



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

OECD ÜLKELERİNDE ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARININ DIŞ
TİCARET HACMİNE ETKİSİ

Hazırlayan
Kevser BOZKURT
190431112

İKTİSAT Ana Bilim Dalı
İKTİSAT Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Tufan SARITAŞ

KARAMAN – 2021



T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

OECD ÜLKELERİNDE ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARININ DIŞ
TİCARET HACMİNE ETKİSİ

Hazırlayan
Kevser BOZKURT
190431112

İKTİSAT Ana Bilim Dalı
İKTİSAT Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Tufan SARITAŞ

KARAMAN – 2021

	ENSTİTÜ TEZ ONAY FORMU	Doküman No	FR-285
		İlk Yayın Tarihi	05.02.2018
		Revizyon Tarihi	27.10.2020
		Revizyon No	01
		Sayfa No	1/1

**OECD ÜLKELERİNDE ULUSLARARASI TURİZM
HARCAMALARININ DIŞ TİCARET HACMİNE ETKİSİ**

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 30/03/2021

Bu tez, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 08/03/2021 tarih ve 09/276 sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.



Hazırlayan

Kalite Sistem Onayı

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim süresince derslerimden faydalandığım, danışmanlığımı üstlenen, bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, bütün sorularımı sabır ve hoşgörü ile dinleyip elinden gelen yardımı yapan ve öğrencisi olmaktan onur duyduğum Sayın Dr. Öğr. Üyesi Tufan SARITAŞ'a katkılarından dolayı sonsuz şükran ve saygılarımı sunarım.

Hayatımın her anında da olduğu gibi, çalışmam süresince beni destekleyen, güç veren, cesaretlendiren, sabırlarını esirgemeyen annem, Fatma BOZKURT'a ve babam Muammer BOZKURT'a minnetlerimi sunuyorum. Yüksek lisans eğitimi ve tez çalışması döneminde, ilgi ve yardımını esirgemeyen, her daim yanımda olan ablam Enbiya BOZKURT'a ve kardeşim Hüseyin Mert BOZKURT'a, ikinci ailem olan nişanlımın ailesine ve değerli arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunuyorum.

Akademik hayata başlama sürecimden itibaren beni her zaman her koşulda destekleyen, çıktığım bu yolda beni gayretlendiren, tez sürecim boyunca beni cesaretlendiren, bilgi ve fikirleri ile desteğini hiçbir zaman eksik etmeyen nişanlım Muhammed Emin İŞLEYEN'e en içten teşekkürlerimi sunuyorum ve çalışmamı ona ithaf ediyorum.

ÖZET

Turizmden elde edilen gelirler özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ihtiyaç duyulan yüksek büyüme oranlarının ve cari açığın finansman kalemlerinden biri olarak görülebilir. Turizm sektörü gelir gider dengesinde, gider kaleminin yükünü oldukça hafifletmektedir. Bu çalışmada 2000-2018 yılları için 36 OECD ülkesinde uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmine etkisi panel veri analizi ile incelenmektedir. Analiz türü olarak Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemi kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre uluslararası turizm harcamaları arttıkça, dış ticaret hacmi genişlemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Uluslararası Turizm Harcaması, Dış Ticaret Hacmi, Panel Veri Analizi.

ABSTRACT

Revenues from tourism can be seen as one of the financing items of high growth rates and current account deficit that are needed especially for developing countries.

The tourism sector relieves the burden of the expense item in the balance of income and expenses. In this study, the effect of international tourism expenditures on foreign trade volume in 36 OECD countries for the years 2000-2018 is analyzed with panel data analysis. Generalized Least Squares (GLS) method was used as the analysis type. According to the results of the study, as international tourism expenditures increase, foreign trade volume expands.

Keywords: Tourism, International Tourism Expenditures, Foreign Trade Volume, Panel Data Analysis.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	vii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

I. TURİZM EKONOMİ İLİŞKİSİ.....	3
I.1.Tarihsel Süreçte Turizmin Gelişimi.....	3
I.2. Turizm Ekonomisi Kavramı	7
I.3. Turizm Ekonomi İlişkisi.....	8
I.4. Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler.....	11
I.5. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkileri.....	12
I.5.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri.....	13
I.5.1.1. Ödemler Dengesi Üzerindeki Etkisi.....	13
I.5.1.2. Gelir Yaratıcı Etkisi.....	14
I.5.1.3. İstihdam Yaratıcı Etkisi.....	15
I.5.1.4. Bölgeler Arası Gelişme Üzerindeki Etkisi.....	17
I.5.1.5. Dış Ticaret Üzerindeki Etkisi.....	18
I.5.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	20
I.5.2.1. İthalat Etkisi.....	21
I.5.2.2. Enflasyon Üzerindeki Etkisi.....	22

I.5.2.3. Fırsat Maliyeti Etkisi.....	23
I.5.2.4. Mevsimsellik Etkisi.....	25
I.5.2.5. Aşırı Bağımlılık.....	26
I.6. Turizm Harcamalarının Ülke Ekonomisi Açısından Önemi.....	27

İKİNCİ BÖLÜM

II. DIŞ TİCARET.....	37
II.1. Dış Ticaretin Tanımı.....	37
II.1.1. Dış Ticaretin Nedenleri.....	39
II.1.2. Dış Ticaretin Çeşitleri.....	40
II.1.3. Dış Ticaretin Çeşitleri.....	43
II.1.4 Dış Ticaretin Ekonomi Açısından Önemi.....	45
II.2. Dış Ticaret Teorileri.....	47
II.2.1. Merkantalizm.....	47
II.2.2. Mutlak Üstünlükler Teorisi.....	49
II.2.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi.....	52
II.2.4. Faktör Donatımı Teorisi.....	54
II.2.5. Yeni Dış Ticaret Teorileri.....	56
II.2.5.1. Nitelikli İş Gücü Teorisi.....	57
II.2.5.2. Teknoloji Açığı Teorisi.....	57
II.2.5.3. Ürün Dönemleri Teorisi.....	58
II.2.5.4. Tercihlerde Benzerlik Teorisi.....	59
II.2.5.5. Ölçek Ekonomileri Teorisi.....	60

II.2.5.6. Monopolcü Rekabet Teorisi.....	61
II.2.5.7. Oligopolcü Rekabet Teorisi.....	61
II.3. Dış Ticaret Politikaları.....	62
II.3.1. Dış Ticaret Politikası Amaçları.....	65
II.3.2. Dış Ticaret Politikası Araçları.....	66
II.4. Dış Ticaret Hacmi ve Turizm İle İlişkisi.....	68

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

III. OECD ÜLKELERİNDE ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARININ DIŞ TİCARET HACMİNE ETKİSİ: PANEL VERİ ANALİZİ.....	70
III.1. Literatür.....	70
III.2. Veri ve Yöntem.....	84
III.3 Analiz Sonuçları.....	87
SONUÇ.....	90
KAYNAKLAR.....	93

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Türkiye’de Yıllara Göre Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Karşılama Oranı.....	18
Tablo 2: . Bazı Ülkelerde, Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı (Yüzde).....	19
Tablo 3: Bir Birim Mal Üretiminde Gerekli Emek Miktarı.....	51
Tablo 4: Bir Birim Mal Üretiminde Gerekli Emek Miktarı.....	53
Tablo 5: Değişkenlere İlişkin Bilgiler.....	84
Tablo 6: Serilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	85
Tablo 7: Pesaran CIPS Birim Kök Testine İlişkin Bulgular.....	87
Tablo 8: Modellere İlişkin GEKK Tahmin Sonuçları (Bağımlı Değişken: DLDTH).....	88

GİRİŞ

Turizm kavramı çok geniş, çok yönlü ve karmaşık olayların bir bütünüdür. Geçmişten günümüze kadar süregelen ticaret ve seyahat olguları birbirlerini tamamlayıcı faaliyetler olarak bile gösterilebilmektedir.

Dünya genelinde ekonomik açıdan bir değerlendirme yapıldığı takdirde, uluslararası turizm dünya dış ticaretinin en geniş kalemi olarak görülmektedir. Çoğu ülke için turizm sektörü en önemli ihracat geliri ve en fazla döviz girdisi sağlayan sektördür. Dolayısıyla ekonomik büyüme ve kalkınmanın kilit taşı durumundadır. Ülkeler bu amaçla turizm faaliyetlerini artırmakta, turizm harcamalarının artırılmasını sağlayacak teşvikler uygulamakta ve turizm sektörüne yatırım yapmaktadırlar.

