

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE PAZARLAMA
ANABİLİM DALI**

**DÖVİZ KURLARINDAKİ DEĞİŞİMİN TURİZM SEKTÖRÜ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Melih MESTANOĞLU

Balıkesir, 2020

**T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE PAZARLAMA
ANABİLİM DALI**

**DÖVİZ KURLARINDAKİ DEĞİŞİMİN TURİZM SEKTÖRÜ
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Melih MESTANOĞLU

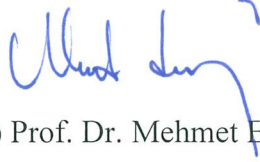
**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin YILDIRIM**

Balıkesir, 2020

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı'nda 201712555004 numaralı Melih MESTANOĞLU'nun hazırladığı Döviz Kurlarındaki Değişimin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi; Türkiye Örneği konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 25.06.2020 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.



Üye (Başkan) Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIÇ



Üye (Danışman) Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin YILDIRIM



Üye Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ

01.07.2020

Enstitü Onayı

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ
Müdür

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dökümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

14.07.2020

Melih MESTANOĞLU



ÖNSÖZ

Bu çalışmada, döviz kurlarında meydana gelen değişikliklerin, Türkiye'nin turizm gelirlerine ve Türkiye'ye gelen turist sayısı üzerinde bir etkisinin olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Turizm geliri ve turist sayısı değişkenlerinin haricinde bağımsız değişken olarak döviz sepeti, enflasyon ve faiz gibi değişkenler çalışmaya eklenerek aralarında herhangi bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yüksek lisans eğitimi süresince rehberliğini, bilgi ve tecrübelerini hiçbir zaman esirgemeyen danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin YILDIRIM'a teşekkürlerimi borç bilirim.

Lisans ve yüksek lisans eğitimi gördüğüm dönem boyunca her konuda desteklerini bir an olsun esirgemeyen kıymetli hocalarım Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIÇ, Doç. Dr. Volkan ÖZBEK, Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ ve Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ hocama teşekkür ederim.

Hayatım boyunca aldığım tüm kararlarda, attığım tüm adımlarda yanımda olan ve bu süreçte beni canı gönülden destekleyen, haklarını hiçbir zaman ödemeyeceğim başta annem Dilek MESTANOĞLU olmak üzere, babam Erol MESTANOĞLU, kardeşim Emirhan MESTANOĞLU ve bu yolda yanımda olan tüm dostlarıma sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Melih MESTANOĞLU

2020, Balıkesir

ÖZET

DÖVİZ KURLARINDAKİ DEĞİŞİMİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; TÜRKİYE ÖRNEĞİ

MESTANOĞLU, Melih

Yüksek Lisans, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hasan Hüseyin Yıldırım

2020, 127 Sayfa

Bu çalışmanın temel amacı, döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin, Türkiye'ye gelen turist sayısı ve Türkiye'nin turizm sektöründen elde ettiği gelir üzerinde bir etkisinin olup olmadığını tespit etmektir.

Çalışmanın amacı ile ilgili olarak iki model oluşturulmuştur. Birinci modelde gelen turist sayısı, ikinci modelde ise elde edilen toplam turizm geliri bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Her iki model için bağımsız değişkenler olarak döviz sepeti, enflasyon oranı ve faiz oranı analize dahil edilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait veriler aylık bazda olup 01/2003-09/2019 dönemini kapsamaktadır. Veriler T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, TÜİK ve TCMB'ye ait veri tabanlarından elde edilmiştir. Araştırmanın uygulama kısmında EViews 9 paket programından yararlanılmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında öncelikli olarak verilere mevsimsellik ve durağanlık testleri yapılarak mevsimsellikten arındırma ve durağanlaştırma işlemleri yapılmıştır. Değişkenlere ait veriler çalışmaya uygun hale getirildikten sonra eşbütünleşme ve nedensellik testleri yapılmıştır.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısının ve Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirin, döviz kurunda meydana gelen değişikliklerden etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya ait bulgulardan yola çıkararak sektör temsilcilerine, araştırmacılara ve akademisyenlere yönelik öneriler sunularak araştırma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Geliri, Turist Sayısı, Döviz Kuru, Enflasyon Oranı, Faiz Oranı, Eşbtnleşme Analizi, Nedensellik Analizi

ABSTRACT

THE EFFECT OF THE CHANGE IN EXCHANGE RATES ON THE TOURISM SECTOR: EVIDENCE FROM TURKEY

MESTANOĞLU, Melih

Master, Department of International Trade and Marketing

Thesis Advisor: Assist Prof. Dr. Hasan Hüseyin Yıldırım

2020, 127 Pages

The main purpose of this study is to determine whether the changes in exchange rates have an impact on the number of incoming tourists to Turkey and Turkey's tourism income.

Two models have been created in relation with the purpose of study. The number of tourists coming that in the first model and the total tourism income in the second model are considered as dependent variables. The currency basket , inflation rate and interest rate are included in the analysis as independent variables for both models.

The data of the variables which used in the study are on a monthly basis and covers the period 01/2003 - 09/2019. The data were obtained from Republic of Turkey Ministry of Culture and Tourism, TURSAB, TUIK and TCMB databases. EViews 9 package program was used in the analysis part of the research. In the practice part of the study Firstly, seasonality and stationarity tests are applied to the data and seasonally adjusted and made stationary. After the data of the variables were made suitable for the study, cointegration and causality tests were performed.

According to result of research, the number of tourists who visiting to Turkey and Turkey's income from tourism has not affected by the changes in exchange rate.

Based on the findings of the research, the research was completed by presenting suggestions for sector delegates, researchers and academicians.

Keywords: Tourism Income, Number of Tourist, Exchange Rate, Inflation Rate, Interest Rate, Cointegration Analysis, Causality Analysis.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR	xiv
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	3
1.2. Araştırmanın Amacı.....	4
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.6. Tanımlar.....	5
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN.....	7
2.1. Turizm.....	7
2.1.1. Turizm Kavramı.....	7
2.1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	8
2.1.2.1. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi	9
2.1.2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi	10
2.1.3. Turizmin Önemi.....	11
2.1.4. Dünyada Turizmin Gelişimi ve Turizm İstatistikleri.....	12
2.1.5. Türkiye’de Turizmin Gelişimi & Turizm İstatistikleri	20
2.2. Ekonomi ve Turizm	28
2.2.1. Ekonomik Etkinlik Açısından Turizm	29
2.2.2. Turizmin Ekonomi ile İlişkisi	34
2.2.2.1. Mikroekonomi ve Turizm	36
2.2.2.2. Makroekonomi ve Turizm	37

2.2.3. Ulusal Ekonomi ve Turizm.....	37
2.2.3.1. Turizmin Ulusal Gelire Katkısını Belirleyen Faktörler	40
2.2.3.1.1. Sahip Olunan Teknoloji Seviyesi	40
2.2.3.1.2. Kaynakların Stok Durumu.....	41
2.2.3.1.3. Toplumsal ve Politik Açıdan İstikrar	41
2.2.3.1.4. Sektöre Yönelik Yatırımlar	42
2.2.3.1.5. Sosyal Tutum ve Alışkanlıklar	42
2.2.4. Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri	43
2.2.4.1. Ulusal Gelir Hesaplamaları ve Turizm	43
2.2.4.1.1. Üretimin Ölçülmesi	43
2.2.4.1.2. Turizmin GSMH İçerisindeki Yeri ve Önemi.....	46
2.2.4.2. Ödemeler Dengesi ve Turizm	47
2.2.4.2.1. Turizm Sektörünün Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi.....	48
2.2.4.3. Turizm ile Döviz Kuru İlişkisi	50
2.2.4.3.1. Turizm Sektörünün Döviz Arzı Üzerindeki Etkisi.....	51
2.2.4.3.2. Turizm Sektörünün Döviz Talebi Üzerindeki Etkisi.....	52
2.2.5. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma ile Turizmin İlişkisi.....	52
2.2.5.1. Ekonomik Büyüme ile Turizm İlişkisi.....	53
2.2.5.2. Ekonomik Kalkınma ile Turizm İlişkisi.....	54
2.2.6. Yatırımlar ile Turizm İlişkisi	55
2.2.7. İstihdam ile Turizm İlişkisi.....	56
2.2.8. Enflasyon ile Turizm İlişkisi.....	58
2.3. İlgili Alanyazın	58
3. YÖNTEM.....	74
3.1. Araştırmanın Modeli.....	74
3.2. Evren ve Örneklem	75
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	76
3.4. Verilerin Toplama Süreci	76
3.5. Verilerin Analizi	77
3.5.1. Mevsimsellik (Seasonality).....	77
3.5.2. Birim Kök Testi (Unit Root Test).....	79
3.5.2.1 Genişletilmiş Dickey-Fuller Testi (ADF)	81

3.5.2.2. Phillips-Perron Testi (PP)	81
3.5.3. Eşbütünleşme Testi (Cointegration Test)	82
3.5.3.1. Johansen Eşbütünleşme Testi.....	83
3.5.3.2. Johansen Testinin Yararları	86
3.5.3.3. Johansen Testinin Zararları	86
3.5.4. Nedensellik Testi (Causality Test).....	87
3.5.4.1. Granger Nedensellik Testi	87
4. BULGULAR VE YORUMLAR	90
4.1. Mevsimsellik Testi Bulguları	90
4.2. ADF ve PP Birim Kök Testi Bulguları.....	93
4.3. Johansen Eşbütünleşme Testi Bulguları	95
4.3.1. Birinci Model Bulguları.....	95
4.3.1.1. I. Aşama (Durağanlık).....	95
4.3.1.2. II. Aşama (Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi).....	95
4.3.1.3. III. Aşama (Eşbütünleşme)	97
4.3.2. İkinci Model Bulguları.....	99
4.3.2.1. I. Aşama (Durağanlık).....	99
4.3.2.2. II. Aşama (Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi).....	100
4.3.2.3. III. Aşama (Eşbütünleşme)	102
4.4. Granger Nedensellik Testi Bulguları	103
4.4.1. Birinci Model Nedensellik Testi Bulguları.....	103
4.4.2. İkinci Model Nedensellik Testi Bulguları	105
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	109
5.1. Sonuçlar	109
5.2. Öneriler	113
5.2.1. Sektör İçin Öneriler	113
5.2.2. Araştırmacılar İçin Öneriler.....	114
KAYNAKÇA	115
EK-1.....	124
EK-2.....	126

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Turistlerin Ziyaret Nedenleri	13
Şekil 2. Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri	14
Şekil 3. Ulusal Ekonomide Mal/Hizmet, Para ve Gelir Akımı	39
Şekil 4. Araştırmanın Birinci Modeli	74
Şekil 5. Araştırmanın İkinci Modeli	75
Şekil 6. Turizm Gelirleri Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri	91
Şekil 7. Gelen Turist Sayısı Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri	91
Şekil 8. Döviz Sepeti Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri.....	92
Şekil 9. Enflasyon Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri	92
Şekil 10. Faiz Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri	93
Şekil 11. Model 1 Granger Nedensellik Testi Modeli	105
Şekil 12. Model 2 Granger Nedensellik Testi Modeli	107

ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1. Dünya Üzerindeki Toplam Turist Varışları ve Toplam Gelir	15
Çizelge 2. Kıtalara Göre Gelen Turist Sayısı (Milyon Kişi)	16
Çizelge 3. Kıtalara Göre Gelen Turistlerden Elde Edilen Gelir (Milyar \$).....	17
Çizelge 4. Ülkelere Göre Gelen Turist Sayısı Dünya Sıralaması (Milyon Kişi).....	18
Çizelge 5. Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Dünya Sıralaması (Milyar \$).....	19
Çizelge 6. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ziyaret Nedenleri.....	22
Çizelge 7. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri	22
Çizelge 8. Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı	23
Çizelge 9. Yıllara Göre Elde Edilen Turizm Gelirleri	25
Çizelge 10. Milliyetlerine Göre Türkiye'yi Ziyaret Eden İlk 5 Ülke	27
Çizelge 11. Türkiye'nin Yıllara Göre GSYH Oranları	45
Çizelge 12. Türkiye'deki Turizm Gelirlerinin GSYH Üzerindeki Etkisi	47
Çizelge 13. Türkiye'ye Ait Ödemeler Dengesi İstatistikleri (Milyon \$).....	47
Çizelge 14. Turizm Gelir ve Giderlerinin İthalat ve İhracat Değerleri Üzerindeki Etkisi Milyon\$.....	49
Çizelge 15. Çalışmada Kullanılan Değişkenlere Ait Kısaltmalar.....	90
Çizelge 16. ADF ve PP Birim Kök Testi Bulguları (I0).....	93
Çizelge 17. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları (I1)	94

Çizelge 18. Birinci Modelin Gecikme Uzunlukları	96
Çizelge 19. Birinci Modelin LM Testi Bulguları.....	96
Çizelge 20. Birinci Modele Ait Eşbütünleşme Katsayıları Tahmin Sonuçları	97
Çizelge 21. Birinci Modelin Johansen Eşbütünleşme Bulguları	98
Çizelge 22. Birinci Modelin Özdeğer ve İz Testi Bulguları	99
Çizelge 23. İkinci Modelin Gecikme Uzunlukları.....	100
Çizelge 24. İkinci Modelin LM Testi Bulguları	101
Çizelge 25. İkinci Modele Ait Eşbütünleşme Katsayıları Tahmin Sonuçları	101
Çizelge 26. İkinci Modelin Johansen Eşbütünleşme Bulguları	102
Çizelge 27. Birinci Modele Ait Granger Nedensellik Sonuçları	104
Çizelge 28. İkinci Modele Ait Granger Nedensellik Sonuçları	106

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ACF	: Autocorrelation Function (Otokorelasyon Fonksiyonu)
ADF	: Augmented Dickey-Fuller (Çoğaltılmış Dickey-Fuller)
AIC	: Akaike Information Criterion (Akaike Bilgi Kriteri)
AIENT	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlığı Birliği
ARCH	: Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (Otoregresif Koşullu Değişen Varyans)
ARDL	: Autoregressive Distributed Lag Bound Test (Otoregresif Dağıtılmış Gecikme Modeli)
DOLS	: Dynamic Ordinary Least Squares
EGARCH	: Exponential GARCH (Üssel GARCH)
EUR	: Euro
FMOLS	: Fully Modified Ordinary Least Squares
FPE	: Final Prediction Error (Nihai Kestirim Hatası)
GARCH	: Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedasticity (Genelleştirilmiş Otoregresif Koşullu Değişen Varyans)
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
HQ	: Hannan-Quinn Information Criterion (Hannan-Quinn Bilgi Kriteri)
IUOTO	: Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Birliği
JPY	: Japon Yeni
LM	: Lagrange Multiplier Test (Lagrange Çarpanı Testi)
MENA	: Middle East and North Africa (Orta Doğu ve Kuzey Afrika)
M.Ö.	: Milattan Önce
MG	: Milli Gelir
NMH	: Net Milli Hasıla
OECD	: Organisation for Economic Cooperation and Development
PACF	: Partial Autocorrelation Function (Kısmi Otokorelasyon Fonksiyonu)

PP	: Phillips-Perron
Prob.	: Probability (Olasılık değeri)
SIC	: Schwartz Information Criterion (Schwartz Bilgi Kriteri)
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TDK	: Türk Dil Kurumu
TL	: Türk Lirası
TRY	: Türk Lirası
TÜFE	: Tüketici Fiyatları Endeksi
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
USD	: Amerikan Doları
VAR	: Vektör Otoregresyon
vd.	: Ve Diğerleri
VECM	: Vector Error Correction Model (Vektör Hata Düzeltme Modeli)

1. GİRİŞ

Hizmet sektörü içerisinde önemli bir yere sahip olan turizm, dünyanın birçok bölgesinde büyük bir hızla gelişim ve değişim gösteren sektörlerden biridir. Ülke ekonomilerinin büyümesinde ve gelişmesinde sermaye kavramı önemli bir yer tutmaktadır. Kalkınmanın bir lokomotifini olarak görülen turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından önem arz eden bir sektördür. Çünkü turizm sektörü ülkelere döviz girdisi sağlamaktadır. Bununla birlikte ülkede turizm tesislerinin açılması, turizm faaliyetlerinin artması ve turizm sektörünün birçok sektör ile doğrudan veya dolaylı olarak çalışmasından dolayı, yeni istihdam olanakları yaratılmaktadır. Aynı zamanda turizmden elde edilen gelirler, ülkelerin dış borçlarının finansmanında önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle doğal güzelliklere sahip, tarihi yapıları günümüze kadar koruyabilmiş gelişmekte olan ülkeler, diğer ülkelere göre daha etkin bir pazarlama yöntemi kullanarak, ekonomilerin ihtiyaç duydukları sermayeyi turizmden elde ettikleri gelir vasıtasıyla karşılayabilmektedir.

Genel anlamda dünya üzerindeki turizm hareketliliği incelendiğinde yıllara oranla ulaşımın gelişmesi, kişilerin gelirlerinin ve buna bağlı olarak refah seviyelerinin artması, kişilerin boş zamanlarının artması ile birlikte turizm faaliyetlerine katılanların sayısı önemli oranda artmıştır. Bu durum gelişmekte olan ve turizm potansiyeli olan ülkelerin ilgisini çekmiştir. Buna bağlı olarak turizm sektörü geçmiş yıldan günümüze gelişme kaydetmiştir. Şöyle ki Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilene göre, 1950 yılında dünya üzerinde turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı yaklaşık olarak 25 milyon kişi iken, 2018 yılına gelindiğinde turizm faaliyetlerine katılan toplam kişi sayısı yaklaşık olarak 1.4 milyar kişi olmuştur. Bunun yanı sıra, dünyadaki toplam turizm geliri 2005 yılında 862 milyon dolar iken, 2018 yılına gelindiğinde bu gelir 1.7 trilyon dolara yükselmiştir. Tüm bu göstergeler turizm sektörünün yıllar içerisinde nasıl bir boyut kazandığını ve turizm hareketliliğine olan talebin geçmişten günümüze sürekli olarak bir artış içerisinde olduğunu gözler önüne sermektedir.

Dünya turizm sektörü hızla gelişimini sürdürürken Türkiye de buna paralel olarak gelişim göstermiştir. Ancak 1980 dönemi sonrası Türkiye'nin küresel ekonomiye adapte olmaya çalışması ile birlikte küresel krizlerden olumsuz şekilde etkilenmesi, son çeyrek yüzyılda yaşanan finansal krizlerin özellikle hizmetler sektörünü derinden etkilemiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin uluslararası alanda yaşadığı olumsuzluklar, izlediği politikalar sonrası yaşanan krizlere bağlı olarak yaşanan ekonomik sorunlar, hizmetler sektörünün Türkiye ekonomisi içerisinde ne kadar önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Bu nedenle Türkiye'de turizm sektörü özellikle 1980 dönemlerinden günümüze uluslararası turizm, başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel açıdan büyük bir önem kazanmıştır. Milli gelire sağladığı katkı, turistik amaçlı yapılan yatırımların artması, istihdama olan katkısı, ödemeler dengesine sağladığı katkı ve yabancı sermayeyi ülkeye çekmesi turizm sektörünün Türkiye açısından önemli sektörlerden biri olduğunu gözler önüne sermektedir.

Teorik anlamda turizm sektörüne doğrudan veya dolaylı olarak etki eden birçok değişken yer almaktadır. Turizm faaliyetlerinin yoğun olarak yaşandığı ülke ekonomini olumsuz açıdan etkilemektedir. Bu durum ekonomik değişkenlerin diğer değişkenlere nazaran turizm sektörünün yönünün belirlenmesinde önemli bir paya sahip olan değişkenlerden biri olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turizm sektörünü etkilediği düşünülen başta döviz kuru olmak üzere, enflasyon oranları, faiz oranları ve ekonomik büyümeye ilişkin değişkenlerin turizm sektörünü ne boyutta etkilediğinin tespit edilmesi ve elde edilen sonuçlara göre turizm sektörünün doğru bir şekilde yönlendirilmesi sağlanmalıdır.

Bu çalışmada, Euro (£) ve Dolar (\$) kullanılarak elde edilen döviz sepetinde meydana gelen değişimlerin Türkiye'ye gelen turist sayısına ve Türkiye'nin turizm sektöründen elde ettiği gelire herhangi bir etkisinin olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Genel olarak ekonomik anlamda Türkiye'deki turizm sektörüne yönelik yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde, turizm sektörünün ülke ekonomisi içindeki yeri ve önemi konusu üzerinde durulduğu gözlemlenmiştir. Konu üzerinde yapılan çalışmalara göre bu çalışmada daha farklı değişkenlerin

kullanılması ve gelecekte yapılacak olan çalışmalara ışık tutması amacıyla bu çalışmada turizm konusu belirli bir ekonomik alan çerçevesinde incelenmiştir.

Bu çalışmada beş ana bölüme yer verilmiştir. Çalışmanın birinci bölümü, giriş başlığının altında yer alan araştırmanın problemi, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, varsayımlar, sınırlılıklar ve tanımlardan oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde, kuramsal çerçeveye ilişkin alanyazın başlığı altında turizmden, ekonomiden bahsedilmiş ve bununla ilgili alt başlıklara yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri ve veri analizlerine yer verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümü, araştırma uygulamalarını içermekte olup, araştırmada kullanılan analizlere, analizlere ait bulgular ve çıktılara ilişkin yorumlar yer almaktadır. Çalışmanın son bölümü olan beşinci bölümde ise, yapılan analiz sonuçlarında elde edilen bulgular yorumlanmış, çalışma genel olarak değerlendirilmiş ve araştırmanın literatüründe yer alan benzer çalışmalara atıfta bulunulmuştur. Bunun yanında, analiz sonucunda elde edilen bulgular ve tespitlerden yola çıkarak ilgili sektörde faaliyet yürüten işletmelere, araştırmacılara ve akademisyenlere bir takım öneriler sunulmuştur.

1.1. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın problemini, zaman içerisinde döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin, Türkiye'ye gelen turist sayısı ve Türkiye'nin elde ettiği turizm gelirleri üzerinde herhangi etkiye sahip olup olmadığını içeren sorular oluşturmaktadır. Buna bağlı olarak çalışmada, aşağıda verilen alt problemlere bir yanıt aranmıştır:

- Döviz kurunda meydana gelen değişimlerin Türkiye'ye gelen turist sayısı üzerinde etkisi var mı? Var ise bu etkinin yönü ve boyutu nedir?
- Döviz kurunda meydana gelen değişimlerin Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelir üzerinde herhangi bir etkisi var mı? Var ise bu etkinin yönü ve boyutu nedir?

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, 2003 – 2019 dönemleri arası Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizmden elde edilen gelirin, döviz kuru değişimleri karşısında etkilenip etkilenmediğinin belirlenmesidir. Herhangi bir değişkenin bağımlı değişkenlerden birini etkilemesi halinde bu etkinin yönünün ne olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, döviz kuru ve analize dahil edilen kontrol değişkenlerinin turizm geliri ve gelen turist sayısı üzerinde ne tür bir ilişkinin olduğu incelenecektir. Bu bağlamda söz konusu tarihler arasında turizm geliri, turist sayısı, döviz kuru, enflasyon ve faiz oranları aylık bazla ele alınmış ve çalışmaya uygun olarak geliştirilen iki farklı model ile bu etkinin ortaya koyulması hedeflenmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Yapılan bu çalışmanın, bundan sonraki dönemlerde yapılacak olan çalışmalara referans olması açısından araştırmacılara önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bunun haricinde çalışma öncesinde yapılan alanyazın incelemesinde dünyada toplam turizm gelirleri ve turist sayısı ele alınarak yapılan veya bir ülkeye özgü turizm rakamları kullanılarak yapılan çalışmalara rastlanılmıştır. Bu çalışmanın turizm geliri ve turist sayısına etki edeceği düşünülen döviz kuru değişkeninin haricinde faiz ve enflasyon gibi diğer ekonomik değişkenler ile birlikte incelenmesi çalışmayı önemli kılabilecek özelliklerden biridir. Ayrıca çalışmanın güncel veriler ile derlenip yapılmış olması, Türkiye'de turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve turizm, ekonomi alanları ile ilgilenen bireylere bilgilendirici nitelikte bir kaynak olabileceği düşünülmektedir. Özetle, çalışmanın turizm ve ekonomi ile yakından ilgilenen işletmelere, araştırmacılara ve akademik çalışmalara katkı sağlayacaktır.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Çalışmanın amacına uygun olarak, mevcut araştırma ile ilişkili diğer çalışmaların alanyazınları incelenmiş, herkes tarafından kabul görülen kurumlara ait

veri tabanından ihtiyaç duyulan veriler tespit edilerek derlenmiştir. Ayrıca veri tabanı oluşturulurken her bir değişkeni ortak bir zaman diliminde buluşturmak adına çoğunluk tarafından kabul görünen farklı kurum ve kuruluşlara ait veri tabanlarından yararlanılmıştır. Kullanılan bu veri tabanlarındaki değerlerin diğer kurumlar ile aynı değerleri taşıdığı varsayılmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmaya ait kavramsal çerçeve, bu araştırma ile ilişkili ulaşılmış çalışma ve bu çalışmalara ait alanyazınlar ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın diğer önemli sınırlamalarından biri ise seçilen ülkeye ait özellikle turizm verileri başta olmak üzere ekonomiye ilişkin geçmiş yıllara ait verilerin ulaşımının kısıtlı olması ve dönemlere ait zaman serilerinin aylık formatta olmamasıdır. Bu nedenle çalışma ortak bir zaman dilimi belirlenerek aylık formatta son 17 yılın aylık verileri ele alınarak yapılmıştır.

Ülkelere ait turizm gelirleri ve o ülkeye gelen turist sayısı birçok nedenden dolayı yıllara göre değişiklik gösterebilmektedir. Bu nedenle çalışmada kullanılan değişkenler dışında, diğer değişkenlerle de incelenmesi gerekmektedir. Bu nedenle turizm geliri ve turist sayısını etkileyebileceğini düşündüğümüz her bir faktör, ayrı bir çalışma konusu olarak görülmektedir. Çalışmada kontrol değişkeni olarak gelen turist sayısını ve turizm gelirini etkileyebileceği düşünülen turizm güven endeksi gibi değişkenler eklenmek istenmiştir. Ancak yeterli ve düzenli veri bulunmadığı için analizde yer verilmemiştir.

1.6. Tanımlar

Çalışmada kullanılan bazı temel kavramlara ait tanımlar aşağıda yer almaktadır. Buna bağlı olarak çalışmada kullanılan turizm, ekonomi, döviz, döviz kuru, enflasyon ve faiz kavramları kısa bir şekilde tanımlanmıştır.

Turizm, “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarının karşılandığı yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici

konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak ifade edilmektedir (AIEST).

Ekonomi, “kişilerin çeşitli mal ve hizmetler üreterek bunları tüketmek üzere toplumun farklı kesimlerine bölüştürmek için, kıt ya da sınırlı üretim kaynaklarının hangi biçimde kullanılacağını sorgulayan bir bilim dalıdır.” (Demirgil, 1997, s.352).

Döviz, genel anlamda tüm yabancı ödeme araçları olarak tanımlanmaktadır (Karlık, 2009, s. 314). Döviz kuru ise sahip olunan yerli paraya karşılık olarak alınabilecek yabancı para miktarı olarak tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 2013, s. 302).

Enflasyon, halk dilinde pahalılık, ekonomi alanında ise para şişkinliği olarak tanımlanmaktadır (TDK). Bir başka deyişle enflasyon, fiyatlar genel seviyesinin sürekli olarak artması anlamına gelmektedir (Başar, 2013, s.42).

Faiz, finansal sermaye veya tasarruf sahiplerinin tasarruflarını ödünç vermeleri karşılığında ödenen bedeldir (Dinler, 2014, s.150). Ekonomi bilimi açısından faiz, üretim faktörlerinden sermayenin toplam gelirden aldığı pay olarak ifade edilmektedir (Eğilmez, 2013).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN

Çalışmanın bu bölümünde, turizm ile ekonomi kavramları ve bu kavramlara ilişkin araştırmalar ve bulguları yer almaktadır.

2.1. Turizm

Göçebe hayattan, yerleşik düzene geçiş yapan insanoğlu, zaman içerisinde birçok farklı sebeplerle buldukları bölgelerden başka coğrafi noktalara geçiş yapmıştır. Genellikle ticari bir amaç taşıyan bu seyahatler zaman geçtikte turizm olgusunun ortaya çıkmasına ve gelişmesine neden olmuştur. Turizm bugünkü anlamını, 1939-1945 yılları arasında gerçekleşen II. Dünya Savaşı sonrası kazanmıştır. Ancak yapılan araştırmalara göre turizm kavramını tanımlamak amacıyla yürütülen çalışmaların 19. Yüzyılın sonlarına kadar uzandığı görülmektedir. Gerek araştırmacıların bakış açısı, gerekse önem verdikleri, üzerinde durdukları unsurlar sebebiyle günümüze ulaşan kapsamlı bir turizm tanımı için çok farklı tanımlamalar mevcuttur.

2.1.1. Turizm Kavramı

Turizm kavramı ile ilgili ilk tanım, E. Guyer-Freuler tarafından 1905 yılında yapılmıştır. Bu tanım ilk olmanın yanı sıra o döneme ait turizme bakış açısı hakkında ipuçları taşımaktadır. Bu tanıma göre; “turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine: doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olgu” dur (Kozak vd., 2001, s. 1).

Günümüzde kabul gören, 1980 yılında Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanlığı Birliği (AIEST) tarafından düzenlenen tanım ile birlikte turizm, “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarının karşılandığı yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm

işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” olarak ifade edilmektedir. Bu çalışma bağlamında turizmden kasıt olarak bu tanım esas alınmıştır.

Mevzuatımıza göre ise, 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun 36. Maddesi gereği, Bakanlar Kurulu'nun 5.8.1955 gün 5643 sayılı kararıyla yürürlüğe konulan Turizm İşbirliği Tüzüğü'nün 3. maddesiyle yapılan turizm tanımlaması şöyledir: “turizm, yerleşmek niyeti olmaksızın hava tebdili yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla toplu ya da tek olarak yapılan seyahatlerdir (Özdemir, 1992, s. 19).

Bahsi geçen tanımlara göre; geçmişten günümüze turizm sektörünün içeriğine ilişkin birçok şey değişmiş ve gelişmiştir. Bu yeni gelişmelerle birlikte tanım sürekli olarak değişime uğramış olsa da bu konuda fikir birliği sağlanamamıştır. Yapılan tanımlara göre turizm faaliyetlerinden söz edebilmek için yapılan seyahatlerin gelir amaçlı değil, dinlenme ve eğlence amaçlı olması gerekmektedir. Ayrıca kalıcı konaklama veya öğrencilerin eğitim amacıyla buldukları bölgeden başka bir bölgeye hareket etmeleri turizm faaliyetleri arasında yer almamaktadır. Fakat günümüzde turizm piyasasında yaşanan değişikliklerden dolayı bu ayrımı yapmak oldukça zor hale gelmiştir. Çünkü seyahat amacıyla bulunduğu noktadan başka bir noktaya hareket eden kişi bunu iş seyahatine dönüştürebilir. Aynı zamanda ticari bir amaç ile seyahat eden kişi ulaştığı bölgede turizm faaliyetlerine katılabilmektedir. Sonuç olarak, sektörün büyüklüğü ve birçok sektör ile olan ilişkisi göz önünde bulundurulduğundan dolayı mevcut tanımların yeterli seviyede açıklayıcı olmadığı söylenebilir.

2.1.2. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Birçok insan çeşitli sebeplerden dolayı bir süreliğine buldukları alandan başka yerlere hareket etmektedir. Bu yer değişikliği sırasında psikolojik, sosyal, dini ve kültürel gereksinimlerini karşılamak adına yaşadıkları alan dışında farklı yerleri gezme, görme, eğlenme ve dinlenme gibi turizm faaliyetlerinde yer almaktadır.

Bu olay yirminci yüzyıla özgü modern bir olay olarak görülmesine karşın, yer değiştirme insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanın en ilkel şartlarda bile, çoğu zaman tehlikelerden kaçmak güdüsü ile uzun mesafeler kat edebildiğinin ortaya çıkması özellikle yer değiştirme hususunun, oldukça eski tarihlere uzandığının bir ispatı olarak alınmalıdır (Bulut, 1999).

2.1.2.1. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizm olayı modern açıdan ele alındığında ilk olarak M.Ö 700'lü yıllarda Antik Yunanistan'da görülmüştür. Bu dönemlerde Antik Yunanistan'da olimpiyat oyunlarının gerçekleşmiş olmasıyla birlikte Yunanistan ciddi anlamda turist akımına uğramıştır. Roma döneminde ise yapılan seyahatler daha çok zevk amacı taşımaktadır. Roma imparatorluğunun yok olmasıyla azalan seyahatler, ortaçağ döneminde Hristiyanlığa duyulan önemin artması, ticaret yollarının kurulması gibi etkenlerden dolayı yeniden hızlanmıştır. İnsanlar bu dönemde gerek dini merkezleri ziyaret ederek gerekse ticaret yolları üzerinde kurulan kervansaraylarda ihtiyaçlarını karşılayarak turizme farklı bir format kazandırmışlardır.

Tarih boyunca Herodot, İbni Batuta, Evliya Çelebi gibi tarihçi ve gezginlerin yeni yerlere olan bitmek tükenmek bilmeyen merakları, aydınlanma çağı ile birlikte Vasco de Gama, Christoph Columbus, Magellan, Piri Reis gibi maceraperest kişilerin yeni yer ve rotalar keşfetmesi, Jean Jacques Rousseau, Goethe gibi aydınların gezip gördükleri yerleri yazıya dökmeleri ve bu eserlerin matbaa yoluyla maceraya açık zengin kitlelere ulaşması, turizmi aristokrat sınıfın katıldığı ayrıcalıklı bir faaliyet kolu haline getirmiştir (Aykın Mehter, 2001).

Turizmin bugünkü hale gelmesindeki en önemli etkenlerden biri endüstri devrimidir. Endüstri devrimi ile birlikte turizmde ve birçok alanda değişiklikler yaşanmıştır. Endüstri devrimi ile toplu taşıma imkanı sunan tren ve gemiler icat edilmiş ve üretime başlanmıştır. Bununla birlikte ulaşım araçları çeşitlendirilmiş, havacılık sektörüne ağırlık verilerek mesafelerin kısa sürede aşılması hedeflenmiştir. Devletler, çalışanlarla ilgili olarak çeşitli düzenlemeler getirmiş, böylece insanların daha fazla boş vaktinin olması sağlanmıştır. Ekonomik kalkınmaya önem verilmiş ve

buna bağlı olarak kişilerin harcanabilir gelir oranının arttırılmasında ve kişilerin turizm faaliyetlerine yönelmeleri hedeflenmiştir. Konaklama imkanlarının artması ve çeşitlendirilmesi, haberleşme aralarındaki gelişmeler ve buna bağlı olarak insanlardaki gezme-görme, farklı kültürleri tanıma isteği bu sektörün hızla gelişmesine vesile olmuştur. Böylelikle turizm sadece zengin kitlenin yapabileceği, bireysellik kavramından çıkıp herkesin gerçekleştirebileceği kitlesel bir faaliyet haline gelmiştir.

2.1.2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye turizminin tarihsel gelişim sürecini, cumhuriyet öncesi turizm ve cumhuriyetten günümüze turizm olmak üzere iki dönemde incelemek mümkündür. Cumhuriyet ncesi dönemde bilindiği üzere Türk milleti birçok nedenden dolayı sürekli hareket halinde olan bir toplum olmuştur. Anadolu’yu vatan yapma isteği ile birlikte başlayan sefer, bu yollar üzerinde kervansarayların kurulmasına neden olmuştur. Bununla birlikte, dini açıdan hac görevini icra etmek üzere gerçekleştirilen organizasyonlar toplumun içindeki seyahat kavramını sürekli olarak din tutmuştur. Türkiye’de ilk olarak modern anlamda, 1829 yılında deniz taşımacılığı amacıyla getirilen ‘‘Kırlangıç’’ isimli buharlı gemi, turizm hareketliliğine verilebilecek örneklerden biridir. Aynı zamanda, bu dönemlerde Paris-İstanbul arasında gerçekleşen ‘‘Orient Express’’ (Doğu Ekspres) seferleri ile turistlerin gelmeye başlaması Osmanlı devletini bazı yasal düzenleme yapmasına itmiştir. Turizm ile ilgili ilk yasal düzenleme 190 sayılı ‘‘Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edecek’’ tüzük yürürlüğe girmiştir. 1980 yılı ve sonrasında gerçekleşen Osmanlı devletinin dağılıp, Türkiye Cumhuriyeti devletinin kurulması sonrasında turizm alanında gelişmeler kaydedilmiştir. (ztaş ve Karabulut, 2006, s. 7).

Cumhuriyetin ilanının ardından 1923-1962 dönemleri arasında turizm alanında faaliyet gösteren, Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulan ilk organizasyonlardan biri olan ‘‘Seyyahin Cemiyeti’’ ismini ilk olarak ‘‘Türkiye Turing Kurumu’’ ve ardından da ‘‘Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü’’ olarak değiştirmiş ve kurumun çalışmaları sonucunda Türkiye’nin ilk turizm prospektüsleri, kara yolu haritaları ve afişleri bastırılmış, rehber ve tercümanlık sınavları ve turizm

ile ilgili çeşitli incelemeler yapılmıştır (Kozak vd., 1997, s. 83). 1960 yılına kadar artan turizm yatırımları, teşvikler ve yapılan turizm faaliyetleri 1960 yılında gerçekleşen darbe ile birlikte düşüşe geçmiş, bu dönemde turizm sektörüne yönelik yatırımların büyük bir çoğunluğu durdurulmuş ve yapımına başlanan projeler iptal edilmiş veya askıya alınmıştır. Tüm bunların sonucu olarak Türkiye’de yeni gelişmeye başlayan turizm sektöründe ciddi anlamda durağanlık yaşanmıştır (Ünlüören ve Kılıçlar, 2004, s. 133). 1960 yılı sonrası ise kalkınma planlarının yapıldığı ve turizm ile ilgili ciddi gelişmelerin yaşandığı bir dönemdir. Bu dönemlerde teknik alt yapı yatırımları ve fiziksel planlama çalışmaları yapılmıştır. Ayrıca yat limanları, konaklama tesisleri devlet tarafından oluşturulmuştur (Akın Acuner, 2006, s. 29). 1960 – 1980 arası dönemde turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisine dikkat çekilmiştir. Döviz gelirlerini arttırmak, bireylerin tatil yapması için olanaklar sağlamak ve istihdam yaratmak hedeflenmiştir (Yıldız, 2011, s. 58). 1980 sonrası turizm ile ilgili çıkarılan kanunlar ve yapılan teşvikler sonrasında turizm sektöründe çok önemli mesafeler kat edilmiştir. Son yıllarda gelinen nokta ile turizm, geniş bir sektör halini almıştır. Genel olarak bir karşılaştırma yapıldığında bu alanda önemli gelişmelerin gerçekleştiğini görmek mümkündür.

2.1.3. Turizmin Önemi

Turizm, dünyada sürekli olarak artan öneme sahip, giderek gelişen ve olağanüstü bir durum olmadığı müddetçe yok olma ihtimalinin oldukça düşük olduğu sektörlerden biridir. Turizmin yaratmış olduğu ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve diğer ülkeler ile politik ilişkileri de önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden gelişmiş ülkelerde sanayinin yanı sıra turizm yatırımları da önemli seviyededir. Bilindiği üzere günümüzde geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerin, turizm sektörüne olan ilgilerinin arttığı ve kaynakların bir kısmının turizm yatırımları için ayrıldığı görülmektedir. Bazı uluslararası kuruluşlar, geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelere kalkınma planları ve politikaları konusunda bir takım öneriler sunmaktadır. Uluslararası kuruluşlara göre, bu ülkelerin ekonomik kalkınmaları açısından en önemli silahının turizm olduğunu ve yapılan yatırımların bu yönde olması gerektiğini; çünkü gelişmiş ülkeler ile sanayi alanında rekabet

etmenin mümkün olmadığını savunmaktadır. Aynı kuruluşlar bu politikayı uygulayarak diğer ülkeler arasında iyi bir ivme yakalayan İspanya'yı örnek olarak göstermişlerdir. Ayrıca sözü geçen kuruluşlar, Türkiye'nin turizm açısından değerlendirildiğinde oldukça elverişli olduğunu, ülkenin ekonomik kalkınmasında turizmin önemli bir rol oynayacağını ve bu nedenle önem verilmesi gerektiğini savunmaktadır. (Körükçü, 1990, s. 33).

