

İnovasyonun Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi

Impact of Innovation on Tourism Sector: Panel Data Analysis

Saeid HAJIHASSANIASL, Gaziantep Üniversitesi, Türkiye, saeidhha@gantep.edu.tr

Orcid No: 0000-0003-2127-5604

Taner AKÇACI, Gaziantep Üniversitesi, Türkiye, akcaci@gantep.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-5343-0894

Öz: Turizm, dünya çapında ulusal ekonomiler için en büyük endüstrisinden birisi olarak kabul edilmektedir. Turizm, ekonomik büyüme, istihdam, sürdürülebilir kalkınma gibi ülkelerin çeşitli hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkıda bulunan küresel bir sistem olarak bilinmektedir. Turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ve daha az gelişmiş bölgelerin küresel ekonomiye katılımlarını sağlayan birkaç ekonomik sektörden biri olarak giderek daha fazla dikkat çekmektedir. Sektörün önemi dikkate alındığında, bu araştırmanın temel amacı 2019 yılı verilerine göre dünya genelinde en yüksek turizm gelirlerine sahip olan ilk 10 ülkenin inovasyon değişkeni yanı sıra turizm sektörü gelirini etkileyen bazı değişkenlerin 2015-2019 döneminde incelenmesidir. Araştırma kapsamında, panel veri analizi kullanarak tahminler yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre incelenen dönemde, reel döviz kuru değişkeni incelenen ülkelerin turizm gelirlerini olumsuz etkilerken, global yönetim değişkeni bu ülkelerin turizm gelirlerini olumlu etkilediği ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra inovasyon değişkeni olarak ele alınan global inovasyon endeksi değişkeni incelenen ülkelerin turizm sektörü gelirlerini etkilemediği sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, İnovasyon, Döviz Kuru, Global Yönetişim, Panel Veri Analizi.

JEL Sınıflandırması: C12, L83, O31

Abstract: Tourism is recognized as one of the largest industries for national economies worldwide. Tourism is known as a global system that contributes to the realization of various goals of countries such as economic growth, employment and sustainable development. Tourism sector is attracting more attention as one of the few economic sectors that enables especially developing and less developed regions participation in the global economy. Considering the importance of the sector, the main purpose of this research is to examine the innovation variable of the top 10 countries with the highest tourism income in the world according to 2019 data, as well as some variables affecting the tourism sector income in the 2015-2019 period. Within the scope of the research, estimations were made using panel data analysis. According to the findings, it has been revealed that while the real exchange rate variable affects the tourism incomes of the countries examined negatively, the global governance variable has a positive effect on the tourism incomes of these countries. In addition, it was concluded that the global innovation index variable, which is considered as an innovation variable, does not affect the tourism sector incomes of the countries examined.

Keywords: Tourism, Innovation, Exchange Rate, Global Governance, Panel Data Analysis

JEL Classification: C12, L83, O31

1. Giriş

Turizm, küresel ekonomiye sürekli katkıda bulunan dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir. Bu sektördeki ticaret hacmi, petrol, gıda ürünleri veya araba ihracatına eşit hatta daha fazla olduğu görünmekle birlikte, uluslararası ticaretin temel oyuncularından ve aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerin temel gelir kaynaklarından biridir. Turizm sektörünün gelişimi, tek

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 23 Mart / March 2022

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 26 Mayıs / May 2022

© 2022 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

ürün ekonomisine sahip, yüksek işsizlik oranlarına ve sınırlı döviz kaynaklarına sahip ülkeler için ayrıca önem arz etmektedir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre, 2030 yılına kadar uluslararası turist sayısının 1,8 milyara ulaşması beklenmektedir. Uluslararası turizmde en büyük payı Avrupa ve Asya-Pasifik bölgesinde oluşmaya devam etmektedir (Sandybayev, 2016: 6).

Turizm endüstrisinin kişi başına düşen geliri artırmada ve yoksulluğu azaltmadaki etkisi açıktır. Diğer ekonomik faaliyetlerle karşılaştırıldığında, bu sektör parlak bir görünüme sahip yeni bir çözüm olarak görülmektedir. Ancak bu sektörün istikrarı ve bundan elde edilen gelir önemli noktalardan biridir. Turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınmasına yol açan faktörlerden biri de turizm hizmetlerinin sunumunda yenilikçilik ve çeşitliliğin korunmasıdır. Bu sektörün gelişmesi ile başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, döviz kazançlarını bu şekilde artıracak ve ülke ekonomisinin büyümesine ve refahına katkıda bulunabileceklerdir. Turizm sektörünün gelişimi, bölgedeki diğer ticari faaliyetlerin gelişmesi için uygun bir ekonomik ortamın yaratılması, döviz getirisi, istihdam yaratılması ve ev sahibi ülkenin sosyal refah seviyesinin iyileştirilmesi nedeniyle çoğu politikacının dikkatini çekmekte ve ulusal ve bölgesel ekonomiyi çeşitlendirmek ve canlandırmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu nedenle, ekonomik kalkınmada ve toplumların sosyal ve çevresel koşullarının iyileştirilmesinde turizm sektörünün önemi göz önüne alındığında, turizm gelirini belirleyen faktörlerin analizi önem arz etmektedir. Turizm sektöründe diğer ekonomik değişkenler arasında, inovasyon faktörü daha az tartışılan bir faktör olarak görülmektedir. Genel olarak inovasyon faktörü, son yıllarda ekonomik çalışmalarda yeni bir olgu olmakla birlikte, karşılaştırmalı üstünlük ve ekonomik fırsatlar yaratarak bir ülkenin turizm gelirinin verimliliğini artıracak ekonomik kalkınmanın temel itici güçlerinden biri olarak bilinmektedir (Bazzazan vd., 2019).

Küreselleşme bağlamında inovasyon, işletmelerin, şehirlerin, bölgelerin ve ulusların rekabet edebilirliğinin ve uzun vadeli ekonomik performansının ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilir ve artan küresel rekabet, teknolojik değişim, hızlı değişen pazar koşulları ve kaliteli hizmetler için sürekli tüketici/müşteri talepleri inovasyonu teşvik etmektedir (Damanpour ve Schneider, 2006: 215).

Turizm sektöründe inovasyon araştırmalarında giderek daha fazla ilgi görmektedir. Bu yaklaşımlar, mekansal boyutun içinde inovasyonu birlikte yaratan çeşitli özel ve kamu aktörlerini ihmal etmeden başarılı sistemlerin yaratılması ve sürdürülmesinde girişimcilik ve inovasyonun temel rolünü vurgulamaktadır (Pikkemaat vd., 2019: 2).

