

TÜRKİYE'DEKİ TURİZM GELİRİNİN BELİRLEYİCİLERİ VE ALTERNATİF TURİZM GELİRLERİNİN ÖNEMİ

DETERMINANTS OF TOURISM REVENUE IN TURKEY AND THE IMPORTANCE OF ALTERNATIVE TOURISM REVENUES

Funda YURDAKUL **, Gizem ÖZGENCİL***

ÖZET: Turizmden elde edilen gelirin artan bir seyir izlemesi, Türkiye ekonomisi açısından çok önemlidir. Bu açıdan bakıldığında, turizm gelirleri hangi faktörlere bağlı olarak artmaktadır veya daha fazla turizm geliri elde etmek için alternatif turizm faaliyetleri kapsamında neler yapılabilir soruları karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma da, bu sorulara, ekonometrik bir analiz ile yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla öncelikle Türkiye ekonomisinin 2001-2014 yılları arasındaki turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru değişkenleri alınmıştır. Tahmin sonuçlarına göre, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenin ziyaretçi sayısı olduğu görülmüştür. Ziyaretçi sayısında % 1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 artırmaktadır. Ayrıca, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, ortalama olarak turizm gelirini 792 dolar arttırmaktadır. Aynı dönemde, 2001 ve 2008 krizlerin, turizm geliri üzerindeki etkisi de araştırılmış ve kriz dönemlerinin turizm gelirini azalttığı görülmüştür. Bununla birlikte, Türkiye'nin 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemleri arasında, alternatif turizm amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısı ile alternatif turizmden elde edilen turizm gelirleri arasındaki ilişkilerde araştırılmıştır. Bu amaçla kurulan modellerin tahmin sonuçlarına göre, "sağlık ve tıbbi nedenlerle (sağlık turizm)" ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, ortalama olarak sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; diğer alternatif turizm gelirleri ortalama olarak daha az artmaktadır.

Anahtar sözcükler: Türkiye, Turizm Geliri, Alternatif Turizm, Engle-Granger Yöntemi.

ABSTRACT: The existence of an upward trend in tourism revenue is very important for the Turkish economy. The most significant questions to ask in this respect include which factors directly influence an increase in tourism revenues or what can be done in the form of alternative tourism services in order to generate more tourism revenues. The present study involves an attempt to seek answers to these questions through an econometric analysis. For this aim first of all, the number of visitors, the number of tourist agencies, the number of beds, and exchange rate were first identified as the determinants of tourism revenues in Turkey's Economy from 2001 to 2014. The estimation results revealed that the number of visitors is the most significant variable to influence tourism revenues. A one-percent increase in the number of visitors results in a 0.93 percent increase in tourism revenues. Moreover, a one-person increase in the number of visitors leads to a 792-dollar increase on average in tourism revenues. The impact of the 2001 and 2008 crises on tourism revenues was also examined during the same period and the results revealed that tourism revenues decrease during periods of financial crisis. In addition, another point of investigation involved the relationship between the number of tourists visiting Turkey for alternative tourism purposes and the revenues from alternative tourism between the quarters of 2004(1)- 2015(2) quarters in Turkey. The estimation results obtained from the models constructed for this purpose demonstrated that a one-person increase in the number of tourists visiting Turkey for "health and medical purposes (health tourism)" led to a 962-dollar increase on average in the revenues from health tourism with a smaller average increase in the revenues from other services of alternative tourism.

Keywords: Turkey, Tourism Revenue, Alternative Tourism, Engle-Granger Method.

** Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, funday@gazi.edu.tr

*** Gazi Üniversitesi, SBE Ekonometri Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara, ozgencilgizem@hotmail.com

1. GİRİŞ

Turizm hem ulusal ekonomiye katkıda bulunan hem de uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektördür.

Turizmi diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliği onun bir hizmet sektörü olmasıdır. Turizm sektörü hizmet sektörüne dahil edildiği için emek yoğun üretim gerçekleştirmektedir. Bu nedenle emek becerisinde meydana gelecek değişim, ürünün kalitesinin düşmesini ve yükselmesini etkiler. Turizm sektöründe ürün ve fiyat standartları; yere, zamana ve ziyaretçiye göre değişebilir. Bu sektördeki girişimciler, ilgili sektöre yapılan kamu harcamalarıyla ve alt yapı çalışmalarıyla çok yakından ilişki içindedirler. Bu nedenle kaliteli bir turizm hizmeti, kamu ve özel sektörün birlikte oluşturacakları turizm bilincinde sağlanabilecektir (Özçam, 2013).

Turizm faaliyetlerin en önemli ve en etkili sonuçlarından biri, ülkelere önemli ölçüde gelir getirici bir özelliğe sahip olmasıdır. Özellikle hızla kalkınmak isteyen ülkelerin karşılaştığı ekonomik güçlüklerin aşılmasında turizm gelirlerine duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Turistik faaliyetler sonucu elde edilen gelir hem yatırım malları ithalinin gerektirdiği dövizin sağlanmasında hem de dış ticaret dengesi açıklarının kapatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan turizm gelirleri yatırımları arttıran, yeni istihdam olanakları yaratan, ulusal ve bölgesel ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör haline gelmiştir (Çoşkun, 2010).

Ülkeler daha fazla turizm gelirleri elde edebilmek için sahip oldukları turizm kaynaklarına uygun turizm faaliyetlerin çeşitlemesine giderek, bir başka deyişle alternatif turizm faaliyetlerini geliştirerek, farklı istek ve ihtiyaçlara sahip turistleri kendine çekerek, turizm pazarından aldıkları payı arttırmakta ve böylece ulusal ekonomilerinin gelişimine önemli bir katkı sağlamaktadırlar (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

İnsanların taleplerine göre turizm faaliyetleri, yaz turizmi, sağlık ve termal turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi, kongre turizmi, dağcılık, gençlik turizmi, yat turizmi, inanç turizmi, akarsu-rafting turizmi, su altı dalış turizmi ve hava sporları turizmi olarak geliştirilmiştir.

Bu çalışmanın amacı da, Türkiye ekonomisindeki turizm gelirinin belirleyicilerini tespit etmek ve alternatif turizm gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmaktır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takiben, ikinci bölümde turizm sektörünün ekonomi içindeki yeri hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde uygulama yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise analiz sonuçları yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ

Turizm sektörü, bir taraftan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olurken, diğer taraftan uluslararası ticaretin gelişmesi ve günümüz insanının yaşam standartlarının yükselmesine paralel olarak seyahat etme eğiliminin artması nedeniyle önemli gelişmeler kaydetmiştir.

