

TÜRKİYE’NİN İTHALAT VE İHRACAT YAPTIĞI İLK 10 ÜLKE BAĞLAMINDA TURİZM SEKTÖRÜNÜN ÜLKE EKONOMİSİNE ETKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

THE EVALUATION OF THE IMPACT OF THE TOURISM SECTOR ON THE TURKISH ECONOMY IN THE CONTEXT OF THE FIRST 10 COUNTRIES WHICH TURKEY IMPORTS AND EXPORTS

Semih BÜYÜKİPEKCI*

Nursabah İS**

ÖZ

Bu çalışmada, Türkiye için ihracat - ithalat ve turizm gelirlerinin birlikte ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, 2014-2018 dönemine ait ihracat ve ithalat verileri, turizm gelirleri ve gayri safi yurtiçi hâsıla verileri kullanılarak turizm gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesine etkisi incelenmiştir. Turizm sektöründen elde edilen gelirin zaman içerisinde artış sürecine girmesi Türkiye ekonomisi açısından önemlidir. Turizm sektörü, ülkelerin ekonomik kriz dönemlerinde döviz girdisi sağlayarak dış ticaret açıkların azaltılmasında, ödemeler dengesinin iyileştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Daha önceki yapılan çalışmalara da bakıldığı zaman turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler; *Turizm Geliri, Ekonomik Büyüme, Türkiye'nin İthalatı, Türkiye'nin İhracatı*

ABSTRACT

In this study, the impact of Export - Import and tourism revenues on economic growth together with turkey, export and import data for the period 2014 - 2018, tourism revenues and tourism revenues on Turkey's economic growth using gross domestic product data were analyzed. It is important for the Turkish economy that the income from the tourism sector is increased over time. The tourism sector plays an important role in reducing foreign trade deficits and improving the balance of payments by providing foreign currency input during the economic crisis periods of the countries. Tourism revenues have a positive impact on economic growth when viewed from previous studies.

Key Words; *Tourism Revenues, Economic Growth, Turkey's Export, Turkey's Import¹*

GİRİŞ

Küreselleşme son yıllarda ekonomik, sosyal ve siyasal alanlardaki değerlendirmelerde anahtar kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Küreselleşme dünyanın küçülmesi ve bütünsel işleyişi olarak ifade edilebilir. Küreselleşme, ülkelerin sahip oldukları değerlerin milli sınırları aşarak dünyaya yayılması, farklılıkların bir bütün ve uyum içinde ortadan kalkmasıdır. Bu değerler, ekonomik, siyasi, sosyal, kültürel, demokrasi, din, insan hakları gibi düşüncelerin evrensel hale gelmesini sağlar. Yani küreselleşme, dünyada siyaset, ekonomi, kültür, sağlık, eğitim, din, çevre gibi alanlarda meydana gelmektedir (Aydemir ve Kaya, 2007: 264).

* Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, sbipekci@selcuk.edu.tr

** Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, nursabahis@outlook.com

Küreselleşmenin ekonomik ayağını küresel ekonomi oluşturur. Küresel ekonomi; liberalizasyon süreçlerinin hızlanması, ülke ve dünya ekonomilerinin bir bütün haline gelmesi ve ekonomik ilişkilerin yaygınlaşması ve dünyanın tek bir pazar haline gelmesi ile oluşurken (Doğan, 2017: 21), üretimin boyutunu ulusaldan uluslararası boyuta taşımaktadır (İnan, 2019: 77). Küresel ekonominin oluşumundaki en büyük etkenler tarifelerde meydana gelen düşüşler, küresel sermayenin ve iş gücünün serbest dolaşımıdır. Küreselleşme ile iş gücünün serbest dolaşımı, ülkeler arası etkileşimin ve iletişimin artması, rekabet gücü, ticaret anlaşmaları dış ticaret işlemlerinin yani ithalat ve ihracatın gelişimi sağlamıştır. İthalat ve ihracat ülkelerin dış ve ekonomik büyümelerini ifade eder (Doğan, 2017: 21).

Ekonomik alandaki yaşanan değişimler turizm işletmelerini doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Küreselleşme ile teknoloji, ulaşım, fiyat, bilgi ve iletişimde meydana gelen artış küresel turizmin gelişmesinde katkı sağlar. Küreselleşme ve turizm birbirini çok yönlü olarak etkilemektedirler. Aynı zamanda günümüzde turizm sektöründe yaşanan yerel, bölgesel ve ulusal sorunlar küresel bir hal almıştır (Buluk ve Özkök, 2006: 47). Küreselleşme olgusu ile ülke ekonomilerinin küreselleşmesi yabancı turizm yatırımlarını arttırmakta, turizm bilincini geliştirmekte ve bunun sonucu olarak turizmden gelen payı da arttırmaktadır.

1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde Türkiye'nin turizm gelirleri ve ihracat gelirlerinin ekonomik büyümeye olan etkisi ve turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı ile ilgili konuları araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Konuyla ilgili literatürde yer alan ulusal çalışmalardan bazılarını şu şekilde özetlemek mümkündür.

Aslan (2008), yapmış olduğu çalışmada turizmle büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmiştir. Yapılan çalışmanın amacı, Türkiye turizm sektörünün içinde, 1992:1 - 2007:2 dönemi için turizm gelirleri, gayri safi milli hasıla ve reel döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkilerinin tespit edilmesine yöneliktir. Çalışmada turizmin ekonomik büyümeyi teşvik etmesi hipotezi Johansen Eş Bütünleşim ve Granger Nedensellik Testleri ile doğrulanmıştır. Analizin sonucunda turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu kabul edilmiştir.

Polat ve Günay (2012), çalışmalarında, 1969 - 2009 dönemlerinde, Türkiye'nin ihracat gelirleri ve turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisini Eş Bütünleşme ve Nedensellik analizi ile incelemişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre ihracat ve turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında anlamlı ilişki vardır ve söz konusu gelirler ekonomiyi pozitif olarak etkilemektedir.

Sarı ve Oğuz (2018), çalışmalarında turizm talebi ve reel döviz kuru arasındaki ilişkiyi 2002 - 2015 dönemlerinde incelemişlerdir. Çalışma sonucu elde edilen veriler Johansen Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik Testleri ile incelenmiş ve 2002 – 2015 arası dönem için Türkiye'nin turizm talepleri ile reel döviz kurları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Şen ve Şit (2015), turizm gelirlerini etkileyen faktörlerden 2000 - 2012 yılları arasındaki reel döviz kurunun, Türkiye'nin turizm gelirlerine etkisini ampirik olarak incelemişlerdir. Nedensellik ilişkisinin olup olmadığını araştırmak için Nedensellik Testi, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi ve Bootstrap Tabanlı Toda - Yamamoto Nedensellik Testi yapılmıştır. Sonuçlara göre reel döviz kuru turizm gelirleri üzerinde etkilidir.

