

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

**BÜROKRATİK VE SİYASAL ENGELLERİN TURİZM  
SEKTÖRÜNE ETKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ GENİŞLEME SÜRECİ  
ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hakan ALAKUŞ**

**Balıkesir, 2018**

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

**BÜROKRATİK VE SİYASAL ENGELLERİN TURİZM  
SEKTÖRÜNE ETKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ GENİŞLEME SÜRECİ  
ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hakan ALAKUŞ**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ**

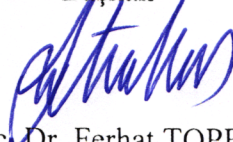
**Balıkesir, 2018**

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TEZ ONAYI**

Enstitümüzün Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı'nda 201612555009 numaralı Hakan ALAKUŞ'un hazırladığı "Bürokratik ve Siyasal Engellerin Turizm Sektörüne Etkisi: Avrupa Birliği Genişleme Süreci Örneği" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 12/10/2018 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Başkan



Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ

(Danışman)

Doç. Dr. Serdar KURT

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Sabriye ÇELİK UĞUZ

Üye

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

27.10.2018

*Halil İbrahim Şahin*

Enstitü Onayı

Doç. Dr. Halil İbrahim ŞAHİN  
Müdür

## ÖNSÖZ

Geçmişten günümüze insan yaşamının bir parçası olan tatil ihtiyacı, gerek dinlenme gerek yeni yerler keşfetme gerekse de eğlenmeleri açısından kişilerin en büyük motivasyon kaynağı olmuştur. İlerleyen teknolojik gelişmeler sayesinde zaman ve ekonomik açıdan sorun teşkil eden konularda büyük kolaylıklar sağlanmaktadır. Fakat tüm bu nedenler dışında bir de ülke ve birliklerin uygulanmasını zorunlu kıldıkları bürokratik ve siyasal engeller söz konusudur. Bu yasal yaptırımlar çoğu zaman turizm talebini de olumsuz etkilemektedir.

Gerek insan hayatı gerekse ülke ekonomileri açısından böylesine önemli konumda bulunan turizm faaliyetleri ve gelirlerini etkileyen bürokratik ve siyasal engeller ile ilgili olarak bu çalışmada; Avrupa Birliği (AB) genişleme süreci örneği kullanılmıştır. AB'ye 2004 yılında üye olan 10 ülke ve bu tarihten önce üye olmuş olan 15 ülkenin turist varış sayılarına ve turizm gelirlerine Dünya Bankası'ndan ulaşılmış ve yıllar itibarıyla karşılaştırmalar yapılmıştır.

Bu çalışmanın fikir aşamasından tamamlanma sürecine kadar, danışmanım olarak bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen ve bu süreçte bana büyük katkılar sağlayan Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ'a, yüksek lisans eğitimim boyunca desteklerini eksik etmeyen değerli hocalarım Prof. Dr. Mehmet Emin AKKILIÇ'a, Doç. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN'a, Dr. Öğr. Üyesi Sabriye ÇELİK UĞUZ'a, Dr. Öğr. Üyesi Volkan ÖZBEK'e, tez aşamasında bana yol arkadaşlığı yapan Harun ATAMAN'a, Abdi YENER'e ve her anlamda daima yanımda olan aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hakan ALAKUŞ

2018, Balıkesir

## ÖZET

### BÜROKRATİK VE SİYASAL ENGELLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ GENİŞLEME SÜRECİ ÖRNEĞİ

ALAKUŞ, Hakan

Yüksek Lisans, Uluslararası Ticaret ve Pazarlama Anabilim Dalı  
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ferhat TOPBAŞ

2018, 61 Sayfa

Turizm sosyal, kültürel ve ekonomik katkısıyla ciddi bir öneme sahiptir. Ancak, ülkeler arasında karşılıklı ya da tek yanlı bürokratik ve siyasal engeller, turizmde seyahat özgürlüğünü kısıtlayan uygulamalardır. AB üye ülkeleri arasında bu engellerin esnek tutulması veya kaldırılması sonucunda Avrupa'da hem seyahatler kolaylaşmış hem de turizm sektörünün coğrafi alanı genişlemiştir. Çalışmada, 2004 yılı öncesi 15 AB üye ülkesi ile 2004 yılı sonrası AB genişleme süresi içine dahil olan 10 AB üye ülkesi arasında 1995-2016 dönemine ait panel veri seti kullanılarak turist varışlarında ve turizm gelirleri ilişkisi üyelik sürecini gözetten ekonometrik modeller ile incelenmiştir. Geleneksel birim kök testleri değişkenlerin tamamı için fark durağan tespit edilirken, kırılmaları dikkate alan testler de serilerin hepsi seviye durağan tespit edilmiştir. Tam üyelik sürecinin ve dolayısıyla seyahat özgürlüğü önündeki engellerin ortadan kalkmasının bu ülkelerin turizm gelirlerinde ve turist sayılarında anlamlı bir değişime neden olduğunu destekleyen bu bulgunun ardından 2004 genişleme sürecine göre oluşturulmuş kukla değişkenin dahil edildiği ve turizm talebini gelir ve fiyatın fonksiyonu kabul eden standart talep denklemleri tahmin edilmiş ve modellerin tamamında söz konusu değişken anlamlı bulunmuştur. Bu sonuç da 2004 genişleme süreci sonrası seyahat engellerinin ortadan kalkmasının turizm sektörü üzerine anlamlı etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Avrupa Birliği, Panel Veri

## **ABSTRACT**

### **THE IMPACT OF BUREAUCRATIC AND POLITICAL OBSTACLES ON THE TOURISM SECTOR: A CASE OF STUDY THE EUROPEAN UNION ENLARGEMENT**

**ALAKUŞ, Hakan**

**Master, Department of International Trade and Marketing  
Thesis Adviser: Assoc. Prof. Ferhat TOPBAŞ**

**2018, 61 Pages**

Tourism has a significant importance with the contributions of social, cultural and economic. However, bilateral or unilateral bureaucratic and political obstacles among countries are practices that restrict the freedom of travel for tourism. As a result of the flexible retention or abolition of these obstacles among the European Union (EU) member countries, both facilitated travels in Europe and has expanded the geographic areas of the tourism sector. In this study, using panel data for the period 1995-2016 between 15 EU member countries before 2004 and 10 EU member countries which included into EU enlargement after 2004, the relationship of tourist arrivals and tourism receipts were examined with econometric models overseeing EU membership process. While the conventional unit root tests were determined to be stationary for all of the variables, the series were found to be stationary in the tests taking into account the fractures. This finding supports the fact that the disappearance of the full membership process and hence the obstacles to freedom of travel cause a meaningful change in the tourism revenues and the number of tourists in these countries. and all of the models were found to be significant. This result shows that the elimination of travel barriers after the 2004 enlargement process has a significant effect on tourism sector.

**Keywords:** Tourism, European Union, Panel Data

# İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ .....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR .....	ix
<b>1.GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Problemi .....	2
1.2. Araştırmanın Amacı .....	2
1.3. Araştırmanın Önemi .....	2
1.4. Varsayımlar .....	3
1.5. Sınırlılıklar.....	3
1.6. Tanımlar .....	3
<b>2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN.....</b>	<b>5</b>
2.1. Kuramsal Çerçeve .....	5
2.1.1. Turistlerin Seyahat Kararına Etki Eden Faktörler .....	5
2.1.1.1. Ekonomik Faktörler .....	8
2.1.1.2. Sosyal Faktörler .....	10
2.1.1.3. Psikolojik Faktörler .....	12
2.1.1.4. Toplumsal ve Politik Faktörler .....	15
2.1.1.5. Turizm Talebini Etkileyen Diğer Faktörler .....	17
2.1.2. Turizm Talebini Sınırlayan Faktörler .....	19
2.1.3. AB .....	21
2.1.4. AB Genişleme Süreci .....	25
2.1.5. AB ve Turizm .....	28

2.2. İlgili Araştırmalar .....	32
<b>3. YÖNTEM</b> .....	36
3.1. Araştırmanın Modeli .....	36
3.2. Evren ve Örneklem/Araştırma Grubu .....	37
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri.....	40
3.4. Veri Toplama Süreci.....	40
3.5. Verilerin Analizi.....	40
3.5.1. Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi.....	41
<b>4. BULGULAR VE YORUMLAR</b> .....	43
4.1. Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi Sonuçları.....	43
4.2. Kukla Değişkenli Turizm Talep Denklemleri .....	45
4.3. Bulguların Değerlendirilmesi .....	46
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER</b> .....	48
5.1. Sonuçlar .....	48
5.2. Öneriler.....	49
<b>KAYNAKÇA</b> .....	52



## ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
<b>Çizelge 1.</b> Dünya Turist Sayısı ve Turizm Geliri .....	7
<b>Çizelge 2.</b> AB Turist Sayısı ve Turizm Geliri (25 Ülke) .....	31
<b>Çizelge 3.</b> Turizm Geliri ve Turist Sayısı (10 Ülke).....	37
<b>Çizelge 4.</b> Turizm Geliri ve Turist Sayısı (15 Ülke).....	38
<b>Çizelge 5.</b> Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turizm Geliri, 10 Ülke).....	43
<b>Çizelge 6.</b> Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turizm Geliri, 15 Ülke).....	44
<b>Çizelge 7.</b> Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turist Sayısı, 10 Ülke) .....	44
<b>Çizelge 8.</b> Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turist Sayısı, 15 Ülke) .....	45
<b>Çizelge 9.</b> En Küçük Kareler Yöntemi İle Model Sonuçları .....	46

## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AET	: Avrupa Ekonomik Topluluğu
AKÇT	: Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu
AT	: Avrupa Toplulukları
EFTA	: European Free Trade Association
EU	: European Union
EURATOM	: European Atomic Energy Community
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
UNWTO	: World Tourism Organization
WTO	: World Trade Organization

# 1. GİRİŞ

Seyahat kararı aynı zamanda turizm talebini ifade etmektedir. Turizm olgusu, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında büyük bir hızla gelişerek geniş kitlelere yayılan, bireylerin gezmek ve yaşadığı yer dışında başka yerleri görme arzusuyla ortaya çıkan bir sektördür. Ülkelerin makro ekonomik yapısı içerisinde milli gelire ve istihdama katkısı anlamında önemli bir yer tutan turizm sektörünün gelişmesi, ekonomik ve sosyal anlamda önem kazanmıştır. Bireylerin seyahat kararlarında nelerin etkili olduğu ve bireyleri seyahate yönelten unsurların neler olduğunun tespit edilmesi, turizm talebinin artırılması ve dolayısıyla da turizm sektörünün gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Bürokratik ve siyasal engellerin bireylerin seyahat kararları üzerinde önemli bir etken olduğu tezinden hareketle oluşturulan kuramsal yapının test edildiği çalışma bulguları, AB'ye üyelik sonrasında hem üye ülkelerin hem de öncesinde birlik üyesi ülkelerin turizm gelirlerinde ve turist sayılarında yapısal bir kırılma olduğunu ve kırılmayı dikkate alan testler uygulandığı durumda söz konusu serilerin seviye durağan olduklarını ortaya koymaktadır.

Kişileri seyahat kararlarında zaman, ekonomik etkenler ve istekleri etkilemektedir. Bunları sağlamalarına karşın ülkelerin, birlik ve toplulukların birbirlerine karşı veya kendi içlerinde uygulamış oldukları pek çok yaptırım vardır. Bunlar genellikle kişilerin almış oldukları kararlarında yer yer olumsuz etki yapabilmektedir. AB ülkelerinin birbirleri ile olan vize uygulamalarındaki sonuçlara bakıldığında da bunu belirgin şekilde görmekteyiz. Genel olarak bürokratik ve siyasal engellerin yapmış olduğu bu olumsuz etkileri farklı stratejiler ile ortadan kaldırmak mümkündür.

### **1.1. Araştırmanın Problemi**

Son yıllarda gittikçe büyüyen dünya turizm pazarında daha fazla pay alabilmek, ülkenin turizmde rekabet gücünü arttırmak için turizm talebinin belirleyicilerinin tespit edilmesi, turizm politikalarının bu unsurlara göre şekillendirilmesi önem arz etmektedir. Kişileri seyahate yönelten veya diğer anlamda turizm talebini oluşturan unsurlardan biri de seyahatin önündeki bürokratik ve yasal engellerin varlığıdır. Kuramsal anlamda öngörülen bu ilişkinin gerçekte var olup olmadığı ve varsa derecesinin tespit edilmesi, ülkelerin turizm piyasasındaki rekabet gücünü etkilemektedir.

### **1.2. Araştırmanın Amacı**

Kişilerin seyahat özgürlüğünü kısıtlayan ve turizm hareketlerini engelleyen bürokratik ve siyasal engellerin turizm talebini etkileme derecesi AB genişleme sürecinde ele alınarak serbest dolaşım öncesi ve sonrasındaki turizm hareketleri çerçevesinde serbest dolaşım ile birlikte turist sayısı ve turizm gelirlerindeki değişim deneysel olarak incelenecektir.

### **1.3. Araştırmanın Önemi**

Son yıllardaki teknolojik gelişmelerin artması ve buna bağılı olarak bireylerin yeni yerler keşfetme isteğinin oluşması akabinde turizm hareketleri hız kazanmaktadır. Uygun vakit ve ekonomik imkanlar gibi şartların sağlanması çoğu zaman seyahat edebilmek için yeterli olmamaktadır. Pek çok bürokratik ve siyasal engelin oluşturduğu olumsuzlukları aşabilmek adına ülkelerin ve bağılı oldukları birliklerin iyileştirici düzenlemeler getirmeleri gerekmektedir. Model olarak seçilen AB ile ilgili yapılan çalışma sonucunda da belirtmiş olduğumuz bu durumların doğruluğu analiz sonuçlarında

net bir şekilde gözlemlenmektedir. Bu nedenle küreselleşmenin önündeki engellerin kaldırılmasının ne derece önemli olduğu vurgulanmaktadır.

#### **1.4. Varsayımlar**

Çalışmada kişilerin destinasyon seçiminde bürokratik ve siyasal engellerin önemli bir kriter olduğu ve kişilerin iki destinasyon arasında karar verme sürecinde ekonomik sosyal kültürel unsurların yanı sıra bu iki destinasyon arasındaki seyahate engel bürokratik ve siyasal engelleri veya güçlükleri de dikkate aldığını varsaymaktayız. Ayrıca bürokratik ve siyasal engel anlamında gerek yeterli veriye ulaşmak gerekse en uygun örnek olması anlamında AB'nin genişleme sürecini ve bu süreç kapsamındaki değişimler belirgin rol oynamıştır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

Bu araştırma, kuramsal çerçeve olarak ulaşılabilen alanyazın; veri kaynağı olarak internet veri tabanları ve araştırma raporlarının yanı sıra kitaplar, sözlükler, makaleler, süreli yayınlar, tezler ve bildirimler gibi bilgi kaynakları ile sınırlıdır. Kullanılan veri setinin başlıca kısıtı analize konu edilen yıllar için turizm talebini belirlemek adına Dünya Bankası'nın yapmış olduğu ülkeler için turizm gelirleri ve turist sayısı bilgilerinden oluşmasıdır.

#### **1.6. Tanımlar**

Çalışmada, betimsel bölümde anlatılan seyahat kararına etki eden ve engelleyen faktörlere yer verilmiştir. Ayrıca turizm talebine etki eden bürokratik ve siyasal engeller ile ilgili kısıtlamaların kaldırılması sonucunda oluşacak değişimleri görmek adına AB'ye

üye ülkelerin 1995 ve 2016 yılları arasındaki turizm gelirlerini ve turist sayılarını gösteren değerler kullanılmıştır.

Turizm: Karmaşık ve dinamik bir kavram olan turizm Cohen (1979) tarafından; “Belirli bir yeri tatil, eğlence, arkadaş ve aile ziyareti, spor, dinlenme, tur gibi boş zaman faaliyeti için ziyaret etmek” şeklinde tanımlanmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise turizmi; ”Kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş veya diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahat ve konaklama aktiviteleri” olarak tanımlamaktadır.

AB: Avrupa Birliği (AB), demokratik Avrupa ülkelerinden oluşan, vatandaşların yaşam kalitesini artırmak ve daha iyi koşullarda yaşamalarını sağlamak için çalışan bir ailedir. Üye ülkeler arasında sosyal ve ticari birliğin elde edilmesiyle Avrupa’da barış ve güven ortamının oluşmasını sağlamıştır. Bunun yanında birliğe üye tüm ülkeler arasında para birliği sağlanarak tek para birimi olan Euro oluşturuldu ve kullanılmaya başlandı. Sermayenin, hizmetlerin ve malların serbest bir şekilde hareket ettiği sınırsız tek pazar meydana getirildi (AB Türkiye Delegasyonu).

Panel Veri: ‘Panel Veri’ yöntemi, ülkeler, firmalar, hane halkları, vb. kesit (cross-section) gözlemlerinin belli bir zaman dönemi içinde bir araya getirilmesi olarak tanımlanabilir. Yani panel veri, kesit analizi ile zaman serisi analizini birleştirir (Kılıç, 2014).

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. Kuramsal Çerçeve

Yapılan çalışmanın bu bölümünde konuyla ilgili alan yazın kısmının kuramsal çerçevesi oluşturulmaktadır. Bireylerin seyahat davranışlarına yönelik olarak seyahat kararı verirken buna etki eden ve seyahat kararını engelleyen faktörlerin neler olduğu açıklanmaktadır. Seyahat kararını engelleyen faktörlerden olan bürokratik ve siyasi engellerin ülke ekonomisine önemli katkı sağlayan turizm sektörü üzerindeki etkisi AB genişleme sürecinde ele alınarak değerlendirilmektedir.

#### 2.1.1. Turistlerin Seyahat Kararını Etkileyen Faktörler

Seyahat kararı aynı zamanda turizm talebini ifade etmektedir. Turizm olgusu, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında büyük bir hızla gelişerek geniş kitlelere yayılan, bireylerin gezmek ve yaşadığı yer dışında başka yerleri görme arzusuyla ortaya çıkan bir sektördür. Turizm ülkelerin ekonomik olarak gelişimi ve kalkınmasında oldukça önemli rol oynadığı için önem arz etmektedir ve son zamanlarda pek çok araştırmaya konu olduğu görülmektedir (Zortuk ve Bayrak, 2013).

