



Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi
Kastamonu University Journal of Faculty of Economics and
Administrative Sciences

Haziran 2023 Cilt:25 Sayı:1
iibfdergi@kastamonu.edu.tr

Başvuru Tarihi / Received: 09.08.2022
Kabul Tarihi / Accepted: 20.06.2023
DOI: 10.21180/iibfdkastamonu.1159741

Ekonomik Büyüme, Turizm ve Ticari Açıklık İlişkisi: Türkiye Örneği

Barış ÜLKER¹

Öz

Turizm, Türkiye ekonomisi için en önemli sektörler arasında başı çekmektedir. 2020 itibarıyla tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınına kadar bu sektörden elde edilen gelirler toplam gayrisafi yurt içi hasılanın (GSYİH) %10'undan fazlasını oluştururken, Türkiye, dünyada en çok ziyaret edilen ilk 10 ülke arasında kalmaya devam etmiştir. Ayrıca, mal ve hizmetlerin toplam dış ticaretinin GSYİH'e oranı ile hesaplanan ticari açıklık oranı da ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ticari açıklığın ekonomide liberalleşmenin bir göstergesi olduğu göz önünde alındığında, yapılan birçok ampirik çalışma ticari açıklık oranındaki artışın ekonomik büyümeyi de beraberinde getirdiğini göstermektedir. Bu çalışmada 1995 – 2020 dönemine ait yıllık veriler kullanılarak, Türkiye için turizm sektörü ve ticari açıklık oranının kişi başına düşen GSYİH büyüme oranı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Otoregresif Dağıtılmış Gecikme (ARDL) Modeli kullanılarak yapılan eşbütünleşme analiz sonucunda hem turizmin hem de ticari açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki uzun dönemli etkisinin anlamlı ve pozitif olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra, yapılan Granger Nedensellik Analizi, turizmden ekonomik büyüme doğru tek yönlü, ekonomik büyümeden ticari açıklığa doğru tek yönlü, ticari açıklık ile turizm arasında ise iki yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Büyüme, Turizm, Ticari Açıklık

Jel Kodu: O40, Z30, F43

The Relationship Among Economic Growth, Tourism and Trade Openness: An Example of Türkiye

Abstract

Tourism is one of the leading sectors of the economy of Türkiye. It has contributed over 10% of the total Gross Domestic Product (GDP) and the country stayed among the top 10 most visited destinations of the world until the COVID-19 pandemic that affected the entire world starting from the beginning of 2020. Together with tourism, the ratio of trade openness, which is defined as the ratio of exports plus imports over GDP, including the tourism sector as well, also has an important effect on economic growth. As trade openness is considered an indicator of economic liberalization, several empirical studies show that an increase in this ratio brings economic growth along. In this study, annual data for 1995 – 2020 period is used and the effects of the total number of international visitors as an indicator of tourism sector growth and the ratio of trade openness on the GDP per capita as an indicator of economic growth for Türkiye. Autoregressive Lag Distribution (ARDL) model is employed for the cointegration analysis and the results reveal that both tourism and trade openness have a positive effect on economic growth in the long run. Granger Causality Analysis also shows that there is a unilateral relationship between tourism an economic growth, a unilateral relationship between economic growth and trade openness and a bilateral relationship between trade openness and tourism.

Keywords: Economic Growth, Tourism, Trade Openness

Jel Codes: O40, Z30, F43

¹ Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Dr. Öğr. Üyesi, Dicle Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Diyarbakır, Türkiye. E-posta: baris.ulker@outlook.com Orcid no: 0000-0002-6860-8210

Extended Abstract

Introduction

Growth has always been the main target of economic policies and from this aspect, the tourism sector has an increasing importance for many countries in the world. The primary benefits obtained from the tourism sector are the creation of new job opportunities and income sources. By creating these factors, tourism also encourages the private sectors for new investments and the governments to the infrastructure construction (Jalil, Mahmood & Idrees, 2013:185). The contribution of the tourism sector to economic growth is also explained by the tourism-led growth hypothesis (TLGH) which is derived from the export-led growth hypothesis (ELGH). Tourism is a foreign exchange source, so these can be used to import capital goods (McKinnon, 1964). In addition, as the tourism sector grows, the competition both in abroad and domestic increases and it increases the efficiency (Krueger, 1980:290). Lastly, the tourism sector generates an economics scale which is also an important element of TLGH (Shi & Smyth, 2012:4356).

Trade openness, which is a ratio calculated by dividing exports plus imports by gross domestic product (GDP), has also been an important factor affecting economic growth. Several studies show that trade openness has the potential to enhance economic growth as it provides access to goods and services, increases resource allocation efficiency and improves productivity of the total factor through diffusion of technology and dissemination of knowledge (Keho, 2017:2). The increase of the trade openness it is also evaluated as a sign of trade liberalization. The theory suggests that trade flows, so trade openness and growth are positively associated, but the empirical studies offer mixed results (Yanikkaya, 2003:58).

Tourism and trade openness factors are related to each other as much as they're related to economic growth. The connection between tourism and international trade as the main component of trade openness is mostly based on general theories. Firstly, tourism strengthens the international trade network effect which eventually decreases international transaction costs and promotes tourism and travel between two countries (Leitão, 2010:65). Secondly, awareness increase of an imported product and its origin country is another benefit acquired from international trade. This interest and awareness also stimulate tourism travel flows (Kulendran & Wilson, 2000:1001). Besides these effects, the import and export numbers that are used for the calculation of trade openness also include international services trade. Tourism is also considered a service export and the causality relationship between this sector and trade openness is also consistent theoretically.

Method

In this study, a yearly dataset is used for Türkiye covering the 1995 – 2020 period. The dependent variable is GDP per capita (2015 constant) and it is obtained from the World Bank Database. The first independent variable is the number of outbound visitors, which is used as the measure of the size of the tourism sector. This data shows the number of international tourists visiting the country. It is obtained from TURKSTAT. The second independent variable is the trade openness of Türkiye and it is obtained from the World Bank Database as well. All the series are normalized as their natural logarithms are taken. The normalized GDP per capita series is denoted as LGDPPC, the outbound tourist numbers series is denoted as LTOUR and the trade openness series is denoted as LTROP. Firstly, unit-roots of the series are tested with the ADF Unit Root test. Secondly, ARDL Bounds Test is used to determine the cointegration relationship among the series. After the application of the cointegration test, Granger Causality Test is applied to series to figure out the causality relationship among the economic growth, tourism sector and trade openness.

Result and Discussion

Firstly, the ADF Unit Root test is applied to the series. According to the test results, all three of the LGDPPC, LTOUR and LTROP series are stationary at their first differences, so they are I(0). T-statistics values are significant at a 1% level for LGDPPC and LTOUR and at a 10% level for LTROP. So, the ARDL Bounds test is suitable for cointegration analysis.

Before the application of the ARDL test, heteroscedasticity, histogram – normality and serial correlation of the series are tested and all of them passed these diagnostic tests. Before the ARDL Bounds test, lag lengths should be determined and the lowest critical value for the maximum lag length is found as 2 for all criteria. ARDL Bounds test shows that F – statistics value is higher than I(1) bound at a 5% significance level and it proves that there is a cointegration relationship among the variables. The model is determined as ARDL (2, 2, 0). The test of the model shows that the cointegration relationship is available in both the short and long term. The coefficient of error correction term is -0.34. So 34% of the short-term deviations can be corrected for the next term as in the long-term balance. All the deviations go back to the long-term balance in around 3 years. The equation of the model is below according to the results:

$$LGDPPC = 1.624 + 0.28 * LTOUR + 0.69 * LTROP$$

The equation shows that the cointegration relationship between the independent and dependent variables is positive. In the long term, a 1% increase in outbound visitor numbers increases GDP per capita by 0.28% and a 1% increase in trade openness increases GDP per capita by 0.69% for Türkiye.

