

**T.C**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**  
**2019-YL-159**

**TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ:**  
**TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

**HAZIRLAYAN**  
**Engin GİRGIN**

**TEZ DANIŞMANI**  
**Dr. Öğr. Üyesi Mesut ÇAKIR**

**AYDIN-2019**

**T.C.**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**  
**AYDIN**

İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Engin GİRGİN tarafından hazırlanan “Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği” başlıklı tez 01.08.2019 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

	Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
<b>Başkan</b>			
<b>Üye</b>			
<b>Üye</b>			

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu **Yüksek Lisans** tezi, Enstitü Yönetim Kurulunun ..... tarih ..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Enstitü Müdürü

**T.C.**  
**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE**  
**AYDIN**

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz bir şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

.../.../2019

Engin GİRGIN

## ÖZET

### TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Engin GİRĞİN

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Mesut ÇAKIR

2019, XVI + 107 sayfa

Turizm, insanların sürekli olarak ve ikamet ettiği bölgeden bir başka bölgeye yaptığı seyahat ve konaklamalardan meydana gelen olayların bütünüdür. Turizm gerek sağladığı döviz geliri gerekse yarattığı istihdam ile ülkeler ve bireyler için çok önemli bir sektör konumundadır. Bu sebeple birçok sektörle ilişkili olan turizm sektörünün ekonomi üzerindeki etkisinin araştırılması ihtiyacı doğmuştur.

Yapılan bu çalışmanın amacı; turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek ve bu ilişkinin yönünü belirlemeye çalışmaktır. Bu çalışmada 2003 ile 2018 yıllarını kapsayan çeyreklik veriler kullanılmış, turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisi VAR analizi ile incelenmiştir.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER:** Turizm, Turizm Gelirleri, Ekonomik Büyüme, VAR Analizi

## **ABSTRACT**

### **RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM INCOMES AND ECONOMIC GROWTH: TURKEY EXAMPLE**

Engin GİRGIN

MSc Thesis at Economics

Supervisor: Dr. Mesut ÇAKIR

2019, XVI+ 107 pages

Tourism is the totality of events that consist of people traveling and staying from one region to another. Tourism is a very important sector for countries and individuals with both foreign exchange income and employment. Therefore, there is a need to investigate the impact of tourism sector, which is associated with many sectors, on the economy.

The aim of this study; to determine whether there is a relationship between tourism income and economic growth and to try to determine the direction of this relationship. In this study, quarterly data covering between 2003 and 2018 were used and the effect of tourism incomes on economic growth was analyzed by using VAR analysis.

**KEYWORDS:** Tourism, Tourism Incomes, Economic Growth, VAR Analysis

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans öğrenimime başladığımdan beri hem ders hem de tez aşamasında, her türlü desteğini benden esirgemeyen değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mesut ÇAKIR'a içtenlikle teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca tez aşamasında değerli görüşleri ile beni aydınlatan Prof. Dr. Osman PEKER, Öğr. Gör. İsmail Mert ÖZDEMİR ve doktora öğrencisi değerli arkadaşım Emre DEMİR'e katkılarından dolayı çok teşekkür ederim.

Tez yazımı süresince üniversitedeki ve dershanedeki öğrencilerim ile öğretmen arkadaşlarıma verdikleri destek ve enerji için teşekkür ederim.

Bugüne kadar benim için her türlü fedakârlığı yapan aileme, özellikle de ağabeyim Dr. Giray GİRĞİN'e çok teşekkür ederim.

Engin GİRĞİN

# İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	iv
ÖZET .....	v
ABSTRACT .....	vi
ÖNSÖZ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xii
GRAFİKLER DİZİNİ .....	xiii
EKLER DİZİNİ .....	xiv
KISALTMALAR DİZİNİ .....	xv
GİRİŞ.....	1
<b>1. BÖLÜM</b> .....	<b>5</b>
1. TURİZM KAVRAMI VE EKONOMİK ROLÜ.....	5
1.1. Genel Anlamda Turizm Kavramı .....	5
1.1.1. Turizmin Özellikleri .....	12
1.1.2. Turizm Şekilleri ve Çeşitleri.....	14
1.1.2.1. Yurtiçi ve yurtdışı turizm.....	15
1.2. Turizm Ürünü ve Küresel Boyutu .....	17
1.2.1. Turizm Ürünü Özellikleri .....	20
1.2.2. Turizm Ürünü Kaynakları.....	21
1.3. Turizmin Sektörel Özellikleri.....	22
1.3.1. Arz Yapısı.....	24
1.3.2. Talep Yapısı.....	26
1.4. Ekonomik Faaliyet Olarak Turizm Sektörü .....	29
1.5. Küreselleşme ve Turizm Sektörü .....	31
1.6. Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri .....	32

1.6.1. Olumlu Etkileri .....	34
1.6.2. Olumsuz Etkileri .....	35
<b>2. BÖLÜM</b> .....	<b>38</b>
<b>2. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE GELİŞİMİ</b> .....	<b>38</b>
2.1. Tarihsel Süreç İçerisinde Türkiye’de Turizm Sektörü .....	38
2.1.1. 1980 Öncesi Yaşananlar .....	40
2.1.2. 1980 Sonrası Gerçekleşenler .....	45
2.2. Türkiye’de Turizm Sektörünün Yapısı.....	51
2.2.1. Konaklama İşletmeleri.....	52
2.2.2. Seyahat Acenteleri .....	54
2.2.3. Turizme İlişkin Örgütler .....	55
2.3. Turizm Yatırımları ve Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler .....	56
2.4. Turizm ve İstihdam İlişkisi.....	59
2.5. Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı.....	62
<b>3. BÖLÜM</b> .....	<b>66</b>
<b>3. EKONOMİK BÜYÜMEYE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR VE TÜRKİYE’DE EKONOMİK BÜYÜME</b> .....	<b>66</b>
3.1. Genel Anlamda Büyüme Kavramı .....	66
3.2. Ekonomik Büyümenin Özellikleri.....	68
3.3. Büyüme Teorileri.....	69
3.3.1. Geleneksel Büyüme Teorileri .....	69
3.3.2. Modern Büyüme Teorisi .....	71
3.3.3. Neo – Klasik Büyüme Teorisi .....	73
3.3.4. İçsel Büyüme Teorisi .....	75
3.4. Türkiye’de Ekonomik Büyüme .....	76
<b>4. BÖLÜM</b> .....	<b>81</b>
<b>4. TURİZM SEKTÖRÜ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN AMPİRİK ANALİZİ</b> .....	<b>81</b>



4.1. Teorik Çerçeve .....	81
4.2. Literatür Taraması .....	83
4.3. Veriler ve Yöntem .....	86
4.4. Ampirik Bulgular ve Model Doğrulama Testleri .....	89
4.4.1. ADF Birim Kök Testi .....	89
4.4.2. Granger Nedensellik Analizi .....	90
4.4.3. Model Doğrulama Testleri.....	91
4.4.4. Varyans Ayrıştırması .....	93
4.4.5. Etki-Tepki Fonksiyonu Sonuçları.....	94
<b>5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME .....</b>	<b>96</b>
<b>6. KAYNAKLAR.....</b>	<b>98</b>
<b>7. EKLER .....</b>	<b>106</b>
<b>8. ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>107</b>

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Zaman ve Mekân Hareketliliği Kapsamında İnsan Faktörü.....	8
Şekil 1.2. Turizm Bölgelerine Ait Gerekli Koşullar.....	14
Şekil 1.3. Turizm Çeşitleri.....	15
Şekil 1.4. Turizm Olayının Gerçekleşmesi ve Yurtiçi-Yurtdışı Turizm .....	17
Şekil 1.5. Turizm Ürünü Oluşturan Turizm Bölgelerine Ait Temel Kaynaklar.....	19
Şekil 1.6. Turizm Ürünü Özellikleri.....	21
Şekil 1.7. Turizm Talep Yapısı ve Süreci.....	26
Şekil 1.8. Ziyaretçi Tüketiminin Unsurları.....	28
Şekil 1.9. Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi.....	33
Şekil 1.10. Çevresel Kuznets Eğrisi .....	36
Şekil 3.1. Ekonomik Büyümenin Önemi ve Temel Özellikleri.....	69
Şekil 4.1. VAR Modelinin Karakteristik Ters Kökleri.....	92
Şekil 4.2. Etki – Tepki Fonksiyonları.....	95

## TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Turizmin Ekonomik Açıdan Olumlu Etkileri Üzerine Yapılan Çalışmalar.....	35
Tablo 2.1. 1950-1961 Yılları Arasında Gelen ve Giden Turist Sayıları.....	41
Tablo 2.2. 1980 Öncesi Türkiye’de Turizm Sektörü.....	45
Tablo 2.3. Devlet Teşvik Araçlarının Çeşitleri .....	47
Tablo 2.4. Türlerine ve Sınıflarına Göre Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı.....	53
Tablo 2.5. Yıllara Göre Tesis ve Yatak Kapasitesi Sayıları.....	54
Tablo 2.6. Gruplarına Göre Acente ve Şube Sayıları (2018) .....	55
Tablo 2.7. Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler.....	57
Tablo 2.8. Turizm Sektörünün Yarattığı/Oluşturduğu İş Alanları .....	60
Tablo 2.9. Yıllara Göre Turizm Gelir ve Giderleri. ....	65
Tablo 4.1. Analizde Kullanılan Değişkenler. ....	89
Tablo 4.2. ADF Birim Kök Sonuçları.. ....	90
Tablo 4.3. Granger Nedensellik Analizi Sonuçları.....	91
Tablo 4.4. Tahmin Edilen Var Modelinde Uygun Gecikme Uzunluğu .....	91
Tablo 4.5. Değişen Varyans Sonuçları .....	92
Tablo 4.6. Otokolerasyon Sorunu İncelemesi/ LM İstatistiği Testi .....	93
Tablo 4.7. Varyans Analizi Sonuçları .....	94

## GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1.1. Dünyada Meydana Gelen Turizm Faaliyetleri Rakamları .....	30
Grafik 2.1. 1980 Öncesi Uluslararası Giriş Hedefleri ve Gerçekleşen Rakamlar .....	44
Grafik 2.2. 1980 Sonrası Uluslararası Giriş Hedefleri ve Gerçekleşen Rakamlar .....	51
Grafik 2.3. Türkiye’de Gerçekleştirilen Turizm Yatırımları ve 2023 Tahminleri .....	58
Grafik 2.4. Türkiye’de Turizm Sektöründe Çalışan Kişi Sayısı.....	61
Grafik 2.5. Türkiye’de Turizm Sektörünün Toplam İstihdam İçerisindeki Payı .....	61
Grafik 2.6. Türkiye’de Turizm Sektörünün GSYİH’deki Yeri .....	62
Grafik 2.7. Yıllara Göre Türkiye’de Gelen Ziyaretçi Harcamaları .....	63
Grafik 2.8. Yıllara Göre Türkiye’de Yurtiçi Ziyaretçi Harcamaları .....	64
Grafik 3.1. 1963-1980 Yılları Arasında Türkiye’nin GSYİH ve Büyüme Verileri .....	77
Grafik 3.2. 1990-2001 Yılları Arasında Türkiye’nin GSYİH ve Büyüme Verileri .....	78
Grafik 3.3. 2009-2018 Yılları Arasında Türkiye’nin GSYİH Verileri.....	79

## **EKLER DİZİNİ**

EK 1. Türkiye’de Turizmin İhracat ve İthalat İçerisindeki Payı .....	106
--	-----



## KISALTMALAR DİZİNİ

ADF	: Augmented Dickey Fuller
AIC	: Akaike Bilgi Kriteri
AIEST	: Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
CBPP	: Merkez Bütçesi ve Politika Öncelikleri
DP	: Demokrat Parti
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EVDS	: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
FPE	: Final Prediction Error
GOÜ	: Gelişmekte Olan Ülkeler
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
HQ	: Hannan Quinn
MB	: Merkez Bankası
PP	: Phillips-Perron SC : Schwarz
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TL	: Türk Lirası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TURSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UN	: Birleşmiş Milletler
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
VAR	: Vektör Otoregresyon
WTTC	: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

## GİRİŞ

Kavramsal olarak turizmin anlamı veya işlevi sosyal bir aktivite olarak tanımlanmaya çalışılmaktadır. Turizmin bir yer değişikliği ve sık sık rutin ya da sıradan bir değişiklik içerdiği gerçeğine dikkat çekilmekle birlikte turizm olarak ölçülen çok çeşitli amaç ve faaliyetler göz önüne alındığında onun; sosyal, politik, ekonomik, hukuk, teknolojik, ekolojik çevre ile olan ilişkilere dayanan bir küresel sistem olduğu görülmektedir. Turizm sektörü, tüm ekonomik kesime sahip olan ülkeler için güçlü bir büyüme direği olarak hizmet edebilme özelliğine sahiptir. Doğası gereği turizm sektörünün birçok sektör ile ilişkisi olmakla birlikte; inşaat, ulaşım, altyapı, yiyecek ve içecek ve genel hizmetler ile teknoloji ve başlangıç hizmetleri üzerindeki yayılma etkileri mevcuttur.

Geçmişten bugüne turizm; küreselleşen dünyada, teknolojik gelişmelerin öncülüğünde günden güne önemi artan bir sektör haline gelmiş ve ülkeler için önemli bir çalışma alanı haline dönüşmüştür. Döviz geliri, dış ödemeler üzerinde iyileştirici etkisi, yarattığı istihdam ve vergi gelirleri gibi ekonomiye olan pozitif etkileri ile ön plana çıkan turizm sektörü, aynı zamanda bölgeler ve toplumlar arası bilgi ve kültür paylaşımı açısından da çok önemli bir faaliyet alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bünyesinde birçok hizmet ve çeşit barındıran turizm, birçok sektörle ilişkisi olması ve diğer sektörleri kolaylıkla etkileyebilmesi açısından pek çok ülkenin öncelikli olarak önem verdiği ve devletlerin çeşitli politika ve stratejileri ile daha da geliştirmek istediği bir sektör konumundadır.

Turizm gelirleri, uluslararası turizm sektörü söz konusu olduğunda, ülke ekonomilerine döviz girdisi sağlamaktadır. Bu durum ülkeler için görünmez bir ihracat kalemi teşkil etmekte ve böylece ödemeler dengesi hesabına doğrudan etkiler yaratmaktadır. Yabancı turistlerin yaptıkları harcamaların ülkeye getirmiş olduğu döviz girdisinin yanında ülke vatandaşlarının yabancı ülkelerde yaptığı harcamalar döviz çıkışına neden olmakta ve dolayısıyla ülkenin net turizm geliri ortaya çıkmaktadır.

Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu olumsuz etkiler arasında; mevsimsel işsizlik ve artan yaşam maliyetleri gibi ekonomik faktörler bulunmaktadır. Turizmde, bir ülke vatandaşlarının başka ülkelere olan ziyaretleri sırasında sızıntılar meydana gelmektedir. Ayrıca turizmin gelişmesi, geleneksel hizmete ait iş alanlarında kayıplara neden olabilmektedir. Turizm mevsimsel olarak, turist destinasyonlarında yerel ve ulusal kaynaklara fazladan baskı getirmekte ve bu bağlamda

yükselen talepler ile birlikte fiyatlarda artışlar meydana gelmektedir. Fiyatlarda meydana gelen bu artışlar ise yerel halkı olumsuz etkilemektedir

Potansiyeline rağmen Türkiye, turizm sektörünü geliştirmek için Akdeniz bölgesindeki diğer ülkelere kıyasla nispeten geç kalmıştır. Dünyada çok popüler olan turizm sektörü Türkiye’de 1963 yılından itibaren belirli planlamalar çerçevesinde geliştirilmeye çalışılsa da asıl gelişimi ve yükselmeyi ancak 1980’den sonra gerçekleştirebilmiştir.

1980’li yılların başında turizm sektörü, turizmin dünyadaki gelişimine paralel olarak çok hızlı bir büyüme sürecine girmiş ve Türkiye ekonomisine katkı sağlayan sektörler arasında yerini almıştır. Türkiye’de yaşanan bu gelişmelerin en nihayetinde, Türkiye’de, 24 Ocak 1980 kararlarının ardından uygulamaya konulan serbest piyasa ekonomisi politikası ile kambiyo rejiminde gerçekleştirilen düzenlemeler çerçevesindeki gelişmeler yatmaktadır. Bu gelişmeler bağlamında Türk lirasının, yabancı paralar karşısındaki konumu belirlenmiş ve ihracata dönük sanayileşme modeline geçilmiştir. Diğer bir ifadeyle, liberal politikalar ile özel sektörün de önü açılmış ve turizm sektörü önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde devlet destekli turizm yatırımlarına bağlı olarak turist sayısında ve turizm gelirlerinde artış gözlemlenmiştir.

1980 sonrası uygulanan politikalar ile Türkiye, düşük fiyatlı bir tatil beldesi olarak pazarlanmış ve bununla birlikte yatırımların, teşviklerin ve tanıtımların arttığı bu dönemde Türkiye’ye çok sayıda yabancı ziyaretçi giriş yapmıştır. Özellikle 1983 ile 1990 arasında gerçekleşen rakamlar hedeflenen rakamları geçmiştir ancak bu durum, 1990’larda tersine dönmüştür. Bu açıdan kayıp geçen 1990’lı yılların ardından; 2002 ile başlayan yeni dönem ile birlikte, 2015 yılına kadar Türkiye’de turist sayılarının ve turizm gelirlerinin sürekli arttığı gözlemlenmiştir. 2015’ten günümüze kadar olan süreçte ise, turist sayısı ve turizm gelirlerindeki rakamlarda hem iç hem de dış faktörlerdeki olumsuz gelişmelerden dolayı azalmalar meydana gelmiştir.

Günümüzde, ülkelerin ekonomik büyümelerini sağlayan en önemli unsurlardan biri olarak turizm sektörü gösterilmektedir. Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisi içerisinde en çok gelişme kaydeden sektörlerin başında gelmektedir. Turizm sektörünün bu denli gelişmesinde, son yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmelerin ve harcanabilir gelirlerdeki artışların büyük etkisi bulunmaktadır. Bu gelişmeler ile birlikte insanların bilgiye daha çabuk ulaşabilir hale gelmesi ve ihtiyaçlarını



karşılmak için artan imkânlar çerçevesinde turizm sektörü de hızla gelişme kaydetmiştir. Turizm sektörü sayesinde milyonlarca hatta milyarlarca insanın tüketici ve üretici faaliyetleriyle iletişimi sağlanmış ve ülkeler arasındaki etkileşimin gücü de artmıştır. Bu bağlamda turizm sektörü ülkelerin milli gelirine olan katkılarının yanında, sağladığı döviz geliri vasıtasıyla ödemeler dengesinde olumlu etkiler meydana getirmektedir. Emek yoğun bir sektör olmasından dolayı turizm sektörü geniş istihdam alanları yaratmaktadır. Aynı zamanda bu sektör, pazarlama ve reklam aracı olma özelliği göstermektedir. Turizm gelişimi ile sektörden elde edilen gelir, turistik bölgenin ekonomik refahı için genellikle hayati önem taşımakta ve çarpan etkisi olarak bilinen önemli bir kavramla desteklenmektedir. Ziyaretçilerin bir alana harcadıkları miktar, yerel ekonomide yeniden dolaşım göstermektedir. Bu hususta, turizmin iş yaratma kabiliyeti, hükümetlerin kalkınmasını teşvik etmelerinin ana nedenlerinden biridir.

Turizm sektörünün ekonomi üzerinde yarattığı etkiler, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışmada, turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerinde ekonomik etkilerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu sebeple Türkiye'nin turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ele alınmıştır. Bu çerçevede turizm gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerine olan etkileri Vektör Otoresyasyon (VAR) yöntemi ile araştırılmış, 2003-2018 yıllarını kapsayan analiz, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'ndan alınan çeyreklik veriler ile yapılmıştır.

Türkiye üzerine yapılan çalışmalarda; Gündüz ve Hatemi (2005), turizmin temelli büyüme hipotezinin deneyimsel olarak desteklendiğini gösteren sonuçlar elde etmişlerdir. Bahar (2006), Türkiye'de turizmin, ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri tespit etmiştir. Kızılgöl ve Erbaykal (2008), ekonomik büyümeden turizm gelirlerine tek taraflı bir nedensellik olduğu tespit etmişlerdir. Bal vd. (2016), turizm gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesini olumlu yönde etkilediği ve turizm gelirlerinde %1'lik bir artışın %0.314 oranında ekonomik büyümeye yol açtığı ortaya koymuşlardır. Genel olarak literatürde, turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisini olumlu etkilediği şeklinde sonuçlara ulaşılmaktadır.

Türkiye'de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmanın birinci bölümünde; turizm kavramı ve turizm sektörü hakkında detaylı bir inceleme yapılmış ve tanımlara yer verilmiştir. İkinci bölümde;

Türkiye’de turizm sektörünün tarihsel süreç içerisindeki yapısı ve gelişimi hakkında bilgiler sunulmuştur. Üçüncü bölümde; ekonomik büyüme kavramı ve büyümeye ilişkin yaklaşımlar ile Türkiye’deki ekonomik büyüme konusu incelenmiştir. Dördüncü bölümde ise Türkiye’deki turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki VAR yöntemi yardımıyla ampirik olarak incelenmiş ve sonuçlar üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.



# 1. BÖLÜM

## 1. TURİZM KAVRAMI VE EKONOMİK ROLÜ

### 1.1. Genel Anlamda Turizm Kavramı

Turizm konusu incelenirken; şüphesiz en mantıklı başlangıç noktası olan ilk hedefin turizm kavramı için ihtiyaç duyulan kesin tanımın ifade edilmesidir. Sahip olduğu zengin nitelikler sebebiyle turizm kavramının birçok tanımı bulunmaktadır. Turizm kavramı, ilk olarak 1905 yılında Guley-Feuler tarafından tanımlanmış olsa da bu ifade günümüzde dönüşüme uğramış ve farklı biçimlerde genel geçerliliğe sahip olmuştur. Ülkeler, toplumlar ve bireyler için kuvvetli öneme sahip olan turizm konusu genel olarak, Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) de kabul ettiği şekliyle; “insanların sürekli olarak çalıştığı ve konutlarının bulunduğu alanlar dışına yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen olayların bütünü” olarak tabir edilmektedir (WTO, 1994). Ayrıca bu ifade, Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da kabul gören bir tanım niteliğindedir. Bu hususta Dünya Turizm Örgütü, standartlaştırılmış turizm tanımlarının geliştirilmesinden sorumlu öncü kurumdur.

Turizm konusu ile ilgili tanımlamalar genel itibari ile içeriğinde birçok özellik barındıran geniş bir anlam bütünlüğünü ifade etmektedir. Bu bağlamda turizm ile ilgili olan tanım ve görüşlerin içerdiği genel özellikler aşağıda verilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 36-37):

- Turizm faaliyetleri insanlar tarafından bireysel veya toplu bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.
- Turizm, birey veya toplulukların belirli bir zaman diliminde çeşitli nedenlerden dolayı gerçekleştirmekte olduğu/gerçekleştirdiği seyahat, konaklama ve yeme-içme gibi faaliyetlerin tümüdür.
- Turizm, bireylerin sürekli ikamet ettikleri yer haricinde seyahat ve geçici olarak yapılan konaklamaları kapsamaktadır.
- Turizm, bir hizmet olduğu gibi aynı zamanda bir tüketim aracı olma özelliğine sahiptir.

- Turizm, birey veya toplulukların hür iradeleri ile seçtikleri yerlere olan seyahatlerdir.

- Turizm faaliyeti sadece gezme amaçlı olarak değil; iş, ziyaret, merak, din, sağlık, spor, kültür, dinlenme gibi çeşitli sebepler ile gerçekleştirilebilmektedir.

- Turizm faaliyeti açısından sosyal bir özelliğe sahip olmakla birlikte işlevi açısından ekonomik, ölçülebilirliği sebebiyle objektif ve kitlesel olabilme gibi özelliklere sahiptir.

- Turizm faaliyetinde konaklama mecburi olmakla birlikte, geçici olmaktadır. Bu sebeple bireyler turizm faaliyetleri çerçevesinde kazanç sağlamaya yönelik, uzun vadeli veya daimî bir ikamet girişimini kapsamamaktadır.

- Turizm faaliyeti; çeşitli sebepler altında gerçekleştirilen göç hareketi veya iş nakilleri gibi hareketleri kapsamamaktadır.

Kavramsal olarak turizmin anlamı veya işlevi sosyal bir aktivite olarak tanımlanmaya çalışılmaktadır. Turizmin bir yer değişikliği ve sık sık rutin ya da sıradan bir değişiklik içerdiği gerçeğine dikkat çekilmekle birlikte turizm olarak ölçülen çok çeşitli amaç ve faaliyetler göz önüne alındığında onun; sosyal, politik, ekonomik, hukuk, teknolojik, ekolojik çevre ile olan ilişkilere dayanan bir küresel sistem olduğu görülmektedir (Middleton, 1994: 4).

Teknik olarak turizm konusu incelenirken, turist faktörü karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, turistin kim olduğu (ya da olmadığı), turisti kalış süresi, seyahat amacı veya kat edilen mesafe gibi çeşitli kriterlere göre sınıflandırmalar yapılarak turizmin istatistiksel veya ölçüm amaçlı diğer seyahat türlerinden ayrımı sağlanmaktadır. Bununla birlikte, dikkat edilmesi gereken önemli nokta, çok sayıda istatistiksel kaynaktan ölçülen turizmin geniş bir faaliyet niteliği taşımaktadır ve turistler sadece tatilde olan insanlar değil, iş dünyası, yurtdışında okuyan öğrenciler, dini turistler (hacılar) vb. olmaktadır (Sarpley, 2006: 22-23). Bu bağlamda turist tanımı; “işinden, zevkinden, kişisel ilişkilerinden veya ikamet ettiği yere gidip gelmek haricinde, aynı gecede kalması veya geri dönmesi dışında iş, eğlence, kişisel işler veya başka bir amaç için en az 50 mil (bir yön) mesafeden evinden uzaklaşan bir kişi veya kişiler” olarak tabir edilmektedir (Hunt ve Layne, 1991: 8). Günümüzde bu tabir kısaca “gezici insanlar” olarak nitelendirilmektedir.

Turizm olayının merkezinde bulunan insan varlığı, turist konusunu önemli kılmaktadır. Öyle ki turizm olayını belirleyebilmek veya açıklayabilmek için turist kavramının da en açık bir şekilde ifade edilmesi gerekmektedir (Çeken, 2016: 16). Bu bağlamda, 1937 yılında Milletler Cemiyeti Uzmanlarına göre; “yerleşik bulunduğu ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat süreyle ziyaret eden kişi” olarak kabul edilen tanıma göre, bireylerin veya toplulukların “turist” olabilmeleri için gereken kriterler aşağıda sıralanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012: 32):

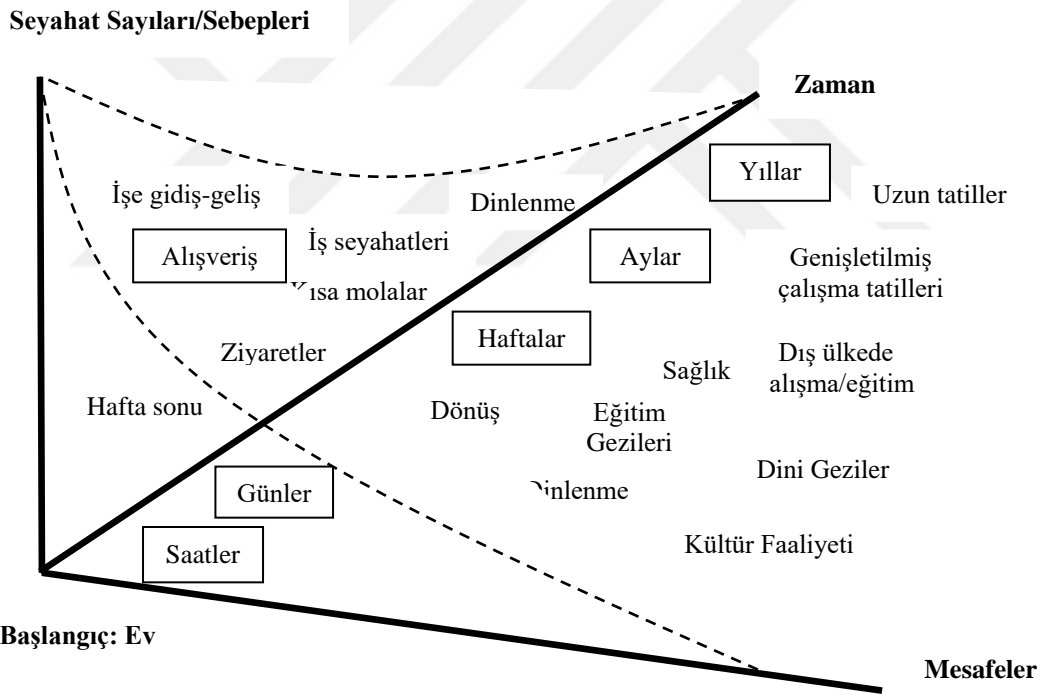
- Eğlence, zevk, gezi, ailevi ziyaretler, sağlık gibi nedenlerle seyahat edenler,
- Çeşitli nedenler ile toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler,
- Bir gün zaman dilimini tamamlamamış olsa bile gemi ile seyahat edenler ancak gemi haricinde 24 saat dilimini tamamlamış olan kişiler,
- Seyahat süresince kazanç elde etmeyi düşünmeyen, tüketici konumunda ve belirli bir gelire sahip olan kişiler,
- Seyahati yapan kişilerin geçici olarak konaklamalarını gerçekleştirmeleri, diğer bir ifadeyle kalıcı olarak yerleşmeyi düşünmeyen kişiler.

Medeniyetin gerçekte nasıl geliştiğinin farkında olan bir tarih, “turizm” sözlüğünde ortaya çıkmadan önce, turizmi hali hazırda bulunan birçok farklı kültürde işleyen bir dizi faktörler ile eşleştirmektedir. Antropologlar, coğrafyacılar, etnologlar, ekonomistler, sosyologlar ve semiyologlar gibi gerçek dünyada seyahat eden araştırmacılar; bu deneyimlerden geçtikten sonra turizmi, ilk teorisyenleri tarafından kabul edilen kriterlere göre yönlendirmektedirler. Ancak bu tutum, zaman içerisinde belirli değişimlere uğramıştır (Baretje, 1898: 7; Boyer, 1980).

Tarihi açıdan turizm konusu ele alındığında bu kavramın aslında çok önceden var olduğu görülmektedir. İlk çağlarda insanların yaşamlarını idame ettirebilmek amacıyla sürekli hareket halinde oluşu ve Fenikeliler döneminde M.Ö.4000 yıllarına dayanan ilk modern seyahat, turizm tarihi ile yakından ilgilidir. Bu dönemlerde turizm faaliyetlerinin ağırlıklı olarak ekonomik çerçevede, karşılıklı etkileşim ve yeni yerler keşfetme gibi nedenlerle yapıldığı anlaşılmaktadır (Ünal, 1990; Bahar ve Kozak, 2012: 4).

Şekil 1.1.’de gösterilmekte olan ilişki, bir bireyin veya toplulukların yaşamları

boyunca hareketlerinin toplamalarının merkezi bir bölgeden (ev) olduğu bilinmektedir. Bu konjonktürde, turizm ile sık sık göç ve geçici seyahatler olarak kabul edilen çeşitli faktörler arasındaki ilişkiler belirtilmektedir (Bell ve Ward, 2000). Aslen turizm olayının başlangıcı ele alındığında, geçici göç hareketleriyle veya seyahat kavramıyla ilişkilendirildiği görülmektedir. İnsan hareketliliklerinin zaman içerisinde “geçici” ve “kalıcı” anlamlar ile açıklanması da turizm olayını gün yüzüne çıkaran etmenlerdendir. Hareketlilik aralığına odaklanmak, turizmin etkilerinin incelenmesi açısından da önemli bir boyut sunmaktadır. Bireylerin yaşam süresi boyunca hareketliliklerinin incelenmesi turizm ve göç arasındaki ilişkileri anlaşılır kılmaktadır. Böyle bir yaşam biçimi yaklaşımı, insanların konumlar ve faaliyetler arasında tüketim modlarını nasıl değiştirdiğini incelemek için de son derece pratik uygulamalara sahip olabilmektedir. Ayrıca, turizm etkileri üzerine yapılan araştırmaların çoğu varış noktasında da ortaya çıkma eğilimindedir (Lew vd., 2004).



Şekil 1.1. Zaman ve Mekân Hareketliliği Kapsamında İnsan Faktörü

**Kaynak:** Gössling ve Hall, 2006: 17-18.

Tarihsel açıdan turizm konusuna ilişkin geleneksel görüş, batı kültür deneyiminin tarihi ile yakından ilgilidir. Turizm tarihi birçok turizm kaynağında belirtildiği gibi çoğunlukla konaklama yerleri ve uzun seyahatler gibi belirli turizm destinasyonlarında gerçekleşen varlık aktiviteleri ile ilgili olduğu şeklinde ifade edilebilmektedir. Turizm türleri

ve biçimleri, insanların hayatlarında belirli sıklıkta gerçekleşen prestijli olaylar olmakta ve değeri, genelde geçirilen süre ve faaliyet süresince yapılan harcama gibi nicel ifadelerle değerlendirilebilmektedir. Tarihi, temelde Batı kültürüne ait deneyim olarak tabir edilen turizm; Antik Yunan ve Roma'nın meşrulaştırılmış temaları, Rönesans'a, 17. ve 18. yüzyıllarda kaplıcaların ve "Grand Tour" un gelişimi ile başlamaktadır. Bu durum, 19. yüzyılın sahil beldeleri ve Thomas Cook'un ajansı aracılığıyla uluslararası turizmin yayılmasıyla devam etmektedir. Ancak bu geleneksel imge, turizm tarihinin "sömürgeci" bir görüntüsüdür; batı kültürlerinde tanımlanmış ve araştırılmış bir faaliyetin yeni halklara ve toplumlara getirildiği görülmektedir. Başka bir ifadeyle, Doğu toplumlarının geçmişte turizm biçimlerinin bulunmadığına inanmak oldukça güçtür. Temelde bilinenler; turizmin bir zamanlar büyük ölçüde ayrıcalıklı azınlığın (aristokrasi) koruduğu bir faaliyetten insanların büyük çoğunluğunun yararına olan bir faaliyete dönüşmüş olmasıdır (Towner, 1995: 339-340). İlaveten, tarihsel bir turizm gelişimi analizi, belirli turizm biçimlerinin tanımlanabileceği üç ana dönemi tanımlamaktadır (Sarpley, 2006: 22-23):

- 1600-1800: "Grand Tour" un yükselişine ve düşüşüne tanıklık eden bir dönemin yanı sıra kaplıca turizminin ilk örneği olarak kaplıcaların popülerliği.
- 1800-1900: Bu dönemde, sahil beldeleri ortaya çıkmış ve 19. yüzyılın ikinci yarısında Thomas Cook'un temelini oluşturduğu "paket tur" un doğuşunu ve gelişimini.
- 1900 sonrası: Başlangıçta iç turizm olarak gerçekleşen ancak 1960'lardan bu yana uluslararası kitle turizminin hızlı büyümesiyle tanımlanan bir dönem.

Turizm tarihinin dayandığı bu geleneksel düşüncelerin devam etmesinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu nedenlerin arasında en kolay ulaşılabilir olan kaynak malzemenin niteliği, belirli sosyal grupları ve faaliyetleri vurgulama eğilimi bulunmaktadır (Towner, 1988: 48). Bir başka nedeni de turizm araştırmasıyla ilgilidir. Araştırmaların çoğu (tarihi eserler dâhil) Britanya'da, Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'nın diğer bölgelerinde gerçekleştirilmektedir. Diğer bölgelerde yapılan araştırmalar nadir olmakla birlikte; dilsel, kültürel veya ekonomik engeller barındırmaktadır. Ayrıca, diğer bölgelerde turizm çalışmaları ve tarih arasındaki bağlantılar yetersiz kalmaktadır. Turizm tarihi konusundaki en iyi çalışmaların çoğu, boş zaman araştıran tarihçilerden gelmiştir. Ancak bulguları, turizm literatürüne nadiren nüfuz etmektedir (Towner, 1991: 72). Bu bağlamda, turizm araştırmalarının turizm endüstrisinin işlevsel ihtiyaçları ile kavramsallaştırılma eğilimi

gösterilmektedir (Hughes, 1991).

Turizm tarihine ilişkin olarak, kelime kökeninin “Tour” sözcüğünden, İbranice “öğrenme, araştırma” anlamına gelmekte olan “torah” sözcüğünden türetilmiş olduğu bilinmektedir. İbraniler, uzak yerlere belirli araştırma amacıyla gönderdikleri kişilere “turist” ve bu kişilerin yaptıkları eylemleri “turlamak” kelimeleriyle ifade etmişlerdir (Erdoğan, 1995: 8). Ayrıca Latince’de “Torna” karşılığında kullanılan seyahat anlamında ifade edilen turizm kelimesi “Tornus” kelimesinden türetilmiştir. Bu kelime, Fransızca “Turne” kelimesi olarak, dönmek veya döndürmek manalarıyla halen kullanılmaktadır. (Çoruh, 1952: 6). Turizm kelimesi ilk olarak Samuel Pegge tarafından İngiltere Spor Dergisinde 1800’lü yıllarda kullanılmıştır. Pegge “tour-ist” kelimesini gezginler için ve “turizm” kelimesini seyahat için sunmuştur (Smith, 1995: 20). Türkçe ’de “seyyah”, “seyahat” kelimeleri sırasıyla “turist” ve “turizm olarak tabir edilmektedir. İlk olarak İngilizler tarafından tabir edilmiş olmasına rağmen bu kelimeler dilimize Fransızların kullandığı sözcüklerden nüfuz etmiştir (Özdemir, 1992:19). Bununla birlikte turizm sözcüğünün farklı insanlarda farklı anlamlar uyandırabileceğinin bir gerçek olduğu unutulmamalıdır.