Turizm alanında yapılan bazı araştırmalarda turizm üzerinde çeşitli ekonomik ve sosyal faktörlerden bahsedilmiş olmasına rağmen, araştırmalar inovasyon faktörünün etkisinin turizm gelirini etkileyen bir değişken olarak doğrudan analiz edilmediğini göstermektedir. Bu

nedenle, bu çalışmanın amacı, turizm gelirlerini etkileyen bazı ekonomik faktörlerle birlikte inovasyonun faktörünün etkisini araştırmaktır. Başka bir deyişle bu çalışma, 2019 yılına göre en yüksek turizm gelirin sahip ilk 10 ülkenin (Türkiye de bu ülkeler dahil) turizm gelirleri üzerindeki inovasyon faktörünün etkisini incelemektedir. Bu amaçla giriş bölümünden sonra ve ikinci bölümde araştırmanın kuramsal çerçevesi ele alınmış, üçüncü bölümde ise araştırmanın literatür değerlendirmesi yapılmıştır. Dördüncü bölümde istatistik örneklem tanıtılarak model tahmin edilmiş ve son olarak beşinci bölümde sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. İnovasyon Kavramı

İnovasyon, büyüme, rekabet gücü ve verimlilik düzeyi ile yakından ilişkilidir. İnovasyon faaliyetleri, uzun vadeli ekonomik büyümenin en önemli bileşenlerinden biridir (Pirnar vd., 2012: 134). İnovasyon, yeni bir şey yaratmak anlamına gelen Latince “innovatio” kelimesinden türetilmiştir (Korres, 2008: 145). Kavram, genel olarak bir örgütün yeni ürün ve hizmetleri geliştirmesi ve uygulaması veya yeni şeyler yapmanın yolları olarak kabul edilir (Sipe ve Testa, 2009: 3). Drucker’a (1985) göre inovasyon, yeni veya farklı bir ürün veya hizmetin yaratılmasıyla sonuçlanan bir fırsat olarak görülmeli ve uygulanmalıdır. İnovasyon, yeni bir problem çözme fikrini uygulamaya dönüştüren ve birey tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama, süreç veya ürün olabilir (Ottenbacher ve Gnoth, 2005: 2006).

İnovasyon kavramı, ‘yenileme’ ve ‘iyileştirme’ gibi anlamları içermektedir (Işık vd., 2019: 98). Birçok disiplin tarafından incelenen inovasyon kavramı, araştırma odağına bağlı olarak farklı şekilde tanımlanmaktadır. Turizm araştırmaları kapsamında genellikle Schumpeter (1934) ve OECD/Eurostat (2018) tarafından yapılan inovasyon tanımlarının sıklıkla kullanıldığı görülmektedir (Pikkemaat vd., 2019: 2). Joseph Schumpeter (1934) inovasyonu ekonomik değişimin kritik boyutu ve “yaratıcı bir yıkım” olarak ifade eder. Yaratıcı yıkım, yeni üretim birimlerinin modası geçmiş olanların yerini aldığı sürekli ürün ve süreç inovasyon mekanizması anlamına gelir (Divisekera ve Nguyen, 2018: 158). İnovasyon

(1) yeni bir ürünün tanıtılması veya mevcut bilinen ürüne yeni bir nitelik kazandırılması; (2) yeni üretim yönteminin getirilmesi; (3) yeni bir hammadde veya mamul tedarik kaynağının bulunması; (4) yeni bir pazarın açılması ve (5) tekel konumunun oluşturulması veya yok edilmesi gibi endüstrinin yeniden düzenlenmesini kapsamaktadır (Bull ve Willard, 1993: 185; D’Alvano ve Hidalgo, 2012: 61). Öte yandan, OECD/Eurostat (2018) tarafından yayınlanan Oslo Manuel Kılavuzuna göre inovasyon, birimin önceki ürünlerinden veya süreçlerinden önemli ölçüde farklı olan ve potansiyel kullanıcıların (ürün) kullanıma sunulan veya birim (süreç) tarafından kullanıma sunulan yeni veya geliştirilmiş bir ürün veya süreç

(veya bunların bir kombinasyonu) olarak tanımlamaktadır (OECD/Eurostat, 2018: 20). Schumpeter'in (1934) tanımı daha çok girişimciye ve yenilik yapma isteğine odaklanırken, OECD/Eurostat (2018) daha stratejik bir yaklaşım izleyerek, pazar yöneliminin önemini vurgulamaktadır (Pikkemaat vd., 2019: 2).

İnovasyon tartışmalarının çoğu yeni ürünler ve teknolojilere odaklanmasına rağmen, tüm inovasyonlar mevcut varsayımlara ve düşünme biçimlerine meydan okumak üzerine kuruludur (Pirnar vd., 2012: 134). İnovasyon problem çözmek için herhangi bir yeni fikri kullanma süreci olarak görülmektedir. Bu tür inovasyon fikirleri, yeniden düzenleme, maliyet düşürme, yeni bütçe sistemlerinin uygulanması, iletişimin iyileştirilmesi veya ekip çalışması yoluyla yeni ürünlerin bir araya getirilmesine kadar değişebilir. İnovasyon aynı zamanda yeni fikirleri, süreçleri, ürünleri ve hizmetleri üretmek, kabul etmek ve uygulamakla da ilgilidir. Kabul etmek ve uygulamak da bu tanımın temel boyutlarıdır ve ilgili değişim ve uyum kapasitesini içerir (Hjalager, 2010: 2; Yücel ve Halis, 2020: 837).

3. Turizm ve İnovasyon

Turizm, rekabet gücünü ve bölgesel büyümeyi doğrudan etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Uluslararası turizm, gelişmekte olan ve daha az gelişmiş bölgelerin küresel ekonomiye katılımlarını artırmayı başardığı birkaç ekonomik sektörden biri olarak kabul edilmektedir (Korres, 2008: 135). Gokovalı'ya (2010: 140) göre zengin doğal, tarihi ve kültürel çekiciliğe sahip ülkeler, turizm sektörünü çıktı ve istihdam yaratmak için kullanma fırsatına sahiptir. Turizm, sektörler arası bağlantılar oluşturarak, ekonomik büyümeye katkıda bulunan, istihdamı artıran ve daha eşit gelir dağılımı sağlayan bir endüstridir. Aynı zamanda doğrudan gelir etkisinin yanı sıra turizm, çarpan etkisi yaratır ve ülkedeki inşaat, ulaşım, tekstil, tarım ve balıkçılık gibi diğer sektörlerin gelişimine de katkıda bulunur. Bir diğer ifadeyle turizm faaliyeti sadece seyahat örgütlerine ilişkin hizmetlerin sağlanması değil, aynı zamanda ekonomisinin birçok sektörü için de bir gelir kaynağıdır. Turizm sektörü ulaşım, otel ve

restoran hizmetleri, ticaret, inşaat, tüketim malları gibi temel ekonomik sektörler üzerinde büyük bir etkiye sahiptir ve sosyo-ekonomik kalkınma için itici bir katalizör olarak kabul edilir (Sandybayev, 2016: 6).

Turizm sektöründe, turizm ürünlerinin heterojen doğası gereği ve pek çok diğer sektörü de içine aldığı için inovasyon çok geniş bir faaliyet yelpazesini temsil etmektedir (Gelişimi vd., 2013: 44). Turizm, turistlerin ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik tüm faaliyetleri kapsar ve birden çok faaliyetten oluşur. Turistlere yönelik ürünler karmaşık ve heterojendir; zaman ve mekânda ayrılmış öğelerin bir kombinasyonunu oluştururlar ve genellikle birbiriyle ilişkili ürün ve hizmetlerden (örneğin, ulaşım, konaklama hizmetleri, eğlence hizmetleri) oluşur

(Aldebert vd., 2011: 1205). Bir diğer ifadeyle bu sektörde, seyahat acenteleri, restoranlar, oteller ve eğlence şirketleri gibi farklı hizmetler farklı işletmeler tarafından sunulmaktadır. Turizm sektörü, taleple büyüyen ve talep odaklı bir sektördür. Fakat turizm, turistler için sadece turizm ürünleri sunan bir işletme değildir. Turizm ürünlerinin soyut olması nedeniyle turistlerin alışkanlıkları ve psikolojisi ve aynı zamanda yerel halkın sosyo-kültürel yapısı da turizm deneyimini etkilemektedir. Buna göre, turistlerin memnun olması ve onların devamlılığının sağlanması bu sektördeki işletmelerin birbirleriyle rekabet halinde olmalarını gerektirmektedir. Rekabet avantajı elde edebilmek için de inovasyona ihtiyaç duyulmaktadır (Tüzünkan, 2017: 13862).