Kuşkusuz, turizm gelirleri, ülke ekonomileri ve sürdürülebilirlik açısından birçok ülke için turizm sektörünü önemli kılınmasına sebep olmuştur. Elde edilen turizm gelirleri, özellikle dış ticaret dengesini sağlamak açısından oldukça önemlidir. Turizm yalnızca ülkelerin ekonomik yapılarında önemli olmakla değil, turizm faaliyetleri yürüten ülkelerin sosyal ve kültürel yapılarında da önemli bir rol oynamaktadır. Gelen turistler ile yerli halkın bir araya gelmesi, sosyal ve kültürel etkileşim açısından oldukça önemlidir. Bilindiği üzere birçok alanda olduğu gibi turizm de gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere doğru gerçekleşmektedir. Bu yüzden gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere yapılan turizm faaliyetlerinde turist, gelişmiş ülke değerlerini taşıyıcı konumundadır. Ayrıca bu şekilde değerler taşınarak evrensel bir hal almaktadır. Bu sebeple toplumlar arasında oluşan bu değişimi ve etkileşimi göz ardı etmemek gerekir (Boz, 2006, s. 17).

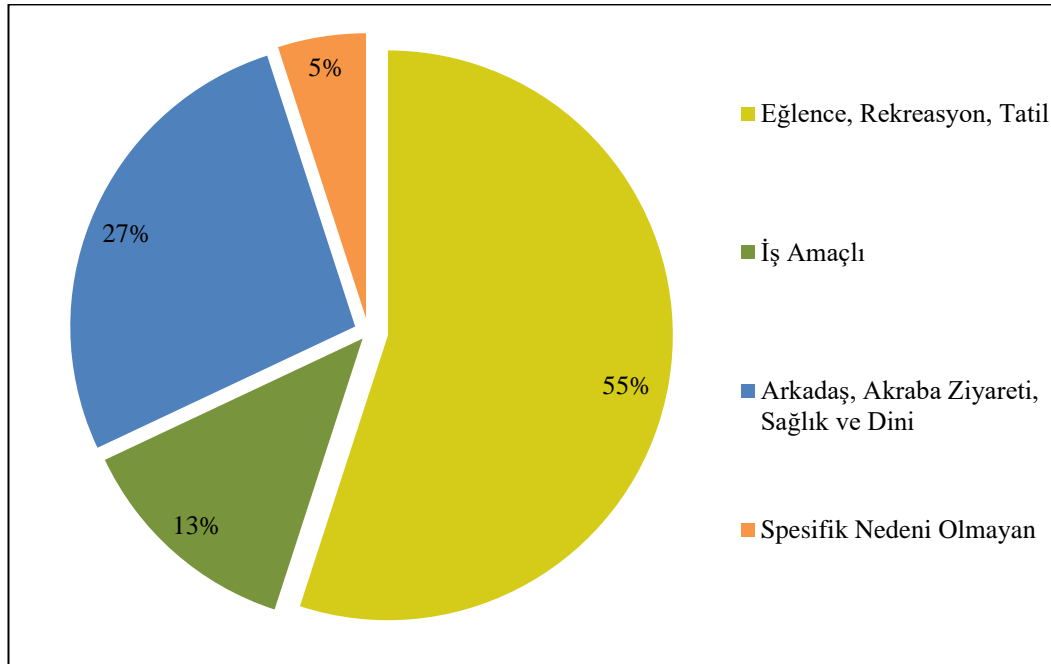
Sonuç olarak turizm, yalnızca ülkelerin ekonomik kalkınmaları açısından önemli olmakla kalmamış, aynı zamanda ülkelerin uluslararası politikalarını daha ileri seviyeye taşıyan ve toplumların sosyal ve kültürel etkileşimleri, değişimleri açısından önemli bir sektör haline almıştır.

2.1.4. Dünyada Turizmin Gelişimi ve Turizm İstatistikleri

Birçok ülke açısından önemli bir sektör olan turizm, dünya ticaretinde petrolden sonra ikinci sırada yer almaktadır. Turizm günümüzde bacasız sanayi olarak nitelendirilmekte ve gelir kaynağı olarak görülmektedir. Turizm sektörü ilk olarak 1950 yılı itibariyle ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan önemi gün geçtikçe artan ve gelişen bir sektör haline gelmiştir. Tarihte seyahat etme kavramının, insanoğlunun varoluşuyla birlikte ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Çünkü

insanoğlu, yaşadığı müddetçe sürekli olarak ihtiyaçları doğrultusunda seyahat etme eyleminde bulunmuştur. Zamanla medeniyetlerin gelişmesi, toplumların zenginleşmesi, yoğun iş temposundan doğan tatil yapma ihtiyaçı, ulaşım araçlarındaki gelişme, çeşitlendirme ve ulaşım araçlarının sayılarındaki artış, bireylerin yaşamlarındaki boş zamanın artması ve yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte dñyanın çeşitli yerlerinde var olan tarihi ve doğal gñzellikler tñm dñnyaya tanıtılmış ve turizm sektñrñ hızlı bir gelişim gñstermiřtir (Karataş ve Babñr, 2013, s. 16).

20. yñzyıla gelindiğinde, turizm sektñrñ, ÷lkelerin ekonomik ve sosyo-kñltñrel açıdan gelişmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. 1950 dñnemlerinde dñnya üzerinde turizm faaliyetlerine katılan turist sayısı 25 milyon kişi iken, bu sayı 2005 yılında 807 milyon kişiye, 2017 yılında ise 1,326 milyon kişiye ulaşmıştır.

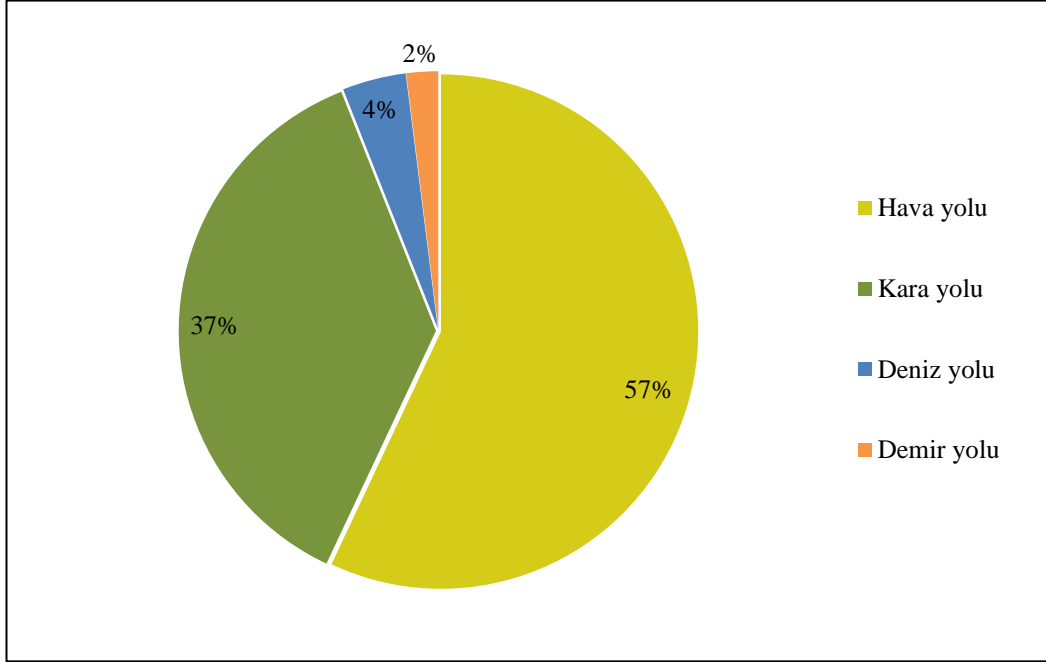


şekil 1. Turistlerin Ziyaret Nedenleri

Kaynak: UNWTO (Dñnya Turizm Örgñtñ) Tourism Highlights 2018 Edition

Yukarıda verilen şekil 1'de, turizm faaliyetlerine katılan tñm ziyaretçilerin ziyaret nedenleri yñzdesel olarak ifade edilmiştir. Veriler 2017 yılına ait olup UNWTO Tourism Highlight 2018 Edition Raporu'ndan alınmıştır. Elde edilen verilere gñre; Eđence, boş zaman değerlendirme amaçlı seyahat eden turistlerin

sayısı, toplam turist varışlarının yarısından fazlasını oluşturmaktadır. 2017 yılında toplamda 1.326 milyon turistin %55'inin eğlence, rekreasyon ve tatil amacıyla, %27'sinin, arkadaş ve akraba ziyareti, sağlık veya dini ibadet amacıyla, %13 iş amacıyla ziyaret eden turistler olduğu belirtilmiştir. Turistlerin %5'i ise ziyaretlerinin amacını belirtmemiştir.



Şekil 2. Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) Tourism Highlights 2018 Edition

Şekil 2’de turistlerin seyahatleri sırasında kullanmış oldukları ulaşım türleri yer almaktadır. Veriler 2017 yılına ait olup UNWTO Tourism Highlight 2018 Edition Raporu’ndan alınmıştır. Bu verilere göre toplam turist sayısının yarısından fazlası uçak ile seyahat etmektedir. Geri kalanın %37’si kara yolu, %4’ü deniz yolu, %2’si ise demir yolunu tercih etmektedir. Zaman içerisinde hava taşımacılığı, kara taşımacılığından daha hızlı bir şekilde büyümüştür. UNWTO Tourism Hightlights 2006 Edition Raporu’na göre 2005 yılında toplamda %45 oranında paya sahip olan hava yolu taşımacılığı, 2017 yılında %57 seviyesine yükselmiştir. Buna karşın 2005 yılında %43 olan kara yolu taşımacılığı ise %37’ye düşmüştür. Bununla birlikte hava yolu taşımacılığına ait payın geçmiş yıllara oranla giderek arttığını söylemek mümkündür (UNWTO).

Havaalanlarının ve hava yolu işletmelerinin sayılarındaki artış, uçak ve koltuk sayılarındaki artışa neden olarak bireylere daha konforlu ve daha kısa sürede seyahat edebilme olanağı sağlamıştır. Aynı zamanda uygulanan dinamik fiyatlandırma politikaları ile birlikte bireylerin çok daha uygun fiyatlara seyahat etmesi mümkün hale gelmiştir. Tüm bu durumlar hava yolu taşımacılığının hızla gelişmesine ve talebin artmasına neden olmuştur (Bahar, 2018).

Çizelge 1. Dünya Üzerindeki Toplam Turist Varışları ve Toplam Gelir

Yıl	Turist Sayısı	Elde Edilen Gelir	Kişi Başı Elde Edilen Gelir
2005	807	682 \$	845 \$
2006	847	733 \$	865 \$
2007	903	856 \$	948 \$
2008	922	944 \$	1024 \$
2009	880	852 \$	968 \$
2010	940	919 \$	978 \$
2011	983	1,030 \$	1048 \$
2012	1,035	1,075 \$	1039 \$
2013	1,087	1,159 \$	1066 \$
2014	1,133	1,245 \$	1099 \$
2015	1,186	1,260 \$	1062 \$
2016	1,235	1,220 \$	988 \$
2017	1,326	1,340 \$	1011 \$

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) Tourism Highlights 2006 – 2018 Edition

Çizelge 1, 2005 - 2017 yılları arasında dünya üzerinde turizm faaliyetlerine katılan toplam turist sayısı, bu turistlerden elde edilen gelirleri ve kişi başı elde edilen gelirin yıllara göre değişimini kapsamaktadır. Çizelge 1 incelendiğinde geçmiş yıllardan günümüze kadar olan süreçte turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının sürekli olarak arttığı gözlemlenmektedir. Bu durum özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin turizm sektörü üzerinde yoğunlaşmasına ve turizm sektörüne olan yatırımların artmasına neden olmuştur. 2005 yılında 807 milyon olan turist sayısı, 2008 yılına kadar sürekli artarak 922 milyona ulaşmıştır. 2008 yılının son aylarında ortaya çıkan ve birçok ülkeyi olumsuz yönde etkileyen küresel ekonomik kriz, pek çok sektörde olduğu gibi turizm sektörünü de olumsuz yönde etkilemiştir. 2008 yılında 922 milyona ulaşan toplam turist sayısı, 2009 yılında krizin de etkisiyle 880 milyona gerilemiştir. 2009 sonrası yıllarda ise toplam turist sayısı sürekli olarak artış göstererek 2017 yılında 1.340 milyona ulaşmıştır.

Çizelge 2. Kıtalara Göre Gelen Turist Sayısı (Milyon Kişi)

	Amerika	Avrupa	Asya & Pasifik	Afrika	Ortadoğu
2005	134	442	155	37	39
2006	136	461	167	41	42
2007	142	484	184	44	48
2008	147	489	184	47	55
2009	141	460	181	46	53
2010	150	477	204	49	60
2011	157	504	217	50	55
2012	163	534	234	52	52
2013	168	563	248	56	52
2014	181	582	263	56	54
2015	193	608	279	53	53
2016	199	616	308	58	54
2017	211	672	323	63	58

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) Tourism Highlights 2006 – 2018 Edition

2005-2017 yılları arası uluslararası turizm faaliyetlerine katılan ziyaretçilerin kıtalara ve yıllara göre olan gelişimi Çizelge 2’de verilmiştir. 1950-1990 döneminde turist akımlarının yoğun olarak gerçekleştiği kıtalar Amerika ve Avrupa kıtalarıdır. 1950-1975 yılları arasında turizm faaliyetlerine katılan toplam turist sayısının %90’ı Avrupa ve Amerika kıtasını tercih etmiştir. 2002 yılından sonra ise bu durum değişiklik göstererek Asya ve Pasifik kıtası, Amerika kıtasının önüne geçmiş ve en çok tercih edilen 2. kıta olmuştur (Önen, 2008, s. 2).

2005 yılı itibarıyla toplamda 807 milyon olan turistin, %54,7’sini Avrupa, %19,3’ünü Asya ve Pasifik, %16,6’sını Amerika, %4,8’ini Ortadoğu ve %4,6’sını Afrika kıtasına seyahat eden ziyaretçiler oluşturmaktadır. 2005-2017 yılları arasına bakıldığında Avrupa kıtasının en çok tercih edilen, en çok turist çeken kıta olduğu gözlemlenmiştir. Lider Avrupa kıtasını sırasıyla Asya-Pasifik ve Amerika kıtası takip etmiştir. 2011 yılına kadar Ortadoğu’nun gerisinde kalan Afrika kıtası, bu durumu 2011 yılında eşitlemiş ve 2015 yılı hariç 2012 yılı sonrası Ortadoğu’nun önüne geçmiştir. 2005-2017 yılları arasındaki toplam turist sayısındaki değişim %64,3 olurken, en yüksek artış %108,4 ile Asya-Pasifik, %70,3 ile Afrika, %57,5 ile Amerika, %52 ile Avrupa ve %48,7 ile Ortadoğu kıtalarında yaşanmıştır. 2017 yılı incelendiğinde, uluslararası turist varışlarının, 2009 küresel ekonomik krizinin etkilerinden bu yana %7 oranında büyük bir artış göstererek toplamda 1.326 milyon

turiste ulaşmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, güvenlik sorunlarıyla karşı karşıya olan destinasyonların tekrardan güvenliliğinin sağlanarak geri kazandırılmasından doğan seyahat taleplerinden kaynaklandığını söylemek mümkündür (UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition).

Çizelge 3. Kıtalara Göre Gelen Turistlerden Elde Edilen Gelir (Milyar \$)

	Amerika	Avrupa	Asya & Pasifik	Afrika	Ortadoğu
2005	145	348	139	22	28
2006	154	375	153	24	27
2007	171	433	189	28	34
2008	188	474	206	31	46
2009	165	413	204	29	41
2010	182	406	249	32	50
2011	199	463	289	33	46
2012	213	458	324	34	47
2013	229	489	359	34	47
2014	247	509	377	36	49
2015	304	451	418	33	54
2016	313	447	367	35	58
2017	326	519	390	37	68

Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) Tourism Highlights 2006 – 2018 Edition

Kıtalara göre uluslararası ziyaretçilerden elde edilen toplam gelir Çizelge 3’de detaylı bir şekilde verilmiştir. Veriler 2005-2017 dönemine ilişkin raporlardan derlenerek hazırlanmıştır. Çizelgeye göre turizmden elde edilen gelir geçmişten günümüze sürekli olarak artmıştır. 2005 yılında 682 milyar dolar olan gelir %78,8 oranında artarak 2016 yılında 1.220 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Turizm sektörü uluslararası ticaretin ana kategorisidir. Dünyadaki toplam ihracat içerisinde, kimyasallardan, yakıtlardan ve otomotiv ürünlerinin ardından turizm gelmektedir. Özellikle gelişmekte olan birçok ülkede turizm, ihracatta en ön sıralarda yer almaktadır. Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) 2017 yılında yayınlamış olduğu raporunda turizmin toplam dünya ihracatına doğrudan %7 oranında bir etki sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition). Turizm geliri 2017 yılında, bir yıl öncesine oranla %9,8 artarak 1.340 milyar dolara yükselmiştir. Elde edilen verilere göre, turizmden toplamda en çok gelir elde eden kıtanın Avrupa kıtası olduğu görülmektedir. Fakat elde edilen gelir, o bölgelere seyahat eden ziyaretçi sayısına oranlandığında 2005-2009 yılları arasında Amerika kıtasının, 2010-

2013 yılları arasında ise Asya-Pasifik kıtasının gelir açısından lider konumda olduğunu söylemek mümkündür. 2013'den günümüze olan süreçte ise Amerika kıtası liderliği tekrardan ele almıştır. 2005-2017 yılları arası bölge gelirlerindeki değişim oranı ele alındığında Asya-Pasifik kıtası %180,5 oranıyla lider konumdadır. Bunu %142,8 ile Ortadoğu, %124,8 ile Amerika kıtası takip etmektedir.

Çizelge 4. Ülkelere Göre Gelen Turist Sayısı Dünya Sıralaması (Milyon Kişi)

Sıralama	Ülkeler	2017	2016	2015
1.	FRANSA	86.9	82.6	84.5
2.	İSPANYA	81.8	75.3	68.2
3.	A.B.D	76.9	76.4	77.8
4.	ÇİN	60.7	59.3	59.9
5.	İTALYA	58.3	52.4	50.7
6.	MEKSİKA	39.3	35.1	32.1
7.	İNGİLTERE	37.7	35.8	34.4
8.	TÜRKİYE	37.6	30.3	39.5
9.	ALMANYA	37.5	35.6	35.0
10.	TAYLAND	35.4	32.5	29.9
11.	AVUSTURYA	29.5	28.1	26.7
12.	JAPONYA	28.7	24.0	19.7
13.	HONG KONG	27.9	26.6	26.7
14.	YUNANİSTAN	27.2	24.8	23.6
15.	MALEZYA	25.9	26.8	25.7

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı

Dünya sıralamasında en çok turist ağırlayan ilk 15 ülke Çizelge 4'de verilmiştir. Çizelge, 2015- 2017 yıllarına ilişkin verileri içermektedir. Günümüzde turizm, ülkeler açısından en önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, ülkelerin tanıtılmasında, geniş kitlelere ulaşmasında önemli bir rol oynarken, ekonomik kalkınma anlamında da büyük bir paya sahiptir. Çizelgeden elde edilen verilere göre 2017 yılında en çok ziyaretçi çeken ülke 86,9 milyon turist ile Fransa olurken onu, 81,8 milyonla İspanya, 76,9 milyonla ABD izlemiştir. Türkiye ise bu sıralamada 37,6 milyon turist ile 8. sırada yerini almıştır. Türkiye'yi 37,5 milyonla Almanya ve 35,4 milyon turistle Tayland izlemiştir. 2015-2017 arası döneme bakıldığında, listenin ilk sırasında yer alan Fransa'nın 2016 ve 2015 yıllarında da lider konumda olduğu gözlemlenmiştir. Bu yıllarda ise İspanya 3, ABD ise 2. sırada yer almıştır.

Çizelge 5. Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Dünya Sıralaması (Milyar \$)

Sıralama	Ülkeler	2017	2016	2015
1.	A.B.D	210.7	206.9	206.9
2.	İSPANYA	68.1	60.5	56.6
3.	FRANSA	60.7	54.5	58.3
4.	TAYLAND	57.5	48.8	44.9
5.	İNGİLTERE	49.0	47.9	50.2
6.	İTALYA	44.2	40.2	39.4
7.	AVUSTRALYA	41.7	37.0	34.2
8.	ALMANYA	39.8	37.5	36.9
9.	MACAO	35.6	30.4	31.0
10.	JAPONYA	34.1	30.7	25.0
11.	HONG KONG	33.3	32.8	36.2
12.	ÇİN	32.6	44.4	45.0
13.	HİNDİSTAN	27.4	22.4	21.0
14.	TÜRKİYE	22.5	18.7	26.6
15.	MEKSİKA	21.3	19.6	17.7

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı

Çizelge 5’de dünyada turizm faaliyetlerinden en çok gelir elde eden ilk 15 ülkeye yer verilmiştir. Veriler 2015-2017 yılları arası turizm gelirlerini içermektedir. Elde edilen bu verilere göre; 2017 yılında 210,7 milyar dolar gelir elde eden ABD, diğer ülkelerden açık ara farkla birinci sırada yer almıştır. Bunu 68,1 milyar dolar ile İspanya ve 60,7 milyar dolar gelir ile Fransa izlemiştir. Çizelgedeki son 3 yıla bakıldığında ABD’nin geçmişten günümüze liderliğini sürdürdüğünü söylemek mümkündür. 2015 yılında üçüncü konumda olan İspanya ise son iki yılda Fransa’nın önüne geçerek ikinci sıraya yerleşmiştir.

İlginçtir ki en çok turist ağırlayan ülkeler arasında dünya sıralamasında üçüncü konumda olan ABD, elde edilen gelir bakımından tüm ülkelerin önüne geçerek birinci sırada yer almaktadır. Türkiye için de aynı örneği vermek mümkündür. Dünya sıralamasında en çok turist ağırlayan ülkeler arasında 8. sırada yer alan Türkiye, elde edilen turizm gelirleri açısından değerlendirildiğinde 22,5 milyar dolar ile 14. sırada yer almaktadır. Buradaki temel sorun turizm sektörü paylarının normal olarak dağılmamasıdır. Buna bağlı olarak ülkelerin turist sayıları ile turizmden elde etmiş oldukları gelir arasında doğrusal olmayan sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Bozkurt ve diğerlerinin (2015) yapmış oldukları çalışmada, bu durumun

turist profiline, turistlerin gelir durumuna, turizm ve turist çeşitliliği ile kayıt dışı ekonominin boyutuna bağlı olduğunu savunmuşlardır.

2.1.5. Türkiye’de Turizmin Gelişimi & Turizm İstatistikleri

Türkiye, gerek misafirperverliği, ılıman iklimi, uzun ve çekici kıyı şeridi, gerekse eşsiz tarihi, doğal güzellikleri ve sürekli gelişim gösteren altyapısıyla, turizm sektöründe gelişmiş ülkelerden biri olma yolunda ilerleme kaydetmektedir. UNWTO 2019 raporundaki verilere göre ilk 15 ülkenin arasında Türkiye’nin 8. sırada yer alması bu durumu destekler niteliktedir.

Son dönemlerde turizm sektörü, Türkiye ekonomisinin kalkınmasında önemli rol oynayan sektörlerden biri haline gelmiştir. Günümüzde turizm gelirleri, ülkeye gelen ziyaretçi sayıları açısından değerlendirildiğinde Türkiye’nin, dünyada ilk 15 ülke arasında yer aldığı görülmektedir.

Uluslararası turizmin sürekli olarak gelişmesi, ülkelerin bu devamlı büyüyen ve gelişen sektöre ilgi duymasına neden olmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin bu pastadan pay almak için uluslararası turizm sektörüne ilgi duymasının nedenleri;

- Turizmdeki talebin sürekli olarak artması
- Turizmdeki döviz darboğazı sorunlarına çözüm getirmesi
- Turizm sektöründeki gelişim maliyetlerinin düşük olması
- Turizm kavramı, turizm işletmeleri tarafından bir pazarlama ögesi olarak kullanılması ve maliyetleri düşürdüğü ölçüde benimsenmesi
- Turizmin diğer sektörlerle göre ekonomik kısıtlamalardan, tarife ve kotalardan daha az şekilde etkilenmesi

olarak sıralanabilir.

Dünyadaki turizm faaliyetleri hızla gelişirken, Türkiye’de buna paralel olarak gerek ekonomi bazında gerekse mikro bazda turizm sektöründe hızlı bir gelişim göstermiştir. Turizmin milli gelir içerisindeki payının artması, turistik amaçlı yapılan yatırımlardaki artış, turizmin istihdama önemli ölçüde katkı sağlaması, ödemeler

denmesine olumlu etkisi ve yabancı sermayeyi ülkeye çekmesi turizm sektörünün önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir (Dilber, 2007).

Aşağıda yer alan Çizelge 6'da, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin ziyaret nedenleri yüzdesel olarak ifade edilmiştir. Veriler 2014-2018 dönemlerine ilişkin olup Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB) resmi sayfasından elde edilmiştir. Çizelgeye genel olarak bakıldığında, ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğunun gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla geldikleri görülmektedir. 1990 yılında Türkiye'yi ziyaret eden toplam ziyaretçi sayısı 5,3 milyon iken bu rakam 2000 yılında 10,4 milyon, 2010 yılında ise 28,6 milyona ulaşmıştır. Bu durum turizm faaliyetlerine katılımın her geçen yıl daha da arttığının bir göstergesidir. 2014 yılı verilerine bakıldığında toplamda 36,8 milyon yabancı ziyaretçinin turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere Türkiye'yi tercih ettiği gözlemlenmektedir. Bu rakamın %57,72'si gezi, eğlence, sportif ve kültürel, %14,4'ü akraba ve arkadaş ziyaretleri, %0,43'ü eğitim ve staj, %1'i sağlık, %0,20'si dini, %2,56'sı alışveriş, %0,09'u yalnızca transit, %5,59'u iş, %2,56 ise diğer amaçlar için seyahat etkinliklerine katılmıştır. Beraberinde giden turist profiline bir anlamda kişiye refakat eden, refakatçi denilmektedir. Bu amaçla turizm faaliyetlerine katılanların oranı ise %15,41'dir. 2016 yılına bakıldığında, gezi eğlence, sportif ve kültürel amaçlı faaliyetlerin oranında bir yıl öncekine kıyasla düşüş gerçekleşmiştir. Aynı dönemde akraba ve arkadaş ziyaretleri amacıyla yapılan turizm hareketliliğinde ise %7,03 oranında artış saptanmıştır. 2018 yılında yaklaşık olarak 39,5 milyon yabancı ziyaretçi turizm faaliyetlerine katılmıştır. Bunun yarısından fazlasını gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amacıyla gelen turistler oluşturmaktadır. Geçmiş yıllara oranla eğitim, staj ve dini amaçlı yapılan seyahatlerin oranında düşüş yaşanırken, sağlık ve alışveriş amacıyla yapılan seyahatlerin oranında artış olduğunu söylemek mümkündür.

Çizelge 6. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ziyaret Nedenleri

	2014	2015	2016	2017	2018
Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel	57,72	58,19	48,74	50,21	55,57
Akraba, Arkadaş Ziyaretleri	14,44	15,39	22,42	21,85	17,64
Eğitim, Staj	0,43	0,35	0,32	0,27	0,25
Sağlık	1,00	0,87	1,20	1,12	1,21
Dini	0,20	0,18	0,15	0,07	0,06
Alışveriş	2,56	2,76	3,95	3,90	3,14
Transit	0,09	0,10	0,09	0,05	0,12
İş Amaçlı	5,59	5,32	5,77	4,61	4,17
Diğer	2,56	2,98	3,93	3,46	2,67
Beraberinde Giden	15,41	13,87	13,43	14,46	15,16
Toplam	%100	%100	%100	%100	%100

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Türkiye'ye gelen turistlerin 2003-2018 yılları arası kullanmış oldukları ulaşım türleri Çizelge 7'de yüzdesel olarak verilmiştir. Elde edilen verilere göre Hava yolu ulaşımı diğer ulaşım türlerine göre daha çok, demir yolu ulaşımının ise diğer ulaşım türlerine nazaran daha az tercih edildiği görülmektedir. 2003 yılında toplamda 14 milyon olan turistin %71,85'i hava yolu, %20,63'ü kara yolu, %0,45'i demir yolu, % 7,07'si ise deniz yolu ulaşımını tercih etmiştir. 2018 yılında hava yolu ve kara yolu ile seyahat edenlerin sayısında 2003 yılına göre bir artış gözlemlenirken, deniz yolu ve demir yolu ile seyahat edenlerin sayılarında ciddi anlamda bir düşüş yaşanmıştır.

Çizelge 7. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Kullandıkları Ulaşım Türleri

Yıllar	Hava Yolu	Kara Yolu	Demir Yolu	Deniz Yolu	Toplam
2003	71,85	20,63	0,45	7,07	% 100
2004	71,79	21,22	0,42	6,58	% 100
2005	70,91	22,46	0,38	6,25	% 100
2006	71,06	21,22	0,36	7,35	% 100
2007	72,01	20,23	0,29	7,47	% 100
2008	71,53	20,46	0,27	7,74	% 100
2009	70,02	22,27	0,26	7,46	% 100
2010	68,30	24,27	0,23	7,20	% 100
2011	69,27	22,24	0,17	8,23	% 100
2012	72,12	19,95	0,09	7,84	% 100
2013	71,25	21,28	0,08	7,39	% 100
2014	72,74	20,56	0,07	6,64	% 100
2015	73,96	19,60	0,05	6,39	% 100
2016	70,15	26,24	0,02	3,59	% 100
2017	72,32	25,25	0,03	2,39	% 100
2018	76,15	21,31	0,04	2,50	% 100

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı

Çizelge 8. Yıllara Göre Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı

Yıllar	I. Çeyrek	II. Çeyrek	III. Çeyrek	IV. Çeyrek	Toplam
2003	1.344.898	3.326.548	6.280.333	3.077.779	14.029.558
2004	1.925.655	4.801.835	7.208.959	3.580.459	17.516.908
2005	2.504.460	6.053.565	8.544.066	4.022.795	21.124.886
2006	2.215.794	5.660.359	8.282.690	3.660.990	19.819.833
2007	2.601.433	6.582.675	9.807.497	4.349.306	23.340.911
2008	2.984.565	7.702.299	10.827.944	4.821.869	26.336.677
2009	2.858.473	7.732.158	11.239.407	5.247.076	27.077.114
2010	3.178.438	8.392.989	11.563.774	5.497.003	28.632.204
2011	3.673.010	9.354.484	12.597.804	5.830.778	31.456.076
2012	3.439.745	9.284.233	13.033.006	6.025.848	31.782.832
2013	4.214.348	10.335.173	13.805.643	6.554.934	34.910.098
2014	4.350.979	10.887.242	14.850.281	6.749.398	36.837.900
2015	4.530.224	10.364.530	14.863.339	6.486.539	36.244.632
2016	4.063.477	6.676.749	9.506.602	5.105.385	25.352.213
2017	3.802.314	8.447.135	13.811.054	6.349.531	32.410.034
2018	5.128.406	10.839.595	15.847.951	7.672.449	39.488.401

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Çizelge 8’de yıllara ve aylara göre Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayıları verilmiştir. Veriler 2003-2018 dönemine ilişkin olup yazar tarafından derlenmiştir. Veriler aylık olarak değil, çeyrekler halinde hazırlanmıştır. Her bir çeyrek 3 ayın toplamını ifade etmektedir. Genel olarak bakıldığında, bazı dönemler haricinde Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında düzenli olarak artış gözlemlenmiştir. Şöyle ki 2003 yılında 14 milyon olan toplam yabancı ziyaretçi sayısı, 2018 yılına gelindiğinde 39,4 milyon kişiye ulaşmıştır.

Birçok faktör kişilerin turizm faaliyetlerine katılmalarına sebep olabilmektedir. Kişilerin dini inançları, bir bölgeye veya o bölgenin insanına, kültürüne duyulan merak duygusu, eğitim ve öğretim, kişilerin doğdukları toprakları gezip görme arzusu veya ülkelerin yapmış oldukları tanıtım ve reklam, yürütmüş oldukları propaganda birçok kitlenin ilgisini çekmekte ve o bölgeye ziyaret etmesi konusunda vesile olmaktadır. Turizm ülkeler açısından oldukça hassas bir sektör olarak nitelendirilmektedir. Nitekim turizm, ülkelerin dış ve iç politikalarında yaratmış oldukları siyasi gerilimler, terör olayları, çevre coğrafyalarındaki gelişmeler ve ülkenin mevcut ekonomik durumları gibi sebeplerden ciddi anlamda

etkilenmektedir. Bu ve bunun gibi birçok faktör turist sayısı ve turizm gelirlerindeki düşüğe neden olabilmektedir.

Bu durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde bazı dönemlerde gelen turist sayısındaki artışlarda bir önceki yıla göre düşüşler gözlemlenmektedir. Örneğin 2005 yılında 21,1 milyon olan turist sayısı, 2006 yılında %6,1 oranında azalarak 19,8 milyona gerilemiştir. Bu duruma 2006 yılında Danimarka’da yaşanan müslümanlara yönelik yapılan karikatür krizi sonucunda müslümanların duruma tepki göstermesi ve Avrupa’da müslümanlara yönelik oluşan algı turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir. Bunun yanı sıra 2006 yılında Antalya’da ve Marmaris’te yaşanan bombalı eylemler, kuş gribi salgını ve ekonomik kriz gibi nedenlerden dolayı Türkiye’ye gelen turist sayısında azalma görülmüştür (Dilek ve Kulakoğlu Dilek, 2017). 2008 yılında küresel ekonomik krizin başlamasıyla birlikte genel olarak dünyadaki toplam turist hareketliliğinde bir takım değişiklikler yaşanmıştır. 2008 yılında 922 milyon olan turist sayısı, 2009 yılında 880 milyona gerileyerek %4,5 oranında daralma gerçekleşmiştir. Buna karşılık Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısında artış olsa da 2007 ve 2008 yılı artış rakamlarına göre oldukça düşük kalmıştır. Yavaşta olsa ilerleme gösteren bu artış 2011 yılına kadar devam etmiştir. 2011 yılında gerçekleşen Suriye iç savaşı, 2012 yılında Avrupa’nın birçok yerinde gerçekleştirilen yerel seçimler ve Türkiye-Suriye arasında yaşanan siyasi gerginlikler, gelen turist sayısını olumsuz yönde etkilemiştir (Dilek ve Kulakoğlu Dilek, 2017). 2012 yılında 31,7 milyon olan turist sayısı 2014 yılında 36,7 milyona yükselmiştir. 2015 yılında dünyada ve Türkiye’de gerçekleşen terör olayları, Rusya ile Türkiye arasında yaşanan siyasi krizler sonucunda 2016 yılında Türkiye’ye gelen toplam ziyaretçi sayısında ciddi oranda bir düşüş gözlemlenmiştir. Nitekim 2015 yılında 36,2 milyon olarak hesaplanan turist sayısı %30,1 oranında azalarak 25,3 milyona gerilemiştir. Rusya ile olan krizin çözülmesinin ardından turist sayısı 2017 yılında tekrardan 32,4 milyona yükselmiştir. 2018 yılına kadar olan süreçte bazı terör olayları ve politik sorunlar devam etse de geçmiş yıllara oranla ülkeye gelen toplam turist sayısında sürekli olarak bir artış gözlemlenmiştir. 2018 yılında bu rakam %21,6 oranında artarak 39,4 milyon seviyesine ulaşmıştır.

Çizelge 9. Yıllara Göre Elde Edilen Turizm Gelirleri

Yıllar	Turizm Geliri	Ortalama Harcama	Turizm Gelirinin GSYİH İçindeki Payı (%)
	(1000\$)	(\$)	
2003	13.854.866	850	4,4
2004	17.076.607	843	4,2
2005	20.322.111	842	4,1
2006	18.593.951	803	3,4
2007	20.942.500	770	3,1
2008	25.415.067	820	3,3
2009	25.064.482	783	3,9
2010	24.930.997	755	3,2
2011	28.115.692	778	3,4
2012	29.007.003	795	3,3
2013	32.308.991	824	3,4
2014	34.305.903	828	3,7
2015	31.464.777	756	3,7
2016	22.107.440	705	2,6
2017	26.283.656	681	3,1
2018	29.512.926	647	3,8

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği

Özellikle 1980 yıllarından sonra Türkiye turizmi büyük ölçüde bir atılım göstermiş, ülkenin sosyal ve ekonomik anlamda kalkınmasında önemli bir rol üstlenmiştir. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra Türkiye ithal ikameci politikayı bir kenara bırakıp, ihracata yönelik sanayileşme stratejisine yönelmiştir. İhracat odaklı politikayı ve serbest piyasa ekonomisinin temel prensibi olarak benimseyen Türkiye turizm sektörü; etkili, kolay, verimli ve nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmüştür (Çoban ve Özcan, 2013). 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı “Turizm Teşvik Kanunu” ile turizmin, Türkiye ekonomisindeki hızlı yükselişi sağlanmıştır. Ayrıca sektöre yapılan yatırım teşvikleri ve mali desteğin yeri oldukça önemlidir (Tosun, 1999; Seckelmann, 2002, s. 85-92).

24 Ocak 1980 yılı sonrasında Türkiye turizm sektöründe önemli atılımlar gerçekleşmiştir. 1980’li yıllarda turizm sektörü Türkiye’de el üstünde tutulan, popüler bir sektör halini almıştır. Turizmde yaşanan bu gelişimin Türkiye açısından sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri oldukça önemlidir. 1980 yılından günümüze kadar uzanan süreçte turizm, hem turist sayısı hem de turizm gelirleri açısından önemli sayılabilecek oranda artışlar göstermiştir (Çoban ve Özcan, 2013).

Çizelge 9’da yıllara göre Türkiye’nin turizmden elde ettiği gelir, gelen turistlerin kişi başına düşen ortalama harcama tutarı ve turizm gelirlerinin gayrisafi yurt içi hasıla içerisindeki payı yer almaktadır. Veriler 2003-2018 dönemini içermektedir. Türkiye’de 2003 yılından bu yana gelen turist sayısına bakıldığında yıllar itibariyle sürekli olarak bir artış olduğunu söylemek mümkündür. Gelen turistlerden elde edilen gelirlerin de turist sayısına paralel olarak arttığı söylenebilir. Şöyle ki; 2003 yılında 14 milyon ziyaretçiden yaklaşık olarak 13,8 milyar dolar olan toplam turizm geliri, 2018 yılına gelindiğinde ise 39,4 milyon ziyaretçiden 29,5 milyar dolar gelir elde edildiği görülmektedir. Bu kısımda ortalama harcama etkeni oldukça önemlidir. Çizelgeye genel anlamda bakıldığında ortalama harcamaların 647 ila 850 dolar aralığında olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca yıllara göre bakıldığında bazı dönemlerde toplam turizm gelirlerinin artmasına rağmen ortalama harcamada düşüş olduğu görülmüştür. Bu durum o dönemlerde turist sayısında bir artış yaşanmasının, ancak gelen turistlerin önceki yıllara nazaran daha az düzeyde harcama yaptıklarının göstergesidir. Elde edilen verilere göre karşılaştırmalı bir analiz yapıldığında gelen turist profilinin daha az para harcayan veya gelir düzeyi düşük ülkelerden gelen turistler olduğu sonucuna ulaşılabılır. Son 16 yıla bakıldığında, turizmden elde edilen gelir yıllara oranla bazı dönemler haricinde sürekli olarak yükselmiştir. Çizelgede yer alan turizm gelirlerindeki en ciddi kırılma 2016 yılında gerçekleşmiştir. Türkiye 2016 yılında gelen turist anlamında %30,1 oranında turist kaybı yaşamıştır. Bu durum aynı zamanda toplam turizm gelirlerini de olumsuz yönde etkilemiştir. Şöyle ki 2015 yılında 31,4 milyar dolar olan turizm geliri, 2016 yılına gelindiğinde %29,7 oranında azalarak 22,1 milyar dolara gerilemiştir. Sonraki yıllarda turist sayısında bir artış gözlemlenmiş olsa da bu durum turizm gelirlerine aynı etkide bir artış sağlamamıştır. Ortalama harcamanın 850 dolardan 647 dolar seviyelerine kadar düşmüş olması bir bakıma bu durumu açıklar niteliktedir. Turizm gelirlerinin gayrisafi yurt içi hasıla içindeki payı ise yıllara göre değişiklik göstermektedir. 2003 yılında %4,4 olan bu oran zamanla düşerek 2018 yılında %3,8 seviyesine gerilemiştir.