Şahin (2018), yaptığı çalışmada Türkiye'de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada 1980 - 2016 dönemi turizm geliri ve gayri safi yurtiçi hasılasına bakılmıştır. Çalışmasında Granger Nedensellik Analizi ve VAR Modelini uygulamıştır. Elde edilen ampirik bulgular, iki değişken arasında kısa ve uzun dönemde bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir. Türkiye'de turizm gelirlerinde yaşanan artışın, ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karamelikli ve Erkuş (2016), yaptıkları çalışmalarında turizm gelirleri ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi 2003 - 2015 dönemlerine bakarak incelemişler ve değişkenler arası karakteristiklerin doğrusallıklarını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda ise turizm ile ekonomik büyüme arasında eş bütünleşme anlaşılmış ama asimetrik ilişkiye rastlanmamıştır. Ayrıca turizm sektörü ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki görülmüştür.

Terzi ve Tütüncü (2017), çalışmalarında, 1985 - 2014 yılları arası turizm gelirleri ve dışa açıklık bağlantısını incelemişlerdir. Çalışmalarında, Sims, Toda- Yamamoto ve VAR yöntemleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre turizm gelirleri ve dışa açıklık arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Yavuz (2006) çalışmasında, Türkiye’de 1992:Q1 - 2004:Q4 dönemindeki turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisi araştırılmaktadır. Çalışmada birim kök testi, Granger nedensellik analizi ve Toda Yamamoto analizi uygulanmıştır. Uygulanan analiz sonuçlarına göre turizm gelirleri ve iktisadi büyüme arasında ilişki bulunamamıştır.

Yapılan çalışmada ise daha önceki yapılan çalışmalar ve TÜİK’in verileri göz önüne alınarak Türkiye’nin ihracat ve ithalatının gelen turist sayısına, turizm gelirlerine etkisine ve dış ticaret açığını kapatma payına bakılmıştır. Türkiye’nin ihracat ve ithalat yaptığı ülkeler ile bu ülkelere gelen turistlerin geliş nedenleri arasında bir ilişki gözlemlenememiştir ancak turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

2. BULGULAR

2.1 . Türkiye’nin İthalat ve İhracat Yaptığı İlk 10 Ülkenin Türkiye Turizmine ve Ekonomisine Etkisi

2.1.1. Türkiye’nin İhracat Yaptığı İlk 10 Ülke ve Turizm İlişkisi

Çalışma kapsamında Türkiye ile ihracat yapan ülkeler arasında Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ilk on ülke incelenmiştir. İhracat kısaca, bir malın diğer ülkelere döviz karşılığı satışı olarak adlandırılabilir. Buna dış satım da denmektedir. Malların ihracata yönelik olarak uluslararası standartlara ve piyasa şartlarına uygun biçimde üretilmesinden, reklam ve tanıtımının yapılması, dış satımının gerçekleştirilmesi, ihracatçının ülkesindeki dış ticaret mevzuatını bilerek gerekli işlemlerin yapılması ve ürünün istenilen yere zamanında teslimine kadar uzanan çeşitli aşamalardan geçerek gerçekleşir (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011: 10).

Tablo 1: Türkiye’nin İhracat Yaptığı İlk 10 Ülke ve Yıllık İhracat Miktarı (\$)

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALMANYA	15.147.423	13.417.033	13.998.653	15.118.910	16.136.962
2	İNGİLTERE	9.903.172	10.556.393	11.685.790	9.603.189	11.106.998
3	İTALYA	7.141.071	6.887.399	7.580.837	8.473.471	9.560.202
4	IRAK	10.887.826	8.549.967	7.636.670	9.054.612	8.346.170
5	ABD	6.341.841	6.395.842	6.623.347	8.654.268	8.304.669
6	İSPANYA	4.749.584	4.742.270	4.988.483	6.302.135	7.708.391
7	FRANSA	6.464.243	5.845.032	6.022.485	6.584.199	7.287.141
8	HOLLANDA	3.458.689	3.154.867	3.589.432	3.864.486	4.760.695
9	BELÇİKA	2.939.108	2.557.805	2.548.240	3.151.422	3.950.933

10	İSRAİL	2.950.902	2.698.139	2.955.545	3.407.436	3.894.544
----	--------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Kaynak: TÜİK Ülkelere Göre Yıllık İhracat, 2019.

Tablo 1’de Türkiye’nin 2014 – 2018 yılları arası en fazla ihracat yaptığı ilk on ülke gösterilmektedir. 2018’de Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ülke 16.136.962 \$ ile Almanya olmaktadır. Türkiye’nin Almanya’ya gönderdiği ihracat kalemlerinin başında otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları, hazır giyim, kara taşıtları için aksam parçaları, demir - çelik, makine ve mekanik cihazlar gelmektedir. Türkiye’nin Almanya’ya ihracatının % 90’ını sanayi ürünleri, yaklaşık % 10’unu tarım ve gıda ürünleri oluşturmaktadır.

Almanya’nın ilk sırada yer almasının nedenleri arasında Almanya’da 3 milyondan fazla Türk’ün yaşamasının neden olduğu söylenebilir. 2015 yılında küresel ekonomik gelişmeler ve talep gerilemesi nedeniyle Türkiye’nin ihracatı 2014 yılına göre %11,4 azalarak 13 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı dış ticaret verilerine göre Almanya’ya Türkiye’nin ihracatı % 6,8 artarak 16 milyar doların üzerine çıkmıştır (www.ticaret.gov.tr, e.t.: 15.07.2019).

En çok ihracat yapılan ikinci ülke 11.106.998 \$ ile İngiltere’dir ve ihracat kalemleri eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, otomobiller ve altındır. Üçüncü ülke ise 9.560.202 \$ ile İtalya’dır. İhracat kalemleri arasında binek otomobiller, eşya taşımaya mahsus motorlu kara taşıtları, kara taşıtlarının diğer aksamaları, çeşitli cevizler taze\kurutulmuş kabuklu meyveler yer almaktadır.

TÜİK’in fasıllara göre yıllık ihracat araştırmasında, 2018 yılında Türkiye’nin tüm ihracat kalemleri arasında en çok ihraç ettiği ürünler 26.758.465 \$ ile motorlu kara taşıtları, traktörler ve bisikletlerdir. Diğer önemli ihracat kalemlerinden bazıları ise, kazanlar, makineler, mekanik cihazlar ve demir- çeliktir. 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye’nin ülke içi karışıklıkları nedeniyle ihracatın düşüş göstermesine rağmen 2017 yılında Türkiye’nin toplam ihracatı 2016 yılına göre yüzde 10,2 artış göstererek 157 milyar 94 milyon dolar olmuştur. TÜİK’in 2019 yılı geçici verilerine göre Türkiye’nin 2018 yılı toplam ihracatı 167.920.821 \$.

