

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**İşletme Anabilim Dalı
İşletme Bilim Dalı**

**TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİ ETKİLEYEN
RİSK FAKTÖRLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

Utku Baran EKMEN

**Danışman
Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ÖCAL**

İstanbul – 2021

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Utku Baran EKMEN

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Türkiye’de Turizm Gelirlerini Etkileyen Risk Faktörleri

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : İşletme

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 11.08.2021

Sayfa Sayısı : 105

Tez : Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ÖCAL

Danışmanları

Dizin Terimleri : Turizm gelirleri, turizm çeşitleri, birim kök testi, VAR analizi, Granger nedensellik testi, VECM modeli, etki tepki testi

Türkçe Özet : Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen risk faktörlerini turizm geliri, turizm endeksi, reel kur endeksi ve CDS (kredi temerrüt takası değişkenleri kullanılarak birim kök testi, VAR analizi, Granger nedensellik testi, VECM modeli ve etki tepki testi analizi yapılarak sonuçlar paylaşılmıştır.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

İmzası

Utku Baran EKMEN

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

İşletme Anabilim Dalı

İşletme Bilim Dalı

**TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİ ETKİLEYEN
RİSK FAKTÖRLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

Utku Baran EKMEN

Danışman

Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ÖCAL

İstanbul – 2021

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Utku Baran EKMEN

.../.../2021



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Utku Baran EK MEN'in Türkiye'de Turizm gelirlerini etkileyen risk faktörleri adlı tez çalışması, jürimiz tarafından İşletme anabilim dalı, İşletme bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin ÖCAL

(Danışman)

Üye

İmza

Doç. Dr. Kemal ERKİŞİ

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Hülya YILMAZ

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2021

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu amprik çalışmanın amacı CDS primi(kredi temerrüt takası) ve reel efektif döviz kuru (REFE) gibi risk faktörlerinin turizm gelirleri(LNTUG) ve BİST (Borsa İstanbul) Turizm fiyat endeksi(TUE) üzerindeki etkisini araştırmaktır. Yapılan Çalışmada 01.01.2012-31.12.2020 dönemleri arasındaki aylık veriler kullanılmıştır. Analiz, Vektör otoregresyon(VAR), Vektör hata düzeltme(VECM), Granger nedensellik ve etki-tepki teknikleri kullanılarak yapılmıştır. Granger nedensellik testi sonuçları CDS ile TUE, REFE ile TUE, CDS ile LNTUG ve REFE ile LNTUG değişkenleri arasında nedensellik ilişkisi bulunmadığını göstermiştir. VAR ve VECM sonuçları CDS(-2) ile Turizm endeksi ve turizm geliri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermiştir. Benzer şekilde, REFE(-2) ile Turizm endeksi ve turizm geliri arasında da istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermiştir. Fakat VECM sonuçları turizm geliri ile CDS arasında anlamlı negatif bir ilişki göstermiştir. Turizm geliri arttığında Türkiye'nin ekonomik ve politik riskini kapsayan CDS düşmektedir. Çünkü turizm geliri cari açığı azaltacaktır. Turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılacak şekilde çeşitlendirilmesi yönünde master plan yapılması önerilmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin hem hacama oranları hemde seyahat süreleri göz önüne alındığında gençlik turizmine, alt yapı ve saha yetersizliği sıkıntısının olmamasına rağmen ulaşım ve tesis yetersizliğinden dolayı pastadan yeteri kadar pay alamadığı kış turizmine, golf turizmine katılan turistlerin normal turistlere oranla harcaması 3 kat fazla olduğu için golf turizmine yönelmesi turizm gelirlerini arttıracak gibi turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmasını sağlayacaktır. Pay yatırımcılarının BİST Turizm endeksini etkileyen risk faktörlerini yakından takip ederek turizm endeksine bağlı borsa yatırım fonlarını daha aktif yönetmeleri önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Portföy yatırımı, Risk yönetimi, Turizm geliri, BİST(Borsa İstanbul) Turizm fiyat endeksi(XTRZM), Birim kök testi, Vektör otoregresyon(VAR), Vektör hata düzeltme(VECM), Granger nedensellik, Etki-tepki, CDS, Reef efektif döviz kuru

SUMMARY

This study aims to provide empirical insights into how tourism income(LNTUG) and BIST (Borsa İstanbul) Tourism price index(TUE) are affected by risk indicators such as CDS(credit default swap) and real exchange rate index(REFE). Tourism income, BIST(Borsa İstanbul) tourism index, CDS and real exchange rate index have been examined. The monthly data between January 1, 2012 and December 31, 2020 are used. Vector autoregression (VAR), Vector error correction(VECM), Granger causality and impulse response test are employed in the analysis. Granger causality test results have revealed that there are no causality between CDS and TUE, REFE and TUE, CDS and LNTUG, REFE and LNTUG, respectively. VAR and VECM results have revealed that there is not a significant relationship between CDS(-2) and Tourism income, BIST(Borsa İstanbul) Tourism price index, respectively. Besides, that there is not a significant relationship between REFE(-2) and Tourism income, BIST(Borsa İstanbul) Tourism price index, respectively. VECM results have shown a significant negative relationship between tourism income and CDS. CDS, which covers Turkey's economic and political risk, will decrease due to lower current account deficit when tourism income increases. It is recommended to make a master plan to diversify tourism activities throughout the year.

Keywords: Portfolio investment, Risk management, Tourism income, BIST Tourism price index(XTRZM), Unit root test, VAR analysis, Vector error correction(VECM), Granger causality, Impulse response test, CDS, Real exchange rate index

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	v
TABLolar LİSTESİ	vi
GRAFİKLER LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	viii
ÖNSÖZ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TEORİK ÇERÇEVE

1.1. Turizm Tanımı.....	3
1.2. Turizm Sektörünün Gelişimi.....	3
1.3. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	5
1.4. Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler	6
1.4.1. Konaklama İşletmeleri	6
1.4.2. Seyahat İşletmeleri	7
1.4.3. Ulaştırma Hizmetleri	8
1.4.4. Rekreasyon İşletmeleri	8
1.4.5. Yiyecek ve İçecek İşletmeleri	9
1.5. Turizm Sektörünün Türleri	9
1.5.1. Sağlık Turizmi	9
1.5.2 Gençlik Turizmi	10
1.5.3. Kış Turizmi	11
1.5.4. Botanik Turizmi	16
1.5.5. İnanç Turizmi	18
1.5.6. Spor Turizmi	19
1.5.7. Av Turizmi	21
1.5.8. Golf Turizmi	22
1.6. Turizmin Sektörel Özellikleri	23
1.6.1. Arz Yapısı	23
1.6.2. Talep Yapısı	24

1.7. Turizm Sektörünün Ekonomik Olarak İncelenmesi	26
1.8. Turizmin Ekonomiye Etkileri	33
1.8.1. Ödemeler Dengesine ve Ulusal Gelire Etkisi	33
1.8.2. Gelir Yaratıcı Etkisi	36
1.8.3. İstihdam Artırıcı Etkisi	36
1.8.4. Bölgeler Arası Gelişmeye Etkisi	37
1.8.5. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi	37
1.9. Ekonomik Büyüme Tanımı	37
1.10. Turizm Sektörü ve Ekonomik Büyüme	39
1.11. Ekonomik Büyüme Etkileyen Faktörler	40

İKİNCİ BÖLÜM

AMPİRİK LİTERATÜR

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

METEDOLOJİ VE YÖNTEM

3.1 Veri	55
3.2 Modelin oluşturulması	56
3.3 Durağanlık Kavramı	57
3.4 Birim Kök	58
3.5 VAR Gecikme Sayısı Belirleme	59
3.6 Johansen Eşbütünlük	59
3.7 Granger Nedensellik	61
3.8 Etki Tepki Analizi	62

BÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1 Veri Seti ve Yöntem	63
4.2 Risk faktörlerinin turizm endeksi ve turizm gelirleri üzerine etkisi: Ampirik uygulama ..	64
SONUÇLAR	79
KAYNAKÇA	82

KISALTMALAR

- UNWTO** : Birleşmiş milletler dünya turizm örgütü
- TURSAB** : Türkiye seyahat acentaları birliği
- MAK** : Merkez av komisyonu
- GSYİH** : Gayri safi yurt içi hasıla (GSYH)
- WTTC** : World travel and tourism council (Dünya Seyahat ve Turizm
Konseyi)
- GSMH** : Gayri Safi milli hasıla
- CDS** : credit default swap (kredi temerrüt takası)
- XTRZM** : Turizm endeksi

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Avrupa Kış turizmi	13
Tablo 2. Türkiye kış turizm kapasite	14
Tablo 3. Botanik bahçe	17
Tablo 4. Ülkelere göre turist sayısı Avrupa sıralaması	29
Tablo 5. Ülkelere göre turizm geliri Avrupa sıralaması	30
Tablo 6 Ülkelere göre gelen turist sayısı dünya sıralaması	30
Tablo 7 Ülkelere göre turizm gelirleri dünya sıralaması	31
Tablo 8 Dünya turizminde yıllara göre Türkiye'nin sıralaması	32
Tablo 9 Yıllara göre turizm gelirleri ve ortalama harcama	34
Tablo 10 Milliyetlerine göre gelen yabancı ziyaretçiler	35
Tablo 11 Ekonomik Büyümeyle İlgili Kavramlar	38
Tablo 12 Modelde Yer Alan Değişken İsimleri	63
Tablo 13 Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler	64
Tablo 14 Değişkenlere İlişkin VIF Değerleri	65
Tablo 15 Korelasyon Matrisi	65
Tablo 16 ADF Birim Kök Test Sonuçları	66
Tablo 17 Gecikme Uzunluğu Belirlenmesi	67
Tablo 18 VAR Model Sonuçları	68
Tablo 19 Eşbütünleşme Test Sonuçları	69
Tablo 20 Granger Nedensellik Test Sonuçları.....	70
Tablo 21 Vektör hata düzeltme modeli (VECM) analiz sonuçları	72

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1 CDS Değişkeninin Turizm gelirleri ve endeksi Üzerindeki Etki- Tepki Analiz ... 75

Grafik 2 Reel Efektif Döviz Kurunun T. Gelirleri ve Endeksi Üzerindeki Etki- Tepki Analiz ..76



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Spor Turizmi çeşitleri	20
Şekil 2 Turizm Talep Yapısı ve Süreci	25
Şekil 3 Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi	27



ÖNSÖZ

Bu günlere gelmemdeki tüm emek, sabır ve desteklerinden ötürü sevgili aileme, her konuda desteklerini esirgemeyen sevgili dostlarıma, sevgilerimi sunarım. Yüksek lisans öğrenimine başladığım günden bu güne kadarki süreçte üzerimde emeği olan sevgili akademisyen hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca bilgi ve deneyimleriyle tez çalışmama yön veren çalışmamın daha iyi olması yolunda telkinlerde bulunan ve çalışmama yaptığı katkılarından dolayı çok değerli sayın Dr.Öğr.Üyesi Hüseyin ÖCAL'a sonsuz teşekkürlerimi iletirim.



GİRİŞ

Turizm dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinin başında gelmektedir. Dünyadaki teknolojinin gelişmesi ulaşımdaki gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Böylece uzak destinasyonlara da ulaşım imkânı doğmuş ve turizm için yeni bir çağın başlangıcı olmuştur. Teknolojideki gelişmelerle internet kullanımı artmış ve insanların bilmedikleri yerler konusunda fikir sahibi olmasının yolu açılmıştır. Yine internet kullanımı ülkelerin kendilerini pazarlamasının önü açılmıştır. Ulaşımdaki gelişmeler akabinde büyük bir seyahat çılgınlığının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dünya turizm örgütünün verilerine göre dünyadaki toplam seyahat edenlerin sayısı bir milyarı geçmiştir. (www.tursab.org)

Tüm bu gelişmelerin ışığında turizm ekonomiler için önemli ve kuvvetli bir sektör haline gelmiştir. Turizm ekonomilerin büyümesinde bir etken olmaya başlamıştır (Durbarry, 2004, s. 389-391). Ülkelere döviz gidisi sağladığı için dış ticaret açığının kapatılmasında turizm ekonomilere büyük katkılar sunmuştur (Altner,2019) Turizmin gerek ekonomiye gerekse istihdama katkısı ülkelerin turizme olan yatırımlarını arttırmıştır. Bu durum Türkiye içinde geçerlidir. Türkiye jeopolitik konum, iklim olarak ve turizm imkânları olarak bir turizm cennetidir. Bu imkânları ne ölçüde kullanılabildiği ve bu durumun ekonomiye olan yansıması çalışmanın ana hattı olmuştur. Yapılan çalışmada ekonometrik analizlerle turizm gelirlerini etkileyen risk faktörlerini ewiews ve stata programları yardımıyla ortaya koymaya çalışacağım.

Yapılan çalışmanın amacı Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen risk faktörlerinin yapılan analizlere ortaya konulmasıdır. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır ilk bölümde teorik çerçeve kapsamında turizmin tanımı, özellikleri sektörel gelişimi, turizmde faaliyet gösteren işletmeler, turizm çeşitleri ve turizmin sektörel özellikleri ana hatlarıyla açıklanmıştır. Türkiye’nin turizm gelirleri, Türkiye’nin dünyadaki ve Avrupa’daki turizm sıralaması açıklanmıştır.

İkinci bölümde yapılan literatür taramaları paylaşılmıştır. Yapılan ekonometrik analizlerin yöntemleri ve sonuçları paylaşılmıştır.

Çalışmanın üçüncü ve dördüncü bölümünde ise analiz kısmı yer almaktadır. İlk olarak kullanılan yöntemlerin tanımı yapılmıştır. Yapılan çalışmada turizm gelirleri, turizm endeksi, CDS ve reel kur endeksi verileri kullanılarak birim kök, Granger

nedensellik testleri, VAR analizi Vektör hata düzeltme modeli (VECM) ve etki tepki analiz sonuçları paylaşılmıştır. Bağımlı bağımsız değişkenler belirtilmiştir. Tüm değişkenlerin açıklamasına yer verilmiştir. Tüm değişkenler arasındaki ilişkiler açıklanmış ve ortaya çıkan sonuçlar paylaşılmıştır. Değişkenlerin % 1'lik artışlarının değişkenler arasında nasıl bir etki yaptığı analiz sonuçlarına göre yapılan yorumlar paylaşılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

TEORİK ÇERÇEVE

1.1. Turizm Tanımı

Turizm; tanımak, eğlenmek, görmek, dinlenmek vb. gibi amaçlarla yapılan geziler olarak adlandırılmaktadır. Bir bölgeye veya bir ülkeye turist gelebilmesi için o bölgenin veya ülkenin kendine has kültürleri aynı zamanda doğal zenginliklerinin olması gerekmektedir. Turizm, bir kişinin bulunduğu yerden başka bir yere seyahat etmesi olarak adlandırılmaktadır. Bu seyahatler bireysel anlamda veya grup eşliğinde gerçekleşebilir. Turizm, kazanç sağlama amaçlı veya ticari faaliyetler gütmeyen konaklama ve gezi türleri olarak bilinmektedir. Turizm sosyal bir faaliyet olarak adlandırılmaktadır (Dolmacı ve Bulgan, 2013, s. 48).

Turizmi faaliyet olarak sürekli olarak kalınmayacak ve gelir sağlayacak her hangi bir aktivite olmaksızın kişinin geçici süre konakladıkları aktivitelerin tamamı olarak tanımlaya biliriz.

Turizmin doğmasına neden olan olayları şu şekilde sıralaya biliriz. (Yağcı, 2003, s.12).

- ✓ Kişilerin dinlenme ve eğlenme isteklerini gerçekleştirdikleri aktiviteler
- ✓ Sağlık veya hava değişimi gibi nedenlerle seyahat etmeler
- ✓ Sanat, spor ve kültürel etkinliklerin tamamı
- ✓ Araştırma ve inceleme amacıyla yapılan seyahatler
- ✓ İnsanlarca kutsal sayılan mekanların ziyaretleri
- ✓ Kongre veya toplantılar vb. etkinliklere katılım
- ✓ İş amacıyla yapılan seyahatler

1.2. Turizm Sektörünün Gelişimi

İnsanlık tarihinden bu yana insanlar çeşitli amaçlarla seyahat etmektedirler. Sümerler tarafından M.Ö. 3500 yılında tekerleğin icat edilmesinden bu yana

seyahatlerin hız kazandığını söylememiz mümkündür. Tarihsel olarak ele aldığımızda ilk yiyecek alış verişlerinin takas yoluyla başlamasını da aynı yıllara denk geldiği görölmektedir. Tüm bu gelişmeler akabinde yol kenarında konaklama tesisleri kurulmasının da önu açılmış böylece konaklama tesislerinin günümüze kadar gelen serüveni başlamıştır. (Goeldner ve Ritchie, 2006; Bhatia, 2002).

M.Ö. 7000 yılında eski yunan imparatorluğunun başlattığı olimpiyat oyunları dünya turizm tarihi için önemli bir olay olarak kabul edilir. (Bhatia, 2002)

Hristiyanlık döneminde Romalılar yol boyunca kurdukları hanlarla ve tavernalara seyahat edenlerin yeme-içme, konaklama tarzı ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Böylece seyahatlerin gelişmesinde bir dönüm noktasına girilmiş ve seyahatlerin gelişmesinde büyük katkıları olmuştur. (Page, 2007, s.31).

Ticaretin gelişmesi ipek yolunun canlanmasını beraberinde getirmiştir. Yol boyunca yeme-içme konaklama yerleri kurulmuştur. Gelişen teknolojiyle beraber buhar gücünün ulaştırma araçlarında kullanılmaya başlamasıyla seyahat süreleri kısalmış bununla birlikte seyahat sayısında artış meydana gelmiştir. Sanayileşme akabinde turizm canlanmış ve turizmde artış meydana gelmiştir. (Lickorish ve Jenkins, 1997, s.10-11).

1960'lardan sonra dünya turizminde büyük bir artış meydana gelmiştir. Günümüzde gelişmekte olan turizm ölkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. (UNWTO,2019)

Turizm sektörü, geçmiş dönemden günümüze kadar oldukça fazla ilgili duyulan aynı zamanda en fazla gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Son zamanlarda gelişim gösteren olanaklar ve turizmin ekonomiye olan katkısının artması, turizm sektörünün gelişmesini olumlu yönde ilerleten unsurlar olarak bilinmektedir (Yıldız, 2011, s. 54).

Turizmin birden çok sektörle olan ilişkisi; turizmin gelişimini de olumlu yönde etkileyen unsurlar olarak bilinmektedir. Turizm sektörünün kendine has belli başlı özellikleri de bulunmaktadır. Turizm sektörünün ölkelere ekonomik anlamda çeşitli katkıları sunduğu da görölmüştür. Dünya'da küreselleşme sonucunda yaşanan çeşitli gelişmeler, turizm sektörünün hızlı gelişim göstermesinde de etki sağlamıştır. Turizm sektörü; sosyal, çevresel, ekonomik ve teknolojik gelişmeler sonucunda ilerleme ve gelişim göstermiştir (Kuşat, 2011, s. 115).

Gelişim göstermiş veya gelişmekte olan ülkeler, turizm sektörüne çok fazla önem vermektedir. Bu durum turizm sektörünün daha fazla gelişmesini ve yayılmasını sağlamıştır. Küresel anlamda bir iş niteliği taşıması, turizm sektörünün gelişim göstermesinde önemli rol oynayan başka bir etken olarak bilinmektedir. Uluslararası ve ulusal anlamda ekonomileri canlandıran ve harekete geçiren, farklı endüstrilerden daha fazla hızlı büyüme aynı zamanda gelişim gösteren turizm sektörü, son dönemlerin en iyi gelişim kaydeden sektörleri olarak değerlendirilmektedir. Bahsedilen bu durumlar turizm sektörünü tüm dünyada önemli bir noktaya getirmektedir (Cankül, Erbaş ve Temizkan, 2017, s. 1816).

1.3. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörünün kendine has özelliklerinin olması, bu özellikleri içinde barındırır olması, turizm sektörünü diğer sektörlerden ve endüstrilerden ayrı duruma düşürmektedir. Sektörün sürekli gelişim göstermesi çeşitli özellikleri de beraberinde getirmektedir. Bu özellikleri sıralamak gerekirse (Kılıçbey, 2017, s. 72);

✓ Yatırım oranı durumu yüksek olan bir sektördür,
✓ Genellikle hizmet üretimi yapılmaktadır aynı zamanda sunum gerçekleştirilmektedir,

- ✓ Turizm ürünleri heterojen özelliklere sahiptir,
- ✓ Turizm ürünleri soyut özelliği bünyesinde barındırmaktadır,
- ✓ Emek ve iş gücü yoğun olan bir sektördür,
- ✓ Turizm arzı uzun süre zarfında arttırılmaktadır,
- ✓ Eşzamanlı üretim ve tüketim gerçekleşmektedir,
- ✓ Kalite ve kontrol problemleri yaşanmaktadır,
- ✓ Tercih yapılırken tüketiciler arasında farklı istekler oluşur.

1.4. Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler

1.4.1. Konaklama İşletmeleri

Turizm sektöründe işletmeler açısından en fazla tercih edilen işletme türü, konaklama işletmeleri olarak bilinmektedir. Seyahat gerçekleştiren kişiler hiç bilgi sahibi olmadıkları ülkelerde konaklama ile ilgili bir problem yaşamak istememektedirler. Bu nedenle, hizmetlerin alınması gidilecek yere gitmeden önce gerçekleşmektedir ve direkt satın alınarak istenilen konaklama ihtiyacı karşılanmaktadır (Aktaş, 2005, s. 166).

Türkiye’de bu sektörde hizmet sağlayan birden fazla konaklama işletmesi bulunmaktadır. Konaklama işletmeleri kendi bünyesinde çeşitli sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Konaklama işletmeleri hizmet verdikleri insanlara yeme, içme, konaklama, dinlenme ve eğlenme gibi çeşitli ihtiyaçların karşılanmasında hizmet sağlamaktadır (Çoban ve Özcan, 2013, s. 17).

Başlıca konaklama işletmelerini şu şekilde sıralaya biliriz;

Otel: İnsanların konaklama ihtiyacının karşılandığı işletmelerdir. Ayrıca rekreasyon , yeme içme vb. gibi hizmetleri de içinde barındırır. Olanaklarına göre yıldız sayısı belirlendiği için insanlar kendi belirlediği kriterlere göre otel seçimini yaparlar.

Tatil köyü: Maksimum üç katlı yapılardan oluşur. Doğa içinde geniş bir alana kurulu yerlerdir. İçinde otel ve villalar barındırabilir. Müşterilerine çeşitli rekreasyon ve animasyon hizmetleri de sunar.

Motel: Şehirler arası yollarda yol kenarlarında ve çevresinde bulunan misafirlerine yeme-içme vb. imkanları da sunan işletmelerdir.

Apartment otel: Misafirlerin yeme-içme başta olmak üzere tüm temel ihtiyaçlarını kendi tarafından karşıladıkları konut, apartman yada villa tipi yerlerde konaklanan yerlerdir.

Hostel: Otel, pansiyon vb. işletmelere göre çok daha mütevazı bir fiyat politikasıyla sadece temel gereksinimlerin karşılandığı çok yataklı odalar gibi ortak kullanımlı alanlara sahip olup ortak banyo vs. gibi minimum düzeyde hizmet sunan yerlerdir.

1.4.2. Seyahat İşletmeleri

Tatil yapacak bireyler sektörde güven duygusunu sağlamış çeşitli acentaları tercih etmektedir. Seyahat işletmelerinin en temel amacı; turistik gezi yapmak isteyen kişilerle bu hizmeti sunan işletmeleri aynı ortamda bir araya getirmektir. Türkiye’de son zamanlarda sıklıkla günü birlik fiyatlarla çeşitli geziler düzenlenmektedir. Turizm alanında geniş bir yelpaze de hizmet sağlayan seyahat acentalarına sahiptir (Olçay ve Özkan, 2018, s. 43).

Seyahat sektörü için makro ve mikro seviyede aracılardan söz etmek mümkündür. Bu tabirleri aracı firmaların organizasyondaki faaliyet alanlarına ve ulaştığı ziyaretçi sayısına göre açıklayabiliriz. Küçük bir faaliyet alanına sahip yerel bir seyahat acentesi için mikro aracı diye biliriz. Aracılık yaptığı kişi sayısı çok düşüktür. Uluslararası alanda organizasyonu olan büyük tur operatörlerine ise makro aracı diye biliriz. Organizasyonda ulaştığı kişi sayıları bazen milyonlara ulaşabilir. Konaklama tesislerinin seyahat sektöründeki araçılara olan gereksinim ve bağlılığı gözle görülen bir gerçektir. Konaklama tesislerinin dağıtım sektöründeki araçılara olan bağı çok kuvvetlidir. Seyahat sektöründe dağıtım sistemi araçılarını sıralamak gerekirse;

- ✓ Sektöre dağıtım işlevini doğrudan üstlenen araçılar
 - Tur operatörleri
 - Seyahat acentaları
 - Otel satış temsilcileri
 - Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri
 - Toplantı organizatörleri

- ✓ Sektöre dağıtım işlevini dolaylı olarak aracılık üstlenen organizasyonlar
 - Endüstriyel işletmelerin seyahat yöneticileri
 - Uzman hizmet sağlayıcıları
 - İnternet
 - Hava yolu şirketleri
 - Araç kiralama şirketleri
 - Turizm enformasyon ofisleri

1.4.3. Ulaştırma Hizmetleri

Turizm sektöründe hareketli ve dinamik bir yapıya hakim olan ulaştırma hizmetleri, turizm sektöründe aktif rol oynayan müşterilerin sıklıkla tercih ettiği işletmeler olarak bilinmektedir. Konaklanacak işletmelerin kolay ulaşım alanlarına sahip olması, diğer işletmeler arasında ön plana çıkmasına yardımcı olacaktır. Bu sebeple turizm faaliyetlerinin gelişim göstermesinde karayolu, deniz yolu, demir yolu ve hava yolu gibi birden farklı ulaşım imkanları sunmaktadır (Ünüvar, 2008, s. 9)

1.4.4. Rekreasyon İşletmeleri

Rekreasyon işletmeleri, turizm faaliyetlerinin arka yüzünde görünen ve en fazla müşteri portföyüne sahip olan işletmeler arasında yer almaktadır. Rekreasyon işletmelerinin temel amacı; turistlerin hem boş zamanlarını değerlendirmek hem de hoş vakit geçirebilmeleri için çeşitli aktiviteler ve eğlenceler düzenlemektir. Bahsedilen bu işletmelerin turizm sektörüne çok fazla katkısı bulunmaktadır (Kızılırmak ve Ertuğrul, 2012, s. 38).

