



Makale Türü / Article Type: Araştırma / Research

HİZMET GÜVEN ENDEKSİ, TURİZM GELİRLERİ ve EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Ayşe ERGİN ÜNAL¹

Aynur SÜSAY²

Özet

Çalışmada turizm potansiyeli yüksek olan Türkiye'nin ekonomik büyüme performansı ve turizm gelirleri ile beraber güven endeksleri ilişkisinin yönü ve mevcut durumu incelenmektedir. Dolayısıyla turizm gelirleri üzerinde güven faktörünün etkisinin ve turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmaktadır. Güven endeksleri, ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada 2012:01-2021:06 dönemi aylık veriler kullanılmıştır. Çalışmada hizmet güven endeksi, tüketici güven endeksi, sanayi üretim endeksi ve turizm gelirleri olmak üzere dört değişken kullanılmıştır. Birim kök sınaması sonrasında değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi için Toda Yamamoto nedensellik testinden yararlanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre hizmet güven endeksinden turizm gelirlerine ve sanayi üretim endeksine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca turizm gelirlerinin de sanayi üretim endeksinin nedeni olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm gelirleri, Hizmet güven endeksi, Ekonomik Büyüme, Tüketici Güven Endeksi, Sanayi Üretim Endeksi

The Relationship Of Services Confidence Index, Tourism Revenues And Economic Growth

Abstract

In the study, the direction and current situation of the relationship between the economic growth performance and tourism incomes and the confidence indices of Turkey, which has a high tourism potential, are determined. Therefore, it is aimed to investigate the effect of the confidence factor on tourism revenues and the relationship between tourism revenues and economic growth. Monthly data for the period 2012:01-2021:06 were used in the study, which investigated the relationship between confidence indices, economic growth and tourism revenues. In the study, four variables were used: Services Confidence Index, Consumer Confidence Index, Industrial Production Index and tourism revenues. After the unit root test, the Toda Yamamoto causality test was used for the causality relationship between the variables. According to the findings, a one-way causality relationship was determined from the services confidence index to tourism revenues and industrial production index. It was also found that tourism revenues were the cause of the industrial production index.

Keywords: Tourism Revenues, Services Confidence Index, Economic Growth, Consumer Confidence Index, Industrial Production Index

GİRİŞ

¹ Doç. Dr., Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, ayseerginunal@tarsus.edu.tr.

² Arş. Gör., Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, aynursusay@tarsus.edu.tr.

Turizm potansiyeli yüksek olan ülkeleden biri olan Türkiye, gerek ekonomik anlamda gerekse refah düzeyini artırma noktasında alternatif çözüm yolları aramaktadır. Diğer yandan stratejik anlamda gelişme gösterebilen ya da istihdam sağlayacak sektörleri doğru tespit etmek, kaynakların verimsiz kullanımını önleyecek ve doğru yatırımların yapılmasına olanak sağlayacaktır. Bu bağlamda hizmetler sektörü içinde yer alan turizm, dikkat edilmesi gereken alanlardan biridir.

