada En Çok Turizm Harcaması Yapan Ülkelere Ait Turizm ve Milli Gelir Verileri (2014)	19
Tablo 1.2. 11 Eylül Saldırılarının Uluslararası Turizm Talebine Etkisi (2000-2002)....	25
Tablo 2.1. Uluslararası Turist Sayısı, Turizm Gelirleri ve Turist Başına Harcama	32
Tablo 2.2. Uluslararası Turist Sayısının Bölgelere Göre Dağılımı (1950-2014)	34
Tablo 2.3. En Çok Turist Çeken ve Turizm Geliri Elde eden Ülkeler (2012-2014)	35
Tablo 2.4. En Çok Turist Harcaması Yapan Ülkeler (2012-2014).....	35
Tablo 2.5. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye'de Turizm (1950-1962).....	37
Tablo 2.6. Planlı Dönemde Türkiye'de Turizm (1963-1982).....	39
Tablo 2.7. Türkiye'de Turizm (1983-2003).....	40
Tablo 2.8. Türkiye'de Turizm (2004-2016).....	42
Tablo 2.9. Türkiye'de İşletme ve Yatırım Belgeli Tesislerin Yıllar İtibariyle Gelişimi (1975-2014)	44
Tablo 2.10. Türkiye'ye En Çok Turist Gönderen Ülkeler (2014-2016).....	46
Tablo 2.11. Türkiye'nin En Çok Turist Gönderdiği Ülkeler (2014-2016).....	47
Tablo 2.12. Türkiye'de Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (1963-2014)	48
Tablo 2.13. Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı (1963-2015)	50
Tablo 2.14. Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki Payı (1963-2015)	51
Tablo 2.15. Dünyada ve Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdam Sayısı (1995-2015)	53
Tablo 3.1. Literatür Özeti (Panel Veri İle Yapılan Çalışmalar)	66
Tablo 3.2. Literatür Özeti (Zaman Serisi Verisi Kullanan Çalışmalar)	73
Tablo 4.1. Modelde Kullanılan Ülke gurubu (2014).....	76
Tablo 4.2. Kullanılan Veri Seti ve Kaynaklar (Panel Veri)	77
Tablo 4.3. Kullanılan Veri Seti ve Kaynaklar (Zaman Serisi)	81
Tablo 4.4. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları	85
Tablo 4.5. CADF Birim Kök Testi Sonuçları	87
Tablo 4.6. Westerlund (2008) Eş-bütünleşme Testi Sonuçları.....	89

Tablo 4.7. Uzun Dönem Eş-Bütünleşme Katsayılarının Tahmini.....	90
Tablo 4.8. Birim Kök Testi Sonuçları	93
Tablo 4.9. Johansen Eş-Bütünleşme Testi Sonuçları	95
Tablo 4.10. Normalleştirilmiş Eş-Bütünleşme Vektörü	95
Tablo 4.11. Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) Test Sonuçları.....	97



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 2.1. Uluslararası Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri	33
Grafik 2.2. Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (1963-2015)	42
Grafik 2.3. Turizme Yapılan Sabit Sermaye Yatırımlarının Payı (1980-2015).....	43
Grafik 2.4. Geliş Amaçlarına Göre Yabancı Turist Oranları (2003, 2015)	45



GİRİŞ

Turizm; ülke ekonomilerine yarattığı gelir, döviz girdisi ve iş olanaklarıyla işsizliği azaltan, kazandırdığı döviz ile üretim sürecinde gerekli olan sermaye malları teminini sağlayan, girişimciliği canlandıran, yerel el sanatlarının üretimini teşvik eden ve bunların yanında kültürel değişimi sağlayan ekonomik bir faaliyettir. Bu anlamda turizm özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınsaması amacıyla giriştikleri kalkınma süreçlerinde önemli bir faktör olarak yer almıştır.

Turizmin 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmesinin en önemli nedenlerinden biri, savaş sonrası dönemde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gelirlerinde meydana gelen artışların bireylerin refah düzeylerini artırmasıdır. Bunun yanında; sivil havacılıktaki gelişmeler ve jet kullanımı, çalışanların sendikal haklarından elde ettikleri düşük çalışma saatleri ve yıllık izin hakkı sonucu boş zamanlarının oluşması, ülkeler arasında oluşan birlikler ve anlaşmaların seyahat özgürlüğü üzerindeki kısıtlamaları bir nebze ortadan kaldırmış olması gibi nedenler sayılabilir. Bu gelişmeler turizm sektörünü, 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren küresel ekonomide en fazla büyüyen sektör konumuna getirmiştir. Turizm sektörü, bu dönemde yaşanan ekonomik krizler, türbülanslar, yoksulluklar, afetler ve küresel toplumda meydana gelen çatışmalardan en az etkilenen sektör olmuştur. Dünya Turizm Örgütü (2016)'nün yayınlamış olduğu çalışmaya göre; dünya genelinde 1950 yılında 25 milyon olan turist sayısı, 2000 yılında 675 milyona ve 2015 yılında 1.186 milyon turist sayısına ulaşmıştır. Uluslararası turizm gelirleri ise, 1950 yılında 2,1 milyar dolar iken 2000 yılında 495 milyar dolar ve 2015 yılında ise 1 trilyon 260 milyar dolara ulaşmıştır.

Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler, 2002 yılına kadar teorik bir zemini tanımlanmamış olmasına rağmen hem akademik çevrelerin hem de hükümetlerin ilgi odağı olmuştur. Ekonomik büyümenin sadece emek ve sermaye miktarının artırılmasıyla gerçekleşmeyeceği aynı zamanda ihracatın genişletilmesi gerektiğini varsayan ihracata dayalı büyüme hipotezi (Export-Led Growth Hypothesis) gibi son dönemlerde turizmin de uzun dönem büyümenin belirleyicilerinden biri olduğunu belirten turizme dayalı büyüme hipotezi (Tourism-Led Growth Hypothesis) literatürde yer edinmiştir. Turizme dayalı büyüme hipotezine göre; uluslararası turizm uzun dönem

ekonomik büyüme için stratejik bir öneme sahiptir. Turizm, ülkenin üretim kapasitesini artırmada oldukça önemli olan sabit sermaye yatırımlarının finansmanı için gerekli döviz sağlayarak, ülkenin kalkınmasında büyük bir rol oynamaktadır. Buna ek olarak, yeni altyapı yatırımları ve rekabetçiliği teşvik etmenin yanında doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerle diğer ekonomik sektörleri uyararak işsizliğin azalmasına ve ulusal gelirin artmasına katkı sağlamaktadır. Turizm aynı zamanda yerel firmaların ölçek ekonomisinden faydalanmalarını kolaylaştırmanın yanında, teknoloji gelişimi, AR-GE'nin uyarılması ve beşeri sermaye birikimi için önemli bir faktördür.

Diğer gelişmekte olan ülkelere paralel olarak Türkiye'de, turizm sektörüne 1960'lı yıllardan itibaren uygulanmaya konulan kalkınma planlarında yer verilmiştir. Ancak 1980'lere kadar olan dönemde turizm sektörü sahip olduğu; doğal, kültürel ve tarihi zenginliklere rağmen gereken büyüme hızını yakalayamamış ve dünya turizm sektörü içinde olması gereken yeri edinememiştir. 1980'li yıllara gelindiğinde ise, 24 Ocak kararları ile beraber ihracata dayalı sanayileşme politikasına geçiş yapılması ve 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, turizm sektörüne ciddi teşvikler ve kolaylıklar sağlamıştır. Bu gelişmeler sonucunda turizm sektörü hızlı bir büyüme trendine girmiştir. 1963 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 198 bin kişi iken, 1982 yılında bu rakam 1.391 bin kişiye ve 2001 yılında ise 15.221 bin kişiye ulaşmıştır. Türkiye'de turizm sektörünü gelişimine etki eden diğer bir durum 2003 yılında yürürlüğe giren, yabancı yatırımlar üzerindeki bazı bürokratik engelleri ortadan kaldıran 4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu olmuştur. Bu tarihten sonra sektör daha hızlı bir büyüme trendine girmiş ve 2015 yılında 41.617,5 bin turist sayısına ulaşarak dünyada en çok turist çeken ülkeler sıralamasında altıncı sırada yer almıştır.

Dünya genelinde ve Türkiye'de turizm sektöründe yaşanan bu hızlı gelişmeler akademik çevrelerinde ilgi odağı olmuştur. Bu amaçla literatürde turizm ile ilgili oldukça fazla çalışma yapılmıştır. Ancak yapılan çalışmaların büyük kısmı turizm sektörünün büyüme üzerindeki etkisi inceleyen çalışmalar olmuştur. Turizmde en önemli alan olan talep konusunda ve özellikle turizm talebini etkileyen faktörler üzerine yapılan çalışmalar kısıtlı olmuştur. Turizm talebinin belirleyicilerinin tespiti, politika yapımcıları ve sektör yöneticilerinin yaptıkları uzun vadeli planlamalarda önem arz etmektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini,

Türkiye'ye en çok turist gönderen 22 ülke özelinde 2000-2014 dönemi için panel veri ve zaman serisi analizleriyle analitik olarak incelemeyi amaçlamaktadır.

Bu amaçla; çalışmanın birinci bölümünde, turizm kavramı ve turizm türleri ekonomik boyutuyla açıklandıktan sonra turizmin ekonomik büyüme üzerine etkisi teorik olarak incelenecek ve son olarak turizm talebini etkileyen faktörlerin turizm talebini hangi yönde etkilediği ayrı ayrı başlıklar halinde açıklanacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, 2. Dünya Savaşı sonrası dönemde dünyada turizmin gelişimi ve turizm sektöründe belirleyici olan ülkeler ortaya konulduktan sonra, Türkiye'de turizmin gelişimi tarihsel süreç içinde değerlendirilecek ve turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerinde etkileri incelenecektir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini test eden araştırmalar konusunda bir literatür araştırması yapılacaktır. Bu çalışmalar "panel veri ile yapılan çalışmalar" ve "zaman serisi verisi kullanan çalışmalar" olarak iki başlık halinde, çalışmaların dayanakları, kullandıkları yöntemler ve vardıkları sonuçlar belli bir sistematik dâhilinde incelenecektir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde Türkiye'nin uluslararası turizm talebinin belirleyicileri iki modelde incelenecektir. İlk olarak, ülke grubu olarak belirlenen Türkiye'ye en çok turist gönderen 22 ülkenin sosyo-ekonomik değişkenlerinin Türkiye'ye turizm talebine olan etkisi panel veriye dayanan analizlerle test edilecektir. Öncelikle oluşturulan bu ülke grupları için kullanılacak değişkenlerde ve modelde yatay kesit bağımlılığının varlığı düzeltilmiş LM testi ile test edilecektir. Yatay kesit bağımlılığının olup olmamasına bağlı olarak seçilecek panel birim kök testleri yardımıyla serilerin durağanlık durumu incelenecektir. Daha sonra YKB olup olmamasına göre seçilecek eş-bütünleşme testi ile serilerin eş-bütünleşme ilişkisi test edildikten sonra uygun tahmincilerle uzun dönem eş-bütünleşme katsayıları tahmin edilecektir. İkinci modelde ise, 1980-2014 dönemi için turizmin arz yapısını temsil eden değişkenlerin Türkiye'nin uluslararası turizm talebine olan etkisi zaman serisine dayalı analizlerle incelenecektir. Öncelikle kullanılan değişkenlerin durağanlık durumları zaman serisine dayalı birim kök testleri ile test edildikten sonra eş-bütünleşme testiyle serilerin uzun dönemde beraber hareket edip etmedikleri araştırılacaktır.

Çalışma, analiz sonucunda ortaya çıkan sonuçların genel değerlendirilmesinin yapıldığı ve politika önerilerinin yer aldığı bir sonuç bölümü ile tamamlanacaktır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM, EKONOMİK ETKİLERİ VE TURİZM TALEBİ

1.1. TURİZM KAVRAMI VE TURİZM TÜRLERİ

Turizmin çok yönlü ve karmaşık yapısından dolayı tanımlamasıyla ilgili bir görüş birliğinden söz etmek mümkün değildir. Ancak Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından 1954 yılında yapılan ve 1980'li yıllarda AIEST tarafından güncellenen tanım turizm literatüründe sıklıkla kullanılmaktadır. Buna göre turizm “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve gittikleri yerlerde genellikle turizm işletmelerinin ürettiği ürün ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak vd. 2015: 5). Yapılan tanımlamaya göre turizm beş karakteristik özelliğe sahiptir (Burkart ve Medlik, 1981, Vanhove, 2005: 2);

- ✓ Turizm, tek bir olaydan ziyade bir dizi olay ve ilişkinin bir bütünüdür.
- ✓ Turizmin dinamik ve statik olmak üzere iki boyutu vardır. İnsanların turizm amacıyla seyahatleri dinamik boyutunu, konaklamaları ise statik boyutuna işaret etmektedir.
- ✓ Turizm faaliyeti talep edicinin yaşadığı ve çalıştığı yerlerin dışında olmalıdır.
- ✓ Turizm faaliyeti geçici kısa bir dönemi içermelidir. Turistik faaliyette bulunan kişi kısa bir süre içinde geri dönme eğiliminde olmalıdır.
- ✓ Turistik faaliyette bulunan yerlerde kazanç sağlama veya iş bulma amacı olmamalıdır.

Günümüzde kentleşmenin artması ve iş hayatının verdiği stres ile beraber insanların yaşam standartlarının ve sosyal haklarının gelişmesi sonucu, turizm faaliyetlerine olan bakış açısında önemli değişimler olmuştur. Bunun sonucu olarak deniz, kum ve güneşin ötesinde farklı turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Turistlerin amaçlarına göre farklılık gösteren turizm çeşitleri aşağıda başlıklar halinde incelenmiştir (Köroğlu, 2015: 120-121).

Deniz Turizmi: Günümüzde, kentleşme düzeyinin yükselmesi sonucu insanların, şehrin gürültülü ve yorucu ortamından uzaklaşarak deniz-kum-güneş üçlüsü olarak

değerlendirilen deniz kenarlarındaki doğal güzelliklere sahip yerleri tercih etmeleri sonucu ortaya çıkan turizm türüdür. Türkiye sahip olduğu 8.333 km'lik sahil potansiyeli ile deniz turizmi, turizm talebinin en fazla olduğu turizm türüdür.

Kongre Turizmi: İnsanların önceden belirlenen konular üzerine görüş bildirmek amacıyla ikamet ettikleri yerlerin dışına seyahat etmeleri ve turistik mal ve hizmetlerden yararlanmaları sonucu ortaya çıkan bir turizm türüdür. Kongre turizmi yılın her ayında yapılabildiğinden, mevsimsellik sorunu yaşayan turizm sektörü için önemli bir alternatif turizm türü olarak görülmektedir (Aymanıkuy ve Sarıoğlan, 2008: 239-241).

Sağlık Turizmi: İnsanların turistik faaliyette bulunma amaçlarından biri de sağlıktır. Sağlık turizmi, tedavi ve tatil amaçlı olmak üzere sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışına yapılan tüm turistik faaliyetlerdir. Sağlık turizmi daha çok termal veya kaplıca turizmi olarak görülmesine rağmen meditasyon, saç ektirme, tüp bebek uygulamaları ve estetik gibi her türlü tıbbi uygulamayı kapsar. Son yıllarda Türkiye, kamu sağlık hizmetlerinde yapılan yatırımlara ilaveten özel sektörün de yaptığı yatırımlar sonucunda sağlık sektöründe önemli gelişmeler kat etmiştir. Bunun sonucu olarak sağlık turizminde önemli bir potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür (Tütüncü vd., 2011: 91).

Yat Turizmi: İnsanların gezi, eğlenme ve dinlenme amacıyla yat adı verilen deniz aracıyla doğal, tarihi değerleri içeren yöreleri ve eğlence merkezlerini içine alan bir rota boyunca yaptıkları geziye yat turizmi adı verilir (Kaya ve Narin, 2008:365-367). Son yıllarda insanların farklı doğal ve kültürel yerleri gezme ve öğrenme isteği birçok alternatif turizm çeşitlerinin gelişmesine yol açmıştır. Bunların en popüler biçimlerinden biri yat turizmidir. Türkiye, sahip olduğu 8.333 km'lik kıyı şeridi ve bu bölgelerde birçok medeniyete ev sahipliği yapmasıyla yat turizmi için büyük bir potansiyele sahiptir (Sarıışık vd., 2011)

Dağ ve Kış Turizmi: İnsanların temiz ve güzel havadan yararlanmak amacıyla dağlara yönelik olarak turistik faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Dağ turizmi adı verilen bu turizm türü, mücadele ve macera içerdiğinden son yıllarda alternatif turizm türlerine yönelen turistler için cazibesi artmaktadır. Kış turizmi ise, belli mevsimlerde kar seviyesinin yüksek bir düzeye çıktığı yerlerde, kayak sporuna olanak vermesinin yanında konaklama, ulaşım, eğlence ve spor işletmelerinin hizmet arz ettiği bir turizm

çeşididir. Deniz seviyesinden yüksek birçok yer, çoğu zaman farklı mevsimlerde olmak üzere her iki turizm çeşidine de olanak sağlamaktadırlar (Köroğlu, 2015: 145-146).

İnanç Turizmi: Günümüzde insanlar dinlenme ve tatil geçirme amacı dışında; yeni yerler keşfetme, farklı yaşam biçimleri ile kültürleri tanıma ve dini merkezleri ziyaret edip dini gereklerini yerine getirerek manevi huzur bulma amacıyla turistik faaliyetlere katıldıklarını söylemek mümkündür. İnanç turizmi, modern anlamda turizm hareketlerinin başlangıcı olmasa bile ilk turizm hareketleri olarak kabul edilmektedir. Türkiye coğrafi olarak birçok kavim, medeniyet ve devlete ev sahipliği yapmış olmasının bir sonucu olarak, çok farklı dini ve kültürel mirasın izlerini barındırmaktadır. Özellikle İslam, Hristiyanlık ve Musevilik dinlerine ait çok önemli inanç merkezlerinin bulunduğu görülmektedir. Buna rağmen Türkiye'nin inanç turizmi potansiyelini yeterince değerlendirdiğini söylemek mümkün değildir (Okuyucu ve Somuncu, 2013: 627-630).

Kültür Turizmi: İnsanların eski toplumları ve kültürleri tanımak amacıyla; tarihi sanat eserlerini, yapıları, müzeleri ve kalıntıları görmek isteğiyle ortaya çıkan bir turizm türüdür. Bunun yanında varlıklarını korumayı başarabilen kültürleri ve yöreleri öğrenme isteğiyle yapılan turistik faaliyetler de kültür turizmi kapsamına girmektedir. Kültür turizmine katılan turistler; kırsal yaşam tarzını görme, yerel halkın yöresel yemeklerini tatma, halk gösterilerini izleme ve festival gibi etkinliklere katılma eğilimindedirler (Batman ve Çınar Oğuz, 2008: 191-192).

Yayla Turizmi: Kentleşme düzeyinin artmasıyla şehrin gürültü ve kirliliğinden kaçan bazı turistlerin, kıyı şeridindeki tatil yöreleri yerine daha sessiz ve serin iklime sahip, doğal güzellikleriyle ön plana çıkan ve yüksek yerlerdeki yaylalarda bulunan turistik mal ve hizmetleri tercih etmeye başladıkları görülmektedir. Türkiye sahip olduğu uygun iklim ve geleneksel yaşam biçimiyle yayla turizmine son derece elverişli bir ülkedir (Kozak vd., 2015). Özellikle yayla turizminde etkinlik olarak düzenlenen yayla şenliklerinin hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çektiğini söylemek mümkündür (Köroğlu, 2015: 157).

Av Turizmi: Avcı özelliklerine sahip kişilerin belli ilke ve denetimlerle avlanma, dinlenme ve spor yapma amacıyla gerçekleştirdikleri turistik faaliyetlerdir. Av turizmi yüksek harcama gerektiren bir faaliyet olduğundan, yüksek gelir düzeyine sahip

turistlerce yapıldığını söylemek mümkündür. Bu yönüyle, turizm gelirleri üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Türkiye sahip olduğu deniz potansiyeli, coğrafi konum ve farklı iklim türleri nedeni ile çok sayıda av hayvanı türünün barınmasına olanak sağlamaktadır. Bu durum Türkiye'nin turistik faaliyette bulunan yabancı avcılar için tercih edilen bir destinasyon olmasında rol oynamaktadır (Ege, 2008: 343-355).

Akarsu Turizmi: Akarsular üzerinde rafting, yüzme ve av gibi sportif faaliyetlerde bulunmak amacıyla yapılan tüm turistik faaliyetler akarsu turizmi olarak tanımlanır. Türkiye'nin sahip olduğu zengin doğal kaynaklarından biri de akarsulardır. Türkiye'de bulunan akarsuların büyük bir kısmı rafting, kano ve nehir kayağı için oldukça elverişlidir. Büyük yatırımlar gerektirmeyen akarsu turizminin gelişmesi, ülke turizm gelirlerinin artırılması için önem arz edebilir (Erdem ve Girgin, 2008: 397-398).

1.2. EKONOMİK BİR DEĞER OLARAK TURİZM

Turizmi ekonomik boyutuyla da tanımlamak mümkündür. Buna göre turizm, ülkenin ekonomik kalkınmasında gelir ve finansman sağlayıcı, yarattığı istihdam olanakları ile işsizliği azaltan, ihracat kapsamına girmeyen el sanatları ve yöresel yiyecek ve içecek ürünlerinin üretimini teşvik eden, küreselleşmeyi hızlandıran ve kültürel etkileşimi sağlayan ekonomik bir faaliyettir (İçöz, 2005).

Turizm ekonomik bir sektör olarak, 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren özellikle dönemin gelişmiş ülkelerinde önemsenmeye başlanmış ve ekonomide yer edinmiştir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin göstermiş oldukları ilgi ile turizm sektörü; ekonomik krizler, türbülanslar, yoksulluklar, afetler ve küresel toplumda meydana gelen çatışmalara rağmen bugünün dünyasında en çok ve en hızlı büyüyen sektörlerin başında gelmektedir. Bu durum genel olarak iki farklı nedene bağlanabilir. Birincisi oluşan teknolojik gelişmelerin etkisiyle turistik seyahatlerdeki kolaylaştırıcı yeniliklerdir. Bir diğer neden ise, gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerin kalkınma süreçlerini hızlandırmak için gerekli duydukları mali kaynağı, turizm sektörü ile finanse edebileceklerine duyulan inanç ile sektöre gösterdikleri ilgi ve teşviiktir.

İkinci Dünya Savaşı'nın bitiminden sonra yeniden imar edilen Avrupa kıtası ülkeleri kalkınma süreçlerini de hızlı bir şekilde gerçekleştirmişlerdir. Bu hızlı gelişim halkın da gelir seviyesini arttırmıştır. Bununla beraber 1960'lara gelindiğinde sivil

havacılıktaki gelişmeler ve jet kullanımı uzun mesafeli seyahatleri kolaylaştırmıştır. Milli gelirdeki artış ve ulaşım sektöründeki pozitif gelişmelerin turizm sektörünün gelişmesini olumlu yönde etkilediğini söylemek mümkündür. Aynı şekilde gelişen turizm hareketlerinin ekonomi üzerinde pozitif etkiler doğurması, ülkelerin turizme ekonomik bir değer olarak bakmalarına yol açmış ve turizm sektörü ciddi şekilde teşvik edilmiştir. Bunların yanında turizmdeki hızlı gelişmeye etki eden diğer faktörler şu şekilde sıralanabilir (Edgell ve Swanson, 2013, Kozak vd. 2015: 56):

- ✓ İnsanların seyahat edebilmeleri ve turistik faaliyette bulunabilmeleri boş zamanlarının olmasıyla gerçekleşebilir. Sendikal haklardan elde edilen kazanımlar sonucu çalışanların çalışma saatlerinin düşmesi ve ücretli yıllık izin hakkı elde etmeleriyle boş zamanlarının oluşması turizmin büyümesi üzerinde etkili olmuştur.
- ✓ Turizmin etkilendiği en önemli faktör gelirdir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında yaşanan ekonomik gelişmeler, özellikle gelişmiş ülkelerin gelirlerinde önemli artışlar meydana getirmiştir. Oluşan bu gelir artışı, turizmdeki büyümeyi önemli derecede etkilemiştir.
- ✓ Turizm öncelikle insanların seyahat özgürlüğüne sahip olmalarıyla gerçekleşebilir. Turizmin önündeki en büyük engellerin başında ülkeler arasında uygulanan vize sorunu gelmektedir. 20. yy'ın ikinci yarısından itibaren oluşan birlikler ve ülkeler arası anlaşmalar seyahat özgürlüğü üzerindeki kısıtlamaları bir nebze ortadan kaldırmıştır. Bu gelişme de turizmin hızlı büyümesini etkileyen bir faktör olmuştur.

Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü (WTTC) tarafından yayınlanan son araştırmaya göre; turizmin küresel GSYH'ya katkısı 2015 yılı itibariyle %3,0 ile 2,23 trilyon ABD Doları olmuştur. Turizmin GSYH'ya doğrudan katkısının 2026'ya kadar yılda %4,2 büyümesi beklenmektedir. Turizmin GSYH'ya toplam katkısı (doğrudan, dolaylı ve uyarılmış) 2015 yılında 7,17 trilyon ABD Doları olmuş ve bu toplam GSYH'nın %9,8'ine tekabül etmektedir. Dünya turizm sektöründe 2015 yılı itibariyle direkt istihdam toplamı 100 milyon kişiyi aşmış ve toplam istihdam içindeki oranı da %3,6 olmuştur. Yine doğrudan ve dolaylı istihdam toplamı yaklaşık 283 milyon kişi ile toplam işgücü içindeki payı %9,5 olarak gerçekleşmiştir. Toplam turizm ihracatı ise 1,3 trilyon ABD doları ile toplam dünya ihracatının %6,1'ine ulaşmıştır (WTTC, 2016).

Turizm sektörünün kısa sürede kat ettiği hızlı gelişme, 2002 yılına kadar teorik bir zemini tanımlanmamış olmasına rağmen hem akademik çevrelerin hem de hükümetlerin ilgi odağı olmuştur. Ancak 2002 yılında Balaguer ve Cantavella'nın yayınladıkları çalışma (Balaguer ve Cantavella-Jorda, 2002), ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında teorik ve ampirik bağlantıyı sunan ve turizme dayalı büyüme hipotezini (Tourism-Led Growth Hypotesis) ilk ortaya koyan eser olmuştur (Brida vd., 2015: 646-647). Çalışmanın bundan sonraki bölümünde turizme dayalı büyüme hipotezi kapsamında turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi incelenecektir.

1.3. TURİZM VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Turizm ile ekonomi büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların büyük kısmında, turizmin ekonomi üzerinde yadsınamayacak etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Balaguer ve Cantavella-Jorda, 2002, Gunduz ve Hatemi-J, 2005, Carrera vd., 2008, Belloumi, 2010, Katircioğlu, 2010, Kreishan, 2011). Teorik olarak turizme dayalı büyüme hipotezi (TLGH), ekonomik büyümenin sadece emek ve sermaye miktarını artırmakla olamayacağını aynı zamanda ihracatın genişletilmesi gerektiğini varsayan ihracata dayalı büyüme hipotezinden (Export-Led Growth Hypotesys) türetilmiştir (Brida vd, 2016). Buna göre teorinin iki temel yaklaşıma dayandırıldığı görülmektedir. Birinci yaklaşım yaygın olarak Solow Neo-klasik Büyüme Teorisi'nce desteklenen ve Balassa tarafından genişletilen üretim fonksiyonudur. Bu model standart üretim girdileri olan emek ve fiziksel sermaye ile ihracatın standart bir türü olarak turizmi içerir. İkincisi ise, standart Keynesyen fonksiyona dayandırılabilen, turizmin dışsal bir değişken olarak kabul edildiği ve GSYH'nın ise içsel bir değişken olarak dâhil edildiği talep yönlü modeldir (Brida vd, 2015).

İhracata dayalı büyüme hipotezinde ekonomik büyümenin ana belirleyicilerinden biri ihracat olduğu gibi, turizme dayalı büyüme hipotezine göre turizmin, uzun dönem ekonomik büyümenin ana belirleyicilerinden biri olduğuna dair argümanlar bulunmaktadır. Geleneksel anlamda turizm, mal ve hizmet üretmek üzere sermaye malları ithalatı için gerekli dövizli finanse edebilir. Diğer bir deyişle, ihracattan daha fazla ithalat yapan ülkelerde oluşan ödeme dengesi açıklarının dikkate değer bir bölümünü turizm azaltabilir. İthalatı yapılan bu ürünler eğer sermaye malları veya ekonominin her alanında mal üretecek temel girdilerden oluşuyorsa, o zaman turizm

gelirlerinin ekonomik kalkınmada temel bir rol oynadığı söylenebilir. Bu durumda ülkenin turistik olmayan bölgeleri de zenginlik kaynağının bütün ülkeye dağılımının bir sonucu olarak bundan yararlanacaktır (Balaguer ve Cantavella-Jorda, 2002).

Diğer yandan uluslararası turizm, turizme dayalı büyüme hipotezinin esaslarına göre en az iki yolla ülkenin ekonomik büyümesine katkı sağlayacaktır. İlk olarak yerel firmalar ile kendileriyle eşdeğer nitelikteki uluslararası turizm destinasyonları arasında oluşacak rekabet yoluyla, hizmet verimliliği artacaktır. İkinci yol ise, turizm sektöründeki gelişmelerin yerel firmaların ölçek ekonomilerini kullanmalarını kolaylaştıracak etkilere sahip olması ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde pozitif etkilere sahip olacaktır (Helpman ve Krugman, 1985, Balaguer ve Cantavella-Jorda, 2002). Bunların yanında uluslararası turizmin çok çeşitli kanallardan uzun dönem ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu kabul edilmektedir. Bu etkiler şu şekilde sıralanabilir;

Döviz Kazandırıcı İşlem Olması: Turizm, üretim sürecinde kullanılacak sermaye malları temininde önemli bir döviz kazandırıcı işleme sahiptir. Gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere yakınsamaları var olan üretim faktörlerini arttırmalarına bağlıdır. Üretim sürecinde kullanılacak sermaye malları temininde en önemli faktör döviz olarak görülmektedir. İhtiyaç duyulan bu döviz elde etmenin en önemli yolu da ihracatın geliştirilmesidir. Ancak gelişmekte olan ülkelerin ihraç ettiği ürünler ucuz işgücüne dayanan ve katma değeri düşük ilksel ürünlere yönelik olduğundan, ülke ekonomileri için olumsuz etkiler doğuracaktır (Değer, 2006). 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren gelişmeye başlayan turizm sektörü ise ihracattan başka alternatif bir yolun olduğunu göstermiştir. İhracatın standart bir türü olarak kabul edilen turizm, sabit sermaye yatırımları için gerekli dövizin önemli bir kısmını finanse etmekte önemli bir rol oynayabilir (Iordache vd., 2010: 99-112).

İstihdam Oluşturma: Dört ana üretim faktörüne (emek, fiziki sermaye, teknoloji ve doğal kaynaklar) de dayanan turizm sektörü emek yoğun üretim tekniklerinin hâkim olduğu bir sektör olarak kabul edilir. Emek, sektörün en temel direklerinden birini oluşturmaktadır. Bu yüzden ekonomik bir faaliyet olarak turizm sektörü yeni istihdam alanı oluşturmak için bir fırsat olarak kabul edilebilir (Balaguer ve Cantavella-Jorda,

2002). Dahası turizm sektörü ülke ekonomisinde istihdam üzerinde üç şekilde etkilidir (İçöz, 2005: 273);

- a) Turizm sektörünün gelişmesi ile turistik tesislerde yaratılan doğrudan istihdam,
- b) Turizmdeki gelişmelerin, turizm sektöründe olmayıp sektöre mal ve hizmet sağlayan diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam,
- c) Hane halkının turizmden elde ettiği gelirlerini yeniden harcamasıyla (çarpan etkisi) ortaya çıkan ek istihdam veya uyarılmış istihdamdır.

UNWTO (2016)'ya göre, Dünya ekonomisinde, turizm ve seyahat sektörünün 2015 yılında toplam istihdama katkısı 283.578.000 kişi ile %9,5 olmuştur. Sektörün toplam GSYH'a katkısı ise %9,1 olarak gerçekleşmiştir. Bu nedenle birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için turizm, ekonominin önemli bir parçası haline gelmiştir. Genellikle turizm sektörü düşük teknoloji sektörü ve buradaki istihdamın çoğunlukla düşük nitelikli olduğu kabul edilir. Ancak kalkınma stratejisi turizm sektörü üzerinde odaklandığında beşerî sermaye kaynaklarındaki bir artış genellikle faydalı görülür.

Yeni Alt Yapı Yatırımları Oluşturması: Turizmin gelişmesi aynı zamanda kamu ve özel altyapılarının geliştirilmesine bağlıdır. Fiziksel sermaye olarak da adlandırılan havaalanları, limanlar, yollar, oteller ve restoranlar özel ve kamu altyapısının geniş bir yelpazesini oluşturur (Brida vd, 2015: 648). Turizm talebinin karşılanması amacıyla yapılacak olan yeni alt yapı yatırımlarının ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkiler doğurması muhtemeldir.

Diğer Sektörler Üzerindeki Etkisi: Turizm sektörü yapısı gereği sanayi, hizmetler ve tarım sektörleriyle doğrudan, dolaylı ya da uyarılmış etkilerle yakın bir ilişki içindedir (Çeken, 2014: 161). Turizm sektöründe oluşan gelir artışı çarpan ve katma değer etkisiyle diğer sektörleri etkileyecektir (Kozak vd, 2015: 119). Bu noktada ekonomik kalkınma için en iyi yollardan biri turizm ile sanayi, tarım, balıkçılık, imalat, inşaat ve hizmet endüstrileri gibi diğer ekonomik sektörler arasında güçlü bağlar kurarak ülke ekonomisi içine turizmi entegre etmektir. Eğer turizm sektörü lokal ekonomi içinde üretilen ürün ve hizmetlerin üretiminden yararlanırsa bu diğer sektörlere ek gelir sağlar ve güçlendirir. Ekonomide bu süreç turizm sektörünün diğer ekonomik sektörler üzerindeki çarpan etkisi olarak bilinir (Brida, 2015: 647-648).

Turizmin bir tüketim olayı olmasından dolayı turistik harcamalarda meydana gelen artışlar hem sektörün kendisinde hem de sektörle yakın ilişkide olan diğer sektörlerin gelirlerinde artışlar sağlayacaktır (Ünlüöner vd, 2014: 148). Gelirde oluşan etkiler üç şekilde meydana gelir (İçöz, 2005: 309);

- a) Direk turistler tarafından yapılan harcama sonucu oluşan gelirler (doğrudan gelirler).
- b) İşletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelir (dolaylı gelirler).
- c) Turizmden elde edilen gelirin, yarar sağlayan kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelir (uyarılmış gelirler).

Turizm sektörüne olan talebin artması öncelikle tarım sektörüne bağlı içecek ve gıda ihtiyacının artmasına neden olacağından, tarım sektöründe gelirleri arttıracığı gibi tarım ürünlerinin kalitesini de artıracaktır. Diğer taraftan turizm sektöründeki yatırım artışları sanayi sektöründeki yatırım, ara malı ve tüketim malları üretiminde de pozitif etkiler meydana getirecektir. Sanayi sektöründe ki bu üretim artışı iş kollarında kapasite artışı meydana getirecek ve yeni istihdam alanları oluşturacaktır. Turizm sektörü tarım ve sanayi sektörlerini etkilediği gibi ulaştırma, sağlık, güvenlik, haberleşme gibi hizmet sektörleri üzerinde de pozitif etkiler meydana getirecektir (Kozak vd, 2015: 119).