Rekreasyon işletmelerini şu şekilde sınıflandıra biliriz;
(www.mesutozdemir.org)

- ✓ Spor amacı güden işletmeler
 - Spor salonları
 - Yüzme havuzları
 - Stadyumlar
 - Halı sahalar
 - Sokak spor alanları
- ✓ Kültürel etkinlik ve sanatsal etkinlik amacı güden işletmeler
 - Konser alanları
 - Tiyatro ve sinema salonları
 - Müzeler
 - Sanat galerileri
 - Sergi salonları
 - Tarihi eserler
 - Sit alanları
 - Meydanlar

- Belediyelerce belirlenen şenlik alanları
- ✓ Kapsam olarak doğa ve çevre etkinliklerini içeren işletmeler
 - Milli parklar
 - Kumsallar
 - Tabiat parkları
 - Irmaklar
 - Göller
 - Dağlar
- ✓ Sosyalleşme amacı güden rekreasyon işletmeleri
 - Belediye parkları
 - Oyun parkları
 - Marinalar ve limanlar
 - Hayvanat bahçeleri
- ✓ Eğitim amacı güden işletmeler
 - Kütüphaneler
 - Halk eğitim merkezleri
 - Gençlik merkezleri

1.4.5. Yiyecek ve İçecek İşletmeleri

Yiyecek ve içecek işletmeleri turizm sektörünün en başında gelmektedir. Özellikle konaklama sağlayan işletmelerde başrol oynamaktadır. 3 yıldızlı otellerden itibaren çoğu işletme bünyesinde yeme ve içme zorunluluğuna sahiptir. Bu zorunluluk yasal anlamda da varlığını sürdürmektedir (Selçuk, 2011, s. 36).

1.5. Turizm Sektörünün Türleri

1.5.1. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi son zamanlarda gelişim göstermesiyle birçok alanda müşterileri kendisine çekmektedir. Sağlık turizmi tedavi amacı ile bir yerden başka bir yere seyahat edilme olarak tanımlanmaktadır. Bu doğrultuda kişilerin çeşitli istekleri dahilinde, bahsedilen bu turizm faaliyeti hayata geçirilmektedir. Her bireyin farklı bir gerekesinim ile gelmesinden dolayı sağlık kurumlarının da ulusal anlamda gelişme göstermesine neden olmaktadır (Özdemir, 2011, s. 8).

Sanayileşme ve kentleşmeyle birlikte ortaya çıkan sorunların insanların sağlığı üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı görülmektedir. Bu durum insanların sağlık hizmetlerini almak amacıyla yaşadıkları yerden başka bir yere ziyaret etmeleriyle sonuçlanmaktadır. Sağlık turizmini 4 temel başlık altında sınıflandıra biliriz. (shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf)

- ✓ Temel sağlık turizmi
- ✓ Medikal turizm
- ✓ Yaşlı turizmi
- ✓ Engelli turizmi

Sağlık bakanlığınca yapılan uluslararası hasta sınıflamasında turist çeşitleri için şu tabirleri yer verilmiştir. (www.saglik.gov.tr)

- ✓ Sağlık hizmeti almak amacıyla kaldığı yerden başka bir yere seyahat eden kişilere “medikal turist”
- ✓ Tatil amacıyla seyahat ettikleri yerlerde planlanmayan sağlık problemiyle karşılaşan ve sağlık hizmeti almak zorunda kalan kişilere “hizmet alan hasta”
- ✓ Sağlık bakanlığı tarafından çeşitli ülkelerle yapılmış olan sağlık ile ilgili ikili anlaşmalar dolayısıyla Türkiye’ye gelen kişilere “sağlık alanında ikili anlaşmalı ülkelerden gelen hasta”
- ✓ Sosyal güvenlik kuruluşları vasıtasıyla kurumlar arası yapılan anlaşma dolayısıyla karşılıklı sağlık hizmetleri imkânlarından faydalanmak amacıyla Türkiye’ye seyahat eden kişilere “sosyal güvenlik kurumuyla anlaşmalı ülkelerden gelen hasta” denilmektedir.

Medikal, termal sağlık, yaşlı ve engelli olarak dört temel başlık altında sıraladığımız sağlık turizminde dört branşta da hizmet verebilen ülkeler sınırlıdır. Türkiye dört branşta da hizmet verebilen ülkelerdendir.

1.5.2. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi; eğlenmeyi, hareket etmeyi ve macerayı seven, 15 ile 24 yaş grubu bireylerin katılmış oldukları turizm çeşidi olarak bilinmektedir. Turistik faaliyetlere katılımları fazla olan gençler bununla beraber değişime de oldukça açıktır. Gençlik turizmi, son zamanlarda git gide yaygın hale gelen turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır (Hayta, 2008, s. 32).

Gençlik turizmi gençlerin, kişisel gelişimlerini tamamlamada, sosyal ilişkilerini arttırmada ve yeni yerleri gezip kültür sahibi olmalarında önemli rol oynamaktadır. Devlet ve özel sektör gençlere hitap edecek çeşitli geziler düzenlemektedir. Bu geziler planlanırken, gençlerin bütçesine göre ekonomik koşullarda düzenlemeler yapılmaktadır (Köroğlu ve Güleç, 2008, s. 41).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) 2018 gençlik turizmi raporuna göre 2018 yılında Türkiye'ye 36.7 milyon yabancı turist gelmiştir. Yaşları 7 ile 27 arasında değişenlerin sayısı ise 10 milyona ulaşmıştır. Ayrıca yurt içi yapılan seyahatlerin %25'ini de genç turistlerin oluşturduğuna değinilmiştir. Bu rapor gençlik turizminin Türkiye için ne kadar önemli olduğunu gençlerin pastadaki payının azımsanamayacak büyüklükte olduğunu göstermektedir (www.tursab.org). Birleşmiş milletler dünya turizm örgütü (UNWTO)'nün açıklamış olduğu verilere göre ise dünya genelindeki genç turist oranı %20'dir. Dünya turizm örgütü genç turist tanımını 15 ila 35 yaş arasındaki insanlar için kullanmaktadır. Ayrıca gençlerin yarısının 1000 euro ve üzeri harcadıklarını raporlamışlardır. Seyahat sürelerini ise ortalama 46 gün olarak belirtmişlerdir (UNWTO,2019). Bu tüm turist ortalamalarını üzerinde bir rakamdır. Tüm bu verileri göz önüne aldığımızda gençlik turizminin ne kadar önemli olduğunu görmekteyiz. Türkiye'nin 2023 turizm hedefine baktığımızda 50 milyon turist ve 50 milyar dolar gelir hedeflendiğini görmekteyiz. Dünya turizm örgütü verilerine göre gençlerin yarısının 1000 euro ve üzeri harcadığını göz önüne alırsak gençlerin bu hedefe ulaşmamızda ne kadar önemli bir yeri olduğunu görmekteyiz. Tüm bunları göz önüne alarak Türkiye'nin gençlik turizm konusunda önemli atılımlar yaptığını bilsek Türkiye'nin gençlik turizm merkezi olması için önemli çalışmalar yapması elzemdir.

1.5.3. Kış Turizmi

Kış turizmi; genellikle karla kaplı ve dağlık bölgelerde yapılan turizm çeşidi olarak bilinmektedir. Bu turizm türünde spor dalları da ağırlıklı olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Kış turizminin merkezinde kayak sporları ve aktiviteleri yer almaktadır. Bu faaliyetleri gerçekleştirebilmek adına yapılan turizm türüne kış turizmi adı verilmektedir. Genellikle bu turizm türünde, konaklama durumları meydana gelmektedir (Çelik, 2018, s. 22).

Sadece kayak aktiviteleri ve sporları değil, aynı zamanda hem doğa gezintisi yapmak isteyen insanlar hem de temiz hava almak isteyen insanlar kış turizmini tercih

etmektedir. İnsanların ruhen ve bedenen rahatladığı bir turizm sektörü olarak bilinmektedir (Kaya, 2018, s.15-16).

Kış turizmi etkinliklerini sıralamak gerekirse

- ✓ Snowboard (kar sörfü)
- ✓ Kar kızıağı
- ✓ Buz pateni
- ✓ Alp disiplini
- ✓ Kar motoru
- ✓ Telesiyej ve teleferikle yapılan gizler
- ✓ Helikopter kayağı
- ✓ Kış turizmi merkezindeki toplu etkinlik ve festivaller

Türkiye’de her yıl geleneksel olarak düzenlenen kış festivalleri vardır. Bunlar;

- ✓ Whitefest
- ✓ Uludağ müzik festivali
- ✓ Ayder kış festivali

Türkiye’de pek çok kış turizm alanı olmasına ve iklimi el vermesine rağmen maalesef kış turizmi alanında çok başarılı değildir. (Doğanay, H, vd.2013) Kış turizmi konusunda gayet elverişli alanlarıyla dikkat çeken bir ülke olmasına rağmen ve alt yapı ve saha yetersizliği sıkıntısı olmamasına rağmen Türkiye’nin kış turizm merkezlerinin gelişimi çok yavaştır. Bu durumu turizm politikasının kış turizmine yönelmemesine bağlaya biliriz. Ne yazık ki kış turizmin merkezlerine ulaşım yetersizliği had safhadadır. Aynı zamanda bu merkezlerin alt yapı ve üst yapı gibi eksiklikleri mevcuttur. (Yücel, 2001)

Türkiye, Toros ve Kuzey Anadolu dağları kuşağında yer almaktadır. Bu kuşak Alp dağlarını Himalayalara ulaştırır. Kış turizmi için bu kuşak çok elverişli alanlara sahip olmasına rağmen, bu potansiyel uzun yıllar değerlendirilememiştir. (Doğanay, 2013, s.130)

Ayrıca dünyadaki kış turizm verilerine baktığımızda Türkiye’nin çok ilerisinde olduğunu söyleye biliriz. Sadece Alplerle bile karşılaştırma yaptığımızda Türkiye’nin kış turizmine yönelimindeki eksiklikleri göre biliriz. Türkiye’nin sahip olduğu potansiyelde göz önünde bulundurulduğunda hem turizmin gelişmesi hem alternatif biz turizm zemini olması açısından Türkiye’nin kış turizmine gerekli önemi vermesi

gerekmektedir. Aşağıdaki tablolarda Alpler başta olmak üzere batı Avrupa ülkelerinin kış turizm alanlarıyla Türkiye'nin karşılaştırmasını yapabiliriz. Tablolara baktığımızda Türkiye'nin ne kadar geride olduğunu görebiliriz.

Tablo 1: Avrupa kış turizm tablosu

BÖLGELER	ÜLKELER	KAYAK ALANLARI	ORTALAMA KAYAK ZİYARETÇİ SAYISI
ALPLER	Avusturya	253	52.540.600
	Fransa	317	52.809.000
	İtalya	349	27.749.000
	Lihtenştayn	1	90.000
	Slovenya	44	1.212.000
	İsviçre	186	22.769.000
BATI AVRUPA	Andora	3	2.224.000
	Belçika	7	100.000
	Danimarka	5	50.000
	Finlandiya	76	2.546.000
	Almanya	498	9.153.000
	İzlanda	13	177.000
	Norveç	213	7.550.000
	Portekiz	1	50.000
İspanya	İspanya	32	5.151.000
	İsveç	228	9.300.000
	İngiltere	10	159.000

Kaynak: (International Report On Snow & Mountain Tourism 2020 April)

Tablo 2: Türkiye kış turizm tablosu

NO	TM/KTKGB	PLAN DURUMU		YATAK KAPASİTESİ		MEVCUT TESİSLER		MEKANİK
		Ç DP	NİP/ UİP	Mevcut	Hedef	Adet	Kapasite (kişi/saat)	Uzunluk (m)
1	Erzurum palan dökken KTKGB	var	var	2.466	8.850	19	24.563	22.018
2	Bursa Uludağ 2. Gelişim bölgesi KTKGB	var	var	2.250	3.500	22	15.000	16.145
3	Bolu köroğlu dağı KTKGB	var	var	1.713	4.000	14	10.000	10.380
4	Kayseri Erciyes KTKGB	var	var	1.072	6.000	13	19.300	21.832
5	Kastamonu çankırı ılgaz KTKGB	var	var	1.217	1.300	6	5.639	5.983
6	Kars sarıkamış KTKGB	var	var	1.013	12.000	4	5.348	6.263
7	Kocaeli kartepe KTKGB	var		800	1.000	4	6.400	3.250
8	Isparta davraz dağı KTKGB	var	var	467	1.600	4	3.800	3.621
9	Sivas yıldız dağı KTKGB	var	var	110	1.600	3	3.000	4.547
10	Çankırı ılgaz kadın çayırı KTKGB		var	80	400	1	1.200	1.588
11	Ardahan yalnızçam uğurludağ KTKGB	var	var	74	4.250	3	2.800	5.250
12	Bayburt kop dağı KTKGB	var	var	60	810	1	600	1.220
13	Gümüşhane zigana KTKGB	var	var	40	470	1	843	661
14	Erzincan ergan dağı KTKGB	var	var		8.000	3	3.450	6.970
15	Denizli tavas bozdağ KTKGB	var	var		2.250	3	2.400	3.822
16	Samsun ladik akdağ KTKGB		var		800	1	800	1.360
17	Aksaray hasan dağı KTKGB	var	var	97	1.235			
18	Mersin tarsus gülek karboğazı	var			8.000			
19	Gümüşhane çakırgöl KTKGB	var	var		5.600			
20	Antalya Alanya akdağ KTKGB	var	var		3.000			

21	Muğla eren dağı KTKGB	var			1.500			
22	Gümüşhane süleymaniye KTKGB	var			1.180			
23	Artvin kafkasör KTKGB	var	var		2.000			
24	Düzce gölyaka kardüz yaylası KTKGB	var	var		380			
25	Malatya hekimhan yamadağı KTKGB	var						
26	Rize ikizdere ovit dağı KTKGB							
27	Antalya akseki göktepe KTKGB	var	var		450			
28	Bitlis sapgör kış sporları TM							
29	Konya derbent aladağ KTKGB	var						
	TOPLAM	25	21	11.459	80.175	102	105.143	114.907
	FAAL OLAN TURİZM MERKEZLERİMİZ (9 ADET)							
	TAM ANLAMIYLA FAAL OLMAYAN MERKEZLERİMİZ (7 ADET)							

Kaynak: Dünya’da Kış Turizmi Merkezleri – 1 (International Report On Snow & Mountain Tourism 2020 April) ve kültür turizm bakanlığı (www.ktb.gov.tr)

1.5.4. Botanik Turizmi

Botanik turizm faaliyeti çoğunlukla keyifli yürüyüşler içeren ve dinlendirici özellikleri bulunan turizm türüdür. Doğayla iç içe olmak, ağaçları, çiçekleri incelemek botanik turizmin temel yapı taşlarından bazılarıdır. Doğada vakit geçirerek yorgunluklarını ve streslerini atmak isteyen turistlerin bir numaralı tercihi olarak bilinmektedir (Buldukoğlu, 2014, s. 27).

Botanik turizmi aktivitelerini sıralamamız gerekirse;

- ✓ Bisikletle yapılan geziler
- ✓ Doğa fotoğrafçılığı
- ✓ Kamp ve piknik aktiviteleri
- ✓ Trekking (doğa yürüyüşü)
- ✓ Bitki türü gözlemleri

Türkiye farklı iklim örtülerine sahip olduğu için bitki zenginliği konusunda oldukça ilerdedir. Türkiye’de toplam 12006 bitki taksonu bulunmaktadır. Bunlardan 3778 tanesi endemik bitkilerdir. Türkiye’de bulunan bazı önemli botanik bahçeleri aşağıda sıralanmıştır (www.geziseyahat365.com).

- ✓ Nezahat Gökyiğit Botanik Bahçesi (Ataşehir/İstanbul),
- ✓ Ata Botanik Bahçesi (Yakutiye/Erzurum),
- ✓ Bursa Botanik Parkı (Osmangazi/Bursa),
- ✓ Karaca Arboretumu (Merkez/Yalova),
- ✓ İstanbul Üniversitesi Fen Fakültesi Alfred Heilbronn Botanik Bahçesi (Fatih/İstanbul).

İstanbul fatih’te bulunan Alfred Heilbronn botanik bahçesi Türkiye’nin ilk botanik bahçesidir.

Botanik turizmi farklı bir çok turizm dalının da ortaya çıkmasına ve gelişmesine vesile olmuştur. Rönesans döneminden sonra Avrupa da botanik turizmi önem kazanmış ve gelişmiştir. Dünyada dikkat çeken bazı botanik bahçeleri aşağıdadır.

- ✓ Berlin botanik bahçesi ve Berlin botanik müzesi
- ✓ New York botanik müzesi
- ✓ Kraliyet botanik bahçeleri
- ✓ Montreal botanik bahçesi

- ✓ Singapur botanik bahçeleri
- ✓ Kirstenbosch botanik bahçeleri

Kirstenbosch botanik bahçesi bu alanda dünyanın ilk botanik bahçesidir. Botanik turizminin dünyadaki istatistiki verilerini aşağıdaki tabloda görebiliriz

Tablo 3: Botanik bahçe tablosu

ÜLKE	BOTANİK SAYISI	BAHÇE	YILLIK ZİYARETÇİ SAYISI (MİLYON)
Birleşik Krallık	199		31,1
İtalya	120		8
Kanada	119		27
Almanya	109		37
Fransa	96		2,5
Hollanda	48		0,8
Avusturya	22		3

Kaynak: ITB, 2014; BGCI, 2016b

1.5.5. İnanç Turizmi

İnanç turizmi; insanların kutsal bölgeler olarak gördükleri yerleri ziyaret etmesi sonucu oluşmaktadır. Bireylerin dini ihtiyaçlarını karşılama ve dini bölgeleri ziyaret etme isteğini yerine getirmesi, inanç turizmi olarak adlandırılmaktadır. İnanç turizmi, turistlere keyifli bir seyahatin dışında herhangi bir inançla ilgili kültür ve tarih keyfini de yaşatmaktadır. İnanç turizmi kişinin ruhsal ve fiziksel durumlarını da etkilemektedir (Dikici ve Sağır, 2012, s. 36).

Kişilerin inanç turizmine katılım sağlamasının amaçlarını sıralamak gerekirse; (Güzel, 2010, s. 90).

- ✓ Hac vazifesini tamamlayarak manevi huzura ermek,
- ✓ Kendisiyle aynı dini yaşayan insanlarla tanışma,
- ✓ Dini görevlerini yerine getirme arzusu,
- ✓ Bağlı oldukları dinlerin bölgelerini gezmek ve görmek.

Turizm bakanlığı resmi adresinden açıklanan inanç turizm projesi ile üç semavi dinin günümüze kadar gelen ziyaret merkezlerinin alt yapı ve üst yapı gibi eksikliklerinin belirlenmesi ve bu yönde yapılacak çalışmayla eksikliklerin giderilmesi ve tanıtımlarının yapılmasıyla ziyaretçi sayılarının artırılması hedeflenmektedir. Bu proje kapsamında;

- ✓ Büyük oranda ziyaretçi ağına sahip önemli dini merkezler
- ✓ Önemli sanat tarihi merkezleri
- ✓ Mimari yönden türünün ilginç bir örneğini teşkil eden ve ilk olan
- ✓ Ulaşım açısından kolay bir yerde bulunan ve seyahat acentalarının tur programları içinde bulunan önemli merkezler tespit edilmiştir.

Tüm bu çalışmalar bağlamında bakanlıklarca bir komite kurulmuş ve Hristiyanlar için kutsal dokuz adet önemli merkez belirlenmiştir. Bunlar;

- ✓ Hatay-Merkez: St.Pierre Anıt Müzesi
- ✓ Mersin-Tarsus: St.Paul Anıt Müzesi

- ✓ İzmir-Selçuk: Meryem Ana Evi
- ✓ Antalya-Demre: St. Nicola Kilisesi
- ✓ Bursa-İznik: Ayasofya Cami
- ✓ Manisa-Sard: Sard Sinagogu
- ✓ Manisa-Alaşehir: Alaşehir Kilisesi
- ✓ Manisa-Akhisar: Akhisar Kilisesi
- ✓ Isparta-Yalvaç: Pisidia Antik Kenti
- ✓ Nevşehir-Derinkuyu: Ortodoks Kilisesi
- ✓ Denizli-Pamukkale: Laodikya Antik Kenti olarak tespit edilmiştir.

Tabii ki sadece Hristiyanlar için kutsal olan mekanlarda değil Türkiye'nin dört bir yanındaki gerek İslamiyet için gerekse diğer dinler için kutsal olan mekanlarda da gerekli yapı çalışmaları yapılmakta ve eksiklikler giderilmektedir (www.ktb.gov.tr).

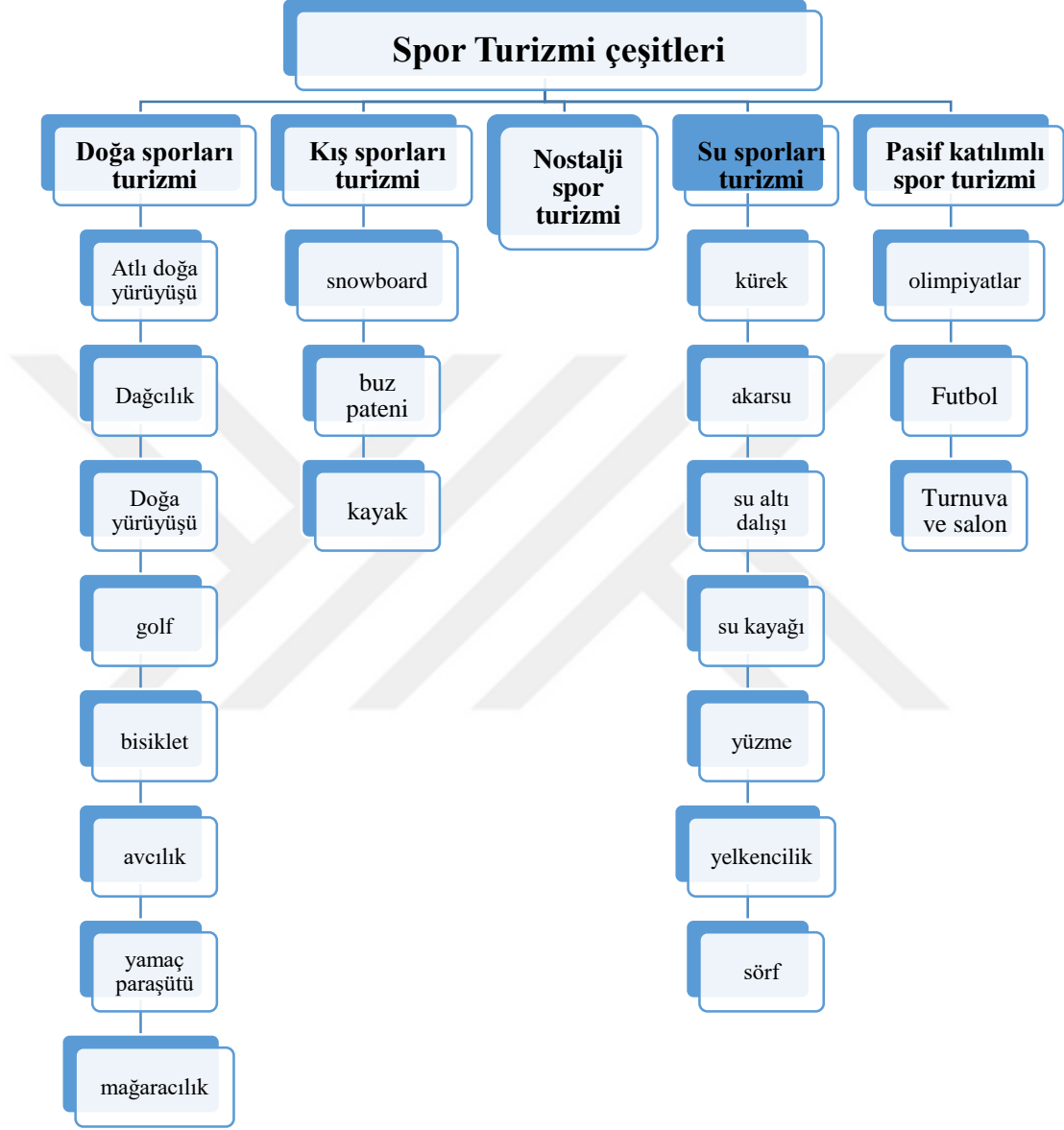
1.5.6. Spor Turizmi

Spor turizmi; kişilerin, sporcu olması veya bir spor müsabakasını izlemesi amacıyla gerçekleştirmiş oldukları spor dalı olarak bilinmektedir. Spor turizmine katılım sağlayan kişilerin amaçları sadece spor dallarıyla ilgili olmaktadır (Arpacı, 2012, s. 62).

Spor ve turizm ilişkisi değerlendirmek gerekirse;

- ✓ Spor turizmi
 - Yarışma ve rekabet içeren spor olaylarına katılmak
 - Aktif rekreasyonel aktivitelere katılmak
- ✓ Turizmde spor
 - Turistlerin serbest zamanında rastlantıya bağlı olarak sportif aktivitelere katılması
 - Turistin spora katılımını ikincil bir kuvvetlendirici olarak yapması (sportif tur, fitness, mecare turları vb.)

Spor turizm çeşitlerini ise şu şekil sıralaya biliriz.



Şekil 1 Spor Turizmi çeşitleri

Kaynak: Batman ve Eraslan 2007

1.5.7. Av Turizmi

Av turizmi avcılık faaliyetlerine katılım sağlayan kişilerin çeşitli av bölgelerine seyahat etmesi sonucu meydana gelmektedir. Seyahat edilen ülkenin ve bölgenin ekonomisine ciddi şekilde katkı sağlayan bir turizm şeklidir (Özer, 2015, s. 7).

Av turizmi, doğal ve yaban hayatı yaşamın aynı anda kullanılmasında ortaya çıkmaktadır. Doğal yaşam alanlarında sayıları çok olan hayvanların avlanması doğaya ve ekolojik dengeye ciddi katkılar sağlayacaktır. Yerel değerlerin öncelik verildiği bir turizm şekli olarak bilinmektedir. Ancak av turizminin bilinçli şekilde gerçekleşmesi gerekmektedir (Osmonalieva, 2007, s. 34).