Turizm sektörü dinamik bir yapıya sahip olup farklı ülkelerde farklı etkileyenlere sahiptir. Kimi zaman ise COVID 19, Mortgage Krizi, savaş gibi küresel olaylar etki noktasında boyut değiştirmektedir. Yaşanan söz konusu değişimlerin ekonomiye yansımaları çeşitli kanallardan gerçekleşmekte olup sektörde meydana gelen dinamizm, yurtiçi artan üretim ve istihdamı gerekli kılmaktadır. Bu gerekliliğin ekonomik büyümeyi ne derece etkilediği tartışılan konulardan biri olmakla beraber turizmin geniş bir alt yapıya sahip olup çeşitli hizmet gruplarını bünyesinde barındırdığı gerçeği gözardı edilmemelidir. Ekonomi ve turizm yazınında tartışmaların odak noktası ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişki olmakla beraber iki farklı hipotez ortaya çıkmaktadır. Bunlardan ilki turizme dayalı ekonomi hipotezi iken diğeri ekonomi odaklı turizm hipotezi olup esasen ayırım hangi değişkenin bir diğerini nasıl etkilediği ile ilintilidir. Keza yazın taraması yapıldığında her iki hipotezi de doğrulayan çalışmalar olmakla beraber sadece ekonomik faktör olan büyümenin yanında psikolojik faktör olan güven duygusunun incelemeye dahil edildiği çalışmaların bulunmadığı görülmektedir. Yapılacak çalışmalarda turizmi etkileyen veya turizmin etkilediği alanlara ekonomi yanında kitlelerin, ekonomik ve turizm alanında kararlarını değiştirecek psikolojik eğilimlerinin de eklenmesinin daha sağlıklı sonuç vereceği düşünülmektedir. Bu bağlamda TÜİK tarafından ölçülen hizmet güven endeksi ve tüketici güven gibi ankete dayalı endeks verileri kullanılabilir birkaç alternatif değişkenden ikisidir.

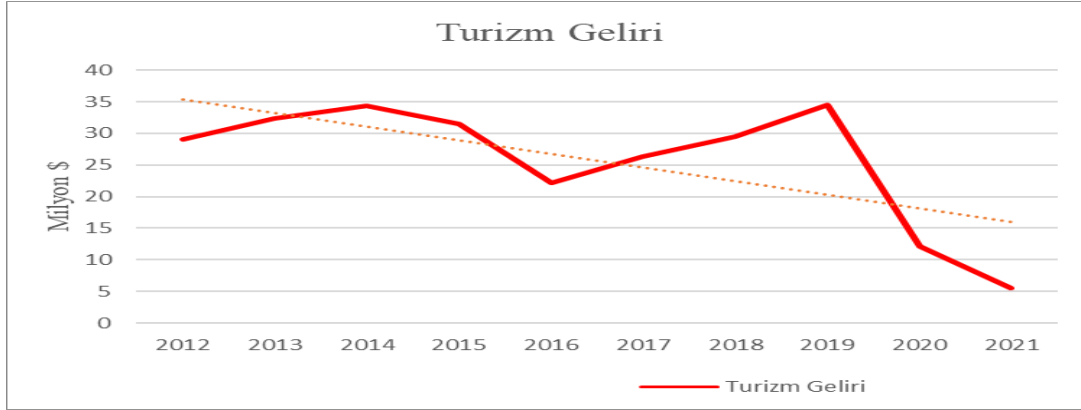
Sektörel güven endekslerinden biri olan hizmet güven endeksi, hizmet sektörü eğilim anketi ile mevcut durum ve yakın geleceğe ilişkin beklentileri ölçmektedir. Anket, iş durumu, talep, çalışan sayısı, satış fiyatı, belirsizlik, yatırım ve faaliyeti artıran veya kısıtlayan faktörleri kapsamaktadır. Endeks 0-200 arasında bir değer olup 100'den büyük olması sektöre ilişkin iyimser beklentiyi, 100'un altında olması ise kötümserliği göstermektedir. Bir diğer endeks olan tüketici güven endeksi ise aylık tüketici eğilim anketi ile tüketicilerin maddi durumu, harcama ve tasarruf eğilimleri, ekonomiye ilişkin değerlendirme ve beklentileri ölçmektedir. Anket sonucuna göre hesaplanan endeks 0-200 arasında bir değer almakta; 100'den büyük olması iyimserliği, küçük olması ise kötümser beklentiyi göstermektedir.