Kamu Gelirleri Üzerindeki Etkisi: Uluslararası turizm harcamaları öncelikle yerel işletmeleri finanse eder. Bu gelirin bir kısmı üretim faktörlerinin (ücretler, kiralar ve faiz ödemeleri gibi) geri ödemesi için ayrılırken geri kalanı işletme kârını oluşturmaktadır. Sektörde oluşan bu gelir, yerel ekonomide ekonomik fayda ve gelir yaratacak yeni tüketimleri beraberinde getirebilir. Ancak sektörün yerel ekonomiye katkısının maksimum olması yerel yatırımcıların sektöre olan katılımlarına bağlıdır. Ancak bu durumda çarpan etkisi artmış olacaktır. Turizm sektörü, oluşturduğu gelir artışı ile vergilendirme yoluyla kamu gelirlerinde bir artış meydana getirecektir (Brida, 2015). Bu gelirler şöyle sıralanabilir (Çeken, 2014: 154);

- a) Turistlerin tükettiği mal ve hizmetlerden alınan dolaylı vergiler,
- b) Turizm sektöründe kullanılmak üzere ithal edilen mallardan alınan gümrük vergileri,
- c) Sektörde bulunan işletmelerden alınan dolaysız vergiler,

d) Turistlerin faydalandığı kamu hizmetleri üzerinden alınan vergilerdir.

İşletme Maliyetlerini Düşürme: Turizm aynı zamanda pozitif ölçek ekonomisine neden olabilir. Turizmdeki gelişmeler, işletmelerin ölçek ekonomisinden yararlanarak birim başına üretim maliyetlerinin azaltılmasına yardım eder. Bununla beraber, uluslararası turizm talebi arttıkça turistik oteller fiziki olarak işletmelerini büyütmek ve çeşitlendirilmiş tesis olanakları sağlamak eğilimindedirler. Firmaların bu eğilimleri turistik mal ve hizmet maliyetlerini düşüreceğinden sektörün rekabet edilebilirliğini artıracaktır (Brida, 2015).

1.4. TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP

Turizm talebi, belli bir zaman diliminde genellikle ikamet ettikleri yerlerden uzak olan turistik tesis ve hizmetlerden yararlanmak üzere yeterli bir gelir ve ayırdıkları boş bir zamanda seyahat eden veya seyahat etmeyi düşünen kişilerin toplam sayısı olarak tanımlanabilir (Wall ve Mathieson, 2006: 22).

Yapılan bu tanımlamadan turizm talebi ile ilgili üç önemli unsurun ön plana çıktığını görmek mümkündür. Bu unsurlardan herhangi birinin eksik olması durumunda turistik faaliyetin gerçekleşmesi mümkün olmayacaktır. Öncelikle turizme yönelik bir talepten söz edebilmek için turistik faaliyette bulunan kişilerin, yeterli bir gelir ve boş zamana sahip olmaları gerekmektedir. Daha açık bir ifade ile bireylerin turistik faaliyette bulunmaları, beslenme, barınma, sağlık ve eğitim gibi temel ihtiyaçlarını giderdikten sonra turizm için yeterli gelire sahip olmaları ve iş sürelerinin dışında yeterli boş zamana da sahip olmaları gereklidir. İkincisi husus, turizm talebi ile ilgili bir gelir ve boş zamana sahip tüketiciler turistik faaliyette bulunma noktasında istekli olmalıdırlar. Son olarak, turistik mal ve hizmetler oluşturulan bir pazarda ve belirlenen bir fiyatta turistlere sunulmuş olmalıdır (Kozak vd. 2015: 92).

Tanımdan çıkarılacak bir diğer husus; turizm talebinin, sadece fiili gerçekleşen tüketimden oluşmadığı aynı zamanda turistik faaliyette bulunmayı düşünen ancak bazı nedenlerden dolayı bu faaliyette bulunamayan kişileri de kapsadığıdır. Buradan turizm talebinin üç ana bileşenden oluştuğunu söylemek mümkündür (Wall ve Mathieson, 2006: 22, Çeken, 2014: 74).

- ✓ *Efektif talep*, turistik faaliyette bulunmak üzere doğrudan turistik mal ve hizmetlerden faydalanmış olan kişileri ifade eder.
- ✓ *Potansiyel talep*, turistik faaliyette bulunmak için uyarılmış olmasına rağmen, uygun zaman veya gerekli satın alma gücünü sağlayamayan kişilerin toplamıdır.
- ✓ *Ertelenmiş talep*, motive olduklarında seyahat edebilecek olmalarına rağmen, turistik fırsat ve olanaklar hakkında bilgilendirilmemiş kişilerin toplamından oluşur.

Potansiyel talep ile ertelenmiş talep genellikle bastırılmış talep olarak ifade edilir. Ancak bastırılmış talebin ölçülmesi zor olduğundan akademik araştırmalarda göz ardı edildiği görülmektedir (Wall ve Mathieson, 2006: 22).

Turizm talebindeki gelişmelerin aynı zamanda birçok ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurduğunu söylemek mümkündür. Bireylerin harcama bütçelerinde turizme ayrılan payın mutlak olarak artması, sadece kendi refahlarının arttığına bir göstergesi değil aynı zamanda ziyaret ettikleri bölgelerde bulunan halkın da refahının arttığına belirtisidir. Çünkü turist sayısındaki artışın veya turistik harcama ölçөгündeki büyüklüğün gelir, istihdam, hükümet gelirleri, ödemeler dengesi ve turistik bölgelerdeki kültür üzerine hatırı sayılır bir etkisi vardır. Öncelikle turizm talebindeki artış yüksek istihdam, gelir ve üretim sağlamanın yanında yüksek enflasyon ile çevre kalitesinin ve sürdürülebilirliğinin düşmesine neden olurken, talepteki azalış ise yaşam standartlarında düşüşler meydana getirdiği gibi yüksek işsizliğe de neden olur. Buradan turizm talebinin bireyler, hane halkı, özel ve kamu alanları gibi ekonominin tüm sektörlerini etkilediğini söylemek mümkündür (Sinclair ve Stabler, 2002: 15).

Turizm ile ilgili verilecek iş kararlarında en temel faktörün turizm talebi olduğu söylenebilir. Havayolları, tur operatörleri, turistik gemi hatları, turistik oteller ve turistik eşya satan küçük işyerleri gibi turizmle ilgilenen işletmeler, turistlerin kendi ürünlerine olan talepleri ile ilgilidirler. Birçok işletmenin başarısı büyük ölçüde ya da tamamen turizm talebinin durumuna bağlıdır. İşletmeler için karlılığın bir belirleyicisi olarak talebin anahtar rolünden dolayı, gelecekte beklenen talep tahmini tüm planlama faaliyetlerinin çok önemli bir unsurunu oluşturmaktadır (Song, Witt ve Li, 2009: 2).

Turizmin en önemli ve karmaşık konuların başında gelen turizm talebinin en iyi şekilde anlaşılması için çalışmanın bundan sonraki kısmında öncelikle turizm talebinin özellikleri açıklandıktan sonra turizm talebini oluşturan faktörler incelenecektir.

1.4.1. Turizm Talebinin Özellikleri

Turistik mal ve hizmetleri diğer ekonomik mal ve hizmetlerden ayıran birçok unsur bulunduğundan, diğer ekonomik mal ve hizmetlere göre turizme olan talebin bazı farklı özellikler gösterdiği görülmektedir (Kozak vd. 2015: 93). Turizm talebinin belli başlı özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Turizm talebi bağımsız bir taleptir ve kişiden kişiye değişen özellikler gösterdiği gibi bireyleri turizm faaliyetine yönelten ekonomik, sosyal ve psikolojik nedenler bulunmaktadır (Güneren, 2015: 184).
- ✓ Turizm talebi çok yönlü olduğu gibi karmaşık bir yapıya sahiptir. Eğlence, ticaret, inanç ve sağlık gibi farklı amaçlarla seyahat eden insanlar arasında farklılıklar bulunduğu gibi seyahat edilen bölgedeki turistik mal ve hizmetlerin çeşit ve kaliteleri arasında ciddi farklılıklar görülmektedir.
- ✓ Turizm talebi ile kişisel harcanabilir gelir arasında çok yönlü bir ilişki vardır. Diğer bir ifade ile turizm talebi kişisel harcanabilir gelirin fonksiyonudur. Özellikle hem turistik faaliyette bulunan kişilerin daha çok kişi başına düşen gelir rakamları yüksek olan ülke vatandaşlarından olması hem de ekonomik durgunluk ve genişleme dönemlerinde turizm talebinin aynı yönde değişiklikler göstermesi bu özelliği kanıtlar niteliktedir.
- ✓ Turizm talebi ile lüks mal ve hizmetler arasında yüksek rekabet olduğu gibi birbirlerinin yerine ikame edilme özelliklerine sahiptirler.
- ✓ Kişisel tercihlere bağlı olarak turistik mal ve hizmetler arasında da aşırı bir rekabet bulunmaktadır. Bu rekabet, aynı amaca hizmet eden mal ve hizmetlerin ötesinde sektördeki farklı ürünler arasında da yaşanmaktadır. Özellikle konaklama süresi ile uzaklık (ulaştırma maliyeti) arasında veya turistik tüketim harcamaları ile konaklama ve ulaşım sektörleri arasında yoğun bir rekabet olduğu söylenebilir.
- ✓ Turizm talebi iç ve dış çevrede meydana gelen değişikliklere karşı aşırı esnektir. Bireylerin hem buldukları çevrede gelişen ekonomik, sosyal veya

politik değişimler hem de sektörde ikame olanaklarının güçlü olması turizm talebine aşırı esneklik özelliği katmıştır.

- ✓ Turizm talebi ülke veya bölgelerin özelliklerine göre değişiklik gösterebilmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki turistik mal ve hizmet tüketimi ile az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki turistik tüketim birbirinden farklı olabilmektedir.
- ✓ Turizm talebi mevsimsel dalgalanma gösterebilmektedir. Mevsimsel dalgalanma yılın belirli dönemlerinde olabileceği gibi bazen belirli günlerde de olabilir.

1.4.2. Turizm Talebinin Belirleyicileri

İnsanları turizme ve seyahate yönlendiren en büyük unsur kendi istek ve motivasyonlarıdır. Bu nedenle bireylerin neden turistik faaliyeti tercih ettikleri ve hangi unsurların onları bu konuda motive ettiği, araştırılması gereken konulardır. Turizm talebi geniş bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü sadece insanların turizme nasıl ve neden katıldıkları hakkında değil aynı zamanda turist olarak davranışları, seçtikleri turizm türünün nedeni, turizmin onlara ne anlam ifade ettiği, turizmden aldıkları hazzın neden değişebilirlik gösterdiği hakkında bilgi sunacaktır. Kısacası turizm talebini incelemek için turist incelenmelidir. Kaçınılmaz olarak turizm talebinin, turizm çalışmaları içindeki en karmaşık ve en detaylı konulardan biri olduğu söylenebilir (Sharpley, 2006: 31).

Turizm piyasasıyla ilgilenen kamu ve özel sektör ile hükümetler geleceğe yönelik yapacakları turizm planlaması ve yatırım programları için turizme yönelik talep tahmini yapmak durumundadırlar. Özellikle uluslararası turizme yönelik talep tahmini yapmak için turistik faaliyette bulunacak kişilerin kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2012). Bu noktada turizm talebinin belirleyicisi olan faktörleri ekonomik faktörler, demografik ve toplumsal faktörler, politik faktörler ve psikolojik faktörler olarak dört ana başlıkta toplamak mümkündür. Bu bağlamda, turizm talebinde var olan karmaşıklığın giderilmesi ve konunun anlaşılır bir hal alması için, turizm talebini etkileyen faktörlerin iyi analiz edilmesi ve açıklanmasının gerekli olduğunu söyleyebiliriz.

1.4.2.1. Ekonomik Faktörler

Yüksek gelir seviyesi, fiyatlar ve reel döviz kuru oranları gibi ekonomik faktörlerin tek başına turizm talebini etkileyen faktörler olmasa da en önemli faktörler arasında olduğu söylenebilir. Bireyleri gıda ve barınma ihtiyaçlarının ötesindeki seyahat ve eğlenme ihtiyaçlarını motive eden en önemli unsur, ekonomik faktörlerdir. Çünkü temel ihtiyaçlarını gideren bir birey, hayatını zenginleştirmek için maddi varlık edinimi dışında, seyahat ve eğlenceyi önemli bir araç olarak kullanmaktadır (Ryan; 2003: 27).

Turizm talebini etkileyen ve talep fonksiyonunu oluşturan ekonomik faktörlerin, kişisel harcanabilir gelir düzeyi, döviz kurları, kendi ülkesi ile hedef tatil ülkesi arasındaki fiyat karşılaştırılması, turist kabul eden ülkenin sektör arz yapısı ve ekonomik uzaklık olarak sınıflandırılması mümkündür (Sharpley, 2006: 100).

Gelir: Turizm talebini etkileyen en önemli ekonomik faktörlerden birinin bireylerin sahip olduğu gelir düzeyleri olduğunu söylemek mümkündür (Vanhove, 2005: 51). Turizm talebi, bireylerin harcanabilir gelir düzeyinden doğru oranda etkilenir. Daha açık bir ifade ile bireylerin harcanabilir gelir seviyeleri arttıkça turizm talebinin artması beklenir. Konu ile ilgili yapılan birçok çalışma bu sonucu doğrular nitelikte sonuç vermektedir. Ancak 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren gelişmiş ülkelerde turizm talebindeki büyümenin milli gelir büyümesinden daha hızlı olduğu görülmektedir. Örneğin petrol krizini takip eden 1970'li yılların başında turizm harcamalarında da belirgin bir durgunluğun yaşandığını görmek mümkündür. Bu turizm talebinde gelirin ve bir derece de fiyatın esnek olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, gelirden yukarı yönde olacak bir değişiklik, turizm talebini doğru orantılı olarak etkilemektedir. Ancak gelirden meydana gelen herhangi bir düşüş (ya da beklenenden daha düşük artış) turizm talebini aynı oranda azaltmayabilir. Hatta fiyatların artması durumunda bile turizm talebinin arttığı söylenebilir. Ancak bu uluslararası turizm için talebin kesin bir modelidir, demek değildir. Çünkü talebin azalmasının nedenleri olarak ekonomik olmayan faktörler de görülebilmektedir. Örneğin 1991'de yaşanan Körfez Savaşı sırasında ve 11 Eylül saldırısı sonrasında Amerika vatandaşlarının turistik taleplerinde görülen azalmaları ekonomik nedenlere bağlamak mümkün değildir. Tüm bu genellemeler göz önüne alındığında, gelirin turizm talebini açıklama da önemli bir

faktör olmasına rağmen talep modelinin tamamını açıklaması beklenemez (Ryan, 2003:27).

Turizm talebi ile gelir arasındaki ilişki toplam GSYH, kişi başına düşen GSYH ve harcanabilir kişisel gelir gibi farklı değişkenlerle ölçülebilir. Aslında bireylerin bütün harcamalarını yaptıktan sonra geriye kalan geliri bu konuda kullanılabilir en iyi değişken olabilir. Ancak bu değişkenle ilgili hiçbir verinin olmaması bu tarz gelir değişkenini kullanılabilir olmaktan çıkarmıştır. Gelir faktörü ile ilgili dikkat edilmesi gereken bir diğer nokta kişisel harcanabilir gelirin bir ortalama olması ve bu göstergenin kişisel gelir dağılımını ihmal etmesidir. Çünkü günümüzde birçok ülkede gelirin büyük bir kısmı sayılı kişilerin elinde yoğunlaşmıştır (Vanhove, 2005: 51).

Gelir ve turizm arasındaki ilişkiyi, dünyada en çok turizm harcaması yapan ülkelerin milli gelir, kişi başına düşen ve toplam turizm harcamaları verilerinin derlendiği Tablo 1.1’de görmek mümkündür.

Tablo 1.1. Dünyada En Çok Turizm Harcaması Yapan Ünelere Ait Turizm ve Milli Gelir Verileri (2014)

Üneler	Toplam Turizm Harcaması (Milyon Dolar)	Nüfus (Milyon Kişi)	Kişi Başına Düşen Turizm Harcaması (Dolar)	Kişi Başına Düşen GSYH (Dolar)
Çin	164.859	1.364	121	12.600
ABD	145.678	319	457	52.117
Almanya	106.630	81	1.317	43.558
İngiltere	79.935	65	1.238	38.149
Fransa	59.377	66	897	37.208
Rusya	55.383	144	385	23.292
Kanada	33.817	36	951	42.774
Avustralya	31.863	23	1.358	43.256
Brezilya	29.998	206	145	15.162
İtalya	28.857	61	475	33.336
Japonya	28.608	127	225	35.634
Belçika	26.404	11	2.351	40.801

Kaynak: UNWTO (2015), Dünya Bankası (2016)

Tablo incelendiğinde, dünyada en çok turizm harcaması yapan ülkelerden Çin, Rusya ve Brezilya hariç diğer ülkelerin gelişmiş ülke sınıflandırmasında yer aldığı ve satın alma paritesine göre düzenlenen kişi başına düşen gelirlerinin 30.000 ABD Dolarından fazla olduğu söylenebilir. Kişi başına düşen turizm harcamalarına

bakıldığında ise, nüfusları nispeten düşük gelişmiş Avrupa ülkeleri ile Avustralya'nın daha yüksek verilere sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Konu ile ilgili bir diğer önemli husus, turistik mal ve hizmet talebinin gelirden meydana gelen değişimler karşısında gösterdiği duyarlılık düzeyini açıklayan gelir esnekliği kavramıdır. Turizm talebinin gelir esnekliği, turistik mal ve hizmet talebindeki nispi değişimin gelirden meydana gelen nispi değişmeye oranlanmasıyla hesaplanır.

$$E_{tg} = \frac{\text{Turistik Talepteki Değişme/Talep Miktarı}}{\text{Gelirdeki Değişme/Gelir}} \quad (1.1)$$

Harcanabilir gelir ile turizm talebi arasında doğru yönlü bir ilişki olduğundan, birçok turistik mal ve hizmet için talebin esneklik katsayısı pozitif olacaktır. Ancak pozitif olan bu değer, temel mal ve hizmetler için birim esneklikten küçük ($E_{tg} < 1$) bir değer alırken, lüks mal ve hizmetler için birim esneklikten büyük ($E_{tg} > 1$) bir değer olacaktır (Çeken, 2014).

Değişik mal ve hizmet türleri değişik gelir esnekliğine sahip olduğu gibi, değişik turizm türleri de farklı gelir esnekliğine sahiptir. İş ve toplantı için yapılan turizm faaliyetleri tatil amacıyla yapılan turizm faaliyetlerine göre bir zorunluluktan öte bir seçimden kaynaklandığı için daha düşük bir esneklik katsayısına sahiptir.

Gelir ve turizm talebi arasındaki ilişkiyi açıklayan bir diğer önemli nokta faiz konusudur. Gelirin tüketime dönüşmesi üzerinde etkili olan en önemli faktörlerden biri ülkede izlenen faiz politikasıdır. 1980'li yılların sonunda birçok dünya ekonomisi enflasyonist baskılarla karşı karşıya kalmışlardır. Bu noktada hükümetler faiz oranlarını arttırarak tüketici harcamalarını azaltmak için çalışmışlardır. Bunun iki etkisi vardır. Öncelikle ipotek ile ev sahibi olma düzeyi yüksek olan toplumlarda borç maliyetinin artması kredi ödemelerini arttıracığından ihtiyari gelir azalmak durumunda kalacaktır. İkincisi yüksek faiz oranları tasarruf getiri oranını arttıracığından tasarruf daha cazip hale gelebilir. Bu da tüketici harcamalarını etkileyecektir (Ryan, 2003: 32). Bu noktada gelirdeki artışın turistik talebe dönüşmesi, ülkede izlenen faiz politikasına da bağlıdır.

Fiyat: Turizm talebi, gelir faktörünün yanında turistik mal ve hizmetlerin fiyatına önemli oranda bağlıdır. Ancak turizm talebi ile gelir arasında doğru yönlü bir ilişki varken, turizm talebi ile fiyat arasında ters yönlü bir ilişki beklenir. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatının artması, talep kanunu gereği turistik mal ve hizmete olan talebi

azaltması beklenir. Tam tersi durumda ise turistik mal ve hizmete olan talep artar. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişme turizm talebini iki yönde etkiler. Öncelikle bireyin geliri sabitken turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki artış durumunda, bireyin geliri reel anlamda düşmüş olacağından turistik mal ve hizmetlere olan talebi azalacaktır. Yine geliri sabitken turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında oluşacak bir düşüş durumunda ise, reel anlamda gelir artacağından turizme olan talep artacaktır. Bu durum gelir etkisi ile ifade edilir. Bir diğer etki ise ikame etkisidir. Bireyler turistik mal ve hizmetlerin fiyatındaki artıştan dolayı tüketim tercihlerini lüks mal ve hizmet tüketiminde kullanabilirler (Ünlüöner vd. 2014;56).

Turizm talebini etkileyen fiyat faktörü konusunda asıl üzerinde durulması gereken konu, nispi fiyat farklılıklarının talep üzerindeki etkisidir. Çünkü turist gönderen ülke ile hedef turistik bölge arasındaki fiyat farklılıkları talep üzerinde etkili olan önemli bir faktördür. Ülkeler veya bölgeler arasında meydana gelen fiyat farklılaştırılması iki durumda ortaya çıkacaktır. Bunlar ülkeler arasında farklılık gösterebilen enflasyon oranındaki değişimler ile döviz kurlarında oluşan farklılıklardır. Döviz kurlarında meydana gelen değişimler, turistik mal ve hizmet fiyatlarını nispi olarak etkileyeceğinden bazı ülkeleri turizm açısından avantajlı veya dezavantajlı duruma getirebilir. Daha açık bir ifade ile hedef ülkenin kullandığı para, turist gönderen ülkenin kullandığı paraya göre değer kaybederse bu turizm talebini olumlu etkileyecektir. Örneğin TL'nin Rus Rublesi karşısında değer kaybetmesi Türkiye'de turistik mal ve hizmetleri Rus turistler için daha ucuz hale getireceğinden, Rus vatandaşlarının Türkiye'ye olan turizm taleplerini arttıracaktır. Ancak Türkiye'de oluşacak enflasyon artışı, bu avantajlı durumu ortadan kaldıracığından talep değişiklik göstermeyebilir. TL'nin Ruble karşısında değer kazanması durumunda ise turistik mal ve hizmetlerin fiyatı Rus vatandaşları için artacağından, Rus vatandaşlarının talebi azalacaktır.

Turistik mal ve hizmet fiyatlarındaki değişimlerin talep üzerindeki etkileri esneklik katsayısıyla ölçülmektedir. Fiyat esnekliği, turizm talebinin fiyat değişimleri karşısında gösterdiği tepki olarak ifade edilir ve aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$E_{tp} = \frac{\text{Turistik Talepteki Değişme/Talep Miktarı}}{\text{Turistik Mal ve Hizmet Fiyatındaki Değişme /Fiyat}} \quad (1.2)$$

Eşitlik (1.2)'ye göre esneklik, talepteki yüzde değişimin fiyattaki yüzde değişmeye oranı olarak ifade edilir. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatı ile talep edilen miktar arasında ters yönlü bir ilişki olduğundan esneklik katsayısı negatif olacaktır. Ayrıca, turistik mal ve hizmetler zorunlu mal grubunda olmadığından, fiyattaki değişmeye göre talep miktarının daha fazla değişmesi esneklik katsayısının birden büyük ($E_{tp} > 1$) olduğunu gösterir (Çeken, 2014).

Döviz Kuru: Turistik mal ve hizmet talebinde bulunan tüketicilerin kararlarını etkileyen bir diğer faktör, iki ülkenin para birimleri arasındaki döviz kurları değişimleridir. İki ülkenin para birimleri arasındaki döviz kuru değişimleri tüketime konu mal ve hizmetlerin fiyatlarını nispi olarak değiştirecektir. Bu durum turizm talebini doğrudan etkileyecek ve ülkeler arası turizm talebinde kaymalara neden olabilecektir. Mal ve hizmet fiyatlarının aynı kalması koşuluyla turist kabul eden ülkenin para biriminin turist gönderen ülkenin para birimine göre değer kazanması durumunda, turist gönderen ülke vatandaşlarının bu ülkedeki turistik mal ve hizmetlere olan talepleri azalacak ve diğer ülkelere doğru bir talep kayması olacaktır.

Turist kabul eden ülkenin ulusal parasının turist gönderen ülkelerin ulusal parasına göre değer kaybetmesi durumunda ise, turistik tüketime konu olan mal ve hizmetlerin fiyatları nispi olarak düşeceğinden bu ülkeye olan turizm talebi artacak ve rakip ülkelere bir talep kayması yaşanacaktır. Ulusal paranın değer kaybetmesinin bir diğer sonucu, ülke vatandaşlarının satın alma gücünün azalmasından dolayı uluslararası turizm harcamalarında düşüş meydana gelmesi ve bu isteğin iç turizme kaymasıdır (İçöz, 2005: 123).

Ekonomik Uzaklık: Turist gönderen ülke ile hedef ülke arasındaki uzaklığı ve ulaştırma maliyetini ifade eden ekonomik uzaklık, turizm talebi üzerinde etkili olan ekonomik bir faktördür. Uzaklığın turizm talebi üzerinde caydırıcı bir etkisi vardır. Bu caydırıcı etki iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi, uzaklığın fazla olması konaklama süresini azaltacak ve dolayısıyla turistik seyahat süresi kısalmaktadır. Sabit bir boş zamana sahip tüketiciler için yolculuk süresi önemli bir etken olabilir. Ancak havayolu teknolojilerinin gelişmesi, uçak sefer sayılarının artması ve hızlı tren ağlarının artması gibi teknolojik gelişmeler ve altyapı imkânları bu anlamda uzaklığı caydırıcı bir etken olmaktan çıkarmıştır. İkincisi ise, yeterli boş zamana sahip olsalar bile tüketiciler için

mesafe uzaklığının daha fazla maliyete katlanılmayı gerektirmesidir. Bu durum tüketicilerin daha yakın olan bölgeleri tercih etmelerini sağlayacaktır.

Ekonomik uzaklık, her iki şekilde de turizm talebi ile ters yönlü bir ilişkiye sahiptir. Turist gönderen ülke ile turist kabul eden ülke arasındaki ekonomik uzaklık arttıkça iki ülke arasındaki turizm talebi azalacaktır. Ancak ülkeler arasındaki ulaştırma maliyetleri aynı zamanda dünya petrol fiyatlarıyla da yakından ilgilidir. Özellikle son yıllarda yaşanan petrol fiyatlarıyla ilgili spekülasyonların ulaştırma masraflarını önemli derecede etkilediğini söylemek mümkündür.

Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi: Turizm sektöründe konaklama potansiyeli ve arz kapasitesi alt ve üst yapının mevcut durumu, turistik mal ve hizmetlerin miktarı, kalitesi ve fiyatını belirtmektedir (İçöz, 2005: 138). Bir ülkede veya bölgede, turizme yönelik alt yapının gelişmiş olması, sektörün kapasite ve kalite bakımından talebe cevap verecek düzeyde olması, turistik mal ve hizmetlerin kalitesinin yanında fiyatlarının da talep edicilerin imkânları ve beklentileriyle uyumlu olması o ülkeye veya bölgeye yönelik turizm talebini artıracaktır. Turizm kapasitesinin veya kalitesinin yetersiz olması turizm arzının turizm talebinden fazla olmasına yol açacak ve bu durumda turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında artışlar görülecektir. Turistler böyle bir durumda kendilerine daha uygun arz avantajları sağlayan bölgelere yöneleceklerdir. Dolayısıyla arz yapısının turizm talebi üzerinde aynı yönlü bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür (Çeken: 2014, 81).

1.4.2.2. Demografik ve Toplumsal Faktörler

Aynı toplumda yaşayan bireylerin seyahat etme konusunda farklı eğilimler göstermelerinde, ekonomik faktörlerin yanında demografik ve toplumsal farklılıklarında etkisi bulunmaktadır. Bu faktörler eğitim seviyesi, meslek, aile yapısı, dil güçlükleri ve kentleşme düzeyi olarak sıralanabilir (Çelikkıran, 2012: 25)

Eğitim Seviyesi: Eğitim düzeyi ile turizm talebi arasında güçlü bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür. Eğitim düzeyinin yükselmesi bireylerin kültürel birikimlerini yükselttiği gibi daha yüksek gelirlili ve daha prestijli mesleklerde çalışma olanakları sağlar. Bunun yanında eğitim seviyesi yükselen bireyler farklı bölgeleri ve insanları araştırma gereği duyacaktır. Bunların sonucu olarak insanlar bilgi sahibi oldukları

yerleri görmek ve bu yerleri daha yakından görerek daha fazla bilgi sahibi olmak isteyeceklerinden turizme talepleri artacaktır. Eğitim seviyesi ile katılmak istenen turizm türü arasında da bir ilişki söz konusu olabilir. Eğitim seviyesi nispeten daha düşük olan bireyler kitle turizmi tercih ederken daha yüksek eğitim seviyesine sahip bireyler daha alternatifli ürün ve turizm bölgelerine yönelme eğilimindedirler (Kozak vd, 2015: 102).

Meslek: Aynı gelir ve eğitim seviyesinde olup farklı meslek grubunda bulunan bireylerin turizme katılma oranlarında farklılıklar görülebilir (Çeken, 2014: 83). Tarım sektöründe çalışan nüfus ile sanayi, eğitim ve ticaret sektöründe çalışan nüfusun turizme katılma oranları farklılık göstermektedir. Sanayi, eğitim ve ticaret kesiminde çalışan nüfus belirli bir ücret ve plan dâhilinde çalıştığından tatil için yeterli zaman ve finansal kaynağa sahiptir. Ancak tarım sektöründe çalışan nüfusun çalışma dönemi ile yaz turizmi dönemi aynı zamana denk geldiği için kırsal nüfusun turizm faaliyetlerinde bulunmaları çok beklenecek bir durum değildir (Kozak, 2015: 103).

Aile Yapısı: Aile durumu, kişinin evli veya bekâr olmasını, çocuklu olup olmadığını veya çocuk sayısını, çocukların eğitim durumlarını ve aile bağlarını belirtmektedir. Kişinin bu durumları turizme olan taleplerini etkileyen faktörlerdir. Bekâr veya çocuksuz evli çiftler çocuklu ailelere göre daha çok seyahat etme imkânlarına sahiptirler. Bunun yanında ataerkil toplumlarda belirli bir yaş ve gelir düzeyine sahip bireylerin anne ve babalarına bakmakla yükümlü oldukları görülmektedir. Bu durum kişilerin seyahat etme olanaklarını kısımlı bir diğer aile yapısı örneğini göstermektedir (İçöz, 2005: 141).

Dil Güçlükleri: Konuşulan dil ve bilinen yabancı dil bireylerin turizm tercihlerinde etkili bir faktördür. Yeterli düzeyde yabancı dil bilmeyen kişilerin uygun zaman ve yeterli gelirleri olmasına rağmen yabancı ülkeleri ziyaret etmekte isteksiz oldukları görülmektedir. Bu nedenle birbirleriyle aynı veya yakın bir dil konuşan ülkeler arasında turizm hareketleri daha yoğundur (Çeken, 2014).

Kentleşme Düzeyi: Kentleşme düzeyinin artması sanayi, hizmet ve ticaret sektörünün gelişmesiyle doğru orantılıdır. Bu durumda bireylerin kişisel gelirlerinde ve sosyal güvenlik haklarında görülen iyileşmeler seyahat etme olanaklarını da artırmış olacaktır (Güneren, 2015: 189). Diğer yandan çalışma koşullarının ağırlığı, aşırı nüfus

yoğunluğunun getirdiği trafik sorunları ile hava ve gürültü kirliliği ve buna benzer sorunlar, insanları belli bir süre için bile olsa bu ortamdan kurtulmak üzere turizm sektörünün sunduğu sessiz ve doğal ortamlarda bulunmalarını teşvik edecektir.

1.4.2.3. Politik Faktörler

Hem turist gönderen ülkede hem turist kabul eden ülkede hem de küresel ortamda meydana gelen siyasi sorunlar uluslararası turizm talebi üzerinde etkili olan faktörlerden biridir. Bunun en önemli nedeni turizm talebinin özellikle uluslararası gerginlikler, savaş, terör, anarşi ve yaşanan siyasi gerginliklere aşırı duyarlı olmasıdır. Bunun yaşandığı ülkelere veya bölgelere doğru uluslararası turizm talebinde azalma görüldüğü gibi bu bölgelerden başka bölgelere olan turizm talebinde de ciddi azalmalar yaşanacaktır (İçöz, 2005: 156). Bunun en iyi örneği olarak ABD’de 2001 yılında yaşanan “11 Eylül” saldırıları gösterilebilir. Bu saldırının ABD’ye yönelik turizm talebinde, ABD’nin yapmış olduğu turizm harcamalarında ve küresel boyutta turizm göstergelerinde olumsuz etkiler gösterdiği Tablo 1.2’de görülebilir.

Tablo 1.2. 11 Eylül Saldırılarının Uluslararası Turizm Talebine Etkisi (2000-2002)

Bölgeler	2000	2001	2002
ABD’ye olan turizm Talebi (Milyon Kişi)	51	45	42
ABD’nin Turizm Harcamaları (Milyar \$)	65	59	58
Dünya Toplam Turizm Talebi (Milyon Kişi)	697	693	703

Kaynak: UNWTO (2001, 2002)

Tablodan da görüleceği üzere ABD’ye olan turizm talebi, 2000 yılında 51 milyon kişi iken 2001 yılında yaşanan saldırı turizm talebini 45 milyona kişiye, takip eden 2002 yılında ise 42 milyon kişiye düşmüştür. Aynı şekilde ABD’nin yapmış olduğu turizm harcaması 2000 yılında 65 milyar dolar iken 2001 yılında 59 milyar dolara ve 2002 yılında ise 58 milyar dolara düşmüştür. Dünyada yaşanan toplam turizm talebi ise 2000 yılında 697 milyon kişi iken 2001 yılında 693 milyon kişiye düşmüş 2002 yılında ise 703 milyon kişiye ulaşmıştır. Buradan 11 Eylül 2001 saldırılarının hem ABD’ye olan turizm talebine hem ABD’nin yapmış olduğu uluslararası turizm harcamasına hem de küresel bazda turizm talebine olumsuz etkiler gösterdiğini söylemek mümkündür.

1.4.2.4. Psikolojik Faktörler

Turizm talebini etkileyen en önemli faktör olan psikolojik faktörler geniş çalışma alanlarını kapsamaktadır. Bu alanlar kişilik, öğrenme, algı, tutum, motivasyon, moda, zevk ve alışkanlık gibi çalışma alanlarından oluşmaktadır. Bu faktörlerin en önemli özelliği, özellikle fiyat gibi ekonomik faktörlerin etkilerini bir derece azaltmalarındadır (Güneren, 2015: 189). Fiyatların yükselmesine karşılık turizm talebinin artması psikolojik faktörlerin etkisinin olabileceğini gösteren bir durumu gösterecektir.