Çizelge 10. Milliyetlerine Göre Türkiye'yi Ziyaret Eden İlk 5 Ülke

2010		2011		2012		
Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	
1	Almanya	4.385.263	Almanya	4.826.315	Almanya	5.028.746
2	Rusya	3.107.043	Rusya	3.468.214	Rusya	3.599.925
3	İngiltere	2.673.605	İngiltere	2.582.054	İngiltere	2.456.519
4	İran	1.885.097	İran	1.879.304	Bulgaristan	1.492.073
5	Bulgaristan	1.433.970	Bulgaristan	1.491.561	Gürcistan	1.404.882
2013		2014		2015		
Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	
1	Almanya	5.028.745	Almanya	5.250.036	Almanya	5.580.792
2	Rusya	3.599.925	Rusya	4.479.049	Rusya	3.649.003
3	İngiltere	2.456.519	İngiltere	2.600.360	İngiltere	2.512.139
4	Gürcistan	1.404.882	Gürcistan	1.755.289	Gürcistan	1.911.832
5	Bulgaristan	1.492.073	Bulgaristan	1.693.591	Bulgaristan	1.821.480
2016		2017		2018		
Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	Milliyetler	Ziyaretçi	
1	Almanya	3.890.074	Rusya	4.715.438	Rusya	5.964.613
2	Gürcistan	2.206.266	Almanya	3.584.653	Almanya	4.512.360
3	İngiltere	1.711.481	İran	2.501.948	Bulgaristan	2.386.885
4	Bulgaristan	1.690.766	Gürcistan	2.438.730	İngiltere	2.254.871
5	İran	1.665.160	Bulgaristan	1.852.867	Gürcistan	2.069.392

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Çizelge 10'da milliyetlerine göre Türkiye'yi ziyaret eden ilk 5 ülke ve bu ülkeye ait vatandaş sayıları yer almaktadır. Veriler 2010–2018 yılı aralığını içermektedir. Veriler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı resmi sayfasından o dönemlere ait yıllık raporlardan derlenerek hazırlanmıştır. Elde edilen verilere göre 2010'dan 2016 yılına kadar olan süreçte Türkiye'ye en çok turist Almanya'dan gelmiştir. Almanya'yı Rusya ve İngiltere takip etmiştir. Bu durum 2016 yılından sonra değişerek son iki yılda yerini Rusya'ya bırakmıştır. Çizelgede dikkat edilmesi gereken hususlardan biri de her yıl gelen Rusya'dan gelen turistlerin 2016 yılı verilerinde ilk 5 içerisinde yer almaması ve İran'ı birkaç yıl sonra tekrardan bu çizelgede ilk 5'in içine girmesidir. Bu durum 2015 yılında Rusya uçağının Suriye sınırında Türkiye tarafından düşürülmesi sonucunda Rusya'nın en önemli tur operatörlerinden olan Pegas Touristik, Natalie Tours, Biblio Globus ve Tez Tour'un Türkiye'ye olan paket turlarının iptal edeceğini duyurması, Rusya'dan gelen turistlerin sayısında ciddi oranda bir azalma olmasına neden olmuştur (Dilek ve Kulakoğlu Dilek, 2017). Türkiye'ye gelen turist sayılarının milliyetlerine göre

sıralanmasına bakıldığında, Ocak-Ekim ayları arasındaki dönemde en fazla yaşanan düşüş %19,2 ile Rusya'dan olmuştur (TURSAB, 2015). 2016 yılı Rusya ile Türkiye arasındaki uçak krizinin olumlu bir şekilde sonuçlanmasıyla birlikte Rusya'dan gelen turist sayısında ciddi oranda bir artış gerçekleşmiştir. 2017 yılında İngiltere bu çizelgede yer alamamış yerini Rusya'ya bırakmıştır. Ayrıca çizelgede ilk defa Almanya'nın üzerinde ilk sırada yerini almıştır. 2018 yılına bakıldığında ise Rusya'nın liderliğini koruduğu ve bunu Almanya'nın ve Bulgaristan'ın izlediği görülmektedir.

2.2. Ekonomi ve Turizm

Geçmişten günümüze kadar olan süreçte sosyal bilimlerin bir dalı olan ekonomiye ait çeşitli tanımlar yapılmaktadır (Demirgil, 1997 s. 352). Yapılan bu çeşitli tanımlara göre;

“Ekonomi, para kullanılarak ya da kullanılmadan insanlar arasında değişim işlemlerine neden olan faaliyetlerin incelenmesidir.”

“Ekonomi, kişilerin çeşitli mal ve hizmetler üreterek bunları tüketmek üzere toplumun farklı kesimlerine bölüştürmek için, kıt ya da sınırlı üretim kaynaklarının hangi biçimde kullanılacağını sorgulayan bir bilim dalıdır.”

“Ekonomi, insanların tüketim ve üretim etkinliklerini nasıl düzenlediğini araştıran bir bilim dalıdır.”

Ekonomi, kıt ve sınırlı olan kaynaklar ile sınırsız insan ihtiyaçlarının olduğu bir dünyada buna bağlı olarak ortaya çıkan ekonomik sorunların tartışıldığı bir çağda, bu sorunlara inandırma özelliği taşıyan ve tutarlı cevaplar bulma ihtiyacı ile ortaya çıkan sosyal bilim dalıdır. Bu bilim dalının ortaya çıkış amaçlarından biri, insanların sonsuz ihtiyaçlarına karşılık olarak, mevcut kaynakların kıt ve sınırlı sayıda olması ve bu kaynaklarla farklı özelliklere sahip toplumların çeşitli ihtiyaçlarının bir kısmını veya diğer ihtiyaçlarını karşılamada alternatif imkanların bulunmasıdır. Şöyle ki yeryüzündeki kaynakların kıt olması, insanların ihtiyaçları doğrultusunda tercih

yapmaya zorlamasına, yapılan bu tercihlerin ise kimler tarafından ve nasıl yapıldığı kısmı, ekonomi biliminin doğmasına vesile olmuştur (Çeken, 2016).

Ekonomi bilimi toplumların neyi, nasıl, ne şekilde ve kim tarafından üretileceğini kısımlarını inceleyen sosyal bir alandır. Buna bağlı olarak ekonomi, kıt kaynaklar ile kişilerin sonsuz gereksinimlerini karşılamaya çalışması olarak tanımlanabilmektedir (Karalar ve Reay, 1985). Daha geniş kapsamda bakıldığında ekonomi, sonsuz düzeydeki insan gereksinimlerini mümkün olduğu kadar en üst seviyede karşılamak amacıyla sınırlı kaynakların kullanılarak çeşitli üretim kanallarına aktarılması ve bundan elde edilen ürün ve hizmetlerin çeşitli tüketim kanallarına aktarılması esnasında oluşan insan davranışlarına hakim olan yasa ve ilkeleri inceleyen sosyal bir bilim dalı olarak tanımlanabilmektedir (Çeken, 2016).

Yukarıda yapılan tüm bu tanımlarda yer alan değişim, para, hizmet, mal, tüketim, üretim ve kaynak gibi kavramların ortak bulunduğu nokta ihtiyaçtır. Çünkü ihtiyacın olmadığı bir ortam hayal edildiğinde, ekonomiyi ve turizm ekonomisini üzerinde düşünmeye gerek kalmayacaktır. Ancak yaşam son bulduğunda veya kaynakların sonsuz seviyede olduğu durumlarda ihtiyaç kavramı ortadan kalkabilmektedir. Fakat insanlar var oldukları, yaşadıkları sürece çeşitli mal ve hizmetlere sahip olmak isteyeceklerdir. Üstelik kaynaklar sonsuz değil, kısıtlıdır. Bu yüzden mevcut kaynakların dağılmasında, bölüştürülmesinde, üretimi ve tüketimi esnasındaki sorunların şiddeti açısından bir değişiklik yaşansa bile bu durum hep devam edecektir (Yağcı, 2007). İhtiyaç kavramı ise karşılandığında insana mutluluk, karşılanmadığında ise insana hüznü veren bir duygu olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda ihtiyaç kavramı, ekonomi biliminin varlık gerekçesi olduğu söylenilebilir (Parasız, 1996).

2.2.1. Ekonomik Etkinlik Açısından Turizm

Turizm eyleminin tarihsel anlamda geçmişi oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Bu yüzden turizmin tanımı günümüzde dahi hala tam olarak açıklanamamakla birlikte sürekli olarak değişiklik göstermektedir. Turizm genel itibarıyla evlerinden ayrılan bireylerin bir noktadan diğer noktaya seyahatlerini

sağlayan, kolaylaştıran veya bunu daha eğlenceli bir hale getiren kişi veya etkinlikleri içermektedir. Turizm eyleminin öznesi konumundaki turist ise yaşadığı bölgeden uzaklaşarak başka bölgelere seyahat eden ve varmış olduğu bölgede bir süre konaklayan kişi olarak nitelendirilmektedir (Akyol, 2007, s. 67). Turizm ekonomisi de turizmin yaratmış olduğu ekonomik etkileri, turizme neden olan doğrudan veya dolaylı etkileri ve bunların boyutlarıyla ilgilenen bir alandır. Turizm ekonomisi ile ilgili tanım ve analizler birbirinden bir takım farklılıklar içermektedir. Bunun nedeni veri elde etmek için kullanılan farklı veri toplama yöntemleridir. Bu yüzden tanımlar sürekli olarak gelişmekte ve değişmektedir. Turizm sektörü birçok sektörle ilişki halindedir. Turizm kavramının tanımında ortak bir noktada buluşulamaması veya tanımının sürekli olarak değişmesi ve gelişmesinin nedeni farklı branşlarda çalışan araştırmacıların, turizmin kendi branşlarına yönelik özelliklerini ele alarak tanımlama çabasından kaynaklanmaktadır. Ekonomistler tarafından turizm bir “ekonomik faaliyet” veya “endüstri” olarak nitelendirilirken, pazarlamacılar tarafından turizm “pazar” olarak nitelendirilmektedir. Çevre bilimciler turizmin çevresel etkileri konusunda yoğunlaşırken, toplum bilimciler ise “insan davranışları” konusunu ele almaktadır (İçöz, 2005, s. 1). Turizmin ekonomik boyutu ile ilgili kısımlara çalışmanın bu bölümünde değinilecektir. Turizmin toplumsal boyutu ise ayrı bir çalışma konusudur.

Turizm kavramı birçok farklı açıdan ele alınabilir. Genel olarak bakıldığında turizm bireylerin iş veya tatil amacıyla evlerinden ayrılarak başka bir lokasyona seyahat etmeleri şeklinde tanımlanabilmektedir. Turizm arz boyutu açısından değerlendirildiğinde turistlerin seyahatleri süresince ihtiyaç duydukları ürün ve hizmetleri sağlayan bir alandır. Bireylerin seyahatlerinden doğan tüm harcamaları içermektedir. Turizm; hava yolu, kara yolu, demir yolu, araç kiralama şirketleri, seyahat pazarlama işletmeleri, konaklama işletmeleri, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi işletmeleri içeren bir kısmı büyük ölçekli olsa da çoğunluğu küçük ölçekli işletmelerden oluşan bir etkinliktir. Bunların dışında; karşılama hizmetleri, ticari kamplar, akaryakıt istasyonları, yiyecek ve içecek temin edilebilecek mağazalar ve diğer perakende mağazaları yukarıdaki örneklere ek olarak turistlere hizmet veren ünitelerdir. Tarihsel bir geçmişe sahip olan turizm, işletmecilik ve sosyolojik açıdan

belirli bir birikime sahip, milyonlarca değişimin yaşandığı ve milyonlarca insanın kendini turizmin bir parçası olarak hissettiği sosyo-ekonomik bir durum veya etkinlik olarak ifade edilmektedir (İçöz, 2005, s. 2).

Günümüzde bazı sözlükler turizmi; turistleri “zevk, eğlence, merak ya da yapacak daha iyi bir şeyleri olmadığı için seyahat eden kişiler” olarak nitelendirmiş ve 19. yüzyıl sözlüklerinden ayırt edici bir tanımlama yapamamıştır. Webster sözlüğü ise turizmi eğlence, boş zamanı değerlendirme amacıyla yapılan seyahatler olarak yorumlamış ve “turistlerin yönetiminin rehberliği”, “gezi faaliyetlerinin teşvik edilmesi”, “turistler için konaklama olanaklarının sağlanması” şeklinde tanımlamıştır (Lundberg vd., 1995, s. 5). Birçok turizm kavramında yer alan konaklama zorunluluğu ve bazı hükümetler tarafından tanıma ek olarak, kat edilen asgari mesafe sınırı gibi koşulların üzerinde durulmasının sebebi bir bakıma bu yapılacak harcamalar ile ekonomik bir sonuç ortaya koymaktır. Fakat sonuç olarak turizm ve turist kavramları ile ilgili herhangi bir görüş birliğine rastlanılmamıştır. Tanım yetersizliğinden dolayı hangi ekonomik etkinliklerin turizm faaliyetleri sonucunda oluştuğunu saptamak oldukça zordur. 1900’lü dönemlerde turizm, Avrupa’nın bazı kesimlerinde önemli bir uluslararası ticaret öğesi durumuna gelmiştir. Şöyle ki Birinci Dünya Savaşı’ndan önce İsviçre’ye her yıl yaklaşık olarak yarım milyon turist ziyaret etmiştir. 1929 yılı sonrası dönemde düzenli olarak her yıl 2 milyon turist Avusturya’ya, 1.2 milyon turistin ise İtalya’ya geldiği söylenmektedir (Burkart ve Medlik 1974, s. 70).

Uluslararası Resmi Seyahat Organizasyonları Birliği (IUOTO), dünya üzerinde ilk olarak uluslararası seyahat istatistiklerini derlemiştir. Yapılan bu çalışma bazı ülkelerin o ülkeye ait gelen turist sayısı ve harcamalarını içeren Turist İstatistikleri Derlemesi (Digest of Tourist Statistics) isimli yayındır. Daha sonra sürekli olarak bu istatistiksel yöntemler üzerinde çalışma, geliştirme ve çeşitli öneriler sunma amacıyla IUOTO araştırma komitesi kurulmuştur.

Bireyler çeşitli amaçlardan dolayı seyahate çıkmaktadır. Bu bireylerin seyahatleri esnasında ihtiyaç duyabilecekleri ürün ve hizmetlerin sağlanması adına bir ülke ekonomisinde birçok farklı iş sahası turizm ile yakından ilişkilendirilmektedir.

Tüm bu ilişki içerisinde olan iş sahaları arasında en önemlisi konaklama ve ulaşım ile ilgili alanlardır. Bireylerin yapacakları seyahatleri planlayan seyahat acentaları, tur operatörleri ve bireylere eğlence olanağı sağlayan cazibe merkezleri diğer önemli alanlardan yalnızca birkaçıdır. Bunların dışındaki iş alanları da turizm ile koordineli olarak çalışmaktadır. Restoranların o bölge insanının dışında turistlere de hizmet sağlaması buna örnek olarak gösterilebilir (İçöz, 2005, s. 4).

Turizm sektörü oldukça farklı iş sahalarından oluşan bir endüstridir. Ayrıca bu endüstri içerisinde sayısız küçük ölçekli işletmeler yer almaktadır. Bu endüstrideki iş sahalarında bazı işletmeler çapraz sahiplik, yönetim anlaşmaları veya franchising anlaşmaları ile büyüme çabası içerisine girmekte, küçük ölçekli işletmeden, büyük ölçekli işletme statüsüne erişmektedir. Bazı hava yolu işletmelerinin Avrupa'da faaliyet gösteren bazı tur şirketlerinin bir kısmını veya tamamını satın alarak kendi iş sahasını büyütmesi veya bazı hava yolu işletmelerinin aynı zamanda farklı bölgelerde zincir otellere sahip olması bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Birden fazla farklı alanlara yatırım yapmış olan British Airways bu konuda verilebilecek en iyi örneklerden biridir. Şöyle ki British Airways Holidays Ltd., Atlas Holidays Ltd. ve British Airlines Ltd. gibi kuruluşların hepsi British Airways şirketine aittir (Lundberg vd., 1995, s. 7).

Turizm sektörünün ekonomik yönü, diğer iş alanlarıyla ilişkisi veya bir iş alanının turizm sektörüne dâhil olup olmadığını, eğer dâhil ise bunun ne ölçüde olduğunu tespit etmek amacıyla çeşitli çalışmalar hız kazanmıştır. Fakat bu durumu ölçmek oldukça zordur. Şöyle ki bir otomotiv sektörü turizm ile yakından ilişkisi olan bir sektördür. Ancak otomobil işletmelerinin yapmış oldukları toplam satışın ne kadarı turizm sektörü ile ilişkili, yani; turizm faaliyetleri gerçekleştirmek amacıyla firma tarafından kaç otomobil satışının gerçekleştiğini tespit etmek neredeyse mümkün değildir. Bu durum bir fotoğraf makinesi, bir güneş losyonu gibi turizme ekonomik açıdan doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlayan üretici işletmeler açısından da aynıdır. ABD'de yapılan araştırmalarda bir milyondan fazla iş alanının bir şekilde turizm ile bir bağlantısı, ilişkisi olduğu söylenmektedir. Bazı iş alanlarının turizm ile ilişkisi belirgin bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Örneğin bir uçak

üreticisi olan Boeing şirketi ve hava yolu işletmelerinin turizm ile ilişkisi net bir şekilde gözlemlenebilir. Bunun dışında büyük oteller ise turizm sektörü ile ilişkisi en bariz şekilde görülen bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerdir. Dünya üzerinde yer alan çok sayıda otel, motel, pansiyon, seyahat acentası gibi işletmeler ise yalnızca turistlere hizmet vermekle kalmayıp, aynı zamanda istihdam yaratmaktadır (İçöz, 2005, s. 5).

Turizm ekonomisine yönelik yapılan analizler, özel sektör veya kamu kuruluşları vasıtasıyla doğrudan veya dolaylı olarak toplanan veriler ile yapılmaktadır. Bu analizler tamamen toplanılan verilerin geçerliliği ve doğruluğuna bağlı olarak yapılmaktadır. Turizmin tanımında ve turizm verilerinin toplanmasında kullanılan örnekleme yöntemlerinde elde edilen verilerin hatalı olma olasılığı oldukça yüksektir. Turizm istatistikleri genel olarak turist sayılarını, turistlerin yapmış oldukları harcamaları ve turistlerin kaldıkları gün sayılarını içermektedir. Uluslararası ziyaretçilerin sayısı ve yapmış oldukları harcamalar ise ülkeler açısından oldukça önemli olduğundan dolayı iç turizmden ayrı bir şekilde değerlendirilir. Yapılan ekonomik analizler açısından özellikle turizm gelirlerinin tahmin edilmesi ve net bir şekilde ortaya koyulması amacıyla birçok farklı kurum ve kuruluşlar çeşitli araştırmalar yürütmektedir. Örneğin, ABD'nin California eyaletinde yer alan California Turizm Bürosu (The California Office of Tourism) o bölgenin turizm gelirlerini daha net bir şekilde ortaya koymak adına çok sayıda kişi ile çalışmaktadır. Uzmanların yapmış oldukları tahminler doğrultusunda California eyaletinin yılda 60 milyar dolardan fazla turizm geliri olduğu tahmin edilmesine rağmen Turizm Bürosu eyaletin bir numaralı sektörü olarak turizmi öne sürmekten çekinmektedir (Lundberg vd. 1995, s. 8). Çünkü daha önce de bahsedildiği gibi turizme ilişkin veriler, diğer sektör verilerinin içinde yer alabilmektedir. Örneğin otel işletmeleri turistlere hizmet vererek turizm sektörüne doğrudan katkı sağlamaktadır. Fakat o bölgede yer alan restoran ise turistlere hizmet verebildiği gibi o bölgenin yerel halkına da hizmet vermektedir. Hatta bazı dönemlerde restoranlara gelen yerel halk sayısı turist sayısından fazla olabilmektedir. Bununla birlikte eyalette yer alan akaryakıt istasyonlarında turistlere satılan petrol satışlarından elde edilen miktar da hesaplanamamıştır. Ayrıca turistlerin yiyecek mağazalarında yapmış oldukları

harcamaları tespit etmek ve bunu veri haline dönüştürmek oldukça zordur (İçöz, 2005, s. 5).

Turizm birçok sektör ve iş sahasına yayılmış bir yapıya sahiptir. Bu yüzden turizmin sahip olduğu önemin insanlar tarafından anlaşılması oldukça zor bir hale gelmektedir. Bu durum ayrıca turizm ekonomisinin tam olarak analiz edilmesini güçleştirmektedir.

2.2.2. Turizmin Ekonomi ile İlişkisi

Ekonomi üç temel sektörden oluşmaktadır. Bunlar; tarım, sanayi ve hizmetler sektörüdür. Bahsedilen her temel sektör de kendi içerisinde alt sektörler barındırmaktadır. Tüm sektörlerin dönemler içerisindeki üretim miktarları, ekonominin toplam üretim değerlerini vermektedir. GSMH, (Gayri Safi Milli Hasıla) o dönem içerisindeki tüm mal ve hizmet üretimlerini gösteren çizelgedir. Bu çizelge içerisinde temel sektörlerin yanı sıra alt sektörlerin üretim miktarlarına da yer verilmektedir (Yağcı, 2007, s.7).

Turizm, sosyo-ekonomik bir olaydır. Bireylerin boş zamanlarının ve tasarruflarının ne şekilde kullanacağına dair ekonomik kararlarla başlamaktadır. Aynı zamanda turizm, ulusal ve uluslararası hareketlilik oluşturan ekonomik bir aktivitedir. Tüketim, yatırım, istihdam, kamu gelirleri ve ihracat gibi ekonomik yönleri vardır. 1920'li yılların sonlarına doğru turizm, birçok ülke için önemi artan bir faaliyet niteliği kazanmıştır. Ülkelerin görülmeyen ihracat kalemi olarak nitelendirilen turizm, ülkeler açısından ödemeler dengesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Turizm bu anlamda ülke içinde perakende fiyatlarla üretilmiş olan ürün ve hizmet ihracatı olarak ifade edilmektedir. Bireylerin turizm faaliyetlerine katılmaya karar vermeden önce göz önünde bulundurması gereken önemli noktalardan biri ekonomi etkenidir. Bu mikroekonominin bir konusudur. Boş zamanın ne şekilde tüketileceği, gelirler ile ihtiyaçların ne doğrultuda ve nasıl karşılanacağını, boş zaman tüketiminden ne kadar gelir elde edileceğini ve turizm faaliyetlerinin alacağı şekil, ekonomik analiz konusunu oluşturmaktadır (Kozak vd., 2015, s. 15). Genel olarak bakıldığında toplumdaki bireylerin ne kadarının turizm

faaliyetlerine katılacağını, katılacak bireylerin kaçının konaklama hizmetlerinden faydalanacağını veya kaç gece konaklayacağını, bireylerin hangi ürün veya hizmetleri talep edeceklerini ve yapılacak harcamaların hangi bölgelere dağılacığı gibi konular ekonomi bilimini yakından ilgilendirmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2006, s. 20).

Turizm ekonomisi de dahil olmak üzere diğer tüm alanların ortak noktası ekonomi bilimine bağlıdır. Turizm ekonomisinde vurgulanması gereken üç temel nokta yer almaktadır. İlk olarak turizm dünya üzerinde ülkelerin ekonomileri açısından önemli bir rol oynayan ve giderek artan ilgiye sahip, ekonomik faaliyet alanı olarak nitelendirilmektedir. İkinci önemli nokta uzmanlaşmadır. Uzmanlaşma, Adam Smith ile birlikte, ekonomi biliminin de üzerinde durduğu önemli konulardan biridir. İçerisinde birçok alt dal barındıran turizm sektöründe de uzmanlaşma oldukça önemlidir. Turizm ekonomisi de turizm işletmeciliği, turizm pazarlaması, turizm sosyolojisi gibi birbirinden farklı olan fakat aynı zamanda birbirinin tamamlayıcısı rolü üstlenen bir alan olarak görülmelidir (Yağcı, 2007, s. 8).

Turizm ekonomisi hakkında yapılan çalışmalarda genel olarak aşağıda yer verilen başlıklar üzerinde durulmuştur (Eadington vd., 1991, s. 41-56), (Gray, 1982, s. 108), (Tisdell, 2000).

- Turizm talebi ve tahminlenmesi
- Turizm arzı ve sektörel özellikleri
- Kalkınma faaliyetleri üzerindeki etkileriyle turizm
- Hükümet, işletme ve kişi düzeyinde turizm kaynaklı gelir beklentisi ve gelirin ekonomiye dağılımı
- Uluslararası turizm ve turizmin karşılaştırmalı üstünlükleri
- Sürdürülebilirlik yaklaşımları çerçevesinde turizm

Yukarıdaki başlıklardan yola çıkarak, turizmin ekonomi içerisindeki yeri ve önemini incelemek amacıyla mikro ve makro analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Tüketici davranışları teorisinde bireylerin genel davranışları ve tüketim tercihleri incelenmektedir. Tüketici davranışları teorisiyle birlikte turizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin veya kurumların nasıl ekonomik davranışlar

sergilediğini anlamak, bunu sistematik bir hale dönüştürmek ve tahmin etmek mümkün hale gelmektedir.

Turizmdeki kısa ve uzun dönemlerdeki üretim miktarları, maliyet ve üretim teorisinin turizm ile adapte edilmesiyle mümkündür. Böylelikle başta seyahat acentaları ve oteller olmak üzere tüm turizm işletmeleri temel maliyet kavramlarını kullanarak kısa ve uzun dönemde karşılaşacağı maliyetleri hesaplayabilmektedir.

Arz ve talep teorileri ise fiyatların belirlenmesi hususunda hem bireylere hem de işletmelere bilgi sunmaktadır. Ekonomik faaliyetler birçok farklı piyasalarda gerçekleşmektedir. Ayrıca arz ve talep tüm piyasalarda aynı özellikleri taşımamaktadır. Bu yüzden her bir piyasanın özelliklerini bilmek oldukça önemlidir. Turizm işletmelerinin piyasa analizleri mikro açıdan ele alındığında, işletmelerin pazar payı elde etmesinde, elde edilen pazar payının genişletilmesinde veya pazar payının korunmasında gereken stratejilerin zeminini oluşturmaktadır (Yağcı, 2007, s. 8).

2.2.2.1. Mikroekonomi ve Turizm

Mikroekonominin ana konusu faaliyettir. Faaliyet birey, firma ve piyasalar açısından ayrı ayrı incelenmektedir. Tüketici davranışları teorisinde bireylerin genel davranışları ve tüketim tercihleri incelenmektedir. Tüketici davranışları teorisine birlikte turizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin veya kurumların nasıl ekonomik davranışlar sergilediğini anlamak, bunu sistematik bir hale dönüştürmek ve tahmin etmek mümkün hale gelmektedir. Turizmdeki kısa ve uzun dönemlerdeki üretim miktarları, maliyet ve üretim teorisinin turizm ile adapte edilmesiyle mümkündür. Böylelikle başta seyahat acentaları ve oteller olmak üzere tüm turizm işletmeleri temel maliyet kavramlarını kullanarak kısa ve uzun dönemde karşılaşacağı maliyetleri hesaplayabilmektedir. Arz ve talep teorileri ise fiyatların belirlenmesi hususunda hem bireylere hem de işletmelere bilgi sunmaktadır. Ekonomik faaliyetler birçok farklı piyasalarda gerçekleşmektedir. Ayrıca arz ve talep tüm piyasalarda aynı özellikleri taşımamaktadır. Bu yüzden her bir piyasanın özelliklerini bilmek oldukça önemlidir. Turizm işletmelerinin piyasa analizleri mikro açıdan ele alındığında,

işletmelerin pazar payı elde etmesinde, elde edilen pazar payının genişletilmesinde veya pazar payının korunmasında gereken stratejilerin zeminini oluşturmaktadır (Yağcı, 2007, s. 9).

2.2.2.2. Makroekonomi ve Turizm

Makroekonomi kavramı ilk olarak 1933 yılında Ragnar Frich tarafından ortaya atılmıştır. Atılan bu kavramın tarihi oldukça eskilere dayanmaktadır (Uluatam, 1993, s. 26).

Makroekonomi dahilinde yer alan ulusal gelir hesaplamaları, toplam arz ve talep, yatırımlar ve tasarruflar, devlet harcamaları, dış ticarete ait büyüklükler, para arz ve talebi, enflasyon ve işsizlik gibi konular turizm sektörü ile ilişkilendirildiğinde, turizm sektörünün ülke ekonomileri açısından önemi bir kez daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Örnek olarak Türkiye’de turizmin GSMH (Gayri Safi Milli Hasıla) içerisindeki payının %4 olduğunu düşündüğümüzde, bu oran önceki yıllara oranlarla veya rakip ülkelerin oranları ile karşılaştırılabilir ve turizmin Türkiye ekonomisi içerisindeki yerini ve önemini belirlemede yardımcı olabilmektedir (Yağcı, 2007, s. 10).

2.2.3. Ulusal Ekonomi ve Turizm

Ülke ekonomilerinin boyutları ve sahip oldukları değerleri, belirlenmiş bir zaman diliminde o ülke tarafından üretilmiş olan tüm mal ve hizmetlerin toplam değeri ile ifade edilmektedir. Makroekonomide bu duruma Ulusal gelir veya Gayrisafi Milli Hasıla (GSMH) denilmektedir. Ulusal gelirin iki önemli unsuru vardır. Bunlar; tüketilmek (C) amacıyla üretilmiş olan mal ve hizmetler ile sabit yatırımlar (I) amacıyla üretilmiş olan mallardır. Hizmetlerin daha önceden üretilip stoklanması mümkün değildir. Fakat bu durum mallar için geçerli değildir. Bu yüzden yatırım amacıyla daha önceden üretilmiş olan mallar, daha sonraki periyotlarda tüketim mallarını üretmek için kullanılabilir.

Ulusal geliri en açık bir şekilde anlatan $Y = C + I$ formülü kapalı ekonomilere sahip ülkeler için uygulanabilmektedir. Ancak dünyadaki birçok ülke dışa açık bir

ekonomik yapıya sahiptir. Bu nedenle yukarıda verilen formül oldukça kısıtlıdır ve analiz yapma açısından elverişli değildir. Ulusal gelirin daha iyi bir şekilde analizinin sağlanması için formüle ihracat (X), ithalat (M) ve kamu harcamalarının (G) eklenmesi gerekmektedir. Tüm bu değerlerin eklenmesinin ardından formül;

$$Y = C + I + G + X - M$$

halini almaktadır (Bull, 1995, s. 135).

Ulusal ekonomi hesaplanırken çoğunlukla toplam ulusal gelir veya yurt içi üretim (GSYH) rakamlarından yararlanılmaktadır. Fakat yurt dışında elde edilmiş gayrimenkul gelirleri gibi bazı kalemlerini GSMH üretim içerisinde dahil etmemektedir. Çünkü elde edilen bu gelirler ülke dışında kazanılmıştır. Bu nedenle ulusal gelir üretim faktörleri tarafından yıpranma ve aşınma payları düşülerek elde edilen net gelir olarak ifade edilmektedir. Ulusal gelirlerin hesaplanmasında turizm farklı şekillerde ele alınmaktadır. İlk olarak, iç turizm harcamaları ve ülke içerisindeki üretilen malların turistlere satılması durumu ele alındığında, turistlerin yapmış oldukları tüm harcamalar tüketim harcaması (C) olarak adlandırılabilir. Bir diğer durum ise yatırımlardır. Çoğunluğu devlet tarafından gerçekleştirilen alt yapı, bina, ekipman gibi yatırımlar turizm amacıyla yapılıyorsa, bu harcamalar ülke içerisindeki toplam yatırımların (I) içerisinde yer almaktadır. Üçüncü olarak, ülke vatandaşlarının buldukları ülkeden farklı bir ülkeye giderek orada gerçekleştirmiş oldukları harcamalar ithalat (M) olarak değerlendirilmektedir. Bir bakıma bu durum ekonomide sızıntı olarak da ifade edilmektedir. Son olarak, ülkeye gelen yabancı turistlerin ise o ülke sınırları içerisinde turizm amacıyla yapmış oldukları tüm harcamalar ise o ülkenin ekonomisi açısından ihracat (X) olarak nitelendirilmektedir (İçöz, 2005, s. 178).

Sekil 3’de yukarıdaki bahsi geçen tüm bu faaliyetlerin ekonomi içerisindeki yeri basit olarak verilmiştir. Şekilde mal ve hizmetler veya bunların karşılığı olan parasal hareketlerle ilgili akım yer almaktadır.

Şekil 3’de verilmiş olan parasal akımlar şu şekilde tanımlanmaktadır;

C: Tüketim harcamaları

G: Devlet harcamaları

Y: Üretim faktörlerine yapılan ödemeler

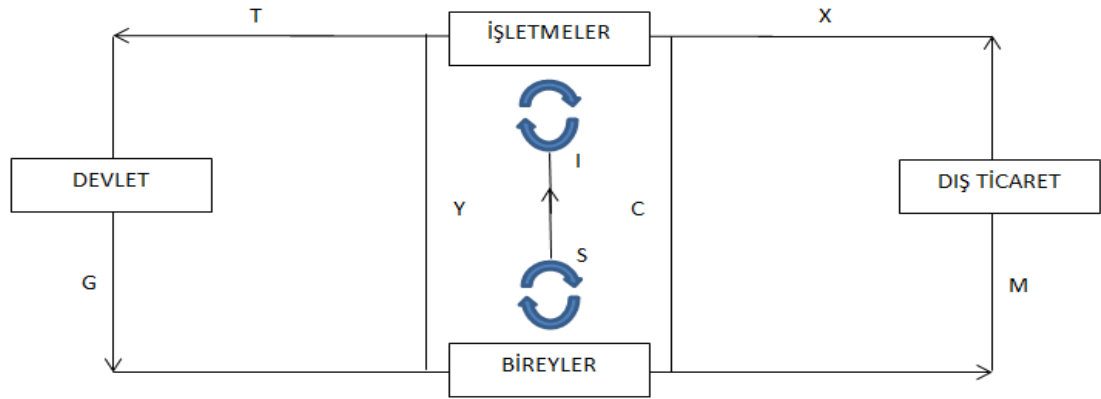
T: Vergiler

I: Yatırımlar

X: İhracat

M: İthalat

S: Tasarruflar



Şekil 3. Ulusal Ekonomide Mal/Hizmet, Para ve Gelir Akımı

Kaynak: İçöz, 2005

Yukarıda verilen şekil 3’e göre tatil ve iş turizmi amacıyla yapılan tüm harcamalar “C” ve “I”, yabancı turistlerden elde edilen gelirler “X”, ülke vatandaşlarının buldukları ülkenin haricinde yapmış oldukları harcamalar ise “M” olarak ifade edilmektedir. Turizmde faaliyet gösteren işletmeler tarafından elde edilen tüm gelirler, üretimi gerçekleştirmek adına yapılan ödemeler şeklinde ekonomi havuzuna dahil olmaktadır. Yapılan bu ödemeler kişi ve kurumların

gelirlerindeki artışa neden olurken devlet açısından da gelir ve tüketim vergilerini (T) sağlamaktadır. Devletler turizm sektörünü çeşitli şekilde teşvikler sağlayarak veya var olan sermaye ile yatırımlar (I) gerçekleştirebilirler. Böylelikle yatırımlarda doğrudan bir artış sağlanabilir. Bunun dışında ülke vatandaşlarının ülke sınırları dışında yapmış oldukları harcamalar ithalat (M) olarak değerlendirilmektedir. Fakat bu seyahatlerin ödeme yöntemleri ekonomiyi etkilemektedir. Kişiler seyahatlerini gerçekleştirmek adına para biriktirebilir veya daha sonra ödemek üzere kredi çekebilirler. Bu durum kısa dönemde tasarrufların (S) artmasına ve diğer harcamaların azalmasına neden olmaktadır. Turizmin ülke ekonomilerine etkisi ve turizm sektöründeki ortaya çıkan değişiklikler turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak devam edecektir (İçöz, 2005, s. 179).

2.2.3.1. Turizmin Ulusal Gelire Katkısını Belirleyen Faktörler

Turizmin ulusal ekonomiye katkısında birçok faktör oldukça önemlidir. Bunlarda biri talep yönlü faktörlerdir. Ancak turizm sektörü talebi karşılamak, daha fazla talep yaratmak ve ülke ekonomisi içerisine yayılabilmek için arz yönlü faktörlere ihtiyaç duymaktadır.

Ülkelerin sahip oldukları teknoloji seviyesi, kaynakların stok durumu, toplumsal ve politik açıdan istikrarı, sektörel bazlı yatırımlar, ülkelerin sosyal tutum ve alışkanlıkları gibi faktörler turizmin toplam ulusal gelire katkısını etkilemektedir (Bull, 1995, s. 125).

2.2.3.1.1. Sahip Olunan Teknoloji Seviyesi

Turizm sektörünün diğer sektörlerle oranla daha az teknolojiye ihtiyaç duymasından, sektördeki iş gücü ve becerilerin ise daha kolay geliştirilebileceğinden dolayı gelişmekte olan ülkeler, turizmi geliştirilmesi kolay bir sektör olarak görmüşlerdir. Ancak sürekli olarak büyümesi, gelişmesi sonucunda turizm karmaşık bir yapıya sahip olmuş ve turizmin ulusal gelir üzerindeki etkisi yüksek teknolojiler ile mümkün hale gelmiştir. Bu duruma hava yolu yer hizmetleri ve rezervasyon teknolojilerine sahip, daha düşük maliyetlerle daha çok çok kapasiteli şirketlerden,

turistler için daha ilgi çekici ve tüm sezona yayılmasının sağlanması için yapılan yeniliklere kadar birçok alanda çeşitli örnekler vermek mümkündür. Üretilen mal ve hizmetlere, teknolojik anlamdaki yenilikler eklendiğinde sektörün verimliliği ve ulusal gelire yapmış olduğu etki artacaktır. Teknoloji seviyesi iyi durumda olan ülkelerin turizm gelirlerindeki kazançlar, düşük teknolojik seviyesine sahip ülkelerin kazançlarından farklı olacaktır. Ancak özellikle basitlikten, doğallıktan yana olan kitle olduğu sürece düşük teknoloji turizmde var olmaya devam edecektir.

2.2.3.1.2. Kaynakların Stok Durumu

Ekonomik faaliyetlerde üretim faktörleri gibi o ülkedeki mevcut kaynakların yeterlilik durumu da önem taşımaktadır. Geleneksel açıdan bakıldığında bu kaynaklar doğa, emek, sermaye ve girişimcilikten oluşmaktadır. Fakat söz konusu turizm sektöründe bu durum diğer sektörlerle göre çeşitli değişiklikler barındırabilmektedir. Örneğin, dünyanın herhangi bir bölgesinin sahip olduğu çekiciliklerin, başka bölgelerde bulunmaması ekonominin turizm sektörüne daha fazla destek verme isteğini ve gücünü ortaya koymaktadır.

Turizmde arz oluşturmak için birçok kaynağa ve üretim faktörlerine gereksinim duyulmaktadır. Kuşkusuz turizm bir hizmet sektörüdür. Bu yüzden işgücü, yani emek faktörü bu arzı yaratmada oldukça önemlidir. Sektördeki birçok alan yüksek kalifiye işgücüne ihtiyaç duymayabilir. Buna ek olarak yazarların özellikle üzerinde durmuş olduğu kısım, yabancı turistlere karşı pozitif bir tavır içerisinde bulunma veya bulunmama durumunun turizm sektörü açısından büyük bir önem taşımasıdır (İçöz, 2005, s. 180).

2.2.3.1.3. Toplumsal ve Politik Açıdan İstikrar

Toplumsal ve politik durumlar ekonomi dışı faktörlerdir. Ancak ekonomistler, bir ülke ekonomisinde yer alan sektörlerin büyümesinde politik ve toplumsal gibi faktörlerin önemli bir role sahip olduğunu savunmaktadır. Özellikle bu iki faktör turizm sektörünü önemli ölçüde etkilemektedir. Şöyle ki turizm bir hizmet ağırlıklı, üretim ile tüketim eş zamanda gerçekleştiği bir sektördür. Bu yüzden

turistler bu hizmetlerden, bölgedeki turizm faaliyetlerinden yararlanmak için o ülkeye gelmek zorundadır. Böyle bir durumda o ülkedeki mevcut toplumsal ve politik koşullar, yabancı turistlerin o bölgeye gelip hizmeti satın almasına veya bunu reddederek o ülkeyi tercih etmemesine neden olmaktadır.

Ülkelerin toplumsal ve politik açıdan sergilemiş oldukları istikrar, o ülke için oluşan turizm talebini ve o ülke açısından dünya genelindeki mevcut turizm pazarındaki payını ciddi oranda etkilemektedir. Ülkelerin içinde buldukları mevcut politik ve toplumsal koşullar o ülkenin turizm sektörüne kısa dönemli dalgalanmalara sebep olan parametre olarak da ifade edilmektedir (İçöz, 2005, s. 181).

2.2.3.1.4. Sektöre Yönelik Yatırımlar

Turizm sektörünün gelişmesi için ülkelerin turizmde kullanacağı kaynakların yeterli seviyede olması gerekmektedir. Bununla birlikte sabit sermayenin miktarı da oldukça önemlidir. Örneğin turizm sektörü bir ağır sanayi sektörü kadar yatırım gerektirmeyen bir sektördür. Turizm sektörü çok fazla ekipman ve bina için yatırım gerektirmemektedir, sadece hava yolu ulaşımı, altyapı, konaklama gibi bazı alanlarda yatırımlara ihtiyaç duymaktadır. Bunun dışında yıpranan, zarar gören otel ekipmanları gibi bazı alanlarda yenileme amacıyla yapılan yatırımlar harcama olarak nitelendirilebilir. Aynı zamanda turizm sektörü turist tercih ve eğilimlerinden etkilenen bir sektördür. Bu yüzden mevcut pazarda yerini korumak veya pazar payını arttırmak amacıyla yenileme veya genişleme anlamında yatırımlar yapma durumundadır. Yapılan bu tür yatırımlar turizm sektörünün ekonomi üzerindeki gücünü etkileyebilmektedir. Ayrıca devletlerin turizm sektörünü desteklemesi, o sektörün ülke ekonomisindeki gücünün ve yerinin belirlenmesinde yardımcı olacaktır (İçöz, 2005, s. 182).