Lastly, the Granger Causality test is applied to the series to determine the causality relationship and its direction if it exists. The results show a unilateral causality relationship between LTOUR and LGDPPC. There is also a unilateral causality relationship from LGDPPC to LTROP. There is also a bilateral causality relationship between LTOUR and LTROP.

The analysis of this study supports the results of the existing studies and reveals that there is a relationship between economic growth, tourism and trade openness. The ARDL Bounds test shows a short- and long-term cointegration relationship. Both the tourism sector and economic liberalization have a positive effect on Türkiye's economic growth. Granger Causality analysis shows that the expansion of the tourism sector increases economic growth, whereas trade liberalization increases as Türkiye's economy grows. The bilateral causality relationship between tourism and trade openness indicates that as Türkiye's economy becomes more liberal, the tourism sector expands and as more international tourists visit the country, liberalization of the country improves. According to these results, in Türkiye's long-term development plans, the investments that support both increases in trade liberalization and the development of tourism sectors should be promoted in the scope of stable growth strategies.

GİRİŞ

Büyüme ekonomi politikalarının her zaman öncelikli hedefleri arasında yer almıştır. Turizm sektörü de birçok ülkenin büyüme politikaları içinde giderek artan bir önem taşımaktadır. Bu sektörden elde edilen öncelikli faydalar ise yeni iş imkânlarının ve gelir kaynaklarının yaratılmasında rol oynamasıdır. Söz konusu faktörlerin yaratılmasını sağlayan turizm, özel sektörün yeni tesisler inşa etmesini sağlamakla birlikte kamu sektörünü altyapıyı güçlendirecek yatırımlar yapması hususunda da teşvik etmektedir (Jalil, Mahmood & Idrees, 2013:185). Bu etkileri göz önünde bulundurulduğunda turizmin, makroekonomik boyutta ekonomik büyüme için önemli bir faktör olduğu ortaya çıkmaktadır (Agaraj & Murati, 2009:83). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye olan katkısı aynı zamanda “İhracata Dayalı Büyüme Hipotezi” (*Export Led Growth Hypothesis – ELGH*)’den türetilmiş olan “Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi” (*Tourism Led Growth Hypothesis – TLGH*) tarafından da açıklanmaktadır. TLGH’ye göre turizm sektörü ekonomik büyümeye farklı kanallardan katkı sağlamaktadır. En önemli katkısı ise ülke için döviz kaynağı olmasıdır. Elde edilen dövizin mal ve hizmet üretimi için zorunlu olan maddelerin ithalatı için kullanılması en nihayetinde ekonomik büyümeyi de beraberinde getirecektir (McKinnon, 1964). Bu durum, yurt içinde mevcut olmayan hammaddelerin ve ülkede var olan teknoloji ile üretimi imkânsız makine ve teçhizatın ithal edilmesi ile ortaya çıkmaktadır. Katma değeri yüksek mamul mal ve hizmetlerin üretimi için gerekli olan hammaddelerin, makinelerin ve teçhizatın ithal edilmesi ile beraber üretim miktarı artar. Üretim miktarındaki artış hem yurt içindeki tüketimin hem de ihracatın artmasını sağlar. Bu iki faktörün artması, ekonomik büyümeyi direkt olarak olumlu yönde etkileyecektir. Ayrıca, turizm sektörünün büyümesi hem yurt içinde hem de yurt dışında rekabete neden olarak verimliliği artırmaktadır (Krueger, 1980:290). Söz konusu verimlilik artışı özellikle monopolistik ve oligopolistik piyasalarda kendisini göstermektedir. Turizm sektöründen elde edilen kazançların artışı, hem yurt içinde daha fazla girişimcinin turizm piyasasına girmesine neden olacak, hem de diğer ülkelerin turizm gelirlerini artırmak adına sektöre daha fazla yatırım yapmasını tetikleyecektir. Sektördeki arz artışı, piyasanın monopolistik ve oligopolistik yapısının değişmesine öncülük edecektir. Rekabet artışı ile beraber azalan kârlılıklar turizm yatırımcılarını, kaynakları daha etkin olarak kullanarak ziyaretçilerin daha iyi bir tatil deneyimi yaşamasını sağlamak zorunda bırakacaktır. Bu süreç ise sektördeki verimliliğin artışı ile sonuçlanacaktır. Son olarak turizm, TLGH’nin önemli bir bileşeni olan ölçek ekonomisinin yaratılmasında da önemli bir rol oynayarak ekonomik büyümeyi desteklemektedir (Shi & Smyth, 2011:4356). Gelişen piyasalarda uluslararası turizm giderek daha karmaşık bir hale gelerek, uluslararası turizm hizmeti veren firmaların daha fazla uzmanlaşmasına yol açmaktadır. Ülkede turizm sektörü geliştikçe, büyük zincir şirketler, küçük işletmeleri bünyesine katmaktadır. Söz konusu şirketler, ürün ve hizmetleri daha fazla miktarda üreterek maliyet avantajı elde etmektedir. Bu durum turizm sektöründe, özellikle konaklama, yiyecek – içecek ve diğer servisler için ölçek ekonomisinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Weng & Wang, 2004:768).

Ekonomik büyümeyi etkileyen bir diğer önemli faktör ise ticari açıklıktır. Ticari açıklık, ihracat ve ithalatın toplamının GSYİH’e bölünmesi ile hesaplanan bir orandır. Birçok çalışma ticari açıklığın, mal ve hizmetlere erişim sağlanmasına, kaynak dağılımı etkinliğini artırılmasına ve teknoloji ve bilginin yayılması vasıtasıyla toplam faktör verimliliğini iyileştirilmesine vesile olduğu için ekonomik büyümeyi artırdığını göstermektedir (Keho, 2017:2). Ayrıca, ticari açıklık oranının ihracat ve ithalatın artışı ile arttığı göz önünde bulundurulduğunda, ekonomik liberalleşmenin de bir göstergesi olduğu ifade edilebilir. Fakat ticari açıklık ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki hakkında genel ve kesin bir sonuca varmak

mümkün değildir. Genel teori ticaret akımları ve büyümenin pozitif olarak ilişkilendirdiğini gösterse de ampirik çalışmalar farklı sonuçlar ortaya koymuştur (Yanıkkaya, 2003:58). Özellikle az gelişmiş ülkelerde, ithalatın ihracattan daha hızlı büyümesi durumunda, ticari açıklığın artmasına rağmen bu durumun ekonomik büyüme üzerinde olumsuz etkilerinin ortaya çıkması söz konusu olabilmektedir.

