



TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN BELİRLEYİCİLERİ



Doç. Dr. Birol ERKAN*



Yrd. Doç. Dr. Oğuz KARA**



Öğr. Gör. Melda HARBALIOĞLU***

ÖZ

Turizm, gerek gelişmekte olan, gerekse gelişmiş ülkelerin ekonomileri açısından en önemli kaynaklardan birisidir. Turizm; direkt, dolaylı ve uyarılmış etkileriyle ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda ortaya çıkardığı gelişmenin yanında, ülkede sürdürülebilir kalkınmanın ve ekolojik dengenin sağlanması açısından da önem arz etmektedir. 2005-2012 dönemine ilişkin aylık veriler üzerine yapılan bu çalışmada, Türkiye’de sürekli büyüyen ve dış ticaret açığının finansmanında temel aktör olan turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. VAR Analizi ve Granger nedensellik analizi kullanılarak yapılan ekonometrik modelden elde edilen bulgular, Türkiye’de turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisinin varlığını, reel döviz kurunun ise turizm gelirleri üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Gelirleri, Türkiye, Çoklu Regresyon, VAR

DETERMINANTS OF TOURISM RECEIPTS IN TURKEY

ABSTRACT

Tourism is one of the most important sources for the economies of both developing and developed countries. Beyond the development which is revealed in economic, social and cultural thanks to direct, indirect and induced effects, tourism is also important in order to ensure sustainable development and ecological balance. In this study which was conducted on monthly data for the period 2005-2012, it is aimed to identify the factors affecting tourism receipts that is the main actor in the financing of the foreign trade deficit that has constantly been growing in Turkey. The findings obtained econometric model by using VAR analysis and Granger causality analysis indicate the existence of bilateral causal relationship between

* Kilis 7 Aralık Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, birolerkan@kilis.edu.tr

** Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü, oguzkara@duzce.edu.tr

*** Kilis 7 Aralık Üniversitesi MYO Otel, Lokanta ve İkrâm Hizmetleri Bölümü, mharbalioglu@kilis.edu.tr



tourism receipts and the number of tourists. On the other hand, the findings indicate that reel exchange rate has no effect on tourism receipts.

Key Words: Tourism Receipts, Turkey, Multiple Regression, VAR

1. GİRİŞ

Dünya ekonomilerinde ortaya çıkan finansal ve endüstriyel tabanlı ekonomik krizler ve bu krizlerin giderilmesinde gösterilen çabaların ve performansın yetersizliği, ülkeleri ekonomik durgunluğun önlenmesi, ekonomik büyümenin sağlanması ve artan dış ticaret açıklarının kapatılması hususunda yeni arayışlara sevk etmektedir. Bu bağlamda, görece istikrarı bulunan turizm son yıllarda daha revaçta bir sektör durumuna gelmiş; dünya ülkelerinin turizm yatırımlarına verdiği önem, turist sayısındaki ve turizm gelirlerindeki artış şeklinde kendisini göstermiştir.

Tablo-1. Dünya’da ve Avrupa’da Turist Sayısı ve Turizm Geliri (2009-2011)

	Gelen Turist Sayısı (1000 kişi)			Turizm Geliri (\$1000)		
	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Dünya	883.091	939.930	983.363	853.061	927.295	1.030.360
Avrupa	461.662	474.775	503.963	412.257	409.310	463.404

Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012 Edition, 7.

2009 ve sonrası durgunluğun ve genel ekonomik krizin hüküm sürdüğü Avrupa’da ve dünyada turist sayısı ve turizm gelirlerinde ortaya çıkan artış, turizmin GSYH’deki azalışların ve artan dış açıkların telafisinde önemli bir finansman aracı ve kaynak olduğunu göstermektedir (Tablo-1). Dünyada turizmin öneminin artmasına paralel olarak, Türkiye’de de özellikle kronikleşmiş ve artan dış ticaret açıklarının azaltılmasında, cari açığın ekonomi üzerinde oluşturduğu tehditlerin ortadan kaldırılmasında ve istihdamın artırılmasında turizm daha önemli bir sektör olarak algılanmaya başlanmıştır.

Çalışmada, öncelikle turizmin ülkelerin ekonomik gelişimi üzerindeki etkiler üzerinde durulmuştur. Literatür taramasıyla yurt içinde ve yurt dışında turizm gelirlerine yönelik çalışma örnekleri araştırılmıştır. Literatür taramasında, genellikle turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırılmış olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye’de turizm sektörünün gelişiminin ve dünyadaki yerinin ortaya koyulmasıyla birlikte, turizm gelirlerini belirleyen faktörler ekonometrik yöntemle tahmin edilmeye çalışılmıştır. Türkiye’de 2005-2012 dönemine ilişkin aylık veriler kullanılarak ortaya koyulan ekonometrik modelde; literatür örneklerinden farklı olarak yabancı turist sayısı, teşvikli belge sayısı, toplam yatırım



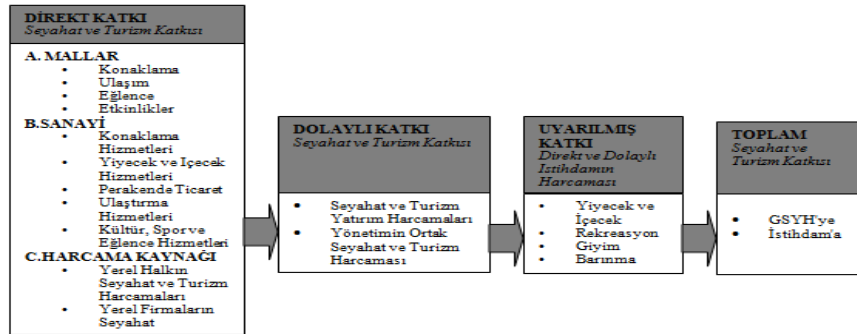
tutarı, istihdam, yatak sayısı ve reel döviz kuru ile turizm gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisi analiz edilmiştir.

2. TURİZM HARCAMALARININ EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm sektöründe ortaya çıkan harcamaların ve gelirin istatistiksel olarak ölçülmesi ve ulusal hesaplarda gösterilmesi oldukça zordur. Keza, turizm sektöründe ortaya çıkan katma değer, kendisinin dışında, diğer sektörlerde (konaklama, ulaşım, telekomünikasyon vb.) yaratılan gelir ve istihdam artışı olarak karşımıza çıkmaktadır (Dwyer ve Spurr, 2011: 2).

Turizm harcamalarının ekonomi üzerinde meydana getirdiği etki; direkt ve ikincil etki (dolaylı etki ve uyarılmış etki) olarak ikiye ayrılmaktadır. Turizm sektöründe meydana gelen gelir ve harcama artışı (direkt etki), dolaylı etki ve uyarılmış etki kanalıyla ülkede GSYH ve istihdam artışına yol açmaktadır (World Travel&Tourism Council, 2013: 2) (Tablo-1).

Şekil-1. Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri



Kaynak: World Travel&Tourism Council, World Travel&Tourism Economic Impact World 2013, 2

Direkt etki: Turizm sektöründeki mal ve hizmet harcamalarını ve ortaya çıkan gelir artışını ifade etmektedir (Skene, 1996: 30).

İkincil etkiler: Dolaylı etki ve uyarılmış etki olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

a. Dolaylı etki: Turizm endüstrisine ürün ve hizmet arz eden endüstrilerin istihdam, ücret ve gelir ve düzeylerinde meydana gelen artıştır (Stynes, 18).

b. Uyarılmış etki: Turizm harcamalarının sonucu olarak direkt ve dolaylı olarak ortaya çıkan etkilerin hane halkı harcamalarına yansımaları sonucu, turizm sektöründe, bağlantılı olduğu tüm sektörlerde ve ulusal düzeyde çarpan etkisiyle ortaya çıkan gelir artışıdır (Galal, 2001: 3).