Turizm bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır ve bireyler bu ihtiyaçlarını devamlı buldukları yerde karşılayamazlar. Dolayısıyla insanların devamlı buldukları yerden ayrılmalarına sebep olacak bazı faktörlerin oluşumu gerekmektedir. Bu faktörler genellikle turizm talebini oluşturan; turizm bakımında değer kabul edilen yerler, olaylar veya gösterilerdir (Ürger, 1992, 162).

Turizm talebi; bir zaman diliminde, belirli bir turizm destinasyonuna yönelik turizme ilişkin gereksinimlerin karşılanması için gerekli olan gelire, boş vakte ve turizm hareketlerine katılma isteğine sahip bireylerin sayısını ifade etmektedir (Tunç ve Saç, 1998, 80; Ooi, 2013, 378). Turizm talebi, bir turistik ürün için fiyat düzeyi ve döviz

kurunda, elde etmek istediği turistik hizmet sağlayan mal ve hizmetler bütünüdür (Olalı ve Timur, 1988, 195). Sezgin (1995, 68) turizm talebinin turistik seyahat gerçekleştirme arzusu ve bunu gerçekleştirebilecek yeterli geliri olan insanların sayısı şeklinde ifade etmektedir. Bu bağlamda turizm talebi, turist gönderen bir destinasyondan turist çeken bir destinasyona olan akım olarak tanımlanabilmektedir (Yarcan, 1998, 29). Kozak, A. Kozak ve Kozak (2001)'a göre turizme yönelik talepten söz edebilmek için, öncelikli olarak gerçekleşmesi gereken bir takım koşullar bulunmaktadır. Bu koşullar:

- Turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik turistik mal ve hizmetlerin mevcut olması ve bunların daha önceden belirlenmiş bir fiyatla belirli bir piyasada turistlerin hizmetine sunulmuş olması,

- Turizm hareketlerine katılan bireylerin yeterli düzeyde gelir ile birlikte turizm için ayırabileceği boş zamana sahip olması,

- Turistik ürünleri kullanacak bireylerin piyasada mevcut olan ürün ve hizmetlerden yararlanmaya yönelik isteklerinin olması,

- Turistik ürünlere yönelik tüketim zamanının daha önceden kesin olarak planlanmış olması.

Turizm talebi diğer sektörlerin mal ve hizmet talebine göre farklı özellikler göstermektedir. Bu özellikler (Kozak vd., 2015, 93; Turgut, 2014, 29; Ünlüönen vd., 2011, 46-48; Usta, 2009, 94-95; Olalı ve Timur, 1988, 196):

- Turizm talebi bağımsız bir talep niteliğindedir (Otonomdur).
- Turizm talebi çok yönlüdür (Heteronomdur).
- Turizm talebi esnek bir özelliktedir.
- Turizm talebi mevsimsellik özelliği taşır.
- Turistik mal ve hizmetler arasında oldukça yüksek rekabet söz konusudur.
- Turizm talebi bireylerin kişisel harcanabilir gelir ile ilgilidir. Bu gelirlerin kullanılması söz konusudur.
- Turizm talebi her ülkenin gelişmişlik düzeyine göre farklılık gösterir.



Bireylerin seyahat etmelerini sağlayan birçok farklı motiv bulunmaktadır. Bu motivlerin oluşması ve daha sonra isteklerin karşılanabilmesinde birçok unsur etkili olmaktadır (Doğan, 2004, 31-32). Bireylerin seyahat etme kararını yani turizm talebini etkileyen bu faktörler; politik ve yasal faktörler, psikolojik faktörler, ekonomik faktörler, sosyal faktörler ve diğer faktörler olarak ele almak mümkündür. Fakat bireylerin yaşadıkları bölgelerin farklı olması, sosyal ve ekonomik durumlarının da birbirlerinden farklılık göstermesine sebep olmaktadır (Olalı ve Timur, 1988, 197).

Son yıllarda küreselleşmenin artması, ülkeler arasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması, uluslararası yatırımların gerçekleştirilmesi, turizm bilincinin oluşması, teknolojinin gelişmesi gibi birçok sebep turizm talebinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (eken, 2003, 120). Dünyada seyahat eden insan sayısı 1950'lerden itibaren devamlı artış göstermektedir. 1950 yılında 25,3 milyon kişi olan turist sayısı, 1965 yılında 100 milyon kişi sayısına ulaşmıştır. Bu sayı zaman içerisinde artış göstererek 1995 yılında 567 milyon ve 2010 yılında 940 milyon turist sayısına ulaşmıştır (UNWTO, 2009). 2010-2016 yılları arası güncel turist sayısı ve turizm gelirleri izelge 1'de verilmiştir.

**Çizelge 1.** Dünya Turist Sayısı ve Turizm Geliri

<b>Yıllar</b>	<b>Turist Sayısı (Milyon)</b>	<b>Turizm Geliri (Milyar \$)</b>
2010	940	927
2011	995	1,042
2012	1,035	1,078
2013	1,087	1,197
2014	1,134	1,309
2015	1,189	1,196
2016	1,235	1,220

Kaynak: UNWTO, 2018.

Çizelge 1'e göre 2016 yılı dünya turist sayısı 1 milyar 235 milyon kişi, turizm geliri ise 1 trilyon 220 milyar dolar olmuştur. Dünya turizm örgütünün 2030 yılında 1 milyar 800 milyon turist sayısı öngörmektedir. Seyahat eğilimlerinin artması turizmin bütün dünyaya yayılan bir olgu haline gelmesine sebep olduğu söylenebilir.

### 2.1.1.1. Ekonomik Faktörler

Ekonomik faktörler bütün sektörlerde önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla turizm talebinin özelliklerinde belirttiğimiz gibi kişisel harcanabilir gelirin kullanılması ile ilişkili olması ekonomik faktörlerin turizm sektörü içinde ne kadar önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Hatta turistlerin hedefinde olan destinasyona yönelik gerçekleşecek turizm talebini etkileyen en önemli faktör ekonomik faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomileri gelişmiş olan ülkelerin vatandaşları turizme daha çok katıldığı bilinmektedir (Hacıoğlu, 1984, 22).

*Turistik ürün ve hizmet fiyatları*, ekonomik faktörler içerisinde turizm talebini en fazla etkileyen faktörlerden biridir. Tüketiciler bir mal veya hizmetin fiyatı karşısında o mal veya hizmete yönelik talep oluşturmaktadır (Kozak vd., 201, 97). Dolayısıyla fiyatla ve talep miktarı arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır (İçöz, 2005, 119). Ürün, insanların gereksinim duydukları somut ve soyut olan bütün mal ve hizmetleri kapsamaktadır. Turistik ürün ise genel bir ifadeyle turistlerin sürekli ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak yaptıkları turistik seyahatler sırasında yararlandığı konaklama, yeme-içme, eğlence ve ulaşım gibi birçok mal ve hizmetlerin bileşimidir (Güler, 2015, 149). Turistik ürünü oluşturan bu unsurdan herhangi birinin fiyatında gerçekleşen değişme satış fiyatının da değişmesine neden olmaktadır (Sezgin, 1995, 69). Dolayısıyla ekonomik anlamda fiyatı düşerek ucuzlayan turistik ürünlere yönelik turizm talebi artmaktadır. Fiyatların yükselmesi ise tam tersi olarak turizm talebinin azalmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple fiyat esnekliği turizm talebinde oldukça yüksektir (Bahar ve Kozak, 2012, 119).

Bireylerin harcanabilir *gelir miktarı* ve *dağılımları* turizm talebini etkileyen diğer faktörlerdendir. Bireyler seyahatleri için karar verirken sahip oldukları harcanabilir gelir düzeylerini göz önünde bulundurmaktadırlar. Turizm faaliyetlerine katılmak isteyen bireylerin öncelikle barınma ve beslenme gibi temel ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir. Bu ihtiyaçları karşıladıktan sonra turizm faaliyetleri için harcayabilecekleri düzeyde gelirlerinin olması durumunda turizm hareketlerine katılabilmektedirler (Çuhadar, 2006, 47). Gelir, başlı başına turistlerin seyahat

hareketlerine yön veren faktördür. Bireylerin seyahatleri süresinde nerede kalacağı, hangi turistik ürünlerden ne derecede yararlanacağı, bireylerin gelir düzeyleriyle doğru orantılıdır. Bireylerin gelirlerinin ne kadarlık kısmını turistik ürün harcamalarına ayıracağı oldukça önemlidir (Şahbaz ve Tekbalkan, 2015). Dolayısıyla bireylerin turizme yönelik talepleri kişisel harcanabilir gelir düzeyi ile doğru orantılı olduğu söylenebilmektedir. Bireylerin sahip oldukları gelirlerin yanı sıra, gelir dağılımı da talebi etkileyen önemli unsurlardandır. Bir ülkenin gelirinin, toplumda yaşayan tüm bireylere eşit derece dağıtılması, bireylerin ülke içerisindeki harcama miktarlarını da arttırmaktadır. Bu durum, turizme katılma isteği içerisinde bulunan kişi sayısında da artış sağlamaktadır. Tüm bu durumlar birbiriyle ilişki içerisinde. Kısacası, bir ülkenin gelir dağılımında eşitsizlik söz konusuysa, kişi başına düşen gelir de az olacaktır. Dolayısıyla, bu tarz ülkelerde turizm talebi de az olacaktır (Bahar ve Kozak, 2012, 117).

Turizm talebinde *döviz kurları* da talebi etkileyen belirli bir unsurdur (Gallego vd., 2007, Mervar ve Payne, 2007, Patsouratis vd., 2005). Turistlerin fiyatlar hakkında sınırlı bilgiye sahip olmalarına rağmen döviz kurunu dikkate alarak döviz kurunun düşük olduğu destinasyonları talep etmektedirler (Kozak vd., 2015, 97; Sinclair ve Stabler, 1997). Bir ülke parasının, diğer ülke paralarına göre paritesindeki artış, turistler için o ülkeyi pahalı hale getirmektedir. Bireylerin döviz kurundan kaynaklı paralarının değer kaybedecekleri bölgelere seyahati gelir azaltıcı etki yapmaktadır (Çuhadar, 2015, 51). Toh, Khan ve Ng (1997)'a göre, Singapur'da hem döviz kurunda hem de turistlerin gelirlerindeki değişmelerin turist talebini %94 oranında açıkladığını görülmüştür.

*Ulaşılabilirlik*, bireylerin seyahate çıkmalarında önemli bir faktördür. Turistik ürün özelliği gereği üretildiği yerde tüketilmektedir. Dolayısıyla ulaşılabilirlik, turistik ürünü oluşturan temel öğelerdendir (Bozok, 1996, 9). Turistlerin seyahat etmek istedikleri destinasyonlara yönelik mevcut ulaştırma hizmetleri seyahati kolaylaştıran ve bu anlamda turistlerin karar vermesine olumlu katkı sağlayan bir unsur olmaktadır. Ekonomik açıdan ise ulaştırma insanların ve malların ihtiyaçların karşılanması amacıyla yer değiştirmesidir. Ulaştırma, bu yer değiştirme işlemi için zaman ve yer faydası sağlayacak biçimde gerçekleşmesine imkan tanıyan bir hizmettir. Son derece ilerleyen teknoloji sayesinde hizmet sektöründe hızlı ve konforlu ulaşımın yanı sıra yüksek

kapasiteli ulaşım araçları ile daha rahat ve güvenilir seyahatler gerçekleştirilmektedir. Bu ulaşım araçlarının sunduğu hizmetler turizmin daha geniş kitlelere yayılmasına ve bu bağlamda da turizm endüstrisi için olumlu katkılar sağlamaktadır (Bozok, 1996, 9). Seyahate yönelik diğer olumlu etkisi ise taşıma ücretlerinin uygun olması ile yolculuk süresinde yapılacak kısıtlamalardır (Sezgin, 1995, 70).

*Uzaklık*, seyahat kararı verirken etkili unsurlardan biri olmaktadır. Bu etki iki şekilde açıklanmaktadır. Birinci etki, gerçekleştirilecek seyahatin uzaklığı arttıkça seyahatin süresinde artacaktır. Dolayısıyla tatilin süresi azalacaktır. Fakat mesafe az olursa tatil süresi artacaktır. İkinci etkisi ise, uzaklık arttıkça maliyetlerinde artmasıdır. Turistler birbirine benzer özelliklere sahip turizm destinasyonları arasında seçim yapacakları takdirde kendi buldukları yere daha yakın olan destinasyonu seçmektedirler (Bahar ve Kozak, 2012, 119). Bu duruma ne güzel örnek Türkiye, İspanya ve Yunanistan destinasyonları verilebilir. Bu üç ülke deniz kum güneş üçlüsünün bulunduğu hemen hemen bezer özelliklere sahip ülkelerdir. Bu sebeple turistlerin seyahatlerini bu destinasyonlardan birini tercih etmelerinde önemli farklılık bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu ülkelere yönelik turizm talebi, turistlerin buldukları yere olan uzaklığı ile doğru orantılıdır (Carey ve Gountas, 1997, 426). Zimmer vd (1995)'nin yapmış oldukları çalışmaya göre, turistlerin seyahatleri için karar verirken yakın veya uzak destinasyonları seçmelerinde gelir ve eğitim düzeyleri de etkili olmaktadır.

En yaygın ulaştırma sistemleri kara, deniz, demir ve havayolları olmaktadır. Kısa mesafeli yolculuklarda en çok tercih edilen ve en uygun ulaşım şekli karayoludur. Havayolları ise uzun mesafeli yolculuklar için seyahat süresini azaltarak zamandan tasarruf sağlaması sebebiyle tercih edilen ulaşım aracıdır (Hacıoğlu, 1984: 26).

#### **2.1.1.2. Sosyal Faktörler**

Turizm talebine etki eden sosyal faktörler; bireylerin sahip oldukları meslek, yaş ve cinsiyet, aile yapısı, şehirleşme, eğitim düzeyi ve dil güçlüklerinden oluşmaktadır. Bu

sosyal faktörler içerisinde yer alan bu unsurlar bireylerin seyahat kararlarına etki etmektedir.

*Nüfus artışı*, bir diğer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel anlamda değerlendirildiğinde nüfus artışıyla birlikte turizme katılan insan sayısını da arttırmaktadır. (Dallı, 1974). Fakat nüfus artışı aynı zamanda yerleşim yerlerinin kalabalıklaşmasına neden olmaktadır. Bireylerin yaşadıkları yerdeki kalabalıktan kaçma isteği de turizme yönelik talebi arttırmaktadır. Bu bağlamda bireyler nüfus yoğunluğunun daha az olduğu yerlere yönelerek turizm hareketlerine hız kazandırmaktadır (Doğan, 2004, 38). Bu sebeple nüfus yoğunluğu çok olan kentsel yerlerden nüfus yoğunluğu az olan kırsal yerlere yönelim söz konusudur. Bu nedenle kırsal bölgelerde turistik arz kaynaklarına verilen önem de gittikçe artmaktadır (Uçar vd., 2010, 7).

*Kentleşmenin artması* insanları seyahate yönelten sebepler arasında yer almaktadır. Teknolojik gelişmelerle beraber nüfusta meydana gelen değişimler sebebiyle kurulan fabrika sayıları artarak büyük şehirler ortaya çıkmaya başlamıştır. Dolayısıyla kırsal bölgelerde yaşayan insanların oranı düşmüş ve dev metropoller oluşmuştur. Bu durum karşısında insanların doğaya karşı özlemle beraber turizme yönelik talep de artmıştır (Öztaş ve Karabulut, 2006, 36-37). Milyonlarca insanın yaşamaya başladığı bu metropollerde insanların hayat tarzları da mekanik hale gelmiştir. Kentin bu kalabalıklığından ve çalışma ortamından kaçmak isteyen insanlar bir süreliğine de olsa uzaklaşarak hem fiziksel hem psikolojik açıdan dinlenmeyi amaçlamaktadır (Kozak vd., 2015, 104). Dolayısıyla kentleşmenin artması ve bu bölgelerdeki yaşam şeklinin içinde bulundurduğu sorunlar, turizm faaliyetlerin artmasına katkı sağlamaktadır (Doğan, 2004, 37). Ayrıca aşırı kentleşme, teknolojinin gelişmesi, makinaların etkin kullanımı sonucunda çalışma saatlerinin oldukça azalması ile bireylerin *boş zamanlarının artması* da turizm hareketlerini arttırmaktadır (Aslan, 1993, 24).

*Meslek*, bireylerin turizme yönelik taleplerinde etkili olan diğer bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelir düzeyi yüksek olan meslek guruplarında yer alan insanlar daha az gelir düzeyine sahip meslek guruplarında çalışanlara göre turizmde daha fazla yer almaktadırlar. Buna ek olarak bazı meslek guruplarında çalışanlar, işleri gereği devamlı

seyahat etmek zorundadırlar (Çuhadar, 2006, 56). Bu sebeple turizm talebinde bireylerin mensup olduğu meslek ve bu meslekteki konumu etkili olmaktadır. Buna bağlı olarak da ait olduğu sosyal sınıfı da bireylerin turizm hareketlerine katılma oranında önemli olmaktadır. Dolayısıyla bireylerin aldıkları eğitim seviyesi mesleklerini belirlerken bu meslekleri de gelir düzeyini belirlemektedir (Akat, 2008, 43- 44).

Bireylerin almış oldukları eğitim sonrasında sahip oldukları meslek kişisel gelirini belirlemektedir. Dolayısıyla *Eğitim düzeyi* yükseldikçe turizm hareketlerine katılma oranları da yükselmektedir. Eğitim düzeyleri yüksek kişilerin çalışma dışında kalan zamanlarını değerlendirmek adına diğer bireylere oranla daha farklı tatil kararları alabilmektedirler (Bozok, 1996, 23). Aslında eğitimin kendisi de direk olarak turizm sebeplerinden birisi olarak görülmektedir. Daha iyi şartlara eğitim imkanlarına sahip ülkelerde daha iyi düzeyde eğitim almak ya da farklı bir dil öğrenmek amacıyla seyahatler gerçekleştirilmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2006, 37).

İyi bir *yabancı dil bilgisine sahip olmayan* bireyler turizme ayıracak zamana ve gelir düzeyine sahip olmasına rağmen, dilini bilmedikleri ülkelere seyahat etmekten kaçınmaktadırlar. Bu durum konuşma dili açısından birbiriyle benzerlik gösteren ülkelere yapılan turizm hareketlerinin daha yoğun olmasına sebep olmaktadır. Turizm talebi kendi dilini konuşan veya kendi diline yakın olan ülkelere yönelik olmaktadır (Usta, 1992, 102). Dolayısıyla seyahate çıkmaya karar veren bireyler gidecekleri destinasyonları seçerken yabancı dil bilgilerine göre karar vermektedir. Yabancı dil güçlüğü çeken bireyler ülke dışından ziyade kendi ülkesi içinde seyahati tercih etmektedirler (Olalı ve Timur, 1988, 205). Fakat rehberler seyahate çıkan bireyler için böyle bir sorun bulunmamaktadır. Bireyler gezi öncesinde belirttikleri dil ile uyumlu bir rehberle seyahatlerini sürdürebilmektedirler (Yarcan, 2007).