Turizm üzerinde etkili olabilecek birçok psikolojik unsur bulunmakla birlikte başlıca önemli faktörler aşağıda başlıklar halinde incelenmiştir (Kozak vd. 2015: 188).

Kişilik Yapısı ve Motivasyon: Motivasyon turizm talebinin en karmaşık ve en önemli unsurlarından biridir. Diğer yandan turizm talebi ise motivasyonun bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Çoğu zamanda motivasyon, bir ihtiyacı karşılamak için bir araç olarak düşünülmelidir (Sharpley, 2006: 31). Tüketicileri turistik faaliyette bulunmaya yönlendiren ve potansiyel turizm talebinin aktif turizm talebine dönüşmesinde etkin rol oynayan psikolojik ve sosyolojik motivasyonlar bulunmaktadır. Bu motivasyonlar şu şekilde sıralanabilir;

- ✓ Fiziksel Motivasyonlar (Fiziki dinlenme, sağlık, spor faaliyetlerine katılma, eğlence, alışveriş vb.)
- ✓ Kültürel Motivasyonlar (Diğer ülkelerin insanlarına, tarihi yerlerine, mimarisine, folklor ve sanatına duyulan ilgi ve merak)
- ✓ Kişisel Motivasyonlar (Arkadaş ve akraba ziyaretleri, yeni arkadaşlıklar kurma, sosyal çevresinden uzaklaşma isteği vb.)
- ✓ Prestij ve Statü Motivasyonları (İş, kongre, eğitim, ilgi çekme ve saygı görme amaçlı yapılan seyahatler vb.)

Bunun yanında Stanley Plog (1974) tarafından yapılan bir diğer sınıflandırmada bireylerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin turistik faaliyette bulunma eğilimlerini etkilediğini göstermektedir. Buna göre kişilik tipleri içe dönük kişilik tipi ile dışa dönük kişilik tipi olarak ayrılmaktadır (Cooper vd, 2008: 47, Güneren, 2015: 184). İçe dönük kişilik tipine sahip bireylerin, düşük gelire sahip oldukları, düşünce odaklı olduklarından dolayı küçük problemleri sorun ettikleri anlaşılmaktadır. Bu bireylerin sahip oldukları bu özelliklerden dolayı turizm talebinde bulduklarında, tercihlerinde

tutucu oldukları, güvenli olduğunu düşündükleri bölgelere planlı turları tercih ettikleri ve bu bölgelere tekrarlı seyahatler yaptıkları görülmektedir. Dışa dönük kişilik tipine sahip bireylerin ise yüksek gelir gurubunda buldukları, yeni yerler keşfetme ve sürekli seyahat yapma eğilimine sahip kişiler oldukları görülmektedir. Bu bireylerin içe dönük kişiliklere göre maceracı bir kişiliğe sahip olmaları turizmde sürekli değişim arayan bir talep özelliğine sahip olduklarını göstermektedir.

Kültürel Uzaklık: Bölgeler arasındaki kültür farklılıkları olarak tanımlanan kültürel uzaklık turistlerin kişilik özelliklerine göre turizm üzerinde olumlu ve olumsuz etkilere sahiptir. Yeni yerler keşfetme, farklı insanlar ve kültürler tanıma amacı güden kişiler için kültürel uzaklığın turizm talebine olumlu etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Diğer yandan farklı kültürleri tanıma amacı olmayan insanlarda ise daha çok yakın ve kültür benzerliği olan yerlere seyahat etme eğilimi vardır. Bu kişilikteki bireylerin daha çok kitle turizmine yöneldiği görülebilir. Son dönemlerde farklı kültürleri tanıma eğiliminin artmasından dolayı Uzak Doğu, Afrika, Latin Amerika ve demirperde ülkeleri kültür turizminde pozitif bir ivme kazanmıştır. Kültür turizmini ikinci planda tutan ve özellikle dinlenme amacıyla kitle turizmine yönelen turistlere ise Akdeniz ülkeleri ile Hawaii, Maritius ve Karaip Adaları ilgi çeken yerler olmuştur (Kozak vd, 2015: 105).

Moda, Zevk ve Alışkanlıklar: Turizm dışındaki ticari mal ve hizmetlerde olduğu gibi, turistik mal ve hizmet talebi üzerinde fiyat faktörünün etkisini azaltan veya kaldıran en önemli unsurların başında moda eğilimleri, zevk amaçlı tüketim ve alışkanlıklar gelmektedir. Özellikle eğlence turizmi ve spor turizminde bunun etkisi çok daha rahat görülebilmektedir (İçöz, 2005: 149). Golf turizmi, lüks kruvaziyer turları ve lüks restoranlar gibi turizm çeşitleri bu kapsamda değerlendirilebilir. Bu tür mal ve hizmetlerde fiyatın artması talepte azalma yerine bir artış eğilimi gösterebilir. Ayrıca alışkanlıklar da talep üzerinde olumlu yönde bir etkiye sahiptir. Örneğin, fiyat değişimleri, belirli periyotlarla belirli bir destinasyona seyahat etmeyi alışkanlık haline getirmiş tüketicilerin turizm taleplerini böyle bir alışkanlığı olmayan tüketicilerin turizm taleplerine göre daha az etkiler.

Snobizm: İnsanların, kendilerini toplum içinde kabul ettiren ve kamuoyu tarafından bilinen kişilerin yerine koyması ve toplumda onlar gibi hareket etmesi olarak

tanımlanan snobizm turizm talebi üzerinde pozitif etkilere sahiptir (Ünlüönen vd. 2014: 61). İletişim teknolojilerindeki gelişmeler insanları örnek aldıkları kişilerin seyahat ettikleri bölgelere ve turistik mekânlara seyahat etmelerini teşvik eder. Dahası insanlar farklı ülkelerde yaşayan insanlarla birlikte olmayı ve kısa süreliğine de olsa onlar gibi yaşamayı talep etmektedirler. Ülkemizde yaşayan sanatçıların veya üst gelir grubunda bulunan kişilerin tatillerini geçirdikleri yerleri (Bodrum, Uludağ, Hawaii vb) kitle iletişim araçlarıyla kamuoyuna duyurmaları sonucunda onları takip eden insanlarda da o yerlere seyahat etme eğilimi doğmaktadır.

Snobizmin bir diğer etkisi, turist kabul eden bir bölgede yaşayan insanlar, yaşadıkları bölgeyi turistik amaçla ziyaret eden kişileri örnek alarak farklı ülke veya bölgelere gitme eğiliminde bulunabilirler. Buradan hareketle snobizmin uluslararası turizm için çarpan etkisine sahip olduğunu söylemek mümkündür.

1.4.2.5. Diğer Faktörler

Turizmi talebini etkileyen ekonomik, toplumsal, psikolojik ve politik faktörlerin yanında reklam ve tanıtım, boş zaman ve turizm bilinci de turizm talebini etkileyen diğer faktörler olup aşağıda başlıklar halinde incelenecektir.

Reklam ve Tanıtım: Uluslararası turizmde yaşanan yoğun rekabet, ülkelerin turizm talebinden beklentilerini karşılamaları için tanıtım ve imaj yaratmalarını zorunlu bir faktör olarak karşımıza çıkarmıştır (Çetinel, 2001). Reklam ve tanıtım faaliyetlerinin en önemli fonksiyonu turistik bölge ve ülke hakkında tüketicilere bilgi vermesidir. Reklam ve tanıtım faaliyetleri, efektif turizm talebini arttırdığı gibi potansiyel turizm talebini de harekete geçirmektedir (Ünlüönen vd. 2014: 61). Reklam faaliyetlerinin bir diğer fonksiyonu, uluslararası turizm talebi için önemli bir etken olan olumlu bir ülke vizyonu oluşturmaktır.

Boş Zaman: İnsanların çalışma süresinden arda kalan zamanlarını ifade eden boş zaman, turistik faaliyette bulunmak için gelire beraber en önemli etkendir. Sanayi Devrimi sonrasında, sanayi alanında yaşanan gelişmeler ve çalışma şartlarındaki iyileşmeler çalışanlar için daha iyi ücret ve daha az çalışma süreleri sunmuştur. Bu gelişmeler çalışanların sahip oldukları boş zamanlarında artış meydana getirmiştir. Günümüz gelişmiş ve kısmen gelişmekte olan ülkelerde, insanlar günde sekiz saat

çalışmakta, hafta sonları ve yılın belli dönemlerinde izin kullanabilmektedirler (Kozak vd. 2015: 107). Bu durum insanların boş zamanlarında sosyal aktivitelerde bulunmalarını ve en önemlisi turistik faaliyette bulunmak için uygun zaman şartlarını ortaya çıkarmaktadır.

Turizm Bilinci: Turizm bilincinin oluşması, turistik faaliyete katılmak isteyen turistler ve turist kabul eden bölge halkının turizm faaliyetlerinin kendilerine ve topluma olacak katkısının farkında olmalarıdır. Özellikle turist kabul eden bir bölgede yerleşik olan halkın turizm faaliyetlerine ve yabancı turistlere karşı önyargılı bir düşünceye sahip olmaları turizm talebini olumsuz yönde etkileyecektir. Çünkü oluşacak bu önyargı, turistlerin kendi kültürleri üzerinde olumsuz etkileri olacağı düşüncesiyle turistlere ve turizm sektörüne karşı olumsuz davranışlar sergilemelerine yol açabilecektir. Bunun önüne geçmek için, özellikle bu bölgelerde olmak üzere toplumda turizm ile ilgili eğitici çalışmalar yaparak pozitif bir turizm bilinci yerleştirilmelidir.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE TURİZMİN GELİŞİMİ

2.1. DÜNYADA TURİZM

Turizm kavramına yüklenen anlam, turizmin tarihsel süreci ile ilgili başlangıç tartışmalarını ortaya çıkarmaktadır. Turizm sadece bir yerden bir yere seyahat etmek olarak tanımlandığında tarihsel süreci ilk medeniyetlere kadar uzatılabilir. Yapılan birçok çalışma, insanların ilkçağlardan beri ekonomik, sağlık, inanç ve spor amacıyla seyahat ettiklerini belirtir. İlk seyahatler Sümer'ler tarafından yapıldığı gibi, ticari amaçlı ilk seyahatlerin Fenikeliler tarafından Çin ve Hindistan'a yapıldığı görülmektedir. Yine Mısır'ın bu dönemde sahip olduğu piramitlerle dünyanın en önemli merkezleri arasında olduğu ve piramitler ile tapınak ziyaretleri için gelenleri ağırlamak üzere tesisler kurdukları bilinmektedir. Aynı dönemde Romalıların özellikle ünlü tapınak ziyaretleri ve eserlerin görülmesi amacıyla yapılan seyahatler için yol güzergâhları belirledikleri ve konaklama tesisleri inşa ettikleri görülmektedir. Yunanlıların M.Ö. 700 yılında başlattıkları Olimpiyat oyunları için, katılımcı ve izleyicilerin seyahatleri spor turizminin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Son olarak Efes Şehir Devleti'nin sahip olduğu tiyatro, kütüphane, çarşı ve eğlence merkezleriyle, seyahat için ilgi gören bir çekim merkezi olduğu söylenebilir (Giritlioğlu, 2015: 35-38).

Orta çağ ise özellikle Avrupa için en karanlık dönem olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde Yunan ve Roma medeniyeti yerini katı ve tartışmaya kapalı bir din anlayışına bırakmıştır. Yine bu dönemde Ortadoğu ve Arap yarımadasında İslamiyet'in hızla yayıldığı görülmektedir. Her iki bölgede de görülen bu yapısal değişim seyahat faaliyetlerini de etkilemiştir. Bu dönemde yapılan seyahat faaliyetlerinin daha çok kutsal yerleri ziyaret etme amacıyla yapıldığını görmek mümkündür (Usta, 2008: 32, Giritlioğlu, 2015: 39).

Avrupa'da yaşanan Rönesans hareketleri ve daha sonra gelişen Sanayi Devrimi toplumda sosyal, ekonomik ve teknik gelişmeler meydana getirmiştir. Özellikle emeğe dayalı düşük miktardaki üretimin yerini makineye dayalı yüksek üretimin alması, kırsaldan merkezlere doğru göç hareketlerini başlatmış ve aynı zamanda çalışanların

zamanla sosyal ve ekonomik olarak çalışma şartlarını iyileştirmiştir. Bunlar daha iyi ücret, daha az çalışma ve seyahat süreleri ile maliyetlerinin azalması olarak kendini göstermiştir. Raylı sistemlerin kullanılması sonucu seyahat süreleri ve maliyetlerindeki azalış, daha iyi bir gelir ve boş zaman günümüzdeki kullanılan anlamıyla turizmi ortaya çıkarmıştır (Kozak vd. 2015: 54-55).

Sanayi Devriminden sonra turizm gelişimi için en önemli dönüm noktası, 2. Dünya Savaşı sonrası yaşanan gelişmelerdir. Savaş sonrası dönemde ABD tarafından sağlanan yardımlar ile kurulan uluslararası kuruluşlar ve birlikler sayesinde Avrupa ülkeleri savaş tahribatını ortadan kaldırarak hızlı bir kalkınma sürecine girmişlerdir. Ancak bu dönemde ülkeler kalkınma süreçlerini tamamlamak için döviz ihtiyacı duymuşlar ve bu problemi çözmek için ihracattan başka yollar aramışlardır. Bu esnada gelişmeye başlayan turizm sektörü iktisatçıların ve hükümetlerin dikkatini çekmeyi başarmış ve ihracat ile beraber önemli bir döviz kazandırıcı işlem olarak görülmeye başlanmıştır. Bu gelişmelerle beraber, savaş döneminde gelişen savaş teknolojisi ve buradan sağlanan bilgi birikiminin savaş sonrası dönemde sivil alana transfer edilmesiyle havayolu ulaşımını hızlı bir şekilde geliştirmiştir (Giritlioğlu, 2015: 45). Bu durum seyahat sürelerini kısalttığı gibi maliyetleri de azaltmıştır. Bunlara ek olarak teknolojiye imkânlardan dolayı insanların çalışma sürelerinde önemli azalmalar meydana gelmiştir. Çalışma sürelerinde meydana gelen azalma insanları gezip-görme, eğlenme, dinlenme, öğrenme gibi sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamak üzere sürekli yaşadıkları yerlerden geçici olarak başka bölgelere seyahat etmelerine olanak sağlamıştır. Yaşanan bütün bu gelişmeler, dünyanın farklı yerlerinde yaşanan ekonomik krizler, savaşlar, salgın hastalıklar ve doğal afetlere rağmen turizmi hızla ekonominin en büyük sektörlerinden biri haline getirmiştir.

2. Dünya Savaşı sonrasında günümüze kadar dünyada turizm faaliyetinin gelişimini Tablo 2.1’de görmek mümkündür. Buna göre 1950’de 25,3 milyon olan turist sayısı 1970’te 278 milyona, 1990’da 435 milyona 2010’da 950 milyona ve 2014 yılında ise 1,134 milyar turist sayısına ulaşmıştır. Turist sayısındaki büyüme hızına bakıldığında ise, 1950 ile 2010 yılları arasında 10’ar yıllık süreler için, yaşanan birçok siyasi ve ekonomik krizlere rağmen turizm hızla büyüyen bir sektör olmuştur.

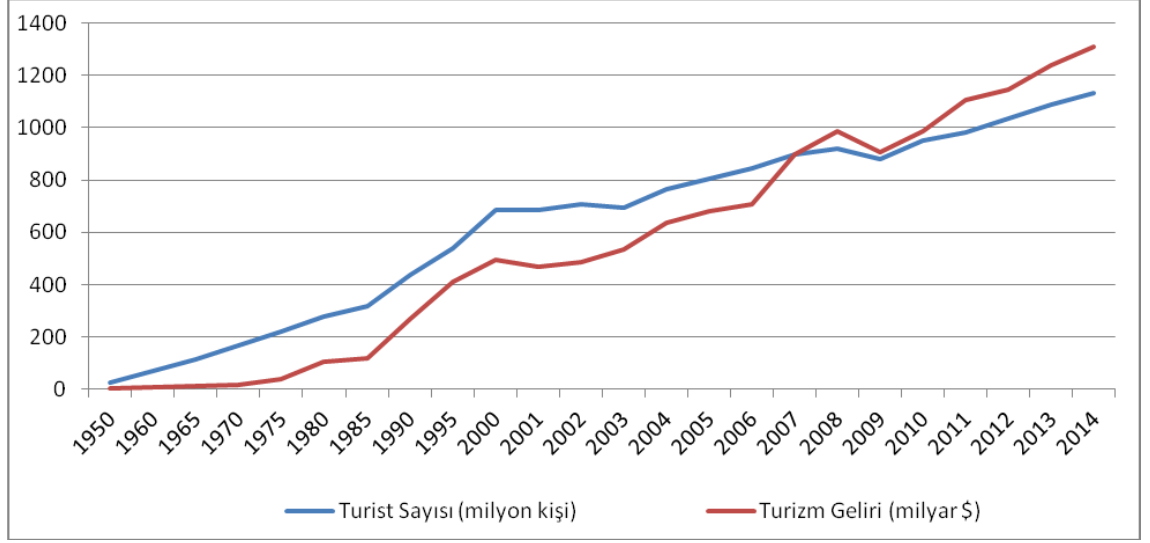
Tablo 2.1. Uluslararası Turist Sayısı, Turizm Gelirleri ve Turist Başına Harcama

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Yüzde Değişim	Turizm Gelirleri (Milyar \$)	Yüzde Değişim	Turist Başına Harcama (\$)	Yüzde Değişim
1950	25,3	-	2	-	83	-
1960	69,3	173,9	7	223,8	98	18,22
1970	166	139,2	18	164,7	108	10,51
1980	278	73,5	102	466,6	367	238,38
1990	435	52,1	271	165,6	623	69,79
2000	674	56,3	495	82,6	734	17,89
2010	950	38,1	966	95,1	1017	38,45
2011	994	3,27	1104	14,2	1111	9,23
2012	1040	5,61	1146	3,8	1102	-0,79
2013	1088	5,02	1241	8,2	1141	3,51
2014	1134	4,23	1309	5,4	1154	1,20

Kaynak: UNWTO (2015)

Aynı dönemde elde edilen turizm gelirlerine bakıldığında hem artan turist sayısı hem de çeşitlenen turizm faaliyetlerinden dolayı, turist sayısına göre daha hızlı artışlar göstermiştir. 1950’de 2 milyar dolar olan turizm gelirleri 1970 yılında 18 milyar dolara, 2010 yılında 95 milyar dolara, 2014 yılında ise 1 trilyon 309 milyar dolara yükselmiştir. Yıllar itibariyle turizm faaliyetlerindeki çeşitliliğin ve kalitenin artması insanları turizm için daha fazla kaynak ayırmasına yol açmıştır. Buna göre turist başına düşen harcama 1950’de 83 dolar iken 1970’te 108 dolara 1990’da 623 dolara 2010 yılında 1.016 dolara ve 2014 yılında da 1.154 dolara yükselmiştir.

1950-2014 yılları arasında uluslararası turist sayısı ve turizm gelirlerinin seyrini gösteren Grafik 2.1’e göre; 2001 yılında ABD’de meydana gelen terör saldırıları ve 2008 yılında ortaya çıkan finansal kriz dönemlerinde kısa süreli durgunluk yaşanmasına rağmen turizm sektörünün sürekli hızlı bir büyüme trendinde olduğunu söylemek mümkündür.



Kaynak: UNWTO (2015)

Grafik 2.1. Uluslararası Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Grafikten çıkarılacak bir diğer sonuç, turizmden elde edilen gelirdeki büyüme hızının turist sayısındaki büyüme hızından fazla olmasıdır. Turizmdeki kalitenin ve turizm çeşitliliğinin artması kişi başına düşen turizm harcamasını arttıran unsurlar olmuştur. Buna göre turist başına düşen turizm harcaması tutarı 1980'den sonra hızlı bir artış trendine girmiş ve 2008 yılından sonra 1000 doların üzerine çıkmıştır.

Uluslararası turizm hareketlerinin bölgesel eğilimleri incelendiğinde, Avrupa kıtasının toplam turist hareketlerinin yarısından fazlasını çektiği, Avrupa kıtasını ise Amerika ile Asya ve Pasifik bölgelerinin takip ettiği görülmektedir. Avrupa'nın önemli tarihi varlıklara sahip olmasının yanında ülkeler arası geçiş kolaylığı, turizme yönelik alt yapının gelişmiş olması ve yüksek gelire sahip ülkelerin bu bölgede olması turizm hareketlerinin bu bölgeye yönelmesinin en önemli nedenleri olarak sayılabilir (Çeken: 2004). Ancak İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra turist hareketlerinin neredeyse tamamı Avrupa ve Amerika kıtasına yönelmiş olmasına rağmen zamanla rakamların diğer bölgelerin lehine geliştiğini söylemek mümkündür.

Tablo 2.2. Uluslararası Turist Sayısının Bölgelere Göre Dağılımı (1950-2014)

Yıllar	Avrupa	Amerika	Asya ve Pasifik	Ortadoğu	Afrika	Dünya
1950	66,4	29,6	1,2	0,8	2	100
1960	72,5	24,1	1,3	0,9	1,2	100
1970	68,2	25,5	3,8	1,1	1,4	100
1980	64,1	22,4	8,3	2,6	2,6	100
1990	61,8	20,3	12,6	2	3,3	100
2000	57,6	18,6	16,2	3,5	4,1	100
2010	50,6	15,9	21,7	6,5	5,3	100
2014	51,4	16	23,2	4,5	4,9	100

Kaynak: UNWTO (2015)

Uluslararası turist sayısının bölgelere göre dağılımları Tablo 2.2’de verilmiştir. Buna göre 1950 yılında dünya turistik gezilerin %96’sının Avrupa ve Amerika’ya yapıldığı ancak 2014 yılı itibarıyla bu bölgelere yapılan turistik gezilerin oranının %66’ya düştüğü görülmektedir. Asya ve Pasifik bölgelerine yapılan turizm hareketleri ise 1950 yılında %1,2 iken 2014 yılında bu oran %23,2’ye çıkmıştır. 1950 yılında toplam turist sayısının %2,8’ini çeken Ortadoğu ve Afrika bölgeleri ise 2014 yılında %9,5 oranında turist çekmiştir.

Dünyada en çok turist çeken ve en çok turizm geliri elde eden ülkelere bakıldığında Avrupa ülkeleri, ABD ve Asya ülkelerinin diğer ülkelere göre ön sıralarda olduğu görülmektedir. Tablo 2.3’te 2012, 2013 ve 2014 yıllarına ait dünyada en çok turist kabul eden ve en çok turizm geliri elde eden ülkeler belirtilmiştir. Fransa 83,7 milyon turist ile dünyada en çok turist kabul eden ülke iken ABD 75,1 milyon turist sayısı ile ikinci ve İspanya ise 68,2 milyon turist ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye son yıllarda yakaladığı ivme ile 39,8 milyon turist ile altıncı sırada yer almıştır.

En çok turizm geliri elde eden ülkelere bakıldığında ise; ABD, Çin ve İspanya’nın Fransa’dan daha az turist kabul etmesine rağmen daha fazla turizm geliri elde ettikleri görülmektedir. Toplam 191,3 milyar dolar ve yaklaşık 2.500 dolar turist başına düşen gelir ile ABD dünyada en fazla turizm geliri elde eden ülke konumundadır. ABD’yi 105,4 milyar dolar ile Çin ve 65,1 milyar dolar ile İspanya takip etmekte, en çok turist çeken ülke olan Fransa ise toplam 58,1 milyar dolar ve yaklaşık 700 dolar kişi başına düşen turizm geliri ile dördüncü sırada yer almaktadır. Türkiye, toplam 29,5 milyar dolar ve 740 dolar kişi başına düşen turizm geliri ile on ikinci sırada yer alabilmiştir.

Tablo 2.3. En Çok Turist Çeken ve Turizm Geliri Elde eden Ülkeler (2012-2014)

En Çok Turist Çeken Ülkeler (Milyon Kişi)					En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülkeler (Milyar Dolar)				
Sıra	Ülkeler	2012	2013	2014	Sıra	Ülkeler	2012	2013	2014
1	Fransa	81,9	83,6	83,7	1	ABD	161,7	177,5	191,3
2	ABD	66,7	69,9	75,1	2	Çin	50,02	51,7	105,4
3	İspanya	57,5	60,7	68,2	3	İspanya	58,16	62,5	65,1
4	Çin	57,7	55,7	55,6	4	Fransa	53,7	56,7	58,1
5	İtalya	46,3	47,8	48,6	5	İngiltere	36,6	41,02	46,5
6	Türkiye	35,7	37,8	39,8	6	İtalya	41,2	43,9	45,5
7	Almanya	30,1	31,5	33,1	7	Almanya	38,1	41,3	43,3
8	İngiltere	29,3	31,1	32,6	8	Macao	43,9	51,8	42,6
9	Rusya	25,7	28,4	29,8	9	Tayland	33,9	41,8	38,4
10	Meksika	23,4	24,2	29,3	10	Hong Kong	33,1	38,9	38,4
11	Hong Kong	23,8	25,7	27,8	11	Avustralya	31,9	31,3	31,9
12	Malezya	25,1	25,8	27,4	12	Türkiye	25,3	27,9	29,5

Kaynak: UNWTO (2015)

Tablo 2.4.'te dünyada en çok turizm harcaması yapan ülkeler ve bu ülkelerin kişi başına düşen turizm harcamaları verilmiştir. Buna göre dünyada en çok turizm harcaması yapan ülke 164,9 milyar dolar ile Çin olurken ABD 105,5 milyar dolar ile ikinci, Almanya ise 93,3 milyar dolar ile üçüncü sırada yer almıştır.

Tablo 2.4. En Çok Turist Harcaması Yapan Ülkeler (2012-2014)

	Ülkeler	Toplam Turizm Harcaması (Milyar Dolar)			Pazar Payı (2014)	Kişi Başına Düşen Harcama (2014-\$)
		2012	2013	2014		
1	ÇİN	102	128,8	164,9	23,2	121
2	ABD	83,5	104,1	105,5	9,0	331
3	ALMANYA	81,3	91,4	93,3	6,2	1.152
4	İNGİLTERE	42,8	52,7	62,6	5,0	949
5	RUSYA	51,3	53,5	50,4	3,0	350
6	FRANSA	39,1	42,9	48,7	2,8	761
7	KANADA	35	35,2	33,8	2,3	966
8	İTALYA	28	27	28,8	1,9	480
9	AVUSTRALYA	26,4	28,6	26,7	1,9	1.113
10	GÜNEY KORE	22,9	24,5	25,9	2,0	508

Kaynak: UNWTO (2015)

Kişi başına düşen harcamaya bakıldığında ise Avrupa bölgesinde yer alan ülkelerin diğer ülkelere nispeten daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir. Buna göre Almanya vatandaşı turistler 1152 dolar ile en çok harcama yapan turistler

olmuştur. Çin'in bu listede en ön sırada yer alması ise, sahip olduğu yüksek nüfustan kaynaklanmaktadır. Çin'in turist başına düşen harcaması 121 dolarda kalmıştır.

2.2. TÜRKİYE'DE TURİZM

20.yüzyılın başından itibaren ülkemizde gelişmeye başlayan turizm sektöründeki gelişmeler, planlı dönem öncesi turizm politikaları ve planlı dönemde turizm politikaları olarak iki ayrı başlıkta incelenebilir.

2.2.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Politikaları

Ülkemizde turizm ile ilgili gelişmeler, 20. yüzyılın başında ulaştırma sektöründe meydana gelen bazı gelişmeler sonucu İstanbul'un bir çekim merkezi haline gelmesiyle başladığı kabul edilmektedir. Ancak günümüzde kullanılan anlam itibariyle turizm, günümüz gelişmiş ülkeleriyle aynı dönemde yani 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ekonomik bir değer olarak önemsenebilir ve çıkarılan yasal düzenlemeler ile hükümet politikalarında yer edinmeye başlamıştır.

Ülkemizde turizm geliştirilmesiyle ilgili çıkarılan ilk yasa tasarısı 1950'de kabul edilen "5647 sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu" olmuştur. Buna göre yasanın içeriğinde, turizm müessesesi olarak kabul edilen işletmelerin sahip olduğu özellikler, teşvik tedbirlerinden hangi turizm işletmelerinin faydalanacağı ve işletmelerin denetimi ile ilgili ilkeler ve düzenlemeler yer almıştır (Kozak vd., 2015;150). Bu dönemde çıkarılan bir diğer tasarı "6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" olmuştur. Özel sektörün turizm alanına yatırım yapmalarını teşvik amacı güden bu kanunun en dikkat çeken maddesi, turizm sektörüne yapılan yatırımların on yıl vergiden muaf tutulacağını öngören madde olmuştur. Bunun yanında kanun turizm sektörüne ilk defa kredi imkânı sağlamıştır. İller Bankası aracılığıyla sağlanan bu kredi yatırımcıların finansman ihtiyacı için önemli bir kaynak olmuştur (Ünlüöner vd. 2014: 238). 1954 yılında çıkarılan "6224 sayılı Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu" ise turizm sektörüne yatırım yapmak isteyen yabancı yatırımcıları teşvik etme amacı gütmüştür. Teşvik konusundaki bu gelişmeler, hızla gelişmeye başlayan sektör için finansman sorununu ortaya çıkarmıştır. Buna yönelik olarak 1955 yılında 10 milyon TL sermaye ile Türkiye Turizm Bankası kurulmuştur (İTO, 2007; 42).

Bu dönemde ortaya çıkan bir diğer önemli gelişme, 1957 yılında Basın, Yayın ve Turizm Vekaleti'nin kurulmasıyla turizm sektörünün bakanlık düzeyinde temsil edilmeye başlanmış olmasıdır. Bakanlık 1963 yılında Turizm ve Tanıtım Bakanlığı ismini almıştır (Kozak vd., 2015: 152-153).

Planlı dönem öncesi yapılan bu düzenlemelerin turizm sektörüne olan etkisini Tablo 2.5'te incelemek mümkündür.

Tablo 2.5. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye'de Turizm (1950-1962)

Yıllar	Gelen Turist		Çıkan Turist		Yatak Sayısı
	Yabancı Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	
1950	28.625	6	-	23	3.300
1952	38.837	7	-	29	6.219
1955	76.559	3	34.043	10	9.000
1959	126.690	5,4	49.357	12,6	12.326
1960	94.077	6	28.211	8,3	14.200
1962	198.228	8,3	47.535	18	22.050

Kaynak: Ünlüöner vd. 2014

Tablo 2.5 incelendiğinde, 1950 yılında 28.625 olan yabancı turist sayısı 1960 yılında yaşanan askeri darbe döneminde durgunluk yaşamasına rağmen, 1962 yılında 198.228 rakamını bulmuş ve aynı dönemlerde turizm gelirleri yaklaşık 6 milyon dolardan 8,3 milyon dolara ulaşmıştır. Ülkemizden çıkan vatandaş sayısı ise 1955 yılında 34.013 kişi iken 1962 yılında 47.535 kişi olmuştur. 1950 yılında 23 milyon dolar olan turizm giderleri ise 1962 yılında 18 milyon dolara düşmüştür. Bu dönemde yapılan teşvikler sonucunda ise 1950 yılında 3.300 olan turistik yatak sayısı 1962 yılında 22.050 yatak sayısına ulaşmıştır. Buna göre turizm ile ilgili ilk yasal düzenlemeler, teşvikler, kredi imkânları ve bakanlık kurulması sektörün gelişmesi için yapılan önemli düzenlemeler olmuş ve turizm sayısında çok ciddi olmasa da önemli artışlar sağlamıştır.

2.2.2. Planlı Dönemde Uygulanan Turizm Politikaları

Türkiye'nin 1960 yılından sonraki dönemi, hazırlanan 5 yıllık kalkınma planlarının uygulamaya konulmasından dolayı planlı kalkınma dönemi olarak tanımlanır. İlki 1963-1967 yıllarını kapsayan beş yıllık kalkınma planlarında turizm

sektörü hizmetler sektörünün bir alt dalı olarak yer almıştır. Buna göre uygulamaya konulan kalkınma planlarında turizm ile ilgili hedefler şu şekilde sıralanmıştır (Kozak vd. 2015;156-158, Giritlioğlu, 2015: 35-38, İTO, 2007: 44-48);

- ✓ Yabancı turist sayısını artırmak,
- ✓ Ödemeler bilançosu açıklarını kapatmada turizmden elde edilen gelirlerden daha fazla yararlanmak,
- ✓ Turistlerin kalış süreleri ve ortalama harcamalarını artırmak,
- ✓ Tanıtma faaliyetlerini artırmak,
- ✓ Alt yapı yatırımlarına gereken önemi vermek,
- ✓ İç turizmi, dış turizmi ve sosyal turizmi geliştirmek,
- ✓ Turizm yatırım ve işletmeciliğinde özel sektöre gereken ağırlığı vermek,
- ✓ Turizm amaçlı kıyı ve ulusal parkların korunması için gerekli mevzuatların hazırlanması,
- ✓ Kitle turizminin geliştirilmesi amacıyla gereken olanakları iyileştirmek,
- ✓ Sürdürülebilir bir turizm politikası için doğal ve kültürel değerleri korumak,
- ✓ Sektöre yönelik yabancı yatırımları özendirmeğdir.

Türkiye'nin ilk dört kalkınma planının uygulandığı 1963-1983 yılları arasındaki dönemde, turizmin özendirilmesiyle yabancı turist sayısında önemli artışlar görölmüştür. Ancak 1970'li yılların başına kadar yüksek bir ivmeyle yükselen turizm sektörü, 1970'li yıllarda yaşanan küresel petrol krizi ve içerde yaşanan siyasi krizler ile 1980 askeri darbesinden olumsuz etkilenmiştir. Tablo 2.6'da Türkiye 1963-1983 yılları arasında gelen turist ve çıkan turist sayısı ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Buna göre ölkemize, 1963 yılında yaklaşık 199 bin yabancı turist gelmiş, 7,7 milyon dolar turizm geliri elde edilmiş ve 38,7 dolar turist başına düşen harcama tutarı gerçeğleşmiştir. Kalkınma planlarında turizmin özendirilmesine yönelik uygulanan politikalar sonucu 1963-1982 yılları arasında hem gelen turist sayısında hem de turizm gelirlerinde artışlar meydana geldiği görölmüştür. 1982 yılında gelen yabancı turist sayısı 1 milyon 392 bin kişiye çıkarken turizm geliri 370 milyon dolara ve turist başına düşen harcama tutarı 266 dolara yükselmiştir.

Tablo 2.6. Planlı Dönemde Türkiye'de Turizm (1963-1982)

Yıllar	Gelen Turist			Çıkan Turist		
	Yabancı Turist Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)
1963	199	7,7	38,7	51	19,3	377,7
1964	229	8,3	36,2	59	21,8	368,2
1965	362	13,8	38,1	98	24,3	249,0
1966	440	12,1	27,5	81	26,3	323,5
1967	574	13,2	23,0	68	26,8	393,5
1968	603	24,1	40,0	98	33,4	342,2
1969	694	36,6	52,7	142	42,2	298,0
1970	724	51,6	71,2	270	47,7	176,6
1971	926	62,9	67,9	377	42,2	112,0
1972	1035	103,7	100,2	474	59,3	125,2
1973	1342	171,5	127,8	526	93,0	176,8
1974	1110	193,7	174,5	621	151,8	244,4
1975	1540	200,9	130,5	732	155,0	211,9
1976	1676	180,5	107,7	739	207,9	281,2
1977	1661	204,9	123,3	809	268,5	331,8
1978	1644	230,4	140,1	784	102,5	130,7
1979	1524	280,7	184,2	804	95,1	118,4
1980	1288	326,7	253,6	940	114,7	122,1
1981	1405	381,3	271,3	934	103,3	110,6
1982	1392	370,3	266,1	994	108,9	109,5

Kaynak: TÜİK (2016), TÜRSAB (2016)

Türkiye'den başka bir ülkeye giden turist sayısına bakıldığında ise, gelen turist sayısına göre daha istikrarlı bir artıştan söz edilebilir. Buna göre 1963 yılında yurtdışına 51 bin turist çıkarken 1982 yılında bu rakam 994 bin kişiye çıkmıştır. Aynı şekilde turizm gideri 1963 yılında 19 milyon ve turist başına düşen harcama 378 dolar iken 1982 yılında 109 milyon dolara ulaşmış ve turist başına düşen harcama yaklaşık 110 dolar olmuştur.