Çalışmanın temel amacı turizm potansiyeli yüksek olan ülkelerden biri olan Türkiye' nin, ekonomik büyüme performansı ve turizm gelirleri ile beraber güven endeksleri ilişkisinin yönünü ve mevcut durumunu tespit etmektir. Bu bağlamda turizm gelirleri ve ekonomik büyüme yanında psikolojik faktör olan güveni temsilen hizmet güven ve tüketici güven endeksi, analizde kullanılan değişkenler arasındadır. Çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran temel özellik kitlelerin turizm sektörüne katılım eğilimlerini güven faktörünü gözardı etmeden incelemesi ve ekonomik büyüme-turizm geliri

ilişkinde daha geniş çerçeveden bakabilme olanağı sağlamasıdır. Bu bağlamda çalışma Türkiye özelinde olup üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde Türkiye’ de turizm sektörü incelenmekte iken ikinci bölüm yazın taramasını içermektedir. Son bölüm ise ekonomik analize bağlı yöntem ve bulguları kapsamaktadır.

1. TÜRKİYE’ DE TURİZM SEKTÖRÜ

Gelişmekte olan ülkelerden biri olan Türkiye ekonomisinin en büyük problemlerinden biri olarak cari açık düşünüldüğünde, ülkeye döviz girişi sağlayacak her sektör önem arz etmekte olup turizm söz konusu sektörlerin başında gelmektedir. Bu sayede sağlanacak döviz kazanımının ekonomiye katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Benzer şekilde sektörün istihdam kazandırıcı ve bölgesel kaynak hareketliliği sağlaması önemli özelliklerinden olup ekonomik büyümeye dolaylı da olsa katkı sağlayabilmektedir. Bu bağlamda dikkate alınacak verilerden biri turizm gelirleridir. Keza Şekil 1’ de turizm gelirlerinin 2012-2021 yılları arasındaki değişimi gösterilmektedir.



Şekil 1. Türkiye’ de turizm gelirlerinin 2012-2021 yılları arasındaki değişimi

2021 Ocak – Temmuz dönemlerinde neredeyse 12 milyon ziyaretçisi olan Türkiye’ de (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı,2021) turizm gelirleri, mevsimsel etkilerde göz önünde bulundurulduğunda yaz aylarında artış göstermek üzere 2020 yılı sonrası ciddi bir düşüş yaşamıştır. Turizm gelirlerindeki bu düşüşte küresel düzeyde yaşanan COVID-19 pandemi sürecinin etkisi oldukça yüksektir. Keza Türkiye’ nin özellikle sektörel rekabet içinde olduğu Akdeniz ülkelerindeki ekonomik tablo bu durumu gözler önüne sermektedir. Bu durumu destekler nitelikte Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, İspanya turizmde ilk 8 ayda yüzde 76 gerilerken, Yunanistan ilk 7 ayda yüzde 81, İtalya yüzde 43 Akdeniz çanağındaki ülkelerden ise Hırvatistan’da da 8 aylık dönemde yüzde 53’lük Portekiz yüzde 40, Mısır’daki kayıp yüzde 82 oranında gerilemiştir. Türkiye’ de ise turizm geliri baz alındığında Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarından oluşan 2020 yılının III. Çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre yüzde 71,2 azalarak 14 milyar Dolar seviyesinden 4 milyar 44 milyon 356 bin Dolar seviyesine düşmüştür (TÜRSAB, 2020).

Türkiye'nin turizm sektörü ve ekonomik büyüme ivmesi karşılaştırıldığında dönem dönem ekonomik büyüme kaynaklarının değiştiği görülmekte olup bu bağlamda turizm gelirlerinin GSMH' ya oranının incelenmesi gerekmektedir.