Tablo 2: Türkiye’nin İhracat Yaptığı İlk 10 Ülkenin Nüfusları, Kişi Başı Milli Gelir ve GSYH

SIRA	ÜLKELER	NÜFUSLARI	KİŞİ BAŞINA DÜŞEN MİLLİ GELİR (SAGP Doları)	GSYH (SAGP Doları)
1	ABD	326.579.090	62.517.530	20.513.000
2	HOLLANDA	17.302.923	56.570.809	972.452
3	ALMANYA	82.979.100	52.896.613	4.379.073
4	BELÇİKA	11.449.656	48.178.742	549.749
5	İNGİLTERE	66.040.229	45.642.763	3.033.676
6	FRANSA	67.372.000	45.601.102	2.968.529
7	İSPANYA	46.733.038	40.371.224	1.867.878
8	İTALYA	60.890.120	39.472.397	2.398.173
9	İSRAİL	8.051.200	37.855.725	336.087
10	IRAK	35.404.000	16.926.682	674.649

Kaynak: TUİK Uluslararası Seçilmiş Göstergeler, İMF, CIA World Factbook, 2019.

Tablo 2’de Türkiye’nin ihracat yaptığı ilk on ülkenin; nüfusları, kişi başına düşen milli gelir miktarları ve gayri safi yurtiçi hasılatları (GSYH) gösterilmiştir. GSYH; bir ülke sınırları içinde belirli zaman diliminde üretilen tüm mal ve hizmetlerin para cinsinden değeridir (Ünsal, 2005: 5). GSYH; tüketim, yatırım ve devlet harcamalarının (ithalat ve ihracat) toplamıdır. Tablo 2 Türkiye’nin ihracat yaptığı ilk on ülkenin kişi başı milli gelirlerine göre sıralanmıştır. Kişi başı milli gelir miktarları SAGP Doları ile yazılmıştır. Satın Alma Gücü Paritesi (SAGP); ülkeler arası fiyat farklılıklarını ortadan kaldırarak farklı para birimlerinin satın alma gücünün eşitlenmesidir (Eğilmez, 2012).

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi kişi başına düşen milli gelir ile doğru orantılıdır. Kişi başı milli gelir; ülkede yaşayan insanların ortalama refah düzeylerini gösterir ve ülkenin mevcut milli gelir değerinin o ülkede yaşayan kişi sayısına bölünmesi ile hesaplanır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri arttıkça milli gelirleri de artacaktır. Ancak milli gelirin yüksek olması o ülkenin gelişmiş olduğunu her zaman göstermeyebilir çünkü milli gelirin yanında eğitim, verimlilik ve teknolojinin yüksek olması gerekir. Kişi başına düşen milli geliri arttırmak için sermaye birikimini sağlamak, refah düzeyini yükseltmek için sosyo - ekonomik yapı değişiklikleri kapsama alınmalıdır (Saraçoğlu, 1992: 17).

Tablo 2 ve Tablo 1 arasındaki farklılıklar incelendiğinde kişi başına düşen milli gelirden ilk sırada ABD olmasına rağmen Türkiye’nin ihracat yaptığı ülkeler arasında ABD 5. sırada yer almaktadır. Buna karşılık Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ülke olan Almanya, kişi başına düşen milli gelir sıralamasında 3. sırada yer almaktadır. Bu durum ülkeler arası ikili ilişkilerin, coğrafi konumun ve ihracat kalemlerinin çeşitliliğinin önemini göstermektedir. İMF verilerinde ise Türkiye’nin 2018 yılında SAGP’ye göre GSYH’si 2,314.398 \$ ve SAGP’ye göre kişi başı milli geliri 28,270.226 \$.

Tablo 3: Türkiye’nin İhracat Yaptığı İlk 10 Ülkeden Türkiye’ye Gelen Ziyaretçiler

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALMANYA	4.349.969	4.724.787	3.300.838	2.991.711	3.678.664
2	BATI ASYA ÜLKE GRUBU (IRAK)	1.617.012	1.914.673	1.528.993	2.211.750	2.848.810
3	İNGİLTERE	2.098.621	2.094.736	1.416.628	1.403.941	1.884.468
4	HOLLANDA	1.019.329	943.907	717.535	632.112	801.816
5	FRANSA	856.077	715.990	478.107	471.227	589.641
6	ABD	740.755	755.461	438.581	313.452	411.957
7	İSRAİL	172.823	205.897	240.515	316.407	396.687
8	BELÇİKA	499.674	458.168	313.677	321.588	382.394
9	İTALYA	640.595	467.470	208.773	199.813	264.491
10	İSPANYA	256.887	219.993	102.109	104.680	173.294

Kaynak: TUİK Çıkış Yapan Ziyaretçiler Araştırması, 2019.

Tablo 3’te Türkiye’nin ihracat yaptığı ülkelere Türkiye’ye gelen ziyaretçiler gösterilmiştir. TUİK’in çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında Irak, Batı Asya Ülke Grubu içerisinde gösterilmiştir. TUİK’in çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasına göre 2018 yılında Türkiye’ye yurt dışından 45.628.673 kişi gelmiştir, kişilerin ortalama geceleme sayısı 9,9 ve kişi başı ortalama harcamaları 647 \$. TUİK’in

çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasına göre 2014 – 2018 yılları arasında, 2017 yılında önceki yıllara göre düşüş yaşamasına rağmen, 2018 yılında tekrar yükselerek 3.678.664 kişi ile Almanya ilk sırada yer almaktadır.

TÜİK'in geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında 2018 yılında, 25.355.412 kişi ile gezi ve eğlencede ilk sıradadır, akraba ziyaretlerinde bulunan 8.050.784 kişi ikinci sırada yer almaktadır, üçüncü sırada ise 1.902.089 kişi iş amaçlı seyahatlerde bulunmaktadır. Ziyaretçilerin konaklama türlerine bakılacak olunursa TÜİK'in gelen ziyaretçilerin konaklama türü araştırmasında ilk olarak otel, motel ve pansiyona 140.987.225 kişi gelmektedir. İkinci olarak 121.019.337 kişi arkadaş – akraba evine gelmektedir. 2018 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerden 22.391.478 kişi ülkelerinde ücretli bir işte çalışmaktadır. Son olarak TÜİK'in eğitim durumuna göre çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında, Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin eğitim durumlarında ilk sırada 13.976.067 kişi fakülte ve yüksekokulda bulunmaktadır.