2016 yılı Ocak dönemine ait uluslararası turist varışları ve turizm gelirlerinde meydana gelen gelişmeleri içeren Dünya Turizm Örgütü Ocak ayı Barometresine göre, 2014 yılında tüm dünya genelindeki turist varışları 1 milyar 134 milyon iken, 2015 yılında tüm dünya genelindeki turist varışları 1 milyar 184 milyona ulaşmıştır. Bu büyümeye, en çok uluslararası ziyaretçi ağırlayan Avrupa başta olmak üzere tüm bölgeler katkı sağlamıştır (2015 yılı için Avrupa 609.1; Asya ve Pasifik 277; Amerika 190.7; Afrika 53.1; Ortadoğu 54.1 milyon kişi). 2020 yılında da uluslararası turist varışları 1 milyar 360 milyona ulaşılacağı öngörülmektedir

(http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf).

Uluslararası ziyaretçi sayısı bakımından önemli büyüme kaydeden ülkelerden biri de Türkiye'dir. Türkiye turizmi son 10 yıllık süreçte, yabancı ziyaretçi çekme açısından dünyanın ilk 10 ülkesi arasına girmeyi başarmıştır. Türkiye, bu performansı ile rekabet liginde, Fransa, İspanya ve İtalya ile aynı kategoride rekabetini sürdürmektedir. 2014 yılında Türkiye'nin varış istikametine göre en çok ziyaret edilen ülkeler arasında 6. sırada olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: 2014 Yılında Ülkelere Göre Uluslararası Gelen Turist Sayısı

SIRA	ÜLKE	DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ BÖLGESİ	ULUSLARARASI GELENTURİST SAYISI (2014)
1	Fransa	Avrupa	83.7 milyon
2	ABD	Kuzey Amerika	74.8 milyon
3	İspanya	Avrupa	65 milyon
4	Çin Halk Cumhuriyeti	Asya	55.6 milyon
5	İtalya	Avrupa	48.6 milyon
6	Türkiye	Avrupa	41.4 milyon
7	Almanya	Avrupa	33 milyon
8	Birleşik Krallık	Avrupa	32.6 milyon
9	Rusya	Avrupa	29.8 milyon
10	Meksika	Kuzey Amerika	29.1 milyon

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Tourism Highlights Raporu) (2015)

Uluslararası turizm gelirleri açısından duruma bakıldığında, 2014 yılında, Türkiye ilk 10 ülke arasında değildir (Tablo 2).

Tablo 2: 2014 Yılında Ülkelere Göre Uluslararası Gelen Turist Sayısı

SIRA	ÜLKE	DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ BÖLGESİ	ULUSLARARASI TURİZM GELİRLERİ (\$)
1	ABD	Kuzey Amerika	177.2 milyar
2	İspanya	Avrupa	65.2 milyar
3	Çin Halk Cumhuriyeti	Asya	56.9 milyar
4	Fransa	Avrupa	55.4 milyar
5	Makao	Asya	50.8 milyar
6	İtalya	Avrupa	45.5 milyar
7	Birleşik Krallık	Avrupa	45.3 milyar
8	Almanya	Avrupa	43.3 milyar
9	Tayland	Asya	38.4 milyar
10	Hong Kong	Asya	38.4 milyar

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Tourism Highlights Raporu) (2015)

Türkiye’de ekonomi politikalarının geniş bir perspektifle tartışılmaya başlandığı 1960’lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başladığı yılları ifade etmektedir. Ancak hedefler ve gerçekleşme sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980’li yıllara kadar toplam sabit sermaye yatırımlarının % 0.7’sini geçememiştir. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu sektörün bugünkü düzeyine ulaşmasında belirleyici rol oynamıştır (Çımat ve Bahar, 2003). Örneğin, 1980 yılında Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı 1.288.060 kişi iken bu sayı 1996 yaklaşık sekiz kat artarak 8.614.085 kişiye ulaşmış ve 2000 yılında bu sayı 10.428.153 kişi olmuştur. 1980 yılında elde edilen turizm geliri 326.654 bin dolar iken 2000 yılında da 9.990.841 bin dolara yükselmiştir (www.turizm.gov.tr.). Turizmin Türkiye ekonomisi içinde artan etkinliğin bir sonucu olarak 2001 yılından sonra, ziyaretçi sayılarında, turizm gelirinde ve turist başına yapılan harcamalarda bir artış görülmektedir.

Tablo 3’de özetlenen verilere göre, 2002 yılında turizm geliri 12 milyar 420 milyon 519 bin dolar iken; 2014 yılında 34 milyar 305 milyon 904 bin dolar olmuştur. Söz konusu gelirin % 81.5’i yabancı ziyaretçilerden, %18.5’i ise yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilmiştir. 2014’teki gelirin 26 milyar 2 milyon 950 bin dolarını kişisel harcamalar, 8 milyar 302 milyon 954 bin dolarını ise paket tur harcamaları oluşturmuştur. 2015 ve 2016 yıllarında turizm gelirinde azalma meydana gelmiştir. Özellikle 2016 yılında artan terör eylemleri nedeniyle turizm geliri 22 milyar 107 milyon 440 bin dolara, kişi başına ortalama harcama da 705 dolara gerilemiştir.

2014 yılında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçi sayısı 41 milyon 415 bin 70 kişi iken; 2015 yılında 41 milyon 617 bin 530 kişi olmuştur. Ziyaretçi sayısı 2016 yılında azalarak 31 milyon 365 bin 330 kişiye düşmüştür.

Tablo 3: 2001-2016 Yılları Arasında Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Ortalama Geceleme Sayısı

Yıl	Yıllık/Çeyrek	Toplam			
		Turizm geliri (000 \$)	Ziyaretçi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2001	Yıllık	10 450 728	13 450 127	777	-
2002	Yıllık	12 420 519	15 214 514	816	-
2003	Yıllık	13 854 868	16 302 053	850	11.1
2004	Yıllık	17 076 609	20 262 640	843	10.7
2005	Yıllık	20 322 111	24 124 501	842	10.4
2006	Yıllık	18 593 950	23 148 669	803	12.0
2007	Yıllık	20 942 501	27 214 988	770	11.3
2008	Yıllık	25 415 067	30 979 979	820	11.0
2009	Yıllık	25 064 481	32 006 149	783	11.2
2010	Yıllık	24 930 996	33 027 943	755	10.8
2011	Yıllık	28 115 694	36 151 328	778	11.0
2012	Yıllık	29 007 003	36 463 921	795	10.8
2013	Yıllık	32 308 991	39 226 226	824	10.2
2014	Yıllık	34 305 904	41 415 070	828	10.0
2015	Yıllık	31 464 777	41 617 530	756	10.0
2016	Yıllık	22 107 440	31 365 330	705	

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, TURSAB.

