

Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı

Yrd. Doç. Dr. Ozan BAHAR

Muğla Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, MUĞLA

ÖZET

Bir hizmet sektörü olan turizmin, tüm dünya genelinde çok büyük bir hızla gelişme gösterdiği görülmektedir. Bugün, tüm dünya hizmet ticaretinin yaklaşık %30'unu turizm sektörü tek başına oluşturmaktadır. Turizm bir sektörler kesiti olduğu için, diğer bir deyişle bünyesinde irili ufaklı birçok hizmet sektörünü barındırdığı için, ülke ekonomilerine katkısı tam olarak hesaplanamamaktadır. Bununla birlikte, ulusal ve uluslararası literatürde konuya ilişkin olarak yapılan teorik ve ampirik çalışmalardan, turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu da anlaşılmaktadır. Buradan hareketle, bir turizm ülkesi olan Türkiye'de Heckscher ve Ohlin teorisine de uygun olarak, turizmin özellikle 1980 sonrası hızlı bir şekilde geliştiği ve uluslararası turizm sektöründe rekabetçi bir üstünlük elde edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmek ve bu sektörün ekonomik büyümeye ilişkin olası katkısını ortaya koymaktır. Böylece, 1963-2004 yılları arasındaki turizm gelirleri ile GSMH'dan oluşan değişkenlere ait zaman serisi, VAR modeli kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen ampirik sonuçlar, turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki meydana getirdiğini ve yapılan eş bütünlük testine göre de, her iki değişken arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir.

Anahtar sözcükler: Ekonomik Büyüme, Turizm ve Ekonomik Büyüme, VAR Analizi.

The Effect of Tourism Sector on the Economic Growth of Turkey: VAR Analysis Approach

ABSTRACT

Tourism, a service sector, has shown a very rapid development throughout the world. Today, tourism sector accounts for the 30% of total world services trade on its own. Net contribution of tourism to the economies of countries cannot be calculated precisely in that tourism is a coalescence of sectors, that is, it embodies a number of large and small service sectors. Nevertheless, theoretical and empirical studies on this subject, in both national and international literature, have revealed that tourism has a positive effect on economic growth. Based on this consideration, it is seen that tourism in Turkey, which is a tourism country, developed rapidly especially after 1980 and tried to gain competitive advantage in international tourism sector, consistently with the Heckscher-Ohlin theory. In this context, the aim of this study is to test whether there is a long term relationship between tourism and economic growth, and to display the likely contribution of the sector to economic growth. Time series regarding the tourism receipts of 1963-2004 and GNP have been analyzed through VAR model. The empirical findings obtained have shown that tourism has had a positive effect on economic growth, and the cointegration test has proved that there is a mutual relationship between the two variables in the long term.

Key Words: Economic Growth, Tourism and Economic Growth, VAR Analysis.

I. Giriş

Turizmin ekonomik önemi ve bu açıdan ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğu 20. yüzyılın ortalarında anlaşılmasına karşın 1950'lere kadar kalkınma, büyüme ve zenginlik için yapılan küresel araştırmalarda turizm sektörü

genellikle göz ardı edilmiştir (Crouch ve Ritchie, 1999: 138). II. Dünya Savaşı'nın bitimi ile beraber, turizm hareketleri özellikle bugünün gelişmiş ülkeleri olan Batı toplumlarında gelişmeye başlamıştır. Ekonomik öneminin zamanla anlaşılmasıyla birlikte, 21. yy. küresel ekonomisinde telekomünikasyon ve bilgi teknolojileri ile birlikte en hızlı gelişen sektör olmuştur. Bugün, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Diamond, 1977: 539; Britton, 1982: 332; Copeland, 1991: 515; Hao, Var ve Chon, 2003: 33). Dünya Turizm Örgütü'ne (WTO) göre, uluslararası turist sayısı 2003 yılında 691 milyon kişiye, uluslararası turizm gelirleri ise 523 milyar ABD dolarına ulaşmıştır (WTO, 2004). 1950 yılında dünya turist sayısının 25.3 milyon olduğu düşünülecek olursa, elli üç yılda dünya turizm hareketlerinin %2631 oranında arttığı (yaklaşık 27 kat) görülmektedir ki, bu çok büyük bir gelişmenin göstergesidir. Bu rakamların 2020 yılında sırasıyla 1.6 milyar kişi ve 2 trilyon Dolar (Cho, 2003: 323), 2050 yılında ise 2 milyar kişi ve 2.1 trilyon Dolar olması öngörülmektedir. Bununla birlikte, yine 2050 yılında, dünya genelindeki iç ve dış turizm gelirlerinin toplam olarak 24.2 trilyon Dolara ulaşacağı beklenmektedir (Pizam, 1999). Benzer şekilde Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi'ne (WTTC) göre, dünya genelinde toplam işgücünün %11.1'ine denk gelen 255 milyondan fazla insan turizm sektöründe istihdam edilmektedir (Papatheodorou, 1999: 619). Bu nedenle, turizm başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-ıç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve sonuçta ülke insanının refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Marcouiller, Kim ve Deller, 2004: 1031-1050; Göymen, 2000: 1025-1048).