Tablo 4: Türkiye'nin İhracat Yaptığı İlk 10 Ülkelere Türkiye'den Giden Türk Vatandaşları

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	BATI ASYA ÜLKE GUBU (IRAK)	2.451.877	2.678.507	1.580.512	2.342.643	2.911.197
2	ALMANYA	493.592	477.927	531.933	452.412	347.638
3	ABD	119.206	251.903	313.654	157.896	155.198
4	İTALYA	196.359	271.064	215.390	291.788	142.511
5	FRANSA	73.138	91.901	136.130	194.715	75.623
6	HOLLANDA	31.777	94.441	87.792	90.326	32.982
7	İSPANYA	32.477	74.867	110.873	79.384	27.379
8	İNGİLTERE	22.937	53.533	51.937	67.004	19.718
9	BELÇİKA	18.673	34.735	43.672	66.322	18.028
10	İSRAİL	13.482	27.327	16.855	22.179	16.962

Kaynak: TÜİK Ülkelerine Göre Yurt Dışına Giden Vatandaşlar Araştırması, 2019.

Tablo 4' de Türkiye'den yurt dışına giden Türk vatandaşı sayıları gösterilmiştir. Tablo 4 TÜİK'in vatandaş giriş araştırmasına göre Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkelere, ülke grupları da dahil olmak üzere toplam 35 ülke içerisinde en fazla ihracat yapılan ilk on ülkeye giden Türk vatandaşları baz alınarak düzenlenmiştir. TÜİK'in vatandaş giriş araştırmasına göre Irak, Batı Asya Ülke Grubu içerisinde gösterilmiştir.

Türkiye'den 2018 yılında toplam 8.383.432 kişi yurt dışına çıkmıştır, kişi başı ortalama harcamaları 584 \$ ve kişilerin ortalama geceleme sayısı 9,4'tür. 2018 yılında Türkiye'den yurt dışına giden Türk vatandaşları sayılarına ülke grupları da dahil edilerek bakılan tablo 4'te, 2.911.197 kişi ile Batı Asya Ülke Grubu ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'den yurt dışına giden Türk vatandaşlarının gidiş nedenlerinin başında 3.960.800 kişi gezi ve eğlence amaçlı seyahatler gelmektedir, ikinci sırada 1.898.321 kişi ise akraba ve arkadaş ziyaretlerinde bulunmaktadırlar. Yurt dışına giden Türk vatandaşlarının konaklama türlerinde ilk sırada otel, motel ve pansiyona giden 29.332.702 kişi bulunmaktadır, ikinci sırada 23.607.169 kişi arkadaş - akraba evinde konaklamaktadır. TÜİK'in eğitim

durumuna göre giriş yapan vatandaşlar araştırmasında ilk sırada yurt dışına çıkan 3.079.378 Türk vatandaşı fakülte veya yüksekokulda bulunmaktadır.

2.1.2. Türkiye'nin İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke ve Turizm İlişkisi

Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkeler arasında Türkiye ile en çok ithalat yapan ilk on ülke Tablo 5'te verilmiştir. İthalat, başka ülkelerde üretilmiş olan malların bir ülkedeki alıcılar tarafından satın alınması olarak tanımlanır (Milli Eğitim Bakanlığı, 2011: 10). Dış alım da denmektedir. İthalat, ihracatın karşısıdır ve ithalat yapılabilmesi için bir malın alıcısının gerçek veya tüzel kişi olması gerekir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için ihtiyaç duyulan ürünlerin ithalatı yapılmak istendiğinde tasarruf açığı, sermaye kıtlığı vb. nedenler ithalatın eksik olmasına sebep olmaktadır (İzgi ve Yılmaz 2018: 56). İthalat aynı zamanda ülke içinde yüksek fiyatlarda olan ürünlerin dış alımlarda daha uygun fiyatlara gelmesini böylece yaşam standardının yükselmesini ve enflasyonun dengelenmesini sağlamaktadır.

Tablo 5: Türkiye'nin İthalat Yaptığı İlk 10 Ülke ve Yıllık İthalat Miktarı (\$)

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	RUSYA	25.288.597	20.401.757	15.162.386	19.514.094	21.989.574
2	ÇİN	24.918.224	24.873.457	25.441.433	23.370.620	20.719.053
3	ALMANYA	22.369.476	21.351.884	21.474.989	21.301.869	20.407.264
4	ABD	12.727.562	11.141.462	10.867.793	11.951.744	12.377.681
5	İTALYA	12.055.972	10.639.042	10.218.387	11.304.715	10.154.156
6	HİNDİSTAN	6.898.577	5.613.515	5.757.246	6.216.639	7.534.719
7	İNGİLTERE	5.932.227	5.541.277	5.320.237	6.548.620	7.446.107
8	FRANSA	8.122.571	7.597.687	7.364.715	8.070.897	7.413.025
9	İRAN	9.833.290	6.096.254	4.699.777	7.492.104	6.931.258
10	GÜNEY KORE	7.548.319	7.057.439	6.384.242	6.608.874	6.343.174

Kaynak: TÜİK Ükelere Göre Yıllık İthalat, 2019.

Tablo 5'te Türkiye'nin 2014 – 2018 yılları arasında, Türkiye'nin en fazla ithalat yaptığı ilk on ülke gösterilmiştir. Türkiye'nin 2018'deki en fazla ithalat yaptığı ülke 21.989.574 \$ ile Rusya olmuştur. Rusya doğalgaz ve petrol ithalatı ile Türkiye'nin en büyük enerji sağlayıcısı konumundadır. 2014 yılında Türkiye'nin Rusya'ya ihracatı ülke ekonomisindeki yavaşlama ve Rublenin değer kaybına bağlı olarak ithalatın daralması nedeni ile % 14,6 oranında düşüş kaydetmiştir. Ülkeden 2014 yılı ithalatımız ise % 0,01 artmıştır (www.ticaret.gov.tr, e.t.: 15.07.2019). İkinci sırada 20.719.053 \$ ile Çin bulunmaktadır. İthalat kalemleri arasında bilgi işlem makineleri, elektronik üniteler, ses ve görüntü işaret cihazları yer alır. İthalatta ikinci sırada yer alan Çin, Türkiye ile ithalat yapan ilk on ülkeden Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gösterildiği tablo 7'de Doğu Asya Ülke Grubu içerisinde olup 7. sırada yer almaktadır. Türkiye ve Çin arasındaki ticari ilişkiler Türkiye'nin turizmine yansımamaktadır. Çin'den Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısının düşük olması, Çinli vatandaşların Türkiye'nin bölgesel ve güvenlik sorunları nedeniyle Türkiye'ye gelmek istememesinden kaynaklanmaktadır.

Almanya 20.407.264 \$ ile üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği kalemler arasında otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları, kara taşıtları için aksam ve parçalar, demir – çelik ve altın bulunmaktadır. Türkiye'nin Almanya'dan ithalatının %98'i sanayi ürünlerinden, %2'si ise tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye 2018 yılında 223.047.178 \$ ithalat gerçekleştirmiştir. TÜİK'in fasillara göre yıllık ithalat araştırmasında Türkiye'nin tüm ithalat kalemleri arasında en yüksek olan 43.005.620 \$ ile mineral yakıtlar, mineral yağlar ve bunların damıtılmasından elde edilen ürünler yer alır.