Türkiye, 24 Ocak 1980 kararlarıyla, ithal ikameye dayalı sanayileşme politikasından liberal ekonomiye geçiş yaparak ihracata dayalı sanayileşme politikalarını uygulamaya başlamıştır. Bu dönemdeki kalkınma politikalarının en önemli amaçlarından biri döviz gelirlerini artırmak olmuştur. Turizm sektörü, döviz yaratıcı etkisi göz önünde bulundurularak en çok desteklenen sektörlerden biri olmuştur. Bu dönemde yaşanan en önemli gelişme 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu olmuştur. Buna göre, turizm sektörüne alt yapı yatırımlarının devlet tarafından yapılması, turizm yatırımcısına kamu arazisi tahsisi, düşük faizli kredi, vergi, resim ve harç istisnası, döviz tahsisi, teşvik primi ve yatırım indirimi gibi çeşitli

teşvikler sağlanmıştır. Uygulanan politikalar turizm arzında önemli gelişmelere yol açmıştır. 1980-2000 yılları arasında turizm işletme ve yatırım belgeli tesis ve yatak sayısında ciddi artışlar görülmüştür. Turizm arzında yaşanan gelişmelerin ülkeye gelen yabancı turist sayısında artışlara yol açtığı Tablo 2.7’de görülmektedir.

Bu çerçevede Tablo 2.7. incelendiğinde, 1983 yılında ülkeye gelen yabancı sayısı 1 milyon 625 bin kişi, turizm geliri ise 411 milyon dolar ve turist başına düşen harcama tutarı 253 dolar iken 2003 yılında yaklaşık 16 milyon 300 bin turist sayısına ulaşılmış, 13,9 milyar dolar turizm geliri ve 850 dolar turist başına düşen harcama tutarı rakamlarına ulaşılmıştır. Turizm arzında meydana gelen gelişmeler ve turizm çeşitliliğindeki artışlar turist başına düşen harcama tutarının artmasında pozitif etkiler sağlamıştır.

Tablo 2.7. Türkiye’de Turizm (1983-2003)

Yıllar	Gelen Turist			Giden Turist		
	Yabancı Turist Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Harcama (Dolar)
1983	1625,1	411,1	253,0	1046,0	127,3	121,7
1984	2117,1	840,0	396,8	1084,3	276,8	255,3
1985	2614,9	1482,0	566,8	945,5	323,6	342,3
1986	2391,1	1215,0	508,1	849,2	313,6	369,3
1987	3058,7	1721,1	562,7	1006,0	447,7	445,0
1988	4150,3	2355,3	567,5	1107,1	358,0	323,4
1989	4482,8	2556,5	570,3	1290,1	565,0	438,0
1990	5190,7	3225,0	621,3	1527,1	520,0	340,5
1991	5106,8	2654,0	519,7	1450,5	592,0	408,1
1992	6827,4	3639,0	533,0	1569,1	776,0	494,6
1993	5925,8	3959,0	668,1	1733,5	934,0	538,8
1994	6411,0	4321,0	674,0	1804,3	866,0	480,0
1995	7247,1	4957,0	684,0	2084,3	912,0	437,6
1996	7970,7	5962,1	748,0	2230,5	1265,0	567,1
1997	9233,5	8088,5	876,0	2425,3	1716,0	707,5
1998	8878,8	7808,9	879,5	2408,8	1753,9	728,1
1999	7069,3	5203,0	736,0	2490,9	1471,0	590,5
2000	9990,8	7636,0	764,3	2766,3	1711,0	618,5
2001	13450,1	10450,7	777,0	2542,2	1738,0	683,7
2002	15221,2	12420,5	816,0	2686,1	1880,0	699,9
2003	16299,8	13854,9	850,0	3415,2	2424,8	710,0

Kaynak: TÜİK (2016), TÜRSAB (2016)

1983 ile 2003 yılları arasında başka bir ülkeye turistik faaliyet amacıyla giden vatandaş sayısında gelen turist sayısına göre nispeten daha düşük bir artış görülmektedir. 1983 yılında 1 milyon 46 bin kişi turistik faaliyet amacıyla yurt dışına çıkarken 2003 yılında 3 milyon 415 bin kişi aynı amaçla yurt dışına çıkmıştır. Yurt dışına çıkan turistler 1983 yılında 127,3 milyon dolar turizm harcaması yaparken turist başına düşen harcama 121,7 dolar olmuştur. 2003 yılına gelindiğinde ise turizm gideri 2,4 milyar dolara ulaşmış, kişi başına düşen turizm harcaması 710 dolar olmuştur.

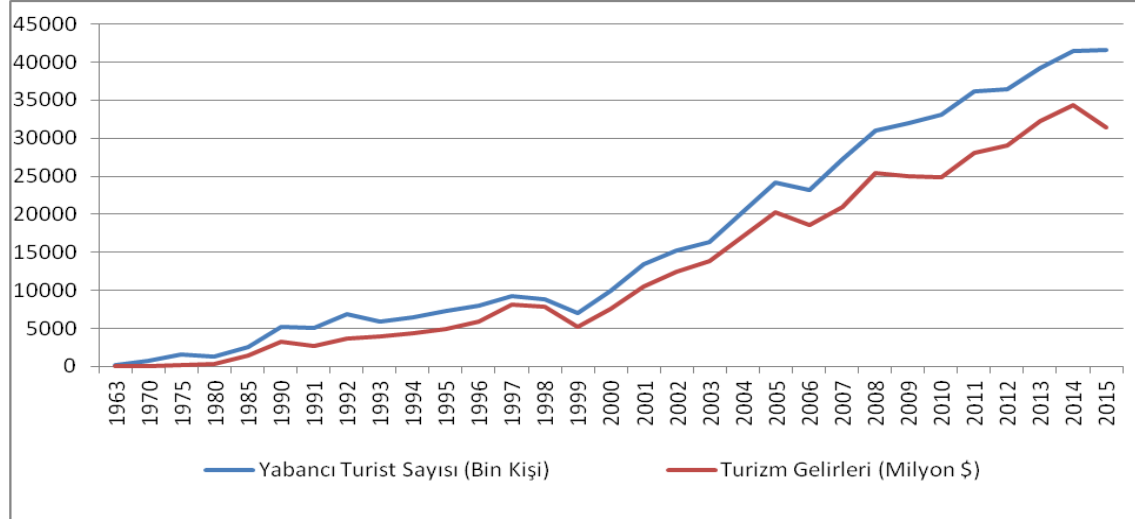
Türkiye’de turizm sektörü ile ilgili bir diğer önemli gelişme Haziran 2003 yılında yürürlüğe giren *4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu* olmuştur. Kanun gereği yabancı yatırımlar için bazı bürokratik engeller (Hazineden izin alma, 50.000 dolar sermaye koşulu gibi) ortadan kaldırılmıştır (Bahar ve Samırkaş, 2009: 1418). Tablo 2.8’de 2003 yılından sonraki dönemde Türkiye’ye gelen ve Türkiye’den çıkan turist sayısı ile turizm gelirleri ve turizm harcaması verileri düzenlenmiştir. Buna göre, 2004 yılında 20 milyon 263 bin turist çeken Türkiye, 2015 yılında 41 milyon 617 bin turist sayısına ulaşırken 2016 yılında turist sayısı 31 milyon 365 bin sayısına gerilemiştir. Turizm gelirlerine bakıldığında ise, 2004 yılında yaklaşık 17,1 milyar dolar gelir ve 842,8 dolar turist başına düşen harcama tutarı elde edilirken 2015 yılında 31,5 milyar dolar gelir ve 756 dolar turist başına düşen harcama tutarına ulaşılırken 2016 yılında 22 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir. Bu dönemde turizm sektörü 2008 küresel krizinden etkilenmiş ve turizm gelirleri 2008, 2009 ve 2010 yıllarında yatay bir seyir izlemiştir. Ancak 2015 ve 2016 yıllarında ise, Türkiye’ye gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinde bölgede yaşanan terörizm ve Rusya gerilimi nedeniyle ciddi azalmalar olmuştur.

Tablo 2.8. Türkiye'de Turizm (2004-2016)

Yıllar	Gelen Turist			Çıkan Turist		
	Gelen Turist Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Düşen Harcama (Dolar)	Çıkan Vatandaş Sayısı (Bin Kişi)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turist Başına Düşen Harcama (Dolar)
2004	20.263	17.076,6	842,8	3.845	2.954,5	768,5
2005	24.125	20.322,1	842,4	4.125	3.395,0	823,1
2006	23.149	18.593,9	803,2	4.063	3.271,1	805,1
2007	27.215	20.942,5	769,5	4.956	4.043,3	815,8
2008	30.980	25.415,1	820,4	4.893	4.266,2	872,0
2009	32.006	25.064,5	783,1	5.561	5.090,4	915,3
2010	33.028	24.931,0	754,8	6.557	5.874,5	895,9
2011	36.151	28.115,7	777,7	6.282	5.531,5	880,5
2012	36.464	29.007,0	795,5	5.803	4.593,4	791,6
2013	39.226	32.310,4	823,7	7.526	5.253,6	698,1
2014	41.415	34.305,9	828,3	7.982	5.470,5	685,3
2015	41.618	31.464,8	756,0	8.751	5.698,4	651,2
2016	31.365	22.107,4	704,8	8.062	5.049,8	640,1

Kaynak: TÜİK (2016), TÜRSAB (2016)

Aynı dönemde ülkeden çıkan turist sayısı ve turizm giderlerine bakıldığında ise, 2004 yılında 3 milyon 845 bin turist yurt dışına çıktığı ve 2 milyar 954 milyon dolar turizm harcamasında buldukları görülmektedir. 2016 yılına bakıldığında ise, 8 milyon 62 bin turist 5 milyar 698 milyon dolar turizm harcaması yaptığı anlaşılmaktadır.



Kaynak: TÜİK (2016), TÜRSAB (2016)

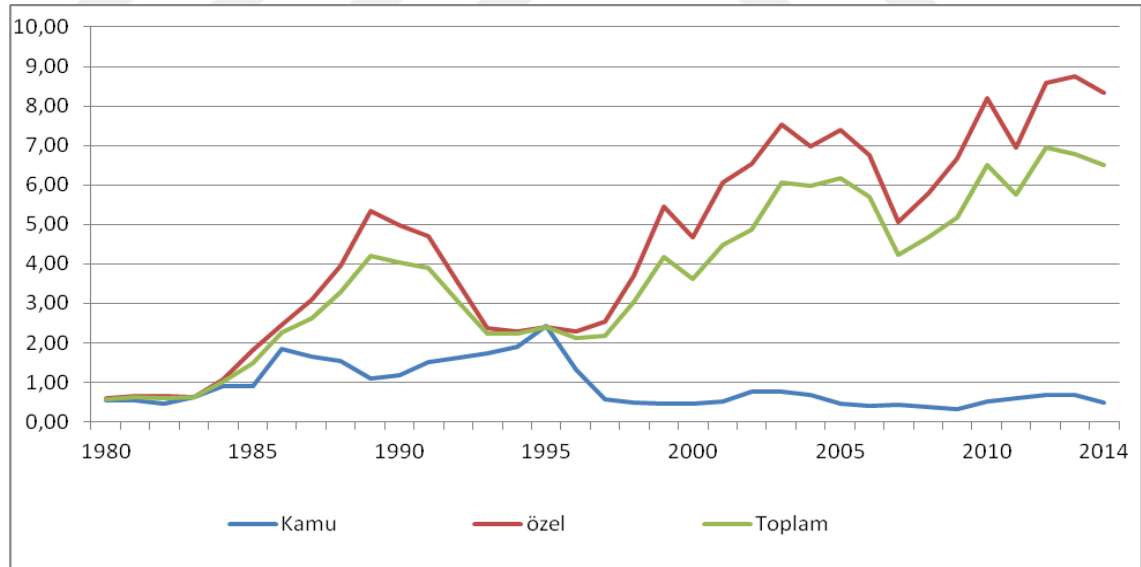
Grafik 2.2. Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (1963-2015)

Planlı dönemden itibaren Türkiye'ye gelen yabancı turist ile turizm gelirlerinin tarihsel gelişimi Grafik 2.2'de verilmiştir. Grafikte görüldüğü üzere hem yabancı turist

sayısında hem de buna bağılı olarak turizm gelirlerinde 1980'den sonra bir artış görüldüğü ancak asıl sıçramanın 2000'li yılların başından itibaren başladığı görülmektedir. Grafikten çıkarılacak bir diğere sonuç, turizm sektörünün 1999 yılında gerçekleşen deprem ve 2008 yılında gerçekleşen küresel krizden olumsuz yönde etkilenmiş olmasıdır.

2.2.3. Türkiye'de Turizmin Yapısal Durumu

Planlı döneme geçiş ile beraber uygulamaya konulan beş kalkınma planında, turizm sektörü ile ilgili çalışmalar yapılmış olmasına rağmen 1980'li yıllara kadar turizm verilerinin ülkenin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerinin karşılığı olmadığı görülmektedir. 1980'li yıllara gelindiğinde ise 24 Ocak kararları ile beraber ihracata dayalı sanayileşme politikasına geçiş yapılması ve 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu turizm sektörüne ciddi teşvikler ve kolaylıklar sağlamıştır. 1980 sonrası dönemde turizm sektörüne yapılan kamu, özel ve toplam sabit sermaye yatırımlarının ülkede yapılan toplam kamu, özel sektör ve toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payları Grafik 2.3'te gösterilmiştir.



Kaynak: Hazine Müteşarlığı

Grafik 2.3. Turizme Yapılan Sabit Sermaye Yatırımlarının Payı (1980-2015)

Grafik 2.3 incelendiğinde, 1982 yılında yürürlüğe giren Turizmi Teşvik Kanunu sonrasında turizm sektörüne yapılan özel sektör sabit sermaye yatırımlarının, toplam özel sektör sabit sermaye yatırımları içindeki payının %0,5 düzeyinden 1990'da %5,5

düzeylerine çıktığı görülmektedir. 1990'lı yıllarda ülkede yaşanan ekonomik ve siyasi krizler ile beraber yaşanan terör olayları turizm sektörüne yapılan yatırımlarda ciddi düşüşler meydana getirmiştir. Ancak 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren sektöre yapılan yatırım tutarının payı artmaya başlamış ve 2000 yılında %5,5 seviyesine, 2005 yılında %7,5 seviyelerine çıkmıştır. 2008 küresel kriz ile beraber yaşanan gerileme sonrasında sektör payı tekrar yükselmiş ve 2014 yılında %8'in üzerine çıkmıştır.

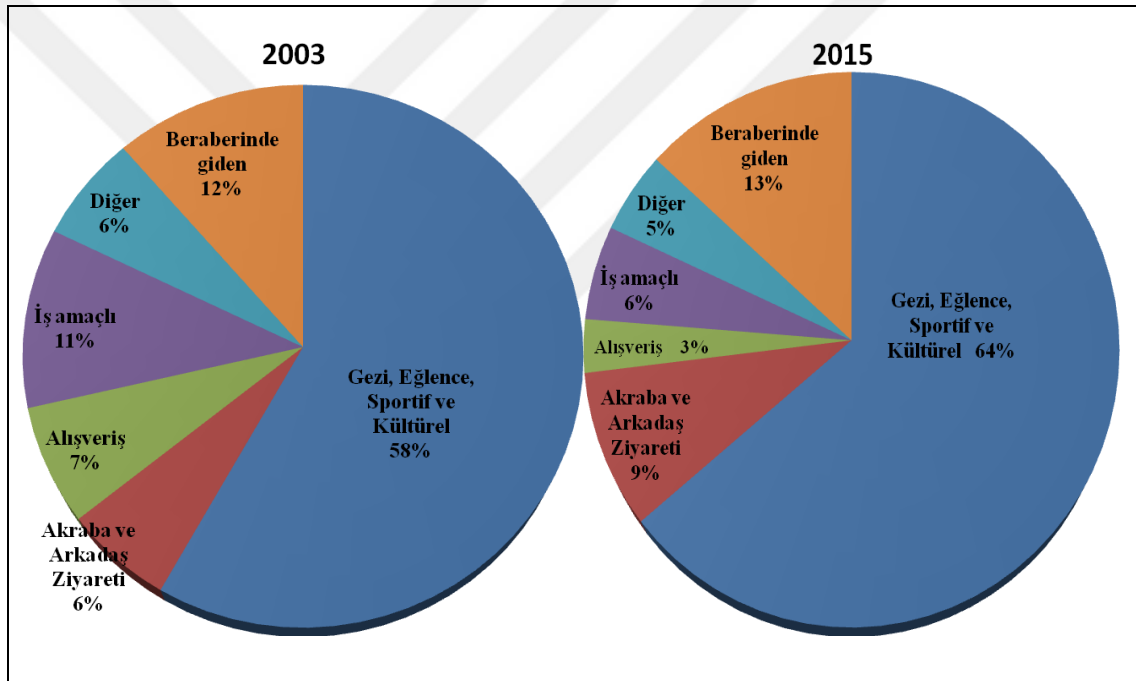
Turizm sektörüne yönelik yapılan sabit sermaye yatırımlarının sektör arz yapısı üzerinde olumlu etkileri olmuştur. Türkiye'nin 1975 sonrası turizm işletme belgeli ve turizm yatırım belgeli tesisler ile tesislere ait oda ve yatak sayıları Tablo 2.9'da verilmiştir. Buna göre 1975 yılında toplam 623 turizm tesisi bulunurken bu sayı 1990'da 3.181 ve 2014 yılında da 4.248'e ulaşmıştır. Yatak sayılarına bakıldığında ise 1975 yılında toplam 70.931 olan yatak sayısı 1990 yılında 498.742 ve 2014 yılında 1.116.872 sayısına ulaşmıştır.

Tablo 2.9. Türkiye'de İşletme ve Yatırım Belgeli Tesislerin Yıllar İtibariyle Gelişimi (1975-2014)

Yıllar	Turizm İşletme Belgeli Tesisler			Turizm Yatırım Belgeli Tesisler		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
1975	421	23860	44957	202	12846	25956
1980	511	28992	56044	267	13019	26288
1985	689	41351	85995	501	34251	71521
1990	1260	83953	173227	1921	156702	325515
1995	1793	135436	286463	1334	96517	202483
2000	1824	156367	325168	1300	113452	243794
2001	1980	175499	364779	1240	107262	230248
2002	2124	190327	396148	1138	102972	222876
2003	2240	202339	420697	1130	111894	242603
2004	2357	217664	454290	1151	118883	259424
2005	2412	231123	483330	1039	128005	278255
2006	2475	241702	508632	869	123326	274687
2007	2514	251987	532262	776	112541	254191
2008	2566	268633	567470	772	113487	258287
2009	2625	289383	608765	754	103119	231456
2010	2647	299621	629465	877	114771	252984
2011	2783	319319	668829	922	122364	267900
2012	2870	336447	706019	960	126592	273877
2013	2982	357440	749299	1056	139928	301862
2014	3131	384454	807316	1117	145648	309556

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016), TÜRSAB (2016)

Ülkeye gelen yabancı turistlerin 2003 ve 2015 yıllarına ait seyahat nedenleri ile ilgili veriler Grafik 2.4.'te verilmiştir. Buna göre 2003 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ülke vatandaşlarının %58,2'si gezi, eğlence ve tatil amacıyla gelirken, %6'sı akraba ve arkadaş ziyareti için, %11'i iş amaçlı ve %7'si alışveriş amacıyla Türkiye'de bulunmuşlardır. 2015 yılında ise gezi ve eğlence için gelenlerin oranı %64, akraba ve arkadaş ziyareti için gelenlerin oranı %9, iş amaçlı seyahat edenlerin oranı %6 ve alışveriş amaçlı seyahat edenlerin oranı %3 olmuştur. Buradan gezi, eğlence, sportif ve kültürel amaçlı seyahat edenlerin sayısının toplam turist sayısı içindeki payının yükseldiği buna karşılık iş ve alışveriş amaçlı seyahat edenlerin oranında düşüş meydana geldiği anlaşılmaktadır.



Kaynak: TÜİK (2016)

Grafik 2.4. Geliş Amaçlarına Göre Yabancı Turist Oranları (2003, 2015)

Turizm sektörünün arz yapısı incelenirken üzerinde durulması gereken bir diğer konu gelen turistlerin geldikleri ülkeleri belirlemektir. Buna göre Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkeler ve toplam turist sayısındaki paylarını Tablo 2.10'da görmek mümkündür.

Tablo 2.10. Türkiye'ye En Çok Turist Gönderen Ülkeler (2014-2016)

Sıra	Ülkeler	2014		2015		2016	
		Turist Sayısı	Yüzde	Turist Sayısı	Yüzde	Turist Sayısı	Yüzde
1	Almanya	5 250 036	14,25	5 580 792	15,40	3 890 074	15,34
2	Gürcistan	1 755 289	4,76	1 911 832	5,27	2 206 266	8,70
3	İngiltere	2 600 360	7,06	2 512 139	6,93	1 711 481	6,75
4	Bulgaristan	1 693 591	4,60	1 821 480	5,03	1 690 766	6,67
5	İran	1 590 664	4,32	1 700 385	4,69	1 665 160	6,57
6	Ukrayna	657 051	1,78	706 551	1,95	1 045 043	4,12
7	Hollanda	1 303 730	3,54	1 232 487	3,40	906 336	3,57
8	Rusya Fed.	4 479 049	12,16	3 649 003	10,07	866 256	3,42
9	Azerbaycan	657 684	1,79	602 488	1,66	606 223	2,39
10	Yunanistan	830 841	2,26	755 414	2,08	593 150	2,34
11	Fransa	1 037 152	2,82	847 259	2,34	555 151	2,19
12	S. Arabistan	341 786	0,93	450 674	1,24	530 410	2,09
13	A.B.D.	784 917	2,13	798 787	2,20	459 493	1,81
14	Irak	857 246	2,33	1 094 144	3,02	420 831	1,66
15	Belçika	660 857	1,79	617 406	1,70	413 614	1,63

Kaynak: TURSAB (2017)

Tabloda da görüldüğü üzere Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkelerin sıralamasında, Avrupa Birliği üyesi ülkelerin ve komşu ülkelerin büyük ağırlığı olduğu anlaşılmaktadır. 2014, 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkenin yaklaşık %14-15 oranlarıyla Almanya olduğu bu ülkeyi ise 2014 ve 2015 yılında Rusya ve İngiltere'nin takip ettiği görülmektedir. Ancak Türkiye'nin en çok turist beklediği ülkelerden Rusya Federasyonu'nun, düşen petrol fiyatlarından dolayı yaşadığı ekonomik kriz ile beraber Türkiye ile yaşadığı siyasi krizden dolayı 2015 yılında ülkemize göndermiş olduğu turist sayısında düşüşler yaşanmaya başlanmıştır. Siyasi gerilimin daha da derinleşmesi sonucunda, 2015 yılında 3.3649.003 turist sayısı ile toplam turist sayısı içinde payı %10,07 iken 2016 yılında 866.256 turist sayısı ile toplam turist sayısındaki içindeki payı %3,42'ye düşmüştür.

Türkiye'nin en çok turist gönderdiği ülkeler ve bu ülkelere gönderilen turist sayıları ise Tablo 2.11'de verilmiştir.

Tablo 2.11. Türkiye'nin En Çok Turist Gönderdiği Ülkeler (2014-2016)

Sıra	Ülkeler	2014		2015		2016	
		Turist Sayısı	Yüzde	Turist Sayısı	Yüzde	Turist Sayısı	Yüzde
1	Gürcistan	1.231.691	14,73	1.143.377	12,35	1.173.182	14,55
2	Yunanistan	741.037	8,86	898.919	9,71	785.905	9,75
3	Bulgaristan	620.896	7,42	659.140	7,12	782.997	9,71
4	Almanya	493.592	5,90	477.927	5,16	531.933	6,60
5	A.B.D.	119.206	1,43	251.903	2,72	313.654	3,89
6	İran	161.610	1,93	163.500	1,77	243.559	3,02
7	İtalya	196.359	2,35	271.064	2,93	215.390	2,67
8	Azerbeycan	235.736	2,82	212.308	2,29	212.274	2,63
9	Fransa	73.138	0,87	91.901	0,99	136.130	1,69
10	Ukrayna	59.163	0,71	91.210	0,99	114.593	1,42
11	İspanya	32.477	0,39	74.867	0,81	110.873	1,38
12	Hollanda	31.777	0,38	94.441	1,02	87.792	1,09
13	Rusya Federasyonu	143.448	1,72	169.302	1,83	83.375	1,03
14	Avusturya	75.229	0,90	59.078	0,64	81.899	1,02
15	İsviçre	54.112	0,65	44.639	0,48	61.779	0,77

Kaynak: TÜİK (2016)

Türkiye'nin en çok turist gönderdiği ülkelere bakıldığında, 2016 yılı itibariyle 1.173.182 turist sayısı ve toplam turist sayısı içinde %14,55'lik payı ile Gürcistan birinci sırada yer almaktadır. Gürcistan'ı ise %9,75'lik pay ile Yunanistan ve %9,71'lik pay ile Bulgaristan takip etmektedir. Burada üzerinde durulması gereken nokta Gürcistan'a giden vatandaşların büyük bölümünün pasaportsuz şekilde günübirlik ziyaret için gitmiş olmalarıdır.

Çalışmanın bundan sonraki kısmında turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri incelenecektir.

2.2.4. Turizmin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisi

Turizmin ekonomi üzerindeki etkisi birçok çalışmanın konusunu oluşturmuştur. Özellikle ihracata dayalı büyüme hipotezi ile beraber en önemli döviz kazandırıcı işlem olarak ihracat görülmüştür. Ancak turizmin de ihracattan sonra önemli bir döviz kazandırıcı işlem olduğu anlaşılmıştır. Bu durum turizmin ekonomi üzerindeki etkilerini ortaya konulmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu sebeple turizmin Türkiye ekonomisi

üzerindeki etkilerini gelir, ödemeler bilançosu ve istihdam üzerindeki etkiler olarak ayrı başlıklar altında inceleyeceğiz.

2.2.4.1. Turizmin GSYH İçindeki Payı

Turistik bir faaliyette bulunmak üzere uluslararası turizme katılan bireylerin gittikleri ülkelerde yaptıkları harcamalar ve hedef ülkenin turizme yönelik yaptığı yatırımlar hem turizm sektörünü hem de turizmle ilişkili diğer sektörlerde bir milli hâsıla artışı meydana getirerek ülkenin gayri safi milli hasılası üzerinde belirleyici bir rol oynar. Turizmin GSYH üzerindeki etkisini, turizm gelirlerinin GSYH içindeki payını ölçerek incelemek mümkündür. Bu amaçla Tablo 2.12.'de turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı zaman serisiyle verilmiştir. Buna göre 1963 yılında GSYH içindeki turizm gelirlerinin payı %0,1 iken 1983 yılındaki turizm teşvik yasasından sonra %2'lere ve son olarak 2014 yılında %4,3'e çıkmıştır.

Tablo 2.12. Türkiye'de Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (1963-2014)

Yıllar	GSYH (1000 Dolar)	Turizm Gelirleri (1000 Dolar)	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı
1963	10.355.555	7.700	0,1%
1970	17.086.956	51.600	0,3%
1980	68.789.289	326.700	0,5%
1990	150.676.291	3.225.000	2,1%
2000	266.567.533	7.636.000	2,9%
2001	196.005.290	10.450.700	5,3%
2002	232.534.560	12.420.500	5,3%
2003	303.005.303	13.854.900	4,6%
2004	392.166.276	17.076.600	4,4%
2005	482.979.839	20.322.100	4,2%
2006	530.900.095	18.593.900	3,5%
2007	647.155.132	20.942.500	3,2%
2008	730.337.495	25.415.100	3,5%
2009	614.553.922	25.064.500	4,1%
2010	731.168.051	24.931.000	3,4%
2011	774.754.156	28.115.700	3,6%
2012	788.863.301	29.007.000	3,7%
2013	823.242.588	32.310.400	3,9%
2014	798.797.266	34.305.900	4,3%

Kaynak: TÜRSAB (2016)

Turizm sektörünün 2001 yılında yaşanan ekonomik krizden diğer sektörler kadar etkilenmemesi sonucunda, 2001 ve 2002 yıllarında turizm gelirlerinin GSYH içindeki payları %5'in üzerine çıkmış ancak takip eden yıllarda ekonomideki toparlanma ile beraber diğer sektörlerin kriz etkisini atlatalmaları turizmin GSYH içindeki payını azaltmıştır. Aynı durumu 2008 yılında yaşanan küresel krizin sonuçlarının görüldüğü 2009 yılının verilerinde de görmek mümkündür.

2.2.4.2. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Uluslararası turizm faaliyetlerinin, turist kabul eden ülkeler için döviz gelirlerini, turist gönderen ülkeler için ise döviz giderlerini arttırıcı etkide bulunması ödemeler dengesi ile olan ilişkisini göstermektedir. İhracat ile beraber kabul edilen yabancı turist sayısındaki artış döviz gelirlerini arttırıcı etkide bulunurken, ithalat ile beraber yurtdışına gönderilen turist sayısı döviz giderlerini arttırıcı etkide bulunmaktadır.

Türkiye'nin toplam turizm gelirlerinin yapılan ihracat içindeki payı ile toplam turizm giderlerinin ithalat içindeki payı Tablo 2.13'te verilmiştir. Buna göre 1963 yılında turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı %2,1 iken 1980 yılından sonra ihracat ile beraber turizm gelirlerinde de ciddi artışlar yaşanmış ve turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı daha da artmıştır. 2015 yılı itibariyle turizm gelirlerinin toplam ihracata oranı %21,9 olmuştur. Turizm giderlerinin ithalata oranı ise yatay bir seyir izleyerek ortalama %2-3 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 2.13. Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı (1963-2015)

Yıl	İhracat (Milyon Dolar)	Turizm Gelirleri (Milyon Dolar)	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (Yüzde)	İthalat (Milyon Dolar)	Turizm Giderleri (Milyon Dolar)	Turizm Giderlerinin İthalata Oranı (Yüzde)
1963	368,1	7,7	2,1%	687,6	19,3	2,81%
1970	588,5	51,6	8,8%	947,6	47,7	5,03%
1980	2.910,1	326,7	11,2%	7.909,4	114,7	1,45%
1990	12.959,3	3.225,0	24,9%	22.302,1	520,0	2,33%
2000	27.774,9	7.636,0	27,5%	54.502,8	1.711,0	3,14%
2001	31.334,2	10.450,7	33,4%	41.399,1	1.738,0	4,20%
2002	36.059,1	12.420,5	34,4%	51.553,8	1.880,0	3,65%
2003	47.252,8	13.854,9	29,3%	69.339,7	2.424,8	3,50%
2004	63.167,2	17.076,6	27,0%	97.539,8	2.954,5	3,03%
2005	73.476,4	20.322,1	27,7%	116.774,2	3.395,0	2,91%
2006	85.534,7	18.593,9	21,7%	139.576,2	3.271,1	2,34%
2007	107.271,7	20.942,5	19,5%	170.062,7	4.043,3	2,38%
2008	132.027,2	25.415,1	19,2%	201.963,6	4.266,2	2,11%
2009	102.142,6	25.064,5	24,5%	140.928,4	5.090,4	3,61%
2010	113.883,2	24.931,0	21,9%	185.544,3	5.874,5	3,17%
2011	134.906,9	28.115,7	20,8%	240.841,7	5.531,5	2,30%
2012	152.461,7	29.007,0	19,0%	236.545,1	4.593,4	1,94%
2013	151.802,6	32.310,4	21,3%	251.661,3	5.253,6	2,09%
2014	157.610,2	34.305,9	21,8%	242.177,1	5.470,5	2,26%
2015	143.838,9	31.464,8	21,9%	207.234,4	5.698,4	2,75%

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB (2016)

Türkiye ekonomisinin en önemli problemlerinden biri olan dış ticaret açıkları üzerinde turizm gelirlerinin önemli etkisi olduğu kabul edilmektedir. Tablo 2.14’de 1963-2015 yılları itibariyle turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını karşılama oranları verilmiştir.

Tablo 2.14. Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki Payı (1963-2015)

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (1000 Dolar)	Turizm Gelirleri (1000 Dolar)	Turizm Gelirlerinin DTA Karşılama Oranı
1963	319.529	7.700	2,4
1970	359.128	51.600	14,4
1980	4.999.242	326.700	6,5
1990	9.342.838	3.225.000	34,5
2000	26.727.914	7.636.000	28,6
2001	10.064.867	10.450.700	103,8
2002	15.494.708	12.420.500	80,2
2003	22.086.856	13.854.900	62,7
2004	34.372.613	17.076.600	49,7
2005	43.297.743	20.322.100	46,9
2006	54.041.498	18.593.900	34,4
2007	62.790.965	20.942.500	33,4
2008	69.936.378	25.415.100	36,3
2009	38.785.809	25.064.500	64,6
2010	71.661.113	24.931.000	34,8
2011	105.934.807	28.115.700	26,5
2012	84.083.404	29.007.000	34,5
2013	99.858.613	32.310.400	32,4
2014	84.566.959	34.305.900	40,6
2015	63.395.487	31.464.800	49,6

Kaynak: TÜRSAB (2016)

Tablo 2.14'e göre 1990 yılında itibaren turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatmada önemli bir faktör olduğu görülebilir. Ancak tablodan da görüleceği üzere turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemiştir. Özellikle dış ticaret dengesinin yüksek oranda açık verdiği yıllarda, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma oranı düşük iken dış ticaret açıklarının az olduğu yıllarda pay fazladır. 1980 yılında turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı %6,5 iken aynı oran 1990 yılında %34,5, 2010 yılında %64,6 ve 2015 yılında % 49,6 olmuştur. Dış ticaret açığının zirve yaptığı 2011 yılında ise turizm gelirleri bir önceki yıla göre artış göstermesine rağmen dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı %26,5'te kalmıştır.

2.2.4.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi

Emek yoğun üretim tekniklerine sahip bir sektör olarak turizm, dünya ekonomisinde olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de istihdam yaratan önemli sektörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 101). Turizmin istihdam üzerinde üç şekilde etkisi olduğu söylenebilir (Çeken, 2014: 159).

Doğrudan İstihdam: Turizm talebinde yaşanan artış ile beraber direk turizm sektöründe meydana gelen istihdam artışını işaret etmektedir. Bunlar konaklama işletmeleri, yeme-içme hizmeti sunan işletmeler, seyahat acenteleri, eğlence sektörü, turistik malzeme satan işletmelerde meydana gelen istihdam artışını ifade etmektedir.