İnovasyon, son derece rekabetçi bir küresel pazarda faaliyet gösteren hizmet sektörünün hayatta kalması, sürdürülebilirliği ve gelecekteki büyümesi için neredeyse bir ön koşul haline gelirken, artan bir şekilde inovasyon araştırmalarıyla karakterize edilen turizm sektörü için kritik öneme sahiptir (Divisekera ve Nguyen, 2018: 157; Pikkemaat vd., 2018: 54). Şüphesiz ki yeni ürün geliştirme ve inovasyon, müşteriler için katma değer ve girişimciler için sürdürülebilir büyüme yaratma kapasitesine sahiptir. Bununla birlikte (Peters ve Pikkemaat, 2006: 2), bir hizmet sektörü olarak turizm, yeni teknolojiler, yeni müşteriler ve bunların değişen tüketim kalıpları, yeni rakipler, yeni çevresel beklentiler (örneğin, yeşil enerji, sürdürülebilirlik vb.) ile karşı karşıyadır (Işık vd., 2019: 98). Dolayısıyla, inovasyon, son derece küreselleşmiş bir pazarda yoğun bir şekilde rekabet eden turizm işletmelerinin varlığı, sürdürülebilirliği ve büyümesi ile güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Öte yandan turizm işletmeleri, rakipleri tarafından daha kolay bir şekilde taklit edilebildiği için yaptıkları yenilikleri korumaları daha zordur. Bu nedenle, bu işletmelerin rekabet avantajlarını sürdürmek için sürekli inovasyon yapmaları gerekmektedir (Carvalho ve Costa, 2011: 26).

Turizm sektöründe inovasyon uygulamaları genellikle tüketicilerin talep profilindeki ve tüketici tercihlerindeki değişime bir tepki olarak ortaya çıkmıştır (Pirnar vd., 2012: 134). Bu anlamda turizm sektöründe inovasyon 19. yüzyılda Thomas Cook tarafından düzenlenen ilk gezilerle gelişmeye başladığı ve daha sonra turistlerin ihtiyaç ve isteklerine göre modüler ve dinamik paketleme ve kişiye özel tatiller sunarak kendi tatillerini yaratmalarına olanak tanıdığı bilinmektedir (Slivar vd., 2016: 42). Hjalager'e (2010: 2) göre turizmde inovasyon, sektörün soyutluk, ayrılmazlık ve bozulabilirlik gibi özelliklerinden dolayı birçok formlar ve şekiller alabilir. Bilgi teknolojisindeki inovasyonlar, çevresel, sosyo-kültürel, psikolojik ve ekonomik öneme sahip turizm sektörün doğasında değişikliklere yol açan yeni fırsatlar sunmaktadır (Gossling, 2017: 2). Yeni ve çeşitli turizm mal ve hizmetleri, turizmin talebi ve kapasitesi açısından daha sofistike ve esnek olan modern turizm destinasyonları yaratmaktadır (Gavurova vd., 2021: 809). Turizmde inovasyon, işletmelerin ve destinasyonların rekabet

edebilirliği, işbirliği ve bilgi üretimi, turistlerin ihtiyaç ve isteklerinin karşılanması, turizm kaynaklarının sürdürülebilir yönetimi, destinasyonların küresel bağlantısı, ve turizm faaliyetini sürdüren işletmelerin ve destinasyonların yönetimi ve pazarlanması üzerinde etkilere sahiptir (Souza vd., 2017: 24).

İnovasyon, turizm sektörü için önemli bir konu olarak tartışılabilir. Crouch (1995: 103) tarafından yürütülen çalışma, turizmde inovasyon ve uluslararası turizm talebi arasındaki ilişkiye ilişkin 80 çalışmanın ampirik bulgularını bütünleştirmektedir. Bu çalışma meta-analitik teknikler kullanılarak “menşe ülke” ve “hedef ülke” değişkenlerinin etkisini analiz etmekte ve bunları destinasyondaki inovasyon düzeyi ile ilişkili uluslararası turist talebinin belirleyicileri olarak tanımlamaktadır. Öte yandan, Baaijens ve Nijkamp (2000: 821), bilgilerin kıt olduğu durumlarda vaka çalışmaları üzerinde nicel ekonomik çıkarımlar yapmak için kullanılan meta-analitik teknikler ile Yunanistan’ın Midilli adasının çeşitli turistik bölgelerinde turizm işletme inovasyonunun turizm gelirini nasıl etkilediğine dair bir analiz yürütmüşlerdir.

Türkmendağ ve Işık’ın (2010: 1) Avrupa Birliği ülkelerinin inovasyon harcamaları ve turizm sektörü reel gelirleri arasındaki ilişkisi inceledikleri çalışmalarında, inovasyon harcamaları ile turizm gelirleri arasında çift yönlü güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Ayrıca regresyon analizi sonuçları inovasyon harcamalarındaki değişimin turizm gelirlerindeki %50’lik bir artma veya azalmayı açıkladığı ortaya koymuştur. Aldebert vd. (2011: 1212) tarafından yapılan araştırmalar, turizmdeki inovasyonların büyük ölçüde yeni hizmetlerin geliştirilmesine odaklandığını, süreçlerde ve pazarlamada da inovasyonların

olduğunu ortaya koymaktadır. Slivar vd. (2016: 38), Hırvatistan ve Sırbistan’da işletmelerin ve çalışanlarının yeni inovasyonlara nasıl yönlendirildiğini, hangi inovasyonların onlar için en önemli olduğunu, uygulamanın önündeki temel engellerin neler olduğunu ve aralarında bir fark olup olmadığını belirlemek için bir çalışma yürütmüşlerdir. Hırvatistan’daki şirketlerin Sırp turizm şirketlerine göre inovasyona daha açık olduğunu göstermektedir. Ayrıca, araştırma eğitilmiş işgücünün, insanların sağlığı ve esenliği veya iyileştirilmiş iş yönetimi gibi geniş çaplı inovasyonları uygularken benzer istek ve güdülere sahip olduğunu göstermiştir.

3.1. Turizm Sektöründe İnnovasyon Türleri

Turizm hızla gelişen bir olgudur. Turizm sektörünün kendine özgü doğası, inovasyonu kavramsallaştırırken, tanımlarken ve ölçerken özel dikkat gösterilmesini gerektirir. Turizm sektöründe inovasyon, yeni hizmetler, yeni hedef gruplar ve tüketiciler, yeni dağıtım kanalları, yeni tanıtım araçları ve stratejileri, yeni pazarlama uygulamaları veya yeni altyapılar

aracılığıyla elde edilebilir (Pirnar vd., 2012: 134). Hjalager (1997: 36), Schumpeter (1939) çalışmalarından esinlenerek, hizmet sektörünün modern gerçekliğini yansıtmak üzere ürün veya hizmet, süreç, yönetsel/örgütsel, lojistik ve kurumsal olmak üzere beş tür turizm inovasyonu tanımlamıştır. Tüm bu inovasyonlar aşağıda kısaca açıklanmıştır (Hjalager, 2002: 465-466; Hjalager, 2010: 2-4; Eraslan vd., 2004: 17-19);

Turizmde ürün veya hizmet inovasyonları, müşteri tarafından doğrudan gözlemlenen ve yeni olarak kabul edilen değişiklikleri ifade eder. Bu tür inovasyon, piyasaya sürülmeden önce farklı pazarlara uyarlanabilen ürünün kullanım amacını geliştirmek, farklılaştırmak ve iyileştirmek için önemlidir. Ürün veya hizmet inovasyonları daha önce hiç görülmemiş veya belirli bir girişim ya da hedef için yeni hizmet veya ürünlerden oluşur. Çevresel açıdan sürdürülebilir konaklama tesisleri ve yerel geleneklere dayalı etkinlikler geliştirilen yeni turizm ürünlerine örnek verilebilir.