2. LİTERATÜR

Turizm sektörü ve makroekonomik verileri içeren çalışmalar incelendiğinde yapılan çalışmaların ekonomik büyüme ve turizm gelirleri üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Konu üzerine her ne kadar sayıca fazla çalışma yapılmış olsa da değişkenler arası ilişkide görüş birliği olmadığı görülmektedir. Bu bağlamda çalışmalar dört ana grupta toplanmış olup bunlar turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru ilişki ya da tersi olan ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bir ilişki, her iki değişken arasında çift yönlü ilişki ve son olarak söz konusu iki değişken arasında hiçbir ilişkinin olmaması şeklinde bulgular içermektedirler. Örneğin Uysal vd. (2004) sadece ekonomik büyüme ve turizm gelirlerini dikkate alarak yaptıkları çalışmalarında, değişkenler arasında çift yönlü etkileşim ve turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi desteklediği sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Çoban ve Özcan (2013) turizm ve ekonomik büyüme arasındaki eşbütünlük ve nedensellik ilişkisini 1963-2010 dönem aralığı için inceledikleri çalışmalarında, söz konusu iki değişken arasında çift yönlü nedensellik tespit etmişlerdir. Ongan ve Demiröz (2005), Bahar (2006), Gövdeli (2018) benzer sonucu bulan diğer çalışmalardandır. Yine Katırcıoğlu (2009) GSYİH, gelen turist sayısı ve döviz kuru verilerini içeren çalışmasında turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında herhangi bir ilişki tespit edememiştir. Benzer şekilde Hepaktan ve Çınar (2010) net turizm gelirleri, yabancı turist sayısı, büyüme ve dış ödemeler bilançosu değişkenlerini kullandıkları çalışmalarında büyüme ve turizm gelirleri arasında bir ilişki tespit edememişlerdir. Söz konusu iki değişken arasında herhangi bir ilişki tespit edilmeyen diğer çalışmalar arasında Yavuz (2006), Çetintaş ve Bektaş (2008), Yamak vd. (2012), Topallı (2015) yer almaktadır.

Kızılgöl ve Erbaykal (2008) Toda Yamamoto nedensellik analizini kullandıkları çalışmalarında ekonomik büyümenin artan turizm gelirlerinin nedeni olduğu sonucuna ulaşmış olup sürdürülebilir büyümenin turizm gelirlerine pozitif etki edeceğini vurgulamaktadırlar. Özer ve Kırca (2014), Kanca (2015) benzer sonucu bulan diğer çalışmalardır.

Kızılkaya vd. (2016) çalışmalarında turizm gelirleri ve ekonomik büyüme değişkeni yanında uluslararası turist sayısını da dikkate alarak ARDL sınır testi ve uzun dönem eşbütünlük katsayıları tahmini yaptıkları analizlerinde turizm gelirlerinin hem uzun hem de kısa dönemde ekonomik büyümeyi etkilediğini tespit etmişlerdir. Bozgeyik ve Yoloğlu (2015), Kaygısız (2015), Bal vd. (2016), Esen ve Özata (2017), Çınar ve Ülker (2018), Sarıdoğan (2020), Demir ve Bahar (2021), turizm gelirlerinin ekonomik performans üzerinde etkisi olan benzer çalışmalardan birkaçıdır.

Türkiye dışında kalan ülkeler için yapılan çalışmalardan Wickremasinghe ve Ihalanayake (2006) Sri Lanka ekonomisini kapsayan çalışmalarında turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi etkilediğini tespit ederken Cortés-Jiménez, Pulina (2010) İtalya ve İspanya, Guatam (2011) Nepal,

Mishra vd. (2011) Hindistan için benzer sonuca ulaşmıştır. Ageli (2013) Suudi Arabistan, Oh (2005) Kore, Kadir vd. (2011) Malezya için çalışmalarında tersi olarak ekonomik büyümenin turizm harcamalarını artırdığını tespit etmişlerdir. 12 Akdeniz ülkesi için Yıldırım ve Şahin (2018) tarafından 1995-2016 yılları dahilinde yapılan çalışma sonucunda İtalya ve Yunanistan'da turizm gelirlerinin ekonomik büyümenin nedeni olduğu belirlenirken Slovenya'da ekonomik büyümenin turizm gelirlerinin nedeni olduğu ortaya konulmuştur. Kalan ülkeler arasında nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Aydın (2020) en fazla turizm gelinine sahip 10 ülke için turizm geliri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, Tayland ve Almanya'da turizmin ekonomik büyümeyi etkilediğini, İspanya' da ekonomik büyümenin turizm gelirini artırırken diğer ülkelerde iki değişken arasında bir ilişki olmadığını tespit etmiştir.