Turizm sektörü ve ticari açıklık faktörleri, ekonomik büyüme ile ilişkili olduğu kadar, birbirleri ile de yakından ilişkilidirler. Turizm ile ticari açıklığın ana bileşenini oluşturan uluslararası ticaret arasındaki bağlantının açıklanması ise genel teorilere dayandırılmaktadır. Öncelikle, uluslararası ticaret ağ etkisinin güçlenmesini sağlar. Bu durum uluslararası işlem maliyetlerini düşürür ve beraberinde ticaret yapan iki ülke arasında seyahat ve turizmi teşvik eder (Leitão, 2010:65). Uluslararası ticaret ayrıca tüketicilerin dikkatini çekerek kişilerin hem ürünler hem de ürünlerin menşe ülkeleri konusunda farkındalık sahibi olmalarını sağlar. Bu ilgi ve farkındalık da en nihayetinde tatil amaçlı seyahat akımlarının artışına yol açar (Kulendran & Wilson, 2000:1001). Bunların yanı sıra, ticari açıklık oranının hesaplanmasında kullanılan dış ticaret rakamlarının içinde hem mal hem de hizmet ihracat ve ithalatı da yer almaktadır. Uluslararası turizmin bir hizmet ihracatı ve ithalatı türü olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu sektördeki büyümeler veya küçülmeler ile ticari açıklık arasında bir nedensellik ilişkisinin olması teorik açıdan da tutarlı görünmektedir.

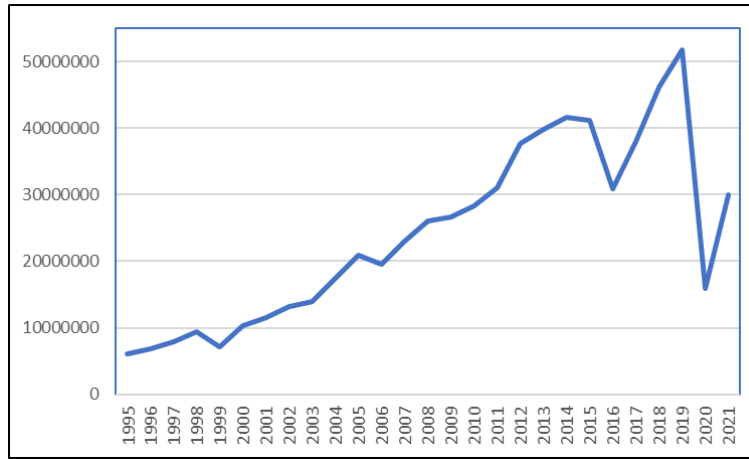
Ekonomik büyümenin bağımlı değişken olarak ele alındığı bu çalışmada hem turizm sektörü ve ticari açıklığın Türkiye'nin büyümesi üzerindeki etkileri analiz edilecek hem de bu üç değişken arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılacaktır. Literatürdeki çalışmalar genellikle turizmi tek bağımsız değişken olarak ele alıp, sektörün GYSİH büyüme oranı üzerindeki etkisini analiz etmektedir. Bu çalışmada ise liberalleşmenin önemli bir göstergesi olan ticari açıklık oranı da bağımsız bir değişken olarak modele dâhil edilmiştir. Böylelikle bağımlı değişken olan GSYİH büyüme oranını etkileyen faktörler daha güçlü bir şekilde ele alınmaktadır. Bu çalışmada elde edilen sonuçlar, gelecekte benzer konuda yapılacak olan çalışmalar için de önemli bir referans niteliği taşıyacaktır.

1. TÜRKİYE'DE TURİZM VE TİCARİ AÇIKLIK

1.1. Türkiye'de Turizm Sektörü

Turizm Türkiye'de özellikle 1980'li yıllardan itibaren döviz kaynağı sağlayan sektörler arasında başı çekmektedir. Ekonominin istikrara kavuşturulması için 24 Ocak 1980 tarihinde açıklanan ve "24 Ocak Kararları" olarak bilinen programda, turizm öncelikli sektörler arasında yer almıştır. Bu kararlar kapsamında ülkeye döviz getirecek sektörler üzerinde yoğunlaşıldığı için turizm de kalkınmada öncü sektörler arasına girmiş, yine 1980'de yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kararı, 1982'de yürürlüğe giren Turizm Teşvik Kanunu gibi karar ve kanunlar ile sektörün önemli ölçüde ilerlemesi sağlanmıştır (Soyak, 2009:65). Devletin sektöre verdiği önem ve destek etkisini hızlıca göstermiştir. 1980'de Türkiye'yi ziyaret eden uluslararası ziyaretçi sayısı 1,1 milyon kişi iken bu rakam 1989'da 4,5 milyon kişiye ulaşmış, ayrıca turizmden elde edilen gelir 1980'de 326,6 milyon ABD doları iken 1989 yılında 2,55 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 2000'li yıllardan itibaren sektörün büyümesi daha da hızlanmış, 2001'de gelen uluslararası ziyaretçi sayısı 10,4 milyon kişi, turizmden elde edilen toplam gelir 10,45 milyar ABD doları olmuştur. 2010'da ise ülkeyi 28,6 milyon yabancı ziyaret etmiş ve turizmden elde edilen gelir 24,9 milyar ABD dolarına ulaşmıştır (TÜİK, 2014:429-430).

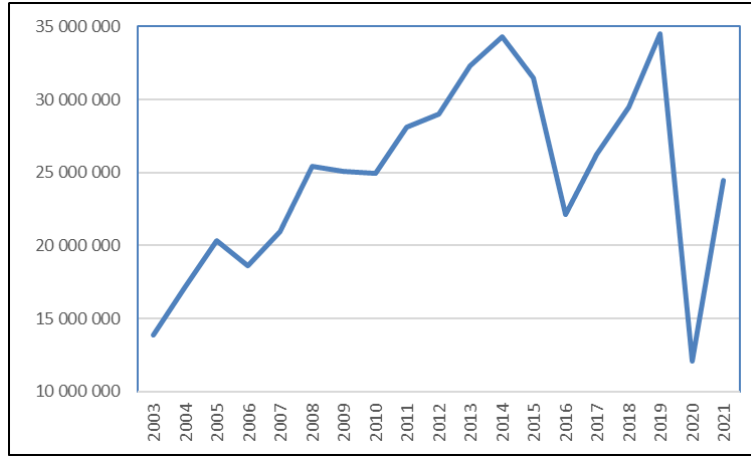
2019'un sonunda ilk defa Çin'de tespit edilen ve 2020'nin başı itibariyle tüm dünyada etkisini gösteren COVID-19 hastalığının, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 tarihinde küresel bir salgın haline geldiği duyurulmuştur. Salgının duyurulmasını ise birçok yasaklar ve kısıtlamalar izlemiştir. Türkiye'de turizm sektörü küresel salgından dolayı getirilen yasak ve kısıtlamalardan oldukça şiddetli bir biçimde etkilenmiştir. Krizin öncelikli etkisi ülkeye gelen yabancı ziyaretçi sayısında kendisini göstermiştir. 2019'da ülkeye gelen ziyaretçi sayısı 51,74 milyon kişi iken, bu sayı 2020'de %69 oranında azalarak 15,97 milyon kişiye düşmüştür. Aylık bazda en büyük düşüş salgının açıklanmasını izleyen Nisan 2020 ve Mayıs 2020'de gerçekleşmiş, 2019'un aynı aylarına göre toplam ziyaretçi sayısı tam %99 oranında azalma göstermiştir. 2021'de ise gelen ziyaretçi sayıları tekrar hızla artmaya başlamış ve toplam 30,03 milyon kişiye ulaşmıştır. Söz konusu rakam 2020'ye göre %88 fazla olmasına rağmen 2019'daki toplam ziyaretçi sayısının %42 altında gerçekleşmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).



Grafik 1: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022.