Tablo 6: Türkiye'nin İthalat Yaptığı İlk 10 Ülkenin Nüfusları, Kişi Başı Milli Gelir ve GSYH

SIRA	ÜLKELER	NÜFUSLARI	KİŞİ BAŞINA DÜŞEN MİLLİ GELİR (SAGP DOLARI)	GSYH (SAGP DOLARI)
1	ABD	326.579.090	62.517.530	20.513.000
2	ALMANYA	82.979.100	52.896.613	4.379.073
3	İNGİLTERE	66.040.229	45.642.763	3.033.676
4	FRANSA	67.372.000	45.601.102	2.968.529
5	İTALYA	60.890.120	39.472.397	2.398.173
6	GÜNEY KORE	50.219.669	41.415.735	2.139.681
7	RUSYA	146.877.088	29.032.033	4.179.597
8	İRAN	81.942.575	20.069.073	1.652.888
9	ÇİN	1.414.548.510	18.119.966	25.313.268
10	HİNDİSTAN	1.352.709.900	7.795.891	10.401.440

Kaynak: TÜİK Uluslararası Seçilmiş Göstergeler, Dünya Bankası, 2019.

Tablo 6'da Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülkenin ülke nüfusları, kişi başına düşen milli gelir miktarları ve gayri safi yurtiçi hasılları (GSYH) gösterilmiştir. GSYH, bir ülke sınırları içinde belirli zaman diliminde üretilen tüm mal ve hizmetlerin para cinsinden değeridir. GSYH, tüketim, yatırım ve devlet harcamalarının (ithalat ve ihracat) toplamıdır. Tablo 6, Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülkenin kişi başı milli gelirlerine göre sıralanmıştır.

Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülke içerisinde 62.517.530 SAGP Doları ile ABD ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin en çok ithalat yaptığı ülkenin ABD olmasına rağmen tablo 7'de de gösterildiği gibi ABD'den Türkiye'ye 2018 yılında 411.957 kişi gelmiştir. İMF verilerinde ise Türkiye'nin 2018 yılında SAGP'ye göre GSYH'si 2,314.398 \$ ve SAGP'ye göre kişi başı milli geliri 28,270.226 \$.

Tablo 7: Türkiye'nin İthalat Yaptığı İlk 10 Ülkeden Türkiye'ye Gelen Ziyaretçiler

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	RUSYA	3.451.749	2.842.972	683.335	3.524.256	4.500.408
2	ALMANYA	4.349.969	4.724.787	3.300.838	2.991.711	3.678.664
3	İRAN	1.452.258	1.581.644	1.574.216	2.314.476	
4	İNGİLTERE	2.098.621	2.094.736	1.416.628	1.403.941	1.884.468
5	OECD ÜLKE GRUBU (GÜNEY KORE)	1.714.491	1.693.028	801.298	856.214	1.403.321
6	FRANSA	856.077	715.990	478.107	471.227	589.641
7	DOĞU ASYA ÜLKE GRUBU (ÇİN)	260.248	365.302	214.519	324.068	512.910
8	ABD	740.755	755.461	438.581	313.452	411.957
9	GÜNEY ASYA ÜLKE GRUBU (HİNDİSTAN)	191.173	218.223	170.173	223.508	348.927
10	İTALYA	640.595	467.470	208.773	199.813	264.491

Kaynak: TÜİK Çıkış Yapan Ziyaretçiler Araştırması, 2019.

Tablo 7'de Türkiye ile ithalat yapan ilk on ülkeden Türkiye'ye gelen ziyaretçiler gösterilmiştir. TÜİK'in çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında Güney Kore, OECD ülke grubunda, Çin, Doğu Asya ülke grubunda, Hindistan ise Güney Asya ülke grubu içerisinde verilmiştir. TÜİK'in verilerine göre 2018 yılında Türkiye'ye yurt dışından 45.628.673 kişi gelmiştir, kişilerin ortalama geceleme sayısı 9,9 ve kişi başı ortalama harcamaları 647 \$. TÜİK'in çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasına göre Rusya 2014 – 2018 yılları arasında, 2016 yılında önceki yıllara göre düşüş yaşamasına rağmen, 2018 yılında tekrar yükselerek 4.500.408 kişi ile ilk sırada yer almaktadır.

TÜİK'in geliş nedenine göre çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında 2018 yılında, 25.355.412 kişi ile gezi ve eğlence ilk sıradadır, akraba ziyaretlerinde bulunan 8.050.784 kişi ikinci sırada yer almaktadır, üçüncü sırada ise 1.902.089 kişi iş amaçlı seyahatlerde bulunmaktadır. Ziyaretçilerin konaklama türlerine bakılacak olunursa TÜİK'in gelen ziyaretçilerin konaklama türü araştırmasında ilk olarak, otel, motel ve pansiyona 140.987.225 kişi gelmektedir. İkinci olarak 121.019.337 kişi arkadaş – akraba evine gelmektedir. 2018 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerden 22.391.478 kişi ülkelerinde ücretli bir işte çalışmaktadır. Son olarak TÜİK'in eğitim durumuna göre çıkış yapan ziyaretçiler araştırmasında, Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin eğitim durumlarında ilk sırada 13.976.067 kişi fakülte ve yüksekokulda bulunmaktadır.

Türkiye ile ithalat yapan ilk on ülkeden Türkiye'ye gelen ziyaretçilerde Rusya 2014 – 2018 yılları arasında 2016 yılı istisnai olmak üzere ilk sırada yer almaktadır. 2015 yılında 2.842.972 ziyaretçi Rusya'dan Türkiye'ye gelmiştir. Ancak aynı yılın Kasım ayında Türkiye ile Rusya arasında yaşanan uçak krizinin bir sonucu olarak ikili ilişkiler zedelenmiş, bu durum turizm sektörünü de etkilemiş ve 2016

yılında gelen Rus turist sayısı ciddi bir düşüş göstererek 683.335 kişi olmuştur. Uçak krizinin atlatılmasından sonra Türkiye ve Rusya arasındaki iki ilişkiler tekrar düzene girerek 3.524.256 kişiye yükselmiştir.