3. EKONOMETRİK ANALİZ

3.1. Veri Seti

Çalışma verileri 2012:01-2021:06 dönemini kapsamaktadır. Covid-19 pandemisi nedeniyle seyahat kısıtlamalarının olduğu 2020:04-2020:06 arasındaki üç ay analizde dikkate alınmamıştır. Çalışmada aylık turizm gelirlerinin logaritması (LnTG), hizmet güven endeksi (HGE), tüketici güven endeksi (TGE) ve ekonomik büyümeyi temsilen sanayi üretim endeksi (SUE) aylık verileri kullanılmış olup veriler Türkiye İstatistik Kurumu web sayfasından elde edilmiştir.

3.2. Birim Kök Testi

Durağan olmayan seriler bir şok etkisinin kalıcı olduğunu göstermekte olup sahte regresyon ilişkisine de neden olabilmektedir. Bu nedenle nedensellik testi öncesinde serilerin durağan olup olmadıklarının tespiti gerekmektedir. Çalışmada serilerin durağanlık sınaması için Dickey-Fuller (1979, 1981) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Dickey - Fuller (ADF) birim kök testi ve Phillips Perron (1988)'un birim kök testi (PP) uygulanmıştır.

Tablo 1. Birim Kök Testi Sonuçları

ADF BİRİM KÖK TESTİ		
Değişken	t-istatistik değeri	Olasılık Değeri
LnTG	-3.608010	0.0072*
HGE	-2.050352	0.2653
Δ HGE	-10.60569	0.0000*
TGE	-2.469398	0.1258
Δ TGE	-9.086162	0.0000*
SUE	-0.127534	0.9426
Δ SUE	-2.691931	0.0791***
PP BİRİM KÖK TESTİ		
Değişken	t-istatistik değeri	Olasılık Değeri
LnTG	-3.929662	0.0026*
HGE	-1.950753	0.3082
Δ HGE	-10.68740	0.0000*
TGE	-2.239591	0.1937
Δ TGE	-18.85671	0.0000*
SUE	-3.399400	0.0130**

ADF birim kök testinde uygun gecikme sayılarının belirlenmesinde Schwarz bilgi kriteri, PP birim kök testinde bant genişliği için Bartlett Kernel yöntemi kullanılmıştır. %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde kritik değerler sırasıyla -3.49, -2.88, -2.58 şeklindedir. *,** ve *** ifadesi sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyesinde temel hipotezin reddedildiğini göstermektedir.

ADF birim kök testi sonuçlarına göre değişkenlerden LnTG düzeyde durağan iken diğer değişkenler birinci farkları alındığında durağanlaşmaktadır. PP birim kök testinde ise LnTG ve SUE düzeyde durağan olup diğer değişkenlerin birinci farkları alındığında temel hipotez reddedilmektedir.

3.3. Nedensellik Testi

Tablo 1 sonuçlarına göre değişkenlerin farklı mertebeden durağanlaştığı görülmüştür. Standart nedensellik testlerinin uygulanabilmesi serilerin ancak durağan olması ile mümkün olmaktadır. Durağan olmayan serilerin ise farkı alınarak durağanlaştırılması gerekmekte bu durum da serilerin dinamik yapısının bozulmasına (Çınar vd., 2019: 360) ve bilgi kaybı yaşanmasına neden olmaktadır. Toda Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen nedensellik testi ise bu sorunu ortadan kaldırarak aynı mertebeden durağan olmayan serilerde fark alma işlemini gerektirmemektedir. Böylelikle nedensellik sınaması yapılırken bilgi kaybının önüne geçilmiş olmaktadır.