NOT : "Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçiler Anketi" sonucu elde edilen gelirdir (Yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelir + Yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen gelir) .

Tablo 3'deki turizm geliri verileri kullanılarak oluşturulan grafik aşağıdadır:

Grafik 1: Turizm Gelirinin Yıllar İçindeki Dağılımı

Grafik 1'de görüleceği üzere, 2004-2014 yılları arasında turizm gelirinde belirgin bir artış vardır. Ancak 2008 krizinin etkisi ile turizm gelirinde 2008-2010 yılları arasında hemen hemen hiç artış gerçekleşmemiştir. 2015 sonrası terör olayları da turizm gelirlerinde azalmaya neden olmuştur.

TURSAB verilerine göre, 2002 yılında "turizm işletme belgeli tesis sayısı" 2124 iken; 2014'de 3131 ve 2015 yılından 3309' a yükselmiştir. "Turizm işletme belgeli yatak sayısı" da

2002 yılında 396148 adet iken; 2015 yılında 850089 adet olmuştur. Yıllar itibariyle hem tesis sayısında hem de yatak sayısında artış olmakla birlikte özellikle 2016 yılındaki ziyaretçi sayısındaki azalış, turizm gelirlerinde azalma yaratmıştır.

Milliyetlerine göre, ziyaretçi sayısında da değişiklik görülmektedir. TÜİK verilerine göre, 2015-2016 yılları itibariyle Avrupa ülkeleri içinde en fazla Türkiye'yi ziyaret eden ilk 5 ülkeden gelen ziyaretçi sayısında (Almanya % 30.3, İngiltere % 31.8, Hollanda % 26.46, Fransa % 34.48 ve Yunanistan % 21.48 oranlarında) azalma olmuştur. Aynı şekilde 2015-2016 yılları itibariyle Japonya'dan gelen ziyaretçi sayısı % 57.37, Rusya'dan % 76.26, ABD'den % 42.48, Çin Halk Cumhuriyeti'nden % 46.58 ve Bulgaristan'dan % 7.18 oranlarında azalma yaşanmıştır.

Son yıllarda Orta Doğu'dan gelen ziyaretçi sayısında artış gözlenmektedir. 2015-2016 yılları itibariyle Suudi Arabistan'dan gelen ziyaretçi sayısındaki artış % 17.69 iken; Bahreyn'den % 27.80, Kuveyt'den % 3.12, Ürdün'den % 24.75, İsrail'den % 30.91, Yemen'den % 4.49 oranlarında artış olmuştur. 2015-2016 yılları itibariyle en büyük artış oranı ise Ukrayna'dan (% 47.91) gelen ziyaretçi sayısında görülmüştür.

Turizm sektöründen elde edilen gelirler, dış ticaret dengesine, istihdama bir bütün olarak ulusal gelirdeki artışa yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki yaratırken, azalan turizm gelirlerinin de söz konusu makro-ekonomik faktörler üzerinde olumsuz etkileri olacaktır. Özellikle 2016 yılı itibariyle turizm gelirindeki azalmayla birlikte, turizm gelirinin dış ticaret açıklarını kapatma payı, turizm gelirinin GSMH içindeki payı, turizm gelirinin ihracata oranı ve istihdama katkısının da düşme eğilimi içinde olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 4, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payını yıllar itibariyle vermektedir

Tablo 4 : Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapatma Payı

TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ TİCARET AÇIKLARINI KAPAMA PAYI			
YIL	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)	YIL	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
1996	39.07	2006	42.83
1997	41.41	2007	43.34
1998	46.86	2008	44.30
1999	50.19	2009	82.52
2000	37.38	2010	46.09
2001	133.63	2011	34.13
2002	98.19	2012	43.75
2003	73.81	2013	32.35
2004	58.95	2014	40.59
2005	55.72	2015	49.73

Kaynak: TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)

Tablo 4'de, Türkiye ekonomisinin 1996 yılındaki turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payı % 39.07 iken; 2002 yılında bu oran % 98.19'a yükselmiş ve 2015 yılında %

49.73 olmuştur. Türkiye’nin ödemeler dengesi üzerinde turizm gelirlerinin etkisi pozitiftir. “Dış ödemeler dengesi çizelgesinde görünmez kalemler” arasında yer alsada turizm gelirleri, ülkeye aynen mal ihracatında olduğu gibi döviz sağlamaktadır ve bu durum özellikle Türkiye ekonomisi için önemli olmaktadır.

Tablo 5, Turizm gelirinin GSMH ve ihracata oranlarını ve turizm sektöründe çalışan sayısını vermektedir.

Tablo 5 : 2006-2014 Yılları Arasındaki Bazı Turizm Verileri

Yıllar	Turizm gelirinin GSMH içindeki payı (%)	Turizm gelirinin ihracata oranı(%)	Turizm sektöründe doğrudan+dolaylı istihdam(1000 kişi)
2006	3.5	19.7	1001
2007	3.2	17.3	1067
2008	3.4	16.6	1058
2009	4.1	20.8	1131
2010	3.4	18.3	1177
2011	3.6	20.8	1178
2012	3.7	19.2	1206
2013	3.9	21.3	1298
2014	4.7	21.8	2130
2015	6.2	21.9	2210

Kaynak: TURSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)(2015)

Tablo 5’de, turizm sektörünün oluşturduğu toplam istihdamın 2005 yılından günümüze % 27 oranında arttığı görülmektedir. 2007 yılında Türkiye’de turizm sektöründe 1 milyon 687 bin kişiye istihdam sağlanırken 2015 yılına gelindiğinde 2 milyon 210 bin kişiye istihdam sağlanmıştır. Turizm gelirinin GSMH içindeki payı 2006 yılında % 3.5 iken; 2015 yılında % 6.2 olmuştur. Turizm gelirinin ihracata oranı da 2015 yılında % 21.9 dur.