Tablo 8: Türkiye'nin İthalat Yaptığı İlk 10 Ülkeye Türkiye'den Giden Türk Vatandaşları

SIRA	ÜLKELER	2014	2015	2016	2017	2018
1	ALMANYA	493.592	477.927	531.933	452.412	347.638
2	İRAN	161.610	163.500	243.559	281.443	292.517
3	ABD	119.206	251.903	313.654	157.896	155.198
4	GÜNEY ASYA ÜLKE GRUBU (HİNDİSTAN)	117.547	65.727	69.752	84.593	144.695
5	İTALYA	196.359	271.064	215.390	291.788	142.511
6	RUSYA	143.448	169.302	83.375	73.399	95.166
7	OECD ÜLKE GRUBU (GÜNEY KORE)	113.690	143.589	130.629	201.873	89.304
8	FRANSA	73.138	91.901	136.130	194.715	75.623
9	DOĞU ASYA ÜLKE GRUBU (ÇİN)	14.894	31.091	26.798	31.874	20.307
10	İNGİLTERE	22.937	53.533	51.937	67.004	19.718

Kaynak: TÜİK Vatandaş Giriş Araştırması, 2019.

Tablo 8' de Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülkeye Türkiye'den giden Türk vatandaşları sayıları gösterilmiştir. Tablo 8, TÜİK'in vatandaş giriş araştırmasına göre Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkelere ülke grupları da dahil olmak üzere gidilen toplam 35 ülke içerisinde en çok ithalat yapılan ilk on ülkeye giden Türk vatandaşları sayıları baz alınarak düzenlenmiştir. TÜİK'in vatandaş giriş araştırmasında, Güney Kore OECD ülke grubu içerisinde, Çin Doğu Asya ülke grubu içerisinde ve Hindistan Güney Asya ülke grubu içerisinde gösterilmiştir. Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülkeye Türkiye'den 2018 yılında 347.638 Almanya'ya gitmiştir.

Türkiye'den yurt dışına giden Türk vatandaşlarının gidiş nedenlerinin başında 3.960.800 kişi gezi ve eğlence amaçlı seyahatler gelmektedir, ikinci sırada 1.898.321 kişi ise akraba ve arkadaş ziyaretlerinde bulunmaktadır. Yurt dışına giden Türk vatandaşlarının konaklama türlerinde ilk sırada otel, motel ve pansiyona giden 29.332.702 kişi bulunmaktadır, ikinci sırada 23.607.169 kişi arkadaş - akraba evinde konaklamaktadır. TÜİK'in eğitim durumuna göre giriş yapan vatandaşlar araştırmasında ilk sırada yurt dışına çıkan 3.079.378 Türk vatandaşları fakülte veya yüksekokulda bulunmaktadır. 2018 yılında Türkiye'nin ithalat yaptığı ilk on ülkeden Türkiye'ye toplam 13.594.787 ziyaretçi gelmiştir. Türkiye'den ise ithalat yapılan ülkelere giden vatandaş sayısı toplam 1.382.677'dir.

2.2. Turizm Gelirlerinin Ülke Ekonomisine Etkisi

Türkiye'nin turizm gelirleri uluslararası eğilime göre artış veya azalış göstermektedir. Bir ülkenin ithalatının ihracatından fazla olması durumunda oluşan fark, döviz açığı yani dış ticaret açığını oluşturmaktadır. Turizm sektöründen elde edilen gelirlerin artması dış ticaret dengesinde olumlu etki yaratarak dış ticaret açığını kapatılma payını arttırmakta ve ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Aynı

zamanda turizm gelirlerinin azalması ise dış ticaret açığı kapatma payını ve turizm gelirin GSYH içindeki payını azaltacaktır. Dış açıklığın turizmin teşvik etme eğilimine sahip olması beklenmektedir çünkü dış açıklık ülkelere hem pazara ulaşım hem de rekabet imkânı sağlar (Terzi ve Tütüncü 2017: 81). Ayrıca sektörler küresel rekabette avantaj elde edebilmek için güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelidirler (Inan, 2020: 250)

Tablo 9: Turizmin Dış Ticaret Açığını Kapatma Payı - Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

YIL	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı
2014	84.508.918	34.305.903	40,59	4,3
2015	63.268.398	31.464.777	49,73	3,6
2016	55.995.686	22.107.440	39,48	2,6
2017	76.736.291	26.283.656	34,25	3,1
2018	55.126.357	29.512.926	47,67	3,8

Kaynak: TÜRSAB, 2019.

Tablo 9'da 2014 - 2018 yılları arası Türkiye'nin dış ticareti kapatma payına bakılmıştır. Tablo 9'daki verilere göre 2018 yılında dış ticaret açığı 55.126.357 \$ ve 29.512.926 \$ turizm geliri elde edilmiştir. Tabloya göre, turizm gelirlerinin GSYH içerisindeki payı 2015 yılında 3,6 iken, 2016 yılında 2,6'ya düşmüştür. Daha önce de bahsedildiği gibi Türkiye'nin iç karışıklığının artması ve diğer ülkeler ile olan ikili ilişkilerin kötü gitmesi bu düşüşün nedenleri arasındadır. Türkiye'nin turist sayılarının düşmesine bağlı olarak turizm gelirlerinde de azalma görülmektedir. 2017 yılında ise Türkiye'nin iç karışıklıklarının düzelmesi ve diğer ülkelerle olan ikili anlaşmazlıkların giderilmesi ile turist sayısının artmasına bağlı olarak turizm geliri yükselmiş ve turizm gelirlerinin GSYH içerisindeki payı önceki yıla göre artış göstererek 3,1 olmuştur.

2017 yılında, 1\$ yaklaşık 3,7 TL iken, 2018 yılında 1\$ yaklaşık 5,2 TL olmuştur. 2018 yılında, TL'nin döviz kuru karşısında değer kaybetmesi, Türkiye'yi potansiyel turistler açısından daha cazip hale getirmiştir. Çünkü geçen senelere göre aynı standartları taşıyan tatil destinasyonları, 2018 yılında TL'nin değer kaybetmesi ile yabancı ziyaretçilere daha uygun fiyatlara gelmiştir. Türkiye'nin diğer ülkelerle olan ikili ilişkilerinin düzeltilmesinin yanı sıra, TL'nin değer kaybetmesi Türkiye'ye gelen turist sayısını ve turizm gelirini arttırmıştır. 2018 yılında ise Türkiye'nin turizm geliri bir önceki yıla göre %12,3 oranında artış göstermiş ve turizm gelirin GSYH içerisindeki payı %3,8'e çıkmıştır. Bu düzelmenin sonucu olarak Türkiye'de turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı ortalama %47,67'ye çıkmıştır.

Tablo 10: Türkiye'nin Turizm Gelir ve Giderlerinin İhracat ve İthalata Oranı

Yıllar	Gelir	İhracat	Gelir/İhracat	Gider	İthalat	Gider/İthalat
2014	34 305 904	157 610 158	21,8	5 470 481	242 177 117	2,2
2015	31 464 777	143 838 871	21,89	5 698 423	207 234 359	2,8
2016	22 107 440	142 529 584	15,5	5 049 793	198 618 235	2,5
2017	26 283 656	156 992 940	16,7	5 137 244	233 799 651	2,2

2018	29.512.926	167.920.821	17,5	4.896.310	223.047.178	2,2
------	------------	-------------	------	-----------	-------------	-----

Kaynak: TÜİK, 2019.