2020'de salgının başlaması ve Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısının azalmasına paralel olarak turizm gelirlerinde de çok ciddi bir düşüş meydana gelmiştir. 2019'da ülkenin toplam turizm geliri 34,52 milyar ABD doları iken bu rakam 2020'de %65 oranında azalarak 12,06 milyar ABD dolarına gerilemiştir. 2020'nin Nisan, Mayıs ve Haziran aylarında turizm geliri hesaplanamamıştır. 2021 itibariyle turizm gelirleri tekrar artmaya başlamış, 24,48 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Bu rakam 2020'ye göre %103 daha fazla olmasına rağmen, 2019'da elde edilen turizm gelirlerinin hala %29 gerisinde seyretmektedir (TÜİK, 2022).



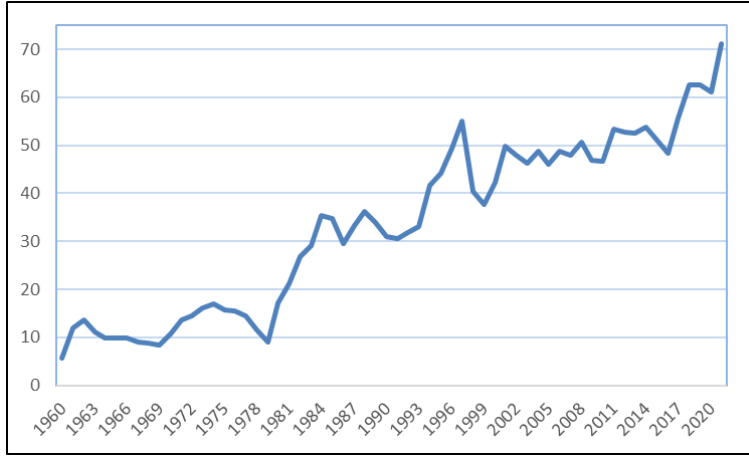
Grafik 2: Türkiye'nin Çıkış Yapan Ziyaretçilerden Elde Ettiği Turizm Geliri (ABD doları cinsinden)

Kaynak: TÜİK, 2022.

1.2. Türkiye'de Ticari Açıklık

Uluslararası ekonomide liberalleşmenin bir göstergesi olarak değerlendirilen ve kimi ülkelerin ekonomik büyümesinde anlamlı etkilerinin olduğu düşünülen ticari açıklık, uluslararası ticaret politikalarının tanımlanması ve yönlendirilmesi hususunda önemli bir değişkendir. Bunun en temel nedeni, özellikle kalkınmakta olan ülkeler için ihracat genişlemesinin temel bir etken olarak görülmesi ve günümüzün gelişmiş ülkelerinin büyüme süreçlerinde ihracatın önemli katkılarına olduğunun tespit edilmesidir (Dar & Amirkhalkhali, 2003:1761). Bu sebeplerden dolayı ticari açıklık kritik bir faktör olarak ele alınmaktadır.

Türkiye'nin ticari açıklığı dalgalı da olsa yukarı yönlü bir trende sahiptir. 1960'da sadece %5,92 olan ticari açıklık, 1980'de %17,09'a çıkmıştır. 24 Ocak 1980 kararları kapsamında uygulanan dışa açılma politikaları işe yaradığı 1988'de bu oran %36,2'ye ulaşmıştır. 1997'de ticari açıklık %54,97 olmuştur. Ancak 1997 Güney Doğu Asya ve 1998 Rusya krizleri Türkiye'nin ekonomisini ciddi bir şekilde etkilemiştir (Güloğlu & Altınoğlu, 2002:126). 1998'de ticari açıklık %40,39'a düşmüş, 17 Ağustos 1997'deki Marmara Depreminin etkisi ile ise %37,66'ya kadar gerilemiştir. Bundan sonraki yıllarda tekrar istikrarlı olarak yükselmeye başlamış, küresel krizden dolayı 2008'de %50,54'ten 2009'da %46,78'e kadar gerilese de 2019'da tekrar %62,61'e ulaşmıştır. 2020'de başlayan COVID-19 salgınına rağmen Türkiye'nin ticari açıklığı Dünya'da olduğu kadar hızlı düşmemiş, sadece %61,14'e gerilemiştir (World Bank, 2022).



Grafik 4: Türkiye'nin Ticari Açıklık Oranı (%)

Kaynak: World Bank, 2022.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm sektörü ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki, çok uzun zamandır incelenmekte ve literatürde oldukça kapsamlı olarak yer almaktadır. Genel olarak turizm ile büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunsa da farklı veri setleri ve yöntemler ile farklı sonuçlara ulaşılan çalışmalar da mevcuttur. Ticari açıklık ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki üzerine yapılmış çeşitli çalışmalar da mevcuttur. Ancak ticari açıklığın ekonomik büyümeyi her zaman pozitif olarak etkilediği tespitinde bulunmak mümkün değildir. Özellikle az gelişmiş, hammaddede dışa bağımlı ülkelerde ticari açıklık artışının temeli ihracattaki değil, ithalattaki artışa dayandığı için, bu ülkelerde bazılarında ticari açıklık artışının ekonomik büyümeyi olumsuz olarak etkilediği ampirik çalışmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Ekonomik büyüme ile birebir bağlantılı faktörler olan turizm sektörünün ve ticari açıklığın aynı anda ele alındığı çalışmaların sayısının ise bunları ayrı ayrı ele alan çalışmaların sayısından çok daha az olduğu görülmektedir.

Katircioğlu (2009) tarafından yapılan çalışmada Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti için turizm, ticari açıklık ve büyüme ilişkisi araştırılmıştır. 1977 – 2004 dönemini kapsayan, Johansen ve Juselius eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri kullanılarak yapılan çalışma sonucunda kısa dönemde yabancı gelen turist sayısından ticari açıklığa doğru tek yönlü bir ilişki olduğu ancak diğer değişkenler arasında herhangi bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Lee (2012) tarafından yapılan çalışmada Singapur için ihracat, ithalat, uluslararası turizm ve büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. 1980 – 2007 dönemini kapsayan veriler ile Granger nedensellik testinin kullanıldığı çalışma sonucunda kısa dönemde uluslararası gelen turist sayısının ve ihracatın, uzun dönemde ise bunlara ilave olarak ithalatın da büyümeyi olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Jalil, Mahmood ve Idrees (2013) tarafından yapılan çalışmada, Pakistan için uluslararası ticari açıklık değişkeni de kullanılarak turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki araştırılmıştır. 1972 – 2011 dönemini kapsayan ve ARDL yöntemi kullanılarak yapılan çalışma sonucunda hem uluslararası turizm gelirlerinin hem de ticari açıklık oranının Pakistan'ın ekonomik büyümesini pozitif etkilediği sonucuna varılmıştır.