Turizm kavramının gelişmesinin ve büyümesinin temelini oluşturan bir dizi kilit faktör bulunmaktadır. Özellikle tümü ayrıntılı olarak araştırılmayı hak eden yedi faktör bu sürece katkıda bulunmuştur. Bu faktörler aşağıda sıralanmaktadır (Sarpley, 2006: 22-23):

- **Turistler:** Talepleri, beklentileri, motivasyonları ve davranışları ile turizmin gelişmesini sağlamışlardır.
- **Hedef:** Turizm deneyiminin gerçekleştiği ve turizm gelişiminin fayda ve maliyetlerinin hissedildiği yerler turizm faaliyetlerinde etkin rol oynamıştır.
- **Seyahat ve turizm endüstrisi:** Toplu olarak turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan sayısız işletme ve organizasyon ile turizm gelişmiştir.
- **Teknolojik gelişmeler:** Ulaştırma teknolojisindeki gelişmeler, hem halkların çeşitli ulaştırma biçimlerine erişimini artıracakları hem de seyahat edebilecekleri mesafeyi uzatan seyahat ve turizmdeki büyüme için temel olmuştur. Daha yakın zamanlarda bilgi teknolojisi seyahat ve turizmdeki büyümeyi de kolaylaştırmıştır.



• **Kişisel servet ve zamanın artması:** İnsanların ihtiyaç duyduğu para ve boş zaman niteliğindeki artış turizmi teşvik etmede önemli bir faktör olmuştur.

• **Sosyal dönüşümler:** Sosyal, ekonomik ve politik değişimler turizm önemini arttırmıştır.

• **Gelişmiş bir seyahat endüstrisinin ortaya çıkışı:** Turizm, esasen sosyal bir fenomen olsa da büyümesi, turistlerin ihtiyaçlarına cevap veren (ve belki de yaratma) genişleyen, entegre ve yenilikçi sektörlerle büyümesi desteklenmiştir.

Seyahat ve turizmin büyümesi, on dokuzuncu yüzyıldaki buharlı gemilerin ve demiryollarının tanıtımında olduğu gibi güvenilir bir ulaşım sistemine dayanmaktadır. Modern turizm; kentleşmenin, sanayileşmenin, refahın ve eğitimin artması ve farklı ülkelerdeki çekici bölgeleri ziyaret etme arzusunun artmasıyla desteklenmiştir (Elliott, 2002: 22).

İnsanların önemli ekonomik ve sosyal öneme sahip bir faaliyet haline gelinceye kadar turizm kavramına ilişkin terminoloji ve tanımlara çok az yer verdiği anlaşılmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrası kişisel seyahatlerde büyüme ve ülkeler ve destinasyonlardaki ekonomik refah ile göreceli önemini artırması, ilgili araştırmalarda buna paralel bir büyüme getirmiştir. Bu bağlamda turizmin istatistikî ölçümleri ancak 1920'lerde başlamıştır.

Turizm gelişimi, dünyadaki hemen hemen tüm ekonomiler için önemli bir konu niteliğindedir. Çünkü günümüzde daha fazla döviz kazancı ve uluslararası turistlerin ihracat geliri gibi birçok fayda sağlamaktadır. Diğer endüstrilerden farklı olarak turizm; restoranlar, havayolları ve kumarhaneler gibi çeşitli iş sektörleri ile ilişki içerisindedir. Turizm büyümesi, özellikle insan sermayesi ve fiziki sermayeye daha fazla yatırım yapılması nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyümenin teşvik edilmesine yardımcı olmaktadır (Fayissa vd., 2008).

1950'li yıllarda, İkinci Dünya Savaşı'nın ardından dünyada yaşanan sosyo-ekonomik gelişmeler ve değişimler göz önünde bulundurulduğunda, Birleşmiş Milletler (UN) dâhilindeki Dünya Turizm Örgütü'nün görüşüne göre turizm, tüm dünyanın en önemli ve en büyük ekonomik faaliyetlerinden biridir. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) tahminlerine göre, 2020 yılında dünyadaki turist sayısı 1,5 milyarın üzerine çıkacak ve bu turizm faaliyetlerinden elde edilecek toplam gelirin ise 2 trilyon dolar civarına ulaşacağı

öngörülmektedir (Cho, 2003).

Temel düzeyde, turizmin farklı tanımları ve tarihi perspektifi açıklanmaya çalışılmıştır. Ancak turizm, farklı özelliklere sahip olduğundan, özellikle talep-arz tarafının ve teknik / kavramsal tanımların arasındaki farklılıklar ve katkılar hakkındaki bilgilerin ifade edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, konumuzun sınırları dâhilinde turizm faaliyeti ile ilgili genel ifadeler alt başlıklar halinde incelenmiş ve gerekli bilgiler açıklanmaya çalışılmıştır.

### **1.1.1. Turizmin Özellikleri**

Dünya ülkeleri için büyük önem teşkil eden turizm olayı, başta ekonomi olmak üzere sosyal, politik, sağlık gibi birçok sektör ile ilişki içerisinde bulunmaktadır. Bu bağlamda turizmde meydana gelen gelişmeler, ulusal ve uluslararası düzeyde etkiler yaratmaktadır. Dolayısıyla, turizm hareketlerinin yadsınamaz özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler aşağıda sıralanmaktadır (Burkart ve Medlik, 1981: 42):

- Turizm, dinamik ve statik olmak üzere iki temel unsur barındırmaktadır.
- Seyahat ve konaklama ikamet edilen ve iş yapılan yerin dışına yapılmaktadır.
- Her türlü somut ve soyut kültürel bilgi birikiminden oluşmaktadır.
- Turistin gerçekleştirdiği harcamalar sebebiyle ekonomik bir yapı olma özelliği göstermektedir.
- Turizm, birçok sektör ile ilişki içerisindedir. Bu sebeple turizm hareketleri, ulusal ve uluslararası anlamda etkiler yaratmaktadır.
- Ülkeler arasındaki iletişimi arttırmaktadır.
- Ülkelerin gelişmesini desteklemektedir.

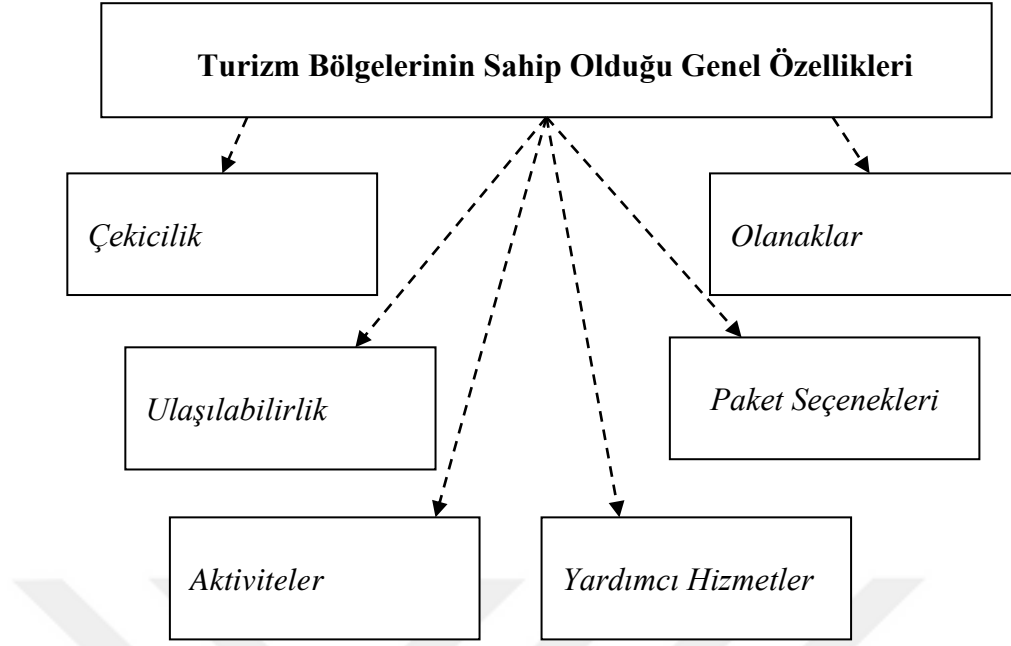
Turizm olayının insanlar için sunduğu birtakım özellikler de bulunmaktadır. Bu anlamda turizm, rekreasyon ve boş zaman çalışmalarını alanıyla güçlü temel özellikleri ve teorik temelleri paylaşmaktadır. Boş zaman, rekreasyon ve turizm terimleri, deneyimlere ve faaliyetlere odaklanan bir tür organizasyon birliğini temsil etmektedir. Turizm faktörünün insanlar için sunduğu bu temel özellikler aşağıda sıralanmaktadır (Swarbrooke vd., 2003:

22):

- Kendisini motive edici kılan zevk, kendini ifade etme ve memnuniyet için fırsatlar sunmaktadır.
- İstihdam ve aile bakımı gibi yükümlülükler dışında gerçekleşmektedir.
- Katılımcı tarafından serbestçe seçilmiş ve girilmiş faaliyetler olarak atfedilir.

Turizm olayı, turist faktörü ile başlamakta ve destinasyon kavramı ile devam etmektedir. Bu nedenle destinasyon, turizm faaliyetleri için önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Destinasyon kavramı genel anlamda, turistlerin tüketim faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için sunulan hizmetler ve turizm ürününün bulunduğu coğrafi bölge veya alan olarak tabir edilmektedir (Buhalis, 2000: 97). Bu sebeple destinasyon olarak kabul gören yerler, turistlerin turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilecekleri alanlar olmak durumundadır. Bu alanlar; bir ülke olabileceği gibi, ada, kasaba, şehir vb. olabilmektedir (Hall, 1994).

Turizm alanları, turistlerin turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için hür iradeleri ile seçim yaptıkları yer olmakla birlikte; o bölgede ikamet eden topluluklar için ve genel olarak ülke adına önemli bir ekonomik ve sosyal etkilerinden dolayı, turizm olayının gerçekleşmesi için gerekli yeterlilikleri sağlamak durumundadır. Turizm bölgelerinin sahip olması gereken yeterlilikler ve özellikleri Şekil 1.2.'de gösterilmektedir. Buna göre; çekicilik, ulaşılabilirlik, olanaklar, paket seçenekleri, aktiviteler, yardımcı hizmetler gibi özellikler turizm bölgelerinde bulunması gereken başlıca gerekliliklerdir. Bu özellikler sırasıyla: Çekicilik; bölgenin sahip olduğu doğal veya yapay güzellikler, ulaşılabilirlik; turizm bölgesine gidilmesi için ve turizm bölgesinde bulunması gerekli olan ulaşım hizmetleri, olanaklar; konaklama, beslenme, satın alma gibi faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli hizmetler, paket seçenekleri; gelen turistler için önceden hazırlanmış olan tur veya gezi paketleri, aktiviteler; ziyaretçilerin daha iyi ve güzel vakit geçirebilmeleri amacıyla yapılan etkinlikler, yardımcı hizmetler; turistlerin her an ihtiyaç duyabilecekleri banka, iletişim araçları, hastaneler gibi yerlerin genel olarak ifade edilmesidir.



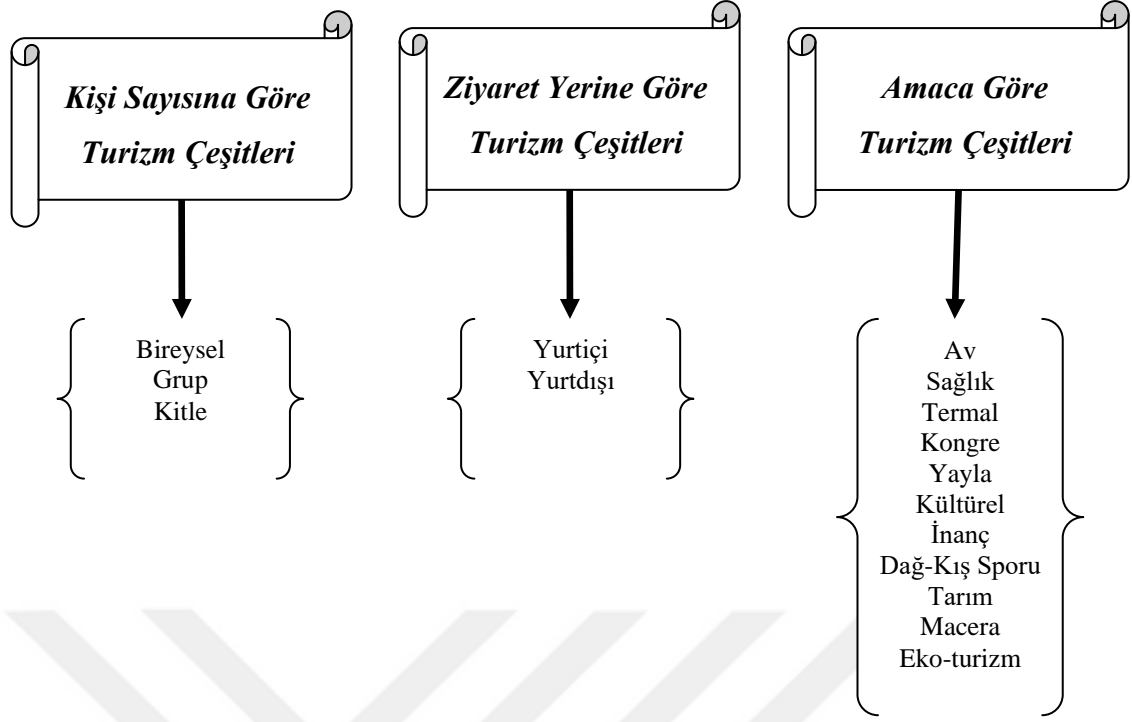
Şekil 1.2. Turizm Bölgelerine Ait Gerekli Koşullar

**Kaynak:** Bahar ve Kozak, 2012: 34

### 1.1.2. Turizm Şekilleri ve Çeşitleri

II. Dünya Savaşı sonrasında gelişme gösteren ve günümüzde küresel dönüşümlerin getirmiş olduğu teknolojik gelişmelerin yarattığı kolaylıklar ile turizm bir ayrıcalık olarak kalmamış ve türleri yönünden çeşitlilik kazanmıştır. Turistler, turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilmek amacıyla gidecekleri turizm bölgelerini farklı amaçlar veya ihtiyaçlar çerçevesinde seçebilmektedirler. Bu sebeple turizm olayı sahip olduğu çeşitli zenginlikler sebebiyle geleneksel deniz turizmi anlayışından çıkarak doğa turizmi, sağlık turizmi, kış turizmi, inanç turizmi gibi türleri ile gün geçtikçe çeşitlenmektedir. Bu hususta turizmin önemi gün geçtikçe artmakta ve ülkeler bu faaliyetin gelişmesi ve sürdürülebilmesi amacıyla çeşitli politikalar izlemektedir (Akkuş ve Güneş, 2016: 74).

Turizm, geçmişten günümüze kadar yaşamış olduğu dönüşümler ile birlikte faaliyet olarak birçok yeniliğe tabii olmuştur. Öyle ki küreselleşen dünyada insanların ihtiyaçlarında meydana gelen değişimler, turizm faaliyetlerini de artan ve değişim gösteren ihtiyaçlar doğrultusunda çeşitlendirmiştir. Buna göre, günümüzde gerçekleşmekte olan turizm çeşitleri Şekil 1.3.'de gösterilmektedir.



Şekil 1.3. Turizm Çeşitleri

**Kaynak:** Bahar ve Kozak, 2012: 36; Çeken, 2012: 18-22

Turizm, bir yıldan daha kısa bir süre için olağan çevresi dışında bir yere seyahat eden ve asıl seyahat amacı ziyaret edilen yerden ücretlendirilen bir faaliyetin gerçekleştirilmesinden başka bir yere seyahat eden bir kişinin faaliyetleridir. ‘Olağan çevre’ ifadesi, kişinin ikamet topluluğundaki gezileri ve rutin işe gidiş geliş gezilerini hariç tutmaktadır. ‘Ziyaret edilen yerin içinden maaş alan bir faaliyetin uygulanması’ ifadesi, ziyaret edilen yerdeki ikamet eden bir ekonomik kurum tarafından ödenen geçici işlere geçişi hariç tutmaktadır. Bu dışlama, satış çağrıları, donanımın kurulması veya seyahat eden işverenin ziyaret edilen yerin başka bir yerinde bulunduğu sözleşmeler gibi işle ilgili seyahatler için geçerlilik taşımamaktadır (Smith, 1995: 20). Bu konjonktür altında turizm olayını aşağıdaki gibi iki kategori altında incelemek mümkündür.

#### 1.1.2.1. Yurtiçi ve yurtdışı turizm

Bir ülkenin sakinleri kendi ülkelerindeki varış yerlerini ziyaret etmeleri durumunda bu turizm çeşidi, yurtiçi turizm olarak adlandırılmaktadır. Yurtdışı turizm ise, yurtiçi turizm aksine bir ülke sakinlerinin kendi ülkeleri dışına yaptıkları ziyaretler olarak tabir edilmektedir.

Herhangi bir ülkenin ilgili olduğu üç genel ziyaretçi modeli kategorisi bulunmaktadır ve her biri turizm olayının farklı bir işlevi olarak tabir edilmektedir. Bu üç kategoriyi maddeler halinde sıralamak mümkündür (Middleton, 2009: 24-25):

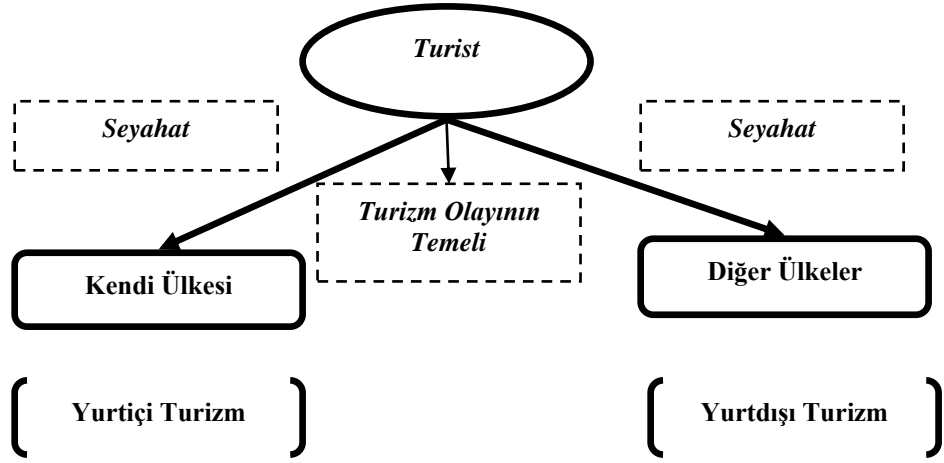
1. **Uluslararası ziyaretçiler:** Diğer ülke vatandaşlarının bir turizm ülkesine olan seyahatleri ve gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleridir. Bu turistler; gelen turizm olarak da bilinmekte, ayrıca aktif dış turizm olarak da tabir edilmektedir.

2. **Uluslararası ziyaretçiler:** Bir ülke vatandaşı olan turistlerin, diğer ülkelere olan seyahatleri ve gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleridir. Bu turistler; giden turizm olarak da bilinmekte, ayrıca pasif dış turizm olarak da tabir edilmektedir.

3. **Yerli Ziyaretçiler:** Bir ülkede ikamet eden insanların, kendi ülkelerinin sınırları içerisindeki ziyaretleri ve turizm amaçlı etkinlikleri olarak tanımlanmaktadır.

Genel olarak turizm faaliyetlerinin çoğunluğu ulusal sınırlar içerisinde gerçekleşmektedir. Dünya çapında, yurtiçi turizmin hacim bakımından uluslararası seyahat ve turizmden altı ila on kat daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, yurtiçi turizm faaliyetlerinin ölçülmesi yurtdışı turizmden çok daha zor olmaktadır. Yurtdışı turizm faaliyetlerinin yurtiçi turizmden az olmasının temel sebeplerinden biri; yurtdışı turizmin iç faktörlerin yanı sıra dış faktörlerden de daha fazla etkilenmesidir. Diğer bir ifadeyle, yurtiçi turizm olayını etkileyen iç ve dış faktörler, yurtdışı turizm faaliyetlerini etkileyen iç ve dış faktörlerden az olmaktadır. Bu etkilerin en temelinde ekonomik ve politik sebepler yer almaktadır. Bu nedenle, ulusal ve uluslararası politik ekonomi burada da dikkate alınması gereken önemli bir tema olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yerel ölçekte, turist seçeneği (çoğu durumda) ulusal veya küresel bir stratejinin ardından gelmektedir. Bireyleri veya yerel toplulukları etkileyen kararlar, yalnızca ulusal devletler tarafından verilmemekte, aynı zamanda bu durum küçük ölçekli şirketlere kadar uzanmaktadır (Lanfant vd., 1995: 2). Bu bağlamda, turizm olayının oluşması için gerekli zeminin seyahat aracılığı ile ziyaretçilerin varlığı olduğu unutulmamalıdır. Turizm faaliyetlerini gerçekleştirilmesine yönelik bu iki önemli kategorinin oluşumu ve gerekli zemin Şekil 1.4'de gösterilmektedir.



Şekil 1.4. Turizm Olayının Gerçekleşmesi ve Yurtiçi-Yurtdışı Turizm

**Kaynak:** Tarafımca hazırlanmıştır.

## 1.2. Turizm Ürünü ve Küresel Boyutu

Zaman içerisinde gelişen ve çeşitli zenginliklere kavuşan turizm olayı, bir ekonomi faktörü olarak önem kazanmış ve turizm ekonomisi kavramı oluşmuştur. Böylece kendi piyasasını, talep ve arz şekillerini oluşturan turizm faktörü, kendi sektörleri ile bir bütünlük kazanmıştır. Öyle ki turizm ekonomisi, küreselleşen dünyada ekonomilerin ihtiyaç duyduğu birçok ekonomi kalemi için bir çarpan görevi üstlenmektedir. Ancak turizm faaliyetlerinin olumlu taraflarının yanında olumsuz etkilerinin de mevcut olduğu unutulmamalıdır. Bu koşullar altında turizm ekonomisi ve sektörlerinin açıklanabilmesi için turizm ürünü kavramına değinmek gerekmektedir.

Turizm ürünü: “Ziyaretçilerin seyahatlerinin başlangıcından bitimine kadar olan süre içerisinde istek ve arzularını karşılamak amacıyla elde edilen ve turizm arzını oluşturan sektörler vasıtası ile sunulan nesnel ve öznel değerlerin tümü” olarak tanımlanmaktadır. Dar anlamda ise turizm ürünü turistin ne satın aldığından oluşur. Bu bağlamda turizm ürününün temelini oluşturan turizm alanlarını ve bu alanların olanaklarının incelenmesi gerekmektedir. Bu temel faktörleri aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür (İçöz ve Kozak, 2002: 2):

- **Turist Gönderimi Sağlayan Faktörler:** Potansiyel ziyaretçilerin, turizm faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri adına gerekli motivasyonların bütünlüğüdür.

• **Turist Kabulünü Sağlayan Faktörler:** Turizm olayının gerçekleştirilmesi için potansiyel ziyaretçi yaratma veya yaratılan ziyaretçi potansiyellerinin istek ve arzularına göre şekillenme biçimlerinin toplamıdır.

• **Seyahat (Ulaşım) Faktörü:** Turizm olayının başlaması için gerekli vasıta, ulaşım faktörlerinin genelidir.

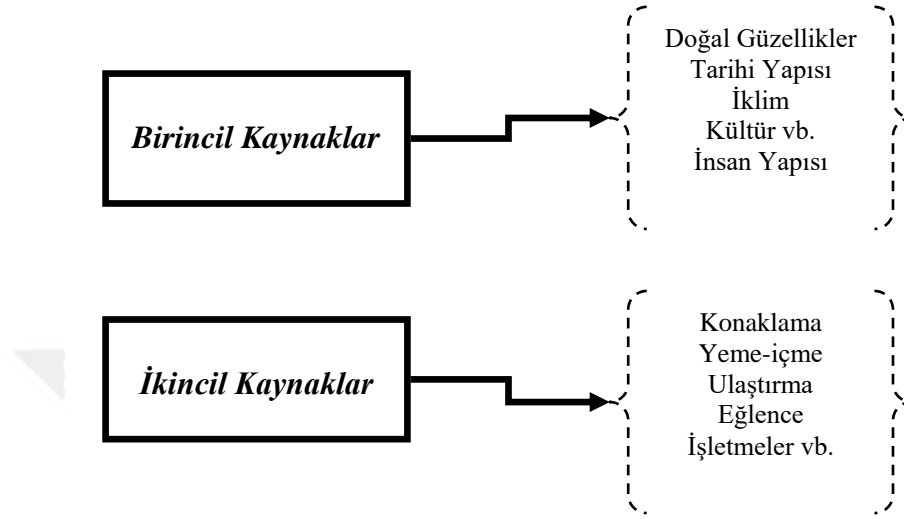
Turizm faaliyetleri niteliği gereği, çok çeşitli bağlantıların görünüşte farklı alanlarda veya birbirlerinden çok uzak olan ülkelerde çalışan aktörleri birbirine bağlamaktadır. Bu bağlantılar uluslararası düzeyde karar vermenin merkezileşme hareketi ile daha etkin bir şekilde koordine edilmekte ve bunun içine entegreler sağlanmaktadır. Dolayısıyla, turizm faaliyetinin bu uluslararası boyutu, toplumları ve kültürleri aşamalı olarak “turizm ürünlerine” dönüştürmüş ve tüm dünya ülkelerini kapsayan bir biçimde yayılım göstermiştir ve göstermeye devam etmektedir (Dézert ve Wackermann, 1991; Tremblay, 1990). Dolayısıyla küresel turizmi ekonomik bir araç haline getiren resmi bir doktrin var olmakla birlikte; turizm için “eylem sistemi” dünyanın az gelişmiş olarak ilan edilen birçok bölgesinde faaliyet göstermektedir. Ancak bu durum, başka hiçbir ekonomik seçeneğin mümkün görünmediği coğrafi bölgelerde gerçekleşmektedir. Turizm genel olarak ulusal ve uluslararası ülkeler için son şans olarak sunulabilmektedir. Ayrıca bu yolla, dünya sahnesinde terkedilmiş veya unutulmuş olan fakir bölgeler gün yüzüne çıkmakta ve küresel olgunlaşma aşamaları oluşturulmaktadır. En yaygın olarak, seyahat ve turizme ilişkin küresel bir bakış açısı iki temel konuya odaklanmaktadır (Sharpley, 2006: 30-31):

- Dünya çapında turizm ölçeği ve değeri.
- Turizm sektörünün ulusal, bölgesel ve küresel Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya (GSYİH), istihdama ve küresel ekonomiye olan katkısı.

Turizm ürününü oluşturan faktörler çerçevesinde turizm olayının küresel boyutu ve bu boyutun hem pozitif hem negatif anlamda yarattığı etkiler mevcuttur. Dünya ülkelerinde son yüzyıl içerisinde görülen teknolojik gelişmelerin de desteği ile turizm olayının küreselleşmesi hız kazanmış ve önemli gelişmeler göstermiştir. Bu sebeple turizm ekonomisine ve turizm sektörüne yön vermek amacıyla karar vericilerin ve araştırmacıların faaliyetleri, yenilik ve yaratıcı fikirler doğrultusunda hız kazanmıştır. Ayrıca seyahat eden kişilerin beklentilerinde olan değişimler de turizm ürününde olan dönüşümlere ön ayak olmuştur. Bu nedenle, turizm açısından ana etkenler olan doğa, tarih, kültür ve sanat gibi



faktörler, turizm sektörü için vazgeçilmez olmakla birlikte; turizm olayı için önem arz etmekte ve turizm ürünlerinin meydana gelmesinde temel kaynak oluşturmaktadır (Demirhan ve Çağlar, 2018: 1). Bu bağlamda turizm ürününü oluşturan bu temel kaynakların, buldukları bölgeler açısından kaynakları Şekil 1.5.'te verilmektedir.



Şekil 1.5. Turizm Ürününü Oluşturan Turizm Bölgelerine Ait Temel Kaynaklar

**Kaynak:** Laws, 1995

Bireysel ihtiyaçları kapsayan turizm sektörleri; bir seyahatçinin tüm tatil ihtiyacını yerine getirmek için sunduğu paketler bütünü turizm ürününü ortaya çıkarır. Turizm sektörleri tarafından sunulan paket veya paketler, ziyaretçiler tarafından belirli fiyat çerçevesinde sunulan bir deneyim olarak algılanmaktadır. Bu temel deneyimlerin beş bileşeni bulunmaktadır: Hedef konumlar, hedef tesisleri, erişilebilirlik, görüntüler ve fiyat. Dolayısıyla, turizm ürünü ayrı iki seviyede oluşmaktadır (Komppula, 2001):

- Toplam turist deneyimine atıfta bulunan toplam seviye (bir kişinin evi terk ettiği zamandan döndüğü zamana kadar).

- Tek bir işletme tarafından sunulan ayrı bir ürüne atıfta bulunulan belirli bir seviye.

Turizm ürünü kavramı, önemine rağmen, turizmle ilgili tüm konuların en az anlaşılabilir bölgesi durumundadır. Başlıca turizm literatüründe bireysel turizm deneyimi bir şekilde ihmal edilmişken, bireysel turizm ürün ve hizmetlerinin bir birleşmesi olarak hedefe daha fazla odaklanmaktadır.

### 1.2.1. Turizm Ürünü Özellikleri

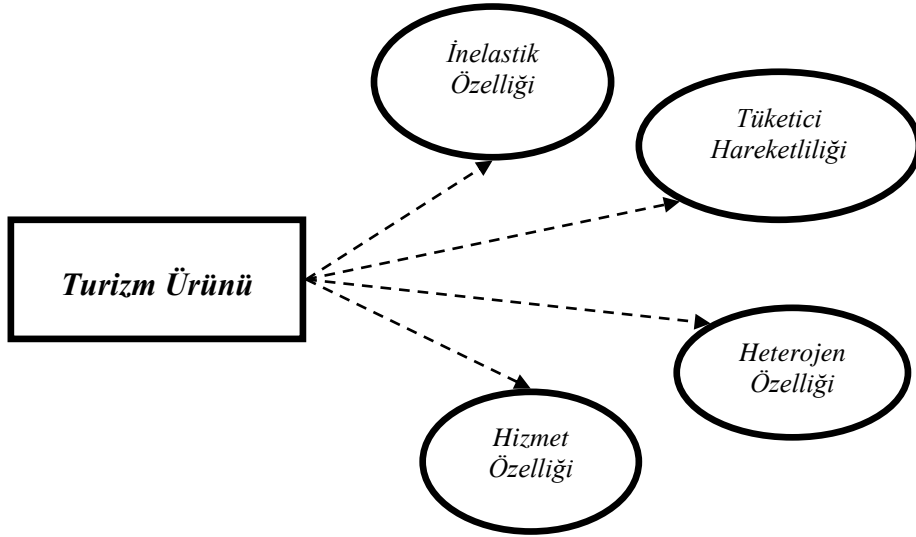
Turizm ürünü; turizm sektörü içerisinde yer almakta olan işletmelerin, ziyaretçilerin istek ve arzularına göre ürettikleri ürünlerin bütünü olmakla birlikte, turizm ürünü sadece mal ve hizmetle sınırlı kalmamaktadır. Bu ürünler soyut veya somut olabilme özelliklerine sahiptir. Diğer bir ifadeyle, sektörlerin sundukları hizmet ve ürettikleri mallarla birlikte; doğal güzellikler gibi faktörler de turizm ürünlerine dâhil edilmektedir (Canver, 2014). Bu sebeple turizm ürünü faktörleri karmaşık bir yapı içerisindedir.

Turizm ürünü ile ilgili yapılan araştırmalar çerçevesinde, turizm ürününü oluşturan faktörleri üç temel ifade ile açıklamak mümkündür (Hacıoğlu, 2000: 41):

- Turist olarak ziyaret edilen bir yerin sahip olduğu doğal, tarihi, kültürel ve sanatsal değerleri,
- Turistin hizmet aldığı otel, tatil köyü, pansiyon gibi konaklama işletmeleri, restoranlar, kafeler, eğlence tesisleri, seyahat firmaları,
- Turistlerin kullandıkları ve ulaşımını sağlayan taşımacılık işletmeleri.

Turizm ürünü, genel anlamda turizm pazarlaması konusunun temelini oluşturmakla birlikte, turizm pazarlamasının da birinci aşamasını meydana getirmektedir. Diğer bir ifadeyle, turizm ürününün varlığı turizm faaliyetlerinin merkezinde bulunmakta ve bu faaliyetlerin oluşmasındaki asıl neden olarak görülmektedir. Ancak turizm ürünü pazarlamacı açısından diğer ürün ve hizmetler ile karşılaştırılması zor bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Sebebi ise turizm ürününün bir endüstri kuruluşunun üretmiş olduğu nihai mallardan farklı özellikler barındırmasıdır. Öyle ki turizmde, turizm ürünü adı verilen sınırsız, birbirine benzemeyen ve sürekli değişim içerisinde bulunan üretim yapılmakta ve hizmet verilmektedir. (Barutçugil, 1982: 100).

Turizm ürünlerini karşılayan ifadelerin yanı sıra, turizm ürününün belli başlı özellikleri bulunmaktadır. Öyle ki turizm ürününün meydana gelmesi için gerekli olan piyasa koşullarının oluşması, talep ve arz faktörlerinin sağlanması ve yürütülmesi amacıyla uygulanan politikalar da turizm ürünlerini etkilemektedir. Bu bağlamda, turizm ürünlerinin özellikleri Şekil 1.6.'da gösterilmektedir.



Şekil 1.6. Turizm Ürünü Özellikleri

**Kaynak:** Erdoğan, 1995: 42-44.

### 1.2.2. Turizm Ürünü Kaynakları

Turizm ve turizm ürünü en genel ifade ile hizmet faaliyetleri bütünüdür. Turist, ziyaret ettiği turizm bölgesindeki imkânları ve ürünleri geçici bir süreliğine kullanmaktadır. Bu geçici süreli turistik tüketim gidilen bölgede yapılan alışverişi kapsamaz. Dolayısıyla turistler seyahat kapsamında kullandığı ürünlere sahip olmamaktadır ve bir tür kiralama faaliyeti gerçekleştirmektedir. İşletmeler, turistlerin gerçekleştireceği turizm faaliyetleri için gereken konaklama, seyahat, eğlence gibi birbirinden nitelik olarak farklı ama birbirini tamamlayıcı özellik gösteren hizmetlerin tamamını turist için tek bir ürün olarak tanımlamakta ve işletmeler bu ürüne aynı zamanda ‘paket’ adını vermektedir. Bu ürünün(paketin) içeriğini oluşturan hizmetlerin türünü veya içeriğini belirleyen tüketicidir. Buradaki talep tüketiciden tüketiciye farklılık göstermektedir (Hacıoğlu,2000: 41).

Bir bölgedeki turizm ürünü gelen turistler için bilinçli bir çalışma sonucunda üretilmiş olabileceği gibi herhangi bir üretime gerek kalmadan kendiliğinden var olmuş olabilir. Kendiliğinden var olmuş bu ürüne piyasa şekil vermektedir. Eğer ki bir bölge, planlı bir turistik ürün oluşturmak isterse de gelişigüzel çalışmak yerine gerekli ve detaylı pazar araştırması sonucunda neyi nasıl üreteceğine karar vermektedir. Turistlerin talebi doğrultusunda bilinçli ve sistematik bir çalışmanın sonucunda üretilen turistik ürün turistleri

yüksek düzeyde tatmin etmektedir (Erdoğan,1995: 41).

Bu konjonktür çerçevesinde turizm ürünü kaynaklarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Yarcan, 1994: 8):

- Doğal Kaynaklar
- Yapay Kaynaklar
- Sosyo-Kültürel Kaynaklar

Tüm bu gelişmeler ile birlikte özellikle ziyaretçilerin talep ettikleri ürünleri tüm yönleriyle eksiksiz oluşturup sunabilmek ve sonrasında da devamlılığını sağlamak amacıyla turizm ürünü oluşumu için gerekli hizmet planlamaları önemlilik arz etmektedir. Turizm sektörü hemen hemen her sektörle ilişkili olduğu için diğer sektörlerdeki herhangi bir olaydan kolaylıkla ve kısa zamanda etkilenmektedir. Dolayısıyla bu planlamalar, turizm sektörünün kalitesi, verimi, sürekliliği ve etkinliği açısından büyük önem arz etmektedir. Turizm, hizmet sektörü içerisinde yer aldığından bu planlamanın doğru ve bilinçli bir şekilde yapılmasının önemi daha da artmaktadır. Ziyaretçilerin talepleri doğrultusunda oluşturulacak olan turistik ürünler, ziyaretçilerin istekleri ile örtüşmek durumundadır.

Günümüzde gerçekleşen turizm politikalarının mevcut başarısı genel bir turizm planlamasına bağlı olarak değişim göstermektedir. Bu hususta, turizm ürününün iyi bir hizmet faaliyeti içerisinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Hizmet faaliyetlerinin bağlı olduğu pazarlama aşamalarında gerekli stratejiler altında yürütülmek durumundadır. Öyle ki turizm planı çerçevesinde oluşan bu stratejiler, turizmin gelişmesi için yapılması öngörülen çalışmaları, ulaşılmak istenen hedefi, bu hedefe ulaşmak için gereken araçları ve sürecin aksamaması için alınması gereken tedbirleri kapsamaktadır. (Sezgin, 2001: 147).

### **1.3. Turizmin Sektörel Özellikleri**

Ülkelerin gelişmesinde, bazı endüstriler lokomotif rolleri üstlenmektedirler. Turizm ise bu sektörlerden biri olmaktadır. Turizme önem veren ülkeler diğerlerinden daha hızlı gelişebilmektedir. Turizmin sektörel özelliklerinden önce, bu sektörün bağlantılı olduğu üç temel konu aşağıda sıralanmaktadır (Page, 2007: 34-35):

- İnsanların hareketi,

- Ekonomik bir sektör veya sanayi,
- İnsanların ilişkilerini, toplumlarını dışına çıkma ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçları karşılayan ürünler sağlayarak hizmet vermeye çalışan geniş bir etkileşim sistemidir.

Turizm dünyada değerli bir yere sahiptir. Bu bağlamda turizmin etkilerini ekonomik, sosyal ve çevresel olarak sınıflandırmak mümkündür. Ekonomik etkiler açısından bakıldığında, turizm gelirlerinin gayri safi yurtiçi hâsıla üzerinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Ayrıca turizmin hem bölgesel hem de yerel ekonomiler üzerinde olumlu bir etkisi mevcuttur. Genel olarak turizm sektörü, diğer sektörlerle kıyasla temel karşılaştırmalı üstünlüğü, ziyaretçi harcamalarının ekonomi genelinde üretim ve istihdam yaratma açısından geçiş veya katalitik bir etkiye sahip olmasıdır. Turizm konaklama ve hizmetlerinin inşaat aşamasında, turizm bu sektörde işler yaratmaktadır. Turizm sektörü ayrıca ulaştırma, telekomünikasyon ve finansal hizmetler için bir talep oluşturmaktadır. Turizm sektörünün temel özellikleri aşağıda ifade edilmektedir (Walker, 2011; Lovelock ve Wirtz, 2011):

- Dinamik ilişkilerden oluşur.
- Turizmde ziyaretler geçicidir.
- Turizm endüstrisi emek yoğun bir endüstridir.
- Turizm ile ulaşım, konaklama ve yemek servisi gibi diğer çeşitli endüstriler arasında yüksek bir etkileşim vardır.
- İnsanlar endüstrinin odak noktasıdır.
- Turizm hizmetleri yüksek iletişim hizmetleridir.
- Turizm hizmetleri somut değildir, ekonomiler için görünmez ihracat ve ithalat faktörüdür.
- İç ve dış faktörlerden kolayca etkilenebilmektedir.