Türkiye'ye bakıldığında ise turizm sektörünün özellikle 1980 yılından sonra çok büyük bir gelişme göstererek, ülke kalkınmasında lokomotif görevi üstlendiği görülmektedir. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra, Türkiye'de ithal ikameci politika terk edilerek, ihracata yönelik sanayileşme stratejisi benimsenmiştir. Böylece, Türkiye'de serbest piyasa ekonomisinin temel prensibi olarak kabul edilen ihracat odaklı sanayileşmenin gerçekleştirilmesinde turizm sektörü; kolay, etkili, verimli ve nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmüştür (Tosun, 2001). Turizmin, Türkiye ekonomisi içindeki hızlı yükselişinde hiç kuşkusuz, 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" ile sektöre sağlanan yatırım teşviklerinin ve mali desteğin çok önemli bir yeri bulunmaktadır (Tosun, 1999: 220; Seckelmann, 2002: 85-92). Türkiye'nin GSMH'sı içindeki turizmin payı, 1980 yılında %0.6'dan 2003 yılında %5.5'e; turizmin ihracat geliri içindeki payı aynı yıllar için %11.2'den %28'e (bkz. Tablo 1); dış ticaret açığını kapama payı ise %6,5'den %79.2'ye çıkmıştır. Ayrıca bugün, turizm sektörü Türkiye genelinde çalışan nüfusun % 5,5'ine denk gelen 1 milyonu aşkın bir istihdam yaratmış bulunmaktadır. Dolaylı istihdam ile birlikte bu sayı 2.5 milyonu bulmaktadır (Bahar ve Kozak, 2005). Günümüzde turizm, Türkiye'de imalat sanayinden sonra gelen en önemli döviz kaynağı konumundadır (Tosun, Timothy ve Öztürk, 2003: 139).

Literatüre bakıldığında, turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini araştıran diğer ülkelerle ilgili bazı çalışmalar olmasına karşın (Sharpley, 2002; Balaguer ve Jorda, 2002; Durbarry, 2002), Türkiye ekonomisi için böylesine önemli olan bir sektörün ekonomik büyüme üzerindeki olası etkisinin ampirik olarak yeterli şekilde test edilmediği görülmektedir. Dolayısıyla çalışmanın öncelikli amacı, Türkiye ve turizm ekonomisi için bu açığı kapatmaktır. İkinci amaç ise, turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmek ve bu sektörün ekonomik büyümeye ilişkin olası katkısını ortaya koymaktır. Bu bağlamda, Türkiye'nin ekonomik gelişmesinde büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi test etmek için üç hipotez sınanacaktır. Birincisi, turizmin ekonomik büyümeye neden olduğu; ikincisi, ekonomik büyümenin turizmde büyümeye yol açtığı ve üçüncüsü ise, ikisinin de birbirini etkilediğidir. Bu amaç doğrultusunda; çalışmanın ikinci bölümünde, literatürde yer alan ve turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştıran önceki araştırmalar incelenmiştir. Üçüncü bölümde; çalışmada kullanılan yöntem, model, değişken ve veriler hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde ise VAR (Vector Autoregressive) analizi ile yapılan bütün testlerin sonuçları ayrı ayrı gösterilmiş ve ampirik sonuçların genel bir değerlendirmesi ve yorumu yapılmıştır.

Tablo 1: Türkiye'de Turizm Sektörüne İlişkin Ekonomik Göstergeler

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon \$)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki % Payı	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki % Payı	Turizmin Dış Ticaret Açığını Kapatmadaki % Payı
1980	327	0.6	11.2	6.5
1990	3.225	2.1	24.9	28.6
1995	4.957	3.0	22.9	30.8
2000	7.636	3.8	27.8	27.0
2001	8.932	6.0	28.8	170.2
2002	9.010	5.0	25.0	90.6
2003	13.203	5.5	28.0	79.2

Kaynak: www.turizm.gov.tr; www.tcmb.gov.tr.

II. Literatür Taraması

Gelişmekte olan birçok ülkede büyümenin ve ekonomik kalkınmanın temel kaynağını, ihracata dayalı gelişme stratejisi oluşturmaktadır. Özellikle, 1960 sonrası birçok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ithal ikameci politikalarını değiştirerek ihracatını teşvik etmeye başlamış ve ihracat odaklı büyümeyi ekonomi politikası olarak tercih etmiştir. Ekonomi literatürüne bakıldığında, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini inceleyen çok sayıda araştırmacının olduğu görülmektedir (Balassa, 1988; Ghatak, Milner ve Utkulu, 1997; Islam, 1998). Bu konuda yapılan ampirik çalışmalarda elde edilen sonuçlar oldukça farklıdır. Ancak genel anlamda, ihracatın ekonomik

büyüme olumlu yönde etkilediği başka bir deyişle, ihracattaki gelişmenin ve artışın ekonomik büyümede oransal bir artışa neden olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır (bkz. Shan ve Sun, 1998:1058–1060). Çünkü, bir ülke ekonomisinde ihracatın gelişimi ile birlikte; ölçek ekonomilerinden yararlanılmakta, bağlayıcı döviz kısıtlamaları azaltılmakta ve döviz sıkıntısı hafifletilmekte, ticaret dışı sektörlerde pozitif dışsallıklar sağlanmakta, rekabet gücü elde edebilmek için kaynaklar etkili ve verimli kullanılmakta, geleneksel sektörlerde yatırımlar canlanmakta ve sonuçta ihracat ekonomik büyüme olumlu yönde etkilemektedir (McKinnon, 1964; Durbarry, 2004).