Habibi ve Ahmadzadeh (2015) tarafından yapılan çalışmada Malezya için turizm kalkınması, ticari açıklık ve ekonomik

büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. 1980Q1 – 2013Q4 dönemini kapsayan ve ARDL yöntemi kullanılarak yapılan çalışma sonucunda hem kısa dönemde hem uzun dönemde, gelen turist sayısı ve ticari açıklık değişkenlerinin her ikisinin de ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Tandoğan ve Genç (2016) tarafından yapılan çalışmada Türkiye için turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişki incelenmiştir. 1980 – 2013 dönemini kapsayan verilere Todo ve Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda turizm ve ticari açıklık arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Terzi ve Tütüncü (2017) tarafından yapılan çalışmada Türkiye için turizm gelirleri ve dışa açıklık arasındaki ilişki incelenmiştir. 1985 – 2014 dönemi verileri kullanılarak yapılan çalışmada S-VAR, TY-VAR ve DL-VAR nedensellik yöntemleri kullanılmıştır. Analizler sonucunda dışa açıklıktan turizm gelirlerine doğru pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Manga ve Ballı (2019) tarafından yapılan çalışmada Türkiye için turizm, ekonomik büyüme, ticari açıklık ve finansal gelişme arasındaki ilişki incelenmiştir. 1963 – 2016 dönemini kapsayan verilerin kullanılarak ARDL yöntemi ile yapılan çalışmada hem ticari açıklık hem de turist sayısından GSYİH'e doğru pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

Adamopoulos ve Thalassinou (2020) tarafından yapılan çalışmada G-6 ülkeleri için ekonomik büyüme, tüketim yatırım, ticari açıklık ve gelen turist sayısı arasındaki ilişki araştırılmıştır. 1995 – 2017 dönemi kapsayan verilerle Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak yapılan analiz sonucunda hem turizm kalkınması hem de ticari açıklığın ekonomik büyümeyi pozitif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Pata (2020) tarafından yapılan çalışmada turizm, finansal gelişme, ticari açıklık ve sermaye stokunun Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkileri incelenmiştir. 1965 – 2017 yıllarını kapsayan verilerin kullanılarak ARDL yöntemi ile yapılan çalışma sonucunda kısa dönemde ekonomik büyümeyi gelen turist sayısındaki artışın olumlu, ticari açıklık artışının olumsuz etkilediği, uzun dönemde ise her ikisinin de ekonomik büyümeyi olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Durmuş, Şahin ve Beşcanlar (2021) tarafından yapılan çalışmada turizm gelirleri, doğrudan yabancı yatırımlar ve ticari açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki etkileri, 14 farklı ülke için incelenmiştir. 1995 – 2019 yıllarını kapsayan verilerin Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM) ile analiz edildiği çalışma sonucunda hem turizm gelirlerinin hem de ticari açıklığın ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu sonucuna varılmıştır.

İspiroğlu (2022) tarafından yapılan çalışmada 18 yükselen piyasa ekonomisi için ticari dışa açıklığın ekonomik büyüme üzerindeki etkileri incelenmiştir. 1992 – 2015 dönemini kapsayan çalışmada yöntem olarak panel veri analizi kullanılmış, değişken olarak ele alınan ticari dışa açıklık, doğrudan yabancı yatırımlar ve gayri safi sabit sermaye yatırımlarının tümünün ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yenipazarlı, Cambazoğlu ve Begeç (2022) tarafından yapılan çalışmada BRICS ülkeleri için ticari açıklık ve ekonomik büyüme arasında herhangi bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. 1996 – 2020 dönemini kapsayan çalışmada yöntem olarak panel veri analizi kullanılmıştır. Çalışma sonucunda dışa açıklık oranının ekonomik büyüme üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Genel olarak ele alındığında, yapılan çalışmalar hem turizm sektörünün hem de ticari açıklığın ekonomik büyümeyi pozitif olarak etkilediğini ortaya çıkarmıştır.

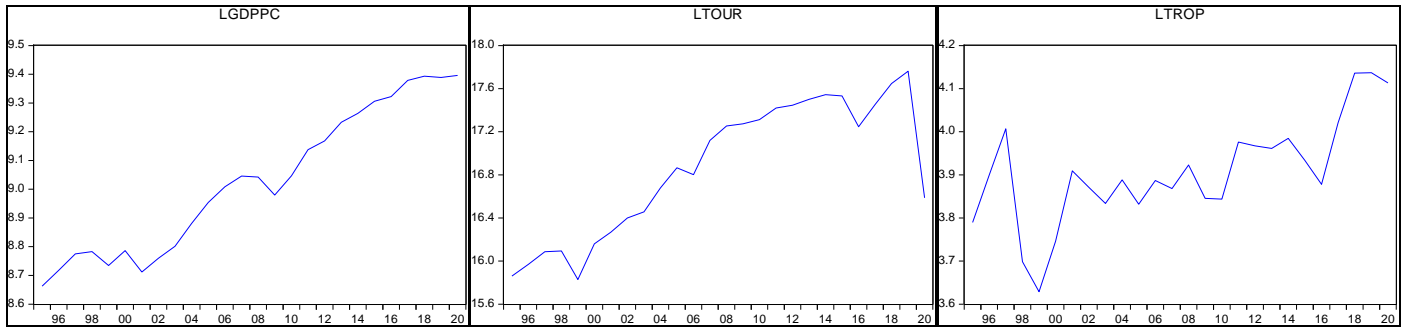
3. VERİLER VE METODOLOJİ

3.1. Veri Seti ve Model

Bu çalışmada 1995 – 2020 dönemini kapsayan yıllık veri seti kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak ABD doları cinsinden ve 2015 yılı sabit olacak şekilde Türkiye'nin kişi başına düşen GSYİH verisi kullanılmıştır. Bu veri Dünya Bankası veri tabanından alınmıştır. İlk bağımsız değişken olan turizm için, sektörün büyüklüğünün bir göstergesi olarak, Türkiye'den çıkış yapan ziyaretçi sayısı kullanılmıştır. Söz konusu veri ülkeyi ziyaret eden uluslararası turist sayısını göstermektedir. Bu veri Türkiye İstatistik Kurumu veri tabanından alınmıştır. İkinci bağımsız değişken olarak kullanılan Türkiye'nin ticari açıklık verisi ise Dünya Bankası veri tabanından elde edilmiştir. Tüm veriler doğal logaritmaları alınarak normalize edilmişlerdir. Analizde normalize edilmiş kişi başına düşen GSYİH verisi $LGDP_{PC}$, çıkış yapan ziyaretçi sayısı $LTOUR$, ticari açıklık ise $LTROP$ olarak gösterilmiştir. Bu veriler kullanılarak oluşturulan tahmin edilebilir model aşağıdaki şekildedir:

$$LGDP_{PC_t} = \alpha + \beta_1 LTOUR_t + \beta_2 LTROP + \varepsilon_t$$

Verilere ait grafikler ise aşağıdaki gibidir:



Grafik 5: 1995 – 2020 Dönemi İçin Türkiye'ye Ait Kişi Başına Düşen GSYİH, Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı ve Ticari Açıklık Oranı Verilerinin Doğal Logaritmaları

Kaynak: World Bank, 2022; TÜİK, 2022

3.2. Metodoloji

Çalışmanın ekonometrik analiz kısmında öncelikle verilerin durağanlığının saptanabilmesi için Genişletilmiş (*Augmented*) Dickey – Fuller (*ADF*) birim kök testi kullanılmıştır. Sonrasında ise Otoregresif Dağıtılmış Gecikme (*Autoregressive Distributed Lag - ARDL*) Sınır Testi modeli kullanılarak veriler arasındaki kısa ve uzun dönemli eşbütünlük ilişkilerinin varlığı araştırılmıştır. Son olarak ise Granger Nedensellik Analizi testi ile mevcut eşbütünlük ilişkileri arasındaki nedensellik ilişkisinin yönü saptanmıştır.