Toda Yamamoto nedensellik testi iki aşamada gerçekleşmektedir. İlk olarak Vektör Otoregresif (VAR) modeli kurularak uygun gecikme uzunluğu (p) tespit edilmektedir. Sonraki aşamada ise uygun gecikme uzunluğuna serilerin en yüksek tümleşme derecesi (dmax) ilave edilerek nedensellik sınaması yapılmaktadır. Toda-Yamamoto (1995) nedensellik modeli tanımlaması aşağıdaki eşitliklerde gösterilmektedir (Çınar vd., 2019:360)

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{t=1}^{p+d_{\max}} \alpha_{1(t+d)} Y_{t-(t+d)} + \sum_{t=1}^{p+d_{\max}} \alpha_{2(t+d)} X_{t-(t+d)} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$X_t = \beta_0 + \sum_{t=1}^{p+d_{\max}} \beta_{1(t+d)} Y_{t-(t+d)} + \sum_{t=1}^{p+d_{\max}} \beta_{2(t+d)} X_{t-(t+d)} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

Eşitlikte p, VAR modelinin derecesini ifade ederken, dmax ise değişkenlerin en yüksek tümleşme mertebesini göstermektedir. (1) nolu eşitlik X değişkeninden Y değişkenine; (2) nolu eşitlik ise Y değişkeninden X değişkenine olan Granger nedenselliği ifade etmektedir.

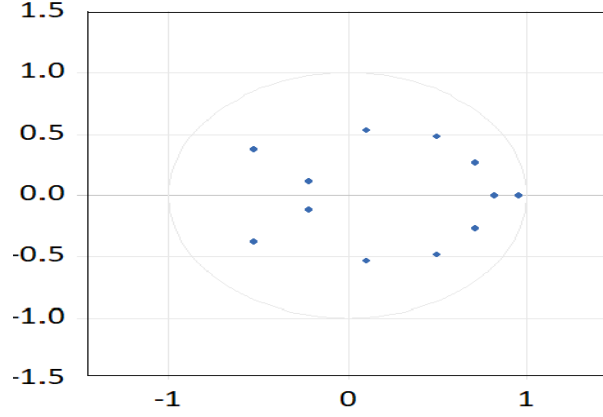
Birim kök testi sonuçlarına göre değişkenlerin maksimum tümleşme mertebelerinin (dmax) "1" olduğu tespit edilmiştir. Serilerin uygun gecikme uzunluğunun tespitinde Hannan-Quinn bilgi kriteri kullanılmış ve uygun gecikme uzunluğunun "3" olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen gecikme uzunluğunda otokorelasyon sorunun olup olmadığının tespiti için LM testi uygulanmış olup Tablo 2'de raporlanmıştır.

Tablo 2. LM Test Sonuçları

Gecikme Uzunluğu	LM Test İstatistiği	Olasılık Değeri
1	19.99838	0.2203
2	14.25433	0.5798

3	18.02945	0.3222
---	----------	--------

Uygun gecikme uzunluğunda otokorelasyon sorunu bulunmamaktadır. Ayrıca kurulan VAR modelinde AR polinomunun ters kökleri birim çember içerisinde yer almaktadır.



Şekil 2. AR Karakteristik Polinomunun Ters Kökleri

Toda Yamamoto nedensellik test sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre HGE'den turizm gelirlerine ve SUE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi elde edilmiştir. Bir diğer bulgu ise LnTG'den SUE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisidir.