Buradan hareketle; bir gelişme stratejisi olarak turizmin ekonomik büyümeye neden olacağına ilişkin teorik dayanağın, ihracat ve ekonomik büyüme literatüründen kaynaklandığını söylemek mümkündür (Vanegas ve Croes, 2003: 315-330). Nitekim ödemeler bilançosunun cari işlemler hesabındaki uluslararası hizmetler kısmında yer alan turizmin, uluslararası ticarete konu olan geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında yer aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, yabancı turistlerin bir başka ülkede yapmış oldukları turizm amaçlı harcamalar, o ülkeye sağladığı döviz geliri açısından -aynen mal ihracatında olduğu gibi- bir ihracat etkisi yapmaktadır. Başka bir deyişle, turizm görünmez bir ihracat kalemidir (Theobald, 2001). Çünkü turizmden elde edilen her türlü gelir, turistlere satılan her türlü ürün ve hizmet ek ihracat olarak kabul edilmektedir. Ülkeye gelen turist sayısı arttıkça, gidilen ülkedeki ürün ve hizmet üretimine olan talep de artmaktadır. Eğer gidilen ülke, yükselen talep düzeyine paralel olarak artan üretimi karşılayacak kaynaklara sahipse, turistlerin tüm harcamaları o ülkede kalacaktır. Ancak, üretimi yerel kaynaklarla arttırma olanağı yoksa o zaman yetersiz olan üretim faktörlerini ithal etmek gerekecektir. Ülkenin turistik döviz kazançları, döviz kayıplarından daha fazla ise turizm ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır. Bu nedenle, ihracat odaklı büyüme hipotezinde olduğu gibi, turizm odaklı büyüme hipotezinde de turizmin uzun dönemde ekonomik büyümeye neden olabileceği kabul edilmektedir (Balaguer ve Jorda, 2002; Croes, 2006). Özetle, bir ülkede turizmin gelişmesiyle birlikte; döviz sıkıntısı hafifletilmekte, ülke-içi firmaların dışarıdaki rakipleri ile rekabet gücü ve sonuçta verimliliği artmakta, ölçek ekonomilerinden yararlanılmakta, dış ticaret dengesine pozitif yönde etki etmekte, istihdam yaratmakta ve bir bütün olarak ulusal gelirden artışa yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki meydana getirmektedir (Brohman, 1996: 49-52).

Literatürde konuyla ilgili olan az sayıda çalışmaya bakılacak olursa, çalışmaların birbirinden farklı sonuçlar içerdiği gözlenmektedir. Hazari ve Ng yaptıkları çalışmada, turizmin teknelci bir güç altında ekonomik refahı düşüreceği ve büyüme üzerinde olumsuz bir etki yaratacağını ortaya koymuştur (Hazari ve Ng, 1993). Hazari ve Sgro'nun geliştirmiş oldukları dinamik modelde ise büyüme ile turizm, sermaye birikimi, kişi başına tüketim ve ticaret hadleri arasındaki ilişki araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, turizmin özellikle küçük bir ülkenin uzun dönemli büyümesine olumlu etki ettiğini göstermektedir (Hazari ve

Sgro, 1995). Modeste ampirik çalışmasında (1995), seçilen Karayip ülkelerinde turizmin ekonomik büyümeyi geliştirdiğini ve turizm sektöründeki büyümenin tarım sektöründe ki büyümede de bir daralmayı beraberinde getirdiğini göstermektedir. Kulendran ve Wilson'un Avustralya, Shan ve Wilson'ın Çin için yaptıkları benzer çalışmada ise uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu görülmüştür (Kulendran ve Wilson, 2000; Shan ve Wilson, 2001). Balaguer ve Jorda da, İspanya'nın uzun dönemli ekonomik kalkınmasında turizmin rolünü incelemiştir. Elde edilen ampirik sonuçlara göre, turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmakta ve turizm ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir (Balaguer ve Jorda, 2002).

Durbarry'nin, Mauritius için oluşturduğu ekonometrik modelde ise turizmin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi ve Mauritius'un ekonomik gelişmesinde turizmin çok önemli bir katkısının olduğu görülmektedir (Durbarry, 2004). Oh'un Kore için yaptığı çalışmada ise turizmin ekonomik büyümeye neden olduğu hipotezi reddedilmiştir. Zaman serisi kullanılarak oluşturulan VAR modeli ve kointegrasyon analizinde Kore'deki turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olmadığı bulunmuştur (Oh, 2005). Yapılan başka bir araştırmada da, turizmdeki artışın ülkenin GSMH ile imalat sektöründeki çıktı da düşüşe neden olacağı ve böylece ülke insanını yoksullaştıracağı sonucu ortaya çıkmıştır (Nowak, Sahli ve Sgro, 2004). Panel data yaklaşımı kullanılarak 21 Latin Amerika ülkesi için yapılan bir diğer araştırmada ise, turizm düşük ve orta gelirli ülkelerin ekonomik büyümesi üzerinde olumlu bir etki yarattığı görülmüştür (Martin, Morales ve Scarpa, 2004).