Dolaylı İstihdam: Turizm sektörüne ihtiyaç duyulan mal ve hizmetleri sunan sektörlerde meydana gelen istihdam artışını belirtmektedir. Bu sektörler tarım, yiyecek ve içecek, inşaat, temizlik, enerji, sağlık vb. sektörlerde bulunmakta olup turizm sektörüne mal ve hizmet temin etmektedirler.

Uyarılmış İstihdam: Doğrudan ve dolaylı istihdam yoluyla elde edilen gelirlerin tekrar aynı bölgede harcanması sonucu diğer sektörlerin iş hacminde artışlar meydana gelecektir. Bu durumda meydana gelen iş hacmi sonucu oluşacak istihdam artışı uyarılmış istihdam olarak ifade edilmektedir.

Ülkemizde ve dünya genelinde 1995 – 2015 dönemi için turizm sektöründe doğrudan çalışanlar ve dolaylı çalışanların toplam sayısı ile toplam istihdamdaki payları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 2.15. Dünyada ve Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdam Sayısı (1995-2015)

Yıl	Türkiye				Dünya			
	Direk Turizm Sektöründe Çalışanlar		Dolaylı Çalışanlar		Direk Turizm Sektöründe Çalışanlar		Dolaylı Çalışanlar	
	İstihdam Sayısı (Bin Kişi)	Oran	İstihdam Sayısı (Bin Kişi)	Oran	İstihdam Sayısı (Bin Kişi)	Oran	İstihdam Sayısı (Bin Kişi)	Oran
1995	465,3	2,3	1.525	7,6	72.636,7	3,3	227.090	10,2
1996	512,9	2,5	1.679	8,1	73.163,8	3,2	229.433	10,1
1997	580,0	2,8	1.607	7,8	76.314,4	3,3	238.527	10,3
1998	542,0	2,5	1.655	7,8	79.054,5	3,4	245.978	10,5
1999	507,2	2,4	1.350	6,3	80.199,8	3,4	248.333	10,4
2000	531,5	2,5	1.535	7,3	89.711,6	3,7	240.791	9,9
2001	527,3	2,5	1.759	8,4	87.579,6	3,6	234.432	9,5
2002	523,9	2,5	1.725	8,2	89.606,7	3,6	237.597	9,5
2003	555,9	2,7	1.815	8,7	90.698,1	3,6	238.709	9,4
2004	510,2	2,4	1.815	8,6	94.627,9	3,7	251.396	9,8
2005	472,6	2,4	1.732	8,8	95.831,1	3,7	253.915	9,7
2006	483,4	2,4	1.711	8,6	99.199,2	3,7	261.818	9,8
2007	449,3	2,2	1.761	8,7	98.651,8	3,6	269.092	9,9
2008	466,1	2,3	1.800	8,7	98.524,3	3,6	258.431	9,4
2009	464,5	2,3	1.892	9,2	96.200,7	3,5	253.752	9,2
2010	466,0	2,1	1.700	7,8	96.915,7	3,5	251.380	9,0
2011	505,7	2,2	1.990	8,6	98.747,8	3,5	258.022	9,1
2012	530,1	2,2	1.949	8,1	101.191,0	3,5	265.110	9,2
2013	548,1	2,2	2.049	8,3	103.095,0	3,5	271.474	9,3
2014	575,8	2,2	2.130	8,2	105.356,0	3,6	276.340	9,4
2015	599,9	2,3	2.192	8,3	107.833,0	3,6	283.578	9,5

Kaynak: WTTC (2016)

Tablo 2.15’e göre, 1995 yılında ülkemizde direk turizm sektöründe çalışanların toplam istihdam içindeki oranı %2,3 iken dolaylı sektörlerde çalışanların oranı ise %7,6 olmuştur. Aynı yılda dünya genelinde ise direk turizm sektöründe çalışanların oranı %3,3 iken dolaylı sektörlerde çalışanların oranı %10,2’dir. 2015 yılı verilerine bakıldığında ise istihdam sayılarındaki artışlara rağmen hem Türkiye’de hem de

dünyada turizm sektörü ile ilgili sektörlerde çalışanların toplam istihdam içindeki oranlarında önemli bir değişiklik görülmemiştir. 2015 yılı için Türkiye’de direk turizm sektöründe çalışanların toplam istihdamdaki oranı %2,3 iken dolaylı sektörlerde istihdam edilenlerin oranı %8,3 olmuştur. Dünyada ise turizm sektöründe istihdam edilenlerin oranı %3,6 iken dolaylı sektörlerde istihdam edilenlerin oranı %9,5’e düşmüştür. Türkiye’nin istihdam sayılarında dünya ortalamasının gerisinde olmasının en önemli nedeni olarak, mevsimsellik özelliğinden dolayı sektörde var olan kayıt dışı istihdam sorunu gösterilebilir.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

3.1. GİRİŞ

Turizm sektörünün 20.yy'ın ikinci yarısından itibaren hızlı bir büyüme sürecine girmesi politika belirleyicilerin yanında ekonomistlerinde dikkatini çekmeyi başarmıştır. Yapılan literatür incelemesinde, çalışmaların büyük çoğunluğunun turizmin ülkenin ekonomik büyümesi üzerine etkisini inceleyen amprik araştırmalardan oluştuğu görülmektedir. Ancak turizm talebini etkileyen belirleyiciler üzerine yapılan amprik çalışmalar, daha çok 1990'lı yılların ortasından itibaren çalışılmaya başlanmıştır.

Konu ile ilgili yapılan araştırmalar, farklı amprik teknikler yoluyla turizm talebinin belirleyicilerini ele almışlardır. Bazı araştırmalar, turizm talebinin belirleyicilerini araştırmak için zaman serilerine dayalı eş-bütünleşme analizlerini kullanırken daha güncel olan çalışmalar, ekonometrik panel veri analizleriyle turizmin belirleyicilerini incelemişlerdir. Çalışmamızın bu bölümünde konu ile ilgili yapılan önemli çalışmalar “panel veri ile yapılan çalışmalar” ve “zaman serisi verisi kullanan çalışmalar” diye iki başlıkta ayrı ayrı incelenecektir.

3.2. PANEL VERİ İLE YAPILAN ÇALIŞMALAR

Uluslararası turizm talebini panel veri analizleriyle inceleyen ilk çalışmalardan biri Proença ve Soukiazis (2005) tarafından yapılmıştır. Yazarlar, 1977-2001 dönemi için Portekiz'in uluslararası turizm talebini etkileyen faktörleri araştırmışlardır. Çalışmada Portekiz'e en çok turist gönderen İspanya, Fransa, Almanya ve İngiltere ülke gurubu olarak seçilmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak, turist gönderen ülkenin kişi başına düşen turizm harcaması değişkeni kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler olarak talep ve arz faktörleri kullanılmıştır. Kullanılan talep faktörleri turist gönderen ülkelerin geliri ve görelî tüketici fiyat endeksinden oluşurken arz faktörleri olarak Portekiz'in mevcut yatak sayısı ile beraber kamu yatırımlarının GSYH içindeki oranı kullanılmıştır.

Yazarlar, Portekiz'deki turizmin talep fonksiyonunu tahmin etmek için, panel veri tahmin yöntemlerinden havuzlanmış, sabit ve tesadüfî etki modellerini ayrı ayrı kullanmışlardır. Her üç modelde de ortaya çıkan sonuçlar benzerlik göstermektedir. Buna göre gelir ve konaklama kapasitesi değişkenleri anlamlı ve beklenen işaretleri almışlardır. Aynı zamanda gelir değişkeni için bulunan katsayı 1'den büyüktür. Bu da Portekiz turizminin lüks bir mal olduğuna işaret etmektedir. Modelde kullanılan altyapı değişkeni beklenen pozitif işareti almadığı gibi anlamlı da değildir. Fiyat değişkeni ise beklenen işareti almasına rağmen anlamlı değildir. Yazarlar fiyat değişkeninin anlamlı çıkmamasını, "Portekiz'i tercih eden turistler yüksek gelirli kişilerden oluşmaktadır." şeklinde yorumlamışlardır.

Maloney ve Rojas (2005), dinamik panel veri analizi yöntemiyle Karayipler'deki turist akışlarının belirleyicilerini incelemişlerdir. Yazarlar 8 ülkeden (ABD, Kanada, İngiltere, Fransa, Almanya, Hollanda, İtalya ve İspanya) gelen turist talebini 1990-2002 dönemi için tahmin etmişlerdir. Modelde kullanılan 8 ülkenin Karayipler'e gönderdiği turist sayısı toplam turist sayısının %75'ini oluşturmaktadır. Turizm talebini temsil etmek üzere belirlenen ülkelerden Karayipler'e gönderilen turist sayısının kullanıldığı çalışmada bağımsız değişkenler olarak ise, turist gönderen ülkenin kişi başına düşen geliri ve reel döviz kuru endeksi kullanılmıştır.

Yazarlar uyguladıkları tesadüfî etki modeli sonuçlarına göre her iki değişken için bulunan katsayıların anlamlı ve beklenen işaretleri sağladıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında gelir için tahmin edilen katsayı 1'den büyüktür. Bu sonuç turizmin lüks bir mal olduğu sonucuna işaret etmektedir.

Munoz ve Martin (2007), Akdeniz'in en önemli turistik bölgelerinden Balearic Adalarına olan uluslararası turizm akışlarının ana belirleyicilerinin etkisini amaçlamışlardır. 1991-2003 dönemi için yıllık panel veri setinin kullanıldığı çalışmada 14 ülkeden gelen turizm talebi için dinamik model tahmini yapılmıştır. Çalışmada turizm talebini temsil etmek üzere havayoluyla bölgeye gelen turist sayısı kullanılmıştır. Adaya havayoluyla gelen turist sayısı toplam turist sayısının %95'ini oluşturmaktadır. Turizm talebinin belirleyicileri olarak ise; turist gönderen ülkenin kişi başına düşen geliri, İspanya'nın tüketici fiyat endeksi ve ulaşım maliyetini temsil etmek üzere ham

petrol fiyatı kullanılmıştır. Ham petrol fiyatı uçak fiyatlarındaki değişimin tespit edilememesinden dolayı modele dâhil edilmiştir.

Yazarların kurdukları dinamik model tahmin sonuçlarına göre, kullanılan her üç değişken için beklenen işaretler sağlanmıştır. Buna göre; gelir değişkeni pozitif, fiyat ve ulaştırma maliyeti ise negatif işaret almıştır. Yazarlar gelir değişkeni için bulunan katsayı değerinin 1'den küçük bulunmasını "Balear Adaları turizmi, talep edenler için lüks bir mal olarak görülmemektedir" şeklinde yorumlamışlardır.

Aslan vd (2008), Türkiye'ye en çok turist gönderen 9 ülkenin Türkiye'ye olan turizm talebini 1995-2004 dönemi için dinamik panel veri analizi ile incelemiştir. Modelde talebi yansıtan değişkenlerle beraber arz faktörlerine de yer verilmiştir. Buna göre analizde kullanılan turizm talebi fonksiyonu eşitlik 3.1'deki gibidir

$$V_{it} = f(Y_{it}, P_{it}, S_{it}, PI_{it}) \quad (3.1.)$$

eşitlikte gösterilen V , turist gönderen ülkelerin Türkiye'de yaptıkları turizm harcamasının toplam turizm harcamasındaki payını; Y , turist gönderen ülkelere ait kişi başına düşen GSYH'yı; P , iki ülke arasındaki tüketici fiyat endeksini; S , Türkiye'nin konaklama kapasitesini; PI , kamu yatırımlarının GSYH'ya oranını ifade etmektedir.

Yazarların kurdukları dinamik model tahmini sonuçlarına göre, kamu yatırımları değişkeni hariç diğer değişkenlerin beklenen işaretleri sağladığı görülmektedir. Ancak gelir değişkeni için tahmin edilen katsayı 1'den oldukça küçük (0,04) çıktığından, gelir faktörünün Türkiye'nin turizm talebini belirlemede çok önemli bir faktör olmadığı şeklinde yorumlanmıştır.

Ketenci (2009), Türkiye'ye turist gönderen 13 ülkenin Türkiye'ye olan turizm talebinin belirleyicilerini araştırdığı çalışmasında 1996-2006 dönemi için aylık veriler kullanılmıştır. Çalışmada turizm talebinin önemli belirleyicileri olarak düşünülen; turist gönderen ülkelerin gelirleri, görelî fiyat endeksi oranı ve rakip ülke olarak belirlenen Yunanistan'ın fiyat endeksi oranı modelde bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. ARDL (Autoregressive Distributive Lag) modelinin kullanıldığı çalışmada gelir değişkeninin, ülkelerin büyük bir kısmı için turizm talebinde belirleyici olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'nin turizm fiyatını temsil eden fiyat endeksi değişkeni ise 5 ülke için anlamlı ve beklenen negatif işareti sağlarken, rakip ülke Yunanistan'ın

fiyat endeksi değişkeni ise sadece üç ülke için anlamlı ve beklenen pozitif işareti sağlamıştır.

Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebinin önemli ekonomik belirleyicilerini test etmeyi amaçlayan bir diğer çalışma Saray ve Karagöz (2010) tarafından yapılmıştır. Türkiye'ye turist gönderen 48 ülkenin 1992-2007 dönemi yıllık verilerinin kullanıldığı çalışmada panel çekim modeli kullanılmıştır. Turizm talebini yansıtmak üzere her bir ülkeden Türkiye'ye gönderilen turist sayısı kullanılırken turizm talebinin belirleyicileri olarak turist gönderen ülkenin geliri, nüfusu ve iki ülke arasındaki uzaklık değişkenleri kullanılmıştır. Yazarlar, iki ülke arasındaki mesafenin değişmediği için kesitlerde tekrar kullanma problemine yol açtığını belirterek bu problemi düzeltme adına farklı bir yöntem kullanmışlardır. Buna göre uzaklık değişkeni için şu şekilde bir formül kullanmışlardır;

$$WDIST_{ijt} = (DISTANCE_{ij} \times GDP_{it}) / \sum GDP_{it}$$

eşitlikte gösterilen $WDIST_{ijt}$, iki ülke arasındaki ağırlıklı mesafeyi; $DISTANCE_{ij}$, iki ülke arasındaki coğrafi uzaklığı; GDP_{it} , Türkiye'nin t yılındaki GSYH'sını; $\sum GDP_{it}$, ise Türkiye'nin 1992-2007 yılları arasındaki toplam GSYH'sını belirtmektedir.

Analiz iki model üzerinde ayrı ayrı yapılmıştır. Birinci modelde turist gönderen ülkenin toplam GSYH'sı ile beraber diğer iki değişken kullanılırken bir diğer modelde ise kişi başına düşen GSYH verisi ile diğer iki değişken kullanılmıştır.

Çalışmada, birinci model için yapılan analizde sadece gelir değişkeninin beklenen işareti (pozitif) sağladığı diğer iki değişkenin ise beklenen işaretleri sağlamadıkları, ikinci modelde ise gelir ve nüfus değişkenlerinin anlamlı ve beklenen işaretleri sağladıkları ancak uzaklık değişkeninin ise beklenen işareti sağlamadığı gözlemlenmiştir. Yazarlar bu durumu turistlerin çoğunluğunun Avrupa'dan geldiğini ve buradan gelen turistlerin Türkiye tercihlerinde mesafe faktörünü göz ardı edebileceklerini dolayısıyla ikinci modelin turizm talebi için daha uygun bir model olduğunu belirtmişlerdir.

Walle (2010), 40 ülkeden Etiyopya'ya olan uluslararası turizm talebini etkileyen faktörleri 1998-2004 dönemi için incelemiştir. Bağımlı değişken olarak her bir ülkeden Etiyopya'ya gönderilen turist sayısı kullanılmıştır. Turizm talebini etkilediği düşünülen;

turist gönderen ülkenin geliri, tüketici fiyat endeksi oranı, turist gönderen ülkenin nüfusu, rakip ülke olarak belirlenen Kenya'nın fiyat endeksi, Etiyopya için internet kullanıcıları sayısı ve iki ülke arasındaki uzaklık değişkenleri bağımsız değişkenler olarak modele dâhil edilmiştir. Çalışmada, panel veriye dayalı tesadüfi etkiler modeli ile değişkenlere ait katsayılar tahmin edilmiştir.

Çalışma sonucunda yazar; gelir, rakip ülke fiyatları, nüfus, uzaklık ve alt yapıyı temsil eden değişkenlerin beklenen işaretleri sağladığını ancak Etiyopya'nın fiyat değişkeninin beklenen negatif işareti sağlamadığını belirtmiştir. Yazar bu durumu, kullanılan fiyat değişkeninin döviz kuru ile düzeltilmemiş olmasına bağlamıştır.

Görmüş ve Göçer (2010), panel veri analizi ile Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebinin sosyo-ekonomik belirleyicilerini araştırmışlardır. Çalışmada Türkiye'ye turist gönderen 32 ülkenin 2000-2006 dönemi için yıllık veri seti kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak 32 ülkeden Türkiye'ye gönderilen turist sayısı kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler olarak ise;

- Turist gönderen ülkenin geliri,
- Türkiye ile turist gönderen ülke arasındaki toplam dış ticaret miktarı,
- İki ülke arasındaki mesafe,
- Türkiye'nin konaklama potansiyeli,
- Turist gönderen ülkenin nüfusu,
- İki ülkenin görece fiyat düzeyleri,
- Reel döviz kuru,
- Turizm Bakanlığı'nın toplam reklam harcaması,
- Turizm sektöründe Türkiye'nin rakibi olarak sayılan İspanya, Yunanistan ve Mısır'ın görece fiyat düzeyleri kullanılmıştır.

Yazarlar çalışma için zaman boyutunun (7 yıl) kısa, kesit boyutunun (32) ise uzun olmasından dolayı sabit etki modeli yerine tesadüfi etki modelinin daha uygun olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre 11 farklı model kullanılarak, bağımsız değişkenlerin turizm talebi üzerindeki etkisi tesadüfi etki modeli ile incelenmiştir. Buna göre, turist gönderen ülkelerin reel GSYH'sının, iki ülke arasındaki ticaret miktarının ve Türkiye'nin konaklama kapasitesinin 11 modelde beklenen pozitif işareti aldığı ve bu değişkenlerin turizm talebi için son derece önemli etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Gelir

değişkeni için bulunan katsayı 0-1 arasında bir değer aldığından, turizmin gelir esnekliğinin 1’de küçük olduğu kabul edilmekte ve turizmin lüks bir mal olmadığı belirtilmektedir. Bunun yanında iki ülke arasındaki mesafe değişkeni de beklenen şekilde negatif işaret almıştır.

Çalışmada kullanılan göreceli fiyat ve reel döviz kuru değişkenleri ise beklenen negatif işareti vermemişlerdir. Yazarlar bu durumu iki şekilde açıklamışlardır. Birincisi, gelir düzeyi yüksek turistler için fiyatlar ve turizm talebi arasında pozitif bir ilişki olabileceğidir. İkincisi ise, turizm fiyat endeksinin hesaplanmaması nedeniyle kullanılan tüketici fiyat endeksinin tatilin gerçek maliyetini yansıtmayabileceğidir. Yapılan analizde reklam harcaması ve nüfus değişkenleri için bulunan katsayılar ise anlamsız çıkarken rekabetçi ülkelerin fiyat düzeylerini gösteren değişkenler ise beklenen şekilde negatif ve anlamlıdır.

Jintranun vd., 2011 yılında yaptıkları çalışmada Tayland’ın uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini panel veri analizleriyle incelemiştir. Çalışmada Tayland’a en çok turist gönderen 10 ülkenin (Avusturya, Danimarka, Finlandiya, Almanya, İrlanda, İtalya, İsveç, Arjantin, İngiltere) 1997-2010 dönemi çeyreklik verileri kullanılmıştır. Analizde kullanılan turizm talebi fonksiyonu ise eşitlik 3.2’deki gibidir.

$$D_t = f(Y_t, TC_t, P_t, ER_t) \quad (3.2)$$

eşitlikte gösterilen D , her bir ülkeden Tayland’a gönderilen turist sayısını; Y , turist gönderen ülkelere ait kişi başına düşen GSYH’yı; P , iki ülke arasındaki tüketici fiyat endeksini; ER , iki ülke arasındaki reel döviz kuru oranını; TC , iki ülke arasındaki seyahat maliyetini belirtir. Birinci nesil panel birim kök testleri ile eş-bütünleşme testlerinin kullanıldığı çalışmada değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Son olarak bulunan eş-bütünleşme katsayıları gelir, fiyat ve ulaştırma maliyeti değişkenleri için pozitif, döviz kuru değişkeni için negatif bulunmuştur. Elde edilen katsayılar gelir ve döviz kuru için beklenen işareti vermekte iken fiyat ve ulaştırma maliyeti için beklenen işaretin tersini vermektedir.

Yazarlar fiyat değişkeninin beklenen işareti vermemesini “tüketicilerin turist olarak gittikleri ülkenin fiyat düzeyini araştırmadıkları” yorumuyla açıklamışlardır. Ulaştırma maliyetinin beklenen işareti vermemesini ise “ülkeler arasındaki havayolu ulaştırma maliyetlerinin birbirinden çok farklı olmadığı” şeklinde açıklamışlardır.

Eita vd. (2011), Güney Afirka'ya en çok turist gönderen 27 ülkenin Güney Afirka'ya olan turist akışının belirleyicilerini incelemek üzere, 1999-2007 yılları arası yıllık verilerden yararlanmışlardır. Çalışmada bağımlı değişken olarak her bir ülkeden Güney Afirka'ya gelen turist sayısı kullanılırken, bağımsız değişkenler olarak ise; turist gönderen ülkenin GSYH'sı, görelî fiyat düzeyi, iki ülke arasındaki nominal döviz kuru, iki ülke arasındaki seyahat maliyetleri ve alt yapı durumunu temsil etmek üzere Güney Afirka'da üretilen elektrik miktarı ile turist gönderen ülkenin toplam uçak kalkış sayısı kullanılmıştır.

Yazarlar sabit etki modeli ile yapmış oldukları regresyon analizi sonucunda bulunan katsayılar beklenen işaretleri almışlardır. Buna göre beklendiği üzere sadece fiyat değişkeni negatif işaret almış diğer değişkenler ise pozitif işaret almışlardır.

Konu ile ilgili yapılan bir diğer çalışma, İbrahim (2011) tarafından Mısır'a yönelik uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmadır. Çalışmada kullanılan ülke gurubu Mısır'a en çok turist gönderen sekiz ülkeden (Suudi Arabistan, ABD, Fransa, Almanya, İngiltere, İtalya, İspanya ve İsviçre) oluşmaktadır. Bu ülkelerin Mısır'a gönderdiği turist sayısı Mısır'ın toplam turizm talebinin %41'ini oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan turizm fonksiyonu eşitlik 3.3'te gösterilmiştir.

$$TA_{it} = f(POP_{it}, RGDPP_{it}, TCPI_{it}, RREER_{it}, TO_{it}, CPITUNIS_t) \quad (3.3)$$

eşitlikte gösterilen TA, her bir ülkeden Mısır'a gönderilen turist sayısını; POP, turist gönderen ülkelerin nüfusunu; RGDPP, turist gönderen ülkelere ait kişi başına düşen GSYH'yı; TCPI, iki ülke arasındaki tüketici fiyat endeksini; RREER, iki ülke arasındaki reel döviz kuru oranını; TO, turist gönderen ülke ile Mısır arasındaki toplam ticaret miktarını, CPITUNIS ise rakip ülke olarak Tunus'un tüketici fiyat endeksini belirtmektedir.

Çalışmada panel sabit etkiler modeli ile yapılan regresyon sonucunda; gelir, dış ticaret ve rakip ülke fiyatları değişkenlerinde meydana gelen bir artışın Mısır'a olan turizm talebini pozitif yönde etkilediğini işaret etmektedir. Bunun yanında fiyat, döviz kuru ve nüfus değişkenlerinde meydana gelen bir artışın ise turizm talebini negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuca göre nüfus değişkeni hariç diğer

değişkenlerin beklenen işaretleri gösterdiğini söylemek mümkündür. Nüfus değişkeninin negatif işaret alması ekonomik teoriye uygun bir sonuç değildir.

Ekanayake vd. 2012 yılında ABD'ye olan turist akışının ana belirleyicilerini belirlemek amacıyla yaptıkları panel verilere dayalı çalışmada, 1986-2011 yılları arası yıllık verilerden oluşan veri seti kullanmışlardır. Ülke gurubu olarak ABD'ye en çok turist gönderen 50 ülke belirlenmiştir. Belirlenen ülke gurubunun ABD'ye gönderdiği turist sayısı ABD'ye olan toplam turist sayısının %95'ini kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan turizm talebi fonksiyonu ise eşitlik 3.4'te belirtildiği gibidir.

$$TA_{it} = f(PCI_{it}, PT_{it}, RER_{it}, TRC_{it}, VS_{it}) \quad (3.4.)$$

eşitlikte gösterilen TA , her bir ülkeden ABD'ye gönderilen turist sayısını; PCI , turist gönderen ülkelere ait kişi başına düşen GSYH'yı; PT , iki ülke arasındaki tüketici fiyat endeksini; RER , iki ülke arasındaki reel döviz kuru oranını; TRC , iki ülke arasındaki seyahat maliyetini; VS ise bir dummy değişken olarak turist gönderen ülke vatandaşlarının ABD'ye girerken vize serbestliklerinin olup olmadığını belirtir.

Çalışmada birinci nesil panel birim kök testleri ve eş-bütünleşme testleri kullanılmıştır. Buna göre serilerin durağanlık düzeylerini ölçmek için yapılan birim kök testi sonucunda bütün değişkenlerin seviye düzeylerinde durağan olmadıkları ancak birinci farkları alındığında durağan hale geldikleri görülmektedir. Bunun sonucunda yapılan eş-bütünleşme testi değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin varlığını işaret etmektedir. Son olarak bulunan eş-bütünleşme katsayılarının beklenen işaretleri sağladığı görülmektedir. Buna göre turist gönderen ülkelerin kişi başına düşen gelir düzeyi arttığında ABD'ye olan turizm talepleri artmaktadır. Modelde kullanılan reel döviz kuru, fiyat düzeyi ve ulaştırma maliyetleri için bulunan katsayılar beklendiği üzere negatif bulunmuştur. Fiyat düzeyi ve reel döviz kurunda meydana gelen bir artış ABD'de nispi olarak turistik mal ve hizmet fiyatlarını arttıracığından bu ülkeye olan turizm talebini düşürecektir. Bunun yanında turist gönderen ülke ile ABD arasındaki ulaştırma maliyetlerinde meydana gelen bir artış toplam turizm maliyetini arttıracığından turizm talebi bu durumdan olumsuz etkilenecektir.

Aydın vd. 2015 yılında Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik faktörleri araştırmışlardır. 1996-2013 yılları arasındaki çeyrek dönemli verilerin kullanıldığı çalışmada Türkiye'ye gelen turist sayısı itibariyle en yüksek paya

sahip ilk beş ülke için (Almanya, Rusya, İngiltere, Bulgaristan, Gürcistan) bir panel veri analizi yapılmıştır. Ülke grubunun Türkiye'nin toplam turizm talebindeki payı 2013 itibariyle %43,46'dır. Çalışmada bağımlı değişken olarak her bir ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı kullanılırken bağımsız değişkenler olarak, turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler olan turist gönderen ülkenin geliri, göreceli fiyat düzeyi, iki ülke arasındaki seyahat maliyetleri ve iki ülke arasındaki reel döviz kuru oranları kullanılmıştır. Analizlerde öncelikle modelde yatay kesit bağımlılığının varlığı test edilmiş ve yatay kesit bağımlılığının varlığı tespit edilmiştir. Bu sonuç üzerine değişkenlerin durağanlık düzeyleri yatay kesit bağımlılığını dikkate alan testler yardımıyla incelenmiş ve serilerin birinci farklarda durağan oldukları görülmüştür. Daha sonra yapılan eş-bütünleşme testlerinde ise değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Eş-bütünleşme katsayılarının tahmini için de yatay kesit bağımlılığını dikkate alan tahminler kullanılmıştır.

Yazarlar yapılan analiz sonucunda, gelir değişkeninin beklenen işareti sağlamadığını belirtmişler ve bu durumu da, "Türkiye düşük harcama eğiliminde olan ve gelir seviyesi pek yüksek olmayan turistleri ağırlamakta dolayısıyla turistik faaliyet için Türkiye'yi tercih eden turistler, gelir seviyeleri arttığında turizm destinasyonu tercihini başka yörelere kaydırmaktadırlar" şeklinde yorumlamışlardır. Çalışmada kullanılan fiyat ve döviz kuru değişkenleri ise beklenen işaretleri sağladığından turizm talebini açıklayan önemli değişkenler olarak değerlendirilmişlerdir.

Kaya ve Canlı (2013), Türkiye'nin uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini araştırdıkları çalışmalarında, 1990-2010 ve 1990-2008 dönemleri için 24 OECD ülkesi verileriyle panel veri yöntemini kullanmışlardır. Bağımlı değişken olarak her bir OECD ülkesinden Türkiye'ye gönderilen turist sayısını kullanan yazarlar, bağımsız değişkenler olarak ise turist gönderen ülkelerin gelir düzeyleri ile göreceli fiyat düzeylerini ve rakip olarak seçilen Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in ikame etkisi ölçmek için bu ülkelerin fiyat değişkenlerini modele dâhil edilmişlerdir.

Model tahmini için uygun yöntemin belirlenmesi amacıyla yapılan testler sonucunda sabit etkiler modelinin uygun model olduğu gözlemlenmiştir. 1990-2010 dönemi için bulunan bulgular incelendiğinde, gelir değişkeni katsayısı pozitif ve 1'den büyük bulunmuştur. Katsayının 1'den büyük bulunması, turizmin gelir esnekliğinin

1'den büyük olması olarak yorumlanmış ve turizmin lüks bir mal olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Bu dönem için fiyat değişkeni katsayısının pozitif çıkması ekonomik teoriyle çelişmektedir. Ayrıca modele dâhil edilen İspanya ve Yunanistan'ın fiyat düzeyleri beklenen pozitif işareti vermezken, Portekiz'in fiyat düzeyi ise beklendiği şekilde pozitif bulunmuştur. Sonuçlara göre Türkiye turizmi İspanya ve Yunanistan'a ikame değilken Portekiz turizmine ise alternatif olduğu sonucu çıkarılmıştır. Çalışmada, Küresel krizin yaşandığı 2009 ve 2010 yıllarına ait veriler model dışında tutularak ikinci bir model tahmin edilmiştir. Tahmin edilen ikinci model de birinci modele benzer bulgular verdiği gibi değişkenlere ait katsayılar aynı işaretleri vermiştir.

Surugiu vd (2011) uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini Romanya örneğinde incelemiştir. Çalışmada Romanya'ya turist gönderen 23 Avrupa ülkesinin 1997-2008 yılları arasındaki yıllık verileri ile sabit etkiler ve Tobit modeli kullanılarak model tahminleri yapılmıştır. Kullanılan turizm talebi fonksiyonu ise eşitlik 3.5'te belirtildiği gibidir.

$$TOU = f(GDP, TRADE, POP, DIST, PR) \quad (3.5)$$

burada *TO*, her bir ülkeden Romanya'ya gönderilen turist sayısını; *GDP*, turist gönderen ülkenin GSYH'ını; *TRADE*, Romanya ile turist gönderen ülkenin toplam ticaret hacmini; *POP*, turist gönderen ülkenin nüfusunu; *DIST*, Romanya ile turist gönderen ülke arasındaki coğrafi mesafeyi; *PR*, iki ülke arasındaki fiyat düzeyini göstermektedir.

Sabit etki tahmincisinin sonuçları incelendiğinde *DIST* (Mesafe) değişkeni hariç diğer değişkenlerin anlamlı ve beklenen işaretleri verdiği görülmektedir. Gelir değişkeni için bulunan katsayısının 1'den büyük olması, gelir esnekliğinin 1'den büyük olmasına işaret ettiğinden turizmin lüks mal olduğu sonucunu vermektedir. Tobit modeli kullanılarak yapılan model tahmininde ise fiyat değişkeni beklenen negatif işaret yerine pozitif işaret almıştır. Yazarlar bu durumu daha önce yapılan bir çalışmaya atıf yaparak (Leitão, 2009), turizmde daha pahalı bir yerin daha kaliteli bir hizmet verme eğiliminde olabileceğini böylece fiyattan ziyade hizmete önem veren turistlerin bu destinasyonları daha fazla talep edebileceğini belirtmişlerdir.

Güneş ve Kabadayı (2015), Türkiye'nin turizm talebini etkileyen faktörleri 1996-2014 dönemi için panel çekim modeliyle incelemiştir. Türkiye'nin turizm talebini

ifade etmek için Türkiye'ye gelen turist sayısı kullanılırken, Türkiye turizm talebini etkileyen faktörler; gelir seviyesi, turistlerin buldukları ülkelerin Türkiye'ye olan mesafesi, yabancıların geldikleri ülkelerin turizm potansiyelini göstermek için nüfus sayıları kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan ülke grubu 89 ülkeden oluşmaktadır. Panel birim kök testinden sonra model tahmini yapılmıştır. Bunun için, çekim modeli çift yönlü tesadüfî etkiler panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır.

Yazarlar, kullanılan her üç bağımsız değişkeninde beklenen işaretleri sağladığını ayrıca Türkiye'nin turizm talebi gelir esnekliğinin birden büyük olduğunu belirtmişlerdir.

Türkiye'nin uluslararası turizm talebi belirleyicilerinin incelendiği bir diğer çalışma Özcan (2015)'a aittir. Çalışmada kullanılan veri seti 1995-2011 yılları arasındaki yıllık verilerden oluşmakta olup kullanılan ülke grubu ise 2011 yılı itibariyle Türkiye'ye en çok turist gönderen 20 ülkeyi kapsamaktadır. Yazar, belirlenen makro ekonomik değişkenlerin Türkiye'nin turizm talebine etkisini panel veri analizleriyle incelemiştir. Çalışmada kullanılan turizm talebi fonksiyonu ise eşitlik 3.6'da belirtildiği gibidir.

$$TG = f(CPI_{it}, GDP_{it}, RDK_{it}, PST_{it}) \quad (3.6.)$$

burada; *TG*, turizm talebini; *GDP*, turist gönderen ülkenin kişi başına düşen GSYH'sını; *CPI*, Türkiye ile turist gönderen ülkenin göreceli fiyat düzeyini; *RDK*, turist gönderen ülkenin Reel Döviz Kurunu, *PST* ise turist gönderen ülkenin politik istikrar endeksini göstermektedir. Reel döviz kuru değişkeninin sadece karşı ülkenin verisini yansıtması, bu değişkenin pozitif işaret beklemesini öngörmektedir.

Çalışmada yapılan panel eş-bütünleşme analizi sonucunda seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Eş-bütünleşme katsayılarını da tahmin eden yazar, her dört değişkeninde anlamlı ve beklenen işaretleri sağladıklarını tespit etmiştir.

Güven ve Mert (2016), Antalya'ya turist gönderen 36 ülkenin gelir ve göreceli fiyat değişkenleri ile Antalya İli'ne yönelik turizm talepleri arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkisini panel veri analizleriyle incelemişlerdir. Kullanılan veri seti 1996-2013 yılları arasında çeyrek dönemli verilerden oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan turizm talebi fonksiyonu ise Eşitlik 3.7'deki gibidir.

$$GT_{it} = f(GSYH_{it}, GF_{it}) \quad (3.7)$$

eşitlikte belirtilen GT, her bir ülkeden Antalya bölgesine gönderilen turist sayısını; GSYH, dolar bazında turist gönderen ülkelere ait GSYH'yı; GF, ise Türkiye ile turist gönderen ülke arasındaki tüketici fiyat endeksini belirtir.