2.2.3.1.5. Sosyal Tutum ve Alışkanlıklar

Ülkelerin toplumsal ve politik açıdan sergilemiş oldukları istikrar kadar, sosyal tutum ve alışkanlıklar da ekonomi dışı önemli faktörlerden biridir. Öncelikle o ülkenin vatandaşları ve turizm sektörü çalışanlarının o ülkeye gelen yabancı turistlere

karşı olan tutumu turizm sektöründe önemli bir unsurdur ve sergiledikleri bu tutum daha önce yukarıda da bahsedilen ülkelerin politik ve toplumsal istikrarlarının doğurduğu sonuçlarla benzer etkilere sahiptir. Şöyle ki bir fabrikada üretim yapan çalışanların moral veya tutumları o ürünü satın alacak tüketicileri etkilemezken, bu durum hizmet sektöründen biri olan turizm sektörü için geçerli değildir. Turizmde yaratılan arz ile talep eş zamanlı gerçekleşmiş olduğundan dolayı tüketiciler o hizmeti sunan kişilerin o anki tutum ve davranışlarından etkilenmektedir.

Bir diğer önemli husus da turistlerin alışkanlıklarıdır. Turistler farklı seyahat eğilimlerine sahip olabilir. Buradaki farklılıklar turistlerin sahip oldukları kültürel değerler, alışkanlıklar veya yaşadıkları farklı iklim ve buldukları fiziksel ortamdan dolayı oluşmaktadır. Ancak bu durum iç turizmin veya turist kabul eden ülkelerdeki turizm sektörünün gelişmesinde önemli etkiye sahiptir (İçöz, 2005, s. 182).

2.2.4. Turizm Sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri

Gündelik hayatta milli gelir, kişi başına düşen gelir miktarı, ekonomik gelişme, durgunluk, enflasyon, stagflasyon, devalüasyon, ödemeler dengesi, ithalat, ihracat, faiz, sermaye piyasaları ve döviz kurları gibi ekonomik terimler sıkça duyulmaktadır. Bahsedilen bu terimler makroekonominin bir konusu olmakla birlikte bir bütün halinde incelenmektedir. Turizm sektörünün ulusal üretimdeki payı, turizm sektörünün istihdama katkısı, sektörün ödemeler bilançosuna etkisi, döviz kuru ve enflasyondaki değişimler ve bu değişikliklerin turizm sektörüne yansımaları birer makroekonomi konusudur. Bu nedenle bu başlık altında makroekonomide var olan bazı temel parametreler ile turizm arasında bir ilişki kurularak meydana çıkabilecek etkiler ele alınacaktır.

2.2.4.1. Ulusal Gelir Hesaplamaları ve Turizm

2.2.4.1.1. Üretimin Ölçülmesi

Bir ülke ekonomisinde üretilmiş olan mal ve hizmetlerin toplamı ulusal üretimi oluşturmaktadır. Yıl içerisinde üretilen mal ve hizmetlerin piyasa üzerindeki toplam değeri ise ulusal geliri ifade etmektedir. Toplam üretimi ölçme adına Gayri

Safi Milli Hasıla (GSMH), Net Milli Hasıla (NMH) ve Milli Gelir (MG) kullanılmaktadır. Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) bir ekonomide yıl içerisinde üretilen toplam mal ve hizmetin parasal anlamda karşılığını göstermektedir. GSMH iki farklı şekilde hesaplanabilmektedir. Bunlardan ilk sabit fiyatlarla hesaplanan Gayri Safi Milli Hasıla'dır ve ekonomide yıl içerisinde üretilen tüm mal ve hizmetlerin baz alınmış veya belirlenmiş bir yıla ait fiyatlar ile çarpılarak bulunan toplam değerdir. İkinci hesaplama türü ise cari fiyatlarla hesaplanan Gayri Safi Milli Hasıla'dır. Ekonomide yıl içerisinde üretilen tüm mal ve hizmetlerin cari fiyatlarla ölçülmesi anlamına gelmektedir. GSMH ülkelerin yıl içerisindeki durumunu gösteren bir çizelgedir. Bu çizelgeye bakılarak geçmiş yıllardaki verilerle veya rekabet halinde olduğu ülkelerin verileri ile rahatça karşılaştırılabilir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda mevcut ekonomik durum değerlendirilebilmektedir (Yağcı, 2007, s. 149).

Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) ile Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYH) terimleri birbirinden farklı iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yabancıların gelirleri ile mal ve hizmet üretimleri GSYH değerini vermektedir. GSYH değeri, GSMH ile yabancıların üretmiş oldukları mal ve hizmetlerin toplamıdır ve bir ülkedeki yıl içerisinde tüm değerleri kapsamı açısından önemli bir yere sahiptir.

Çizelge 11'de 2016-2018 dönemleri arası Türkiye'nin Gayri Safi Yurt içi Hasıla oranlarına yer verilmiştir. Veriler ekonomik faaliyet kollarına göre cari fiyatlandırma üzerinden düzenlenmiştir. Çizelge 11, Türkiye ekonomisinin 3 yılını görüp değerlendirebilecek bir resim niteliğindedir. Elde edilen veriler yardımıyla ekonomi hakkında sağlıklı değerlendirmeler yapılmasını sağlamaktadır. Çizelgede yer alan TÜİK 2018 verilerine göre GSYH'nin cari fiyatlarla büyüme oranı %19,1 oranında artarak 3 trilyon 700 milyar 989 milyon TL'ye ulaşmıştır. Genel anlamda bakıldığında Türkiye tarım alanında 80 yılda GSYH'nin %50'si seviyesinden %5-%6 seviyelerine gerilemiştir. Bu durum bir bakıma Türkiye'de ekonomik dinamiklerin değiştiğinin bir göstergesidir. Hizmet sektörü ise tarımın tersine hayatın her alanın girmiş ve GSYH'nin önemli bir bölümünü oluşturmuştur. Çizelgede yer

alan verilere de bakıldığında ekonomide hizmet kolu yıllara göre GSYH içerisindeki payını arttırmayı başarmıştır.

Çizelge 11. Türkiye'nin Yıllara Göre GSYH Oranları

Faaliyet Kolları	Yıllar	Yıllık GSYH Toplamı (Bin TL)	GSYH İçindeki Payı (%)	Değişim Oranı (%)
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	2016	161.304.618	6,2	-0,1
	2017	189.000.175	6,1	17,2
	2018	213.350.153	5,8	12,9
Sanayi	2016	511.805.709	19,6	10,8
	2017	639.841.826	20,6	25,0
	2018	823.310.347	22,2	28,7
İmalat Sanayi	2016	432.979.604	16,6	10,8
	2017	545.380.495	17,6	26,0
	2018	705.318.021	19,1	29,3
İnşaat	2016	223.362.831	8,6	17,2
	2017	265.977.449	8,6	19,1
	2018	266.163.291	7,2	0,1
Hizmetler	2016	560.889.479	21,5	8,2
	2017	690.397.791	22,2	23,1
	2018	870.899.157	23,5	26,1
Bilgi İletişim	2016	63.445.420	2,4	13,2
	2017	78.228.377	2,5	23,3
	2018	91.335.135	2,5	16,8
Finans ve Sigorta Faaliyetleri	2016	87.062.982	3,3	24,4
	2017	100.677.894	3,2	15,6
	2018	114.180.596	3,1	13,4
Gayrimenkul Faaliyetleri	2016	201.561.274	7,7	11,5
	2017	222.753.822	7,2	10,5
	2018	252.121.559	6,8	13,2
Mesleki, İdari ve Destek Hizmetleri	2016	137.294.413	5,3	13,0
	2017	168.888.062	5,4	23,0
	2018	194.016.934	5,2	14,9
Kamu Yönetimi, Eğitim, İnsan	2016	301.625.124	11,6	18,4
	2017	338.350.810	10,9	12,2
	2018	419.403.649	11,3	24,0
Diğer Hizmet Faaliyetleri	2016	50.534.616	1,9	12,1
	2017	58.525.639	1,9	15,8
	2018	68.158.946	1,8	16,5
Sektörler Toplam	2016	2.298.896.464	88,1	11,6
	2017	2.752.641.846	88,6	19,7
	2018	3.312.939.766	89,5	20,4
Vergi-Subvansiyon	2016	309.629.285	11,9	11,4
	2017	353.894.906	11,4	14,3
	2018	388.049.723	10,5	9,7
GSYIH (Alıcı Fiyatlarıyla)	2016	2.608.525.749	100	11,5
	2017	3.106.536.751	100	19,1
	2018	3.700.989.489	100	19,1

Kaynak: TÜİK

GSMH ülkelerin toplam piyasa büyüklükleri hakkında bilgiler vermektedir. Elde edilen verilerden faydalanılarak ülkelerin sahip oldukları gelişmişlik düzeyleri ve refah seviyeleri, kişi başına ortalama değerlerle ifade edilmektedir. Bazı dönemlerde farklı nedenlerden dolayı GSMH’de artış gözlemlenebilmektedir. Bunlar üretim faktörleri miktarının artması ve faktör birimi başına olan hasılanın yükselmesinden dolayı kaynaklanmaktadır.

2.2.4.1.2. Turizmin GSMH İçerisindeki Yeri ve Önemi

Daha önce de bahsedildiği gibi ekonomide üç temel sektör bulunmaktadır. Bunlar; tarım, sanayi ve hizmet sektörüdür. Bahsi geçen bu 3 temel sektör de ulusal üretime fayda sağlamaktadır. Yukarıda verilen çizelgeye göre yıllara oranla tarım sektöründe bir azalma hizmet sektöründe ise bir yükseliş söz konusudur. Bu durum Türkiye’nin tarım sektörünün daraldığının ve ülkenin hizmet ekonomisine yöneldiğinin bir göstergesi olabilmekle birlikte net bir şey söylemek mümkün değildir. Hizmetler sektörünün alt dallarından biri olan turizm sektörünün GSYH içerisindeki payı, ekonomi içerisindeki yeri, önemi ve etkisi çalışmanın üzerinde durduğu konulardan biridir. Çizelge 12, Türkiye’de 2016-2018 yılları arasındaki Gayri Safi Yurt içi Hasıla ile turizm gelirlerini kapsamaktadır. Bu verilerden yola çıkarak Türkiye’de var olan turizm sektöründen elde edilen toplam gelirlerin GSYH içerisindeki payı net bir şekilde görülebilmektedir. Çizelge 12’deki verilere bakıldığında, turizm sektörünün GYSH içerisindeki payı yıllara göre artış göstermektedir. Şöyle ki 2016 yılında %2,6 olan bu oran 2018 yılında %3,8’e kadar yükselmiştir. Fakat bu oranlardaki artış her zaman turizm gelirlerindeki artış ile alakalı değildir. Şöyle ki turizm gelirlerinin arttığı bir yılda, GSYH büyüme oranının turizm gelirlerinin artış oranından yüksek olduğu durumlarda, turizm gelirlerinde bir artış yaşansa bile turizm sektörünün GSYH içerisindeki payı bir önceki yıla oranla daha düşük olacaktır. Ayrıca bu çizelgeye bakılarak Türkiye’deki turizm sektörünün GYSH içerisindeki payı ile diğer ülkelere ait olan oranlar karşılaştırarak bir yorum veya değerlendirme yapmak mümkündür. Fakat değerlendirmelerin daha doğru ve anlaşılır olması adına karşılaştırma yaparken verilerin aynı kaynaktan sağlandığına ve aynı hesaplama yöntemlerinin kullanıldığına emin olunması gerekmektedir.

Çizelge 12. Türkiye’deki Turizm Gelirlerinin GSYH Üzerindeki Etkisi

Yıllar	GSYH (Bin \$)	Turizm Gelirleri (Bin \$)
2016	763.752.978	22.107.440
2017	756.220.287	26.283.656
2018	688.760.866	29.512.926

2.2.4.2. Ödemeler Dengesi ve Turizm

Ödemeler dengesi ekonomi bilimini yakından ilgilendiren bir konudur. Ödemeler dengesi, ülkelerin dış ekonomilerini, mali durumlarını gösteren bir çizelge niteliği taşımaktadır. Bu çizelge bir ekonomiye ait olan mal, hizmet veya sermayenin yapılan işlemler sonrasında başka bir ekonomiye olan hareketinden elde edilen gelirin, dışarıya yapılan ödemelere eşit olup olmadığını göstermektedir. Dış ödemeler dengesi o ülkelere ait hükümetler tarafından yürütülen ekonomik politikalar sonucu şekillenmektedir. Bu yüzden ödemeler bilançosunun dengeli bir durumda olması, hükümetlerin uygulamış oldukları ekonomik politikalarını başarılı bir şekilde yürüttüğünü ifade etmektedir. Çizelge aynı zamanda ülkelerin ödemeler bilançosundaki dengenin durumunu ve ülkenin uluslararası platformda ödeme gücünü göstermektedir. Bu yüzden ödemeler bilançosu ülkeler açısından oldukça önem gösterilen bir konudur. Çünkü ülkeler açısından uluslararası bir alanda ekonomik veya parasal saygınlık olarak düşünülmektedir (Seyidoğlu, 1996, s. 303).

Çizelge 13. Türkiye’ye Ait Ödemeler Dengesi İstatistikleri (Milyon \$)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
A. CARİ İŞLEMLER	-63.642	-43.610	-32.145	-33.139	-47.347	-27.263
1. İhracat	161.789	168.926	151.970	150.161	166.159	174.599
Mal Dengesi	241.706	232.519	200.098	191.053	225.114	216.413
2. İthalat	-79.917	-63.593	-48.128	-40.892	-58.955	-41.814
3. Hizmet Gelirleri	47.673	51.746	46.632	37.391	43.667	48.627
4. Hizmet Giderleri	24.055	25.071	22.404	22.128	23.729	23.066
Mal ve Hizmet Dengesi	-56.299	-36.918	-23.900	-25.629	-39.017	-16.253
5. Birincil Yatırım	5.289	4.910	4.508	5.362	4.959	6.132
6. Birincil Yatırım	13.909	13.115	14.195	14.545	16.003	17.997
Mal, Hizmet ve Birincil	-64.919	-45.123	-33.587	-34.812	-50.061	-28.118
7. İkincil Yatırım	1.277	1.513	1.442	1.673	2.714	855
B. SERMAYE	-96	-70	-21	23	17	58
C. FİNANS HESABI	-73.460	-42.693	-10.842	-22.825	-38.509	502
D. NET HATA VE	1.041	519	9.493	11.104	614	17.330
E. REZERV	10.763	-468	-11.831	813	-8.207	-10.377

Kaynak: TCMB *Geçici

Çizelge 13’de Türkiye’nin 2013-2018 dönemine ilişkin ödemeler dengesi istatistikleri yer almaktadır. Yukarıdaki çizelgede yer alan cari işlemler hesabı genel anlamda mal, hizmet ve gelir dengesinden oluşmaktadır. Ülkeye ait mal, hizmet ithalat ve ihracat rakamlarının yer aldığı cari işlemler hesabı ödemeler dengesi çizelgesinde oldukça aktif bir hesaptır. Sermaye transferleri, üretilmeyen ve finansal olmayan varlıklardaki tüm değişimler sermaye hesabı altında verilmektedir. Kamu veya özel kurumlar vasıtasıyla gerçekleştirilen kısa veya uzun vadeli uluslararası sermaye hareketliliği finans hesabından izlenmektedir. Ödemeler dengesinde yapılan her işlem iki defa kaydedilmesinden dolayı tüm hesapların toplamının sıfıra eşit olması gerekmektedir. Fakat verilerin farklı kaynaklarından alınmış veya farklı yöntemlerle hazırlanmış olmasından dolayı bir takım farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Hesaplar arasında oluşan bu farklar net hata ve noksan hesabı altında izlenmektedir. Ortaya çıkan farklar bu hesaba eklenerek eşitlik sağlanmaktadır.

2.2.4.2.1. Turizm Sektörünün Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Çizelge 13’de de görüldüğü üzere turizm sektörüne ait gelir ve gider rakamları bilanço içerisinde yer alan cari işlemler hesabında, hizmet gelir ve giderleri kısmında verilmektedir. Çizelge 14, turizm sektöründen elde edilen gelirler ile turizm giderlerinin rakamsal boyutlarını ortaya koyarak bunları ithalat ve ihracat değerleri ile kıyaslamayı ve turizmin cari işlemler üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı ile turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı yıllara göre yüzdesel bazda verilmiştir. Bu verilere bakıldığında turizm sektöründe elde edilen gelirlerin cari işlemler hesabında oluşan açıkları azaltıcı etkiye sahip olduğu açık bir şekilde gözlemlenebilmektedir. Şöyle ki yıllara göre bakıldığında turizm gelirlerinin, giderlerden daima fazla olduğu ve turizm sektöründeki dengenin sürekli fazlalık verdiği söylenebilir. Bu durum cari açığın aza indirgenmesinde önemli bir etkidir.

Çizelge 14. Turizm Gelir ve Giderlerinin İthalat ve İhracat Değerleri Üzerindeki Etkisi Milyon\$

Yıllar	İhracat	Turizm Geliri	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat	Turizm Giderleri	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)
2000	27774,9	7636,0	27,5	54502,8	1711,0	3,1
2001	31334,2	10450,7	33,4	41339,1	1738,0	4,2
2002	36059,1	12420,5	34,4	51553,8	1880,0	3,6
2003	47252,8	13854,9	29,3	69339,7	2424,8	3,5
2004	63167,0	17076,6	27,0	97539,8	2954,5	3,0
2005	73476,4	20322,1	27,7	116774,2	3394,6	2,9
2006	85534,7	18594,0	21,7	139576,2	3270,9	2,3
2007	107271,8	20942,5	19,5	170062,7	4043,3	2,4
2008	132027,2	25415,1	19,2	201963,6	4266,2	2,1
2009	102142,6	25064,5	24,5	140928,4	5090,4	3,6
2010	113883,2	24931,0	21,9	185544,3	5874,5	3,2
2011	134906,9	28115,7	20,8	240841,7	5531,5	2,3
2012	152478,5	29351,4	19,2	236545,1	4593,4	1,9
2013	157610,2	34305,9	21,3	242177,1	5253,6	2,1
2014	151802,6	32309,0	21,8	251661,3	5470,4	2,2
2015	143934,9	31464,8	21,9	207203,4	5698,3	2,8
2016	142606,2	22107,4	15,5	198601,9	5049,8	2,5
2017	156992,9	26283,6	16,7	233799,6	5137,2	2,2
2018	167967,2	29512,9	17,5	223046,4	4896,3	2,2

Kaynak: TÜRSAB

Ödemeler dengesinin açık veya fazla olduğu durumlar ülke ekonomisinde çeşitli etkilerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Şöyle ki ödemeler dengesi ile kalkınma hızı, enflasyon oranı, döviz kurları, milli gelir ve çalışma seviyesi, gelir dağılımı, ücretlerdeki artış ve dış borçlar gibi temel ekonomik kavramlarla yakın bir ilişki içindedir (Seyidoğlu, 1996, s. 303). Buna bağlı olarak ödemeler dengesinde meydana gelen fazlalık veya açıklık durumu diğer ekonomik kavramları da etkileyebilmektedir.

Ülkelerin diğer ülkelerle yapmış oldukları turizm faaliyetlerinden doğan turistik ilişkiler o ülkeye döviz akışına neden olmaktadır. Bu döviz akışının yıl bazında gösterildiği kayıtlara dış turizm bilançosu denilmektedir (Olalı ve Timur, 1988, s. 92-94). Turizm bilançosu daha dar anlamda incelendiğinde, turistlerin yaratmış oldukları ekonomik faaliyetlerden ortaya çıkan döviz hareketliliği anlamına gelmektedir. Dış turizm bilançosu açısından ülkeye gelen turistlerin yapmış oldukları

harcamaların tümü gelir, o ülkeye ait vatandaşların buldukları ülkenin dışında başka bir ülkeye giderek yapmış oldukları harcamalar ise gider olarak hesaplanmaktadır. Turizm bilançosu daha geniş kapsamlı düşünüldüğünde, turizm faaliyetleri sonucu ortaya çıkan tüm döviz hareketliliği olarak ifade edilmektedir. (Yağcı, 2007, s. 159). Ülkelerin ödemeler dengesinde bu denli etkiye sahip olan turizm sektörünün döviz getirici özelliğinin olduğu net bir şekilde görülmektedir. Fakat bu döviz hareketliliğinin sağlanması adına bir takım maliyetler ortaya çıkmaktadır (Cleverdon,1982, s. 151). Bunlar;

- Ülkeye gelen turistlerin tüketmiş oldukları mal ve hizmetlerin ithal maliyetleri
- İthal edilen ve üretimde kullanılan faktörlere yapılan harcamalar
- Turizm faaliyetlerinin oluşması için yapılan altyapı, ulaşım ve konaklama harcamaları

şeklinde ifade edilmektedir.

2.2.4.3. Turizm ile Döviz Kuru İlişkisi

Bir ülkeye ait olan para, yalnızca o ülke içerisindeki alım ve satım işlemlerinde kullanılmaktadır. Bu nedenle ülkelerin dış ekonomik ilişkilerinde döviz kullanması gerekmektedir. Döviz yabancı ülke parasına verilen isimdir. Genel ifadeyle, yabancı ülke paralarına veya para yerine gelen ödeme araçlarına döviz denilmektedir. Döviz bir nakit para olabileceği gibi, banka havalesi, ödeme emirleri, döviz poliçeleri, seyahat çekleri gibi biçimlerde de olabilmektedir. Doğrudan nakit halde olanlara efektif, nakde dönüştürülebilir şekilde olanlara ise döviz adı verilmektedir. Uluslararası piyasalarda her para biriminin genel kabul görmüş bir sembolü, kısaltması bulunmaktadır. Piyasalarda en sık kullanılan para birimlerinden biri olan Euro “EUR”, Amerikan Doları “USD”, Japon Yeni “JPY” veya Türk Lirası “TRY” şeklinde ifade edilmektedir.

Basit anlamda döviz kuru paranın fiyatı olarak ifade edilmektedir. Daha kapsamlı bir tanımlamayla döviz kuru ulusal para biriminin, yabancı para birimi karşısındaki değerini ifade etmektedir. Başka bir ifadeyle ise kur, dövizlerin

uluslararası para birimleri cinsinden değerini veya miktarını ifade eden bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin, Amerikan dolarının Türk lirası cinsinden değeri, USD/TRY ile gösterilmektedir. Aynı şekilde Euro cinsinden değeri de EUR/TRY şeklinde hesaplanmaktadır.

2.2.4.3.1. Turizm Sektörünün Döviz Arzı Üzerindeki Etkisi

Ülke vatandaşlarının eğlence, dinlenme gibi nedenlerden dolayı buldukları ülke dışına çıkararak başka bir ülkeye yapmış oldukları uluslararası turizm hareketliliğinde, turistlerin vardıkları ülke veya bölgede yeme-içme, konaklama, eğlence ve daha birçok gereksinimlerini karşılamak amacıyla doğrudan veya dolaylı olarak yapmış oldukları tüm harcamalar yalnızca o ülkenin turizm gelirlerini etkilemekle kalmayıp, o ülkenin döviz arzını da arttırmaktadır (Çeken, 2016, s. 127-128).

Turizm sektörünün, ülkelerin sahip oldukları döviz arzı üzerindeki bu etkisi, tüm dünyadaki ekonomiler tarafından görülmeyen ihracat ve ek ihracat şeklinde isimlendirilmektedir (Olalı ve Timur, 1988, s. 97). şöyle ki hizmet sektörü diğer sektörlere oranla daha soyuttur. Hizmet sektörünün bir alt dalı olan turizm sektörü ise sahip oldukları özellikler bakımından diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Örneğin; turizm sektöründe üretilen hizmetin tüketicinin ayağına gelmesi mümkün değildir. Bu yüzden tüketicilerin turizm arzının olduğu yere gelmeleri gerekmektedir. Bu durum bir ülke açısından bir mal ihracatından farklı değildir. Fakat mal ihracatında ürün tüketiciye ulaştırılması gerektiği için bir takım maliyetler söz konusu olacaktır. Üretim ve tüketimin eş zamanlı, aynı yerde gerçekleştiği turizm sektöründe ise ülke açısından herhangi bir ihracat gideri gerçekleşmeyecektir. Aynı zamanda turizm sektörü, o ülkenin sahip oldukları doğal güzellikler gibi taşınması ve ihracatı mümkün olmayan kaynak veya değerler üzerinden o ülkeye turist çekerek döviz getirisi sağlamaktadır. Fakat meydana gelen tüm bu turizm hareketliliğin hesaplanması oldukça güçtür. Bu nedenle hizmet ihracatında görülmeyen ihracat olarak nitelendirilmektedir. Görünmeyen ihracatın haricinde o ülkeye gelen turistlerin hediyelik eşya vb. ürünleri satın almak amacıyla yapmış oldukları tüm harcamalar ise turist ağırlayan ülkeler açısından ek ihracat geliri oluşturmaktadır.

2.2.4.3.2. Turizm Sektörünün Döviz Talebi Üzerindeki Etkisi

Ülke vatandaşlarının turizm faaliyetleri gerçekleştirmek adına buldukları ülkeden başka bir ülkeye yapmış oldukları seyahatleri esnasında yeme-içme, konaklama, eğlence gibi gereksinimlerini gidermek amacıyla yapmış oldukları tüm harcamalar turist gönderen ülkenin döviz talebinde bir artışa neden olmaktadır (Çeken, 2016, s. 129).

Ülke ekonomileri açısından turizm sektörünün döviz talebi üzerindeki bu etkisi görülmeyen ithalat ve ek ithalat olarak isimlendirilmektedir (Olalı ve Timur, 1988, s. 99-101). Ülke vatandaşlarının bir başka ülkeye gerçekleştirmiş oldukları seyahatler pasif dış turizmi oluşturmaktadır. Pasif dış turizmde kişiler buldukları ülkeden ayrılarak bir başka ülkeyi ziyaret eder ve o ülkede çeşitli harcamalar yaparlar. Yapılan tüm bu harcamalar da tıpkı bir mal ithalatında olduğu gibi bir döviz hareketliliği söz konusudur. Turistlerin ihtiyaçlarını gidermek amacıyla yaptıkları tüm turistik mal ve hizmet harcamaları turist kabul eden ülke açısından bir döviz geliri oluştursa da turist gönderen ülke açısından döviz talebi oluşturur ve ülkeler açısından görülmeyen ithalat olarak değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra, o ülkeye gelen turistlerin mevcut döviz ödemelerinin dışında, o bölgeye veya o ülkeye ait hediyelik eşya gibi ürünleri satın almak amacıyla yapmış oldukları harcamalar ise turist gönderen ülkeler açısından ek ithalat olarak nitelendirilmektedir.

2.2.5. Ekonomik Büyüme ve Kalkınma ile Turizmin İlişkisi

İktisat teorisinde ekonomik büyüme ve kalkınma kavramları anlam olarak birbirinden bir takım farklılıklar göstermektedir. Şöyle ki bir ülkeye ait yıl içerisinde üretilen tüm mal ve hizmetlerin parasal karşılığı olan milli gelirin artması ekonomik açıdan büyüme olarak nitelendirilmektedir. Genel olarak ekonomik büyüme, ülke ekonomilerindeki rakamsal artış anlamına gelmektedir (Arslan, 2013, s.46). Meydana gelen bu artışlar ülkelerin üretim kapasitelerinin bir önceki yıla kıyasla artmasına, genişlemesine neden olmaktadır. Ekonomik büyüme her ülke açısından önem taşımaktadır. Çünkü genel anlamda yaşam standartlarındaki gelişme ekonomik büyüme ile eş zamanlı olarak gerçekleşmektedir. Fakat ekonomik büyüme olumsuz

sonuçları beraberinde getirmektedir. Sanayileşme ile birlikte bir takım çevre problemlerinin yaşanması, tarım alanlarının tahrip olması veya kentleşme ile ilgili ortaya çıkan problemler yukarıda bahsi geçen olumsuzluklara örnek olarak gösterilebilir. Büyüme ancak daha çok mal ve hizmet üretmekten geçer ve bu tüketimi azaltarak da mümkün hale gelmektedir (Yağcı, 2007, s. 162).

Ekonomik büyümeden ziyade kalkınma, anlam bakımından daha geniş bir kapsam alanına sahiptir. Ülkelerin ekonomi, siyasi ve toplumsal anlamda değişimin gerçekleşmesiyle birlikte toplumun maddi ve manevi olarak zenginleşmesi, toplumun refah seviyesinin artmasına kalkınma denilmektedir. Bir bakıma kalkınma, ekonomik büyümeyi de kapsamaktadır (Yağcı, 2007, s. 162). Bir başka deyişle ekonomik kalkınma, ülkelerin üretim yapılarını değiştirerek yüksek katma değerli ürünler üretmesi ve üretilmiş olan ürünlerin toplumdaki gelir grupları içerisinde adil bir şekilde dağıtılarak toplum refahının yükselmesi olarak tanımlanmaktadır (Kaynak, 2011, s. 77).

2.2.5.1. Ekonomik Büyüme ile Turizm İlişkisi

Turizm sektörü ekonomik büyüme ile çift yönlü ilişki halindedir. Şöyle ki; bu durum ekonomik büyümenin turizm sektörüne olan etkisi veya turizm sektöründe yaşanan gelişmelerin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi şeklinde özetlenebilmektedir (Yağcı, 2007, s. 163) Turizm sektörünün genel ekonomiye ve ekonomik büyümeye olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır. Turizmin döviz kazandırıcı etkiye sahip olması, kişisel gelirin artmasında bir rol üstlenmesi, istihdam yaratması, ekonomik yapının gelişmesinde ve değişmesinde rol oynaması, kamu gelirlerinin arttırıcı bir etkiye sahip olması gibi olumlu etkiler örnek olarak verilebilmektedir (İçöz ve Kozak, 1988, s. 162).

Bunun yanı sıra turizm sektörü ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Şöyle ki ülkenin mevcut kaynaklarının diğer alanlardan ziyade turizm sektörüne yönlendirilmesi sonucu ortaya çıkan fırsat maliyetleri, yabancı sermaye girişi ve teknoloji transferi, turizm sektörüne olan bağımlılık durumu, bölgesel anlamda enflasyondaki artış ve spekülasyonların artması, sektörün

mevsimsel oluşu ve sektöre yapılan yatırımlarda geri dönüş oranlarının oldukça düşük olması gibi durumlar turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etkilerine örnek olarak gösterilebilmektedir (içöz ve Kozak, 1988, s. 163).

2.2.5.2. Ekonomik Kalkınma ile Turizm İlişkisi

Kalkınma kavramı ekonomik büyüme kavramını da kapsamaktadır. Bu nedenle yukarıdaki başlıkta anlatılanlar kalkınma ile turizm ilişkisi içinde geçerlidir. Ancak kalkınma kavramı daha kapsamlı olması nedeniyle daha fazla ayrıntıya sahiptir. Kalkınma ile turizm sektörü arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda teorik çalışma mevcuttur. Fakat yapılan tüm bu çalışmalar 3 başlık altında toplanmıştır. Bunlar;

- Kalkınma Aşamaları Teorileri ve Turizm
- Yayılma Teorileri ve Turizm
- Bağımlılık Teorileri ve Turizm

İlk olarak, Kalkınma aşamaları teorisinde Amerika ve Avrupa'da yaşanan kalkınma deneyimlerinden yararlanılmış ve bu teoride bir takım süreçlere yer verilmiştir. Bu teoriye göre kalkınma kavramı “geleneksel toplum, kalkışa hazırlık, kalkış, olgunluğa geçiş ve yüksek tüketim” gibi süreçleri kapsamaktadır. Bahsi geçen tüm bu süreçleri birçok araştırmacı çalışmalarında kaynak olarak kullanmış ve bunu turizmin gelişim aşamaları ile bağdaştırarak her yıl turizm faaliyetlerinde bir takım değişiklikler olabileceğinin altını çizmişlerdir (Yağcı, 2007, s. 165).

Yapılan yatırımların başlıca bölgelerde yoğunlaşması sonucu oluşacak etkiler, yayılma teorisinin üzerinde durduğu konudur. Bu teoriye göre yatırımların yalnızca bir bölgeye toplanması kaynak yetersizliğinden dolayı yapılan bir tercih olarak görülmektedir. Ayrıca yapılan yatırımın ardından altyapı yatırımlarının gerçekleşmesi, nitelikli iş gücünün artması ve o bölgede dışsal ekonominin yaratılması gibi durumların ortaya çıkacağına ve o bölgenin gelişmesiyle birlikte diğer bölgelerde yavaş yavaş gelişeceğine inanılmaktadır. Fakat bazı araştırmacılar tarafından yayılma teorileri eleştirilmektedir. Çünkü araştırmacılar bu teorinin bölgesel anlamda dengesizliklere yol açacağını savunmaktadır. Turizm sektörü ile bu teori arasında bir ilişki kuran araştırmacılar turizm açısından bazı bölgelerin

avantajlara sahip olduğunu ve geliştirilmesi gerektiğini savunarak bu bölgeleri ön plana çıkartırlar. Turizm sektörü açısından Türkiye'nin batı ve güney bölgelerinde yaşanan gelişme ve değişimler buna örnek olarak gösterilmektedir (Yağcı, 2007, s.165).

Son olarak bağımlılık teorisi, yayılma teorisine karşı olarak oluşturulmuş olup yayılma teorisine karşı söylemler içermektedir. Bu teoriye göre, kapitalizm kendi ekonomik ve siyasi gücünü sağlamak ve sürdürmek adına çevre ekonomilerine göre yeni bağımlılıklar üretmektedir. Bu nedenle turizm sektörü son dönemlerde üzerinde durulan bir sektör haline gelmiştir. Bu tezi öne süren ve savunan araştırmacı kitlesi, turizm sektöründe hesaplanan çarpan etkisinin gerçeği yansıtmadığını ve turizmin ithalat eğilimini yükselterek çeşitli kayıplara ve yabancı sermayeye olan bağımlılığı arttıracaklarını savunmuşlardır (Yağcı, 2007, s. 166).

2.2.6. Yatırımlar ile Turizm İlişkisi

En genel haliyle yatırım, gelir sağlamak adına kullanılan kaynaklara, değerlere, taşınabilir veya taşınamaz malların tümüne verilen isimdir. Yatırımı diğer ürün ve hizmetlerden ayıran en önemli farklardan biri tükenmeyen ve tekrar kullanılabilen özelliğe sahip olmasıdır.

Üst ve alt yapı, özel ve kamu, reel ve mali, yerli sermayeli ve yabancı sermayeli yatırımlar gibi çeşitli yatırım şekilleri bulunmaktadır. Fakat ekonomik anlamda yatırımdan bahsedilecek olursa akla gelen reel ve mali yatırımlardır. Reel yatırımlar, yıl içerisinde ekonomide var olan üretim araçlarına yapılan takviyeler sonucu ortaya çıkan harcamalar olarak ifade edilmektedir. Reel yatırımlar yukarıda bahsi geçen alt yapı yatırımlarını da kapsamaktadır. Ulaştırma, haberleşme, eğitim, sağlık, su, enerji gibi alanlar ekonomilerin sahip olması gereken yatırımlardır. Alt yapı yatırımları direkt olarak mal ve hizmet üretimindeki artışı etkilemeyen yatırımlardır. Ancak mal ve hizmetin üretilmesi için ihtiyaç duyulan zeminin hazırlanmasına ve verimin artması konusunda vesile olmaktadır. Mali yatırımlar ise gelir elde etmek amacıyla alınan hisse senetleri, tahvil gibi değerli kağıtlardır (Yağcı, 2007, s. 166).

Yatırım kararlarının alınmasında önemli rol oynayan değişkenlerden biri ulusal gelirdeki artışlardır. Çünkü gelir seviyelerinin yükselmesiyle birlikte toplam gelir içerisindeki paydada artış beklenmektedir. Bunun yanı sıra elde edilen karlarda gözlemlenen yükseliş firmaların finansmanlarını kolaylaştırmakta ve yatırımlar yüksek gelir seviyelerinde teşvik edilmektedir. Diğer yandan, kamu kesimi ve özel sektör tarafından yapılan tüm yatırımlar turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Genel olarak kamu ve özel kesim farklı alanlara yatırımlar gerçekleştirmektedir. Şöyle ki yol, su, elektrik gibi yatırımlar devlet tarafından gerçekleştirilirken, yiyecek ve içecek, konaklama gibi yatırımlar özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Doğal güzelliklere, çekiciliklere sahip bölgeler turizm yatırımcılarının ilgisini çekerek o bölgeye yapılan yatırımların hızlanmasına neden olmaktadır. Bu duruma turizm sektörünün yatırımcıları uyarıcı etkisi şeklinde de ifade edilmektedir (Yağcı, 2007, s. 167).

Turizm alanında yapılan doğrudan yatırımlar ziyaretçilerin konaklamaları, yiyecek-içecek ve eğlence gibi ihtiyaçlarını karşılamak üzere alınan araziler, inşa edilen yapılar ve bu yapılara sağlanan donanımları kapsamaktadır. Turizm faaliyetleri yürüten işletmelerin yukarıda da bahsedilen donanım, arazi ve bu araziye inşa edilen yapılara ihtiyaç duymasından dolayı yapılan yatırımların ve sermaye miktarlarının diğer sektörlerle kıyasla daha fazla olduğunu söylemek mümkündür. (Kahraman, 1997, s. 6-18). Turizm sektörünün kalkınma üzerindeki etkisi, yatırımcıları uyarıcı etkisi, sektörden elde edilen gelir, yaratmış olduğu istihdam olanakları gibi birçok sebepten dolayı turizm, hükümetler tarafından sürekli olarak yakından ilgi duyulan, önemsenen bir sektör olmuştur (Hartley and Hooper, 1992, s.15). Hükümetler, ülkenin kaynaklarının yetersiz olduğu veya özel sektörün yeteri kadar güçlü olmadığı durumlarda mali ve ekonomik açıdan turizm sektörüne yardım edebilmektedir (Jenkins and Henry, 1982, s. 501).

2.2.7. İstihdam ile Turizm İlişkisi

İstihdam genel olarak kişileri bir işte, görevde kullanmak, görevi kabul etmek anlamına gelmektedir. Ekonomik anlamda istihdam ise “çalışmak ve gelir sağlamak istek ve yeteneği olanların hizmetlerinden faydalanılmak üzere çalıştırılmaları”

olarak nitelendirilmektedir. Yukarıdaki tanımda bahsedilen çalıştırma kuşkusuz kişileri bir iş yerinde zorunlu olarak çalıştırmak anlamına gelmemektedir. İşletmeler kendileri açısından en uygun, donanımlı ve o iş için yeteneğe sahip bireyleri belirlemiş oldukları bir maaş karşılığında işe almaktadır. Turizmde iş gücü bir türev istemdir. Başka bir deyişle, turistik mal ve hizmetlere olan talep devam ettiği sürece turizm sektöründeki iş gücü talebi var olmaya devam edecektir (Yağcı, 2007, s. 170).

Turizm sektörü diğer sektörler kıyasla daha geniş kapsamlı iş imkanlarına sahip bir sektördür. Fakat turizm sektöründe çalışanlara verilen ücretler genel olarak bakıldığında düşük seviyededir. Kişilere verilen ücretler o iş gücü piyasasındaki arz ve talebe göre şekillenmektedir. Bu nedenle turizm sektörünün daha yoğun olduğu dönemlerde çalışanlara verilen ücretlerin miktarında bir değişiklik olması beklenmektedir. Günümüzde teknolojik gelişmelerle birlikte emek yoğun özelliğe sahip turizm sektöründe emek faktörünün bir kısmının sermaye ile ikame edilmesi, sektörde çalışmak için yüksek beceriye sahip olmayı gerektirmemesi, sektörün mevsimsellik özelliğinin bulunması ve bu nedenle düşük sezonda meydana gelen iş gücü fazlalığından dolayı çalışanlara düşük ücretler sunulması gibi durumlar iş piyasasının birer özellikleri olup turizm sektöründe yaşanan düşük ücretlendirme sorununa neden olmaktadır. Tüm bu ücretlendirme ile ilgili sorunlara rağmen, turizm ülkeler açısından oldukça önemli bir sektördür. Çünkü gerek sektörün kendi içerisinde yaratmış olduğu iş imkanları gerekse turizm ile yakından ilişki halinde olan sektörlerdeki iş gücü talebini arttırması nedeniyle turizm sektörü genel anlamda istihdamı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir (Yağcı, 2007, s. 171). Şöyle ki Küresel Turizm Endüstrisi dünya üzerindeki toplam istihdamın yaklaşık olarak %3' ünü kapsamaktadır. Diğer bir deyişle, turizm endüstrisi yaklaşık 12 meslek grubuna hitap eden bir endüstridir (Ladkin, 2011, s. 1135). Türkiye açısından bakıldığında ise Dünya Turizm Örgütü tarafından yayınlanan raporda, 2018 yılında Türkiye'de turizm sektöründe istihdam eden kişilerin sayısı yaklaşık 2,2 milyon olarak ifade edilmiştir. Bu rakam Türkiye'deki toplam istihdamın 7,7'sine karşılık olarak gelmektedir. Ayrıca yukarıda bahsi geçen raporda, Türkiye'de yeni açılan her beş işletmeden birinin turizm sektörü alanında hizmet verdiğini ifade etmektedir (WWTC, Annual Research, 2019).