Türkiye’de av turizmi faaliyetlerinin yürütüldüğü çerçeveyi şöyle açıklayabiliriz;

1. 4915 sayılı kara avcılığı kanunu
2. Av turizmini sağlamak amacıyla yapılan organizasyonlar belirli kurallar çerçevesinde yapılmaktadır. Avcıların uyması gereken ve bu organizasyonları sağlayan acentaların yapacakları uygulamaları da kapsayan “yerli ve yabancı avcılarının av turizmi kapsamında avlanmalarına ilişkin usul ve esaslar hakkında yönetmelik”
3. Her yıl belirlenen av dönemine ait uyulması gereken kuralları kapsayan merkez av komisyonu (MAK) karar ve hükümleri
4. Diğer kanunlar (ateşli silahlarla ilgili kanunlar, bıçak vb. yaralıyıcı aletlere yönelik kanun, seyahat acentalarına yönelik kanun, avda ve sporda kullanılmak üzere olan alet ve silahları belirten kanun, vb kanunlar)
5. Uluslar arası sözleşmeler (BERN,CİTES)

Türkiye’de avına izin verilen hayvanlar ve avlanma yerleri şu şekildedir;

- ✓ Kızıl geyik; Ankara, Bolu, Eskişehir, Afyon, Denizli, Kastamonu, Maraş ve Kütahya
- ✓ Yaban keçisi; Adıyaman, Artvin, Adana, Antalya, Bingöl, Erzurum, Erzincan, Hatay, Kars, Karaman, Kayseri, Muğla, Mersin, Niğde ve Tunceli
- ✓ Karaca; Bolu, Hatay, Karabük, Kastamonu, Osmaniye, Ordu
- ✓ Çengel boynuzlu; Tunceli, Artvin, Erzurum, Erzincan, Bingöl
- ✓ Yaban koyunu; Van, Ağrı

- ✓ Anadolu yaban koyunu; Konya
- ✓ Çakal; 81 ilin 55'inde bu izin verilmiş
- ✓ Tilki; 81 ilin 46'sında bu izin verilmiş
- ✓ Yaban domuzu; 81 ilin 55'inde bu izin verilmiş
- ✓ Melez yaban keçisi; Adıyaman

Yabancıların avlanma ölçütleri ise şunlardır;

1. Av turizmi için verilen izin belgesi
2. Avlanma için bakanlıklarca görevlendirilen refakatçi zorunluluğu
3. Herhangi bir aracı kuruluşa bağlı olmaksızın avlanma(acentası vb.)
4. Kanunda belirtilen av silahları
5. Yabancı avcılık belgesi (www.ktb.gov.tr)

1.5.8. Golf Turizmi

Golf turizmine katılım sağlayan kişilerin bu faaliyetle ilgilendikleri görülmektedir. Bu faaliyetle ilgilenmeyen kişiler maçları seyretmek içinde çeşitli seyahatler gerçekleştirmektedir. Son 15 yılda golf sporuna artan ilgi önemli bir boyuta gelmiştir. Bu artan ilgi neticesinde golf turizmine verilen ilgi ve değer de önemli bir boyuta gelmiştir. Golf turizmi seyahat edilme ve ekonomi noktasında ileri seviyede varlığını sürdürmektedir (Çetinkaya 2019, s. 31).

Golf turizminin, ekonomik anlamda turizm sektörüne vermiş olduğu katkı oldukça fazladır. Dünya turizm pastasından %11 payı olan golf turizmi, dünya turizmden 3 kat daha hızlı büyüme (yılda %11-12) göstermektedir. Golf turizmine katılım sağlayan bir turist yapmış olduğu harcama, ortalama bir turist yapmış olduğu harcamadan yaklaşık 3 kat fazladır (Oyman ve Yılmaz, 2013, s. 94)

Dünyadaki önemli golf sahaları şunlardır;

- ✓ Shadow Creek Golf Sahası (Las Vegas)
- ✓ Royal Melbourne Golf Tesisi (Avustralya)
- ✓ Pinehurst No. 2 (Kuzey Carolina)
- ✓ Cape Kidnappers (Yeni Zelanda)
- ✓ Old Head Golf Sahası (İrlanda)

Türkiye'deki önemli golf sahaları ise şunlardır;

- ✓ Ataşehir Golf Kulübü (İstanbul)
- ✓ Carya Golf Club (Antalya)
- ✓ İzmir Golf Kulübü (İzmir)
- ✓ Lykia Links Golf Course (Antalya)
- ✓ Ankara Golf Kulübü (Ankara)
- ✓ Kuşadası International Golf (Aydın)

1.6. Turizmin Sektörel Özellikleri

1.6.1. Arz Yapısı

Arz; belirlenen fiyattan üretilmek istenen mal ve hizmetlerin toplam miktarı olarak bilinmektedir. Turizm sektöründe ise arz; belirlenen şartlar altında ve belirlenen fiyatlarda, belli başlı bir bölgenin turistlere sunmuş olduğu turistik zenginlikler olarak adlandırılmaktadır. Turizmin arzının genel özelliklerini açıklamak gerekirse (Elmas ve Arslan, 2013, s. 46);

- ✓ Emeği yoğun olan bir üretim şekline sahiptir,
- ✓ Kısa dönemde inelastiktir,
- ✓ Üretilmiş olan ürün şekilleri hizmet sektörüne bağlı hareket etmektedir,
- ✓ Ülkelere göre veya farklı topluluk türlerine göre turizm arzı değişiklik göstermektedir,
- ✓ Dinamik bir yapıya sahiptir,
- ✓ Ağırlıklı olarak özel sektör arzı karşılar,
- ✓ Turistlerin genel deneyimleri turizm arzına bağlıdır.

Turizm arzının sektörde ki yeri genel anlamda varış yeri olarak adlandırılmaktadır. Turistin yerleşim gerçekleştirdiği yer kaynak olarak bilinmektedir. Turizme has ürünler, turizmin ekonomik anlamda analiz edilebilmesi amacıyla turizme has ürünlerin tanımlanıyor olması, turistlerin tatillerini gerçekleştirirken kullanmış olduğu kaynakları, mal ve hizmet tüketimlerinin açığa kavuşturulması gerekmektedir. Faaliyetlerin ekonomik sınıflamaları genel olarak üreticiler tarafından arz ve üretim sürecinin oluşması durumunda ortaya çıkmıştır. Fakat turizm açısından sınıflandırma durumlarının belirli bir seviyede uyarlanması beklenmektedir. Turizm

başlangıç sürecinde talebin bakış açısı neticesinde tanımlanmış olan bir durumdur. Başlangıç noktasında mal ve hizmetlerin sınıflandırılması yer almaktadır. Turizm tüketiminin tahmin edilmesi için belirtilen tüm mallar aynı seviyede önem arz etmektedir (Özel, 2012, s. 64).

Turizm arz durumlarının turizm bölgelerine göre çeşitli farklılıklar gösterdiği belirtilmiştir. Bahsedilen bu farklılıkların temel noktasında; ekonomik durumlar, sosyal durumlar, kültürel durumlar, doğal ve iklim varlıkları yer almaktadır. Bu farklılıklar ile turizm arzı; turizm bölgelerine göre çeşitli farklılıklar arz etmektedir (Arabacı, 2018, s. 106).

Turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel vb. ilişkileri gibi sektörler arası ilişkileri karmaşık olduğu için turizm arzını genellememiz kolay değildir (Marcouiller ve Prey, 2005, s.23)

Turizm arzında bulunabilecek ekonomik faktörleri şöyle sıralayabiliriz;

- ✓ Tüketicilerin hobileri ve seçimleri
- ✓ Fiyatlama politikası
- ✓ Yatırım ölçeği
- ✓ Rakip veya ikame hizmetleri
- ✓ Teknolojide yapılan yenilikler
- ✓ Firma çeşitliliği
- ✓ İklimsel koşullara göre mevsimsel uygulamalar

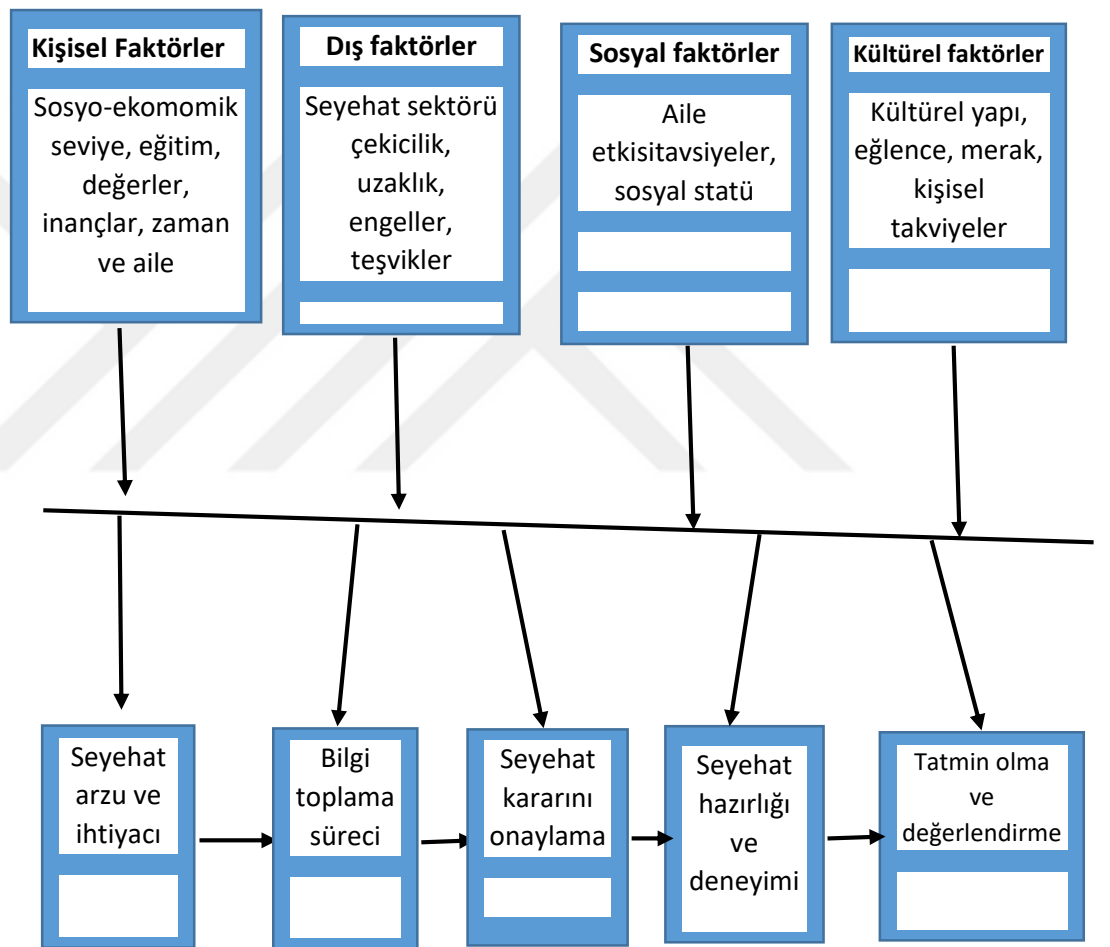
1.6.2. Talep Yapısı

Talep yapısının iki temel faktörü, ziyaretçi ve turizm tüketimi olarak bilinmektedir. Turizm tüketimi, sistemin temel unsuru ve turizmin ekonomik etki analizi için temel niteliktedir. Genel anlamda turizmin talebi; turistlerin yaşamış olduğu bölgelerde satın alınması sağlanamayan oteller, restoranlar, ulaşım vb. turizm hizmetleri gibi turizm kaynaklı ürünlere yönlendirilmektedir. Turizmin talep yapısı; çoğunlukla kaynağın başlangıç noktasına ulaşan turist sayısı veya varıştaki turizm geliriyle alakalıdır (Canvül vd., 1818).

Turizm talebi; turist gönderen bir bölgeden, turist alımı yapan bir bölgeye gerçekleşen durum olarak bilinmektedir. Belirli bir gelir durumuna sahip olan kişilerin

bireysel anlamda gerçekleştirmiş oldukları ziyaretlere de turizm talebi denilmektedir. Bahsedilen bu durumlar çerçevesinde turizm talebinin meydana gelmesi için gerekli koşulları sıralamak gerekirse; boş zaman, seyahat gerçekleştirme isteği ve yeterli seviyede gelir olarak bilinmektedir. Turizmin talep yapısı için iki önemli konu ortaya çıkmıştır. Bunlardan birincisi; birden fazla insan ve döngel süreç olarak bilinmektedir. İkincisi ise; seyahat ve turizme olan talebin, tüketim biçimleri olarak bilinmektedir (Çoban, 2013, s. 246).

Şekil 2’de turizmin talep yapısı sürecine genel olarak bakmak gerekirse;



Şekil 2: Turizm talep yapısı ve süreci

Kaynak: Sharpley, 2006: 38.

Üç çeşit turizm talep yapısı bulunmaktadır. Bahsedilen bu talep yapılarını sıralamak gerekirse (Esen ve Özata, 2017, s. 47);

Gizli Talep: Kişisel nedenlerden dolayı seyahat etme durumunu sağlayamamasına rağmen seyahat gerçekleştiren turistler olarak bilinmektedir.

Gerçek Talep: Turizm verileri ele alınırken, seyahat ve turizme katılım sağlayan objektif turist sayısı olarak bilinmektedir.

Bastırılmış Talep: Kişisel nedenleri izin verdiği durumunda seyahat gerçekleştirebilecek turistler olarak adlandırılmaktadır.

Turizm talebinin özelliklerini sıralamak gerekirse;

- ✓ Bağımsızdır
- ✓ Turizm talebi gelirin artmasına doğru orantılı artar
- ✓ Çok yönlüdür.
- ✓ Ekonomik bakımdan turizm ürünleriyle diğer ürünler arasında rekabet vardır.
- ✓ Mevsimseldir
- ✓ Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılık gösterir.
- ✓ Esnektir

Turizm talebini etkileyen unsurlar ise aşağıda sıralanmıştır;

- ✓ Ekonomik unsurlar
- ✓ Psikolojik unsurlar
- ✓ Toplumsal unsurlar

1.7. Turizm Sektörünün Ekonomik Olarak İncelenmesi

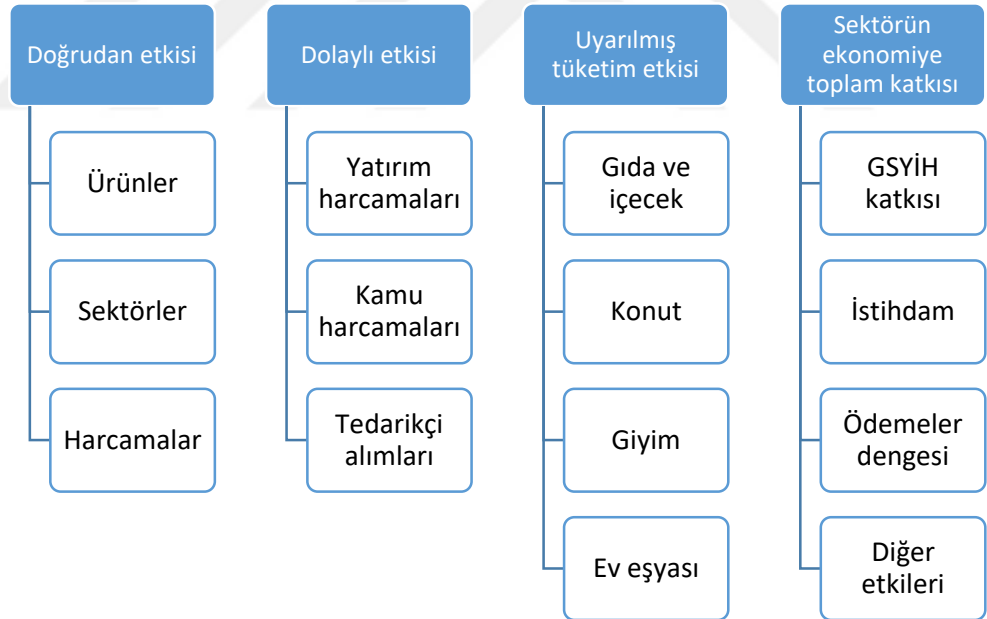
Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan turizm sektörü, geçmişten günümüze Türkiye ekonomisinin açıklarını kapatmada veya katkıda bulunmada önemli rol oynamaktadır. İşsizlik sorunlarının ortaya çıkmamasında turizm sektörünün payı büyüktür. Birçok turizm sektöründe çeşitli işgücü uygulamaları gerekmektedir. Türkiye’de ve Dünya’da turizm faaliyetlerine katılım sağlayan kişilerin artış göstermesiyle birlikte turizm sektöründe bir artış söz konusu olmuştur. Turizm sektörünün daha fazla gelişebilmesi adına birden fazla faaliyet alanlarına ihtiyaç

duyulmaktadır. Bahsedilen bu alanları sıralamak gerekirse (Hernandez ve Leon, 2013, s. 12);

- ✓ Hizmetin kaliteli olması,
- ✓ Kalifiye işgücü ve personel,
- ✓ Koordine olabilme,
- ✓ İleriye dönük planlar yapabilme,
- ✓ Üst ve alt yapı hizmetleri.

Türkiye ekonomisinin döviz açığının tamamlanmasında dış turizmin etkisi oldukça fazladır. Turizm, doğal zenginliğin ve bitki örtüsünün fazla olduğu ülkelere ciddi seviyede gelir kaynağı getirmektedir.

Turizm sektörünün Ekonomiye etkisine şekilsel olarak değinmek gerekirse;



Şekil: 3 Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi

Kaynak: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

Turizm sektörünün ülkelere olan ekonomik katkıları ve etkileri genel anlamda “çarpan” etkileri ile belirtilmektedir. Çarpan etkileri çoğunlukla turizm harcamalarının ikincil etkilerini yakalamak ve turizmden yarar sağlayabilecek bir topluluktaki çok çeşitli sektörleri göstermek için kullanılmaktadır. Turizm işletmeleri birbirlerinin dışında diğer farklı işletmelere aynı zamanda devlete ve yerel halka da bağlıdır. Turizmin ekonomik anlamda sağlamış olduğu faydalar bölgedeki herkesi olumlu yönde etkilemektedir (Aynalem vd., 2016, s. 43).

Turizm, turistlerin genellikle ziyaret ettiği yerler üzerinde üç önemli etkiye sahiptir; Turistlerin bir ülkeyi tercih etmesi için belli başlı nedenler vardır. Bu nedenler; çevresel etkenler, ekonomik ve sosyo-kültürel durumlar olarak bilinmektedir. Ülkeler bahsedilen bu durumları bünyesinde barındırdığı an turizm gerçekleşmektedir. Modern toplulukta bahsedilen bu etkenler oldukça fazla görülmektedir fakat aralarında en çok tercih edilen ülkelerin ekonomik durumudur. Turizmin ülkelere sağlamış olduğu en temel ekonomik etkiler; bütçenin gelirinde artış sağlama, üretimin artış göstermesi, yatırımcıların teşvik edilmesi ve çeşitli yatırımlar yapılması aynı zamanda nüfus refahındaki artış olarak bilinmektedir (Bahar, 2006, s. 138).

Bir ülkenin ekonomik olarak kalkınmasının en önemli unsuru ihracattan sağlanan gelirlerdir. Gelişmekte olan ülkeler ihracat gelirlerini arttırmak için çeşitli yöntemler geliştirmek zorunda kalabilirler. Fakat bazen ihracat seviyeleri tatmin edici boyuta ulaşmamaktadır. Bu durum ekonomik gelişmişlikte hedeflenen seviyeye ulaşmayı engeller. Gelişmekte olan ülkelerde üretim başlıca ihracat faaliyetlerinin başında gelir. Yetersiz seviyedeki rekabet piyasasından dolayı teknolojik olarak ilerlenemediği gibi ürünlerin kalitesindeki yetersizlik yüksek katma değerli ürünler, diğer bir tabirle modern olmayan ürünlerin üretimine yol açmaktadır. İhracat seviyesindeki tatminsizliğe karşılık olarak turizm sektörüne kurtarıcı olarak bakılmaya başlanmıştır.(Durberry, 2004, s.389-381)

Bazen turizmin ekonomi üzerinde olumsuz etkilerinin de olduğunu söyleye biliriz bu durumları aşağıdaki gibi sıralaya biliriz;

- ✓ Turizmin tüketim kaynaklı etkisinden dolayı bazen ithalata neden olması
- ✓ Yabancı turistlerin döviz kaynaklı alım gücünden dolayı ürünlere fazla para vererek ya da toplam talebi arttırarak enflasyona neden olabilir

- ✓ Eldeki kaynakların turizm odaklı kullanılmasından dolayı kaynaklar etkin kullanılamayacağından dolayı fırsat maliyeti etkisi yaratabilmektedir.
- ✓ Ekonominin turizme aşırı bağıllığı turizmdeki talep eksikliği meydana geldiği durumlarda büyük risk ortaya çıkarmaktadır. Siyasi etken yada şu an yaşadığımız pandemi gibi durumlar talep düşüşüne neden olabilmektedir. (Yıldız, 2011, s. 63);

Turizm tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'ye de ekonomik anlamda büyük katkıları olmaktadır. Türkiye turizm bakımından dünyanın turizm merkezlerinden biri olmayı başarmıştır. Yapılan çalışmada bahsedilen bazı eksikliklerinde giderilmesiyle Türkiye'nin bu alanda çok daha iyi yerlere geleceği aşikârdır. Bu bağlamda turizmin ülkeye döviz girdisi, istihdam arttırıcı, ekonomik katkısı, gibi yönleri göz önünde bulundurduğumuzda turizm sektörünün gelişimi en az diğer sektörler kadar önemlidir. Turizm bakanlığının açıkladığı verilere göre Türkiye turist sayısı bakımından Avrupa'da 4. Dünyada ise 6. sıradadır. Aşağıda turizm gelirleri ve turist sayısında dünyada nerde olduğumuzu tablolardan görebiliriz

Tablo 4: Ülkelere Göre Turist Sayısı Avrupa Sıralaması

ÜLKELERE GÖRE TURSİT SAYISI AVRUPA SIRALAMASI				
SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2018	2019
1	Fransa	86.9	89.4
2	İspanya	81.9	82.8	83.5
3	İtalya	58.3	61.6	64.5
4	Türkiye	37.6	45.8	51.2
5	Almanya	37.5	38.9	39.6
6	İngiltere	39.5	38.7	39.4
7	Avusturya	29.5	30.8	31.9

Kaynak: www.ktb.gov.tr

Tablo 5: Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Avrupa Sıralaması

ÜLKELERE GÖRE TURİZM GELİRLERİ AVRUPA SIRALAMASI (MİLYAR \$)				
SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2018	2019
1	İspanya	75.3	81.7	79.7
2	Fransa	58.9	66.0	63.8
3	İngiltere	48.0	50.0	52.7
4	İtalya	44.2	49.3	49.6
5	Almanya	39.9	43.0	41.6
6	Türkiye	22.5	25.2	29.8
7	Avusturya	20.5	23.1	22.9

Kaynak: www.ktb.gov.tr

Tablo 6: Ülkelere Göre Gelen Turist Sayısı Dünya Sıralaması

ÜLKELERE GÖRE GELEN TURİST SAYISI DÜNYA SIRALAMASI (MİLYON KİŞİ)				
SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2018	2019
1	Fransa	86.9	89.4
2	İspanya	81.9	82.8	83.5
3	A.B.D	77.2	79.7	79.3
4	Çin	60.7	62.9	65.7
5	İtalya	58.3	61.6	64.5
6	Türkiye	37.6	45.8	51.2
7	Meksika	39.3	41.3	45.0
8	Tayland	35.6	38.2	39.9
9	Almanya	37.5	38.9	39.6
10	İngiltere	39.5	38.7	39.4
11	Avusturya	29.5	30.8	31.9
12	Japonya	28.7	31.2	31.9
13	Yunanistan	27.2	30.1	31.3

Kaynak: www.ktb.gov.tr

Tablo 7: Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Dünya Sıralaması

ÜLKELERE GÖRE TURİZM GELİRLERİ DÜNYA SIRALAMASI (MİLYAR \$)				
SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2018	2019
1	A.B.D	210.7	214.7	214.1
2	İspanya	75.3	81.7	79.7
3	Fransa	58.9	66.0	63.8
4	Tayland	52.4	56.4	60.5
5	İngiltere	48.0	50.0	52.7
6	İtalya	44.2	49.3	49.6
7	Japonya	34.1	42.1	46.1
8	Avustralya	41.7	45.0	45.7
9	Almanya	39.9	43.0	41.6
10	Makao	35.9	40.7	40.1
11	Çin	38.6	40.4	35.8
12	B.Arap Emir.	21.0	21.4	30.7
13	Hindistan	27.4	28.6	30.7
14	Türkiye	22.5	25.2	29.8
15	Hong kong	33.3	36.9	29.0
16	Kanada	25.0	26.9	28.0
17	Meksika	21.3	22.5	24.6
18	Avusturya	20.5	23.1	22.9

Kaynak: www.ktb.gov.tr

Açıklanan verilerde elde ettiğimiz resmi yorumlarsak Türkiye'nin turist ve gelir oranına baktığımızda gelen turistin harcama ortalamasının diğer ülkelere göre daha az olduğunu görürüz. Türkiye'nin gelen turisti artırmaya dayalı çalışmalarının yanında gelen turistin harcama ortalamasını nasıl yükselteceği konusunda da çalışma yapması gerektiğini görüyoruz. Bu durum turizm açısından ülkenin turistlere sunduğu hizmeti de gözden geçirmesi ve eksik yanlarının tespit edilmesini gerekli kılmaktadır. Böylece turistlerin ortalama harcamasını yükseltebiliriz.

Hedeflenen turist sayısı bakımından değerlendirildiğinde Türkiye'nin turizminin etkin olduğu fakat hedeflenen turizm geliri bakımından ise etkili olmadığı görülmektedir (Akıncı, Yüzbaşıoğlu, 2015, s.48)

Turist sayısı ve gelir durumunu 2002-2019 yılları arası değerlendirecek olursak

Tablo 8: Dünya Turizminde Yıllara Göre Türkiye'nin Sıralaması

DÜNYA TURİZMİNDE YILLARA GÖRE TÜRKİYE'NİN SIRALAMASI		
YILLAR	TURİST SAYISINDA	TURİZM GELİRİNDE
2002	17.	12.
2003	15.	9.
2004	12.	8.
2005	9.	8.
2006	12.	9.
2007	9.	10.
2008	8.	9.
2009	7.	9.
2010	7.	9.
2011	6.	10.
2012	6.	12.
2013	6.	12.
2014	6.	12.
2015	6.	12.
2016	10.	17.
2017	8.	15.
2018	6.	15.
2019	6.	14.

Kaynak:www.ktb.gov.tr

2006 yılını örnek aldığımızda gelen turistte 12. sırada olmamıza rağmen turizm gelirlerinde 9. sırada olmayı başarmışız. O zamanki döviz kurunun şimdiye kıyasla daha düşük olduğunu da göz önünde bulundurduğumuzda gelen turistin harcama ortalaması üzerine detaylı bir araştırmanın gerekliliği ortaya çıkıyor.