Turist harcamalarının toplam ekonomik etkisi

Turist sayısı x Turist Başına Ortalama Harcama x Çarpan Katsayısı

Genel olarak turizm sektöründeki gelişmelerin ve turizm gelirlerindeki artışların ekonomi ve kalkınma üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Turizm gelirlerindeki artışlar; ekonomik büyüme oranını arttırmakta ve sürdürülebilir kılmakta (Arslantürk ve Atan, 2012: 36), yoksulluğun azalmasına yol açmakta, kırsal ve yerel ekonomik altyapının yaratılmasını sağlamakta, gerek yerel ekonomide, gerekse ulusal düzeyde yeni iş fırsatları yaratmak suretiyle işsizliğin azalmasına katkıda bulunmakta, destinasyonlarda sosyo-kültürel düzeyin gelişmesini ve çeşitlenmesini sağlamakta, ülkeye giren döviz miktarında ve vergi gelirlerinde artışa yol açmakta, çevrenin korunması ve ekolojik dengeye verilen önemin artmasına katkı sağlamakta, GSYH'nın oluşumuna etki etmekle birlikte, katma değer yaratmaktadır (Surugiu vd., 2009: 356-358). Bununla birlikte, turistlerin yaptığı otel ve yemek dışındaki harcamaları, ülkeler için ihracat geliri niteliğindedir. Turizm sayesinde söz konusu mallar yurt dışı yerine yurt içine ihraç edilmiş sayılmaktadır. Bu da, talep hacmini ve döviz girdisini artırıcı etkiye yol açmaktadır (Birkan, 1995: 28). Turizm gelirlerindeki artışlar, ülkede ödemeler bilançosu açıklarının kapanmasında ve makro ekonomik istikrarın sağlanmasında kilit rol oynamaktadır. Turizm sektöründeki gelişmeler, kadın istihdamının, ülkedeki yurtiçi ve yabancı sermaye yatırımlarının, teknoloji ve bilgi transferinin artmasına, tarım sektörünün, imalat sanayinin ve ulaşım sektörünün gelişmesine ve rekabet gücünün yükselmesine yol açmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesine paralel olarak ülkede iletişim sektöründe gelişme ve talep artışı ortaya çıkmaktadır (United Nations , 2013: 5-11).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Turizm gelirlerine ilişkin gerçekleştirilen literatür taramasında, gerek yurt içi, gerek yurt dışı çalışmalarında ağırlıklı olarak turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği göze çarpmaktadır.

Tablo-2. Türkiye’de Yapılan Çalışma Örnekleri

Yazar	Metod	Ülke	Sonuç
Yıldırım ve Öcal (2004)	VAR	Türkiye	Turizm gelirleri büyüme üzerinde etkilidir (Yıldırım ve Öcal, 2004: 131-141).
Gündüz ve Hatemi (2005)	ARCH	Türkiye	Turist sayısı ve döviz kuru büyüme üzerinde etkilidir (Gündüz ve Hatemi, 2005: 499-504).
Bahar (2006)	VAR, Granger Nedensellik	Türkiye	Turizm gelirleri büyüme üzerinde etkilidir (Bahar, 2006: 137-150).
Yavuz (2006)	Granger Nedensellik	Türkiye	Turizm gelirleri büyüme arasında ilişki yoktur (Yavuz, 2006: 162-171).
Gökovalı ve Bahar (2006)	Panel Data	13 Akdeniz	Turizm gelirleri ve sabit sermaye yatırımları büyüme üzerinde etkilidir (Gökovalı ve Bahar, 2006: 155-168).



		Ülkesi	
Katırcıoğlu (2009)	ARDL Modeli	Türkiye	Turist sayısı ve döviz kuru büyüme üzerinde etkilidir (Katırcıoğlu, 2009: 2741-2750).
Aslan (2008)	Granger Nedensellik, Eşbütünlük	Türkiye	Turizmin ekonomik büyümeyi teşvik etmesi hipotezi desteklenmiştir (Aslan, 2008: 1-11).
Kızılgöl ve Erbayraklar (2008)	Granger Nedensellik	Türkiye	Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır (Kızılgöl ve Erbayraklar, 2008: 351-360).
Bahar ve Bozkurt (2010)	Panel Data, GMM	21 Ülke	Gelişmekte olan ülkeler açısından turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir (Bahar ve Bozkurt, 2010: 255-265).
Kırbaş-Kasman ve Kasman (2004)	Granger Nedensellik	Türkiye	Turizmden ekonomik büyümeye tek yönlü bir nedensellik bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kırbaş-Kasman ve Kasman, 2004: 122-131).
Ongan ve Demiröz (2005)	Granger Nedensellik	Türkiye	Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında hem uzun, hem de kısa dönemde iki yönlü bir nedensellik olduğunu bulmuşlardır (Ongan ve Demiröz, 2005: 880-894).
Kandır ve diğ. (2008)	Regresyon EKK	Türkiye	Yerli paranın değer kaybetmesiyle turizm gelirleri artmaktadır (Kandır vd., 2008: 211-237).
Hepaktan ve Çınar (2010)	Nedensellik	Türkiye	Turizm sektörü ödemeler bilançosunu ve istihdamı olumlu etkilemektedir (Hepaktan ve Çınar, 2010: 135-154).
Egeli (2011)	Girdi-Çıktı	Türkiye	Turizm sektörü 37 sektörden girdi almaktadır (Egeli, 2011: 1-12).
Işık (2010)	Granger Nedensellik, Eşbütünlük	Türkiye	Kısa dönemde yabancı ziyaretçi harcamalarının turizm gelirleri üzerinde etkisi bulunmaktadır. Uzun dönemde ise söz konusu etki çift taraflıdır (Işık, 2010: 115-128).
Özdemir ve Öksüzler (2006)	Eşbütünlük, VECM	Türkiye	Hem kısa, hem de uzun dönemde turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Özdemir ve Öksüzler, 2006: 107-126).
Demirel ve diğ. (2011)	Granger Nedensellik, Eşbütünlük	Türkiye	Döviz kurlarındaki oynaklığın turizm sektörü üzerinde negatif yönde etkisi bulunmaktadır (Demirel vd., 2011: 1-15).
Dilber (2007)	Girdi-Çıktı	Türkiye	Turizmin Türkiye’de yüksek bir katma değer gücü bulunmakla birlikte ileri ve geri bağlantı katsayıları yüksektir (Dilber, 2007: 205-220).
Kızılgöl (2006)	Granger Nedensellik, Eşbütünlük	Türkiye	İhracat, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde bir ilişki mevcuttur (Kızılgöl, 2006: 1-19).
Çetintaş ve Bektaş (2008)	ARDL, Granger Nedensellik, Eş Bütünlük	Türkiye	Turizm, ekonomik büyümenin önemli bir kaynağı olup, söz konusu etki uzun dönemde mevcuttur (Çetintaş ve Bektaş, 2008: 1-8).
Kutlar ve Sarıkaya (2012)	ARIMA, VAR, Eşbütünlük	Türkiye	Uzun dönemde turizm gelirleri ile GSMH, gelen turist sayısı ve yurtdışına giden Türk vatandaşları turist sayısı arasında ilişki mevcuttur (Kutlar ve Sarıkaya, 2012: 1-22).
Arslantürk ve Atan (2012)	VAR, Granger Nedensellik	Türkiye	Turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi olup, turizm gelirleri ekonomik büyüme üzerinde etkilidir (Arslantürk ve Atan, 2012: 30-37).

Tablo-3. Yurtdışında Yapılan Çalışma Örnekleri

Yazar	Metod	Ülke	Sonuç
Modeste (1995)	Regresyon	4 Karayip Ülkesi	Turizm sektöründeki büyüme oranı, milli gelir büyüme oranı üzerinde etkilidir (Modeste, 1995: 375-385).
Martin ve diğ. (2004)	Dinamik Panel	21 Latin Amerika	Turist başına harcama artışı, reel büyüme üzerinde etkilidir (Martin vd., 2004: 1-28).
Balaguer ve Jorda (2002)	Var, Granger Nedensellik	İspanya	Döviz kuru ve turizm gelirleri ile büyüme arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttur (Balaguer ve Jorda, 2002: 877-884).
Lee ve Chang (2008)	Panel Koentegrasyon	23 OECD ve 32 OECD dışı	Kişi başına turizm harcamaları, turist sayısı ve reel kur büyüme üzerinde etkilidir (Lee ve Chang, 2008: 180-192).
Hazari ve Sgro (1995)	Dinamik Panel	OECD	Turizmin gelişmekte olan ülkelerin büyümesini olumlu etkilemektedir (Hazari ve Sgro, 1995: 243-252).
Kulendran ve Wilson (2000)	Var, Granger Nedensellik	Avustralya	Uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu görülmüştür (Kulendran ve Wilson, 2000: 1001-1009).
Shan ve Wilson (2001)	Var, Granger Nedensellik	Çin	Uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında güçlü bir ilişkinin var olduğu görülmüştür (Shan ve Wilson, 2001: 279-283).
Oh (2005)	Var, Granger Nedensellik	Kore	Turizmin ekonomik büyümeye neden olduğu hipotezi reddedilmiştir (Oh, 2005: 39-44).
Nowak ve diğ. (2004)	Panel Data	21 Latin Amerika	Turizmdeki artışın ülkenin GSMH ile imalat sektöründeki çıktı da düşüşe neden olacağı sonucu ortaya çıkmıştır