2.2.8. Enflasyon ile Turizm İlişkisi

Enflasyon halk dilinde pahalılık, ekonomi alanında ise para şişkinliği olarak tanımlanmaktadır (TDK). Bir başka deyişle enflasyon, fiyatlar genel seviyesindeki sürekli artış anlamına gelmektedir. Enflasyon, bazı zamanlarda mevsimsellik özelliklerine bağlı olarak fiyatlarda yaşanan artışlar ile karıştırılmamalıdır. Enflasyon bir ekonomide genellikle talebin arza oranla fazla olduğu durumlarda, üretimde kullanılan faktörlerin fiyatlarında yaşanan artış sonucu ürün çıktılarında yansımaları durumunda veya beklentiler gibi farklı şekillerde karşımıza çıkmaktadır. Fiyatlar genel seviyesindeki artış, turizm sektörünün de etkilenmesine ve sektördeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının artmasına neden olmaktadır. Türkiye, diğer ülkelere karşı fiyatlandırma gücünü kullanarak rekabet avantajı sağlamaktadır. Yani turistler açısından Türkiye’de turizm faaliyetlerine katılmak diğer ülkelere oranla daha ucuz ve avantaj sağlamaktadır. Fakat Türkiye gibi rekabette fiyatlandırma etkenini kullanarak avantaj sağlayan ülkelerde enflasyon dezavantaj yaratabilmektedir. Enflasyonun turizm sektörünü etkilediği gibi turizm sektörünün de bölgesel açıdan enflasyonu etkilediğini söylemek mümkündür. Bu olay genellikle turistlerin bir bölgeye yönelerek oluşturdukları aşırı talep sonucu ortaya çıkmaktadır. Yani gelir düzeyi yüksek olan bir turist kafilesinin o bölgeye gelmesi ve yaratmış oldukları turizm talebi, o bölgedeki birçok ürün ve hizmetlerin fiyatlarının artmasına neden olabilmektedir (Yağcı, 2007, s. 171-173).

2.3. İlgili Alanyazın

Turizm sektörü ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi ortaya koyan birçok çalışma bulunmaktadır. Aşağıda bu çalışmalardan bir kısmına yer verilmiştir.

İçöz vd. (1998) tarafından yapılan çalışmada, 1982 – 1993 dönemleri arasında Türkiye’ye 10 farklı ülkeden (Almanya, Yunanistan, Fransa, İsviçre, İngiltere, Hollanda, Avusturya, Belçika, İtalya, Finlandiya) gelen turist sayıları ile 1982-1993 dönemine ilişkin arz ile ilgili değişkenler ele alınarak seçilen ülkelerin Türkiye’deki turizm talebine etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Tüketici fiyat endeksi, döviz kuru, turist sayısı gibi değişkenler çalışmaya eklenmiş ve çalışmada çoklu regresyon

modeli kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre; döviz kurlarının Türkiye’deki mevcut turizm talebi üzerinde önemli bir belirleyici rol üstlendiği tespit edilmiştir.

Webber (2001)’in çalışmasında, 1983–1997 dönemine ilişkin üçer aylık verileri kullanarak Avusturalya’nın dış turizm talebi ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu çalışmadaki varsayımlarda ve hipotez testlerinde Johansen eşbütünleşme, Engle ve Granger nedensellik analizleri kullanılmıştır. Yapılan analizlere göre; döviz kurunda meydana gelen değişikliklerin, uzun vadede turizm talebini %50 gibi önemli bir ölçüde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Balaguer ve Cantavella-Jord (2002)’ un çalışmasında 1975–1997 dönemine ilişkin çeyrek dönemlik veriler kullanılarak uzun vadede İspanya turizminin ekonomik kalkınma içerisindeki rolü incelenmiştir. Çalışmada uluslararası gelir, İspanya’daki ekonomik büyüme ve dış rekabet gücü göstergeleri değişken olarak kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenler eşbütünleşme ve nedensellik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları, uzun vadede ekonomik büyüme ile turizm sektörünün genişlemesi arasında istikrarlı bir ilişki olduğunu, uluslararası turizmden elde edilen gelirlerin İspanya ekonomisinin büyümesine olumlu yönde katkı sağladığını göstermektedir. Öte yandan çalışma, turizmin İspanya ekonomisi üzerindeki etkisi, uluslararası turizm talebini arttırmada kamu müdahalesini ve turizm arzının geliştirilmesi adına teşvik edilmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Dritsakis (2004)’in yapmış olduğu çalışmada 1960–2000 yıllarına ilişkin üçer aylık veri setini ele alarak reel döviz kuru ve uluslararası turizm gelirleri kullanılmış ve Yunanistan’ın uzun vadeli ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Elde edilen veriler için VAR modeli uygulanmış, eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre; Yunanistan’ın turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Eugenio – Martin, Morales ve Scarpa (2004)’nın çalışmasında iki farklı bakış açısı değerlendirilmiştir. 1985’ten 1998’i kapsayan dönemde Latin Amerika

lkelerindeki turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Arellano Bond dinamik panel veri tahmincisini kullanarak ortaya koymayı amaçlamıştır. Arellano Bond dinamik veri tahmincisi, 1985–1998 arası dönemde Latin Amerika lkelerindeki turist sayılarında yaşanan artışın ekonomik büyümeye önemli ölçüde katkı sağladığını göstermiştir. Bununla birlikte, Latin Amerika lkelerinin GSYH’ye göre ayrıŐtırılmasında, turizmin büyümesinin yalnızca düşük ve orta gelirli ülkelerdeki ekonomik büyüme ile ilişkili olduğunu, yüksek gelire sahip ülkelerde ise herhangi bir ilişkinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada ikinci olarak, panel veri modeli kullanılarak gelen turist sayıları analize dahil edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, tüm ülkelerdeki turist varışları ile GSYH ve uluslararası ticaret arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Son olarak, döviz kuru ve satın alma paritesi cinsinden tanımlanan değişken fiyat tüm modellerde istatistiksel açıdan anlamsız olarak bulunmuştur.

Eilat ve Einav (2004)’ın çalışmasında uluslararası turizme etki eden faktörler incelenmiştir. Bağımlı değişken oluşturmak için kullanılan ana seri, 1985–1998 yılları arasındaki yıllık turist varıŐlarına ilişkin verilerdir. Kullanılan veri seti hem ülke olarak hem de varıŐ noktası olarak dünya çapındaki tüm lkeleri kapsamaktadır. Elde edilen verilere 3 boyutlu panel analizi uygulanmıştır. Analiz sonucunda, politik riskin turizm açısından oldukça önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun haricinde, yazarlar turizmin talep açısından elastik bir yapıya sahip olmasından dolayı döviz kurunun ve döviz kuru oynaklığının önemli bir belirleyici olduğunu vurgulamıŐlardır.

Aktaş (2005)’ın çalışmasında ülke ekonomileri açısından turizm sektörünün önemi üzerinde durmuŐtur. Ayrıca turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirleri etkileyen değişkenler belirlenmiştir. Çalışma Türkiye’nin 1980–2000 döneminde ilişkin olup, turizm gelirlerine etki ettiği düşünülen gelen turist sayısı, mevcut yatak kapasitesi, seyahat acentelerinin miktarı, tanıtım için ayrılan pay, yabancı sermaye miktarı, Dolar ve Mark’ta yaşanan döviz kuru değişkenleri ele alınmış olup veriler çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur. Yazarın ileri doğru değişken seçme tekniğiyle yapmış olduğu çalışmasında, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenlerin, turist sayısı ve seyahat acentesi miktarı olduğu tespit edilmiştir.

Karagöz ve Doğan (2005)'in çalışmasında döviz kuru ile ithalat ve ihracat arasındaki ekonometrik ilişkinin incelenmesini amaçlamıştır. Çalışma 1995:1–2004:6 dönemine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere durağanlık ve regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında ithalat ve ihracat değişkenlerinin kendi değerleri ve birbirinin gecikmeli değerlerinden etkilenirken, ani kur değişikliğinden etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak değişkenlerin devalüasyondan etkilendiği tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada kısa dönemde reel döviz kurundan dış ticaret değişkenlerine doğru bir nedensellik ilişkisi gözlemlenirken, uzun dönemde herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Yamak ve Korkmaz (2005)'in çalışmasında farklı mal gruplarını ele alarak, reel döviz kurunda yaşanan değişimlerin Türkiye'nin dış ticaret dengesi üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 1995:1-2004:4 dönemine ilişkin verileri kapsamaktadır. Elde edilen verilere ilk olarak genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi, Phillips-Perron (PP) birim kök testi uygulanmıştır. Ardından değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerinin belirlenmesi adına Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre, değişkenler arasında uzun dönemde herhangi bir ilişki görülmezken, kısa dönemde reel döviz kuru ve ticari denge arasındaki ilişkinin sermaye malları ticareti tarafından belirlendiği sonucuna varılmıştır.

Algieri (2006)'nin çalışmasında, Rusya'daki turizm gelirlerinin belirleyicilerini inceleyip, bunların Rusya'daki turizm talebi üzerinde etkilerini ölçmeyi amaçlamıştır. Çalışmada kullanılan veriler 1993:12–2002:10 dönemlerini kapsamaktadır. Yazar turizm talebi ve turistik bir yer seçme konusunda bireylerin gelirlerinde yaşanan değişim, kur oynaklığı, fiyatlarda meydana gelen değişiklikler ve öngörülemeyen siyasi değişimlerin önemli etkiler doğurabileceğini savunmuştur. Bu bağlamda, Rusya'daki turizm talebine ilişkin veriler ile VAR çerçevesinde eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçları, Rusya'daki turizm gelirleri ile GSYH, reel döviz kurları ve hava yolu taşımacılığında sunulan fiyatlar arasında güçlü ve uzun vadeli bir eşbütünleşme ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Mervar ve Payne (2007) turizm sektörünün Hırvatistan adına önemli bir ihracat kalemi olduğunu ve politikacıların Hırvatistan'daki destinasyonlar için dış turizm talebini etkileyen faktörleri bilmelerinin oldukça önemli olduğunu savunmaktadır. Bu bağlamda çalışma gecikmesi dağıtılmış otoregresif sınır testi (ARDL) yaklaşımı kullanılarak 1994:1–2004:4 dönemlerine ilişkin verilerle Hırvatistan'daki destinasyonlar için toplam dış turizm talebiyle ilgili uzun vadeli esneklik tahminlerini sunmaktadır. Sonuçlar, uzun vadeli esneklik tahminlerinde turizm talebinin turist kabul eden ülkelerin gelirleri açısından oldukça olumlu ve esnek olduğunu göstermektedir. Ayrıca yazarlar istatistiksel olarak reel kurun ve ulaşım maliyetlerinin, dış turizm talebinde bir belirleyici güce sahip olmadıklarını savunmaktadır.

Demirel vd. (2008)'nin çalışmasında döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin, turizm faaliyetleri amacıyla Türkiye'yi ziyaret eden turist sayıları üzerindeki etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada farklı para birimlerinin kullanılması ve Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkelerden biri olması nedeniyle ABD, Almanya, Fransa ve İngiltere'den gelen turist sayıları ele alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 1994:1–2006:4 dönemlerine ilişkin olup üçer aylık veriler halinde derlenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması amacıyla Johansen eşbütünleşme analizi yapılmış, döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmaların etkisini ölçmek için de EGARCH modelinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; gelen turist sayılarındaki bir gecikme değerinin turist sayısı üzerindeki etkisinin oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin yaratmış olduğu etki incelendiğinde ABD dışında İngiltere ve Fransa'dan gelen ziyaretçilerin cari kuru oldukça önemsediklerini, Almanya'dan gelen ziyaretçilerin ise Türkiye'ye gelmeleri durumunda reel döviz kuru dışında daha çok müşteri memnuniyeti gibi değişkenlerin etkili olduğu gözlemlenmiştir. Kur belirsizliğinin etkisi incelendiğinde ise Fransa harici diğer ülkeden gelen ziyaretçilerin üzerinde herhangi bir etki yaratmadığı ifade edilmiştir.

Vogt (2008)'un çalışmasında reel döviz kuru, TUFEE, Amerika Birleşik Devleti'nin sahip olduğu milli gelir, dünyada mevcut olan toplam gelir gibi

değişkenleri kullanarak Amerika Birleşik Devleti'ne ait turizm gelirlerini etkileyen faktörleri ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bahsedilen değişkenler dışında çalışmada kukla değişken olarak 11 Eylül 2001 yılında yaşanan saldırıları da analize dahil etmiştir. 1973–2002 dönemine ilişkin yıllık olarak derlenen verilere eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, analize konu olan ABD'nin sahip olduğu milli gelir ve dünya üzerindeki toplam gelirin turizm gelirleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu, reel döviz kuru, TÜFE ve 11 Eylül 2011 yılında meydana gelen saldırıların ise turizm gelirlerini negatif yönde etkilediği saptanmıştır.

Arslan (2008)'in çalışmasında GSMH, uluslararası turizm geliri, reel döviz kuru, sermaye birikimi gibi değişkenleri kullanarak uzun dönemde Türkiye'nin ekonomik anlamda gelişmesinde turizmin ne boyutta etkilediğini ölçmeyi amaçlamıştır. 1992:1–2007:2 dönemin ilişkin verilere Johansen eşbütünleşme analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, ekonomik gelişme ile turizm gelirleri arasında uzun dönemli ve dolaylı bir ilişki bulunmuştur. Bunun haricinde, yapılan hata düzeltme ve Granger nedensellik analizi sonuçları da turizm sektörünün ekonomik gelişmeyi teşvik ettiği hipotezi doğrular niteliktedir.

Wang (2009)'in çalışmasında turizm fiyatları, döviz kurları, seyahat maliyetleri ve bu faktörler haricinde, 1997 yılında yaşanan Asya finansal krizi, 21 Eylül 1999'da meydana gelen depremi, 2001 yılında Amerika'da gerçekleşen 11 Eylül saldırılarını ve 2003 yılındaki Ağır Akut Solunum Yetersizliği Sendromu salgınının Tayvan'a yönelik gerçekleşen turizm talebi üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 1996–2006 dönemine ilişkin olup elde edilen veriler sınır testi yaklaşımları ve otoregresif dağıtılmış gecikme modeli (ARDL) ile incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda, değişkenler arasında uzun dönemde gelir ve döviz kurlarının en önemli değişkenler olduğu görülmektedir. Ayrıca başta Amerika'da gerçekleşen 11 Eylül saldırısı olmak üzere yukarıda bahsi geçen diğer felaketlerin de gelen turist sayısının azalmasında önemli bir etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Santana - Gallego (2010)'nun çalışmasında döviz kuru rejimlerinin uluslararası turizm akımları üzerindeki etkisini ve fiili döviz kuru aranjmanlarının

uluslararası turizm üzerindeki etkisini analiz etmeyi amaçlamıştır. Veriler 1995–2004 dönemlerine ilişkin olup OECD ülkelerinden oluşmaktadır. Fakat analize Slovakya verileri dahil edilmemiştir. Yazarlar analiz için panel veri yöntemini kullanmışlardır. Analiz sonucuna göre, döviz kuru aranjanlarında, esnekliğin az olmasının turizm sektöründe pozitif bir etki yarattığını tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonuçları daha az esnek olan döviz kuru rejiminin turizm sektörü üzerinde büyük bir etki yarattığını göstermektedir.

Belloumi (2010)'nin çalışmasında Tunus'un ekonomik anlamda gelişmesinde turizm sektörünün etkisinin ne boyutta olduğunu ölçmeyi amaçlamıştır. 1970–2007 dönemine ilişkin olup veriler yazar tarafından yıllık olarak derlenmiştir. Yazar çalışmasında efektif döviz kuru, GSYH ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi konu almıştır. Elde edilen veriler Johansen eşbütünleşme analizi ve Granger nedensellik testine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, turizm gelirlerinin ekonomik gelişme üzerinde tek yönlü etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca turizm sektörünün dolaylı olarak GSYH üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Alalaya (2010)'nın çalışmasında Ürdün'deki turizm gelirlerini etkileyen değişkenler arasındaki ilişkiyi kısa ve uzun dönemli olarak incelemiştir. 1976–2008 dönemine ilişkin verilere Engle – Granger ve Johansen – Juselius eşbütünleşme methodu uygulanmıştır. Bunun haricinde çalışmada döviz kuru dalgalanmalarının uzun ve kısa dönem etkilerini ortaya koymak adına ARCH ve GARCH methodu kullanılmıştır. Yapılan tüm bu analiz sonuçlarına göre, döviz kuru ile turizm gelirleri ve enflasyon arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu saptanmıştır.

A.Thompson ve H.Thompson (2010)'ın çalışmasında döviz kuru, milli gelir, hava yolu maliyetleri ve Yunanistan'ın daha önceki yıllarda para birimi olarak kullandığı Yunan Drahmi'sinden Euro'ya geçişinin Yunanistan'ın turizm gelirleri üzerinde etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Yunanistan'ın daha önce kullanmış olduğu para biriminden Euro'ya geçmesi kukla değişken olarak çalışmaya eklenmiştir. Çalışma 1974–2006 dönemine ilişkin veriler olup elde edilen verilere ECM analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları, milli gelir ve hava yolu maliyetlerinin Yunanistan'ın turizm gelirleri üzerinde etkisi olduğunu

göstermektedir. Ayrıca Yunanistan'ın Drahmi'den Euro'ya geçmesinin turizm gelirleri üzerinde negatif etkilere yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ghartey (2010)'in çalışmasında Jamaika'nın ekonomik anlamda gelişmesi, turizm sektöründeki gelişmeler ve reel döviz kurları arasındaki nedensellik ilişkileri incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmada kullanılan 1963–2008 dönemine ilişkin veriler ile Johansen eşbütünleşme, Granger nedensellik ve ADL analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre kısa ve uzun vadede turizm sektörünün Jamaika ekonomisinin gelişmesinde olumlu katkı sağladığı sonucuna varılmıştır. Ayrıca uzun dönemde turist gelirlerinden döviz kuru değişkenine doğru tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir.

Çelik Uğuz ve Topbaş (2011)'in makalesinde 1990–2010 yılları arasında aylık olarak derlenmiş turist varışları ve döviz kuru veri setini kullanarak Türkiye'deki turizm talebi ile döviz kuru arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Aylık olarak hazırlanan veri setine, EGARCH modeli uygulanarak aylık döviz kuru oynaklığı incelenmiştir. Ayrıca Johansen eşbütünleşme analizi kullanılarak döviz kuru oynaklığı ile turizm talebi arasındaki ilişkinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Yapılan tüm analizlerin sonucunda, uzun dönemde turizm talebi, döviz kuru oynaklığı ve döviz kuru arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu sonucuna varılmıştır.

Chang ve McAleer (2012)'in çalışmasında Tayvan'a dünyadan, Amerika Birleşik Devletleri ve Japonya'dan gelen turist sayısı, dünya fiyatı ve döviz kuru ile Japon Yeni/Yeni Tayvan Doları, ABD Doları/ Yeni Tayvan Doları kurları arasındaki ilişki 1 Ocak 1990–31 Aralık 2008 dönemlerine ilişkin günlük olarak derlenen veriler çerçevesinde incelenmiştir. Yazarlar elde ettikleri verilere HAR, GARCH, GJR, ve EGARCH modellerini uygulamışlardır. Elde edilen sonuçlara göre, döviz kuru ve döviz kuru oynaklığının gelen turist sayısı üzerindeki etkilerin farklı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca döviz kurunda yaşanan artışlar ile Tayvan'a gelen turist sayısı arasında negatif bir ilişki gözlemlenirken, döviz kuru oynaklığı ile Tayvan'a gelen turist sayısı arasındaki turistin geleceği ülkeye bağlı olarak negatif veya pozitif bir ilişki olabileceği sonucuna varılmıştır.

Kaya ve akır (2013)'ın çalışmasında Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirin Euro/Türk Lirası dvız kuru oynaklığından etkilenip etkilenmediğini incelemiştir. Çalışma 2002:1–2011:12 dönemlerine ilişkin olup aylık olarak derlenmiştir. Yazarlar tarafından yapılan literatür araştırması sonucunda, turizm gelirleri bağımlı değişken, gelişmiş ülkeler sanayi endeksi, turizm nispi fiyat ve dvız kuru oynaklığını ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Ayrıca 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz kukla değişken olarak çalışmaya dahil edilmiştir. Elde edilen verilere çoklu regresyon yöntemi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, dvız kuru oynaklığı ile Türkiye'nin turizm gelirleri arasında negatif bir ilişkiye rastlanılmıştır. Bunun haricinde 2008 küresel ekonomik kriz ile Türkiye'nin turizm gelirleri arasında ise pozitif bir etki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erkan vd. (2013)'nin çalışmasında dış ticaret açığının finanse edilmesinde rol oynayan turizm gelirlerine etki eden faktörlerin belirlenmesi hedeflenmiştir. Yazarlar literatür taraması sonucunda bağımlı değişken olarak turizm gelirlerini, bu gelirleri etkileyen faktörler olarak da turist sayısı, teşvik belge sayısı, reel toplam yatırım tutarı, turizm sektörü istihdamı, yatak sayısı ve reel dvız kuru değişkenlerini çalışmaya dahil etmişlerdir. Çalışma 2005–2012 yıllarına ait aylık verilerden derlenmiş olup elde edilen verilere VAR ve Granger nedensellik analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, turist sayısı ile turizm gelirleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır. Bunun haricinde, turizm gelirleri ile reel dvız kuru, toplam yatırım tutarı, istihdam, yatak sayısı, teşvikli belge sayısı arasında ise herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Jayathilake (2013)'nin çalışmasında Sri Lanka'daki uluslararası turizm talebinin belirlenmesinde önemli etkiye sahip olan faktörlerin araştırılması amaçlanmıştır. Turizm talebini ölçmek adına turist sayısı, turist harcamaları ve geceleme sayıları gibi çeşitli göstergelere yer verilmiştir. Çalışma 2002–2011 dönemine ilişkin olup önceki yıllara oranla daha çok turist gönderen Hindistan, İngiltere, Almanya, Fransa, Maldivler ve Avusturalya gibi ülkelerden gelen turist verilerini kapsamaktadır. Elde edilen verilere ARDL'ye dayanan eşbütünleşmeye yönelik sınır testi yaklaşımı uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçları, ülkedeki turizm

fiyatının, seyahat maliyetlerinin, kişilerin gelirlerinin, alternatif destinasyonlardaki turizm fiyatlarının ve döviz kurlarının uzun vadede uluslararası turizm talebinde önemli bir belirleyici olduğunu göstermektedir.

Şit (2014)'in çalışmasında gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye'nin turizm sektörünü etkileyen ekonomik faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 2000–2012 dönemine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. Çalışmada, turizm gelirleri bağımlı değişken olarak seçilmiş ve turist sayısı, ekonomik büyüme, reel döviz kuru ve enflasyon gibi makro değişkenler ile olan ilişkisi analiz edilmiştir. Elde edilen verilere, genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri, Johansen eşbütünleşme ve Toda-Yamamoto nedensellik analizleri uygulanmıştır. Yapılan tüm bu analiz sonuçlarına göre, çalışmada kullanılan değişkenlerden turist sayısı, reel döviz kuru ve enflasyonun turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca turizm gelirlerinin enflasyon, turist sayısı ve ekonomik büyüme üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Agiomirgianakis vd. (2014)'in çalışmasında döviz kuru volatilitésinin Türkiye'ye olan turist hareketliliği üzerindeki etkileri ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma 1994–2012 dönemine ilişkin olup üçer aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere eşbütünleşme analizi ve ARDL sınır testi yaklaşımı uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, döviz kuru oynaklığı ile Türkiye'ye yönelik gerçekleşen turist hareketliliği arasında negatif bir ilişki olduğu, göreceli olarak pahalı olan fiyatlar ile turist hareketliliği arasında negatif bir ilişkinin olduğu ve kişi başına düşen GSYH ile turist hareketliliği arasında ise pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Aktaş vd. (2014)'in çalışmasında döviz kuru oynaklığının Türkiye'deki turizm gelirleri üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Çalışma, 2003:01–2011:12 dönemine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere EGARCH modeli uygulanarak döviz kuru oynaklığı tahmin edilmiştir. Ardından hata düzeltme modeli çalışmaya ilave edilerek Türkiye'nin turizm gelirleri ile arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, döviz kurundaki oynaklığın,

turizm gelirleri üzerinde pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında, reel döviz kurlarında yaşanan artışın, turizm gelirlerinin azalmasına neden olduğu sonucuna varılmıştır.

Kılıç ve Bayar (2014)'in çalışmasında, reel efektif döviz kurundaki dalgalanmalar ile Türkiye'nin turizm gelirleri ve turizm harcamaları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma, 1994:01–2013:08 dönemlerine ilişkin olup elde edilen verilere Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizleri uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, reel efektif döviz kuru volatilitesi ile turizm geliri ve turizm harcamaları arasında uzun dönemde pozitif bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Coşkun ve Özer (2014)'in çalışmasında Türkiye için başta turizm öncülüğündeki büyüme hipotezi test edilmiştir. Çalışma 1992-2014 dönemine ilişkin olup 3 aylık veriler halinde derlenmiştir. Ayrıca döviz kurları modelde dışsal bir değişken olarak çalışmaya ilave edilmiştir. Elde edilen veriler ile Johansen eşbütünleşme analizi ve VECM tabanlı Granger nedensellik analizleri yapılmıştır. Ayrıca çalışmada GARCH modeli kullanılmıştır. Analiz sonuçları, turizm sektöründe yaşanan gelişme ile ekonomik büyümenin birbirlerini etkilediğini ve ekonomik büyümedeki belirsizliklerin Türkiye'deki turizm sektörünün gelişmesini etkilediğini göstermektedir. Buna ek olarak, turizm sektöründeki belirsizliklerin kısa dönemde ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Şen ve Şit (2015)'in çalışmasında ekonomik faktörler arasında yer alan reel döviz kurunun Türkiye'nin turizm gelirleri üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma, 2000–2012 dönemine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere, birim kök testleri, frekans dağılımı, Toda–Yamamoto ve Bootstrap tabanlı Toda–Yamamoto nedensellik analizleri uygulanmıştır. Yapılan tüm bu analiz sonuçları, reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerinde bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Bunun haricinde, turizm gelirlerinin de reel döviz kurunu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Bozkurt ve Pekmezci (2015)'nin çalışmasında turizm sektörü ile talep şoku ve kur şoku arasındaki ilişkinin teorik ve ampirik açıdan incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma 1996:01–2012:09 dönemlerine ilişkin olup döviz kuru olarak ABD Doları ve turist sayısı verilerini içermektedir. Ayrıca çalışmada talep şokları için, turist sayılarındaki standart hata, kur şokları için de dolar kurundaki standart hata kullanılmıştır. Elde edilen tüm bu veriler ile talep ve döviz kuru şoku değerleri hesaplanmış ve durağan olup olmadığını analiz etmek adına ADF birim kök testi yapılmıştır. Modelin sonucuna göre Granger nedensellik analizi uygulanmıştır. Yapılan analizlerin sonucuna göre, turizm talebi şokundan döviz kuru şokuna doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Buna ek olarak, uzun vadede turizm talebi şoku ile döviz kuru arasında negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Aydın vd. (2015)'nin çalışmasında, uluslararası düzeyde Türkiye'nin turizm talebini etkileyen milli gelir, fiyatlar, seyahat maliyetleri ve döviz kurları gibi ekonomik değişkenler incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk beş ülke (Almanya, Rusya, İngiltere, Gürcistan, Bulgaristan) için panel veri analizi yapılmıştır. Çalışma 1996:1–2013:4 dönemine ilişkin üçer aylık veriler halinde derlenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlere yatay-kesit bağımlılığı, durağanlık ve uzun dönem ilişkinin tespit edilmesi adına ön testler yapılmış ve ekonometrik model tahmin edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre, turizm talebi ile turizm fiyatları ve seyahat maliyetleri arasında negatif ve güçlü bir ilişki, döviz kurları ile turizm talebi arasında ise pozitif ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir. Bunun haricinde, Türkiye'nin turizm talebi ile Almanya, Rusya, İngiltere, Gürcistan ve Bulgaristan'ın milli gelirleri arasında negatif ve güçlü bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Öncel vd. (2016)'nin çalışmasında reel döviz kuru ile Türkiye'nin turizm gelirleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 2003:01–2015:04 dönemine ilişkin olup çeyrekler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere Toda-Yamamoto nedensellik analizi uygulanmıştır. Ayrıca katsayı tahmini için FMOLS ve DOLS metodu uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarında, döviz kuru ve turizm geliri değişkenleri arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bu

nedensellik ilişkisinin turizm gelirlerinden reel döviz kuruna doğru tek yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Pekmezci ve Bozkurt (2016)'un çalışmasında döviz kurları ve Türkiye'nin turizm gelirleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 2005:01–2015:06 dönemine ilişkin verilerden oluşmaktadır. Çalışmayı döviz kuru göstergesi olarak Euro ve ABD doları ile turizm gelirlerinden oluşan bir zaman serisi oluşturulmuştur. Elde edilen veriler ADF birim kök testine tabi tutulmuştur. Ardından değişkenler arasında bir eşbütünlüşme ilişkisinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla Johansen eşbütünlüşme testi, seriler arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını belirlemek adına ise Granger nedensellik analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, turizm gelirleri ile ABD Doları arasında herhangi bir nedensellik ve eşbütünlüşme ilişkisine rastlanılmamış olsa da turizm gelirleri ile Euro arasında uzun dönemde eşbütünlüşme ve nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun haricinde, turizm gelirlerinden Euro kuruna tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Ağazade (2016)'nin çalışmasında reel döviz kurundaki değişimlerin Türkiye'nin para birimi olarak Euro kullanan 12 Avrupa ülkesine yaptığı ihracat üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 2002–2015 dönemine ilişkin olup üçer aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere panel veri yöntemleri uygulanmıştır. Yapılan tahmin sonuçları reel döviz kurunda yaşanan değişkenliğin Türkiye'nin Euro kullanan 12 Avrupa ülkesine yapılan ihracatı negatif, düşük düzeyde ve kalıcı olmayacak şekilde etkilediğini göstermektedir. Buna ek olarak çalışmada reel döviz kurunun Türkiye ile Euro kullanan 12 ülke arasındaki ihracatını etkileyeceğine dair herhangi bir bulguya rastlanılmamıştır.

Albayrak (2017)'in çalışmasında, reel döviz kuru ile Türkiye'deki turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada kullanılan veriler 2010:01–2017:06 dönemine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilere geleneksel birim kök testi Dickey Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) yöntemi uygulanmış, Johansen eşbütünlüşme ve Granger nedensellik analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçları reel döviz kurunun Türkiye'nin turizm gelirlerini

etkilediğini göstermektedir. Ayrıca eşbütünleşme modeline göre, Türkiye'nin turizm gelirleri ile reel döviz kuru arasında uzun dönemde negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Granger nedensellik analizi sonucu ise reel döviz kurundan Türkiye'nin turizm gelirine tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Altın ve Süslü (2017)'nin çalışmasında döviz kuru ile ithalat ve ihracat arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 1989–2016 dönemine ilişkin olup üçer aylık veriler halinde derlenmiştir. Elde edilen verilerin durağanlığının ölçülmesi adına ilk olarak birim kök testleri uygulanmıştır. Ardından değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin ortaya koyulması adına Toda-Yamamoto nedensellik testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre döviz kuru ile ithalat ve ihracat arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Ergen ve Yavuz (2017)'un çalışmasında Türkiye'ye yönelik gerçekleşen turist hareketliliğinde döviz kuru oynaklığının etkisini, 2003–2016 dönemine ilişkin veriler ile incelemektedir. Döviz kuru oynaklığı ile turist hareketliliği arasında uzun dönemde eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığını tespit etmek adına elde edilen veri setine ARDL sınır testi yaklaşımı uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucuna göre uzun dönemde bahsi geçen değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Oğuz (2017)'un çalışmasında, kısa ve uzun dönemde turizm talebi ile reel döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkilerinin incelenmesi ve çalışmada örneklem olarak belirlenen İspanya, Almanya, İtalya ve İngiltere'nin Türkiye ile karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada örnekleme belirlenen ülkelerin 2002–2015 dönemine ilişkin turizm talebi ve reel döviz kuru verileri kullanılmıştır. İlk olarak değişkenler genişletilmiş Dickey Fuller testine tabi tutulmuş ve verilere Johansen eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Bununla birlikte, değişkenlerin kısa ve uzun dönemde nedensellik ilişkilerini incelemek amacıyla VECM ve VAR çerçevesinde Granger nedensellik analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, uzun dönemde Türkiye, Almanya ve İtalya arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Granger nedensellik analizi sonucunda, Türkiye

için reel döviz kurundan turizm talebine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu, Almanya ve İtalya için değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun haricinde, İngiltere ve İspanya için yapılan analizlerde ise herhangi bir eşbütünleşme ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır.

Karaçor ve Konya (2017)'nin çalışmasında, Türkiye'nin turizm geliri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma 1963-2016 yıllarına ilişkin yıllık veriler halinde derlenmiştir. Çalışmada Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYH) ve turizm geliri değişken olarak kullanılmıştır. Elde edilen verilere ilk olarak geleneksel birim kök testi Dickey Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) birim kök testi uygulanmıştır. Birinci dereceden durağan olan serilere Engle-Granger Koentegrasyon ve Johansen-Jelius Koentegrasyon testleri yapılmıştır. Ayrıca nedenselliğin yönünü belirlemek amacıyla Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Engle-Granger ve Johansen-Jelius eş bütünleşme analizi sonucunda kısa dönemde değişkenler arasında herhangi bir ilişki görülmezken, uzun dönemde değişkenler arasında bir ilişki görüldüğü ve turizmin ekonomik büyümeyi etkilediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çoban vd. (2018) yaptıkları çalışmada, yapısal kırılma ve farklı varyanslılık durumları altında, Türkiye'nin ekonomik büyüme ve turizm geliri, turist sayısı gibi turizm bileşenleri arasındaki eşbütünleşik yapı incelenmiştir. Çalışma, 2000–2016 dönemine ilişkin çeyrek dilimler halinde düzenlenen verilerden oluşmaktadır. Elde edilen verilere Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizleri uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik açıdan büyümesinde pozitif yönde katkı sağladığı, ayrıca reel efektif döviz kurunun turizm sektörü üzerinde anlamlı bir etki bulunmadığı ve turist sayılarının turizm gelirleri üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

Çelik (2018)'in çalışmasında döviz kurunda yaşanan değişimlerin Türkiye'nin ihracat rakamları üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma 1995:01-2017:01 dönemlerine ilişkin olup aylık veriler halinde derlenmiştir. İlk olarak değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisini analiz etmek adına sınır testi

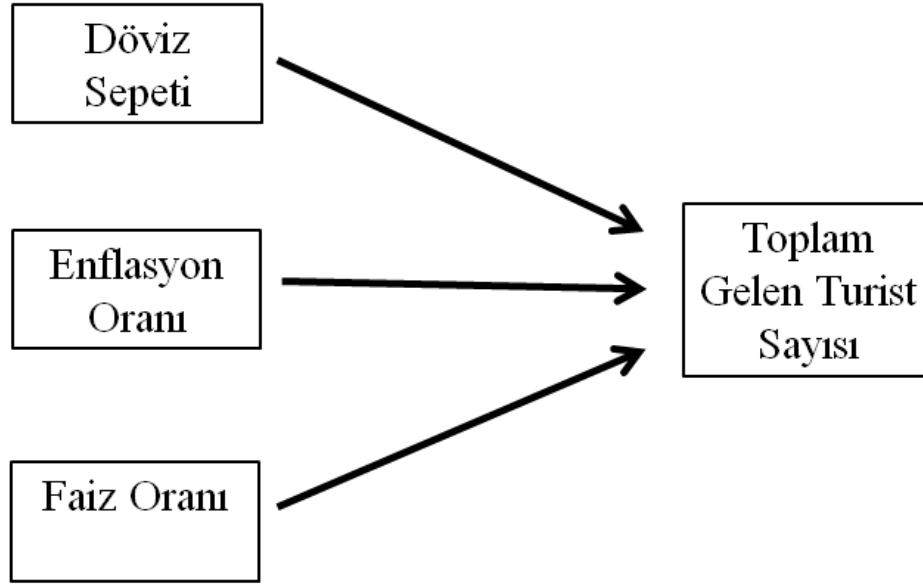
yaklaşımı yapılmıştır. Ardından elde edilen verilere otoregresif dağıtılmış gecikme modeli (ARDL) sınır testi ve hata düzeltme modeli (ECM) uygulanarak kısa ve uzun dönemde döviz kurundaki değişim ile ihracat arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarında, uzun ve kısa dönemde sanayi üretim endeksi ve ithalatın, ihracatı pozitif yönde etkilediği, reel döviz kuru endeksi ve döviz kuru volatilitésinin ise kısa ve uzun dönemde ihracatı negatif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmada kullanılan değişkenlerden, oluşturulan hipotezlerden ve bu hipotezlere yönelik oluşturulan araştırmanın modelinden, veri toplama araçları ve verilerinden analizinden bahsedilmiştir.

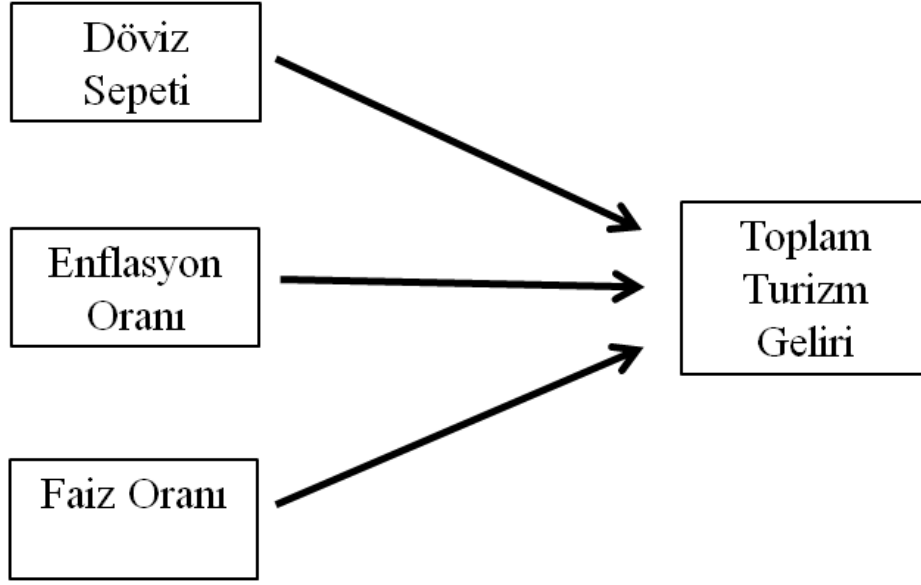
3.1. Araştırmanın Modeli

Yapılan literatür araştırmasının ardından değişkenler arasında iki farklı model oluşturulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla hazırlanan modeller Şekil 4 ve Şekil 5’te detaylı olarak verilmiştir.



Şekil 4. Araştırmanın Birinci Modeli

Yukarıda verilen modelde, bağımsız değişken olarak belirlenen döviz sepeti, enflasyon veya faiz oranlarında yaşanan değişimlerin bağımlı değişken olan toplam gelen turist sayısı üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır.



Şekil 5. Araştırmanın İkinci Modeli

Araştırmada oluşturulan ikinci model Şekil 5’te ayrıntılı olarak verilmiştir. Oluşturulan modelde, tıpkı birinci modelde olduğu gibi döviz sepeti, enflasyon veya faiz oranlarında meydana gelen değişiklerin bağımlı değişken olan toplam turizm geliri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Turizm, ülkeler açısından önemi gittikçe artan bir sektör konumuna gelmiştir. Şöyle ki, yapılan araştırmalar sonucunda geçmişten günümüze dünya üzerinde turizm faaliyetlerine katılan birey sayısında sürekli olarak bir artış olduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, bazı spesifik dönemler haricinde turizm hareketliliğine katılmak amacıyla Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısında da buna paralel olarak bir artış gözlemlenmiştir. Bu bağlamda, turizm faaliyetlerine katılmak için Türkiye’yi tercih eden ziyaretçi sayıları, bu ziyaretçilerden elde edilen gelirler, döviz kuru, enflasyon ve faiz oranları aylık olarak derlenmiştir. Çalışmada kullanılan zaman

serisinde 17 yıllık bir süreç göz önünde bulundurularak, döviz kurlarında meydana gelen değişimlerin Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizm geliri üzerinde önemi olup olmadığı incelenmiştir.