### **2.1.1.3. Psikolojik Faktörler**

Turizm talebine etki eden diğer bir faktör ise kişinin daha çok iç dünyasıyla ilgili olan psikolojik faktörlerdir. Kişilerin karar vermelerinde etkili olan psikolojik faktörlerin

en başında *kişilik yapısı ve motivasyon gelmektedir* (Kozak, vd., 2015, 104). Bireylerin seyahat ihtiyaçlarını anlamaya yönelik oldukça önemli bir yaklaşım olan motivasyon aynı zamanda turist davranışlarını kavramaya da yardımcı olmaktadır (Yoon ve Uysal 2005, 47; Crompton 1979, 408). Schiffman ve Kanuk (1999) motivasyonu, kişilerin eyleme geçmesini tetikleyen itici bir güç şeklinde tanımlamaktadır. Motivasyon kavramından yola çıkarak seyahat motivasyonları ise potansiyel turistleri bir seyahat deneyimi yaşamaya iten sebepler şeklinde tanımlanabilmektedir (Harman, Çakıcı ve Atakay, 2013). Turist davranışını açıklayabilmek için öncelikle turist motivasyonlarının incelenmesi gerekmektedir (Lee 2009, 218). Bazı araştırmacılara göre bireylerin seyahat kararı almalarında etkili olan itici ve çekici motivasyonlar bulunmaktadır (Yoon ve Uysal, 2005; Kozak, 2002; Baloğlu ve Uysal, 1996). Dolayısıyla turizm talebine itici ve çekici motivasyonlar da etki etmektedir. Bireyin seyahat için devamlı yaşadıkları yerden uzaklaşma, dinlenme, eğlenme ve rahatlama, macera arayışı, değişik yerler keşfetme, saygınlık kazanma sosyal etkileşim ve sağlık gibi istekler itici faktörleri oluşturmaktadır. Destinasyonun sahip olduğu sahiller, mevcut rekreasyon alanları ve tarihi kaynaklar gibi çeşitli somut unsurlar bireylerde o destinasyona gitme isteğini uyandırmaktadır. Bu durum çekici faktörleri tanımlamaktadır (Uysal ve Hagan 1993). Yoon ve Uysal (2005)'a göre itme faktörlerini; bireylerin yaşadıkları yerden uzaklaşma, rahatlama, heyecan, eğlence, kaçış, aile birlikteliği, güvenlik, başarı, eğitim ve farklı şeyler görmekten meydana gelmektedir. Diğer bir faktör olan çekme faktörleri ise, bölgenin sahip olduğu aktiviteler, iklim şartlarının iyi olması, doğa güzellikleri, özgün mutfak kültürü ve eğlence hayatı, bölgenin temizliği ve alışveriş merkezleri, farklı kültürleri tanıma isteği ve su aktivitelerinden meydana gelmektedir.

Seyahat motivasyonları farklı kategorilere ayrılabilir. Bunlar: (Çetin, 2015).

- *Fiziksel motivasyonlar*: Fiziksel açıdan dinlenme, spor yapma ve plaj aktivitelerinden faydalanma, rahatlatıcı egzersizler ve sağlık koşullarına uygun aktivitelerin varlığı gibi.
- *Kültürel motivasyonlar*: Bireylerin yaşadıkları ülke dışında başka ülkeleri tanıma arzusu.

- *Bireylerarası motivasyonlar*: Yeni ve farklı insanlarla tanışma arzusu, yeni arkadaşlar edinme, aileden, günlük yaşamdan veya çevreden uzaklaşma, dost ve akraba ziyareti gibi.
- *Statü/Saygınlık motivasyonları*: Başkaları tarafından takdir edilme, onaylanma, itibar kazanma ve dikkat çekme isteğidir.

Bu alanda gerçekleştirilen çalışmalara göre seyahat motivasyonları turistlerin turizm destinasyonu seçim aşamasında gösterdiği davranışların belirlenmesinde etkili olmaktadır. Bu sebeple motivasyonların bireyleri seyahate yönelten önemli bir etken olduğu düşünülmektedir (Uysal ve Hagan,1993, 805).

Talebi etkileyen bir diğer faktör *kültürel uzaklıktır*. Kültür, Hofstede (2005)'e göre, "bir topluluğun üyelerini başka topluluklardan ayırmayı sağlayan aklın kollektif programlanmasıdır." Kültürel uzaklık (kültürel mesafe) ise, bireylerin tarafından bireylerin yaşadıkları bölge ile gitmeyi arzuladıkları bölge arasındaki kültürel farklılık derecesidir (Kogut ve Singh, 1988). Kısacası turist gönderen destinasyon ile turist kabul eden destinasyon arasındaki kültürel farklılıklar kültürel uzaklığı ifade etmektedir. Bazı araştırmalarda, özellikle İskandinav araştırmacılarca kültürel uzaklık kavramına eş anlamlı olarak 'psikolojik mesafe' (psychic distance) kavramı da kullanıldığı görülmektedir. Yapılan bazı araştırmalara göre, bu kavramın endüstriyel gelişme, siyasi sistem farkları ve eğitim seviyesi gibi kültür dışı farkları içerdiğini belirtilmektedir (Ojala ve Tyrvaenen, 2008, 188). Bireyler seyahatleri için kendi kültürlerine yakın yerleri tercih etmektedirler. Ancak son zamanlarda ortaya çıkan turist tipolojileri daha çok farklı kültürlere mensup toplumları tercih etme eğiliminde olmaktadır. Bu sebeple değişik kültürleri tanıma isteği oldukça önemli bir motivasyon kaynağı olmaktadır (Kozak, 2010: 85). Turistlerin yaşadıkları destinasyonun sahip olduğu kültürden farklı kültürlere sahip destinasyonlara yönelik merakları onların seyahatlerini kendi kültürlerinden farklı kültürlere sahip olan uzak ülkelerde geçirmek istemelerine sebep olabilmektedir (Çavuşgil, 2010, 44). Bu nedenle kültürel uzaklığın turizm talebi üzerinde olumlu ve olumsuz olarak iki türlü etkisi de olduğu söylenebilmektedir.

Bireylerin hayatlarını yönlendiren önemli unsurlardan olan *moda, zevk ve alışkanlıklar*, diğer sektörlerdeki gibi turizm sektöründeki mal ve hizmetlere yönelik



talebi de etkilemektedir. Moda, zevk ve alışkanlıklar talep üzerindeki ekonomik nitelikteki fiyat ve gelir gibi unsurların etkisini azaltmaktadır. Buna en güzel örnek, artan fiyatlara rağmen turizm talebinde artış olmasıdır. Yaşanan fiyat artışına rağmen talebin arması psikolojik faktörlerin etkisiyle açıklanmaktadır. Aynı şekilde alışkanlıklarda seyahat kararı üzerinde pozitif etkiye sahiptir. Her yıl belirli destinasyona tatile gitmeyi alışkanlık haline getiren bireyler için değişen fiyatlar talep üzerinde bir değişiklik oluşturmamaktadır (Usta, 2009, 99). Bireyler değişen yeni fiyat ve gelire rağmen yine alışkın oldukları turizm faaliyetlerini sürdürmektedir (Çuhadar, 2015, 59). Moda, zevk ve alışkanlıklar, genellikle golf turizmi, lüks kruvaziyer turları, birinci sınıf restoranlar gibi eğilimleri içermektedir (İçöz, 2005, 149). 1800'lü yıllarda sürekli olarak artan nüfusun içerisinde farklılaşma güdüsü, yeni olan şeyleri arzulamakla birlikte moda olgusunu yaratmış ve bireylerin tercihlerinde oldukça etkili bir unsur haline gelmiştir (Yanıklar, 2006, 36).

#### **2.1.1.4. Toplumsal ve Politik Faktörler**

Bireyler seyahat etmeye karar verdikleri takdirde nereye gideceklerine dair seçim yapmaları konusunda hem kendi ülkelerinin hem de gidecekleri ülkelerin politik durumu etkili olmaktadır. Dolayısıyla öncelikle seyahat etme isteği bulunan bireylerin kendi ülkelerindeki mevcut politikalar seyahat etmelerine engel teşkil etmemelidir. Aynı şekilde seyahate gidilmesi planlanan ülke ile kendi ülkesi arasında politik, bürokratik ve gümrük engelleri, döviz kısıtları vb. engellemeler olmamalıdır. Bu tür kısıtlamalar turizme yönelik talebi olumsuz etkilemektedir (Cengiz, 2012, 27).

Ülkeler açısından önemli bir gelir kaynağı olan ulusları turizm hareketliliğinin artması ancak ülke hükümetleri arasında iyi siyasi ilişkiler kurulmasıyla gerçekleşebilmektedir. Hava taşımacılığı ve havayolu rotaları üzerine ülkeler arasında yapılan anlaşmalar, bunlardan alınacak gümrük vergileri ve ülkelere yönelik gerçekleştirilen vize uygulamaları gibi politik faktörler uluslararası turizm hareketlerini etkileyen önemli faktörlerdir. Diğer taraftan uluslararası turizm yatırımları da turizm

hareketliliğinin gelişmesinde önemli bir unsurdur. Bu sebeple hükümetler tarafından belirlenen yabancı yatırımlara uygulanacak teşvikler veya yasal zorunluluklar uluslararası yatırımlara kolaylık sağlamalıdır. Bu sebeple uluslararası turizm yatırımları ülkeye gelerek uluslararası turizm arz ve talebinin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadırlar (Matthews, 1978, 10).

Turizm talebi uluslararası savaş, terör, politik sorunlar, salgın hastalıklar gibi olaylardan çok kolay etkilenmektedir. Bu sebeple faktörler (Usta, 1992, 206) seyahat kararını etkileyen toplumsal ve politik faktörleri göre 3 temel başlıkta incelemektedir.

**i. Seyahat kararı alan bireyin kendi ülkesindeki mevcut politik rejim**

Ülkede yaşayan bireylere yönelik döviz kısıtlamaları

Seyahat belgelerine ilişkin gerçekleştirilen bürokratik engeller

Ülke vatandaşlarının yurtdışına çıkışları için uygulanan kısıtlamalar

Seyahatini tamamladıktan sonra yurda dönen ülke vatandaşların uygulanan gümrük sınırlamaları

**ii. Ülkeye turist kabul eden bölgenin turizme karşı tutumu**

Turistlere yönelik gerçekleştirilen döviz kısıtlamaları

Verilen vize sürelerinde uygulanan kısıtlamalar

Sürücü belgesi ve sigorta gibi belgelerin kabulüne yönelik zorluklar

Yabancılara karşı uygulanan vergiler

**iii. Ülkelerin uyguladıkları genel politik uygulamalar**

Turist gönderen ve turist kabul eden iki ülke arasında yaşanan politik ilişkiler kadar, genel olarak belirli ülkelere uygulanan sınırlamalar, hükümetlerin benimsedikleri siyasi rejimler ve izledikleri politikalar gibi sebepler turizm hareketleri üzerinde oldukça etkili olmaktadır.

### 2.1.1.5 Turizm Talebini Etkileyen Diğer Faktörler

Turizm hareketliğini belirleyici turistlerin seyahat kararlarına etki ekonomik, sosyal, psikolojik, toplumsal ve politik faktörlere ek olarak; reklam ve tanıtım, çalışma zamanları dışında kalan boş zaman, bireylerin sahip olduğu turizm bilinci ve dost ve akraba ziyaretleri gibi faktörler de yer almaktadır.

*Reklam ve tanıtım*, turizm hareketlerine katılmak isteyen potansiyel turistleri hedef alarak, pazarlama iletişim bileşenleri yardımıyla bu turistler üzerinde doğrudan etki yaratabilmektedir. Reklam, bireyleri satın almaya teşvik ederek alıcı ve satıcı arasında ilişki kurmaya yönelik gerçekleştirilen iletişim tekniğidir (Hacıoğlu, 2014, 81). Bu anlamda alıcı ve satıcı arasında iletişim kurmanın en etkili yolu reklamdır. Reklamlar mevcut mal ve hizmetler hakkında potansiyel turistlere bilgi vermektedir. Kitle iletişim aracı olarak kabul gören reklamlar tüketicilerin günlük hayatlarının bir parçası olmakla birlikte işletmeler ve destinasyonlar içinde önemli rol oynamaktadır (Kannan, 2013, 2). Reklam ve tanıtım faaliyetleri mevcut turizm talebini artırmak ve potansiyel talebi harekete geçirmek için bir yöntem olmaktadır (Usta, 2009, 96-97; Kılıç ve Demir, 2017, 80). Turistlerin istek ve ihtiyaçlarına uygun tatil seçeneklerine yönelik kolayca ulaşılan bilgi sistemi sayesinde bireylerin istedikleri seçeneklere kolayca yönelebilmeye, tatil seçeneklerini daha sık değiştirme ve son dakika satışlarında artışlar görülebilmektedir. Ayrıca reklamlar, bilgi teknolojilerinin bir türü olan sanal gerçeklik uygulamalarıyla bireylere oldukları yerden istedikleri tatil merkezinde gezerek oralarda neler yapabileceklerini, yeme-içme ve alışveriş seçeneklerini gösterebilmektedir. Görsel, işitsel ve dokunmatik teknolojisi ile üç boyutlu olan bu programlarda tek eksik koku ve duyma duyularının yaratılmamasıdır (Williams ve Hobson, 1995). İnternet teknolojisinin günlük hayatın içinde oldukça önemli bir yer kaplaması bu sanal gerçeklik programlarını da önemli hale getirmektedir. Dolayısıyla turist kabul eden bölgeler reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bu teknolojilerden yararlanmak zorundadırlar (Siyahhan, 1998). Bu anlamda reklam ve tanıtım faaliyetleri seyahate yönelik talep oluşmasında ve karar verilmesinde önemli bir etki sağlamaktadır.

Turizm aslında bir *boş zaman* etkinliğidir. Bireyler hayatlarını devam ettirebilmek için çalışmaktadırlar. İş hayatı içerisinde yer alan bu bireyler iş dışında kalan zamanların da çeşitli aktivitelerle değerlendirmektedirler. Bu aktivitelerinden birisi de tatile çıkmaktır. Eski zamanlardan bugüne teknolojinin gelişmesi ile çalışma süresinin kısılması ve çalışanlara tanınan ücretli izin hakları sayesinde bireylerin iş dışında geçirebilecekleri zaman artmış ve turizmin günümüzde kitlesel bir etkinlik halini almıştır (Doğan, 2004, 33). Ayrıca kişilerin tatil için ayırabilecekleri zamanın artması onların seyahatlerini daha uzak turizm merkezlerine yönelmelerine ve daha uzun süre konaklama yapabilmelerine imkân sağlamaktadır. Bu tür gelişmelerde turizm hareketlerine yönelik talebin artmasında etkili olmaktadır (Page ve Connell, 2006). Gelişmiş ülkelerde daha fazla turizm hareketliliği olmasının önemli nedenlerinde biri vatandaşlarının ücretli izin haklarının bulunmasıdır. Turizme yönelik talebi arttıran mevcut boş zamanın kısıtları çoğunlukla vatandaşların çalışma saatleri, yıllık izin düzenlemeleri ve ülkedeki resmi tatiller ile okulların tatil dönemleridir (Çuhadar, 2015, 56).

Bütün bu faktörlerin etkisini yanı sıra en önemli faktör *Turizm bilincinin* oluşmasıdır. Bireylerde turizm bilincinin oluşması turizm talebinde de artış sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelerde turizm olgu insanların yeme-içme gibi önemli ihtiyaçlarından biri haline gelmiştir (Kozak, 2010, 46). Fakat bireylerde turizm bilincinin oluşabilmesi için öncelikle potansiyel turistler ve turist kabul eden destinasyonda yaşayan halkın turizmin önemini farkında olmaları gerekmektedir. Türkiye için bakıldığında turizm bilinci 1982 yılında 2634 sayılı Turizmi Teşvik Yasasının çıkartılmasından sonra turizm işletmelerinin sayıca artması ve turist kavramı ile tanışılmasıyla oluşmaya başladığı görülmektedir. Beşinci ve Altıncı Kalkınma Planlarında il defa kitle turizmi üzerinde durulmuştur. Hem Türkiye'ye yönelik turizm talebinin hem de iç turizm talebinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılması vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra örgün ve yaygın turizm eğitime daha fazla odaklanılarak ele alınmaya başlanmıştır (Kozak, 2010, 87-88).

*Dost ve akraba ziyaretleri* de, turistlerin seyahat kararları üzerinde önemli faktörlerden biridir. İnsanların seyahat etme sebepleri arasında dost ve arkadaşlarıyla

zaman geçirme, sevdiklerini ziyaret etme gibi duygu ve arzu içerisinde de bulunmaktadır (Usta, 2002, 20). Özellikle etnik turizm bu kapsamda değerlendirilebilir. Etnik turizm, başka ülkenin vatandaşı olmasına rağmen akrabalık bağlarına göre diğer ülkeye akrabalarını ve dostlarını ziyaret amacıyla gerçekleştirilen turizm türüdür. Etnik turizme katılan bireyler psikolojik açıdan turizm hareketlerine katılmaya hazır olduklarından bu turistlere yönelik çok fazla pazarlama ve reklam maliyeti gerektirmez (Kozak ve Bahçe, 2009).

### **2.1.2 Turizm Talebini Sınırlayan Faktörler**

Turizmi etkileyen birçok faktörün yanı sıra sınırlayan faktörlerde bulunmaktadır. Bu faktörler bürokratik engeller, Turizmin vergilendirilmesi, terör, savaş ve salgın hastalıklar olarak değerlendirilmektedir.