Turizm sektörünün büyüme, dış ticaret açıkları, istihdam gibi ekonomik faktörler üzerindeki katkıları dışında aynı zamanda diğer sektörlerin ürettiği mal ve hizmetlerden yararlanarak bu sektörlerin gelişmesine de olumlu etkisi vardır. Örneğin, Balıkçılık ana sektörü, aramalı olarak sattığı ürünlerin % 51’ini turizme sunmaktadır. Gıda ve içecek sektörü aramalı satışlarının % 20’sini turizm sektörüne yöneltmektedir. Mobilya sektörü de ara mallarının % 14’ünü turizme satmaktadır (AKTOB Turizm İstatistikleri, 2014).

Turizm sektörünün tarım sektörü ile ilişkisi vardır. Turizm ve tarım sektörleri, birbirini en iyi tamamlayan sektörlerin başında gelmektedir. Çünkü turizm meyve, sebze, şarap vb. gibi temel yiyecek ve içeceklerin tüketildiği bir hizmet sektörüdür. Ayrıca turizmin gelişmesiyle birlikte yöredeki çiftlik evlerinin konaklamaya açılması, aile pansiyonculuğunun gelişmesi, kırtatil evlerinin kiralanması sonucu, yöre halkının gelir seviyesinde de artış sağlanmaktadır (Çıkm ve diğerleri, 2009).

Turizm faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde, turizm talebine bağlı olarak hem alt yapı hizmetleri gelişmiş olur hem de inşaat sektörünün gelişmesine bağlı olarak üst yapıda gelişmektedir.

3. UYGULAMA

Bu çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisindeki turizm gelirinin belirleyicilerini tespit etmek ve alternatif turizm gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmaktır.

Bu konularda Türkiye’de birçok çalışma mevcuttur. Aktaş (2005) yaptığı çalışmada, Türkiye’nin 1980-2000 döneminde, turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, yatak sayısı, ABD doları cinsi döviz kuru, Alman markı cinsi döviz kuru, seyahat acente sayısı, yabancı sermaye miktarı ve devlet bütçesinden turizm sektörüne aktarılan miktarı almıştır. “İleri doğru değişken seçme” yöntemiyle modeli tahmin etmiş ve turizm gelirini en fazla etkileyen değişkenlerin ziyaretçi sayısı ve seyahat acentesi sayısı olduğunu belirlemiştir.

Erkan ve diğerleri (2013), Türkiye’nin 2005-2012 dönemine ait aylık verileri kullanarak, turist sayısı, teşvik belge sayısı, reel toplam yatırım tutarı, turizm sektörü istihdamı, yatak sayısı ve reel efektif döviz kuru değişkenlerinin, turizm geliri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. KEKK yöntemiyle elde edilen tahmin sonuçlarına göre, turist sayısının ve teşvik belge sayısının, turizm geliri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada ayrıca Granger nedensellik testi ve VAR analizi de yapılmıştır.

Şen ve Şit (2015), reel döviz kurunun, turizm geliri üzerindeki etkisini, 2000-2012 döneminde Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile incelemişler ve reel döviz kurunun, turizm geliri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Işık (2010), Türkiye’deki yabancı ziyaretçi harcamaları ile turizm geliri arasındaki ilişkiyi 1970-2008 dönemi için incelemiş ve Johansen yöntemini kullanarak, yabancı ziyaretçi harcamaları ile turizm geliri arasında uzun dönemde ilişki bulmuştur.

Yukarıdaki çalışmalardan da görüldüğü gibi, turizm gelirinin belirleyicileri olarak genellikle, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı, teşvik belge sayısı, toplam yatırım tutarı, döviz kuru gibi değişkenler seçilmiştir. Bu çalışmada da, turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru alınmıştır ve değişkenlerin 2001-2014 yılları arasındaki verileri kullanılmıştır. Kurulan model aşağıdadır:

$$(1) TG = \alpha_0 + \alpha_1 ZS + \alpha_2 DK + \alpha_3 AS + \alpha_4 YS + u$$

Burada, TG: Turizm gelirleri (bin dolar); ZS: Ziyaretçi Sayısı (Adet)

DK: ABD doları/TL AS: Seyahat Acente Sayısı (Adet); YS: Yatak Sayısı (Adet)

Veriler, TÜİK, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) ve TCMB web sitelerinden alınmıştır. Çalışmada analizler değişkenlerin gerçek değerleri üzerinden değil, değişen varyans gibi sorunlardan kaçınmak, tanımlama hatalarını engellemek ve serilerin daha kolay durağan hale gelmeleri için logaritmik değerler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu şekilde kurulan model aşağıdadır:

$$(2) LTG = \beta_0 + \beta_1 LZS + \beta_2 LDK + \beta_3 LAS + \beta_4 LYS + v$$

Yapılacak çalışmaların sonucunda β_1 , β_2 , β_3 ve β_4 katsayılarının pozitif tahmin edilmesi beklenilmektedir.

Değişkenlerin durağan olup olmadıklarını görebilmek amacıyla ADF(Genişletilmiş Dickey-Fuller) birim kök testi uygulanmıştır. Test sonuçları, Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: ADF Test Sonuçları

Değişkenler	Düzy	p değeri	Birinci Sıra Fark	p değeri
LTG(sabitsiz+trendsiz)	3.58	0.99	-2.73	0.058
LZS(sabitsiz+trendsiz)	4.19	0.99	-1.605	0.099
LDK(sabit+trend)	-0.43	0.87	-5.007	0.0025
LAS(sabit+trend)	2.072	0.99	-3.36	0.0346
LYS(sabit+trend)	-1.005	0.71	-3.74	0.0187
TG(sabit+trend)	-0.64	0.82	-5.17	0.0024
ZS(sabit+trend)	-2.24	0.20	-5.19	0.0023

* “L” logaritması alınan değişkenleri göstermektedir.