Turizmde süreç inovasyonları, tipik olarak verimliliği, üretkenliği ve iş akışı artırmayı amaçlayan sahne arkası girişimlerine atıfta bulunur. Süreç inovasyonu, mal veya hizmetleri etkin bir şekilde pazara sunmak ve sunulan ürünün kalitesini artırmak için tüm üretim hattını ele alır. Bu anlamda süreç inovasyonları, sonraki ürün yenilikleri ile birleştirilebilir veya bunlarla sonuçlanabilir. Bilgisayarlı yönetim ve izleme sistemleri, temizlik ve bakım için robotlar ve self servis cihazlar turizmdeki önemli süreç inovasyonu örnekleri arasındadır.

Turizmde yönetsel/örgütsel İnovasyonlar, genellikle rekabet avantajını sürdürülebilir kılmak için yeni ürünlerin, hizmetlerin ve üretim teknolojilerinin tanıtımıyla birlikte yeni iş profilleri, işbirlikçi yapılar, yetki sistemleri vb.'den oluşur. Yönetimsel inovasyonlar, iş zenginleştirme, ademi merkeziyetçilik, eğitim vs. yoluyla personelin yetkilendirilmesiyle veya bilimsel yöntemlerinin (yeniden) tanıtılmasıyla zorunlu kılınan becerilerin kaldırılmasıyla sonuçlanabilir.

Turizmde lojistik inovasyonları, dış ticari ile ilgili ilişkilerin yeniden düzenlenmesini içerir. Bu bireysel bir işletmenin değer zincirindeki konumunu etkileyebilir. Ele alınan akışlar malzemeler, işlemler, bilgiler ve müşteriler olabilir. Gıda ve restoran endüstrilerinde dikey bağlantılar, entegre destinasyon bilgi sistemleri, CRS sistemleri ve internet pazarlaması ve havalimanı merkezi sistemleri vb'den oluşur.

Turizmde kurumsal inovasyonlar, turizmin belirli alanlarında işletmeyi verimli bir şekilde yeniden yönlendiren veya geliştiren işbirlikçi/örgütsel yapı veya yasal çerçevedir. Kurumsal yenilikler, kamu ve özel sektörü kesiştirir ve oyunun yeni kurallarını belirler. Sosyal veya sağlık turizmi kavramlarını yeniden yapılandıran mali teşviklerin reformu; hassas alanlara erişimi kontrol eden destinasyon yönetim sistemleri ve birimleri ve kredi kuruluşlarının

kurulması veya değiştirilmesi ve finansman sağlama koşullarındaki değişiklikler turizm sektörü için örnek verilebilir.

Abernathy ve Clark (1985) modeline dayalı olarak, Hjalager (2002) turizm sektöründe inovasyon sınıflandırmalarına ilişkin farklı bir bakış açısı daha sunmuştur. Modelde, düzenli, niş, devrimsel ve yapısal olmak üzere dört farklı inovasyon tanımlamıştır. Bu inovasyonlar arasında yapısal inovasyon en geniş kapsamlı olanıdır. Yapısal inovasyon sadece endüstride değil, kullanılacağı toplumda da değişiklikler anlamına gelir. En az radikal olan inovasyon düzenli inovasyon türüdür, ancak belirli bir süre boyunca etkisi oldukça önemli hale gelebilir (Hjalager, 2002: 466).

Düzenli inovasyon	Niş İnovasyon
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Verimliliği artıran yeni yatırımları teşvik edilmesi ➤ Firma sahipleri ve personeli daha verimli çalışacak şekilde eğitmesi ➤ Kalite ve standartların kademeli olarak yükseltilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ İş fırsatlarından yararlanmak için yeni girişimcilerin yatırımlarını desteklenmesi ➤ Firmaların yeni pazarlama işbirlikleri kurması ➤ Mevcut ürünleri yeni kombinasyonlarının yapılması
Devrimsel İnovasyon	Yapısal İnovasyon
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Yeni teknolojinin ticari firmalara yayılması ➤ Personel kompozisyonunu değiştiren yeni yöntemlerin tanıtılması ➤ Aynı pazarlara ancak yeni yöntemlerle girme 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Yeniden düzenleme gerektiren yeni etkinlikler ve ilgi çekici yerler oluşturulması ➤ Fiziksel veya yasal altyapının yeniden tanımlanması ➤ Bilinen operasyonel araştırmaya dayalı bilgiyi işleyen ve yayan mükemmellik merkezleri oluşturulması

Düzenli inovasyon, yeni bilgi talep etmediği ve mevcut bağlantıları geliştirmediği için en az radikal olanlardır. Örnekler arasında yeni turizm tesisleri (örneğin, yeni özelliklere sahip otel); hizmetin iyileştirilmesi veya katma değer ile sonuçlanan personel eğitimi; turizm tesislerinin veya hizmetlerinin kalitesinin iyileştirilmesi yer alır.

Devrimsel inovasyon, dış bağlantıları değişmeden, beceri ve yeterlilikler üzerinde radikal bir etkiye sahiptir. Örneğin, beceri ve yeterliliklerdeki toplu bir değişimden tüm sektör bir bütün olarak etkilenebilir. Devrimsel inovasyonlar, firmalar ve kuruluşlar içinde iş yapma şeklini değiştiren yeni teknolojik uygulamalardan yeni dağıtım ve pazarlama yöntemlerine kadar değişebilir (örneğin, elektronik pazarlama ve satış, gerekli yetkinlikleri değiştirecek, ancak sonunda aynı hedefleri koruyacaktır).

Niş inovasyon, temel yetenek ve bilgi dışında, işbirlikçi yapılara meydan okuma eğilimindedir. Turizm sektöründe araştırmacılar ve uygulayıcılar çoğunlukla bu kategorideki fırsatlara odaklanmaktadır. Örneğin, turizm arzını artırmak için bir turizm destinasyonundaki

yeni işletme firmaları; yeni pazar bölümlerine girmek için pazarlama ittifakları; mevcut ürünlerin farklı ve yenilikçi şekillerde kombinasyonlarının yapılmasıdır.

Yapısal inovasyon, genel yapıları değiştirme ve turizm kavramını yeniden şekillendiren yeni kurallar oluşturma eğilimindedir. Yeni bir kaynağın kullanılması, örneğin buz otelleri ve cazibe merkezlerinin inşasının yeni tasarımcı, inşaatçı, ekipman, pazarlamacı vb. ihtiyaç duyulması; altyapının yeniden tanımlanması (örneğin, çevresel yasaların bir sonucu olarak). Kıyı boyunca yeni turizm tesislerinin yasaklanması, başka yerlerdeki ekonomik potansiyelin yeniden tanımlanmasını gerektirmektedir.