Bütün lkeler farklı sebeplerle ülkeye kurallar koymaktadırlar. Bu kurallar *bürokratik engeller* olarak karşımıza çıkmaktadır. Bürokratik engeller ışığında yapılan düzenlemeler ve kontroller ülkeye yönelik turizm talebini sınırlayabilmektedir. Dolayısıyla turizm talebini olumsuz etkilemektedir (Bahar ve Kozak, 2008). Kimi lkeler ülke vatandaşlarının seyahate çıkabilme özgürlüğüne engel koyabilmektedir. Kimi lkeler ise bazı ülke vatandaşlarının o ülkeye olan turizm hareketini engellemek için pasaport ve vize sistemlerine kısıtlamalar getirebilmektedir. Daha da ötesi bazı ülkeler herhangi bir ülke içerisinde bile çeşitli seyahat sınırlamaları getirebilmektedir (Bull, 1998). Fakat AB gibi uluslararası bütünleşmeler turizm hareketlerine çeşitli kolaylıklar sağlayarak bu hareketlerin artmasına katkı sağlamaktadırlar (Dinçer, 1993).

Turizm talebini sınırlayan bir diğer faktör ise *Turizmin vergilendirilmesidir*. Turizmin vergilendirilmesi turistlere ve turizm işletmelerine yönelik gerçekleşmektedir. Bu vergilendirmeler ülke bazında nicelik ve nitelik olarak farklılık göstermektedir. Ayrıca turizm talebini etkilemenin yanı sıra ülkenin sektörel gücünü, rekabet ve yatırım kararını da etkilemektedir. Genellikle tatile çıkmak isteyen bireyler ilk olarak uçak biletini satın alırken, konaklayacağı otelin ücretini derken ve sonrasında ülkeye giriş

çıkış esnasında vergiye maruz kalmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre turizm endüstrisine yönelik uygulanan 40 farklı vergi bulunmaktadır. Bu vergilerin 28'i doğrudan turist tarafından ödenmektedir (WTO, 2002). Alınan bu vergilerin yüksek ya da az miktarda olmasına göre gerçekleştirilen seyahatler şirketlerin giderleri içinde bir bölüm oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu giderlerin vergi dışı bırakılması turistik ürünün fiyatını değiştirmektedir. Turistik ürünlerin fiyatlarında meydana gelen değişim ise turizm talebine etki etmektedir. Bazı ülkelerin hükümetleri vergi indirimlerinde çok seçici davranmaktadır. Buna örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri (ABD) verilebilir. ABD seyahat harcamalarını kişi ve gün başı olarak kısıtlamaktadır. Ayrıca uluslararası seyahatlere oranla ülke içinde gerçekleştirilen seyahatlerde daha fazla vergi indirimi uygulanmaktadır (Bull, 1998).

Ülkelerin ekonomisini ve sahip oldukları imajı doğrudan etkileyen unsurlardan biri de *Terör ve savaş* eylemleridir (Sönmez ve Graefe, 1998). Seyahat öncesi veya esnasında bireyler tarafından algılanan ya da var olan seyahat riskleri, bireylerin güvenlik algısına etki ederek turistlerin vereceği tatil kararını da etkilemektedir (Fletcher ve Morakabati, 2008, 537). Bir ülkenin sahip olduğu herhangi bir turistik destinasyona yapılan terör eylemleri ülke imajını ve ekonomisini olumsuz etkileyecektir. Çünkü bir bölgede meydana gelen olumsuz durumlar, çok kısa süre içerisinde geniş kitlelere ulaşmaktadır (Tarlow, 2002, 49; Brunt, Mawby ve Hambly, 2000, 418; Unur, 2000a, 171). Bu nedenle de teröristlerin hedefi haline gelmiştir (Taner, 2000, 94).

Terörizm riski nedeniyle turistler seyahat davranışlarında değişiklik yapabilirler (Hartz, 1989). Turistler, kişisel güvenlik konusunda gidilecek destinasyona oranla daha riskli bir bölgede ikamet ediyor olsalar dahi (Hall vd., 2004, 3) tatilleri sırasında keyiflerini kaçırarak herhangi bir olaydan uzak, seyahatleri ve konaklamaları güvenli olduğu durumlarda seyahate çıkmayı isterler (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, 73) ve şiddet olaylarıyla karşılaşacaklarını düşündükleri ülkede sıkıntı verici olayların bir parçası haline gelmekten korkarlar (Neumayer, 2004, 260). Dolayısıyla da turistler alternatif olan başka destinasyonlara yönelmekten, seyahatin iptaline kadar farklı şekilde tepkiler gösterebilirler (Yılmaz ve Yılmaz, 2005, 11). Bunun sonucunda uçaklar için seyahat paketi satın alımını azaltarak turist sayısının azalmasını ve rezervasyon uçak

biletlerindeki düşüş gerçekleşebilir (Neagu, 2017, 1083). Terör saldırılarının ve eylemler sonucunda bireylerde oluşan olumsuz güvenlik algısı, bölge turizminin gelişmesini engelleyecek, bir takım sorunlar oluşturacaktır (Özaltaş Serçek ve Sadık, 2016, 435).

Turizm talebini sınırlayan diğer bir faktör *Salgın hastalıklardır*. Tıpta meydana gelen büyük ilerlemeler hastalıkların dünya genelinde ilerleyerek yaygınlaşmasını önlemektedir. Buna rağmen çeşitli bölgelerde meydana gelen hastalıklar salgın hastalıklar mevcuttur. Var olan bu hastalıkların turizm üzerinde olumsuz etkisi bulunmaktadır. Bu hastalıkların turizm hareketleri üzerindeki etkisine örnek olarak, 2001'de Birleşik Krallık'ta meydana gelen ağız ve burun hastalığı (Şap) özellikle kırsal turizmi bölgelerini etkilemiştir. Bir diğer örnek ise, tüm dünyanın bildiği 2003 yılında Asya bölgesinde ortaya çıkan SARS virüsüdür. Bu salgın hastalığın ortaya çıkması tüm Asya bölgesindeki ülkelerin turizm sektörünü derinden etkilemiştir (Köşker, 2017, 219). Benzeri bir salgın hastalık ise 2015 yılında gündemde sıkça yer alan ve ülkemize de yayılan kuş gribi hastalığıdır. Domuz gribi, kırım kongo gibi salgın hastalıklarda başka ülkelerde ortaya çıkıp, ülkemize kadar ulaşan ve insanların hayatlarını etkileyecek kadar önemli hale gelmiştir (Turgut, 2017, 38). Dolayısıyla bu tür salgın hastalıklarının ortaya çıkması ve insanların hayati durumlarını etkileyecek kadar önemli olması turizm talebin azalmasına sebep olmaktadır.

### **2.1.3 AB**

AB ortak pazardan parasal birliğe doğru kurulduğu günden yana devamlı gelişme gösteren bir değer sistemidir. 1957 yılında Roma Antlaşmasıyla Belçika, Hollanda, Lüksemburg, Fransa, Batı Almanya ve İtalya tarafından kurulmuştur (Çayhan, 2002: 44). Bu altı ülke ile kurulan birlik bugün ekonomik ve siyasi bir birleşme hareketi olarak yirmi sekiz Avrupa ülkesinden oluşmaktadır. Birliğin değerler sisteminin temelinde insan hakları, demokrasi, hukukun üstünlüğü, serbest piyasa ekonomisi bulunmaktadır (Avcıkurt ve İlban, 2016, 2).

AB'nin meydana gelmesi uzun bir süreci kapsamaktadır. Avrupa'da yaşanan ikinci dünya savaşının ardından savaşın getirmiş olduğu felaketlerin tekrarlanma olasılığına karşın Avrupa ülkelerinin birleşmesi fikri ortaya çıkmıştır. İlk olarak 1951 yılında Hollanda, Almanya, İtalya, Belçika, Fransa ve Lüksemburg' dan oluşan altı ülke önderliğinde Paris Antlaşmasına dayanan, Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulmuştur. Bu topluluk, 23 Temmuz 1952 yılında faaliyete başlamıştır. Daha sonra 1957 tarihinde Roma Antlaşmasıyla birlikte Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (EURATOM) oluşturularak, kömür ve çeliğin yanı sıra, diğer sektörlerle de birlik sağlanması amaçlanmıştır. EURATOM ile AB'nin amaçlarından biri olan ilk "ortak pazar" oluşturulmuştur. 1 Ocak 1958' de yürürlüğe giren bu antlaşmalar "kurucu antlaşmalar" olarak kabul edilmektedir (Roy, 2006, 1-2). Kurulan Avrupa toplulukları, güvenlik, ortak dış işleri, adalet ve iç işleri gibi konular AB'nin yapısında yer alan iş birlik alanlarıdır (Çelikleş vd, 2002, 6-7).

AB'nin yapısında Avrupa Toplulukları (AT, EUATOM ve AKÇT), Ortak dış işleri ve güvenlik politikası, Adalet ve içişleri alanında işbirliği yer almaktadır (Çelikleş vd, 2002, 6-7). Bunun dışında AB bünyesinde Avrupa Parlamentosu, Avrupa Komisyonu, AB Konseyi, AB Zirvesi, Avrupa Adalet Divanı, AB Sayıştay ve Avrupa Merkez Bankası kurumları bulunmaktadır.

*Avrupa Parlamentosu*, AB kurumları içinde doğrudan halk tarafından seçilen organdır. AB üyesi ülkelerin vatandaşları olan Avrupa vatandaşları beş yılda bir yapılan Avrupa Parlamentosu seçimlerinde oy kullanabilirler. Son Parlamento seçimi 2009 yılında yapıldı. Parlamento, bugün için Avrupa Birliği'ne üye 27 devletin toplamda 736 temsilcisinden oluşuyor. Bu rakam, 2014 seçimleri sonrası 750 üye ve bir Başkanı içerecek şekilde 751 olarak belirlendi. Hangi üye devletin kaç parlamenter ile temsil edileceği üye devletlerin nüfuslarına göre tespit edilir. Avrupa Parlamentosu, üye devlet vatandaşlarının demokratik menfaatlerini ve siyasi görüşlerini temsil eden bir organdır. Bundan dolayı, Avrupa Parlamentosu'nda üyeler ülkelere göre değil, siyasi görüşlerine göre grup oluştururlar. Parlamenterler ülkelerini değil, kendilerine oy veren Avrupa vatandaşlarının siyasi görüşlerini temsil ederler. Avrupa Parlamentosu'nda, bugün için 7 siyasi parti grubu ve bağımsız üyeler yer almaktadır. Parlamento Genel Kurulu kural



olarak Strazburg'da toplanır. Parlamento'nun siyasi grupları ve komiteleri Brüksel'de toplanır, sekreteryası ise Lüksemburg'dadır. Parlamento'ya görüşülmek üzere gelen konular öncelikle farklı görev alanlarına sahip 24 adet komiteden konuyla ilgili olanında tartışılır ve ulaşılan sonuç, bir raporla Genel Kurul'a sunulur. Genel Kurul'daki görüşmeler de bu çerçevede yapılır (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı).

*Avrupa Komisyonu*, 28 komisyon üyesinden oluşan Avrupa Birliği politikalarının tasarlayıcısı ve koordinatörü, başka bir deyişle Avrupa Birliği'nin yürütme organıdır. Komisyon, topluluk antlaşmalarının koruyucusudur ve Avrupa Adalet Divanı ile birlikte Avrupa birlik hukukunun doğru uygulanmasını sağlar. Uluslararası platformlarda ve uluslararası antlaşmaların müzakerelerinde özellikle de ticaret ve işbirliği alanında Avrupa Birliği'ni temsil eder. Komisyon üyelerinin her biri farklı bir politika alanından sorumlu bir genel müdürlüğe başkanlık eder. Bu üyeler kendi ulusal hükümetlerinin isteklerinden bağımsız hareket etmek zorundadırlar. Mevzuat önerileri hazırlar, Parlamento ve Konsey'e sunar, ancak kendisi düzenleme veya yasa yapamaz. Yasalar, Avrupa Parlamentosu ya da Avrupa Konseyi tarafından oy çokluğu esasına göre yapılır. Avrupa Birliği Konseyi ile Avrupa Konseyi aynı değildir. Avrupa Birliği Konseyi, üye ülkeleri temsil eder; AB'nin yasama, zaman zaman da yürütme koludur. Avrupa Konseyi Başkanlığını 1 Aralık 2014 tarihinden beri Donald Tusk, Komisyon Başkanlığı görevini ise Jean-Claude Juncker yürütmektedir (Euronews, 2016).

*AB Konseyi*, Avrupa Birliği'nin ana karar alma mekanizmasıdır. Avrupa Parlamentosu gibi Konsey de kurucu antlaşmalar ile 1950'lerde kurulmuştur. Konsey, üye devletleri temsil eder ve toplantılarına her Avrupa Birliği üyesi ulusal hükümetten bir bakan katılır. Hangi bakanın hangi toplantıda hazır bulunacağı gündemdeki konulara bağlıdır. Örneğin Konsey çevre konularını tartışıyorsa toplantı her bir AB ülkesinin çevre bakanlarının katılımı ile yapılır ve 'Çevre Konseyi' olarak adlandırılır. AB'nin dünyanın geri kalanı ile ilişkileri 'Genel İşler ve Dış İlişkiler Konseyi' tarafından yürütülür. Ancak bu Konsey yapılanması genel politika konularında da geniş sorumluluklara sahiptir. Bu yüzden toplantılarına her bir hükümetin seçtiği bir bakan sekreterleri katılır (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu).

*Avrupa Birliği Zirvesi*, Avrupa Birliği'nin genel siyasi yönünü ve önceliklerini belirleyen organdır. Lizbon Anlaşması öncesinde AB'nin kurumsal yapısında ayrıca yer almayan Zirve, Lizbon Anlaşması ile resmi bir kurum haline gelmiştir. AB Zirvesi, Avrupa Birliği'nin en üst düzey siyasi karar alma organdır. AB'nin geleceği ve gelişmesi ile ilgili en önemli kararlar burada alınır. AB Zirvesi; Avrupa Birliği Konseyi tarafından 2.5 yıllığına seçilen başkan, üye devletlerin devlet ve hükümet başkanları ile Avrupa Komisyonu başkanından oluşur. Zirve toplantıları kamuoyuna açık değildir (Diplomasi.net, 2017).

*Avrupa Adalet Divanı* her bir üye devletin gönderdiği birer Yargıç olmak üzere toplam 28 Yargıçtan oluşur. Adalet Divanı aşağıda belirtildiği üzere daireler halinde çalışır. Adalet Divanı içerisinde belli dava ve konular üzerine ihtisaslaşmış daireler yoktur. Bununla birlikte, AB Antlaşmasınının 19(1) maddesinde özel ihtisas mahkemelerinin (Personel Mahkemesi gibi) ABAD çatısı altında kurulmasına cevaz verilmiştir. 'Mahkeme' terimi bazen ABAD çatısı altında yukarıda bahsedilen üç yargı kurumunun tümü için veya her biri için ortak bir ifade olarak kullanılmasının yanı sıra bu yargı kurumları içerisindeki müstakil Üç veya Beş Yargıçlı Daireler ile Büyük Daire ve Genel Kurulu temsilen de kullanılmaktadır (Alyanak, 2014).

*AB Sayıştay'ının* ana rolü AB bütçesinin doğru uygulandığını kontrol etmek, başka bir deyişle, finansal idarenin doğruluğunu sağlamaktır. Böylece Sayıştay'ın çalışmaları, AB sisteminin verimli ve şeffaf işlemesine yardım eder. Görevlerini yerine getirmek için Sayıştay, AB gelir veya giderleri ile ilgili çalışan herhangi bir organizasyonun ya da kişinin çalışmalarını soruşturabilir. Çoğu zaman yerinde kontroller de yapar. Sayıştay'ın bulguları, raporlar haline getirilir ve böylece herhangi bir problem Komisyon'un ve AB üye hükümetlerinin dikkatine sunulmuş olur. Sayıştay'ın ana fonksiyonlarından birisi de, önceki yılın denetleme raporlarını her yıl düzenli olarak Avrupa Parlamentosu'na ve Konseyi'ne sunmaktır. Parlamento, Komisyon'un bütçe uygulamasını onaylamaya Sayıştay'ın raporunu inceledikten sonra karar verir. Sayıştay uygulamayı tatmin edici bulursa Konsey'e ve Parlamento'ya Avrupa vergi mükelleflerinin paralarının gereğince kullanıldığını bildiren bir rapor gönderir. Son olarak Sayıştay, AB finansal mevzuatı ve AB'nin yolsuzlukla mücadele

eylemleri konularındaki teklifler hakkında da görüş sunar (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu).

*Avrupa Merkez Bankası*, tüzel kişiliğe sahip bağımsız bir AB organıdır. Görevi, para birimi olarak Euro'yu kullanan AB üyesi ülkelerden oluşan Avro bölgesinde fiyat istikrarını sağlamaktır. Bu görevini üye devletlerin merkez bankaları ve Avrupa Merkez Bankası'ndan oluşan Avrupa Merkez Bankaları Sistemi içinde yerine getirir. Bu çerçevede AB'nin para politikasının tespiti ve uygulanması, döviz işlemlerinin yürütülmesi, üye devletlerin resmi döviz rezervlerinin tutulması ve yönetilmesi, ödeme sistemlerinin düzgün işleminin sağlanması görevlerini yerine getirir. Avrupa Merkez Bankası Avro bölgesi dahilinde kağıt para basımına izin verme konusunda tek yetkilidir. Merkezi Almanya'nın Frankfurt kentinde olan Banka'nın karar alma organları, Yürütme Kurulu, Yönetim Konseyi ve Genel Kurul'dur (Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Başkanlığı).

#### **2.1.4 AB Genişleme Süreci**

AB'nde Roma Antlaşmasından beri genişleme olgusu hep ön planda olmuştur (Aytuğ, 2008, 150). Genişleme politikası, hem AB'ne hem de katılan ülkelere karşılıklı yarar sağlaması için katılım sürecinin iyi yönetilmesini sağlamaktadır (Avrupa Komisyonu Genişleme Genel Müdürlüğü, 2007, 9). AB, komşu ülkelerini de bünyesine katıp genişleyerek, ortak sorunlara karşı müttefik haline gelmektedir (Rehn, 2006). Bu aşamada yeni üye devletlerin, üye olan ülkelerin oluşturduğu yapıyı benimseyerek, bu yapıya uygun hale gelmesi öngörülmektedir (Dinç, 2011).