1.8. Turizmin Ekonomiye Etkileri

1.8.1. Ödemeler Dengesine ve Ulusal Gelire Etkisi

Ülkede turizmin gerçekleşmesi sonucu elde edilen döviz geliri, ülkeden turizm nedeniyle harcanan döviz giderinden daha yüksek ise bu durum turizm ödemeler bilançosuna olumlu şekilde yansımaktadır. Uluslararası turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi neticesinde meydana gelen döviz hareketleri, turist ihraç eden ülkenin döviz talebini, turist ithal eden ülkenin de döviz arzını yüksek seviyeye çıkarmaktadır. Böylelikle turizm faaliyetleri uygulayan ülkelerin ekonomik dengeleri de önemli seviyeye gelmektedir (Gökdeniz, 2015, s. 16).

Ödemeler bilançosu, diğer ülkeler ile gerçekleşen tüm ekonomik faaliyetleri bünyesinde içermektedir. Mal ve hizmet ticaretlerinin kaydedildiği cari işlemler hesapları da ülkelerin ne kadar seviyede dövize ihtiyaçlarının olduğunu tespit edilmesinde de önemli bir seçenek olarak karşımıza çıkmaktadır. Cari işlemler hesabındaki uluslararası hizmetler bölümünde yaşamını sürdüren turizm ise, ülkelerin ekonomik anlamda ilişkilerinin güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Bununla beraber turizm sektörü hem gelişmekte olan ülkelerin hem de gelişmiş ülkelerin dış ticaret açıklarını da kapatmaktadır (Hepaktan, 2010, s. 137).

Dünya turizm örgütünün açıkladığı rakamlar göz önüne alındığında dünyada en hızlı gelişen sektörlerin başında turizm gelmektedir. Dünya turizm örgütü verilerine göre her yıl bir milyardan fazla kişi seyahat ediyor. Turizmin sektörel büyümesi istihdamı arttırdığı gibi hem döviz tasarrufunu beraberinde getiriyor hem de kişi başına düşen geliri arttırıyor.

Küresel ekonomideki turizmin payı %10.4 tür. Dünya turizm örgütü 2018 verilerine göre dünya genelinde turizmin istihdama katkısı % 10'dur. Turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisini değerlendirdiğimiz zaman Türkiye'nin 754 milyar dolarlık ekonomisinin % 13'ünü turizm gelirleri oluşturur. Ayrıca turizm 60 sektöre doğrudan etki eder. (Özden, Seheri ve Ersan, 2020, s. 4-9) tüm bu veriler göz

önüne alındığında turizm sektörünün Türkiye için ne kadar önemli olduğu kanaatine varabiliriz. Aşağıda turizm geliri ve ortalama harcama tablosuna göz atabiliriz;

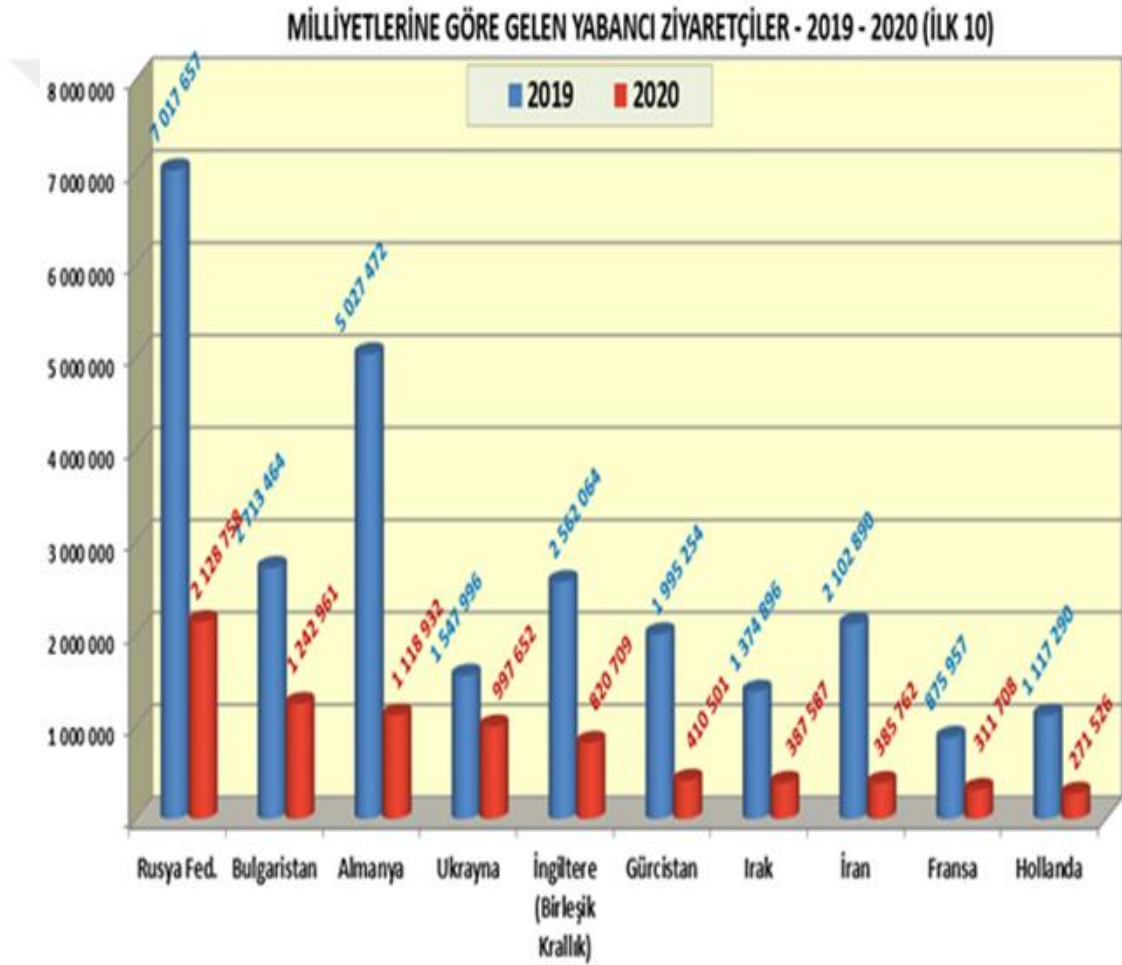
Tablo 9: Yıllara Göre Turizm Geliri ve Ortalama Harcama

YILLARA GÖRE TURİZM GELİRİ VE ORTALAMA HARCAMA									
Yıllar	Yabancı Ziyaretçi		Yurtdışı ikametli vatandaş ziyaretçi		GSM + Marina hizmet harcamaları (1.000 \$)	Toplam turizm gelirleri (1.000 \$)	Değişim %	Ortalama harcama \$	Değişim %
	Turizm geliri (1.000\$)	Ortalama harcama \$	Turizm Geliri (1.000 \$)	Ortalama harcama \$					
2004	13.061.118	759	3.862.552	1.262	152.937	17.076.606	23,25	843	-0,84
2005	15.725.813	766	4.374.383	1.214	221.915	20.322.112	19,01	842	-0,04
2006	13.918.757	722	4.463.614	1.153	211.580	18.593.951	-8,50	803	-4,65
2007	15.936.347	692	4.703.850	1.121	302.303	20.942.500	12,63	770	-4,20
2008	19.612.296	742	5.418.439	1.191	384.332	25.415.067	21,36	820	6,61
2009	19.063.702	697	5.690.629	1.222	310.150	25.064.482	-1,38	783	-4,54
2010	19.110.003	670	5.558.336	1.231	262.627	24.930.997	-0,53	755	3,61
2011	22.222.454	709	5.638.484	1.168	254.753	28.115.692	12,77	778	3,03
2012	22.410.365	715	6.354.379	1.241	242.260	29.007.003	3,17	795	2,29
2013	25.332.291	749	6.760.180	1.252	226.520	32.308.991	11,38	824	3,54
2014	27.778.026	775	6.289.260	1.130	238.617	34.305.904	6,18	828	0,57
2015	25.438.923	715	5.843.074	970	182.781	31.464.777	-8,28	756	-8,73
2016	15.991.381	633	5.964.853	978	151.206	22.107.440	-29,74	705	6,77
2017	20.222.971	630	5.908.752	903	151.933	26.283.656	18,89	681	-3,44
2018	24.028.311	617	5.345.472	801	139.142	29.512.926	12,29	647	-4,96
2019	28.704.946	642	5.688.271	796	127.116	34.520.332	16,97	666	2,91
2020	9.097.118	716	2.886.859	926	75.343	12.059.320	-65,1	762	14,5

Kaynak: www.ktb.gov.tr

Turizm gelirlerini genel olarak değerlendirdiğimizde özellikle son yıllarda sürekli bir artışın olduğunu söyleye biliriz ancak; gerek tablo 8 te gerekse tablo 9 da göreceğimiz üzere 2016 yılında düşüş olmuştur. Bu durumun nedenini tam olarak anlayabilmemiz için Türkiye'ye gelen turistlerin milliyetlere göre sınıflanmasını bilmemiz gerekmektedir; turizm bakanlığının paylaşmış olduğu verilere göz atmak gerekirse;

Tablo 10: Milliyetlerine Göre Gelen Yabancı Ziyaretçiler



Kaynak: www.ktb.gov.tr

Gelen yabancı sıralamasında Rus turistlerin birinci olduğunu görüyoruz. 2015 Kasım ayında Rusya'yla yaşanan uçak krizinin akabinde 2016 yılında turizm bakanlığı verilerine göre Rus turist sayısında %56,70'lik bir düşüşün olduğunu görmekteyiz. Dünyada ve Türkiye'de turizmin ekonomiye katkısının bu kadar önemli olduğu

gerçeği ortadayken turizme yönelik yatırımların ve politikaların ülkeler açısından hayati öneme sahip olduğu ortadadır. 2015 uçak krizi örneğiyle ülkelerin uyguladıkları politikaların turizm açısından ne kadar önemli olduğu oluşan herhangi bir siyasi krizin nelere mal olduğunu ortadadır. Sonuç olarak turizm gelirlerini bir bütün olarak değerlendirmemiz gerekirse ülkelerin coğrafyası, jeopolitik konumu, kültürleri, uyguladıkları politikaları, turistik alanları vb. gibi tüm etkenlerin turizm sektöründe bir karşılığı olduğunu söyleyebiliriz.

Rusya ile yaşanan uçak krizi sonrası on bir turizm şirketinin incelenen finansal oranlarının her bir oran temelinde farklı şekillerde etkilendiğini söyleyebiliriz (Karadeniz, 2019, s. 71).

1.8.2. Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizmin bir ülkeye veya bir bölgeye yaratmış olduğu etki ele alındığında, şüphesiz ki gelir oluşturma etkisi en başta gelmektedir. Turizm sektörü gelir yaratıcı etkisiyle ülkelere pozitif anlamda olumlu katkılar sağlamaktadır (Kanca, 2015, s. 8).

Turizmin gelir yaratıcı etkisini üç maddede sıralaya biliriz

- ✓ Turistlerin doğrudan yaptığı harcamaların oluşturduğu gelirler
- ✓ Doğrudan harcamaya bağlı olarak yapılan işletmeler arası işlemlerin sonucu yaptıkları harcamadan sağlanan gelirler
- ✓ Turizmin sağladığı istihdamdan ve geçimini turizmden sağlayan kişilerin yaptıkları harcamalar sonucu ortaya çıkan gelirler

1.8.3. İstihdam Artırıcı Etkisi

Turizm sektöründe işgücü oldukça yoğundur. Turizm kaynaklı tüketim harcamaları, ilk kısımda doğru yoldan istihdam etkisi bırakırken, gelirlerin tekrar harcanması durumunda ikinci aşamada dolaylı istihdam etkisi bırakmaktadır. Bu durumun sonucunda ortaya çıkan istihdam durumu, ülkedeki toplam istihdam durumunu da olumlu yönde etkileyecektir (Karataş ve Babür, 2013, s. 19).

Ekonomik olarak turizm sektörü Türkiye'nin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline gelmiştir. 2018 yılında turizm sektörü 2.2 milyon kişiyi doğrudan istihdam etmiştir. Bu rakam Türkiye'nin toplam istihdam rakamının %7.7 'sine denk gelmektedir. Toplam turizm geliri ise GSYİH' nin %3.8'ine denk gelmiştir. 2018

yılında seyahat ihracatının toplam hizmet ihracatına oranı %51.9 olmuştur. (OECD, 2020: 239). Türkiye 2019 yılında turist sayısında rekor kırmıştır. Toplam 51.7 milyon turist sayısına ulaşmış ve 34.520.332 USD gelir açıklamıştır. (TURSAB, 2020)

Küresel olarak turizm sektörünü ele aldığımızda ise Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) 'nin 2018 yılında 185 ülke ve 25 bölgede yaptığı analize göre ise turizm sektörü, küresel olarak 319 milyon kişiyi istihdam, etmiştir. Bu rakamın küresel istihdamın %10'una denk geldiğini, bu rakamların genel GSYH'nin ise %10.4'ünü oluşturduğunu belirtmiştir (WTTC, 2019: Foreword).

1.8.4. Bölgeler Arası Gelişmeye Etkisi

Bölgelerin geride kalmasının nedeni coğrafi durumlar haricinde üretim ve hizmet altyapısına bağlıdır. Turizm sektörü sağlamış olduğu sosyal ve ekonomik gelişmeler neticesinde bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarını en aza indirmeyi başarmıştır. Turizmin bölgeye olan bir diğer katkısı da alt yapı hizmetleri olarak bilinmektedir. Alt yapı hizmetlerinin gelişmesi ve iyi seviyede olması hem çevre halkının hem de turistlerin yaşam kalitesini artıracaktır (Kızılkaya ve Sofuoğlu, 2016, s. 208).

1.8.5. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi

Turizm sektörünün ülkedeki veya turistik gezi yapılacak bölgedeki çeşitli üretim, gıda ve hizmet sektörlerine de etkisi bulunmaktadır. Turizm sezonunda artış gösteren gıda ürünleri talebi, yardımcı malzemeler, ekipmanlar talepleri vb. gibi tedarik ihtiyaçları bölgede yaşayan toplumun daha kaliteli mal ve hizmet arzıyla birlikte, ulusal gelirin de artış göstermesi beklenecektir. Turizm faaliyetlerine yönelik hizmet sağlayan tedarikçiler ve bu tedarikçilere hammadde veren sektörler de gelişmelerini sürdürmektedir (Samırkaş, 2014, s. 68).

1.9. Ekonomik Büyüme Tanımı

Ekonomik büyüme, bir ülkede üretilen mal ve hizmet durumunun zaman ilerledikçe artış göstermesi olarak bilinmektedir. Aynı zamanda ülkede yaşayan toplumun gün geçtikçe yaşam kalitelerinin sürekli şekilde yenilenmesi ve artması da ekonomik büyüme olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik büyüme yaşam standartlarını belirlediği için ülkeler ekonomik büyümeye oldukça fazla önem göstermektedir (Doğan, 2014, s. 365).

Gayrisafi milli hasılda görülen olumlu değişimler de ekonomik büyümenin iyi gittiğini göstermektedir. Verimliliğini ve üretkenliğini durdurmayan, ihracatını ileri seviyede tutan ülkeler ekonomilerinin büyümesinde önemli rol oynamaktadır. Günümüzde yaşayan toplumun ve gelecek nesillerin refah seviyede yaşayabilmesi için ekonomik büyüme oldukça önemlidir (Bahar ve Bozkurt, 2010, s. 256).

Ekonomik büyümeyi tablo olarak betimlememiz gerekirse;

Tablo 11: Ekonomik Büyümeyle İlgili Kavramlar

ÜRETİM YOLU	HARCAMALAR YOLU	GELİR YOLU
Gayri safi katma değerler	Özel nihai tüketim	Maaş ve ücretler
Tarım	+Devlet nihai tüketimi	+Müteşşebis gelirleri
+ Madencilik	+Gayri safi sabit sermaye teşekkülü	+Mülkiyet geliri
+İmalat	+ Stok değişimleri	Net kira
+Elektrik,su ve doğalgaz	+Mal ve hizmet ihracatı	Net faiz
+İnşaat	+Mal ve hizmet ithalatı	Temettü
+Ticaret	+Dış alem net faktör gelirleri	+Kar
+Ulaştırma		-Aşınma ve eskime
+Konut		+Dolaylı vergiler
+Hizmetler		-Sübvansiyonlar
+İthalat vergileri		
+Dış alem net faktör gelirleri		
GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA ÜRETİM =	GAYRİ SAFİ MİLLİ HARCAMALAR =	GAYRİ SAFİ MİLLİ GELİR=

Kaynak: Akkoç, 2010: 57.

Ekonomik büyüme iki şekilde gerçekleşir;

- ✓ Tam istihdam tarafından kullanılan ekonomik kaynakların daha verimli bir şekilde kullanılmasıyla
- ✓ Tam istihdam tarafından kullanılan kaynakların artırılmasıyla

Ekonomi zamanla iki yönde değişim gösterir; gövdesi ile büyür gelişir; nüfusun çoğalması, iş gücünün artması, üretimde çeşitlilik ve artışlar meydana gelir. Diğer taraftan ise bünye ve çatısı ile değişir; istihdamda iş gücü artar, alt yapılar değişime uğrar vb.(Amonn, 1944)

1.10. Turizm Sektörü ve Ekonomik Büyüme

Turizm sektörünün ülke ekonomisine ve ekonomik büyümeye katkılarını sıralamak gerekirse (Yıldız, 2011, s. 62);

- ✓ Turistlerin ülkelerde veya bölgelerde yapmış olduğu harcamalar o bölgede yaşayan toplumların gelirlerini arttırmaktadır.
- ✓ Turistlerin ülkeye veya bölgeye gelmesi döviz miktarını arttırmakla beraber ödemeler dengesini de iyileştirici seviyeye getirir.
- ✓ Yatırımların artmasını ve artan yatırımların yükselen rekabette ötürü daha iyi alanlarda kullanılmasını sağlar.
- ✓ İşgücüne dayalı bir sektör olduğu için işsizliği en aza indirmektedir. Emek-yoğun ilişkisi çerçevesinde varlığını sürdürmektedir.
- ✓ Yerel firmalar için üretim maliyetlerinin azalmasını sağlayarak, pozitif ölçek ekonomilerinin meydana çıkmasına imkân tanımaktadır.
- ✓ Seyahat ve turizm şirketlerine vermiş olduğu katkılar dışında tarım, ticaret, inşaat, sanayi ve gıda gibi ülke ekonomisini etkileyecek sektörlerle de katkısı olduğu görülmektedir.

Turizm sektörünün ekonomiye sağlamış olduğu yüksek seviyede ki katkılar sonucunda, devletin su-kanalizasyon uygulamalarına, elektriğe, yollara, iletişime ve toplu taşımaya ciddi yatırımlar yapması gerekmektedir. Bu düzenlemeler sonrasında turizme canlılığın gelmesi de akabinde gerçekleşecektir. Ayrıca bu durum ülkeyi ev

sahibi konumuna da getirmektedir. Böylelikle toplumun yaşam kalitesi ve refah seviyesi de artmaktadır (Zortuk, 2009, s. 234).

Turizmin ekonomik büyümede etkisi olduğu gibi ekonomik büyümenin de turizm sektöründe olumlu etkileri bulunmaktadır. Düzenli ve sistemli şekilde tasarlanmış ekonomi politikaları turizm sektörünün gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Kaynakların ulaşılabilir olması, altyapıların sistemli ilerlemesi turizm faaliyetlerinin artış göstermesinde ve güçlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Yıldırım, 2004, s. 27).

Turizm sektöründe ekonomik büyümenin olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bahsedilen bu olumsuz etkileri sıralamak gerekirse (Yıldız, 2011, s. 63);

✓ Turizmin etkili olmasıyla birlikte tüketim amaçlı veya toplumun tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkabilecek nedenlere bağlı kalarak bazı ürünlerin diğer ülkelerden ithal etmesi, ithalata bağımlı kalan bir ekonomi ortaya çıkmaktadır.

✓ Yabancı ülke vatandaşlarının satın alma güçlerinin ülkede bulunan vatandaşlara oranla daha fazla olması ekonomiyi olumsuz yönde etkileyecektir.

✓ Fırsat maliyeti etkisi ortaya çıkmaktadır.

✓ Ekonomik büyüme açısından turizm sektörüne bağlı kalmak belli başlı riskleri de beraberinde meydana getirmektedir. Çünkü turizm sektörünün birden fazla faktöre bağımlı talep esnekliği bulunmaktadır.

1.11. Ekonomik Büyüme Etkileyen Faktörler

Ekonomik büyüme etkileyen en temel faktörler arasında sürdürülebilirlik yer almaktadır. Sürdürülebilirliğin ekonomiye olan etkisi nedeniyle, ülkelerin sürdürülebilir bir şekilde büyüme hedefleri de ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple ülkelerin sanayi, turizm gibi sektörlerde durumun önemi iyi seviyede artmaktadır (Kuşat, 2011, s. 117).

Para ve kredilerin büyüklükleri ekonomik büyüme üzerinde önemli rol oynamaktadır. Ekonominin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi ve ekonomik açıdan derinlik sağlanabilmesi durumlarında krediler büyük etken sağlamaktadır. Ülkelerin yapmış oldukları ihracat durumları da ekonomik büyümenin üzerinde önemli rol

oyunmaktadır. İhracatın büyümesiyle birlikte ekonomik büyüme durumu da meydana gelecektir. Özellikle küreselleşme sonucunda ülkeler arasındaki ekonomik sınırların ortadan kaldırıldığı bu zamanda ihracatın önemi oldukça önemlidir (Korkmaz, 2014, s. 123).

Ekonomik büyüme üzerinde bulunan diğer etkileri sıralamak gerekirse (Özel, 2012, s. 67);

- ✓ Milli gelir durumu,
- ✓ Tasarruf sağlama,
- ✓ İşlerin verimli olması,
- ✓ Hizmet sektörü,
- ✓ Nüfus,
- ✓ Teknoloji,
- ✓ Çeşitli krizler,
- ✓ Eğitimde sağlanan yatırımlar
- ✓ Beşeri sermaye,
- ✓ İstihdam sağlama ve işgücüne katılma seviyesi,
- ✓ Ar-Ge harcama düzeyleri.

İKİNCİ BÖLÜM

AMPIİRİK LİTERATÜR

Turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki geçmişten günümüze çok sayıda bilim insanının dikkatini çekmiş ve bu konuda pek çok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalar dönemler açısından farklılık göstermekte olmasına rağmen, günümüzde turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen bilim insanı sayısında artış yaşanmaktadır. Özellikle son yirmi yıllık süreçte turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki farklı yöntemler, dönemler, ülke grupları ve veri setleri kullanılarak incelenmiştir. Literatür bölümünde günümüzü daha iyi anlatması ve çalışmada Türkiye’de turizmin ülke ekonomisine katkısının araştırılması nedeniyle ulusal literatüre ağırlık verilmiştir.

Kırbaş Kasman ve Kasman (2004, s. 122), Türkiye için ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığını ekonometrik yöntemler kullanarak araştırmışlardır. Çalışmalarında 1963-2002 dönemini ele alarak eşbütünleşme ve nedensellik yaklaşımları ile analiz sonuçlarını elde etmişlerdir. Eşbütünleşme ilişkisinin tahmin edilmesinde Johansen (1988) eşbütünleşme testi ve Pesaran, Shin ve Smith’in (2001) sınır (bounds) eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında sadece bir tane uzun dönem veya denge ilişkisi mevcuttur. Granger nedensellik testi sonuçlarına göre ise, turizm gelirleri ekonomik büyümeyi tek yönlü olarak etkilemektedir. Sonuç olarak, seçilen dönemde Türkiye için turizm odaklı büyüme hipotezinin varlığını doğrulamışlardır. Ayrıca, turizm kampanyasını destekleyecek bir kamu müdahalesinin veya turizmde dengeli ve sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması amacıyla yönelik bir politikanın ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceğini ifade etmişlerdir.

Yıldırım Öcal ve Öcal (2004, s. 140-141), VAR yaklaşımını kullanarak 1962-2002 dönemi için yaptıkları ampirik çalışmada turizm gelirlerinin uzun dönemde iktisadi büyümeyi desteklediğini, ancak kısa dönemde değişkenler arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, turizm gelirlerinin yatırımların bir göstergesi olarak kabul edilen tasarrufları olumlu yönde etkilediği, dolayısıyla

turizmden elde edilen döviz gelirlerinin sermaye malları ithalinde kullanılabileceğine ilişkin savın Türkiye için geçerli olabileceğini de çalışmalarında belirtmişlerdir.

Gündüz ve Hatemi (2005, s. 499), 1963-2000 dönemi için turizm yönlü büyüme hipotezinin geçerliliğini Türkiye için test etmişlerdir. Çalışmalarında GDP, gelen turist sayısı ve döviz kuru oranlarını ele alarak öncelikle serilerin durağan olup olmadığını analiz etmiş daha sonrasında kendi geliştirmiş oldukları kaldıraçlı bootstrap nedensellik analizi ile değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin varlığını araştırmışlardır. Analiz sonuçlarında, turizmden iktisadi büyümeye tek yönlü bir nedensellik olduğunun yanı sıra turizm yönlü büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olduğu sonucuna da ulaşmışlardır.

Ongan ve Demiröz (2005, s. 880), çalışmalarında uluslararası turizm gelirlerinin Türkiye'nin uzun vadeli ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu amaçla, Johansen eş bütünleşme, Vektör hata düzeltme modeli (VECM) ve Granger nedensellik yaklaşımlarını kullanarak turizm yönlü büyüme hipotezini 1980-01 ve 2004-02 dönemini ele alarak analiz etmişlerdir. Ampirik sonuçlar, iki değişken arasında hem kısa hem de uzun vadede çift yönlü nedensel ilişkiler olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ilgili dönem için turizm yönlü büyüme hipotezinin geçerli olduğunu da çalışmalarında belirtmişlerdir.

Bahar (2006, s. 147), turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığını test etmiş ve bu sektörün ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmasında, 1963–2004 dönemi için turizm gelirleri ile Gayri Safi milli hasıla (GSMH) değişkenleri arasındaki ilişki zaman serileri yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Öncelikle serilerin durağan olup olmadığı sınanmış daha sonrasında ise VAR modeli, Eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemleri kullanılarak analiz sonuçlarına ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; turizm gelirlerinden, ekonomik büyümeye (GSMH) yönelik tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, eş bütünleşme testi sonuçları, iki değişken arasında sadece bir tane ortak vektör bulunduğu ve sonuç olarak, Türkiye'de elde edilen turizm gelirlerinin uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Bununla birlikte yapılan regresyon analizi sonucunda, turizm gelirlerinde %1 birimlik bir artış olduğunda ekonomik büyümede de 0.16 birimlik bir artışın meydana geldiğini ifade etmişlerdir.