			(Nowak vd., 2004: 1-30).
Chen ve Chiou-Wei (2009)	Var, Granger Nedensellik	Tayvan ve Güney Kore	Tayvan'da ve Güney Kore'de turizmin ekonomik büyümeye yol açtığı tezi desteklenmiştir (Chen ve Chiou-Wei, 2009: 812-818).
Dritsakis (2004)	Var, Granger Nedensellik	Yunanistan	Uluslararası turizm geliri ve reel efektif döviz kuru ile reel büyüme arasında ilişki vardır (Dritsakis, 2004: 305-316).
Kim ve diğ. (2006)	Var, Granger Nedensellik	Tayvan	Turist sayısı ile GSYH arasında ilişki mevcuttur (Kim vd., 2006: 925-933).
Brida ve diğ. (2008)	Var, Granger Nedensellik	Meksika	Turizm harcamaları ve reel döviz kuru ile reel GSYİH arasında ilişki mevcuttur (Brida vd., 2008: 66-82).
Webber (2001)	Granger Nedensellik	Avustralya	Döviz kurundaki değişmelerin turizm talebini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Webber, 2001: 398-405).
Mervar ve Payne, (2007)	ARDL	Hırvatistan	Hırvatistan turizmine olan talepte döviz kurunun etkisi zayıf bulunmuştur (Mervar ve Payne, 2007: 407-420).
Ghali (1976)	Granger Nedensellik	Hawaii	Turizmin ekonomik büyümeye önemli bir katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ghali, 1976: 527-538).
Narayan ve Prasad (2003)	Granger Nedensellik	Fiji	Turizm gelirleri ile büyüme arasında ilişki vardır (Narayan ve Prasad, 2003: 199-208).
Durbarry (2004)	Granger Nedensellik	Mauritius	Turizm gelirleri ile büyüme arasında ilişki vardır (Durbarry, 2004: 389-401).
Khalil ve diğ. (2007)	Granger Nedensellik	Pakistan	Turizm gelirleri ile büyüme arasında güçlü bir ilişki vardır (Khalil vd., 2007: 985-995).
Samimi ve diğ. (2011)	VAR, Granger Nedensellik	Gelişmekte olan ülkeler	Turizm gelirleri ile büyüme arasında uzun dönemde çift taraflı bir ilişki vardır. Her iki değişken de birbirini etkiler (Samimi vd., 2011: 28-32).
Lashkarizadeh ve diğ. (2012)	VAR, Granger Nedensellik	İran	Turizm gelirleri ile büyüme arasında uzun dönemde çift taraflı bir ilişki vardır. Her iki değişken de birbirini etkiler (Lashkarizadeh vd., 2012: 88-97).
Srinivasan ve diğ. (2012)	ARDL	Sri Lanka	Turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde hem kısa, hem uzun dönemde pozitif etkisi vardır (Srinivasan vd., 2012: 211-226).
Sequeira ve Campos (2005)	Panel Data	Afrika, Asya, Latin Amerika ve Avrupa Ülkeleri	Turizm gelirleri yüksek ekonomik büyüme üzerinde etkili değildir (Sequeira and Campos, 2005: 1-25).
Fayissa ve diğ. (2007)	Panel Data	42 Afrika Ülkesi	Turizm gelirleri GSYH ve ekonomik büyüme üzerinde etkilidir (Fayissa vd., 2007: 1-22).

4. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN VE TURİZM GELİRLERİNİN ANALİZİ

Türkiye'de turizm gelirleri ile ziyaretçi sayıları birlikte incelendiğinde; özellikle yerli ziyaretçilerin ortalama harcama eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo-4).

Tablo-4. Türkiye'de Ziyaretçilere Göre Turizm Geliri (2005-2012)

YILLAR	YABANCI ZİYARETÇİLER			YERLİ ZİYARETÇİLER			TÜM ZİYARETÇİLER		
	TG (*1000\$)	TS	OH (\$)	TG (*1000\$)	TS	OH (\$)	TG (*1000\$)	TS	OH (\$)
2005	13.929.301	21.124.886	659	6.392.810	2.999.615	2.131	20.322.111	24.124.501	842
2006	12.556.829	19.819.833	634	6.037.121	3.328.836	1.814	18.593.950	23.148.669	803
2007	13.989.953	23.340.911	599	6.952.548	3.874.077	1.795	20.942.501	27.214.988	770
2008	16.801.618	26.336.677	638	8.613.449	4.643.302	1.855	25.415.067	30.979.979	820
2009	15.853.077	27.077.114	585	9.211.404	4.929.035	1.869	25.064.481	32.006.149	783
2010	15.577.357	28.632.204	544	9.353.639	4.395.739	2.128	24.930.996	33.027.943	755
2011	17.798.200	31.456.076	566	10.317.494	4.695.252	2.197	28.115.694	36.151.328	778
2012	18.257.016	31.782.832	574	11.094.430	4.993.813	2.222	29.351.446	36.776.645	798

Kaynak: www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr ve www.tursab.org.tr/tr/istatistikler verileri kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.
 Not: TG; turizm geliri TS; turist sayısı OH; ortalama harcama

Yabancı ziyaretçilerin sayısı ve bundan elde edilen turizm gelirleri genel olarak artmasına rağmen, ortalama harcama eğilimindeki azalma dikkat çekicidir. Yerli



ziyaretçilerin sayısının ve ortalama harcama eğilimlerinin görece istikrarlı olduğu söylenebilir.

Tablo-5. Türkiye’de Turizm Teşvikleri, Yatırım, İstihdam

YILLAR	Teşvikli Belge Sayısı	Toplam Yatırım Tutarı	İstihdam	Yatak Sayısı
2005	228	1.874.053.533	36.295	84.946
2006	146	1.009.130.543	14.889	47.426
2007	156	875.173.715	11.352	36.463
2008	158	803.919.163	13.864	43.875
2009	166	880.687.650	12.280	51.592
2010	317	1.838.011.777	18.805	104.075
2011	280	1.743.741.022	13.094	88.047
2012	313	2.147.488.457	17.011	90.327

Kaynak: www.ktyatirimisletmeler.gov.tr

Türkiye’de turizm teşviklerinin yıllara göre dağılımı incelendiğinde; gerek teşvikli belge sayısında, gerekse toplam yatırım tutarında ve yatak sayısında genel bir artış olduğu söylenebilir (Tablo-5). Bununla beraber, teşviklerdeki artışların istihdama katkısı tatmin edici boyutlarda değildir.

Türkiye’de turizm sektörüne yönelik yapılan SWOT analizi sonucunda, Türk turizm sektörünün güçlü yönlerinin zayıf yönlerinden, sektöre ilişkin fırsatların da tehditlerden daha fazla olduğu söylenebilir (Tablo-6).

Tablo-6. Türkiye’de Turizm Sektörünün SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
İklim, doğal kaynaklar, bozulmamış çevre	Ortalama fiyatların komşu ülkelere göre daha düşük seviyede olması ve piyasadaki çok sayıda firma arasında yüksek seviyede fiyat rekabeti olması
Turizmin sosyal ve ekonomik önemini anlamış bir toplum yapısı	Artan girdi maliyetleri
Zengin tarih, kültür, örf ve adet, Türk insanının geleneksel konukseverliği	Sektördeki nispeten küçük ölçekli şirketlerde rastlanan kayıt dışı işlemler ve vergi kayıpları
Turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek genç ve dinamik nüfusun varlığı	Turist sağlığı ve güvenliğindeki yetersizlikler
Özgün sosyo-kültürel özellikler ve doğu ile batının egzotik bir bileşimini sunması	Altyapı ile hizmet kalitesinin ve destek sektörlerdeki gelişmenin, hızlı talep artışının beraberinde getirdiği ihtiyaçlara cevap verememesi
Coğrafi konum nedeniyle ana pazarlara olan yakınlık	Standartı yüksek tesislerin yakın çevresindeki oluşumlar ile uyumsuzluğu
Rakip ülkelere göre daha yeni ve nitelikli tesislerin varlığı	Düzensiz ve denetimsiz yönde gelişen ticari faaliyetlerin ülke turizminde ve ürün kalitesinde yol açtığı yozlaşma
Genç ve kıta ötesi pazarlar için henüz keşfedilmemiş bir destinasyon olması	Stratejik pazarlama yönetimine işlerlik kazandırılmaması
İç turizmdeki hareketlenme	Mevsimsellik ve kapasite kullanım oranlarının düşüklüğü
Turizmin çeşitlendirilmesine olanak veren coğrafi ve doğal yapının varlığı	Değerli TL politikasının izlenmesi nedeniyle rekabet dezavantajının ortaya çıkması
Halı, deri, konfeksiyon ve mücevher başta olmak üzere alışveriş olanakları	Alkolden alınan özel tüketim vergisinin yüksek seviyede olması
Güçlü bir devlet desteğinin olması	Her şey dahil sisteminin yarattığı düşük katma değer
Mükemmel bir kıyı şeridinin varlığı	
Butik otelciliği başka ülkelere öğretecek konuma gelmesi	
İyi eğitilmiş işgücünün varlığı	
Havacılık sektörünün gelişmesi ve liberalleşmesi	