Tablo 6'dan da görüldüğü gibi, bütün değişkenler (p değeri 0.10'un altında) birinci sıra fark durağandır. Dolayısıyla (2) nolu model Engle-Granger¹ İki Aşamalı Tahmin yöntemi ile tahmin edilmiş ve tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir:

$$(3) \text{ LTG} = 0.30029 + 0.93\text{LZS} + 0.42\text{LYS} + 0.19\text{LDK} + 0.49\text{LAS}$$

$$p \text{ değeri} \rightarrow (0.8375) \quad (0.0031) \quad (0.46) \quad (0.201) \quad (0.225)$$

$$dw=1.23 \quad \text{ADF}_u=-3.42(\alpha_{0.05}:-2.75) \quad R^2=0.99 \quad F=276.4 \quad \text{ARCH}(1)=0.003(p:0.95)$$

(3) nolu modelden de görüldüğü gibi, diğer değişkenler sabit iken ziyaretçi sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 arttırmaktadır. Yatak sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.42 artırırken; acente sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.49 arttırmaktadır. Döviz kuru %1 arttığında, turizm geliri % 0.19 artmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçi sayısındaki artış, turizm gelirini diğer değişkenlerden daha fazla arttırmıştır. Bununla birlikte, sadece ziyaretçi sayısına ait katsayı değeri istatistiksel bakımdan anlamlı iken (p değeri 0.05'in altındadır), diğer değişkenlere ait katsayı değerleri istatistiksel bakımdan anlamsız (p değeri 0.10'un üstündedir) bulunmuştur. Modelin açıklama gücü yüksek ($R^2=0.99$) ve F testine göre model tümüyle anlamlıdır. Bu durum değişkenler arasında yüksek bir ilişkiden kaynaklanan çoklu doğrusal bağlantı sorununu gündeme getirmektedir². Bu sonuç beklenen bir durumdur. Seyahat acente sayısına bağlı olarak ziyaretçi sayısı artmakta, ziyaretçi sayısına bağlı olarak yatak sayısı da artmaktadır. Ya da Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısındaki artış, acente sayısını arttırmakta, buna bağlı olarak yatak sayısı da artmaktadır. ARCH testine göre, modelde otokorelasyon ve değişen varyans sorunları yoktur. Ayrıca hata terimine uygulanan ADF test istatistiği ($\text{ADF}_u=-3.42$), tablo değerinden ($\alpha_{0.05}:-2.75$) küçük olduğu için (2) nolu model uzun dönem denge ilişkisini göstermektedir.

Ziyaretçi sayısı, turizm gelirini en fazla etkileyen değişken olduğu için; ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirlerini kaç dolar arttırmaktadır? sorusu da araştırılmıştır. Bunun için aşağıdaki model kurulmuştur:

$$(4) \text{ TG} = \delta_0 + \delta_1\text{ZS} + \varepsilon_1$$

Burada TG: Turizm gelirleri (bin dolar) ; ZS: Ziyaretçi Sayısı(Adet)

ADF test sonucuna göre (Tablo 5), turizm geliri ve ziyaretçi sayısı birinci sıra fark durağan bulunduğu için Engle-Granger yöntemi ile model tahmin edilmiş ve tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir.

$$(5) \quad \text{TG} = 311757.4 + 0.792 \text{ ZS} \quad R^2=0.98 \quad F=936.93 \quad \text{ADF}_u=-3.61(\alpha_{0.05}:-3.25)$$

$$p \text{ değeri} \rightarrow (0.10) \quad (0.0000) \quad \text{ARCH}(1)=0.0072(p:0.93)$$

(5) nolu modele göre, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirlerini 792 dolar arttırmaktadır.

2001-2014 yılları arasında Türkiye ekonomisi iki önemli kriz yaşamıştır. Birincisi 2001 krizi, diğeri de 2008 krizidir. Dolayısıyla kriz dönemlerinde, turizm geliri etkilenmiş midir? sorusuna bu çalışmada yanıt aranmıştır. Bu amaçla 2001 ve 2008 yıllarına 1; diğer yıllara 0

¹ Engle-Granger (1987), uzun dönemli ilişkiyi araştırırken, modelde kullanılan tüm değişkenlerin aynı sıradan bütünleşik olduğunu varsaymaktadır. Öncelikle her bir değişken için birim kök testleri uygulandıktan sonra 1. sıradan bütünleşik I(1) olduklarını bulmak gerekmektedir. Değişkenler aynı sıradan bütünleşik ise Engle-Granger yöntemi kullanılır. Engle-Granger yöntemi iki aşamadan oluşur. Birinci aşamada kurulan model KEKK (Klasik En Küçük Kareler) yöntemi ile tahmin edilir. İkinci aşamada ise, birinci aşamada tahmin edilen modelin hata terimine DF (Dickey-Fuller) ya da ADF(Augmented Dickey-Fuller-Genişletilmiş DF) birim kök testi uygulanır. Birim-kök test sonucunda, hata terimi düzeyde I(0) durağan ise, birinci aşamada tahmin edilen model, uzun dönem denge modelidir.

²Değişkenlerin her birinin turizm geliri üzerindeki etkisi araştırılmış ve her bir değişkenin tek başına turizm gelirini etkileyen önemli değişkenler olduğu görülmüştür. Döviz kuru dışında, diğer değişkenler turizm gelirini yüksek oranda açıklamaktadır.

verilerek, bir kukla değişken(DU) tanımlanmış ve kriz dönemlerinin turizm geliri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Kurulan model aşağıdadır:

$$(6) \quad TG = \gamma_0 + \gamma_1 DU + \varepsilon_2$$

Burada TG: Turizm geliri (bin dolar) ; DU: Kukla değişken

Beklentimiz, γ_1 katsayısının negatif olması yönündedir. Model KEKK ile tahmin edilmiş ve tahmin sonucu aşağıda verilmiştir:

$$(7) \quad TG = 23078636 - 5145738DU \quad R^2 = 0.164$$

$E(TG | DU=1)$ olduğunda, yani kriz dönemlerinde turizm gelirinin azaldığı görülmektedir. Kriz dönemlerinde turizm geliri 17932898 bin dolar iken; diğer dönemlerde 23078636 bin dolardır.

Yukarıda kurulan modellerde, turizm gelirini etkileyen değişkenlerin neler olduğu ve söz konusu değişkenlerin turizm geliri üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Bundan sonraki analizlerde, Türkiye ekonomisinin 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemlerinde alternatif turizm³ gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bunun için alternatif turizm gelirleri verilerine ihtiyaç bulunmaktadır. Ancak gerek T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda gerekse TÜİK ve TCMB web sitelerinde alternatif turizm gelirleri verileri söz konusu dönemler için mevcut değildir. Sadece TÜİK'in web sayfasında "Turizm İstatistiklerinde" "Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler" başlığı altında, "- Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler, -Akraba ve Arkadaş Ziyareti, -Eğitimi Staj, -Sağlık ve Tıbbi Nedenler, -Dini/Hac,-Alışveriş, -Transit, -İş amaçlı, -Diğer" olmak üzere alt başlıklar altında ziyaretçi sayıları mevcuttur⁴. Bunlar arasında, "- Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler (yaz turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi, dağcılık, yat turizmi, akarsu-rafting turizmi, su altı dalış turizmi ve hava sporları turizmi-**GES**), -Eğitimi Staj (Gençlik turizm-**ESG**), -Sağlık ve Tıbbi Nedenler (Sağlık turizm-**ST**), -Dini/Hac (İnanç turizm-**DH**), -İş amaçlı (Konferans turizm-**İAK**) veriler kullanılmıştır. Bu başlıklarda turizm gelirlerini elde edebilmek için de, önce toplam ziyaretçi sayısı içinde yukarıda sıralanan faaliyetlerin payı bulunmuştur. Örneğin 2015 yılının ikinci çeyreğinde toplam ziyaretçi sayısı 10751351 kişidir. 10751351 kişinin 7023302 kişi "Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler" amacıyla gelmiştir. Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetleri amacıyla gelen ziyaretçi sayısının (7023302), toplam ziyaretçi sayısına (10751351) oranı; bize "Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetlerin" payını gösterecektir. Aynı şekilde örneğin, "Sağlık ve Tıbbi nedenlerle" (sağlık ve termal turizm) ülkemize gelen ziyaretçi sayısı aynı dönemde 93222