Türkiye için yapılmış olan iki ayrı çalışmaya bakılacak olursa: Kırbaş-Kasman ve Kasman'ın (2004) yapmış oldukları araştırma sonuçlarına göre, elde edilen Granger nedensellik testi sonuçları, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, turizm ekonomik anlamda Türkiye'nin ekonomik büyümesine olumlu yönde bir katkı sağlamaktadır. Yıldırım ve Öcal'ın (2004), yine Türkiye için yapmış oldukları bir diğer araştırmada ise, turizm ile ekonomik büyüme arasında kısa dönemli bir ilişkinin söz konusu olmadığı ancak uzun dönemde turizm gelirlerinin büyümeyi teşvik ettiği sonucu ortaya çıkmıştır. Son olarak Gökövalı ve Bahar'ın (2006), Akdeniz Bölgesindeki 19 turizm ülkesini kapsayan ve Panel data yaklaşımı kullanılarak yapmış oldukları çalışmada, turizmin ekonomik büyümeye olumlu katkı sağladığı sonucu ortaya çıkmıştır.

III. Model ve Veri Seti

Söz konusu çalışmanın temel amacı bilindiği üzere, turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmek ve bu sektörün ekonomik büyümeye ilişkin olası katkısını ortaya koymaktır. Kısaca, **turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğu hipotezi** bu çalışma ile test edilecektir. Çalışmanın ikinci kısmındaki literatür taraması bölümünde belirtilen birçok çalışmada olduğu gibi burada da, turizmin ekonomik

büyüme üzerindeki etki derecesini ölçmek için GSMH düzeyi kullanılacaktır. Yapılan bu çalışma, oluşturulan model tahmini ve kullanılan testler açısından diğer çalışmalardan farklılık arz etmektedir. Buradan hareketle; turizm gelirleri (TUR) ile GSMH zaman serileri kullanılarak iki seri arasındaki ilişkinin büyüklüğü ölçülecektir. Söz konusu bu iki değişken ile ilgili 1963–2004 yıllarına ait istatistikî verilere, Turizm Bakanlığı ve T.C. Merkez Bankası veri tabanlarından ulaşılmış ve tüm değişkenler doğal logaritma şeklinde ifade edilmiştir. Bu iki seri arasındaki ilişki ölçülürken, VAR yöntemi kullanılacaktır. Modeldeki değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmada, regresyon tekniğini kullanabilmek için, öncelikle analiz edilecek zaman serilerinin durağan olması gerekmektedir. Aksi takdirde, kullanılan zaman serileri ile uygun bir model geliştirmek ve doğru bir tahmin yapmak mümkün olmayabilir (Kutlar 2000:1–13). Durağanlık ile ifade edilmek istenen; zaman serilerinin istatistikî özelliklerinin zaman içinde değişmemesi gerektiğidir. Diğer bir deyişle; serinin ortalaması ve varyansı sabit ya da ortalamaya dönme eğilimi taşınmalıdır (Engle ve Granger, 1987)¹. Genellikle, ekonomiyle ilgili çeşitli değişkenlere ait zaman serilerinin durağan olmadıkları görülmektedir. Serilerin durağanlığı trend, mevsimsel etkiler ve rassal nedenlerle bozulmaktadır. Bu bağlamda, serilerin durağan olup olmadığını anlamak için birim kök testleri uygulanmaktadır. Durağanlık testinde, hem turizm gelirleri ve hem de GSMH düzeyi değişkenleri sabit ve trend olarak test edilerek durağanlaştırılmıştır.

Tablo 2: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Fark Alınmadan Düzey Üzerinden Yapılan ADF Test İstatistiği [I (0)]	Birinci Dereceden Fark Alınarak Yapılan ADF Test İstatistiği [I (1)]
Turizm Geliri (TUR)	-2.164069	-5.536330
GSMH	-2.100647	-3.747424
ADF Test Kritik Değerleri	-4.2092*	-3.5279** 3.1949** *

*: a = %1, **: b = %5, ***: c = %10

Tablo 2'den görüldüğü üzere, turizm gelirleri ve GSMH test değerleri mutlak olarak % 1'lik kritik değerden küçük olduğu için farkları alınarak durağanlaştırılmış ve yeniden test edilmiştir. Yapılan bu işlem sonucunda bütün

¹ R. Engle, J. Granger (1987), "Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing", *Econometrica*, Vol 50, ss. 987–1007.

seriler durağanlaştırılmıştır. Tablodan görüldüğü üzere, düzeyden yapılan test sonucunda ADF kritik değeri %5 anlamlılık düzeyinde olması gerekenden küçük olduğu için seriler durağan değildir. Bunun üzerine serilerin birinci farkları alınmış, hesaplanan Tau istatistikleri tablodaki 3.52 kritik değerinden büyük olduğu için her iki seri durağanlaştırılmıştır. Bu özellik VAR analizi için önemlidir.