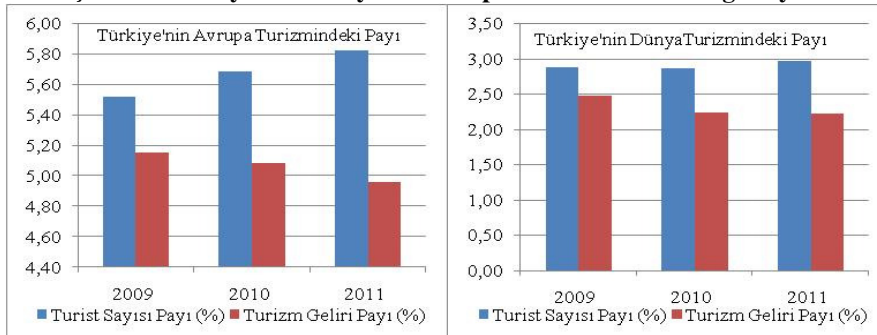
Tehditler	Fırsatlar
Dış basında, Türkiye'de ortaya çıkabilen münferit terör eylemleri ile demokrasi, insan hakları vb. konulara ilişkin yer alan olumsuz yayınlar ve bunların neden olduğu imaj sorunları	Ekonomisinin çevre ülkelere göre giderek güçlenmesi, büyümesi ve istikrarlı bir yapıya kavuşması
Coğrafi konum nedeniyle yakın çevrede (Ortadoğu, Balkanlar, BDT ülkeleri) yaşanan savaşlardan ve siyasi istikrarsızlıklardan olumsuz yönde etkilenme	Bulunduğu coğrafyaya örnek olabilecek bir siyasi istikrar
Yatay ve dikey entegrasyonlarla dev boyutlara ulaşan uluslararası tur kartellerinin rasyonel çalışma yöntemleri, modern teknik donanım ve ölçek ekonomileri gibi avantajları kullanarak piyasaya egemen olmaları ve hem dış talep, hem de işletmelerin kar marjları üzerindeki baskılarını arttırmaları	Küreselleşme olgusu içerisindeki Avrasya bölgesinin artan önemi ve Türkiye'nin siyasi ve ekonomik yönden stratejik önem kazanması
Başta Yunanistan olmak üzere bir takım AB ülkelerinin ekonomik kriz içinde olması nedeniyle turizm sektöründeki fiyatlarını düşürmeleri	Türkiye'nin rekabet gücünün yüksek olduğu doğa, tarih, kültür ve inanç turizmüne olan ilginin giderek artması
Krizdeki AB vatandaşlarının tatil bütçelerini kısmaları	Eğitim düzeyi yüksek ve deneyimli turist gruplarındaki büyümenin, potansiyel tüketicilerin karşı propagandadan etkilenme olasılığını azaltıcı etkileri Büyüyen dünya turizmi Gelişen ulaşım olanakları ve buna bağlı olarak uzun mesafeli seyahatin artması
	İstanbul'un 2010 Avrupa Kültür Başkenti olması

Kaynak: Vizyon 2023 Teknoloji Öngörüsü Projesi, Ulaştırma ve Turizm Paneli, Temmuz 2003, Ankara, 33-34., Deloitte, T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Türkiye Turizm Sektörü Raporu, Ocak 2010, 13., Nazmi Kozak, Haber Başlıklarıyla Türk Turizminin 2012 Yılı SWOT Analizi ve Beklentiler, <http://www.turizm gazetesi.com/article.aspx?id=65335>

4.1. Türk Turizminin Dünyadaki Yeri

Turizm, son yıllarda dünyada en büyük ve en hızlı büyüyen sektörlerden birisi haline gelmiştir. Dünyadaki turist sayısı ve turizmden elde edilen gelirler incelendiğinde, özellikle son yıllarda istikrarlı bir artış söz konusudur. Bununla birlikte, turist sayısı ile turizm gelirleri arasında dengeli bir artış söz konusudur (UNWTO, 2013: 3). Dünya çapında turizme verilen önemin artmasının sonucu olarak ortaya çıkan pozitif görünüm Türk turizmine de tezahür etmiş, Türkiye'ye gelen turist sayıları ve turizmden elde edilen gelirler artış göstermiştir. 2011 yılı verileri analiz edildiğinde, Türkiye, dünyada en fazla turist çeken 6. ülke konumuna gelmiştir (UNWTO, 2012: 6-7).

Şekil-2. Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizminden Aldığı Paylar



Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights, 2012 Ed., 7'den elde edilen veriler kullanılarak tarafımızca hazırlanmıştır.



Şekil-2’de görüleceği üzere, Türkiye’ye gelen turist sayısının gerek dünyadaki, gerekse Avrupa’daki payı artmasına rağmen, turizm gelirlerinin payında azalış meydana gelmektedir. Bu durum, Türkiye’ye gelen turist profilinin düşüklüğünü ve turizmden sağlanan katma değer in yetersizliğini ifade etmektedir.

Tablo-7. Türkiye’de Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü (2012)

Rekabet Gücü Göstergeleri (Seyahat ve Turizm Rekabet Güce Endeksi)	Sıralama	Rekabet Gücü Göstergeleri (Seyahat ve Turizm Rekabet Güce Endeksi)	Sıralama
Politika kuralları ve düzenlemeler	34	Turizm altyapısı	45
Çevresel sürdürülebilirlik	95	İnternet altyapısı	71
Güvenlik	79	Fiyat rekabet gücü	112
Sağlık ve hijyen	64	İnsan kaynakları	68
Seyahat ve turizm önceliği	63	Seyahat ve turizm çekiciliği	35
Hava ulaşım altyapısı	29	Doğal kaynaklar	78
Yer ulaşım altyapısı	52	Kültürel kaynaklar	19
		GENEL	46

Kaynak: Blanke, Jennifer, Chiesa, Thea, “The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013”, World Economic Forum, 342.

Türkiye’de turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü incelendiğinde, fiili durumun potansiyeli yansıtmadığı görülmektedir (Blanke, Jennifer, Chiesa, 2013: 342). Zira, dünyada en fazla turist çeken 6. ülke konumunda olan Türkiye, rekabet gücü endeksinde 46. sıradadır (Tablo-7). Özellikle turizm sektöründe fiyat rekabetinde yüksek oranda dezavantajın olması, turist sayısındaki artışa oranla katma değer de ortaya çıkan artışın daha düşük gerçekleşmesine yol açmaktadır.

5. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen faktörleri belirlemek için 2005–2012 dönemine ait aylık değişkenler kullanılmıştır. Literatür taramasına ve Türkiye’de turizm sektörünün yapısına bağlı olarak kullanılan değişkenler şu şekildedir. Turizm gelirleri (TG) değişkeni bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Turizm gelirlerini etkileyen faktörleri ifade etmek üzere; turist sayısı (TS), teşvik belge sayısı (TB), reel toplam yatırım tutarı (TY), turizm sektörü istihdamı (IS), yatak sayısı (YS) ve reel efektif döviz kuru (RK) değişkenleri kullanılmıştır. Kullanılan değişkenlere ait veriler Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) ve TÜİK veri tabanından elde edilmiştir.