Bu çalışmanın birinci bölümünde ilk olarak turizm kavramı ele alınacaktır. Turizm olgusunun geçmişten günümüze kadar olan serüveni irdelenecek ve daha sonra turizm-ekonomi ilişkisi incelenecektir. Bu bağlamda turizm ekonomisi kavramı açıklanacak ve turizmin gelişimini etkileyen faktörlere değinilecektir. Daha önce de belirtildiği üzere turizm çok yönlü bir sektördür ve dolayısıyla ekonomi açısından da etkisi çok yönlü olmaktadır. Bu açıdan turizmin öncelikle ekonomideki olumlu etkileri açıklanacak, ardından ise olumsuz ekonomik etkileri irdelenecektir. Birinci bölümün sonunda ise turizm harcamalarına değinilecek özellikle çarpan etkisine dikkat çekilerek ülke ekonomisi açısından önemi açıklanmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde dış ticaret kavramına dikkat çekilecek, ilk olarak dış ticaret tanımı yapılarak nedenlerine, tarihine, çeşitlerine ve dış ticaretin ekonomi açısından önemine değinilecektir. Daha sonra ise, ticaretin insanlık tarihinin başlarına kadar gittiği düşünüldüğünde o dönem itibari ile başlayarak ortaya atılan dış ticaret

teorileri açıklanacak neden ortaya çıktığı, teorinin hangi sorunlar üzerine kurulduğu ve yeni teorilere neden ihtiyaç duyulduğundan söz edilecektir. İkinci bölümün devamında, ülkelerin kendi ekonomilerini koruma içgüdüleriyle oluşturduğu politikalardan bahsedilecek bu politikaların uluslararası ekonomilerde oluşturduğu etkiler irdelenecektir.

Uluslararası alanda ülkeler ticari olarak faaliyetlerini artırdıkça ekonomik anlamda dış dünyaya açık hale gelmekte, bu durumda uluslararası turizm hareketlerinin hızlanarak artmasına neden olmaktadır. Ayrıca günümüzde geline nokta turizm, tüm dünyadaki tüm gayrisafi yurtiçi hasılanın %10'una, küresel ticaretin %7'sine ve her 10 istihdamdan birine karşılık gelmektedir. Bu bağlamda bölüm sonunda dış ticaret hacmi ile turizm arasındaki yakın ilişki ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın son bölümünde ise 2000-2018 yılları için 36 OECD ülkesinde uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmine etkisi panel veri analizi ile incelenecektir. İlk olarak geniş bir literatür taraması yapılmaya çalışılacak ve ulaşılan görüşler incelenecektir. Analiz türü olarak Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemi kullanılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM-EKONOMİ İLİŞKİSİ

II.1. Tarihsel Süreçte Turizmin Gelişimi

Turizm kavramı çok geniş ve çok yönlü karmaşık olaylarının bir bütünü oluşturduğu için turizm ile ilgili geçmişten günümüze pek çok tanımlama yapılmıştır. Farklı tanımlamalarının ortaya çıkmasının nedeni, konuyu araştıran kişilerin başlangıç noktası olarak farklı zaman dilimlerini ele alması, konuyu araştırırken de önem verdikleri unsurlarının farklı olması gibi nedenlerdir (Akat, 1997: 2-3). Turizm kavramının kökenini araştıran kimi yazarlar bu kelimenin kökenini Latince'ye dayandırmaktadır. Latince'de “tour” kelimesi dönme hareketi anlamını taşımaktadır. İngilizce'deki “touring” kelimesi ile “tour” kelimesinin de bu sözcükten türediği kanısındadırlar. “Tour” kelimesi; dairesel olan hareketi, bazı yerlerin ziyaretini, eğlence ve iş olarak yapılan bir yerden başka bir yere gitme hareketini ifade etmektedir. “Touring” kelimesi ise eğlence amacıyla yapılan ve küresel nitelik taşıyan seyahatler için kullanılmaktadır. Kısaca toparlayacak olursak “tour” kelimesi geri dönmek kaydı ile yapılan seyahatler bütünü anlatmaktadır (Yıldız, 2011: 55). Kimi yazarlara göre ise; turizm kavramının kökeni İbranice “öğrenme, araştırma” anlamını ifade eden “torah” kelimesinden geldiği ve 17. yüzyıla kadar gittiği düşünülmektedir (Erdoğan, 1996:8).

İlk turizm tanımı 1905 yılında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır. Bu araştırmacılar turizm olgusunu “çalışma ve geçen zamana paralel olarak dinlenme ihtiyacı, aynı zamanda doğa ile ortaya çıkan sanatsal güzellikleri görme isteği, turizmin ortaya çıkardığı ekonomik olgu ve ticaret- sanayi- istihdam- ulaşım araçlarını gelişmesi ile beraber milletlerin ve toplulukların birbirine yakınlaşmasına imkan sağlayan modern çağın bir gerekliliği” olarak tanımlamışlardır (Bahar ve Kozak, 2006:28).

OECD tarafından benimsenen ve günümüzde en çok kullandığımız turizm tanımını Prof. Dr. Walter Hunziker 1941 yılında yapmıştır. Tanıma göre; devamlı kalış şekline dönüşmemek suretiyle, para kazanma amacı dışında, yabancı kişilerin bir yere seyahat etmesinden ve bu seyahat sürecinde oluşan her türlü ilgilerin bütünüdür. Bu tanıma daha sonra (UNWTO) Dünya Turizm Örgütü de kabul etmiştir (Ülger, 1992:10).

Turizmin tarihi için yapılan çalışmalar turizm faaliyetlerinin çok eski yıllara dayandığını ortaya çıkarmıştır. Yapılan çalışmalar ışığında turizm sektörünün iktisadi dünya içerisindeki etkisini ikiye bölerek incelemek gerektiğini ortaya koymuştur. Burada baz aldığımız esas nokta ise “Sanayi Devrimi”dir. Sanayi Devrimi öncesi dönemi dikkate aldığımızda: insanların, birçok farklı nedenle sürekli bulundukları bölgelerden başka yelere ticaret, sağlık, dinsel, spor ve eğitim amaçlı seyahat ettikleri bilinmektedir. Yazı, para ve tekerlek buluşlarının sahibi Sümerler ticaret ile uğraşmışlardır ve M.Ö. 4000’li yıllarda ticaret ile uğraşan ilk devlet olmuşlardır (Yıldız, 2011: 56). Babil ve Eski Mısır döneminde gezme amaçlı bir yerden başka bir yere yönelik gezilerde bulunan kişiler, dinlenebilmek ve konaklayabilmek için yol üstünde bazı binalar inşa etmişlerdir. Araştırmacılar bu devletlerin yapmış oldukları faaliyetleri genel hatlarıyla turizm kavramı içerisinde değerlendirmişlerdir (Barutçugil, 1984:28).

Eski Yunanda tespit edilen Olimpiyat Oyunlarının da turizme katkı sağladığı bilinmektedir. Bahsi geçen Eski Yunan dönemi ve öncesinden dinlerin ortaya çıkışına kadar ki süre zarfında turizm faaliyetlerinin; ticaret, eğlence ve sağlık amaçlı yapıldığı bilinirken, dinlerin ortaya çıkması ile birlikte dini amaçlı yapılan seyahatlerde artış olduğu sanılmaktadır. Aynı zamanda Roma İmparatorluğunun coğrafi sınır olarak genişlemesi, bölgeler arası seyahati artırmış ve turizm faaliyetlerine hız kazandırmıştır (Bahar ve Kozak, 2013:3). Görüldüğü üzere Sanayi Devrimi öncesinde turizm, daha çok eğlence, spor, inanç ve kültürel amaçlara dayalı gerçekleştirilen bir faaliyet bütünüdür. Bahsi geçen dönem için günümüz manasında turizm faaliyetlerinin iktisadi anlamlılığından bahsetmek mümkün değildir. Zira o dönem için bireylerin, turizm faaliyetlerinin ekonomik getirisi hakkında farkındalıklarının olmadığı söyleyebiliriz.

Sanayi Devrimi sonrasında turizmin ekonomi içerisindeki rolü ise, 19. Yüzyılda İngiltere’de buharlı makinelerin kullanılması ile başlamıştır. Bu dönem sonrasında gerek ulusal gerekse uluslararası bazda iktisadi faaliyet olarak görülmeye başlayan turizm algısında değişiklik olmuştur. Sanayi Devriminin turizme sağladığı katkılara bakacak olursak ilk olarak; Sanayi Devriminin getirmiş olduğu seri üretimin çoğu toplumda milli gelire pozitif katkı sağlaması, bununla birlikte dünya ekonomisinde makro bazlı göstergeler ışığında gerek ticari gerekse iktisadi hacmin artışına sebep olmasıdır. Mikro ölçekli bakıldığında ise, bireylere daha fazla gelir imkanı sağlamıştır. Dolayısıyla turizm faaliyetlerine olan talebin artmasını sağlamıştır. Diğer bir katkı ise; gelişen buhar gücünün üretim süresini azaltması sonucunda, bireylerin boş vakitlerinde artış oluşmasıdır. Bireylerin boş vakitlerini değerlendikleri faaliyet ayaklarından biride turizm ayağı olmuştur. Turizm faaliyetleri de bu nedenle artış göstermiştir. Başka bir katkı ise; satın alma gücüne bağlı olarak bireylerin tüketim ve tercih kalıplarının değişmiş olmasıdır.