3.2.1. Genişletilmiş Dickey – Fuller (*ADF*) Testi

Durağanlığın saptanabilmesi adına birim kök testi için *ADF* testi için kurulan modelin aşağıdaki stokastik süreci izlemesi gerekmektedir:

$$Y_t = pY_{t-1} + \varepsilon_t, \quad -1 \leq p \leq 1$$

Yukarıdaki modelin hesaplanması ve p değerinin 1 olarak bulunması durumunda verilerin birim köke, pür rassal yürüyüşe sahip oldukları ve durağan olmadıkları sonucuna varılır (Sevüktekin & Çınar, 2014:326). Eğer $|p| < 1$ ise, bu durumda Y_t durağandır. Dickey ve Fuller tarafından geliştirilen bu test, Y_{t-1} değerinin 0 olup olmadığını amaçlamaktadır. Bu teste göre, sıfır hipotezi $H_0: \delta = 0$ (veya $\rho = 1$, çünkü $\delta = \rho - 1$) olarak belirlenmiştir ve t değeri Y_t katsayısı için τ (tau) istatistiğini izlemektedir.

Dickey – Fuller testi, ε_t hata teriminin korele olmadığını varsayar ancak bazı durumlarda ε_t koreledir. Dickey ve Fuller bu problemi çözmek için standart DF testini ΔY_t bağımlı değişkenine gecikmeli değerler ekleyerek çözmüşlerdir. ADF olarak bilinen bu test tarafından test edilen regresyon modeli ise aşağıdaki gibidir (Sevüktekin & Çınar, 2014:337):

$$\Delta Y_t = \mu + \beta_t + \delta Y_{t-1} + \sum_{j=1}^p \delta_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t$$

Yukarıdaki regresyonda ε_t white noise hata terimini göstermektedir. Burada gecikmeli birim değerleri hesaplanarak korelasyon ortadan kaldırılır ve söz konusu değerler hata terimine eklenir. DF testi asimptotik dağılım izlediği için ADF testi de benzer bir şekilde $H_0: \alpha_i = 0$ sıfır hipotezine dayanmaktadır.

3.2.2. Otoregresif Dağıtılmış Gecikme (ARDL) Sınır Testi Modeli

Eşbütünleşme testleri, zaman serileri analizlerinde veriler arasında uzun veya kısa dönemli bir ilişki olup olmadığının saptanması için kullanılmaktadır. Normalde bu testlerin uygulanabilmesi için tüm verilerin durağan olması gerekmektedir ancak seriler ayrı ayrı durağan olmasalar da grup halinde iken durağan bir süreç oluşturuyorlarsa eşbütünleşme testlerinin uygulanması mümkün hale gelir (Bozkurt, 2007:109).

Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından geliştirilen ARDL testi durağanlık düzeylerine bakılmaksızın eşbütünleşme testinin uygulanabileceği en uygun modellerden biridir. Değişkenlerin gecikmeli değerlerinin dikkate alınmadığı durumda bu test daha iyi sonuçlar vermektedir (Sevüktekin & Çınar, 2014:576). Testin modeli ise aşağıdaki şekildedir:

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^m b_j \Delta Y_{t-j} + \sum_{j=1}^m c_j \Delta X_{t-j} + d_1 Y_{t-1} + d_2 Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

Bu modelde Δ fark operatörünü, ε_t sıfır ortalamalı ve sonlu kovaryans matrisli bağımsız rassal hataları, α_0 sabit terimi, b_i ve c_i gecikmeli terimleri, d_1 ve d_2 ise eşbütünleşme terimlerini göstermektedir. Modelde bir veya birden fazla eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığının belirlenebilmesi için Sınır F-Testi kullanılmaktadır (Jenkins & Katırcıoğlu, 2010:1701-1705). Uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin analizi için kullanılan model aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^m a_{1j} \Delta Y_{t-j} + \sum_{j=1}^m a_{2j} \Delta X_{t-j} + \varepsilon_t$$

ARDL Sınır testinin sonuçlarının değerlendirilmesi için aşağıdaki üç koşulun kontrollerinin sağlanması gerekmektedir:

- F – İstatistik Değeri < I(0) sınırı \rightarrow Eşbütünleşme ilişkisi mevcut değildir.

- $F - \text{İstatistik Değeri} > I(1)$ sınırı \rightarrow Eşbütünleşme ilişkisi mevcuttur.
- $I(0) < F - \text{İstatistik Değeri} < I(1)$ sınırı \rightarrow Eşbütünleşme ilişkisinin varlığı belirsizdir.

3.2.3. Granger Nedensellik Testi

Granger tarafından 1969'da ve Sims tarafından 1972'de, değişkenler arasındaki ilişkinin varlığının tespit edilebilmesi adına nedensellik ilişkileri araştırılmıştır. Bir modelde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerinin yönünün belirlendiği teste ise Granger Nedensellik Testi adı verilmektedir. Bu test ile farklı değişkenler arasındaki tek veya iki yönlü ilişkinin olup olmadığı araştırılmaktadır (Bozkurt, 2007:91). Söz konusu analiz X ve Y değişkenleri için aşağıdaki regresyonların tahmin edilmesi ile gerçekleştirilmektedir:

$$Y_t = \sum_{i=1}^m \alpha_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^m \beta_j Y_{t-j} + \varepsilon_{1t}$$

$$X_t = \sum_{i=1}^m \lambda_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^m \delta_j Y_{t-j} + \varepsilon_{2t}$$

Yukarıda yer alan regresyonlardaki ε_{1t} ve ε_{2t} hata terimleri arasında korelasyon olmadığı varsayılmaktadır. Söz konusu modelde iki değişken olduğu varsayıldığı için nedensellik ilişkisi çift yönlü olarak ele alınmaktadır. Değişken sayısının ikiden fazla olduğu durumlarda ise Vektör Otoregresyon (VAR) modeli ile test yapılmaktadır (Gujarati, 2004:849).

4. ANALİZ SONUÇLARI VE BULGULAR

4.1. ADF Testi Sonucu

Aşağıdaki tabloda analiz verilerine uygulanmış olan ADF birim kök testinin sonuçları yer almaktadır:

Tablo 1: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Seri	LGDPPC		LTOUR		LTROP	
	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)	I(0)	I(1)
T-İstatistiği Değeri	-0.3755	-4.4522*	-1.7095	-2.899*	-1.9287	-6.0156*

Not: Test için Schwarz Bilgi Kriteri kullanılmıştır ve maksimum gecikme uzunluğu 5 olarak belirlenmiştir. * %1 düzeyinde, ** %10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Yukarıdaki test sonucuna göre LGDPPC, LTOUR ve LTROP verilerinin tümünün I(1) düzeyinde durağan oldukları görülmektedir. T-İstatistiği değerleri LGGDPPC ve LTOUR için %1, LTROP için ise %10 düzeyinde anlamlıdır. Test sonucuna göre veriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin araştırılması için ARDL Sınır Testinin kullanılması uygundur.