Turizm sektörü, başlangıç itibari ile kamu sektörü tarafından desteklenmiş olsa da günümüzde turizm sektörünün temeli özel sektör olmaktadır. Özel sektör yapısı itibari ile pazar talebine ve değişen çevreye en dinamik şekilde ayak uyduran sektör konumundadır.

Raporlarda, konuşmalarda, yazılarda ve genel olarak yayınlarda “turizm endüstrisi” nadir olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, literatürde turizmin kendi başına bir endüstri mi yoksa bir sektör mü oluşturduğuna dair tartışmalar devam etmektedir (Medlik, 1991).

Turizm sektörel açıdan incelenirken, arz ve talep yapısına değinmeden önce, turizm piyasasından bahsetmek gerekmektedir. Piyasa, ekonomi literatüründe; alıcı ve satıcıların bir araya geldiği yer olmakla birlikte (Begg vd., 2000: 29), turizm piyasası; turizm ürünü arz edenler ile turizm ürünü talep edenlerin karşılaştığı yer olarak tabir edilmektedir (Erdoğan, 1995: 319). Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere turizm piyasası; talep ediciler, arz ediciler ve fiyat faktörlerinden ileri gelmektedir. Ancak turizm sektörü, diğer sektörlerle göre iç ve dış etmenlerden daha fazla etkilenmektedir.

### **1.3.1. Arz Yapısı**

Ekonomi literatüründe arz; belirli fiyattan üretilmek istenen mal ve hizmetlerin toplam miktarı olarak tanımlanmaktadır. Turizm sektörü içerisinde ise bu tanım; belirli şartlar altında ve belirli bir fiyata, bir bölgenin turistlerine yönelik sunulan turistik zenginliklerin toplamı olarak tabir edilmektedir (Sezgin ve Acar, 1991: 26). Turizm arzının genel özellikleri aşağıda sıralanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 42-44):

- Turizm arzı, emek yoğun bir üretim tipine sahiptir.
- Turizm arzı, kısa dönemde inelastiktir.
- Turizmde üretilen ürün tipleri, genel olarak hizmet sektörüne dayalıdır.
- Turizm arzı, ülkelere göre veya farklı insan kategorilerine göre değişiklik gösterebilir.
- Turizm ürünlerindeki ikame malların fazlalığı, turizm arzında risk oluşturmaktadır.
- Turizm arzı dinamik yapıdadır.
- Turizm arzı kamu sektörü tarafından yapılabileceği gibi, ağırlıklı özel sektör tarafından karşılanmaktadır.
- Ziyaretçilerin genel deneyimi, turizm arzı üzerine kuruludur.

Turizm arzının yeri genel olarak varış yeri olarak adlandırılır ve turistin yerleşim yeri kaynak olarak adlandırılır. Turizme özgü ürünler, turizmin ekonomik analizinin yapılabilmesi amacıyla turizme özgü ürünlerin tanımlanmasını, yani turistlerin tatillerinde kullandıkları kaynakları, mal ve hizmet tüketimlerini ve dolayısıyla bu mal ve hizmetleri sağlayan ekonomik birimlerin tanımlanmasını gerektirmektedir. Faaliyetlerin genel ekonomik sınıflamaları üreticiler tarafından arz ve üretim sürecinin özelliklerinden yola çıkılarak oluşturulmuştur ancak turizm için, sınıflandırmaların bir miktar uyarlanması gerekmektedir. Nitekim turizm, başlangıçta talep bakış açısı ile tanımlanan bir olgudur. Başlangıç noktası, mal ve hizmetlerin sınıflandırılmasıdır. Turizm tüketiminin tahmini için tüm mallar aynı derecede önem taşımamaktadır. Bir bireyin evdeki tüketiminin seviyesi ve yapısı, bireyin normal çevreden uzak olduğu zamankiyle aynı değildir. Bu, genel olarak hanehalkı tüketiminin tanımı için anlamlı olan sınıflandırmaların, odak noktası özellikle turizm konusuna geldiğinde çok anlamlı olamayacağı sonucuna varmıştır (Eurostat vd., 2001). Bu bağlamda turizm karakteristik ürünleri ve arz yapısı dâhilinde birinci kategori olan ürünleri aşağıda sıralanmaktadır (Vanhole, 2005: 29-30):

- Konaklama hizmetleri
- Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri
- Yolcu taşımacılığı hizmetleri
- Seyahat acenteleri, tur operatörü ve turizm rehberi hizmetleri
- Kültürel hizmetler
- Rekreasyon ve diğer eğlence hizmetleri
- Çeşitli turizm hizmetleri

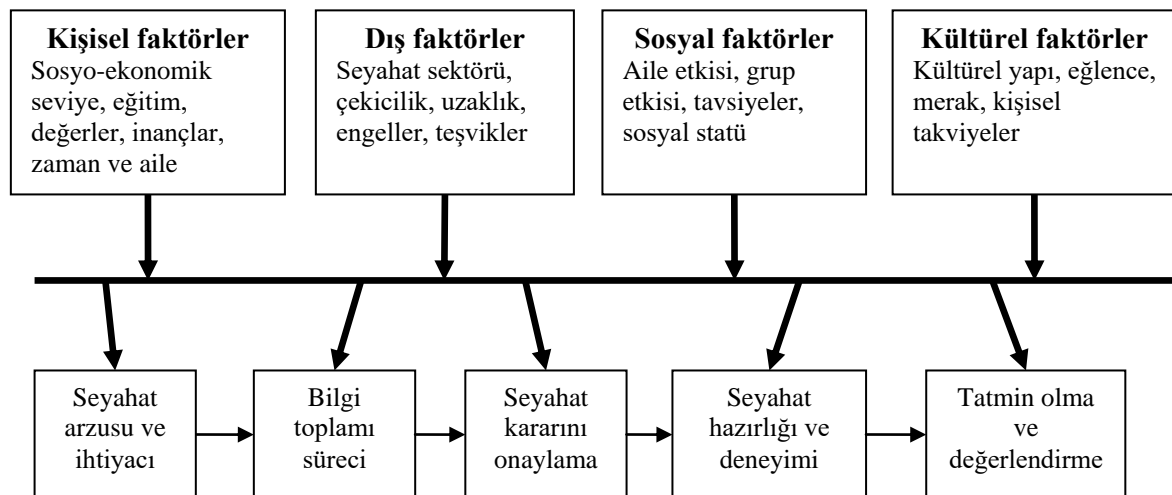
Turizm arzı ile ilgili ikinci kategori olan diğer veya bağlantılı mal ve hizmetler; turistler tarafından ziyaretçiye ve/veya sağlayıcıya göre önemli miktarlarda tüketilen ancak turizm karakteristik ürünleri listesine dâhil olmayan ürünler olmaktadır. Bu mal ve hizmetler içerisinde bulunan ürünlerin, turizmin karakteristik yapısı ile ilişkili olanları turizme özgü ürünler olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü kategori ise; spesifik olmayan veya turizm dışı karakteristik ön üretimden oluşmaktadır.

Turizm arzı, turizm bölgelerine göre farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların en temelinde; turizm bölgelerine ait ekonomik, sosyal, kültürel, iklim ve doğal varlıklar gibi etmenler mevcuttur. Bu etmenler ile turizm arzı, turizm bölgelerine göre çeşitlilik göstermektedir.

### 1.3.2. Talep Yapısı

Talep perspektifinin iki ana unsuru; ziyaretçi ve turizm tüketimidir. Turizm tüketimi, sistemin temel unsuru ve turizmin ekonomik etki analizi için temel niteliktedir. Genel olarak, turizm talebi, turistlerin ikamet ettiği ülkede satın alınamayan oteller, restoranlar, ulaşım ve benzeri turizm hizmetleri gibi turizm kaynaklı ürünlere yönlendirilir. Bu nedenle turizm, alıcının ürünü tedarik ettiği yerde satın alması gerektiğine dikkat çekerek düzenli bir ihracat ürünü olarak görülebilir. Son olarak, turizmin talep yapısı genellikle, kaynaktan varış noktasına gelen turist sayısı ya da varıştaki turizm gelirleriyle ilişkilidir.

Turizm talebi; ziyaretçi gönderen bir bölgeden, turist çeken bir bölgeye olan akımlar (Yarcan, 1988: 29) veya belirli bir gelire sahip olan bireylerin turistik gezi yapma arzusunda olmaları (Sezgin ve Acar, 1991: 38) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlar altında turizm talebinin oluşması için gerekli koşullar; yeterli gelir, boş zaman ve seyahat yapma isteği olmaktadır. Turizm talep yapısı ile ilgili iki önemli konu karşımıza çıkmaktadır. Birincisi; birçok insan için, turizm talebi sürekli ve döngüsel bir süreçtir. İkincisi; seyahat ve turizme olan talebin içinde bulunduğu tüm tüketim biçimleri ve davranış unsurlarının bütünlüğüdür. Bu bağlamda turizmin talep yapısı Şekil 1.8.'de gösterilmektedir.



Şekil 1.7. Turizm Talep Yapısı ve Süreci

**Kaynak:** Sharpley, 2006: 38-39



Turizm ve turizm faaliyetleri, turistle başlamaktadır. Eğer insanlar turist olmak istemezse ya da turizm deneyimi yaşamak istemezlerse, turizm ve turizm faaliyetleri, genel olarak bugünkü ana fenomen olmaz. Bu nedenle, insanların neden turist olmak istediklerini veya seçmeyi seçtiklerini anlamak, turizm çalışmaları için esastır. Bununla birlikte, turizme olan talep geniş bir konu içermektedir. Bu sadece insanların turizme katılmaya nasıl ve niçin karar verdikleri ile ilgili değil, aynı zamanda turist olarak nasıl davrandıkları, neden turist türlerini seçtikleri ile de ilgili bir durumdur. Kaçınılmaz olarak turizmin talep yapısı; turizm araştırması içindeki en büyük ve en karmaşık konulardan biridir. Ayrıca bu konu, içeriği itibari ile başta sosyoloji, antropoloji ve psikoloji olmak üzere pek çok sosyal bilime dayanmaktadır. Temel konular ise turizm ve özgünlük sosyolojisi olarak geçmektedir. Dolayısıyla turizm talebindeki temel ilkeler ve kavramlar, turizm konusu için büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, turizmde talep yapısını üç çeşit altında incelemek mümkündür (Sharpley, 2006: 38-39):

**1. Gerçek / ifade edilmiş talep:** Turizm istatistiklerinde ölçülen, seyahat ve turizme katılan gerçek kişi sayısı.

**2. Bastırılmış talep:** Kişisel durumları izin verdiği takdirde seyahat edecek potansiyel turistler.

**3. Gizli talep:** Kişisel durumları izin vermemesine rağmen seyahat etme isteğinde olan potansiyel turistler.

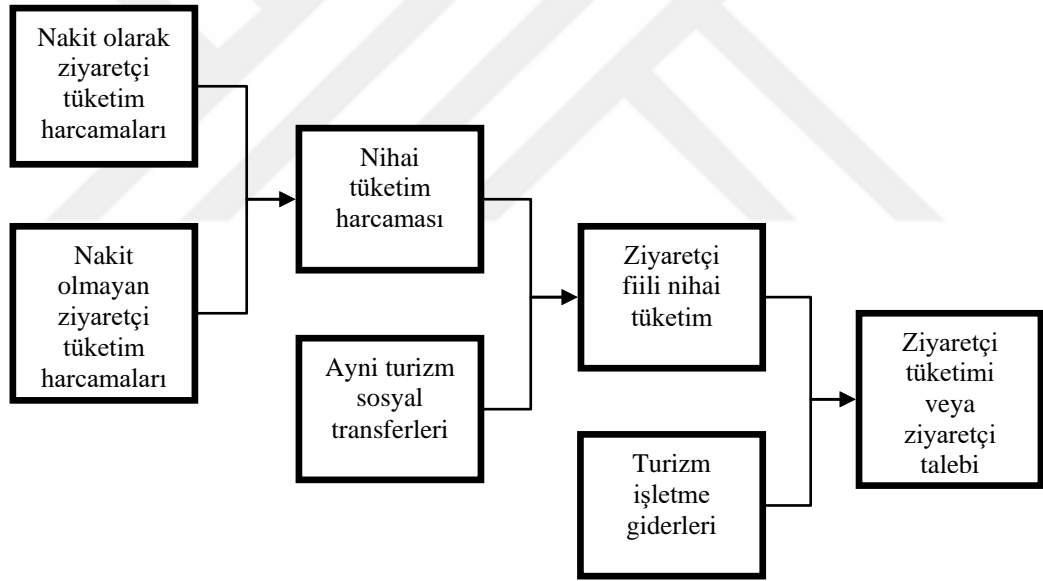
Turizm sektöründeki talep, ekonomide bulunan diğer mal ve hizmetlere olan taleplere göre farklılıklar barındırmaktadır. Bu farklılıkları ve özellikleri aşağıdaki gibi maddeler halinde sıralayabiliriz (Şahin, 1990: 18):

- Turizm talebi, kişilerin hür iradeleri ile yapmış olduğu tercihlerdir.
- Turizm talebinin toplumsal, ekonomik, sosyal, psikolojik, merak gibi birçok nedenleri bulunmaktadır.
- Turizm talebi, harcanabilir gelirin bir fonksiyonudur.
- Turizm talebi, yıl içindeki mevsimlere göre farklılık göstermektedir.
- Turizm talebi, ülkelerin refah ve gelişmişlik düzeylerine göre çeşitlilik

göstermektedir.

- Turizm talebi, elastik bir yapıdadır.
- Turizm talebine bağlı olan ürünler, rekabet içerisindedir. Bu rekabet koşulları talebi etkilemektedir.

Turizm talebinin oluşması ile birlikte, tüketim türlerinde veya turizm tüketim kategorilerinde ziyaretçilerle bağlantılı olarak farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıkların unsurları Şekil 1.9.'da gösterilmektedir. Turizm tüketiminin toplamları, seyahate çıkan ziyaretçilerin ötesine geçmektedir. Ayrıca ziyaretçiler adına diğer kurumsal birimler tarafından yapılan mal ve hizmet harcamalarının tamamını da kapsamaktadır. Seyahatin finanse edilmesi için nakit veya finansal varlıklar ziyaretçiye transfer edilirse, bunlar tarafından finanse edilen alımlar ziyaretçi tüketimine dâhil edilmektedir.



Şekil 1.8. Ziyaretçi tüketiminin unsurları

**Kaynak:** Vanhone, 2005: 27

Turizm talep süreci, doğasını ve etkilerini anlamının yanı sıra, zaman içerisinde seyahat ve turizm faaliyetleri için genel talebin nasıl ve neden değiştiğinin belirtilmesi önemli bir konudur. Bu hususta, birbiriyle ilişkili iki temanın farkında olmanız gerekmektedir. Bu iki tema aşağıda açıklanmaktadır (Sharpley, 2006: 40-41):

**1. Üretim-tüketim ilişkisi:** Fordist üretim<sup>1</sup>, kitlesel paket turizminin ilk biçimlerinde olduğu gibi, tüketicilerin seri üretim ürünleri kabul etmelerini gerektirmiştir. Bu nedenle Fordist sonrası dönemde turizm sektörü, üreticiler ya da üreticilerin zevk ve modadaki sık değişikliklerine cevap vermek durumundadırlar.

**2. Yeni turist anlayışı:** Turistlerin daha maceracı, esnek, çevreye duyarlı, aktif ve anlayışlı oldukları ve daha fazla kalite, çeşitlilik ve para için değer aradıkları görülmektedir. Bunların kanıtı olarak, eko turizm pazarının büyümesi, uzun mesafe pazarının büyümesi, kısa vadeli pazarda büyüme ve örgütlenmenin aksine bağımsızlığın artması gibi talep eğilimleri örnek verilebilir. Bu bağlamda, “yeni turist” kavramını sorgulamak önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **1.4. Ekonomik Faaliyet Olarak Turizm Sektörü**

Turizm, birtakım kavramlar ile bağlantı içerisindedir. Turizm faaliyetlerinin bağlantılı olduğu en önemli kavram ise “boş zaman” olmakla beraber bu ifade, bireye gerekli çalışmalarını ve diğer faaliyetlerini, görevleri tamamladıktan sonra kendi takdirine bağlı olarak harcanan vakit olarak tabir edilmektedir (Miller ve Robinson, 1963; Mieczkowski, 1990). Diğer bir ifadeyle bu kavram, serbest zaman olarak geçmektedir. Bireylerin bu serbest zaman içerisinde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleri ise turizmin ekonomik yönünü oluşturmaktadır.

Turizm faaliyeti, ekonomi ile iç içe yer almaktadır. Öyle ki turizm olayının gerçekleşmesi için gerekli adımlar ve süreç aşamaları içerisinde her anında ekonomik işlemler dizini mevcuttur. Bu bağlamda turizm, ekonomi için çok önemli bir yere sahiptir.

Ekonomik koşulları ve yarattığı etkiler ile sektörel bazda turizm hareketi günümüzde daha belirgin hallerde görülmektedir. Turizmin ekonomi ile olan bazı yakın ilişkilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Callaghan vd., 1994: 31):

- Turizm, dünya genelinde insanları üretici ve tüketici olarak doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileyen bir ekonomik faaliyettir.

- Turizm, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgelerde önemli gelir ve istihdam

---

<sup>1</sup>Fordist üretim, Amerikalı ünlü iş adamı Henry Ford tarafından geliştirilen ve daha çok kapitalist endüstriyel üretim sürecinde uygulanan ilkeleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Ayr. Bkz. Suğur, 1999: 134-152.

yaratmaktadır.

- Turizm, diğer sektörler ile bağlantılı bir şekilde faaliyet göstermekte ve diğer sektörler üzerinde ekonomik etkiler yaratmaktadır.

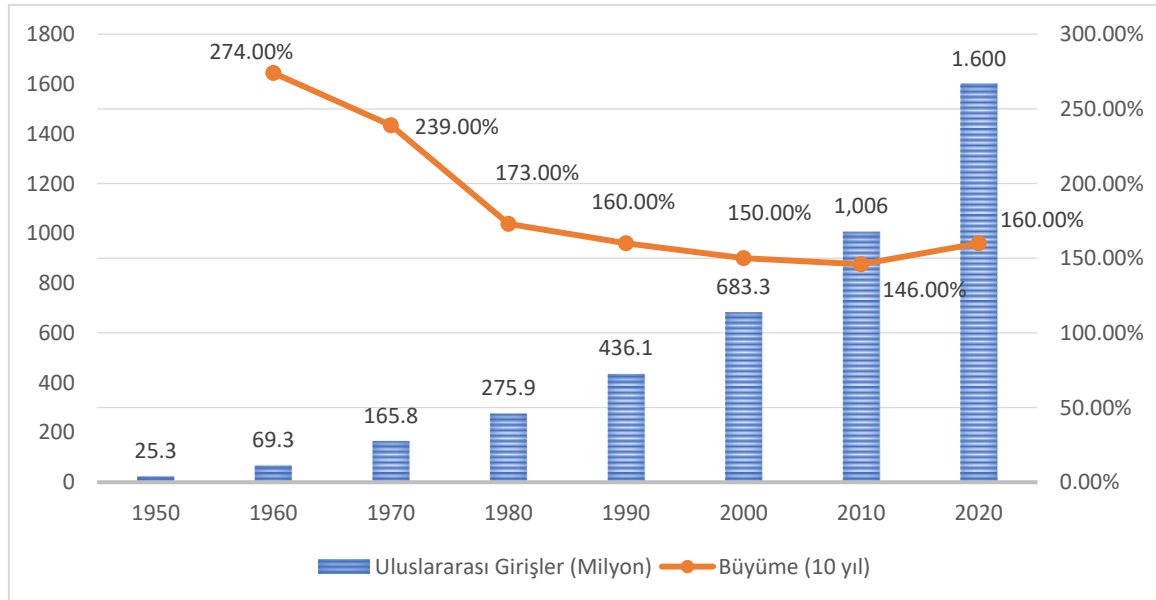
- Turizm, ulusal ve uluslararası anlamda rekabet faktörünü artırmaktadır.

- Turizm, ülke ekonomilerinin ödemeler bilançosunda katkı sağlamaktadır.

- Turizm, yabancı sermaye yatırımlarının ülkelere dağılımında etkin rol oynamaktadır.

- Turizm, ülkeler arasında yarattığı etkileşimler ile küresel bazda ekonomik ilişkileri de canlandırmaktadır.

Günümüzde, ülkelerin ekonomik büyümelerini sağlayan en önemli unsurlardan biri olarak turizm sektörü gösterilmektedir. (Jayawardena ve Ramajeasing, 2003: 176). Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisi içerisinde en çok gelişme kaydeden sektörlerin başında gelmektedir. Grafik 1.1.'de, 1950 yılından itibaren dünya çapındaki uluslararası turist varışlarının ve 2020 yılına kadar tahminlerin gelişimini gösterilmektedir.



Grafik 1.1. Dünyada Meydana Gelen Turizm Faaliyetleri Rakamları

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

1950-2020 dönemine ilişkin tahmin verileri, 2020 vizyonuna dayanmaktadır. 1980'lerde ortalama dünya geliri açısından yıllık büyüme hızı yüzde 5'e ulaşırken, bu oran 1990'larda yüzde 4,3 olarak gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, sonraki yirmi yıl boyunca UNWTO yüzde 4,4 civarında bir yıllık büyüme öngörmektedir. Uluslararası turizm açısından gerçek anlamda bir karşılaştırma çok daha zor olmakla birlikte, daha yüksek bir büyüme oranı beklentileri olağandır (UNWTO, 2008).

Turizm hareketlerinin zaman içerisinde ortaya çıkışı, dönüşümü ve gelişim aşamaları toplumların yapısına, bölgelere ve zamana göre farklılaşmaktadır. Bu farklılıklar ise turizm faaliyetlerinin ülkelerde farklı sonuçlar doğurmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple her ülkede turizm sektörünün gelişimi aynı olmamakta ve turizm sektörü her ülkede aynı etkiler meydana getirmemektedir.

### **1.5. Küreselleşme ve Turizm Sektörü**

Küreselleşme temel ifadeyle; sınırların zamanla kalkması, uluslararası ilişkilerin, iletişimin ve değişimin artması şeklinde ifade edilmektedir. Küreselleşme, ekonomik değeri olan mal ve hizmetlerin tümünün değişimlerini kapsadığı için tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de büyük ölçüde etkilemektedir. Turizm sektöründeki arz ve talepte meydana gelen artışların en büyük nedenlerinden biri olarak küreselleşme olayı gösterilmektedir. Küreselleşme sayesinde uluslararası ticaret hacimleri büyük ölçüde artış göstermektedir (Robinson, 2004).

Dolayısıyla ticaret hacimlerindeki artışların etkisiyle uluslarda meydana gelen refah artışları turizm sektörüne olan ilgiyi artırmış ve turizmde yeni taleplerin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bahsedilen bu olaylar silsilesi, 1980 yılından sonra dünya ekonomilerinde yaşanan gelişmeler ve bu gelişmeler çerçevesinde artan küreselleşmeye bağlı olarak kendini göstermiştir. Küreselleşmenin yarattığı etkiler ile gelişen turizm sektörü, yeni iş alanları yaratılmasında, döviz kaynaklarının artırılmasında ve bölgesel veya ulusal ekonomilerin kalkınmasında ve gelişmesinde önemli etkiler sağlamıştır.

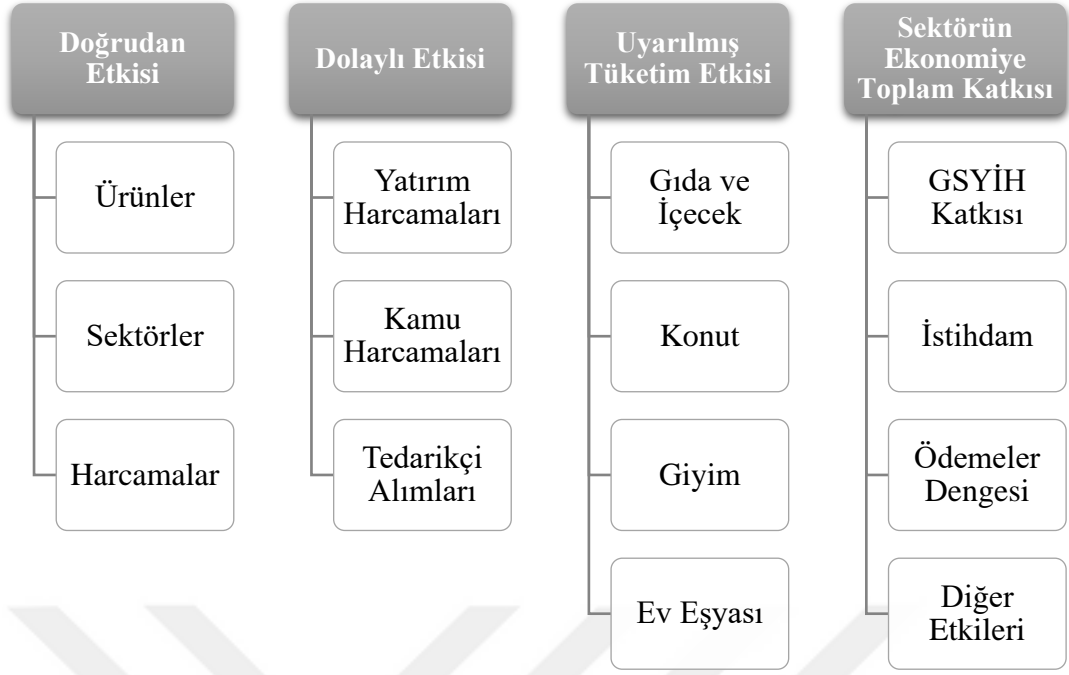
Küreselleşmede yaşanan gelişmelerin turizm sektörüne etkisi ilk olarak gelir veya ekonomik düzlemde değil, insan faktörünün uluslararası alanda dolaşımının serbestleşmesinden ileri gelmektedir. İnsanların dolaşımında meydana gelen serbestleşmeye bağlı olarak ulusal toplumların birbirleri ile olan iletişimleri artmış ve bu bağlamda, toplumlarda yaşanan yeni değişim ve dönüşümlerde turizm faaliyetlerinin izleri

görülmüştür.

Küreselleşmenin turizm sektörüne olan etkileri, turizm talebinde ve arzında olan artışlar ile görülmektedir. Birey ve toplum bazında talep faktörü, ülkeler açısından arz faktörü artışları meydana gelmektedir. Küreselleşen dünyada yatırımların uluslararası düzeyde engelsiz bir şekilde yapılması ve teknolojik gelişmeler ülkelerin turizm sektöründeki arzını pozitif yönde etkilemiş ve ülkelerin uluslararası pazar paylarında önemli avantajlar yakalamasını sağlamıştır. Ayrıca küreselleşme, turizm ürünlerinin daha kolay pazarlanmasını sağlamıştır. (Oktayer vd., 2007: 31).

### **1.6. Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri**

Turizm sektörü günümüzde dünya ekonomilerinin gayrisafi milli hasıllarının önemli bir bölümünü oluşturmakta ve hızla gelişen sektörlerin başında gelmektedir. Turizm sektörünün bu denli gelişmesinde, son yüzyılda yaşanan teknolojik gelişmelerin ve harcanabilir gelirlerdeki artışların büyük etkisi bulunmaktadır. Bu gelişmeler ile birlikte insanların bilgiye daha çabuk ulaşabilir hale gelmesi ve ihtiyaçlarını karşılamak için artan imkânlar çerçevesinde turizm sektörü de hızla gelişme kaydetmiştir. Turizm sektörü sayesinde milyonlarca hatta milyarlarca insanın tüketici ve üretici faaliyetleriyle iletişimi sağlanmış ve ülkeler arasındaki etkileşimin gücü de artmıştır. Bu bağlamda turizm sektörü ülkelerin milli gelirine olan katkılarının yanında, sağladığı döviz geliri vasıtasıyla ödemeler dengesinde olumlu etkiler meydana getirmektedir. Emek yoğun bir sektör olmasından dolayı turizm sektörü geniş istihdam alanları yaratmaktadır. Aynı zamanda bu sektör, pazarlama ve reklam aracı olma özelliği göstermektedir (Dilber, 2007: 205-206). Turizm sektörünün ekonomik etkileri Şekil 1.10'da gösterilmektedir.



Şekil 1.9. Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi

**Kaynak:** Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi

Turizm sektörünün ekonomik etkileri genel olarak “çarpan” etkileri ile belirtilmektedir. Çarpan etkileri genellikle turizm harcamalarının ikincil etkilerini yakalamak ve turizmden fayda sağlayabilecek bir topluluktaki çok çeşitli sektörleri göstermek için kullanılmaktadır. Özel sektör ve kamu kuruluşları, turizmin ulusal, eyalet ve yerel düzeylerdeki ekonomik etkileri ile daha fazla ilgilenmektedir. Turizmin ekonomik önemine ilişkin bulgular, sektöre iş dünyası, kamu görevlileri ve genel olarak halk arasında daha fazla saygı gösterilmesini sağlamaktadır. Bu husus genellikle turizm faaliyetleri için uygun kararlar veya kamu politikaları anlamına gelmektedir. Topluluk desteği, tüm toplumu etkileyen bir faaliyet olduğundan turizm için önemlidir. Turizm işletmeleri, birbirlerinin yanı sıra diğer işletmelere, devlete ve yerel topluluk sakinlerine de bağlıdır. Turizmin ekonomik faydaları ve maliyetleri hemen hemen bölgedeki herkese bir şekilde ulaşmaktadır. Ekonomik etki analizleri, bu ekonomik karşılıklı bağımlılıkların somut tahminlerini ve bir bölgenin ekonomisinde turizmin rolünün ve öneminin daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır.

Turizm, turistlerin genellikle ziyaret ettiği yerler üzerinde üç önemli etkiye sahiptir; bunlar çoğunlukla ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel niteliktedir (Cooper vd., 1993). Ancak tüm bu faktörler modern toplumlarda sık görülen gelişmeler olmasına rağmen, seyahat ve turizmin ekonomik olanlar da dâhil olmak üzere etkiler yarattığına

inanılmaktadır (Tribe, 1999). Turizmin en önemli pozitif ekonomik etkileri, bütçe gelirlerinde artış, üretim artışı, yatırımların teşvik edilmesi ve nüfusun refahındaki iyileşmedir. Turizmin olumsuz etkileri arasında ise en önemlileri enflasyon, finansal sızıntı, altyapı maliyetleri ve ekonomik bağımlılıktır.

### **1.6.1. Olumlu Etkileri**

Turizm gelişimi ile sektörden elde edilen gelir, turistik bölgenin ekonomik refahı için genellikle hayati önem taşımakta ve çarpan etkisi olarak bilinen önemli bir kavramla desteklenmektedir. Ziyaretçilerin bir alana harcadıkları miktar, yerel ekonomide yeniden dolaşım göstermektedir. Bu hususta, turizmin iş yaratma kabiliyeti, hükümetlerin kalkınmasını teşvik etmelerinin ana nedenlerinden biridir. Turizmde doğrudan istihdam; oteller, nakliye operatörleri, seyahat acenteleri, turistik yerler, tur rehberleri, devlet daireleri ve tur operatörleri gibi alanlarda meydana gelmektedir (Lieper, 1979: 392). Ayrıca turizm sektörü, özel şahıslar, yerel konseyler, şirketler, gönüllü kuruluşlar ve ulusal devletler için gelir ve zenginlik üretmektedir. Uluslararası düzeyde, turistlerin bir ülkede harcadıkları para, ödemeler dengesine önemli bir katkı sağlamaktadır (Gee vd., 1983; Kumar ve Hussain, 2014). Bu bağlamda, turizm sektörü çeşitli olumlu ekonomik etkiler sağlama yeteneğine sahiptir ve bunlardan en önemlileri aşağıda sıralanmaktadır:

- Artan iç gelir ve döviz kazancı
- Ekonomik çarpan etkisi
- Artan istihdam
- Geliştirilmiş altyapı

Turizm sektörünün ekonomi üzerindeki olumlu etkileri üzerine yapılan birtakım çalışmalar mevcuttur. Konunun daha aydınlatılabilmesi açısından gerekli çalışmalar Tablo 1.1.'de gösterilmektedir.



Tablo 1.1. Turizmin Ekonomik Açından Olumlu Etkileri Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazarlar	Çalışma Alanları	Metodoloji
Dwyer, Forsyth and Spurr (2006)	Özel Etkinlikler	Teorik Rapor
Lee ve Taylor (2005)	Mega Etkinlik	Anket Yöntemi ve Endüstriyel Organizasyon (IO) Modeli
Tohmo (2005)	Kültürel Etkinlik	IO Model
Bergstrom, Cordell, Watson and Ashley (1990)	Eyalet Parkı	Anket Yöntemi ve IMPLAN Modellemesi
Braun and Rungeling (1992)	Kongre ve Turist Ziyaretçileri	Anket Yöntemi
Choong, Myongjae and Seung (2013)	Kongre ve Sergi İşletmeleri	Anket Yöntemi ve IO Modeli
Grado, Strauss and Lord (1997)	Konferanslar ve Kongre	Anket Yöntemi ve IMPLAN Modellemesi
Long and Perdue (1990)	Kırsal Festivaller ve Özel Etkinlik	Anket Yöntemi
Pizam (1978)	Hedef Topluluk Görüşmelerine Sosyal Maliyetler	Vaka Analizi, Örnek Olay Çalışması
Belisle and Hoy (1980)	Turizmin Sakinlere Etkisi	Vaka Analizi, Örnek Olay Çalışması
Milman and Pizam (1988)	Turizmin Toplumsal Sonuçları ve Etkileri	Telefon Anketi
Rothman (1978)	Mevsimlik Ziyaretçilere Topluluk Tepkileri	Röportajlar
Tyrrell and Spulding (1984)	Turizmin Büyümesine Karşı Tutum	Anket Yöntemi
Sheldon and Var (1984)	Yerli Halkın Turizme Karşı Tutumu	Vaka Analizi, Örnek Olay Çalışması
Ross (1988)	Turizmin Etkilerine Karşı Yerli Halkın Algıları	Anket Yöntemi

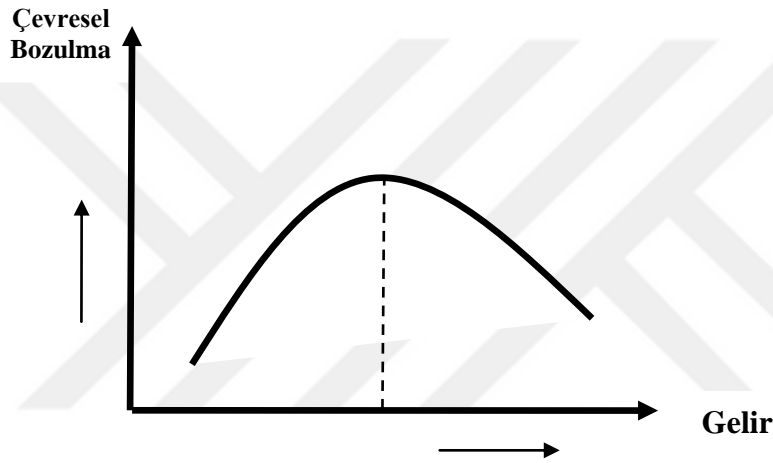
**Kaynak:** Kumar ve Hussain, 2014

### 1.6.2. Olumsuz Etkileri

Turizmin olumlu ekonomik etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu olumsuz etkiler arasında; mevsimsel işsizlik ve artan yaşam maliyetleri gibi ekonomik faktörler bulunmaktadır. Turizmde, bir ülke vatandaşlarının başka ülkelere olan ziyaretleri sırasında sızıntılar meydana gelmektedir. Ayrıca turizmin gelişmesi, geleneksel hizmete ait iş alanlarında kayıplara neden olabilmektedir. Turizm mevsimsel olarak, turist destinasyonlarında yerel ve ulusal kaynaklara fazladan baskı getirmekte ve bu bağlamda yükselen talepler ile birlikte fiyatlarda artışlar meydana gelmektedir. Fiyatlarda meydana gelen bu artışlar ise yerel halkı olumsuz etkilemektedir (Cooper vd., 1993). II. Dünya Savaşı ile birlikte gelişmeler kaydeden turizm sektörünün ülke ekonomilerine olan etkileri üzerinde yapılan araştırmalar genel olarak olumlu bulgular altında yoğunlaşmıştır. Ancak

son yıllarda turizm sektörüne karşı artan ilgiler ve yapılan çalışmalarda olumsuz etkilerin de mevcut olduğu gözlemlenmiştir.

Turizmde yaşanan gelişmelerin ekonomik olarak olumlu veya olumsuz etkilerinin yanı sıra çevre kalitesi üzerinde de etkileri bulunmaktadır. Turizmde yaşanan gelişmelere paralel bir çerçevede çevresel bozulmalar meydana gelmektedir. Aslen bu husus, Kuznets eğrisi (EKC) ile gösterilmekte olan (Şekil 1.11), çevresel bozulma ve ekonomik gelişme arasında ters U şeklinde bir ilişkinin varlığıdır. Diğer bir ifadeyle, kişi başına gelir belirli bir değere ulaştığında çevresel anlamda bozulmalar meydana gelmektedir (Hernandez and Leon, 2013).



Şekil 1.10. Çevresel Kuznets Eğrisi

**Kaynak:** Dinda, 2004: 434

Şekilde görüldüğü üzere, başlangıç aşamalarında gelirden yaşanan artışlar çevresel bozulmalar meydana getirmektedir. Bu husus turizm gelişimi çerçevesinde yorumlandığında, turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi amacıyla yatırımlarda meydana gelen artışlar, özel sektör kapsamında kar maksimizasyonunu arttırabilmek ve maliyetleri düşürebilmek amacıyla çevresel niteliklere zarar verebilmektedir. Artan yatırımlar ile birlikte ekonomik gelişmeler sağlansa da çevresel anlamda bu durum ters işlemektedir.