Zaman serisi ekonometrisi yaklaşımında ele alınan modellerde değişkenlerin durağan olduğu varsayılır. Bu, etkin ve tutarlı tahminler için gerekli bir varsayımdır. Bir zaman



serisinin ortalaması, varyansı ve kovaryansı zaman boyunca sabit kalıyorsa durağan bir seri olarak adlandırılır. Oysa ekonomik zaman serileri zamanın etkisini üzerinde taşımaları ve zamanla birlikte artma eğiliminde (trendli) olmalarından dolayı çoğu durumda durağan değildir. Zaman serilerinin durağan olmadığı durumda $y_t = \beta_1 + \beta_2 x_t + u_t$ regresyonundan elde edilecek sonuçlar tamamen sahte olur ve bu regresyonlar sahte regresyon olarak adlandırılır. Çok değişkenli modellerde durağan olmayan serileri kullanmak için farklı yöntemler geliştirilmiştir. Bu yöntemler ile çok değişkenli modellerde, ekonomik değişkenler arasındaki uzun dönem denge ilişkisini kaybetmemek amaçlanmıştır.

Tablo-8. Değişken Tanımları

Değişken	Değişken Tanımı	Değişken Kaynağı
TY	Reel Toplam Turizm Yatırımı	TTYD
YS	Yatak Sayısı	TTYD
RK	Reel Efektif Döviz Kuru	TÜİK
IS	İstihdam Sayısı	TTYD
TS	Turist Sayısı	Kültür ve Turizm Bak.
TB	Teşvik Belge Sayısı	TTYD

Turizm gelirlerini belirleyen faktörleri ölçmek için çok değişkenli regresyon analizi yöntemi kullanılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon bir bağımlı değişkeni etkileyen birden çok bağımsız değişkenin etkisini incelemek amacıyla kullanılmaktadır. Çoklu doğrusal regresyonu basit doğrusal regresyondan ayıran temel özellik, tüm bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkilerin aynı regresyon modelinden belirlenmesidir (Kozhan, 2009).

Çoklu doğrusal regresyon analizinin temel varsayımları; hata terimleri arasında bir ilişki bulunmaması (otokorelasyon), bağımsız değişkenlerin birbiri arasında ilişki bulunması (çoklu doğrusallık), hata terimlerinin sabit varyansa sahip olması (sabit varyans-homoscedasticity), hata terimlerinin normal dağılması, bağımsız değişkenin tesadüfî değişken olmaması, hata terimlerinin ortalamasının sıfır olması, hata teriminin stokastik bir değişken olması, bağımsız değişkenin ölçümünde hata yapılmamış olması, modelin doğru kurulmuş olması şeklinde sıralanmaktadır (Tarı, 2010: 22-27).

Kullanılan modelin geçerliliğine ilişkin olarak gerekli olan diagnostik testler çalışmada kullanılmıştır.

5.1. Ekonometrik Bulgular

Turizm gelirlerini belirleyen faktörleri ölçmek için çok değişkenli regresyon modeli şu şekilde oluşturulmuştur.

$$TG = \alpha_0 + \alpha_1 TY + \alpha_2 YS + \alpha_3 RK + \alpha_4 IS + \alpha_5 TS + \alpha_6 TB + u_t$$



Tablo-9. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistiği	Olasılık
C	-73779998	4.82E+08	-0.153057	0.8787
TY	-0.494545	0.595149	-0.83096	0.4082
YS	33899.37	20056.51	1.690192	0.0945
RK	1717858	4059473	0.423173	0.6732
IS	-9484.707	33469.81	-0.283381	0.7775
TS	583.8907	26.88405	21.71885	0
TB	-12281002	7197596	-1.706264	0.0914
R-squared	0.861727			
Durbin-Watson stat	1.029374			
F-statistic	92.44205			
Prob(F-statistic)	0			
Breusch-Godfrey LM Test (F-Statistic)	16.90179	Prob. F(2,87)		0
Heteroskedasticity Test: White (F-Statistic)	3.559711	Prob. F(44,48)		0.0033

Modelde toplam yatırım düzeyi olan α_1 parametresinin değerinin pozitif, yatak sayısı olan α_2 katsayısının pozitif, reel efektif kur olan α_3 katsayısının pozitif, istihdam sayısı olan α_4 katsayısının pozitif, turist sayısı olan α_5 katsayısının pozitif ve teşvik belge sayısı olan α_6 katsayısının da pozitif değerler alması beklenmektedir.

Söz konusu model EKK (En Küçük Kareler) yöntemi ile tahmin edilmiştir. Modelde bir spesifikasyon (model kurma) hatası olup olmadığı yönünde yapılan Ramsey RESET testi sonucu, modelde bir spesifikasyon hatası bulunmamaktadır. Buna karşılık değişen varyans (heteroskedastisite) ve otokorelasyon sorunu ile karşılaşmıştır.

Modelde değişen varyansın varlığını test etmek amacı ile yapılan LM testi sonucunda, modelde değişen varyans olduğu ($p < 0,05$) görülmektedir. Regresyon analizinin temel bir varsayımı da “bağımsız değişkenler hata terimi (disturbance term) ile korelasyon halinde değildir” varsayımdır. Eğer bu varsayım geçersiz olursa, EKK (OLS) ve ağırlıklandırılmış EKK (WLS) sapmalı ve tutarsız hale gelecektir. Modelde otokorelasyonu test etmek amacı ile Breusch-Gofrey (LM) testi on iki dönem gecikmeli olarak uygulanmıştır. Breusch-Gofrey (LM) testi sonucunda modelde otokorelasyon bulunduğu ($p < 0,05$) tespit edilmiştir. Otokorelasyonun ortadan kaldırılmasında kullanılan yöntemlerden birisi olan birinci dereceden farklar yöntemi ve AR teriminin eklenmesine karar verilmiştir. Kurulan modelde 1. derece otokorelasyon sorunu olduğu için söz konusu sorunun çözümüne dönük modele AR(1) ve AR(2) terimi eklenerek model 2. derece otoregresif hale getirilmiştir.

$$DTG = \alpha_0 + \alpha_1 DTY + \alpha_2 DYS + \alpha_3 DRK + \alpha_4 DIS + \alpha_5 DTS + \alpha_6 DTB + \alpha_7 AR(1) + \alpha_8 AR(2) + \epsilon_t$$



AR(1) ve AR(2) teriminin eklenerek düzeltilen denklem ve elde edilen sonuçlar Tablo-10'daki gibidir.

Tablo-10. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları (AR Terimli)

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t-İstatistiği	Olasılık
C	2446592	25960935	0.094241	0.9251
D(TY)	-0.466758	0.610344	-0.764745	0.4466
D(YS)	-6072.493	16420.53	-0.369811	0.7125
D(RK)	4659866	7782697	0.598747	0.551
D(IS)	43583.08	68694.71	0.634446	0.5275
D(TS)	573.0311	47.03588	12.18285	0
D(TB)	-631534.7	5379860	-0.117389	0.9068
AR(1)	-0.159897	0.118551	-1.348764	0.181
AR(2)	0.066966	0.117713	0.568892	0.5709
R-squared	0.671068			
Durbin-Watson stat	1.947327			
F-statistic	21.42147			
Prob(F-statistic)	0			
Breusch-Godfrey LM Test (F-Statistic)	2.146235	Prob. F(2,82)		0.1234
Heteroskedasticity Test: White (F-Statistic)	0.794297	Prob. F(44,48)		0.7792

(AR(1) ve AR(2)) yöntemi kullanılarak modeldeki otokorelasyon sorunu ve değişen varyans sorunu giderilmiştir. Elde edilen yeni modelde regresyonun bütününlük anlamlılık sınaması olan F testi sonucuna (F= 21.421, $p < 0,05$) göre bütün katsayıların sıfıra eşit olduğu H_0 hipotezi reddedilmektedir. Modelin bütünü ile geçerli olduğu görülmektedir. Yapılan diagnostik testler sonucunda modelde hataların normal dağıldığı, 1. derece otokorelasyon olmadığı, değişen varyans sorununun bulunmadığı ve son olarak model kurma hatasının olmadığı görülmektedir.

Modelden elde edilen sonuçlara bağlı olarak yalnız turist sayısı ile turizm gelirleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu, bunun dışında kalan tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye özelinde yapılan ve literatürde özet şekliyle verilen çalışmalara bağlı olarak turizm gelirlerinin teşvik belge sayısı, yatak sayısı ve istihdam ile açıklanamayacağı sonuçları benzer çalışmalarda da gözlemlenmiştir. Buna karşılık, turizm gelirleri ile döviz kuru arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmaması teorik beklentilerimize uygun değildir. Turizm gelirleri ile reel kur ve turist sayısı arasında teorik olarak güçlü bir ilişki olacağı öngörüsünden hareketle değişkenler arasında koentegre ilişkinin olup olmadığının test edilmesinin gerekliliğine karar verilmiştir.