Bireylerin harcama kalıplarının ve alışkanlıklarının değişmesi ise turizm sektörüne pozitif yansımıştır (Bahar ve Kozak, 2013:4).

Sanayi Devriminin başlangıcına denk gelen 1841 yılında “paket tur” ile geziler düzenlemeye başlayan kişi Thomas Cook olmuştur (Bayer, 1992:11). Bu gezilerin Sanayi Devrimi ile aynı döneme denk gelmiş olması, turizmin Sanayi Devriminden etkilendiğinin bir kanıtı olarak karşımıza çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2013:4).

Gelişen teknoloji ile beraber ulaşımın daha kolay hale gelmesi turizm faaliyetlerine hız kazandırmıştır. Bir yerden başka bir yere ulaşımı kolaylaştıran araçların ortaya çıkması ile de insanlar daha fazla turistik faaliyet gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bu süreç İkinci Dünya Savaşı ile kesintiye uğramış olsa da savaşın bitmesinin hemen ardından bu faaliyetler tekrar artış göstermeye başlamıştır. Günümüzde gelişen teknoloji ve artan teknoloji başarıları turizm faaliyetlerinde çok etkili bir faktör olmuştur. Günümüzde; Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanmış 2020 vizyonu (Tourism 2020 Vision) adlı raporda, 2010 yılında dünya üzerinde turist sayısının bir milyar birey, ülkelerin toplam turizm gelirlerinin ise 1.5 trilyon dolar olduğu, 2020 yılında ise büyük oranda artış göstererek, turist sayısının yaklaşık 1.5 milyar birey, ülkelerin turizm gelirlerinin ise iki trilyon dolar olacağı öngörülmektedir. (UNWTO, <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404667>. Erişim Tarihi: 10.10.2020).

I.2. Turizm Ekonomisi Kavramı

Dünya geçtiğimiz son yılda hızlı teknolojik gelişmelere tanıklık etmiştir. Bu teknoloji sayesinde sanayiye gösterilen önem artmış ve ekonomi bu sektör etrafında şekillenmeye başlamıştır. Sanayinin getirdiği hızlı kentleşme ile ortaya çıkan hava kirliliği, gürültü, aşırı stres, trafik sorunu ve benzeri sorunlar bireylerin psikolojik ve toplumsal

yapıları üzerinde negatif etkiler ortaya çıkarmıştır. Zamanla bu tür sorunların katlanarak artması bireyleri dinlenmeye, kendilerine boş zaman ayırmaya, gezip-görme isteğine ve eğlenme gereksinimlerinin artmasına neden olmuştur. Bu gereksinimlerin giderilmesi için yapılan faaliyetler, teknoloji sayesinde mekan-zaman kavramında ve ilişkilerde büyük değişiklikler ortaya çıkarmıştır. Teknik açıdan ilerlemeler ise, insanların çalışma sürelerinde azalma meydana getirmiş ve günümüze değin bireylerin gezip-görme, dinlenme, eğlenme, psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılayabilmek için devamlı olarak yaşadıkları yerden geçici olmak üzere başka bölgelere yahut ülkelere gitme imkanı sağlamıştır. Bu faaliyetler ekonomik ve toplumsal alanda geniş çaplı etkiler doğurmuş, turizm adı verilen bu hareketler bireyler için temel bir ihtiyaç haline bürünmüştür (Olahı, 1990:5-6).

Turizm, turist için ilk olarak konaklama olmak üzere ulaşım, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gereksinimlerinin karşılık bulduğu hizmetler bütünüdür. Turizm faaliyetleri ise bir yerden başka bir yere olan seyahat hareketlerini, bununla birlikte eğlenme, gezme, konaklama, dinlenme ve ulaşımı kapsamaktadır. Burada açıkça görülmektedir ki, bireyin bu faaliyetleri yapabilmesi için yeterli miktarda geliri olması gerekmektedir ve seyahat amacı ile yapılan bu faaliyetlere kaynak ayırması gerekmektedir. Turist için gerekli olan ilk şey konaklamadır. Bu konaklama yerleri otel, pansiyon, apart, tatil köyü ve benzeri yerler olabilir, bu yerlerde gerekli ücreti ödeyerek kalmaktadır. Bununla birlikte konaklamaya ek olarak yeme-içme, alışveriş, eğlence gibi faaliyetleri içinde ayrı bir ücret ödemektedir. Turist harcamaları olarak adlandırılan bu durum, paranın dolaşım hızının artmasını sağlamakta ve birçok ekonomik sektör arasında ek etkiler ortaya çıkaracaktır (Ünlüönen ve Tayfun, 2003:1).

Turizm olgusuna ekonomik anlamda baktığımızda ise üretilen turizm ürününün turiste (tüketici) satılması ve bu satıştan fayda sağlanması olarak ele alınabilir. Turizm sektörünün arz yönü, üretilen mal ve hizmetler, talep yönü ise turistin bir hizmet yahut mal alması olarak oluşmaktadır. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de üretim, tüketim, pazarlama, dağıtım, satış aşamaları bakidir. Fakat turizm sektörü yapısı gereği diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Çünkü diğer sektörlerde mal ve hizmet üretimi daha yalınken, turizmde ulaşım, bankacılık, haberleşme, konaklama, eğlence, yeme-içme ve sağlık başta olmak üzere daha komplike bir ağ örgüsü mevcuttur. Dolayısıyla turizm ürünü ayrı ayrı ekonomik faaliyetleri ifade etmektedir ve bu faaliyetler zinciri ekonomi ile iç içe durumdadır. Burada belirtilmelidir ki her ülkenin ekonomik yapısının farklılığı ve seçtiği ekonomik sistemin farklı olmasından dolayı, ekonomik çıktılarındaki turizm olgusu farklılık göstermektedir (Öztürk ve Bayat, 2011:138-139).

1.3. Turizm Ekonomi İlişkisi

Turizm, bireylere hizmet veren ve onların ihtiyaçlarını karşılayan, turizm seyahati boyunca söz konusu olabilecek her türlü harcamaların dahil olduğu bir yapıya sahiptir. Ayrıca turizmi bir şemsiye olarak düşünürsek içerisinde uçak şirketleri, tren, deniz yolları, tur operatörleri, kiralık araba şirketleri ile turistlere hizmet veren kişiler restoranlar, pansiyonlar ve toplantı merkezleri gibi bazı büyük ve küçük iş kollarından oluşan, içerisinde birçok yan kuruluş barındırmaktadır. (Bulu ve Eraslan, 2007: 4). Söz konusu durumdan dolayı turizmin ekonomiyle olan ilişkisini ifade etmek gerekirse:

- Turizm amacıyla yapılan seyahat ve konaklamalar, turist tarafından yapılan harcamalar, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan uluslar, firmalar, bölgeler ve işletmeler o yerin bireyleri için bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Turist

ihtiyaçlarının artması, söz konusu bölgelerde mal ve hizmet üretimini artıracak bununla beraber o bölgedeki üretim, gelir, yatırım ve istihdamın artmasına yol açacaktır. Bu nedenle turizm, kalkınmanın ve ekonomik büyümenin itici bir gücü olarak görülmektedir.

- Turizm sektörü; sektörü oluşturan ekonomik birimler tarafından sermaye, emek ve doğayı bir araya getirerek talep edilen turizm ürünü hazırlanmaktadır. Bu birimler turizm faaliyeti yapılan bölge yahut ülkenin uluslararası düzeyde turizmde rekabet edebilirliğini belirleyen etmenlerdir. Dolayısıyla bir bölge doğal veya kültürel açıdan dikkat çekerken diğer bir bölge sahip olduğu tesislerin kalitesi veya mutfağın çeşitliliği ile kendini gösterebilir.

- Turizm sadece konaklama ve seyahatten ibaret değildir. Önemli olan turistlerin talep ettiği her gereksinime cevap niteliğinde hizmet verebilmektedir. Bu bağlamda gerekli alt ve üst yapı yatırımlarının yapılması ve turizmde arzın yaratabilmesi gereklidir. Bu yatırımların yapılabilmesi için de ekonomik anlamda sermaye gereklidir. Böylece turizm kanalı ile fiziki altyapı gelişmesi sağlanmış olunmaktadır. Elbette bu imkânlar sadece turist için değil o bölgede yaşayan insanların faydalanması açısından önemli olmaktadır.

- Turizm hizmet sektörünün alt dalıdır ve ürün-hizmet üretebilmek için makine ve otomasyona tamamen elverişli değildir. Dolayısıyla daha fazla emek faktörü gerekli olmaktadır. Bu durum ise bölgedeki istihdam gelirine, işsizliğin azalmasına neden olmaktadır. Turizm bölgelerine olan talebin artması ile

beraber o bölgelerde yapılacak olan otel, bar, seyahat acenteleri, restoran gibi işletmelerin istihdamının da artmasına katkı sağlanmaktadır.