Tablo 10’da Türkiye’nin turizm gelirlerinin dış ticaretteki etkisini gösteren veriler yer almaktadır. Bu veriler turizm gelirleri - giderleri ile ihracat - ithalat verileri ve birbirlerine oranları şeklinde gösterilmiştir. Türkiye’nin 2014 - 2018 yılları arası ihracat ve ithalatına bakılırsa ihracat rakamlarının yıllar itibariyle artış göstermesine rağmen ithalat rakamlarının da artış gösterdiği gözlemlenmektedir. Turizmin dış ticaretteki yerine bakılacak olunursa turizmin ithalat ve ihracat açısından olumlu etkileri olduğu söylenebilir. Çünkü turizm gelirlerinin ihracata oranı, ithalata göre daha yüksektir.

2015 yılında Türkiye’nin yaşamış olduğu ulusal ve uluslararası krizlerden dolayı turizm gelirleri ve ihracatta bir düşüş yaşanmış ve turizmin dış ticaret açığını kapatma payı 2015’de %49,73 iken 2016 yılında %39,48’e gerilemiştir. Kriz dönemlerinde ihracattaki düşüşün çok belirgin olmasına rağmen, ithalatta gerçekleşen düşüş çok belirgin değildir. Bu durum turizm gelirlerinin ve ihracatın ülkeler arası kriz dönemlerinde en çok etkilenen sektörler olduğunu göstermektedir. İncelenen dönemler arası Türkiye’nin ekonomisinin pozitif yönlü ilerlediği söylenebilir. Gelir/ihracat oranları artarken, gider/ithalat oranlarında düşüş yaşanmıştır.

SONUÇ

Bu çalışmada Türkiye’nin 2014 - 2018 yılları arası ihracat - ithalat yapılan ilk on ülke ve ihracat - ithalat miktarları, belirtilen ülkelere gelen turist sayısı, Türkiye’den belirtilen ülkelere giden Türk vatandaşı sayıları, belirtilen ülkelerin kişi başı harcamaları, GSYH, turizmin dış ticareti kapatma payı ve turizm gelirlerinin ihracata oranı, turizm giderlerinin ithalata oranı incelenmiştir. İncelenen 2014 – 2018 dönemleri içerisinde Türkiye’nin dış ticaretinin genel olarak artış gösterdiği söylenebilir. Ancak 2016 yılında ülkeler arası anlaşmazlık, ülke içi siyasi karışıklık ve hükümet sisteminin değişikliğine dair politika nedeniyle ülke içi belirsizlik ve döviz kurundaki negatif dalgalanmalar ile kısmi bir düşüş yaşanmasına rağmen 2017 yılında tekrar yükselmeye başlamıştır. Türkiye’nin ihracatının artış göstermesinin yanı sıra ithalatı da artış göstermiş ve dış ticaret açığı büyümüştür.

2014 - 2018 yılları arası Türkiye’nin ihracat ve ithalat yaptığı ilk on ülke ile turizm ilişkisinin gelişmiş olduğu gözlemlenmektedir. Ancak söz edilen turizm ilişkisinin ihracat ve ithalat ile bir bağlantısı bulunamamıştır yani dış ticaret yapılan ülkelere gelen turistlerin geliş amaçlarının dış ticaret ile ilişkisi yoktur. Dış ticaret yapılan ülkelerin turistlerinin geliş nedenlerinin daha çok akraba ziyareti ve gezi amaçlı olduğu incelenen tablolarda gözlemlenmiştir. Türkiye’nin turizm gelirlerinin GSYH içerisindeki payı incelendiğinde turizm gelirinin ekonomi içindeki payının büyük olduğu anlaşılmaktadır. Bu pay 2016 yılına kadar artış göstermektedir ve en yüksek değer %4,3’tür. Turizm gelirlerindeki pay kriz dönemlerindeki paylara göre daha yüksektir. Daha önce yapılan çalışmalar ise Türkiye’nin turizm gelişimi ile dış ticareti arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bahsedilen pozitif ilişki Türkiye’nin turizm gelirinin dış ticaret açığını kapatma payı ile ilişkilidir. Bir ülkenin turizm geliri ne kadar fazla olursa, dış ticaret açığını kapatma payı da o kadar fazla olacaktır. 2018 yılında Türkiye’nin turizminin dış ticaret açığını kapatma payı % 47,67’dir.

Söz konusu çalışmada incelendiği üzere turizmin dış ticareti kapatma payı kriz dönemlerinde düşmesine rağmen genel olarak artan bir seyir izlemektedir. Aynı zamanda turizm gelirlerinin ihracata oranının yüksek olması Türkiye’ye döviz girdisinin fazla olmasını sağlamaktadır. Türkiye’nin turizm gelirleri Türkiye ekonomisinde dış ticaret açığının kapatılması konusunda önemli bir faktördür. Türkiye’de turizmin ödemeler dengesine katkı sağlaması ve ülke ekonomisini güçlendirmesi için dış ticaretin gelişmesi gereklidir. Çünkü dış ticaret ülkeye döviz girdisinin yanı sıra ülkenin tanıtımının yapılması ve gelen turist sayısının artması açısından önem taşımaktadır. Dış ticaret yapılan ilk on ülke ile turizm ilişkisi daha da gelişmeli ve gelen turist sayısının artırılması için gerekli planlamalar yapılmalıdır.

Türkiye'nin iç politikasındaki yaşanan dönemsel krizlerin uluslararası medyaya yansımaları durumunda Türkiye'nin ihracatı - ithalatı ve turizmi etkilenmektedir. Dolayısıyla yaşanan iç sorunlar uluslararası medya kuruluşları başta olmak üzere küresel topluma negatif şekilde yansıtılmamalı, dönemsel krizlerin ülke ekonomisine olumsuz etkilerinin önüne geçmek adına gerekli düzenlemeler ve önleyici tedbirler alınmalıdır.

Ticari ilişkilerin gelişmesi ülkeler arasındaki bağların gelişmesini ve toplumsal olarak yakınlaşmayı da arttırmaktadır. İhracatın ve ithalatın artması ülkeler arasındaki ticari ilişkiyi arttıracığından gelen turistlerin sayısını arttırmakta ve turizme katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla ticari ilişkileri arttırmak ülke ekonomisine mal ve hizmet üretimi olarak katkı sağladığı gibi gelen yatırımcı, iş ortağı ve tacirlerin konaklama, ulaşım gibi faaliyetlerle ülke turizmine de katkı sağlayacağı ortadır. Bununla beraber başta komşu ülkeler olmak üzere, ülkelerin en çok ithal ettiği ürünler dikkate alınarak Türkiye'deki üretilen mal ve hizmetlerin küresel toplum ve ülkelerin ihtiyaçları gözetilerek ihracat kalemleri arttırılmalıdır. Ticari faaliyetlerin gelişmesi ülkeler ve buna bağlı olarak toplumlar arasındaki bağların gelişmesine yol açarak toplumlar arası etkileşimi arttırmaktadır. Dolayısıyla Türkiye adına bırakılan iyi izlenim potansiyel turistlerin Türkiye'yi öncelikli destinasyonu haline getirecektir.