Tablo 3. Toda Yamamoto Nedensellik Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	$p+d_{max}$	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri	Nedensellik Yönü
LnTG	HGE	3+1	14.36221	0.0025*	HGE → LnTG
	TGE		4.028792	0.2584	
	SUE		5.344702	0.1482	
HGE	LnTG	3+1	4.649382	0.1993	Nedensellik yok
	TGE		3.210568	0.3603	
	SUE		3.774867	0.2868	
TGE	LnTG	3+1	5.473902	0.1402	Nedensellik yok
	HGE		4.946955	0.1757	
	SUE		1.073659	0.7834	
SUE	LnTG	3+1	36.37123	0.0000*	LnTG → SUE
	HGE		18.83629	0.0003*	HGE → SUE
	TGE		0.309828	0.9582	

* ifadesi %1 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir

SONUÇ ve ÖNERİLER

Turizm, döviz girdisi, istihdam ve yatırım sağlayan, dış ticaret açığını azaltan önemli bir sektördür. Ekonomiye önemli katkısı olan turizm gelirleri üzerinde yatırımcı duyarlılığı göz ardı edilmemesi gereken bir faktördür. Yatırımcı duyarlılığının ölçülmesinde çeşitli değişkenler kullanılmakta olup bunlardan biri de ankete dayalı ölçütlerdir. Bu nedenle hem hizmet sağlayıcıların hem de tüketicilerin beklentilerini yansıtan anket temelli hizmet güven endeksi ve tüketici güven endeksi çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmada turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ve güven

endeksleri arasındaki ilişki 2012:01-2021:06 dönemi için araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlarda hizmet güven endeksinden turizm gelirlerine ve sanayi üretim endeksine tek yönlü nedensellik ilişkisi elde edilmiştir. Bu sonuç hizmet üreticilerinin ekonomiye ilişkin beklentilerinin turizm gelirleri ve ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Hizmet üreticilerinin iyimser bir tutumda olması faaliyetlerine ilişkin yatırımlarına yansıtacak ve sonuç olarak da ekonomiyi canlandıracaktır.

Çalışmada elde edilen diğer sonuç ise beklenildiği gibi turizm gelirlerinden sanayi üretim endeksine olan nedensellik ilişkisidir. Bu durum turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Turizm gelirleri, ülkeye döviz girişiyle ödemeler bilançosuna olumlu katkı sağlamaktadır. Türkiye, konumu itibarıyla turist çeken ülkelerden biridir. Politika yapıcılarının turizm sektörüne yönelik çalışmalara ağırlık vererek turizm gelirlerini artıracak politikalar uygulaması turizm sektörünün sağlıklı büyümesine ve ekonominin güçlenmesine yardımcı olacaktır. Bu çalışmadan sonra yapılacak çalışmanın, turizm potansiyeli yüksek ülkeler için güven endeksleri, turizm ve seçilmiş ekonomik verilerin kullanılacağı bir analiz içermesi düşünülmektedir

KAYNAKÇA

- Ageli, M. M. (2013). Tourism economics in saudi arabia: PP-VAR approach. *Asian Journal of Business and Management*, 1 (1), 21-27.
- Aydın, M. (2020). En fazla turizm gelirine sahip 10 ülke için turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: Panel Nedensellik Yaklaşımı. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 38(2), 215-227.
- Bahar, O. (2006), Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, C. 13, S. 2: 137-150.
- Bal, H., Eray, E. ve Bayraktar, M. (2016). The contribution of tourism to economic growth: A research on the turkey. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1), 1-20
- Bozgeyik, Y. ve Yoloğlu, Y. (2015) Türkiye'de turizm gelirleri ile GSYH arasındaki ilişki: 2002- 2014 dönemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(40): 627-640.
- Çetintaş, H. ve Bektaş, Ç. (2008). Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 1-8.
- Çınar, M. ve Ülker, B. (2018) The long-run relationship between economic growth and tourism revenue: The case of Turkey and TRNC. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(2), 592-602.
- Çınar, M., Yetkin, F. ve Bektaş, S. (2019). Elektrik tüketiminin sürdürülebilir kalkınmaya etkisi: Türkiye üzerine ampirik ve davranışsal bir inceleme. *Uluslararası İşletme Ekonomi ve Politika Dergisi*, 3(2), 345-366.
- Çoban, O. ve Özcan, C. C. (2013). Türkiye'de turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: nedensellik analizi (1963-2010). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Cortes-Jimenez, I. ve Pulina, M. (2010), Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 61-74
- Demir, E. ve Bahar, O. (2021). Turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerine etkisi: Türkiye üzerine ampirik analiz. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(2), 140-150.
- Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1979). "Distributions of the estimators for autoregressive time series with a unit root, *Journal of The American Statistical Association*. 74(366), 427-431.
- Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1981). Likelihood ration statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, 49(4), 1057-1072.
- Esen, E. ve Özata, E. (2017), Turizmin ekonomik büyümeye etkisi: Turizme dayalı büyüme hipotezinin türkiye için geçerliğinin ARDL modeli ile analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 43-58.