IV. VAR Analizi

VAR modeli, seçilen bütün ekonomik büyüklükleri bir bütün olarak ele almaktadır. Daha açık bir ifadeyle, söz konusu model yardımıyla yapılan ekonometrik çalışmalarda değişkenler ya da büyüklükler eş anlı olarak incelenmektedir. Burada, teorik modellerde olduğu gibi, kesin bir biçimde içsel ve dışsal değişken ayırımına gidilmemektedir. İktisadî teorinin öne sürdüğü kısıtlamaların, varsayımların, model tanımını bozmasına izin verilmemektedir. Benzer şekilde, değişkenler arası ilişkiler hakkında bir ön kısıt konulmamaktadır. Dolayısıyla da, ekonomistlerin model kurma aşamasında yapmak zorunda oldukları ön varsayımların olumsuz etkileri büyük ölçüde ortadan kalkmaktadır. İktisat teorisinin öne sürdüğü çeşitli hipotezlerin istatistik ve ekonometri sınamaları, daha sonra sayısal iktisadî veriler kullanılarak yapılmaktadır (Özgen ve Güloğlu, 2004). Bu tür iktisadi kısıtlamalar olmaksızın yapılan VAR analizleri klâsik yapısal modellemeden daha iyi sonuç vermektedir. VAR modelindeki değişkenlerin hem içsel hem de dışsal olması teorinin yapamadığını yaparak, iki değişken arasındaki ilişkinin doğru kurgulanmasına olanak sağlamaktadır.

$$\Delta GSMH_t = \alpha_1 + \sum_p^k \beta_{1p} \Delta Tur_{t-p} + \sum_p^k \gamma_{1p} \Delta GSMH_{t-p} + \varepsilon_{1t}$$

(1)

$$\Delta Tur_t = \alpha_1 + \sum_p^k \delta_{2p} \Delta GSMH_{t-p} + \sum_p^k \beta_{2p} \Delta Tur_{t-p} + \varepsilon_{2t}$$

(2)

İki değişkenli VAR modeli, yukarıda 1 ve 2 nolu eşitliklerde gösterildiği gibi ifade edilmektedir. Buradaki modelde; P gecikmelerin uzunluğunu, ε ise ortalaması sıfır, kendi gecikmeli değerleriyle olan kovaryansları sıfır ve varyansları sabit, normal dağılıma sahip, rassal hata terimlerini göstermektedir. Hata terimleri, modelin içsel dışsal olan tüm değişkenlerle ilişkisizdir. Modelin sağ tarafında, sadece içsel değişkenlerin gecikmeli değerleri yer aldığı için, eşanlılık sorunuyla karşılaşılmaz. Bu koşullar altında modeldeki her bir denklem klâsik en küçük kareler yöntemiyle öngörülebilir (Greene, 1993)².

² Greene, W.H. (1993), *Econometric Analysis*, Second Edition, Prentice-Hall.

Modelin gecikme uzunluğunun belirlenmesine yönelik olarak SCI (Schwarz Kriteri) ile LM oto korelasyon testleri yapılmıştır. Uygun gecikme uzunluğu için yapılan analizde (bkz. Tablo 3), en küçük SCI değeri ile oto korelasyon olmadığı görülmüş ve gecikme uzunluğu 1 gecikmeli olarak bulunmuştur. Buradan hareketle, modelimizde 1 gecikme uzunluğu kullanılacaktır.

Tablo 3: Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme Uzunluğu	SCI değeri	LM oto korelasyon testi
1	-0.798	Oto korelasyon yok
2	-0.557	%5 düzeyinde oto korelasyon var
3	-0.642	%1 düzeyinde oto korelasyon var
4	-0.426	Oto korelasyon yok

Yapılan regresyon sonuçları ise, aşağıdaki denklemde verilmektedir:

$$\Delta GSMH_t = \alpha_1 + \sum_p^k \beta_{1p} \Delta Tur_{t-p} + \sum_p^k \gamma_{1p} \Delta GSMH_{t-p} + \varepsilon_{1t}$$

(3)

$$\Delta GSMH_t = 2.907527 + 0.164695 \Delta Tur_{t-1} + 0.646116 \Delta GSMH_{t-1} + \varepsilon_{1t}$$

(4)

$$\begin{matrix} (0.04808) & (0.09851)^{*3} \\ (3.42520) & (6.55851)^{**} \end{matrix}$$

$$\Delta Tur_t = \alpha_1 + \sum_p^k \delta_{2p} \Delta GSMH_{t-p} + \sum_p^k \beta_{2p} \Delta Tur_{t-p} + \varepsilon_{2t}$$

(5)

$$\Delta Tur_t = 0.934499 - 0.074980 \Delta GSMH_{t-1} + 1.010801 \Delta Tur_{t-1} + \varepsilon_{2t}$$

(6)

$$\begin{matrix} (0.15513) & (0.07571)^{*4} \\ (-0.48333) & (13.3500)^{**} \end{matrix}$$

Granger'e göre TUR değişkeni modele eklendiğinde GSMH serisine olumlu katkı yapıyorsa, yani öngörülebilirliğini arttırıyorsa, TUR GSMH'nin

³ *: Olasılık değerini; **: t istatistik değerini göstermektedir.

⁴ *: Olasılık değerini; **: t istatistik değerini göstermektedir.

nedenidir. Böylece, $\beta_{t-p} = 0$ hipotezi ret edilmelidir. Bu durum, kısıtlanmış modelinin kalıntıları ile kısıtlanmamış modelin kalıntıları orantılanarak elde edilen F değeri ile test edilir. GSMH değişkeni modele eklendiğinde, TUR serisine olumlu katkı yapıyorsa, yani öngörülebilirliğini arttırıyorsa, GSMH TUR'un nedenidir (Granger, 1969)⁵. Benzer test mantığı son iki durum içinde geçerlidir. Yukarıdaki denklemlerden görüldüğü üzere, turizm gelirleri istatistikî açıdan anlamlı ve GSMH'nin nedenidir.