Turizm gelirleri ile reel kur ve turist sayısı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak Johansen VAR koentegrasyon metodolojisi ve Granger Nedensellik analizleri benimsenmiştir. Zaman serisi ekonometrisi yaklaşımında ele alınan modellerde değişkenlerin durağan olduğu varsayılır. Bu, etkin ve tutarlı tahminler için gerekli bir varsayımdır. Bir zaman serisinin ortalaması, varyansı ve kovaryansı zaman boyunca sabit kalıyorsa durağan bir



seri olarak adlandırılır. Zaman serilerinin durağan olmadığı durumda $y_t = \beta_1 + \beta_2 x_t + u_t$ regresyonundan elde edilecek sonuçlar tamamen sahte olur ve bu regresyonlar sahte regresyon olarak adlandırılır.

Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilen koenteğrasyon tekniği, ekonometrik modellemede durağan olmayan zaman serileri kullanıldığında sahte korelasyon problemini çözmek için yararlı bir araç olarak kullanılmaktadır. Değişkenler arasında koenteğrasyonun bulunması “gerçek uzun dönem ilişki” anlamına gelmektedir. Değişkenler koentegre değilse, bu durumda sahte regresyon problemi ortaya çıkmakta ve ekonometrik çalışma tamamen anlamsız olmaktadır (Asteriou ve Hall, 2007: 307; Enders, 2004: 321; Daniel ve Ramos, 2002: 195; Lim ve McAleer, 2001: 1610; Song ve Witt, 2000: 55).

Koentegre ilişkisini test etme yöntemi aşağıdaki iki adımı içerir: İlk olarak Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve/veya Phillips Perron (PP) testi kullanılarak uzun dönem statik modeldeki bütün değişkenlerin koenteğrasyon derecesi test edilir. İkinci adım ise aynı dereceden koentegre olan seriler arasında ilişkinin belirlenmesidir. Tablo-11’de analizde kullanılan değişkenlerin ADF ve PP birim kök test sonuçları gösterilmektedir.

Parantez içindeki değerler ADF testi için optimum gecikme uzunluklarını, PP testi için ise bant genişliğini ifade etmektedir. Tablo-11 incelendiğinde, tüm değişkenler düzeyde durağan olmayıp birim kök içermektedir. Değişkenlerin birinci farkları alındığında durağan hale geldiği görülmektedir. Dolayısıyla tüm seriler I(1) bütünlük özelliği göstermektedir.

Tablo-11. Birim Kök Testi Sonuçları (ADF-PP)

Değişkenler	Düzye		1. Fark	
	ADF	PP	ADF	PP
Turizm Geliri (TG)	-0.009 (11)	-4.210 (3)	-3.592 (11)	-6.317 (2)
Turist Sayısı (TS)	-0.008 (11)	-1.754 (5)	-3.788 (11)	-5.224 (4)
Reel Kur (RK)	-2.863 (5)	-2.878 (1)	-5.653 (3)	-7.344 (3)
Kritik Değer % 1	-3.504	-3.500	-3.503	-3.501
% 5	-2.893	-2.892	-2.893	-2.893
% 10	-2.584	-2.583	-2.583	-2.583

Sims (1980) açıklayıcı değişkenlerin dışsallığından (hangi değişkenin bağımlı hangisinin bağımsız) emin olunmadığında VAR spesifikasyonunun daha uygun olacağını ileri sürmüştür. Eğer dışsallık varsayımı geçersizse araştırmacının ekonomik ilişkileri sistem denklemlerini (eşanlı denklemleri) kullanarak modellemesi gerekir (Brooks, 2008: 290; Oh, 2005: 41).



VAR modelinin amacı parametre tahminlerini değil, ekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemektir (Sims, 1980: 13-14; Song ve Witt, 2000: 101). Bu amaçla Granger (1974) koenteğrasyon testi geliştirilmiştir. Granger koenteğrasyon testi değişkenler arasında koenteğre edici vektörleri belirlemeye yönelik özdeğer ve trace (iz) istatistiklerini kullanmaktadır.

Tablo-12. Granger Koenteğrasyon Testi Sonuçları

Kısıtlanmamış Cointegration Rank Test (Trace)				
Gözlem sayısı	93			
Hipotez	Özdeğer	Trace(Iz) İstatistiği	0.05 Kritik Değer	Mac Kinnon Olasılık
TG-TS-RK				
$r \leq 0$	0.7836	211.423	42.915	0.0000
$r \leq 1$	0.4834	69.0727	25.872	0.0000
$r \leq 2$	0.0788	7.63479	12.517	0.2830

Tablo-12’de Granger koenteğrasyon testi sonuçları incelendiğinde; turizm gelirleri, turist sayısı ve reel kur değişkenleri arasındaki ilişkiyi ölçmeye yönelik kurgulanan modelde Trace (iz) istatistik değeri kritik değerden ($211.423 > 42.915$ ve $69.0727 > 25.872$) büyük olduğundan değişkenler arasında iki koenteğre edici vektör olduğu görülmektedir.

Modellerde koenteğre edici vektör bulunduğundan değişkenler arasındaki ilişkinin yönünün belirlenmesi gerekmektedir. Uygulamada, y_{2t} zaman serisinin geçmiş değerlerinin, y_{1t} serisinin şimdiki ve gelecek değerlerini öngörümlemede yardımcı olup olmayacağı nedensellik ilişkisini ifade eder. VAR modelinde, Granger (1974) nedenselliğini test etmek için;

$$y_{1t} = \alpha + \sum_{i=1}^n \beta_i y_{1t-i} + \sum_{i=1}^n \gamma_i y_{2t-i} + u_t \quad (4)$$

eşitliği kullanılır. Eşitlikteki iki değişkenin genellikle durağan olduğu varsayılır. Konulan kısıtlar,

$$\gamma_1 = \gamma_2 = \dots = \gamma_n = 0 \quad (5)$$

şeklindedir. Bu kısıtlar, F veya LR istatistiğine göre kabul edilirse y_{2t} ’nin, y_{1t} ’nin Granger nedeni olmadığı sonucuna ulaşılır.

Tablo-13. Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Hipotez	Gözlem	F-İst.	Olas.	Karar
Turist Sayısı, Turizm Gelirlerinin Nedeni Değildir	94	64.325	0.0000	Reddedilmiştir
Turizm Gelirleri, Turist Sayısının Nedeni Değildir		10.092	0.0001	Reddedilmiştir
Reel Kur, Turizm Gelirlerinin Nedeni Değildir.	94	0.1931	0.8247	Reddedilemez
Turizm Gelirleri, Reel Kurun Nedeni Değildir.		0.1795	0.8359	Reddedilemez
Reel Kur, Turist Sayısının Nedeni Değildir	94	0.1296	0.8786	Reddedilemez
Turist Sayısı, Reel Kurun Nedeni Değildir		0.1512	0.8598	Reddedilemez

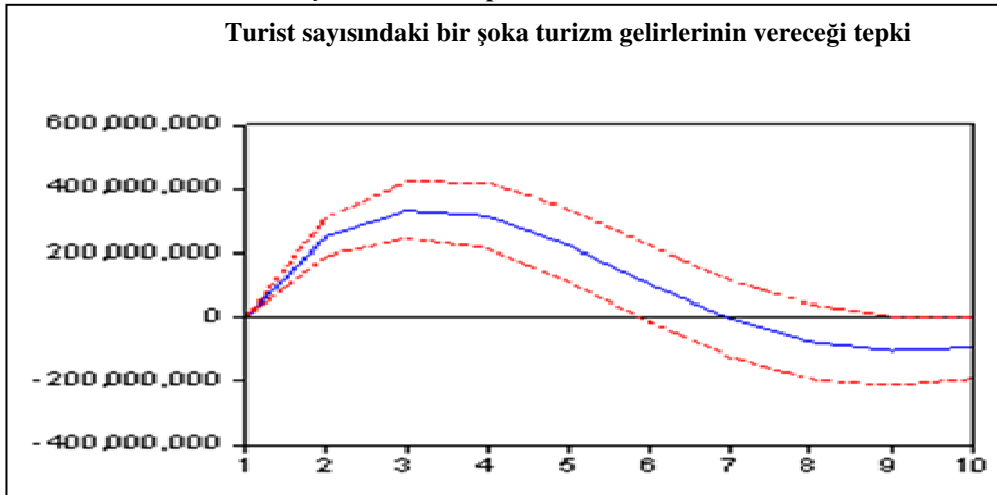
* Optimum gecikme uzunluğu 2’dir.