- Turizm yapısı gereği ağ örgüsü geniş bir sektördür. Faaliyet olarak turizmin yoğun olduğu bir bölgede buna bağlı olarak banka, telekomünikasyon, sağlık, eğlence ve benzeri birimler arasında sıkı bir iletişim ve iş birliği gerektirmektedir. Bu bağlamda, dolaylı yahut dolaysız yollardan turizm sektörü ekonomiye yeni iş olanakları sağlamaktadır.
- Turizm, yabancı sermaye yatırımlarını ülkeye çeken önemli bir faktör olarak kullanılmaktadır. Yabancı yatırımların ülkeye gelmesiyle istihdam artacak, yabancı işletme-yönetim servisi ile de yeni teknolojilerin ülkeye transferi sağlanmış olacaktır.
- Yukarıdaki maddelerden yola çıkarak turizm sektörünün önemi bir kez daha anlaşılmaktadır. Bu önemin farkına varan yerel ve kamu kuruluşları reklam ve tanıtım çabasına girmişler, turizmi ön plana çıkarmaya çalışmışlardır. Bu amaçla bastırılan broşürler, oluşturulan web siteleri ve turizm fuarları kullanılan satış ve pazarlama yöntemlerin başlıcalarıdır (Kanca, 2015:2-3).

I.4. Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler

Birçok ülkede fiziki savaşların bitmesi ve son olarak da soğuk savaş döneminin bitmesi ile beraber taarruz ve savunmaya ayrılan payların, sosyal harcamalara transfer edilmesine olanak sağlamıştır. Bu durum bireylerin yaşam şartlarında gözle görülür bir iyileşmenin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ek olarak, çalışma saatlerinin azalması ve esnek çalışma sisteminin yaygınlaştırılması ile ulusal ve uluslararası sistemde, turizm

faaliyetlerinde önemli gelişmelerin yaşanmasına sebep olmuştur. Turizm sektöründe bahsi geçen gelişmeler ile birlikte destinasyonlar arasındaki rekabet durumunda 1990'lı yılların başı itibariyle artış olmuştur (Yılmaz ve Ön Esen,2015:705-709).

Değişen insani ihtiyaçlar, geçmişin çizdiği çember dışına çıkılmasında zorunluluk gibi görülmüştür. Toplumda yakınlaşmanın artması ve kültür alışverişi yaşanması turizmi ön plana çıkarmıştır. Turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki çoğu birey için bir yaşam biçimi ve tüketim alışkanlığı haline bürünmüştür. Dünya turizm hareketlerinin gelişmesiyle birlikte bireyleri etkileyen faktörleri aşağıdaki maddelerde toplamak mümkün olmaktadır:

- Bireylerin daha sağlıklı ve uzun ömürlü olma isteği,
- Sayıları hızla artan ulaşım firmalarının rekabet içine girip biletlerin ucuzlaması,
- Boş zamanı değerlendirme güdüsü,
- Milli gelir ve harcanabilir gelir düzeyinin artması ve adil olarak dağıtılması,
- Tanıtım, halkla ilişkiler ve reklam faaliyetleri,
- Konaklama şirketlerinin yaygınlaşması ve çeşitlenmesi,
- Seyahat araçlarındaki kalite ve güvenliğin artması,
- Paket turların sayısında artış olması ile birlikte kitle turizmin ortaya çıkması,
- Bireylerde tatil bilincinin bir zorunluluk haline dönüşmesi,

- Ülkeler arasında siyasi engellerin ve formalite gibi görünen sınır problemlerinin kaldırılması, bununla birlikte gelen seyahat özgürlüğü,
- Teknolojilerin getirdiği kitle haberleşmenin gelişimi, seyahat işlemlerinin kolaylaşması ve işlem sürelerinin kısalmasıdır (Çeken ve diğerleri, 2012:11-13).

I.5. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkisi

Turizm sektörünün, bir ülke ekonomisi için iktisadi anlamda olumlu etkilerini söylemek her zaman mümkün olmaktadır. Lakin her sektörde olduğu gibi turizm sektörünün de olumsuz yönleri olabilmektedir. Son dönemlerde önemli adımlar atmayı sağlayan turizm faaliyetleri, ülkelerin birçoğunda hedefe ulaşmak açısından araç olarak kullanılmıştır. Bu ülkeler, turizm faaliyetlerinin hem olumlu hem de olumsuz etkilerini göz önüne almak durumundadırlar (Yanardağ ve Avcı, 2012:14).

I.5.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Turizm, emek-yoğun bir sektör olduğu için, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirebilmek amacıyla ihtiyaç duyduğu döviz girdisini sağlamada, yeni bir gelir kaynağı oluşturmada, kırsal alanlarda istihdamı artırmada ve daha birçok sektörel özellikleri ile ülkelerde öncü konumda olmaktadır (Yanardağ ve Avcı, 2012:42).

Turizmin olumlu ekonomik etkileri; ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, gelir yaratıcı etkisi, istihdam yaratıcı etkisi, bölgeler arası gelişme üzerindeki etkisi ve dış ticaret üzerindeki etkisi olarak sıralamak mümkündür.

I.5.1.1. Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Ödemeler bilançosu yahut başka bir ifade ile ödemeler dengesini kısaca açıklayacak olursak: Bir ülkenin geri kalan dünya ülkeleriyle yapmış olduğu mali ve ekonomik ilişkilerinin kaydını tutan kalemdir. Turizm sektörü, görünmez bir ihracat kalemi olduğu için ödemeler dengesine pozitif ve doğrudan etki yapmaktadır. Bahsi geçen bilanço, uluslararası hizmetler bölümünde yer almaktadır (Beyaz ve Karabacak, 2018:59).

Ülkelerin turizmden kazandıkları döviz gelirleri, bahsi geçen ülkelere turizm amacıyla çıkan döviz giderinden daha fazla ise, turizm ödemeler bilançosu hesabına pozitif etki etmektedir. Turizm diğer sektörlerle göre ihracat açısından bir çeşitlendirme ve ürün farklılaştırması oluşturmaktadır. Turizm sektörü döviz girdilerinde oluşabilecek herhangi bir dalgalanmanın da ortadan kaldırılmasına yahut en aza indirilmesine katkı sağlamaktadır. Turizmden sağlanan döviz girdileri, diğer sektörlerin sağladığı döviz girdilerine oranla daha az maliyetlidir. Bundan dolayı sektörden elde edilen kazanç, imalat başta olmak üzere diğer sektörlerin geliştirilmesi, kalkınmasının sağlanması, dış borç yükünün hafifletilmesi, istihdam ve yeni iş olanaklarının yaratılması, kişi başına düşen milli gelirin daha da artırılabilmesi için kullanılmaktadır. Ama gelişmekte olan ülkeler daha çok bu kazançları ödemeler dengesi açıklarını kapatmak amacıyla kullanmaktadırlar (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:355).

I.5.1.2. Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizm sektörünün bir ülke ekonomisinde sağlamış olduğu olumlu etkilerden en önemlisi gelir yaratma etkisidir. Gelir yaratma etkisi, turistlerin ülke ya da bölge ekonomisi içerisinde yapmış oldukları harcamaları, o bölgede geçimini sağlayan insanların ücretlerini yahut gelirini oluşturması olarak açıklanabilmektedir (Kar ve diğerleri, 2004:90).

Gelir etkisi bu durum ile sınırlı değildir. Turizm sektörü birçok sektörle iç içe olduğundan dolayı, elde edilen turizm geliri sektörlerdeki çoğu mal ve hizmetin tüketim, üretim, ithalat yahut ihracatına yol açacaktır. Bu şekilde elde edilen turizm geliri, diğer sektörlerde üretim yapan kişiler (tarım, inşaat, sanayi vb.) tarafından harcanarak, ekonomi içerisinde birçok el değiştirecek ve bu sayede diğer üretim yapan kişilere de gelir oluşturacaktır. Bu oluşan duruma literatürde çarpan etkisi denilmektedir. (Ersoy, 2017: 39). Bu etki, para ne kadar çok el değiştirirse, yani paranın dolaşım hızı ne kadar çok artarsa o kadar artmaktadır. Bu bağlamda turistler tarafından yapılan harcama, ekonomide ilk olarak kendi büyüklüğü kadar bir gelir etkisi ortaya çıkarmaktadır. Daha sonra, bu gelirin bir kısmı ülke ekonomisi içinde tasarruf, yatırım, vergi ve harcama gibi yerlerde devir etmekte ve dolaylı yollardan yeni gelirin meydana çıkmasına neden olmaktadır. Gelir sağlayan turizm işletmeleri, kendileri ve işletmeleri için mal ve hizmet almakta, bu şekilde turistlerden elde edilen kazanç harcama yolu ile ekonomiye tekrar geri dönmektedir. Bu mekanizma sonucu ortaya çıkan nihai turizm geliri, iç ve dış turistlerin yatırım harcamaları ve tüketim harcamalarına oranla oldukça yüksektir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:354).