³Türkiye'de, 1990'lı yılların başından itibaren yoğun şekilde turistik tüketicilerde klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden, bireysel ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelme ortaya çıkmıştır. İnsanların güneş altında boş vakitlerini öldürmek yerine ulaşım araçlarındaki hız ve konfor sayesinde tatil sürelerini birkaç parçaya bölerek ilgi alanlarına yönelik tatile çıkmayı yeğlemeye başlamışlardır. Bu yönelişin öncelikle klasik turizm ürününe duyulan tatmin düzeyi, değişik kültürleri keşfetme isteği, ülkeler arasındaki mesafelerin kısalması, eğitim ve gelir düzeyindeki artış, genel turizm hareketliliği içerisinde ekonomik problemlerini çözmüş üçüncü yaş turist profilinin artması, kültürel ve sportif aktivitelere katılma isteği gibi pek çok nedeni bulunmaktadır. Değişen bu talep karşısında turizm yatırımcıları da pazardaki yerlerini yeniden konumlandırmak amacıyla talebin istekleri doğrultusunda yatırımlarını yönlendirmeye başlamışlardır. Ortaya çıkan bu turizm hareketliliğinin adı kitle turizmine bir alternatif olarak değerlendirilmesi dolayısıyla alternatif turizm olarak adlandırılmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Ülkemizde alternatif turizm çeşitleri; akarsu turizmi, av turizmi, dağcılık, golf turizmi, hava sporları, inanç turizmi, İpek Yolu, kış sporları turizmi, kongre turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi, sağlık ve termal turizmi, su altı dalış, yat turizmi ve yayla turizmi olarak şekillenmiştir (yigm.kulturturizm.gov.tr (Erişim tarihi: 12.11.2015)).

⁴TÜİK'in web sayfasında "Turizm İstatistiklerinde" "Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler" verileri, 2003(1)-2015(2) çeyrek dönemler için mevcuttur. Daha önceki yıllara ait verilere ulaşımamıştır. Bu çalışmada 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemlik veriler kullanılarak modeller tahmin edilmiştir.

kişidir⁵. 93222 kişinin, toplam ziyaretçi sayısına (10751351) oranı, bize “Sağlık ve Tıbbi nedenlerle” aldığı payı verecektir. Bu oranlar (paylar) incelendiğinde, “Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerin”, toplam turizm geliri içindeki payı; “dini (inanç turizm)”, “iş amaçlı (konferans turizm)”, “sağlık ve tıbbi nedenler (sağlık turizm)” ve “eğitim (gençlik turizm)” amaçlı turizm gelirlerinin payından daha fazladır.

Her bir faaliyet için bulmuş olduğumuz bu oranları (payları), toplam turizm gelir değeri ile çarptığımızda, her bir faaliyete ait turizm gelirlerini elde ederiz.

Bundan sonraki analizlerde, tarafımızca hesaplanmış her bir turizm faaliyetine ait turizm gelirleri ile, ziyaretçi sayıları arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Değişkenlerin durağan olup olmadıklarını görebilmek amacıyla ADF birim kök testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: ADF Test Sonuçları

Değişkenler	Düzy	p değeri	Birinci Sıra Fark	p değeri
GESTG(sabit)	-0.27	0.91	-3.24	0.024
GESZS(sabit)	0.98	0.99	-4.40	0.0012
ESGTG(sabit)	-5.10	0.0001		
ESGZS(sabit)	-5.04	0.0001		
İAKTG(sabit)	-2.008	0.28	-2.83	0.062
İAKZS(sabitsiz+trendsiz)	0.011	0.68	-3.12	0.026
DHTG(sabit)	-7.023	0.000		
DHZS(sabit)	-6.28	0.000		
STTG (sabit)	-0.79	0.80	-2.93	0.05
STZS (sabit)	-1.18	0.67	-2.94	0.048
GESTG_SA(sabit)	-0.65	0.84	-7.68	0.0000
GESZS_SA(sabit)	-0.41	0.89	-8.57	0.000
STTG_SA(sabit)	-0.81	0.80	-2.25	0.04
STZS_SA(sabit)	-0.35	0.90	-5.13	0.0001

Tablo 7’den de görüldüğü gibi, ESGTG, ESGZS, DHTG, DHZS değişkenleri düzeyde durağan; diğer değişkenler birinci sıra fark durağan bulunmuştur. ADF birim kök testi sonucunda birinci sıra fark durağan bulunan değişkenler Engle-Granger yöntemi ile düzeyde durağan bulunan değişkenler KEKK ile tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8: Engle-Granger ve KEKK Sonuçları 2004(1)-2015(2)

Modeller	Değişken Tanımı
<p>GESKTG= 79575.08+ 0.719 GESKZS $R^2=0.92$ $F=517.7$ t değeri→ (0.53) (22.75) dw=1.27 $ADF_t=-2.043(0.04)$</p> <p>*Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>**Değişkenlerde mevsimsel etki olduğu için, değişkenler mevsimsel etkiden arındırıldıktan sonra Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>GESKTG_SA = -344628.1 + 0.821GESKZS_SA $R^2=0.89$ $F=385.9$ t değeri→ (-1.91) (19.64) dw=0.29 $ADF_t=-2.077(0.03)$</p>	<p>GESKTG: Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerden elde edilen turizm gelirleri (bin dolar) GESKZS: Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>

⁵Ek 1’de veriler yer almaktadır.