4. Çalışmanın Yöntemi ve Değişkenlerin Tanımı

Bu çalışmanın temel amacı 2019 yılında en yüksek turizm gelirlerine sahip olan ilk 10 ülkenin, 2015-2019 döneminde bu gelirini etkileyen bazı değişkenlerin etkisini incelemektir. Bu ülkelerin listesi ve 2019 yılında turizm sektöründen elde ettikleri gelir tutarı Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. 2019 Yılına göre Turizm Gelirleri En Yüksek olan İlk 10 Ülke

<i>Sıra</i>	<i>Ülke</i>	<i>Turizm Gelirleri (milyar \$)</i>
1	<i>ABD</i>	233.461
2	<i>Fransa</i>	71.011
3	<i>Tayland</i>	65.082
4	<i>Almanya</i>	58.201
5	<i>İtalya</i>	51.91
6	<i>Japonya</i>	49.206
7	<i>Avustralya</i>	47.953
8	<i>Türkiye</i>	42.35
9	<i>Makao ÖİB, Çin</i>	39.714
10	<i>Birleşik Arap Emirlikleri</i>	38.413

Kaynak: Dünya Bankası

Bu çalışmada bağımlı değişken olan turizm gelirleri yanında, altyapılar, gayri safi yurtiçi hasıla, global inovasyon endeksi, global yönetim endeksi, reel döviz kuru ve dışa açıklık endeksi olmak üzere altı bağımsız değişkenin etkisi ele alınmıştır. Bu değişkenler aşağıda açıklanmıştır:

Uluslararası Turizm Gelirleri (UTG): Her ülkenin uluslararası turizm gelirlerini göstermektedir. Bu gelir, gelen turist sayısına bağlı olmanın yanı sıra, ilgili ülkenin gelen turistleri ne derecede memnun edebildiğini de göstermektedir.

Altyapılar (ALTY): Bu değişkeni göstermek için farklı parametreler ele alınabilir. Ancak bu çalışmada veriler, Global Rekabet Edebilirlik Raporlarındaki alt endekslerden elde edilmiştir.

Gayrı Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH): Her ülkenin üretim kapasitesini gösteren dinamik değişkenlerden biri olarak ele alınmıştır.

Global İnovasyon Endeksi (GİE): Bu endeks, Avrupa İş İdaresi Enstitüsü¹, Cornell üniversitesi ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü² yıllık raporlarından elde edilmiştir. Bu endeks, Girdi inovasyonu alt endeksi ve Çıktı inovasyon alt endeksi olmak üzere iki alt endeksten oluşmaktadır.

Global Yönetişim Endeksi³(GYE): Bu endeks özet olarak her ülkenin mevcut hükümetinin memleketi yönetebilme kabiliyetini göstermektedir. İlgili gösterge altı alt endekslerden oluşmaktadır. Bu endeksler, Ses ve Sorumluluk, Siyasi İstikrar ve Şiddet/Terörizmin Yokluğu, Hükümet Etkinliği, Yasa ve Kanunların kalitesi, Hukuk Üstünlüğü ve Yolsuzluğun Kontrolünden oluşmaktadır.

Reel Döviz Kuru (RDK): Her ülkenin nominal döviz kürünün ilgili ülkenin Tüketici Fiyat Endeksinin (TÜFE) dünya TÜFE'sine oranına çarpımından elde edilmektedir.

Dışa Açıklık Endeksi (DAE): Her ülkenin ithalat ve ihracatının toplamını ilgili ülkenin gayrı safi yurtiçi hasılasına bölünerek elde edilmektedir.

Tanımlanan değişkenlere göre reel döviz kuru değişkeni dışında, diğer bağımsız değişkenlerin, uluslararası turizm gelirleri üzerinde pozitif etkisi olduğu beklenmektedir. Buna göre aşağıdaki model tanımlanabilir:

$$UTG_{it} = f(ALTY_{it}, RDK_{it}, DAE_{it}, GSYH_{it}, GİE_{it}, GYE_{it}) \quad (1)$$

1 nolu modelde, i, ele alınan ülkeleri ve t incelenen yılları göstermektedir.

Modelin tahmini için Eviews ve Excel programları kullanılmıştır. Bu modeli tahmin etmek için doğrusal tahmin veya logaritmik tahmin edilebilmesini test edilmesi gerekmektedir. Burada, ele alınan model zaman serisi modeli olmadığı için, modelin logaritmik olup olmadığını test etmek için Akaike, Schwarz ve Hannan-Quinn kriterleri sonuçlarının yanıltıcı olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu durumu test etmek için McKinnon, White ve Davidson testine başvurmak gerekir. Yapılan test sonucunda H_0 hipotezi olan “model doğrusal tahmin edilecektir” hipotezi reddedilememiştir ve dolayısıyla 1 nolu modelin, doğrusal model olarak tahmin edilmesi uygun çıkmıştır.

¹ European Institute of Business Administration

² World Intellectual Property Organization

³ The Worldwide Governance Indicators

5. Çalışmanın Tahmin Sonuçları

Bu çalışma ülkeler arası bir araştırma olduğu için tahmin sonuçlarını elde etmeye yönelik en iyi yöntem panel veri yöntemidir. Bunun nedeni, panel veri yönteminin hem zaman serileri hem de yatay kesit verileri özelliklerini aynı anda taşımasıdır. Çalışmada incelenen ülkelerin gözlemleri aynı olduğu için bütün veriler dengeli bir biçimde oluşmaktadır. Bu nedenle, ilk aşamada modelin havuz veri veya panel veri şeklinde tahmin edilmesine karar verilmesi gerekmektedir. Bunun için F-Limer test sonuçlarına bakılarak hipotez testi yapılması gerekmektedir. Bu testin sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Table 2. Panel Veri modeli Tahmin edilebilme Test Sonuçları

<i>Etki Testi</i>	<i>İstatistik</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	86.427937	(9,30)	0.0000
<i>Period F</i>	17.846174	(4,30)	0.0000

Kaynak: Tahmin Sonuçları

Tablo 2’de görüldüğü gibi her iki istatistik anlamlı çıkmıştır. Dolayısıyla modelin havuz veri modeli olarak tahmin edilme olan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre, model, panel veri modeli olarak tahmin edilecektir.

Panel veri modellerde de zaman seri modellerinde olduğu gibi, verilerin durağan olup olmadığını belirlemek önemlidir. Bunun için kullanılan programda farklı testler yapılabilmektedir. Ancak ele alınan çalışmada incelenen dönem kısa olduğu için bu testin yapılmasına gerek yoktur. (Abizadeh ve Tosun, 2007). Ayrıca durağanlık testleri yapılsa da oluşan sonuçlar güvenilir olmaz. Dahası verilerin durağan olup olmadığı, katsayılar ve hipotez testleri sonucunda etkisi olmaz. Bu nedenle, birim kök testinin yapılmasına gerek yoktur.

Panel veri modellerinin sabit etkiler veya tesadüfi (Random) etkiler modeli olarak tahmin edilmesine karar verilmesi gerekmektedir. Bunun için Hausman testine başvurulmuştur. Bu testin kest için sonuçları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Yatay-Kest Random etkilerin Hausman test Sonuçları

<i>Test Sonucu</i>	<i>Ki-Kare İstatistik</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	12.701067	6	0.0480

Kaynak: Tahmin Sonuçları

Tablo 3’teki sonuçlara bakıldığında Random etkiler modelinin uygunluğu olan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla bu çalışmada, yatay-kest bölümü sabit etkiler modeli olarak tahmin edilecektir.