Turizm sektörünün ulusal ekonomilerde yarattığı belli başlı olumsuz etkileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Mevsimsel işsizlik,
- Enflasyon,
- Döviz çıkışları, sızıntılar,
- Küçük işletmelere olan olumsuz etkileri,
- Çevresel bozulmalar ve düzensiz yapılaşmalar.



## 2. BÖLÜM

### 2. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE GELİŞİMİ

#### 2.1. Tarihsel Süreç İçerisinde Türkiye'de Turizm Sektörü

Turizm sektörü, kazanımları sebebiyle günümüzde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde oldukça ilgi görmektedir. Öyle ki son yüzyılda en hızlı büyüyen sektörlerden biri olan turizm sektörü, ulusal ekonomilerine olan katkıları ile ön plana çıkmakta ve önemini korumaktadır. Dinamik yapılarıyla turizm zaman içinde gelişmekte ve çeşitlenmektedir. Turizm artık sadece deniz-kum-güneş turizmi değil; doğa, kış, eko, sağlık, termal, eğitim, kongre, tarihi, dini, kültürel, spor gibi daha birçok faaliyetleri kapsamaktadır. Dolayısıyla turizm, sadece sosyoekonomik değil aynı zamanda politik, çevresel, kültürel ve hukuk boyutlarına sahiptir. Bu nedenler altında turizm sektörü, Türkiye ekonomisinin kalkınması ve gelişmesi adına gerekli katkıları sağlayan en önemli sektörlerden biri konumundadır.

Türkiye, yaklaşık 800.000 km<sup>2</sup> alanı ile Avrupa ve Orta Doğu'daki en büyük ülkelerden biridir. Dahası, üç tarafı denizlerle çevrili ve 8300 km'den daha fazla sahil şeridine sahiptir. Büyük coğrafi ve doğal atraksiyonları, sayısız tarihi ve arkeolojik alanı ve zamanla çeşitli uygarlıklara ev sahipliği yapmasının yanı sıra, Türkiye; yeryüzünün en önemli konumlarından birine sahiptir. Dolayısıyla, Türkiye'nin turizm sektörüne sunabileceği fırsatlar deniz, güneş ve kum ile sınırlı değildir (Emekli vd., 2006). Aksine, Türkiye, turizm pazarları tarafından keşfedilmeyi bekleyen, keşfedilmemiş otantik doğal ve kültürel varlıkların zengin bir karışımına sahiptir. Ancak, potansiyeline rağmen Türkiye, turizm sektörünü geliştirmek için Akdeniz bölgesindeki diğer yerlere kıyasla nispeten geç kalmıştır. Her ne kadar turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkisinden faydalanmak için 1960'ların başlarında küçük girişimler yapılmış olsa da 1980'lere kadar turizm endüstrisini geliştirmek için ciddi ve sağlam girişimlerde bulunulmamıştır. 1980 sonrası uygulanan politikalar ile Türkiye, düşük fiyatlı bir tatil beldesi olarak pazarlanmış ve turistlerin girişlerinde hızlı bir artış gözlenmiştir. Yetkililer bu büyümeyi turist dolarları lehine kontrol etmekte yavaş kaldıklarından, ölçüm aracının miktarla bağlantılı olduğu göz önüne alındığında, turist varışlarındaki artışın başarılı olduğu görülmüştür (Cooper ve Özdil 1992).

Osmanlı Devleti'nden günümüze incelendiğinde Türkiye'nin turizm alanındaki ilk

çalışmaları 19.yüzyılın başlarında gerçekleşmiştir. 1846'da Aya İrini Kilisesi'nin müze haline getirilmesi, devamında 1863'te İstanbul'da "Sergi-i Umum-i Osmani" adında açılan ulusal fuar bu alandaki somut ve önemli faaliyetlerden olmuştur. Gerçekleştirilen bu faaliyetler hem yurtiçinden hem de yurtdışından insanları İstanbul'a çekmiş ve sonucunda da turistik gezilerin ilk adımları atılmıştır. Bunun yanında 19.yüzyılın sonlarında çıkarılan kanunlar, turizmin gelişmesini önemli düzeyde etkilemiştir ve 1890 yılında çıkarılan Nizamname, bu alandaki ilk düzenlemelerden biri olarak tarihteki yerini almıştır (Çoruh, 1974: 1).

1900'lü yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ulaşım imkânlarını artırmış ve kolaylaşan ulaşım neticesinde İstanbul, yabancıların ilgisini fazlasıyla çekmiştir. Bu dönemde İstanbul'da açılan "Büyük Londra Oteli" ve devamında hizmete giren "Pera Palas Oteli", İstanbul'a gelen ziyaretçilerin konaklama ihtiyacını büyük ölçüde gidermiştir. "Orient Express" in Paris-İstanbul arası düzenlediği seferlerle de Avrupalı turistin konforlu tren yolculuğu ile ulaşım imkânları artmıştır. Bu dönemde genellikle yabancı turistlerin konaklaması için büyükelçiliklerin yakınlarında açılan otellerin yoğun taleple birlikte sayılarının arttığı görülmektedir (Kozak vd., 2006: 105-106).

Bu yıllarda başlayan I. Dünya Savaşı ülkeye gelen turist sayılarında ciddi bir azalışa sebep olmuştur. Seyahatlerin turistler açısından endişe uyandırması, turistlere karşı oluşan güvensizlik de turizm sektörünü olumsuz etkileyen sebeplerden olmuştur (Barutçugil, 1986: 69).

1923'te ilan edilen Cumhuriyet ile birlikte turizm alanındaki iyileştirme çabalarına devam edilmiştir. Turizm konusundaki araştırmalar incelendiğinde, çalışmaların çoğunlukla iki bölüm halinde, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan Planlı Döneme geçişe kadar ve Planlı Dönemden günümüze kadar olan gelişmelerle ilgili olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye'nin turizm tarihi sürecini incelerken, Türkiye'nin ekonomi politikaları açısından dönüm noktası olan 24 Ocak 1980 kararlarının öncesi ve sonrasında yaşanan gelişmeler çerçevesindeki değişimleri takip etmiş bulunmaktayız. Bu bölümde, Türkiye'nin turizm sektörünün gelişmesindeki ana adımları özetlemektedir ve hükümetin, yabancı yatırımcıların Türkiye'deki turizm gelişimi coğrafyasını şekillendirmedeki rollerini vurgulamak amacıyla böyle bir yönteme başvurulmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin turizmi geliştirme çabaları özetlenmiş ve bununla birlikte, Türkiye turizm endüstrisinin mevcut yapısı tasvir edilmiş ve bununla tutarlı olarak, turizmin neden olduğu sosyoekonomik,

kültürel ve ekonomik etkilere yer verilmiştir.

### 2.1.1. 1980 Öncesi Yaşananlar

I. Dünya Savaşı'nın ardından, "Türk Seyyahin Cemiyeti" adı altında Raşit Saffet Atabinen ve arkadaşları tarafından kurulan bu topluluk, cumhuriyetin ilanı ile birlikte gerçekleştirilen ilk turizm faaliyetidir. Bu cemiyetin çalışmaları neticesinde Türkiye'nin ilk karayolları haritası bastırılmış, ilk tercümanlık sınavları yapılmış, ilk tanıtım çalışmaları hazırlanmış ve böylece turizm alanında yapılan çalışmalarda artışlar kaydedilmiştir. Ardından bu cemiyetin ismi sırasıyla "Türkiye Turing Kulübü" ve "Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü" olarak değiştirilmiş ve çalışmalarını sürdürmüştür (Kozak vd., 2006: 83).

1934 yılında yürürlüğe giren 2450 sayılı İktisat Vekâleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkındaki kanun Türkiye Cumhuriyeti'nin turizm sektöründeki ilk resmi çalışmasıdır. (Yağcı, 2003:17).

Turizm işleri ve tanıtımı 1939'da Ticaret Bakanlığı bünyesine dâhil olmuş ve devamındaki on yıl boyunca sırasıyla Basın ve Umum Müdürlüğüne, Basın Yayına ve ardından Turizm Genel Müdürlüğü Turizm Dairesi bünyesinde çalışmalarını sürdürmüştür. Demokrat Parti'nin (DP) 1950 yılında iktidara gelmesi ile turizme yapılan yatırımların artması için Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu ele alınmış ve Türkiye Emlak Kredi Bankası'nda 1.000.000 TL bütçeli kredi ve destek fonu oluşturulmuştur. 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu 1953 yılında yürürlüğe girmiş ve bu konuda yatırımcıya on sene vergi muafiyeti sağlanmış, böylelikle yatırımcıya destek olunmuştur. Devamında 1955 yılında kurulan Turizm Bankası ile bu alanda yapılan çalışmalara maddi destek vermek amaçlanmıştır. 1957 yılında ise Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü bakanlık haline gelmiş ve "Basın Yayın ve Turizm Vekâleti" adını almıştır (Tunç ve Saç, 1998: 98).

Türkiye ekonomisi, 1950'li yıllardan itibaren uygulanan ekonomi politikaları sonrasında ithalatta keskin bir artış yaşamış ve bununla birlikte bir miktar artışa yol açan uluslararası ticaretin serbestleşmesi nedeniyle Türk ekonomisinin yabancı para sıkıntısı doğmuş ve ödeme dengesindeki ciddi açıktan muzdarip olmuştur. Dolayısıyla, döviz girdileri sağlamak ve ödemeler dengesindeki açıkları telafi etmek amacıyla 1950'li yılların başından itibaren turizme olan devlet ilgisinin arttığı görülmüştür. Bu dönemde turizm yatırımlarını artırmak için hükümet uluslararası standartlara uygun turizm tesisleri kurmuştur. Hükümet, turizm tesislerinde gerekli standartlara ulaşmak amacıyla aşağıdaki

hedeflere yönelmiştir (Tarhan, 1997):

- Devlet teşvikleri sağlamak,
- Benzer tip ve sınıftaki konaklama tesisleri için tek tip standartlar elde etmek,
- Yeni bir fiyat kontrol sistemi oluşturmak,
- Lisanslı turizm işletmelerine gerekli destekler sunmak,
- Yeni yatırımcılar için bir kontrol listesi sağlamak,
- Konaklamada ihtiyaç duyulan donanım, aksesuar ve hizmetleri karşılamak.

Tablo 2.1. 1950-1961 Yılları Arasında Gelen ve Giden Turist Sayıları

Yıllar	Gelen Turist Sayısı	Giden Vatandaş Sayısı
1950	28.625	-
1951	31.377	-
1952	38.837	-
1953	91.114	80.134
1954	111.619	50.431
1955	107.348	34.043
1956	157.680	41.976
1957	159.148	44.368
1958	153.476	42.947
1959	165.803	49.357
1960	124.228	28.211
1961	144.356	34.794

**Kaynak:** Ünlüöner vd., 2007: 239

Türkiye’de 1950 ile 1961 yılları arasında gelen turist sayısı ile yabancı ülkelere gidenlerin sayısı Tablo 2.1.’de gösterilmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere, 1960 darbesine kadar Türkiye’de gelen turist sayısında artışlar kaydedilmiştir.

Cumhuriyet tarihinde ilk olarak 27 Mayıs 1960’ta gerçekleşen askeri darbenin sonucunda iktidarı ele geçiren darbe hükümeti, turizm alanında yapılan yatırımları ve çalışmaları durdurmuş, kredi desteklerini kesmiş ve başlangıç aşamasındaki projeleri durdurmuştur. Cumhuriyet’in ilanı ile gelişen turizm sektörü 1960 ihtilali ile durgunluk içine girmiştir (Ünlüöner ve Kılıçlar, 2004: 133).

Darbenin ardından yürürlüğe konulan kalkınma planları sayesinde turizm sektöründe gelişmeler yaşanmıştır. Yapılan envanter ve planlama çalışmaları, altyapı yatırımları ile sektörün gelişmesi sağlanmıştır. Devlet ise o dönemde yaptığı liman, konaklama vb. birçok örnek tesisle de sektörel gelişmelere katkıda bulunmuştur (Acuner, 2006: 29).

1961'de Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) kurulması ile birlikte benimsenen yeni model çerçevesinde; doğal kaynakların optimum kullanımı ve beş yıllık kalkınma planları ile ekonomik büyümenin en üst düzeye çıkarılması amaçlanmıştır.

Kalkınma planları, turizm sektörü için çoğunlukla üç temel amaca yönelmiştir. Bu amaçlar aşağıda sıralanmaktadır (Olalı, 1984: 180):

- Ülkenin turizm kaynaklarını, ülke ekonomisine katkı sağlayacak ve ödemeler dengesini artıracak şekilde kullanımı,
- Çalışan nüfus kesimine tatil fırsatları yaratılması,
- Ülkenin turizm kaynaklarının etkin ve verimli biçimde kullanımınıdır.

1980 yılı öncesinde Türkiye ekonomisi, gerçekleştirdiği dört adet kalkınma planı çerçevesinde turizm politikalarına yön vermiştir. 1963-1967 yılları arasında Birinci Beş Yıllık, 1968-1972 yılları arasında İkinci Beş Yıllık, 1973-1977 yılları arasında Üçüncü Beş Yıllık, 1979-1983 yılları arasında ise Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı hayata geçirilmiştir.

I. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na (1963- 1967) göre Türkiye ekonomisi, ödemeler bilançosu açığının kapatılmasında geniş ölçüde yararlanmak amacıyla turizm sektörüne ayrı bir önem göstermiştir. Bu dönemde dünya ülkelerinde gelişen turizm hareketinden Türkiye'nin de yararlanması amacıyla bazı tedbirler ve önlemler alınmıştır.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (1963) verilerine göre; ülkemize 1961 senesinde yaklaşık 130 bin turist gelmiş ve 7,5 milyon dolar civarında döviz bırakmışlardır. Bu rakam Türkiye ekonomisi için önemli bir kaynak niteliğindedir.

I. Plan, karma ekonomik örgütlenme çerçevesinde düzenlenmiş ve bu bağlamda, kamu sektörünün yapması gerekenlerin yanında, özel sektörü destekleyici veya özendirici politikalara özen göstermiştir. Plan çerçevesinde hedeflenen, alt yapı yatırımlarının kamu



sektörünce, üstyapı yatırımlarının ise özel sektör tarafından gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır (Bozok ve Şahin, 2009: 264).

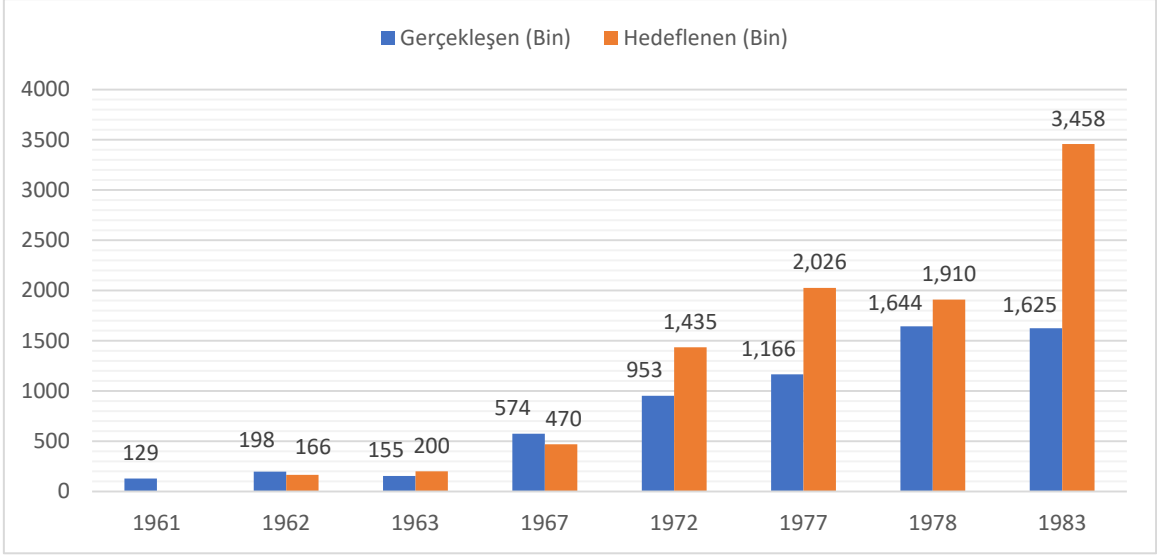
1968-1972 yılları arasında uygulanan II. Beş Yıllık Kalkınma Planı'na göre, I.Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda gerçekleştirilememiş veya başarıya ulaşılammış olan; çeşitli kamu ve özel sektör kuruluşları arasında turizm alanında gerekli olan koordinasyonların sağlanamaması, gerekli tanıtımların gerçekleştirilememesi, turizm eğitimi ve öğretimi çalışmalarındaki başarısızlık, turizm kredisi politikası için gerekli örgütlenmenin sağlanamaması ve turizmi teşvik edici mali ve hukuki tedbirler alınmaması gibi faktörlerin düzeltilmesi amaçlanmıştır.

III. Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973'ten itibaren uygulanmaya başlanmış ve 1977 yılına kadar yürürlükte kalmıştır. Bir önceki plan döneminde hedeflenen turist ve tesis sayısı ile turizm gelirleri hedeflerinin yakalanmadığı tespit edilmiştir. Buna rağmen Türkiye'nin gelir artış hızı ve turist sayısında dünya ortalamasının üstünde olduğu gözlenmiştir. III. Beş Yıllık Kalkınma Planı ağırlıklı olarak kitle turizmine yönelmiş ve kamu kaynaklarının bu yönde kullanımını sağlamak amacıyla politikalar üretmiştir.

Dünyada 1973 yılında başlayan ekonomik sorunlar ve petrol bunalımı Türkiye'deki turizm sektörünü de olumsuz bir şekilde etkilemiş ve planlanan turizm gelir seviyesine ulaşılammıştır. Gelen turist sayısı 1,7 milyon ile dünya ortalamasının üzerinde olsa da hedeflenen 2,3 milyon rakamının altında kalmıştır. Planda belirtilen hedefi aşan, yurtdışına çıkan vatandaş sayısı ise, 1977 yılında bir önceki plana göre %4,6 artarak 1,5 milyon kişiye ulaşmıştır. Ayrıca bu dönemde Türkiye'deki turizm sektörünün gelişmesini sağlamak amacı ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur.

1979 yılında yürürlüğe giren IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde Türkiye, geçmiş yıllardaki planların sürdürülebilmesi ve geliştirilmesi çabasının dışında birçok iç ve dış sorunlar ile mücadele etmiştir. Bu dönemde toplumsal açıdan yaşanan sorunların varlığı ekonomiyi birçok yönden olumsuz etkilemiştir. IV. Beş Yıllık Planlı dönemde sektörün işleyişi öncelikle kitle turizmi ilkesine göre düzenlenmiştir.

Özetle, 1980 öncesi turizm planlamalarının temel amaçları içerisinde ödemeler dengesine katkı sağlamak, ülkenin döviz gelirlerini artırmak, yeni iş imkânları yaratmak ve vatandaşların tatil gereksinimlerini sağlamak gibi etmenler bulunmaktadır (Yağcı, 2003: 204).



Grafik 2.1. 1980 Öncesi Uluslararası Giriş Hedefleri ve Gerçekleşen Rakamlar

**Kaynak:** DPT verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Kalkınma Planları dâhilinde Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı ile gelmesi hedeflenen turist sayıları Grafik 2.1.'de gösterilmektedir. Grafikte de görüldüğü üzere, planlı dönemde genel olarak turist sayısındaki hedefler, gerçekleşen sayıların altında kalmıştır. Bu durumun temel sebeplerinden biri 1980 öncesi Türkiye'de uygulanmış olan ekonomi politikalarıdır. Ayrıca, 1980 öncesi yaşanan toplumsal ve siyasi karışıklıklar turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine sebebiyet vermiştir. Özellikle 1980 darbesinin maliyeti, Türk turizmi üzerinde ağırlığınca hissedilmiştir. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda darbenin turizme olan maliyeti kendini göstermiştir. Türkiye'de planlı dönemden itibaren 1980 yılına kadar turizm yatırımları alt düzeylerde seyretmiştir. Grafikte de görüldüğü üzere, Türkiye ekonomisi turizm sektöründe hedeflediğinin çok altında ülkeye turist çekebilmiştir. Ayrıca, uluslararası düzeyde turizm rakamları oldukça alt seviyelerde gerçekleşmiştir.

**Tablo 2.2. 1980 Öncesi Türkiye’de Turizm Sektörü**

Yıllar	Uluslararası Turizme Katılanlardan Türkiye’nin Aldığı Pay (%)	Dış Aktif Turizm Gelirleri (1000\$)	Uluslararası Turizm Gelirlerinden Türkiye’nin Aldığı Pay (%)
1965	0,3	13.758	0,1
1970	0,4	51.597	0,2
1975	0,7	200.861	0,4
1980	0,4	326.654	0,4

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye’nin turizm sektörü Tablo 2.2.’de ayrıntılı olarak sunulmuştur. Tabloda da görüldüğü üzere uluslararası turizm gelirlerinden Türkiye’nin aldığı yüzdelik pay, 1965’ten 1980 yılına kadar artış göstermesine rağmen bu rakam, diğer Akdeniz ülkelerine kıyasla daha düşük seviyelerde gerçekleşmiş ve beklenenin altında kalmıştır.

### 2.1.2. 1980 Sonrası Gerçekleşenler

1980’li yılların başında turizm sektörü, turizmin dünyadaki gelişimine paralel olarak çok hızlı bir büyüme sürecine girmiş ve Türkiye ekonomisine katkı sağlayan sektörler arasında yerini almıştır. Türkiye’de yaşanan bu gelişmelerin en nihayetinde, Türkiye’de, 24 Ocak 1980 kararlarının ardından uygulamaya konulan serbest piyasa ekonomisi politikası ile kambiyo rejiminde gerçekleştirilen düzenlemeler çerçevesindeki gelişmeler yatmaktadır. Bu gelişmeler bağlamında Türk lirasının, yabancı paralar karşısındaki konumu belirlenmiş ve ihracata dönük sanayileşme modeline geçilmiştir. Diğer bir ifadeyle, liberal politikalar ile özel sektörün de önü açılmış ve turizm sektörü önem kazanmaya başlamıştır. Bu dönemde devlet destekli turizm yatırımlarına bağlı olarak turist sayısında ve turizm gelirlerinde artış gözlemlenmiştir.

24 Ocak 1980’de Demirel yönetimindeki hükümet, ülke ekonomisi için yeni politikalar belirlemiştir. İhracat esas alınmış, ithal ikameci politikalar terk edilmiştir. İhracat ile büyümeyi öngören büyüme politikası hedeflenmiş ve ihracat teşvikinin yanında turizm ile döviz girişi de amaçlanmıştır (Yavuz, 2009: 214).

24 Ocak kararlarında hükümetin ekonomiden sorumlu Başbakan Yardımcılığı görevinde olan Turgut Özal, 1983’te Başbakan olmuş ve sekteye uğrayan bu kararların uygulamasına başlamıştır. 24 Ocak kararlarının ana hatları maddeler halinde sıralanmaktadır (Karluk,2007: 419)

- Ulusal parada %32,7'lik deęer dūřurūmūne gidilmiř,
- Kurlar gūnlūk yayınlanmaya bařlanmıř,
- Őlke ekonomisinde devletin payı kūçūltūlmūř,
- Devletin enerji, ulaştırma ve tarım alanları haricindeki karşılıksız yardımları kaldırılmış,
- Dış ticaret serbestleştirilmiş ve ithalat kademeli olarak liberalleştirilmiş,
- Dūřūk faizli kredi ile teřvik amaçlanmıř,
- Yurtdıřı mūteahhitlik hizmetleri desteklenmiř,
- Dōviz piyasası ũzerinde kontroller kaldırılmış,
- Dōviz alım-satım liberalleştirilmiş,
- Faiz oranları serbestleştirilmiş ve reel faiz politikası izlenmiş,
- Ekonominin dışa açılması için ũnūdeki engeller kaldırılmış,
- Serbest piyasa ekonomisine geçiş hızlandırılmıştır.

1982 yılında aralarında koordinasyonu saęlamak ve Tūrkiye'deki turizm endūstrisinin geliřmesine yardımcı olmak amacıyla Kūltūr ile Turizm Bakanlıkları birleřtirilmiřtir. Kūltūr ve Turizm Bakanlıęı fiziki altyapıyı geliřtirmeye, inřaat ve yatırımları izlemeye, sanayi ve iř organizasyonlarını koordine etmeye ve Tūrk turizmini yurt içi ve yurt dıřında tanıtmaya devam etmiř ve mevcut yatak sayısını ve kalitesini artırmak için ũzel teřvikler sunmuřtur. Turizm endūstrisinde doęal, kūltūrel ve tarihi çevrenin ũnemini fark ederek, turizm geliřiminin uzun vadede ekolojik olarak sūrdūrūlebilir, ekonomik olarak uygulanabilir, etik ve sosyal olarak kabul edilebilir olması gerektięine inanıldıęı için turizm geliřimi açısından sūrdūrūlebilir bir yaklařım benimsenmiřtir (Kūce, 2001). Bu sūre zarfında, 2634 sayılı Turizm Teřvik Kanunu 1982 yılında hazırlanmıř ve yayınlanmıřtır. Bu kanun ve 15 yōnetmelik, Tūrkiye'deki yeni turizm modelinin gōstergesi olarak tasarlanmıřtır.

Turizm ile ilgili birçok teşvik ve kolaylığı kapsayan "Turizmi Teşvik Kanunu"

1982’de yürürlüğe girmiştir. Bu kanunun avantajları sayesinde 1980’in ikinci yarısında turizm yatırımlarında hızlı bir artış yaşanmıştır. Teşvik Kanun’un temel hedefi yatırımların maliyetlerini minimum seviyeye indirmek, kuruluşların finansman harcamalarını hafifletmek ve karlılığı artırmak için özel sektördeki yatırımları, kalkınma planlamalarında hedeflenen sektörlere ve bölgelere çekmektir (Oktayer vd., 2007: 50-52). Bu bağlamda, devletin getirmiş olduğu teşvik araçları ve çeşitleri Tablo 2.3.’de gösterilmiştir.

Tablo 2.3. Devlet Teşvik Araçlarının Çeşitleri

<b>1. Nakdi Teşvikler</b>	<b>Karşılıksız Teşvikler</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hibeler</li> <li>• Primler Karşılıklı Teşvikler</li> <li>• Uygun koşullu krediler (düşük faizli, uzun vadeli)</li> </ul>
<b>2. Nakit Dışı Teşvikler</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arsa arazi tahsis</li> <li>• Bina temini</li> </ul>
<b>3. Vergi Teşvikleri</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelir ve Kurumlar Vergisi Teşvikleri</li> <li>• Düşük oranlı gelir ve kurumlar vergisi</li> <li>• Vergi muafiyeti, Vergi kredisi (Finansman fonu)</li> <li>• Zarar mahsubu</li> <li>• Hızlandırılmış amortisman</li> <li>• Yatırım indirimi</li> <li>• Bazı harcamaların vergiden düşülmesi (sosyal güvenlik katkısı, istihdamla ilgili harcamalar, reklam, tanıtım ve pazarlama, sağlık harcamaları vb.)</li> <li>• KDV Teşvikleri</li> <li>• Sermaye mallarına KDV istisnası</li> <li>• Gelişmemiş bölgelere ve/veya bazı ürünlere düşük KDV oranı</li> <li>• Gümrük Vergisi Teşvikleri</li> <li>• Makine-teçhizat, hammadde, parça ve yedek parça gibi sermaye mallarına gümrük muafiyeti</li> <li>• Gümrük vergisi iadesi</li> </ul>
<b>4. Garanti ve Kefaletler</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kredi garantileri</li> <li>• Ticari risk taşıyan projelere kamu kaynaklı risk sermayesi katılımı</li> <li>• Ekonomik ve ticari riskleri kapsayan ayrıcalıklı kamu sigortası</li> </ul>
<b>5. Diğer Teşvikler</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altyapı hazırlanması</li> <li>• Ucuz enerji desteği</li> <li>• Yatırım öncesi hizmetler ile ilgili yardımlar</li> <li>• Ayrıcalıklı kamusal anlaşmalar</li> </ul>

**Kaynak:** Duran, 2003: 27.

Türkiye’de turizm sektörünün 1980 sonrası artan önemi ile birlikte Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu” adı altında yasa çıkarılmış ve yanlış gelişme, doğal varlıklara ve mevcut insan yerleşimlerine ciddi zarar veren diğer ülkelerin aksine, Türkiye turizmde, kullanım alanları ile koruma arasındaki dengenin sağlanması amaçlanmıştır. Diğer bir ifadeyle, turizm gelişiminin uzun vadede

ekolojik olarak sürdürülebilir, ekonomik olarak uygulanabilir, etik ve sosyal olarak kabul edilebilir olması amacıyla düzenlemeler getirilmiştir. 1983 yılında çıkarılan bu yasanın amaçları ve kabul edilebilir turizm hareketlerinin oluşumu çerçevesinde gerekli kurallar aşağıda maddeler halinde sunulmuştur (TURSAB):

- Yüksek potansiyel turizm alanlarında sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin oluşturulması,
- Uluslararası düzeyde etkin turizm sektörünün oluşturulması,
- Turizm yatırımlarının doğal peyzajla uyumlu olması,
- Yerli ve yabancı turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak ve güvenliklerini sağlamak,
- Sosyal turizm tesislerini geliştirmek,
- Turizmin ekonomik faydalarını genişletmek,
- Doğal ve kültürel restorasyon ve bakım çalışmalarına önem vermek,
- Turizm bölgesindeki çevrenin ve yerleşik halkın olumsuz faaliyetlere karşı korunmasıdır.

1980 yılı sonrası Türkiye ekonomisi, gerçekleştirdiği altı adet kalkınma planı çerçevesinde turizm politikalarına yön vermiştir. 1985-1989 yılları arasında Beşinci Beş Yıllık, 1990-1994 yılları arasında Altıncı Beş Yıllık, 1996-2000 yılları arasında Yedinci Beş Yıllık, 2001-2005 yılları arasında Sekizinci Beş Yıllık, 2007-2013 yılları arasında Dokuzuncu Beş Yıllık ve son olarak da 2014-2018 yılları arasında Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı yürürlüğe konmuştur.

1985 yılında yürürlüğe konulan V. Beş Yıllık Kalkınma Planının temel hedefleri, ihracatı teşvik eden, eldeki mevcut değerleri geliştiren, sınai üretim payının artırılması, özellikle genç nüfustaki işsizliği azaltmak için istihdamın artırılması, gelir dağılımının az gelirliler grubu daha çok önemseyerek değiştirilmesi ve ekonomik altyapının geliştirilmesidir. Bu bağlamda üretim yapısının şekillenmesi ve ihracatı arttıracak her türlü girişimin desteklenmesi amacıyla destekleyici altyapı tesislerinin yapılması için çalışmalar başlatılmış ve gerekli teşvikler sağlanmıştır. Ayrıca özel sektörün önündeki engelleri kaldırarak, yatırımlardaki payının artırılması hedeflenmiştir.

Türkiye’de, darbe sonrası sekteye uğrayan ekonomik planlar, Turgut Özal ile birlikte yeni hükümetin başa gelmesiyle uygulamaya konulmuştur. Bu çerçevede turizm sektöründe önemli gelişmeler kaydedilmiş ve V. Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemi sonunda, 540 milyon dolarlık net döviz geliri sağlanması hedef alınmıştır. Ayrıca konaklama tesislerinin inşası ve kapasitesinin artırılması için Turizm Bankası aracılığı ile özel sektöre teşvikler ve/veya kolaylıklar sağlanmıştır.

1990-1994 yılları arasında uygulanan VI. Beş Yıllık Planın amacı; rekabete açık ilke ve esasları gözeterek, istikrarlı ve dengeli büyüme süreci içerisinde gelir dağılımındaki dengeyi kurmak ve işsizliği azaltmak olmuştur. Özel kesim yatırımı açısından kritik faktör konumundaki finansman olanaklarının; faiz politikaları, tasarrufların teşviki, kamu kaynaklarının daraltılması ve özel kesimin yurtdışı kaynaklarından daha fazla faydalanması ve artırılması amaçlanmıştır. Bununla birlikte, ekonomideki kaynakların kullanım etkinliğinin artırılması ve tüketicilerin korunması için dış ticaret rejiminin iyileştirilmesine devam edilmiştir. Turizmin alt ve üst yapı kalitesinin artırılmasına devam edilmiş ve tesislerdeki doluluk oranını artırıcı, faaliyet mevsimini uzatan çeşitli önlemler alınmıştır.

1990’lı yıllarda teknolojinin gelişmesi ile üretim sistemlerinde köklü değişimler yaşanmış ve bilgi toplumuna geçiş gerçekleşmiştir. Makine teknolojisinin gelişmesiyle ortaya çıkan ileri otomasyon teknolojisi, basit işgücü ile beyin gücünün ikamesini oluşturacak düzeye gelmiştir. Bu bağlamda bilgi yoğun sanayiler ve ileri üretim teknikleri hızlı gelişmenin belirleyici faktörleri olmuştur. Bu gelişmeler küreselleşme kavramına yeni boyutlar kazandırmıştır. Geleneksel ucuz iş gücü ve hammadde kavramları yerini teknolojik gelişmelerle daha iyi işleyen piyasa mekanizmasına bırakmıştır. 1996 yılında yürürlüğe konulan VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı ile Türkiye ekonomisi, dünyada yaşanan bu gelişmeleri takip edebilmek amacıyla gerekli alt yapıyı oluşturmaya çalışmıştır. Tüm bu gelişmelerin yaşandığı ortamda, yeni sanayileşme politikaları, yerli firmaları geliştirme çalışmaları yanında, uluslararası firmaların da yerli üretime katılması için destekleyici çalışmalar yapılmıştır. Dolayısıyla yüksek verimli ve rekabet gücü yüksek bir turizm ekonomisi oluşturulması, yerli ve yabancı turistlerin turizm beklentilerinin karşılanması turizm sektörünün temel hedefleri olarak belirlenmiştir.

Bir önceki planda hedeflenen turizm çeşitlendirmesinde çıkan sorunlar nedeniyle, Yedinci Planda üst yapılardan daha çok faydalanmak ve doğal sermayeyi korumak esas alınmıştır. Turizm çeşitlerinin bölgelere göre dağılımını iyileştirmek ve değişen tüketici

davranışlarının neticesinde yeni potansiyel turizm faaliyetleri yaratmak için golf, kış, yayla, dağ, festival, sağlık turizmi gibi yeni turizm çeşitlerinin faaliyetlerine ağırlık verilmiştir.

VII. Plan sürecinde yaşanan darbe süreci, İstanbul depremi ve mali sıkıntılar, ekonomik ve toplumsal açıdan olumsuz etkilere sebep olmuştur. Bu bağlamda VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde yapısal değişim projelerinin hayata geçirilmesi ile birlikte kamu finansman dengesinde iyileşmelerin sağlanması amaçlanmış ve kamu sektörünün piyasalar üzerindeki negatif etkileri azaltılarak faiz oranlarının düşürülmesi ve özel sektör yatırımlarının piyasayı canlandırması hedeflenmiştir. Döviz kuru seviyesinin rekabetçi düzeyde kalması ve fiyat artışlarının verimlilik ile uyumlu olacak şekilde belirlenmesi ile dış talebin plan süresince büyümeye etkisinin devamı hedeflenmiştir.

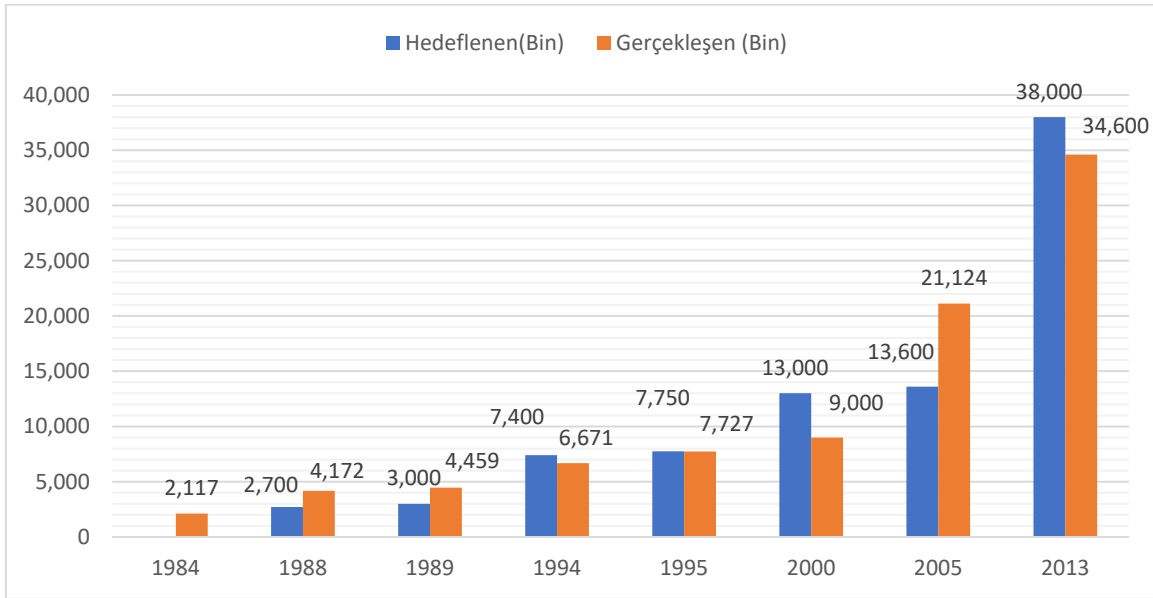
2007 yılında yürürlüğe konulan Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde değişim, hızlı şekilde ve birçok konuda olmuştur. Rekabetin üst düzeyde yaşandığı bu dönemde belirsizlikler artmıştır. Küreselleşme ile tüm ülkeler, bireyler ve kurumlar açısından fırsatların ve risklerin yoğun olduğu bu yıllarda Türkiye'nin ekonomi, kültür ve sosyal alanlarda totaliter bir düşünce ile yapacağı iyileştirme ve dönüşümler bu planda yer almıştır. Bu plan, Avrupa Birliği üyelik sürecinin “Katılım Öncesi Ekonomik Program ve Uyum İçin Stratejik Çerçeve” gereksinimi dışında, Orta Vadeli Program dâhil birçok plan ve programın dayanağını oluşturmaktadır. Planda tüm sektörler ile sivil toplum arasında ortak hedefler doğrultusunda işbirliği ve iletişim amaçlanmıştır.