Turizm sektörünün bir hizmet sektörü olması nedeniyle sektöre ilişkin detaylı istatistiklerin oluşturulmasında veya bu istatistiklere ulaşmada yaşanan zorluklar, istatistik kurumlarında turizme ilişkin veri setlerinin yalnızca belirli döneme kadar aylık şekilde tutulması ve analizlerin daha net sonuç vermesi adına çalışmada kullanılan değişkenler için ortak bir zaman diliminin tespit edilmesi amacıyla örneklem sınırlı kalmış, genişletilememiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Çalışmada turist sayısı, turizm geliri, döviz kuru, enflasyon ve faiz oranlarına ilişkin veriler kullanılmıştır. Verilerin derlenmesinde turizm hareketliliğine katılmak üzere Türkiye'ye gelen yabancı turist, yurtdışında yaşayan vatandaş sayısı ve gelen toplam turistten elde edilen turizm geliri ele alınmıştır. Bunun yanı sıra Euro ve ABD Doları para birimleri kullanılarak bunlardan döviz sepeti oluşturulmuş ve çalışmaya dahil edilmiştir. Tüm bu değişkenler dışında enflasyon ve faiz oranları da çalışmaya eklenerek 17 yıl esas alınmış ve tüm değişkenler aylık bazda incelenmiştir. Çalışmada kullanılan veriler, TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası), TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) gibi geçerliliği ve güvenilirliği kabul görmüş kaynaklardan elde edilmiştir.

3.4. Verilerin Toplama Süreci

Çalışmada kullanılacak olan veri setinin oluşturulmasında ilk olarak çalışmada üzerinde durulduğu konu ile ilişkili daha öncesinde yapılmış olan araştırmalar ve bu araştırmaların literatürlerinde bahsedilen tüm kaynaklar taranmış ve detaylı bir şekilde incelenmiştir. Benzer çalışmalarda kullanılan ve güvenilirliği herkes tarafından kabul görülen veri kaynaklarına erişilmiş, dijital ortamda ulusal ve uluslararası kaynaklar ve veri tabanları kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veri seti

TÜİK, TCMB, TURSAB ve T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ait internet sayfasında yer alan veri tabanlarından derlenmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Yapılan araştırma sonrası elde edilen veriler EViews 9 paket programı ile analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın ilk aşamasında araştırmaya yönelik uygun bir ekonometrik model seçilmiş ve kullanılan modele, veri seti ışığında çeşitli analizler yapılmıştır. Analize geçmeden önce zaman serilerinin mevsimsellik içerip içermediği incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda mevsimsellik içeren seriler mevsimsellikten arındırılarak analize devam edilmiştir. Çalışmada bahsi geçen değişkenlerin durağan olup olmadığını belirlemek amacıyla birim kök testleri uygulanmıştır. Ardından yukarıda verilen araştırmanın modellerinde de bahsedildiği üzere daha öncesinde farkları alınmış turizm geliri ve turist sayısı ile döviz kuru, enflasyon, faiz değişkenleri arasında kısa dönemli herhangi bir ilişki olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla eşbütünleşme testi yapılmıştır. Son olarak değişkenler, arasında bir nedensellik ilişkisinin var olup olmadığının tespit edilmesi ve nedensellik ilişkinin olması durumunda ilişki yönünün belirlenmesi adına nedensellik analizi yapılmıştır.

3.5.1. Mevsimsellik (Seasonality)

Mevsimsellik kavramı dünya üzerindeki bazı faaliyetlerin mevsimlere veya aylara göre değiştiği durumlarda karşımıza çıkmaktadır. Mevsimsellik, değişkenler üzerinde zaman serilerinin kendilerinden kaynaklanmayan bir hareketliliği ortaya çıkarmaktadır. Genel olarak mevsimsellik durumu aylık ve çeyreklik dönemlerde net olarak gözlemlenmektedir. Yıllık verilerde ise mevsimsellik durumu pek belirgin şekilde görülmemektedir. Çünkü yıllık veriler günlük, haftalık veya çeyrek döneme ait verilerin toplamını veya ortalamasını ifade etmektedir (Sevütekin ve Nargeleçekenler 2010, s. 14).

Birçok sektörde olmak üzere başta turizm, inşaat ve tarım sektörleri alanında oluşturulan zaman serilerinde mevsimsellik hareketleri görülmektedir. Çünkü bu

zaman serileri, o döneme ait mevsim özelliklerine ve hava koşullarına bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Mevsimsellik olduğu düşünülen bu zaman serileri kullanılarak yapılacak olan ekonometrik analizlerde, regresyon analizine tabi tutulacak tüm değişkenlerin mevsimsellik durumlarının belirlenmesi ve ortadan kaldırılması yapılacak olan analizin kalitesini ve tahmin başarısını yükseltmektedir. Çünkü kullanılan zaman serilerinde farklı dönemde oluşan önemli değişiklikler tüm zaman serisinin varyansını etkilemektedir. Bu nedenle mevsimsellikten arındırılmamış zaman serilerinin varyansı yüksek olacaktır. Mevsimsel hareketliliğin incelenmesinin üç temel amacı vardır. Bunlardan ilki, kısa dönemde oluşan hareketliliğin anlaşılması ve açıklanmasıdır. İkinci amaç, kısa dönemde tahminleme yapılması, son olarak da zaman serilerinde meydana gelen bu mevsimsellik durumunun ortadan kaldırılması, verilerin mevsimsellikten ayrıştırılmasıdır (Orhunbilge, 1999, s. 64).

Zaman serilerinde mevsim etkisinin olup olmadığının tespit edilmesi iki farklı yolla gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki; grafik üzerinde görme yöntemidir. Serinin grafiği görüntülenir. Grafik testere dişine benzer bir hal almış ise mevsimsel etkinin varlığından söz etmek mümkündür. Bir diğer yol ise kukla değişken kullanımıdır. Yıl içindeki dönem sayısının bir eksiği kadar kukla değişken kullanılarak regresyon analizi yapılır. Analiz sonucunda t değeri anlamlı olan dönemlerde mevsim etkilerinin var olduğu söylenebilmektedir. Bunun sonucunda mevsimsellik etkiye sahip olan zaman verilerini 5 farklı yöntem ile mevsimsellikten arındırılabilir. Tüm bu yöntemler arasında uzun dönem serilerde de sorunsuz bir şekilde çalışabilen ve yaygın olarak kullanılan hareketli ortalamalar (moving average) yöntemidir.

Mevsimsel veri modeli olarak, durağan olmayan serilerde de kullanılan Box-Jenkins metodolojisi kullanılabilir. ACF ve PACF değerlerinin gecikme değerleri k gecikmeleri şeklinde devam etmektedir. Üç aylık dönemler halindeki mevsimsellik modeli aşağıda gösterildiği şekildedir;

$$y_t = a_1 y_{t-4} + u_t \quad |a| < 1 \quad (D1)$$

Birinci denklem için $k=4$ 'te PACF ve bir zirve ve ikinci denklem için aynı gecikmede ACF de bir zirve oluşmaktadır. Hem mevsimselliği hem de ARMA modelini kapsayan çoğaltıcı mevsimsellik (multiplicative seasonality) modeli oluşturulabilmektedir. Otopregresif ve hareketli çoğaltıcı mevsimsellik modelleri aşağıda gösterildiği şekildedir;

$$y_t = a_1 y_{t-1} + u_t + \theta_1 u_{t-1} + \theta_4 u_{t-4} + \theta_1 \theta_4 u_{t-5} \quad (D2)$$

$$(1 - a_1 L)(1 - a_4 L^4) y_t = (1 - \theta_1 L) u_t \quad (D3)$$

Ardı ardına gelen iki fark $\Delta^d \Delta_k^D$ çoğaltıcı modeli ARIMA (p,d,q) (P,D,Q) şeklinde yazılabilmektedir. Burada p ve q ARMA katsayılarını, d; mevsimsellik dışı fark değerini, D; mevsimsellik fark değerini, Q; hareketli ortalamayı, k ise mevsimsel dönem değerini ifade etmektedir (Kutlar, 2017, s. 38).

3.5.2. Birim Kök Testi (Unit Root Test)

Zaman serilerinde yer alan değişkenlerin genellikle aşağı veya yukarı yönde bir eğilim halinde oldukları gözlemlenmektedir. Böyle durumlarda belirli bir düzen içerisinde seyretmeyen verilerin farkı alınarak, bir düzen halinde seyreden verilerin ise fark alınmadan uygun dönüşümler yapılarak zaman serisi durağan hale getirilmektedir. Bu nedenle öngörü veya istatistiksel olarak bir sonuç elde etmek için öncelikle serinin durağan olup olmadığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Çünkü serinin durağanlığının kontrol edilmemesi ve serinin durağan olması durumunda yapılacak olan istatistiklerde hatalı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Otokorelasyon ve fonksiyon değerleri seride bir trendin olup olmadığı göstermektedir. Fakat otokorelasyon ve fonksiyon değerlerine bakılarak serinin birim kök içerip içermediğini fark etmek mümkün değildir. Bu nedenle seride birim kök olup olmadığını belirlemek amacıyla daha üst düzey testlerin kullanılması gerekmektedir (Göktaş vd.,2018, s. 7).

Durağanlığın belirlenmesinde yaygın olarak kullanılan birim kök analizi iyi bir seçenek olabilmektedir. Birim kök formülü aşağıda bahsedilen şekildedir;

$$Y_t = pY_{t-1} + u_t \quad -1 \leq p \leq 1 \quad (D4)$$

Yukarıda verilen formülde birim kökün varlığını test etmek amacıyla aşağıdaki hipotezlere başvurulmaktadır;

$H_0: p = 1$ olduğu durumda, Y_t serisi birim kök içermektedir ve seri durağan değildir.

$H_1: p < 1$ olduğu durumda ise, Y_t serisi AR sürecine sahiptir ve seri durağandır.

D4'de verilen formülde bahsi geçen Y_t serinin güncel değeri, Y_{t-1} serinin önceki dönemde değeri, P ise AR sürecinin karakteristik denklem kökü anlamına gelmektedir (Göktaş vd.,2018 s. 9). u_t white noise (beyaz gürültü) ismi hata terimi olarak bilinmektedir. P değerinin 1'e eşit olduğunda durağan olmayan olasılıklı bir süreç olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle Y_t 'nin gecikmeli Y_{t-1} değerine göre hesaplanıp tahmin edilen p değerini istatistiksel açıdan 1'e eşit olup olmadığı test edilmelidir. Eğer durum böyle ise Y_t 'nin durağan olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu durum birim kök testindeki esas ana fikir olarak nitelendirilebilir. Fakat yukarıdaki formülü SEK ile tahmin etmek ve daha önce yukarıda bahsedilen $p = 0$ önsavını test etmek mümkün olmayacaktır. Zira bu deneme birim kök durumunda önemli sayılabilecek şekilde sapkılıdır (Gujarati ve Porter, 2012, s. 754). Bu nedenle formül şu şekilde revize edilmektedir;

$$Y_t - Y_{t-1} = pY_{t-1} - Y_{t-1} + u_t \quad (D5)$$

$$= (p - 1)Y_{t-1} + u_t \quad (D6)$$

Son denklemlerde de görüldüğü üzere Y_t 'nin durağanlığı yalnızca u_t 'nin değerine değil bunun haricinde Y_{t-1} değeriyle de yakından ilişkilidir. $(p-1) = 0$ ya da $y = 0$ olduğu durumlarda Y_t serisinin birim kök içerdiği anlamına gelmektedir (Kutlar, 2017, s. 150).

Durağanlığın tespit edilmesi amacıyla kullanılan birçok test vardır. Fakat bunlardan en yaygın olarak kullanılan Dickey-Fuller, Genişletilmiş (augmented) Dickey-Fuller ve bunun haricinde parametrik olmayan Phillips-Perron testidir. Standart Dickey-Fuller testi hata terimlerinin bağımsız ve aynı biçimdeki dağılımlarının tahmini üzerine kurulmuştur. Hata terimleri bazı durumlarda değişik varyans veya seri korelasyon biçiminde dağılmış olabilme olasılığına karşılık olarak Dickey-Fuller testi geliştirilmiştir (Kutlar, 2017, s. 148). Bu sebeple çalışmada

kullanılacak olan serilerin durağanlığının test edilmesinde Genişletilmiş Dickey-Fuller ve parametrik olmayan Phillips-Perron testi kullanılacaktır.

3.5.2.1 Genişletilmiş Dickey-Fuller Testi (ADF)

Dickey ve Fuller 1979 ve 1981 yıllarında yapmış oldukları çalışmalarda zaman serilerinde durağanlığın olup olmadığını test etmek adına birim kök testini geliştirmişlerdir. Dickey-Fuller testi, uygulama kolaylığı açısından en çok tercih edilen ve hata terimlerinin birbirinden bağımsız ve aynı dağılıma sahip olan varsayım üzerine oluşturulmuştur (Göktaş vd., 2018, s. 10).

Genişletilmiş Dickey-Fuller testi, bağımlı bir değişken olan ΔY_t 'nin gecikmeli değerlerinin ilave edilerek bunların genişletilmesiyle yapılmaktadır (Gujarati ve Porter, 2012, s. 757). Genişletilmiş Dickey-Fuller yöntemin daha net anlaşılması amacıyla P' inci derecedeki otoregresif süreç aşağıda verildiği şekildedir (Kutlar, 2017, s. 152);

$$Y_t = a_0 + a_1 Y_{t-1} + a_2 Y_{t-2} + \dots + a_{p-1} Y_{t-p+1} + a_p Y_{t-p} + a_p Y_{t-p} + u_t \quad (D7)$$

Denklemin başı ve sonuna $a_p Y_{t-p+1}$ ilave edildiğinde;

$$Y_t = a_0 + a_1 Y_{t-1} + a_2 Y_{t-2} + \dots + a_{p-2} Y_{t-p+2} + (a_{p-1} + a_p) Y_{t-p+1} + a_p \Delta Y_{t-p+1} + u_t \quad (D8)$$

Sonucuna varılmaktadır. Aynı yönteme devam edildiğinde;

$$y = -(1 - \sum_{i=1}^p a_i) \text{ ve } \beta = \sum_{j=1}^p a_j \quad (D9)$$

Denklemine eş bir metot

$$\Delta Y_t = m_0 + \beta Y_{t-1} + \sum_{i=2}^p \beta_i \Delta Y_{t-i+1} + u_t \quad (D10)$$

Şeklinde denklem oluşturulmaktadır.

3.5.2.2. Phillips-Perron Testi (PP)

Dickey-Fuller testinde u_t hata terimlerinin eşit bir şekilde ve birbirinden bağımsız dağılmış olması oldukça mühim olan bir hipotezdir. Genişletilmiş Dickey-

Fuller (ADF) testi çalışmada kullanılacak olan bağımlı değişkenlerin gecikmeli fark terimlerini eklemektedir. Bununla birlikte hata terimlerinde oluşabilecek ardışık ilişkiyi hesaba katarak standart Dickey-Fuller testini düzeltmektedir (Gujarati ve Porter, 2012, s. 758).

Phillips-Perron ise 1988 yılında Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) testini genelleştirmiş ve hata terimini bağımlı ve değişen varyans olan durumlar için incelemiştir. Bu nedenle Phillips-Perron (PP) testi hatalara ait olan varsayımlar diğer testlere göre daha esnek bir hal almıştır. PP testinde model olarak ADF testinde yer alan model uygulanmamaktadır. Bu nedenle modele bağımlı gecikmeler değil, düzeltme faktörü eklenerek devam edilmektedir (Göktaş vd., 2018, s. 15).

Phillips-Perron testinde kullanılan model aşağıdaki gibidir;

$$\Delta Y_t = a_0 + a_1 \left(t - \frac{T}{2} \right) + a_2 Y_{t-1} \sum_{i=1}^m \Delta Y_{t-i} + u_t \quad (D11)$$

Phillips-Perron testi (PP) Dickey-Fuller testine dayanmaktadır. Fakat Dickey-Fuller testi bağımsızlık ve homojenlik varsayımı üzerinde dururken, PP testi hataların zayıf bağımlı ve heterojen bir yapıda olduğunu öne sürmüştür.

3.5.3. Eşbütünleşme Testi (Cointegration Test)

Her ne kadar literatürde bu konu hakkında tartışmalar devam ediyor olsa da, eşbütünleşme kavramı 1980'lerin ortalarında ekonometriye kazandırılmıştır. Bu kavram birçok ekonometri alanında bilgi sahibi kişiler tarafından modellenmede en son ve önemli bir gelişme olarak görülmektedir. Çünkü birden fazla durağan olmayan zaman serileri arasındaki ilişki bu model ile açıklanabilmektedir. İlk olarak çalışmada kullanılacak olan zaman serilerinin birim kök testleriyle incelenmesinden sonra, birim kök içerip içermediği belirlenmektedir. Ardından seriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla eşbütünleşme analizine tabi tutulmaktadır (Göktaş vd., 2018, s. 39).

Ekonomik analizlerde kullanılacak zaman serilerinin birim kök içermesi yani durağan olmaması durumunda sahte regresyon ortaya çıkmaktadır. Serilerin

durağanlaştırılması halinde ise seri orijinal değerlerinden uzaklaşmakta ve farkların alınmasının ardından serilerde uzun ve kısa dönem ilişkileri ortadan kalkmaktadır. Buna bağlı olarak serilerde uzun dönem ilişkisi oluşmamaktadır. Eşbütünleşme testi ise bu tarz sıkıntıları ortadan kaldırmak için çıkarılan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 129). Eşbütünleşme modeli aşağıdaki gibidir;

$$Y_t = c + pX_t + \varepsilon_t \rightarrow \hat{\varepsilon}_t = Y_t - \hat{c} - \hat{p}X_t \quad (D12)$$

X_t ve Y_t birinci dereceden farkları alınmış iki zaman seridir. $I(1)$, bu iki serinin doğrusal birleşimidir. Bazı durumlarda iki $I(1)$ değişkeninin doğrusal birleşiminden elde edilen D12’de hesaplanan hata $I(0)$ bir değişken olarak çıkabilmektedir. Böyle durumlarda bu iki değişkene eşbütünleşik seri adı verilmektedir. Bununla birlikte yukarıda verilen modelde p bütünleşme katsayısı olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca modelin hatasının bağımsız ve aynı dağılıma sahip 0 ortalamalı, sabit varyanslı olduğu farz edilmiştir (Göktaş vd., 2018, s. 40).

Eşbütünleşme testinde, tek değişkenli ve çok değişkenli olma durumuna göre iki farklı yöntem uygulanmaktadır. 1987 yılında Engle-Granger tarafından geliştirilen tek denkleme dayalı olan, iki veya daha fazla değişken arasında bir denge ilişkisi olup olmadığını gösteren bir yaklaşımdır. Fakat değişkenlerin arasında birden fazla denge ilişkisi olduğu durumlarda, tek bir denge varmış gibi ele alması analizlerde problemlere yol açmaktadır. Bu nedenle 1988 yılında Johansen çoklu eşbütünleşme vektörünün tahminlenmesi yaklaşımı ile vektör otoregresif (VAR) modelini geliştirmiştir (Göktaş vd., 2018, s.40). Çalışmada, birden fazla değişken kullanıldığından ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin sağlıklı bir şekilde tespit edilmesi amacıyla Johansen eşbütünleşme testi kullanılmıştır.

3.5.3.1. Johansen Eşbütünleşme Testi

Modelde iki veya daha fazla değişken olması eşbütünleştirici vektör olma ihtimalini doğurmaktadır. Bu durum modelde kullanılan değişkenlerin arasında çok sayıda denge ilişkisinin olabileceğini ifade etmektedir. Şöyle ki $m=2$ olması halinde değişkenler eşbütünleşik ise vektör tekildir. Fakat $m>2$ olması halinde tek bir eşbütünleştirici vektör olabileceği gibi çok sayıda birleştirici vektör de olabilmektedir

(Sevütekin ve Çınar, 2014, s. 580-582). Temelde Johansen yaklaşımı, modelde var olan tüm değişkenleri içsel olarak kabul etmekte ve onları normalleştirme için değişken seçimini ihtiyaç duymamaktadır (Eryiğit, 2008, s. 70).

Johansen yaklaşımını daha net bir şekilde ifade etmek için tek denklemlili düzeltme modelinden çok denklemlili hata düzeltme modeline geçilmelidir. Y_t , X_t ve W_t 3 içsel değişken olarak ele alındığında model aşağıdaki gibi olacaktır;

$$Z_t = A_1Z_{t-1} + A_2Z_{t-2} + \dots + A_pZ_{t-p} + \varepsilon_t \quad (D13)$$

VECM (vektör hata düzeltme modeli) ise şu şekildedir;

$$\Delta Z_t = \Gamma_1 \Delta Z_{t-1} + \Gamma_2 \Delta Z_{t-2} + \dots + \Gamma_{p-1} \Delta Z_{t-p+1} + \Pi Z_{t-1} + \varepsilon_t \quad (D14)$$

Burada $i=1,2,3,\dots,p-1$ için $\Gamma_i = -(I - A_1 - A_2 - \dots - A_i)$ ve $\Pi = -(I - A_1 - A_2 - \dots + A_p)$. Π parametresi uzun dönem ilişkisini ifade etmektedir. Çoğunlukla eşbütünleşik değişkenler arasındaki ilişki sayısı anlaşılamamaktadır. İlişki sayısı Π' 'ye bağlıdır. Alt sınır 0, üst sınır ise m olarak ifade edilmektedir. Johansen eşbütünleştirici ilişki sayılarını belirlerken maksimum özdeğer ve iz istatistiği kullanılmaktadır. Bu yöntem ile özdeğer hesaplanarak, köklerden hangilerinin anlamlı olduğu tespit edilmektedir. (Çetin, 2018, s. 119). Johansen yaklaşımı 4 aşamadan oluşmaktadır;

Johansen eşbütünleşme testinin birinci aşaması olarak, Eşbütünleşme analizinde kullanılacak olan m kadar değişkenin tümleşme derecesi tayin edilmektedir. Değişkenlere ait tümleşme derecesine, birim kök vasıtası ile ulaşılmaktadır. Ekonomik değişkenlerin büyük bir çoğunluğu durağan olmayabilir. Bu nedenle sahte regresyon sorunları ile karşılaşmamak için, değişkenler birim kök testine tabi tutulması gerekmektedir (Çetin, 2018, s. 120).

Johansen eşbütünleşme testinin ikinci aşaması, modele uygun bir gecikme sayısı belirlemektir. Gecikme uzunluğu modelden dışlanmış değişkenlerden etkilenmektedir. Böylece modelden dışlanan değişkenler hata terimine dahil edilerek modele eklenmektedir. Uygun bir gecikme sayısının atanmasında ilk olarak VAR modeli tahminlemesi yapılmaktadır. Yapılan VAR modelinde değişkenler birden fazla gecikme barındırmaktadır. İşleme gecikme sayıları sıfıra düşüne kadar tek tek

azaltılarak model yeniden tahmin edilerek devam edilmektedir. AIC, SIC bilgi kriterleri, LM testiyle birlikte otokorelasyon, değişen varyans, kalıntı normalliği ve ARCH etkileri gibi diğer değerlendirme kriterleri de uygun modeli seçme aşamasında kullanılmaktadır (Çetin, 2018, s. 120).

Johansen eşbütünleşme testinin üçüncü aşamasında, VAR modelinin belirlenmesinin ardından eşbütünleşme çözümlemesinde kullanılacak olan model için deterministik komponentlere uygun olacak şekilde bir model seçilmektedir. Dinamik modelin meydana getirilmesinde uzun dönem modelinde kesme, kısa dönem modelinde kesme veya trend komponentlerinin var olup olmaması durumu önemli bir husus olarak ifade edilmektedir. VECM (Vektör hata düzeltme modeli) sırasında tüm seçenekler göz önünde bulundurulabilmektedir (Çetin, 2018, s. 121).

Johansen eşbütünleşme testinin son aşaması olan dördüncü aşamasında, Π matrisinin değeri ve eştümleyici vektör sayısı belirlenmektedir. Johansen'e göre vektör sayısını belirlemede iki farklı metot uygulanmaktadır. Kullanılan iki metot da ise Π matrisi önem arz etmektedir. Çünkü Π matrisi tahmin edilerek bu iki metot uygulanmaktadır. Π matrisi, r sayıda adıma sahip ve $m \times m$ boyutludur. Kullanılan yöntemlerden biri maksimum özdeğer (λ_{max}), diğeri ise iz (λ_{iz}) testidir (Çetin, 2018, s. 121).

H_0 : En çok “ r ” adet eşbütünleşik vektör bulunmaktadır.

H_1 : En çok “ $r+1$ ” adet eşbütünleşik vektör bulunmaktadır.

Yukarıda yer alan hipotezler, eşbütünleşik vektör sayısının belirlenmesinde kullanılmaktadır. İz (Trace) testi için kullanılan model ise aşağıdaki gibidir;

$$\lambda_{trace}(r) = -2 \ln(Q) = -T \sum_{i=r+1}^p 1n(1 - \hat{\lambda}_i) \quad (D15)$$

Bu analizde ilk olarak p adet özdeğer ve öz vektör hesaplanarak kaç adet sifıra eşit λ olduğu tespit edilir ve eşbütünleşme hakkında sonuca bir sonuca varılır. Aşağıda yer alan hipotezler de eşbütünleşik vektör sayısını belirlemek adına kullanılmaktadır.

H_0 : ‘‘r’’ adet eşbütünleşme vektörü bulunmaktadır. ($\lambda_i = 0$)

H_1 : ‘‘r+1’’ adet eşbütünleşme vektörü bulunmaktadır.

En büyük özdeğer (max) testinde kullanılan model ise aşağıda verildiği şekildedir.

$$\lambda_{max}(r, r + 1) = -21n(Q) = -T1n(1 - \hat{\lambda}_{t+1}) \quad (D16)$$

Yukarıdaki modelde verilen r, eşbütünleşik vektör sayısını, T gözlem sayısını, $\hat{\lambda}_{r+1}$ ise özdeğer tahminlerini ifade etmektedir. En büyük özdeğer (max) testi istatistiğinin hesaplanması özdeğerlere bağlıdır. Özdeğerler büyükten küçüğe doğru sıralanır ve sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığı tespit edilir. Hem iz testi istatistiğinin hem de en büyük özdeğer (max) testi istatistiğinin çizelge yer alan değerlerden büyük olması durumunda H_0 hipotezi reddedilir. En büyük özdeğer (max) testinin iz testinden daha üstün olduğu söylenmektedir. Çünkü en büyük özdeğer (max) testinin daha kesin sonuçlar verdiği inanılmaktadır. Fakat testin güvenilirliği açısından büyük örneklem kullanılması gerekmektedir (Göktaş vd., 2018, s. 47).

3.5.3.2. Johansen Testinin Yararları

Johansen eşbütünleşme analizi normalleştirme seçimini bizzat kendisi ele almaktadır. Bunun haricinde eşbütünleşme testi vektörlerdeki kısıtların sınanmasına imkan sağlar. Ayrıca Johansen eşbütünleşme testinde Engle-Granger testinde görülen belirsizliğe yer yoktur (Göktaş vd., 2018, s. 47).

3.5.3.3. Johansen Testinin Zararları

Johansen testinde deterministik bileşenlerden yararlanılmaktadır. Bu nedenle çalışmada kullanılan seri trend veya mevsimsellik özelliğine sahip ise ilgili bileşenler modele dahil edilebilmektedir. Bunun haricinde Johansen testinde tüm değişkenler içsel olarak varsayılmaktadır. Bu yüzden değişkenler kendi ve diğer değişkenlerin gecikmeleri sonucu modellenmektedir. Ayrıca Johansen testi hata terimi ve normal dağılımı hipotezine dayanmaktadır (Göktaş vd., 2018, s. 47).

3.5.4. Nedensellik Testi (Causality Test)

Çalışmalarda kullanılan değişkenlerin arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını belirlemek oldukça önemli ve zor bir konudur. Bir kavram olarak ele alındığında nedensellik, kullanılan değişkenlerin geçmiş bilgileri çıkarıldığında diğer değişkenlerin ortak dağılımlarında herhangi bir değişiklik söz konusu değil ise çıkarılan değişkenler Granger'daki değişkenlere neden olamaz şeklinde yorumlanmaktadır (Göktaş vd., 2018, s. 57). Değişkenler arasında neden-sonuç ilişkisinin varlığının tespit edilmesi ve bir neden-sonuç ilişkisinin belirlenmesi halinde bu ilişkinin tek yönlü veya çift yönlü olup olmadığı nedensellik analizi ile ortaya koyulmaktadır. Genel olarak yapılan çalışmalarda seriler arasındaki nedensellik ilişkilerinin belirlenmesinde en yaygın olarak kullanılan metot, 1969 yılında Granger tarafından dünyaya kazandırılan Granger nedensellik testidir (Akçay, 2013, s. 37). Çalışmada kullanılan değişkenlerin nedensellik analizine tabi tutulmasından dolayı aşağıda Granger nedensellik analizine yönelik birtakım bilgiler yer almaktadır.

3.5.4.1. Granger Nedensellik Testi

Genel olarak bakıldığında Granger nedensellik testi çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkinin olup olmadığını, eğer bir ilişki varsa bu ilişkinin yönünü tespit etmek amacıyla kullanılan ekonometrik bir yöntem olarak tanımlanmaktadır. Granger nedensellik testi 1969 yılında Granger tarafından literatüre kazandırılmıştır. Ayrıca iki değişken arasındaki nedensellik ilişkisinin var olup olmadığını belirlenmesinde en çok bilinen ve yoğun olarak kullanılan bir analiz türüdür (Göktaş vd., 2018, s. 58). Granger nedensellik testindeki nedensellik kelimesi yanlış isimlendirilmiştir. Şöyle ki, Granger nedensellik testi bir değişkenin şimdiki değeri ile diğer değişkenin geçmiş değeri arasındaki bir korelasyondur. Bir değişkenin hareketleri diğer değişkenin hareketlerine neden olduğu anlamına gelmemektedir (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 113). Granger nedensellik testi, değişkenlerden hangilerinin diğer değişkenlerin Granger sebebi olduğunu belirlemeye çalışmaktadır (Göktaş vd., 2018, s. 58). Granger testine ait model aşağıdaki gibidir;

$$X_t = \sum_{i=1}^p a_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^p \beta_j X_{t-j} + \varepsilon_{1t} \quad (D17)$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^q \gamma_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^q \delta_j X_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad (D18)$$

Yukarıda verilen denklemlerde hata terimi olan ε_{1t} ve ε_{2t} 'nin ilişkisiz olduğu kabul edilmektedir. Çalışmada kullanılan bağımlı değişkenlerin tümüne sol tarafta yer verilmiş olup diğer değişkenin gecikme değerleri ele alınarak model oluşturulmaktadır. Granger testi X_t 'nin Y_t 'ye neden olup olmadığını araştırmaktadır. Y_t değerleri ile şimdi ki Y_t 'nin ne kadarını açıklayabildiğini ve bununla birlikte X_t 'nin de gecikmeli değerlerinin eklenmesinin ardından açıklamada bir değişiklik olup olmadığını test etmektedir. Şayet, X_t 'lerin katsayıları istatistiksel açıdan anlamlı olduğu durumda X_t değişkeninin Y_t 'nin nedeni olduğunu söylemek mümkündür (Göktaş vd., 2018, s. 59).

Değişkenler arasındaki nedensellik test edilirken oluşturan hipotezler aşağıdaki gibidir;

$H_0: a_1 = a_2 = \dots = a_p = 0$ ise Y_t, X_t 'nin nedeni değildir. $i=1, \dots, p$

$H_A: a_1 \neq a_2 \neq \dots \neq a_p \neq 0$ ise Y_t, X_t 'nin nedenidir.

$H_0: \delta_1 = \delta_2 = \dots = \delta_q = 0$ ise X_t, Y_t 'nin nedeni değildir. $j=1, \dots, q$

$H_A: \delta_1 \neq \delta_2 \neq \dots \neq \delta_q \neq 0$ ise X_t, Y_t 'nin nedenidir.

H_0 hipotezinde Y_t değişkeninin p gecikme uzunluğuna kadar olan gecikme sayılarına ait katsayılar ile X_t değişkeninin q gecikme uzunluğuna kadar olan gecikme sayılarına ait katsayıların tamamının sifıra eşit olup olmadığı F istatistik testi ile tespit edilmektedir. F istatistik testinde verilen anlamlılık değerinin %5'in altında olduğu durumlarda yokluk hipotezi reddedilmektedir. Yapılan testin ardından çalışmada kullanılan değişkenler arasında tek yönlü, çift yönlü nedensellik

olabileceği gibi, değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin olmadığı sonucuna da varılabilmektedir (Göktaş vd., 2018, s. 59).

Granger nedensellik testi birçok çalışmada yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri olmasına karşın, bazı kısıtlara sahiptir. Şöyle ki, Granger nedensellik testi model belirleme ve modele ait değişkenlerin gecikme uzunluklarına karşı oldukça hassastır. Bu nedenle etkiler nedensellik analizinde yanlışlık sorununa neden olmaktadır. Bunun haricinde çalışmalarda kullanılan zaman serilerinin genellikle durağan olmaması durumu, sahte regresyona neden olmakla birlikte test için elde edilen F-istatistik standart bir dağılım sergilememesinden dolayı F testini geçersiz kılmaktadır. Ayrıca durağan olarak varsayılan fakat durağan olmayan serilerin farklarının alınmadan modelin oluşturulması halinde, uzun dönemde bilgi kaybına neden olabilmektedir (Göktaş vd., 2018, s. 60).

Granger testi yapılırken kullanılacak olan değişkenlerin durağan olması önemli bir husustur. Durağan olması durumunda değişkenlerin düzey değerleri, durağan olmayan zaman serilerinde ise değişkenlerin farklarının alınarak oluşturulan değerler kullanılmaktadır. Testteki gecikme sayısı AIC (Akaike), FPE (Final Prediction Error), ya da SC (Schwarz) bilgi kriterleri göz önünde bulundurularak belirlenmektedir (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 114).

4. BULGULAR VE YORUMLAR

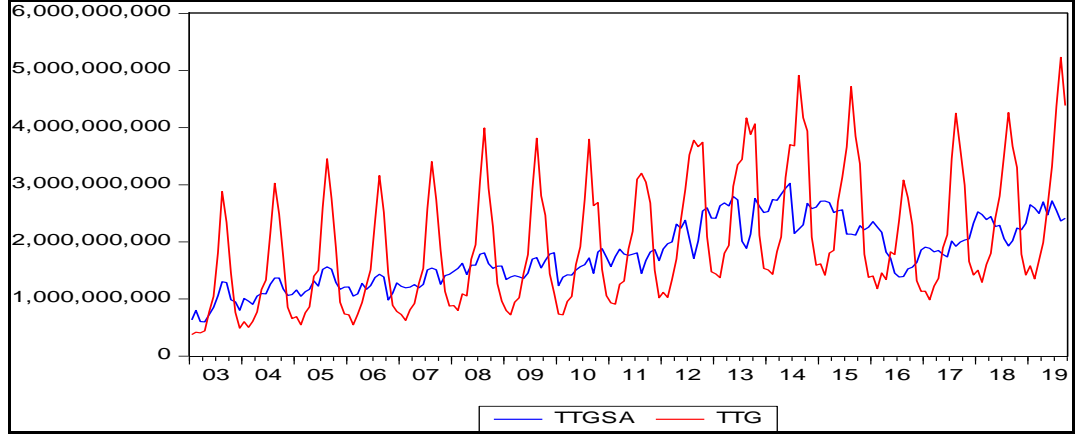
Araştırmanın bu bölümünde, çalışmada kullanılan verilere uygulanan analiz sonucu elde edilen bulgular ve bu bulgulara ait yorumlar yer almaktadır. Bu konu ile alakalı ilk olarak verilerin mevsimsellik durumu için yapılan analiz bulguları ve daha sonra sırasıyla durağanlığı tespit etmek amacıyla yapılan birim kök analiz bulguları, değişkenler arasında kısa dönemde ilişkiyi tespit etmek adına yapılan eşbütünleşme analiz bulguları ve nedensellik ilişkisinin varlığını belirlemek ve ilişkinin yönünü tespit etmek adına yapılan nedensellik analiz bulgularına aşağıda yer verilmiştir. Ayrıca analizde kullanılan değişkenlere ait kısaltmaların daha anlaşılır olması adına kısaltma çizelgesine yer verilmiştir.

Çizelge 15. Çalışmada Kullanılan Değişkenlere Ait Kısaltmalar

TTG	Toplam Turizm Geliri
TTGSA	Mevsimsellikten Arındırılmış Toplam Turizm Geliri
GTS	Gelen Turist Sayısı
GTSSA	Mevsimsellikten Arındırılmış Gelen Turist Sayısı
SPT	Döviz Sepeti
SPTSA	Mevsimsellikten Arındırılmış Döviz Sepeti
ENF	Enflasyon Oranı
ENFSA	Mevsimsellikten Arındırılmış Enflasyon Oranı
FAIZ	Faiz Oranı
FAIZSA	Mevsimsellikten Arındırılmış Faiz Oranı
DENF	Birinci Farkı Alınmış Enflasyon Oranı
DFAIZ	Birinci Farkı Alınmış Faiz Oranı
DGTSSA	Birinci Farkı Alınmış Gelen Turist Sayısı
DSTP	Birinci Farkı Alınmış Döviz Sepeti
DTTGSA	Birinci Farkı Alınmış Toplam Turizm Geliri

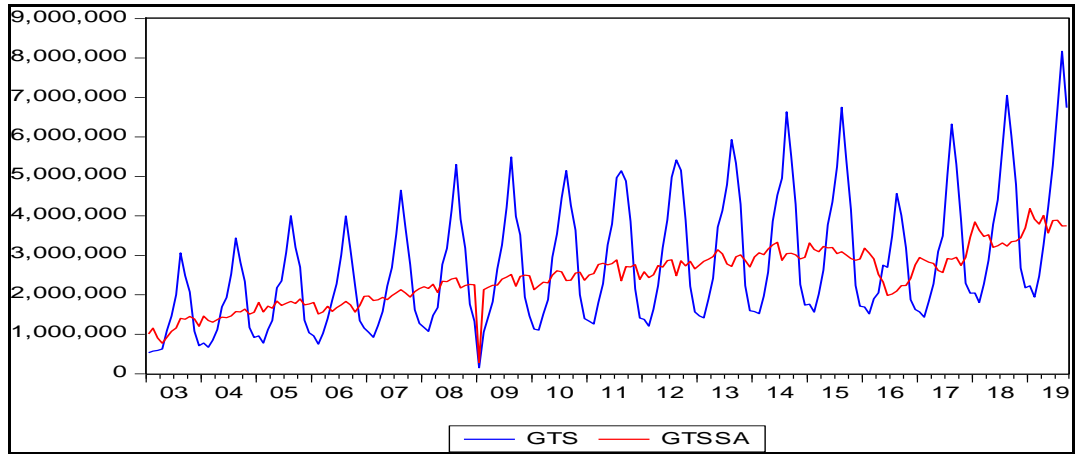
4.1. Mevsimsellik Testi Bulguları

Mevsimsellik ile ilgili turizm geliri, gelen turist sayısı, faiz, enflasyon, döviz sepeti değişkenlerinin hareketli ortalama (Moving Average) yöntemine göre mevsimsellik sonuçlarına aşağıdaki grafiklerde yer verilmiştir.