- Gautam, B. P. (2014). Economic dynamics of tourism in Nepal: A VECM approach. *MPRA*, 58102, 1-19.
- Gövdeli, T. (2018). Türkiye’de turizm, ihracat ve ekonomik büyüme ilişkisi: Maki eşbütünlük ve bootstrap nedensellik analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 571-586.
- Hepaktan, C. E. ve Çınar, S. (2010) Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi S.B.E.*, 8(2), 135-154.
- Kadir, N., Abdullah, M.S. ve Nayan, S. (2010), The causal relationship between tourism and economic growth in Malaysia: Evidence from multivariate causality tests”, *Tourism & Management Studies*, 6, 16-24.
- Kanca, O. C. (2015). Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme: Türkiye örneği. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8, 1-14.
- Katırcıoğlu, S.T. (2009) Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30, 17-20.
- Kaygısız, A. D. (2015). Net turizm gelirleri ve büyüme ilişkisi: Var model-granger nedensellik analizi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(2), 155-164.
- Kızılgöl, A. G. Ö. Ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-360.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E. ve Karaçor, Z. (2016). Türkiye’de turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL sınır testi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 203-215.
- Mishra, P.K., Rout, H.B. ve Mohapatra, S.S. (2011), Causality between tourism and economic growth: Empirical evidence from India. *European Journal of Social Sciences*, 18(4), 518-527.
- Oh, C.O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39-44.
- Ongan, S., Demiroz, M., ve Dündar. (2005), The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Journal of Economics*, 53(9), 880-894.
- Özer, M. ve Kırca, M. (2014) *Turizm gelirleri, ihracat ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkilerin zaman serisi analizi*. 3. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara: Detay Yayınları, 684-707.
- Phillips, P. C. B. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regressions. *Biometrika*, 75, 335-346.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). çevrimiçi, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 16.09.2021
- Toda, H. Y., ve Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated process. *Journal of Econometrics*, 66, 225-250.
- Topallı, N. (2015) Turizm sektörünün Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: 1963- 2011. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7(14), 339-352.
- TÜRSAB. (2020). Covid-19 Sürecinde Türkiye ve Dünya Turizminin değerlendirilmesi, Çevrimiçi, <https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=/assets/assets/uploads/arastirmalar/covid-19-surecinde-turkiye-ve-dunya-t> Erişim Tarihi: 16.09.2021.
- Uysal, D., Erdoğan, S. ve Mucuk, M. (2004). Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki (1992-2003). *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 162-170.
- Wickremasinghe, G. ve Ihalanayake, R. (2006). The causal relationship between tourism and economic growth in Sri-Lanka: Empirical evidence. *Working Paper*, School of Applied Economics..
- Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneş, F. (2012). Turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: Sektör bazında bir inceleme”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(2), 205-220
- Yavuz, N. (2006). Türkiye’de turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisinin testi: yapısal kırılma ve nedensellik analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(2), 162-171.
- Yıldırım, B. I. ve Şahin, D. (2018). Akdeniz ülkelerinde turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisi: Bootstrap panel nedensellik testi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 73-83.