4.2. ARDL Sınır Testi Sonucu

ARDL testinin uygulanmasından önce verilere heteroskedastisite, histogram – normalite ve seri korelasyon testleri uygulanmış, serilerin tümü diagnostik testlerden geçmiştir. Bunun yanı sıra, testin eşbütünleşme testinin uygulanmasından önce maksimum gecikme uzunluklarının belirlenmesi gerekmektedir. Test sonucu aşağıda yer almaktadır:

Tablo 2: Maksimum Gecikme Uzunlukları

Gecikme Uzunluğu	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	NA	3.52e-05	-1.739778	-1.590999	-1.704730
1	75.79317	1.20e-06	-5.132328	-4.537214	-4.992137
2	24.42117*	5.65e-07*	-5.942224*	-4.900774*	-5.696890*
3	6.470138	8.64e-07	-5.663220	-4.175435	-5.312743
4	6.566609	1.29e-06	-5.574662	-3.640541	-5.119041

Not: * maksimum gecikme uzunluğunu gösteren en düşük kritik değeri belirtmektedir.

Test sonucuna göre tüm bilgi kriterlerinin en düşük kritik değerleri 2. gecikme uzunluğundadır. Buna göre maksimum gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir.

Değişkenlere uygulanan ARDL Sınır Testinin sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 3: ARDL Sınır Testi Sonuçları

ARDL Sınır Testi İstatistikleri	Değer	k
F-İstatistiği	4.811059	1
Kritik Değer Sınırları – Anlamlılık Düzeyleri	I(0) Sınırı	I(1) Sınırı
%10	2.63	3.35
%5	3.10	3.87
%1	4.13	5.00

Yukarıdaki tabloda test sonuçlarından elde edilen F – İstatistiği değerinin %5 anlamlılık düzeyinde I(1) sınırı üzerinde olduğu görülmektedir. Buna göre, bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında bir eşbütünlük ilişkisi olduğu sonucuna varılmaktadır.

Tablo 4: ARDL (2, 2, 0) Modeli Eşbütünlük ve Uzun Dönem Katsayıları

Eşbütünlük Formu				
Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistiği	Olasılık
D(LGDPPC(-1))	0.278765	0.147232	1.893378	0.0755
D(LTOUR)	0.016346	0.022879	0.714465	0.4846
D(LTOUR(-1))	-0.242377	0.054507	-4.446727	0.0004
D(LTROP)	0.177535	0.069665	2.548401	0.0208
CointEq(-1)	-0.345926	0.060805	-5.689094	0.0000

$$\text{Cointeq} = \text{LGDPPC} - 0.2837 * \text{LTOUR} + 0.6943 * \text{TROP} + 1.62.39$$

Uzun Dönem Katsayıları				
Değişken	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistiği	Olasılık
LTOUR	0.283716	0.48118	5.896203	0.0000
LTROP	0.694264	0.239979	2.893017	0.0101
C	1.623928	0.752622	2.157694	0.0456

Kısa dönem ve uzun dönem katsayılarının hesaplanması için uygun model olarak ARDL (2,2,0) modeli belirlenmiştir. Söz konusu modele göre, kişi başına düşen GSYİH'in bir önceki dönemindeki %1'lik artış, mevcut dönemdeki GSYİH'i %0,27 artırmaktadır. Mevcut dönemdeki ziyaretçi sayısının kişi başına düşen GSYİH üzerindeki etkisi anlamsızdır. Bir önceki dönemdeki ziyaretçi sayısındaki %1'lik artış, mevcut dönemdeki kişi başına düşen GSYİH'i %0,24 azaltmaktadır. Mevcut dönemdeki ticari açıklıktaki %1'lik artış, kişi başına düşen GSYİH'i %0,17 artırmaktadır. Hata Düzeltme Modeli katsayısı ise -0.345926 olarak belirlenmiştir. Bu katsayı ile mevcut dönemdeki sapmaların %34'ünün, bir sonraki dönemde uzun dönem dengesine geldiği hesaplanmıştır. Yani, kısa dönemdeki sapmaların uzun dönem dengesine gelmesi yaklaşık 3 yıl sürmektedir. Uzun dönemde hem ziyaretçi sayısı hem de ticari açıklık, kişi başına düşen GSYİH'i pozitif etkilemektedir.

Çalışmada kullanılan modelin fonksiyonu aşağıdaki şekildedir:

$$\text{LGDPPC} = 1.624 + 0.28 * \text{LTOUR} + 0.69 * \text{LTROP}$$

Yapılan analiz sonuçlarında eşbütünlük ilişkisinin varlığının tespit edilmesinden dolayı, ilişkinin nedenselliğinin belirlenmesi için Granger Nedensellik Analizi uygulanmıştır.

4.3. Granger Nedensellik Analizi Sonucu

Verilere uygulanan Granger Nedensellik Analizi sonucu aşağıdaki gibidir:

Tablo 5: Granger Nedensellik Analizi Sonucu

Sıfır Hipotezi	Gözlem Sayısı	F – İstatistiği	Olasılık Değeri
LTOUR, LGDPPC'nin Granger Nedeni Değildir	24	5.46620	0.0133
LGDPPC, LTOUR'un Granger Nedeni Değildir		0.67653	0.5202
LTROP, LGDPPC'nin Granger Nedeni Değildir	24	0.00990	0.9902
LGDPPC, LTROP'un Granger Nedeni Değildir		6.77801	0.0060
LTROP, LTOUR'un Granger Nedeni Değildir	24	6.19035	0.0085
LTOUR, LTROP'un Granger Nedeni Değildir		3.75160	0.0423

Yukarıdaki sonuçlara göre çıkış yapan ziyaretçi sayısından kişi başına düşen GSYİH'e doğru tek yönlü, kişi başına düşen GSYİH'ten ticari açıklığa doğru tek yönlü, çıkış yapan ziyaretçi sayısı ile ticari açıklık arasında ise iki yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

SONUÇ

Turizm, Türkiye ekonomisi için özellikle de döviz kaynağı olarak en önemli sektörler arasındadır. Turizm sektörü, hizmet ihracatı olarak yaptığı katkıların yanı sıra, ülke içindeki devlet ve özel sektör yatırımlarını uyarmakta, böylelikle istihdamın artmasını yol açmaktadır. Turizm sektörü ile beraber ticari açıklık da ekonomik büyümeyi etkileyen önemli bir faktördür. Uluslararası turizmdeki gelişmenin ticari açıklık üzerinde direkt etkisinin olması, bu iki değişkeni birbirleri ile bağlantılı hale getirmektedir. Bu çalışmada yapılan analizler de literatürdeki diğer çalışmaları destekler nitelikte olup, ekonomik büyüme, turizm ve ticari açıklık arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Yapılan ARDL analizi, ekonomik büyümenin bağımlı, turizm ve ticari açıklığın bağımsız olduğu modelde, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir eşbütünlüşme olduğunu göstermektedir. Uzun dönemde hem turizm sektörünün büyümesi hem de ticari açıklık ile beraber ekonomik liberalleşmenin artışı, ekonominin büyümesinde pozitif bir rol oynamaktadır. Yapılan nedensellik analizi ise, turizm sektöründeki değişikliğin ekonomik büyümenin, ekonomik büyümenin ise ticari açıklığın nedeni olduğunu göstermektedir. Buna göre Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı arttıkça ekonomi büyümektedir. Artan turist sayısının neden olduğu talep artışı, turizm sektöründe daha fazla iş imkânının yaratılmasını yol açarak kişilerin gelirlerini artırmaktadır. Bunun yanı sıra turizm sektöründeki büyüme, turistik bölgelerde daha fazla alt yapı yatırımı yapılmasına vesile olmaktadır. Özel sektör ve kamu yatırımlarındaki artış ekonomik büyümeyi tetikleyici rol oynamaktadır. Büyüme ise ekonominin giderek daha çok dışa açılarak liberalleşmesine neden olmaktadır. Ekonomik büyüme, öncelikle kişi başına düşen harcanabilir geliri artırarak ithal ürünlere olan talebin artmasına yol açmaktadır. İthal ürün talebindeki artış beraberinde ithalat miktarını artırmaktadır. Büyüme neticesinde sadece kişi başına düşen harcanabilir gelir değil, aynı zamanda yatırımlar da artış göstermektedir. Ülkede yatırımların yoğunlaşması, beraberinde mal ve hizmet üretimini de artırmakta, bu da maliyetlerin düşmesine yol açarak uluslararası ticarete rekabet kabiliyetini kuvvetlendirmektedir. Artan rekabetçilik ise beraberinde daha fazla ihracatı getirmektedir. Daha fazla tüketimin getirdiği ithalat artışı, daha fazla üretimin getirdiği ihracat artışı ile bir araya gelerek toplam dış ticaretin artmasına vesile olmakta, bu durum da ticari açıklığı artırarak ülkenin daha fazla liberalleşmesine yol açmaktadır. Ayrıca, çıkış yapan ziyaretçi sayısı ile ticari açıklık arasında çift yönlü bir ilişkinin olması, Türkiye'de