2014'te yürürlüğe giren plan, düzenli ekonomik büyümenin dışında hukukun üstünlüğü, uluslararası alandaki rekabet gücü, gelişmiş insan profili, kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı gibi pek çok unsuru kapsayacak şekilde oluşturulmuştur. Ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınma süreci totaliter ve tüm boyutları ile ele alınmıştır. Turizme yapılan yatırımlar sonucunda artan yapılaşma ile bunların getirmiş olduğu çevre sorunları ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi amaçlanmıştır.

Özetle, 1980 sonrası uygulanan ekonomi politikaları çerçevesinde, Türkiye ekonomisi turizm alanında önemli gelişmeler kaydetmiş ve özellikle 1983 – 1990 yılları arasında hızlı bir gelişme yaşamıştır. 1990 – 2001 yılları arasında yaşanan ekonomik, siyasi ve toplumsal gelişmelerin yarattığı olumsuz etkiler sebebiyle turizm, yavaşlama eğilimine girmiş olsa da 2001 yılı sonrası hızlı bir toparlanma sürecine girmiştir. Öyle ki, 2001 yılı sonrasında dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'deki turizm sektöründe önemli



gelişmeler meydana gelmiştir. Bu konjunktürde 1980 sonrası Türkiye’de hedeflenen turist sayısı ile gerçekte gelen turist sayısı Grafik 2.2.’de gösterilmektedir.



Grafik 2.2. 1980 Sonrası Uluslararası Giriş Hedefleri ve Gerçekleşen Rakamlar

**Kaynak:** DPT verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Grafikte de görüldüğü üzere, özellikle 1983 ile 1990 arasında gerçekleşen rakamlar, hedeflenen rakamları geçmiştir. Ancak bu durum 1990’larda tersine dönmüştür. 1990’lı yıllardaki bu durum hem dış hem de iç faktörlerde yaşanan olumsuz gelişmelerden ileri gelmektedir. 2002 yılı ile başlayan dönemden 2015 yılına kadar Türkiye’de turist sayısının sürekli arttığı görülmektedir. Ancak 2015 yılı itibari ile turist sayısında sert düşüşler gözlemlenmiştir.

## 2.2. Türkiye’de Turizm Sektörünün Yapısı

Türkiye, dünyanın en önemli turizm merkezlerinden biridir. Öyle ki bulunduğu jeopolitik konumu, iklimi, tarihi ve doğal güzellikleri ile birçok turistini ilgisini çekmektedir. 1980 sonrası turizm sektöründe önemli gelişmeler kaydeden Türkiye ekonomisi, bu bağlamda turizm alanında birçok yatırım gerçekleştirmiştir. 1980 sonrası uygulanan ekonomi politikaları sonucunda özel sektör ağırlıklı yatırımların önünün açılmasıyla turizm sektörü de hızla büyümüş ve ekonomide önemli bir gelir kaynağı olma özelliği göstermiştir. Bu gelişmeler çerçevesinde Türkiye’de turizm yapısı alt başlıklar halinde sunulmaktadır.

### **2.2.1. Konaklama İşletmeleri**

Konaklama, turizm aktivitelerinin temel ihtiyaçlarından biridir. Gezinler ve turistler, bir tura çıkarken dinlenmek için konaklamaya ihtiyaç duymaktadırlar. Turistler, evden uzakta bir konaklama sağlamak için tüm önemli turistik destinasyonlarda düşük bütçeli konaklama ve birinci sınıf lüks oteller şeklinde konaklama çeşitleri ile karşılaşmaktadır. Bunlar, turistlere kalmaları için bir yer sağlayan, diğer bir ifadeyle turist tarafından kalış süresi boyunca belirli bir ödeme gerekliliğine sahip konaklama tesisleridir. Bu konaklama tesislerinin belli başlı türleri aşağıda sıralanmaktadır:

#### **1. Oteller**

Oteller turizm endüstrisinin hayati ve önemli bir parçasıdır. Oteller konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamakla birlikte, turistlerin/misafirin ihtiyaçlarına göre çeşitli hizmetler sunmaktadır.

#### **2. Moteller**

Genel olarak karayolları ve otoyollarda bulunan moteller, geçici ve maliyeti düşük konaklama tercihi olan turistler için çeşitli hizmetler sunmaktadır.

#### **3. Tatil Köyleri**

Tatil köyleri; turistik amaçlı olarak, doğa yönünden uygun bir yere kurulmuş olan ve evleri belirli süre için kiralanabilen dinlenme yeri olarak tabir edilmektedir. Tatil köyleri, genel olarak şehirlere uzak konumlarda bulunmaktadır.

#### **4. Termal Oteller**

Yeraltı sularının bulunduğu alanlara kurulan tesislere termal otel adı verilmektedir. Türkiye’de 1980 öncesinde turizm sektörüne olan yatırımların az olması ve turizme yeterli önem verilmemesinden dolayı yatak kapasitesi sınırlı seviyede kalmıştır.

Bu bağlamda DPT verilerine göre yatak kapasitesi sayıları; 1962 yılında 22.050, 1971 yılında 31.235, 1979 yılında ise 64.329 olarak gerçekleşmiştir. 24 Ocak 1980 kararları ile başlayan süreçle, turizm sektörü Türkiye ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı olarak görülmüş ve bu bağlamda turizm yatırımları da artış göstermiştir. 1980 sonrası özel sektörün önünün açılması ve gerekli teşvik ve kolaylıkların getirilmesi, bu hususta önemli bir yere

sahiptir. DPT verilerine göre 1980 sonra gerçekleşen yatak kapasite sayıları; 1983 yılında 65.934, 1989 yılında 146.086, 1994 yılında 354.925, 2000 yılında 352.000, 2005 yılında 483.330 ve 2014 yılında ise 807.316 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de türlerine ve sınıflarına göre belgeli konaklama tesisleri Tablo 2.4’te gösterilmiştir.

Tablo 2.4. Türlerine ve Sınıflarına Göre Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı

TÜRÜ	SINIFI	TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ		
		TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
OTELLER	5 YILDIZLI	485	155 593	329 725
	4 YILDIZLI	657	96 973	200 662
	3 YILDIZLI	823	52 317	106 437
	2 YILDIZLI	414	15 650	30 801
	1 YILDIZLI	51	1 889	3 655
	TOPLAM	2 430	322 422	671 280
MOTELLER	1.SINIF	1	13	25
	2.SINIF	2	78	159
	Motel / Motel	7	208	419
	TOPLAM	10	299	603
TATİL KÖYLERİ	1.SINIF / (5 YILDIZLI	66	25 752	57 335
	2.SINIF / 4 YILDIZLI	17	3 253	6 858
	TOPLAM	83	29 005	64 193
TERMAL OTELLER	5 YILDIZLI	24	6 076	12 720
	4 YILDIZLI	21	2 524	5 640
	3 YILDIZLI	18	1 159	2 386
	2 YILDIZLI			
	1 YILDIZLI			
	TOPLAM	63	9 759	20 746

**Kaynak:** Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TURSAB) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye’nin yıllara göre konaklama tesisleri ve yatak kapasite sayıları Tablo 2.5.’te gösterilmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere turizm sektörü, küresel krizden ve Türkiye’de son yıllarda yaşanmakta olan ekonomik gelişmelerden olumsuz etkilenmiştir. Bu husus, daha önce değindiğimiz, turizm sektörünün iç ve dış etmenlerden kolayca etkilenen bir sektör olduğu ile ilişkilidir.

Tablo 2.5. Yıllara Göre Tesis ve Yatak Kapasitesi Sayıları

Yıllar	Bakanlık Turizm Yatırım Turizm İşletme Belgesi				Belediye Belgesi		İşletmedeki (İşletme Belediye Belgesi) Toplam Belgesi+	
	esis	Yatak	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
2002	.138	222.876	2.124	396.148	7.772	408.005	9.896	804.153
2003	1.130	242.603	2.240	420.692	7.637	339.369	9.877	820.061
2004	1.151	259.424	2.357	454.290	7.514	392.582	9.871	846.872
2005	1.039	278.255	2.412	483.330	7.494	392.338	9.906	875.668
2006	869	274.687	2.475	508.742	7.495	391.228	9.970	899.970
2007	776	254.191	2.514	532.262	7.073	399.110	9.587	931.372
2008	772	258.287	2.566	567.470	7.064	397.684	9.630	965.154
2009	754	231.456	2.625	608.765	7.115	402.289	9.740	1.011.054
2010	877	252.984	2.647	628.565	9.185	527.712	11.832	1.156.277
2011	922	267.900	2.783	668.829	8.893	504.877	11.676	1.173.706
2012	960	273.877	2.870	706.019	8.988	512.462	11.858	1.218.481
2013	1.056	301.862	2.982	749.299	9.196	497.728	12.178	1.247.027
2014	1.113	308.944	3.125	803.664	9.188	496.697	12.313	1300.361
2015	1.125	314.194	3.289	850.089	9.187	496.574	12.476	1.346.663
2016	1.135	312.912	3.641	899.881	9.186	496.538	12.827	1.396.419
2017	1.051	263.033	3.770	935.000	7.607	506.934	11.377	1.441.934
2018	981	225.421	3.925	974.574	7.671	511.076	11.596	1.485.650

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

### 2.2.2. Seyahat Acenteleri

Topluluk ya da birey tarafından gerçekleştirilen seyahatin konaklama, ulaşım, yeme-içme, eğlence gibi birçok hizmet unsurunu birleştirerek tüketiciye tek ürün olarak sunan (Sheldon, 1986: 351) ve seyahat ile ilgili planları hazırlayıp organize eden, neticesinde de turistik ürün oluşturulmasını sağlayan işletmelere seyahat işletmeleri adı verilmektedir.

Geçtiğimiz yüzyılda olduğu gibi günümüzde de en önemli sektörlerden biri olan turizm sektörü ve turizme uluslararası bir anlam katan seyahat acenteleri birbirinin tamamlayıcısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Belirli turizm destinasyonlarına turist akışını sağlayan seyahat acenteleri hem turist ağırlayan hem de turist gönderen ülkeler için turizm hareketini yönlendirmektedir. Seyahat acenteleri dünyada ve Türkiye’de turizm hareketi açısından çok önemli bir unsur olarak görülmektedir (Alaeddinoğlu ve Can, 2007: 50).

Ülkemizde seyahat acenteleri, 1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu’na göre; “Kâr amacı ile turistlere turizm ile ilgili bilgiler veren, paket turları oluşturan, turizm amaçlı konaklama, ulaştırma, gezi, spor ve eğlence hizmetlerini görmeye yetkili olan, ürettiği hizmeti bizzat kendisi veya diğer seyahat acenteleri vasıtası ile

pazarlayabilen ticari kuruluşlardır” şeklinde tanımlanmaktadır.

Hizmetleri bakımından seyahat acenteleri A, B ve C grubu olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. 1618 sayılı kanunda ifade edilen tüm hizmetleri gerçekleştirebilen seyahat acentelerine A grubu seyahat acentesi denilmektedir. A grubu seyahat acentelerinin düzenledikleri turların kara, deniz ve havayolu ile uluslararası ulaşımının biletlerini satan acentelere B grubu seyahat acentesi adı verilmektedir. Sadece Türk vatandaşları için turlar düzenleyen acentelere ise C grubu seyahat acentesi denmektedir. Türkiye’deki acente ve şubelerin gruplara göre dağılımı Tablo 2.6.’da gösterilmektedir.

Tablo 2.6. Gruplarına Göre Acente ve Şube Sayıları (2018)

Grup	Merkez	Şube	Toplam
A	7.672	2.436	10.108
B	61	3	64
C	107	18	125
<b>Toplam</b>	<b>7.840</b>	<b>2.457</b>	<b>10.297</b>

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

### 2.2.3. Turizme İlişkin Örgütler

Örgütler, bir grup insanın ortak bir amacı gerçekleştirmek için sistemli bir şekilde bir araya gelmesiyle oluşan kuruluşu veya yapıyı ifade etmektedir. Örgütler, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan gelişmesi açısından son derece önemli yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında turizm sektörünün gelişimi de turizm sektörü ile ilgili örgütlerin kurulmasına ve etkili işleyişine bağlı olmaktadır. Turizm sektörü birbirini tamamlayıcı nitelikte olan ulaştırma, konaklama, yeme-içme, seyahat organizasyonu vb. birçok endüstriyi kapsadığından ve turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel olumlu ya da olumsuz sonuçları söz konusu olduğundan turizmle ilgili çok sayıda ve farklı alanlarda örgütler kurulmuştur. Bu örgütler, kamu sektöründeki turizm örgütleri ve özel sektördeki turizm örgütleri olarak iki grupta toplanmıştır (Kuşlivan, 2016: 196-207)

#### 1. Kamu Sektöründeki Turizm Örgütleri

- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB)

- Turist Rehberleri Birliği (TUREB)

## **2. Özel Sektördeki Turizm Örgütleri**

- Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED)
- Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD)
- Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği (TUROB)
- Türkiye Otel, Lokanta, Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası (OLEYİS)
- Türkiye Otel Lokanta Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası (TOLEYİS)
- Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu
- Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği (POYD)

Türkiye’de kamu yönetiminde turizm örgütlenmesi bakanlık düzeyinde gerçekleşmiştir. İlk defa 1957 tarihinde Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı adıyla kurulan ve 1983 yılında bugünkü adını alan Kültür ve Turizm Bakanlığı, turizm sektörünü yönetmek için merkez, taşra ve yurtdışı teşkilatlarından oluşacak şekilde yapılandırılmıştır. Ayrıca bakanlığa bağlı döner sermaye işletmesi ve bağlı kuruluşlar da bulunmaktadır.

Kültür ve Turizm bakanlığına ilaveten kamu kurumu niteliğinde olan Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ve Turist Rehberleri Birliği meslek kuruluşları olarak kamu hizmeti vermektedir. Özel sektördeki turizmle ilgili örgütler ise genel olarak dernek veya vakıf statüsünde kurulmuşlardır. Bu örgütlerin temel amacı kendi mensuplarının ve üyelerinin çıkarlarını korumak, üyeler arasında mesleki bilgileri paylaşmak ve birbirlerine destek olmaktır.

### **2.3. Turizm Yatırımları ve Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler**

Turizm yatırımları, başlangıç aşamasında devlet öncülüğünde gerçekleştirilmekte olup, bu aşamada alt yapı gibi çalışmalara ağırlık verilmektedir. Alt yapı yatırımlarının tamamlanmasının ardından çoğunlukla özel kesim yatırımları ilave olunarak üst yapı faaliyetlerine girişilmekte ve bu yöntem ile turizm yatırımları tamamlanmaktadır. Üst yapı sürecinde ise devletin sağladığı teşvikler ve destekler ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de, ülke menfaatleri doğrultusunda gerçekleşen birçok yatırıma devlet destek vermekte ve teşvik etmektedir. İstihdam yaratmak, bölgeler arasındaki dengesizlikleri

azaltmak, kalkınmayı sürdürülebilir kılmak için devlet belirli koşullar altında özel yatırımları teşvik etmektedir. Devletin teşvik uygulamaları yatırımın özelliklerine göre değişkenlik gösterebilmektedir. Turizm alanında ülkemizde uygulanan teşvikler Tablo 2.7.'de gösterilmektedir.

Tablo 2.7. Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler

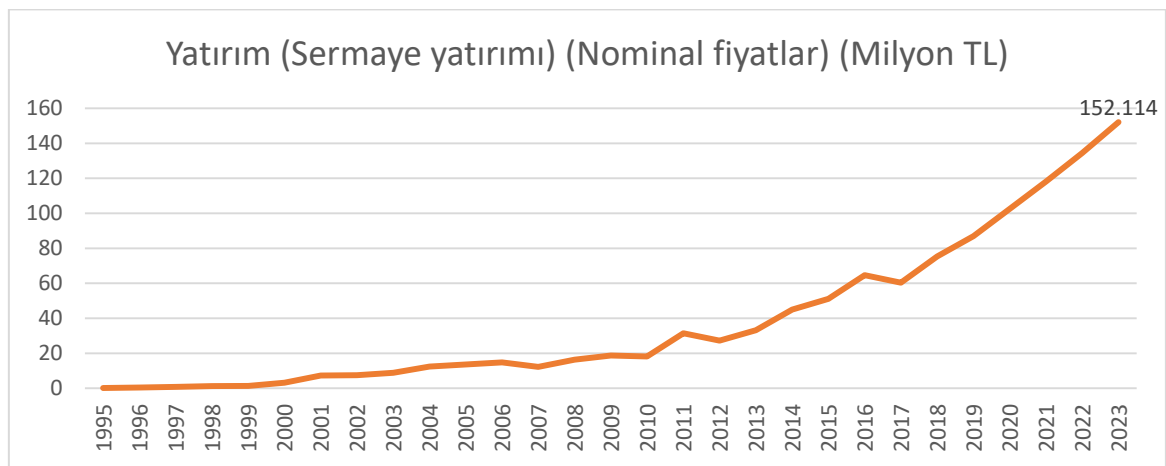
Kanun	Teşvikleri
2634 sayılı “Turizmi Teşvik Kanunu”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamu arazisi tahsisi,</li> <li>• Turizm kredileri,</li> <li>• İhracatçı sayılma,</li> <li>• Orman fonuna katkının taksitlendirilmesi,</li> <li>• Ucuz elektrik, havagazı ve su ücretleri,</li> <li>• Haberleşme kolaylıkları,</li> <li>• Personel çalıştırılması,</li> <li>• Alkollü içki satışı,</li> <li>• Resmî tatil, hafta sonu ve öğle tatilleri.</li> </ul>
4957 sayılı “Turizm Teşvik Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarihi ve kültürel değerlerin yoğun olduğu yerler veya turizm potansiyeli yüksek yerlerin Bakanlar Kurulu kararıyla “Kültür ve turizm gelişim bölgesi” ilan edilebilmesi,</li> <li>• Kültür ve turizm koruma ve geliştirme bölgesi ilan edilen alanlardaki taşınmazların Türk ve yabancı uyruklu yatırımcılara tahsisi konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yetkilendirilmesi Kültür ve turizm bölgesi içinde kalan özel mülkiyete tabi alanların da turizm yatırımlarına tahsisi için kamulaştırılmasına olanak sağlanması,</li> <li>• Kültür ve turizm bölgelerinde yer alan meraların Kültür ve Turizm Bakanlığınca onaylanan imar planı kararıyla getirilen kullanım amacına tabi olması,</li> <li>• Milli Parklar Kanunu ve Orman Kanunu kapsamında orman sayılan yerlerde imar planları ile turizme ayrılan arazilerin tahsis yetkisinin Kültür ve Turizm Bakanlığına verilmesi,</li> </ul>
4875 sayılı “Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Önceden şart koşulan izleme, onay, pay transferi ve minimum sermaye gibi şartlardan muaf olarak yatırım özgürlüğü sağlanması,</li> <li>• Tek bir şeffaf ve tutarlı bir doküman ile yabancı yatırımcıların mevcut haklarının garanti altına alınması,</li> <li>• Doğrudan Yabancı Yatırım ve Yabancı Yatırımcılar tanımlarını uluslararası kabul görmüş standartlara yükseltmek,</li> <li>• Kazanılmış hakların korunması ve büyüme ve gelişme için yatırımcı dostu iklimin sürekliliğini sağlamak için gerekli politika değişiminin sağlanması.</li> </ul>
5084 sayılı “Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelir vergisi stopajı,</li> <li>• Sigorta primi işveren paylarının ödenmesi,</li> <li>• Bedelsiz yatırım yeri tahsisi,</li> <li>• Enerji desteği şeklindedir.</li> </ul>

**Kaynak:** Aydoğuş vd., 2006: 14.

Turizmin birçok sektör ile ilişki içerisinde olmasından dolayı uygulanması düşünülen politikalarda ve geliştirilecek planlarda devletin desteğine fazlasıyla gereksinim duymaktadır. Turizm sektörü, yatırımlarının geri dönüşü uzun zaman alan, hâsıla/sermaye oranı düşük ve siyasal, ekonomik vb. birçok olaya karşı son derece hassas bir duruş sergilemektedir. Tüm bu risk faktörleri nedeniyle gerek ülkemizde gerekse dünyada turizm yatırımlarında devlet teşviklerinden faydalanılmaktadır.

Turizme ilişkin yatırımlar; turizm endüstrisine yapılan yatırım, özel sektörde daha yüksek karlar elde etmek için turizm endüstrisinde diğer mal veya hizmetleri üretebilecek sermaye veya malların yaratılması veya kamu amaçları için bölgesel canlandırma ve ekonomik büyüme hedefleri içermektedir.

Turizm sektörü tüm ekonomik kesime sahip ülkeler için güçlü bir büyüme direği olarak hizmet edebilme özelliğine sahiptir. Doğası gereği turizm sektörünün birçok sektör ile ilişkisi olmakla birlikte; inşaat, ulaşım, altyapı, yiyecek ve içecek ve genel hizmetler ile teknoloji ve başlangıç hizmetleri üzerindeki yayılma etkileri mevcuttur. Dünyada turist sayıları son yıllarda istikrarlı bir şekilde yükselirken, konukseverlik ve turizmin ekonomik potansiyelinden yararlanmak için ülke ekonomileri, turizm sektörüne ilişkin yatırımlarını arttırmaktadırlar. Bu bağlamda ülke ekonomileri, yatırım ortamlarını turizm yatırımlarına mümkün olduğunca elverişli kılma ve daha geniş turizm stratejilerine hizmet edecek gerekli yatırımları aktif bir şekilde benimseme ve sektörün doğal varlıkların korunmasını dengeleme sorumluluğunu taşımaktadır.



Grafik 2.3. Türkiye’de Gerçekleştirilen Turizm Yatırımları ve 2023 Tahminleri

**Kaynak:** Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC) verileri kullanılarak hazırlanmıştır.



Turizm sektörüne ilişkin kamu yatırımları, daha önce de bahsettiğimiz gibi genel olarak alt yapı yatırımlarını tamamlamaktadır. Özel sektör ise üst yapı yatırımlarını tamamlayarak turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilme ortamlarını sağlamaktadır. Özel sektörün turizm yatırımları genel olarak kar hedefleri üzerine kurulmaktadır. Bu hususta özel sektör, potansiyel olarak gördüğü turizm alanlarına yatırımlarını yönlendirme ve dolayısıyla bu bölgelerde ekonomik canlanmalar gerçekleşmektedir. Türkiye’de ise turizm sektörüne olan toplam yatırımlar TL cinsinden Grafik 2.3.’te sunulmaktadır.

## 2.4. Turizm ve İstihdam İlişkisi

İnsan odaklı bir sektör olan turizm sektörü, bütün ülkelerin işsizlik sorununa karşı bir çare olarak ön plana çıkmaktadır. Makine kullanımı ve otomasyon imkânlarının çok az olmasından dolayı diğer birçok sektöre göre yarattığı istihdam yüksek görünmektedir. Birçok sektör ile ilişkili olan turizm sektörüne bir bütün olarak bakıldığında etkilenme gücü yüksek bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektörün emek-yoğun özellikte olmasından dolayı turistik harcamalar istihdama doğrudan veya dolaylı katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla ülkelerin toplam istihdamını, turizm sektörünün yarattığı istihdam etkilemektedir. Aşağıdaki üç tür istihdam turizm sektörü sayesinde artış göstermektedir (Şit, 2016: 103):

- Ziyaretçilerin turistik işletmelerde yaptığı harcamalar sebebiyle oluşan arz içinde bulunan doğrudan istihdam türü, konaklama tesisleri, restoran gibi turizmde birincil unsurları meydana getiren işletmelerde çalışan personel sayısında artış oluşturabilir.

- Birincil unsurları oluşturan işletmelerdeki harcamalar neticesinde meydana gelmeyen fakat turistik arza dâhil olan ve diğer sektörlerde oluşan, doğrudan olmayan istihdam türü, turizm faaliyetlerinin artmasıyla ulaştırma ile eğlence sektöründe ve alışveriş merkezlerinde istihdam edilen çalışan sayısını artırabilir.

- Turizm faaliyetleri sonucu turistik tesislerden gelir elde eden bölge halkının kazandıklarını tekrar harcayarak elde edilen ek istihdam şekli, market, dükkân, sarraf vb. işyerlerinde oluşan istihdam artışı bu türe örnek verilebilir.

Tablo 2.8. Turizm Sektörünün Yarattığı/Oluşturduğu İş Alanları

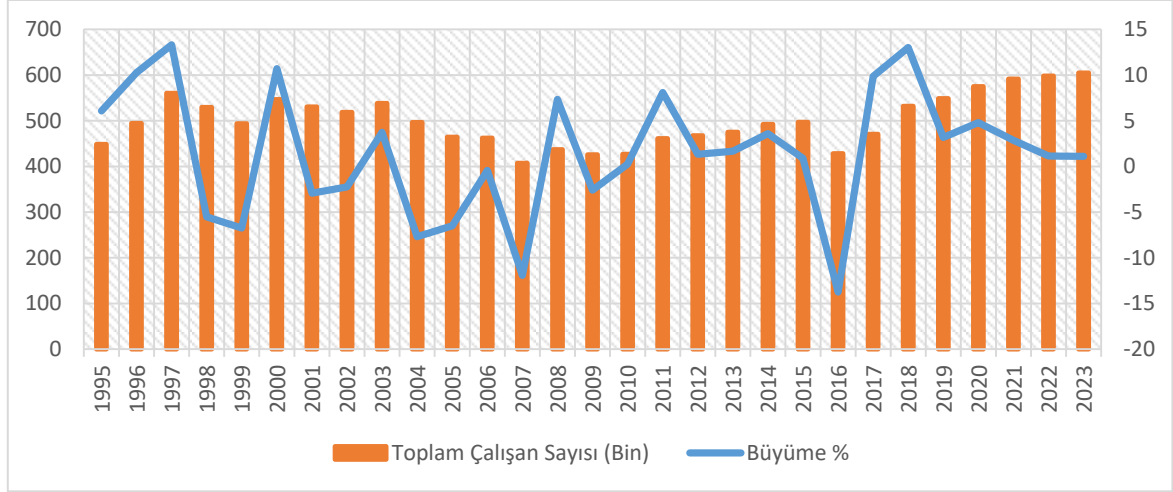
Misafirlerin Harcamada Buldukları Alanlar	Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar veya Yatırımlar	En Son Yarar Sağlayıcı Unsurlar
Konaklama Yiyecek İçecek Uluslararası Ulaşım Gezi ve Turlar Eğlence Hatıra ve Hediye Eşya Fotoğraf ve Bant Kişisel Bakım, ilaç ve kozmetik Giyim Diğer Harcamalar	Maaşlar ve Ücretler Bahşişler, İkramiyeler Yerel Vergiler, Gelir Vergiler Komisyonlar Yönetimsel ve Genel Harcamalar Yasal ve Mesleki Hizmetler Yiyecek İçecek vb. Satın Alımlar Malzeme ve Üretim Maddeleri Tamir Bakım, Onarım, Koruma Reklam, Tanıtım, yayım, iyileştirme Çalışmaları Toplu Hizmetler, Su, Gaz, Elektrik Çevre ve Ulaştırma Lisanslar, İzin belgeleri Sigorta primleri Gayrimenkul ve araç gereç kiralama Mobilya ve Demirbaş eşyalar Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri Gelir, kurumlar ve diğer vergiler Amortisman Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kâr payı ve iştirak hissesi olarak)	Muhasebeciler, gayrimenkul yapıcı ve satıcıları, medya yayın evleri, matbaalar Reklamcılar, sigorta şirketleri Nalburiye dükkânları, Mimarlar, avukatlar, bankalar Esnaf ve zanaatkarlar Otomobil acenteleri, danışmanlar Fırınlara, bakkallar Plaj yardımcıları, rehberler Kasaplar, yemekçiler, veznedarlar Kasiyerler, hayır kurumları, seyahat işletmeleri, finansmancılar, emlakçılar eczaneler baharatçılar Tezgâhtarlar, sekreterler Giyim mağazaları, konfeksiyoncular Kulüpler, barlar, diskolar Müteahhitler, ressamlar, yöneticiler Mandracılar, sütçüler araç gereç satıcıları Doktorlar, dişçiler, hissedarlar Büyük mağazalar, toptancılar Kuru temizlikçiler, sendikalar Elektrikçiler, mühendisler uzmanlar Çiftçiler ve balıkçılar, lokantalar Hamallar, taşıyıcılar, Oto tamir ve bakımçıları Bahçıvanlar, boyacılar Eşya dükkânları, ithalatçılar Yönetim, eğitim, sağlık

**Kaynak:** Mcintosh ve Gupta, 1980: 222-223

Turizm sektörünün oluşturduğu istihdam alanları Tablo 2.8.'de gösterilmektedir. Turizm sektörünün talep yoğunluğuna bağlı olarak değişen istihdam etkisi, turizmin geliştiği durumlarda artış göstermektedir. Aynı şekilde, mevsimsel özelliğe sahip turizm sektörünün faaliyetlerinin değiştiği yönde artış veya azalış göstermektedir. Turizm sektöründe çalışan sayısı, doğrudan veya dolaylı istihdam edilenlerin sayısına bakılarak tahmin edilmekte ancak net olarak istihdama katılan kişi sayısı bilinmemektedir. Ancak çalışma alanları olarak, turizm sektörünün yaratabileceği etkileri ve oluşturabileceği kapasiteler kapsamında bazı belirlemelerde ve çıkarımlarda bulunmak mümkündür.

Turizm sektörünün gelişmesi, her şeyden önce bir hizmet endüstrisi olarak, daha fazla istihdam sağlanması konusunda önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda turizm sektörünün ülke ekonomilerine sadece döviz getirisi olmamakta aynı

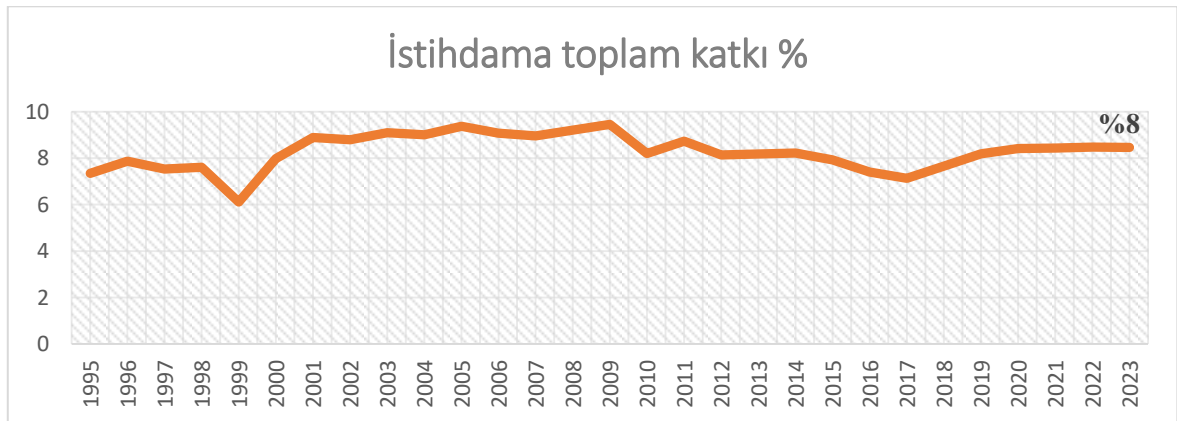
zamanda istihdam olanakları yaratmaktadır. Dolayısıyla ülkelerin kalkınmasında veya büyümesinde itici güç teşkil etmektedir. Özellikle bu husus, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde daha fazla ön plana çıkmaktadır. Bu konjunktürde, turizm sektörü ile istihdam ilişkisi ülke ekonomileri için önemini korumaktadır.



Grafik 2.4 Türkiye'de Turizm Sektöründe Çalışan Kişi Sayısı

**Kaynak:** WTTC verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye'de turizm sektöründe çalışan sayısı Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) verilerine göre 2019 yılında ortalama 549 bin olarak gerçekleşmiştir (Grafik 2.4). Grafikte görüldüğü üzere turizm sektörü küresel krizden ve Türkiye'de 2016 yılında gerçekleşmiş olan darbe girişimi sürecinde oldukça etkilenmiştir. Bu durum, turizm sektörünün kırılgan yapısı ile ilgilidir.



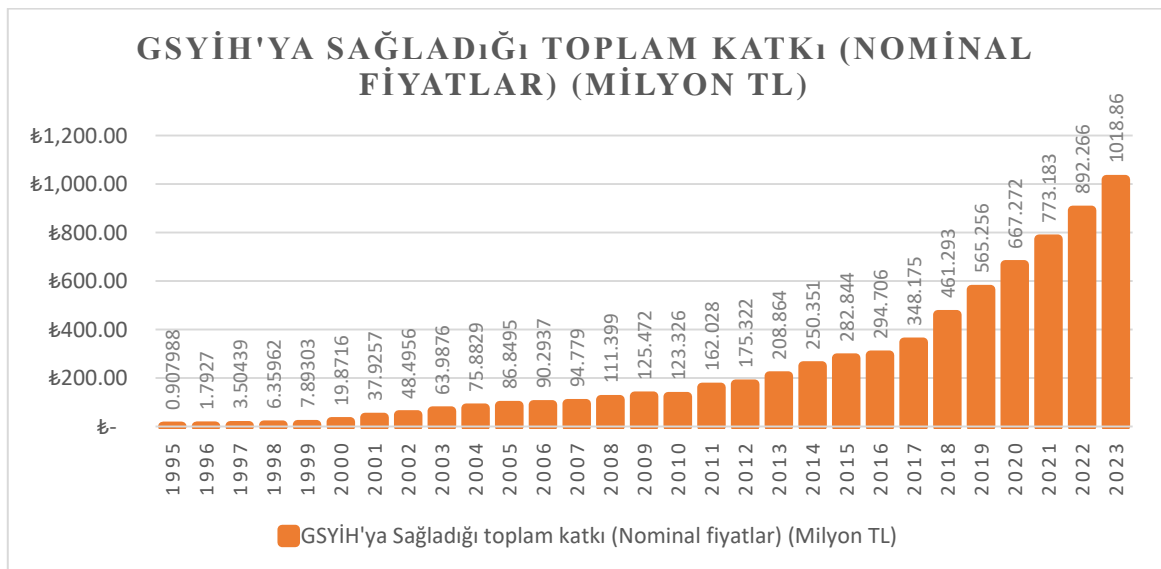
Grafik 2.5. Türkiye'de Turizm Sektörünün Toplam İstihdam İçerisindeki Payı

**Kaynak:** WTTC verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Turizm sektörünün, Türkiye’de toplam istihdam içerisindeki payı Grafik 2.4.’te gösterilmektedir. Grafikte görüldüğü üzere, Türkiye’de turizm sektörünün yarattığı istihdam olanakları, toplam istihdam içerisinde %8’lik bir orana sahiptir. Bu husus, Türkiye’de turizm sektörünün istihdama yaptığı önemli bir katkıyı vurgulamaktadır. Bu bağlam turizm sektörünün yarattığı istihdam olanaklar bakımından Türkiye ekonomisi için önemli bir rakama tekabül etmektedir. İlaveten bu veriler sunulurken, kayıt dışı istihdam verileri göz ardı edilerek hazırlanmıştır. Türkiye’de kayıt dışı istihdamın yüksek olması sebebiyle, bu rakamların daha üst seviyelerde gerçekleşmesi olağandır.

## 2.5. Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı

Turizm sektörünün ekonomilere en önemli katkılarından biri, gelir yaratma etkisi ve GSYİH’ye olan katkılarıdır. Turistlerin seyahat amacıyla ziyaret ettikleri turizm bölgelerinde gerçekleştirdiği harcamalar, söz konusu yerde geliri artırmakta ve yine söz konusu ülkenin GSYİH’ye katkısı olmaktadır. Turizm sektörünün, daha önce de bahsettiğimiz gibi, birçok sektör ile ilişkisi bulunduğundan, turizm gelirleri bu sektörler arasında dağılıma gösterebilmektedir. Bu hususta, gelir elde eden birçok sektörün yatırım ve harcamaları da artmakta ve bu bağlamda GSYİH’da artışlar meydana gelmektedir. Turizm sektörü ekonomilerde bir tür “çarpan etkisi” yaratmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012: 162). Türkiye’de ise turizm sektörünün GSYİH’ya olan katkıları Grafik 2.6.’da gösterilmektedir.



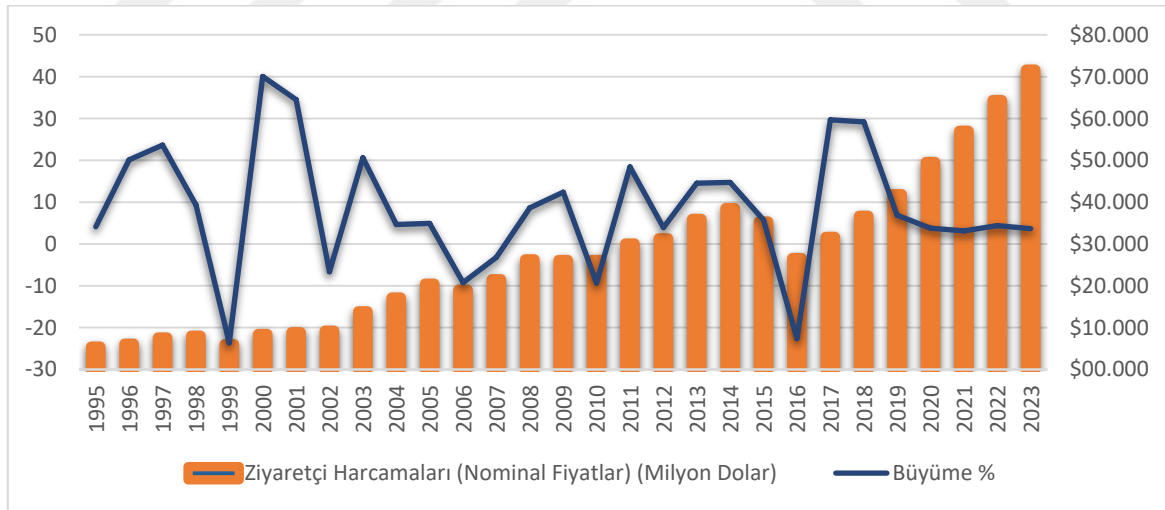
Grafik 2.6. Türkiye’de Turizm Sektörünün GSYİH’deki Yeri

**Kaynak:** WTTC verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Turizm gelirleri, uluslararası turizm sektörü söz konusu olduğunda, ülke ekonomilerine döviz girdisi sağlamaktadır. Bu durum ülkeler için görünmez bir ihracat kalemi teşkil etmekte ve böylece ödemeler dengesi hesabına doğrudan etkiler yaratmaktadır. Yabancı turistlerin yaptıkları harcamaların ülkeye getirmiş olduğu döviz girdisinin yanında ülke vatandaşlarının yabancı ülkelerde yaptığı harcamalar döviz çıkışına neden olmakta ve dolayısıyla ülkenin net turizm geliri ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de turizm sektörünün ihracat ve ithalat içerisindeki payı incelendiğinde (Ek-1), turizm gelirlerinin, turizm giderlerinden fazla olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye ekonomisi, tabloda gösterilen yıllar içerisinde turizm alanında döviz girdisi elde ettiği görülmektedir. Bu hususta turizm sektörünün Türkiye için önemli bir ekonomik gelir kalemi olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu sebeple, Türkiye’de turizm sektörünün ihracat ve ithalat içerisindeki payı önemli bir yere sahiptir.