Hausman testi, ele alınan dönem için de aynı şekilde yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda dönemin, sabit etkiler veya random etkiler modeli ile tahmin edilmesine karar verilecektir. Ancak dönem için Hausman testi yapıldığında gözlemler sayısının az olması nedeniyle programda bir hata oluşmuştur⁴. Bu da dönem için random etkilerin olmadığını göstermiştir (Soufinia, Allah Amini ve Pirzadnya, 2015). Bu nedenle, ele alınan dönem için de sabit modelin yapılması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın model tahmin sonuçları Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. 2015-2019 Dönemi Seçilmiş ilk 10 Ülke için Turizm Gelirleri Modelinin Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-5.73E+08	1.92E+08	-2.976038	0.0057
<i>GYE</i>	2.08E+10	1.13E+10	1.850353	0.0741
<i>DAE</i>	-1.16E+08	1.87E+08	-0.619407	0.5403
<i>GSYH</i>	-0.003120	0.002369	-1.317133	0.1978
<i>GIE</i>	-4.96E+08	3.60E+08	-1.376728	0.1788
<i>ALTY</i>	-4.07E+08	3.47E+08	-1.171866	0.2505
<i>Sabit</i>	1.30E+11	4.01E+10	3.247515	0.0029
<i>R²</i>	0.998654	<i>F istatistik</i>	1171.687	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	2.238510	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

Tablo 4’teki sonuçlara bakıldığında reel döviz değişkeni ve modelin sabit katsayısı dışında diğer bütün değişkenler anlamsız çıkmış ve dışa açıklık endeksi ve global inovasyon endeksi ve altyapı değişkenlerinin işaretleri beklentilere uygun ortaya çıkmamış olmasına rağmen, modelin R² değeri çok yüksek çıkmıştır. Modelde anlamsız değişken sayısı fazla olup R² değeri yüksek olursa modelde çoklu doğrusallık sorununa işaret etmektedir. Modelin Durbin-Watson değeri tablo değerleri ile karşılaştırıldığında, modelde otokorelasyon olmadığına işaret etmektedir. Böylece modelin haddinden fazla tahmin edildiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Başka bir ifade ile modelde gereğinden fazla değişken kullanılmıştır. Bu çalışmada, çoklu doğrusallık sorununu kaldırmaya yönelik gözlem sayısını arttırma imkânı olmadığı için adım adım regresyon ile bu sorunun çözümüne çalışılmıştır. Bunun için anlamlı çıkan tek değişken olan reel döviz kuruna her bir değişken ile birlikte ayrı ayrı regresyon yapıp modelin güvenilirliğine bakılacaktır. Tablo 5’te RDK ile GSYH değişkeni regresyon sonuçları gösterilmiştir.

⁴ Random effects estimation requires number of cross sections>number of coefs for between estimator for estimate of RE innovation variance.

Tablo 5. Reel Döviz Kuru ve Gayri Safi Yurtiçi hasıla değişkenleri ile yapılan turizm gelirleri model tahmin sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-5.80E+08	1.92E+08	-3.024794	0.0047
<i>GSYH</i>	-0.004362	0.002269	-1.922614	0.0629
<i>Sabit</i>	8.79E+10	8.31E+09	10.58346	0.0000
<i>R²</i>	0.998309	<i>F istatistik</i>	1337.989	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	2.170483	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

GSYH değişkeni ile yapılan tahminde, RDK katsayısının anlamlılığı artmasına rağmen, GSYH değişkeni katsayısı negatif ve anlamsız çıktığı için bu değişken modele dahil edilmemiştir.

Tablo 6’da RDK ile DAE değişkeni regresyon sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 6. Reel Döviz Kuru ve Dışa Açıklık Endeksi değişkenleri ile yapılan turizm gelirleri model tahmin sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-5.98E+08	2.01E+08	-2.970072	0.0054
<i>DAE</i>	-86347607	1.99E+08	-0.434060	0.6670
<i>Sabit</i>	7.99E+10	1.59E+10	5.027587	0.0000
<i>R²</i>	0.998135	<i>F istatistik</i>	1213.265	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	1.961400	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

DAE değişkeni regresyona dahil edildiğinde, RDK değişkeninin anlamlılığını yitirdiğini gözlemlenmiş ve ayrıca DAE değişkeninin de işareti beklentilere uygun ve anlamlı çıkmamıştır. Dolayısıyla bu değişkenin de modelden çıkarılması gerekmektedir.

Global Yönetişim Endeksi (GYE) ile reel döviz kuru (RDK) değişkenleri ile birlikte yapılan regresyon sonuçları Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Reel Döviz Kuru ve Global Yönetişim Endeksi Değişkenleri ile Yapılan Turizm Gelirleri Model Tahmin Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-4.89E+08	1.90E+08	-2.575516	0.0145
<i>GYE</i>	2.64E+10	1.03E+10	2.554310	0.0153
<i>Sabit</i>	4.98E+10	9.62E+09	5.176290	0.0000
<i>R²</i>	0.998427	<i>F istatistik</i>	1438.538	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	1.999274	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

Tablo 7'deki sonuçlara dikkat edildiğinde, GYE değişkeninin modele eklenmesi, RDK değişkeninin güven seviyesini arttırmıştır. Diğer taraftan eklenen değişkenin katsayı işareti beklentilere uygun ve anlamlı çıkmıştır. Dolayısıyla bu değişken modele eklenmiştir.

Tablo 8'de GIE değişkeni ile RDK ve GYE değişkenlerinin olduğu regresyon modelinin tahmin sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 8. Reel Döviz Kuru, Global Yönetişim Endeksi ve Global İnovasyon Endeksi Değişkenleri ile Yapılan Turizm Gelirleri Model Tahmin Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-5.25E+08	1.91E+08	-2.744577	0.0097
<i>GYE</i>	2.46E+10	1.04E+10	2.363178	0.0242
<i>GIE</i>	-4.24E+08	3.61E+08	-1.175697	0.2481
<i>Sabit</i>	7.29E+10	2.18E+10	3.336850	0.0021
<i>R²</i>	0.998490	<i>F istatistik</i>	1363.878	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	1.936151	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

GIE değişkeni modele eklendiğinde, RDK katsayısı güvenilirliği artmanın yanında GYE değişkeninin güvenilirlik seviyesi düşmüştür. Bunun yanı sıra GIE değişkeni katsayısı beklentilere uygun ve anlamlı çıkmamıştır. Dolayısıyla bu değişken de modelden çıkarılmıştır.

Son olarak, ALTY değişkeni modele dahil edilerek yapılan tahmin sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Reel Döviz Kuru, Global Yönetişim Endeksi ve Altyapı Değişkenleri ile Yapılan Turizm Gelirleri Model Tahmin Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>Katsayı</i>	<i>Standart hata</i>	<i>t istatistiği</i>	<i>Prob.</i>
<i>RDK</i>	-5.31E+08	1.91E+08	-2.778822	0.0089
<i>GYE</i>	2.85E+10	1.04E+10	2.742508	0.0098
<i>ALTY</i>	-4.33E+08	3.40E+08	-1.275028	0.2112
<i>Sabit</i>	8.08E+10	2.61E+10	3.093602	0.0040
<i>R²</i>	0.998501	<i>F istatistik</i>	1373.550	0.0000
<i>Durbin-Watson</i>	2.307393	<i>Gözlem sayısı</i>	50	-

Kaynak: Tahmin Sonuçları

Tablo 9'daki sonuçlara bakıldığında, altyapı değişkeninin modele dahil edilmesi, RDK ve GYE değişkenlerinin güven seviyesini arttırmıştır ancak bu değişkenin katsayısı beklentilere uygun ve anlamlı çıkmamıştır. Bu durum değişkenin diğer iki değişken ile çoklu doğrusallık sorunu olduğuna işaret etmektedir ve dolayısıyla modelden çıkarılması gerekmektedir. Sonuç itibarıyla ele alınan ülkelerin turizm gelirlerini etkileyen reel döviz kuru ve global yönetim endeksi olmuştur. Başka bir ifade ile Tablo 7'nin sonuçları dikkate alınacaktır. Buna göre Tablo 7'deki R² değerinin %99 olması ele alınan bu değişkenlerin turizm gelirinin üzerindeki değişimin %99'unu belirledikleri anlama gelmektedir. Bu anlamda tahmin edilen doğrusal model, aşağıdaki şekilde olacaktır:

$$UTG = (4.98E+10) + (2.64E+10)GYE - (4.89E+08)RDK \quad (2)$$

Tablo 7'deki sonuçlara dikkat edildiğinde ele alınan değişkenlerin ikisi de %99 güven seviyesinde anlamlı çıkmışlardır. Buna göre reel döviz kurundaki her bir birimlik artış karşısında bu ülkelerdeki uluslararası turizm gelirlerinde 4.89 kat düşüş ortaya çıkacaktır. Benzer şekilde global yönetim endeksinde her bir birimlik artış, bu ülkelerin turizm gelirlerini yaklaşık 2.6 kat arttıracaktır. Buna göre ülkelerin iç koşulları iyileşirse ülkelerin siyasi istikrarı ve yolsuzlukla mücadelede hükümetin etkinliği artacaktır ve böylece ilgili ülkelere daha fazla turist gelmesi ve sonuç itibarıyla turizm gelirlerinin artmasına yol açacaktır.