Son olarak Türkiye'deki mal ve hizmet faaliyetlerinin kalkınma planları ile bağlantılı olarak politika izlenmesi ve ihracatlara yönelik yapılan teşviklerin geliştirilmesi, ihracata yönelik vergi, nakliye, gümrük gibi işlemlerin basitleştirilerek küçük ve orta ölçekli ve şahıs şirketlerinin de bu hususta faaliyette bulunabileceği kolaylıkta bir sistem yaratılması veya var olan sistemin basitleştirilerek revizyona uğraması gerekmektedir. Aynı zamanda döviz kurunda artışın son yıllardaki yüksekliği de dikkate alınarak yabancı turistler için oldukça cazibedici bir dönem haline gelen günümüz Türkiye'sinde teknolojik gelişmeler de dikkate alınarak konaklama, paket tur, ulaşım gibi hizmetlerin e-ticarete uyumlu hale getirilerek ve ülkedeki turistik alanların sosyal medya ve televizyon vasıtasıyla daha fazla kişiye hitap etmesi sağlanarak Türkiye'nin turizmine katkı sağlamak mümkündür.

KAYNAKÇA

- Acet, Hakan, Erdoğan, Savaş, Köksal, Melike (2016), İthalat, İhracat ve Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Uygulaması, Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16(31), 146-155.
- Akın, Adnan (2018), Türk Turizminin Makroekonomik Göstergeler Üzerindeki Etkileri, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 3-23.
- Aydemir, Cahit, Kaya, Mehmet (2007), Küreselleşme Kavramı ve Ekonomik Yönü, Elektronik ve Sosyal Bilimler Dergisi, 6(20), 260-282
- Aslan, Alper (2008), Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz, Munich Personal RePEc Archive,19, 1-8.
- Bahar, Ozan (2010), Turizm Sektörüne Sağlanan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının (DYSY) Ekonomik Büyüme Üzerine Olan Olası Etkisi: Türkiye Örneği, Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(1), 27-40.
- Bozgeyik, Yusuf, Yoloğlu, Yunus (2015), Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Gsyh Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(40), 627-640.
- Buluk, Buket, Özkök, Ferah (2016), Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, Akademik Bakış Dergisi, 54, 37-53.
- Çetintaş, Hakan, Bektaş, Çetin (2008), Türkiye'de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19(1), 37-44.
- Çelik, Tuncay, İlkay, Çağrı Salih (2016), Türkiye'de İhracat Ve İthalat Arasındaki İlişkinin 1989-2015 Dönemi İçin Test Edilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(3), 961-969.
- Doğan, Buhari (2017), Ekonomik Küreselleşme ve Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği Toda- Yamamoto Nedensellik Analizi, Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 54(628), 19-27.
- Eğilmez, Mahfi (Mayıs 2012). Satınalma Gücü Paritesi Nedir?. <http://www.mahfiegilmez.com/2012/05/satinalma-gucu-paritesi-nedir.html>, Erişim Tarihi: 2019.03.05.
- İnan, Ümmü Saliha Eken, (2019), İşletmelerde Uygulanan Pazarlama Stratejilerinin Rekabet Gücüne Etkisi, 1. Basım, Konya: Eğitim Yayınevi.
- İnan, Ümmü Saliha Eken, (2020), "Rekabet Stratejileri", İçinde: Yönetimde Değişen Çevreye Uyum Mekanizmaları, Edt. Mehmet SAĞIR, Konya: Eğitim Yayınevi, ss. 249-264.
- International Monetary Fund (IMF), External Pubs, <https://www.imf.org>, 17.07.2019.
- İzgi, Berna, Balcı, Yılmaz, Hüseyin (2018), Türkiye'de Ekonomik Büyüme, İhracat ve İthalat: Nedensellik İlişkisi, İktisadi Yenilik Dergisi, 5(2), 54-70.
- Karamelikli, Hüseyin, Erkuş, Sefa (2016), Turizm Sektörünün Türkiye'nin Büyüme Oranı Üzerindeki Asimetrik Etkisi, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12(29), 2-13.
- Polat, Esra, Günay, Süleyman (2012), Türkiye'de Turizm ve İhracat Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Testi: Eşbütünleşme ve Nedensellik Analizi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 16(2), 204-211.
- Saraçoğlu, Bedriye (1992), Ülkelerin Ekonomik Kalkınmışlık Düzeyleri Açısından İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10, 17-52.
- Sarı, Yaşar, Oğuz, Yasin Emre (2018), Reel Döviz Kurlarının Turizm Talebine Etkisi Üzerine Karşılaştırmalı Nedensellik Analizi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 17(66), 603-620.

- Statistics Times, Economy, <http://statisticstimes.com>, 15.07.2019.
- Şahin Erdil, Begüm (2018), Türkiye’de Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 16(3), 239-253.
- Şen, Ali, Şit, Mustafa (2015), Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Rolü Ve Önemi, Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(8), 30-45.
- Şen, Ali., Şit, Mustafa (2015), Reel Döviz Kurunun Türkiye’nin Turizm Gelirleri Üzerindeki Etkisinin Ampirik Analizi, Journal of Yasar University, 10(40), 6752-6762.
- T.C. Milli Eitim Bakanlığı (2011), “Muhasebe ve Finansman Dış Ticaret Kavramları”, 344MV0042 , Ankara.
- T.C. Merkez Bankası, Kurlar, <http://www.tcmb.gov.tr>, 16.07.2019.
- Terzi, Harun, Tütüncü, Asiye (2017), Turizm Gelirleri ve Dışa Açıklık Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(2), 79-107.
- Ticaret Bakanlığı, Ekonomik Görünüm, <https://www.ticaret.gov.tr>, 12.11.2018.
- Ticaret Bakanlığı, Yıllara Göre Dış Ticaret, <https://www.ticaret.gov.tr>, 10.10.2018.
- TÜİK, İstatistik Göstergeler, <http://www.TUİK.gov.tr>, 21.11.2018.
- Ünsal, M. Erdal (2005), *Makro İktisat* (6. Baskı), Ankara: İmaj Yayınevi.
- Yavuz, Çil, Nilgün (2006), Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma Ve Nedensellik Analizi, Doğu Üniversitesi Dergisi, 7(2), 162-171.
- Yurdakul, Funda, Özgencil, Gizem (2017), Türkiye’deki Turizm Gelirinin Belirleyicileri Ve Alternatif Turizm Gelirlerinin Önemi, Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, özel sayı, 173-188.