Şekil 6. Turizm Gelirleri Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri

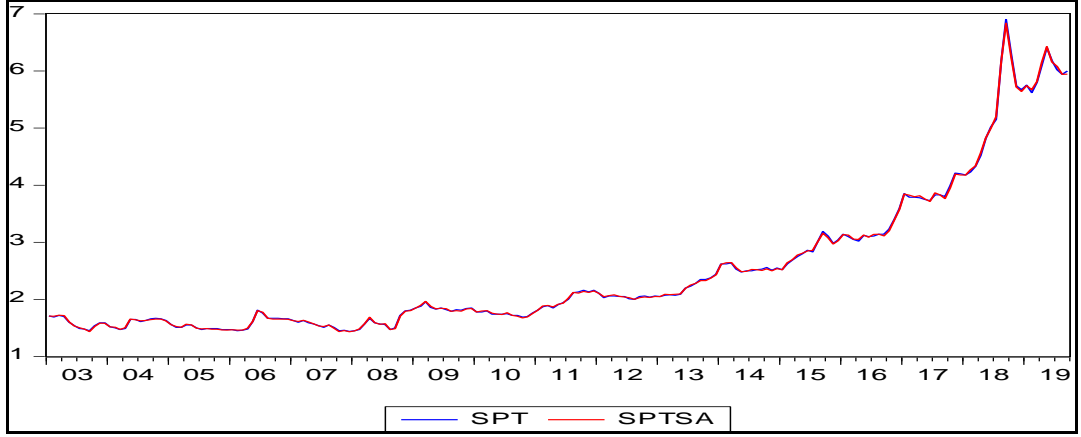
Şekil 6’da 2003-2019 dönemlerine ilişkin Türkiye’nin turizm sektöründen elde ettiği gelir değişkeninin 12 ay boyunca seyri yer almaktadır. Grafikte yer alan kırmızı dalgalar değişkenin mevsimsellikten arındırılmamış, mavi dalgalar ise mevsimsellikten arındırılmış son halini göstermektedir. Seri incelendiğinde kesinlikle bir mevsimsel etkinin varlığını söylemek mümkündür. Çünkü birinci fark alındığında serinin durağanlaşmadığı, fakat ikinci fark alındığında serinin durağanlaştığı görülmektedir. Bunun yanı sıra zaman serilerinin yer aldığı grafikte gözlemlenen testere dişini andıran kıvrımlar da mevsimsellik etkisinin olduğu göstermektedir. Analize turizm gelirleri değişkenine ait zaman serileri mevsimsellikten arındırılarak devam edilmiştir.



Şekil 7. Gelen Turist Sayısı Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri

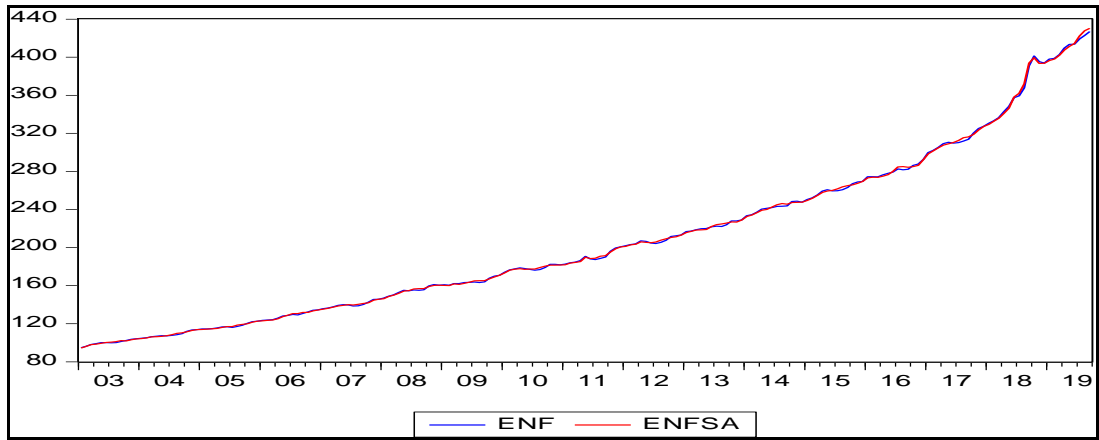
Yukarıda yer alan Şekil 7’de 2003-2019 yılları arasında Türkiye’ye gelen turist sayısı değişkeninin zaman serisine ait veriler yer almaktadır. Grafikteki mavi

dalgalar değişkenin mevsimsellikten arındırılmamış, kırmızı dalgalar ise mevsimsellikten arındırılmış son halini göstermektedir. Şekil 7’de de Şekil 6’da olduğu gibi testere dişine benzer kıvrımlar gözlemlenmektedir. Bu durum zaman serisinin mevsimsel bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Daha doğru ve açık bir sonuç elde etmek amacıyla veri seti mevsimsellikten arındırılarak analize dahil edilmiştir.



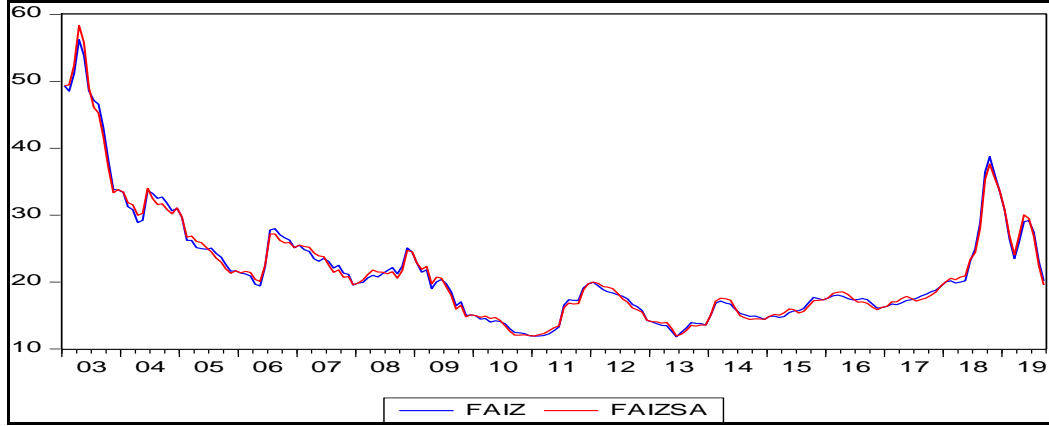
Şekil 8. Döviz Sepeti Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri

Şekil 8’de 2003-2019 yılları arasında döviz sepeti değişkeninin zaman serisine ait veriler yer almaktadır. Yukarıda verilen 2 grafiğin aksine bu grafikte zaman serisi verilerin durağan olduğu görölmektedir. Bu nedenle zaman serisinde herhangi bir mevsimsel etkinin saptandığını söylemek mümkün değildir. Ayrıca bakıldığında mevsimsel etkilerden arındırılmış seri ile düzey değerindeki seri arasında bir değişiklik olmadığı da görölmektedir. Analize döviz sepeti değişkeninin düzey değerleri ile devam edilmiştir.



Şekil 9. Enflasyon Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri

Şekil 9’da Enflasyon değişkeninin düzey değerlerinin ve mevsimsellikten arındırılmış değerleri yer almaktadır. Hem düzeyde hem de mevsimsellikten arındırılmış haline bakıldığında birbirini takip ettiği ve mevsimsellik durumunun gözlemlenmediği saptanmıştır. Analize enflasyon değişkeninin düzey değerleri ile devam edilmiştir.



Şekil 10. Faiz Değişkeninin Mevsimsellikten Arındırılmış Değerleri

Yukarıda verilen Şekil 10’da 2003-2019 dönemlerine ilişkin faiz değişkenine ait zaman serileri yer almaktadır. Grafik incelendiğinde birinci ve ikinci farklar alındığında serinin durağan olduğu gözlemlenmiştir. Buna bağlı olarak değişkene ait zaman serisinde herhangi bir mevsimsellik durumuna rastlanılmadığını söylemek mümkündür. Bu nedenle analize faiz değişkeninin düzey değerleri ile devam edilmiştir.

4.2. ADF ve PP Birim Kök Testi Bulguları

Çizelge 16. ADF ve PP Birim Kök Testi Bulguları (10)

	ADF		PP	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
Enf	5.2338	3.0486	5.8736	2.8482
	(0.9999)	(0.9999)	(0.9999)	(0.9999)
Faiz	-3.4097	-3.2379	-3.4491	-2.8150
	(0.0117)	(0.0801)	(0.0104)	(0.1937)
Gtssa	-1.8761	-4.5375	-2.2956	-6.3171
	(0.3431)	(0.0017)	(0.1744)	(0.0001)
Spt	2.7183	0.3469	2.2292	-0.3996
	(0.9999)	(0.9987)	(0.9999)	(0.9870)
Ttgsa	-1.4045	-2.5204	-2.3787	-4.1293
	(0.5793)	(0.3180)	(0.1491)	(0.0067)

* $P < 0,01$ ** $P < 0,05$ *** $P < 0,10$

Çizelge 16 incelendiğinde, Genişletilmiş Dickey-Fuller ve Phillips-Perron testlerindeki Enf, Faiz, Gts, Spt, Ttg değişkenlerinin her birinin olasılık değeri olan ‘‘P’’ değeri %1’den, %5’ten ve %10’dan büyük olduğunu söylememek mümkündür. Bununla birlikte tüm değişkenlerin her iki modelde de sabit ve birim kökler olduğu görülmektedir. I_0 de yapılan birim kök testi sonuçlarında her bir değişkende sabitlik görülmez ise ilgili değişkenlerin farkları alınarak sabit hale getirilir. Buna bağlı olarak, değişkenleri sabit kılmak için I_1 Genişletilmiş Dickey-Fuller ve Phillips-Perron birim kök testleri birinci farkları alınarak tekrarlanmıştır. Birinci farkların alınarak oluşturulan değerler Çizelge 17’de gösterilmiştir.

Çizelge 17. ADF ve PP Birim Kök Testi Sonuçları (II)

	ADF		PP	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
dEnf	-4.2139 (0.0008)*	-7.5417 (0.0001)*	-9.1188 (0.0001)*	-9.9565 (0.0001)*
dFaiz	-9.2131 (0.0001)*	-9.4842 (0.0001)*	-8.2470 (0.0001)*	-8.0641 (0.0001)*
dGtssa	-13.6367 (0.0001)*	-13.6022 (0.0001)*	-24.7026 (0.0001)*	-24.6255 (0.0001)*
dSpt	-7.5061 (0.0001)*	-8.3041 (0.0001)*	-9.3005 (0.0001)*	-9.4023 (0.0001)*
dTtgsa	-3.3485 (0.0141)**	-3.3297 (0.0646)***	-17.8990 (0.0001)*	-17.8730 (0.0001)*
* $P < 0,01$ ** $P < 0,05$ *** $P < 0,10$				

Çizelge 17’de Enf, Faiz, Gts, Spt ve Ttg değişkenlerinin birinci farklarının alınmasından sonra olasılık p değerlerinin %10’dan, %5’ten ve %1’den küçük olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum değişkenlerin durağan olduğunu ifade etmektedir. Genişletilmiş Dickey-Fuller testi ile elde edilen bulgular, Phillips-Perron testinin sonuç değerlerini de destekler niteliktedir. Elde edilen bu sonuçlara göre, tüm değişkenlerin birinci farklarının alınması sonucunda değişkenlerin tümünde birim kök olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.3. Johansen Eşbütünleşme Testi Bulguları

4.3.1. Birinci Model Bulguları

4.3.1.1. I. Aşama (Durağanlık)

Eşbütünleşme testi sonuçlarında etkin ve tutarlı tahminler elde etmek için veya istatistiksel açıdan anlamlı olabilmesi için kalıntıların durağan olması yani ortalama ve varyansın zaman içerisinde değişmemesi gerekmektedir. Çünkü kalıntılar arasındaki durağanlık, çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki eşbütünleşmenin belirtisidir (Göktaş vd., 2018, s. 40). Fakat çalışmada kullanılan Enf, Faiz, Gts, Spt ve Ttg değişkenlerine ait zaman serilerinin I_0 'da durağan olmadığı gözlenmektedir. Dolayısıyla sabit olmayan değişkenlerin birinci farkları alınarak seriler I_1 'de durağan hale getirilmiştir. Bu nedenle eşbütünleşme testinin yapılabilmesi için herhangi bir engelin olmadığını söylemek mümkündür.

4.3.1.2. II. Aşama (Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi)

Model 1 için gecikme uzunluğunun belirlenmesinde çalışmada kullanılan birinci farkı alınmış ve durağanlaştırılmış olan Dgtssa, Denf, Dfaiz ve Dspt zaman serileri seçilmiştir. Aşağıdaki çizelgede verilen gecikme uzunluklarının Sequential modified (LR), Final Prediction Error (FPE), Akaike (AIC), Schwarz (SC) ve Hannan-Quinn (HQ) bilgi kriterleri tarafından doğrulanmış verilerine yer verilmiştir. Bilgi kriterlerince en çok doğrulanmış değer * ile gösterilmektedir. Çizelge 18'e bakıldığında, FPE'ye ve AIC'ye göre beş, SC'a göre bir, HQ'e göre ise üç gecikme uzunluğu olarak doğrulanmıştır. Akaike (AIC) ve Schwarz (SC) bilgi kriterleri çizelgede de görüldüğü üzere farklı gecikme uzunlukları önermektedir. Böyle durumlarda finansal zaman serilerinin gözlem sayısının çok olduğu göz önünde bulundurulduğundan Akaike (AIC) kriteri, Schwarz (SC) kriterinden daha önemli belirleyici bir güce sahiptir (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 141). Dolayısıyla, çalışmada AIC ve FPE bilgi kriterlerine göre gecikme uzunluğu beş olarak belirlenmiştir.

Çizelge 18. Birinci Modelin Gecikme Uzunlukları

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-3298.569	NA	1.02e+10	34.40176	34.46963	34.42925
1	-3164.640	260.8838	3.00e+09	33.17333	33.51265*	33.31076
2	-3136.424	53.78641	2.64e+09	33.04608	33.65686	33.29345
3	-3107.360	54.19134	2.31e+09	32.91000	33.79224	33.26732*
4	-3095.131	22.29327	2.40e+09	32.94928	34.10298	33.41654
5	-3072.776	39.81952	2.25e+09*	32.88309*	34.30824	33.46028
6	-3063.873	15.48753	2.43e+09	32.95701	34.65362	33.64415
7	-3048.112	26.76080*	2.44e+09	32.95950	34.92757	33.75659
8	-3035.449	20.97359	2.54e+09	32.99426	35.23379	33.90128

* indicates lag order selected by the criterion
LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)
FPE: Final prediction error
AIC: Akaike information criterion
SC: Schwarz information criterion
HQ: Hannan-Quinn information criterion

Aşağıda verilen Çizelge 19’da gösterilen LM testi sonuçlarına ver verilmiştir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinden sonraki aşama otokorelasyonun olup olmadığının tespit edilmesidir. Otokorelasyon Durbin-Watson F istatistiği ve LM gibi testler ile incelenmektedir. Durbin- Watson testine tabi tutulduğunda çalışmada tek bir denklem olmadığından otokorelasyon olduğunu söylemek mümkün değildir. LM testine göre ise otokorelasyonun olması için prob. değerinin 0.05’ten küçük olması gerekmektedir. Çizelge 18’de de bahsedildiği üzere, gecikme uzunluğu beş olarak belirlenmiştir. Bu durum göz önüne alınarak yapılan LM testi sonuçlarında prob. değeri beşinci sütunda 0.1014 olarak saptanmıştır. Bu durum prob. (olasılık) değerinin 0.05’ten büyük olduğunu ve otokorelasyon olmadığını göstermektedir.

Çizelge 19. Birinci Modelin LM Testi Bulguları

Lags	LM-Stat	Prob.
1	15.43484	0.4931
2	21.26677	0.1685
3	17.02426	0.3840
4	30.18966	0.0170
5	23.48389	0.1014

Probs from chi-square with 16 df.

Beş gecikme uzunluğuna göre oluşturulan VECM modeli Ek-1'de yer almaktadır. Ek-1'de ki eşbütünleşme katsayılarının tahmin sonuçları özetlenmiş olarak Çizelge 20'de verilmiştir.

Çizelge 20. Birinci Modele Ait Eşbütünleşme Katsayıları Tahmin Sonuçları

	Katsayı	t-istatistiği
DENF	-37021.79	-2.92023
DFAIZ	-23391.02	-1.36855
DSPT	1760161.	4.46516
Sabit Terim	32350.58	
ECT_{t-1}	-1.548013	-6.84291
	$R^2=0.697344$	$\bar{R}^2=0.660391$
		$F=18.87149$

4.3.1.3. III. Aşama (Eşbütünleşme)

Çalışmada kullanılan değişkenler arasında kısa dönemli bir ilişkinin var olup olmadığının belirlenmesi adına gecikme uzunluğu beş olarak belirlenen VAR modelinden sonraki aşama eşbütünleşme analizinin yapılmasıdır. Eşbütünleşme analizinde hangi varsayımı seçeceğimizi belirlemek amacıyla ilk olarak Summarize all 5 sets of assumptions (6) seçilmiş ve sonuçları aşağıda verilmiştir.

Çizelge 21'e göre eşbütünleşmeye no intercept or trend in CE or test VAR (1) seçilerek analize devam edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki Çizelge 22'de verilmiştir.

Çizelge 21. Birinci Modelin Johansen Eşbütünleşme Bulguları

Sample: 2003M01 2019M09					
Included observations: 194					
Series: DGTSSA DENF DFAIZ DSPT					
Lags interval: 1 to 5					
Selected (0.05 level*) Number					
Data Trend:	None	None	Linear	Linear	Quadratic
Test Type	No Intercept	Intercept	Intercept	Intercept	Intercept
	No Trend	No Trend	No Trend	Trend	Trend
Trace	3	4	4	4	4
Max-Eig	3	4	4	4	4
*Critical values based on MacKinnon-Haug-Michelis (1999)					
Information Criteria by Rank					
Data Trend:	None	None	Linear	Linear	Quadratic
Rank or	No Intercept	Intercept	Intercept	Intercept	Intercept
No. of CEs	No Trend	No Trend	No Trend	Trend	Trend
Log Likelihood by Rank					
0	-3167.041	-3167.041	-	-	-
1	-3138.188	-3136.938	-	-	-
2	-3116.179	-3113.847	-	-	-
3	-3106.231	-3103.848	-	-	-
4	-3105.359	-3099.061	-	-	-
Akaike Information					
0	33.47465	33.47465	33.51452	33.51452	33.55262
1	33.25967	33.25709	33.28665	33.29611	33.32396
2	33.11525	33.11182	33.13155	33.15130	33.16931
3	33.09517*	33.10153	33.11096	33.11803	33.12606
4	33.16865	33.14496	33.14496	33.12857	33.12857
Schwarz Criteria by Rank					
0	34.82222	34.82222	34.92947	34.92947	35.03495
1	34.74200	34.75626	34.83635	34.86266	34.94105
2	34.73233*	34.76260	34.81601	34.86945	34.92115
3	34.84701	34.90390	34.93018	34.98779	35.01266
4	35.05525	35.09894	35.09894	35.14993	35.14993

Çizelge 22’de hipotezler ve bu hipotezlere ait maksimum özdeğer (eigenvalue), iz testi istatistiği (trace), kritik değer ve prob değerleri yer almaktadır. Çizelgede verilen hipotezlerin bir kısmının yanında * simgesi bulunmaktadır. Bu simge prob. değerinin 0.05’ten düşük olduğunu ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan değişkenler arasında eşbütünleşmenin olduğunu söylemek için prob. değerinin 0.05’ten büyük olmaması gerekmektedir (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 143). Eşbütünleşme test sonuçlarına bakıldığında, hem iz test istatistiği (Trace) hem de maksimum özdeğer (max eigenvalue) test değerlerine göre en az 3 tane eşbütünleşme sonucuna varılmıştır. Bu da değişkenlerin kısa dönemde ilişkili olduklarını göstermektedir.

Çizelge 22. Birinci Modelin Özdeğer ve İz Testi Bulguları

Sample (adjusted): 2003M08 2019M09				
Included observations: 194 after adjustments				
Trend assumption: No deterministic trend				
Series: DGTSSA DENF DFAIZ DSPT				
Lags interval (in first differences): 1 to 5				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized		Trace	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.257295	123.3635	40.17493	0.0000
At most 1 *	0.202996	65.65705	24.27596	0.0000
At most 2 *	0.097472	21.63941	12.32090	0.0011
At most 3	0.008947	1.743604	4.129906	0.2195
Trace test indicates 3 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Hypothesized		Max-Eigen	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.257295	57.70645	24.15921	0.0000
At most 1 *	0.202996	44.01765	17.79730	0.0000
At most 2 *	0.097472	19.89580	11.22480	0.0012
At most 3	0.008947	1.743604	4.129906	0.2195
Max-eigenvalue test indicates 3 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				

4.3.2. İkinci Model Bulguları

4.3.2.1. I. Aşama (Durağanlık)

Eşbütünleşme testi sonuçlarında etkin ve tutarlı tahminler elde etmek için veya istatistiksel açıdan anlamlı olabilmesi için kalıntıların durağan olması yani ortalama ve varyansın zaman içerisinde değişmemesi gerekmektedir. Çünkü kalıntılar arasındaki durağanlık, çalışmada kullanılan değişkenler arasındaki eşbütünleşmenin belirtisidir (Göktaş vd., 2018, s. 40). Fakat çalışmada kullanılan Enf, Faiz, Gts, Spt ve Ttg değişkenlerine ait zaman serilerinin I_0 'da durağan olmadığı gözlenmektedir. Dolayısıyla sabit olmayan değişkenlerin birinci farkları alınarak seriler I_1 'de durağan hale getirilmiştir. Bu nedenle eşbütünleşme testinin yapılabilmesi için herhangi bir engelin olmadığını söylemek mümkündür.

4.3.2.2. II. Aşama (Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi)

Model 2 için gecikme uzunluğunun belirlenmesinde çalışmada kullanılan birinci farkı alınmış ve durağanlaştırılmış olan Dgtssa, Denf, Dfaiz ve Dspt zaman serileri seçilmiştir. Aşağıdaki çizelgede verilen gecikme uzunluklarının Sequential modified (LR), Final Prediction Error (FPE), Akaike (AIC), Schwarz (SC) ve Hannan-Quinn (HQ) bilgi kriterleri tarafından doğrulanmış verilerine yer verilmiştir. Bilgi kriterlerince en çok doğrulanan değer * ile gösterilmektedir. Çizelge 23'e bakıldığında, FPE'ye, LR'a ve AIC'ye göre beş, SC'a göre bir, HQ'e göre ise üç gecikme uzunluğu olarak doğrulanmıştır. Akaike (AIC) ve Schwarz (SC) bilgi kriterleri çizelge de görüldüğü üzere farklı gecikme uzunlukları önermektedir. Böyle durumlarda finansal zaman serilerinin gözlem sayısının çok olduğu göz önünde bulundurulduğundan Akaike (AIC) kriteri, Schwarz (SC) kriterinden daha önemli belirleyici bir güce sahiptir (Sarıkovanlık vd., 2019, s. 141). Dolayısıyla, çalışmada AIC ve FPE ve LR bilgi kriterlerine göre gecikme uzunluğu beş olarak belirlenmiştir.

Çizelge 23. İkinci Modelin Gecikme Uzunlukları

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-4555.515	NA	4.98e+15	47.49495	47.56282	47.52244
1	-4433.434	237.8051	1.65e+15	46.38993	46.72925*	46.52736
2	-4405.921	52.44637	1.46e+15	46.27001	46.88079	46.51738
3	-4373.302	60.82036	1.23e+15	46.09689	46.97913	46.45421*
4	-4363.582	17.71805	1.32e+15	46.16232	47.31601	46.62957
5	-4338.940	43.89356*	1.20e+15*	46.07229*	47.49745	46.64949
6	-4327.616	19.69886	1.27e+15	46.12100	47.81762	46.80814
7	-4313.298	24.31202	1.29e+15	46.13852	48.10659	46.93560
8	-4302.763	17.44794	1.38e+15	46.19545	48.43498	47.10247

* indicates lag order selected by the criterion
LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)
FPE: Final prediction error
AIC: Akaike information criterion
SC: Schwarz information criterion
HQ: Hannan-Quinn information criterion

Aşağıda, Çizelge 24’de gösterilen LM testi sonuçlarına ver verilmiştir. Gecikme uzunluğunun belirlenmesinden sonraki aşama otokorelasyonun olup olmadığının tespit edilmesidir. Otokorelasyon Durbin-Watson F istatistiği ve LM gibi testler ile incelenmektedir. Durbin-Watson testine tabi tutulduğunda çalışmada tek bir denklem olmadığından otokorelasyon olduğunu söylemek mümkün değildir. LM testine göre ise otokorelasyonun olması için prob. değerinin 0.05’ten küçük olması gerekmektedir. Çizelge 23’de de bahsedildiği üzere, gecikme uzunluğu beş olarak belirlenmiştir. Bu durum göz önüne alınarak yapılan LM testi sonuçlarında prob. değeri beşinci sütunda 0.2884 olarak saptanmıştır. Bu durum prob. değerinin 0.05’ten büyük olduğunu ve otokorelasyon olmadığını göstermektedir.

Çizelge 24. İkinci Modelin LM Testi Bulguları

Lags	LM-Stat	Prob
1	20.75712	0.1880
2	23.54634	0.0999
3	18.09452	0.3184
4	33.40114	0.0065
5	18.62903	0.2884

Probs from chi-square with 16 df.

Beş gecikme uzunluğuna göre oluşturulan VECM modeli Ek-2’de yer almaktadır. Ek-2’de ki eşbütünleşme katsayılarının tahmin sonuçları özetlenmiş olarak Çizelge 25’de verilmiştir.

Çizelge 25. İkinci Modele Ait Eşbütünleşme Katsayıları Tahmin Sonuçları

	Katsayı	t-istatistiği
DENF	30249310	3.37452
DFAIZ	4510577	0.36919
DSPT	-1.18E+09	-4.23474
Sabit Terim	-15158772	
ECT_{t-1}	-1.389356	-6.01318
$R^2 = 0.549307$	$\bar{R}^2 = 0.494280$	$F = 9.982589$

4.3.2.3. III. Aşama (Eşbütünleşme)

Çalışmada kullanılan değişkenler arasında kısa dönemli bir ilişkinin var olup olmadığının belirlenmesi adına gecikme uzunluğu beş olarak belirlenen VAR modelinden sonraki aşama eşbütünleşme analizinin yapılmasıdır. Eşbütünleşme analizinde model 1’de olduğu gibi Assume no deterministic trend in data: 1- no intercept or trend in CE or test VAR (1) seçilmiştir. Analiz çıktısı aşağıdaki çizelgede detaylı olarak verilmiştir.

Çizelge 26. İkinci Modelin Johansen Eşbütünleşme Bulguları

Sample (adjusted): 2003M08 2019M09				
Included observations: 194 after adjustments				
Trend assumption: No deterministic trend				
Series: DTTGSA DENF DFAIZ DSPT				
Lags interval (in first differences): 1 to 5				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)				
Hypothesized		Trace	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.275978	128.8061	40.17493	0.0000
At most 1 *	0.206785	66.15704	24.27596	0.0000
At most 2 *	0.095232	21.21481	12.32090	0.0013
At most 3	0.009235	1.799893	4.129906	0.2114
Trace test indicates 3 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				
Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)				
Hypothesized		Max-Eigen	0.05	
No. of CE(s)	Eigenvalue	Statistic	Critical Value	Prob.**
None *	0.275978	62.64909	24.15921	0.0000
At most 1 *	0.206785	44.94223	17.79730	0.0000
At most 2 *	0.095232	19.41492	11.22480	0.0015
At most 3	0.009235	1.799893	4.129906	0.2114
Max-eigenvalue test indicates 3 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level				
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level				
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values				

Yukarıda verilen çizelgede hipotezler ve bu hipotezlere ait maksimum özdeğer (eigenvalue), iz testi istatistiği (trace), kritik değer ve prob. değerleri yer almaktadır. Çizelgede verilen hipotezlerin bir kısmının yanında “*” simgesi bulunmaktadır. Bu simge prob. değerinin 0.05’ten düşük olduğunu ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan değişkenler arasında eşbütünleşmenin olduğunu söylemek için

prob. değerinin 0.05'ten büyük olmaması gerekmektedir (Sarıkovanlık vd., 2019, s.143). Eşbütünleşme test sonuçlarına bakıldığında, hem iz test istatistiği (Trace) hem de maksimum zdeğer (max eigenvalue) test değerlerine göre en az 3 tane eşbütünleşme sonucuna varılmıştır. Bu da değişkenlerin kısa dönemde ilişkili olduklarını göstermektedir.

4.4. Granger Nedensellik Testi Bulguları

4.4.1. Birinci Model Nedensellik Testi Bulguları

Model 1 için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir;

H₁: DGTSSA, DENF'nin Granger nedenidir.

H₂: DENF, DGTSSA'nın Granger nedenidir.

H₃: DGTSSA, DSPT'nin Granger nedenidir.

H₄: DSPT, DGTSSA'nın Granger nedenidir.

H₅: DGTSSA, DFAIZ'in Granger nedenidir.

H₆: DFAIZ, DGTSSA'nın Granger nedenidir.

H₇: DENF, DSPT'nin Granger nedenidir.

H₈: DSPT, DENF'nin Granger nedenidir.

H₉: DENF, DFAIZ'in Granger nedenidir.

H₁₀: DFAIZ, DENF'nin Granger nedenidir.

H₁₁: DSPT, DFAIZ'in Granger nedenidir.

H₁₂: DFAIZ, DSPT'nin Granger nedenidir.

Model 1'de ele alınan DGTSSA (Gelen Turist Sayısı), DENF (Enflasyon), DFAIZ (Faiz) ve DSPT (Döviz Sepeti) değişkenlerinin Granger nedensellik testi sonuçları aşağıdaki çizelgede yer almaktadır.

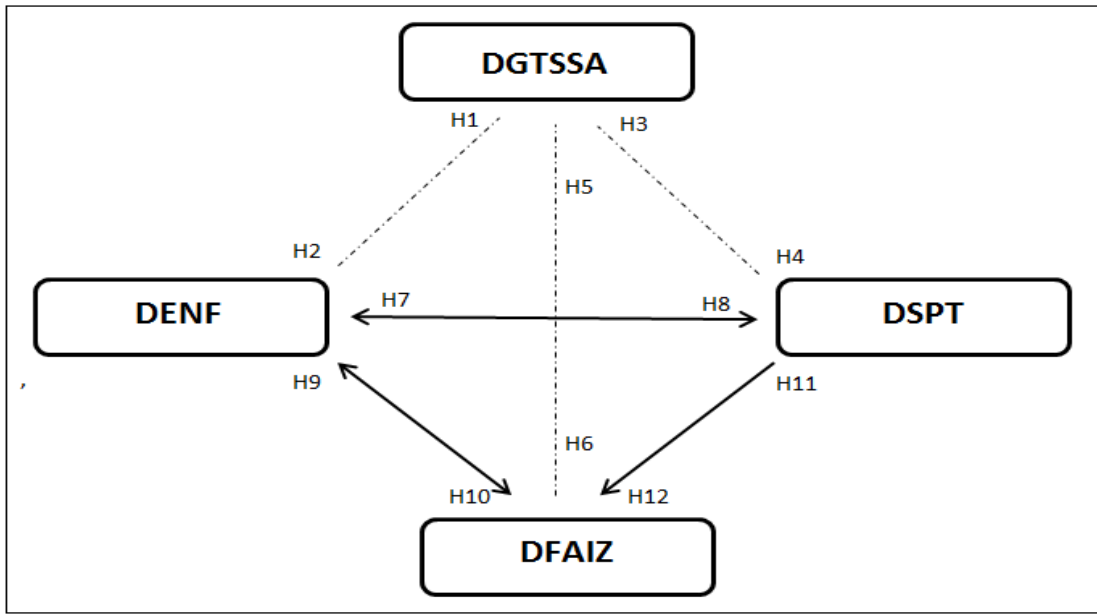
Çizelge 27. Birinci Modele Ait Granger Nedensellik Sonuçları

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests				
Sample: 2003M01 2019M09				
Included observations: 195				
Dependent variable: DGTSSA				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
DENF	0.659965	5	0.9851	
DFAIZ	5.268354	5	0.3840	
DSPT	3.437897	5	0.6328	
All	11.62577	15	0.7071	
Dependent variable: DENF				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
DGTSSA	4.973466	5	0.4191	
DFAIZ	12.90179	5	0.0243	
DSPT	107.6405	5	0.0001	
All	115.8831	15	0.0001	
Dependent variable: DFAIZ				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
DGTSSA	6.415839	5	0.2678	
DENF	20.78098	5	0.0009	
DSPT	100.5858	5	0.0001	
All	126.9464	15	0.0001	
Dependent variable: DSPT				
Excluded	Chi-sq	df	Prob.	
DGTSSA	3.971181	5	0.5536	
DENF	13.50692	5	0.0191	
DFAIZ	2.098175	5	0.8354	
All	19.42082	15	0.1953	

Çizelgede verilen Granger nedensellik testi sonuçlarına göre, Gelen Turist Sayısı (DGTSSA) ile Enflasyon (DENF) değişkenleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bu nedenle H_1 ve H_2 hipotezleri reddedilmiştir. Bununla birlikte, Gelen Turist sayısı (DGTSSA) ile Döviz Sepeti (DSPT) değişkenleri arasında da herhangi bir nedensellik tespit edilmemiştir. Böylelikle H_3 ve H_4 hipotezleri reddedilmiştir. Bunların haricinde Gelen Turist Sayısı (DGTSSA) ile Faiz (DFAIZ) arasında da herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Böylece, H_5 ve H_6 hipotezleri de reddedilmiştir. Fakat Enflasyon (DENF) ile Döviz Sepeti (DSPT) arasında çok yönlü nedensellik ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle H_7 ve H_8 hipotezleri kabul edilmiştir. Aynı zamanda Enflasyon (DENF) ile Faiz (DFAIZ) değişkenlerinin arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Bu sebeple H_9 ve H_{10} hipotezleri kabul edilmiştir. Son olarak analiz sonuçlarına bakıldığında Döviz Sepeti (DSPT), Faiz (DFAIZ) değişkeninin Granger nedeni iken Faiz (DFAIZ), Döviz Sepeti (DSPT)'nin Granger nedeni değildir. Bu durum DSPT'den DFAIZ'e doğru tek yönlü nedensellik ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bu nedenle H_{11} hipotezi kabul edilirken, H_{12}

reddedilmiştir. Sonuç olarak çalışmada kullanılan bağımlı değişkenlerden biri olan Gelen Turist Sayısı (DGTSSA)'nın bağımsız değişkenler ile arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilmemiştir.

Çizelgede verilen değişkenlerin birbiriyle olan nedensellik ilişkilerini daha net anlamak adına oluşturulan model aşağıda verilmektedir. Modelde bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenlerinin arasındaki tek yönlü veya çift yönlü nedensellik ilişkisi oklar vasıtasıyla gösterilmiştir.



Şekil 11. Model 1 Granger Nedensellik Testi Modeli

4.4.2. İkinci Model Nedensellik Testi Bulguları

Model 2 için oluşturulan hipotezler aşağıdaki gibidir;

H₁₃: DTTGSA, DENF'nin Granger nedenidir.

H₁₄: DENF, DTTGSA'nın Granger nedenidir.

H₁₅: DTTGSA, DSPT'nin Granger nedenidir.

H₁₆: DSPT, DTTGSA'nın Granger nedenidir.

H₁₇: DTTGSA, DFAIZ'ın Granger nedenidir.

H₁₈: DFAIZ, DTTGSA'nın Granger nedenidir.

H₁₉: DENF, DSPT'nin Granger nedenidir.

H₂₀: DSPT, DENF'nin Granger nedenidir.

H₂₁: DENF, DFAIZ'in Granger nedenidir.

H₂₂: DFAIZ, DENF'nin Granger nedenidir.

H₂₃: DSPT, DFAIZ'in Granger nedenidir.

H₂₄: DFAIZ, DSPT'nin Granger nedenidir.

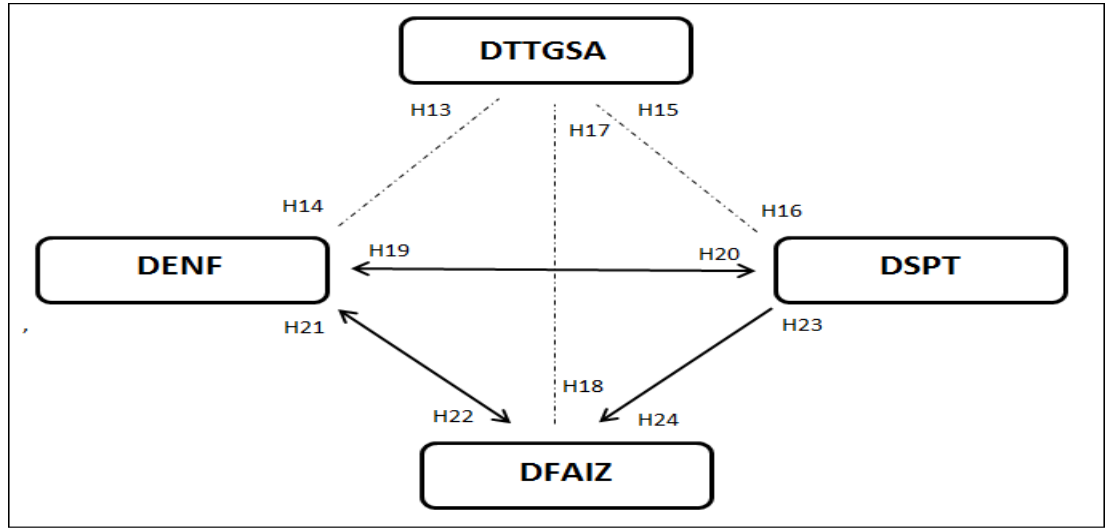
Model 2'de ele alınan DTTGSA, DENF, DFAIZ ve DSPT değişkenlerinin Granger nedensellik testi sonuçları Çizelge 28'de yer almaktadır. Analizde DTTGSA bağımlı değişken olup, DENF, DFAIZ, DSPT bağımsız değişkenlerdir.

Çizelge 28. İkinci Modele Ait Granger Nedensellik Sonuçları

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests			
Sample: 2003M01 2019M09			
Included observations: 195			
Dependent variable: DTTGSA			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
DENF	2.364115	5	0.7968
DFAIZ	4.070000	5	0.5394
DSPT	3.309398	5	0.6524
All	9.011160	15	0.8769
Dependent variable: DENF			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
DTTGSA	1.218965	5	0.9430
DFAIZ	11.92106	5	0.0359
DSPT	92.55602	5	0.0001
All	106.0981	15	0.0001
Dependent variable: DFAIZ			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
DTTGSA	2.828658	5	0.7264
DENF	26.79444	5	0.0001
DSPT	97.57393	5	0.0001
All	122.7883	15	0.0001
Dependent variable: DSPT			
Excluded	Chi-sq	df	Prob.
DTTGSA	2.945943	5	0.7083
DENF	15.87746	5	0.0072
DFAIZ	1.455055	5	0.9182
All	24.11624	15	0.0631

Çizelgede verilen değişkenlerin birbiriyle olan nedensellik ilişkilerini daha net anlamak adına oluşturulan model aşağıda verilmektedir. Modelde bağımlı,

bağımsız ve kontrol değişkenlerin arasındaki tek yönlü veya çift yönlü nedensellik ilişkisi oklar vasıtasıyla gösterilmiştir.



Şekil 12. Model 2 Granger Nedensellik Testi Modeli

Çizelgede verilen Granger nedensellik testi sonuçlarına göre, Toplam Turizm Geliri (DTTGSA) ile Enflasyon (DENF) değişkenleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Bu nedenle H_{13} ve H_{14} hipotezleri reddedilmiştir. Bununla birlikte, Toplam Turizm Geliri (DTTGSA) ile Döviz Sepeti (DSPT) değişkenleri arasında da herhangi bir nedensellik tespit edilmemiştir. Böylelikle H_{15} ve H_{16} hipotezleri reddedilmiştir. Bunların haricinde Toplam Turizm Geliri (DTTGSA) ile Faiz (DFAIZ) arasında da herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Böylece, H_{17} ve H_{18} hipotezleri de reddedilmiştir. Fakat Enflasyon (DENF) ile Döviz Sepeti (DSPT) arasında çok yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle H_{19} ve H_{20} hipotezleri kabul edilmiştir. Aynı zamanda Enflasyon (DENF) ile Faiz (DFAIZ) değişkenlerinin arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Bu sebeple H_{21} ve H_{22} hipotezleri kabul edilmiştir. Son olarak analiz sonuçlarına bakıldığında Döviz Sepeti (DSPT), Faiz (DFAIZ) değişkeninin Granger nedeni iken Faiz (DFAIZ), Döviz Sepeti (DSPT)'nin Granger nedeni değildir. Bu durum DSPT'den DFAIZ'e doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Bu nedenle H_{23} hipotezi kabul edilirken, H_{24} reddedilmiştir. Sonuç olarak çalışmada kullanılan bağımlı değişkenlerden biri olan Toplam Turizm Geliri (DTTGSA) de Gelen Turist Sayısı değişkeninin (DGTSSA)

nedensellik sonuçlarına benzer şekilde bağımsız değişkenler ile arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde, döviz kuru, enflasyon ve faiz oranlarında meydana gelen değişimlerin, turizm hareketliliği için Türkiye'yi tercih eden turist sayısı ve turizmden elde edilen toplam gelir üzerinde bir etkisi olup olmadığına yönelik bulgular ve bununla ilgili ulaşılan sonuçlar yer almaktadır. Buna ek olarak, sektöre ve ileriki dönemde yapılacak çalışmalarda araştırmacılara çeşitli öneriler sunulmuştur.