Türkiye sahip olduğu zengin kültürü ve jeopolitik konumuyla birçok turistini çekebilmektedir. Bu hususta asıl önemlilik arz eden konu, gelen ziyaretçilerin gerçekleştirdikleri harcamalardır. Bu sebeple gelen yabancı ziyaretçilerin yapmış olduğu harcamalar ve 2023 tahminleri Grafik 2.6. gösterilmiştir.

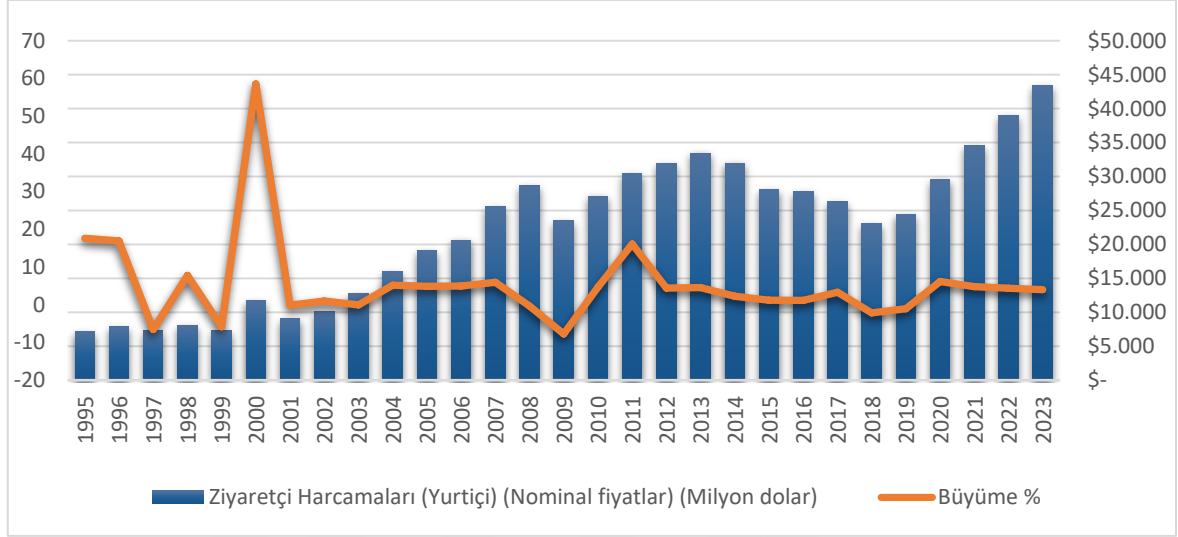


Grafik 2.7. Yıllara Göre Türkiye’de Gelen Ziyaretçi Harcamaları

**Kaynak:** WTTC verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye’yi ziyaret eden yabancıların yaptıkları harcamaların yanında, yurtdışındaki vatandaşların turizm faaliyetleri sırasında gerçekleştirdikleri harcamalar da önemli bir ekonomik faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki bu harcamalar, yurtdışında ekonomik

canlılığı arttırıcı nitelik taşımaktadır. Turizm sektöründe yurtiçi ziyaretçilerin gerçekleştirdikleri turizm faaliyetleri, turizm bölgelerinde hem kamu hem de özel sektörün talebini arttırıcı ve bu bağlamda gelir yaratıcı özelliğe sahiptir. Türkiye’de yurt içindeki ziyaretçilerin gerçekleştirdiği harcamalar ve 2023 tahminleri Grafik 2.8’de gösterilmiştir.



Grafik 2.8. Yıllara Göre Türkiye’de Yurtiçi Ziyaretçi Harcamaları

**Kaynak:** WTTC verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

Türkiye ekonomisi için önemli bir ekonomik gelir kalemi olan turizm sektörü, özellikle son yıllarda, dünyadaki gelişmelere paralel çerçevede hızlı artışlar göstermiştir. Turizm sektörü Türkiye’de; istihdam, dış ticaret açığı, ödemeler dengesi, enflasyon gibi ekonomik sorunlara iyileşmeler getirmektedir. Bu bağlamda Türkiye’nin yıllara göre turizm verileri gösterilmektedir.

Tablo 2.9. Yıllara Göre Turizm Gelir ve Giderleri

Yıllar	GELEN ZİYARETÇİ SAYISI	ÇIKAN ZİYARETÇİ SAYISI	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)	TURİZM GİDERİ (Milyon \$)
2003	16 463 623	16 302 053	13 854 866	850	4.4	2 425
2004	20 753 734	20 262 640	17 076 607	843	4.2	2 954
2005	25 045 142	24 124 501	20 322 111	842	4.1	3 395
2006	23 924 023	23 148 669	18 593 951	803	3.4	3 271
2007	27 239 630	27 214 988	20 942 500	770	3.1	4 043
2008	31 137 774	30 979 979	25 415 067	820	3.3	4 266
2009	31 759 816	32 006 149	25 064 482	783	3.9	5 090
2010	32 997 308	33 027 943	24 930 997	755	3.2	5 875
2011	36 769 039	36 151 328	28 115 692	778	3.4	5 531
2012	37 715 225	36 463 921	29 007 003	795	3.3	4 593
2013	39 860 771	39 226 226	32 308 991	824	3.4	5 254
2014	41 627 246	41 415 070	34 305 903	828	3.7	5 470
2015	41 114 069	41 617 530	31 464 777	756	3.7	5 698
2016	30 906 680	31 365 330	22 107 440	705	2.6	5 050
2017	37 969 824	38 620 346	26 283 656	681	3.1	5 137
2018	46 112 592	45 628 673	29 512 926	647	3.8	4 896

**Kaynak:** Kültür ve Turizm Bakanlığı verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

### 3. BÖLÜM

## 3. EKONOMİK BÜYÜMEYE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR VE TÜRKİYE’DE EKONOMİK BÜYÜME

### 3.1. Genel Anlamda Büyüme Kavramı

Ekonomik büyüme genellikle ekonominin çıktısındaki büyüme olarak kabul edilmektedir. Bu büyüme, elde edilen verilere bağlı olarak, toplam veya kişi başına veya işçi başına bazda çıktı cinsinden ölçülebilmektedir. Alternatif olarak, ekonomik büyüme bazen kişi başına tüketim veya kişisel refah olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer alternatif bakış açısı, bir ülkenin ekonomik büyümesine maruz kaldığı için ekonomik ve sosyal yapısında meydana gelen değişimlerdir.

Ekonomik büyüme, toplumların kişi başına tüketimini, diğer bir ifadeyle tüketim olanaklarını arttırmaktadır. Teknik olarak büyüme; kişi başına düşen kaynakları (sermaye) ve bu kaynakların kullanımının verimliliğinin artırılması sürecidir. Açık bir ekonomide, sermaye stokundaki artış, dünyanın geri kalanına oranla kârlılığınadır. Kaynak kullanımının verimliliği, mevcut ve gelişmiş teknoloji ile kaynakların tam olarak kullanılmasıyla elde edilmektedir. Dolayısıyla üretimdeki toplam kazanımlar, artan ortalama marjinal verimlilik ile ilişkilidir. Bu da gelirlerde artışa neden olmaktadır. Teknolojideki değişim ise sermaye birikimi ile yakından ilgilidir. Bu bağlamda büyüme; fiziksel ve beşerî sermaye birikimi ve teknik değişimden kaynaklanmaktadır (Mundlak, 1989: 6).

Ekonomistler, ekonominin maksimum sürdürülebilir ekonomik faaliyet seviyesini tanımlamak için “potansiyel çıktı” veya “potansiyel GSYİH” terimini kullanmaktadırlar. Potansiyel GSYİH’deki büyüme, potansiyel işgücündeki (işgücü piyasası güçlü olduğunda çalışmak isteyenlerin sayısı) büyüme ve potansiyel işgücü verimliliğindeki büyüme ile belirlenmektedir. Sırasıyla potansiyel işgücü, yeni nüfus artışı ve göç yoluyla büyürken, potansiyel işgücü verimliliği, maddi sermayeye (makineler, fabrikalar, ofisler ve mağazalar) ve Ar-Ge ve diğer maddi olmayan sermayeye yapılan yatırımlar yoluyla büyümektedir. Eğitim ve öğretim nedeniyle işgücü kalitesindeki iyileştirmeler, işletmelerin aynı miktarda emek ve sermaye ile daha fazla üretmelerine olanak sağlayan yönetsel verimlilik veya teknolojideki gelişmelerin yanı sıra verimliliği de artırabilmektedir (Merkez Bütçesi ve Politika Öncelikleri [CBPP], 2017: 3).



Ekonomide büyüme genellikle fiziksel sermayenin, beşerî sermayenin, işgücünün ve teknolojinin bir fonksiyonu olarak modellenmektedir. Ekonomik büyüme yaratmanın birkaç yolu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; ekonomideki fiziksel sermaye mallarındaki miktar artışlarıdır. Ekonomiye sermaye eklemek, emek verimliliğini artırma eğilimindedir. Daha yeni, daha iyi ve daha fazla araç, işçilerin zaman dilimi başına daha fazla çıktı üretebilecekleri anlamına gelmektedir. İkincisi; teknolojik gelişmelerdir. Geliştirilmiş teknoloji, işçilerin aynı sermaye malları stoku ile daha fazla çıktı üretmelerini sağlamakta ve bunları daha verimli olan yeni yollarla birleştirmektedir. Sermaye büyümesi gibi, teknik büyüme oranı da tasarruf ve yatırım oranına bağlıdır. Çünkü araştırma ve geliştirmeye katılmak için tasarruf ve yatırım gereklidir. Üçüncüsü; işgücünü büyütme. İşgücünün artırılması, yeni işçilerin temel geçimini sağlamak için tüketilmesi gereken çıktı miktarını da zorunlu olarak arttırmaktadır; bu nedenle, yeni işçilerin, bunu telafi edecek ve net tüketiciler olmayacak kadar üretken olmaları gerekmektedir. Aynı zamanda, sermayeye ilaveler gibi, doğru tip çalışanların, üretken potansiyellerini gerçekleştirmek için doğru türdeki tamamlayıcı sermaye mallarıyla birlikte doğru yerlerdeki doğru işlere akması önemlidir. Dördüncüsü ise insan sermayesinde artışlardır. Bu, işçilerin el sanatlarında daha fazla beceri sahibi olmaları, beceri eğitimi, deneme yanılma ya da sadece daha fazla uygulama yoluyla üretkenliklerini artırmaları anlamına gelmektedir (Antwi ve Agalega, 2013).

Büyüyen veya daha verimli bir ekonomi, daha fazla mal üretmekte ve öncekinden daha fazla hizmet sağlamaktadır. Ancak büyüme, yalnızca miktar ile değil, mal ve hizmetlerin değerinde ölçülmelidir. Ancak, bazı mal ve hizmetlerin diğerlerinden daha değerli olması veya bireylerin aynı mal ve hizmetlere aynı değeri vermemesi bazı ölçüm sorunlarına da neden olmaktadır. Değer öznel olduğundan, tüm bireyler için ölçüm yapmak zorlaşmaktadır.

Ekonomik büyüme, yön, sosyal gereklilik ve aynı zamanda devlet düzenlemeleri ile karakterizedir. Bilimsel kaynaklar, birçoğunun özünün tam bir yansıması olduğunu iddia eden farklı "ekonomik büyüme" kategorisi tanımları sunmaktadır. Bu bağlamda iki ana noktayı göstermek gerekmektedir: Birincisi; "ekonomik büyüme" ve "ekonomik gelişme" gibi kavramlar, ikincisi; bu kategorinin bir veya bir diğer temel karakteristiği olan bir kural olarak, farklı büyüme tanımlarında ayırt edilmesi gerekmektedir. Bu hususta ekonomik gelişme ve ekonomik büyüme birbiriyle uyumlu olmasına karşın aynı içeriğe sahip değildir (Tinbergen, 1980). Gelişimin önemli bir özelliği, nüfusun tüm gruplarının refahını arttırması

ve böylece finansal güvenliğinin artmasıdır. Ancak ekonomik büyüme, tüm nüfus gruplarının eşit finansal güvenliğinin iyileştirilmesi anlamına gelmemektedir (Poliduts ve Kapkaev, 2015: 62). Ek olarak iktisat literatüründe ekonomik büyüme ve ekonomik gelişme kavramları arasındaki fark, Amerikan ekonomisti Joseph Schumpeter tarafından da tanıtılmıştır (Schumpeter, 2001). Ancak iktisadi büyüme ile iktisadi gelişme arasındaki farkı en tutarlı şekilde ortaya koyan iktisatçı Alfred Amonn (1883-1962) olmuştur.

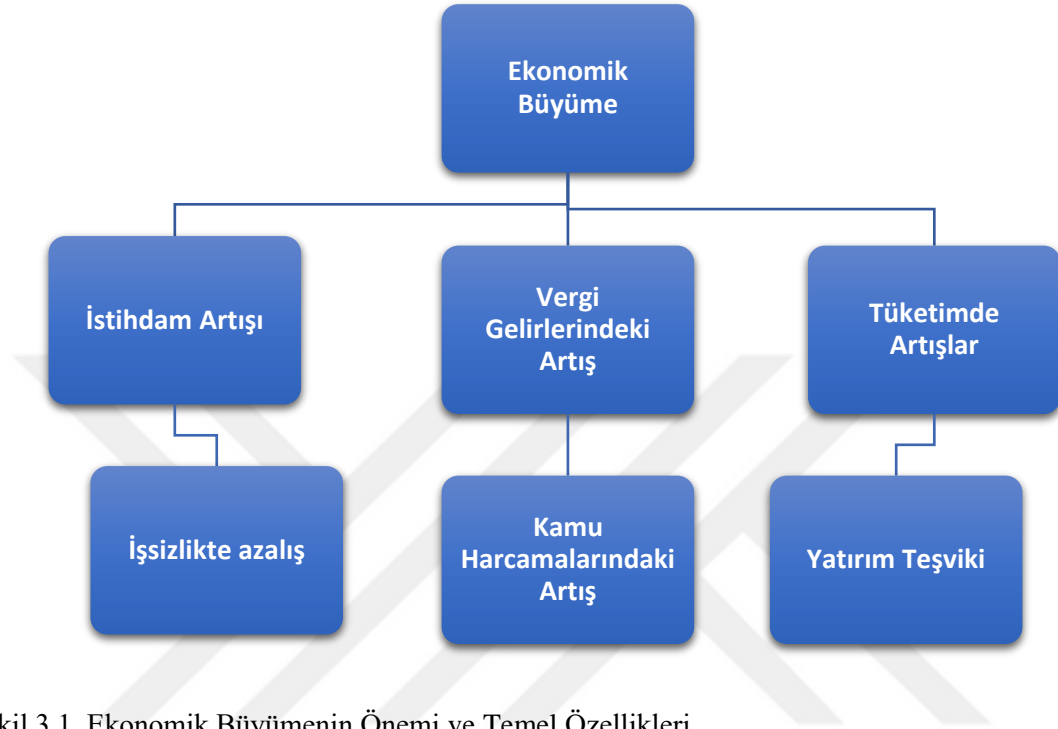
Özetle ekonomik büyüme, bir dönemden diğerine kıyasla, ekonomik mal ve hizmet üretiminde meydana gelen artışlar olarak ifade edilmektedir. Nominal veya gerçek (enflasyona göre düzeltilmiş) terimlerle ölçülebilmektedir. Geleneksel olarak, toplam ekonomik büyüme gayri safi milli hâsıla (GSMH) veya gayri safi yurtiçi hâsıla (GSYİH) cinsinden hesaplanmasına rağmen, alternatif ölçümler de kullanılmaktadır. Ekonomik büyümenin genel içeriği, aşağıda maddeler halinde sunulmaktadır:

- Ekonomik büyüme, bir ekonomide mal ve hizmet üretiminde bir artıştır.
- Sermaye mallarındaki, işgücü, teknoloji ve insan sermayesindeki artışlar, ekonomik büyümeye katkıda bulunabilir.
- Ekonomik büyüme, GSYİH gibi tahminler kullanılarak üretilen ek mal ve hizmetlerin toplu piyasa değerindeki artış ile ölçülür.

### **3.2. Ekonomik Büyümenin Özellikleri**

Ekonomik büyüme kavramının hem niceliksel hem de niteliksel özellikleri bulunmaktadır. Nicel özelliği; üretilen mal ve hizmetlerin miktarındaki değişiklikleri göstermekte ve bu değişikliklerin dinamiklerini yansıtmaktadır. Niteliksel özelliği; toplumun yeni büyüyen ihtiyaçlarını karşılamada ekonomik sistemin olanaklarına işaret etmektedir. Statik olmadığı, hareketli ve değişen bir süreç olması nedeniyle, belirli bir tarih için daima sayısal bir endekse sahip olmaktadır. Ekonomik büyüme, gayri safi yurtiçi hâsıla (GSYİH), gayri safi milli hâsıla (GSMH), milli gelir ve diğerleri gibi mutlak makroekonomik göstergelerin dinamikleri ile karakterize edilmektedir. Kantitatif açıdan karakterize eden göreceli ekonomik büyüme göstergeleri, kişi başına düşen GSYH'nin değeri, kişi başına düşen nüfusun tek kullanımlık geliri ve aynı zamanda kişi başına düşen tüketim, tasarruf ve yatırım göstergelerine de atfedilebilmektedir. Ek olarak ekonomik büyümenin kalitatif yönü, yaşam standartları ve yaşam kalitesi göstergeleri ile

belirlenmektedir. Yaşam kalitesi, emek ve eğlence faaliyetlerinin içeriği, emek düzeyi ve yaşam konforu, çevre, sosyal kurumların işleyişi gibi faktörler ile yansıtılmaktadır (Poliduts ve Kapkaev, 2015: 62-63). Bu bağlamda ekonomik büyümenin sahip olduğu bazı temel özellikler Şekil 3.1.'de gösterilmektedir.



Şekil 3.1. Ekonomik Büyümenin Önemi ve Temel Özellikleri

**Kaynak:** Sachs, 1996

### 3.3. Büyüme Teorileri

Ekonomik büyüme analizinin gerçekleştirilmesi ve konunun daha anlaşılabilir olması amacıyla büyüme teorilerine ilişkin açıklamalar alt başlıklar halinde incelenmiş ve gerekli açıklamalar sunulmuştur.

#### 3.3.1. Geleneksel Büyüme Teorileri

Klasik yaklaşımın karakteristik bir özelliği, üretimin emek, üretilen üretim araçları ve doğal kaynakları içerdiği görüşüdür. Bu bağlamda geleneksel büyüme teorileri içerisinde beş önemli isime yer verilmiştir. Bunlar; Adam Smith, David Ricardo, Karl Marx, Schumpeter ve Keynes'tir.

Adam Smith, iktisat biliminin babası olarak bilinen ve iktisadi büyüme konusunu analiz eden ilk iktisatçılardandır. 1776 yılında yazmış olduğu “Milletlerin Zenginliğinin Doğası ve Nedenleri Üzerine Bir Değerlendirme” adlı eseri bilimsel iktisat kitabı olarak çok önemli bir eser olarak kabul edilmektedir. Smith ekonomik büyümeyi açıklarken kullandığı en önemli faktörler, sermaye birikimi, iş bölümü ve uzmanlaşmadır. A. Smith, sermaye birikiminin emek verimliliği üzerindeki etkisine özel önem vermiş ve büyüme sürecini endojen olarak görmüştür. A. Smith’e göre, işbölümü ve uzmanlaşma sonucunda sürekli hasıla artışı sonucu kendi kendini besleyen büyüme, doğal kaynaklar ve iklimin sınırları ölçüsünde gerçekleşip, sınırsız bir olgu olmayıp tam zenginlik aşamasında durmaktadır (Eltis, 1984: 69).

David Ricardo’nun “Politik İktisadın ve Vergilendirmenin Prensipleri” adlı eserinde temel iktisadi düşünceleri ile birlikte, büyüme konusunda da görüşlerine yer vermiştir. Özellikle büyüme teorisinde, azalan verimler ve fonksiyonel gelir dağılımı, kâr, rant ve ücretler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda D. Ricardo, reel ücret oranının ve üretimin teknik koşullarının, sermaye birikimi sırasında nasıl etkilendiğine ilişkin çalışmalar gerçekleştirmiştir. Ortaya çıkan vizyon, Ricardo'nun olayların “doğal seyri” olarak adlandırdığı şeye yansıtılmaktadır. Ricardo, teknolojik ilerlemenin, sistemin performansı, büyümesi, istihdamı ve ücretler, kiralar ve kârlar arasında üründen paylaşılmasıyla ilgili farklı etkileri ile ilgili çeşitli biçimlerde olabileceğini vurgulayan ilk ekonomistlerden biridir (Kurz ve Salvadori, 1995).

K. Marx’a göre ekonominin endojen olarak belirlenmiş bir büyüme hızında büyümesi mümkündür. Bu oran, operasyon ölçeğini artırmak için üretken sisteme geri sürülen artı değer oranına bağlıdır. Marx, sermaye birikiminin “kapitalist üretim sürecinde içkin bir unsur” olduğunu vurgulamıştır. Kapitalist üretimin amacı ve zorlayıcı nedeni, “artı-değer kapmak ve bunun kapitalizasyonu, yani birikimini sağlamaktır. Marx; argümanını, biri üretim araçlarını üreten, diğeri tüketim araçlarını üreten iki bölümlü bir ekonomiye ilişkin sayısal örnekler bağlamında göstermiştir. Emtialar emek değerlerine göre değiş tokuş edilmekte ve artı-değer birikimi, artı-değerin üretildiği ve tahsis edildiği bölüm içerisinde gerçekleşmektedir (Swan, 1956).

Schumpeter’in büyüme teorisi; girişimciye ve ekonomik gelişme sürecinde getirdiği yeniliklere büyük önem vermektedir. Schumpeter'e göre, üretim süreci malzeme ve maddi olmayan üretici güçlerin bir kombinasyonu ile işaretlenmiştir. Maddi üretici güçler orijinal

Üretim faktörlerinden, yani arazi ve iŖilikten kaynaklanırken, maddi olmayan üretici gler kümesi “teknik gerçekler” ve “sosyal örgütlenme gerçekleri” tarafından Ŗartlandırılmaktadır. Schumpeter toprağı sabit olarak grmŖ ve dolayısıyla, büyüme bileŖeni yalnızca nüfustaki deđiŖikliklerin ve üretici mallardaki artıŖın etkilerini içermektedir. Schumpeter ayrıca, nüfustaki deđiŖimler ile mal ve hizmetlerin akıŖındaki deđiŖimler arasında iliŖki olmadığını savunmuŖtur. BaŖka bir deyiŖle Schumpeter, nüfus artıŖını dıŖsal bir faktör olarak grmŖtir (Lowe, 1954).

Keynes 1936 yılında “Para, Faiz ve İstihdamın Genel Teorisi” adlı eserinde klasik iktisatçıların savunduğu gibi piyasa mekanizmasının otomatik olarak tam istihdamı sağlama konusunda baŖarılı olamadıklarını ileri srmŖtir. Keynes, kısa dönemde arzı arttırmanın sorun olmadığı bir ortamda talebi belirleyen arz koŖulları değil, aslında talep koŖulları olduğunu ileri srmŖtir. Keynes’e göre, ekonomilerdeki gelir ve istihdamı belirleyen faktörler arzla ilgili faktörler olmayıp talep ile ilgili faktörler olmaktadır. Keynes’e göre ekonomilerin durgunluktan çıkabilmeleri için yapmaları gereken toplam talebin arttırılabilmesidir. Toplam talepteki artıŖ stokları eritecek, yatırımlar tekrar teŖvik edilecek ve artan yatırımlar ise büyümeyi hızlandırarak, eksik istihdamdan tam istihdama geiŖ süreci baŖlayacaktır. Bu hususlarda geniŖletici maliye politikalarının gerekliliğini ne srmŖtir (Thirlwall, 1987).

### **3.3.2. Modern Büyüme Teorisi**

İkinci Dünya SavaŖı'nın sona ermesinden itibaren ekonomik büyüme sorunlarına olan ilgi, ekonomistleri farklı tipteki büyüme modellerini formüle etmeye yneltmifitir. Bu bağlamda oluŖturulan modeller geliŖmiŖ ekonomilerin büyümesinin eŖitli yönlerine önem vermiŖ ve geniŖleyen bir ekonominin alternatif stilize profilini oluŖturmuŖlardır.

Modern büyüme teorisi adı altında incelenmiŖ olan Harrod-Domar'ın ekonomik büyüme modeli, büyümenin kilit belirleyicileri olarak tasarruf ve yatırımın önemini vurgulamaktadır. Temel olarak model, ekonominin büyüme hızının aŖađıdakilere bağlı olduğunu göstermektedir (Young, 1989).

- Ulusal tasarruf düzeyi (S)
- Sermaye yatırımının üretkenliği (bu sermaye-çıktı oranı olarak bilinir)

Harrod-Domar modeli, kısa vadede Keynesyen analizinin uzun vadeye

yansıtılmasının doğrudan sonucudur. Bu model, ekonomik büyümenin kritik faktörü olarak sermaye faktörünü temel almaktadır. Sermayeye olan talebin ayarlanması yoluyla istikrarlı bir büyüme olasılığı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Harrod ve Domar modelleri ayrıntılı olarak farklılık gösterse de her iki model, istikrarlı büyümeyi başarmanın ve sürdürmenin temel koşullarını vurgulamaktadır. Harrod ve Domar, büyüme sürecinde sermaye birikimi çok önemli bir rol üstlenmektedir. Aslen, sermaye birikiminin ikili rolünü vurgulamaktadırlar. Harrod-Domar modelinin ana varsayımları aşağıda maddeler halinde sunulmaktadır (Brown, 1980):

- Ülke, tam istihdam düzeyindedir
- Ekonominin işleyişinde devlet müdahalesi yoktur.
- Model, “kapalı ekonomi” varsayımına dayanmaktadır. Başka bir deyişle, ticarete devlet kısıtlamaları ve uluslararası ticaretin yol açtığı komplikasyonlar göz ardı edilmektedir.
- Değişkenlerin ayarlanması konusunda herhangi bir gecikme yoktur, yani tasarruf, yatırım, gelir, harcama gibi ekonomik değişkenler aynı zaman zarfında kendilerini tamamen ayarlamaktadırlar.
- Ortalama tasarruf eğilimi (APS) ve marjinal tasarruf eğilimi (MPS) birbirine eşittir.  $APS = MPS$  veya sembollerle yazılmış,  $S / Y = \Delta S / \Delta Y$  olarak ifade edilmektedir.
- Hem tasarruf eğilimi hem de sermaye katsayısı (sermaye-çıktı oranı) sabittir. Bu, sabit getiri yasasının, kişi-çıktı oranının sabitliği nedeniyle ekonomide işlediğini varsaymaktadır.
- Gelir, yatırım, tasarrufların tümü net olarak tanımlanmaktadır.
- Tasarruf ve yatırım, önceki dönemde olduğu gibi eşittir, yani tasarruf ve yatırım arasında muhasebe ve işlevsel eşitlik bulunmaktadır.

Gerçek büyüme hızı, ülkedeki gerçek tasarruf ve yatırım oranları ile belirlenen büyüme oranıdır. Diğer bir deyişle, söz konusu dönemde gelirdeki değişimin ( $\Delta Y$ ) toplam gelire ( $Y$ ) oranı olarak tanımlanabilir. Fiili büyüme oranı  $G$  ile gösterilirse;  $G = \Delta Y / Y$  olmaktadır.

Harrod-Domar modelinde, tasarruflar milli gelirin sabit bir payı olduğu için ortalama ve marjinal tasarruf eğilimleri eşittir.  $S=s(y)$ ;  $\Delta S/\Delta Y=S/Y$  ve modele göre büyümenin kaynağını tasarruflar, sermaye hasıla oranı ve yatırımlar oluşturmaktadır. 1947 yılında Domar'ın yayınladığı “Büyüme ve İstihdam” adlı makalesinde yatırım artışlarının ulusal geliri ve üretimi nasıl arttıracığı ile ilgili çalışmalar yapmıştır. Ayrıca bu büyüme modelinde, ex post yatırımlar yani dönem sonu yatırımlar ex post yani dönem başı yatırımlara eşittir. Bu eşitlik fonksiyonel olarak  $I_{\text{expost}}=S_{\text{exante}}=S*Y$  şeklinde ifade edilmektedir (Aksu, 2014: 367).

Harrod- Domar büyüme modeli, Keynes'in büyüme modeli gibi gelişmiş ülkeler için kurulmuş bir model olup ekonomiyi; işsizlik ve enflasyona neden olmadan yürütmeyi amaçlamaktadır. Gelişmekte olan ekonomiler için yeterli büyüme kavramı önem taşıdığı için Harrod-Domar bu kavram üzerinde hiç durmamıştır (Yılmaz 2005:41-43). Ek olarak, bu modele göre ekonomi; büyüme yolundan bir kez saparsa aynı seviyeye getirmek zorlaşmaktadır. Bu nedenle bu modelde büyümeyi sürdürülebilir olarak muhafaza etmek güçtür ve bıçak sırtı denge geçerlidir (Doğan, 2014:369).

### 3.3.3. Neo – Klasik Büyüme Teorisi

Neo-klasik büyüme modelinin yapısını tanımlayan üç temel varsayım vardır. Bunlar ölçeğe göre sabit gelirin oluşu, tam rekabetin varlığı ve dışsallıkların olmadığı yolundaki varsayımlardır. Büyüme teorisi analizlerinde geleneksel büyüme teorileri olarak A. Smith'in büyüme ile ilgili görüşleri ve ardından Neo-klasik büyüme modelleri de çok önemli teori ve modeller olmaktadır. Neo klasik büyüme modelinin öncülerinden olan Solow'un 1957 yılında yapmış olduğu çalışmasında 1909-1949 yılları arasında ABD'de gerçekleşen ekonomik büyümenin %87'sinin sermaye ve işgücü artışından kaynaklı olmayıp teknolojik yeniliklerden olduğu vurgulanmaktadır. Solow büyüme modelinin temelinde tasarruf, sermaye birikimi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkilerin analizi yatmaktadır. Solow modelinde Harrod-Domar modelinin aksine, piyasa ekonomilerinin istikrarlılığı benimsenirken, uzun dönemde ekonomilerin mutlaka kararlı ya da dengeli büyüme sürecini yaşayacakları tahmin edilmektedir. Kararlı ya da dengeli büyüme süreci ise, sermaye birikimi, nüfus artışı ve teknolojik değişiminin karşılıklı etkileşimi ortaya konularak açıklanmaktadır. Teknolojik gelişme büyüme oranını etkilerken, büyüme oranı teknolojik gelişmeyi etkilememektedir. Görüldüğü üzere, büyüme ile nüfus artışı ve teknolojik gelişme arasındaki ilişki tek yönlü nedensellik ilişkisidir. Bu nedenle nüfus artışı ve teknolojik

gelişme modelin dışsal değişkenleri olmaktadır. Solow modelinin temel varsayımları aşağıdaki maddeler halinde sunulmaktadır (Solow, 1956):

- Ekonomi potansiyel hasıla düzeyinde ve tam istihdam seviyesindedir.
- Modelde iki farklı karar birimi vardır, hanhalkları-tüketiciler ve firmalar-üreticiler. Hanhalkları tüketiciler emek (L) girdisini sağlarken, firmalar-üreticiler sermaye (K) girdisini sağlarlar.
- Modelde tek sektörlü bir ekonomi söz konusudur. Bu ekonomide tek bir mal üretilmekte ve tüketilmektedir. Bu mal ise ülkenin GSYİH'sini de meydana getirmektedir.
- Devlet müdahalesinin olmadığı dışa kapalı bir ekonomi mevcuttur.
- Modelde teknolojik gelişmeler dışsal olup tüm ülkeler teknolojik gelişmelerden eşit oranda ve hiçbir maliyete katlanmadan faydalanabilmektedirler. Bunun yanında başlangıçta teknolojik gelişmenin olmadığı varsayımı geçerlidir ( $\Delta A / A=0$ ).
- Modelde kullanılan üretim fonksiyonu ölçeğe göre sabit getiriye sahiptir.
- Azalan verimler yasası emek ve sermaye faktörleri için geçerlidir.
- Modelde piyasa koşullarında işgücü ve sermaye, birbiri yerine ikame edilebilir. Bu bağlamda işçi başına sermaye (K/L) artması ve azalması mümkündür.
- Modelde tasarruf ve yatırım yapanların aynı kişiler ya da gruplar olduğu varsayımı geçerlidir. Bu bağlamda tasarruflar aynı zamanda yatırımlar anlamına gelmektedir.
- Aynı nüfus artış hızı, aşınma oranı, tasarruf oranı ve teknolojik gelişme hızına sahip olan ülkelere az gelişmiş ülkelerin gelişmiş ülkelere göre daha hızlı büyüyeceğini vurgulayan “Yakınlaşma” (convergence) hipotezi geçerlidir.

Temel Solow üretim fonksiyonu aşağıdaki gibidir;

$$Y=F(K,L)=K^aL^{1-a}$$

Yukarıdaki denklemde; y hasılayı, K sermayeyi, L işgücünü ifade etmektedir. Bu temel fonksiyondan hareketle fonksiyon L katsayısına bölünürse işçi başı sermaye ve işçi başı çıktı elde edilmektedir.



$y=Y/L$  İşçi başına çıktı,  $k=K/L$  işçi başına sermaye bu eşitlikler ana fonksiyonda yerine yazılırsa  $y=k^a$  eşitliğine ulaşılmakta ve bu durum işçi başına sermaye arttıkça hasılanın da artacağını göstermektedir. Bu ilişkiye aynı zamanda sermayenin yoğunlaşması da denmektedir (Şen, 2007:34). Solow modelinde sermayeyi etkileyen faktörler; yeni yatırımlar, sermaye stoğunu artırma ve mevcut sermayenin aşınmasıdır. Ayrıca modelde işçi başı sermayede meydana gelen değişim, işçi başı tasarrufu artırırken sermayede meydana gelen aşınma ve nüfus büyümesi azaltmaktadır.

Teknoloji dahil edildiğinde Solow üretim fonksiyonu şu şekilde gerçekleşmektedir;

$$Y=AK^aL^{a-1}$$

Yukarıdaki denklemde; A teknoloji, L işgücünü ve K sermayeyi ifade etmektedir. Burada Solow teknolojiyi emeğin verimliliğini arttıran bir unsur olarak ele almaktadır (Doğru, 2004: 55).

Solow Büyüme modeli, diğer büyüme modellerine göre daha kurumsal olarak kabul edilse de teknolojinin dışsal olmadığı, içsel olarak ele alınması gerektiğini savunan içsel büyüme modellerinin, doğmasına neden olarak ekonomistler, tarafından daha yakından izlenmesine imkân tanımaktadır (Kibritçioğlu, 1998:9).

### 3.3.4. İçsel Büyüme Teorisi

İçsel büyüme teorileri ekonomik büyümenin ekonominin kendi iç unsurlarına bağlı olduğunu ve içsel faktörlerce belirlendiğini ileri sürmektedir. İçsel büyüme teorilerinde ekonomik büyümenin başlıca kaynaklarının şu unsurlar olduğu görülür: Bilgi, beşerî sermaye, yaparak öğrenme, yaratıcılık, tesadüfler, yenilik, araştırma ve geliştirme, teknolojik gelişme ve teknolojik altyapı, pozitif ölçek ekonomileri, dışsallıklar, işbölümü ve uzmanlaşmadır. Dolayısıyla büyüme modellerinin kökenleri Smith (1776), Marx (1867), Schumpeter (1926) ve Arrow (1962) gibi iktisatçılara kadar gitmektedir.

İçsel büyüme modellerinin temel varsayımlarını aşağıda sıralanmaktadır (Taban, 2010: 36):

- Artan getiri
- Dışsallık ve taşmalar

- Teknolojik gelişme, bilgi ve beşerî sermaye
- Sosyal altyapılar

İçsel büyüme teorisi, dışsal büyüme modellerinde yer verilmeyen devlete de yer vererek büyüme mekanizmasını açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle içsel büyüme modellerinde devlet, daha iyi eğitim ve sağlık hizmeti sunmayı, Ar-Ge ve teknolojiyi geliştirerek üretimi teşvik etmektedir. Bu sayede devlet, bir yandan da rekabetin önünü açarak büyüme sürecinde etkin bir rol almaktadır (Şahin, 2012: 34).

İçsel büyüme modelleri beşerî sermayenin önemini vurgulayarak geleneksel büyüme modellerine göre daha tutarlı modellemelerde bulunmaktadırlar. Sermayenin artan getiriye sahip olduğunu vurgulamaktalar ve ülkeler arası yakınsamanın olmayacağını savunmaktadırlar. Ayrıca içsel büyüme modelleri, sürdürülebilir büyüme için devlet müdahalesinin gerek olduğunu söylemektedirler. Başlıca ekonomik büyümeye farklı açılardan ele alan içsel büyüme modellerini aşağıda sıralanmaktadır.