Çil Yavuz (2006, s. 162, 170), Türkiye’de 1992:01-2004:04 dönemindeki turizm gelirindeki artışın iktisadi büyümeye etkisini araştırmıştır. Çalışmada geleneksel birim kök testlerinden olan Augmented Dickey Fuller (ADF) ve yapısal kırılmanın var olup olmadığının tespit edilebilmesi amacıyla, Zivot-Andrews birim kök testlerini kullanmıştır. Nedensellik analizi için Granger ve Toda-Yamamoto nedensellik yaklaşımlarından yararlanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, turizm gelirleri ile iktisadi büyüme arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Çetintaş ve Bektaş (2008, s. 37, 42), 1964-2006 döneminde turizm ve iktisadi büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri ARDL yöntemi ile analiz ederek, iki değişken arasındaki nedenselliğin yönünü araştırmışlardır. Çalışma sonucunda turizm ve iktisadi büyüme arasında kısa dönemde bir ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizmin iktisadi büyüme pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İktisadi büyümeden turizme bir nedensellik bulunmazken, turizmin iktisadi büyümenin anlamlı Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir. İncelenen dönem içinde turizm gelirlerindeki %10’luk bir artışın, ekonomik büyümede yaklaşık %2’lik bir artışa neden olduğunu göstermektedir. İki değişken arasındaki uzun dönemli ilişki ve tek yönlü nedensellik bulguları uzun dönemde turizm yönlü büyüme hipotezinin geçerli olduğunu ve turizm endüstrisinin Türkiye’nin önemli büyüme kaynaklarından biri olduğunu göstermektedir.

Kızılgöl ve Erbaykal (2008, s. 358), 1992:01-2006:02 dönemine ait üçer aylık turizm gelirleri ve GSYİH verilerini kullanarak turizm gelirleriyle iktisadi büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemiştir. Çalışmalarında, turizm gelirleri ve gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) değişkenlerini ele alarak ADF birim kök testi, VAR modeli ve Toda-Yamamoto nedensellik testleri ile analiz sonuçları elde edilmiştir. Elde edilen analiz bulgularına göre, iktisadi büyümeden turizm gelirlerine doğru nedensellik ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda Türkiye’nin daha fazla turizm geliri elde etmek için istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme hızını yakalaması gerektiği de ifade edilmiştir.

Aslan (2008, s. 1-8), 1992:1-2007:2 dönemi için turizm gelirleri, gayri safi milli hâsıla (GSMH) ve reel döviz kuru arasındaki ilişkiler Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri ile belirlemeye çalışmıştır. Bu değişkenler arasında uzun dönemli dolaylı bir ilişkinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Türkiye’de

turizmin büyümei teşvik ettiği hipotezini destekler nitelikte sonuçlar elde edildiği de çalışma sonucunda ifade edilmiştir.

Turan Koyuncu (2014, s. 1-13), Türkiye’de turizm gelirleri, iktisadi büyüme, cari açık ve döviz kuru arasındaki ilişkiler Granger nedenselliği, etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırması yöntemleriyle test etmiştir. Değişken olarak, turizm gelirleri, cari işlemler açığı, büyüme hızı ve döviz kurları ele alınmıştır. Turizm gelirleri bağımlı değişken olmak üzere diğer değişkenler bağımsız değişkenler olarak kabul edilmiş ve regresyon modeli buna göre kurulmuştur. Modelde yer alan değişkenlerin durağan olup olmadığı birim kök testleri ile test edildikten sonra VAR modeli ve Johansen eşbütünleşme yöntemleri uygulanmış daha sonrasında ise değişkenler arasındaki nedensel ilişkinin varlığı Granger nedensellik analizi yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasında çift yönlü bir ilişkinin mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre turizm gelirlerinin iktisadi büyüme ye katkı sağlarken; iktisadi büyümenin de turizmin gelişimini teşvik ettiğini belirtmiştir.

Özcan (2015, s. 177-192), 1963-2010 dönemi için Türkiye’de turizm gelirleri ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi doğrusal ve doğrusal olmayan zaman serisi nedensellik ve Hatemi-J (2012) tarafından geliştirilen asimetric nedensellik yöntemi yardımı ile test etmiştir. Çalışmada turizm gelirleri ve Gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) değişkenlerinin logaritması kullanılmıştır. GSYH değişkeni bağımlı, turizm gelirleri bağımsız değişken olarak ele alınmış ve regresyon modeli kurulmuştur. Değişkenlerin durağan olup olmadığının belirlenebilmesi amacıyla Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips ve Perron (PP) ve Elliot, Rothenberg ve Stock (DF-GLS) birim kök testleri tercih edilmiştir. Birim kök testlerini takiben değişkenler arasındaki ilişkiler üç farklı nedensellik analiz metodu ile incelenmiştir. Bunlardan ilk ikisi nedensellik ilişkisini tek bir istatistikte inceleyen Bootstrap metoduna dayalı Toda–Yamamoto Granger tipi nedensellik yaklaşımı ve diğeri ise doğrusal olmayan nedensellik yaklaşımları iken üçüncüsü ise asimetric nedensellik ilişkilerinin varlığını pozitif ve negatif şok durumunda nasıl olacağını belirleyen Hatemi-J asimetric nedensellik yaklaşımı ile analiz sonuçlarına ulaşılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, simetric nedensellik analizleri sonucunda turizm gelirleri ve kişi başına düşen GSYİH arasında doğrusal olmayan bir nedensellik ilişkisine rastlanmazken doğrusal bir nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Doğrusal ilişkinin yönü turizm gelirlerinden kişi başına düşen

GSYİH'ye doğrudur. Bununla birlikte ilişki zayıftır. Asimetrik nedensellik analizi sonuçlarına göre ise değişkenler arasında turizm gelirinden GSYH'ye doğru bir nedensellik bulunmakta olduğu ifade edilmiştir.

Esen ve Özata (2015, s. 43,55), Pesaran, Shin ve Smith tarafından geliştirilen otoregresif dağıtılmış gecikme modelini (ARDL) kullanarak, Türkiye'de turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmış ve böylece turizme dayalı büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olup olmadığını test etmiştir. Analizde 2003:01-2015:04 dönemine ait çeyrek dönemlik reel Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH), ülkeye gelen uluslararası turist sayısı ve reel döviz kuru (RER) verileri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre turizmin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla üzerinde hem kısa dönemde hem de uzun dönemde anlamlı pozitif etkisi vardır. İkinci olarak Granger nedensellik testine Toda-Yamamoto yaklaşımı kullanılmış ve turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi belirlenmiştir. Böylece çalışmadan elde edilen bulgular, turizme dayalı büyüme hipotezinin Türkiye örneği için ampirik olarak desteklendiğini göstermektedir.

Algan ve Gencer (2015, s. 31,41), Türkiye ekonomisinde turizm gelirlerinin iktisadi büyümeye yol açıp açmadığını turizme dayalı büyüme hipotezi çerçevesinde 1992:01-2010:02 dönemi verilerini kullanarak araştırmışlardır. Çalışmalarında, reel efektif döviz kuru, reel turizm gelirleri ve reel GSYH değişkenleri kullanılarak regresyon modeli oluşturulmuştur. Modelde yer alan değişkenlerin durağan olup olmadıklarının sınanması amacıyla ADF, KPSS birim kök testlerinin yanı sıra Zivot ve Andrews yapısal kırılmalı birim kök test yönteminden de yararlanılmıştır. Daha sonrasında Johansen ve Gregory-Hansen eşbütünleşme testleri ile uzun dönemde ilişkinin varlığı sınanarak Granger nedensellik yöntemi ile analiz sonuçları elde edilmiştir. Analiz bulgularına göre, Johansen eşbütünleşme test sonucu değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin bulunmadığını, yapısal kırılmalı Gregory Hansen eşbütünleşme test sonuçları ise değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuçlar uzun dönemde turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilemektedir. Hata düzeltme modeline dayalı nedensellik testi sonuçlarından elde edilen bulgular turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Hepaktan ve Çınar (2010), tarafından yapılan bir çalışmada, turizm sektörünün Türkiye ekonomisinde ki yeri, önemi ve etkileri değerlendirilmiştir. Ayrıca, turizm sektörünün turizm gelirleri ve giderleri gibi doğrudan etkilerinin yanında, ödemeler bilançosu ve istihdam üzerindeki dolaylı etkilerini araştırmışlardır. Çalışmada kullanılan değişkenler; yıllık net turizm gelirleri, yabancı turist sayısı, dış ödemeler dengesi ve sabit fiyatlarla GSMH büyümesidir. Regresyon modelinde yer alan değişkenlerin durağan olup olmadıklarının belirlenmesinde ADF birim kök testi kullanılmıştır. Seriler durağan hale getirildikten sonra Granger nedensellik yöntemi ile nedensellik ilişkisinin varlığı incelenmiştir. Net turizm geliri ve yabancı turist sayısı değişkenlerinin büyüme ve dış ödemeler bilançosu üzerindeki etkilerinin nedensellik testleriyle ortaya konulmaya çalışıldığı analizlerde turizm sektörünün dış ticaret dengesi üzerinde önemli bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca turizm sektörünün Türkiye'nin büyümesi üzerinde doğrudan bir etkisi olmamakla birlikte dolaylı olarak büyümeyi etkilediği de ifade edilmiştir.

Polat ve Günay (2012, s. 204,211) turizm ve ihracat gelirlerinin eşbütünleşme ve nedensellik analizi yaparak ekonomik büyüme üzerindeki etkisini araştırmıştır. 1969-2009 dönemi verileri kullanılarak eş bütünleşme yöntemi ve nedensellik testi yardımıyla Türkiye'de ihracat ve turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ve turizm gelirleri, ihracat gelirleri, GSMH değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkileri veri kümesi kullanılarak analiz edilmiştir. Turizm geliri ile ekonomik büyüme arasında uzun dönem anlamlı ve pozitif bir ilişkinin bulunduğu Johansen eşbütünleşme testi aracılığıyla tespit edilmiştir. İhracat ve turizm gelirlerinden GSMH'ye doğru tekyönlü bir nedensellik olduğunu Granger nedensellik testi göstermiştir. Türkiye'de ihracat ve turizme dayalı uzun dönemde ekonomik büyüme hipotezinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Kamacı ve Oğan (2014) Turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini panel eşbütünleşme ve nedensellik analizi yaparak sonuçlarını paylaşmıştır. Ekonomik büyümeye turizm gelirlerinin etkisi yaptıkları ampirik çalışmada test etmişlerdir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, zaman periyotlarındaki farklılık, ülkelerin gelişmişlik düzeyi, turistik alanların çok olması yada olmaması gibi durumlar ve ekonometrik yöntem farklılıklarından dolayı çeşitli sonuçlar elde edilmiştir. Çalışmalarında Türkiye ve farklı 5 ülke için turizm gelirleriyle ekonomik büyüme ilişkisinin test sonuçlarını analiz etmişlerdir. Serileri durağan hale getirmek için

çalışmalarında birim kök testi yapmışlardır. Eşbütünleşme ve nedensellik testlerini seriler arasındaki uzun dönem ilişkisinin var olup olmadığını görmek için uygulamışlardır. Sonuç olarak turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru çift yönlü nedensellik ilişkisi yapılan analizler sonucunda tespit edilmiştir.

Şeyma Torba (2019, s. 86-91) Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Türkiye örneğiyle ele almıştır. 2003:1 – 2017:4 yılları arasındaki verileri kullanarak turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini analiz etmiştir. Sırasıyla uygulanan birim kök test sonuçlarında durağanlığın 1. seviyede sağlandığı görülmüştür. Durağanlık sağlandıktan sonra Granger nedensellik testinde otoregresif modele ait gecikme uzunluğu tespiti için VAR analizi kullanılmıştır. AIC değerine 4. gecikmede ulaşılmıştır. Sonuç olarak ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu ekonomik büyümedeki istikrarlı artışın turizm gelirlerini de arttıracak sonucuna ulaşıldığını göstermektedir.

Mustafa Korkmaz (2019, s. 66-70) çalışmasında Türkiye örneği ile turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. 2002-2019 arasındaki üçer aylık verileri kullanarak elde edilen sonuçları paylaşmıştır. Değişkenler olarak turizm gelirleri, GSYİH, sermaye yatırımları ve ticari açıklık verileri kullanılmıştır. Yapılan çalışmada Breitung ve Candelon tarafından geliştirilen Granger nedensellik testi ile turizm gelirleri ile milli gelir arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Nedensellik analizi sonucunda turizm geliri ile GSYİH arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ve turizm gelirlerinden GSYİH'ye yönelik nedensellik ilişkisi olduğuna değinmiştir. Nedensellik ilişkisinin kısa dönem için değil orta ve uzun dönem için söz konusu olduğu ve turizm gelirlerinin GSYİH'yi dört yıl ve daha uzun dönemde etkilediğine değinmiştir. Sonuç olarak turizmin ülke ekonomisine olumlu katkısı söz konusu olduğunu ve milli geliri etkilediğini paylaşmıştır.

Engin Girgin (2019, s. 86-95) Türkiye örneğiyle turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisini 2003:1 – 2018:4 arasındaki verilerle ele almıştır. Vektör Otoregresif (VAR) analizini çalışmasında benimsediği metodoloji olduğuna değinmiştir. VAR modelinin koşulu serilerin durağanlığı olduğu için çalışmasında birim kök testini de uygulamıştır. Birinci farklılık değerinde durağanlığın sağlandığını tespit etmiştir. Turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi test etmek için Granger

nedensellik testi uygulanmıştır. Değişkenler olarak GSYİH (bağımlı) , turizm gelirleri, reel efektif döviz kuru ve ortalama harcama verileri ele alınmıştır. Turizm gelirlerinden GSYİH'ye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır. Üç gecekimeli VAR modeli kullanılarak ulaşılan doğrulama testleri sonuçlarının etkin ve tutarlı olduğu sonucuna varmıştır.Reel efektif döviz kurunda oluşan bir birimlik şokun Turizm gelirlerini arttırdığına da değinmiştir. Ayrıca etki tepki analizinde turizm geliri ile GSYİH arasında açık bir doğrusal bağlantı olduğuna değinmiştir.

Ali Altınar (2019, s. 114-133) çalışmasında Türkiye örneğiyle turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini 1969-2018 arasındaki yıllık verileri kullanarak açıklamıştır. Değişken olarak ekonomik büyüme, turizm, enflasyon, reel döviz kuru ve nüfus verileri kullanılmıştır. ADRL sınır testi kullanarak aradaki ilişkiyi incelemiştir. Seriler arasındaki uzun dönemli bir ilişkinin varlığına test sonuçlarında ulaşmıştır. Turizm gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğuna değinmiştir. Değişkenler arasında turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye en olumlu etkiyi yaptığı tespitine ulaşmıştır. Reel döviz kurundaki yükselişin yerel para birimindeki değer kaybı demek olduğundan rekabet edebilirlik gücünü arttırarak ekonomik büyümeyi toplam ihracatı arttırarak olumlu yönde sağlayabileceğimize değinmiştir. Ulaşılan bulgulardan biriside turizm geliri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin kısa dönemde pozitif yönde olduğudur. Sonuç olarak yapılan analizler sonucunda turizm gelirlerinin ekonomik kalkınmadaki yerinin önemi açık şekilde görülmüştür.

Uysal, Erdoğan ve Mucuk (2004) 1993- 2003 arasındaki aylık verilerle yaptıkları analizlerle Türkiye'nin turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye değinmişlerdir. Turizm gelirlerindeki yükselmenin ekonomiye etkisini nedensellik ve regresyon analizi yardımıyla test etmişlerdir. Çıkan sonuçta ekonomi ve turizm arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Araştırmalarının temel dayanağı turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisi olduğundan yaptıkları regresyon analizinde turizmdeki %10 luk bir büyümenin GSMH'yi % 3 büyüttüğü görülmüştür.

Bozkurt ve Topçuoğlu (2013) 1970-2011 arasındaki yıllık verileri kullanarak kısa ve uzun dönem için turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini analiz etmişlerdir. Değişkenler olarak gayri safi milli hasıla, turizm gelirlerinin ihracat payı, ihracat ve ithalat toplamının GSMH'ya oranı ve reel kur endeksi verileri kullanılmıştır.

Araştırmalarında Dickey Fuller tarafından geliştirilen ADF testi kullanarak durağanlık seviyesi belirlemişlerdir. Test sonuçlarına göre birinci seviyede durağanlık elde etmişlerdir. Uzun dönem ilişkisi varlığını görmek adına Engle Granger tarafından geliştirilmiş olan koentegrasyon testi yapmışlardır. Yapılan analiz sonucunda Turizm gelirinun ihracattaki payıyla GSMH'nin koentegre olduğunu belirtmişlerdir yani değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca reel döviz kurunun GSMH ile koentegre olmadığını belirtmiştir. Turizm sektöründe meydana gelecek olan bir gelişmede ülkenin ekonomisinin pozitif yönde seyredeceği sonucuna varmışlardır.

Oğan ve Sevim (2020, s. 858-869) çalışmalarında Türkiye örneği ile reel döviz kuru ile turizm sektörü arasındaki nedenselliği değerlendirmek için Granger nedensellik testi Dickey Fuller (ADF) birim kök testi, VAR modeli ve Koentegrasyon analizi yöntemleriyle analizler yapmışlardır. Değişken olarak reel kur endeksi, turist sayısı, turizm gelirleri, turist ortalama harcamaları verileri kullanılmıştır. 2012-2018 arasındaki aylık veriler ele alınmıştır. Araştırma sonucunda reel kur endeksi ile gelen turist ortalama harcamasına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Reel kur endeksi ile turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları arasında ise nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Sonuç olarak döviz kurunun turizmdeki hareketliliği etkilediğine değinmişlerdir. Ayrıca dolar kurunun turizm gelirleri ve ziyaretçi sayılarının nedeni olmadığı sonucundan yola çıkarak yabancı turistlerin Türkiye'yi tercih etmesinde döviz kurunun herhangi bir etkisinin olmadığı Türkiye'yi tercihlerinde hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti gibi faktörlerin etkili olduğunu belirtmişlerdir.

Şen ve Şit (2015) reel döviz kurunu Türkiye'nin turizm gelirleri üzerindeki etkisinin ampirik analizini yapmışlardır. 2000-2012 yılları arasındaki turizm gelirleriyle reel kur endeksi aylık verileri kullanılarak ADF ve PP birim kök testleri ile serilerin birinci derecede durağan olduğu görülmüştür. Nedensellik ilişkisinin varlığını sorgulamak için Toda Yamamoto nedensellik testi ve Bootstrap tabanlı Toda Yamamoto nedensellik testi yapılmıştır. Reel kur endeksinin turizm gelirleri üzerinde uzun dönem ilişkisini tespit etmişlerdir. Sonuç olarak döviz kurlarındaki artışın ülke turizmını daha ucuz hale getirdiği böylelikle Türkiye turizmına yönelik talebi artırdığı dolayısıyla turizm gelirlerinde de artışın gözlemlendiği sonucuna varmışlardır.

Pata ve Terzi (2016) Türkiye'nin iktisadi büyümesinde turizm sektörünün katkısını belirledikleri çalışmada Türkiye'ye gelen turist sayısı, turizm gelirleri ve

gayri safi yurt içi hasıla değişkenlerini kullanarak birim kök, Granger, VAR ve etki tepki analizlerinin sonuçlarını paylaşmıştır. 1964-2014 yılları arasındaki yıllık veriler kullanılarak analizlerini yapmışlardır. Bayer-Hanck eş bütünleşme testi sonucuna göre değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi bulunamamıştır ancak kısa dönemde Dolada-Lütkepohl VAR analiziyle Türkiye'ye gelen turistlerin sayısında ve Türkiye'nin turistlerden elde ettiği gelirlerde GSYİH'yi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Elde ettikleri sonuçların Türkiye'nin ekonomik büyümesinin turizmden pozitif etkilendiğini, turizme dayalı büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olduğunu gösterdiğini belirtmişlerdir.

O.Cenk Kanca (2015) çalışmasında Türkiye örneğiyle Turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi bazı zaman serisi yöntemleri kullanarak ekonometrik olarak sınamaya çalışmıştır. Değişkenler olarak ekonomik büyüme ile turizm gelirleri değişkenleri kullanmıştır. 1980-2013 arasındaki yıllık veriler kullanılarak Granger nedensellik ilişkisini EKK yöntemi ile tespit etmek istemiştir. Tabii ki nedensellik ilişkisi için (Dickey-Fuller) ADF ve (Phillips ve Perron) PP durağanlık testi de uygulamıştır. Yapılan testler sonucunda büyümeden turizm gelirlerine doğru bir nedensellik tespit etmiştir. Ayrıca turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye pozitif yönde etki tespit edilmiştir. Sonuç olarak ekonomik büyümede yakalanacak olan istikrara turizm gelirlerinin artmasının da etki edeceğine değinmiştir.

Erdoğan ve Torba (2018) turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik testi ile araştırmışlardır. 2003:1- 2017:4 arasındaki üçer aylık verileri kullanarak çalışmalarını yapmışlardır. Değişken olarak GSYİH ve turizm geliri verileri kullanılmıştır. Seriler arası durağanlık testlerinden sonra Granger nedensellik testi ile aralarındaki ilişki test edilmiştir. VAR analiziyle 4. Gecikmenin en uygun gecikme olacağı sonucuna varılmıştır. Sonuç olarak %10 luk anlamlılık düzeyinde ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Sonuç olarak Türkiye için istikrarlı ve sürekli bir ekonomik büyüme turizm gelirleri açısından önemli bir etken olduğuna değinmişlerdir.

Erkan, Kara ve Harbalıoğlu (2013) 2005-2012 yılları arası aylık verileri kullanarak Türkiye'de turizm gelirlerini etkileyen faktörleri VAR analizi ve Granger nedensellik testi sonuçları ile açıklamıştır. Değişkenler olarak turizm gelirleri (bağımlı), turist sayısı, reel toplam yatırım tutarı, teşvik belge sayısı, yatak sayısı,

turizm sektörü istihdamı ve reel kur endeksi verileri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarında turist sayısı ile turizm gelirleri arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu belirlemişlerdir. Turist sayısındaki artışların turizm gelirlerini arttırdığını ve turizm gelirlerindeki artışında yeni tesis kurulması, tanıtım, pazarlama gibi benzer nedenlerle turist sayısını arttırdığına değinmişlerdir. Sonuç olarak bağımsız değişkenler ile turizm gelirleri arasında nedensellik ilişkisinin olmadığına değinmişlerdir. Özellikle reel döviz kuruyla turist sayısı ve turizm geliri arasında bir nedensellik ilişkisinin bulunmamış olması, yabancı turistlerin Türkiye'nin turizmüne olan talebinin döviz kuruna karşı duyarlı olmadığını gösterdiğini belirtmiştir.

Özdemir ve Öksüzler (2006) 1963-2003 arasındaki yıllık verileri kullanarak ekonomik büyüme ile turizm arasındaki nedensellik ilişkisini analiz ederek turizmdeki büyümenin boyutunu ortaya çıkarmak istemişlerdir. Turizm gelirleri, GSMH, reel kur endeksi değişkenleri kullanılarak Johansen tekniğiyle durağanlık sağlanıp VAR analizi ve Granger nedensellik ilişkilerinin sonuçlarını paylaşmışlardır. Sonuç olarak kısa ve uzun dönem için turizmden ekonomik büyümeye tek yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğunu belirtmişlerdir.

Barış Ülker (2016, s. 105-132) çalışmasında 1980-2014 arasındaki yıllık verileri kullanarak turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini ARDL sınır testi ve Granger nedensellik testi aracılığıyla turizm gelirleri ve GSYİH arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. ADF, PP ve KPSS birim kök testi sonucunda birinci seviyede durağanlığın sağlandığını görmüştür. ARDL test sonucunda hem kısa hem uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Uzun dönem göz önüne alındığında turizm gelirlerinde sağlanacak %1 artışın, GSYİH'yi %0.59 arttırdığı ayrıca kısa dönemde sağlanacak %1 lik artışın GSYİH'yi %0.20 arttıracığı sonucunu iletmiştir. Uygulanan Granger nedensellik analizi sonucunda ise turizm gelirlerinde GSYİH'ye doğru tek yönlü bir nedensellik sağlandığını iletmiştir.

Özcan, Kayhan ve Bayat (2016) yaptıkları çalışmada kriz sonrası dönemini kapsayacak şekilde kriz dönemi sonrasındaki para politikalarının etkinliklerinin belirlenmesi amacıyla yaptıkları analizlerin sonuçlarını paylaşmışlardır. 2009-2016 arası aylık verileri kullanarak Bloomberg veri tabanından borsa İstanbul 100, STOXX ve VIX verileriyle analizlerini yapmışlardır. Yapılan çalışma Türkiye ile Avro bölgesi ülkelerin karşılıklı uygulanan para politikalarına Avro bölgesi turistlerin sayısını ne derecede etkilediğini VAR modeliyle ortaya koymuştur. Oluşturulan modelde iki ülke

arasındaki finansal gelişmeler, ülkelere ait borsa endeksleri ve politik faiz oranındaki dalgalanmalar bağlantılı olarak gösterilmiştir. Türkiye ve Avro bölgesi arasındaki para birimlerindeki değiş tokuş oranının gösterilmesi için nominal Avro/TL döviz kuru kullanılmıştır. Ortaya çıkan tabloda üç farklı rejimin olduğunu görmüşlerdir. Etki tepki analizi sonucuna göre nispi politikadaki uygulanan faiz oranlarındaki artışın döviz kurunu etkilediğini ancak turist sayısını etkilemediğini, STOXX borsa endeksi aracılığı ile de turist sayısını etkilemediğini belirtmişlerdir. İkinci rejime sonuçlarında ortaya çıkan tabloda ise nispi politika faiz oranında uygulanan pozitif şokun finansal sistem aracılığı yoluyla turist sayısı üzerinde olumlu etki yaptığını belirtmişlerdir. Üçüncü rejimde yine politika faiz oranında meydana gelen artışın döviz kuru üzerinden turist sayısı üzerine olumsuz etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak turizm sektörünün uygulanan para politikalarından etkilenmesi uygulamanın yapıldığı dönemdeki konjektüre bağlı olduğunu ayrıca turist gönderen ülkelerin uyguladıkları para politikaları, ülkelerde meydana gelen finansal sistemdeki gelişmelerden de etkilendiğine değinmişlerdir. Turizm politikaları uygulamasında ve planlanmasında konjektürel gelişmeleri ve küresel çapta meydana gelen gelişmeleri dikkate almak gerektiğine değinmişlerdir.