Çalışmada öncelikle serilerin durağanlık düzeylerini tespit etmeye yönelik birim kök testleri yapılmıştır. Serilerin seviye düzeyinde durağan olmadıkları ancak birinci farkları alındığında durağanlaştığı tespit edildikten sonra yapılan panel eş-bütünleşme testleriyle değişkenlerin eş-bütünleşik oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra uzun dönem eş-bütünleşme katsayıları Havuzlanmış Ortalama Grup (PMG) tahmincisi ile tespit edilmiştir. Buna göre ilgili ülkelerin gelirlerindeki artış Antalya'ya gelen turist sayısı üzerinde pozitif etkiye sahipken görelî fiyat değişkenine ait katsayı anlamlı bulunmamıştır.

Uluslararası turizm talebinin panel veri analizleri ile incelendiği çalışmalar özet şeklinde Tablo 3.1'de verilmiştir.

Tablo 3.1. Literatür Özeti (Panel Veri İle Yapılan Çalışmalar)

Yazar	Ülke Gurubu	Veri Seti	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Yöntem
Proenca ve Soukiazis, (2005)	Portekiz için 4 ülke	1977-2001	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat Düzeyi, konaklama kapasitesi, hükümet yatırımları oranı, kukla değişken	Turizm Harcamaları oranı	Panel Veri OLS, LSDV, GLS
Maloney ve Rojas (2005)	Karayip için 8 ülke	1990-2002	Kişi başına düşen GSYH, Reel döviz kuru,	Gelen turist sayısı	Panel Veri GMM,
Munoz ve Martin (2007)	Balea Adaları için 14 ülke	1991-2003	Kişi Başına düşen GSYH, Tüketici Fiyat endeksi, Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, ham petrol fiyatı verisi, kukla değişken.	Gelen turist sayısı	Panel Veri GMM, DİFF
Aslan vd. (2008)	Türkiye için 9 ülke	1995-2004	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat endeksi, Yatak sayısı, kamu yatırımları oranı, kukla değişken(Marmara depremi, 11 Eylül)	Turizm harcamaları oranı	Panel Veri GMM, DİFF
Ketenci (2009)	Türkiye için 13 ülke	1996-2006	Kişi Başına düşen GSYH, Tüketici Fiyat endeksi, Rakip ülkenin tüketici fiyat endeksi	Gelen turist sayısı	Panel ARDL
Saray ve Karagöz (2010)	Türkiye için 48 ülke	1992-2007	GSYH, Nüfus, iki ülke arasındaki uzaklık	Gelen turist sayısı	Panel Çekim Modeli

Tablo 3.1. (Devamı)

Walle (2010)	Etiyopya için 40 ülke	1998 -2004	Kişi başına düşen GSYH, reel döviz kuru, uzaklık, nüfus, kentleşme, karayolu uzunluğu ve internet kullanımı, kukla değişken	Gelen turist sayısı	Panel Veri GMM,
Görmüş ve Göçer (2010)	Türkiye için 32 ülke	2006-2007	GSYH, Dış ticaret miktarı, uzaklık, konaklama potansiyeli, nüfus, fiyat endeksi, reel döviz kuru, reklam harcaması, rakip ülke fiyatları	Gelen turist sayısı	Panel Veri GLS
Jintranun vd. (2011)	Tayland için 10 ülke	1997-2010	Kişi başına düşen GSYH, fiyat endeksi, reel döviz kuru, uzaklık	Gelen turist sayısı	Panel Veri GMM,
Eita vd. (2011)	G.Afrika için 27 ülke	1999- 2007	GSYH, fiyat endeksi, döviz kuru, ulaştırma maliyetleri, alt yapı durumu	Gelen Turist sayısı	Panel Veri Fixed Effect GLS
Ibrahim (2011)	Mısır için 8 ülke	1990–2008	Nüfus, Kişi başına düşen GSYH, fiyat endeksi, reel döviz kuru, iki ülke arasındaki dış ticaret, Tunus'un fiyat endeksi	Gelen turist sayısı	Panel Veri Fixed Effects
Surugiu vd (2011)	Romanya için 23 ülke	1997–2008	GSYH, dış ticaret, nüfus, iki ülke arasında ki mesafe, fiyat düzeyi	Gelen turist sayısı	Panel Veri Fixed Effects
Ekanayake (2012)	Amerika için 50 ülke	1986–2011	Kişi başına düşen GSYH, fiyat endeksi, reel döviz kuru, seyahat maliyetleri, vize işlemleri kukla değişkeni	Gelen turist sayısı	Panel Veri LSDV
Kaya ve Canlı (2013)	Türkiye için 24 ülke	1990-2010 1990-2008	GSYH, Fiyat düzeyi, Rakip ülkelere ait fiyat düzeyi	Gelen turist sayısı	Panel Veri Fixed Effects
Aydın vd. (2015)	Türkiye için 5 ülke	1996-2013	GSYH, Fiyat endeksi, Reel döviz kuru, Seyahat Maliyetleri	Gelen turist sayısı	DOLS FMOLS, Cup_FM
Özcan (2015)	Türkiye için 20 ülke	1995-2011	GSYH, Fiyat düzeyi, reel döviz kuru, politik istikrar endeksi	Gelen turist sayısı	DOLS FMOLS
Güneş ve Kabadayı (2015)	Türkiye için 89 ülke	1995- 2011	GSYH, Nüfus, iki ülke arasındaki uzaklık	Gelen turist sayısı	Panel Çekim Modeli
Güven ve Mert (2016)	Antalya İli için 36 ülke	1996-2013	Kişi başına düşen GSYH, fiyat endeksi	Gelen turist sayısı	Panel ARDL PMG

3.3. ZAMAN SERİSİ VERİSİ KULLANAN ÇALIŞMALAR

Akış (1998), Türkiye için turizm talebi ile turist gönderen ülkelerin milli geliri ve görelî fiyatları (ev sahibi ülkedeki fiyatların turist gönderen ülkelerin fiyatlarına bölünerek) arasındaki ilişkiyi zaman serisine dayalı regresyon analizi ile incelemiştir.

1980-1993 dönemi temel alınarak, Türkiye’de turizm talebinin önemli bir yüzdesini oluşturan 18 ülke seçilmiştir.

Çalışmada her ülke için ayrı ayrı regresyon analizi yapan yazar, gelir değişkeninin bütün ülkeler için beklenen pozitif işareti sağladığı bunun yanında Portekiz ve Yunanistan hariç tüm ülkeler için anlamlı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazar gelir değişkeni için bulunan katsayının tüm ülkeler için 1’den büyük olmasını ise, turizm ürünün lüks bir mal olduğu sonucunu işaret ettiğini belirtmiştir. Fiyat değişkeni için bulunan katsayılar ise 3 ülke dışında 15 ülke için beklenen negatif işareti sağlamıştır. Beklenen işareti sağlayan ülkelere 10’u için katsayılar aynı zamanda anlamlı iken 5 ülke için anlamlı değildir. Yazar çıkan bu sonucun, fiyat değişkeninin gelir değişkeni ile beraber turizm talebini açıklamada önemli bir değişken olduğuna işaret ettiğini belirtmiştir.

Dritsakis ve Athanasiadis (2000), Yunanistan’ın uluslararası turizm talebini EKK (En Küçük Kareler) yöntemiyle analiz etmiştir. Bu amaçla 15 ülkeden gelen turist sayısı ile turist gönderen ülkelerin sosyo-ekonomik değişkenleri arasındaki ilişki 1960-1993 dönemi için analiz edilmiştir. Her ülke için ayrı bir regresyonun tahmin edildiği çalışmada bağımlı değişken olarak turist gönderen ülkenin Yunanistan’a gönderdiği turist sayısının toplam nüfusu içindeki payı kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler olarak ise; turist gönderen ülkenin kişi başına düşen geliri, Yunanistan’daki turizm fiyatları, rekabetçi ülkelerin turizm fiyatları, Yunanistan ile turist gönderen ülke arasındaki döviz kuru oranı, Yunanistan’ın sabit sermaye yatırımları ve Yunanistan’ın turist gönderen ülkede yapmış olduğu reklam harcamaları kullanılmıştır. Yazar konu ile ilgili yapılan diğer çalışmalardan farklı olarak Yunanistan’ın turizm fiyatlarını ve rakip ülkelerin turizm fiyatlarını hesaplamıştır. Buna göre Yunanistan’ın turizm fiyatları için yabancı bir turist Yunanistan’da 10 gün kalma maliyetini hesaplarken, rakip ülkenin turizm fiyatları için 10 Akdeniz ülkesinde 10 gün kalma maliyetinin ortalamasını almıştır.

Yazar, yapılan analiz sonucunda beklenen işareti sağlamayan değişkenleri modelden dışlayarak her ülke için en uygun talep modelini belirlemeye çalışmıştır. Buna göre yazar çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşmıştır.

Gelir değişkeni, 10 ülkede beklenen işareti sağlamıştır.

Yunanistan’ın turizm fiyatı değişkeni, 10 ülkede beklenen işareti sağlamıştır.

Rakip ülkelerin fiyat değişkeni, 10 ülkede beklenen işareti sağlamıştır.

Yatırım değişkeni, 14 ülkede beklenen işareti sağlamıştır.

Reklam harcamaları değişkeni, 11 ülkede beklenen işareti sağlamıştır.

Yazar çıkan bu sonuçlara göre, belirtilen değişkenlerin turizm talebini açıklamada etkili olduklarını ortaya koymuştur.

Kulendran ve Witt 2001 yılında yaptıkları çalışmada, İngiltere'den, İngiliz turistlerin en çok ziyaret ettiği sekiz ülkeye (Fransa, Almanya, Yunanistan, İtalya, Hollanda, Portekiz, İspanya ve ABD) olan turist akışlarının belirleyicilerini incelemiştir. Yazarlar bağımlı değişken olarak İngiltere'den her bir ülkeye giden turist sayısını kullanmışlardır. Bunun yanında turist gönderen ülke olan İngiltere'nin nüfusu, İngiltere'nin kişi başına düşen geliri, varış ülkesinin göreceli fiyat endeksi, varış ülkesinin rekabet halinde olduğu turizm bölgelerinin fiyat endeksleri ve İngiltere ile hedef ülke arasındaki seyahat maliyetlerini modele bağımsız değişken olarak dâhil etmişlerdir. Veri seti 1978-1995 dönemi çeyrek verilerden oluşmaktadır.

Her bir varış ülkesi için eş-bütünleşme analizinin yapıldığı çalışmada, Fransa ve İtalya verileri aynı düzeyde durağan olmadıklarından analize tabi tutulmamışlardır. Diğer altı ülke için yapılan eş-bütünleşme katsayıları tahmininde, gelir değişkeni için bulunan katsayının altı ülke için beklenen pozitif işareti sağladığı ve Portekiz ile ABD için bulunan katsayının 1'den büyük olduğu görülmektedir. Yazarlar bu durumu ABD'de tatil yapmanın nispeten daha pahalı olmasına ve uçak biletlerinin yüksek fiyatlı olmasına bağlayarak her iki ülke turizminin lüks bir ürün olduğunu belirtmişlerdir.

Lim ve McAleer (2010), Hong Kong ve Singapur'dan Avustralya'ya olan turizm hareketleri ile makro ekonomik değişkenlerden gelir, turizm fiyatları, ulaşım maliyetleri ve döviz kurları arasındaki ilişkiyi eş-bütünleşme analiziyle incelemiştir. 1975-1996 dönemi çeyrek verilerin kullanıldığı çalışmada her iki ülke için ayrı eş-bütünleşme analizi yapılmıştır. Buna göre belirlenen değişkenler ile turist sayısı arasında eş-bütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir.

Dritsakis (2003), Yunanistan'ın uluslararası turizm talebini belirleyen faktörleri zaman serisine dayalı analizlerle incelemiştir. Bu amaçla Yunanistan'a en çok turist

gönderen Almanya ve İngiltere için iki model kurulmuştur. Çalışmada kullanılan turizm fonksiyonu eşitlik 3.8'de gösterilmiştir.

$$AR = f(Y, TP, TR, ER) \quad (3.8)$$

burada AR , turizm talebini temsil etmek üzere her iki ülkeden Yunanistan'a gönderilen turist sayısını; Y , turist gönderen ülkenin kişi başına düşen GSYH'ını; TP , görelî fiyat düzeyini; TR , turist gönderen ülke ile Yunanistan arasındaki seyahat maliyetini; ER , turist gönderen ülke ile Yunanistan'ın reel döviz kuru oranını göstermektedir. Ulaştırma maliyetini temsil etmek üzere, turist gönderen ülkeden Atina'ya olan ortalama uçak bileti fiyatı kullanılmıştır. Veri seti 1960-2000 dönemi yıllık verilerden oluşmaktadır.

Yazar, fiyat değişkeninin diğer değişkenlerle aynı düzeyde durağan olmadığını belirtmiş ve bu değişkeni dışlayarak eş-bütünleşme analizi yapmıştır. Çalışmada değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisi tespit edildikten sonra uzun dönem eş-bütünleşme katsayıları verilmiştir. Buna göre her iki ülke için kullanılan değişkenler beklenen işaretleri sağlamıştır.

Kar vd. (2004), Türkiye'de turizm yatırımlarının turizm gelirleri ve yabancı turist sayısı üzerindeki etkisini 1980-2000 dönemi için incelemişlerdir. Bu amaçla bu çalışmada Türkiye'de turizm yatırımları ile gelen yabancı turist sayısı, turizm gelirleri ve turizm işletme belgeli yatak sayısı arasındaki ilişki En Küçük Kareler (EKK) yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, turizm yatırımları, gelen turist sayısı ve yatak sayısı turizm gelirlerini belirleyen en önemli faktörlerdir. Diğer taraftan gelen turist sayısı ise turizm yatırımları ve yatak sayısı tarafından belirlenmektedir.

Aktaş (2005), zaman serisine dayalı analizler kullanarak Türkiye'nin 1980-2000 dönemi için turizm gelirlerinin belirleyicilerini tahmin etmeyi amaçlamıştır. Çalışmada turizm talebini temsil etmek üzere Türkiye'nin toplam turizm geliri değişkeni kullanılmıştır. Turizm gelirlerini etkilediği düşünülen turist sayısı, yatak kapasitesi, seyahat acentası sayısı, tanıtıma ayrılan pay, yabancı sermaye miktarı, dolar ve mark cinsi döviz kuru değişkenleri bağımsız değişkenler olarak modele dâhil edilmiştir. Çalışmada turist sayısı ve acenta sayısı değişkenleri dışındaki diğer değişkenlerin anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aktürk ve Küçüközmen (2005), 20 OECD ülkesinden Türkiye'ye olan turizm talebini incelemişlerdir. 1980-2004 dönemi yıllık verilerin kullanıldığı çalışmada

bağımlı değişken olarak her bir ülkeden Türkiye'ye gelen turist sayısı kullanılırken, bağımsız değişkenler olarak; turist gönderen ülkelerin geliri, Türkiye'nin görelî tüketici fiyat endeksi ve Türkiye'ye alternatif olan İtalya, Yunanistan ve Kıbrıs'ın fiyat endeksleri kullanılmıştır.

Çalışmada her ülke için ayrı ayrı kurulan ARDL modeli sonuçlarına göre, fiyat değişkeni iki ülke (Avusturya ve İsviçre) dışında diğer ülkeler için anlamlı bulunmamıştır. Gelir değişkeni ise birçok OECD ülkesi için anlamlı bir değişkendir. Alternatif ülkelerin fiyat düzeyleri ise Belçika, Japonya ve ABD'den gelen turistler için anlamlı bir değişken iken diğer ülkeler için anlamlı değildir.

Ourfelli (2008), uluslararası turizm talebini etkileyen faktörleri ele aldığı çalışmada fiyat ve gelir değişkenlerinin yanında rakip ülke fiyatları ve arz faktörlerini modele dâhil etmiştir. Yazar, Tunus'un Avrupa kaynaklı uzun dönem talep elastikiyetini tahmin etmek için 1981-2005 dönemi çeyrek yıllık zaman serileriyle eş-bütünleşme analizi yapmıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, kullanılan bütün bağımsız değişkenlerin Avrupa'dan Tunus'a olan turizm talebinde önemli açıklayıcı değişkenler olduğunu ortaya koymaktadır. Her bir ülke için bulunan gelir değişkenine ait eş-bütünleşme katsayısını yorumlayan yazarlar, Tunus turizminin Fransa ve İtalya'dan gelen turistler için lüks bir mal olduğunu ancak Almanya ve İngiltere'den gelenler için böyle bir durumun söz konusu olmadığını belirtmişlerdir.

Habibi vd. (2008), ABD ve İngiltere'den Malezya'ya olan turizm talebi modelini tahmin etmişlerdir. Çalışmada her iki ülke için ayrı olmak üzere zaman serisine dayalı analizler kullanılmıştır. Veri seti 1972-2006 dönemi için yıllık verilerden oluşmaktadır. Yazarlar turizm talep fonksiyonunu Eşitlik 3.9'da gösterildiği gibi belirlemiştir.

$$TA_i = f(Y_i, TP_i, TC_i) \quad (3.9)$$

burada TA , turizm talebini temsil etmek üzere her iki ülkeden Malezya'ya gönderilen turist sayısını; Y , turist gönderen ülkenin kişi başına düşen GSYH'ını; TP , görelî fiyat düzeyini, TC , turist gönderen ülke ile Malezya arasındaki seyahat maliyetini göstermektedir.

Yazarlar analizleri her iki ülke için ayrı ayrı yapmışlardır. Çalışmada öncelikle serilerin durağanlık düzeylerinin tespiti için birim kök testi yapılmıştır. Her iki ülke için yapılan birim kök testi sonucunda serilerin seviye düzeyinde durağan olmadıkları ancak birinci farkları alındığında durağanlaştıkları görülmüştür. Bunun üzerine yapılan eş-bütünleşme testi sonucunda değişkenlerin eş-bütünleşik oldukları tespit edilmiştir. Değişkenlerin eş-bütünleşme katsayıları incelendiğinde ise, her iki ülke içinde değişkenler beklenen işaretleri almıştır. Buna göre gelir değişkeni pozitif iken fiyat düzeyi ve seyahat maliyetleri negatif bulunmuştur. Ayrıca bulunan katsayı değerleri her iki ülke için de benzerlik göstermektedir.

Uçak, 2011 yılında yapmış olduğu çalışmada, Türkiye'nin yurtdışına olan turizm talebini 2004-2010 dönemini kapsayan aylık veriler kullanarak, zaman serisine dayalı eş-bütünleşme ve hata düzeltme modelleri ile incelemiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak Türkiye'den yurtdışına giden turist sayısı kullanılırken, bağımsız değişkenler olarak ise, sabit fiyatlara göre GSYH ve TÜFE bazlı reel döviz kuru değişkenlerini kullanılmıştır. Yazar değişkenlerin durağanlık düzeylerini birim kök testleriyle incelemiş ve her üç serinin de seviye düzeyinde durağan olmadığı halde birinci farkları alındığında durağanlaştıkları görülmektedir. Bunun üzerine yapılan eş-bütünleşme testinde serilerin eş-bütünleşik olduğu ve kurulan hata düzeltme modelinde de bulunan hata düzeltme katsayısının negatif ve anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kara vd. (2013), Türkiye'nin 2005-2012 dönemine ilişkin aylık veriler üzerine yaptıkları çalışmalarında, turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesini amaçlamışlardır. Çalışmada zaman serilerine dayalı VAR Analizi ve Granger nedensellik analizi kullanılmıştır. Yazarlar turizm gelirlerine ilişkin fonksiyonu eşitlik 3.10'da belirtildiği gibi göstermişlerdir.

$$TG = f(TY, YS, RK, IS, TS, TB) \quad (3.10)$$

burada TG , Türkiye'nin toplam turizm gelirlerini; TY , toplam turizm yatırımlarını; YS , yatak sayısını; RK , reel efektif döviz kuru endeksini; IS , turizmdeki istihdam sayısını; TS , Türkiye'ye gelen turist sayısını ve TB , turizm sektöründe kullanılan teşvik belge sayısını belirtmektedir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonucunda, sadece turist sayısının anlamlı ve beklenen işareti aldığı gözlemlenmiş diğer değişkenlerden yatak sayısı ve döviz kuru'nun beklenen işaretleri sağlamasına rağmen anlamlı olmadıkları görülmüştür.

Şit (2014), Türkiye'de turizm sektörünün performansına etki eden faktörleri zaman serilerine dayalı ekonometrik analizlerle incelemiştir. Çalışmada 2000 ile 2012 yılları arasındaki aylık veriler kullanılarak turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon değişkenlerinin turizm gelirleri üzerindeki etkisi eş-bütünleşme ve nedensellik testleriyle analiz edilmiştir.

Yazar, yapısal kırılmaları dikkate almadan yaptığı analizde; Türkiye'nin turizm gelirlerinin turist sayısı, ekonomik büyüme, reel kur ve enflasyon değişkenleri ile uzun dönemli bir ilişkiye sahip olduğunu saptamıştır. Ancak yapısal kırılmaları dikkate alarak yaptığı analizde ise uzun dönemli bir ilişki tespit edememiştir. Çalışmada yapılan nedensellik testi sonucunda ise, turist sayısı, reel döviz kuru ve enflasyonun Türkiye'nin turizm gelirlerinin nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Turizm talebini zaman serisi verilerine dayanan analizlerle inceleyen çalışmalar Tablo 3.2'de özet olarak verilmiştir.

Tablo 3.2. Literatür Özeti (Zaman Serisi Verisi Kullanan Çalışmalar)

Yazar	Ülke/Ülke Gurubu	Veri Seti	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Araştırma Yöntemi
Akış (1998)	Türkiye için 18 ülke	1980-1993	GSYH, Fiyat Düzeyi	Gelen turist sayısı	EKK
Dritsakis ve Athanasiadis (2000)	Yunanistan için 15 ülke	1960-1993	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat endeksi, rakip ülkenin fiyat endeksi, döviz kuru, sabit sermaye yatırımları, reklam harcamaları	Gelen turist sayısı	EKK
Kulendran ve Witt (2001)	İngiltere için 8 ülke	1978-1995	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat endeksi, rakip ülkelerin fiyat endeksi, ulaşım maliyeti, nüfus	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Lim ve McAleer (2010)	Avustralya için 2 ülke	1975-1996	GSYH, Fiyat Düzeyi, ulaşım maliyeti	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Dritsakis (2003)	Yunanistan için 2 ülke	1960-2000	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat endeksi, seyahat maliyetleri	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Kar vd. (2004)	Türkiye	1980-2000	Gelen yabancı turist sayısı, turizm gelirleri ve yatak sayısı	Turizm yatırımları	EKK

Tablo 3.2. (Devamı)

Aktaş (2005)	Türkiye	1980-2000	turist sayısı, yatak kapasitesi, seyahat acentası sayısı, tanıtıma ayrılan pay, yabancı sermaye miktarı, döviz kuru	Turizm Gelirleri	Eş-Bütünleşme
Aktürk ve Küçüközmen (2005)	Türkiye için 20 OECD ülkesi	1980-2004	GSYH, Fiyat endeksi, rakip ülkelerin fiyat endeksleri	Gelen turist sayısı	ARDL
Ourfelli (2008)	Tunus için Avrupa ülkeleri	1981-2005	GSYH, fiyat endeksi, rakip ülke fiyat endeksi, arz faktörleri	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Habibi vd. (2008)	Malezya için 2 ülke	1972-2006	Kişi başına düşen GSYH, Fiyat endeksi, seyahat maliyetleri	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Uçak (2011)	Türkiye	2004-2010	GSYH, Reel döviz kuru	Gelen turist sayısı	Eş-bütünleşme
Kara vd. (2013)	Türkiye	2005-2012	Turizm yatırımları, yatak sayısı, reel döviz kuru, turizm istihdam sayısı, gelen turist sayısı, teşvik belgesi sayısı	Turizm Gelirleri	Eş-bütünleşme, Nedensellik
Şit (2014)	Türkiye	2000-2012	Reel döviz kuru, gelen turist sayısı, ekonomik büyüme oranı ve enflasyon	Turizm Gelirleri	Eş-bütünleşme, Nedensellik

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ULUSLARARASI TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE EKONOMETRİK BİR ANALİZ

4.1. ÇALIŞMANIN AMACI

Turizm, dünya genelinde çok hızlı büyüyen, özellikle gelişmekte olan ülkeler için kayda değer döviz getirisi sağlayan ana sektörlerdendir. Ülkeye giren dövizler özellikle gelişmekte olan ülkelerin en büyük döviz kaynaklarından biridir. Turizm sektörü, ulusal ve uluslararası düzeyde kazandırdığı dev yatırımlar, gelir yaratan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve insancıl fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir niteliğe sahiptir. Turizm, özellikle 1980 sonrası dönemde, Türkiye ekonomisi için vazgeçilmez temel sektörlerden biri haline gelmiştir. Dış ticaret açığı, enflasyon ve işsizlik ile mücadele eden Türkiye’de turizm, politika yapıcıların en çok odaklandığı sektörlerden biri olmuştur. Yapılan ampirik çalışmalar incelendiğinde, “turizmin ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu” şeklinde bir kanının oluştuğu görülmektedir. Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı; literatürde çok fazla yer edinmeyen, Türkiye’ye yönelik uluslararası turizm talebinin belirleyicilerini araştırmaktır.

4.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Türkiye’de dışa açık bir ekonomik büyüme politikasının izlendiği 1980 yılından sonra turizm alanındaki yatırımlar ve bu sektörde oluşan farkındalık artmış, zengin bir doğa güzelliği ve tarihi mirasa sahip olmasından dolayı ülkede turist sayısı ve turizm gelirleri hızlı bir şekilde yükselmiştir. Buna bağlı olarak turizm üzerine yapılan çalışmalarda bir artış gözlemlenmiştir. Bu çalışmaların çoğunun turizm sektörünün gelişimi ile büyüme arasındaki ilişkiye odaklandığı görülmektedir. Turizm gelirlerinin ülkenin ekonomik büyümesi üzerine pozitif etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmasına rağmen, turizm gelirlerini etkileyen makro ekonomik unsurlar üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlı kalmıştır. Oysa turizm gelirleri üzerinde etkili olan değişkenlerin belirlenip bu doğrultuda politikaların uygulanması, turizm gelirlerini

arttırmanın yanında dolaylı olarak ekonomik büyümeye katkı sunacaktır. Bu çalışmada, Türkiye'nin uluslararası turizm talebinin belirleyicileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

4.3. ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE VERİ SETİ

Türkiye'nin uluslararası turizm talebini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlayan bu çalışmada, Türkiye'ye en çok turist gönderen 25 ülkenin verilerinin kullanılması hedeflenmiştir. Çalışılması hedeflenen ülke grubu, Türkiye'ye olan toplam turizm talebinin %80'i gibi çok yüksek bir oranını temsil etmektedir. Ancak Irak, Azerbaycan ve Kazakistan'ın verileri ulaşılabılır olmadığından dolayı modelden dışlanmak zorunda kalmıştır. Geriye kalan 22 ülkenin Türkiye'ye olan turizm talebi, Türkiye'nin uluslararası turizm talebinin yaklaşık %75'ini oluşturmaktadır. Tablo 4.1'de 2014 yılı itibari ile bu ülke grubunun Türkiye'ye gönderdiği toplam turist sayıları ile bu ülkelerin Türkiye turizm talebinden aldıkları paylar verilmiştir.

Tablo 4.1. Modelde Kullanılan Ülke gurubu (2014)

Ülkeler	Turist Sayısı	Toplamdaki Oranı (%)	Ülkeler	Turist Sayısı	Toplamdaki Oranı (%)
Almanya	5.250.036	14,25	Belçika	660.857	1,79
Rusya Fed.	4.479.049	12,16	Azerbaycan	677.684	1,84
İngiltere	2.690.360	7,30	Ukrayna	657.051	1,78
Gürcistan	1.855.289	5,04	Avusturya	512.339	1,39
Bulgaristan	1.693.591	4,60	Polonya	510.569	1,39
İran	1.590.664	4,32	Kazakistan	437.971	1,19
Hollanda	1.393.730	3,78	Romanya	426.585	1,16
Fransa	1.037.152	2,82	Danimarka	408.287	1,11
Irak	857.246	2,33	İsviçre	394.458	1,07
Yunanistan	830.841	2,26	S.Arabistan	341.786	0,93
A.B.D.	794.917	2,16	Norveç	326.292	0,89
İtalya	697.360	1,89	İspanya	283.926	0,77
İsveç	667.551	1,81	Toplam	3.6837.900	80,01

Kaynak: TÜİK

Uluslararası turizm talebini belirleyen faktörler ekonomik ve ekonomik olmayan faktörler olarak ikiye ayrılabilir. Ekonomik faktörler gelir, fiyat, döviz kuru, konaklama potansiyeli ve ulaşım maliyetlerinden oluşmaktadır. Ekonomik olmayan faktörlere ise birçok örnek vermek mümkündür. Çalışmada yıllık bazda, ülke grubunda bulunan her bir ülkenin Türkiye'ye gönderdiği turist sayısı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak ise uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik ve ekonomik olmayan faktörlere modelde yer verilmiştir. Ekonomik faktörler olarak, turist gönderen ülkenin kişi başına düşen GSYH verisi, Türkiye'nin tüketici fiyat endeksinin turist gönderen ülkenin tüketici fiyat endeksine oranlanmasıyla elde edilen fiyat değişkeni ve Türkiye'nin reel efektif döviz kuru endeksinin turist gönderen ülkenin reel efektif döviz kuru endeksine bölünmesiyle bulunan reel döviz kuru değişkeni kullanılmıştır. Bunun yanında ekonomik olmayan faktörler için nüfus ve politik istikrar değişkenleri kullanılmıştır. Nüfus verisini temsil etmekte üzere turist gönderen ülkenin kişi başına düşen turizm harcaması verisi kullanılırken istikrar endeksi için Dünya Bankası tarafından yıllık olarak yayınlanan Politik İstikrar Endeksi (Political Stability Index) verisi kullanılmıştır. Veri seti 2000-2014 yılları arasını temsil etmekte olup logaritmik formda ve yıllık bazda modele dâhil edilmiştir. Çalışmada yapılan testlerin sonuçlarını elde edebilmek için Eviews8 ve Gauss10 paket programları kullanılmıştır. Modelde kullanılan değişkenler ve değişkenlerin elde edildiği kaynaklar tablo 4.2'de verilmiştir.

Tablo 4.2. Kullanılan Veri Seti ve Kaynaklar (Panel Veri)

Veriler	Kaynak
Turist Sayısı	TÜİK, TÜRSAB
GSYH	Dünya Bankası Veri Tabanı
Reel Döviz Kuru	Dünya Bankası Veri Tabanı
Tüketici Fiyat Endeksi	Dünya Bankası Veri Tabanı
Kişi Başına Düşen Turizm Harcaması	Dünya Bankası Veri Tabanı
Politik İstikrar Endeksi	Dünya Bankası Veri Tabanı

Çalışmanın bundan sonraki kısmında modelde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin kullanılma nedeni ile bağımsız değişkenler için beklenen işaretler başlıklar halinde verilecektir.

Turist Sayısı: Turizm talebini temsil edecek değişken turist gönderen ülkeden turizm ülkesine gelen turist sayısı olabileceği gibi, bu turistlerin yaptıkları harcamalar, turistlerin turizm ülkesinde kaldıkları gece sayısı alternatif olarak kullanılabilir (Witt and Witt, 1995: 447-475). Verilerin kolay bir şekilde ulaşılabilir olmasından dolayı yapılan çalışmaların büyük bir kısmında turizm talebi turist sayısı ile temsil edildiğinden (Galet ve Braun, 2001, Li vd., 2004) dolayı bu çalışmada da aynı değişken kullanılmıştır.

Gelir (Kişi Başına Düşen GSYH): Yurtdışı seyahatlerinin pahalı ve genellikle lüks bir mal olarak kabul edilmesi bireylerin tüketilebilir gelirleri ile turizm taleplerinin ilişkili olabileceğini göstermektedir. Bundan dolayı gelir değişkeni turizm talebini inceleyen çalışmalarda en çok kullanılan değişken olmuş ve turizm talep fonksiyonlarında turist gönderen ülkenin geliri bağımsız değişken olarak modele dâhil edilmiştir (Witt ve Witt, 1995: 447-475). Kişi başına düşen milli gelirin artması durumunda gelirin arttığı ülkeden turizm ülkesine gelen turist sayısında bir artış beklenir. Bu nedenden dolayı modele dâhil edilen ülkelerin kişi başına düşen gelirlerindeki artışın, Türkiye'ye gelen turist sayısına pozitif etki yapacağı beklenmektedir.

Tüketici Fiyat Endeksi: Çalışmalarda sık kullanılan bir diğer değişken nispi turizm fiyatlarıdır (Lim, 1995). Turistler karar vermeden önce genellikle turizm ülkesi ile kendi ülkelerindeki fiyatları hatta bazen alternatif turizm ülkeleri arasındaki fiyatları karşılaştırırlar. Turizm ülkesindeki göreceli olarak bir fiyat yükselmesi turistlerin bu ülkeye karşı olan seyahat şevkini olumsuz yönde etkiler ve turistlerin alternatif bir turizm ülkesine yönelmesine neden olabilir (Görmüş ve Göçer, 2010). Uluslararası turizm modeline dâhil edilecek fiyat değişkeni, birkaç bileşenden oluştuğu için hesaplaması zor bir değişkendir. Toplam turizm fiyatının önemli bir bölümünü turistik bölgede satın alınacak mal ve hizmetlerin fiyatları oluşturmaktadır. Bununla birlikte turistik bölgeye olan ulaşım maliyetleri, seyahat sigortaları ve seyahat süresinin fırsat maliyetleri gibi diğer masraflar turizm fiyatı için önemli diğer belirleyiciler olabilir. Ancak sadece turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarından oluşan bir fiyat endeksi hesaplanmadığından çalışmalarda (Lim, 1997, Dritsakis, 2004) tüketici fiyat endeksi (TÜFE) kullanılmıştır. Bu çalışmada da nispi fiyat değişkenini temsil etmek üzere turist

kabul eden ülkenin tüketici fiyat endeksi turist gönderen ülkelere ait tüketici fiyat endeksine (TÜFE) oranlanarak kullanılmıştır.

$$CPI_{t,i} = CPI_t / CPI_i$$

Turist kabul eden ülkenin fiyat endeksi turist gönderen ülkenin fiyat endeksine göre nispi olarak yükseldiğinde turist kabul eden ülkeye doğru diğer ülkeden turizm talebinin azalması beklenir. Dolayısıyla turizm fiyatları ile turizm talebi arasında negatif bir ilişki beklenmelidir.