- Ar-Ge Modeli (Romer)
- Beşerî Sermaye Modeli (Lucas)
- Kamu Politikası Modeli (Barro)
- Ak Modeli (Rebelo)

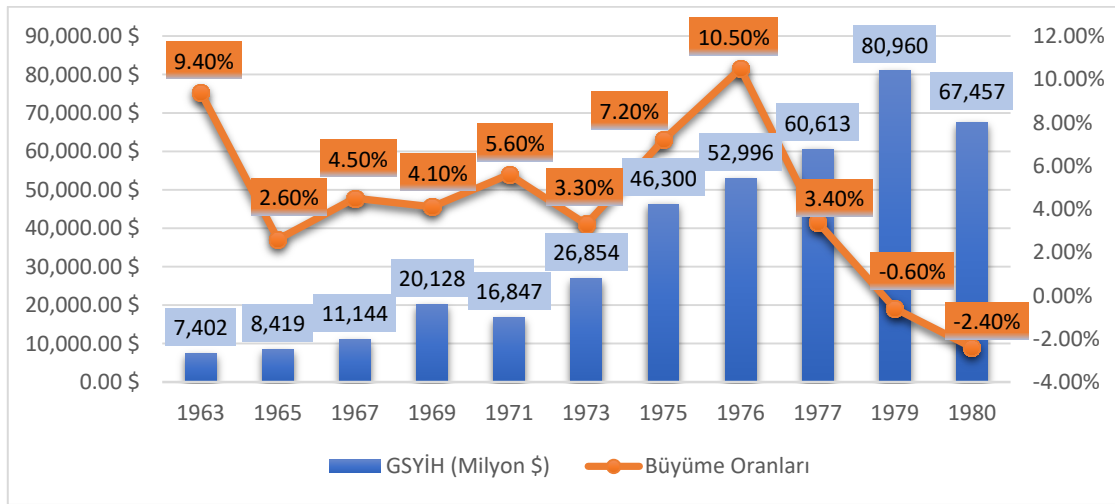
### **3.4. Türkiye’de Ekonomik Büyüme**

Mustafa Kemal Atatürk ve arkadaşları bu topraklar üzerinde yeni bir ideoloji ve ülküyle yola çıktığında, aslında bir anlamda ‘yokluklardan var olma mücadelesine’ girişmişlerdir (Altun, 2008: 10).

1923 yılında Türkiye Cumhuriyet’in kuruluşuyla birlikte, ulusal ekonomi 1960’lı yıllara kadar sanayileşme politikasını oluşturmaya çalışmıştır. Bu doğrultuda 1930’larda özel sektörün, yeterli sermaye birikimine ulaşamamış olması nedeniyle devlet üretici rolü üstlenmiş ve ekonomi içinde kendine düşen görevi üstelenmiştir. Dolayısıyla devlet hem tüketim mallarında hem özel sektörün sermayesinin yetmediği büyük ölçekli alanlarda yer alarak, piyasa da kaynak yönetici politikalara müdahale etmiştir. 1960’lı yıllardan itibaren, planlı ekonomi modeline geçilmiş ve bu planların en önemli araçları ise kalkınma planları

olmuştur. Bu kalkınma planlarının temel amacı, sermaye birikimi ve sanayileşme ile üretimin artırılarak ekonomik büyümenin sağlanmasıdır. Bu dönemde Türkiye ekonomisi ithal ikamesine dayalı büyüme stratejisi benimsemiştir (Ay ve Karaçor, 2006: 68-69).

Türkiye'nin 1950 yılı Menderes Hükümeti ile başlayan liberalleşme politikaları, darbe hükümetince değiştirilmiş ve ithal ikameci politikalara geçilmiştir. Ancak ithal ikameci programın döviz tıkanıklığı yaratması ve 1970'lerde patlak veren Petrol krizinin etkilerinin hissedilmeye başlanmasıyla birlikte 1970'li yılların sonuna gelindiğinde, dönemin Başbakanı Süleyman Demirel, yaşanan ekonomik bunalım ve döviz darboğazına atfen Türkiye'nin yetmiş sente muhtaç olduğunu dile getirmiştir. Türkiye'nin bu dönemini, dış borçlara bağımlı büyüyen ve sürekli açık veren dış dengenin borçlanmalarla kapatıldığı dönem olarak tarif etmek mümkündür. Türkiye'nin 1963 ile 1980 yılı arasındaki GSYİH ve büyüme verileri Grafik 3.1'de gösterilmektedir. Grafikte görüldüğü üzere, darbe sonrası planlı kalkınmanın esas alınmasının olumlu etkileri, 1960'lı yılların sonlarına doğru kendisini göstermiştir. Daha sonraki yıllarda uygulanan devalüasyon ile birlikte döviz girişindeki artış, GSYİH miktarının da yükselmesini sağlamıştır. Ancak iç ve dış aktörlerde meydana gelen olumsuz etkiler sebebiyle 1979 ve 1980 yıllarında negatif büyüme kaydedilmiştir (Demir, 2018: 58).



Grafik 3.1. 1963-1980 Yılları Arasında Türkiye'nin GSYİH ve Büyüme Verileri

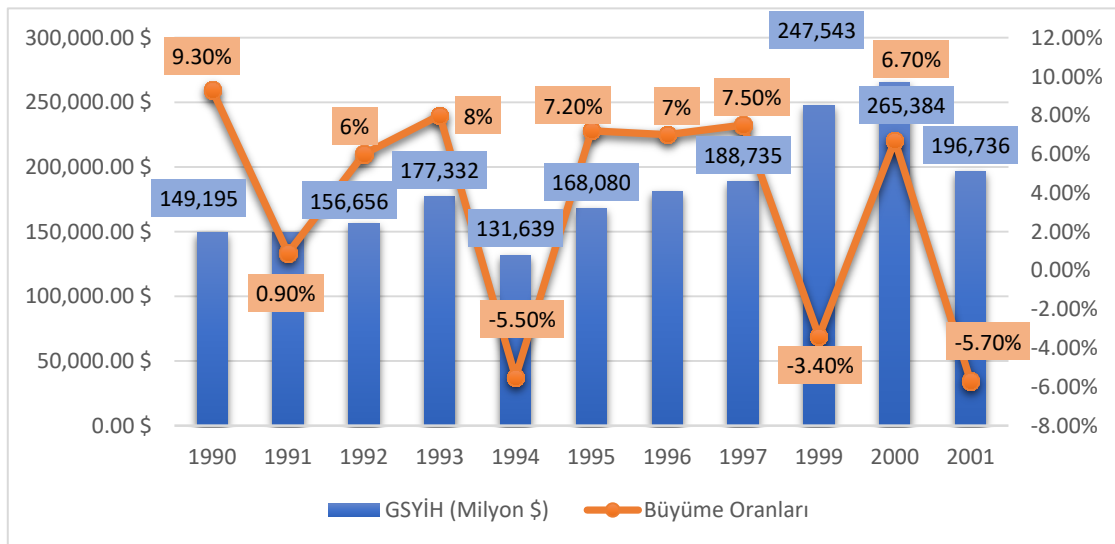
**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

1980 yılı öncesi döviz darboğazını aşmak ve mali istikrar sağlamak amacıyla alınan 24 Ocak kararlarının alınmasının hemen ardından Türkiye, siyasi olarak tarihinde, 1960 darbesi ve 1971 muhtırası ardında üçüncü bir askeri müdahale yaşamıştır. “Şartların

olgunlaşmasını bekledik” diyen Kenan Evren komutasındaki bu müdahale, üç yıl boyunca siyasi ve ekonomik kontrolleri sağlamaya çalışmıştır.

Türkiye ekonomisi dünya ekonomisi ile bütünleştirmek amacıyla öncelikle esnek kur politikasına geçmiştir. Ayrıca ihracata getirilen teşvikler, ihracat oranlarının artmasını sağlamıştır. Ancak 1988 kararları ile ihracatı teşvik etme aracı olarak vergi iadesi yerine, döviz kurunun hızla yükseltilmesine, bir başka ifadeyle reel döviz kurunun artırılmasına yönelik bir politikanın benimsenmesi sebebiyle ithalatta maliyetler yükselmiş ve bu duruma bağlı olarak dış ticaret açıkları artmıştır. Böylece ekonomik kalkınmada ithalata ve tüketime dayalı bir gelişme modeli, 1988 ve 1989 yılından itibaren kendini göstermeye başlamıştır (Eren, 2012: 209).

1990’lı yıllar hem iç hem de dış faktörlerdeki olumsuz gelişmeler; istikrarsızlık, popülist ve kısa dönemli politikalar, Özal’ın vefatı, 1994 krizi, terör faaliyetleri, seçim ekonomisi ve doğal afetler gibi sebepler, dış faktörlerdeki olumsuz gelişmeler; Körfez Savaşı, 1997 Asya ve 1998 Rusya krizleri gibi nedenler Türkiye ekonomisinin ekonomik performansı yavaşlatmış ve ekonomide daralmalar meydana gelmiştir (Ay ve Karaçor, 2006: 69). Grafik 3.2.’de Türkiye’nin 1990-2001 yılları arasındaki GSYH ve büyüme verileri gösterilmektedir. Grafikte gösterildiği üzere Özal’ın vefatına ve krize denk gelen 1994 yılında GSYİH miktarı düşüş göstermiş ancak diğer yıllarda artış devam etmiştir. 1999 yılındaki yaşanan İstanbul depreminin ekonomi üzerindeki maliyeti sebebiyle daralma meydana gelmiştir.

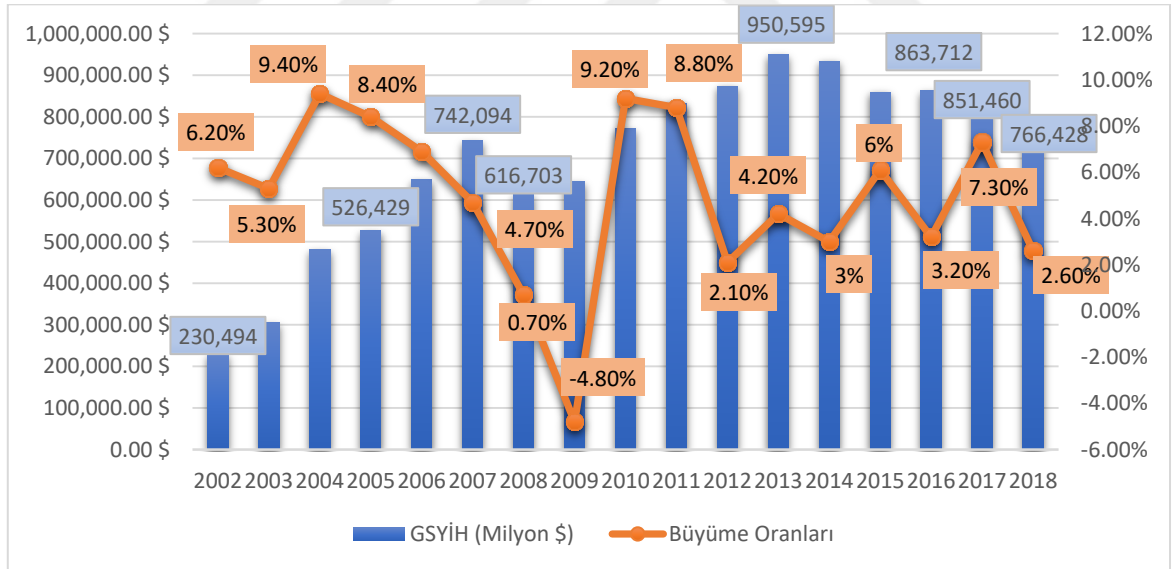


Grafik 3.2. 1990-2001 Yılları Arasında Türkiye'nin GSYİH ve Büyüme Verileri

**Kaynak:** TÜİK verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

2001 yılının ilk çeyreğinde meydana gelen Şubat Krizinin aşılması amacıyla Dünya Bankası'ndaki görevinden ayrılarak Türkiye'ye gelen ve ekonomiden sorumlu Devlet Bakanı olan Kemal Derviş, 14 Nisan 2001 tarihinde Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı'nı (GEGP) açıklamıştır. 2002-2007 döneminde küresel gelişmelerinde desteği ile büyüme oranlarında yakalanan başarılar, ihracatta ve üretimde yüksek oranlı artışlar ekonomide güven ve istikrarın artmasında katkı sağlamıştır. Bu dönemde enflasyon oranları tek hanelere düşmüş, mali disiplin göreceli de olsa sağlanmıştır. Küresel kriz öncesi Türkiye ekonomisi, küresel likidite bolluğu sayesinde finansman sorunu yaşamamıştır (Acar, 2013: 17). 2008 Küresel Kriz ile birlikte büyüme, ihracat ve işsizlikte bozulmalar meydana gelmiş ancak ABD, Japonya ve AB'den oluşan üç coğrafyada yaşanan büyük kuruluşların iflasları gibi Türkiye'de bu denli büyük iflaslar gerçekleşmemiştir.

Grafik 3.3.'te Türkiye'nin 2001 yılı sonrası GSYİH ve büyüme verileri gösterilmektedir. Grafikte de görüldüğü üzere, 2002-2007 yılları arasında büyüme oranlarında ve GSYİH miktarında başarılı artışlar kaydedilmiştir. Ancak Küresel krizin etkisi Türkiye'yi etkilemiş ve ekonomik daralma meydana gelmiştir.



Grafik 3.3. 2009-2018 Yılları Arasında Türkiye'nin GSYİH Verileri

**Kaynak:** Dünya Bankası verileri kullanılarak hazırlanmıştır.

2001 krizi sonrası uygulanan programlar aracılığı ile özellikle makroekonomik anlamda pozitif ivmeler sağlanmıştır. Ancak Türkiye'nin son beş yılı hem iç hem dış faktörlerde yaşanan gelişmelerden dolayı durağan bir ekonominin seyrettiği dönem

olmuştur. Komşu ülkelerdeki karışıklıkların savunma maliyetlerini arttırması ve bu bağlamda bir mülteci sorunu ortaya çıkması ekonomi üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmiştir. Aynı zamanda 2016 yılında bir darbe girişimi atlatan Türkiye, bu girişimin olumsuz sonuçlarını ekonomik anlamda hissetmiştir.



## 4. BÖLÜM

### 4. TURİZM SEKTÖRÜ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN AMPİRİK ANALİZİ

#### 4.1. Teorik Çerçeve

Turizm, dünyadaki en büyük endüstrilerden biri olmakla beraber, ülke ekonomilerinin önemli ve dinamik bir sektörü haline gelmiştir. Turizmin ulusal veya bölgesel ekonomi üzerindeki etkileri ile ilgili olarak mevcut literatür Pearce (1991) tarafından belirtilmiş olup, bu hususlar aşağıdaki gibi maddeler halinde sunulmuştur:

- Ödemeler dengesi: Birçok ülke için turizm genellikle döviz kazancının ana kaynağıdır.
- Bölgesel kalkınma: Turizm sık sık, belirli bir ülkenin iç sınırı boyunca ekonomik faaliyetler yaramaktadır.
- Ekonominin çeşitlendirilmesi: Çok yönlü doğası gereği turizm sağlam bir ekonomik gelişmeyi teşvik edebilmektedir.
- Gelir düzeyleri: Turizmin gelir düzeylerinde artışlar sağlamaktadır.
- Devlet geliri: Hükümet vergi tahsilatı nedeniyle gelir elde etse de inşaat ve inşaat faaliyetleri için de önemli harcamalar gerekebileceği kabul edilmektedir.
- İstihdam olanakları: Çoğu ülkede turizm, özellikle az eğitilmiş ve vasıfsız işgücü için önemli bir istihdam kaynağı olmaktadır.

Literatürde turizm ve büyüme ilişkisine dair en yaygın yaklaşım olarak içsel büyüme teorisi, turizm potansiyelini ve turizm sektörüne uygulanan yeni ticaret teorisini aydınlatmaktadır. Bu bağlamda ihracata dayalı büyüme hipotezi gibi, ekonomik büyüme ilişkisi teorisine dayanarak dört hipotez aşağıdaki gibi ifade edilebilmektedir (Bouzahzah ve El-Menşari, 2013; Oh, 2005):

- Turizm Liderliğindeki Büyüme (TLG) Hipotezi
- Ekonomik Tahrikli Turizm Büyüme Hipotezi (EDTG)

- Tarafsızlık Hipotezi (NoCausal-NC)
- İki Yönlü Hipotez (BiCausal-BC)

Turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki literatürde Keynesyen çarpan teorisinden de elde edilmektedir. Keynesyen yaklaşıma göre uluslararası turizm; gelir, istihdam vb. üzerinde olumlu bir etkiye sahip olan toplam talebin dışsal bir bileşeni olarak kabul edilebilmekte, dolayısıyla çarpan aracılığıyla ekonomik büyümeye yol açmaktadır (Albaladejo vd., 2014).

Sharpley'e (2002) göre turizm, uzun zamandır kırsal sosyo-ekonomik gelişme ve yenilenmenin etkili bir katalizörü olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda turizm, dünyadaki birçok ekonominin genişlemesine yardımcı olmuştur. Butler (1999), turizmin olumlu sosyal etkilerini daha iyi bir yaşam standardı, rekreasyon tesisleri ve iyileştirilmiş sosyal hizmet sağlayıcı olarak tanımlamıştır. Hosany ve Prayag (2011) turizmin iktisadi büyüme üzerinde olumlu etkilerinin yanında artan toprak maliyetleri, özellikle gençlerin ve yerel sakinlerinin kültürel mirasının kaybına bağlı olarak suç, fuhuş ve yer değiştirme düzeylerinde artışlar gibi olumsuz etkilerinin bulunduğunu belirtmişlerdir. Hazari ve Sgro (1995) küçük bir ekonomide, turizm için artan bir dünya talebinin ekonominin uzun vadede büyümesi üzerinde olumlu bir etkisi olacağını ifade etmişlerdir. Bu görüşe ek olarak, Brau vd. (2007), devlet ne kadar küçükse, turizmin ekonomi için kilit önemde olması durumunda büyümenin daha da hızlanacağını öne sürmüşlerdir. Robu ve Ballan'a göre (2009), büyüyen ulusal turizm sektörünün ulusal gelir ve istihdamı artırmaya katkıda bulunduğunu ve bunun da ödemeler dengesinin etkin bir şekilde artmasını sağlamaktadır. Bu şekilde, turizm büyümenin itici gücü olarak hareket etmekte ve yoksulluğun azaltılmasında önemli rol oynamaktadır.

Araştırmacılar, ekonomik ve sosyal öneme sahip bir faaliyet haline gelinceye kadar turizm kavramına ilişkin terminoloji ve tanımlara, incelemelere çok az önem verdiği görülmektedir. II. Dünya Savaşı sonrası kişisel seyahatlerde büyüme ve ülkeler ve destinasyonlardaki ekonomik refah ile göreceli önemini artırması, ilgili araştırmalarda buna paralel bir büyüme gerçekleşmiştir. Bu bağlamda turizm istatistiki ölçümleri ancak 1920'lerde başlamıştır.



## 4.2. Literatür Taraması

Turizm alanında yaşanan gelişmeler ve artan önemi ile birlikte ekonomik etkilerini ortaya koymak amacıyla birçok çalışma yapılmıştır. Turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi açıklamak ve önemini görmek amacıyla daha önceki ampirik çalışmalar ve sonuçları aşağıda sunulmaktadır.

Lanza ve Pigliaru (1999) farklı bir metodoloji kullanarak ülkenin turist uzmanlığını ve Lucas'ın iki sektörlü endojen büyüme modeline dayanan ekonomik büyümenin etkisini incelemiştir. Bulgularda, işgücünün büyüklüğüne göre uygun doğal kaynaklara ve donanımına sahip ülkelerin turizmde karşılaştırmalı bir avantaj geliştirebileceklerini ve imalat sektöründe uzmanlaşmış olanlardan daha hızlı büyüyecekleri sonucuna varılmıştır.

Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002), İspanya'nın uzun vadeli ekonomik büyümesinde turizmin rolünü araştırmış ve 1975-1997 yılları arasında üç aylık verileri kullanarak, eşbütünleşme ve nedensellik testleri uygulamışlardır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre İspanya'nın uzun vadeli ekonomik büyümesi uluslararası turizmin gelişmesine oldukça duyarlı olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda İspanya'daki turizm harcamalarının çarpan etkisi yaratarak ekonomik büyümeyi tetiklediği sonucuna varılmıştır.

Eugenio-Martin vd. (2004), 1985-1998 dönemine ilişkin panel verilerini kullanarak Latin Amerika ülkeleri için turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre turizm sektörünün düşük ve orta gelirli ülkelerde ekonomik büyüme için yeterli olduğunu, ancak gelişmiş ülkelerde yeterli olmadığını gösteren bazı bulgular elde edilmiştir. Ayrıca, araştırmadan elde edilen düşük gelirli ülkelerin altyapı ve eğitim seviyelerini iyileştirmeleri ve orta gelirli ülkelerin daha fazla turist alabilmek için kişi başına düşen sosyal geliri artırmaları gerektiği sonucuna varılmıştır.

Dritsakis (2004), turizmin Yunanistan'ın uzun vadeli ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini 1960-2000 yılları arasındaki veriler ile Johansen Eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemi dâhilinde analiz etmişlerdir. Bulgularda turizmin, ekonomik gelişmeyi ve ekonomik güdümlü turizm büyümesini desteklediği sonucuna ulaşılmıştır.

Gündüz ve Hatemi (2005), Türkiye'de 1963-2002 dönemine ait yıllık veriler ile Granger nedensellik yöntemi kullanarak yapmış oldukları çalışma sonucunda turizmin temelli büyüme hipotezinin deneyimsel olarak desteklendiğini gösteren sonuçlar elde

edilmiştir.

Oh (2005), Güney Kore’de turizm gelişimi ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ve uzun vadeli ilişkiyi Engle-Granger yaklaşımı ve iki değişkenli VAR modeli kullanarak analiz etmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlarda turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun süreli bir ilişki olmadığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca, Granger nedensellik testi sonuçlarına göre, yalnızca ekonomik büyümeden turizm gelişimine tek taraflı bir nedensellik olduğu görülmüştür.

Bahar (2006), VAR modelini kullanarak, Türkiye’de 1963 ile 2004 yılları arasında turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasında uzun vadeli bir ilişki olup olmadığını analiz etmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye’de turizmin, ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri tespit edilmiştir.

Brau vd. (2007), 1980-2003 dönemini kapsayan bir veri seti kullanarak büyüme, ülke büyüklüğü ve turizm uzmanlığı arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelemiş ve analiz sonuçlarına göre turizm ülkelerinin diğer tüm alt gruplardan önemli ölçüde daha hızlı büyüdüklerini tespit etmişlerdir. Ayrıca küçük devletlerin sadece turizm konusunda oldukça uzman olduklarında hızla büyüdüklerine ilişkin sonuca varmışlardır.

Fayissa vd. (2007), 42 Afrika ülkesi için 1995-2004 dönemine ilişkin panel yöntemi kullanarak yapmış oldukları çalışma sonucunda turizm gelirlerinin ekonomik büyüme ve gelişmeye göre mevcut milli gelir seviyesine katkıda bulunduğunu tespit etmişlerdir.

Kızılgöl ve Erbaykal (2008), Türkiye’de 1991-2006 dönemi için üç aylık verileri kullanarak, Toda-Yamamoto metodu çerçevesinde turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini araştırmışlardır. Bulgularda, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine tek taraflı bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir.

Cortés ve Jiménez (2008) hem yerel hem de uluslararası turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla 1990 ve 2004 yılları arasında Panel veri yöntemi ile İspanya ve İtalya ekonomisini incelemiştir. Panel veri analizi ile elde edilen bulgularda, turizmin her iki ülkede de ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Bahar ve Bozkurt (2010), gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki uzun vadeli olumlu bir ilişkinin varlığını dinamik panel veri analizi

yöntemi kullanarak analiz etmişlerdir. Bu çerçevede, Türkiye dâhil gelişmekte olan 21 ülke için 1998-2005 dönemine ait bir panel veri oluşturmuş ve iki aşamalı GMM-Sistem analizi uygulamışlardır. Yapılan analizler sonucunda gelişmekte olan ülkeler açısından turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ve turizm gelirlerindeki artışın %1' inin uzun vadeli ekonomik artışın %2,825'ine yol açtığını tespit etmişlerdir.

Akinboade ve Braimoh (2010), tarafından Güney Afrika ülkesi için turizm gelirlerinin GSYİH üzerindeki etkisi 1980 – 2005 yılları arasında test edilmiş ve elde edilen sonuçlarda kısa vadede ve uzun vadede turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında tek yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Narayan vd. (2010), 1988 ve 2004 yılları arasında dört Pasifik adanın (Fiji, Tonga, Solomon, Papua Yeni Gine-SAMOA) reel GSYİH ile reel turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi panel verilerini kullanarak test etmişlerdir. Elde ettikleri sonuçlarda; turizm gelirlerinde %1'lik bir artışın GSYİH'yi uzun vadede %0,72 ve kısa vadede %0,25 oranında arttırdığı görülmüştür.

Seetanah vd. (2011), Panel vektör otoregressif bir model kullanarak 1990-2006 dönemi için 40 Afrika ülkesi örneğine dayalı turizmin üretime dinamik ve endojen katkısını araştırmış ve sonuçlarda; özel yatırım, açıklık ve insanlık sermayesinin ana itici güçleri olmasına rağmen, turizmin büyük ölçüde Afrika'nın kalkınmasında etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Samimi vd. (2011), 1995-2009 döneminde gelişmekte olan ülkelerde turizm gelişimi ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ve uzun vadeli ilişkiyi P-VAR modelini kullanarak araştırmışlardır. Araştırmadan elde edilen bulgular, turizm gelişimi ile ekonomik büyüme arasında iki taraflı bir nedensellik olduğunu ve uzun vadeli pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Kum vd. (2015), Next-11 (N-11) ülkeleri için turizm faaliyeti ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bulgularda, turistik gelenler ile gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) arasında uzun vadeli bir ilişki olduğu ve turizm gelenlerin N-11 ülkelerindeki GSYİH büyümesi üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca ekonomik güdümlü turizm büyüme hipotezini doğrulayan ekonomik büyümeden turizme doğru tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir.

Bal vd. (2016), Türkiye’de turizm gelirleri ile uzun vadeli ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla 1972-2014 dönemini yıllık veriler kullanılarak ele alınmış ve Johansen eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Bulgularda, turizm gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesini olumlu yönde etkilediği ve turizm gelirlerinde %1’lik bir artışın %0.314 oranında ekonomik büyümeye yol açtığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca Granger nedensellik testi sonuçlarında da eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonucunda, turizmin Türkiye’nin ekonomik büyümesini doğrudan etkilediği görülmüştür.

Ding vd. (2016), ampirik olarak Solow'un (1956) bir uzantısı dahilinde turizm ile büyüme modeli geliştirmiş ve modelde 109 ülke üzerinde çalışmıştır. Bulgularda, tek başına turizme yapılan yatırımların ekonomik büyüme için yetersiz kaldığını ortaya koymuştur. Ancak, turizmin bir ekonominin uzun vadeli büyümesine katkısı, daha genel olarak standart gelir belirleyicilerine odaklanan daha geniş bir kalkınma stratejisinin ayrılmaz bir parçası olarak rolünü üstlendiğini belirtmiştir.

Govdeli ve Direkci (2017), 34 OECD ülkesi için 1997-2012 yılları arasında turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki uzun vadeli ilişkiyi panel eşbütünleşme testleri kullanarak analiz etmişlerdir. Bulgularda, turizm gelirlerinin artmasının uzun vadede ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Genel olarak, ilgili literatür, turizm sektörünün gelişmesinin ekonomik büyümeye olumlu katkı yaptığını göstermektedir. Ancak az sayıdaki çalışma sonuçlarında, turizm ve ekonomik büyüme arasında hiçbir pozitif bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, turizm gelirlerinin Türkiye’de ekonomiye ne oranda katkıda bulunduğunu ve turizmi önemli bir sektör olarak kabul eden benzer ülkelerin analiz edilmesinin çok önemli olduğu düşünülmektedir.

### **4.3. Veriler ve Yöntem**

Türkiye’de turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerinin araştırılması amacıyla 2003-2018 döneminde çeyreklik gözlemlerden oluşan veriler kullanılmıştır. Bu çalışmada benimsenen metodoloji Vektör Otoregresif (VAR) analizidir. Söz konusu veriler VAR tekniği yardımıyla analiz edilmiştir.

VAR yönteminde, güçlü önsel kısıtlamalar olmaksızın içsel değişkenler arasındaki

dinamik ilişkiler tahmin edilmektedir. Dolayısıyla, bu yaklaşımda hangi değişkenin içsel değişken, hangi değişkenin dışsal değişken olması zorunluluğunun gerekmediği ve modellerin kurulmasında sıkı ekonomik kurama bağlı kalınmaması uygulayıcılar açısından büyük bir kolaylık olarak dile getirilmektedir. Dolayısıyla çalışmanın daha iyi anlaşılabilmesi ve daha tutarlı sonuçların elde edilebilmesi amacıyla VAR analizi kullanılmıştır. Analizde kullanılan değişkenlerin niteliği göz önüne alındığında VAR analizinin gerekliliği anlaşılmaktadır.

VAR modeli, değişkenler arasındaki dinamik ilişkileri inceleyen, uygulamalı ekonometride oldukça kullanılan ve standart çözümlene araçları olarak sıklıkla tercih edilen model olarak karşımıza çıkmaktadır. Sims (1980) tarafından geliştirilen vektör otoregresyon (VAR) modeli, kendi gecikme değerlerine dayanan değişkenler ile diğer tüm değişkenlerdeki gecikme değerleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymak için tasarlanmıştır. VAR modeli teorik olmayan bir yöntem olmakla birlikte değişkenler arasında iç-dış ayrımı yapılmamaktadır. Bu sebeple, eşzamanlı denklem sistemine alternatif olarak geliştirilmiştir (Guris vd., 2016: 61). Diğer bir ifadeyle eşanlı denklem sistemlerinin içerdiği karmaşık tablonun çözümüne yönelik olarak geliştirilen VAR ile söz konusu sorun çözümlenmektedir (Keating, 1990: 453-454).

Değişkenler arasındaki ilişkileri belirtilen yöntem ile gerçekleştirebilmek için aşağıdaki sıralamayı takip ederek analiz yapılmalıdır (Mucuk ve Alptekin, 2008: 162):

- Modele dâhil edilen bütün değişkenlere ilişkin durağanlığın, birim kök testleri ile analiz edilmesi,
- Optimal gecikme uzunluğunun bilgi kriterleri kullanılarak tespiti,
- Değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkilerinin koentegrasyon ve Granger nedensellik testleri ile belirlenmesi,
- VAR modelinin tahmin edilerek, yapısal testlerin gerçekleştirilmesi,
- Etki-tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırmaları ile değişkenler arasındaki ilişkinin değerlendirilmesidir.

VAR modelinin çerçeve çalışmasında modellemede ilk aşama, birim kök testi olarak da bilinen sabit testtir. Birim kök testi yapıldıktan sonra verilerin seviyelerinde durağan

olduğu tespit edilirse, sınırsız bir VAR'ın modellenmesi ile doğrudan tahmin yapılabilmektedir. Ters durumda, değişkenleri sabit hale getirmek için ilk fark alınmakta ve ardından sınırsız bir VAR modeli sürdürülmektedir. Bu ilk fark da VAR olarak adlandırılır. Her iki durumda da modeller en küçük karelerin prensipleri kullanılarak tahmin edilen denklemlerdir (Adeniran vd. ,2016: 709). Özetle, ilk olarak serilerin durağanlıkları Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve Phillips – Perron (PP) testleri yardımıyla analiz edilmektedir.  $Y_t$  serilerinin birim kök olma özelliğini test etmek için aşağıdaki regresyon denklemi kullanılmaktadır (Günaydın, 2004: 172-173):

$$\Delta Y_t = a_0 + a_1 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^N \Psi \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

Yukarıda gösterilmekte olan denklemde  $\Delta$  birinci farkını,  $t$  bir zaman trendini,  $\varepsilon_t$  hata terimini,  $Y_t$  kullanılan serileri ve  $N$  ise hata terimleri arasındaki ardışık bağımlılığı gidermek için Akaike Bilgi Kriteri (AIC) tarafından belirlenen bağımlı değişkenin gecikme sayısını ifade etmektedir. Bu şekildeki birim kök testleri, ADF testleri olarak belirtilmektedir. Serilerin durağan olması alternatif hipotezi, serilerin durağan olmaması ise boş hipotezi ifade etmektedir.

VAR yönteminde katsayıları oldukları hali ile yorumlamak zor bir durumdur. Bu nedenle analiz etki tepki fonksiyonları ve varyans ayrıştırması yardımıyla gerçekleştirilmektedir (Demir, 2018: 78)

Varyans ayrıştırması, bir değişkende ortaya çıkan gelişmeleri modelde kullanılan hangi değişken tarafından daha çok açıklandığını göstermektedir. Etki-tepki analizi ise bir değişkende meydana gelecek rastgele bir şokun sistemdeki diğer değişkenler üzerindeki etkisini analiz etmekte ve bu bakımdan ekonomik politikalara yön vermede önemli bir işlevsellik taşımaktadır. Hareketli ortalama vektörünün gösterimi, VAR sisteminin içerdiği değişkenler üzerindeki etkilerinin zaman yolu içerisinde çizilmesine olanak tanımaktadır. Etki- tepki fonksiyonu iki değişkenli VAR matris formunda şu şekilde açıklanmaktadır:

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

Hareketli ortalama sunumu  $\{\varepsilon_{yt}\}, \{\varepsilon_{zt}\}$  serileri açısından,

$$\begin{bmatrix} y_t \\ z_t \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} y \\ z \end{bmatrix} + \sum_{i=0}^{\infty} \begin{pmatrix} \Phi_{11(i)} & \Phi_{12(i)} \\ \Phi_{21(i)} & \Phi_{22(i)} \end{pmatrix} \begin{bmatrix} \varepsilon_{yt-1} \\ \varepsilon_{zt-1} \end{bmatrix} \quad (1,3)$$

Özet formda ise şu şekilde ifade etmek mümkündür:

$$x_t = \mu + \sum_{i=0}^{\infty} \Phi_i \varepsilon_{t-i} \quad (1,4)$$

Bu hareketli ortalama sunumu özellikle  $y_t$  ve  $z_t$  serileri arasındaki karşılıklı etkileşimi incelemek için yararlı bir araç niteliğindedir.  $\phi$ 'nin katsayıları  $\varepsilon_{yt}$  ve  $\varepsilon_{zt}$  şokları  $y_t$  ve  $z_t$  serilerinin tüm zaman yolu üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır. Bu dört terim  $\phi_{jk}(0)$  etkili çarpanlarıdır. Dört terimden oluşan bu katsayılar kümesi  $\phi_{11}(i)$ ,  $\phi_{12}(i)$ ,  $\phi_{21}(i)$ ,  $\phi_{22}(i)$  etki – tepki fonksiyonları olarak ifade edilmektedir. Etki – tepki fonksiyonları grafiksel olarak  $y_t$  ve  $z_t$  serilerinin değişik şoklar karşısındaki tepkileri şeklinde gösterilmektedir (Barışık ve Kesikoğlu, 2006: 70).

Çalışmada, 2003 ile 2018 yıllarını kapsayan, 3'er aylık veriler kullanılarak analiz yapılmıştır. Analizde Turizm geliri, GSYİH, Reel Efektif Döviz Kuru, Ortalama Harcama (Turist) değişkenleri kullanılmış olup, bu değişkenlerin açıklayıcı sembolleri Tablo 4.1.'de sunulmuştur. Veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden alınmış olup (2019), ilaveten modelde bir adet kukla değişken kullanılmıştır. Kukla değişken, 2008 yılında gerçekleşen Küresel Krizin Türkiye ekonomisine olan etkilerini temsil etmektedir.

Tablo 4.1. Analizde Kullanılan Değişkenler

<b>GSYH</b>	<b>Gayri Safi Yurt İçi Hasıla-Gelir Yöntemi ile (Bin dolar)</b>
<b>TG</b>	<b>Turizm Gelirleri (Bin dolar)</b>
<b>RER</b>	<b>Reel Efektif Döviz Kuru</b>
<b>OH</b>	<b>Turist Başına Ortalama Harcama</b>

#### 4.4. Ampirik Bulgular ve Model Doğrulama Testleri

VAR analizi tekniği ile tahmin edilen modelde elde edilen ampirik bulgular, doğrulama testleri, varyans ayrıştırması ve etki-tepki fonksiyon analizi bulguları alt başlıklar halinde sunulmuştur.

##### 4.4.1. ADF Birim Kök Testi

VAR modelinde, serilerin durağanlığı koşul olarak arandığı için, birim kök testi araştırılmıştır. Durağanlığını test ettiğimiz serilerin sonuçları Tablo 4.2.'de gösterilmektedir. Tabloda da takip edileceği gibi elde edilen bulgularda, seriler düzey değerinde birim kök içermekte, bir diğer ifadeyle durağan gözükmemektedir. Bu nedenle serileri durağan hale

getirebilmek için birinci farkları alınmış ve serilerin birinci farklarının alınması sonrasında durağan hale geldiği gözlemlenmiştir.

Tablo 4.2. ADF Birim Kök Sonuçları

<i>Değişkenler</i>	<i>ADF Test İstatistiği</i>	<i>Kritik Değerler</i>		
		% 1	% 5	% 10
<i>LGSYH</i>	-3.240566 [12] (0.0226)	- 3.548208	- 2.912631	- 2.594027
$\Delta$ <i>LGSYH</i>	-3.534180 [12] (0.0104)	- 3.548208	- 2.912631	- 2.594027
<i>LTG</i>	-2.060784 [12] (0.2610)	- 3.546099	- 2.911730	- 2.593551
$\Delta$ <i>LTG</i>	-3.274623 (0.0206)	- 3.546099	- 2.911730	- 2.593551
<i>LRER</i>	-1.644610 [12] (0.4541)	- 3.538362	- 2.908420	- 2.591799
$\Delta$ <i>LRER</i>	-8.851230 [12] (0.0000)	- 3.540198	- 2.909206	- 2.592215
<i>LOH</i>	-0.237035 [12] (0.9272)	- 3.546099	- 2.911730	- 2.593551
$\Delta$ <i>LOH</i>	-4.673509 [12] (0.0003)	- 3.546099	- 2.911730	- 2.593551

**Not:**  $\Delta$  sembolü değişkenlerin ikinci farkını göstermektedir. Köşeli parantez Schwartz Kriterine göre belirlenmiş gecikme uzunluğu, normal parantez içinde ise olasılık değerleri yer almaktadır.

#### 4.4.2. Granger Nedensellik Analizi

VAR modelinde ilk olarak değişkenlerin hangi sırayla yer alacağı belirtilir. Çalışmada kullanılan VAR modelinde değişkenlerin hangi sırada yer alacağı Granger nedensellik analizi ile belirlenebileceği gibi, iktisadi kuramlar temel alınarak da sürdürülebilir. İki değişken arasındaki nedensellik yönünü test etmede geleneksel uygulama standart Granger çerçevesini kullanmak olmuştur.

Granger nedensellik testlerinin temel konsepti gelecekteki değerlerin geçmiş veya şimdiki değerleri tahmin edememesidir. Eğer turizm gelirlerinin geçmiş değerleri GSYİH'nin açıklanmasına önemli katkı sağlıyorsa, turizm gelirlerinden GSYH'ye doğru bir nedensellik olmak durumundadır. Tablo 4.3.'de Granger Nedensellik sonuçları gösterilmektedir.