AB kurulduğu ilk aşamadan günümüze kadar tarım ve göç gibi birçok alanda ortak politikalar uygulayarak, toplamda 28 üye ülkeye ulaşmıştır. AB, üye ülkelere istikrar, demokrasi, özgürlük, hukuk üstünlüğü ve insan hakları gibi büyük yararlar sağlamıştır. Ancak AB, sadece daha iyi yaşam koşullarının yanı sıra ülkeler için bir değer topluluğudur. AB, çeşitliliğe saygı duyarak ve hakları koruyarak genişleme göstermiştir (Avrupa Komisyonu Genişleme Genel Müdürlüğü, 2007, 4). AB'nin her

genişleme aşamasında, üye olmak isteyen ülkelerin ekonomik ve siyasi durumları önemli bir değerlendirme olmuştur (Dinç, 2012, 79).

AB'nin geçirdiği birçok süreç içerisinde en önemli dış politika aracı olarak karşımıza çıkan “genişleme” politikasıdır. Birliğe, güvenliği sağlama ve çatışmayı önleme gibi önemli stratejik çıkarları korumada politik güç sağlamaktadır (Aytuğ, 2008). AB, bünyesine ekonomik, jeopolitik ve siyasi açıdan önemli yeni ülkeler katarak, daha güçlü bir hale gelerek, uluslararası etkinliğini arttırmaktadır (ab.gov.tr, 02.04.2018). Ayrıca genişleme tüm bu yararların yanı sıra, enerji ve ulaşım ağlarının güvenliğinin sağlanmasında oldukça önemli bir süreçtir (Commission of the European Communities, 2007).

AB'nin bütünleşmesine paralel olarak, genişleme politikası bir takım değişikliklere uğrayarak geliştirilmiştir. AB'ne üye olmak isteyen ülkeler, 1993 Kopenhag Zirvesi'nde alınan kararlar uygulanmaktadır. Ayrıca ülkelerin üyelik koşullarını sağlamak için, katılım ortaklığı belgesi ve ilerleme raporu gibi belgelerde aydınlatıcı bilgiler yer almaktadır. AB'nin zaman içerisinde oluşturduğu güven ve başarı diğer Avrupa ülkelerinin dikkatini çekmiştir. Bu yüzden, İngiltere, Norveç, Danimarka gibi ülkelerde birlikte yer almak için Avrupa Ekonomik Topluluğu'na (AET) üyelik başvurusunda bulunmuşlardır (Ulusoy, 2013, 16). Başta 6 ülkeden oluşan birlik, yeni ülkelerin birliği katılımıyla genişleyerek 28 üyeli uluslararası bir yapıya dönüşmüştür. İlk genişleme süreci on yıldan fazla sürerken, süre giderek azalarak iki ile dört yıla kadar düşürülmüştür (Laursen, 2005). AB'nin genişleme süreci oldukça başarılı görülmektedir (Kok, 2003). Genişleme sürecindeki önemli tarihleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

*Birinci genişleme döneminde;* 1973 tarihinde Birleşik Krallık, Danimarka ve İrlanda üye ülke olmuştur. Altı olan ülke sayısı, dokuza yükselerek ilk genişleme gerçekleşmiştir (ikv.org.tr, 02.04.2018).

*İkinci genişleme dönemi;* 1967-74 yılları arasında askeri yönetimle yönetilen Yunanistan, Kıbrıs barış harekâtı sonucunda, yönetimi yıkılmış ve 1975 yılında AB üyelik başvurusunda bulunmuştur. AB komisyonu, ekonomik açıdan üyeliği uygun görmeyip, başvuruyu reddetmiştir. Daha sonra Fransa ve Almanya ülkelerinin Yunanistan'ı

desteklemesiyle birlikte müzakereler tekrar başlatılmıştır (Eren, 2014, 362). Yunanistan 1 Ocak 1981’de birliği üye olmuş ve bu sayı ona yükselmiştir (ab.gov.tr, 02.04.2018 ).

*Üçüncü genişleme dönemi;* Bu dönem İber Yarımadası genişlemesi olarak da bilinmektedir. Bu süreçte genişlemeye İspanya ve Portekiz ülkeleri dâhil olmuştur. İspanya ve Portekiz 1970 yılında AB’ne başvuruda bulunmasına rağmen, her iki ülkenin ekonomik ve siyasi açıdan yeterince gelişmiş olarak görülmemesinden dolayı başvuru süreci 1986 yılına kadar uzamıştır. 1986 yılında bu ülkelerin AB’ne kabul edilmesiyle Akdeniz’in jeopolitik önemi, genişleme politikasına önemli derecede katkı sağlamıştır (ab.gov.tr, 02.04.2018).

*Dördüncü genişleme dönemi,* AB’nin en kolay gerçekleştirdiği dönemdir (Yiğit, İnaç ve Güner, 2007). 1995 yılında İsveç, Finlandiya ve Avusturya ülkeleri AB’ne dâhil olmuştur. Sovyetler Birliği’nin 1990’lı yılında dağılmasıyla Avrupa Seyahat Ticaret Birliği (EFTA) ülkelerinin birçoğu, birliğe katılmanın uygun olacağını düşünmektedir. Bu ülkelerden Avusturya 1989, İsveç 1991, Finlandiya ise 1992 yılında AB’ne başvuruda bulunmuştur (Eren, 2014). Ülkelerin, AB’ne üye olan ülkelere göre ortalama refah seviyelerinin daha yüksek olması üye olma sürecini hızlandırmıştır. 1995 yılında eski Sovyet Birliği ülkelerinin de AB’ye katılımıyla toplam üye sayısı on beşe yükselmiştir (Eren, 2014).

AB’nin 2004 yılında şimdiye kadar en kapsamlı genişleme aşaması ise beşinci genişlemedir. Bu aşama Orta ve Doğu Avrupa bölgesindeki ülkeleri kapsamaktadır. AB, bu ülkelerin planlı ekonomi ve sosyalist yönetimine karşı, serbest piyasa ekonomisi ve çoğulcu demokrasi yönetimine geçmesi aşamasında yardımcı olmuştur. Beşinci genişlemede, Polonya, Litvanya, Slovenya, Kıbrıs, Malta, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya, Estonya, Slovakya gibi ülkeler üye ülke statüsü kazanmıştır (Barnes ve Barnes, 1995). Bu ülkelerin katılımıyla birlikte toplam üye sayısı on beş olmuştur.

*Altıncı genişlemede,* Ocak 2007’de Bulgaristan ve Romanya’nın AB’ye katılımıyla üye sayısı 27 olmuştur. Hırvatistan’ında 2013 yılında birliğe katılımıyla üye sayısı 28’e çıkarak, AB’nin yedinci genişlemesini gerçekleştirmiştir (Eren, 2014).

### 2.1.5 AB ve Turizm

AB, birçok ülkenin bir araya gelmesinden kaynaklı farklı kültürleri bünyesinde barındırmaktadır. Bu farklı kültürlerin birlikteliği, dünya turizmin gelişiminde önemli rol oynamakta ve dünya turizm hareketlerinin yönünü etkilemektedir. Ekonomik topluluğundan, AB'ne geçiş aşamasında turizmin, farklı kültürler için bütünleşmeyi sağlayan ve hızlandıran bir rolde olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla AB'de turizmin bu özelliğinden kaynaklı bir turizm politikası oluşturarak, farklı kültürler arasında yakınlaşma sağlayarak, kültürleri ortak noktada birleştirmek ve toplumsal yakınlaşmayı sağlamayı amaçlamaktadır.

Avrupa ve AB ülkeleri turizmin gelişiminde öncül ülkeler olarak görülmektedir. En fazla turist alan ve turist gönderen ülkeler turizm tarihi boyunca Avrupa ülkeleri olmuştur. AB ülkelerinin zengin kültür ve geleceklere sahip olması AB ülkelerini turizm pazarının öncülü yapmaktadır (Emekli, 2005: 102). Dolayısıyla, dünya turizm gelişimini ve turist hareketlerinin yönünü belirlemede AB ülkeleri etkin bir şekilde rol oynamaktadır. Turizmde önde gelen 40 ülkenin 12'si AB üye ülkesidir. Bu ülkelerin sahip olduğu özelliklerden kaynaklı turizm çeşitlerinde de farklılıklar söz konusudur. Örneğin; Mevsim şartlarının uygun olmasından kaynaklı Fransa, Yunanistan, Portekiz ve İspanya gibi ülkeler deniz-kum-güneş hizmeti sunarken, daha soğuk iklime sahip Avrupa ülkeleri kış ve termal turizmi, Batı Avrupa ülkelerinde ise daha çok kültürel turizm yapılmaktadır (Türsab, 1999).

Turizmin tüm faydalarına rağmen AB üye ülkelerinin ortak bir turizm politikası bulunmamaktadır. Bu durumun sebepleri arasında, üye ülkelerin çevre, ulaşım, serbest dolaşım gibi temel unsurlardan kaynaklı, ülkelerin rekabet düzeylerinin farklı olması gösterilmektedir (Dinçer, 1997, 94). AB'nin ortak bir turizm politikası belirlemesi turizmi desteklemediğini göstermemektedir. Ortak turizm politikası yerine, turizm yönergeleri, konseyler, tavsiye ve düzenlemeler gibi oluşumlarla turizm desteklenmektedir (Ünal 2007, 14). Özellikle AB, turizmin istihdama etkisi üzerinde durarak, yeni üye devletlere turizmi hareketlendirme konusunda teşvikler sağlamaktadır (Ateşoğlu, 2006, 55).

AB, turizmin temel konuları arasında yer alan, çevre tahribatının önlenmesi, bölgenin sosyo-kültürel gelişimi, bölgelerarası farklılıkların en aza indirilmesi, mesleki eğitim, alternatif turizm çeşitlerinin yaratılması, turizmle ilgili doğru verilerin tutulması, bilgi alışverişinin hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, teknolojileri takip etme ve turistlerin korunması gibi konular üzerinde önemle durmaktadır. Belirtilen tüm bu durumlara karşı gereken önlemleri almaktadır (Arslan, 2014).

Bahsedilen tüm bu politikaların yanı sıra, turistlerin serbest dolaşım hakkı üzerinde önemle durulmaktadır. AB vatandaşlarının, mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı gibi özellikler AB'nin ilk kuruluşundan beri hedeflediği tek pazar olma özelliğidir. Serbest dolaşım hakkı sayesinde ülkeler arası fiziki sınırlar kaldırılarak, AB'ne üye ülke vatandaşların diğer AB üye ülkelere yönelik seyahatlerin arttığı görülmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016).

Dünya ekonomisi açısından turizm büyük önem taşımaktadır. Turizmin ekonomi üzerindeki en büyük etkilerinden biri istihdam üzerine olan etkisidir. Diğer yandan, turizm sektörü sık sık düşük ücretler, mevsimlik istihdam sağlama konularında eleştirilere de maruz kalmaktadır (Cardoso ve Ferreira, 2000). Son elli yılda turizm, 200 Milyondan fazla istihdam yaratmış ve Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH)'nin yaklaşık % 9'unu oluşturarak büyük küresel ekonomik sektörlerden biri haline gelmiştir. Uluslararası gelen turist sayısı, yıllar boyunca giderek artış göstermiştir. Son on yılda, bu büyüme gelişmiş ekonomiler için % 1.8, gelişmekte olan ekonomilerde yıllık ortalama % 5.6 oranında gerçekleşmiştir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) tahminlerine göre; 2030 yılına kadar bu değer 1.8 Milyara ulaşacak ve toplam turist sayısı ile beraber, dünya turizminde büyüme eğilimleri devam edecektir (UNWTO, 2013).

Turizm AB'de de önemli bir ekonomik faaliyettir. Büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerin hakim olduğu Avrupa turizm sektörü, özellikle kırsal kesimde gelir ve istihdam yaratmanın ana kaynaklarından biri durumundadır. Küresel konaklama kapasitesinin yaklaşık 1/3'ü AB'de kayıtlı olmakla birlikte; dünyadaki her üç turistten biri de Avrupa vatandaşıdır (Mehter ve Yıldız, 2012).

Turizm; ticaret, dağıtım ve inşaat sektörlerinden sonra, GSYİH ve istihdama katkı açısından AB’de sosyo-ekonomik faaliyet gösteren üçüncü büyük sektördür (Lane, 2012). Turizmin sosyo-ekonomik önemi, AB GSYİH’nın % 5’ini, toplam işgücünün (9.7 milyon istihdam) ise % 5.2’sini oluşturmasından kaynaklanmaktadır (Lelonek Husting, 2013). Turizm, akıllı ve sürdürülebilir AB ekonomisi için AB’nin büyüme stratejisi olan “Europe 2020” ye katkıda bulunma açısından büyük bir potansiyele sahip olmasının yanında; ekonomik ve finansal zorluklara karşın, sürekli büyüme gösteren birkaç ekonomik sektörden biri olarak da ön plana çıkmaktadır (European Commission, 2014). Diğer yandan Turizm, Avrupa bölgelerinin büyük çoğunluğunun kalkınmasında da önemli rol oynamaktadır. Daha fazla iş anlamında, bir alanın büyümesi o bölgedeki yaşam kalitesini yükseltmeye yardımcı olmakta, yerel halk da ziyaretçilerin kendi pazarlarında alışveriş yapmaları, onların otellerinde kalmaları, lokantalarında yemek yemeleri ile ekonomik yarar sağlamış olmaktadır (Ianniello, 2010).

AB kurumları ve birçok AB ülkesi, turizmin ekonomilerinin içindeki önemini kavramış durumdadır (Chindriş-Văsiou ve Tocan, 2014). Giderek daha rekabetçi hale gelen turizm pazarında, turizm işletmeleri için kalitenin önemi artmıştır. Belirli bir turizm hizmet kalitesi arasında rakip ürünleri ayırt etmek ve bilinçli bir seçim yapmak için güvenilir, güncel, doğru ve ilgili bilgilere erişim turistler için önemli hale gelmiştir (European Commission, 2014).

Çok boyutlu karakteristik özellikleri nedeniyle turizm sektörü, Avrupa Birliği’nin genişlemesi ve derinleşmesi sonucu türetilen yeni taleplerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Bölgesel alanlarda uygulanan politikalar ve bütünleşmenin daha ileri derecede uygulanması, üye ülkelerde turizm sektörünün gelişiminde belirleyici faktörler olarak dikkat çekmektedir (Cardoso ve Ferreira, 2000).

AB turizm politikasının temel hedefi, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir büyüme ve istihdam yaratma amacına yönelik, AB ve üçüncü ülke turistleri için yüksek kaliteli, güvenli, yenilikçi, sürdürülebilir ve erişilebilir turizm ürünleri/deneyimi için en iyi değeri sağlamaktır (Lelonek Husting, 2013).



Avrupa Bütünleşmesinin yararlı etkileri, özellikle ortak bir para birimine ve seyahat özgürlüğüne geçiştir. Avrupa Komisyonu tarafından başlatılan turizm gelişimine ilişkin girişimlerin giderek artması dikkat çekmektedir. Turizm, ekonomik, sosyal ve bölgesel uyum elde etme konusunda bölgesel kalkınma için bir araç olarak görülmektedir (Lehmeier, 2010).

Avrupa Turizm Kalite İlkeleri'nin, doğrudan tüketicilere ve teklifte sunulan turizm hizmetlerine uygulanması ve turizm alanında hizmet veren kamu ve özel kuruluşlar tarafından takip edilmesi tavsiye edilmektedir. Bu girişim, başka bir üye devlete veya üçüncü bir ülkeden seyahat edenlere, özellikle kaliteye duyarlı tüketicilerin daha bilinçli seçimler yapmaları için, turizm hizmetlerinin kalitesi hakkında bilgi vermeyi amaçlamaktadır. Bu da, özellikle KOBİ'ler için daha kaliteli yatırımları, AB turizm işletmeleri için teşvikleri iyileştirmektedir. Turizm kuruluşlarına yönelik Avrupa ilkeleri belirleyerek, AB düzeyinde turizm hizmetlerinin kalitesinde tutarlılık geliştirerek buna uymayı amaçlamaktadır. Bu ilkeler, paydaşlar tarafından önerilen ve değerlendirilen kriterlerden oluşmaktadır (European Commission, 2014).

**Çizelge 2.** AB Turist Sayısı ve Turizm Geliri (25 Ülke)

<b>Yıllar</b>	<b>Turist Sayısı (Milyon)</b>	<b>Turizm Geliri (Milyar \$)</b>
1995	248	213
1996	256	223
1997	272	216
1998	285	228
1999	295	238
2000	310	233
2001	305	230
2002	310	244
2003	310	283
2004	318	329
2005	335	336
2006	355	363
2007	364	414
2008	357	439
2009	340	381
2010	349	377

Çizelge 2'nin devamı.

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon)	Turizm Geliri (Milyar \$)
2011	367	426
2012	377	419
2013	394	449
2014	413	475
2015	432	416
2016	450	422

Kaynak: The World Bank, 2017.

## 2.2 İlgili Araştırmalar

Turizm sektörü, ülkenin ekonomik, doğal afet, güvenlik, politik gibi birçok olumsuz durumdan çabuk etkilendiği için talep yapısı oldukça esnektir Herhangi bir bölgede yaşanacak sorunlar ülkenin turizm potansiyelini olumsuz yönde etkileyecektir. Örneğin, 2010 yılında Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinde ortaya çıkmaya başlayan Arap Baharı hareketlenmesi potansiyel birçok turistin bu bölgelerden uzaklaşmasına sebep olmuştur (Yenişehirlioğlu, Erdoğan ve Saruşık, 2013).

Turizm açısından önemli bir destinasyon olan Mısır, kuşkusuz Arap Baharı hareketlenmesinden olumsuz yönde etkilenen ülkelerden biridir. Mısır Turizm Bakanlığı'nın ve Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı istatistiki verilerden yararlanılarak Yenişehirlioğlu, Erdoğan, Polat ve Saruşık (2013), Mısır'ın bu olumsuz durumdan ne kadar etkilendiğini araştırmışlardır. 2011 yılının Ocak-Aralık ayları arasındaki turizm talebi incelenerek araştırma sonucunda talebin yaklaşık %33 oranında azaldığı belirlenmiştir.