Reel Efektif Döviz Kuru: Başka bir ülkeye turistik faaliyette bulunma kararı alan turistler, seyahat edecekleri ülkelerin fiyat düzeyi ile beraber döviz kurlarına bakarak karar verdikleri düşünülmektedir. Bundan dolayı bazı çalışmalarda reel döviz kurları sadece tüketici fiyat endeksine dâhil edilmiş olmasına rağmen birçok çalışmada ise hem tüketici fiyat endeksine dâhil edilmiş hem de ayrı olarak modelde kullanılmıştır (Lim, 1997, Lim ve McAleer, 2001, Dritsakis, 2004). Türkiye için yapılan bu çalışmada da ülkeler arasındaki fiyat karşılaştırması için reel döviz kuru kullanılmıştır. Çalışmada döviz kuru karşılaştırması, Türkiye'nin reel döviz kurunun karşı ülkenin reel döviz kuruna oranı ile elde edilen değişken üzerinde incelenmiştir.

$$RDK_{t,i} = RDK_t / RDK_i$$

RDK_t = Türkiye'nin Reel Efektif Döviz Kuru Endeksi

RDK_i = Turist gönderen ülkenin Reel Efektif Döviz Kuru Endeksi

Reel döviz kurundaki bir artış ulusal paranın artışını ifade ettiğinden, endekste ki bir artış Türkiye'de ki fiyatların nispi olarak artışına işaret etmektedir. Bu nedenle değişkendeki bir değişimin turizm talebi ile negatif ilişkili olması beklenmektedir.

Kişi Başına Düşen Turizm Harcaması: Uluslararası turizm talebinin turist gönderen ülkenin nüfusuna bağlı olması beklenir (Song, Witt ve Li, 2009: 3). Turizm talebini etkileyen unsurları inceleyen bazı çalışmalarda (Görmüş ve Göçer, 2010, İbrahim, 2011) turist gönderen ülkenin nüfusu bağımsız değişken olarak kullanılmaktadır. Ancak ülkedeki nüfus değişiminin direkt olarak o ülkenin turizm talebini etkilemesini beklemek biraz zorlama bir görüş olacaktır. Ancak nüfus değişkenini modelden tamamen dışlamak çok doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Bundan dolayı bir ülkede oluşabilecek bir turizm talebini, ülkenin nüfusundaki artıştan ziyade o

ülkede turizm talebinde bulunabilecek kişilerin sayısındaki bir artış daha iyi karşılar (Song, Witt ve Li, 2009: 3). Örneğin herhangi bir yılda doğum oranının çok yüksek olması o ülkenin nüfusunda bir artış sağlayacaktır ancak toplam nüfusa eklenen bu yaş gurubunun turizm talebi oluşturabilecek bir yaş gurubu olmadığı için turizm talebini etkilemesini beklemek bizi yanlış sonuca götürebilir. Böyle bir hataya düşmemek için belli bir yaş gurubundaki nüfus, değişken olarak kullanılabilir. Ancak bu noktada da en uygun yaş gurubunun belirlenmesi sorun teşkil edebilir. Bütün bu zorluklardan dolayı bu çalışmada, turist gönderen ülkenin nüfus değişkeni, kişi başına düşen turizm harcaması ile temsil edilmiştir. Kişi başına düşen turizm harcamasındaki değişimin uluslararası turizm talebini aynı yönde etkilemesi beklenir.

Politik İstikrar Endeksi: Uluslararası turizm talebinin en önemli belirleyicilerinden biri ülkelerin içinde bulunduğu politik istikrar durumudur. Turist kabul eden ülkedeki siyasi durum ve terör olayları o ülkeye olan uluslararası turizm talebi üzerinde belirleyici bir etkiye sahiptir. Bunun yanında turist gönderen ülkedeki siyasi istikrar düzeyi o ülke vatandaşlarının turistik mal ve talebi üzerinde belirleyici bir faktördür. Çalışmamızda turizm talebini etkileyen politik faktörleri temsil etmek üzere, Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin politik istikrar düzeyleri bağımsız değişken olarak modele dâhil edilmiştir. Bunun için Dünya Bankası tarafından yıllık olarak yayınlanan politik İstikrar Endeksi kullanılmıştır. Endekste pozitif bir gelişme ülkedeki siyasi istikrarın düzeldiği negatif bir değişim ise istikrarın bozulduğunu göstermektedir. Bu açıdan endekste meydana gelen bir gelişmenin uluslararası turizm talebini aynı yönde etkilemesi beklenir.

Bu değişkenlerin yanında, ekonomik faktörler arasında yer alan konaklama potansiyeli ve arz yapısını gösteren; yatak sayısı, turizm yatırımları ve ülkenin reel döviz kuru değişkenleri tek ülke verilerine dayandığından dolayı panel modelde kullanılamamıştır. Türkiye'nin turizm arz yapısını temsil eden bu değişkenlerin ülkenin uluslararası turizm talebine olan etkisini incelemek için zaman serisi analizlerine dayalı ikinci bir model kurulmuştur. Kurulan ikinci modeldeki veri seti 1980-2014 yılları arasındaki yıllık verilerden oluşmaktadır. Çalışmada bağımlı değişken olarak Türkiye'ye gelen toplam yabancı turist sayısı alınmıştır. Açıklayıcı değişkenler olarak ise turistik tesislerde toplam yatak sayısı, kamu ile özel sektörün dolar bazında turizm sektörüne yapmış oldukları toplam yatırım tutarı ve ülkenin Reel Efektif Döviz Kuru

verileri kullanılmıştır. Kullanılan değişkenler ve alınan kaynaklar ile ilgili bilgiler Tablo 4.3'te verilmiştir.

Tablo 4.3. Kullanılan Veri Seti ve Kaynaklar (Zaman Serisi)

Veriler	Kaynak
Turist Sayısı	TÜİK, TURSAB
Reel Efektif Döviz Kuru	FRED
Yatak Sayısı	TURSAB
Yatırım Tutarı	WWTC

Çalışmada kullanılan veriler ve alındıkları kaynaklar belirtildikten sonra çalışmanın bundan sonraki bölümünde kullanılacak yöntem tanıtılarak elde edilen bulgular tablolar halinde verilecektir.

4.4. EKONOMETRİK MODELLERİN TANIMLANMASI

Bir ülkenin uluslararası turizm talebi, turizm sektörünün sahip olduğu arz yapısına bağlı olduğu gibi turist gönderen ülkelerin ekonomik, siyasal ve sosyal durumlarına da bağlıdır. Türkiye özelinde yapmış olduğumuz bu çalışmada, uluslararası turizm talebini etkileyen faktörleri belirlemek için iki model kurulmuştur. Ülkelerin ekonomik, demografik ve politik göstergelerinin Türkiye'ye yönelik turizm talepleri üzerindeki etkileri eşitlik 4.1 yardımı ile incelenmiştir.

$$\ln TRST_{it} = f(\ln GDP_{it}, \ln CPI_{it}, \ln RDK_{it}, \ln TRZHAR_{it}, \ln PSI_{it}) \quad (4.1)$$

eşitlik 4.1'de;

TRST= i ülkesinden Türkiye'ye gelen turist sayısını

GDP= i ülkesinin kişi başına düşen gelirini

CPI= Türkiye ile i ülkesi arasındaki fiyat endeksi oranını

RDK = Türkiye ile i ülkesi arasındaki reel döviz kuru oranını

TRZHAR= i ülkesinin kişi başına düşen turizm harcamalarını

PSI= i ülkesinin politik istikrar endeksini göstermektedir. Modelde simgelenen \ln ise değişkenin logaritmik formda kullanıldığını, i Türkiye'ye turist gönderen ülkeyi, t

zamanı temsil etmektedir. Eşitlik 2’de ise Türkiye’nin turizm alt yapısını oluşturan verilerin turizm talebi üzerine olan etkisi zaman serisi analizleri ile incelenmiştir.

$$\ln TRST_t = f(\ln BED_t, \ln YAT_t, \ln RDK_t) \quad (4.2)$$

eşitlik 4.2’de

TRST = Türkiye’ye gelen toplam yabancı turist sayısını

BED = Türkiye’nin turistik tesislerinde bulunan toplam yatak sayısı

YAT = Türkiye’de turizm sektörüne yapılan sabit sermaye yatırımlarını

RDK = Türkiye’nin reel döviz kuru oranını göstermektedir. Modelde simgelenen ln, değişkenin logaritmik formda kullanıldığını, t ise zamanı temsil etmektedir.

Çalışmalarda kullanılan verilerin hem birim hem de zaman boyutunun olması durumunda tahminler panel veri analizleri yardımı ile yapılabilmektedir. Panel veri ile yapılan çalışmalarda değişkenlerin YKB içerip içermediği kullanılacak testlerin seçimi için önemli bir husustur. Değişkenlerin YKB içermemesi durumunda durağanlık ve eş-bütünleşme testleri için birinci nesil testler güvenilir sonuçlar verirken YKB içermesi durumunda ise bu testler sapmalı sonuçlar vereceğinden ikinci nesil testlerin kullanılması daha güvenilir sonuçlar verecektir. Çalışmada da öncelikle değişkenlerin YKB durumu incelenmiş ve çıkan sonuca uygun olarak seçilen birim kök testleri ile değişkenlerin durağan oldukları seviyeler belirlenmiştir. Daha sonra yapılan eş-bütünleşme testleri ile değişkenler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisi inceledikten sonra uygun olan tahmincilerle uzun dönem parametreler tahmin edilmiştir.

Zaman serisi ile yapılan analizlerde ise turizm arz yapısını temsil eden değişkenler kullanılmıştır. Bunun için öncelikle değişkenlerin durağanlık seviyeleri birim kök testleri ile belirlenmiştir. Daha sonra yapılan eş-bütünleşme testi ile değişkenler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisi incelenmiş ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri normalize edilmiş eş-bütünleşme vektörleri ile tespit edilmiştir.

4.4.1. Panel Veri

Panel veri; bireyler, hane halkı, işletme, devlet gibi birimlerin belli bir dönemde tekrarlanan gözlemlerinin bir arada kullanılmasından oluşmaktadır (Baltagi, 2008).

Dolayısıyla panel veri setinin, incelenen birime ait zaman serisi ve yatay kesit gözlemlerinin bir araya getirilmesi ile oluştuğunu söylemek mümkündür (Gujarati, 2010).

Araştırmacıya daha fazla gözlem ile çalışma olanağı sağlayan panel veri, çalışılan konu ile ilgili daha fazla bilgi sağladığı gibi kurulacak modelin serbestlik derecesini arttırır. Bunun yanında açıklayıcı değişkenler arasındaki doğrusal bağlantının derecesini de düşürür. Bir modelde değişkenler arasında doğrusal bağlantının olmaması ekonometrik tahminlerin etkinliğini arttırmaktadır (Baltagi, 2005, Hsiao, 2003). Genel olarak panel veri modeli şu şekilde yazılabilir (Tatoğlu, 2012);

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{kit}X_{kit} + u_{it} \quad i=1,\dots,N \quad t=1,\dots,N \quad (4.3)$$

burada; Y: bağımlı değişkeni, α : sabit parametreyi, β : eğim parametrelerini, X_k : bağımsız değişkenleri, u: hata terimini, i: alt indisi birey, firma, şehir, ülke gibi birimleri, t: alt indisi gün, hafta, ay, yıl gibi zamanı ifade eder.

Panel veri ile yapılan çalışmalarda öncelikle yatay kesit bağımlılığının varlığı tespit edilmelidir. Değişkenlerde ve eş-bütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılığının varlığını test etmek, yapılacak birim kök ve eş-bütünleşme testlerinin seçiminde önemlidir. Yatay kesit bağımlılığı tespit edilmeden seçilen testler hatalı sonuçlar verebilecektir (Göçer vd., 2012). Yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan testlere birinci nesil testler, dikkate alan testlere ise ikinci nesil testler adı verilmektedir. Turizm talebinin belirleyicilerini araştırdığımız bu çalışmada, öncelikle değişkenlerde ve modelde yatay kesit bağımlılığının varlığı tespit edilmiş ve kullanılan birim kök testi ile eş-bütünleşme testi çıkan sonuca göre seçilmiştir.

4.4.1.1. Yatay Kesit Bağımlılığının Test Edilmesi

Yatay kesit bağımsızlığı, paneli oluşturan birimlerden birine gelen bir şoktan yatay kesitleri oluşturan tüm birimlerin aynı oranda etkilenmelerini ifade etmekte dolayısıyla yatay kesitlerin birbirinden bağımsız olduklarını ortaya koymaktadır. Yatay kesit bağımlılığı ise yatay kesit birimlerinden birine gelen bir şoktan, birimlerin farklı düzeyde etkilenmesini dolayısıyla yatay kesitlerin birbirleriyle bağımlı olduklarını ifade etmektedir. Günümüzde ülke ekonomilerinin birbirleriyle ilişkili olduğu düşünüldüğünde, özellikle yatay kesit birimlerinin ülke verileriyle oluşturulduğu panel

veriler için, yatay kesit bağımlılığının olabileceği öngörüsü daha gerçekçi bir yaklaşımdır (Mercan, 2014).

Yatay kesit bağımlılığının varlığını tespit etmeyi amaçlayan testlerin seçiminde, serinin zaman ve yatay kesit boyutu göz önünde bulundurulması gereken faktörlerdir. Yatay kesit bağımlılığının varlığı, panelin zaman boyutunun yatay kesit boyutundan büyük olduğu durumda ($T > N$) Breusch-Pagan (1980) CD_{LM1} (Cross-section Dependence Lagrange Multiplier) testiyle; zaman boyutu kesit boyutuyla eşit veya küçük olduğu durumlarda Pesaran (2004) CD_{LM2} testleri ile incelenmektedir. Bununla birlikte CD_{LM} testi, grup ortalamasının sıfır ve birim ortalamasının sıfırdan farklı olduğu durumlarda sapmalı sonuçlar vermektedir. Pesaran vd. (2008), bu sapmayı yapmış oldukları LM_{adj} testi ile çözmüşlerdir. Yazarlar bu sapmayı çözmek için test istatistiğine varyansı ve ortalamayı eklemişlerdir. Bu nedenle testin ismi, sapması düzeltilmiş LM testi olarak ifade edilmektedir (Göçer vd., 2012, Yalçınkaya ve Hüseyini, 2016).

Breusch-Pagan (1980) CD_{LM1} testi aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

$$CD_{LM1} = T \sum_{i=j}^{n-1} \sum_{j=i+1}^n \check{\rho}_{ij}^2$$

Eşitlikte $\check{\rho}_{ij}^2$ hata serileri arasındaki çift yönlü korelasyonu göstermektedir. LM testinin $N > T$ durumunda iyi sonuçlar vermemesi üzerine Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD_{LM2} testi ise şu şekilde tanımlanmıştır;

$$CD_{LM2} = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=j}^{n-1} \sum_{j=i+1}^n \check{\rho}_{ij}^2 - 1 \right)$$

Grup ortalamasının sıfır ve birim ortalamasının sıfırdan farklı olduğu durumlarda sapmalı sonuçlar veren CD_{LM} testi Pesaran vd. tarafından 2008 yılında LM_{adj} testi ile aşağıdaki gibi geliştirilmiştir (Pesaran vd., 2008).

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \left(\sum_{i=j}^{n-1} \sum_{j=i+1}^n \frac{(T-K)\check{\rho}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{v_{Tij}} \right)$$

Eşitlikte μ_{Tij} birimlerin ortalamasını, v_{Tij} varyansı temsil etmektedir. Testlere ait hipotezler aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H_0 = Yatay kesit bağımlılığı yoktur.

H_1 = Yatay kesit bağımlılığı vardır.

Test sonucunda elde edilecek olasılık değerinin %5 anlamlılık düzeyinde 0.05'ten küçük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilmekte ve paneli oluşturan birimler arasında yatay kesit bağımlılığı olduğuna karar verilmektedir. Olasılık değerinin 0,05'ten büyük olması durumunda ise H_0 hipotezi kabul edilmekte ve paneli oluşturan birimler arasında yatay kesit bağımlılığının olmadığı sonucuna işaret etmektedir (Pesaran, 2008).

Bu çalışmada, serinin zaman boyutu yatay kesit boyutundan küçük olduğundan ($N > T$) değişkenlerde ve eş-bütünleşme denkleminde yatay kesit bağımlılığının varlığı, LM_{adj} testi ile test edilmiş ve Tablo 4.4'teki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 4.4. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi Sonuçları

	LM_{Adj} Test	Prob
$\ln TRST$	10,008	0,000
$\ln RDK$	3,638	0,000
$\ln GDP$	26,350	0,000
$\ln TRHAR$	18,744	0,000
$\ln PSI$	2,972	0,001
$\ln CPI$	24,753	0,000
Model	11,728	0,000

Tablo incelendiğinde, bütün değişkenler ve model için hesaplanan istatistiklerin olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için hem değişkenlerde hem de modelde “yatay kesit bağımlılığı yoktur” boş hipotezi ret edilmektedir. Bu sonuç hem değişkenler de hem de modelde yatay kesit bağımlılığı olduğuna işaret etmektedir. Değişkenler arasında ve modelde yatay kesit bağımlılığının varlığı, çalışmanın bundan sonraki aşamasında yapılacak birim kök ve eş-bütünleşme testlerinde YKB'yi dikkate alan testlerin kullanımını zorunlu kılmıştır.

4.4.1.2. Panel Birim Kök Testi

Panel veri analizlerinde zaman serisi verilerinde olduğu gibi değişkenlerin durağan olması önem arz etmektedir. Durağan olmayan seriler ile kurulacak bir

modelde elde edilen parametreler, değişkenler arasındaki gerçek ilişkiyi yansıtmaktan ziyade serilerde var olan aşığı veya yukarı yönlü bir trendden kaynaklanabilir. Sahte regresyon olarak adlandırılan böyle bir olguya düşmemek için serilerin durağanlığı incelenerek uygun gecikmede modele dâhil edilmelidir (Gujarati, 2010, Tarı, 2011). Panel birim kök testleri, verinin zaman boyutuyla beraber yatay kesit boyutuna ilişkin bilgiyi dikkate aldığından, sadece zaman boyutunu dikkate alan zaman serisi birim kök sınamalarından istatistiksel anlamda daha güçlü sonuçlar vermektedir (Im, Pesaran ve Shin, 1997, Levin vd., 2002, Hadri, 2000, Pesaran, 2006, Mercan, 2014). Durağanlığı test eden analizlerin seçiminde, değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının tespiti önem arz etmektedir. Değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının olmaması durumunda birinci nesil birim kök testleri kullanılırken, yatay kesit bağımlılığının olması durumunda ise ikinci nesil birim kök testleri kullanılmaktadır. Birinci nesil birim kök testlerinden en sık kullanılanlar; Levin, Lin ve Chu (2002), Breitung (2005), Im, Pesaran ve Shin (2003), Maddala ve Wu (1999), Choi (2001) testleridir. Yatay kesit bağımlılığına izin veren ikinci nesil birim kök testlerinden en sık kullanılanlar ise; MADF (Taylor ve Sarno, 1998), SURADF (Breuer, Mcknown ve Wallace, 2002), Bai ve Ng (2004), CADF (Pesaran, 2007) ve PANKPSS (Carrion-i-Silvestre vd. 2005) testleridir.

Hem modelde hem de bütün değişkenlerde yatay kesit bağımlılığı olduğundan durağanlık testi için ikinci nesil birim kök testi olan CADF testi kullanılmıştır. Kesit açısından genişletilmiş Dickey-Fuller testi olarak adlandırılan CADF panel birim kök testi için öncelikle CADF test sonucu hesaplanır. Daha sonra panelin geneli için durağanlık sonucunu veren CIPS testi hesaplanır. CADF istatistik değeri aşığıdaki şekilde tahmin edilir.

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i + \Delta \bar{y}_t + e_{it}$$

$$(\Delta y_{it} = y_{it} - y_{i,t-1})$$

$$(\bar{y}_t = N^{-1} \sum_{i=1}^N y_{it})$$

$$(\Delta \bar{y}_t = N^{-1} \sum_{i=1}^N \Delta y_{it})$$

Hesaplanan CADF test istatistiğinin aritmetik ortalaması alınarak CIPS istatistiği hesaplanır.

$$CIPS(N, T) = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_i(N, T)$$

Testin hipotezleri ise aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

H_0 = Birim kök vardır.

H_1 = Birim kök yoktur.

Yapılan test sonucunda hesaplanan CADF istatistikleri, Pesaran tarafından Monte Carlo simülasyonu ile hesaplanan tablo değerleriyle karşılaştırılır. Hesaplanan istatistik değerinin tablo değerinden büyük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilir. Aynı şekilde CIPS değerinin de tablo değerinden büyük olması, serilerin durağanlığına işaret etmektedir. Çalışmada serilerin durağanlık durumları CADF birim kök testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.5'te verilmiştir.

Tablo 4.5. CADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Seviye			1.Fark		
	Trend	Gecikme	İstatistik değeri	Trend	Gecikme	İstatistik Değeri
<i>lnTRST</i>	1	3	-2,07	1	2	-3,6*
<i>lnRDK</i>	1	2	-2,38	1	2	-3,1*
<i>lnTRHAR</i>	1	3	-2,62	1	2	-2,76**
<i>lnGDP</i>	0	3	-2,04	0	2	-2,37**
<i>lnCPI</i>	1	1	-2,42	1	1	-2,93**
<i>lnPSI</i>	1	2	-2,52	1	2	-3,29*
Tablo Kritik Değerleri			Sabit	Sabit + Trend		
1%			-2,45	-3,00		
5%			-2,22	-2,77		
10%			-2,11	-2,65		

Tablo incelendiği zaman, tüm değişkenler için hesaplanan seviye istatistik değerlerinin Pesaran (2007)'de verilen CADF tablo kritik değerlerinden küçük olduğu, bu nedenle durağan olmadıkları anlaşılmaktadır. Ancak değişkenlerin birinci farkları alındıktan sonra yapılan testlerde; bütün değişkenler için hesaplanan istatistik değerlerin CADF tablo kritik değerlerinden mutlak olarak büyük olduğu belirlenmiştir. Bu durum değişkenlerin birinci farklarının durağan olduğunu göstermektedir. Çalışmanın bundan

sonraki bölümünde değişkenler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisi incelenmeye çalışılmıştır.

4.4.1.3. Panel Eş-Bütünleşme Testi

Aynı düzeyde durağan olan seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı eş-bütünleşme testleri ile yapılabilmektedir. Panel verilerle yapılan çalışmalarda durağanlık testlerinde olduğu gibi eş-bütünleşme analizlerinde de serilerde yatay kesit bağımlılığının tespiti önemlidir. Panel eş-bütünleşme testleri yatay kesit bağımlılığını dikkate alan testler ve dikkate almayan testler olarak ayrılmaktadırlar. Yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan çalışmalar (Johansen Fisher, 1998; Kao, 1999; Pedroni, 1999) birinci nesil panel eş-bütünleşme testleri olarak adlandırılmaktadır. Ancak serilerde yatay kesit bağımlılığının olması durumunda birinci nesil testler sapmalı sonuçlar verebileceğinden dolayı yeni nesil panel eş-bütünleşme testleri (Westerlund ve Edgerton, 2007; Westerlund, 2008) kullanılmalıdır. Bu çalışmada Düzeltilmiş LM testi ile incelenen yatay kesit bağımlılığı testi sonucunda, modelde yatay kesit bağımlılığı olduğu tespit edilmiştir. Bu durum eş-bütünleşme testi için yeni nesil testlerin kullanılmasının daha uygun olduğunu göstermektedir. Bunun için Westerlund (2008) Durbin-Hausman eş-bütünleşme testi kullanılmıştır.

Durbin-H testi değişkenlerde yatay kesit bağımlılığının olması koşuluyla; bağımlı değişkenin seviye düzeyinde durağan olmadığı ancak bağımsız değişkenlerin farklı düzeylerde durağan olması durumlarında da kullanılan bir testtir. Testte eş-bütünleşme ilişkisinin varlığı, grup ve panel boyutunda ayrı ayrı test edilmektedir. Durbin-H panel eş-bütünleşme testinde, otoregresif parametrenin bütün kesitler için aynı olduğu kabul edilmektedir. Westerlund (2008) Durbin-H grup testinde ise otoregresif parametrenin kesitler arasında farklılaşmasına izin verilmektedir. Testin hipotezleri şu aşağıdaki gibidir.

H_0 = Eş-bütünleşme ilişkisi yok.

H_1 = Eş-bütünleşme ilişkisi var.

Hipotezlerin ret veya kabulüne, elde edilen test istatistiğinin normal dağılım tablosu kritik değerleriyle karşılaştırılmasıyla karar verilmektedir. Buna göre, elde edilen test istatistiği 1.645'ten büyük olduğunda, H_0 hipotezi %5 anlamlılık düzeyinde

reddedilmekte ve seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin varlığına karar verilmektedir.

Westerlund (2008) Durbin-H testi sonuçları Tablo 4.6’da verilmiştir.

Tablo 4.6. Westerlund (2008) Eş-bütünleşme Testi Sonuçları

	Test İstatistiği	Olasılık Değeri	Tablo Kritik Değerleri	
Durbin-h grup	9.85	0.000	%1	1.98
Durbin-h panel	8.33	0,000	%1	1.98

Tablo incelendiğinde Durbin-h grup ve Durbin-h panel istatistikleri için hesaplanan olasılık değerlerinin 0,01’den küçük olduğu görülmektedir. Bu durum %1 önem düzeyinde “seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisi yoktur” boş hipotezinin ret edildiğini işaret etmektedir. Boş hipotezin ret edilmesi seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

4.4.1.4. Eş-Bütünleşme Katsayılarının Analizi

Eş-bütünleşme ilişkisi olan aynı zamanda yatay kesit bağımlılığı içeren serilerde uzun dönem eş-bütünleşme katsayılarını tahmin etmek için OLS tahmincisi sapmalı sonuçlar vermektedir. Böyle bir durumda modelde yatay kesit bağımlılığını dikkate alan tahminciler kullanılmalıdır. Bu çalışmada da uzun dönem eş-bütünleşme katsayıları, Paseran (2006) tarafından geliştirilen CCE (Common Correlated Estimator) tahmincisi ile tahmin edilmiştir. Bunun yanında eş-bütünleşik olan seriler arasında oto-korelasyonu ve değişen varyansı düzelten ancak yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan FMOLS ile de tahminler yapılarak elde edilen sonuçlar karşılaştırmalı olarak Tablo 4.7’de verilmiştir.

Tablo 4.7. Uzun Dönem Eş-Bütünleşme Katsayılarının Tahmini

Bağımsız Değişkenler	Fixed Effects Estimates Parametre	Pesaran(2006) CCE Mean Group Parametre	Pesaran(2006) CCE Pooled Estimates Parametre
<i>lnTRHAR</i>	0,180195 (0,084034)	0,11206 (0,23093)	0,097339 (0,09615)
<i>lnRDK</i>	-0,224430 (0,170997)	-0,38173 (0,16554)	-0,89802 (0,307445)
<i>lnGDP</i>	0,737322 (0,120897)	1,62071 (0,52639)	1,160493 (0,302442)
<i>lnCPI</i>	0,328758 (0,051329)	-1,24185 (0,67941)	-0,151 (0,186785)
<i>lnPSI</i>	-0,030740 (0,010038)	0,11586 (0,09371)	0,005391 (0,039929)

() içindeki değerler parametrenin standart hatalarını temsil etmektedir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde, CCEMG tahmincisi ile havuzlanmış CCE tahmincisinin paralel yönde sonuçlar verdiği görülmektedir. Çalışmada yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan Fixed Effect Tahmincisi ile elde edilen parametreler incelendiğinde tüketici fiyat endeksi değişkeni ile politik istikrar endeksi değişkeninin beklenen işaretlere sahip olmadığı görülmektedir. Aksine yatay kesit bağımlılığını dikkate alan CCE tahmincilerinde ise bu değişkenlerin ekonomik teoriye uygun olduğu anlaşılmaktadır. Bu olgu yatay kesit bağımlılığını dikkate almanın önemini ortaya koymaktadır.

CCEMG tahmincisine göre Türkiye'ye turist gönderen ülkenin kişi başına düşen gelirinde meydana gelen %1'lik bir değişim Türkiye'ye gelen turist sayısında aynı yönde %1,6'lık bir değişim meydana getirmektedir. Bireylerin gelirlerinde meydana gelen değişimlerin turizm faaliyetlerine katılma eğilimlerini aynı yönde etkilediğini söylemek teorik olarak mümkündür. Bu durumda ortaya çıkan sonucun ekonomik teoriye uygun olduğu belirtilebilir. Dolayısıyla turist gönderen ülkenin kişi başına düşen gelirlerinde meydana gelebilecek bir değişim, turist kabul eden Türkiye'nin uluslararası turizm talebinde aynı yönde bir etkiye sahip olacağını söylemek mümkündür.

Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin kişi başına düşen turizm harcamalarında meydana gelen %1'lik bir değişim Türkiye'ye gelen turist sayısını aynı yönde %0,1 etkilemektedir. Kişi başına düşen turizm harcamasının artması, ülkedeki vatandaşların turizme olan eğilimlerinin arttığını göstermektedir. Bu durumda turizm için ülke

vatandaşlarının tercih ettikleri ülkelerden biri olan Türkiye'ye olan turizm talebinde artış yaratacaktır.

Türkiye'nin Reel Efektif Döviz Kurunun her bir ülkenin Reel Efektif Döviz Kurlarına oranlamasıyla bulunan RDK değişkeninde meydana gelen %1'lik bir değişim, Türkiye'ye olan turizm talebini negatif yönde %0,38 oranında etkilemektedir. Reel döviz kurunun artması ulusal paranın değerinin artmasını belirtmektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin ulusal parasının değerinin artması gelen yabancı turistler için turizm fiyatlarının dolaylı olarak artması anlamına gelmektedir. Bu durum değişken için bulunan negatif işaretin sunulan ekonomik teoriye uygun olduğunu göstermektedir.

Türkiye'nin tüketici fiyat endeksinin her bir ülkenin tüketici fiyat endeksine bölünmesiyle elde edilen CPI değişkeni için bulunan parametre sunulan ekonomik teoriye uygun olarak negatif işaretlidir. Buna göre fiyat değişkenindeki %1'lik bir değişim Türkiye'nin uluslararası turizm talebini ters yönde %1,2 oranında etkilemektedir. Bu sonuca göre, Türkiye'deki fiyatların turist gönderen ülkedeki fiyatlara göre nispi olarak artması durumunda bu ülkelerden Türkiye'ye olan turizm talebinde bir azalış meydana gelecektir.

Son olarak turist gönderen ülkedeki politik istikrar durumunun Türkiye'nin turizm talebine olan etkisine bakıldığında; bulunan parametrenin beklenen işarete sahip olduğu görülmektedir. Buna göre turist gönderen ülkelerin politik istikrar endeksinde meydana gelen %1'lik bir değişim Türkiye'nin uluslararası turizm talebinde aynı yönde %0,11'lik değişim gösterecektir. Ülkedeki politik istikrar durumu insanların geleceğe yönelik beklentilerini etkilediği için turizm faaliyetlerine katılma eğilimlerini de aynı yönde etkileyecektir.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, Türkiye'nin turizm arz faktörlerinin turizm talebine olan etkisi zaman serisi analizleri ile incelenmiştir.

4.4.2. Zaman Serisi

Türkiye'nin uluslararası turizm talebini belirleyen faktörleri açıkladığımız çalışmanın ikinci kısmında, turizm sektörünün sahip olduğu turizm arz yapısını gösteren değişkenler kullanılmıştır. Buna göre Türkiye'nin turizm arz yapısında meydana gelen gelişmelerin ülkenin uluslararası turizm talebine olan etkisi zaman serisi analizleri

yardımıyla incelenmeye çalışılmıştır. Tek birimin belirli bir zamanda, verilerinde meydana gelen bir değişimin incelenmesi için zaman serisi analizleri kullanılabilir.

4.4.2.1. Birim Kök Testi

Zaman serisi verilerine dayanan çalışmalarda zaman serilerinin durağan olduğu varsayılır. Zaman serisinden oluşan iki değişken ile kurulan bir regresyon analizinde, zaman serileri durağan değil ve yukarı ya da aşağı doğru kalıcı hareketler taşır ise gözlemlenen yüksek standart t istatistikleri ve R^2 ler ikisinin arasındaki gerçek ilişkiden çok bu eğilimden kaynaklanacaktır (Gujarati, 2010).

“Tarihsel olarak incelendiğinde, durağan süreç kavramının zaman serisi analizlerinde önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Durağan bir zaman serisi sürecinin olasılık dağılımları zaman içinde şu anlamda kararlı kalmaktadır. Herhangi bir rassal değişken grubunu bir dizi olacak şekilde alırsak ve daha sonra bu diziyi h zaman dönemi kadar öteleysek ortak olasılık dağılımı değişmeden aynı kalmalıdır” (Woldridge, 2013).

Durağan olmayan değişkenler “birim kök” içerdiğinden bu değişkenler farkı alınarak durağanlaştırılabilir; eğer bir serinin durağanlaşması için bir defa fark alındığında durağanlaşıyorsa, bu serinin bir kökü vardır ve birinci dereceden bütünleşik demektir. N defa fark alındıktan sonra durağanlaşıyorsa, N sayıda kökü vardır.

Durağanlığı test etmenin yöntemi birim kök testidir, bu test aşağıdaki model üzerinde ele alınabilir:

Herhangi bir t dönemindeki Y'nin (t-1) dönemindeki kendi değeri ile regresyonu aşağıdaki gibidir.

$$Y_t = Y_{t-1} + u_t \quad (4.4)$$

Bu noktada Y_{t-1} 'in katsayısı eğer 1'e eşitse, birim kök vardır.

$$Y_t = pY_{t-1} + u_t \quad (4.5)$$

Regresyonunu hesaplar ve gerçekten $p=1$ olarak bulunur, Y_t olasılıklı değişkeninin bir birim kökü olduğunu söyleriz ve eşitlik aşağıdaki gibi yazılır:

$$\begin{aligned}\Delta Y_t &= (p-1)Y_{t-1} + u_t \\ &= \delta Y_{t-1} + u_t\end{aligned}\quad (4.6)$$

Burada $\delta=(p-1)$ ve Δ ise, fark işlemcisidir, yani $\Delta Y_t=(Y_t - Y_{t-1})$ eşit olur. Bu noktada sıfır ön savı $\delta=0$ dır ve eğer sav reddedilemez ise (4.7) denklemi şöyle yazılabilir:

$$\Delta Y_t = (Y_t - Y_{t-1}) = u_t \quad (4.7)$$

Bu da rassal bir yürüyüşün birinci farkları ($= u_t$) durağan bir zaman serisidir, çünkü varsayım gereği u_t bütünüyle rassaldır. Bir zaman serisinin durağan olup olmadığını tespit edebilmek için p 'nin istatistiki bakımdan 1'e eşit olup olmadığına bakılır (Verbeek, 2004: 270).

Çalışmada serilerin durağanlığı zaman serisi analizlerinde sıklıkla kullanılan ADF (Dickey Fuller, 1979, 1981) ve PP (Phillips Perron, 1988) birim kök testleri yardımı ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.8'de verilmiştir.

Tablo 4.8. Birim Kök Testi Sonuçları

	ADF		PP			
Seviye						
<i>lnTRST</i>	-1.08		-2.03			
<i>lnBED</i>	-0.29		-0.29			
<i>lnYAT</i>	-1.48		-1.48			
<i>lnRDK</i>	-1,81		-1.83			
Birinci Farklar						
<i>lnTRST</i>	-6.25*		-6.46*			
<i>lnBED</i>	-5.57*		-5.57*			
<i>lnYAT</i>	-3.81*		-3.76*			
<i>lnRDK</i>	-6.59*		-6.59*			
Kritik değerler	%1	-3.63	%5	-2.95	%10	-2.61

*, işareti değişkenin %1 önem düzeyinde durağan olduğunu göstermektedir. Tüm seriler sabitli formda tahmin edilmiştir.