Burada global inovasyon endeksi değişkeninin anlamlı çıkmamasının muhtemel nedeni ele alınan ülkelerde yapılan inovatif gelişmelerin turizm sektöründe çok fazla yansımamasıdır.

Modelde otokorelasyon problemini incelemek için Durbin-Watson (DW) değerine bakılabilir. Normal olarak bu değer 2'ye yakın değerler alması modelde otokorelasyon olmadığına işaret etmektedir. Ancak bu durum, DW tablodaki alt ve üst limitleri çıkarılarak analiz edilebilir. %95 güven aralığında 50 gözlem ve 2 bağımsız değişken ile alt ve üst

limitler sırasıyla $Dl=1.46$ ve $Du = 1.63$ olarak belirlenmektedir. Buna göre elde edilen DW değeri (1.99) eğer Du ve $4-Du$ arasında olursa modelde otokorelasyon olmadığı anlamındadır. Elde edilen DW değeri, 1.63 ve 2.37 arasında olduğu için modelde otokorelasyon olmasını gösteren H_0 hipotezi reddedilmiştir ve dolayısıyla tahmin edilen modelde otokorelasyon problemi yoktur.

Son olarak modelde çoklu doğrusallık ve otokorelasyon problemleri olmadığı görüldükten sonra modelin bir bütün olarak anlamlı olup olmadığını incelemek için elde edilen F istatistiğine bakılabilir. Tablo 7'deki sonuçlara göre elde edilen F değeri %99 güven aralığıyla anlamlı çıkmıştır. Dolayısıyla tahmin edilen model, geçerli bir model sayılmaktadır.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Yapılan çalışmalarda genel anlamda turizm gelirleri ve inovasyon arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. İnovasyon, rekabet edebilirlik ve karşılaştırmalı üstünlüğü etkilediği için bütün ekonomik yönlerden etkinlik ve verimlilik artışına neden olmaktadır. Diğer taraftan turizm gelirlerinin ülkelerin büyümesi ve dolayısıyla kalkınmasında önemli rolü olduğu için bu çalışmada turizm gelirleri en çok alan 10 ülkenin bu gelirini etkileyen bazı değişkenler 2015-2019 yılı arasında incelenmiştir.

Çalışmada altı farklı değişken ele alınarak ve farklı hipotez testler sonucu sabit etkiler panel veri modeli tahmin edilmiştir. Analiz sonuçlarına bakıldığında ele alınan ülkelerin 2015-2019 dönemi arasında turizm gelirlerinde anlamlı bir şekilde etkisi olan değişkenlerin reel döviz kuru ve global yönetim endeksi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca modelin yüksek R^2 değeri, bazı değişkenlerin modelden çıkarıldığı halde kalan değişkenlerin modeli açıklayabilme gücünün yüksek olduğunu göstermiştir.

Bilindiği üzere reel kurdaki artış yani ulusal paranın reel değer kaybı dış satımı olumlu etkilemektedir. Reel döviz kurunun, turizm gelirleri üzerindeki etkisi teorideki beklentilerin aksine negatif çıkmıştır. Diğer bir ifade ile reel döviz kurunun artması ilgili ülkelerde turizm gelirlerini düşürmektedir. Bu sonucun iktisadi olarak anlamı turist sayısı ve yerli para cinsinden turizm gelirlerinin artmasına karşın döviz cinsinden gelirlerin düşmesidir. Bu durum ele alınan ülkelerde reel döviz kurunun yanında fiyat istikrarının sağlanmasının önemini teyit etmektedir. Ödemeler bilançosu alt kalemleri bazında değerlendirildiğinde Türkiye ekonomisi için kronik dış ticaret açığını kompanse edecek en önemli kalemlerden olan turizm gelirlerinin döviz bazında artırılması için enflasyon ile mücadele politikalarının başarısı önemlidir. Çalışmanın sonuçları literatürdeki benzer çalışmalarla karşılaştırıldığında, döviz kurunun turizm gelirleri üzerindeki etkisinin benzer sonuçları çıktığı görülmektedir.

İncelenen ülkelerde, Global inovasyon endeksinin ülkelerin turizm gelirleri üzerinde etkisi olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu da, ele alınan ülkelerde turizm gelirlerini arttırmanın inovasyon ve yenilikçiliğe başvurarak mümkün olmadığı anlamına gelmektedir. Literatürde benzer bazı çalışmalarda bu endeksin turizm gelirleri üzerinde pozitif etkisi olduğu görülmüştür. Bu da incelenen ülke gruplarına göre farklılık gösterdiği anlamına gelmektedir.

İncelenen ülkelerin turizm gelirleri üzerinde etkili olan bir diğer değişken global yönetim endeksi olmuştur. İlgili değişkenin katsayısı ve işareti beklentilere uygun bir şekilde ortaya çıkmıştır. Bu da ülkelerin bu endeksinin iyileşmesi, turist sayısının artmasına ve dolayısıyla turizm gelirlerinde artışa neden olmaktadır. Bunu sağlamak için bu endeksin alt endekslerine ve özellikle yolsuzlukla mücadele, siyasi istikrar, hukuk üstünlüğü ve hükümetin yönetim kalitesinin artmasına özen gösterilmelidir. İlgili alt endekslerin her birinde iyileşmenin meydana gelmesi, global yönetim endeksinin iyileşmesine neden olmaktadır. Çalışmadaki global yönetim endeksinin turizm gelirleri üzerinde görünen etkisi, daha önce yapılan benzer çalışmalardaki sonuçlarla paralel bir sonuç olup turizm gelirlerini olumlu etkilediği görülmektedir.