Akar ve Özcan (2021, s. 413-431) Yaptıkları çalışmada yapısal kırılmalı VAR analizi yöntemiyle reel döviz kuru ve turizm geliri ilişkisini analiz etmişlerdir. Değişkenler olarak reel kur endeksi ve turizm gelirleri verileri kullanılmıştır. 2012:1-2019:12 arasındaki aylık verileri kullanarak analizlerini yapmışlardır. Yaptıkları analizde serilerde gözlemlenen yapısal kırılmalara yoğunlaşmak amacıyla durağanlık analizinde yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök testinden faydalanmışlardır. Reel kur endeksi için belirtilen zaman aralığındaki ani ve büyük miktardaki artışı 2018:8 'de yapısal kırılma anı olarak belirlemişlerdir. Belirlenen zaman aralığındaki turizm gelirlerindeki kırılma anını ise 2016:6 olarak belirlemişlerdir. İki değişken arasındaki kırılma anları bir birinden farklı ve uzak tarihler olduğundan dolayı kurdukları VAR modelinde her iki seri için iki farklı kırılma anı tanımlanmıştır. Bu durum standart bir VAR modeli yerine yapısal bir VAR modeli oluşmasını sağlamıştır. Yapısal VAR modellerinin standart VAR modellerinden farkı yapısal VAR modelinde genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi ile tahmin yapılmaktadır. Değişkenler arasındaki etki tepki analizine göre değişkenlerden bir tanesinde meydana gelen yüzdelik değişiminde oluşan standart sapmalık şoka diğer değişkenden oluşan tepkinin

küçük değerler aldığı ve belirli bir dönem sonunda doğrusal bir hareket izleyerek sistemin dengeye ulaştığına değinmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre belirtilen dönem göz önüne alındığında Türkiye’de döviz kurundaki ve turizm gelirlerindeki meydana gelen değişime karşı değişkenlerin verdikleri tepki önemsenmeyecek düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak döviz kuru ve turizm geliri arasında dikkate değer bir etkinin olmadığına değinmişlerdir. Döviz kuruna karşı turizm gelirlerinin duyarlı olmadığını belirtmişlerdir.

Akboz ve Canatan (2021) yaptıkları çalışmada döviz kuru ve Turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi birim kök ve Toda-Yamamoto nedensellik testiyle analiz etmişlerdir. 2012-2019 arasındaki aylık verileri kullanarak yaptıkları analiz sonuçlarını paylaşmışlardır. Yaptıkları nedensellik testi sonucunda değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.

Yıldırım, Ögel ve Alhajrabee (2020, s. 103-121) yaptıkları çalışmada makro ekonomik değişkenlerin turizm endeksi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 2010:3-2020:2 tarihleri arasındaki aylık verileri kullanarak VAR analizi yapmışlardır. Değişkenler olarak turizm endeksi (bağımlı), korku endeksi, CDS ve dolar kuru verileri kullanılmıştır. Yapılanlar Granger nedensellik testinde CDS priminden turizm endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Diğer değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

METEDOLOJİ VE YÖNTEM

3.1 Veri

Bu makalede borsa İstanbul da işlem gören ülke turizmine de etki eden endeks verileri, turizm bakanlığının açıkladığı turizm gelirleri ve döviz kuru dalgalanmalarının yabancı turistlere etkisini öğrenme adına merkez bankasının açıkladığı reel kur endeks verileri arasındaki ilişkiler karşılaştırılmıştır. BİST Turizm (XTRZM) , CDS (credit default swap –kredi temerrüt takası) , reel kur endeksi ve turizm gelirleri bağımlı ve bağımsız değişkenler olarak ewiews ve stata programında analiz yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Empirik çalışma modelleri ve bulgulara geçmeden önce bu bölümde kullanılan değişkenlerin tanımını aktaracağım.

Her ülkenin borsa kurumları bulunur. Borsası olan her ülkede, yatırımcıların bir araya geldiği alım – satım faaliyetlerinin adil, güvenli ve rekabetçi ortamda gerçekleşebilmesini sağlayan borsa kurumları bulunur. Borsa İstanbul, Türkiye’de faaliyeti bulunan bu alandaki tek borsa kurumu olma özelliğini elinde bulundurmaktadır.1986 yılında ilk kez İMKB (İstanbul Menkul Kıymetler Borsası) ismi ile faaliyete geçmiştir. 5 Nisan 2013 tarihinde borsa İstanbul (BİST) adını almıştır. Günümüzde Türkiye’de borsada hisse senedi alım- satım işlemi yapan her yatırımcı, Borsa İstanbul bünyesinde faaliyet göstermektedir. Borsa İstanbul’un amacı, kanunlar çerçevesinde sermaye piyasası araçlarının kıymetli taş, maden ve kombiyoların sermaye piyasası kurulunca uygun bulunan sözleşme ve diğer belgelerin, sözün kısası borsada işlem gören her türlü değerlerin serbest rekabet şartlarının geçerli olduğu güvenilir ve istikrarlı ortamda pratik bir şekilde alınıp satılabilmesini sağlamaktır. Bu kıymetlerin alım – satım emirlerinin amacına uygun bir şekilde bir araya gelmesini kolaylaştırmak, ortaya çıkan fiyatların tespiti ve ilanı gibi bir takım piyasalar, platformlar ve Pazar yerleri meydana getirmek ve geliştirmek borsa piyasalarını ve borsaları işletmek ve yönetmekte Borsa İstanbul’un esas faaliyetleri arasında yer alır.

BİST Turizm (XTRZM) endeksi; Borsa İstanbul’da işlem gören turizm şirketlerinin genel değerini gösteren endekstir. BIST Turizm endeksi kapsamında yer alan firmalar ve firmaların hisse senetlerinin fiyat, maliyet, satış gibi verileri, borsada yer alan hisse senetleri miktarı, fiyat getiri performansı bileşenlerinin oluşturduğu

denklemlerle BIST Turizm endeksi hesaplanmaktadır. Bist turizm endeksi verileri www.investing.com adresinin elektronik veri tabanlarından temin edilmiştir.

CDS (credit default swap –kredi temerrüt takası); bir kişi eğer elinde tahvil vb. finansal bir araç bulunduruyorsa belirlenen bedel karşılığında vade sonundaki alacağının ödenmeme riskinin ortadan kaldırılmasını sağlayan bir finansal enstrümandır. Bir nevi basit bir sigortalama işlemidir. Aslında bu sigortalama işleminin de ötesinde ülkelerin risklerini de açıklayan bir göstergedir. Ülkelerin riskleri siyasi partilerin yürüttüğü politikalara göre de değişebileceğinden ülkelerin risklerini sadece ekonomik verilere dayandırılarak bir risk primi oluşturulamamakta bir bütün olarak ele alınmaktadır. Ülkeler için hesaplanan her 100 CDS baz puanı için %1 oranında bir maliyet söz konusudur. Ülkeler için CDS primi puanı önemli bir göstergedir. Yüksek CDS primli ülkeler ve ülke içindeki kurumları daha yüksek maliyetlerle borçlanma ihtiyaçlarını karşılarlar. Bir ülkenin borcunun sigortalanması için sigorta şirketinin talep ettiği prim olarakta açıklaya biliriz. Bir sigorta şirketinin borca karşılık istediği prim miktarına CDS denir. CDS prim verileri www.investing.com adresinin elektronik veri tabanlarından temin edilmiştir.

Reel kur endeksi; yerel para cinsinin çeşitli döviz türlerinden çeşitli ölçütlere göre ağırlıklandırılarak düzenlenen bir sepete karşı endeks değerini gösterir. Finansal piyasalarda işlem görmekte olan yerel para biriminin fiyatına göre ne kadar değerde olduğunu gösterir. Reel kur endeksi verileri Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Elektronik veri dağıtım Sisteminden evds2.tcmb.gov.tr/ temin edilmiştir.

Turizm gelirleri de Türkiye'nin turizmden elde ettiği gelirleri gösteren resmi rakamlardır. Turizm gelirleri verileri Türkiye İstatistik Kurumu Turizm istatistikleri veri tabanından data.tuik.gov.t temin edilmiştir.

Tüm Değişkenler için 2012:01 – 2020:12 arasındaki aylık veriler kullanılmıştır.

3.2 Modelin oluşturulması

Turizmin ülke ekonomisine katkısının incelenmesi amacıyla turizm gelirlerinin ekonomik göstergeleri ifade eden değişkenler üzerinde nasıl bir değişim ya da etki meydana getirdiği araştırılmaktadır. Bu nedenle, çalışmada zaman serileri verisi kullanılarak bahsedilen ilişki analiz edilecektir. Ekonometrik çalışmalarda kullanılan klasik tahmin yöntemleri, verilerin durağan yani ortalama ve varyanslarının zamana göre değişmediği varsayımına dayanmaktadır. Makroekonomik verilerde serilerin

ortalama ve varyansları zaman içerisinde sabit kalmamakla birlikte değişkenlik gösterdiği için durağan değildir. Zaman serileri verileri üzerinde yapılan çalışmaların hız kazanması ile birlikte verilerin durağan olmaması üzerine yapılan çalışmalarda artışlar yaşanmıştır. Bu nedenle, Dickey-Fuller'in (1979, 1981) parametrik birim kök testleri olan DF ve ADF birim kök testleri ile parametrik olmayan Philips-Perron'un (1988) PP birim kök testi durağanlığın varlığının sınanmasında yaygın bir şekilde kullanılmaya başlamıştır. Durağan olmayan değişkenlerin bulunduğu regresyon modellerinde değişkenler arasında eşbütünleşik ilişki mevcut değilse regresyon modeli kalıntıları da durağan olmayacaktır. Dolayısıyla, klasik tahmin yöntemleri hatalı sonuçlar verecektir. Bu durum ise sahte regresyon (spurious regression)'a neden olacaktır. Klasik tahmin yöntemlerinin en bilinen ve sık kullanılan örneği En Küçük Kareler (EKK) Yaklaşımıdır. Değişkenlerin durağan olmaması EKK yaklaşımına göre kurulan regresyon modeli sonuçlarının hatalı olmasına ve yanlış yorumlanmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle, Granger (1987) değişkenlerin eş bütünleşme ve nedensellik analizlerinin yapılmasında önce durağan olup olmadıklarının kontrol edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Çalışmada birim kök testleri, eşbütünleşme, VAR modeli ve nedensellik yaklaşımları aşağıdaki gibi açıklanmıştır.

3.3 Durağanlık Kavramı

Zaman serisinin ortalaması ve varyansı zamandan bağımsız ise, seri durağan bir zaman serisidir. Serinin durağan olabilmesi şu şartların gerçekleşmesine bağlıdır;

$$E(y_t) = 0 \quad (1)$$

$$\begin{aligned} E(y_t - \mu) &= var(y_t) \\ &= \sigma^2 \end{aligned} \quad (2)$$

$$E(y_t - \mu)(y_{t-1} - \mu) = cov(y_t, y_{t-1}) = \gamma(\tau), \tau = 1, 2, \dots \dots \dots n \quad (3)$$

(1) ve (2) nolu eşitlik zaman serisinin ortalama ve varyansının sabit olduğunu, (3) nolu eşitlik ise serinin herhangi iki değeri arasındaki kovaryansın belli bir zaman noktasına değil, sadece iki değer arasındaki zamana bağlı olduğunu ifade etmektedir

(Holden ve Perman, 1994:49). Bu nedenle, zaman serisinin durağan olması regresyon modelinde anlamlı öngöründe bulunabilmeyi sağlamaktadır.

3.4 Birim Kök

Zaman serileriyle yapılan regresyon analizlerinin ekonometrik olarak anlamlı olabilmesi için serilerin durağan olması gerekmektedir. Zaman serilerinde birim kökün varlığı serilerin durağan olmadığı anlamına gelmektedir (Gujarati, 1999: 713- 726). Granger ve Newbold (1974)'e göre durağan olmayan serilerle yapılan analizlerde sahte regresyon görülmekte ve güvenilir olmayan çelişkili sonuçların elde edilmesine neden olmaktadır. Yani durağan olmayan serilerle yapılan regresyon analizi, değişkenler arasındaki gerçek ilişkiyi yansıtmamaktadır. Bu nedenle öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadıklarına bakılarak serilerin trendlerinden arındırılması gerekmektedir. Serilerin trendlerinden arındırılması, durağanlığın sağlanabilmesi için gereklidir. Durağanlığın sağlanabilmesi amacıyla yapılan çok sayıda birim kök testi bulunmaktadır. Ancak zaman serisi verilerinde genellikle Augmented Dickey Fuller (ADF), Philips-Perron (PP) testleri kullanılmaktadır. Birim kök testlerine ilişkin hipotezler aşağıda gösterilmiştir;

$$H_0 = \rho \geq 1 \quad (4)$$

$$H_A = \rho < 1 \quad (5)$$

ρ , katsayısının 1'e eşit ve büyük olması serinin birim köklü olmadığını ifade ederken alternatif hipotezde yer alan ρ katsayısının 1'den küçük olması seride birim kökün varlığını ifade etmektedir.

Augmented Dickey Fuller Testi ;

$$\Delta X_t = \beta_0 + \beta_1 X_{t-1} + \sum_{i=1}^k \lambda_i \Delta X_{t-i} + \varepsilon_t \quad (6)$$

(6) nolu eşitlikte ADF birim kök testi gösterilmiştir. Eşitliklerde X; ele alınan seriyi, Δ ; fark operatörünü ve k; denkleme ilave edilen bağımlı değişken gecikmelerini,

β ile λ parametreleri, trend; doğrusal zaman trendini ve ε ; hata terimini temsil etmektedir. Araştırmada ADF testinin eksikliklerini gidermesi ve alternatif oluşturması açısından Phillips ve Perron birim kök testi de uygulanmıştır. PP testine ait hipotez testleri ADF ile benzer şekilde olup aşağıdaki denklemlerle ifade edilmektedir (Phillips ve Perron, 1988:338). Aşağıda yer alan (7) nolu eşitlikte Philips Perron(PP) testine ilişkin eşitlik gösterilmiştir;

$$y_t = \hat{\mu} + \hat{\sigma}y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$y_t = \hat{\mu} + \hat{\beta}\left(t - \frac{1}{2}\lambda\right) + \hat{\sigma}y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (8)$$

Her iki test için, test istatistiğinin kritik değerlerden daha büyük olması, birim kökün boş hipotezinin reddedilmesi anlamını taşımaktadır.

3.5 VAR Gecikme Sayısı Belirleme

Johansen eşbütünleşme testi uygulanırken gecikme sayısı analize doğru girilmesi önemlidir. Analiz gecikme uzunluğuna duyarlıdır. Gecikme uzunluğunun yanlış girilmesi analizin yanlış sonuçlar vermesine neden olabilir. Gecikme Sayısı Belirleme tablosuna ulaştıktan sonra kriterlerin çoğunluğu (LogL, LR, FPE, AIC, SC, HQ) hangi gecikme sayısını işaret ediyorsa o gecikme sayısını kullanmak modeli daha güvenilir hale getirmektedir.

Var gecikme sayısı belirlenirken analiz düzey değerlerle yapılırsa, Johansen Eşbütünleşme testi yapılırken gecikme sayısı bir eksik değerle girilir. Eğer VAR Gecikme Sayısı belirlenirken durağan veriler kullanılırsa tablonun işaret ettiği gecikme değiştirilmeden modele dahil edilir (Eviews 5 User's Guide, 2004).

3.6 Johansen Eşbütünleşme

Eşbütünleşme, durağan olmayan değişkenlerin doğrusal bileşimlerinin uzun dönemde durağan olmasına, dolayısıyla değişkenlerin birbirleriyle eş- bütünleşmesine, zaman serileri arasındaki uzun dönem ilişkisinin modellenmesine ve tahmin edilmesine yöneliktir (Engle ve Granger, 1987). Değişkenler arasında eşbütünleşmenin bulunması gerçek uzun dönemli bir ilişki anlamına gelmektedir ve eşbütünleşme yapısına sahip olan seriler aynı stokastik trende sahip olup birbirlerinden

ayrı hareket edememektedirler. İktisadi değişkenlere ait seriler birim kök içeriyorsa bu serilerin doğrusal bileşimleri durağan olabilir, seriler uzun dönemde birbiri ile ilişkili olabilmektedir. Birim kök olması durumunda eşbütünleşme testleri yapılmaktadır.

Johansen eşbütünleşme testi özdeğer ve öz vektörlere dayanarak hesaplanan bir testtir. Bu testin ilk aşamasında durağanlık dereceleri belirlenir. Aynı mertebeden durağan olan serileri için uygun gecikme sayısı bulunur. Uygun gecikme sayısının bulunması için ise öncelikle VAR modeli kurulur. Kurulan VAR modelinde bilgi kriterleri incelenerek gecikme sayısına karar verilir.

$$\pi = \alpha \cdot \beta \quad (9)$$

Bu eşitlik π matrisini ifade etmektedir ve bu matrisin rankının bilinmesi gerekir. Buna göre; β eşbütünleşme matrisi, α her bir eşbütünleşme vektörünün parametrelerine ilişkin ağırlıkları vermektedir. Johansen eşbütünleşme analizinde,

- $r(\pi) = 0$ ise eşbütünleşme yoktur.
 - $r(\pi) = 1$ ise 1 tane eşbütünleşme ilişkisi vardır.
 - $r(\pi) = 2$ ise 2 tane eşbütünleşme ilişkisi vardır.
 - $r(\pi) = r$ ise r tane eşbütünleşme ilişkisi vardır.
- $1 \leq r(n) \leq n-1$ ise $r(\pi) = r$ olacaktır.

π matrisinin rankı belirlenmişse değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olup olmadığı bulunur. π matrisinin rankının belirlenmesi amacıyla 2 farklı test geliştirilmiştir.

- λ_{max} maksimum özdeğer istatistiği
- λ_{iz} iz istatistiği

Bu test istatistikleri şu şekilde gösterilebilir;

$$\lambda_{max} = -T \sum_{i=0}^k \ln(1 - \lambda_j) \quad (10)$$

$$\lambda_{iz} = -T \sum_{i=0}^k \ln(1 - \lambda_j) \quad (11)$$

Johansen eşbütünleşme analizinin son aşamasında standartlaştırılmış α ve β vektörleri kullanılarak eşbütünleşme ilişkileri yazılır.

Standartlaştırılmış α vektörünün satırındaki en büyük pozitif değer ortak bütünleşme ilişkisindeki içsel terimi ifade etmektedir. Bu terim belirlendikten sonra standartlaştırılmış β vektörü kullanılarak katsayılar belirlenir.

3.7 Granger Nedensellik

Uygulamalı ekonometrik çalışmalarda nedensellik ilişkileri belirlenirken en sık kullanılan yöntem “Granger Nedensellik Testi”dir. Granger Nedensellik testi regresyon denklemindeki bağımsız değişkenin gecikmeli değerlerinin anlamlılıklarının test edilmesi esasına dayanmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek amacıyla Granger nedensellik testi yapılmaktadır. Söz konusu test şu denklemler yardımıyla yapılmaktadır (Granger, 1969: s.431-438):

$$Y_t = \sum_{i=1}^m \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^m \beta_j X_{t-j} + e_{1t} \quad (12)$$

$$X_t = \sum_{i=1}^m \lambda_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^m \delta_j Y_{t-j} + e_{2t} \quad (13)$$

Bu denklemlerde “m” gecikme uzunluğunu e_{1t} ve e_{2t} hata terimlerinin birbirinden bağımsız olduğu varsayılmaktadır (Granger, 1969: 431).

(12) nolu denklem, X’ten Y’ye doğru nedenselliği, (13) nolu denklem Y’den X’e doğru nedenselliği ifade etmektedir. Nedensellik testine ilişkin hipotezler aşağıdaki gibidir;

$$H_0 = \beta = 0 \quad (14)$$

$$H_A = \beta \neq 0 \quad (15)$$

Tanım olarak, rastsal bir X değişkeninin geçmişi, bütün olası ilgili diğer etkenler ve rastsal olmayan bilgiler de dikkate alındıktan sonra, diğer bir rastsal Y değişkeninin geleceğinin daha iyi tahmin edilmesini sağlıyorsa, X değişkeni Y’nin Granger-nedenidir denir. Nedensel ilişkinin araştırılmasında birçok nedensellik testi

bulunmaktadır fakat çalışmada nedensellik testinin çıkış noktası olarak kabul edilen Granger Nedensellik testi kullanılmıştır.

3.8 Etki Tepki Analizi

VAR modeli bulgularının rassal hata terimlerinden birindeki bir standart sapmalılık şokun, içsel değişkenlerin şimdiki ve gelecekteki değerlerini ne ölçüde etkilediğini Etki-Tepki (Impulse-Response) fonksiyonları göstermektedir (Amisano ve Giannini, 1997). Etki-tepki katsayılarının belirlenmesi, hataların dikeyleştirilmesi ve bulunan varyans kovaryans matrisinin çapraz (diyagonal) hale getirilmesinde sık kullanılan yöntemlerden birisi de Cholesky ayrıştırmasıdır (Amisano ve Giannini, 1997). Etki-Tepki fonksiyonu iki değişkenli VAR matrisi formunda yazıldığında (17) nolu denklemdeki gibi gösterilir;

$$\begin{bmatrix} y_t \\ z_t \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \alpha_{10} \\ \alpha_{20} \end{bmatrix} + \begin{pmatrix} \alpha_{11} & \alpha_{12} \\ \alpha_{21} & \alpha_{22} \end{pmatrix} \begin{bmatrix} y_{t-1} \\ z_{t-1} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} e_{1t} \\ e_{2t} \end{bmatrix} \quad (16)$$

Daha özet formda ise (17) nolu denklemdeki gibi gösterilir.

$$x_i = \mu + \sum_{i=0}^{\infty} \phi, \varepsilon_i \quad (17)$$

Burada, y ve z serileri arasındaki karşılıklı etkileşim incelenmektedir. ϕ , katsayısı bir etki çarpanıdır ve hata teriminde meydana gelen şoklar ile birlikte y ve z serilerinde tüm zaman yolu üzerindeki etkilerini çıkarmaktadır (Özgen ve Güloğlu, 2004).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1 Veri Seti ve Yöntem

Bu çalışmada 01/2012-12/2020 dönemi içerisinde turizm gelirleri, turizm endeksi, reel efektif kur endeksi ve CDS(Credit Default Swap-Kredi Temerrüt Takası) değişkenleri için derlenmiştir. Tezin esas amacı, Türkiye’de turizm gelirleri ve turizm endeksini etkileyen risk faktörlerinin Granger Nedensellik Yaklaşımı kullanılarak analiz edilmesi ve elde edilen tahmin sonuçlarının Türkiye için yorumlanmasıdır. Analizler yapılırken; Eviews ve Stata programları kullanılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 12’de değişken listesi verilmiştir.

Tablo 12. Modelde Yer Alan Değişken İsimleri

<i>Değişken Kısaltması</i>	<i>Değişken Adı</i>	<i>Değişken türü</i>
<i>lnTUG</i>	Bağımlı değişken: Turizm Geliri	Sürekli
<i>TUE</i>	Turizm Endeksi	Sürekli
	Bağımsız değişkenler	
<i>CDS</i>	Kredi Temerrüt Takası (Credit Default Swap)	Sürekli
<i>REDK</i>	Reel Efektif Döviz Kuru	Sürekli

Tablo 12’de modelde kullanılan değişkenlerin listesi yer almaktadır. Değişkenler sürekli değişkenlerden oluşmaktadır. Aynı zamanda turizm geliri değişkeninin logaritması alınarak analizlere dâhil edilmiştir. Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde turizm gelirini ve turizm endeksini etkileyen risk faktörleri incelenerek değişken seçimi yapılmıştır.

4.2 Risk Faktörlerinin Turizm Endeksi Ve Turizm Gelirleri Üzerine Etkisi: Ampirik Uygulama

Bu çalışmada, turizm gelirlerinin ülke ekonomisini ifade eden değişkenler üzerindeki etkisi birim kök, eşbütünleşme ve nedensellik testleri ile analiz edilmiştir. Analizler ve varsayımdan sapmaların geçerliliği aşağıda verilen tablolarda yer almaktadır.

Tablo 13: Değişkenlere İlişkin Betimsel İstatistikler

<i>Değişkenler</i>	<i>Gözlem Sayısı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>
<i>REFE</i>	108	92,39	15,33	60,51	113,66
<i>CDS</i>	108	26,78	108,07	121,13	571,02
<i>TUE</i>	108	77,00	44,40	21,46	301,93
<i>lnTUG</i>	108	14,70	0,46	13,85	15,66

Modelde kullanılan değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıllık probleminin varlığının incelenmesi amacıyla Tablo 14 ve Tablo 15’te sırasıyla, varyans şişirme çarpanı (VIF) değerleri ile korelasyon matrisi gösterilmektedir. Korelasyon matrisi incelendiğinde değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon katsayılarına bakıldığında değişkenler arasında negatif ve pozitif yönde korelasyon bulunduğu

sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca VIF değerleri de hesaplanmış ve bu değerlerin 5'ten küçük olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, değişkenler arasında çoklu doğrusallık problemi bulunmamaktadır.