I.5.1.3. İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizm emek yoğun bir sektör olduğu için, turizme elverişli olan fakat gelişmemiş ya da kırsal yerlerdeki istihdamın temel kaynaklarında en önemlisi olmuştur (Çımat ve Bahar, 2013:14). Daha öncede belirtildiği gibi turizm birçok sektörle iç içe durumdadır. Bu nedenle turizm amacı ile yapılan tüketim harcamaları ilk olarak doğrudan istihdam etkisi yaratırken, elde edilen gelirin tekrar harcanmasıyla ikinci olarak dolaylı istihdam etkisi yaratmaktadır. Son olarak ise bölgede yaşayan birimlerin turizm faaliyetlerinde çalışarak elde ettiği geliri yeniden harcaması sonucunda ek istihdam yaratmaktadır (Sharpley, 2002:167).

Turizmin meydana getirdiği gelişmeler ile beraber yeni iş alanlarının ortaya çıkması, iş gücüne olan talebi artırmış ve sonucunda istihdam artışına sebep olmuştur. (Olalı ve Timur, 1988: 146; Çalışkan, 2003: 74). Buradan yola çıkarak turizm sektörü ele alınarak istihdamın temel özelliklerini özetlemek istersek, şu şekilde olacaktır:

- İspanya, Mısır, Türkiye vb. ülkeler gibi kitle turizmin yoğun olduğu yerlerde mevsimlik iş gücü seviyesi turizm sektörü çerçevesinde yüksektir.
- Turizm sektöründe istihdam edilen kadın personel sayısı, diğer kimi sektörlerle göre daha fazladır. Bu durumun nedeni olarak kadınların beceri ve bilgisine hitap eden iş alanlarının fazlaca sayıda olması söylenebilir.
- Turizm sektöründe iş gücü, sosyo-demografik ve sosyo-ekonomik açısından bakıldığında karma bir yapıdadır. Farklı gelir-eğitim-kültür gruplarında yer alan bireyler aynı işletme içerisinde çalışıp görev alabilirler.

- İstihdam edilen iş gücünün ne kadarının doğrudan sektöre, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu belirlemek güç olmaktadır.
- Turizm sektörünün mevsimsellik özelliği yarı zamanlı ve tam zamanlı istihdam edilen iş gücünün yoğunluğu nedeniyle, uluslararası ve ulusal düzeyde kaç kişinin turizm sektörü tarafından istihdam edildiğini istatistiksel olarak hesaplamak mümkün değildir.
- Çalışma şartlarının zorluğu sebebi ile turizm sektöründe iş gücü devir oranı yüksektir.
- İstihdam edilen iş gücünün toplu pazarlık ve sendikalaşma gücü turizm sektöründe zayıftır.
- Turizm sektöründe konaklama ve ulaştırma gibi alt sektörlerde görev yapan çalışanların, 24 saat kesintisiz hizmet sunması söz konusudur. Bu sebeple sektör süreklilik özelliği taşımakta ve tüketicinin günün 24 saati hizmet talep eden bir özelliğe sahip olmasına neden olmaktadır.
- Turizm sektöründe, uluslararası alanlarda ülkelerin özelliğine göre değişen miktarda, yabancı iş gücünün istihdam edilmesi mümkün olabilmektedir (Yıldız, 2011:59-62).

I.5.1.4. Bölgeler Arası Gelişme Üzerindeki Etkisi

Hem ülke hem de bölgesel bazda değerlendirildiğinde bazı bölgeler diğer bölgelere göre ekonomik açıdan geri kalabilmektedir. Bu bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının giderilebilmesi amacı ile politikacılar turizmi bir araç olarak görmektedirler

(Baykul ve Maden, 2017:66). Çünkü turizm diğer sektörlere kıyasla ekonomik gelişme için etkili alternatif fırsatları sunmaktadır. Örneklere bakıldığında geri kalmış bölgelerde turizmin önemli etkileri bulunmaktadır. Bu tür bölgelerdeki çiftçilik yahut balıkçılık gibi meslek icra edenler turizm ile gelirlerini artırabilirler. Bölgeler gelirlerini artırdıkça dolaylı etkiler ile beraber ekonomik anlamda gelişme sağlayarak, göreceli olarak geri kalmışlığı azaltmakta, hatta zamanla yok edebilmektedir. Turizm sektörünü bu bölgelerde sadece gelir getirici olarak görmek de doğru değildir. Buna ek olarak bahsi geçen ülkelerde altyapı hizmetlerinde de düzenleme sağlayarak, pozitif katkıda bulunabilmektedir. Turizm faaliyetlerinin artması bölgeye yatırım çekecektir. Böylece bölge hem dolaylı hem doğrudan gelir imkanı sağlayacak, hem de altyapı hizmetlerinde üstün düzeye sahip olacaktır. Bu şekilde de gelişmişlik düzeyi fazla olan bölgeler ile aralarında olan gelişmişlik farkını minimuma indirebilecektir. Burada belirtmelidir ki bu etkilerin büyüklüğü ise bölgelerin ekonomik anlamdaki büyüklüğüne ve bu politikaların etkinliğine, çarpan etkisine göre bölgeler arası farklılık göstermektedir (Giritlioğlu ve Bulut, 2015:28).

I.5.1.5. Dış Ticaret Üzerindeki Etkisi

Dış ticaret mal ve sermayenin ulusal sınır dışına akışı yahut girişi ile alakalıdır. Dış ticaret ithalat ve ihracat olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Ülke ekonomisinin kalkınması açısından ihracat çok önemlidir. Daha önce bahsettiğimiz gibi turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetler için ithal girdi ihtiyacı diğer sektörlere göre oldukça azdır. Bu durumda özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin dışa bağımlılıklarını, turizm sektörü ile minimuma indirmektedir (Bilgiçli ve Altınkaynak, 2016:560-580).

Küreselleşme eğilimi ve liberalizasyon süreci, ülkeler içerisindeki kaynak ve faktör donanımını artırmıştır. Örneğin Türkiye uzun yıllardır dış ticaret açığı vermektedir.

Turizm sektörü döviz girdisi sağlamada önemli bir rol oynadığı için Türkiye’de turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmada önemli bir yeri bulunmaktadır. Türkiye için ödemeler bilançosu açığına neden olan kalemlerin başında dış ticaret hesabı ve dış borç anapara faiz ödemeleri gelmektedir (Önal, Düzakın ve Çiftçi, 2006:52).

Tablo 1. Türkiye’de Yıllara Göre Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Karşılama Oranı

Yıllar	2014	2015	2016	2017	2018	Değişim (%)
Toplam İthalat	242.177.117	207.234.359	198.618.235	233.791.662	223.039.038	-5%
Toplam İhracat	157.610.158	143.838.871	142.529.854	157.055.371	168.023.391	7%
Toplam Dış Ticaret Açığı	-84.566.959	-63.395.488	-56.088.651	-76.736.291	-55.015.647	-28%
Turizm Geliri	34.305.903	31.464.777	22.107.440	26.283.660	29.512.647	12%
Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Karşılama Oranı	40,57%	49,63%	39,42%	34,25%	53,64%	

Kaynak: Türofed Turizm Raporu, 2019. Erişim Tarihi: 15.10.2020.

Tabloyu incelediğimizde Türkiye için turizm gelirlerinin ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Dış ticaret açığı ve turizm gelirleri dalgalanma gösterse de oran olarak dış ticaret açığının yaklaşık yarısını turizm gelirleri kapatmaktadır. (Bulut, 2000:59).

Bu bağlamda döviz bir nevi dış borç ödeme aracı olarak da kullanılmaktadır. Dikkat çekilmesi gereken bir diğer nokta ise turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payıdır.

Tablo 2. Bazı Ülkelerde, Turizm Gelirlerinin İhracat İçindeki Payı (Yüzde)

Yunanistan	62,64	Tayland	9,10	Polonya	6,63
Mısır	49,93	Kanada	8,69	Çek Cumhuriyeti	4,59
Fas	36,58	Fransa	8,58	Meksika	4,57
İspanya	20,85	ABD	8,50	Hong Kong (Çin)	4,09
Türkiye	15,60	İngiltere	7,90	Çin	2,87
Tunus	13,46	İtalya	7,72	Almanya	2,73
Avustralya	13,27	Ukrayna	7,36	Singapur	2,65
Avusturya	12,66	Malezya	7,29	Rusya	2,55

Kaynak: Türofed Turizm Raporu, 2019. Erişim Tarihi: 15.10.2020.

Tablodan da anlaşılabacağı üzere turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı oldukça yüksektir. Özellikle Yunanistan'ı baz aldığımızda ihracatlarının yarısından fazlasını turizm gelirleri oluşturmaktadır. Türkiye açısından bakıldığında ise 15,60 yüzdelik pay azımsanmayacak kadar fazladır.