Tablo 4.8'de görüldüğü üzere, tüm değişkenler için seviye değerinde hesaplanan istatistik değerlerinin kritik değerlerden mutlak değer olarak küçük olduğu ancak serilerin birinci farkları alınarak hesaplanan istatistiklerin ise kritik değerlerden mutlak değer olarak büyük olduğu belirlenmiştir. Bu durum tüm değişkenlerin seviyede durağan olmadığı ancak birinci farklarda durağan olduğunu işaret etmektedir.

4.4.2.2. Eş-Bütünleşme Testi

Durağan olmayan serilerde durağanlığı sağlamak için serilerin farkları alınarak kullanılabilir. Ancak, bu fark alma işlemi zaman serilerinin geçmişte maruz kaldığı geçici şokların etkisini yok ettiği gibi aynı zamanda bu seriler arasında olması muhtemel uzun dönemli ilişkileri de yok eder. Bundan dolayı durağanlaştırılmış veriler ile oluşturulmuş bir regresyon, seriler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi tam olarak yansıtamamaktadır. Böyle bir durumda iktisadi değişkenlere ait seriler durağan olmasalar bile bu serilerin durağan bir vektörünün var olabileceği ve bunun eş-bütünleşme analizi ile belirlenebileceği ileri sürülmektedir (Tarı, 2010). Seriler arasında eş-bütünleşme ilişkisi bulunmaması başka bir ifade ile uzun dönem ilişki söz konusu olmaması durumunda, tahmin edilen regresyon sahte regresyon olarak ifade edilen istatistikî olarak anlamlı ancak ekonomik olarak yorumlanamayacak bir durumu ortaya çıkaracaktır (Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2010: 481).

Eş-bütünleşme kavramı ve teorisi ilk olarak Engle-Granger tarafından geliştirilmiştir. Kendi isimleri ile anılan teste göre eş-bütünleşik olduğu düşünülen serilerin seviye düzeyinde durağan değil, ancak aynı düzeyde durağan olurlar ise değişkenler öncelikle seviye düzeyinden regresyona tabi tutulur, daha sonra bu analizden oluşturulan hata serilerinin durağanlık durumlarına bakılır. Serilerden oluşturulan hata serilerinin durağan olması durumunda serilerin eş-bütünleşik olduğu sonucuna varılır, aksi durumda ise serilerin eş-bütünleşik olmadığına karar verilir.

Engle-Granger tarafından geliştirilen çalışma tek denkleme dayalı ve EKK yöntemi ile oluşturulan bir testtir. Bu yöntemin uygulanması pratik yalnız bazı eksiklikler içermektedir. Engle-Granger nedensellik testinde iki değişkenli bir modelde değişkenin birine ait eşitlikte eş-bütünleşme ilişkisine rastlanırken, diğer değişkene ait eşitlikte böyle bir ilişkiye ulaşılmayabilir. Ayrıca bu yöntem çoklu eş-bütünleşme vektörleri ayrıştırma konusunda bir sürece sahip değildir. İşte bu güçlüklerden dolayı Johansen, eş-bütünleşik vektörlerin tahminini En Çok Benzerlik (EÇB) ile hesaplayan yeni bir test geliştirmiştir (Ersungur ve Doru, 2014, Tarı, 2010). Johansen eş-bütünleşme testinde durağan olmayan seriler arasında uzun dönem denge ilişkisinin varlığı ve eş-bütünleşme vektörlerinin sayısı Johansen ve Juselius (1988) tarafından geliştirilen çoklu eş-bütünleşme testi ile araştırılmaktadır. Bu amaçla iz (trace) ve

maksimum özdeğer (eigenvalue) adında iki farklı test istatistiği kullanılmaktadır. İz testinde “en çok r kadar eş-bütünleşik vektör vardır” şeklindeki boş hipotez test edilmektedir. Maksimum öz değer istatistiğinde ise “en çok r kadar eş-bütünleşik vektör vardır” boş hipotezine karşılık “ $r + 1$ kadar eş-bütünleşik vektör vardır” alternatif hipotezi sınanmaktadır.

Çalışmada seviye düzeyinde durağan olmayan değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki Johansen ve Juselius (1990) Eş-bütünleşme analizi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 4.9’da verilmiştir.

Tablo 4.9. Johansen Eş-Bütünleşme Testi Sonuçları

Trace (İz)				
Temel Hipotez	Özdeğer	İz İstatistik	% 5 Kritik Değer	Olasılık Değeri
Reel kök yok *	0.86	105.38	47.86	0.000
En fazla 1 kök var*	0.59	42.92	29.78	0.000
En fazla 2 kök var	0.34	14.32	3.84	0.074
Maximum Eigenvalue (Maksimum Öz-Değer)				
Temel Hipotez	Özdeğer	Maksimum Öz-Değer İstatistik	% 5 Kritik Değer	Olasılık Değeri
Reel kök yok *	0.86	62.47	27.58	0.000
En fazla 1 kök var*	0.59	28.60	21.13	0.003
En fazla 2 kök var	0.34	13.42	14.27	0.06

*, İşareti boş hipotezin reddedildiğini gösterir.

Bu çalışmada hesaplanan Trace (İz) ve Maksimum Özdeğer istatistikleri sonucunda değişkenler arasında ‘en fazla bir reel kök var’ temel hipotezlerinin reddedildiği görülmektedir. Bu sonuçlar modelde kullanılan değişkenler arasında eş-bütünleşme ilişkisinin olduğunu işaret etmektedir. Tablo 4.10’da eş-bütünleşme testi sonucunda hesaplanan normalize edilmiş eş-bütünleşme vektörü verilmiştir.

Tablo 4.10. Normalleştirilmiş Eş-Bütünleşme Vektörü

<i>lnTRST</i>	<i>lnRDK</i>	<i>lnYAT</i>	<i>lnBED</i>
1.000000	-0.25	0.51	0.62
	(0.077)	(0.007)	(0.038)

Quadratik trend ile kurulan testin standart hataları parantez içinde verilmiştir.

Johansen Eş-bütünleşme testi sonucunda elde edilen normalize edilmiş eş-bütünleşme vektörü sunulan teoriye uygun olarak, turizm sektörüne yapılan yatırım tutarı ve turistik tesislerdeki gelişmelere bağlı olarak yatak sayısında meydana gelen bir artış, Türkiye'ye olan turizm talebinde artış meydana getirmektedir. Ülkenin reel efektif döviz kurunda meydana gelen bir artışın ise turist sayısını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Reel efektif döviz kurunda meydana gelen %1'lik artış gelen turist sayısında %0,25'lik bir azalış meydana getirirken yatak sayısındaki ve turizme yapılan yatırımdaki %1'lik artışlar turist sayısında sırasıyla %0,51'lik ve %0,62'lik bir artış meydana getirecektir.

Çalışmada değişkenler arasındaki eş-bütünleşme ilişkisi incelendikten sonra iki değişken arasında oluşacak geçici bir şokun etkisinin uzun dönemde düzelip düzelmeyeceğini test etmek için vektör hata düzeltme modeli uygulanmıştır.

4.4.2.3. Vektör Hata Düzeltme Modeli

Aynı seviyede durağan, aynı zamanda eş-bütünleşik olan seriler arasında vektör hata düzeltme modeli ile uzun süreli ilişkisi incelenebilir. Yani değişkenler arasında oluşacak kısa dönemli bir şokun etkisinin uzun dönemde düzelip düzelmeyeceği incelenebilir. Vektör hata düzeltme modelinde kullanılan bütün değişkenler bir defa bağımlı değişken olarak seçilir;

$$\Delta Y_i = b_{1i} + \sum_{p=1}^k b_2 \Delta Y_{t-p} + \sum_{p=1}^k b_3 \Delta X_{t-p} + \Phi_1 \varepsilon_{t-1} + u_{1t} \quad (4.8)$$

$$\Delta EC_i = b_1 + \sum_{p=1}^k b_2 \Delta X_{t-p} + \sum_{p=1}^k b_3 \Delta Y_{t-p} + \Phi_2 \varepsilon_{t-1} + u_{2t} \quad (4.9)$$

Modelin hata serileri bir dönem gecikmeli olarak modele dâhil edilir hata serisinin (Φ) t istatistiğinin anlamlı ve parametresinin negatif olması değişkenler arasında oluşacak bir dengeden sapmanın etkisinin uzun dönemde düzeleceğini işaret eder (Tarı, 2010). Çalışmada uygulanan Hata düzeltme modeli test sonuçları Tablo 4.11'de verilmiştir.

Tablo 4.11. Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) Test Sonuçları

	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	HATA TERİMİ (ect)
	$\Delta \ln TRST$	-0,77
Olasılık Değeri		0,07
t-istatistik Değeri		-1,86

Tablo 4.11’de verilen VECM sonuçları incelendiğinde modele dâhil edilen hata düzelt teriminin parametresi negatif ve istatistiki olarak %10 önem düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Bu durum değişkenler arasında oluşacak kısa dönemli bir şokun etkisinin uzun dönemde düzeleceği şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda hata terimi parametresinin 0.77 olması değişkenler arasında oluşacak bir şokun etkisinin her dönem %77 giderileceği anlamına gelir.

SONUÇ

Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gelişmeye başlayan turizm sektörü, telekomünikasyon ve bilişim sektörüyle beraber en hızlı ve en çok büyüyen sektörlerden biri olmuştur. Turizm sektörü bu süreç içerisinde yaşanan politik ve ekonomik krizlerle beraber doğal afetlerden en az etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Sektörde yaşanan bu gelişmelerden, turizm potansiyeli yüksek olan ülkeler daha fazla pay almak için politikalar geliştirmektedirler. Dünya genelinde yapılan turizm harcamalarının yaklaşık %60'ının ilk 10 ülke tarafından yapılıyor olması bütün turizm destinasyonlarının aynı havuzda rekabet ettiği gerçeğini ortaya koymaktadır.

Türkiye, sahip olduğu jeopolitik yapısı, doğal ve kültürel zenginliklerine rağmen, 1980'lere kadar dünya genelinde turizm sektöründe yaşanan hızlı gelişmelere ayak uydurduğu söylenemez. Ancak 1983 yılında yürürlüğe giren "Turizmi Teşvik Kanunu" sonucunda sektöre yapılan yatırımlar ve ülke turizmi ile ilgili yapılan tanıtım faaliyetleri sonucunda, ülke turizmi ilgi çekmeye başlamış ve gelen turist sayısında ciddi artışlar görülmüştür. Bu gelişmeler ışığında Türkiye, 2015 yılı itibariyle en çok turist çeken ülkeler sıralamasında altıncı sırada yer almıştır.

Dünya genelinde ve buna paralel olarak Türkiye'nin turizm sektöründe yaşanan bu hızlı gelişmeler, ulusal ve uluslararası akademik çevrede konu ile ilgili birçok çalışmanın yapılmasını beraberinde getirmiştir. Yapılan çalışmaların çoğunun, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların büyük bir kısmında, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisi tespit edilmiş olmasına rağmen, turizm talebini etkileyen faktörler üzerine yapılan ampirik çalışmalar ise kısıtlı olmuştur. Turizm talebi belirleyicilerinin tespiti, politika yapıcıları ve sektör yöneticilerinin yaptıkları uzun vadeli planlamalarda önem arz etmektedir.

Bu amaçla yapılan bu çalışmada, son yirmi yılda turizm sektöründe kat ettiği gelişmeler ile dünya sıralamasında önemli bir yer edinen Türkiye'nin, uluslararası turizm talebinin belirleyicileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, Türkiye'nin uluslararası turizm talebi, talep ve arz faktörleri dikkate alınarak iki model ile analiz edilmiştir. Birinci modelde; ülke grubu olarak belirlenen, Türkiye'ye en çok turist

gönderen 22 ülkenin, Türkiye'ye gönderdiği turist sayısını etkileyen faktörler ekonometrik analizlerle tespit edilmeye çalışılmıştır. Teorik çerçevede de açıklandığı üzere turizm talebini etkileyen faktörler dört başlıkta (ekonomik, demografik, politik ve psikolojik faktörler) incelenmektedir. Çalışmada ekonomik faktörler olarak, turist gönderen ülkenin kişi başına düşen gelirinin yanında Türkiye ile turist gönderen ülke arasındaki nispi fiyat ve reel döviz kuru değişkenleri kullanılırken, demografik faktörleri temsil etmek üzere nüfus değişkeni ve politik faktörleri temsil etmek üzere turist gönderen ülkenin politik istikrar endeksi verisi kullanılmıştır. Yapılan eş-bütünleşme analizinde serilerin eş-bütünleşik oldukları tespit edildikten sonra değişkenlerin uzun dönem parametreleri tahmin edilmiştir.

Turist gönderen ülkelerin kişi başına düşen gelirlerinin uzun dönem katsayısının pozitif çıkması, ülke refahındaki bir artışın turizme olan taleplerini arttıracak ve dolayısıyla Türkiye'ye gelen turist sayısında da artış göstereceği şeklinde yorumlanmalıdır. Ayrıca bulunan katsayının 1'den büyük olması (1,62), turizm gelir esnekliğinin 1'den büyük olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin turistik mal ve hizmetleri, talep edenler için lüks bir maldır. Buradan turizm için Türkiye'yi tercih edenlerin yüksek gelirli turistler olmadıkları sonucunu çıkarabiliriz. Bu durum, Türkiye'nin turist sayısındaki artış ivmesini turizm gelirlerinde yakalayamaması sonucunu beraberinde getirmiştir. Türkiye'nin turist başına elde ettiği gelirin dünya ortalaması olan 1150 dolardan düşük olmasının bir sonucu olarak; Türkiye 2014 yılı itibariyle en çok turist kabul eden ülke sıralamasında 6.sırada yer alırken, en çok turizm geliri elde eden ülke sıralamasında 12.sırada yer almaktadır. Türkiye'nin turizm politikası açısından üzerinde önemle durulması gereken bu husus, olması muhtemel küresel ekonomik krizlerde turizm sektörü için önemli sorunları beraberinde getirecektir.

Çalışmada, gelir ile beraber fiyat ve döviz kuru değişkenlerinin de turizm talebini etkileyen faktörler arasında ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bulgular ışığında, ekonomik faktörlerin turizm talebini açıklamada en önemli etkenler olduğunu söylemek mümkündür. Bunun yanında döviz kurunun, talebi belirleyen önemli bir faktör olarak tespit edilmesinin temelinde fiyat değişimi gelmektedir. Turistlerin döviz kuru değişiminde algıladığı temel nokta, fiyat değişiminden kaynaklı toplam turizm maliyetinin değişimidir. Bu noktada modelde fiyat esnekliğinin yüksek çıkmasından

dolayı; turizm talebi, nispi fiyat değişiminin yanında döviz kuru değişimine de duyarlıdır. Bu bulgular rekabetin yüksek düzeyde olduğu turizm sektörü için turizm talebinin gelir ve fiyat esnekliğinin belirlenecek politika hedeflerinde dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Bunun yanında, uygulanacak para politikasıyla, döviz kuru istikrarının sürdürülebilirliğini sağlamak diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektörü içinde önemli bir husustur.

Gelir, fiyat ve döviz kuru değişkenleri göz önüne alındığında; turizm gelirlerini arttırmak için, turist başına düşen turizm harcamalarını arttıracak politikalar belirlenmelidir. Bunun için yapılacak en önemli politika, yüksek gelirli turistlerin beklentilerine yönelik alternatif turizm politikalarının geliştirilmesidir. Sektöre yapılacak yatırımların; spor, kongre, eko turizmi, termal, sağlık, kış sporları, kültür ve golf turizmine kaydırılması, gelir ve fiyat esnekliğini düşürecek etkiler sağlayacaktır. Gelir esnekliği düşük alternatif turizm çeşitlerinin yaygınlaşması, meydana gelecek küresel ekonomik krizlerin sektöre olan olumsuz etkilerini minimize edecektir. Bunun yanında turistik faaliyetlerin belli bir mevsimden on iki aya yayılmasını sağlayarak, istihdam üzerinde de pozitif etkiler bırakacaktır.

Turizm sektöründe, politika yapıcılarının üzerinde yoğunlaşmaları gereken bir diğer faktör hem turist gönderen hem de turist kabul ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlık durumlarıdır. Turist gönderen ülkelerde yaşanan siyasi istikrarsızlıklar, turistik mal ve hizmetler lüks bir ihtiyaç olarak kabul edildiği için turizm talebinde olumsuz etkiler doğurmaktadır. Teorik çerçevede de açıklandığı üzere, ABD’de yaşanan 11 Eylül saldırıları sonucu ABD’ye olan turizm talebi düşerken, ABD’nin yapmış olduğu turizm harcaması da önemli oranda düşmüştür. En çok turizm harcaması yapan ülkelere biri olan ABD’de yaşanan bu terör olayının küresel turizm piyasasına da olumsuz etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Son yıllarda bölgemizde yaşanan siyasi krizler ve terör olaylarının Türkiye turizm sektörü üzerinde ciddi etkileri olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle komşu ülkelerde yaşanan siyasi krizler ve terör olayları, 2013-2015 dönemi için Türkiye turizminin büyüme hızını önemli derecede düşürmüştür. Bu anlamda, çalışmamızda yapılan analiz sonucunda kullanılan politik istikrar değişkeninin turizm talebini pozitif etkiliyor olması teorik anlamda beklenen bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm talebi üzerinde etkili olan bir diğer faktör, turist kabul eden ülkenin sahip olduğu turizm alt yapısı ve konaklama potansiyelidir. Turizm sektörüne yapılan sabit sermaye yatırımları, konaklama potansiyelini temsil etmek üzere kullanılan yatak sayısı ve ülkenin reel döviz kuru değişkenlerinin, turizm talebi üzerindeki etkisini incelediğimiz ikinci modelde; kullanılan değişkenlerin ekonomik teoriye uygun yönde turizm talebini etkilediği görülmüştür. Türkiye sahip olduğu doğal ve kültürel zenginliklere rağmen, gerekli alt yapı yatırımlarının yapılmamasından dolayı 1980'lere kadar turizm sektöründe küresel düzeyde yaşanan büyüme hızını yakalayamamıştır. Ancak 1982 yılında çıkarılan Turizmi Teşvik Kanunu, sektörde yatırım sayısını artırmış ve bunun sonucu olarak turist sayısında artışlar görülmüştür. Turizm sektörünün gelişimine etki eden diğer bir düzenleme 2003 yılında yürürlüğe giren, yabancı yatırımlar üzerindeki bazı bürokratik engelleri ortadan kaldıran Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu olmuştur. Bu iki düzenleme sektör arz yapısı üzerinde önemli etkiler doğurmuş ve bunun sonucu olarak, Türkiye turizmi dünya turizm piyasasında önemli bir yer edinmiştir.

Çalışmada yapılan analizde de, turizm sektörüne yönelik yapılan sabit sermaye yatırımlarının turizm talebi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında turizm konaklama potansiyelini temsil eden yatak sayısı değişkeninin de ekonomik teoriye uygun olarak turizm talebi üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu noktada; bundan sonra yapılacak turizm yatırımlarının yüksek gelirli turistlerin beklentilerini karşılayacak alternatif turizm alanlarına kaydırılması durumunda, turizm gelirlerinin artacağı düşünülmektedir. Kişi başına düşen turizm gelirlerinde dünya ortalamasının gerisinde olmamız, bu konunun üzerinde durulmasını gerekli kılmaktadır. Bunun yanında, konaklama potansiyelini yansıtan yatak sayısında Türkiye'nin önemli bir konumda olduğu söylenebilir. Ancak mevcut konaklama potansiyeli yılın belli bir döneminde yoğun olarak kullanılırken diğer dönemlerde talep düşüklüğünden dolayı kullanılamamaktadır. Bu problemi aşmak üzere; geliştirilecek turizm politikalarıyla konaklama potansiyeli, turizm talebinin düşük olduğu dönemlerde kongre turizmi ve spor turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri için kullanılması sağlanabilir. Böyle bir durumda sektörün yarattığı mevsimsel işsizlik problemi de çözülebilecektir.

Bu çalışma, turizm gelirlerini arttırmanın uluslararası turizm sektöründe söz sahibi olmak için önemli bir etken olduğunu ortaya koymaktadır. Bu nedenle çalışma, Türkiye için turizm gelirlerini etkileyen diğer faktörlerin araştırılmasıyla genişletilebilir. Bunun yanında yüksek gelirli turistlerin beklentileri üzerine yapılacak mikro düzeyde çalışmalara dayanak teşkil edecektir. Çalışmanın yüksek turizm geliri elde eden ülkelere uygulanması durumunda, Türkiye üzerine yapılan bu çalışmayla karşılaştırılarak aradaki yapısal farklılıklar ortaya konulabilir.



KAYNAKÇA

- Akış, S. (1998). "A Compact Econometric Model Of Tourism Demand For Turkey". *Tourism Management*, 19(1), 99-102.
- Aktaş, C. (2011). "Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 163-174.
- Aktürk, T. ve Küçüközmen, C. C. (2006). "Tourism Demand for Turkey: Models, Analysis and Results". *Middle East Technical University, Institute of Applied Mathematics: Ankara*.
- Aymankuy, Y. ve Sarıoğlu, M. (2008). "Kongre Turizmi". Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (239-254), Ankara: Grafiker Yayınları
- Aydın, A., Darıcı, B., Taşçı, H. M. (2015). "Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama". *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (45), 143-177.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık.
- Balaguer, J. ve Cantavella-Jorda, M. (2002). «Tourism as A Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case». *Applied Economics*, 34(7), 877-884.
- Baltagi, B. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. John Wiley & Sons.
- Batman, O. ve Çınar Oğuz, S. (2008). "Kültür Turizmi". Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (189-208), Ankara: Grafiker Yayınları
- Belloumi, M. (2010). "The Relationship Between Tourism Receipts, Real Effective Exchange Rate and Economic Growth in Tunisia". *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 550-560.
- Breusch, T. S. ve Pagan, A. R. (1980). "The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification in Econometrics". *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.

- Brida, J. G., Lanzilotta, B., Pereyra, J. S., & Pizzolon, F. (2015). "A nonlinear approach to the tourism-led growth hypothesis: the case of the MERCOSUR". *Current Issues in Tourism*, 18(7), 647-666.
- Brida, J. G., Cortes-Jimenez, I., Pulina, M. (2016). "Has The Tourism-Led Growth Hypothesis Been Validated? A Literature Review". *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394-430.
- Burkart, A. J. ve Medlik, S. (1981). "Tourism: Past, Present and Future". *Tourism: Past, Present and Future*. (Ed. 2).
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.
- Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Yayınları.
- Çelikkıran, S. (2012), *Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetinel, F. G. (2001). "Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi". *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12, 151-161.
- Değer, M. K. (2006). "Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 67-86.
- Divisekera, S. (2003). "A Model of Demand For International Tourism". *Annals of tourism research*, 30(1), 31-49.
- Dritsakis, N., Athanasiadis, S. (2000). "An Econometric Model Of Tourist Demand: The Case of Greece". *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 7(2), 39-49.
- Edgell, L. D. ve Swanson, J. R. (2013). *Tourism Policy and Planning*. London: Routledge
- Ege, Z. (2008). "Av Turizmi". Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (343-364), Ankara: Grafiker Yayınları
- Eita, J. H., Jordaan, A. C., Jordaan, Y. (2011). "An Econometric Analysis of The Determinants Impacting On Businesses in The Tourism Industry". *African Journal of Business Management*, 5(3), 666-675.

- Ekanayake, E. M., Halkides, M., Ledgerwood, J. R. (2012). "Inbound International Tourism to the United States: A Panel Data Analysis". *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(3), 15-27.
- Erdem, B. ve Girgin, G. K. (2008). "Spor Turizmi". Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi (189-208)*, Ankara: Grafiker Yayınları
- Erkan, B., Kara, O., Harbalıoğlu, M. (2013). "Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri". *Akademik Bakış Dergisi*, 39, 1-20.
- Ersungur, Ş. M. ve Doru, Ö. (2014). "Türkiye'de Dış Ticaret ve Ekonomik Kalkınma İlişkisinin Ekonometrik Analizi (1980-2010)". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 225-240.
- Gallet, C. A. ve Braun, B. M. (2001). "Gradual Switching Regression Estimates of Tourism Demand". *Annals of Tourism Research*, 28(2), 503-508.
- Garín-Muñoz, T., Montero-Martín, L. F. (2007). "Tourism in The Balearic Islands: A Dynamic Model For International Demand Using Panel Data". *Tourism Management*, 28(5), 1224-1235.
- Giritlioğlu, İ. (2015). "Turizmin Tarihsel ve Yapısal Gelişimi". Aslan, Z. (Editör), *Genel Turizm (35-51)*, Ankara: Grafiker Yayınları
- Göçer, İ., Mercan, M., Hotunluoğlu, H. (2012). "Seçilmiş OECD Ülkelerinde Cari İşlemler Açığının Sürdürülebilirliği: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Çoklu Yapısal Kırılmalı Panel Veri Analizi". *Maliye Dergisi*, 163, 449-470.
- Görmüş, Ş., Göçer, İ. (2010). "The Socio-Economic Determinant of Tourism Demand in Turkey: A Panel Data Approach". *International Research Journal of Finance and Economics*, 55(1), 88-99.
- Gujarati, D. N. (2010). "Temel Ekonometri" (Çev. Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen). *Yedinci Basım, İstanbul: Literatür Yayınları*.
- Gunduz, L. ve Hatemi-J, A. (2005). "Is The Tourism-Led Growth Hypothesis Valid For Turkey?". *Applied Economics Letters*, 12(8), 499-504.
- Güneren, E. (2015). "Turizm Talebi. Aslan, Z. (Editör), *Genel Turizm (181-194)*, Ankara: Grafiker Yayınları

- Güneş, E. ve Kabadayı, B. (2015). “Türkiye Turizm Talebini Açıklamaya Yönelik Bir Panel Çekim Modeli Analizi”. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(2), 31-46
- Güven, S., Mert, M. (2016). “Panel Cointegration Analysis of International Tourism Demand: Sample of Antalya”. *The Online Journal of Science and Technology-April* 6(2), 68-78.
- Habibi, F., Abdul Rahim, K., Chin, L. (2008). “United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia: A Cointegration Analysis”. *MPRA*, 1-16
- Hadri, K. (2000). “Testing for Stationarity in Heterogeneous Panel Data”. *The Econometrics Journal*, 3(2), 148-161.
- Helpman, E. ve Krugman, P. R. (1985). *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and The International Economy*. MIT Press
- Hsiao, C. (2003). “Analysis of Panel Data”. *Econometric Society Monographs, IMF Staff Papers*, 50, 119-142.
- Ibrahim, M. A. (2011). “The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence”. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 30, 50-58.
- Im, K. S., Pesaran, M. H., Shin, Y. (1997). *Testing For Unit Roots in Heterogeneous Panels*. Department of Applied Economics, University of Cambridge. Mimeo.
- Iordache, C., Ciochină, I., Asandei, M. (2010). “Clusters-Tourism Activity Increase Competitiveness Support”. *Theoretical and Applied Economics*, 5(5), 99.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Yayınları.
- İstanbul Ticaret Odası. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*, Yayın No:2007-69, İstanbul.
- Jintranun, J., Sriboonchitta, S., Calkins, P., Chaiboonsri, C. (2011). “Thailand’s International Tourism Demand: Seasonal Panel Unit Roots and The Related Cointegration Model”. *Review of Economics and Finance*, 1, 63-76.
- Johansen, S. (1988). “Statistical Analysis of Cointegration Vectors”. *Journal Of Economic Dynamics And Control*, 12(2), 231-254.

- Johansen, S. ve Juselius, K. (1990). "Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration—With Applications to The Demand For Money". *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169-210.
- Kar, M., Zorkirişçi, E., Yıldırım, M. (2004). "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme". *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(8), 87-112.
- Kara, O., Çömlekçi, İ., Kaya, V. (2012). "Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler İle İlişkisi: Türkiye Örneği (1992–2011)". *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 75-100.
- Katircioğlu, S. (2010). "Research Note: Testing The Tourism-Led Growth Hypothesis For Singapore—An Empirical Investigation From Bounds Test To Cointegration And Granger Causality Tests". *Tourism Economics*, 16(4), 1095-1101.
- Kaya, İ. ve Narin, M. (2008). "Yat Turizmi". Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Editörler), *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (365-384), Ankara: Grafiker Yayınları
- Kaya, A. A. ve Canlı, B. (2013). "Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyenleri: Panel Veri Yaklaşımı". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 43-54.
- Ketenci, N. (2009). "The ARDL Approach to Cointegration Analysis of Tourism Demand in Turkey with Greece as The Substitution Destination". *METU Studies in Development*, 36(2), 363-382.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö. (2015). "Turizmin Çeşitli Kriterlere Göre Sınıflandırılması". Aslan, Z. (Editör), *Genel Turizm* (111-171), Ankara: Grafiker Yayınları
- Kreishan, F. M. (2011). "Time-Series Evidence for Tourism-Led Growth Hypothesis: A Case Study of Jordan". *International Management Review*, 7(1), 89-93.
- Kulendran, N., Witt, S. F. (2001). "Cointegration Versus Least Squares Regression". *Annals of Tourism Research*, 28(2), 291-311.

- Levin, A., Lin, C. F. Chu, C. S. J. (2002). "Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-Sample Properties". *Journal of econometrics*, 108(1), 1-24.
- Li, G., Song, H., Witt, S. F. (2004). "Modeling Tourism Demand: A Dynamic Linear AIDS Approach". *Journal of Travel Research*, 43(2), 141-150.
- Lim, C. (1997). "Review of International Tourism Demand Models". *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835-849.
- Lim, C. (1997). "Review of International Tourism Demand Models". *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835-849.
- Lim, C., McAleer, M. (2001). "Cointegration Analysis of Quarterly Tourism Demand By Hong Kong and Singapore For Australia". *Applied Economics*, 33(12), 1599-1619.
- Maloney, W. F., Montes Rojas, G. V. (2005). "How Elastic Are Sea, Sand and Sun? Dynamic Panel Estimates of The Demand For Tourism". *Applied Economics Letters*, 12(5), 277-280.
- Mercan, M. (2014). "Feldstein-Horioka Hipotezinin AB-15 ve Türkiye Ekonomisi İçin Sınanması: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Yapısal Kırılmalı Dinamik Panel Veri Analizi". *Ege Academic Review*, 14(2), 231-245.
- Okuyucu, A., & Somuncu, M. (2013). "Türkiye'de İnanç Turizmi: Bugünkü Durum, Sorunlar ve Gelecek". In *International Conference on Religious Tourism and Tolerance* (pp. 9-12).
- Orhan, İ. (2005). *Turizm Ekonomisi*. (3. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Özcan, C. C. (2015). "Türkiye'de Turizm Gelirinin Makroekonomik Belirleyicileri: Panel Veri Analizi". *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(1), 203-220
- Pesaran, M. H. (2004). "General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels". *Cambridge Working Papers in Economics*, No:435.
- Pesaran, M. H. (2006). "Estimation and Inference in Large Heterogeneous Panels with A Multifactor Error Structure". *Econometrica*, 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H. (2007). "A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence". *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312.

- Pesaran, M. H., Ullah, A., Yamagata, T. (2008). "A Bias-Adjusted LM Test of Error Cross-Section Independence". *The Econometrics Journal*, 11(1), 105-127.
- Plog, S. C. (1974). "Why Destination Areas Rise and Fall In Popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Proenca, S. A., Soukiazis, E. (2005). "Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach". *Coimbra, Portugal: Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Coimbra*, 2-22.
- Ryan, C. (2003). *Recreational Tourism: Demand and Impacts*. Channel View Publications. (Vol. 11)
- Samırkaş, M., Bahar, O. ve Tuncer, İ. (2013). "Turizm Sektörünün Yakınsamaya Etkisi: 1990-2000 Yılları Türkiye Uygulaması". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 69-98.
- Sanchez Carrera, E. J., Brida, J. G., Risso, W. A. (2008). « Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth". *Economics Bulletin*, 23(21), 1-8.
- Saray, M., Karagöz, K. (2012). "Determinants of Tourist Inflows in Turkey: Evidence From Panel Gravity Model". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 6(11), 33-46.
- Sariisik, M., Turkyay, O., & Akova, O. (2011). "How to Manage Yacht Tourism in Turkey: A Swot Analysis and Related Strategies". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 1014-1025.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleçekenler, M. (2010). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi: Eviews Uygulamalı*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. Sage.
- Sinclair, M. Stabler, M. (2002). *The Economics of Tourism*. London: Routledge
- Song, H., Witt, S. F. ve Li, G. (2008). *The Advanced Econometrics of Tourism Demand*. Routledge.
- Surugiu, C., Leitão, N. C., Surugiu, M. R. (2011). "A Panel Data Modelling of International Tourism Demand: Evidences for Romania". *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 24(1), 134-145.

- Şit, M. (2014). *Türkiye’de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2016). “Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı”, “Sınır Giriş-Çıkış” ve “Turizm Geliri” İstatistikleri, İnternet Adresi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9851/turizm-istatistikleri>, (Erişim Tarihi: 11.11.2016)
- Tarı, R. (2011). *Ekonometri*. Umuttepe Yayınları.
- Tatoğlu, F. Y. (2012). *Panel Veri Ekonometrisi*. Beta Yayınevi.
- The World Bank (2016). <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>, Erişim Tarihi: 10.08.2016.
- TÜİK (2016). http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072.
- TÜRSAB (2016). <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler>
- Tütüncü, Ö., Kiremitçi, İ., & Çalışkan, U. (2011). “Sağlık Turizmi, Güvenlik ve Kalite”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 91-93.
- Uçak, H. (2011). Türkiye’nin Yurtdışı Turizm Talebi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 91-99.
- UNWTO (2001). “Tourism Highlights 2001 Edition”. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406845>.
- UNWTO (2002). “Tourism Highlights 2002 Edition”. <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284406876>.
- UNWTO (2015). “Tourism Highlights 2015 Edition”. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>.
- Usta, Ö. (2008). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Elsevier.
- Vanhove, N. (2011). *The Economics of Tourism Destinations*. Routledge.

- Yalçinkaya, Ö., & Hüseyini, İ. (2016). “Tasarruf-Yatırım İlişkisi: Feldstein-Horioka Hipotezinin OECD Ülkeleri Açısından Değerlendirilmesi (1980-2013)”. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31 (1), 343-369.
- Wall, G. ve Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Pearson Education.
- Walle, Y. M. (2010). “Tourist Flows and Its Determinants in Ethiopia”, *Ethiopian Development Research Institute*, (No. 001).
- Westerlund, J. (2008). “Panel Cointegration Tests of The Fisher Effect”. *Journal of Applied Econometrics*, 23(2), 193-233.
- Westerlund, J. ve Edgerton, D. L. (2007). “A Panel Bootstrap Cointegration Test”. *Economics Letters*, 97(3), 185-190.
- Witt, S. F. ve Witt, C. A. (1995). “Forecasting Tourism Demand: A Review of Empirical Research”. *International Journal of Forecasting*, 11(3), 447-475.
- Wooldridge, J. M.(2013). *Ekonometriye Giriş Modern Yaklaşım*, (Çeviri Editörü: Ebru Çağlayan), Nobel Yayıncılık.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Ömer DORU
Doğum Yeri ve Tarihi	Diyarbakır / 30.04.1980
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF İşletme Böl.
Y. Lisans Öğrenimi	Atatürk Üniversitesi SBE- İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Ana Bilim Dalı
Bildiği Yabancı Diller	İngilizce
Bilimsel Faaliyetleri	
İş Deneyimi	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Şırnak Üniversitesi
İletişim	
E-Posta Adresi	omerdoru@hotmail.com
Tarih	30/04/1980