Tablo 14: Değişkenlere İlişkin VIF Değerleri

<i>Değişkenler</i>	<i>VIF</i>	<i>1/VIF</i>
<i>REFE</i>	3.35	0.30
<i>CDS</i>	2.71	0.37
<i>TUE</i>	1.71	0.58

Tablo 15: Korelasyon Matrisi

<i>Değişkenler</i>	<i>REFE</i>	<i>CDS</i>	<i>TUE</i>	<i>lnTUG</i>
<i>REFE</i>	1	-0.7944	-0.6437	-0.0949
<i>CDS</i>	-0.7944	1.00	0.53	0.22
<i>TUE</i>	-0.6437	0.53	1.00	0.06
<i>lnTUG</i>	-0.0949	0.22	0.06	1.00

Tablo 15'te reel efektif döviz kuru, kredi swapı, turizm endeksi ve turizm geliri değişkenleri arasında korelasyon bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Buna göre reel efektif döviz kuru ile CDS arasında 0.79 oranında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. CDS değişkeninde meydana gelen artışlar reel efektif döviz kurunu

0.79 oranında azaltmaktadır Benzer şekilde reel efektif döviz kurunda meydana gelen artışlar CDS değişkenini 0.79 oranında azaltmakta olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Reel efektif döviz kurunda meydana gelen artışlar turizm endeksini 0.69 oranında azaltmaktadır. REFE ve TUE değişkenleri arasındaki korelasyon katsayısının negatif yönlü olduğu görülmektedir. Ayrıca turizm gelirleri ile reel efektif döviz kuru arasındaki ilişki de 0.09 oranın negatif yönlüdür. Değişkenlerden birinde artış ya da iyileşme yaşanması durumunda diğer değişken negatif yönde etkilenmekte ve değerinde düşüş yaşanmaktadır. Korelasyon analizi sonucunda CDS değişkeni ile TUE arasında 0.53 oranında pozitif yönde orta güçlükte ilişki olduğu gözlemlenirken diğer değişkenler arasında negatif azalan yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Türkiye için turizm gelirlerini etkileyen faktörlerin incelenmesinde öncelikle verilerin durağan olup olmadığı incelenmiş daha sonra uygun gecikme uzunluğu tahmin edilerek Granger nedensellik ve Eşbütünleşme ilişkilerinin varlığı incelenmiştir. Aşağıda verilen tablolarda analiz sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 16: ADF Birim Kök Test Sonuçları

	<i>ADF</i>	<i>1%</i>	<i>5%</i>	<i>10%</i>	<i>Prob.**</i>
<i>TUE</i>	-6,36492	-3,46	-2,88	-2,57	0,0113*
<i>TUG</i>	7,86E+00	-3,46	-2,88	-2,57	0,000***
<i>CDS</i>	28,8159	-3,46	-2,88	-2,57	0,0249*
<i>REFE</i>	0,456783	-3,46	-2,88	-2,57	0,016*

Tablo 16’da verilerin durağan olup olmadığının belirlenebilmesi amacıyla birim kök testleri yapılmıştır. Buna göre değişkenler düzeyde durağan değil iken birinci farkları alınarak durağan hale getirilmiştir. Yukarıdaki tabloda olasılık değerlerinin %95 güven düzeyinde 0,05’den küçük olması nedeniyle birim kök test hipotezlerine ait olan sıfır hipotezi reddedilerek, durağanlığın sağlandığını belirten alternatif hipotez kabul edilmektedir. Eşbütünleşme ve Nedensellik testleri yapılmadan önce uygun

gecikme uzunluğunun belirlenmiştir. Gecikme uzunluğu 2 alınarak VAR modeli oluşturulmuştur. Tablo 17’de VAR modelinin uygulanabilmesi için belirlenen gecikme uzunluğu gösterilmektedir;

Tablo 17: Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1525.615	NA	2.27E+08	30.59229	30.6965	30.63447
1	-1178.374	659.7572	301434.2	23.96748	24.48852	24.17835
2	-1136.447	76.30747	133437.6*	23.14698*	24.38680*	23.82851
3	-1105.349	54.11045	179761	23.44894	24.50167	23.69525*
4	-1095.69	16.03359	152608	23.2738	25.04532	23.99077
5	-1087.881	12.33894	181948	23.43761	25.62596	24.32328
6	-1062.584	37.94526	153809.7	23.25168	25.85685	24.30604
7	-1041.48	29.96754*	142432.1	23.1496	26.1716	24.37266
8	-1025.923	20.84639	148683.7	23.15846	26.59728	24.55021

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

Tablo 17’ye göre gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir. Bunun teöel sebebi ise FPE, AIC ve SC kriterlerine göre anlamlılıkların yoğunlukta olduğu gecikme sayısı belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre aşağıda Tablo 18’de VAR modeline ilişkin analiz sonuçları yer almaktadır;

Tablo 18: VAR Model Sonuçları

	<i>TUE</i>	<i>LNTUG</i>	<i>CDS</i>	<i>REFE</i>
<i>TUE(-1)</i>	0.769 (0.099) [7.727]	-0,001 (0.001) [-0.310]	-0,230 (0.294) [-0.782]	-0,018 (0.014) [-1.316]
<i>LNTUG(-1)</i>	-8.157 (6.50) [-1.253]	1.269 (0.085) [14.795]	33.387 (19.25) [1.733]	-0,279 (0.914) [-0.305]
<i>CDS(-1)</i>	0.044 (0.038) [1.161]	0.000 (0.000) [0.885]	0.762 (0.112) [6.778]	-0,016 (0.005) [-3.10124]
<i>REFE(-1)</i>	0.404 (0.720) [0.561]	0.003 (0.009) [0.400]	0.836 (2.13) [0.392]	10.667 (0.109) [10.54]
<i>TUE(-2)</i>	0.281 (0.112) [2.503]	0.0001 (0.001) [0.104]	-0,049 (0.338) [-0.147]	0.001 (0.015) [0.088]
<i>LNTUG(-2)</i>	6.853 (6.33) [1.082]	-0,559 (0.083) [-6.695]	-37,04 (18.74) [-1.975]	0.247 (0.890) [0.277]
<i>CDS(-2)</i>	0.021 (0.038) [0.552]	-2.90E-05 (0.000) [-0.052]	0.002 (0.114) [0.018]	0.0224 (0.005) [4.124]
<i>REFE(-2)</i>	-0,247 (0.715) [-0.345]	-0,0015 (0.009) [-0.160]	-2,559 (2.11) [-1.208]	-0,0697 (0.100) [-0.686]

Not: Tabloda yer alan değerler sırasıyla model tahmin katsayısı, () içerisindeki değerleri standart

hataları, [] içerisindeki değerler ise test istatistik değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 18’de Var modeli oluşturularak çalışmada ele alınan değişkenler arasında karşılıklı ilişkinin bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Ayrıca modelde gecikme uzunluğu da belirlenerek test sonuçları elde edilmiştir.

Buna göre, LNTUG(-1)’de meydana gelen %1’lik bir artış TUE’yi 0.8 oranında, REFE’yi ise 0.2 oranında azaltmakta iken, CDS değişkenini 0.33 oranında ve şimdiki dönem LNTUG değişkenini ise 1.26 oranında arttırmakta olduğu görülmektedir.

CDS(-1)'de meydana gelen %1'lik artışın TUE ve LNTUG değişkenlerini sırasıyla 0.04 ve 0.76 oranında arttırmakta CDS değişkeninde herhangi bir değişiklik yapmamakta iken REFE'yi 0.016 oranında azaltmakta olduğu görülmektedir.

Benzer şekilde CDS ve LNTUG değişkenlerinin ikinci dönem gecikmeli değerlerinin diğer değişkenler ile olan ilişkisi VAR modeline göre incelendiğinde, LNTUG(-2) değişkeninde meydana gelen %1'lik bir artışın TUE ve REFE'yi sırasıyla 6.85 ve 0.25 oranında arttırdığı, CDS ve şimdiki dönem LNTUG değişkenlerini 37.04 ve 0.55 oranında azalttığı gözlemlenmiştir. CDS(-2) değişkeninde meydana gelen %1'lik bir artışın LNTUG değişkeni üzerindeki etkisinin negatif olduğu ancak TUE ve REFE değişkenlerini 0.02 oranında artırırken şimdiki dönem CDS değişkeninde herhangi bir değişiklik meydana getirmediği görülmektedir.

Değişkenler arasında eşbütünleşik ilişkinin varlığı durumunda VAR modeli kullanılamamaktadır. Aşağıda yer alan tablo 19'da değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünleşmenin var olup olmadığı sınanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 19'da gösterilmiştir;

Tablo 19: Eşbütünleşme Test Sonuçları

	<i>Eigenvalue</i>	<i>Statistic</i>	<i>Critical Value</i>	<i>Prob.**</i>
<i>None *</i>	0.261124	44.76897	40.17493	0.0161
<i>At most 1</i>	0.068194	13.59862	24.27596	0.5709
<i>At most 2</i>	0.059311	6.323704	12.3209	0.3977
<i>At most 3</i>	0.000252	0.02598	4.129906	0.8951

Eşbütünleşme analiz sonuçları incelendiğinde olasılık değerlerinin %95 güven düzeyinde 0,05'den küçük olması nedeniyle alternatif hipotez olan “esbütünleşme ilişkisi yoktur” kabul edilir. Başka bir deyişle; Turizm geliri, turizm endeksi, CDS ve reel efektif döviz kuru değişkenleri arasında uzun dönemde eşbütünleşik ilişki

bulunmamaktadır. VAR modeli sonuçları CDS(-2) ile Turizm endeksi ve turizm geliri arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki göstermemektedir. Benzer şekilde, REFE(-2) ile Turizm endeksi ve turizm geliri arasında da istatistiki olarak anlamlı bir ilişki ortaya çıkmamaktadır. Bu sonuç (erkan ve ark. 2013; Oğan ve Sevim 2020; Akar ve Özcan 2021; Akboz ve Canatan 2021) bulduğu sonuca benzerdir. Sebebi ise şudur.

CDS(-2) ile REFE arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. CDS(-2)'de meydana gelen %1'lik artış REFE'yi 0.0224 arttırmaktadır.

Tablo 20: Granger Nedensellik Test Sonuçları

<i>Null Hypothesis:</i>	<i>F-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
<i>LNTUG does not Granger Cause TUE</i>	0.560	0.572
<i>TUE does not Granger Cause LNTUG</i>	0.070	0.932
<i>CDS does not Granger Cause TUE</i>	2.990	0.054
<i>TUE does not Granger Cause CDS</i>	0.522	0.594
<i>REFE does not Granger Cause TUE</i>	0.922	0.400
<i>TUE does not Granger Cause REFE</i>	0.599	0.551
<i>CDS does not Granger Cause LNTUG</i>	0.191	0.826
<i>LNTUG does not Granger Cause CDS</i>	1.468	0.235
<i>REFE does not Granger Cause LNTUG</i>	0.038	0.962
<i>LNTUG does not Granger Cause REFE</i>	0.238	0.788
<i>REFE does not Granger Cause CDS</i>	3.178	0.045
<i>CDS does not Granger Cause REFE</i>	7.007	0.001

Tablo 20'de değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Modele dâhil edilen her bir bağımsız değişken bağımlı değişken olarak ele alınarak nedensellik ilişkisinin varlığına ilişkin bilgiler yukarıda yer verilen Tablo 20'de gösterilmiştir. Buna göre CDS değişkeni Reel efektif döviz kuru değişkenlerinin nedeni iken Reel efektif döviz kuru da CDS değişkeninin nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak modele dâhil edilen diğer değişkenler arasında nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı

analiz sonuçlarında göze çarpmaktadır. Analiz sonuçlarını her bir değişken için aşağıdaki gibi yorumlayabiliriz;

LNTUG ve TUE: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 0.560$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den büyük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

CDS ve TUE: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 2.990$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den büyük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

REFE ve TUE: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 0.922$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den büyük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

CDS ve LNTUG: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 0.191$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den büyük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

REFE ve LNTUG: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 0.038$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den büyük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

REFE ve CDS: Nedensellik analizi sonucunda F test istatistiğine ($F = 3.178$) ilişkin olasılık değeri α parametresinin 0.05' den küçük olması nedeniyle iki değişken arasında nedensellik ilişkisinin var olduğu görülmektedir. Bu durum REFE ve CDS değişkenlerinin geçmiş dönem değerleri arasında da nedenselliğin var olabileceğini ifade etmektedir.

Nedensellik ilişkilerinin var olup olmadığına ilişkin yapılan analizler sonucunda REFE ve CDS değişkenleri dışındaki değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin bulunmadığı sonucu elde edilmiştir. Buna göre Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) testi yapılarak aradaki ilişkiler incelenmiştir. Tablo 21'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 21: Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM) Analiz sonuçları

Error Correction:	D(LNTUG)	D(REFE)	D(CDS)	D(TUE)
CointEq1	-0.408 (-0.048) [-8.42529]	-0.309 (-0.610) [-0.50754]	-9.043 (-12.712) [-0.71139]	3.728 (-4.483) [0.83167]
D(LNTUG(-1))	0.385 (-0.077) [5.02514]	-0.078 (-0.966) [-0.08049]	39.392 (-20.133) [1.95659]	-8.786 (-7.100) [-1.23755]
D(LNTUG(-2))	0.528 (-0.090) [5.83251]	0.198 (-1.139) [0.17402]	-8.878 (-23.750) [-0.37379]	-1.639 (-8.376) [-0.19566]
D(REFE(-1))	0.001 (-0.009) [0.12581]	0.111 (-0.118) [0.94658]	2.023 (-2.455) [0.82404]	0.353 (-0.866) [0.40765]
D(REFE(-2))	0.005 (-0.008) [0.55177]	-0.155 (-0.103) [-1.50314]	-1.022 (-2.143) [-0.47699]	-0.145 (-0.756) [-0.19127]
D(CDS(-1))	0.000 (0.000) [-0.02637]	-0.017 (-0.005) [-3.10865]	-0.119 (-0.114) [-1.04224]	0.014 (-0.040) [0.33712]
D(CDS(-2))	0.000 (0.000) [1.00652]	-0.004 (-0.006) [-0.65606]	-0.001 (-0.122) [-0.00606]	0.047 (-0.043) [1.09673]
D(TUE(-1))	0.002 (-0.001) [1.44631]	-0.008 (-0.014) [-0.55059]	-0.521 (-0.298) [-1.74789]	-0.193 (-0.105) [-1.83054]
D(TUE(-2))	0.000 (-0.001) [-0.02859]	0.003 (-0.014) [0.23003]	-0.954 (-0.301) [-3.17174]	-0.164 (-0.106) [-1.55057]
C	-0.009 (-0.019) [-0.47439]	-0.411 (-0.240) [-1.71269]	3.843 (-5.006) [0.76762]	2.949 (-1.765) [1.67035]

R-squared	0.566	0.195	0.170	0.077
Adj. R-squared	0.525	0.118	0.091	-0.010
Sum sq. resids	3.313	525.463	2287.800	2840.680
S.E. equation	0.187	2.352	49.030	17.290
F-statistic	13.753	2.551	2.157	0.885
Log likelihood	32.460	-233.530	-552.440	-443.000
Akaike AIC	-0.428	4.639	10.713	8.629
Schwarz SC	-0.175	4.891	10.966	8.881
Mean dependent	0.002	-0.436	0.734	2.253
S.D. dependent	0.271	2.505	51.425	17.204

Not: Tabloda yer alan değerler sırasıyla model tahmin katsayısı, () içerisindeki değerleri standart

hataları, [] içerisindeki değerler ise test istatistik değerlerini ifade etmektedir.

LNTUG(-2) ve TUE: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip turizm gelirleri değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme turizm endeksini 1.63 oranında azaltmaktadır.

LNTUG(-2) ve REFE: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip turizm gelirleri değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme reel efektif döviz kuru 0.19 oranında arttırmaktadır.

LNTUG(-2) ve CDS: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip turizm gelirleri değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme CDS değişkenini 8.87 oranında azaltmaktadır.

CDS(-2) ve TUE: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip CDS değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme turizm endeksini 0.04 oranında arttırmaktadır.

CDS(-2) ve LNTUG: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip CDS değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme turizm endeksi değişkeninde herhangi bir etki meydana getirmektedir.

REFE(-2) ve LNTUG: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip reel efektif döviz kuru değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme turizm endeksi değişkeninde herhangi bir etki meydana getirmemektedir.

REFE(-2) ve TUE: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip reel efektif döviz kuru değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme turizm endeksini 0.14 oranında azaltmaktadır.

REFE(-2) ve CDS: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine sahip reel efektif döviz kuru değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme CDS değişkeninde 1.02 oranında düşüş meydana getirmektedir.

TUE(-2) ve CDS: Analiz sonucunda ikinci dönem gecikme düzeyine turizm endeksi değişkeninde meydana gelen bir birimlik değişme CDS değişkeninde 0.95 oranında düşüş meydana getirmektedir.

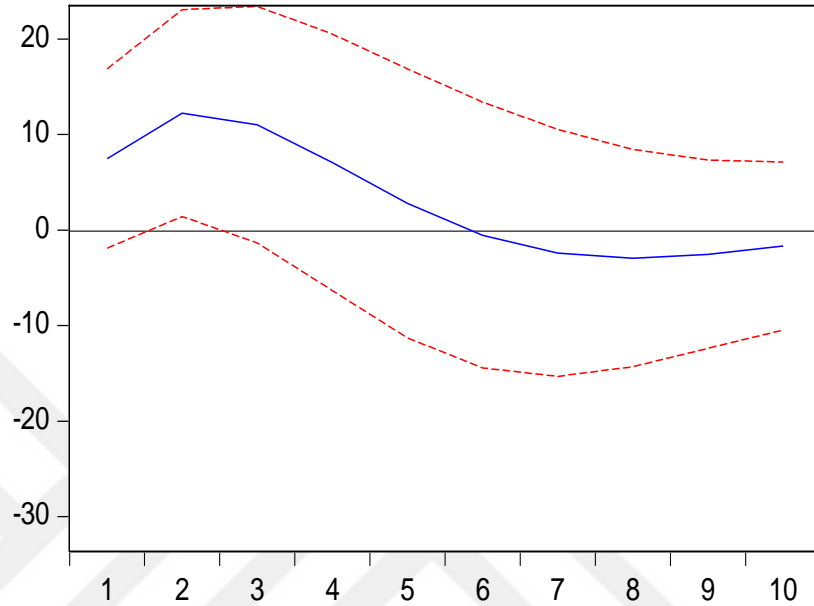
VECM modeline göre turizm gelirleri bağımlı değişken olduğunda modelin R kare değeri 0.56 oranındadır. Bu oran model uyumunun orta iyilikte olduğunu ifade eder. Ancak model sonuçları ve hata terimlerine ilişkin standart sapma değerleri incelendiğinde modelde eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığı görülmektedir. VECM modelinin doğru yorumlanabilmesi amacıyla eşbütünleşik serilere uygulanabilmesi gereklidir. Serilerin eşbütünleşik olmaması ve durağan olması nedeniyle yapılan analiz sonuçları VECM modeli çıktısı ile uyumlu sonuç vermektedir. Eşbütünleşme, Nedensellik analizleri sonucunda elde edilen uzun dönem ilişkinin olmaması ve nedensellik ilişkisinin bulunmamasına ilişkin sonuçlar VECM model çıktısında da eşbütünleşme ilişkisinin geçerli olmadığı ortaya koyarak sonuçları doğrulamıştır.

VAR modeli elde edildikten sonra etki-tepki fonksiyonları incelenmiştir. Etki-tepki fonksiyonları, rassal hata terimlerinden birindeki bir standart sapmalık şokun, içsel değişkenlerin şimdiki ve gelecekteki değerlerine olan etkisini yansıtır. VAR analizinde, incelenen değişkenler arasındaki dinamik etkileşimi belirlemede, simetrik ilişkileri tespit etmede, etki-tepki fonksiyonlarının büyük payı vardır. Bir makroekonomik büyüklüğün üzerinde en etkili değişkenin hangisi olduğu varyans ayrıştırması ile etkili bulunan bu değişkenin politika aracı olarak kullanılabilir olup olmadığı ise etki-tepki fonksiyonları ile belirlenir (Özgen ve Güloğlu, 2004). Etki tepki analizi grafiklerinde orta çizgi nokta tahminlerini alt ve üst çizgiler ise bir standart hatalık güven aralığını gösterir. Aşağıda yer alan etki-tepki analizinde güven düzeyi %95 olarak alınmıştır. Ayrıca VAR modelinde otokorelasyon ve değişen varyans problemleri de bulunmamaktadır. grafik-1 ve grafik-2 turizm geliri ile CDS, reel efektif döviz kuru ve turizm endeksi değişkenlerine ilişkin etki-tepki analiz grafiklerini göstermektedir.

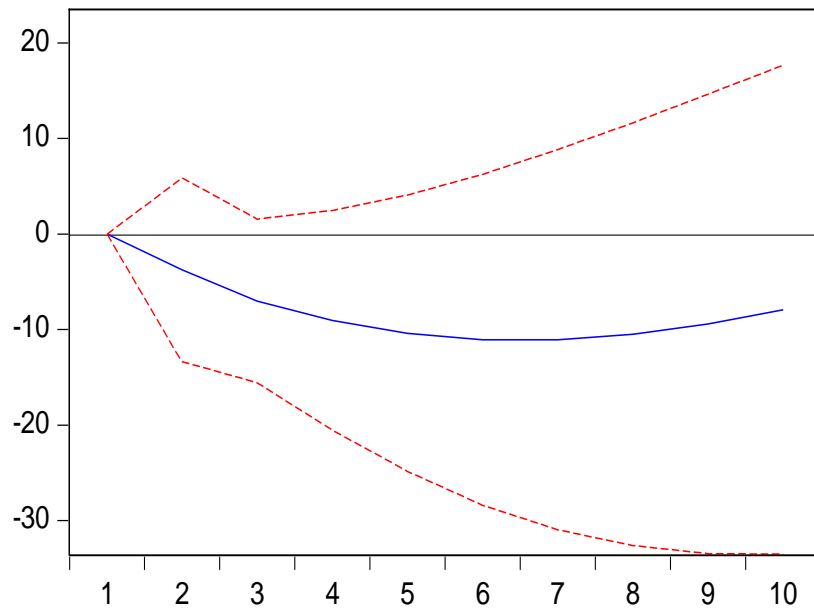
Grafik 1: CDS Değişkeninin Turizm Gelirleri ve Turizm Endeksi Üzerindeki Etki- Tepki Analiz Grafiği

Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.

Response of CDS to LNTUG



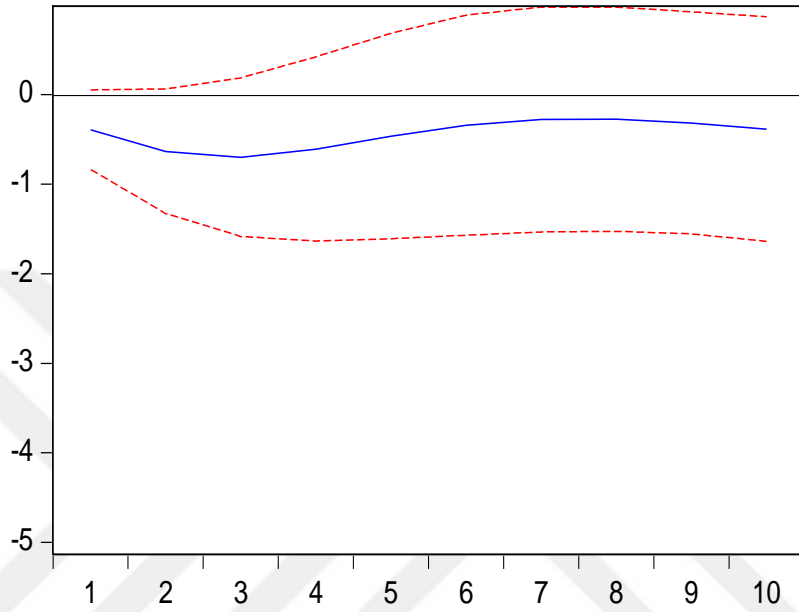
Response of CDS to TUE



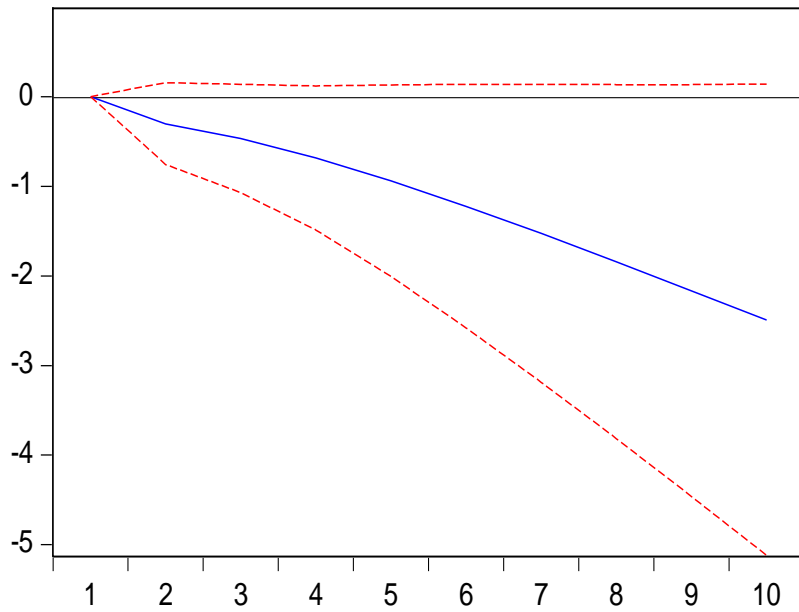
Grafik 2: Reel Efektif Döviz Kurunun Turizm Gelirleri ve Turizm Endeksi Üzerindeki Etki- Tepki Analiz Grafiği

Response to Cholesky One S.D. (d.f. adjusted) Innovations ± 2 S.E.

Response of REFE to LNTUG



Response of REFE to TUE



Grafiklerde bulunan kesikli çizgiler +/- 2 standart hata için güven aralıklarını, düz çizgiler ise modelin hata terimlerinde meydana gelen bir standart sapmalık şoka karşı bağımlı değişkenin zaman içerisinde verdiği tepkiyi göstermektedir. Tahmin edilen etki-tepki katsayılarının güven sınırlarının içinde yer alması etki-tepki fonksiyonlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Şok etkilerinin zamanla sifira doğru yaklaşması ise, sistemin birim kök testiyle daha önce sınanan durağanlığını bir kez daha onaylamakta, ayrıca modelin istikrarlı olduğunu göstermektedir.

Grafik 1 ve Grafik 2’de CDS ve reel efektif döviz kuru değişkenlerinin turizm gelirleri ile turizm endeksi üzerindeki etki-tepki analizine ilişkin sonuçlar gösterilmiştir. Buna göre sonuçları aşağıdaki gibi yorumlamak mümkündür;

CDS → LNTUG: CDS değişkeninden turizm gelirleri değişkenine yönelik etki-tepki grafiği incelendiğinde başlangıçta CDS’den turizm gelirlerine doğru pozitif etki bulunmakta iken daha sonra etkinin sıfırın altına inerek negatife döndüğü görülmektedir. Bu durum Covid-19 salgını nedeniyle turizm sektöründe meydana gelen düşüşler ile açıklanabilir. Pandeminin küresel anlamda sebep olduğu negatif etkiler arasında yer alan turizm sektörü ülke çapında yaşanan ekonomik kriz, sokağa çıkma yasakları, yurtdışı giriş ve çıkışlarına getirilen yasaklar gibi uzun süren önlemler nedeniyle turizm gelirlerinde azalma yaşanmış buna bağlı olarak ekonomik birimlerde negatif etkilenmiştir.

CDS → TUE: CDS değişkeninden turizm endeksi değişkenine yönelik etki-tepki grafiği incelendiğinde CDS’den turizm endeksine yönelik etkinin sıfırın altında başladığı ve negatif yönde ilerlediği görülmektedir. Bu durumun temel sebebi, turizm endeksi ülke içi ve ülke dışı yapılan seyahatleri, turizm sektörünün gelişmesi ve cazip görünmesi ile ilişkili bir endekstir. Ancak pandeminin yarattığı olumsuz durumlar neticesinde küresel olarak turizm sektöründe yaşanan değişiklikler ve düşüşler turizm endeksinde negatif seyre sebep olmuştur.