ekonomik liberalleşmenin arttıkça turizm sektörünün büyüdüğü, turizm sektörü büyüdükçe de ekonomik liberalleşmenin arttığını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara istinaden, istikrarlı büyüme stratejileri çerçevesinde Türkiye'nin uzun dönemli kalkınma planlarında yer alması gereken iki politika grubu öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, ticari liberalleşmenin artmasını sağlayacak politikalardır. İkincisi ise gelen turist sayısını artırarak turizm sektörünün kalkındırarak yatırımlara destek veren politikalardır. Söz konusu politikaların kalkınma planlarına dâhil edilmeleri ve verimli bir şekilde uygulanmaları, kalkınmayı olumlu yönde etkileyeceklerdir.

ETİK BEYAN VE AÇIKLAMALAR

Etik Kurul Onay Bilgileri Beyanı

Çalışma, etik kurul izni gerektirmeyen bir çalışmadır.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Yazarın araştırmaya katkı oranı %100'dür.

Çıkar Çatışması Beyanı

Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Adamopoulos, A. & Thalassinou, E. I. (2020). Tourism Development and Economic Growth: A Comparative Study for the G-6 Leaders. *European Research Studies Journal*, 23(1), 368-380.
- Agaraj, X. & Murati, M. (2009). Tourism an Important Sector of Economy Development. *Annals-Economy Series*, 1, 83-90.
- Bozkurt, H. (2007). *Zaman Serileri Analizi*, Ankara: Ekin Kitapevi
- Dar, A. & Amirkhalkhali, S. (2003). On the Impact of Trade Openness on Growth: Further Evidence from OECD Countries. *Applied Economics*, 35(16), 1761-1766.
- Durmuş, S., Şahin, D. & Beşcanlar, S. (2021). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm Gelirleri, Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ticari Açıklığın Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 23(41), 517-529.
- Granger, C. W. (1969). Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 37(3), 424-438.
- Gujarati, D. N. (2004). *Basic Econometrics*, New York City: The McGraw – Hill Companies.
- Güloğlu, B. & Altunoğlu, E. (2002). Finansal Serbestleşme Politikaları ve Finansal Krizler: Latin Amerika, Meksika, Asya ve Türkiye Krizleri. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (27), 107-134.
- Habibi, F. & Ahmadzadeh, K. (2015). Tourism Development, Trade Openness and Economic Growth: The Case of Malaysia. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 78, 129-139.
- İspiroğlu, F. (2022). Yükselen Piyasa Ekonomilerinde Ticari Dış Açıklığın Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Ekonometrik Bir Uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 18(1), 182-207.
- Jalil, A., Mahmood, T. & Idrees, M. (2013). Tourism–Growth Nexus in Pakistan: Evidence from ARDL Bounds Tests. *Economic Modelling*, 35, 185-191.
- Jenkins, H. P. & Katırcıoğlu, S. T. (2010). The Bounds Test Approach for Cointegration and Causality between Financial Development, International Trade and Economic Growth: The Case of Cyprus. *Applied Economics*, 42(13), 1699-1707.
- Katırcıoğlu, S. (2009). Tourism, Trade and Growth: The Case of Cyprus. *Applied Economics*, 41(21), 2741-2750.
- Keho, Y. (2017). The Impact of Trade Openness on Economic Growth: The Case of Cote d’Ivoire. *Cogent Economics & Finance*, 5(1), 1332820.
- Krueger, A. O. (1980). Trade Policy as an Input to Development, *The American Economic Review*, 70(2), 288-292.
- Kulendran, N. & Wilson, K. (2000). Is There a Relationship between International Trade and International Travel?, *Applied Economics*, 32(8), 1001-1009.
- Lee, C. G. (2012). Tourism, Trade, and Income: Evidence from Singapore. *Anatolia*, 23(3), 348-358.
- Leitão, N. C. (2010). Does Trade Help to Explain Tourism Demand? The Case of Portugal. *Theoretical and Applied Economics*, 63-74.
- Manga, M. & Ballı, E. (2019). Turizm, Ekonomik Büyüme, Ticari Açıklık ve Finansal Gelişme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 56(647), 9-22.
- McKinnon, R. I. (1964). Foreign Exchange Constraints in Economic Development and Efficient Aid Allocation. *The Economic Journal*, 74(294), 388-409.
- Pata, U. K. (2020). Turizm, Finansal Gelişme, Ticari Açıklık ve Sermaye Stokunun Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29(4), 151-167.
- Sevüktekin, M. & Çınar, M. (2014). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi*. Bursa: Dora Basın – Yayın.
- Shi, H. & Smyth, R. (2012). Economies of Scale in the Australian Tourism Industry. *Applied Economics*, 44(33), 4355-4367.

- Sims, C. A. (1972). Money, Income and Causality. *The American Economic Review*, 62(4), 540-552.
- Soyak, A. (2009). *Türkiye'ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri: Akdeniz ve Ege Bölgeleri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Der Yayınları.
- Tandoğan, D. & Genç, M. C. (2016). Türkiye'de Turizm ve Ticari Açıklık Arasındaki İlişki: Toda ve Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(1), 59-70.
- Terzi, H. & Tütüncü, A. (2017). Turizm Gelirleri ve Dışa Açıklık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 79-107.
- T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı (2022). *Turizm İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://is.gd/hYB1dz>, Erişim tarihi: 25.05.2022.
- TÜİK, (2014). *İstatistiki Göstergeler 1923–2011*, Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.
- TÜİK, (2022). *Eğitim, Kültür, Spor ve Turizm İstatistikleri*. Erişim adresi: <https://is.gd/d1AEfR>, Erişim tarihi: 25.05.2022.
- Weng, C. C. & Wang K. L. (2004). Scale and Scope Economies of International Tourist Hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 25(6), 761-769.
- World Bank (2022). *World Development Indicators*. Erişim adresi: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>, Erişim tarihi: 25.05.2022.
- Yanıkaya, H. (2003). Trade Openness and Economic Growth: A Cross-Country Empirical Investigation. *Journal of Development Economics*, 72(1), 57-89.
- Yenipazarlı, A., Cambazoğlu, B. & Begeç, E. (2022). Ticari Dışa Açıklık ve Ekonomik Büyüme Bağlantısı: BRICS Örneği. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 9(1), 38-61.