Bu önerilerin dikkate alınması durumunda ülkelerde turizm gelirlerinin artışı sonucu, ekonomik büyüme ve dolayısıyla refah artışının sağlanması beklenmektedir. Aynı zamanda çalışma; yöntemi ve değişkenleri dikkate alınarak farklı ülke grupları veya farklı dönemler için yapılma imkânı olduğundan, gelecekteki çalışmalara da ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Abernathy, W. J., Clark, K.B. 1985. "Innovation: Mapping the Winds of Creative Destruction." *Research Policy* 14(1): 3-22.
- Abizadeh, S., Tosun, M.S. 2007. "Open Trade and Skilled and Unskilled Labor Productivity in Developing Countries: A Panel Data Analysis." *The Journal of International Trade & Economic Development* 16(3): 383-399.
- Aldebert, B., Dang, R. J., Longhi, C. 2011. "Innovation in the Tourism Industry: The Case of Tourism@." *Tourism Management* 32: 1204-1213.
- Bull, I., Willard, G. E. 1993. "Towards a Theory of Entrepreneurship." *Journal of Business Venturing* 8(3): 183-195.
- Baaijens, S., Nijkamp, P. 2000. "Meta-analytic Methods for Comparative and Exploratory Policy Research: An Application to the Assessment of Regional Tourist Multipliers." *Journal of Policy Modeling* 22(7): 821-858.
- Bazzazan, F., Shirinbakhsh, S., Shokati Tabrizi, P. 2019. "The Role of Innovation on Tourism Income in D8 Group Countries." *Journal of Economic Development Policy* 7(2): 35-56.
- Carvalho, L., Costa, T. 2011. *Tourism Innovation – A Literature Review Complemented By Case Study Research*, Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve. <https://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewFile/173/211> (Erişim Tarihi: 10.01.2022).
- Crouch, G. I. 1995. "A Meta-analysis of Tourism Demand." *Annals of Tourism Research* 22(1): 103-118.
- Damanpour, F., Schneider, F. 2006. "Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers." *British Journal of Management* 17: 215–236.
- Divisekera, S., Nguyen, V. K. 2018. "Determinants of Innovation in Tourism Evidence from Australia." *Tourism Management* 67: 157-167.
- D'Alvano, L., Hidalgo, A. 2012. "Innovation Management Techniques and Development Degree of Innovation Process in Service Organizations." *R&D Management* 42(1): 60-69.
- Drucker, P.F. 1985. "Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles." *Public Productivity Review* 10(1): 105-109.
- Eraslan, H., Bulu, M., Bakan, I. 2008. *Kümellemeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar*, https://rektorluk.istinye.edu.tr/sites/rektorluk.istinye.edu.tr/files/docs/2018-11/kumelenmeler_ve_inovasyona_etkisi.pdf (Erişim tarihi: 10.01.2022).
- Food and Agriculture Organization (FAO), 2021. <https://www.fao.org/faostat/en/#data> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- Gavurova, B., Belas, J., Zvarikova, K., Rigelsky, M., Ivankova, V. 2021. "The Effect of Education and R&D on Tourism Spending in OECD Countries: An Empirical Study." *The Amfiteatru Economic Journal*, Academy of Economic Studies - Bucharest, Romania, 23(58): 806-806.
- Gokovalı, U. 2010. "Contribution of Tourism to Economic Growth in Turkey." *Anatolia*, 21(1): 139-153.
- Gössling, S. 2016. "Tourism, Information Technologies and Sustainability: An Exploratory Review." *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2015.1122017
- Hjalager, A. M. 1997. "Innovation Patterns in Sustainable Tourism: An Analytical Typology." *Tourism Management* 18(1): 35-41.
- Hjalager, A. M. 2002. "Innovation Patterns in Sustainable Tourism." *Tourism Management* 18(1): 35-41.(a)
- Hjalager, A. M. 2002. "Repairing Innovation Defectiveness In Tourism." *Tourism Management* 23: 465–474.(b)
- Hjalager, A-M. 2010. "A Review of Innovation Research in Tourism." *Tourism Management* 31: 1–12.
- Işık, C., Günlü Küçükaltan, E., Taş, S., Akoğul, E., Uyrun, A., Hajiyeva, T., Turan, B., Dirbo, A. H., Bayraktaroğlu, E. 2019. "Tourism and Innovation: A Literature Review." *Journal of Ekonomi*, 1(2): 98-154.
- Korres, George M. 2007. "The Role of Innovation Activities in Tourism and Regional Growth in Europe." Published in: *TOURISMOS: An International Multidisciplinary Refereed Journal of Tourism* 3(1): 135-152.
- OECD/Eurostat 2018. *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation* (4th ed.). Paris/Eurostat, Luxembourg: OECD Publishing.
- Ottenbacher, M., Gnoth, J. 2005. "How to Develop Successful Hospitality Innovation." *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 46(2): 205-222.
- Gelişimi, T. B., Özkul, G., Sungur, O., Dulupçu, M. A. 2013. "Hizmet Sektöründe İnovasyon ve Bilgi Dinamikleri Yaklaşımı: Antalya Bölgesinde Futbol Turizmi Bilgisinin Gelişimi." *Akdeniz İİBF Dergisi* 13(27): 38-62.
- Global Innovation Index (GII), 2021. *Global Innovation Index Reports* <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii#reports> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- Peters, M., Pikkemaat, B. 2006. "Innovation in Tourism." *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism* 6(3-4): 1-6.
- Pirnar, I., Bulut, C., Eris, E. D. 2012. *Improving the Performance and Competitiveness Of Tourism Establishments by Means Of Innovation: Trends And Applications*. Enlightening Tourism: 1st

- International Conference Competition and Innovation in Tourism: New Challenges in an Uncertain Environment At: Naples (Italy) Volume: Conference Proceedings: Volume 1, 133-143.
- Pikkemaat, B., Peters, M., Chung-Shing, C. 2018. "Needs, Drivers and Barriers of Innovation: The Case of an Alpine Community Model Destination." *Tourism Management Perspectives* 25: 53–63.
- Pikkemaat, B., Peters, M., Bichler, B. F. 2019. "Innovation Research in Tourism: Research Streams and Actions for the Future." *Journal of Hospitality and Tourism Management*, <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.007>.
- Sandybayev, A. 2016. "Strategic Innovation in Tourism. A Conceptual and Review Approach." *International Journal of Research in Tourism and Hospitality* 2(4): 5-10.
- Schumpeter, J.A., 1934. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press: Cambridge.
- Schumpeter, J.A. 1939. *Business Cycles*. McGraw-Hill: New York.
- Sipe, L. J., Testa, M. 2009. *What is Innovation in the Hospitality and Tourism Marketplace? A Suggested Research Framework and Outputs Typology* International CHRIE Conference-Refereed Track. 22.
- Slivar, I., Božić, S., Batković, A. 2016. "Innovation in Tourism: Perception of Tourism Providers from Croatia and Serbia." *Review of Innovation and Competitiveness*, 2(4): 37-55.
- Soufinia, N., Allah Amini, R., Pirzadnya, M. 2015. "Investigating the Impact of Real Earning Management on the Firm Value." *International Journal of Biology, Pharmacy and Allied Sciences* 4(11): 645-658.
- Souza, L. H., Pena, L. C. S., Moesch, M. M. 2017. "Knowledge and Synergy as Drivers of Regional Innovation In Tourism: The Case of the Tourism Observatory of the Federal District." *Brazil, Rev. Bras. Pesq. Tur. São Paulo* 11(1): 19-38.
- Tüzünkan, D. 2017. "The Relationship between Innovation and Tourism: The Case of Smart Tourism." *International Journal of Applied Engineering Research* 12(23): 13861-13867.
- Türkmendağ, A., Işık, C. 2012. *İnovasyon Harcamaları ile Turizm Gelirleri İlişkisi: 2012 Yılı AB Ülkeleri Üzerine Bir Araştırma* I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi, <https://www.researchgate.net/profile/Cem-Isik/publication/3> (Erişim Tarihi 10.01.2022).
- World Bank, 2021. <https://data.worldbank.org/> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- World Bank, 2021. <https://info.worldbank.org/governance/wgi/> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- World Economic Forum (WEFORUM), 2021. *The Global Competitiveness Reports*, <https://www.weforum.org/reports> (Erişim Tarihi: 10.11.2021).
- Yücel, D., Halis, M. 2020. "Turizm Sektöründe Açık İnovasyonun Önemi ve Sağlayacağı Faydalar." *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (4): 833-852. DOI: 10.11616/basbed.v20i58861.838904.