I.5.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizm faaliyetleri ele alınırken, sektörün genellikle olumlu yönlerine dikkat çekilmektedir. Ancak ülkeler bazı ekonomik kararları alırken turizm sektörünü araç olarak kullandığı için sektörde ortaya çıkan sadece olumlu yönleri değil olumsuz yanlarını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu olumsuzluklar bazen ulusal bazda etkileri aşarak, uluslararası çapta problemleri de beraberinde getirmektedir (Yıldız ve Kalağan, 2008:42).

Turizmin olumsuz ekonomik etkileri; ithalat etkisi, enflasyon üzerindeki etkisi, fırsat maliyeti etkisi, mevsimsellik etkisi ve aşırı bağımlılık olarak ele almak mümkündür.

I.5.2.1. İthalat Etkisi

Turizm sektörü, kimi tüketim amaçlı kimi toplumun tüketim alışkanlıklarında neden olabileceği etkiler sebebiyle bazı gıda, mutfak malzemeleri, inşaat malzemeleri ve benzeri malların ithalatını gerektirebilir (Korkmaz, 1988:399). Uluslararası turizm hareketlerinde ulusların ekonomik bağımsızlığını teşvik ettiği söylenmesine rağmen, gelişmiş olan ülkelere üçüncü dünya ülkelerine giden turistlerin bölge ekonomisi üzerine bağımlılık yarattıkları kabul görmektedir. Turizm faaliyetleri teknolojik yatırımları çekeceği için ülkedeki ithal eğilimi artırabilmektedir. Bu durum özellikle gerekli olan teknolojiye ve sermayeye sahip olmayan ülkelerdeki turizm hareketleri için bahsi

geçmektedir (Bulut, 2000:78). Ayrıca ulus içerisindeki belirli bölgelerde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, yabancı ve yerli turistlerin dışında, çalışmak amacı ile bölgeye gelen kişilerin mal ve hizmete gösterecekleri talep, o bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatını artırıp bölgesel enflasyona neden olabilmektedir. Bu durumda bahsi geçen bölgede uzun yıllardır yerleşik olan halk daha fazla etkilenmektedir.

Bu durumlara ek olarak turizm bölgedeki kamu hizmetlerinin yükünü artırabilir. Yeni üst ve altyapı yatırımlarının yapılması, mevcut halde alanların yenilenmesi için ek harcamaların yapılması lazım gelmektedir. Örneğin: İngiltere’de turizm işletmelerinden gelen 92 yangın ihbarı için 2.767.000 Sterlin toplam içinde 63.300 Sterlin tutarında harcama yapılmıştır (Bahar ve Kozak, 2013:183).

1.5.2.2. Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Enflasyon: toplam talebin, toplam arzı karşılayamaması sonucu genel fiyatlar seviyesindeki yükselişi ifade etmektedir. Başka bir deyişle enflasyon, sürekli olarak artış gösteren fiyat seviyesi ve bunun sonucunda ulusal paranın satın alma gücündeki azalma manasına gelmektedir. Ayrıca enflasyon kişi başına gelirin dengesiz dağılmasına neden olmaktadır (İçöz, 1991:20).

Sektör olarak turizm enflasyonu ve ulus ekonomisi içerisindeki enflasyon birbirlerini karşılıklı olarak etkileyebilecek değişkenlerdir (Yıldırım ve diğerleri, 2017:79). Ülke ekonomisinde turizmin ortaya çıkardığı enflasyon etkisi değişik şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Turizm bölgelerinde perakendeci bazı satıcılar turistlere sattıkları turizm mal veya hizmetin fiyatını yükselterek karlarını artırmak istemektedirler. Bu durumda

bölgede ortaya çıkan fiyat artışları ile beraber maliyet artışı da ortaya çıkmakta ve bölgede enflasyon oranını artırmaktadır (İçöz ve Kozak, 2002:225).

Turizm sezonunda, genel fiyatların artışı ile beraber özellikle arsa ve gayrimenkul fiyatları da paralel olarak artmaktadır. Böylece kira fiyatları artarak ve enflasyon derinleşmektedir. Bu açılardan bir bölgede enflasyonist baskının oluşup oluşmayacağını 3 koşula bağlamak mümkündür. Bunlar aşağıda açıklanmaktadır:

1. İlk olarak ülkede turizm sektörü sayesinde elde edilen gelir yani net döviz geliri, net döviz giderinden daha az ise turizmin enflasyonist baskıya yol açabildiğini söylemek mümkündür. Yani turizm sektörü ile ülkede talep edilen döviz miktarı, döviz arzını aştığı zaman bu durum enflasyona yol açmaktadır.
2. Ulusal ekonomi içerisinde turizm sektörü diğer sektör çalışanları bakış açısından önemli bir sektör olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla turizm bir pilot sektör olarak seçilebilir. Bu şekilde turizm enflasyonist bir baskı oluşturması kaçınılmaz bir durumdur.
3. Turizmin enflasyonist bir baskı oluşturup oluşturmayacağının bir diğer koşulu da reel döviz kuru değerine göre de belirlenebilmektedir. Turizm sayesinde harcanan ulusal para miktarı, turizmden elde edilen net döviz geliri toplamından fazla ise turizmin enflasyonist bir baskı oluşturması olağan olmaktadır. (Ataykarnış ve Aygün, 2016:39-42).

1.5.2.3. Fırsat Maliyeti Etkisi

İlk olarak fırsat maliyeti kavramını açıklayacak olursak: İktisadi bir seçim yapılırken vazgeçilmek zorunda kalınan ikinci en iyi alternatiftir. Bu durumda, bir malın

fırsat maliyeti (opportunity cost): bahsi geçen malın üretimini bir birim artırmak için diğer kaynaklar serbest durumda iken, başka bir malın üretiminden vazgeçilmesidir. Bu durumun temel sebebi bilindiği üzere iktisadın temel sorunu olan kıt kaynakların yönetilmesidir. Dolayısıyla kıt kaynakların, alternatif kullanım seçenekleri arasında tercih yapılması kaçınılmaz olmaktadır (Güneş ve Aydemir, 2005:74).

Fırsat maliyetine turizm açısından baktığımızda ise: Ulusların herhangi bir bölgeye turizm yatırımı yaparak elde edeceği gelirin, herhangi başka bir sektörde yapacağı aynı yatırımın gelirine kıyaslanmasına turizmin fırsat maliyeti etkisi denilmektedir. Bu bağlamda fırsat maliyeti olgusu, ulusların kıt ekonomik kaynaklarını en iyi biçimde yönlendirmesi sonucu elde edilebilecekleri en yüksek hasıla olarak açıklanabilmektedir. Fırsat maliyetine örnek vermek gerekirse; bir ulusun, yatırım için belirli bir kaynak ayırdığını varsayalım. Bu ayrılmış olan kaynağın seçenek olarak bir turizm kampına, okul yapımına yahut bölgenin alt yapısına kullanılabileceğini düşündüğümüzde bakmamız gereken nokta, o bölgenin gereksinim duyduğu seçeneğin hangisi olduğu ve birey başına düşen gelir ile milli geliri uzun vadede pozitif etkileyecek yatırımın en iyi seçeneğe yönlendirilmesidir (Ardahaey, 2011: 211).

Bu açıdan düşünüldüğünde, bir ulusun veya bölgenin kıt kaynaklarını hastane yapımına harcaması gerekirken, lüks bir otel yahut herhangi bir turizm faaliyetlerine harcaması, bir taraftan kıt olan kaynakların doğru ve etkin kullanılmamasına diğer taraftan ise bahsi geçen ulus veya bölge halkının büyük bir refah kaybına yol açacaktır. Bu sebepten dolayı bir ekonomide mevcut bulunan kıt kaynakların, sektörler arasında fırsat maliyeti güdülerek bölüşümünün yapılması hem bireylerin ve ulusun ekonomik olarak refahını artıracak hem de kıt kaynakların kullanımı açısından doğru bir karar olacaktır.

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından aslında daha önemli olan fırsat maliyeti etkisi, kıt olan kaynakların göreceli olarak daha az verimli turizm alanlarına yatırılması bu kaynakların israf edilmesine neden olacaktır. Bu bakımdan özellikle turizm potansiyeli yüksek olan uluslarda politika yapıcılara önemli görevler düşmektedir. Hangi sektörde kullanılırsa kullanılsın kıt kaynakların etkin kullanılması sayesinde çıktı miktarının artması, ülkede önemli etkiler yaratılmasına neden olacaktır (Mbaiwa, 2003: 460).