Tablo-13'deki nedensellik sonuçları incelendiğinde, turist sayısı ile turizm gelirleri arasında çift yönlü bir nedensellik olduğu görülmektedir. Buna karşılık reel kur ile turizm gelirleri arasında ve reel kur ile turist sayısı arasında Granger nedenselliğin söz konusu olmadığı görülmektedir. Granger nedensellik analizinden elde edilen sonuçlar regresyon analizinden elde edilen sonuçlarla tam olarak örtüşmektedir.

VAR'daki nedensellik değerlendirmesi, sistemdeki her bir değişkenin gelecek değerleri üzerinde modeldeki hangi değişkenin istatistiksel olarak önemli etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Fakat F test sonuçları ilişkilerin işaretini veya bu etkilerin ne kadar süreceğini açıklayamaz. Yani, F testi sonuçları bir değişkenin değerindeki değişimlerin sistemdeki diğer değişkenler üzerinde pozitif veya negatif etkide bulunacağını göstermez. Bu bilgiler, VAR'ın etki-tepki analizleriyle elde edilebilir (Brooks, 2008: 299).

Şekil-3. Etki Tepki Analizi Sonucu



Bir makro ekonomik büyüklüğün üzerinde en etkili değişkenin hangisi olduğu varyans ayrıştırması ile belirlenirken, etkili bulunan bu değişkenin politika aracı olarak kullanılabilir olup olmadığı etki-tepki fonksiyonları ile belirlenir (Sarı, 2008: 4). Etki-tepki fonksiyonları rassal hata terimlerinden birindeki bir standart sapmalı şokun, içsel değişkenlerin şimdiki ve gelecekteki değerlerine olan etkisini yansıtır. Böylece gelecekte meydana gelebilecek şok politikalar neticesinde, diğer değişkenlerin nasıl bir tavır içine girecekleri, ne şekilde tepki verecekleri belirlenebilecektir.

Turist sayısındaki bir birimlik şokun turizm gelirleri üzerindeki etkisi 4 döneme kadar artmakta daha sonra ise şokların etkisi azalmaktadır. Örneğin, turist sayısında Mayıs ayında



ortaya çıkan artış, eylül ayına kadar turizm gelirlerinde artışa yol açmakta, daha sonraki aylarda ise söz konusu etki azalmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya ekonomilerinde son yıllarda reel ve finansal sektörde ortaya çıkan krizler sonrasında, gerek katma değer ve istihdam artışı, gerekse ortaya çıkan dış açıkların azaltılması bağlamında Turizm sektörü kilit bir rol üstlenmeye başlamıştır. Turizm sektöründe oluşacak harcama ve gelir artışının çarpan etkisiyle ekonominin bütününde ortaya çıkaracağı etki, ekonomisi küçülen Avrupa'da ve dünyada sektöre verilen önemin ve değer artmasına yol açmış, bu da turist sayısının ve turizmden elde edilen gelirlerin artması şeklinde kendisini göstermiştir.

Avrupa'da ve Dünyada turizmin öneminin artmasına paralel olarak, Türkiye'de de ekonomik büyüme oranının ve istihdamın artmasında, ödemeler bilançosun açıklarının ve söz konusu açıkların ekonomi üzerinde oluşturduğu tehditlerin azaltılmasında turizm daha önemli bir sektör olarak dikkate alınmaya başlanmıştır.

Türkiye'de turizm sektörüne ilişkin gelirler analiz edildiğinde, turizm teşvikleri ile birlikte yabancı ziyaretçilerin sayısı ve bundan elde edilen turizm gelirleri genel olarak artmasına rağmen, ortalama harcama eğilimlerindeki azalma dikkat çekicidir. Özellikle turizm sektöründe fiyat rekabetinde yüksek oranda dezavantajın olması (dünyada 112. sırada), turist sayısındaki artışa oranla katma değerde ortaya çıkan artışın daha düşük gerçekleşmesine ve Türkiye'nin sektörde uluslararası rekabet gücünün düşmesine yol açmaktadır. Bu durum, daha çok Türkiye'yi gelir düzeyi düşük turist profilinin tercih etmesinin de bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

VAR analizi ve Granger nedensellik testi ile Türkiye'de turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin analiz edildiği bu çalışmada elde edilen sonuçlar; turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymaktadır. Yani, turist sayısındaki artışlar turizm gelirlerinin artmasına yol açmakla birlikte, turizm gelirlerindeki artışlar da -turizm gelirlerindeki artışlar sonucu tanıtım, pazarlama, yeni tesislerin kurulması vb. nedenlerle- turist sayısında artışa yol açmaktadır. Elde edilen bulgular; teşvikli belge sayısı, toplam yatırım tutarı, istihdam, yatak sayısı ve reel döviz kuru ile turizm gelirleri arasında nedensellik ilişkisinin olmadığını göstermiştir. Özellikle reel döviz kuru ile turizm



gelirleri ve turist sayısı arasında nedenselliğin söz konusu olmaması, yabancıların Türkiye'nin turizm sektörüne olan talebinin döviz kuruna karşı duyarlı olmadığını göstermektedir.

Türkiye'nin turizm sektöründe mevcut potansiyelini değerlendiremediği, turist sayılarındaki artışların turizm gelirlerine, istihdama ve rekabet gücüne aynı oranda yansımadağı görülmektedir. Türkiye'de turizm sektöründe yaratılan katma değer, istihdamın ve ülkenin uluslararası rekabet gücünün artırılabilmesi için; ülkenin gelir düzeyi yüksek turist profiline de tercih edilmesini sağlayacak politikaların üretilmesi, stratejilerin geliştirilmesi, turizm altyapısının geliştirilmesi, hizmet kalitesinin artırılması, ülkedeki turizm potansiyelinin optimal bir şekilde değerlendirilmesi ve sektörel teşviklerin daha fazla ve seçici olması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alper, A. (2008). "Türkiyede Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(1),1-11.
- Arslantürk, Y. ve Atan, S. (2012). "Dynamic Relation Between Economic Growth, Foreign Exchange And Tourism Incomes: An Econometric Perspective On Turkey", Journal of Business, Economics and Finance, 1(1), 30-37.
- Asteriou, D. ve Hall, S.G. (2007). "Applied Econometrics – A Modern Approach using EViews and Microfit Revised Edition", United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Bahar, O. (2006). "Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi:VAR Analizi Yaklaşımı", Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 13(2),137-150.
- Bahar O. ve Bozkurt K. (2010). "Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi," Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(2), Güz, 255-265.
- Balaguer, J. ve Jorda, C. M. (2002). "Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case", Applied Economics, 34 (7), 877-884.
- Birkan, İ. (1995). "Turizm Endüstrisinin Kalkınmakta Olan Ülkelerin Ekonomileri Üzerindeki Etkileri", Anatolia, Haziran, 26-29.
- Blanke, J. ve Chiesa, T. (2013). "The Travel and Tourism Competitiveness Report", World Economic Forum.
- Brida, J.G., Carrera, E. ve Risso, W.A. (2008). "A Long-Run Equilibrium Demand Function: The Mexican Tourism", TOURISMOS: an International Multidisciplinary Journal of Tourism, 3(1), 66-82.
- Brooks, C. (2008). "Introductory Econometrics for Finance", NewYok: Cambridge University Pres.
- Chen, C. ve Chiou-Wei, S.Z. (2009). "Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea", Tourism Management, 30, 812–818.
- Çetintaş, H. ve Bektaş, Ç. (2008). "Türkiye'de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler", Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 19(1), 1-8.