Tablo 4.3. Granger Nedensellik Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: GSYH				
Dışlanan	Ki -kare	df	Olasılık	
<b>DLTG</b>	26.00254	<b>3</b>	<b>0.0000</b>	
<b>DLRER</b>	6.624625	3	0.0849	
<b>DLOH</b>	9.785318	3	0.0205	
<b>K</b>	20.23214	3	<b>0.0002</b>	
<b>All</b>	105.6642	12	0.0000	

Granger nedensellik testi, bu çalışmada, turizm sektörünün ekonomik büyümeyi teşvik edip etmediğini veya turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasında geri bildirim etkileri olup olmadığını test etmek için 2003'den 2018 yılına kadar olan veriler ile donatılmıştır. Tabloda da görüldüğü üzere, turizm gelirlerinden GSYH'ye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir.

#### 4.4.3. Model Doğrulama Testleri

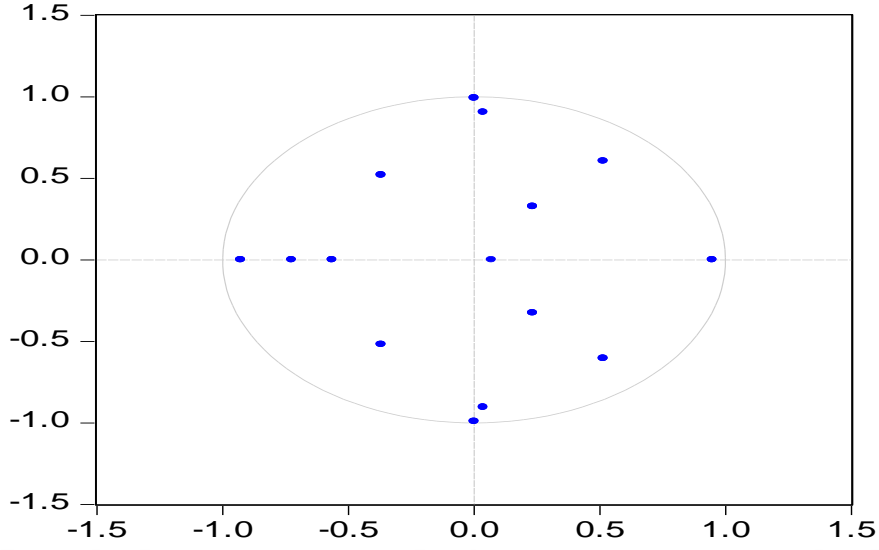
VAR modeli için optimal gecikme uzunluğunun farklı kriterler çerçevesinde belirlenmesi gerekmektedir. Tablo 4.4.'te tahmin edilen VAR modeli doğrulama testleri sonuçları gösterilmiş olup, uygun gecikme uzunluğu; Final Prediction Error (FPE) ve Akaike Info Criterion (AIC) bilgi kriterleri için dört; Hannan Quinn Criterion (HQ) ve Schwarz Info Criterion (SC) bilgi kriterleri için üç olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.4. Tahmin Edilen Var Modelinde Uygun Gecikme Uzunluğu

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
<b>0</b>	91.60191	NA	3.47e-08	2.986273	2.808648	2.917084
<b>1</b>	224.7972	238.8329	8.36e-10	6.717144	5.651398	6.302014
<b>2</b>	329.9234	170.3771	5.38e-11	9.480119	7.526251	8.719048
<b>3</b>	392.5683	90.72700	1.54e-11	10.77822	7.936226*	9.671204*
<b>4</b>	424.3244	40.51641*	1.35e-11*	11.01119*	7.281073	9.558232
<b>5</b>	444.5328	22.29896	1.89e-11	10.84596	6.227725	9.047064

Dördüncü gecikme uzunluğunda anlamlı sonuçlar vermediğinden, analiz üçüncü gecikme uzunluğunda test edilerek sürdürülmüştür. Bu gecikme uzunluğundaki model doğrulama testleri aşağıda sunulmuştur.

### Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



Şekil 4.1. VAR Modelinin Karakteristik Ters Kökleri

Şekil 4.1’de, belirlenen uygun gecikme uzunluğunda istikrar koşulu test edilmiş ve üç gecikmeli modelin karakteristik ters kökleri gösterilmiştir. Şekilde görüldüğü üzere, ters köklerin tümü birim çember içinde veya üzerinde yer almaktadır. Ters köklerin çember dışında yer almaması, kurulan VAR modelinin durağan olduğunu ve buna bağlı olarak modelin istikrar koşulunu sağladığı göstermektedir. Böyle durağan bir sürece sahip olan VAR modelinin etki-tepki fonksiyonları, standart hata ve benzeri sonuçları geçerlilik kazanmaktadır.

Tablo 4.5. Değişen Varyans Sonuçları

Joint- Test Ki-Kare	df	Prob.
392.5369	405	0.6624

Üç gecikme uzunluğunda değişen varyans sorunu olup olmadığı White testi ile analiz edilmiş ve Joint Probability değerinin Tablo 4.5.’de görüldüğü üzere 0.05’ten büyük olduğu görülmüştür. Bu duruma göre değişen varyans sorunu olmadığı tespit edilmiş ve analiz sürdürülmüştür.

Tablo 4.6. Otokolerasyon Sorunu İncelemesi/ LM İstatistiği Testi

<i>Gecikme</i>	<i>LM İstatistiği</i>	<i>Prob.</i>
1	36.65307	0.0623
2	33.55900	0.1177
3	30.29579	0.2134
4	32.97146	0.1318
5	21.49081	0.6649
6	21.74887	0.6502
7	29.11900	0.2590
8	26.81466	0.3652
9	29.99894	0.2243
10	28.61759	0.2802
11	16.19559	0.9089
12	30.05010	0.2224

Üç gecikme uzunluğunda otokolerasyon sorunu olup olmadığı analiz edilmiş ve Tablo 4.6.'te analiz sonuçları gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, LM olasılık değerlerinin tümü 0.05'ten büyüktür. Bu nedenle otokolerasyon sorununun olmadığına karar verilmiştir. Sonuç olarak üç gecikmeli VAR modeli ile elde edilen doğrulama testleri sonuçlarının etkin ve tutarlı olduğu görülmektedir.

#### 4.4.4. Varyans Ayrıştırması

Varyans ayrıştırması sonuçları Tablo 4.7'de sunulmuştur. GSYİH birinci periyotta %100 olarak kendinden kaynaklanmaktadır. Onuncu dönemde ise GSYİH'deki değişmelerin %5,95'i yani yaklaşık %6'sı, turizm gelirleri tarafından açıklanmakta ve bu durum diğer dönemlerde artış göstermektedir. Ayrıca, döviz kuru ve kukla değişkenlerinin GSYİH üzerindeki etkileri, bu ayrıştırmada ortaya çıkmaktadır. Onuncu dönemde GSYİH'deki değişmelerin %21 döviz kuru tarafından ve %15'i ise kukla değişken tarafından açıklanmaktadır. Sonuçlardan da anlaşılacağı üzere, döviz kurları Türkiye'nin GSYH'si üzerinde oldukça yüksek etkilere sahiptir. Yine aynı şekilde, turizm gelirlerinin GSYH üzerinde anlamlı etkisi bulunmaktadır.

Tablo 4.7. Varyans Analizi Sonuçları

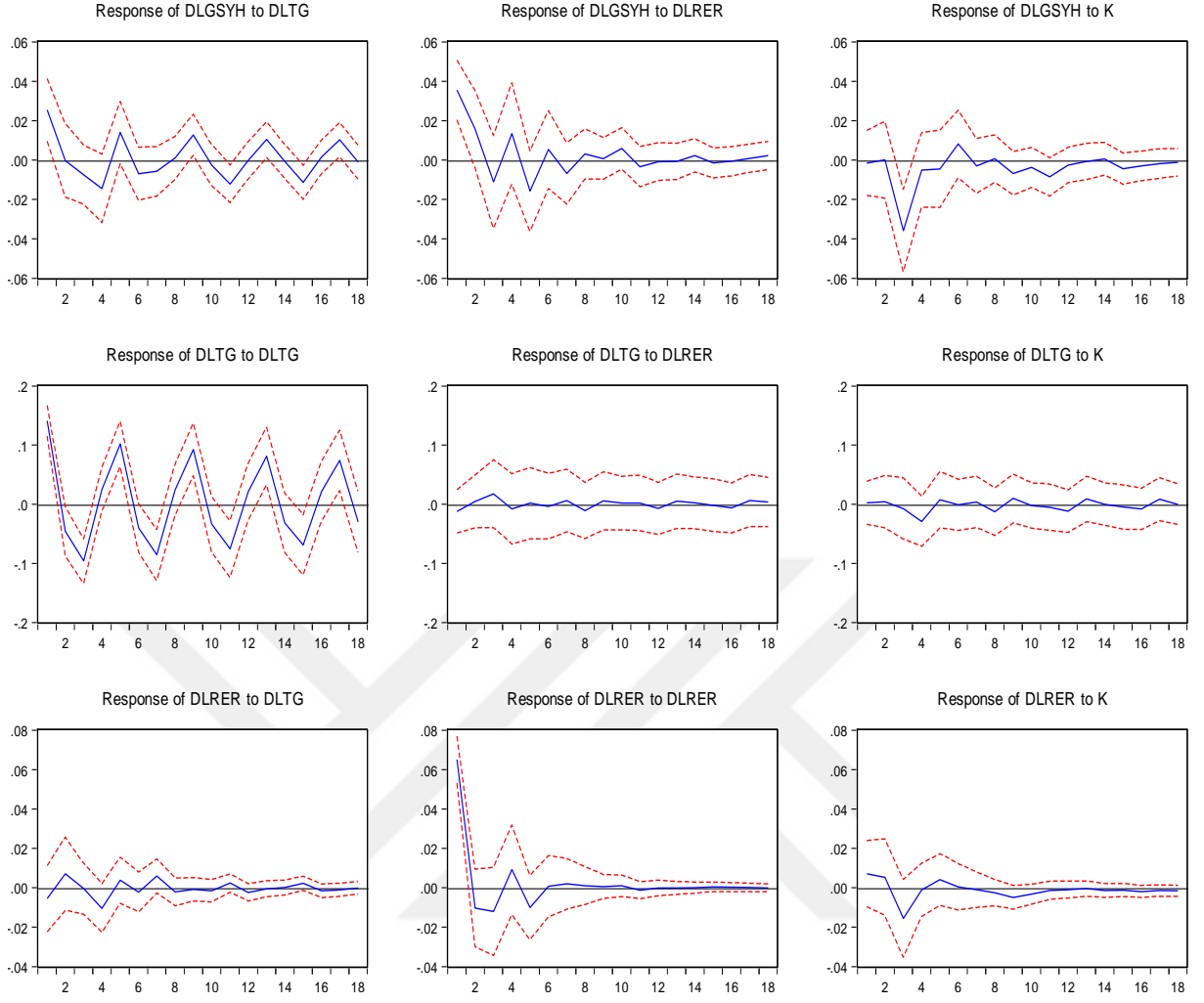
Periyod	S.E.	DLGSYH	DLTG	DLRER	DLOH	K
1	0.064016	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
2	0.066974	91.49879	0.039903	7.356927	1.040092	0.064289
3	0.077614	68.21593	0.896424	9.778283	1.015835	20.09353
4	0.085600	60.82073	1.531258	18.72076	1.161764	17.76549
5	0.088466	57.02660	4.839407	19.24304	2.237824	16.65313
6	0.090192	55.89898	4.811373	20.31709	2.357870	16.61469
7	0.091635	54.17720	5.220850	21.70715	2.762175	16.13262
8	0.092000	53.90293	5.180919	21.55627	3.347939	16.01195
9	0.093661	53.35632	5.972503	20.89294	4.055082	15.72315
10	0.094242	52.72050	5.953256	21.31388	4.275869	15.73650

#### 4.4.5. Etki-Tepki Fonksiyonu Sonuçları

Şekil 4.2.'de gösterilmekte olan etki-tepki fonksiyonları ile bir birimlik turizm gelirleri şokuna, GSYH'nin göstermiş olduğu tepkiler sunulmuştur. Bu hususta aşağıdaki çıkarımları yapmak mümkündür.

Turizm gelirlerinin kendi şokuna verdiği tepkinin azalan yönde oluşu; Türkiye'de uygulanan ekonomi politikalarının turizm gelirlerini azaltması veya turizm gelirlerinin kendi şokuna verdiği azaltıcı tepkiler, doğrusal olarak GSYH oranlarını da azaltmaktadır. Bu sebeple turizm gelirleri ile GSYH arasında doğrusal bir bağlantı olduğu açıktır. Türkiye'nin son yıllarda yaşadığı iç ve dış olumsuz gelişmeler düşünüldüğünde, turizm gelirlerinde yaşanan azalmaların GSYH'yi da olumsuz etkilediği ortadadır. Ayrıca, Küresel krizin olumsuz etkileri, Türkiye'de turizm gelirlerini azalttığı görülmektedir. Reel efektif döviz kurlarında ise meydana gelen bir birimlik şok, turizm gelirlerini artırdığı şeklinde bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Döviz kurlarındaki şok, kendi şokuna verdiği azalan tepki ile ön plana çıkmaktadır. Diğer bir ifadeyle Türkiye'de uygulanan ekonomi politikaları, reel efektif döviz kurlarını azaltıcı etkilere sahip olup, bu etkiler turizm gelirlerini artırmaktadır.

Response to Generalized One S.D. Innovations  $\pm 2$  S.E.



Şekil 4.2. Etki – Tepki Fonksiyonları

Etki-tepki sonuçlarından da anlaşılacağı üzere, Turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Öyle ki turizm gelirlerindeki artış veya azalışlar, doğrusal olarak GSYH üzerinde etkiler barındırmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm gelirlerinin döviz cinsinden yarattığı likidite varlığı, GSYH üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kavramsal olarak turizmin anlamı veya işlevi sosyal bir aktivite olarak tanımlanmaya çalışılmaktadır. Turizmin bir yer değişikliği ve sık sık rutin ya da sıradan bir yer değişikliği içerdiği gerçeğine dikkat çekilmekle birlikte turizm olarak ölçülen çok çeşitli amaç ve faaliyetler göz önüne alındığında onun; sosyal, politik, ekonomik, hukuk, teknolojik, ekolojik çevre ile olan ilişkilere dayanan bir küresel sistem olduğu görülmektedir.

Turizm, insanların bireysel veya toplu bir şekilde belirli bir zaman diliminde çeşitli nedenlerden dolayı gerçekleştirdiği seyahat, yeme-içme, konaklama gibi faaliyetleri içeren bir hizmet sektörüdür. Oluşturduğu yeni istihdam alanları ve döviz yaratıcı etkisi ile ekonomilere ciddi katkılar sağlayan turizm, tüm dünya ülkeleri için büyük önem arz etmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm bir kat daha önemli konumdadır.

Türkiye’de turizm kavramı, 1963’ten itibaren kalkınma planlarında yer almış ve 1982 yılında yürürlüğe konulan Turizm Teşviki Kanunu ile önemli gelişmeler kaydetmiştir. Özellikle 1980 sonrası yapılan yatırımlar, devletin finansman desteği ve teşviki, alınan tedbirler, uygulanan politika ve stratejiler ile Türkiye, dünyanın en önemli turizm merkezlerinden biri haline gelmiştir.

Yapılan çalışmada Türkiye’de 2003:Q1-2018:Q4 dönemi için turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığı test edilmiştir. Bu çalışmada benimsenen metodoloji Vektör Otoregresif (VAR) analizidir. Söz konusu veriler VAR tekniği yardımıyla analiz edilmiştir. VAR modelinde, serilerin durağanlığı koşul olarak arandığı için birim kök testi araştırılmıştır. Seriler düzey değerinde birim kök içerdiğinden birinci farkları alınıp durağan hale getirilmiştir. Devamında turizm sektörünün ekonomik büyümeyi teşvik edip etmediğini ve turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasında geri bildirim etkileri olup olmadığını test etmek için uygulanan Granger Nedensellik testi uygulanmıştır. Bağımlı değişkenin GSYİH ve bağımsız değişkenlerin turizm gelirleri, reel efektif döviz kuru ve ortalama harcama olduğu testin sonucunda turizm gelirlerinden GSYİH’ye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu belirlenmiştir. Ardından yapılan model belirleme testleri üçüncü gecikme uzunluğunda test edilmiştir. Üç gecikmeli modelin ters köklerinin tümü birim çember içinde veya üzerinde yer almıştır. Varyans sorunu olup

olmadığı White Analizi ile test edilmiş ve olasılık değeri 0,05'ten küçük çıkmıştır. LM testi neticesinde de tüm olasılık değerleri 0,05'ten büyük çıkarak otokorelasyon sorunu olmadığı gözlenmiştir. Sonuç olarak üç gecikmeli VAR modeli ile elde edilen doğrulama testleri sonuçlarının etkin ve tutarlı olduğu görülmüştür.

Varyans analizi sonuçlarına göre, onuncu dönem GSYİH'deki değişmelerin yaklaşık %6'sının turizm gelirleri tarafından açıklandığı görülmektedir. Etki-tepki fonksiyonları incelendiğinde turizm gelirlerinin kendi şokuna verdiği tepkinin azalan yönde oluşu, Türkiye'de uygulanan ekonomi politikalarının turizm gelirlerini azaltması veya turizm gelirlerinin kendi şokuna verdiği azaltıcı tepkiler, doğrusal olarak GSYİH oranlarını da azaltmıştır. Bu yüzden turizm gelirleri ile GSYİH arasında doğrusal bir bağlantı olduğu açıkça görülmüştür.

Türkiye'nin bulunduğu coğrafi konum sebebiyle ve turizm sektörünün diğer sektörlerdeki gelişmelerden kolaylıkla etkilenmesi, ülkedeki turizm sektörüne çok daha fazla önem verilmesi gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla turizm gelirlerini artırarak Türkiye'nin ekonomik büyümesini sürdürülebilir hale getirmek mümkündür.

Dünyada büyük rekabet içerisinde olan turizm sektöründen, zengin potansiyeline rağmen Türkiye hak ettiği payı alamamaktadır. Dinamik bir sektör olan turizmde, Türkiye'nin uluslararası rekabet içerisinde olabilmesi için kısa ve uzun vadeli planlar ve yatırımlar yapması, ülke olarak siyasi ilişkilere önem vermesi, doğal ve tarihi kaynakları koruması, hizmet sektörüne dâhil tüm çalışanların kalitesini artırması, finansman destekleri ve teşviklerini sağlaması ve gerekli tanıtım çalışmalarını yapması gerekmektedir. Ancak bu şekilde turizm gelirlerini artırmak dolayısıyla ekonomik büyümeye katkı sağlamak mümkündür.

## 6. KAYNAKLAR

- Acuner, Ş. A. (2006). *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi*. Ankara: MPM yayınları.
- Akkuş, O. ve Gül, G. (2016). Turizmin Bölgesel Kalkınma ve Yerel Halk Üzerindeki Etkisi: Mudurnu örneği. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 73-98.
- Aksu, L. (2014). İktisat Ekollerinin İktisadi Büyüme Konusundaki Düşünceleri ve Modellerin Analizi. *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, (208), 351-392.
- Alaeddinoğlu, F. ve Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 50-66.
- Ay, A. ve Karaçor, Z. (2006). 2001 Sonrası Dönemde Türkiye Ekonomisi'nde Krizden Büyümeye Geçiş Üzerine Bir Deneme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Dergisi*, (16), 68-86.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm ve Rekabet*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Baretje, R. (1981) *Tourisme et histoire: essai bibliographique*. Aix-en-Provence: CHET, Collection Essais.
- Barışık, S. Ve Kesikoğlu, F. (2006). Türkiye'de Bütçe Açıklarının Temel Makroekonomik Değişkenler Üzerine Etlisi (1987-2003 VAR, Etki-Tepki Analizi, Varyans Araştırması). *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64 (4), 59-82.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Begg, O., Fischer, S. and Dormmisch, R. (2000). *Economics*. London: Mc Graw-Hill
- Belisle, F. J. and Hoy, D. R. (1980). The Perceived Impact of Tourism by Residents: A Case Study in Santa Marta Colombia. *Annals of tourism research*, 7(1), 83-101.
- Bell, M. and Ward, G. (2000) Comparing Temporary Mobility With Permanent Migration. *Tourism Geographies*, 2, 87-107.
- Bergstrom, J. C., Cordell, H. K., Watson, A. E. and Ashley, G. A. (1990). Economic Impacts of State Parks on State Economies in the South. *Southern Journal of Agricultural Economics*, 22 (2), 69-77.
- Boyer, M. (1980) Évolution Sociologique du Tourisme: Continuité du Tourisme Rare au Tourisme de Masse et Rupture Contemporaine. *Loisir et Société*, 3, 49-81.
- Bozok, D. Ve Şahin, S. (2009). *Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları*. Ankara: Detay Yayıncılık



- Braun, B. M. and Rungeling, B. (1992). The Relative Economic Impact of Convention and Tourist Visitors on a Regional Economy: A Case Study. *International Journal of Hospitality Management*, 11(1), 65-71.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 91-101.
- Burkart, A. J. and Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, Present, Future*. London: Heinemann
- Callaghan, P., Long, P. and Robinson, M. (1994). *Travel and Tourism* (2.ed). England: Business Education Publishers Ltd
- Canver, C. (2014). Turizm Sektöründe Turistik Ürün ve Turizm Talebi Kavramı. *Haber Kaya Web Sitesi*. Erişim Tarihi: 11.01.2019 <http://www.haberhayat.net/turizm-sektorunde-turistik-urun-ve-turizm-talebi-kavrami.html>
- Cho, V. (2003). A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting. *Tourism Management*, 24 (3), 323- 330.
- Choong-Ki Lee, Myongjae Lee and Seung-Hyun Yoon. (2013). Estimating the Economic Impact of Convention and Exhibition Businesses, Using a Regional Input–Output Model: A Case Study of the Daejeon Convention Center in South Korea. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(4), 330-353.
- Cooper, C. P., and Ozdil, I. (1992). From Mass to ‘Responsible’ Tourism: The Turkish Experience. *Tourism Management*, 13 (4), 377–386.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice* (4 th Edition). Harlow: Financial Times Prentice Hall
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice* (4th Edition). Harlow: Financial Times Prentice H
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Çoruh, S. (1952). *Turizm ve Türkiye Turizmi*. Ankara: Örnek Matbaası
- Çoruh, S. (1974), *Turizm Çalışmalarımız Geçmiş Günleri*. Ankara: Örnek Matbaası
- Demir, E. (2018). *Dış Borçların Enflasyon Üzerine Etkisi: Türkiye Örneği (1990-2017)*. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Demirhan, A. and Çağlar, M (2018). Issues in Tourism Human Rights and Sustainable Environment. Edited by Genç, V. And Önver, M. Ş (İçinde; Tourism and Income Level: Comparison of Countries By the Travel and Tourism Competitiveness Index). London: IJOPEC Publication Limited
- Devlet Planlama Teşkilatı (1963). *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Matbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1968). *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Matbaası.

- Devlet Planlama Teşkilatı (1973). *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1979). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1984). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1989). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (1995). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2013). *Onuncu Kalkınma Raporu*. ANKARA: Başbakanlık Devlet Maatbaası.
- Dézert, B. and Wackermann, G. (1991). *La Nouvelle Organisation internationale des échanges*. Paris: CEDES.
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 206-220.
- Dinda, S. (2004). Environmental Kuznets Curve Hypothesis: A Survey. *Ecological Economics*, 49(4), 431-455
- Doğan, Z. (2014). Ekonomik Büyüme Süreçlerinin Analizinde Yeni Açılımlar ve Büyümenin Yersel Dinamikleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (6). 365-380.
- Doğru, Y. (2004). *Büyüme Politikalarının Teorik Temelleri ve Türkiye’de Büyüme Politikalarının Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Duran, M. (2003). *Teşvik Politikaları ve Doğrudan Sermaye Yatırımları*, *Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü Dizisi*, Hazine Müsteşarlığı, Ankara.
- Dwyer, L., Forsyth, P. and Spurr, R. (2004). Evaluating Tourism’s Economic Effects: New and Old Approaches. *Tourism Management*, 25(3), 307-317
- Elliott, J. (2002). *Tourism Politics and Public Sector Management*. London: Taylor & Francis e-Library
- Emekli, G., Ibrahimov, A., ve Soykan, F. (2006). Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 1 –16.

- Emekli, G., Ibrahimov, A., ve Soykan, F. (2006). Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 1 –16.
- Erdoğan, S. (1995). *Uluslararası Turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayını
- Eren, A. (2012). *Türkiye Ekonomisi* (Beşinci Baskı). Bursa: Ekin Yayınevi
- Eurostat (1998). *Community Methodology on Tourism Statistics*. Luxembourg: Eurostat  
*Fakültesi Dergisi*, 1(1), 134-152.
- Fayissa, B., Nsiah, C., and Tadasse, B. (2008) Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*, 14, 807–818.
- Gee C. Y., Makens, J. C. and Choy D. J. L. (1989). *The Travel Industry*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Gössling, S. and C. Michael Hall (2006). *Tourism and Global Environmental Change*. New York: Routledge
- Grado, S. C., Strauss, C. H. and Lord, B. E. (1997). Economic Impacts of Conferences and Conventions. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 1(1), 19-33.
- Günaydın, İ. (2004). Vergi-Harcama Tartışması: Türkiye Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5(2), 163-181.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm Pazarlaması*. Bursa: Vıpaş A.Ş.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Chichester: Wiley
- Hernandez JM and Leon CJ (2013) Welfare and environmental degradation in a tourism-based economy. *Tourism Economics* 19, 5–35.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>
- <https://www.tursab.org.tr/istatistikler>

<https://www.wttc.org/datagateway/>

Hughes, C G (1991). Conceiving of Tourism. *Area*, 23 (3), 236-267.

Hunt, J. D. and Layne, D. (1991). Evolution Of Travel And Tourism Terminology And Definitions, *Journal of Travel Research*, 29 (4), 7-11.

İçöz, O. ve Kozak, M. (1995). *Tourist Destination Management: Issues, Analysis and Policies*. New York: Routledge

## **İnternet Kaynakları**

Jayawardena, C. and Ramajeesingh, D. (2003). Performance a Tourism Analysis: A Carinneam Perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(3), 165-183.

Karlık, R. (2007). *Türkiye Ekonomisi* (onbirinci Baskı). İstanbul: BETA Yayınları

Keating, J. W. (1990). Identifying VAR Models Under Rational Expectations. *Journal of Monetary Economics*, 25, 453-476.

Keskin, A. ve Cansız, H. (2010). Tourism, Turkey and Economic Development. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24 (4), 23- 46.

Kıbrıçoğlu, A. (1998). İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 53(1-4), 207-230.

Komppula, R. (2001). *New Product Development in Tourism Companies- Case Studies on Nature-Based Activity Operator*. Paper Presented at the 10.th Nordic Conference in Tourism Research, 19-20, November, Vasa, Finland.

Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2006). *Genel Turizm ilkeler ve Kavramlar* (6. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.

Kumar. J. and Hussain, K. (2014). Evaluating Tourism's Economic Effects: Comparison of Different Approaches. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 144, 360-365.

Kuşluvan, S. (2016). *Genel Turizm Bilgisi, Türkiye'de Turizm*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi

Küce, S. (2001). *Tourism Trends and Tourism Policies in Turkey*. Seminar On Tourism Policy and Economic Growth, Session II: The Tourism industry in selected economies: assessment, experience, comparisons. Berlin, March 2001: Organization for Economic Cooperation and Development

Lanfant, M. F., Allcock, J. B. and Bruner, E. M. (1995). *International Tourism: Identity and Change*. London: SAGE Publications Ltd

Laws, E. (1995). *Tourist Destinatipn Management: Issues, Analysis and Policies*. New York: Routledge

- Leiper, N. (1979). The Framework of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Lew, A., Hall, C.M. and Williams, A.M. (2004). *Companion to Tourism*. Oxford: Blackwell.
- Long, P. T. and Perdue, R. R. (1990). The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: Assessing the Spatial Distribution of Expenditures. *Journal of Travel Research*, 28(4), 10-14.
- Lovelock, C. H. and Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. U.S.A.: Pearson Education.
- Mcintosh, R. ve Gupta, G. (1980). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (Third Edition)*. USA: Grid, Inc.
- Medlik, S. (1991). *Managing Tourism*, London: Heinemann.
- Middleton, V. T. C. (2009). *Marketing in Travel and Tourism (Fourth Edition)*. Oxford: Butterworth & Heinemann
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism (Second Edition)*. Oxford: Butterworth & Heinemann
- Mieczkowski, Z. (1990). *World Trends in Tourism and Recreation*. New York: Peter Lang
- Miller, N. and Robinson, D. (1963). *The Leisure Age. Its Challenge in Recreation*. Belmont: Worldworth Publishing Company.
- Milman, A. and Pizam, A. (1988). Social Impacts of Tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), 191-204.
- Mucuk, M. ve Alptekin, V. (2008). Türkiye’de Vergi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi VAR Analizi. *Maliye Dergisi*, 155, 159 – 174.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İzmir: Ofis Ticaret Maatbacılık
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye’nin Sosyo- Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara: Emel Kitabevi
- Pizam, A. (1978). Tourism's Impacts: The Social Costs to the Destination Community as Perceived by its Residents. *Journal of travel research*, 16(4), 8-12
- Robinson, M. (2004). *Tourism Globalization and Culture Change: An Island Community Perspective*. England: Channel View Publications
- Ross, G. F. (1992). Resident Perceptions of the Impact of Tourism on an Australian City. *Journal of Travel Research*, 30 (Winter), 13-17.

- Rothman, R. A. (1978). Residents and Transients: Community Reaction to Seasonal Visitors. *Journal of Travel Research*, 16(3), 8-13.
- Sezgin, M. O. ve Acar, Y. (1991). *Turizm*. Ankara: Baştem Yayınları
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Sharpley, R. (2006). *Travel and Tourism*. California: SAGE Publications Ltd
- Sheldon, J. P. (1986), The Tour Operator Industry: An Analysis, *Annals of Tourism Research*, 13 (3), 349-365.
- Sheldon, P. and Var, T. (1984). Resident Attitudes to Tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), 40-48.
- Sims, C. A. (1980). Macroeconomics and Reality, *Econometrica*, 49, 1-48
- Stephen J. Page (2007). *Tourism Management: Managing for Change (Second edition)*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Stephen. L. and Smith, J. (1995). *Tourism Analysis A Handbook (Second edition)*. England: Longman Group Limited
- Suğur, N. (1999). Fordizm, Postfordizm ve Ötesi. *Anadolu Üniversitesi Edebiyat*
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. and Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism*. USA: Taylor & Francis Ltd.
- Şahin, A. (1990). *İktisadi Kalkınmanın Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. Ankara: Sevinç Matbaası.
- Şahin, H. (2006). *Makro İktisat* (Birinci baskı). İstanbul: Ezgi Kitapevi Yayınları
- Şen, F. (2007). *Büyüme ve Dış Ticaret İlişkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı, İzmir.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(1), 101-117.
- Taban, S. (2010). *İçsel Büyüme Modelleri ve Türkiye*. Bursa: Ekin yayınevi
- Tohmo, T. (2005). Economic Impacts of Cultural Events on Local Economies: An Input–Output Analysis of the Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics*, 11(3), 431-451.
- Towner, J. (1988). Approaches to Tourism History. *Annals of Tourism Research*, 15 (1) 47-62
- Towner, J. (1995). What is Tourism' s History? *Tourism Management*, 16 (5), 339- 343
- Towner, J. and Wall, G (1991). History and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 18 (1) 71-84.

- Tremblay, P. (1990) *The corporate structure of multinational enterprises in tourism: transactions costs and information*. Unpublished paper presented to the Thematic Group on the Sociology of Tourism. XII World Congress of Sociology, Madrid.
- Tribe, J. (1999). *Economics of Leisure and Tourism*. London: Butterworth-Heinemann
- Tunç, A. ve Saç, A. (1998). *Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tyrrell, T. and Spaulding, I. (1984). A Survey of Attitudes Toward Tourism Growth in Rhode Island. *Hospitality Education and Research Journal*, 8(2), 22-33.
- Ünal, T. (1990). *Turizm ve Çevre Konferansı*. Ankara: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını
- Ünlüöner, K., Tayfun, A., ve Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Ünlüöner, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2004/1, 131-156.
- Ünlüöner, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2004/1, 131-156.
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Walker, J. R. (2011). *It's Tourism: Concepts and Practices*. U.S.A.: Pearson Education.
- WTO (1998). *Tourism: 2020 Vision*. Madrid: WTO
- WTO (World Tourism Organization) (2001). *Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yarcan, Ş. (1998). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayın Evi
- Yavuz, A. (2009). Başlangıçtan Bugüne Türkiye'nin Dış Borçlanma Serüveni: Durum ve Beklentiler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 20, 227-252.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3 (5), 54-71.
- Yılmaz, G. Ö. (2005). Türkiye Ekonomisinde Büyüme İle İşsizlik Arasındaki Nedensellik İlişkisi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, (2), 63-76.
- Yükselen, C. (2000). *Pazarlama İlkeler-Yönetim*. Ankara: Detay Yayıncılık

## 7. EKLER

EK 1. Türkiye’de Turizmin İhracat ve İthalat İçerisindeki Payı

YILLAR	İHRACAT	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİNE ORANI (%)	İTHALAT	TURİZM GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİNE ORANI (%)
1969	537.0	36.6	6.8	801.0	42.2	5.3
1970	588.0	51.6	8.8	948.0	47.7	5.0
1971	677.0	62.9	9.3	1 171.0	42.2	3.6
1972	835.0	103.7	12.4	1 563.0	59.3	3.8
1973	1 317.1	171.5	13.0	2 086.0	93.0	4.5
1974	1 532.2	193.7	12.6	3 777.6	151.8	4.0
1975	1 401.1	200.9	14.3	4 738.7	155.0	3.3
1976	1 960.0	180.5	9.2	5 128.0	207.9	4.1
1977	1 753.0	204.9	11.7	5 796.3	268.5	4.6
1978	2 288.0	230.4	10.1	4 599.0	102.5	2.2
1979	2 261.2	280.7	12.4	5 069.4	95.1	1.9
1980	2 910.1	326.7	11.2	7 909.4	114.7	1.5
1981	4 702.9	381.3	8.1	8 933.4	103.3	1.2
1982	5 746.0	370.3	6.4	8 842.7	108.9	1.2
1983	5 727.8	411.1	7.2	9 235.0	127.3	1.4
1984	7 133.6	840.0	11.8	10 756.9	276.8	2.6
1985	7 958.0	1 482.0	18.6	11 343.4	323.6	2.9
1986	7 456.7	1 215.0	16.3	11 104.8	313.6	2.8
1987	10 190.0	1 721.1	16.9	14 158.0	447.7	3.2
1988	11 662.0	2 355.3	20.2	14 335.4	358.0	2.5
1989	11 624.7	2 556.5	22.0	15 792.1	565.0	3.6
1990	12 959.3	3 225.0	24.9	22 302.1	520.0	2.3
1991	13 593.5	2 654.0	19.5	21 047.0	592.0	2.8
1992	14 714.6	3 639.0	24.7	22 871.1	776.0	3.4
1993	15 345.1	3 959.0	25.8	29 428.4	934.0	3.2
1994	18 105.9	4 321.0	23.9	23 270.0	866.0	3.7
1995	21 637.0	4 957.0	22.9	35 709.0	912.0	2.6
1996	23 225.5	5 962.1	25.7	43 626.6	1 265.0	2.9
1997	26 261.1	8 088.5	30.8	48 558.7	1 716.0	3.5
1998	26 974.0	7 808.9	28.9	45 921.4	1 753.9	3.8
1999	26 587.2	5 203.0	19.6	40 671.3	1 471.0	3.6
2000	27 774.9	7 636.0	27.5	54 502.8	1 711.0	3.1
2001	31 334.2	10 450.7	33.4	41 399.1	1 738.0	4.2
2002	36 059.1	12 420.5	34.4	51 553.8	1 880.0	3.6
2003	47 252.8	13 854.9	29.3	69 339.7	2 424.8	3.5
2004	63 167.0	17 076.6	27.0	97 539.8	2 954.5	3.0
2005	73 476.4	20 322.1	27.7	116 774.2	3 394.6	2.9
2006	85 534.7	18 594.0	21.7	139 576.2	3 270.9	2.3
2007	107 271.8	20 942.5	19.5	170 062.7	4 043.3	2.4
2008	132 027.2	25 415.1	19.2	201 963.6	4 266.2	2.1
2009	102 142.6	25 064.5	24.5	140 928.4	5 090.4	3.6
2010	113 883.2	24 931.0	21.9	185 544.3	5 874.5	3.2
2011	134 906.9	28 115.7	20.8	240 841.7	5 531.5	2.3
2012	152 478.5	29 351.4	19.2	236 545.1	4 593.4	1.9
2013	157 610.2	34 305.9	21.3	242 177.1	5 253.6	2.1
2014	151 802.6	32 309.0	21.3	251 661.3	5 470.4	2.2
2015	143 934.9	31 464.8	21.9	207 203.4	5 698.3	2.8
2015	143 934.9	31 464.8	21.9	207 203.4	5 698.3	2.8
2016	142 606,2	22 107,4	15,5	198 601,9	5 049,8	2,5
2017	156 782,2	26 283,6	16,7	233.799,6	5 137,2	2,2
2018	168 087,6	29 512,9	17,5	223.047,1	4 896,4	2,2

Kaynak: TURSAB



# ÖZGEÇMİŞ

## Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Engin GİRGİN

Doğum Yeri ve Tarihi: Nazilli / 01.10.1989

## Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi: Dokuz Eylül Üniversitesi / Fen Fakültesi / İstatistik

Lisansüstü Öğrenimi: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İktisat ABD / Yüksek Lisans

Helena Chodkowska University / Varşova / Polonya (Şubat 2018- Temmuz 2018)

## İş Deneyimi

Öğretim Görevlisi: (2015-2019) Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Karacasu Memnune İnci Meslek Yüksekokulu, Karacasu / Aydın

Matematik Öğretmeni: (2017-2018) Yediiklim Akademi, Nazilli/ Aydın

(2018-Devam Etmekte) Murat Eğitim Kurumları, Nazilli/

Aydın

## İletişim

E-posta Adresi: [engingirgin12@gmail.com](mailto:engingirgin12@gmail.com) / [engin.girgin@adu.edu.tr](mailto:engin.girgin@adu.edu.tr)

Tarih: 21.07.2019