Tablo 4: Granger Nedensellik Tablosu

H ₀ Hipotezi	F değeri	P değeri
LNGSMH, LNTUR'a neden olmamaktadır	0.23362	0.63163
LNTUR, LNGSMH'a neden olmamaktadır	11.7320	0.00149*

* %1 önem seviyesinde.

Tablo 4'te yapılan Granger nedensellik testi, birinci gecikmeden tahmin edilmiştir. Değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin olup olmadığını gösteren söz konusu tabloya bakıldığında, **“turizm gelirlerinin GSMH üzerinde etkisi yoktur”** hipotezi %1 önem düzeyinde ret edilmektedir. Granger nedenselliği anlamında buradan; turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru olduğu anlaşılmalıdır. Bu durum, teorik olarak da zaten beklentiler doğrultusundadır. Diğer yandan, Granger nedenselliği anlamında GSMH'nin turizm gelirleri üzerinde bir etkisinin bulunmadığı, yine aynı tablodan görülmektedir. GSMH, turizm gelirlerine neden olmamaktadır. Diğer bir deyişle, Türkiye'deki ekonomik gelişim ve büyüme olgusu, turizm gelirlerinin artmasına neden olmamaktadır.

Ayrıca, yukarıdaki 4 nolu eşitlikte, turizm gelirlerinin önündeki katsayının pozitif olduğu görülmektedir. Bu denklem tam logaritmik olduğu için, turizm gelirlerinin katsayısı aynı zamanda esnekliği de ifade etmektedir. Dolayısıyla, yine 4 nolu eşitliğe bakıldığı zaman, turizm gelirlerinden GSMH doğru tek yönlü bir nedensellik söz konusu olduğu için, turizm gelirlerinin önündeki katsayıyı şu şekilde yorumlamak mümkündür: Turizm gelirlerinde %1 birimlik bir artış ya da değişim olduğu zaman, GSMH'da da % 0.16 birimlik bir artış ya da değişim olmaktadır.

Kısaca belirtmek gerekirse, yapılan nedensellik testi sonuçlarına göre, turizm gelirlerinden (TUR) GSMH yönelik tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu görülmektedir. Böylece, Granger nedenselliği anlamında Türkiye'de elde edilen turizm gelirleri ekonomik büyümeye neden olmaktadır.

⁵ Granger, C. W. J. (1969), “Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods”, *Econometrica*, Vol 37, ss. 553–560.

Benzer sonuç, aşağıda Tablo 5'de gösterilen kointegrasyon testinde de elde edilmektedir.

Burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta da, Granger nedenselliği'nin VAR analizinden önce yapıldığıdır. Çünkü Granger nedensellik testine göre eğer iki değişken arasında bir nedensellik ilişkisi söz konusu ise o zaman bu iki değişken arasındaki ilişkinin büyüklüğü, süresi vb. etkiler VAR analizi yardımı ile test edilebilir. Buradan hareketle; Granger nedenselliği, VAR analizi uygulamasının bir ön koşulu gibi olmaktadır. Yukarıda belirtildiği üzere, Granger nedenselliği ile yapılan testler sonucunda değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmış ise VAR analizi yapılmalıdır. Ancak, Granger nedenselliği ile yapılan testler sonucunda değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmamış ise VAR analizi yapılması ekonometrik almamda uygun olmayacaktır. Bu bağlamda, kısaca Granger nedenselliği ile VAR analizi uygulaması arasında bir benzerlik olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 5: Kointegrasyon Testi Sonuçları

Öz Değer Testi	Maksimum Olabilirlik Oranı	% 5 Kritik Değeri	% 1 Kritik Değeri	Boş Hipotez (H_0)	Alternatif Hipotez (H_a)
0.465787	27.19100	15.41	20.04	$r = 0$ *	$r = 1$
0.067835	2.739558	3.76	6.65	$r \leq 1$	$r = 2$

* Sıfır hipotezinin, %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. $H_0 : H_a$ sıfır va alternatif hipotezlerini; r 'de koentegre vektör sayısını ifade etmektedir. LR (Maksimum Olabilirlik Oranı) testi ise, koentegre vektör olup olmadığını belirlemede kullanılır. LR > kritik değer ise H_0 hipotezi red LR < kritik değer ise H_0 hipotezi kabul, edilir.

Tablo 5'den de görüldüğü üzere, GSMH ile turizm gelirleri serisi arasında en azından bir tane ortak vektör bulunmaktadır. Dolayısıyla tek yönlü nedensellik ilişkisi kointegrasyon testiyle de desteklenmektedir. Kritik değer %5 için 15.41 iken, hesaplanan öz değeri 27.19'dur. Söz konusu bu değer, kritik değerden büyük olduğu için H_0 ($r = 0$) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan kointegrasyon testi sonuçları, iki değişken arasında sadece bir tane ortak vektör bulunduğunu göstermektedir. Bu da, Türkiye'de elde edilen turizm gelirlerinin uzun dönemde

ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla da, söz konusu iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur.