Alan yazında yapılan bir diğer araştırma ise, toplumsal olayların turizm sektörünü ne yönde etkilediğidir. Yapılan araştırmada, Kırgızistan'da toplumsal açıdan önemli olan olayların, ülkenin turizm talebine etkisi araştırılmıştır (Şenol ve Turdumambetov, 2014). Araştırma sonucunda, devrim olarak nitelendirilen önemli toplumsal olayların, ülkenin turizm potansiyelini %70 ile %80 arasında olumsuz yönde

etkilediği sonucunda ulaşılmıştır. Bu durum ülke imajı zedeleyerek, ülkeye gelen turist potansiyelinin bu kadar çok düşüşe uğratmıştır. Böylece ülkeye ekonomik anlamda da zarara uğramıştır. Yaşanan olumsuz durumlar turizm potansiyelini bazen uzun bazen kısa süreli etkilemektedir. Kırgızistan, bu olumsuz durumlardan kısa süreli etkilenerek, zengin olan turizm kaynakları ve siyasi istikrarını sağlayarak, yaşadığı turist kaybını kısa sürede geri kazanmıştır. Benzer bir çalışmada, Aydın, Darıcı ve Taşçı'nın 2015 yılında yaptığı araştırmadır. Araştırmada, 1996-2013 yılları arasında Türkiye'nin turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler araştırılmıştır. Çalışmada, Türkiye'nin en çok turist aldığı ilk beş ülkeye yönelik panel veri analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda, turizm talebini etkileyen ekonomik etkenlerin, döviz kuru değişkenliği, kişi başına düşen milli gelir, fiyatlar ve taşıma maliyetler olduğu belirlenmiştir.

Araştırmalara sıkça konu olan konulardan biri de destinasyon imajı ve talep arasındaki ilişkidir. Turistlerin bölge imajına etkilerini değiştiren unsurlar araştırmalarda belirlenmeye çalışılmaktadır. Çeşme bölgesinin imajına yönelik yapılan araştırmada, turistlerin imaja yönelik algılarını etkileyen unsurlar arasında güvenliğin yanı sıra, çevre faktörleri, hizmet kalitesi, fiyat gibi unsurlarda ön plana çıkmaktadır (Akyurt, 2008).

Yapılan bir diğer çalışma ise, turistlerin uluslararası seyahatlerini etkileyen engellerin neler olduğudur. Şahin, Sönmez ve Kahveci (2014), bu konuyla ilgili İzmir Adnan Menderes havalimanında yerli turistler üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda, turistlerin seyahatleri sırasında siyasi olaylar, seyahat ve konaklama maliyetleri, dini ve etnik çatışmalar, dil sorunu gibi birçok engellerle karşılaştıkları sonucunda ulaşımlardır.

Kaya ve Canlı (2013) yapmış oldukları çalışmada ise Türkiye'nin uluslararası turizm talebine yönelik belirleyicilerin neler olduğu araştırılmaktadır. Bu araştırma için panel analiz yöntemi kullanılarak seçilmiş 24 Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) ülkesinden 1990-2010 ve 1990-2008 dönemlerinde Türkiye'ye yönelik turizm talebi incelenmektedir. Ayrıca Türk turizmine ikame olarak görülen Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in etkisini ölçmek için modele bu ülkelerde dahil edilmiştir. Çalışmanın sonucunda OECD ülkelerinde yaşayan bireylerin Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebinin belirlemede gelirin önemli bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu

Ülkelerin gelir seviyeleri arttıkça Türkiye'ye yönelik turizm talebi yükselmektedir. Türkiye'ye yönelik ikame etkisine bakıldığında Portekiz'in ikame etkisinin yüksek ve pozitif çıkmıştır. Yunanistan'ın ise negatif olduğu ve İspanya için ise bulguların anlamlı bulunmadığı görülmektedir

Turizm, geçmişten bugüne kadar gelişmiş ülkelerin ekonomileri için oldukça önemli kaynaklardan biri olarak görülmektedir. Erkan, Kaya ve Harbalıoğlu (2013) turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin tespit etmek amacıyla VAR Analizi ve Granger nedensellik analizi kullanılarak 2005-2012 dönemine ait aylık verileri incelemektedir. Bu çalışmanın sonucunda Türkiye de turizm gelirleri ile turist sayısı arasında iki taraflı nedensellik ilişkisinin olduğu fakat reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Türkiye'nin Turizm pazar payının önemli bir bölümü Avrupa ülkelerinden sağlanmaktadır. Aksakal ve Arııl Çılan (2015) Türkiye'ye ilişkin turizm talebinin modellenmesi amacıyla İlişkisiz Regresyon Modelleri kullanılmıştır. Buna ek olarak seçilen Avrupa lkelerinin Türkiye turizm talebini etkileyen faktörler incelenerek ülkeler karşılaştırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye'ye yönelik turizm talebini sırasıyla; Turizm talebinin gelir elastikiyeti, Acil Durum Değişkeni ve Turist Beklenti ve Alışkanlıkları değişkenleridir. Ayrıca alışma Türkiye'deki turizm talep tahmininde ilişkisiz regresyon modelinin bir karar yöntemi olarak kullanılmasını önermektedir.

elik (2014) sürdürülebilir turizmin talep üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla anket tekniğine dayalı alan araştırmasından oluşan bir çalışmada gerçekleştirmiştir. Çalışma kapsamında Dalaman Havalimanı ile Bodrum, Fethiye, Köyceğiz, Marmaris, Dalyan ve Sarıgerme'den veri elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda eko turizm, kültürel ve doğal mirasın korunması, yavaş Őehir, eko-etiket, işletmenin arz yapısı ve rekabet gücünün sürdürülebilir turizm talebini etkilediği gözlenmiştir.

Akyürek (2016) rekreasyon faaliyetlerinin turizm talebine etkisinin ölçülmesini amaçlamaktadır. Araştırma turizm yönelik talebin fazla olmasından dolayı Bodrum da gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda rekreasyon faaliyetlerinin destinasyon için

bir talep unsuru oluşturduğu ve ziyaretçilerin tekrar gelmelerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Alan yazında turizm talebine etkileyen unsurlara yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Fakat AB'ne üye ülkelerin zaman içerisinde artış göstermesine bağlı olarak, bölge vatandaşların üye olan ülkelere yönelik seyahat engelleri ortadan kalkmıştır. Bu durum alan yazında, AB ülkeleri arasındaki seyahat hareketlerini araştırmaların çalışmaların sayıca azalmasına neden olmuştur. Alan yazında mevcut olan bu eksiklik göz önüne alınarak bu çalışma gerçekleştirilmektedir.

AB üye ülkesine yönelik seyahat engelleri üzerinde yapılan bir araştırma sonucunda, AB ülkeleri arasında gerçekleşen çift taraflı ya da tek taraflı bürokratik sorunların turistlerin seyahat özgürlüklerini kısıtladığı belirlenmiştir. İki, ülke arasında gerçekleşen siyasi ve bürokratik engeller turizm talebini olumsuz yönde etkilemektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016).

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırmanın Modeli

Ekonometrik araştırmanın en önemli aşamalarından bir tanesi, değişkenlere ait verilerin toplanmasıdır. Güvenilir kaynaklardan ve doğru olarak veri toplanmasının yanı sıra, kullanılacak modele uygun olacak şekilde veri toplanması da ekonometrik tahminlerin güvenilirliğini büyük ölçüde etkilemektedir. Zaman serileri ve yatay kesit verilere ilave olarak kullanılan bir diğer önemli veri türü de panel verilerdir. Yatay kesit ve zaman serisi verilerinin birleştirildiği panel verilerin kullanımı oldukça yaygındır. Panel veri modelleri yardımıyla değişkenler arası ilişkilerin tahmin edilmesine panel veri analizi denilmektedir.

Panel veri kullanılması sayesinde gözlem sayısı artacak ve veriden daha fazla bilgi sağlanabilecek, modelleri daha az kısıtlayıcı varsayım ile tahmin etme imkânı doğacaktır. Bunun sonucunda daha güvenilir parametre tahminleri elde edilecektir. Bunun yanı sıra panel veri ile yapılan tahminler daha etkin ve asimptotik olarak daha tutarlı olacaktır. Panel veriler iki boyuttan (zaman ve yatay) oluştuğu için bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorunun ortaya çıkma olasılığı daha düşüktür.

Araştırmada panel verilerde kırılmaları dikkate alan son dönem testlerden, Im, Lee ve Tieslau (2010)'nun trenddeki kaymaları da dikkate alan kırılmalı birim kök testi uygulanacaktır. Bu testin tercih edilmesindeki temel neden ise veri setinde yer alan ülkelerin seçilmiş turizm değişkenlerinin trend yapılarında tam üyelik öncesi ve sonrasında dikkate alınması gereken bir kırılma olup olmadığının test edilmesidir.

### 3.2. Evren ve Örneklem/Araştırma Grubu

AB'nin kuruluşunda ve daha sonraki genişleme süreçlerinde yer alan Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Lüksemburg, İngiltere, İrlanda, Danimarka, Yunanistan, İspanya, Portekiz, Avusturya, Finlandiya ve İsveç'in bulunduğu birinci grup ülkeler ile 2004 yılındaki genişleme sürecinde yer alan Macaristan, Polonya, Çek Cumhuriyeti, Slovenya, Slovakya, Letonya, Litvanya, Estonya, Malta ve Kıbrıs'ın bulunduğu ikinci grup ülkelerin birbirlerine olan turizm faaliyetlerini bürokratik ve siyasal engelleri göz ardı ederek incelediğimiz yapısal kırılmalı birim kök testleri uygulama alanımızı ve örneklem modellerimizi oluşturmuştur. Çalışma; iki grupta yer alan ülkelerin birbirlerine yapmış oldukları turizm faaliyetlerini gözlemlemiştir.

**Çizelge 3.** Turizm Geliri ve Turist Sayısı (10 Ülke)

Ülke	Veri	1995	2000	2005	2010	2016
Macaristan	Turizm Geliri (Bin \$)	2938000	3809000	4761000	6595000	7481000
	Turist Sayısı (Bin)	2878	2992	3446	3462	5302
Polonya	Turizm Geliri (Bin \$)	6927000	6128000	7161000	10037000	12052000
	Turist Sayısı (Bin)	19215	17400	15200	12470	17471
Çek Cum.	Turizm Geliri (Bin \$)	2880000	2973000	5772000	8068000	7041000
	Turist Sayısı (Bin)	3381	4773	6336	6334	9321
Slovenya	Turizm Geliri (Bin \$)	1128000	1016000	1894000	2721000	2627000
	Turist Sayısı (Bin)	732	1090	1555	1869	3032
Slovakya	Turizm Geliri (Bin \$)	630000	441000	1282000	2335000	2800000
	Turist Sayısı (Bin)	903	1053	1515	1327	2027
Letonya	Turizm Geliri (Bin \$)	37000	172000	446000	640000	1282000
	Turist Sayısı (Bin)	539	509	1116	1373	1793

Çizelge 3'ün devamı.

Ülke	Veri	1995	2000	2005	2010	2016
Litvanya	Turizm Geliri (Bin \$)	102000	430000	920000	958000	1405000
	Turist Sayısı (Bin)	650	1083	2000	1507	2296
Estonya	Turizm Geliri (Bin \$)	452000	657000	1229000	1065000	1896000
	Turist Sayısı (Bin)	530	1220	1917	2372	3147
Malta	Turizm Geliri (Bin \$)	813000	731000	924000	1066000	1451000
	Turist Sayısı (Bin)	1116	1216	1171	1339	1966
Kıbrıs	Turizm Geliri (Bin \$)	2019000	2098000	2618000	2424000	2756000
	Turist Sayısı (Bin)	2100	2686	2470	2173	3187

Kaynak: The World Bank, 2017.

Çizelge 4. Turizm Geliri ve Turist Sayısı (15 Ülke)

Ülke	Veri	1995	2000	2005	2010	2016
Belçika	Turizm Geliri (Bin \$)	4548000	6592000	10881000	11395000	12772000
	Turist Sayısı (Bin)	5560	6457	6747	7186	7481
Fransa	Turizm Geliri (Bin \$)	31295000	38534000	52139000	56187000	50883000
	Turist Sayısı (Bin)	60033	77190	74988	76647	82570
Almanya	Turizm Geliri (Bin \$)	24052000	24943000	40531000	49126000	52129000
	Turist Sayısı (Bin)	14847	18983	21500	26875	35555
İtalya	Turizm Geliri (Bin \$)	30426000	28706000	38374000	38438000	40373000
	Turist Sayısı (Bin)	31052	41181	36513	43626	52372



Çizelge 4'ün devamı.

Ülke	Veri	1995	2000	2005	2010	2016
Hollanda	Turizm Geliri (Bin \$)	10611000	11285000	8770000	11653000	18317000
	Turist Sayısı (Bin)	6574	10003	10012	10883	15828
Lüksemburg	Turizm Geliri (Bin \$)	1695000	1686000	3770000	4519000	4583000
	Turist Sayısı (Bin)	768	852	913	805	1054
İngiltere	Turizm Geliri (Bin \$)	27577000	29978000	41736000	41468000	55558000
	Turist Sayısı (Bin)	21719	23212	28039	28295	35814
İrlanda	Turizm Geliri (Bin \$)	2697793	3517000	6780000	8187000	11427000
	Turist Sayısı (Bin)	4818	6646	7333	7134	10100
Danimarka	Turizm Geliri (Bin \$)	3691000	3671000	5293000	5704000	7046000
	Turist Sayısı (Bin)	2124	3535	9587	9425	10781
Yunanistan	Turizm Geliri (Bin \$)	4182000	9262000	13453000	13858000	16533000
	Turist Sayısı (Bin)	10130	13096	14765	15007	24799
İspanya	Turizm Geliri (Bin \$)	27369000	32656000	49565000	54305000	60605000
	Turist Sayısı (Bin)	32971	46403	55914	52677	75315
Portekiz	Turizm Geliri (Bin \$)	5646000	6027000	9042000	12985000	17185000
	Turist Sayısı (Bin)	4572	5599	5769	6756	11223
Avusturya	Turizm Geliri (Bin \$)	14529000	11382000	18471000	18758000	19241000
	Turist Sayısı (Bin)	17173	17982	19952	22004	28121
Finlandiya	Turizm Geliri (Bin \$)	2383000	2035000	3069000	4510000	2717000
	Turist Sayısı (Bin)	1779	1971	2080	2319	2789
İsveç	Turizm Geliri (Bin \$)	4390000	4825000	7628000	10674000	12633000
	Turist Sayısı (Bin)	2310	3828	4883	5183	6782

Kaynak: The World Bank, 2017.

### **3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri**

Çalışmada AB'ye 2004 yılı öncesinde üyelik gerçekleştirmiş 15 ülke ile birliğe 2004'teki genişleme sürecinde üye olan 10 ülkenin turist sayıları ve turizm gelirleri baz alınarak birim kırılmalı test uygulanmıştır. Söz konusu analizde 15 ülkeye, yeni üyelik gerçekleştirmiş olan 10 ülkeden yapılan turizm hareketleri dikkate alınmıştır. Aynı değişkenler kullanılarak ikinci bir analizde ise genişleme sürecinde üye olan 10 ülkeye doğru yapılmış olan turist sayıları ve turizm gelirleri incelenmiştir ve 1995-2016 tarih aralığında 22 yıl için ele alınmıştır. Genel anlamda kullanılan veriler ise The World Bank gibi güvenilir ve uluslararası geçerliliği olan bir kaynaktan alınmıştır.

### **3.4. Veri Toplama Süreci**

Çalışmada kullanılan verilerin toplanması ve veri setinin oluşturulması sürecinde konu ile ilgili alanyazın detaylı bir biçimde incelenmiş, alanyazında yer verilen ve güvenilir olarak kabul edilen veri kaynaklarına ulaşılarak, bilgisayar ve internet ortamındaki ulusal ve uluslararası kaynaklar ve veri tabanlarındaki veriler kullanılmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Çalışmanın analiz safhasında, panel veri ekonometrisinde son dönem çalışmalarda popülerlik kazanmış olan “Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi” kullanılmıştır. Panel durağanlık testleri, zaman serilerine ait durağanlık testlerine karşı daha güçlü olmaları nedeniyle tercih edilmektedir. Son yıllarda uygulamalı çalışmalarda, yapısal kırılmalara izin veren panel durağanlık testleri kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle makro ekonomik veriler gibi ekonomik yapı değişikliklerine çok duyarlı olan serilerde, bazı dönemlerde yapısal kırılmalar görülmesi çok doğaldır. O halde bu tür verilerin durağanlığını sınamak için yapılan panel birim kök testlerinde, yapısal kırılmalar da dikkate alınmalıdır. Çünkü bir ülkede ya da tüm panele ait seride herhangi

bir dönemde yapısal kırılma varsa, bu kırılmayı hesaba katmadan yapılan panel birim kök testleri yanıltıcı sonuçlar doğurabilir. Zaten çalışmada da temel amaç ülkeler arasındaki bürokratik engellerin ortadan kalkmasının, bu ülkelere ait turizm hareketlerinde yapısal değişikliğe neden olduğunu ortaya koymaktadır.

### 3.5.1. Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi

Ekonometri alanyazınında ilk kez Perron (1989) tarafından gösterilen, birim kök testlerinde yapısal kırılmaların göz ardı edilmesinin, analizlerde önemli bir güç kaybına yol açtığı artık bilinen bir gerçektir. Bu nedenle Perron, verilerin yapısal kopmasına izin veren Dickey-Fuller(DF) çerçevesine dayanan bir birim kök testi geliştirmiştir. Devamında Levin, Lin ve Chu (2002) ve Im, Pesaran ve Shin (2003, IPS) çalışmaları, bu tür testlerin en popüler örnekleri olmuş ve bu testlerin sayısız uygulamaları ve uzantıları geliştirilmiştir. Panel birim kök testlerindeki son gelişmeler, panelin yeniliklerinde çapraz korelasyonların varlığının düzeltilmesi üzerinde yoğunlaşmıştır (Im, Lee ve Tieslau, 2010, 1-3).