- Daniel, A. C. M. ve Ramos, F. F. R. (2002). “Modelling Inbound International Tourism Demand to Portugal”, *International Journal of Tourism Research*, 4, 193-209.
- Dilber, İ. (2007). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi”, *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 205-220.
- Demirel, B., Güneşer Bozdağ, E. ve İnci, (2011). A.G. “Döviz Kurlarındaki Dalgalanmaların Gelen Turist Sayısına Etkisi”; Türkiye Örneği, http://www.deu.edu.tr/userweb/iibf_kongre/dosyalar/demirel.pdf, 5 Ağustos, 1-15. (Erişim tarihi:12.03.2013).
- Dritsakis, N. (2004). “Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: an Empirical Investigation for Greece using Causality Analysis”, *Tourism Economics*, 10, 305-316.
- Durberry, R. (2002). “Long Run Structural Tourism Demand Modelling: An Application to France”, http://nottingham.ac.uk/ttri/pdf/2002_1.pdf (25.04.2011).
- Dwyer, L. ve Spurr, R. (2011). “Tourism Economics Summary, STCRC Centre for Economics and Policy”, <http://www.crctourism.com.au/wms/upload/resources/Tourism%20Economics%20Summary%20WEB.pdf>, 1-14. (Erişim tarihi:10.03.2013).
- Egeli, H. A. (2001). “Türk Turizminin Dış Ticaret ve Sektörlerarası Bağlantıları Açısından Değerlendirilmesi”, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/480/5575.pdf>, (5 Ağustos), 1-12 (Erişim tarihi:10.03.2013).
- Enders, W. (2004). *Applied Econometric Time Series*, United States of America: Hamilton
- Fayissa, B., Nsiah C. ve Tadasse B. (2007). “The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa”, *Department of Economics and Finance Working Paper Series*, August, 1-22.
- Galal, A. (2001). “The Economic Impact of Tourism in Egypt”, *The Egyptian Center for Economic Studies, Policy Viewpoint*, No:5, June, 1-4.
- Ghali M.A. (1976). “Tourism and Economic Growth: An Empirical Study”, *Economic Development and Cultural Change*, 24 (3), 527-538.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O. (2006). “Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach”, *Anatolia An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 17 (2), 155–168.
- Gündüz, L. ve Hatemi, A. (2005). “Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey”, *Applied Economics*, 12 (8), 499-504.
- Hazari, B.R. ve Sgro, P.M. (1995). “Tourism and Growth in a Dynamic Model of Trade”, *The Journal of International Trade and Economic Development*, 4 (2), 243-252.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2010). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri”, *Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi*, 8(2), 135-154.
- Işık, C. (2010). “Türkiye’de Yabancı Ziyaretçi Harcaması ve Turizm Gelirleri İlişkisi: Bir Eş-bütünleşme Analizi (1970-2008)”, *Sosyo-ekonomi*, Temmuz-Aralık, 2, 115-128.
- Kandır, S.Y., Karadeniz, E., Özmen, M. ve Önal, Y.B. (2008). “Türk Turizm Sektöründe Büyüme Göstergelerinin Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkisinin İncelenmesi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(1), 211-237.
- Katircioğlu S. (2009). "Tourism, Trade and Growth: The Case of Cyprus," *Applied Economics*, Taylor and Francis Journals, 41(21), 2741-2750.
- Khalil Samina, Mehmood Khan Kakar, and Waliullah, (2007). “Role of Tourism in Economic Growth : Empirical Evidence from Pakistan Economy”, *The Pakistan Development Review*, Vol. 46(4), Part II, 985–995.



- Kırbaş-Kasman, S. ve Kasman A. (2004). “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eş-Bütünleşme ve Nedensellik İlişkisi”, İktisat İşletme ve Finans Dergisi, 19 (7), 122-131.
- Kızılgöl, Ö. (2006). “Türkiye’de İhracata ve Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Analizi:Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi”, İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Akademik Bakış Dergisi, 10, Eylül, 1-19.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 351-360.
- Kim, H. J., Chen, M.H. ve Jang, S.S. (2006). “Tourism Expansion and Economic Development: The Case of Taiwan”, Tourism Management, 27, 925–933.
- Kozhan, R. (2009). “Financial Economics – with Eviews”, Ventus Publishing ApS.
- Kutlar A. ve Sarıkaya, M. (2012). “Türkiye’ye 1964-2007 Döneminde Gelen Turist Sayısı ile İlgili Ekonometrik Bir Çalışma”, Sakarya İktisat Dergisi, 1(1), 1-22.
- Kulendran, N. ve Wilson, K. (2000). “Is There a Relationship Between International Trade and International Travel”, Applied Economics, 32, 1001-1009.
- Lashkarizadeh, M., Keshmir, Z., Gashti, H. P., Shahrivar, R. B. (2012). “Evaluation of the Relationship between Tourism Industry and Economic Growth in Iran”, Asian Journal of Business and Management Sciences, 1(9), 88-97.
- Lee, C.C ve Chang, C.P. (2008). “Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels”, Tourism Management, 29, 180–192.
- Lim C. ve McAleer, M. (2001). “Cointegration Analysis of Quarterly Tourism Demand by Hong Kong and Singapore for Australia”, Applied Economics, 33, 1599-1619.
- Martin, J.L., Morales, N.M. ve Scarpa, R. (2004). “Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach” <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>. (Erişim Tarihi: 27 Nisan 2013).
- Mervar, A. ve Payne, J. (2007). “Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates”, Tourism Economics, 13, 407-420.
- Modeste, N.C. (1995). “The Impact of Growth in the Tourism Sector on Economic Development: the Experience of Selected Caribbean Countries”, *Economia Internazionale*, 48, 375-385.
- Narayan, P. K. ve Prasad B.C. (2003). “Does Tourism Granger Causes Economic Growth in Fiji?” *Empirical Economic Letters*, 2 (5), 199-208.
- Nowak, J., Sahlı, M. ve Sgro, P.M. (2004). “Tourism, Trade and Domestic Welfare”, <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>. (Erişim Tarihi: 27 Nisan 2013).
- Oh, C. (2005). “The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy”, *Tourism Management*, 26 (11), 39-44.
- Ongan S. ve Demiröz D.M. (2005). “The Contribution of Tourism to the Long-Run Turkish Economic Growth”, *Ekonomicky Casopis*, 53(9), 880-894.
- Özdemir, A. R.ve Öksüzler, O. (2006). “Türkiye’de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 107-126.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S. ve Sadeghi, S. (2011). “Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR Approach”, *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28-32.



- Sarı, A. (2008). “Parasalıcı Görüşe Göre Türkiye’de Ödemeler Bilançosu Dengesinin Sağlanmasında Otomatik Denkleşme Mekanizmalarının Etkinliği”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 9 (2), 1-12.
- Shan, J. ve Wilson, K. (2001). “Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China”, Applied Economics Letters, 8, 279-283.
- Sequeira, T. N. ve Campos, C. (2005). “International Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach”, The Fondazione Eni Enrico Mattei, Natural Resources Management, November, 1-25.
- Sims, C. A. (1980). “Macroeconomics and Reality”, Econometrica, 48(1), 1-48.
- Skene, J. (1996). “Estimating Tourism’s Economic Contribution”, Australian Tourism and Hospitality Research Conference, Paper , 96.2, Coffs Harbour, Australia, 6-9 February, 1-31.
- Song, H. ve Witt, S. F. (2000). “Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approaches”, Netherlands: Pergamon.
- Song, H., Witt, S. F. ve Jensen, T. C. (2003). “Tourism Forecasting: accuracy of alternative econometric models”, International Journal of Forecasting, 19, 123-141.
- Srinivasan, P., Santhosh P.K. ve Ganesh, L. (2012). “Tourism and Economic Growth in Sri Lanka: An ARDL Bounds Testing Approach”, The Romanian Economic Journal, Year: 15, No:45, September, 211-226.
- Stynes, Daniel J., “Economic Impacts of Tourism”, <https://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf> , 1-19. (Erişim tarihi:10.03.2013).
- Surugiu, C., Frent, C. ve Surugiu, M. (2009). “Tourism And Its Impact Upon The Romanian Economy: An Input-Output Approach”, Analele Stiintifice Ale Universitatii, Alexandru Ioan Cuza Dın Iasi Tomul Lvi Stiinte Economice, 355-376.
- Tarı, R. (2005). Ekonometri, 3. Baskı, Kocaeli Üniversitesi Yayınları, No:172.
- United Nations, (2013). “Sustainable Tourism: Contribution to Economic Growth and Sustainable Development”, United Nations Conference on Trade and Development, Expert Meeting on Tourism’s Contribution to Sustainable Development, 14-15 March, 1-20.
- UNWTO, (2013). World Tourism Barometer, Vol:11, April, 1-5.
- UNWTO, (2012). Tourism Highlights, 2012 Edition, 1-16.
- Webber A. (2001). “Exchange Rate Volatility and Cointegration in Tourism Demand”, Journal of Travel Research, 39.
- World Travel&Tourism Council, (2013). “World Travel&Tourism Economic Impact World”, 1-24.
- Yavuz, N. Ç. (2006). “Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 7 (2), 162-171.
- Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2004). “Tourism and Economic Growth in Turkey”, Ekonomik Yaklaşım, 15, 131-141.
- www.ktbtyatirimisletmeler.gov.tr, (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2013).
- www.tursab.org.tr/tr/istatistikler, (Erişim Tarihi: 30 Nisan 2013).