Sonuç ve Öneriler

Turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmek ve bu sektörün ekonomik büyümeye ilişkin olası katkısını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular; turizm gelirlerinden (TUR), ekonomik büyümeye (GSMH) yönelik tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kointegrasyon testi sonuçları, iki değişken arasında sadece bir tane ortak vektör bulunduğunu ve sonuç olarak, Türkiye’de elde edilen turizm gelirlerinin uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, yapılan regresyon sonucunda, turizm gelirlerinde %1 birimlik bir artış olduğu zaman, GSMH’da da 0.16 birimlik bir artışın meydana geldiği görülmektedir. Çalışma sonucu elde edilen tüm bu bulgulara göre ise, uluslararası turizmden elde edilen gelirlerin uzun dönemde Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerinde olumlu etkiler oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuç, çalışmanın önceki bölümlerinde ayrıntılı olarak belirtildiği üzere, literatürde daha önceki yapılmış araştırmalarla da örtüşmektedir. Diğer bir deyişle, Türkiye için yapılan bu çalışmada ile turizmin uzun dönemde ekonomik büyüme ve gelişmeyi etkilediği bir kere daha ispatlanmış olmaktadır.

Dünyanın en hızlı gelişen ve büyüyen sektörü olan turizmin, Türkiye’de de son yıllarda dünyadaki gelişmelere paralel olarak, büyük bir atılım yaptığı ve aynı şekilde hızla geliştiği görülmektedir. Dünya Turizm Örgütü’nün (WTO) yapmış olduğu ileriye yönelik projeksiyonlarda, turizmin 21. yüzyılda daha da büyük gelişmeler göstereceği belirtilmekte ve 2020 yılında tüm dünya genelinde oluşacak turizm gelirlerinin 2 trilyon Dolar’a ulaşması öngörülmektedir. Buna ek olarak, dünya genelinde özellikle gelişmiş ülkelerde yükselen refah düzeyine paralel olarak, seyahate ayrılan gelirin ve ulaşım olanaklarının artması ile turizm sektörünün ekonominin diğer sektörlerine oranla çok daha fazla büyüyeceği de bir gerçektir. Bu nedenle, Türkiye’nin 2003 yılı verilerine göre dünya turizm gelirlerinden aldığı payın sadece %2.5 ve elde ettiği turizm gelirin de 13.2 milyar Dolar olduğu düşünüldüğünde (Bahar ve Kozak, 2005: 176); hükümetlerin ve sektör temsilcilerinin bu sektöre gereken önemi vermeleri ve uluslararası turizm piyasasında oluşacağı öngörülen bu zenginliği ülkeye taşıyacak politikaları hızla üretmeleri gerekmektedir.

Türkiye’nin 2020 yılında uluslararası turizm gelirlerinden aldığı payın %4’e çıkması, ülkenin bu sektörden elde edeceği gelinde 80 milyar Dolar’a gibi çok büyük bir rakama ulaşması demektir. Ekonominin diğer sektörlerindeki yapılan ihracata göre, turizm gelirlerinden elde edilen dövizin maliyetinin de daha düşük olduğu göz önüne alınacak olursa, ülkede var olan doğal, kültürel, tarihi ve sosyo-ekonomik varlıklardan istenilen dövizin sağlanması, Türkiye’nin ekonomik büyümesi ve ülke insanının daha müreffeh bir yaşam sürdürebilmesine de olanak sağlayacaktır.

Son olarak da çalışmanın kısıtları hakkında şunları söylemek mümkündür. Bu çalışmada turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemek için turizm gelirleri ile GSMH düzeyi modele dâhil edilmiştir. Elde edilen sonuçların, söz konusu modele ilave faktörler eklenerek test edilmesi uygun olacaktır. Bu bağlamda, bundan sonraki araştırmalarda büyümeyi etkilediği düşünülen diğer bir takım değişkenler de modele dâhil edilebilir ya da farklı bir model kullanılabilir. Böylece, söz konusu bu çalışmada elde edilen sonuçların iktisadi anlamı üzerinde doğuracağı şüpheler ortadan kaldırılabilir.

KAYNAKÇA

- BAHAR, O. ve KOZAK, M. (2005) *Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- BALAGUER, J. ve JORDA, M.C. (2002) Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: the Spanish Case, *Applied Economics*, **34**, 877-884.
- BALASSA, B. (1988) The Lessons of East Asian Development: an Overview, *Economic Development and Cultural Change*, **36**, 273-290.
- BRITTON, S.G. (1982) The Political Economy of Tourism in the Third World, *Annals of Tourism Research*, **9**, 331-358.
- BROHMAN, J. (1996) New Directions in Tourism for Third World Development, *Annals of Tourism Research*, **23**, 48-70.
- CHO, V. (2003) A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting, *Tourism Management*, **24**, 323-330.
- COPELAND, B.R. (1991) Tourism, Welfare and De-industrialization in a Small Open Economy, *Economica*, **58**, November, 515-529.
- CROES, R.R. (2006) A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability, *Tourism Management*, (Article in Press).
- CROUCH, G.I. ve RITCHIE, J.R.B. (1999) Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity, *Journal of Business Research*, **44**, 137-152.
- DIAMOND, J. (1977) Tourism's Role in Economic Development: the Case Reexamined, *Economic Development and Cultural Change*, **25** (3), 539-553.
- DURBARRY, R. (2002) The Economic Contribution of Tourism in Mauritius, *Annals of Tourism Research*, **29** (3), 862-865.
- DURBARRY, R. (2004) Tourism and Economic Growth: the Case of Mauritius, *Tourism Economics*, **10**, 389-401.
- ENGLE, R. ve GRANGER, J. (1987) Cointegration and Error Correction: Representation, Estimation and Testing, *Econometrica*, **50**, 987-1007.
- GHATAK, S., MILNER, C. ve UTKULU, U. (1997) Exports, Export Composition and Growth: Cointegration and Causality Evidence for Malaysia, *Applied Economics*, **29**, 213-223.
- GÖKOVALI, U. ve BAHAR, O. (2006) Contribution of Tourism to Economic Growth: A Panel Data Approach, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, (Makale Baskıda).
- GÖYMEN, K. (2000) Tourism and Governance in Turkey, *Annals of Tourism Research*, **27** (4), 1025-1048.
- GRANGER, C. W. J. (1969) Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods, *Econometrica*, **37**, 553-560.
- GREENE, W.H. (1993) *Econometric Analysis*, Second Edition, Prentice-Hall.
- HAO, J., VAR, T. ve CHON, J. (2003) A Forecasting Model of Tourist Arrivals From Major Markets to Thailand, *Tourism Analysis*, **8**, 33-45.