5.1. Sonuçlar

Hizmetler sektörünün alt kollarından biri olan turizm sektörü, geçmişten günümüze sürekli gelişim gösteren, başta gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler açısından üzerinde durulan bir sektör konumundadır. Şöyle ki turizm, birçok sektör ile iç içe olan ve bu sektörlerle doğrudan veya dolaylı olarak katkı sağlayan bir sektördür. Sosyo-kültürel alanların gelişmesinde, sürdürülebilir kalkınma ve ekolojik dengenin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Tüm bu etkilere ek olarak turizm, ülke ekonomilerine önemli ölçüde katkı sağlayan, ülkeler açısından önem arz eden ve kalkınmanın bir lokomotifini olarak görülen sektörlerden biridir. Çünkü turizm ülkelere döviz girdisi sağlamaktadır. Ayrıca turizmden elde edilen gelir, ülkelerin dış borçlarının kapatılmasında önemli bir rolü üstlenmektedir.

Dünyadaki mevcut turizm hızla gelişimini sürdürürken, Türkiye'deki turizm de buna paralel olarak gelişim göstermiştir. Özellikle 1980 sonrası dönemde Türkiye'nin küresel ekonomiye adaptasyon süreci ve dünya genelinde yaşanan küresel krizler birçok ülkelerde olduğu gibi Türkiye ekonomisini de derinden etkilemiştir. Bununla birlikte Türkiye'nin uluslararası platformlarda yaşadığı bir takım olumsuzluklar ve izlemiş olduğu politika ülke içerisindeki çok sayıdaki sektörü etkilediği gibi hizmetler sektörünün bir parçası olan turizm sektörünü de derinden etkilemiştir. Bu nedenle Türkiye açısından 1980 yılı sonrasında günümüze kadar olan süreçte, uluslararası turizm başta ekonomik olmak üzere sosyal ve kültürel açıdan büyük bir önem kazanmıştır.

Genel olarak incelendiğinde turizm sektörünün birçok faktörden etkilenebileceği düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmada, döviz kuru, enflasyon ve faiz oranı gibi ekonomik faktörler ele alınarak bu faktörlerde dönem içerisinde meydana gelen değişimlerin Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısı ve turizmden elde edilen gelir üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma 2003:01-2019:09 yılları arasında, aylık olarak derlenen döviz kuru, enflasyon oranı, faiz oranı, turist sayısı ve turizm geliri değişkenlerine ait verileri içermektedir. Çalışmada kullanılan veriler TCMB, TÜİK, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB gibi geçerliliği ve güvenilirliği kabul görülen kaynaklardan elde edilmiştir. Çalışmanın ilk evresinde araştırmaya uygun bir model belirlenerek çeşitli kaynaklardan derlenen veri seti EViews 9 programı ile analize tabi tutulmuştur. Zaman serilerinin mevsimsellik durumunu incelemek adına veriler mevsimsellik analizine tabi tutularak, mevsimsellikten arındırılmış bir veri seti elde edilmiştir. Ayrıca çalışmada kullanılan değişkenlerin durağan olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla ADF ve PP birim kök testleri uygulanmıştır. Ardından çalışmada kullanılan değişkenler arasında kısa veya uzun dönemde herhangi bir ilişkinin varlığının belirlenmesi adına Johansen eşbütünleşme analizi yapılmıştır. Son olarak değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını tespit etmek adına zaman serisi Granger nedensellik analizine tabi tutulmuştur. Yapılan analizin ardından elde edilen sonuçlar, çalışmanın bulgular ve yorumlar bölümünde sunulmuştur.

Yapılan analiz bulgularından yola çıkarak, Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısı ile enflasyon oranı değişkenleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır. Buna bağlı olarak H_1 ve H_2 hipotezleri reddedilmiştir. Döviz kurunda meydana gelen değişimlerin de Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak H_3 ve H_4 hipotezleri reddedilmiştir. Bununla birlikte faiz oranlarında yaşanan değişikliklerin de Türkiye’ye ziyaret eden turist sayısı üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Bu açıdan H_5 ve H_6 hipotezleri reddedilmiştir. Ancak enflasyon ile döviz kuru değişkenlerinin arasında çok yönlü nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Bu nedenle H_7 ve H_8 hipotezleri kabul edilmiştir. Aynı zamanda, enflasyon ve faiz

değişkenleri arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Bu sebeple H_9 ve H_{10} hipotezleri kabul edilmiştir. Döviz sepeti ile faiz değişkenleri incelendiğinde, döviz kurundan faiz değişkenine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak H_{11} hipotezi kabul, H_{12} hipotezi ise reddedilmiştir. Çalışmada kullanılan bir diğer bağımlı değişken olan turizm geliri ile enflasyon değişkenleri arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Bu nedenle H_{13} ve H_{14} hipotezleri reddedilmiştir. Bununla birlikte döviz kuru ve faiz oranında yaşanan değişimlerin de turizm geliri üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını söylemek mümkündür. Buna bağlı olarak, H_{15} , H_{16} , H_{17} ve H_{18} hipotezleri reddedilmiştir. Fakat Enflasyon ile döviz kuru değişkenleri arasında çok yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Böylece H_{19} ve H_{20} hipotezleri kabul edilmiştir. Ayrıca enflasyon ile faiz arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisine rastlanılmıştır. Bu nedenle H_{21} ve H_{22} hipotezleri kabul edilmiştir. Döviz kuru ile faiz değişkenleri arasında ise döviz kurundan faiz değişkenine tek yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu sebeple H_{23} hipotezi kabul edilirken, H_{24} hipotezi reddedilmiştir.

Çalışmada kullanılan bağımsız değişkenlerden, döviz sepeti, faiz ve enflasyondan bağımlı değişken olan gelen turist sayısı ve turizm gelirlerine yönelik bir nedensellik sonucunun olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın başında uygulanması planlanan regresyon analizi anlamsız olacağından yapılmamıştır.

Sonuç olarak, zaman içerisinde döviz kuru, faiz ve enflasyon oranlarında meydana gelen değişimlerin, Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı ve Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelir üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı, değişkenler arasında herhangi bir eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisine rastlanılmadığı sonucuna varılmıştır. Bu durum Türkiye'ye gelen turist sayısını veya turizm gelirini etkileyen ekonomik dışı faktörlerin Türkiye'deki mevcut turizm sektöründe daha aktif rol oynadığını işaret etmektedir.

Kişilerin dini inanışları, bir bölgeye veya o bölgenin insanına, kültürüne yönelik merak duygusu, bireylerin doğdukları toprakları gezme görme isteği ve ülkelerin yapmış oldukları çeşitli reklam, tanıtım, yürütmüş oldukları propaganda, gibi birçok faktör kişilerin ilgisini çekmekte ve kişilerin turizm faaliyetlerine

katılmalarına vesile olabilmektedir. Fakat turizm, ülkeler açısından oldukça hassas bir sektör olarak nitelendirilmektedir. Çünkü çalışmanın sonucunda da belirtildiği gibi bireylerin turizm faaliyetlerine katılmama sebepleri yalnızca ekonomik faktörlerde dolayı gerçekleşmemektedir. Turizm potansiyeline sahip ülkelerin, ülke içi veya dışı yürüttüğü politikalar, ülkeler arası oluşan siyasi gerilimler, yaşanan terör olayları gibi faktörler turist sayısı ve elde edilen turizm geliri üzerinde etkili birer faktör olabilme potansiyeline sahiptir. Nitekim 2006 yılında Türkiye’de yaşanan terör vakaları ve kuş gribi salgını, 2012 yılında Suriye – Türkiye arasında yaşanan siyasi kriz, 2015 yılında gerçekleşen terör eylemleri ve Türkiye – Rusya arasında yaşanan siyasi gerginlik sonucu 2016 yılında döviz kuru TL karşısında iyi bir ivme kazanmış olsa da o dönem Türkiye’ye ait turist sayısı ve turizm gelirinde önemli kayıplar verildiği görülmektedir. Verilen tüm bu örnekler turizm sektörünün aslında ne kadar kırılğan bir yapıya sahip olduğunu, oluşabilecek potansiyel turist sayısının yalnızca ekonomik sebeplere bağlı olarak değil, ekonomi dışı yaşanan siyasi gerginler, ülkeler arası yürütülen politikalar, ülke içerisinde tehlike arz edebilecek salgınlar, yaşanan terör eylemleri gibi birçok nedenin turizm sektörünü etkileyebildiğini göstermektedir.

Yapılan literatür araştırması sonucunda konu üzerine yoğunlaşmış birçok farklı kaynak tespit edilmiştir. İlgili Alanyazın kısmında yer alan tüm bu çalışmaların bir kısmı çalışmanın sonucu ile benzerlik gösterirken (Eugenio – Martin, Morales ve Scarpa, 2004; Mervar ve Payne, 2007; Demirel vd., 2008; Erkan vd., 2013; Çoban vd., 2018), bir kısmı da çeşitli farklılıklar içermektedir (İçöz vd., 1998; Webber, 2001; Eilat ve Einav, 2004; Santana – Gallego, 2010; Çelik Uğuz ve Topbaş, 2011; Şit, 2014; Kılıç ve Bayar, 2014; Şen ve Şit, 2015; Albayrak, 2017; Ergen ve Yavuz, 2018).

Pekmezci ve Bozkurt’un 2016 yılında yapmış olduğu çalışması ise mevcut çalışma ile kısmen benzerlik içermektedir. Çalışma sonucunda turizm geliri ile ABD doları arasında herhangi bir nedensellik ve eşbütünleşme ilişkisine rastlanılmaz iken Euro değişkeni ile turizm geliri arasında eşbütünleşme ve nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bunun ek olarak; Karagöz ve Doğan (2005), Yamak ve Korkmaz (2005),

Erkan vd. (2013), Ağazade (2016), Altın ve Süslü (2017) çalışmalarında döviz kurlarında meydana gelen değişikliklerin mal/hizmet ithalat ve ihracatı üzerindeki etkisini incelemişler ve araştırmaya yakın sonuçlar elde etmişlerdir.

Bu ve bunlara benzer tüm etkenler aslında birer özgün araştırma konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle bahsedilen tüm faktörlerin turizm üzerinde ne kadar etkili olduğunu tespit etmek için daha detaylı bir şekilde incelenmesi, net ve doğru sonuçlar elde edilmesi gerekmektedir.

5.2. Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde, çalışmanın sonucunda elde edilen sonuçlar ışığında, sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere ve akademisyenlere bir takım öneriler sunulmuştur.

5.2.1. Sektör İçin Öneriler

Çalışmada, döviz kurunda yaşanan değişimlerin Türkiye'nin turizm sektöründeki çıktılarından biri olan turizm gelirini ve gelen turist sayısını direkt olarak etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle sektörde yer alan küçük, orta ve büyük ölçekli işletmelerin döviz kurunda yaşanan değişimler karşısında tedirgin olmamaları, yalnızca ekonomik faktörleri göz önünde bulundurarak değil ekonomi dışı faktörleri de düşünerek hareket etmeleri ülke turizminin gelişmesi açısından önemli bir etken olabileceği düşünülmektedir. Şöyle ki elde edilen sonuçlar turistlerin döviz kurunda yaşanan değişim ile çok yakından ilgilenmediklerini göstermektedir. Bu sonuç karşısında işletmelerin mevcut hizmet kalitesini geliştirmesi, müşteri memnuniyetinde sürekliliğin sağlanması veya daha da geliştirilmesi halinde Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turizm geliri üzerinde olumlu bir etki oluşturabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin müşteri memnuniyeti gibi etkenler üzerinde durması turizmin gelişmesinde daha realist ve yapıcı bir politika olacaktır.

Bununla birlikte turizm işletmelerinin ülke içerisinde yaşanan olaylar veya Türkiye'nin dış ülkeler ile olan ilişkisini yakından takip ederek doğru bir strateji

oluřturulduęunda ve alternatif hedef pazarlar belirledięi takdirde turizm geliri ve turist sayısının hedeflenen düzeylere ulařabileceęi dūřünölmektedir.

5.2.2. Araştırmacılar İçin Öneriler

Bu çalışmada yalnızca döviz kuru, enflasyon ve faiz oranları gibi değişkenler ele alınarak Türkiye'nin turist sayısı ve turizm geliri üzerinde etkisinin var olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Fakat yukarıda da bahsedildiği gibi birçok değişken turizm üzerinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle çalışmada kullanılan değişkenlere ek olarak turizm sektörüne özgü değişkenlerde eklenerek daha destekleyici sonuçlar elde edilebilir. Örneęin, dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan terör eylemleri, tüm dünyaya korku salan ve çok sayıda ölüme neden olan Corona virüsü salgını, Türkiye'nin Suriye topraklarında Rusya ve ABD ile yaşadığı siyasi krizler, günümüzde yaşanan mülteci sorunu sonucunda Türkiye ve AB ölkeleri ile yaşanan siyasi gerilim gibi faktörlerin de ölkede turizmini etkileyebileceği varsayılmakla birlikte gelecek çalışmalarda bu tür değişkenler ve bu değişkenlere ait endekslerin çalışmaya dahil edilerek incelenmesi dūřünölmektedir.

Ayrıca bu çalışmanın uygulama kısmında regresyon analizi yapılmamıştır. Çünkü bağımsız değişkenlerden bağımlı değişkenlere yönelik herhangi bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır. Yukarıda da bahsedildiği üzere farklı dönemlerde farklı değişkenler kullanılarak yapılacak analizler sonucunda, eğer bir nedensellik ilişkisi tespit edilir ise regresyon analizi de yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Agiomirgianakis, G., Serenis, D., and Tsounis, N. (2014). Exchange Rate Volatility and Tourist Flows Into Turkey. *Journal of Economic Integration*, 29(4), 700-725.
- Ağazade, Ş. (2016). Döviz Kuru Değişkenliğinin Türkiye'nin Euro Kullanan Ülkelere İhracatı Üzerindeki Etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 13-26.
- Akçay, S. (2013). *Türkiye'de Borsa ve Ekonomik Büyüme: Nedensellik Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi, Ekonometri Anabilim Dalı.
- Akın Acuner, Ş. (2006). *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Kitapları.
- Aktaş, A., Özkan, B., Kaplan, F., and Brumfield, R. (2014). Exchange Rate Volatility: Effect on Turkish Tourism Incomes. *Management Studies*, 2(8), 493-499.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 163-174.
- Akyol, A. (2007). *Niş Pazarlama Stratejisinin Turizm Sektöründe A Grubu Seyahat Acentalarında Uygulaması: ETS Tur Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alalaya, M. M. (2010). Short and Long Terms Thought Co Integration and Garch Models Applied to Jordan Tourism Income: 1976-2008. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 19, 134-145.
- Albayrak, Ş. G. (2017). *Türkiye'de Reel Döviz Kurunun Turizm Gelirleri Üzerine Etkisi: 2010-2017 Dönemleri İçin Ampirik Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Algieri, B. (2006). An Econometric Estimation of The Demand for Tourism: The Case of Russia. *Tourism Economics*, 12(1), 5-20.
- Altın, H. ve Süslü, C. (2017). Türkiye İçin Döviz Kuru, İhracat ve İthalat Arasındaki Nedensellik İlişkisinin İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 105-112.
- Arslan, A. (2008). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(24), 1-12.

- Arslan, G. E. (2013). Ekonomik Büyüme, Kalkınma ve Gelir Dağılımı, *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl 6, Sayı 2, Aralık 2013.
- Aydın, A., Darıcı, B., ve Taşçı, H. (2015). Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (45), 143-177.
- Aykın Mehter, S. (2001). *Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye'ye Yönelik Talep Analizi*. Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Bahar, E. (2018). Türkiye'de Hava Yolu İşletmeciliğinin Gelişimi. *ArelEysad (Arel Üniversitesi Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi)*, 3(1).
- Balaguer, J., and Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case. *Applied economics*, 34(7), 877-884.
- Başar. S. (2013). *Makro İktisada Giriş* (2.Baskı).Ankara: Sage 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.
- Boz, C. (2006). *Dünyada Turizm Endüstrilerinde İstihdam ve Çalışma Şartları*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yönetim ve Çalışma Psikolojisi Bilim Dalı.
- Bozkurt, K. ve Pekmezci, A. (2015). Turizm Talebi ve Döviz Kuru Şokları: Türk Turizm Sektörü İçin Ekonometrik Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(2), 91-105.
- Bozkurt, K., Bahar, O. ve Süslü, B. (2015). Destinasyonların Turizm Gelirlerindeki Farklılıkları Etkileyen Faktörler: Kavramsal Bir Yaklaşım. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 6(12).
- Bulkart, A. J. and Medlik, S. (1974). *Tourism; Past, Present and Future*, London: Heineman.
- Bull, A. (1995). *The Economics of Travel and Tourism*. (2. Baskı). Melbourne: Longman.
- Bulut, E. (1999). *Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chang, C. L., and McAleer, M. (2012). Aggregation, Heterogeneous Autoregression and Volatility of Daily International Tourist Arrivals and Exchange Rates. *The Japanese Economic Review*, 63(3), 397-419.

- Cleverdon, R. (1982). *International Tourism to 1990*, Cambridge: ABT Books, Special Series, No.4.
- Coşkun, İ. O., and Özer, M. (2014). A Reexamination of The Tourism-Led Growth Hypothesis Under Growth and Tourism Uncertainties in Turkey. *European Journal of Business and Social Sciences*, 3(8), 256-272.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çelik, R. (2018). Döviz Kuru Volatilitésinin İhracat Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği 1975-2017. *İstanbul Journal of Economic*, 68(1), 181-220.
- Çetin, S. (2018). *Türkiye’de Vergi Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Eşbütünleşme Analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan: Binali Yıldırım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı
- Çoban, B., Firuzan, E. ve Oğuzhan, A. (2018). Farklı Varyanslık ve Yapısal Kırılmalar Altında Ekonomik Büyüme ile Turizm İlişisinin İncelenmesi. *Trakya University Journal of Social Science*, 20(1).
- Çoban, O. ve Özcan, C. C. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Demirel, B., Bozdağ, E. G., ve İnci, A. G. (2008). Döviz Kurlarındaki Dalgalanmaların Gelen Turist Sayısına Etkisi; Türkiye Örneği. *DEÜ Ulusal İktisat Kongresi*, İzmir.
- Demirgil, D. (1997). *Ekonomi Ansiklopedisi*. İstanbul: Paymaş Yayınları.
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 209.
- Dilek, S. E. ve Kulakoğlu Dilek, N. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Yaşanan Olayların Turizme Yansımaları: 1960’dan Günümüze Tarihsel Bir Değerlendirme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1083-1108.
- Dinler, Z. (2014). *İktisada Giriş* (6.Baskı).Bursa: Ekin Yayınları.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Eadington, R. W. and Redman, M. (1991). Economics to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 41-56.

- Eğilmez, M. (2013). *Güncellenmiş Faiz Dersi*.
<http://www.mahfiegilmez.com/2013/07/guncellenmis-faiz-dersi.html>.
- Eilat, Y., Einav, L. (2004). Determinants of International Tourism: A Three-Dimensional Panel Data Analysis. *Applied Economics*, 36(12), 1315-1327.
- Ergen, E. ve Yavuz, E. (2017). Empirical Analysis of The Relationship Between Tourist Flows and Exchange Rate Volatility: ARDL Method. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(1), 35-46.
- Erkan, B., Kara, O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 1-20.
- Eryiğit, K. Y. (2008). *Döviz Kuru Davranışı, Alternatif Modeller: Türkiye Örneği*. Doktora Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi, Ekonometri Anabilim Dalı.
- Eugenio-Martin, J. L., Martín Morales, N., and Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A panel data approach.
- Ghartey, E. E. (2010). Tourism, Economic Growth and Monetary Policy in Jamaica. *In 11th Annual SALISES 2010 Conference*, March, 24-26.
- Göktaş, P., Pekmezci ve Bozkurt, K. (2018). *Ekonometrik Serilerde Uzun Dönem Eşbütünleşme ve Kısa Dönem Nedensellik İlişkileri*. (1.Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gray, P. H. (1982). The Contributions of Economics to Tourism. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 108.
- Gujarati, D.N., Porter, D.C. (2012), *Temel Ekonometri (Basic Econometrics)* Çeviri Editörleri: Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen, İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Hartley, K. and Hooper, N. (1992). ‘‘Tourism Policy: Market Failure and Public Choice’’, *Perspectives on Tourism Policy*, Chapter 2, London: Mansell Publishing Ltd.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. (3. Baskı), Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- İçöz, O., Var, T., ve Kozak, M. (1998). Tourism demand in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 236-240.
- İçöz, Ö. ve Kozak, M. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi.

- Jayathilake, P. B. (2013). Determinants of Demand for International Tourism in Sri Lanka: An Econometric Evaluation. *Sri Lankan Journal of Banking and Finance*, 1(1), 53-65.
- Jenkins, C.L and Henry, B.M (1982). “Government Involvement in Tourism in Developing Countries”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9.
- Kahraman, N. (1997). *Turizm Yatırımları Projeleri Analizi*, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Karaca, C. (2016). *Türkiye'nin Güncel Ekonomik Mali Sorunları ve Politikaları*, Bursa: Ekin Kitapevi.
- Karaçor, Z. ve Konya, S. (2017). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisinin İncelenmesi Üzerine Ampirik Bir Uygulama. *Journal of Academic Value Studies*, 3(14), 104-116
- Karagöz, M. ve Doğan, Ç. (2005). Döviz Kuru Dış Ticaret İlişkisi: Türkiye Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 219-228).
- Karalar, R. ve Tolfree. W. R. (1985). *Ekonomik Teori Üzerine Notlar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünyada Turizm Sektörünün Yeri. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15-24.
- Karluk, Rıdvan S. (2009). *Uluslararası Ekonomi (Teori- Politikalar)*, (Gözden Geçirilmiş 10. Basım), İstanbul: Beta Basım Yayınları.
- Kaya, V. ve Çakır Çömlekçi, S. (2013). Döviz Kuru Oynaklığının Turizm Sektörüne Etkileri: Türkiye Örneği (2002–2011). *Journal of Travel and Hospitality Management*, 10(2), 82-89.
- Kaynak, M. (2011). *Ekonomik Kalkınma*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Kiliç, C. and Bayar, Y. (2014). Effects of Real Exchange Rate Volatility On Tourism Receipts and Expenditures in Turkey. *Advances in Management and Applied Economics*, 4(1), 89.
- Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M. (1997). *Genel Turizm*, Ankara: Turhan Kitapevi
- Kozak, N., Akoğlan, M. ve Kozak, M. (2001). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Kozak, N., Kozak, A. M. ve Kozak, M. (2015), *Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Körükçü, N. (1990). Turizmin Türkiye Ekonomisi İçinde Yeri Ne Olmalıdır?. *Anatolia Dergisi*, İstanbul, 1, 33.
- Kutlar, A. (2017). *EViews İle Uygulamalı Zaman Serileri*. (1. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Ladkin, A. (2011). ‘‘Exploring Tourism Labor’’, *Annals of Tourism Research*, 38 (3)
- Lundberg, D. E., Stavenga, M. H. and Krishnamoorthy, M. (1995). *Tourism Economics*, John Wiley and Sons, Inc.
- Mervar, A., and Payne, J. E. (2007). Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates. *Tourism Economics*, 13(3), 407-420.
- Oğuz, Y. E. (2017). *Reel Döviz Kurlarının Turizm Talebine Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Nedensellik Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Orhunbilge, N. (1999). *Zaman Serileri Analizi, Tahmin ve Fiyat Endeksleri*. İstanbul: Tunç Matbaacılık.
- Öncel, A., İnal, V. ve Torusdağ, M. (2016). Türkiye’de Reel Döviz Kuru-Turizm Gelirleri İlişkisi: 2003-2015 Dönemi İçin Ampirik Bir Uygulama. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (2), 125-142.
- Önen, M. O. (2008). ‘‘Dünyada ve Türkiye’de Turizm’’ , Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye’nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara: Kök Sav Kitapları.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgiler*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Parasız, İ. (1996). *İktisadın A B C ‘si*. (2. Baskı), Bursa: Ezgi Yayınları.
- Pekmezci, A., ve Bozkurt, K. (2016). Döviz Kuru ve Ekonomik Büyüme: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 97-110.

- Santana-Gallego, M., Ledesma-Rodríguez, F. J., and Pérez-Rodríguez, J. V. (2010). Exchange Rate Regimes and Tourism. *Tourism Economics*, 16(1), 25-43.
- Sarikovanlık, V., Koy, A., Akkaya, M., Yıldırım, H. H. ve Kantar, L. (2019). *Finans Biliminde Ekonometri Uygulamaları*. (1.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Seckelmann, A. (2002). Domestic Tourism-a Change For Regional Development in Turkey?. *Tourism Management*, 23, 85-92.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleçekenler, M. (2010). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi EViews Uygulamalı*. (Geliştirilmiş 3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2014). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi EViews Uygulamaları*. (4. Baskı). Bursa: Dora Yayınları.
- Seyidoğlu, H. (1996). *Uluslararası İktisat*, (11.Baskı), İstanbul: Güzem Yayınları.
- Seyidoğlu, H. (2013). *Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama*, (Genişletilmiş 18. Baskı), İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Şen, A., ve Şit, M. (2015). Reel Döviz Kurunun Türkiye'nin Turizm Gelirleri Üzerindeki Etkisinin Ampirik Analizi. *Journal of Yaşar University*, 10(40).
- Şit, M. (2014). *Türkiye'de Turizm Sektörünün Performansına Etki Eden Faktörlerin Ampirik Analizi*. Doktora Tezi. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1-178.
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, *Turizm İstatistikleri 2018 Değerlendirme*, 2019.
- TDK, Türk Dil Kurumu. (1988). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basım Evi.
- Thompson, A. and Thompson, H. (2010). Research Note: The Exchange Rate. Euro Switch and Tourism Revenue in Greece. *Tourism Economics*, 16(3).
- Tisdell, C. A. (2000). *The Economics of Tourism*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Tosun, C. (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey. *Tourism Economics*, 5(3), 217.
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) *Ödemeler Dengesi İstatistikleri* <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Odemeler+Dengesi+ve+İlgili+Istatistikler/Odemeler+Dengesi+Istatistikleri/>, ErişimTarihi:27.07.2019.

- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB), *Incoming Tourism Raporu 2015*, http://www.tursab.org.tr/dosya/13586/ekim2015_13586_5149287.pdf (10 Haziran 2019).
- Uğuz, S. Ç., & Topbaş, F. (2011). Döviz Kuru Oynaklığı Turizm Talebi İlişkisi: 1990-2010 Türkiye Örneği. *In EconAnadolu 2011: Anadolu International Conference in Economics II* June 15 (Vol. 17).
- Uluatam, Ö. (1993). *Makro İktisat*. (7. Baskı), Ankara: Savaş Yayınları.
- Ünlüören, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 131-156.
- Vogt, M. G. (2008). Determinants of The Demand for US Exports And Imports of Tourism. *Applied Economics*, 40(6), 667-672.
- Wang, Y. S. (2009). The Impact of Crisis Events and Macroeconomic Activity on Taiwan's International Inbound Tourism Demand. *Tourism Management*, 30(1), 75-82.
- Webber, A. G. (2001). Exchange Rate Volatility and Cointegration in Tourism Demand. *Journal of Travel research*, 39(4), 398-405.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2006 Edition*, January 2006.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2007 Edition*, January 2007.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2008 Edition*, January 2008.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2009 Edition*, January 2009.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2010 Edition*, January 2010.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2011 Edition*, January 2011.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2012 Edition*, January 2012.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2013 Edition*, January 2013.

- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2014 Edition*, January 2014.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2015 Edition*, June 2015.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2016 Edition*, July 2016.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2017 Edition*, July 2017.
- World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism Highlights 2018 Edition*, August 2018.
- World Travel & Tourism Council (WTTC), *2019 Annual Research: Turkey, Key Highlights*.
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi*. (2. Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yamak, R., ve Korkmaz, A. (2005). Reel Döviz Kuru ve Dış Ticaret Dengesi İlişkisi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, (2), 16-38.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 58.

EK-1: Birinci Modele Ait VECM Bulguları

Vector Error Correction Estimates				
Sample (adjusted): 2003M08 2019M09				
Included observations: 194 after adjustments				
Standard errors in () & t-statistics in []				
Cointegrating Eq:	CointEq1			
DGTSSA(-1)	1.000000			
DENF(-1)	37021.79			
	(12677.7)			
	[2.92023]			
DFAIZ(-1)	23391.02			
	(17091.9)			
	[1.36855]			
DSPT(-1)	-1760161.			
	(394199.)			
	[-4.46516]			
C	-32350.58			
Error Correction:	D(DGTSSA)	D(DENF)	D(DFAIZ)	D(DSPT)
CointEq1	-1.548013	-2.97E-06	-1.99E-07	2.11E-07
	(0.22622)	(1.6E-06)	(9.6E-07)	(1.1E-07)
	[-6.84291]	[-1.84602]	[-0.20648]	[1.99441]
D(DGTSSA(-1))	0.147157	3.17E-06	1.53E-07	-1.74E-07
	(0.20310)	(1.4E-06)	(8.7E-07)	(9.5E-08)
	[0.72454]	[2.19327]	[0.17728]	[-1.82437]
D(DGTSSA(-2))	-0.008183	2.44E-06	-2.05E-07	-1.69E-07
	(0.17777)	(1.3E-06)	(7.6E-07)	(8.3E-08)
	[-0.04603]	[1.92736]	[-0.27043]	[-2.02481]
D(DGTSSA(-3))	-0.061070	2.35E-06	2.28E-07	-1.20E-07
	(0.14933)	(1.1E-06)	(6.4E-07)	(7.0E-08)
	[-0.40896]	[2.21097]	[0.35888]	[-1.71052]
D(DGTSSA(-4))	0.020644	1.81E-06	1.08E-07	-3.19E-08
	(0.11769)	(8.4E-07)	(5.0E-07)	(5.5E-08)
	[0.17540]	[2.15877]	[0.21579]	[-0.57826]
D(DGTSSA(-5))	0.025617	7.56E-07	-3.94E-08	-1.51E-08
	(0.07330)	(5.2E-07)	(3.1E-07)	(3.4E-08)
	[0.34950]	[1.45076]	[-0.12606]	[-0.43935]
D(DENF(-1))	34642.93	-0.598476	-0.165646	-0.028335
	(12352.1)	(0.08781)	(0.05265)	(0.00579)
	[2.80461]	[-6.81578]	[-3.14629]	[-4.89776]
D(DENF(-2))	28040.11	-0.733222	0.028060	-0.011799
	(12374.3)	(0.08796)	(0.05274)	(0.00580)
	[2.26600]	[-8.33538]	[0.53201]	[-2.03591]
D(DENF(-3))	14085.24	-0.388169	-0.008039	-0.021879
	(13667.7)	(0.09716)	(0.05826)	(0.00640)
	[1.03055]	[-3.99517]	[-0.13799]	[-3.41793]
D(DENF(-4))	7356.650	-0.514926	0.072205	-0.006637
	(11956.0)	(0.08499)	(0.05096)	(0.00560)
	[0.61531]	[-6.05858]	[1.41691]	[-1.18532]
D(DENF(-5))	106.8475	-0.277904	-0.041944	-0.009266
	(11188.9)	(0.07954)	(0.04769)	(0.00524)
	[0.00955]	[-3.49395]	[-0.87952]	[-1.76810]

D(DFAIZ(-1))	16960.34 (18647.5) [0.90952]	-0.262677 (0.13256) [-1.98158]	-0.580016 (0.07948) [-7.29761]	-0.013117 (0.00873) [-1.50186]
D(DFAIZ(-2))	-20736.08 (19065.3) [-1.08763]	0.035334 (0.13553) [0.26071]	-0.556424 (0.08126) [-6.84736]	-0.011393 (0.00893) [-1.27587]
D(DFAIZ(-3))	-40360.14 (18050.1) [-2.23601]	0.046141 (0.12831) [0.35960]	-0.350432 (0.07693) [-4.55497]	-0.015208 (0.00845) [-1.79888]
D(DFAIZ(-4))	-25300.48 (16411.7) [-1.54161]	0.090024 (0.11667) [0.77164]	-0.184699 (0.06995) [-2.64041]	-0.007385 (0.00769) [-0.96072]
D(DFAIZ(-5))	-28700.48 (14637.1) [-1.96080]	0.128709 (0.10405) [1.23698]	-0.034875 (0.06239) [-0.55902]	-0.004921 (0.00686) [-0.71782]
D(DSPT(-1))	-2396111. (389979.) [-6.14421]	6.416941 (2.77224) [2.31471]	7.428041 (1.66219) [4.46883]	0.259052 (0.18265) [1.41830]
D(DSPT(-2))	-1899350. (387239.) [-4.90485]	5.954154 (2.75276) [2.16298]	5.808538 (1.65051) [3.51924]	-0.148049 (0.18137) [-0.81630]
D(DSPT(-3))	-1375093. (343866.) [-3.99893]	3.321382 (2.44443) [1.35875]	5.995034 (1.46564) [4.09038]	0.167595 (0.16105) [1.04063]
D(DSPT(-4))	-736816.2 (289798.) [-2.54252]	6.018930 (2.06008) [2.92169]	4.147182 (1.23519) [3.35752]	0.176675 (0.13573) [1.30168]
D(DSPT(-5))	-187521.9 (234301.) [-0.80035]	3.693134 (1.66557) [2.21733]	2.264104 (0.99865) [2.26717]	0.040056 (0.10974) [0.36502]
C	-2806.880 (17814.0) [-0.15757]	0.056285 (0.12663) [0.44447]	-0.009302 (0.07593) [-0.12251]	0.001099 (0.00834) [0.13177]
R-squared	0.697344	0.652770	0.546349	0.488892
Adj. R-squared	0.660391	0.610376	0.490961	0.426489
Sum sq. resids	1.06E+13	534.0457	191.9893	2.318203
S.E. equation	247876.6	1.762077	1.056512	0.116094
F-statistic	18.87149	15.39758	9.864090	7.834452
Log likelihood	-2673.212	-373.4985	-274.2635	154.1513
Akaike AIC	27.78569	4.077305	3.054263	-1.362385
Schwarz SC	28.15627	4.447886	3.424845	-0.991803
Mean dependent	-429.4731	0.022629	-0.007629	0.000567
S.D. dependent	425349.7	2.822943	1.480808	0.153299
Determinant resid covariance (dof adj.)		2.11E+09		
Determinant resid covariance		1.30E+09		
Log likelihood		-3136.805		
Akaike information criterion		33.28665		
Schwarz criterion		34.83635		

EK-2: İkinci Modele Ait VECM Bulguları

Vector Error Correction Estimates				
Date: 07/13/20 Time: 13:16				
Sample (adjusted): 2003M08 2019M09				
Included observations: 194 after adjustments				
Standard errors in () & t-statistics in []				
Cointegrating Eq:	CointEq1			
DTTGSA(-1)	1.000000			
DENF(-1)	-30249310			
	(8964038)			
	[-3.37452]			
DFAIZ(-1)	-4510577.			
	(1.2E+07)			
	[-0.36919]			
DSPT(-1)	1.18E+09			
	(2.8E+08)			
	[4.23474]			
C	15158772			
Error Correction:	D(DTTGSA)	D(DENF)	D(DFAIZ)	D(DSPT)
CointEq1	-1.389356	3.21E-09	-1.62E-09	-2.47E-10
	(0.23105)	(2.2E-09)	(1.3E-09)	(1.4E-10)
	[-6.01318]	[1.45134]	[-1.22916]	[-1.71252]
D(DTTGSA(-1))	0.415697	-3.15E-09	1.33E-09	2.15E-10
	(0.20506)	(2.0E-09)	(1.2E-09)	(1.3E-10)
	[2.02717]	[-1.60538]	[1.13602]	[1.68048]
D(DTTGSA(-2))	0.251421	-2.86E-09	6.04E-10	1.38E-10
	(0.18252)	(1.7E-09)	(1.0E-09)	(1.1E-10)
	[1.37753]	[-1.63682]	[0.58013]	[1.21092]
D(DTTGSA(-3))	0.087849	-1.61E-09	5.35E-10	1.64E-10
	(0.14423)	(1.4E-09)	(8.2E-10)	(9.0E-11)
	[0.60907]	[-1.16408]	[0.65024]	[1.82027]
D(DTTGSA(-4))	0.177036	-9.14E-10	2.73E-10	1.30E-10
	(0.11002)	(1.1E-09)	(6.3E-10)	(6.9E-11)
	[1.60918]	[-0.86735]	[0.43434]	[1.89047]
D(DTTGSA(-5))	0.098825	-3.52E-10	1.00E-10	7.11E-11
	(0.07878)	(7.5E-10)	(4.5E-10)	(4.9E-11)
	[1.25446]	[-0.46660]	[0.22328]	[1.44516]
D(DENF(-1))	-29324391	-0.602575	-0.216247	-0.028085
	(9472076)	(0.09078)	(0.05404)	(0.00592)
	[-3.09588]	[-6.63809]	[-4.00174]	[-4.74565]
D(DENF(-2))	-13270831	-0.735209	-0.000422	-0.011277
	(9608955)	(0.09209)	(0.05482)	(0.00600)
	[-1.38109]	[-7.98384]	[-0.00770]	[-1.87846]
D(DENF(-3))	-10629509	-0.399239	-0.020328	-0.022526
	(1.0E+07)	(0.09911)	(0.05900)	(0.00646)
	[-1.02785]	[-4.02834]	[-0.34456]	[-3.48628]
D(DENF(-4))	-8991356.	-0.525369	0.069934	-0.007465
	(9074474)	(0.08696)	(0.05177)	(0.00567)
	[-0.99084]	[-6.04115]	[1.35087]	[-1.31670]

D(DENF(-5))	-4265295. (8499071) [-0.50185]	-0.287168 (0.08145) [-3.52567]	-0.046168 (0.04849) [-0.95217]	-0.011578 (0.00531) [-2.18041]
D(DFAIZ(-1))	10464076 (1.4E+07) [0.76744]	-0.266815 (0.13067) [-2.04189]	-0.606065 (0.07779) [-7.79127]	-0.007547 (0.00852) [-0.88590]
D(DFAIZ(-2))	30760176 (1.4E+07) [2.16174]	0.036990 (0.13637) [0.27126]	-0.572158 (0.08118) [-7.04815]	-0.009544 (0.00889) [-1.07354]
D(DFAIZ(-3))	6577265. (1.4E+07) [0.48201]	0.058120 (0.13077) [0.44444]	-0.334819 (0.07785) [-4.30097]	-0.014301 (0.00853) [-1.67745]
D(DFAIZ(-4))	24194490 (1.2E+07) [2.00418]	0.115951 (0.11569) [1.00225]	-0.173177 (0.06887) [-2.51452]	-0.008386 (0.00754) [-1.11189]
D(DFAIZ(-5))	13082649 (1.1E+07) [1.22081]	0.149773 (0.10270) [1.45836]	-0.035847 (0.06114) [-0.58634]	-0.008505 (0.00670) [-1.27031]
D(DSPT(-1))	1.47E+09 (2.7E+08) [5.56311]	7.184201 (2.54088) [2.82744]	9.301689 (1.51258) [6.14956]	0.167949 (0.16565) [1.01387]
D(DSPT(-2))	9.33E+08 (2.8E+08) [3.36681]	6.598502 (2.65561) [2.48474]	7.651108 (1.58087) [4.83980]	-0.236387 (0.17313) [-1.36536]
D(DSPT(-3))	6.18E+08 (2.5E+08) [2.48860]	3.813792 (2.37827) [1.60360]	7.124616 (1.41577) [5.03232]	0.124686 (0.15505) [0.80417]
D(DSPT(-4))	4.33E+08 (2.1E+08) [2.05244]	6.469053 (2.01989) [3.20268]	4.722956 (1.20243) [3.92783]	0.104465 (0.13169) [0.79329]
D(DSPT(-5))	2.38E+08 (1.7E+08) [1.37850]	4.211169 (1.65709) [2.54131]	2.664187 (0.98646) [2.70076]	0.050150 (0.10803) [0.46421]
C	981885.8 (1.3E+07) [0.07328]	0.045789 (0.12840) [0.35660]	-0.003849 (0.07644) [-0.05036]	0.001704 (0.00837) [0.20358]
R-squared	0.549307	0.643880	0.541363	0.486736
Adj. R-squared	0.494280	0.600400	0.485366	0.424070
Sum sq. resids	5.96E+18	547.7192	194.0994	2.327980
S.E. equation	1.86E+08	1.784493	1.062302	0.116339
F-statistic	9.982589	14.80872	9.667814	7.767150
Log likelihood	-3957.817	-375.9508	-275.3238	153.7431
Akaike AIC	41.02904	4.102586	3.065194	-1.358176
Schwarz SC	41.39962	4.473168	3.435776	-0.987594
Mean dependent	-801308.3	0.022629	-0.007629	0.000567
S.D. dependent	2.62E+08	2.822943	1.480808	0.153299
Determinant resid covariance (dof adj.)		1.11E+15		
Determinant resid covariance		6.83E+14		
Log likelihood		-4414.432		
Akaike information criterion		46.45806		
Schwarz criterion		48.00777		