<p>STTG= -11472.18+ 0.962 STZS $R^2=0.92$ F=511.6 t değeri→ (-4.35) (22.61) dw=1.83 A DF_U=-2.25(0.024) *Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki olduğu için, değişkenler mevsimsel etkiden arındırıldıktan sonra Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>STTG_SA = -12829.7 + 0.985 STZS-SA $R^2=0.96$ F=1276.1 t değeri→ (-7.65) (35.72) dw=0.29 ADF_U=-2.48(0.018)</p>	<p>STTG: Sağlık ve tıbbi faaliyetlerden elde edilen turizm geliri (bin dolar) STZS: Sağlık ve tıbbi faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>DHTG=2186.15+ 0.6301 DHZS $R^2=0.904$ F=417.7 t değeri→ (2.52) (20.43) dw=1.86 *Değişkenler düzeyde durağan olduklarından KEKK yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>DHTG: Dini/Hac faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar) DHZS: Dini/Hac faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>İAKTG= -20320.92+0.783 İAKZS $R^2=0.75$ F=138.1 t değeri→ (-0.54) (11.75) dw=1.29 ADF_U=-2.15(0.034) *Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>İAGTG: İş amaçlı (konferans) faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar) İAGZS: İş amaçlı (konferans) faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>ESGTG=1145 + 0.711 ESGZS $R^2=0.85$ F=250.8 t değeri→ (0.56) (15.83) dw=1.05 *Değişkenler düzeyde durağan olduklarından KEKK yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>ESGTG: Gençlik(eğitim) faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar) ESGZS:Gençlik(eğitim) faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı(adet)</p>

Tablo 7’de, “sağlık ve tıbbi nedenlerle(sağlık turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; “Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler” amacıyla ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, bu amaçla elde edilen turizm gelirini 719 dolar arttırmaktadır. “Eğitimi Staj(Gençlik turizm)”amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, gençlik turizmden elde edilen turizm gelirini 711 dolar arttırırken; “İş amaçlı (Konferans turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, konferans turizmden elde edilen turizm gelirini 783 dolar arttırmaktadır. “Dini/hac(inanç turizm)”amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, inanç turizmden elde edilen turizm gelirini 630 dolar arttırmaktadır.

Bütün modellerde eğim katsayıları istatistiksel bakımdan anlamlıdır. Modellerin açıklama gücü yüksek ve F testleri anlamlıdır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda ülke ekonomilerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle turizmin kitlesel özellik kazanması ile turizmin yarattığı ekonomik etkiler, turizm potansiyelini kullanabilen ülkeler için oldukça önemli bir gelir unsurunu ortaya çıkarmıştır. Turizm gelirleri dünyadaki birçok ülke ve bölge için önemini arttırmış, bu durum turizm yatırımlarının da desteklenmesi ile birbirini izleyen döngüsel bir etkileşime yol açmıştır.

Ülkeler açısından daha fazla gelir elde edebilmek için turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması gereklidir. Bu açıdan bakıldığında, turizm faaliyetlerin dönemsel ve bölgesel olarak dengeli bir biçimde dağılımına ihtiyaç vardır. Bu çerçevede turizm faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, bir başka deyişle alternatif turizm alanlarının geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Türkiye’nin de bu anlamda dünya turizm pazarından daha büyük pay alabilmesi ve daha fazla turizm geliri elde edebilmesine ihtiyaç vardır. Bunun için turizm geliri, hangi faktörlere bağlı olarak artmaktadır? ya da turizm gelirinin belirleyicileri neler olabilir? Alternatif turizm faaliyetlerinden hangisi ya da hangileri, turizm geliri üzerinde daha fazla etkilidir?

soruları aklımıza gelmektedir. Bu çalışmada, bu sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır ve bu amaçla çeşitli ekonometrik modeller kurulmuştur. Kurulan modeller, Türkiye ekonomisinin hem 2001-2014 yıllık hem de 2004(1)-2015(2) çeyrek dönem verileri kullanılarak, Engle-Granger ve KEKK yöntemleri ile tahmin edilmiştir.

Kurulan modellerden ilki, Türkiye’deki turizm gelirinin belirleyicilerini ortaya koyabilmeyi amaçlamıştır. Turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru alınmıştır. Tahmin sonuçlarına göre, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenin ziyaretçi sayısı olduğu görülmüştür. Ziyaretçi sayısında % 1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 artırmaktadır. Ayrıca, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirini 792 dolar arttırmaktadır. Aynı dönemde, 2001 ve 2008 krizlerinin, turizm geliri üzerindeki etkisi de araştırılmış ve kriz dönemlerinin turizm gelirini azalttığı görülmüştür.

Kurulan modellerden diğerleri, alternatif turizm faaliyetleri ile ilgilidir. Yapılan analizler sonucunda, “Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerin”, toplam turizm geliri içindeki payı; “dini (inanç turizm)”, “iş amaçlı (konferans turizm)”, “sağlık ve tıbbi nedenler(sağlık turizm)” ve “eğitim(gençlik turizm)” amaçlı turizm gelirlerinin payından daha fazladır. Toplam turizm geliri içinde en az payı, inanç turizmi almaktadır.

“Sağlık ve tıbbi nedenlerle(sağlık turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; diğer alternatif turizm gelirleri ortalama olarak daha az artmaktadır.

Bu sonuçlara göre,

- Turizm gelirini arttıran en önemli değişken ziyaretçi sayısı olduğu için, herhangi bir nedenle ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki azalma, turizm gelirini azaltacaktır. Siyasi ve ekonomik krizler, terör olayları turizm gelirini olumsuz etkilemekte ve turizm gelirini azaltıcı etki yapmaktadırlar. Turizm gelirinin azalması ise cari işlemler açığının artmasına, istihdamın ve ekonomik büyümenin azalmasına neden olabilecektir. Dolayısıyla, ziyaretçi sayısındaki artışı sağlayabilmek için, öncelikle ekonomik ve siyasi krizlerin oluşmasını engelleyici önlemlerin alınması gereklidir. Ayrıca yurt dışından gelen ziyaretçi sayısındaki azalma durumunda, turizm işletmelerinin zarar etmemesi amacıyla, iç turizme yönelik kampanyaların düzenlenmesi (otel ve pansiyon fiyatlarının makul ölçülere indirilmesi, bu konuda reklam kampanyalarının yapılması gibi), işletmecilerin borçlarının ertelenmesi veya uygun kredi koşullarının sağlanması, vergilerin düşürülmesi gibi ek önlemlerin alınması gerekmektedir. Bunların yanında, turizm yatırımlarına gereken önem verilmeli, verilen hizmetlerin kalitesi arttırılmalı ve ulaşım olanakları genişletilmelidir.