- HAZARI, B.R. ve NG, A. (1993) An Analysis of Tourists' Consumption of Non-traded Goods and Services on the Welfare of the Domestic Consumers, *International Review of Economics and Finance*, **2**, 3-58.
- HAZARI, B.R. ve SGRO, P.M. (1995) Tourism and Growth in a Dynamic Model of Trade, *The Journal of International Trade and Economic Development*, **4 (2)**, 243-252.
- ISLAM, M.N. (1998) Export Expansion and Economic Growth: Testing for Cointegration and Causality, *Applied Economics*, **30**, 415-425.
- KIRBAŞ-KASMAN, S. ve KASMAN, A. (2004) Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi, *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, **Sayı 220**, 122-131.
- KULENDRAN, N. ve WILSON, K. (2000) Is There a Relationship Between International Trade and International Travel, *Applied Economics*, **32**, 1001-1009.
- KUTLAR, A. (2000) *Ekonometrik Zaman Serileri*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- MARCOUÏLLER, D.W., KİM, K.K. ve DELLER, S.C. (2004) Natural Amenities, Tourism and Income Distribution, *Annals of Tourism Research*, **31(4)**, 1031-1050
- MARTIN, J.L., MORALES, N.M. ve SCARPA, R. (2004) Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: a Panel Data Approach, <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>, 27.04.2005.
- MCKINNON, T. (1964) Foreign Exchange Constraint in Economic Development and Efficient Aid Allocation, *Economic Journal*, **74**, 388-409.
- MODESTE, N.C. (1995) The Impact of Growth in the Tourism Sector on Economic Development: the Experience of Selected Caribbean Countries. *Economia Internazionale*, **48**, 375-385.
- NOWAK, J., SAHLI, M. ve SGRO, P.M. (2004) Tourism, Trade and Domestic Welfare, <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>, 27.04.2005.
- OH, C. (2005) The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy, *Tourism Management*, **26**, 39-44.
- ÖZGEN, F.B. ve GÜLOĞLU, B. (2004) Türkiye'de İç Borçların İktisadî Etkilerinin VAR Tekniğiyle Analizi, *METU Studies in Development*, **31 (Haziran)**, 93-114.
- PAPATHEODOROU, A. (1999) The Demand for International Tourism in the Mediterranean Region, *Applied Economics*, **31**, 619-630.
- PIZAM, A. (1999) Life and Tourism in the Year 2050, *International Journal of Hospitality Management*, **18**, 331-343.
- SECKELMANN, A. (2002) Domestic Tourism- a Chance for Regional Development in Turkey?, *Tourism Management*, **23**, 85-92.
- SHAN, J. ve SUN, F. (1998) On the Export-led Growth Hypothesis: the Econometric Evidence from China, *Applied Economics*, **30**, 1055-1065.
- SHAN, J. ve WILSON, K. (2001) Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China, *Applied Economics Letters*, **8**, 279-283.
- SHARPLEY, R. (2002) The Challenges of Economic Diversification Through Tourism: the Case of Abu Dhabi, *The International Journal of Tourism Research*, **4 (3)**, May/June, 221-235.
- THEOBALD, W. F. (2001) *Global Tourism*, Oxford: Butterworth&Heinemann, Second Edition.
- TOSUN, C. (1999) An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, *Tourism Economics*, **5 (3)**, 217-250.
- TOSUN, C. (2001) Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey, *Tourism Management*, **22**, 289-303.
- TOSUN, C., TIMOTHY, D.J. ve ÖZTÜRK, Y. (2003) Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey, *Journal of Sustainable Tourism*, **11**, 133-161.
- VANEGAS, M. ve CROES, R.R. (2003) Growth, Development and Tourism in a Small Economy: Evidence from Aruba, *The International Journal of Tourism Research*, **5 (5)**, September/October, 315-330.
- YILDIRIM, J. ve ÖCAL, N. (2004) Tourism and Economic Growth in Turkey, *Ekonomik Yaklaşım*, **15 (52-53)**, 131-141.

WTO (2004), *Tourism Highlights*, World Tourism Organization, Madrid.

www.turizm.gov.tr

www.tcmb.gov.tr