I.5.2.4. Mevsimsellik Etkisi

Turizm sektörü, mevsimsellik dalgalanma özelliği en yüksek olan sektörlerin başında gelmektedir. Bu durumun sebebi, turizm faaliyetlerinin yılın belirli dönemlerinde artması ve ağırlıklı olarak yabancı turistler tarafından yapılmasıdır. Talebin çok fazla arttığı yaz döneminde, turizm bölgelerinde arz edilen konaklama imkânında doluluk yaşanmaktadır. Kış döneminde ise turizm bölgelerindeki kapasite oranı azalmaktadır. Bu durum da atıl arzın oluşmasına sebebiyet vermektedir. Bahsi geçen durum, konaklama işletmelerinin yılın belli bir döneminde çok az gelirle çalışmaya yahut faaliyetlerini durdurmaya itmektedir. Dikkat çekilmesi gereken konu, bu konaklama işletmelerinin bir turizm sezonu boyunca kazandıkları geliri bir yıl boyunca harcamak zorunda kalmalarıdır (Kuşluvan ve Kuşluvan, 1998:18). Dolayısıyla turizm sektörü dışında kalan zamanda, turizm sektörü zamanı çalışan iş gücünün büyük çoğunluğu işten çıkarılmakta, işsizlik ve mevsimsel olarak işsizlik sorunuyla karşı karşıya kalınmaktadır. Başka bir açıdan bakıldığında ise, turizme yapılan yatırımların geri dönüş hızı daha uzun sürmekte ve turizm sektörü yatırımcıların sağlayacağı avantajı ellinden kaçırmaktadır.

Turizm sektörüne yapılan yatırımların, geri dönüş oranı düşük ve yüksek sermayeli olduğu düşünüldüğünde, mevsimsel dalgalanmaların sektöre fazlasıyla zarar verdiğini söylemek doğru olacaktır. Çünkü sermayenin geri dönüş süresinin azalması, atıl kapasitelerin fazlalaştığı andan itibaren başlamaktadır. Böyle bir durumda da ister yerli olsun ister yabancı birçok yatırımcı, turizm sektörüne yatırım yapmaktan vazgeçmektedir (Bahar ve Kozak, 2013: 185).

Yukarıda bahsi geçen mevsimsellik etkisinden kurtulmak için, turizmi belirli bir dönem içerisinde çıkartıp on iki aya yayılması gerekmektedir. Bu amaçla kıyı turizmi dışında diğer turizm çeşitlerinin geliştirilip uygulamaya konması hakkında politikalar üretilmelidir. Politikalar sayesinde turizm dönemi dışında bölgede olan turizm kapasitesinin kullanılması sağlanacak, kaynaklar etkin ve verimli kullanılmış olacaktır. Kamu ve özel sektör işbirliği sağladığı takdirde bahsi geçen bölgeye yönelik turizm talebi artışı olacak ve turizm gelirleri ile turist sayısı da artacaktır. Yukarıda sayılan önerilerin işletme tarafından yapılması bölgede turizmin mevsimsellik özelliğini minimize ettiği için pazar payını korunmasını sağlayacak, mevcut pazarın geliştirilmesinde rol oynayacak ve böylece yeni pazarlara da kolaylıkla girebilme imkanı sağlayacaktır. Dolayısıyla rekabet gücü de yükselecektir. Bu sorunların çözüme ulaşması, nihayetinde ülke ekonomisinin turizmden daha fazla gelir elde etmesi manasına gelmektedir. Bu da güçlü bir ekonomi için oldukça önemlidir (Avcı, 2018:165-166).

I.5.2.5. Aşırı Bağımlılık

Turizm sektörü daha öncede açıkladığımız üzere hammadde olarak genellikle doğa ve kültürü kullandığı için girdi olarak az maliyet fakat çıktı olarak fazla gelir getiren bir sektör olmuştur. Dolayısıyla bazı gelişmekte olan ülkeler bu durumda, turizm sektörü

üzerinde bir uzmanlaşma eğilimi göstermeye başlamışlardır. Turizmin ekseriyetle büyüyen ve gelişen bir sektör olması ve turizmin geleceğine dair tahminlerin turizm talebinin sürekli artacağı yönünde olması, turizm sektörüne ağırlık verilmesine sebebiyet verse de, bu talebin artışından her ülkenin aynı oranda etkilenmesini beklemek ülkeler açısından bir hayal kırıklığı oluşturabilir. Çünkü turizm, birçok etki karşısında esnek bir talebe sahiptir. Herhangi bir iktisadi kriz yahut siyasal sorun turizm sektöründe önemli bir talep kaybına karşılık gelebilir (Mason, 2003: 35). Ayrıca bir salgın hastalık yahut karantina durumları olduğu taktirde, finansal siyah kuğu etkisine benzer bir etkinin turizm sektöründe de ortaya çıkması hiç de uzak değildir.

Ülkeler bahsi geçen nedenlerden ötürü turizme bağlı kalarak gelişme eğilimlerinde değişikliğe gitmelidirler. Değişikliğe gidilmemesi taktirde oluşan durum bir nevi gevşek zemin üzerine bina yapmak olarak da düşünülebilir. Turizm sektörlerinin geliştirilmesi çabalarında olan ülkeler, dengeli bir yaklaşım stratejisi belirlemelidir ve ek olarak geliştirme yönündeki çabalarında her zaman talep faktörünü de göz önüne almaları gerekmektedir. Bu durum bize, geleceğe dönük talep tahminlerinin ne kadar önemli olduğunu hatırlatmaktadır (Ay, 2014: 24-26).

I.6. Turizm Harcamalarının Ülke Ekonomisi Açısından Önemi

Dünya genelinde ekonomik açıdan bir değerlendirme yapıldığı takdirde uluslararası turizm kalemi, dünya dış ticaretinin en geniş kalemi olarak görülmektedir. Çoğu ülke için turizm sektörü en önemli ihracat geliri veya en fazla döviz girdisi sağlayan sektör olma özelliğini korumaktadır. Dolayısıyla turizm sektörü bu ülkeler için ekonomik büyüme ve kalkınmanın kilit taşı durumundadır. Elbette ki her ekonomi farklı olduğu için turizm sektörünün de her ülkede farklılık göstermesi olağandır. Uluslararası alanda turizm

hareketlerine bakıldığı zaman, en fazla turist gönderen ve en fazla turist çeken ülkelerin gelişmiş ülkeler olduğu dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında ise turizmin gelişmiş ülkelere esas bir sektör olduğundan bahsedilebilir. Ayrıca uluslararası alanda en fazla turizmden gelir elde eden ülkelere bakıldığında, ilk on ülkenin büyük çoğunluğunun batı ülkelerinin gelişmiş ulusları olarak karşımıza çıkmaktadır (Şen ve Şit, 2015:33-35).

Gelişmiş ulusların turizm sektöründen kazanmış olduğu gelir, az gelişmiş yahut gelişmekte olan ülkelerin kazandığından çok daha fazladır. Fakat gelişmekte olan ülkelerde bu gelir kalkınma, gelişme ve ekonomik büyüme amacıyla kullanılırken, gelişmiş ülkelerde turizm sektörü içerisinde harcanmakta olduğunu görmekteyiz. Bu bağlamda, ülkeler arasında ekonomiyi etkileme açısından konuyu ele aldığımızda; gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkelere oranla daha fazla ekonomide itekleyici gücü elde etmiş olmaktadır (Bilgiçli ve Altınkaynak, 2016:564-565).

Gelişmekte olan ülkelerde turizm sektöründen elde edilen gelir, bahsi geçen ülkelerde daha acil sorunlar için yahut makroekonomik sorunların çözümü için kullanılmaktadır. Gelişmiş olan ülkelerde ise sektör içinde otel yapımında, yenilenmesinde veya telekomünikasyon gibi amaçlarla kullanılmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler 1980 sonrasında döviz girdisi sağlamak, istihdam oluşturmak ve bölgeler arası denge sağlamak amacıyla turizm sektörüne yatırım yapmışlar ve geliştirilmesine önem vermişlerdir. Bu amaçla tanınan ayrıcalıklardan bazılarını örnek vermek gerekirse, idari, mali veya hukuki kolaylık sağlanması, turizm potansiyeli yüksek belde ve bölgelerin yabancı ziyaretçilere açılması ve aktarılan kaynaklar olarak sıralanabilir (Uşaklı ve Ünlüönen, 2015).

Bölgeye gelen ziyaretçi sayılarının artması yeni konaklama, eğlence, yiyecek-içecek, alışveriş alanları bunlara ek olarak altyapı, üstyapı yatırımlarına duyulan ihtiyacı

artırmıştır. Turizm sektörü görüldüğü üzere sadece kendi alanı içinde değil, kendi alanı dışında sektörleri de etkilemektedir. Sektörün diğer sektörlerle sıkı sıkıya bağlı olmasından ötürü istihdam, yatırım ve gelir çarpanı da önem arz etmektedir (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2007:210).

Bir turist seyahat amaçlı bulunduğu yerden başka bir yere gittiği takdirde hava-kara-tren yolu çeşitlerinden birini kullanacak ve bilet için harcama yapacaktır. Gittiği bölgedeki otelde konaklamak için harcama yapacak, alışveriş yaparak harcama yapacak, bölge halkıyla iletişim içinde olacak, mekân ziyaretleri için yine belirli imkân seçeneklerini kullanacaktır. Bu sayede bölgesel turizm ile dolaylı yahut doğrudan ilişki içinde olan her birey-sektör kelebek etkisiyle etkilenecektir.