Im, Lee ve Tieslau (2010), trenddeki kaymaları da dikkate alan yeni bir panel LM test istatistiği geliştirmişlerdir. Test prosedürü temelde Im, Lee ve Tieslau (2005)'e benzemekle birlikte dönüştürülmüş LM birim kök test istatistiği kullanması sebebiyle farklıdır. Test panel veriler için geliştirilmiş olduğundan her bir kesit birimi için denkleme "i" alt indisi eklenmiştir.

$$\Delta y_{i,t} = \delta'_t \Delta Z_{i,t} + \varphi_i \tilde{S}_{i,t-1}^* + \sum_{j=1}^k d_{ij} \Delta \tilde{S}_{i,t-j} + \varepsilon_{it}, \quad i = 1, \dots, N$$

Söz konusu denklemden yola çıkılarak oluşturulan hipotezler aşağıda sunulmuştur.

$$H_0: \varphi_i = 0 \quad \text{tüm "i" ler için}$$

Alternatif hipotez ise;

$$H_0: \varphi_i < 0 \quad \text{bazı "i" ler için}$$

Test istatistiklerinin ortalaması kullanılarak  $\bar{t}$  istatistiğini oluşturulmaktadır. Yukarıdaki hipotez için panel LM istatistiği, aşağıdaki ortalama test istatistiğinin standartlaştırılmış istatistiği olarak elde edilmektedir:

$$\bar{t} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \tilde{t}_i^*$$

Söz konusu panel test istatistiği aşağıda sunulduğu gibi bir normal dağılım izlemektedir.

$$LM(\tilde{t}^*) = \frac{\sqrt{N}[\bar{t} - \tilde{E}(\bar{t})]}{\sqrt{\tilde{V}(\bar{t})}}$$

Ardından, gecikmeli bölümlerin kesit “i” ortalamaları ve tek tek serilerin ilk farkları ile genişletilen aşağıdaki denklem dikkate alınarak t istatistiği geliştirilmektedir.

$$\Delta y_{i,t} = \delta_t' \Delta Z_{i,t} + \varphi_i \tilde{S}_{i,t-1}^* + g \bar{S}_{t-1}^* + h \Delta \bar{S}_t^* + \sum_{j=1}^p g_{ij} \Delta \bar{S}_{t-j}^* + \sum_{j=1}^p d_{ij} \Delta \tilde{S}_{i,t-j}^* + u_{it}$$

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Yapılan analiz bulgularının sunulduğu ve değerlendirildiği bu kısımda ilk olarak 2004 yılında birliğe dahil olan 10 ülkenin ve öncesi süreçte birlikte yer alan 15 ülkenin turizm geliri serisi için elde edilen bulgular sunulmuştur. Ardından benzer bir analiz turist sayısı için de yapılmıştır.

### 4.1. Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi Sonuçları

İlk olarak Çizelge 5'teki birliğe 2004 yılında üye olan 10 ülkenin turizm gelirlerine ait birim kök testi sonuçları ve kırılma tarihleri görülmektedir. Sadece Malta ve Litvanya'da üyelik öncesi bir kırılma tarihi görülmüş olup geri kalan ülkelerde 2004 genişleme süreci sonrasında bir kırılma tarihi gözlemlenmiştir.

**Çizelge 5.** Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turizm Geliri, 10 Ülke)

Ülke	LM t-İstatistiği	Gecikme	Kırılma Tarihi
Macaristan	-3.495	3	2005
Polonya	-4.141	1	2010
Çek Cumhuriyeti	-7.246	2	2006
Slovenya	-6.525	1	2006
Slovakya	-3.359	1	2004
Letonya	-5.565	0	2008
Litvanya	-4.038	4	2003
Estonya	-11.000	0	2007
Malta	-5.022	3	2001
Kıbrıs	-4.858	0	2004

Çizelge 6'da ise birlik üyesi 15 ülkenin söz konusu zaman dilimindeki turizm gelirleri değişkenlerine ait birim kök testi sonuçları görülmektedir. Söz konusu ülkelerde de birliğin genişleme süreci olan 2004 yılı etrafına dağılmış bir kırılma yapısı tespit edilmiştir.

**Çizelge 6.** Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turizm Geliri, 15 Ülke)

Ülke	LM t-İstatistiği	Gecikme	Kırılma Tarihi
Belçika	-4.365	0	2002
Fransa	-4.860	2	2005
Almanya	-3.590	1	2006
İtalya	-4.715	1	2005
Hollanda	-4.734	0	2005
Lüksemburg	-3.259	1	2006
İngiltere	-4.456	1	2003
İrlanda	-4.989	3	2005
Danimarka	-3.836	3	2002
Yunanistan	-4.601	1	2004
İspanya	-3.782	0	2005
Portekiz	-5.013	0	2005
Avusturya	-3.962	0	2006
Finlandiya	-3.067	4	2005
İsveç	-4.203	0	2006

Turist sayısına göre elde edilen analiz sonuçları ise yine aynı sıra ile Çizelge 7 ve Çizelge 8’de sunulmuştur. Genişleme sürecinde üye olan 10 ülkeden 8’inde üyelik sonrası tarihte turist sayıları serisinde bir kırılma tespit edilmiştir.

**Çizelge 7.** Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turist Sayısı, 10 Ülke)

Ülke	LM t-İstatistiği	Gecikme	Kırılma Tarihi
Macaristan	-3.869	0	2006
Polonya	-4.801	1	2008
Çek Cumhuriyeti	-4.484	0	2005
Slovenya	-4.284	0	2008
Slovakya	-3.209	0	2007
Letonya	-3.509	4	2003
Litvanya	-3.857	0	2008
Estonya	-4.122	4	2001
Malta	-4.242	3	2009
Kıbrıs	-4.549	0	2007

Birlik üyesi ülkelere turist varışlarının analiz edildiği aşağıdaki çizelgede de görüldüğü gibi genişleme süreci sonrasına yoğunlaşan bir kırılma yapısı karşımıza çıkmaktadır.

**Çizelge 8.** Yapısal Kırılmalı LM Birim Kök Testi (Turist Sayısı, 15 Ülke)

Ülke	LM t-istatistiği	Gecikme	Kırılma Tarihi
Belçika	-3.342	0	2004
Fransa	-4.542	1	2003
Almanya	-4.580	0	2001
İtalya	-3.649	0	2002
Hollanda	-4.365	1	2009
Lüksemburg	-4.037	0	2008
İngiltere	-5.655	2	2008
İrlanda	-4.237	1	2007
Danimarka	-4.006	0	2006
Yunanistan	-5.245	0	2007
İspanya	-2.818	1	2010
Portekiz	-4.556	0	2007
Avusturya	-3.223	0	2012
Finlandiya	-5.903	1	2004
İsveç	-2.930	0	2001

#### 4.2. Kukla Değişkenli Turizm Talep Denklemleri

Birim kök testlerinden elde edilen bulgular sonucunda, tam üyelik sonrası ülkelerin turizm sektörlerinde seyahat engelerinin ortadan kalkmasının olumlu bir etkisinin olup olmadığı talep denklemleri yolu ile araştırılmıştır. 2004 öncesi birlik üyesi olan 15 ülke ve sonrasında üye olan 10 ülkeye ait verilerden oluşan veri seti, turizm talebini gelir ve fiyatın fonksiyonu olarak ele alan iki farklı modelde analiz edilmiştir. 2004 öncesi “0” (sıfır) 2004 sonrası “1” (bir) şeklinde oluşturulan kukla değişken, söz konusu tarih öncesinde ve sonrasında turizm değişkenlerinde (turist sayısı ve gelir) anlamlı bir değişim olup olmadığını gösterecektir.

**Çizelge 9.** En Küçük Kareler Yöntemi İle Model Sonuçları

	2004 Genişleme Dönemi Yeni Üye 10 Ülke		2004 Öncesi 15 Üye Ülke	
	Bağımlı Değişken (Turist Sayısı)	Bağımlı Değişken (Turizm Geliri)	Bağımlı Değişken (Turist Sayısı)	Bağımlı Değişken (Turizm Geliri)
Sabit	4.114316*	4.103907*	14.50664*	13.91111
Gelir	0.670248*	1.306907*	1.572043*	-0.786552*
Fiyat	-1.070056*	-0.697286*	-0.642294*	-0.490304*
Dummy (2004)	0.138972**	0.073353	0.502941*	0.453482*
R <sup>2</sup>	0,142	0,227	0.209	0.193
F	11,73*	20,69*	28.77*	26.01*

Çalışmada söz konusu ülkelerin turizm değişkenlerinde tespit edilen stokastik sürecin tam üyelik sonrası ülkeler arasındaki seyahat engellerinin ortadan kalktığı iddiasını incelemek amacıyla, tam üyelik sürecini dikkate alarak oluşturulan kukla değişkenin de dahil edildiği ve turizm talebini gelir ve fiyatın fonksiyonu gören standart bir talep denklemi tahmin edilmiştir. Turizm talebini temsilen modelin birinde turist sayısı bir diğerinde ise turizm gelirleri değişkenleri kullanılmıştır. Çizelge 9’da görüleceği üzere tahmin edilen denklemlerden sadece 2004 genişleme süreci sonrası tam üyelik hakkı elde eden 10 ülke için oluşturulan ve turizm gelirinin bağımlı değişken olduğu modelde 2004 kukla değişkeni anlamsız bulunmuştur. Diğer tüm modellerde söz konusu kukla değişken anlamlı olmakla beraber, turist sayısı ve turizm geliriyle de pozitif bir ilişki içerisindedir. Ayrıca modellerdeki gelir ve fiyat değişkenleri beklenildiği yöndedir. Gelir talep ile pozitif, fiyat ise negatif ilişki içerisindedir.

### 4.3. Bulguların Değerlendirilmesi

Seyahat kararı aynı zamanda turizm talebini ifade etmektedir. Turizm olgusu, özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında büyük bir hızla gelişerek geniş kitlelere yayılan,



bireylerin gezmek ve yaşadığı yer dışında başka yerleri görme arzusuyla ortaya çıkan bir sektördür. Ülkelerin makro ekonomik yapısı içerisinde milli gelire ve istihdama katkısı anlamında önemli bir yer tutan turizm sektörünün gelişmesi, ekonomik ve sosyal anlamda önem kazanmıştır. Bireylerin seyahat kararlarında nelerin etkili olduğu ve bireyleri seyahate yönelten unsurların neler olduğunun tespit edilmesi, turizm talebinin artırılması ve dolayısıyla da turizm sektörünün gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Turizm talebinin oluşmasına etki eden pek çok öncül bulunmaktadır. Kişileri seyahat etme kararına iten nedenlerin başında ise uygun zaman, ekonomik gelir düzeyi ve de seyahat etme isteği gelmektedir. Bunları sağlayan kişiler turizm hareketine yönelecekleri zaman bir destinasyon seçimiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu karar verme sürecinde ise pek çok engel ile karşı karşıya kalınmaktadır. Yasal prosedürlerdeki zorluklar kişilerin seçim yaptığı destinasyondan vazgeçmelerine de sebep olabilmektedir.

Kısıtlı zamanları en verimli şekilde değerlendirmek isteyen kişiler yukarıda da belirtilen nedenlerden dolayı seçmiş oldukları destinasyona seyahat etme isteğinden uzaklaşma durumu yaşayabilmektedirler. Vize uygulamaları, serbest dolaşım hakkı ve gümrük işlemlerindeki yasal zorlukların yanı sıra gidilecek yerlerde ortak para biriminin kullanılamamasından kaynaklı oluşan döviz kur farkı, gidilen ülkedeki sağlık hizmetlerinden yararlanamama ve serbest dolaşım hakkının olmaması gibi etkenler de kişilerin turizm hareketlerine ve de seyahat etme isteğine olumsuz etki yapmaktadır.

Bürokratik ve siyasal engellerin bireylerin seyahat kararları üzerinde önemli bir etken olduğu tezinden hareketle oluşturulan kuramsal yapının test edildiği çalışma bulguları, AB'ye üyelik sonrasında hem üye ülkelerin hem de öncesinde birlik üyesi ülkelerin turizm gelirlerinde ve turist sayılarında yapısal bir kırılma olduğu ve kırılmayı dikkate alan testler uygulandığı zaman ise söz konusu serilerin, seviyelerinin durağan oldukları gözlemlenmiştir. AB genişleme süreci sonrasındaki veri setinde yer alan 25 ülkenin turizm değişkenlerinde istatistiksel olarak anlamlı kırılmaların olduğu da tespit edilmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1. Sonuçlar

Turizm dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden biridir. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ekonomik anlamda oldukça önemli bir hale gelen turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için büyük bir potansiyel gelir kaynağı durumundadır (Opuş, 2001). Söz konusu ülkelerin küresel turizm pazarında ön plana çıkabilmesi ve ihtiyaç duyulan yabancı para gelirlerinin artırılabilmesi açısından diğer sektörlerle göre üç temel üstünlüğe sahiptir:

- Turizm sürekli gelişen ve geliştikçe büyüyen bir endüstridir.
- Turizm, üretilen mal ve hizmetin üretim yerine gidilerek tüketilmesini gerektiren bir pazardır.
- Turizm birçok ülke için ihracat bağımlılığını azaltırken ekonominin de çeşitlenmesini sağlamaktadır (Unur, 2000b: 6).

Turizmin özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri, sektörün ekonomik boyutunu daha da ön plana çıkarmaktadır. Ülke ekonomilerinin karşılaştığı döviz krizleri, ulusal ve uluslararası ekonomik sıkıntılar nedeniyle turizmin, ülke ekonomilerine olan etkileri döviz katkıları ile bir çıkış noktası olarak görülmektedir. Bu bağlamda turizmin ülke ekonomilerine olan katkıları şu şekilde sıralanabilir;

- Ödemeler dengesine etkisi,
- Gelir etkisi,
- Yurtiçinde ithalat etkisi,
- İşgücü çarpanı etkisi,
- İhracat ve gelir dağılımını düzenleyici etkisi,
- İstihdam artışı ve yeni iş olanakları yaratması

- Ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması,
- Küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi,
- Hayat standartlarının ve yaşam kalitesinin yükseltilmesi (Kar ve diğerleri, 2004).

AB, kültürel, toplumsal ve ekonomik yapıda ortak politikalar ve ortak turizm politikaları oluşturarak bütünleşmeyi hedeflemiştir ve hedeflemeye devam etmektedir. AB politikalarının turizm üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri sayesinde turizm sektörü gelişim göstermektedir.

AB ülkeleri arasında sınırların kaldırılması ve dolayısıyla vizelerin kaldırılması sonucunda AB vatandaşlarının Avrupa'da serbestçe seyahat etme hakkı doğmuştur. Diğer ülke vatandaşlarında ise vize ile girdiği bir AB ülkesinden sonra diğer AB üye ülkelerine giriş çıkış yapma garantisi sağlanmıştır.

AB ülkeleri arasında serbest dolaşım hakkının turizm hareketleri üzerine etkisinin olumlu olacağı düşünülerek hazırlanan bu çalışmada, serbest dolaşım hakkının turizm gelirlerinde yarattığı pozitif etki ekonometrik kanıtlarla tespit edilmiştir. AB genişleme sürecinden 25 AB üye ülkesinin turizm gelirleri olumlu etkilenmiştir. AB vatandaşlarının herhangi bir sınırlama olmadan serbest dolaşabilmeleri seyahat etme özgürlüğünün en güzel örnekleri arasında sayılırken, birlik içindeki politikaların turizmdeki gelişmeleri etkilediği ispatlanmıştır. Bu nedenle ülke politikalarının turizm stratejileri ile uyum içinde yapılması ve yürütülmesi gerekmektedir.

## **5.2. Öneriler**

Turizm sektöründe her daim istikrarı yakalamak pek de mümkün olmayabilir. Bir dönem çoğu kişinin ilgi odağı olmayı başarmış bir destinasyonun, başka bir dönemde bu avantajını istemsizce kaybetmesi de mümkündür. Bunlara doğal afet, güvenlik ve politik nedenler örnek gösterilebilir.

Kişileri seyahat kararlarında zaman, ekonomik etkenler ve istekleri etkilemektedir. Bunları sağlamalarına karşın ülkelerin, birlik ve toplulukların birbirlerine karşı veya kendi içlerinde uygulamış oldukları pek çok yaptırım vardır. Bunlar genellikle kişilerin almış oldukları kararlarında yer yer olumsuz etki yapabilmektedir. AB ülkelerinin birbirleri ile olan vize uygulamalarındaki sonuçlara bakıldığında da bu belirgin bir şekilde görülmektedir. Genel olarak bürokratik ve siyasal engellerin yapmış olduğu bu olumsuz etkileri farklı stratejiler ile ortadan kaldırmak mümkündür.

AB örneğinde olduğu gibi, ülkeler arasında seyahati kolaylaştırıcı ortak yöntemler sayesinde seyahat etme özgürlüğü sorunu çözülecektir. Bu ortak yöntemler;

Bireyler seyahatten mahrum edilmiş duygusu yaşamamalıdır. Çünkü bu mahrumiyet hissi kişileri seyahate daha doğrusu turizme yönelten motivasyonu düşürecek ve kişileri daha özgür seyahat edecekleri destinasyonlara yönlendirecektir. Oysa bu tür engellerin kaldırılması ile söz konusu ülkenin turizm sektörü gelişecek ve bu gelişimin yaratacağı doğrudan ve dolaylı etkiler sayesinde ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda olumlu gelişmeler gözlenecektir.

Özgür olarak serbest dolaşım hakkı kazanılmalıdır. Bireylerin yapmış oldukları destinasyon seçimlerini etkileyen pek çok etkenden biri de serbest dolaşım hakkı olarak gösterilebilir. Çünkü turizm hareketleri açısından uygun ekonomik durum oldukça önemlidir. Her zaman uygun şartlara sahip olunamayacağından dolayı, bu seyahat kararı alındığında, gidilen yerlerde özgür seyahat etmek oldukça önemlidir. Bu durum sağlandığı takdirde destinasyon tercihinde pozitif bir etki görülmüş olunacaktır.

Sınır geçişlerinde vize, sağlık ve gümrük işlemleri basitleştirilmelidir. Turizm faaliyetlerinde uygun zaman, ekonomik durum ve seyahat etme isteği oluşması her zaman pek kolay mümkün olmamaktadır. Uygun şartlar sağlandığında ise kişiler kısıtlı olan zamanlarını yasal yaptırımlar ile harcamak istememektedirler. Bu nedenle ülkeler arası geçişlerde gerekli olan mevzuat şartlarının en basite indirilmesi olumlu etki yaratmaktadır.

Haksız rekabeti arttıran vergi ve harçlar kaldırılmalıdır. Çünkü tercih edilen destinasyona, farklı bir ülkeden gidilmek istendiği zaman uygulanacak bu yaptırımlar kişileri yapmış oldukları seçimden vazgeçirebilmektedir. Tercih edilen ülke buna benzer uygulamaları kendi sınırları içindeki seyahatlerde daha uygun şartlarda uyguladığı zaman, ülke dışından destinasyona olan talepler olumsuz etkilenmektedir. Haksız ve eşit imkanlara sahip olmayan kişiler verecekleri kararda bu tarz yerlerden uzak kalmayı tercih edeceklerdir.