- Alternatif turizm faaliyetleri içinde, turizm gelirini en fazla arttıran sağlık turizmi iken, turizm gelirini en az arttıran inanç turizmi olmuştur. Analiz sonuçlarına göre sağlık turizmden en fazla gelir elde edilebileceği için, ülkemizde sağlık turizme önem verilmelidir. Özellikle İç Anadolu Bölgesi, sağlık turizmi için iyi bir alan oluşturabilir. Diğer taraftan inanç turizmden daha fazla gelir elde edebilmek için de, “uluslararası gündeme gelebilme niteliği yüksek olan Mevlana, Çatalhöyük, Kilistra, Sille ve Selçuklu yapıları gibi unsurların “paket tanıtım” projesi ile tanıtılmasına ihtiyaç vardır” (Tapur, 2009).

- Türkiye’nin uluslararası kongre merkezi haline gelebilmesi için, tanıtım ve pazarlama açısından teknik ve finansal desteğe ve iyi bir planlama sistemine ihtiyaç varken, sosyal medyayı çok iyi kullanan gençleri ülkemize çekebilmek için ve ülkemizdeki gençler için de, gençlik kampları, yaz okulları, gençlik festivalleri ve okul gezileri düzenlenmeli, gençlere yönelik turizm tesislerin sayısı ve kalitesi arttırılmalı, gençlik turizmi yapan seyahat acenteleri kriterlerini oluşturacak “özel projeler” hazırlanarak, uygulamaya geçilmelidir.

5. KAYNAKLAR

- Aktaş, C. (2005). Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen değişkenler için en uygun regresyon denkleminin belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2).
- AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) (2014). *Turizm istatistikleri*. www.aktob.org.tr. (Erişim Tarihi: 19.2.2016).
- Çıkın, A., Çeken, H. ve Uçar, M. (2009). Turizmin tarım sektörüne etkisi, agro-turizm ve ekonomik sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1).
- Çımat, A. ve Bahar, O.(2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, (6).
- Çoşkun, N. (2010). *Türkiye’de turizm politikaları ve turizm sektörü üzerindeki etkileri*. Uzmanlık tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.
- Dickey, D. A. & Fuller W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of American Statistical Association*, 74(366).
- Engle, R.F.& Granger, C.W.(1987). Cointegration and error correction: representation, estimation and testing. *Econometrica* (55).
- Erkan B., Kara O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye’de turizm gelirlerinin belirleyicileri. *Akademik Bakış Dergisi*, (39).
- http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf. (Erişim tarihi: 19.2.2016).
- Işık, C. (2010). Türkiye’de yabancı ziyaretçi harcaması ve turizm gelirleri ilişkisi: Bir eşbütünlük analizi (1970-2008). *Sosyo-ekonomi*, Temmuz-Aralık, (2).
- Kılıç, B. ve Kurnaz A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler : Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/4.
- Özçam, M. (2013). <http://www.iktisadi.org/turizm-sektorunun-baslica-ozellikleri.html>, (Erişim Tarihi: 15.11.2015).
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). *Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma*. <http://tfefergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayı 2>. (Erişim Tarihi: 9.10.2015).
- Şen, A. ve Şit, M.(2015). Reel döviz kurunun Türkiye’nin turizm gelirleri üzerindeki ampirik analizi. *Journal of Yasar University*, 10/40.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 2(9).
- T.C. Merkez Bankası web sitesi, www.tcmb.gov.tr (Erişim tarihi: 16.11.2015).
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) web sitesi, www.tursab.org.tr (Erişim tarihi: 5.11.2015).
- TÜİK web sitesi, www.tuik.gov.tr (Erişim tarihi: 5.11.2015).
- TÜSİAD (2014). *Türkiye’de alternatif turizmin gelişimine yönelik değerlendirmeler*. Yayın No. TÜSİAD-T/2014-9/556.
- UNWTO (United National World Tourism Organisation) (2015). (Dünya Turizm Örgütü Tourism Highlights Raporu) (2015) (Erişim tarihi: 20.2.2016).
- UNWTO(United National World Tourism Organisation)(2016). (Dünya Turizm Örgütü Tourism Barometer Yayınları) (2016) (Erişim tarihi: 20.2.2016).
- WTTC (Travel & Tourism Economic Impact) (2015). (Erişim tarihi: 19.2.2016).
- yigm.kulturturizm.gov.tr (Erişim tarihi: 12.11.2015)

EK 1. ANALİZLERDE KULLANILAN VERİLER 2012(1)-2015(2)

Dönem	Turizm Geliri(TG) (bin dolar)	Ziyaretçi Sayısı(ZS) (Adet)	Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı	Eğitimi, Staj Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Gençlik Turizm)	Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Sağlık Turizm)	Dini/Hac Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (İnanç Turizm)	İş Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Konferans Turizm)
2012.1	3524422	4219162	1854034	51190	58626	10847	512927
2	7066015	9323459	5841998	86876	53099	27016	634782
3	11055086	15437123	8173244	40441	38054	11016	339311
4	7361478	7484177	4461754	43935	66450	17522	671184
2013.1	4648816	4773826	2150827	46320	75372	7584	575083
2	8315789	10267778	6479165	81561	75343	25499	637422
3	11579006	16057651	8223861	33718	41503	14495	389681
4	7765380	8126971	4826494	28672	75243	11497	730959
2014.1	4807836	5065759	2357392	36848	91855	24355	598896
2	8975976	10967100	7139799	58006	112345	29524	707150
3	12854373	17084013	9427842	32602	82453	19723	318908
4	7667719	8298198	4979006	48868	128005	9578	690271
2015.1	4868890	5344575	2722015	29971	105925	5427	536570
2	7733677	10751351	7023302	41465	93222	40923	648306

Kaynak:TÜİK Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi

Not: Analiz dönemi 2004(1)-2015(2) dir. Burada 2012(1)-2015(2) çeyrek dönem veriler verilmiştir.

Not: Hesaplamalar aşağıdaki şekilde yapılmıştır. 2015(2) dönemi için;

*Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı /Toplam ziyaretçi sayısı = $7023302/10751351=0.6532$

Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Turizm Geliri= $0.653248*7733677 = 5052009.03$

* Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı / Toplam ziyaretçi sayısı = $93222/10751351 = 0.008671$

Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Turizm Geliri = $0.008671*7733677= 67056.58$