REFE → LNTUG: Reel efektif döviz kuru değişkeninden turizm gelirlerine yönelik etki-tepki grafiği incelendiğinde etkinin sıfırın altına inerek negatif seyir izlediği görülmektedir. Covid-19 salgını sonucunda döviz kurlarında meydana gelen değişiklikler ve küresel olarak yaşanan ekonomik dalgalanma turizm sektöründe yarattığı negatif etkiler ile birlikte turizm gelirlerini azalan yönde etkilemiştir.

REFE → TUE: Reel efektif döviz kuru değişkeninden turizm endeksine yönelik etki-tepki grafiği incelendiğinde etkinin negatif yönde olduğu ve artan negatif hızda ilerlediği görölmektedir. 2019 sonunda ortaya çıkan pandemi sonucunda döviz kurlarında ani ve hızlı değişiklikler yaşanmış ülke ekonomilerinde dalgalanmalar baş göstermiştir. Bu durumun temel olarak etkilediği sektörler arasında turizm sektörü de yer almaktadır. Salgın nedeniyle alınan önlemler sonucu ülkeye giren ve çıkan turist sayısının azalması turizm gelirleri ve turizm endeksinde düşüşe sebep olmuştur. Bu nedenler reel efektif döviz kurunda meydana gelen değişmeler ile birlikte turizm endeksi negatif etkilenmiştir.



SONUÇLAR

Turizm; tanımak, eğlenmek, görmek, dinlenmek vb. gibi amaçlarla yapılan geziler olarak adlandırılmaktadır. 1960'lardan sonra dünya turizminde büyük bir artış meydana gelmiştir. Günümüzde gelişmekte olan turizm ülkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'de ise 1980 sonrasında alınan kararlarla beraber turizm sektörü hızlıca büyümeye başlamıştır. Bununla beraber Türkiye'de turizm alanında faaliyet gösteren işletmelerin sayıları ve çeşitleri artmıştır. Gerek jeopolitik olarak gerek iklim olarak Türkiye' turizm açısından çok avantajlı bir konumdadır. Ancak Türkiye'nin turizm konusunda hala olması gereken seviyede olmadığını söyleye biliriz. İklim koşulları el vermesine rağmen kış turizmi konusunda dünyada çok geride olduğumuzu söyleye biliriz. Bunun gibi örneklerden yola çıkarak Türkiye'nin turizme küçük dokunuşlarıyla hedeflerinin de ötesinde bir konuma ulaşması hayal değildir.

Turizm sektörü dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla büyüyen bir sektör olma özelliğindedir. Bu durum turizm gelirlerine ülkelerin bakış açısını değiştirmiştir. Bu bağlamda baktığımızda gelişmekte olan ülkeler için turizm gelirlerinin döviz sağlayıcı etkisinden dolayı turizm sektörü önemli bir hizmet sektörü haline gelmiştir. Türkiye de bu ülkelerden biridir. Türkiye ekonomisinin %13'ünü turizm gelirleri oluşturur. Turizmin Türkiye'nin toplam istihdam üzerindeki payı ise %7.7'dir. Turizm gelirlerinin GSYİH'deki payı ise %3.8'dir. Tüm bu veriler göz önüne alındığında turizm gelirleri üzerine bir çalışma yapmanın gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Turizm gelirleriyle risk faktörleri arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenmesi açısından 01/2012-12/2020 arasındaki turizm geliri, turizm endeksi, CDS, ve reel kur endeksi verileri kullanılarak ampirik bir uygulama yapılmıştır. Veriler aylık bazda ele alınmış, Turizm gelirlerinin ekonomik göstergeleri ifade eden değişkenler üzerine nasıl bir etki ettiği araştırılmıştır. Çıkan sonuçlar Türkiye için yorumlanmıştır. Zaman serileri yöntemi kullanılan analizde birim kök, eşbütünleşme, nedensellik testi analizleri yapılmıştır. Değişkenler arasında çoklu doğrusal bağıllık probleminin varlığı incelenmiş ve değişkenler arasında negatif ve pozitif yönde korelasyon bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca değişkenler arasında çoklu doğrusallık problemi bulanmamaktadır. Uygulanan birim kök testinde; değişkenler arası birinci seviye farkında durağanlaştığı ortaya çıkmıştır. Eş bütünleşme ve nedensellik testlerinden önce gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Gecikme uzunluğu 2 alınarak VAR modeli

oluşturulmuştur. Eş bütünleşme analiz sonuçlarına göre değişkenler arasında uzun dönemde eşbütünsellik ilişkisi bulunmamaktadır. Uygulanan nedensellik testine göre CDS değişkeni Reel efektif döviz kuru değişkenlerinin nedeni iken Reel efektif döviz kuru da CDS değişkeninin nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer değişkenler arasında nedensellik ilişkisi mevcut olmadığı analiz sonuçlarında göze çarpmaktadır. Ayrıca tüm değişkenler arasındaki ilişkiyi belirten sonuçlarda her bir değişken için paylaşılmıştır. Değişkenlerin % 1 lik değişiminin değişkenler arasındaki etkisini belirten analiz sonucunda yer verilmiştir. Reel efektif kur endeksinin Turizm gelirlerine ve Turizm endeksine bir etkisinin olmaması ve nedensellik ilişkisi kurulamaması dolayısıyla VECM modeliyle dönemsel analiz yapılmış fakat sonuç değişmemiştir. Reel kur endeksiyle turizm gelirleri ve turizm endeksi arasında bir ilişkisi kurulamamıştır. Etki tepki test sonuçlarının her bir grafik için yorumlaması ayrı ayrı yapıp paylaşılmıştır. Elde edilen sonuçlar (Erkan ve ark. 2013; Oğan ve Sevim 2020; Akar ve Özcan 2021; Akboz ve Canatan 2021) bulunduğu sonuçlarla benzerdir.

Türkiye'nin turizm gelirlerini arttırması için yaptığı çalışmaları bir an önce hayata geçirmesi şarttır. 2023 hedeflerini yakalaya bilmemiz için pandemi sürecinden bir an önce çıkmamız şarttır. Uzun dönemde Türkiye'nin turizmde eksik kaldığı alanlarda yeni atılım yapması turist çeşitliliğini arttıracaktır. Bu durum ekonomiye ve istihdama da katkısı olacaktır. Türkiye'nin kış turizmi, golf turizmi ve gençlik turizminde gerekli teşvik ve yatırımlarla turizmde hedeflerinin çok daha ötesine ulaşabilir. Bu durum Türkiye turizmini dönemsellikten çıkarıp tüm yıla yayacağı gibi Türkiye'nin sorunu olan gelen turist ile elde edilen gelir dengesizliğini ortadan kaldıracaktır. Hedeflenen turist sayısı bakımından değerlendirildiğinde Türkiye'nin turizminin etkin olduğu fakat hedeflenen turizm geliri bakımından ise etkili olmadığı görülmektedir (Akıncı, Yüzbaşıoğlu, 2015, s.48). Teorik çerçevede ayrıntılarıyla değinildiği üzere golf turisti ve genç turistler normal turist harcama ortalamasının üzerinde harcama yapmaktadır ve genç turistler ortalama turist konaklama süresinden daha uzun sürede konaklama yapmaktadırlar. Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda turizm konusunda yapılan araştırmaların ve tespit edilen sorunların çözümüne bir an önce odaklanmalı ve çözüm yolları bulmalıdır. Türkiye, doğal, beşeri ve tarihsel kaynaklara sahip olmasına rağmen, ülkeler arası yaşanan küresel turizm rekabetinde ilerleyememekte ve yerinde saymaktadır. Türkiye'nin dünya turizm pastasından elde ettiği pay orantısal olarak önceki yıllara göre artmasına rağmen, elde

edilen veriler sonucunda küresel çapta rakip ülkelerin daha hızlı büyüdüğü ve daha fazla pay aldığı görülmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında, dünya turizm verileri baz alındığında Türkiye'nin dünya turizm sektörü için bir belirleyiciden çok bir taşıyıcı ülke olduğu anlaşılmaktadır (Akıncı, Yüzbaşıoğlu, 2015). Literatürde yapılan çalışmaların da yardımıyla Türkiye'nin turizm sektöründe yapacağı küçük dokunuşlarla hedeflerinin çok daha ötesine gitmesi bir hayal değildir.



KAYNAKÇA

- Akar, G. ve Özcan, M. (2021). “ Reel döviz kuru ve turizm geliri ilişkisi: Yapısal kırılmalı var analizi” Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, cilt: 14(2), sayfa: 413-431
- Akboz, A. ve Canatan, B. (2021). “ Döviz kuru ve turizm gelirleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: 2012-2019 dönemi için ampirik bir çalışma” International Conferance on Economics Turkish Economic Association, april 09-11, 2021.
- Akdoğan, Kozak, M., Evren, S., Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması Turizm Araştırmaları dergisi cilt 24, sayı 1 s:7-22
- Akıcı, Z., Yüzbaşıoğlu, N. (2015). Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Cilt: 52 Sayı: 609
- Akoğlan, M., Kozak, S., Evren, O.(2013). Çakır Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, Turizm Araştırmaları Dergisi Cilt 24, Sayı 1, Bahar, s. 7 - 22.
- Algan, N. ve Gencer, S. (2015). “Türkiye’de turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisi: Yapısal kırılmalı eşbütünleşme testinden bulgular” Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, cilt: 24, sayı: 1, sayfa:31-44.
- Altınar, A. (2019). “ Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969-2018)”, Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, 3 (2), s.114-133.
- Amisano, G. and C. Giannini (1997). Topics in Structural VAR Econometrics, Springer-Verlag, Berlin.
- Arabacı, H. (2018). “Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi üzerine teorik bir inceleme”, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 3, s.104-109
- Arpacı,Ö., Zengin, B., Batman, O. (2012). " Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği", Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, c. 14, S. 23, s. 62.
- Arslan, G. E. (2013).“ Ekonomik büyüme, kalkınma ve gelir dağılımı”, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, s. 45-52.
- Aslan, A. (2008). “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz” Munich Personal Repec Archive Paper, 10611, https://mpra.ub.uni-muenchen.de/10611/1/MPRA_paper_10611.pdf, 07.08.2018.
- Aynalem, S.,Bihanu, K. Tesefay, S. (2016). “Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors”, Journal of Tourism – Hospitality.
- Bahar, O. (2006). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı”, Yönetim ve Ekonomi Dergisi,13 (2), ss.137- 150.
- Bahar, O. (2006). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı”, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:13, Sayı:2

- Bahar, O., Bozkurt, K., (2010). “Gelişmekte olan ülkelerde turizm-ekonomik büyüme ilişkisi”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 21, Sayı: 2, s.255-265.
- Batman, O., Eraslan, İ.H., (2007). Spor Turizmi, Melih Bulu ve Hakkı Eraslan (Ed.), *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) Yayınları, Yayın No: 2007/1, İstanbul, ss: 197-220.
- Bhatia, A.K. (2002). *Tourism Development: Principles, Practices*, Sterling Publishers Pvt. Ltd., New Delhi.
- BIST Turizm <https://tr.investing.com/indices/ise-tourism-historical-data>
- Borsa İstanbul www.borsaistanbul.com/tr/
- Botanik Turizmi www.geziseyahat365.com/bitki-dnyasina-yolculuk-botanik-turizmi/
- Bozkurt, E. ve Topçuoğlu, Ö.(2013) “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* sayı 7, Ocak 2013, 91-101
- Buldukoğlu, S. (2014). Sağlık Turizminin Türkiye’deki Yeri ve Önemi, *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Ankara, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Cankül, D., Erbaş, A., Temizkan, R. (2017). “Turizm sektöründe nitelikli işgücüne doğru”, *Social Sciences Studies Journal*, Cilt: 3, Sayı: 8, s.1815-1833.
- CDS www.investing.com/ <https://tr.investing.com/rates-bonds/turkey-cds-5-year-usd>
- Cengiz, A. (2005). “Türkiye’nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 6(2).
- Çarbuga, Ü. ve Pekerşen, Y. (2017). *journal of gastronomy and travel reserch* cilt:1 sayı:1 s:26-35
- Çelik, K. (2018). “Kış Turizmde Destinasyon Markalaşması: Sarıkamış Kayak Merkezi Örneği”, *Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Çetinkaya, G.,Kaplan, M., Ömüriş, E. (2019). “ Golf Turizm Motivasyonlarının İncelenmesi: Antalya-Belek Destinasyonu Üzerine Nitel Bir Çalışma”, *Journal of Yasar University*, Cilt:14, Sayı:53
- Çetintaş, H. ve Bektaş, Ç. (2008). “Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), ss.37-44.
- Çil, Y.N. (2006). “Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2), ss.162-171.
- Çoban, O.,Özcan, C. C. (2013). “Türkiye’de turizm gelirleri ekonomik büyüme ilişkisi: nedensellik analizi”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 1, s.243-261.

- Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1979). "Distribution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root", *Journal Of The American Statistical Association*, 74, 427–431.
- Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1981). "Distribution Of The Estimators For Autoregressive Time Series With A Unit Root", *Econometrica*, 49, 1057-72.
- Dikici, E. – Sağır, A. (2012). "Antalya’da İnanç Turizminin Sosyolojik Çözümlemesi: Demre-Myra Örneği", *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (22)
- Doğan, Z. (2014). "Ekonomik büyüme süreçlerinin analizinde yeni açılımlar ve büyümenin yersel dinamikleri", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 6, s.365-380
- Doğanay, H. ve Zaman, S. (2013). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- Dolmacı, N. ve Bulgan, G. (2013). *Turizm Etiği Kapsamında Çevresel Duyarlılık*, *Journal of Yasar University*, 8(29), 4853-4871.
- Durbarry, R. (2004). "Tourism and Economic Growth: The Case of Mauritius", *Tourism Economics*, 10: 389–401.
- Erkan, B., Kara, O. ve Harbalıoğlu, M.(2013). "Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri" *Akademik Bakış Dergisi* Sayı: 39 Kasım – Aralık 2013 Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi.
- Esen, E. ve Özata, E. (2015). "Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Türkiye İçin Geçerliliğinin ARDL Modeli ile Analizi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), ss.43-58.
- Esen, E., Özata, E. (2017). "Turizmin ekonomik büyümeye etkisi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 17, Sayı: 1, s. 43-58.
- Girgin, E. (2019). "Turizm Geliri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği", *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü iktisat anabilim dalı yüksek lisans tezi*.
- Goeldner, C. ve Brent, R. (2006). *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley&Sons, New Jersey.
- Gökdeniz, Ayhan, Erdem, Barış, (2015). "Turizm politikasında ekonomik başarı koşulları ve Ayvalık örneği", *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 7, s.1-32.
- Granger, W.J ve Engle, R.F. (1987). "Co-Integration and Error Correction: Representation, Estimation, and Testing", *Econometrica*, Vol.55, No.2 , ss.251-276.
- Gujarati, D.N. (1978). "Essential of Econometrics", McGraw-Hill/Irwin; 3rd edition (February 10, 2005).
- Gündüz, L. ve Hatemi, A. (2005). "Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey", *Applied Economics*, 12(8), ss.499-504.

- Güzel, F.Ö. (2010). “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi”, Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi, Cilt:2, Sayı:2
- Hayta, A. B. (2008). “Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci Ve Karşılaşılan Sorunlar”, Kastamonu Eğitim Dergisi, 16(1), s.31-48.
- Hepaktan, C. E., Çınar, S.(2010). “Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri”, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 2, s. 135-154.
- Hernandez, JM. and Leon, CJ. (2013). Welfare and environmental degradation in a tourism-based economy. *Tourism Economics* 19, 5–35.
- Holden, D. ve Perman, R. (1994). “Unit roots and cointegration for the economist”, *Cointegration for the Applied Economist*, Edited by B.Bhaskara Rao, New York.
- International Report On Snow & Mountain Tourism 2020 April <https://www.vanat.ch/RM-world-report-2020.pdf> (kış turizm tablosu) (erişim tarihi: 26.05.2021)
- Işık, E., S. (2020). “Covid-19'un Turizm Sektöründe İstihdama Etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye Örnekleri”, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2, s.38-49
- ITB, (2014). Erişim tarihi: 03.11.2017, https://www.itbkongress.de/media/itbk/Archive_2014/ITB_Destination_Days_3/Garden_Tourism_Recipes_For_Success_In_An_Underestimated_Market_Segment.pdf
- Kamacı, A.,Yener, O. (2014). Turizm gelirinun Ekonomik büyüme üzerine etkileri: Panel eş bütünleşme ve nedensellik analizi (temmuz 2014).
- Karadeniz, E. (2019). “Türkiye ve Rusya Arasındaki Uçak Krizinin Borsa İstanbul Turizm İşletmelerinin Finansal Performansına Etkilerinin Analizi.”, *Turizm Akademik Dergisi*, cilt 6, sayı 1, sayfalar 61 – 75
- Karataş, M., Babür, S. (2013). “Gelişen dünyada turizm sektörünün yeri”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 25, s.15-24.
- Kaya, G. (2018). “Kayseri'nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercih Edilmesindeki Sebepler: Erciyes Örneği”, *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*
- Kılıçbey, M. (2017). *Turizmin Ekonomik, Çevresel Ve Sosyo-Kültürel Etkileri.*, 67-84.
- Kırbaş, Kasman, S. ve Kasman, A. (2004). “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi”, *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 220, ss.122-131.
- 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), ss.351-360.

- Kızılırmak, İ. ve Ertuğrul, S. M. (2012). Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü Ve Yapılan Uygulamalar, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(2), s.33-53.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E., Karaçor, Z.(2016). “Türkiye’de turizm gelirleriekonomik büyüme ilişkisi”, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 1, s.203-215.
- Korkmaz, M. (2019). “ Turizm Geliri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği”, *Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü çalışma iktisadı anabilim dalı yayınlanmamış yüksek lisans tezi*.
- Korkmaz, S. (2014). “Türkiye ekonomisinde ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi”, *Businness and Economic Research Journal*, Cilt: 5, Sayı: 4, s.119-128.
- Koyuncu,T.,F.(2014). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Makroekonomik Performansına Katkısı: Ekonometrik Bir Çözümleme, Prag EconWorld 2014, Czech Republic. [Çevrimiçi:http://prague2014.econworld.org/assets/koyuncu_turizm_sektorunun.pdf]
- Köroğlu, A. ve Güleç, B. (2008). “Gençlik Turizmi”, *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Kuşat, N.(2011). “Küreselleşme dünyada turizm sektörü”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 5, s.114-138.
- Lickorish, Leonard J. ve Carson, L. Jenkins (1997). *An Introduction to Tourism*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Marcouiller, D.W. & Prey, J. (2005). *The Tourism Supply Linkage:Recreational Sites and their Related Natural Amenities*, *The Journal of Regional Analysis & Policy*, 35(1): 23-32
- OECD (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020*. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/6b47b985en.pdf?expires=1592487353&id=id&accname=guest&checksum=1D86E8F92003856BE318FDC1D8A37A18> (Erişim Tarihi: 17.06.2020).
- OECD (2020a). *OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19): Tourism Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19)*. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> (Erişim Tarihi: 18.06.2020).
- OECD (2020b). *Tourism Policy Responses*. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_1249847uf8nm95se&title=Covid_19_Tourism_Policy_Responses (Erişim Tarihi: 17.06.2020).
- Oğan, E. ve Sevim, U. (2020). “ Reel Döviz Kuru ile Turizm Sektörü Arasındaki Nedenselliğin Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(3), 858-869.
- Olçay, A., Özkan, B., Göçebeler, M. F., (2018). *Konaklama ve Seyahat İşletmelerinde Yaşanan Etik Sorunlar Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme*, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17 Etik Özel Sayı, 1-11.

- Ongan, S. ve Demiröz, D.M. (2005). “The Contribution of Tourism to the Long-Run Turkish Economic Growth”, *Ekonomicky Casopis*, 53(9), ss.880-894.
- Osman, C.,K.(2015). “Turizm Geliri ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği”, *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, sayı 8, Aralık.
- Osmonalieva, B. (2007). “Bir turistik ürün çeşidi olarak av turizmi ve Kırgızistan’da av turizmi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*
- Oyman, M., Yılmaz, H. (2013). “Golf Turistlerinin Seyahat Güdülerine ve Bilgi Kaynaklarına Dayalı İletişim Stratejileri: Belek Uygulaması”, *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt:7, Sayı:4
- Özcan, C., Kayhan, S. ve Bayat, T. (2016).“Para politikalarının turizm sektörü üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri: Türkiye Örneği” *Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, cilt: 3, sayı: 2.
- Özcan, C.C. (2015). “Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Yaklaşımı ile Analizi: Türkiye Örneği”, *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 46, ss.177-199.
- Özcan, Y.(2003). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yay., Ankara.
- Özdemir, A., R. ve Öksüzler, O. (2006). “Türkiye’de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi.”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 9 , Sayı 16, Sayfalar 107 - 126
- Özdemir, M., A., Kervankıran, İ. (2011). “Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi”, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Sayı: 24, s.1-25.
- Özden, A., Şeheri, Ö ve Ersan, Ö. “Turizm Sektörü(2020). “A&T Bank Ekonomik Araştırmalar Departmanı [https://www.atbank.com.tr/documents /turizm%20 sektor%20 raporu%20-%20mayıs%202020.pdf](https://www.atbank.com.tr/documents/turizm%20sektor%20raporu%20-%20mayıs%202020.pdf)
- Özel, H. A.(2012). “Ekonomik büyümenin teorik temelleri”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 2, Sayı: 1, s.63-72.
- Özer, O. (2015). “Av Turizmi ve Görsel Medya: Yabancı TV’nin Türkiye’deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri”, *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*
- Özgen,F.B ve Güloğlu,B. (2004). “Türkiye’de İç Borçların İktisadi Etkilerinin VAR Tekniği İle Analizi”, *METU Studies In Development*, s.93-114.
- Page, Stephen J. (2007). *Tourism Management: Managing for Change*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Page, Stephen J. ve Alastair, D. (2009). *Tourism in Wartime Britain 1914–18: Adaptation, Innovation and the Role of Thomas Cook & Son*, Editör: PAGE, Stephen J., *Advances in Tourism Research*, Elsevier Butterworth-Heinemann, s.347-386.

- Philips, P.C.B ve Perron, P. (1988). “Testing for a unit root in time series regression”, *Biometrika*, 75(2), ss. 335-446.
- Polat, E.,Günay, S.(2012). “ Türkiye’de Turizm ve İhracat gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Testi: Eşbütünleşme ve Nedensellik analizi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen bilimleri enstitüsü dergisi*, 16-2, 204-211.
- Rekreasyon İşletmeleri <https://mesutozdemir.org/rekreasyon-isletmeleri/>
- Samırkaş, M., Samırkaş, M., C. (2014). “Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi”, *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Sayı: 1, 63-76.
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. California: SAGE Publications Ltd.
- Şelçuk, G. (2011). *Turizm Ekonomisi*, Lisans Yayıncılık, İstanbul.
- Şen, A. ve Şit, M. (2015).” Reel döviz Kurunun Türkiye’nin Turizm Gelirleri Üzerine Etkisinin Ampirik Analizi”, *Journal of Yaşar University*, 10/40, 6752-6762.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0> (erişim tarihi: 26.05.2021)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> (erişim tarihi: 26.05.2021)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.kultur.gov.tr/>. Erişim Tarihi, 26.05.2021
- Terzi, H. ve Pata, U. K. (2016). ” Türkiye’nin İktisadi Büyümesinde Turizm Sektörünün Katkısı”, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 0 , Sayı 48, Sayfalar 45 – 64.
- The World Travel & Tourism Council (2018). “Travel and Tourism Economic Impact 2018”, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions2018/world2018.pdf>
- Torba Ş. (2019). “ Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye örneği (2003-2017)”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü iktisat anabilim dalı iktisat bilim dalı yüksek lisans tezi*.
- Torba, Ş. ve Erdoğan, S.(2018).” Turizm Geliri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Granger Nedensellik Testi ile Araştırma”, *ICOAEF’18 IV. International conference on applied economic and finance & EXTENDED WITH SOCIAL SCIENCES November 28-29-30, / Kuşadası – Turkey*.
- Turizme bakış <https://www.turizmebakis.com/kis-turizmi/> (erişim tarihi: 26.05.2021)
- TURSAB (2020). Turizm Gelirleri. <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri>.
- Türkiye Cumhuriyeti merkez bankası <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>
- Türkiye Cumhuriyeti merkez bankası <https://www.tcmb.gov.tr>

- Türkiye Cumhuriyeti merkez bankası <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Doviz+Kurlari/Reel+Efektif+Doviz+Kuruu/Veri+%28Tablolar%29+-+Mayis+2021/>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2019-33669>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2016-24590>
- Türkiye Sağlık Bakanlığı <https://saglik.gov.tr/>
- Türkiye Sağlık Bakanlığı <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf>
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12191/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu117755463808_12191_560578.pdf (erişim tarihi: 26.05.2021)
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf (erişim tarihi: 26.05.2021)
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=apps/OldFiles//dosya/12192/tursabinancturizmi_12192_5616832.pdf (erişim tarihi: 26.05.2021)
- UNWTO. (2019). “World Tourism Organisation”, eLibrary, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.2> (10.08.2019).
- Uysal, D., Erdoğan, S. ve Mucuk, M.(2004).” Türkiye’de Turizm Gelişleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki(1992-2003)” SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi.
- Ülker, B. (2016). “1980-2014 Dönemi Turizm Gelirleri İle Gayrisafi Yurt içi Hasıla Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği.”, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Ünüvar, Ş.(2008). Konaklama İşletmeleri Ağırlıklı Turizm Reklam Kampanyaları, Çizgi Kitapevi, Konya.
- World Travel & Tourism Council (2019). Travel & Tourism Economic Impact 2019 World. <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>
- WTTC. (2019). “Travel & Tourism Economic Impact 2019”, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>, (18.08.2019).
- www.investing.com
- Yıldırım, J., Öcal, N. (2004). Tourism and Economic Growth in Turkey. Gazi Üniversitesi İktisat Bölümü, Ekonomik Yaklaşımlar Dergisi, Güz 2004.
- Yıldırım, Ö., J. ve Öcal, N. (2004). “Tourism and Economic Growth in Turkey”, Ekonomik Yaklaşım, 52-53, ss.131-141.

- Yıldırım, S., Ögel S. ve Alhajrabee, O.(2020). “Makroekonomik değişkenlerin birst turizm endeks getirileri üzerindeki etkilerinin incelenmesi” Sakarya İktisat Dergisi, cilt: 9, sayı: 2, ss: 103-121.
- Yıldız, Z. (2011). “Turizm sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt: 3, Sayı: 1, 54-71.
- Yücel, S., Ü. (2001). “Kar Turizminde Yolun Başındayız.” TÜRSAB. Sayı: 214 (Aralık 2001): 16-21
- Zortuk, M. (2009). Economics of tourism on Turkey’s economy: evidence from cointegration tests. International Research Journal of Finance and Economics, 25, pp.231-239.