## KAYNAKÇA

- AB Türkiye Delegasyonu Web Sitesi. ‘AB Nedir?’. <https://www.avrupa.info.tr/tr/ab-nedir-72> adresinden 10.07.2018 tarihinde erişildi.
- Akat, Ö. (2008). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. (4. Bas.). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Aksakal, M. Ve Arıcıgil Çılan. Ç. (2015). Türkiye’ye Yönelik Turizm Talebinin Görünürde İlişkisiz Regresyon Modelleri İle İncelenmesi, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7(14),235-256.
- Akyurt, H. (2008). *Turizm Bölgesine Yönelik Talebi Etkileyen Faktörlerden İmaj Ve Çeşme Örneği*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Alyanak, S. (2014).Avrupa Birliği Adalet Divanı’nın Teşkilatlanması. *Ankara Barosu Dergisi*, 2014(3). <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/398189> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Arslan, F. ( 2014 ). Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası VE Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7(31): 427-438.
- Aslan, Z. (1993). Sanayileşme ve Kentleşmenin Doğada Rekreasyon Faaliyetlerine Duyulan Gereksinimi Arttırıcı Etkisi. *Ekoloji Çevre Dergisi*, 8, 22-24.
- Ateolu, L. (2006). *Avrupa Birliği Turizm Politikası ve AB ile Türkiye Turizm Sektörlerine Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Avcıkurt, C. ve İlban, M. O. (2016). *Avrupa Birliği’nde Turizm ve Türkiye*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. Avrupa Birliği Konseyi: Üye Ülkelerin Sesi. <https://www.avrupa.info.tr/tr/avrupa-birliigi-konseyi-uye-ulkelerin-sesi-99#> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. Avrupa Birliği Sayıştayı: Paranızın Karşılığını Almak. <https://www.avrupa.info.tr/tr/avrupa-birliigi-sayistayi-paranizin-karsiligini-almak-103> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.

- Avrupa Komisyonu Genişleme Genel Müdürlüğü. (2007). Genişlemeyi Anlamak Avrupa Birliği'nin Genişleme Politikası. <http://ec.europa.eu/enlargement/> adresinden 15.07.2018 tarihinde erişildi.
- Aydın, A.İ., Darıcı, B. ve Taşçı H. M. (2015). Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 45, 143-177.
- Aytuğ, H.K. (2008). Bütünleşme Kuramlarının Avrupa Birliği Genişlemesine Bakışı. *Yönetim ve Ekonomi*, 15(1), 149- 161.
- Bahar , O., Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Barnes, I. ve Barnes, P. (1995). *The Enlarged European Union*, (1. Baskı). Longman Yayınları.
- Bozok, D. (1996). *Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Bull, A. (1998). *The Economics of Travel and Tourism*. Australia: Addison Wesley Longman.
- Brunt, P., Mawby, R. & Hambly, Z. (2000). Tourist Victimization And The Fear Of Crime On Holiday, *Tourism Management*, 21 (4), 417-424.
- Cardoso, C. ve Ferreira, L. (2000), "The Effects of European Economic Integration On Tourism: Challenges and Opportunities for Portuguese Tourism Development". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12 (7): 401-408.
- Carey, S. ve Gountas, Y. (1997). Tur Operatörleri ve Destinasyon Sürdürülebilirliği, *Tourism Management*, 18(7), 425-431.
- Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/003803857901300203> adresinden 6.11.2018 tarihinde erişildi.
- Çelik, N. (2014). Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla
- Cengiz, F. (2012). *Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Analizi: Alanya Uygulaması*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Chindriş-Văşioiu, O.; Tocan, M. C. ve Cantemir, D.(2014), "The Impact of European Union Enlargement On Tourism Development Knowledge". *Horizons – Economics*, 6 (2): 130–135.

- Commission of the European Communities (2007). *Enlargement Strategy and Main Challenges 2007-2008 Brussels*.
- Çavuşgil, B. (2010). *İklim Değişikliğinin Turizm Talebine Etkisinin İncelenmesi: Çanakkale Turizm Destinasyonlarında Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Çayhan, B.E. (2002). Avrupa Güvenlik Ve Savunma Politikası Ve Türkiye. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 3, 42-55.
- Çuhadar, M. (2006). *Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Isparta Üniversitesi, Isparta.
- Dallı, Ö. (1975). *Turizm Talebi ve Gelirleri*. Ankara: Ajans Türk Matbaacılık.
- Dinç, C. (2011). Avrupa Birliğinin Beşinci Genişlemesi: Ana Temalar ve Faktörler. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(2), 201-233.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Dinçer, İ. F. (1997). *Avrupa Birliğinde Turizm ve Uygulanan Politikalar*, (1. Basım), İstanbul: Der Yayınları.
- Diplomasi.Net, 2017. Avrupa Birliği Zirvesi Hakkında Bilgi. <https://www.diplomasi.net/avrupa-birliigi-zirvesi-hakkinda-bilgi/> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları Ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14(1-2), 99-107.
- Eren, M.T. (2014). Avrupa Birliği'nin Genişleme Politikası Ve Yumuşak Gücünün Geleceği, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 359-374.
- Erkan B., Kara O. Ve Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri, *Akademik Bakış Dergisi*, 39, 1-20 <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/382658> adresinden 16.06.2018 tarihinde erişildi.
- Euronews, 2016. "Avrupa Komisyonu Nedir?". <https://tr.euronews.com/2016/09/12/avrupa-komisyonu-nedir> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.



European Commission (2014), Proposal For a Council Recommendation on European Tourism Quality Principles. COM(2014) 85 Final, 2014/0043 (NLE): Brussels.

European Commission, Basın Bülteni Veri Tabanı. <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/06/654&format=HTML&aged=1&language=EN&guiLanguage=en> adresinden 15.07.2018 tarihinde erişildi.

Fletcher, J. And Morakabati, Y. (2008). Tourism Activity, Terrorism And Political Instability Within The Commonwealth: The Cases Of Fiji And Kenya, *International Journal Of Tourism Research*, 10, 537-556.

Gallego, M. S., Ledesma, R. F. J., Perez, R. J. V. (2007). On the Impact of Exchange Rate Regimes on Tourism. *Documentos de Economía y Finanzas Internacionales*, 1-16. <http://www.aefi.com/RePEc/pdf/defi07-07-final.pdf> adresinden 01.12.2017 tarihinde erişildi.

Güler, G.E. (2015). Turistik Ürün, Turizm Pazarlaması İçinde (Edt. Bozkurt M. Ve Şahin B.). 149-187, İstanbul: Paradigma Akademi.

Hacıoğlu, N. (1984). *Uluslararası Turizm Hareketleri ve Türkiye*. Balıkesir: Teksir.

Hall, C. M., Timothy, D. J. ve Duval, D. T. (2004). Security And Tourism - Towards A New Understanding, *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 15,1-18.

Hartz C. (1989). *Business Executives as International Terrorist Targets*. J. R. Buckwalter (Editör). *International Terrorism: The Decade Ahead* (ss. 21-28). Chicago: The University of Illinois at Chicago. Office of International Criminal Justice.

Hofstede, G. (2005), <http://www.geert-hofstede.com> adresinden 17.07.2018 tarihinde erişildi.

Ianniello, F. (2010), "Towards Sustainable and Competitive European Tourism". *Sustainable Tourism as a Part of the EU Strategy for the Baltic Sea Region*, Baltic 21, Series No. 1/2010: 6-7.

Im, K. S., J. Lee and M. Tieslau, (2005), "Panel LM Unit-Root Tests with Level Shifts", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 67, 393-419.

Im, K. S., J. Lee and M. Tieslau, (2010). "Panel LM Unit Root Tests with Trend Shifts", FDIC Center for Financial Research Working Paper No. 2010-1.

Im, K. S., H. Pesaran and Y. Shin, (2003), "Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels," *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.

- İktisadi Kalkınma Vakfı. Avrupa Birliği, Avrupa Birliği Genişleme Politikası. [http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust\\_id=32&id=281](http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=32&id=281) adresinden 02.04.2018 tarihinde erişildi.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. (3. Bas.). Ankara: Turhan Kitapevi.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), 87-112.
- Kaya, A. ve Canlı, B. (2013) Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyenleri: Panel Veri Yaklaşımı, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 43-54.
- Kannan, R. ve Tyagi, S. (2013). Use of Language in Advertisements, *English for Specific Purposes World*, 37( 13),1-10.
- Kılıç, D. (2014). Sigara Tüketiminin Panel Veri Analizi: İngiltere İçin Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 128-142. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/287211> adresinden 17.07.2018 tarihinde erişildi.
- Kılıç, S., Demir, S. (2017). Turizm Pazarlamasında Yerli Turistlerin Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Sinop İli Örneği. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 10(1), 72-98.
- Kogut, B., ve Harry, S. (1988). The Effect Of Natinoal Culture On The Choice Of Entry Mode, *Journal Of International Business Studies*, 19(3), 411- 432.
- Kok, W. (2003). Avrupa Birliği'nin Genişlemesi: Başarılar ve Zorluklar. [http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/enlargement\\_process/past\\_enlargements/communication\\_strategy/report\\_kok\\_tr.pdf](http://ec.europa.eu/enlargement/archives/pdf/enlargement_process/past_enlargements/communication_strategy/report_kok_tr.pdf) adresinden 17.07.2018 tarihinde erişildi.
- Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*. (3. Bas.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M.A., Kozak, M. (2001). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar. (5. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., Kozak, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*. (18. Bas.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği, *Akademik Bakış Dergisi*, 62, 216-230.

- Lane, P. (2012), "Tourism and the European Union – A Brief Overview". *Journal Of Public Policies and Territories*, 3: 57-63.
- Laursen, F. (2005). The Eastern Enlargements of the EU: Why and How Far?", *Jean Monnet/ Robert Schuman Paper Series*,5(29), 1- 28.
- Lehmeier, H. (2010), "Tourism Policy and Regional Development in the European Union". *Geographica Timisiensis*, 19 (2): 121-131.
- Lelonek Husting, I. (2013), The Eu Tourism Policy and Actions to Enhance Sustainable Tourism. 8th European Charter in Protected Areas Network Meeting and Charter Awards 2013 Brussels, 6th November 2013 European Commission, DG Enterprise & Industry Tourism Policy Unit <http://www.euoparc.org/uploaded/documents/1600.pdf> adresinden 09.01.2015 tarihinde erişildi.
- Levin, A. C.-F. Lin and C.-S. J. Chu (2002) "Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-Sample Properties," *Journal of Econometrics*, 108, 1–24.
- Matthews, K. R. (1978). On the Eulericity of a Graph. *Journal of Graph Theory*, 143-148.
- Mehter, A. ve Yıldız, S. (2012), "European Tourism Policy And Reflections Of Tourism in The Negotiations With Turkey". *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7 (1): 383-395.
- Mervar, A., Payne, J.E. (2007). Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates. *Tourism Economics*, 13, 407-420.
- Neagu, F. S. (2017). *The impact of the terrorism on North African tourism*, <https://www.degruyter.com/view/j/picbe.2017.11.issue-1/picbe-2017-0111/picbe-2017-0111.xml> adresinden 23.11.2017 tarihinde erişildi.
- Neumayer, E. (2004). The Impact Of Political Violence On Tourism: Dynamic Cross-Nation Estimation, *Journal Of Conflict Resolution*, 48, 259-281.
- Ojala, A. ve Tyrvaïnen, P. (2009). Impact Of Psychic Distance To The Internationalization Behavior Of Knowledge-Intensive Smes, *European Business Review*, 21 (3), 263-277.
- Olalı, H., Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Tic. Matbaacılık.
- Opuş, S. (2001). Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum'daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3-4), 37-58.

- Ooi, C.A., Hooy, C.W. , Som, A.P.M. (2013). Tourism Crises and State Level Tourism Demand İn Malaysia. *International Journal of Business and Society*, 14 (3), 376-389.
- Özaltaş Serçek, G. ve Serçek, S. (2016). Turizm Sektörünün Gelişmesi Önündeki Engel, *International Journal Of Social Science*, 42, 431-444.
- Öztaş, K., Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. (2. Bas.), Ankara: Nobel Yayınevi.
- Page, S. J. ve Connell, J. (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*, London, Second Edition, Thomson Learning.
- Patsouratis, V., Frangouli, Z., Anastasopoulos, G. (2005). Competition in Tourism Among the Mediterranean Countries. *Applied Economics*, 37, 1865-1870.
- Perron, P., 1989, "The Great Crash, the Oil Price Shock, and the Unit Root Hypothesis," *Econometrica*, 57, 1361–1401.
- Rehn, O. (2006). Europe's Next Frontiers, *Helsinki, Lecture at the Finnish Institute of International Affairs*, SPEECH/08/184.
- Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul’u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 65-84.
- Sezgin, M.(1995). *Genel Turizm*. Ankara: Tütübay Ltd. Şti.
- Sıyahhan, M. (1998). Ulusal Turizm Tanıtımında Bilgi İletişim Teknolojisinin Rolü, 3.Bilkent Turizm Forumu.
- Sinclair, M. ve Stabler, M. (1997). *The Economic Of Tourism*, London and Newyork: Routledge.
- Sönmez, S. F., Graefe, A. R. (1998). Influence of Terrorism Risk on Foreign. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 112-144.
- Şahbaz, R. P. Ve Tekbalkan, M. (2015). Temalı Otellerin Tüketici Satın Alma Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *I. Uluslararası Avrasya Turizm Kongresi*, Konya,28-30 Mayıs I. Uluslararası Avrasya Turizm Kongresi, 209-221.
- Şenol, F., ve Turdumambetov, B. (2014). Toplumsal Olaylar ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 96-110.
- Taner, B. (2000). Terörizm ve Turizm, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 11,Eylül-Aralık, 93-98.

- Tarlow, P.E. (2002). Tourism In The Twenty-First Century. *The Futurist*, 36 (5), 48-51.
- The World Bank, International Tourism, Number Of Arrivals, (1995-2016). <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=> adresinden 22.06.2017 tarihinde erişildi.
- The World Bank, International Tourism, Receipts, (1995-2016). <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=> adresinden 22.06.2017 tarihinde erişildi.
- Toh, R. S., H. Khan, and F. T. Ng (1997). Prospects for the Tourism Industry in Singapore: A Regression Model. *Cornell HRA Quarterly*, 38 (5), 80-87.
- Tunç, A., Saç, F. (1998). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Turgut, Y. (2014). *İllere Yönelik Yerli ve Yabancı Turizm Talebi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Avrupa Birliği Başkanlığı, <https://www.ab.gov.tr/109.html> adresinden 02.04.2018 tarihinde erişildi.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. [https://www.ab.gov.tr/files/rehber/02\\_rehber.pdf](https://www.ab.gov.tr/files/rehber/02_rehber.pdf) adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı. <https://www.ab.gov.tr/45634.html> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Türsab 1999: Yeni Bin Yılda Euro, Turizm ve Türkiye. İstanbul
- Uçar, M., H. Çeken ve Ökten, Ş. (2010), *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: Fethiye Örneği*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uğuz, S. ve Topbaş, F. (2016). *Bürokratik ve Siyasal Engellerin Turizm Sektörüne Etkisi: Avrupa Birliği Genişleme Süreci Üzerine Bir Değerlendirme*, [https://www.researchgate.net/publication/310843097\\_Burokratik\\_ve\\_Siyasal\\_Engellerin\\_Turizm\\_Sektorune\\_Etkisi\\_Avrupa\\_Birligi\\_Genisleme\\_Sureci\\_Uzerine\\_Bir\\_Degerlendirme\\_Effect\\_of\\_Bureaucratic\\_and\\_Political\\_Obstacles\\_to\\_Tourism\\_Sector\\_An\\_Evaluation\\_on\\_Eur](https://www.researchgate.net/publication/310843097_Burokratik_ve_Siyasal_Engellerin_Turizm_Sektorune_Etkisi_Avrupa_Birligi_Genisleme_Sureci_Uzerine_Bir_Degerlendirme_Effect_of_Bureaucratic_and_Political_Obstacles_to_Tourism_Sector_An_Evaluation_on_Eur) adresinden 01.01.2018 tarihinde erişildi.
- Ulusoy, G. (2013). *Karar Ağacı Analizi İle Ab Genişleme Kriterlerinin Değerlendirilmesi*, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Unur, K. (2000a). Turizm-Terörizm İlişkisi ve Türkiye Örneği, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:11, Eylül-Aralık, 167-177.

- Unur, K. (2000b). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 1-17.
- Usta, Ö. (1992). *Turizm*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. (2. Bas.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uysal, M., Hagan, L. (1993). *Motivations of Pleasure Travel and Tourism*. Khan, M., Olsen, M., & Var, T. (Ed.) *Encyclopedia of Hospitality and Tourism* (ss. 798-810). New York: Van Nostrand Reinhold.
- UNWTO (2013), *Sustainable Tourism for Development Guidebook: Enhancing Capacities for Sustainable Tourism for Development in Developing Countries*, First Edition.
- UNWTO, (2018). *Tourism Highlights 2018 Edition*. <http://marketintelligence.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2018> adresinden 24.09.2018 tarihinde erişildi.
- Ünal, B. A. (2007). *Türkiye'nin Avrupa Birliği Turizm Politikasına Uyumunu*, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Ünlüöner, K., Tayfun., A. ve Kılıçlar, A. (2011). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Ürger, S. (1992). *Genel Turizm Bilgisi*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Williams, P. ve J. S. P. Hobson (1995). Virtual Reality and Tourism: Fact or Fantasy? *Tourism Management*, 16(6), 423-427.
- WTO. (2002). *Enhancing The Economic Benefits of Tourism for Local Communities and Poverty Alleviation*. Spain: United Nations World Tourism Organization.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketim Sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Yarcan, Ş. (1998). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. (2. Bas.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Yarcan, Ş. (2007). Profesyonel Turist Rehberliğinde Mesleki Etik Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1),33-44.
- Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, Ç., Polat, S., ve Sarıışık, M. (2012). Politik krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma-Mısır turizmi. 1. *Doğu Akdeniz Sempozyumu*, 20-22.

- Yılmaz, B. S., Yılmaz, Ö. (2005). Terörizm Ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi Www.E-Sosder.Com*, 4(13), 39-58.
- Yiğit, M., İnaç, H., ve Güner, Ü. (2007). Genişleme, Mali Yardımı ve Ekonomik Büyüme Perspektiflerinden AB'nin İlk Dört Genişlemesinin Analizi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(2), 81-96.
- Zimmer, Z., Brayley, R. E. ve Searle, M. S. (1995). Whether to Go and Where to Go: Identification of Important Influences on Seniors' Decisions to Travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.
- Zortuk, M., ve Bayrak, S. (2013). Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye'nin Turizm Talebi. *Ekonometri ve İstatistik*. 19, 38-58.