Yukarıda belirtilen etkileri ölçmek isteğinde bulunduğumuzda büyük bir belirsizlikle karşı karşıya kalmaktayız. Bu durumun nedeni ise elbette ki turizm sektörünün birçok sektörle iç içe olmasıdır. Bu sektörlerin bazıları doğrudan bazıları dolaylı olarak etkilemektedir. Lakin uluslararası turizmin iktisadi etkileri çoğu ülkelerde belirli yöntemler kullanılarak ölçülmeye çalışılmakta ve en yakın sonuç elde edilmeye çalışılmaktadır. Bu yapılan ölçümlerde belli başlı yöntemler ele alınır. Bunlara örnek vermek gerekirse: turizm geliri, yatak-oda sayısı, turist harcamaları, yatırım ve teşvik belgesi, istihdam seviyesi ve gelen yabancı turist rakamları sayılabilir (Unur, 2004:115-116).

Turist harcamalarının bir ulus ekonomisi içindeki etkisi 3 şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar:

1. Doğrudan/Birincil Gelir: Turistlerin turizm amacı ile gittikleri bölgede konakladıkları yer, alışveriş merkezleri, restoranlar, eğlence yerleri gibi bir turizm mal veya hizmeti alması sonucunda elde edilen gelirdir.

2. Dolaylı/İkincil Gelir: Birinci gelire bağılı olarak ticaret sonucu ortaya çıkan ve genellikle işletmeler arası alışverişten doğan harcamalardan elde edilen gelirdir.

3. Özendirilmiş/Uyarılmış Gelir: Turist harcamaları sonucunda kazanılan gelirin, turizm sektöründe istihdam edilen yahut turizm sektöründen kazanç sağlayan bireyler tarafından harcanması ile elde edilen gelirdir (Ulutürk, 1998:33).

Yukarıda belirttiğimiz gibi bu üç etkinin ülke ekonomisi üzerine etkisi tam anlamıyla ölçebilecek ve değerlendirebilecek bir yöntem bulunmamaktadır. Fakat elde edilen doğrudan gelirin belirlenmesi nispeten daha kolay olmaktadır. Fakat turist harcamalarının yaratmış olduğu ikincil ve özendirilmiş etkinin ölçülmesi için birçok yöntem de kullanılmaktadır. Turist harcamaları sonucu ortaya çıkan ekonomik etki iki aşamalı ölçülmektedir. İlki, birincil etkilerin ölçülmesinde kullanılan yöntemler, ikincisi de dolaylı ve özendirilmiş etkilerin ölçülmesinde kullanılan yöntemler.

Turist harcamalarının birincil etkisinin ölçülmesi için 9 ayrı yöntemin olduğu görülmektedir. Bu yöntemler: alan araştırması yöntemi, tüketici araştırmaları yöntemi, gözlem yöntemi, banka kayıtları yöntemi, mevsimsel fark yöntemi, artık gelir yöntemi, uydu hesaplama yöntemi, maliyet faktör yöntemi ve harcama oranı yöntemidir. Bu yöntemleri kısaca açıklayacak olursak:

- Alan araştırması yöntemi: Turist harcamalarının hesaplanması için kullanılan yaygın bir yöntemdir. Bu yöntem ulusa/bölgeye giriş ve çıkış kapılarından girip-çıkan bireylerin harcamaları sayesinde yapılan anketler sonucunda oluşmaktadır. Anketler sonucu elde edilen birincil verinin

ortalaması alınır ve ana kütle ile çarpılır, toplam turist harcaması ile yapılan bu harcamaların hangi sektöre gittiğini hesaplanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta anket sonuçlarının iyi hesaplanmasıdır. Çünkü hesaplamaların yanlış yapılması ikincil etkiye de yansiyacaktır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2007:210).

- Tüketici araştırmaları yöntemi: Bu yöntemde genel tüketici harcamalarından, turist harcamalarının çıkarılması ile turist gönderen bölgelerdeki bireylere dönük araştırmalar yapılarak turist harcamalarının tahmin edilmesi mümkün olmaktadır (Frechtling, 2006:33).
- Gözlem yöntemi: Bu yöntemde turist harcamaları iki şekilde incelenmektedir. İlki, turistlerin ülke içinde ziyaret ettikleri yerler izlenir ve yaptıkları harcamalar kayıt altına alınır. Bu şekilde sektörün ekonomiye etkisini hesaplamak amacıyla kesin veriler elde edilebilir. Bu yöntem seyahat sonrası yerinde yapılan araştırmalar sayesinde işlemektedir. İkicisi ise turizm sektöründeki tüm işletmelerin toplam satış hacmini bir araya getirmektir. Bu sayede turizmden elde edilen toplam gelir hesaplanabilir (Unur, 2004:117-118).
- Banka kayıtları yöntemi: Bu yöntem kısmi dışa kapalı olan yahut ticari açıdan sınırlı ülkelerde uygulanmıştır. Bu kayıt sisteminde ülkeye seyahat amacı ile gelen yabancı turistlerin, banka veya döviz bürolarına bıraktığı döviz miktarının bahsi geçen ülkenin merkez bankası tarafından kayıt altına alınması ile oluşmaktadır. Yani turist harcama miktarı bu şekilde hesaplanmaktadır. Bu yöntem başarılı bir yöntem olarak görülebilir. Ancak merkez bankası

kayıtlarına girmeyen paralar, yöntemin yanlış sonuç elde edilmesine neden olabilmektedir. Örneğin Türkiye 1980 yılı öncesinde bu yöntemi kullanmıştır (Sheldon, 1993:15-18).

- Mevsimsel fark yöntemi: Bu yöntemde bir bölgede turizm faaliyeti gösteren işletmenin, 12 ay içerisinde en az gelir kazandığı ay tespit edilir. Turizm faaliyetleri az olacağından dolayı seçilen ay sadece yerel halkın geliri olarak kabul edilir. Kalan 11 ayda elde edilen kazançtan seçilen 1 ay miktarı çıkarılır ve bu miktar turist harcaması olarak kabul edilir. Fakat bu yöntemde çok sağlıklı sonuçlar vermeyebilmektedir. Çünkü en az gelir elde edilen ayda bile gelen bir turist harcaması yapmış olabilir yahut yerel halk çarpan etkisinden dolayı turizm işletmelerinde harcaması yapmış olabilir (Frechtling, 2006:32).

- Artık gelir yöntemi: Bir ülkeye gelen turistlerin bölgesel olarak yaptıkları harcaması miktarı; ikincil veri sonucu toplanan bölge genellerindeki yapılan harcamalarından, o bölgede yaşayan bireylerin yaptıkları harcamaları çıkarılarak turistlerin harcamalarına ulaşılabilmektedir. Bu yöntemde ikincil verilerin kaydının çok düzenli ve iyi tutulması gerekmektedir. Fakat turistlerin ve yerli halkın harcamalarını tam anlamıyla belirlemek zor olduğundan dolayı yöntemin çok sağlıklı olduğunu söyleyememektedir (Unur, 2004:120-121).

- Uydu hesaplama yöntemi: Bu hesaplama yönteminde turizmin ekonomik etkileri hem arz hem de talep açısından ele alınmaktadır. Yapılan çalışmanın ise ulusal hesaplar nezninde uyumlu olması beklenir. Bu yöntem 1990'lı yılların ortasında kullanılmaya başlamıştır ve kullanımı Turizm Konseyi gibi kurumlar tarafından özendirilmektedir. Yöntem dünyadaki turizm kavramını

belirli bir standarda koymayı, böylece dünya ülkelerinde yapılan hesaplamaların daha doğru ve kesine yakın sonuçlar olarak belirlenmesini hedeflemektedir (Unur ve İçöz, 2004:305).

- Maliyet faktörü yöntemi: Bu yöntem geceleme sayısı ve yiyecek maliyetinin çarpımı sonucunda turistlerin yaptığı harcama miktarına ulaşılabilceğini öngörmektedir. Yöntem, turistlerin diğer harcamaları içinde tekrarlanmaktadır. Bölgeye gelen toplam turist harcama miktarı bu şekilde hesaplanmaktadır. Vergiyi elde etmek için ise işletmelere yapılan anket sonuçları kullanılmaktadır. Ek olarak devletlerin yapmış olduğu istatistiki bilgiler (Türkiye için TÜİK gibi) ikincil veriyi oluşturmaktadır. Yöntemin en zayıf yönü ise anket tekniğinin güvenilir şekilde uygulanamamasıdır. Ayrıca az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ikincil veri sonucuna ulaşmada zorluk çekilmektedir (Uşaklı ve Ünlüöner, 2015:1590).

- Harcama oranı yöntemi: Bu yöntem birincil ve ikincil veriler kullanıldığı zaman dört aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada, turistlerin seyahat ettiği bölgedeki konaklama işletmelerinin ikincil veri yardımı ile geliri belirlenmektedir. İkinci aşamada, anket yöntemi ile turist harcamaları belirlenmektedir. Üçüncü aşamada ise konaklama geliri, turist harcama miktarına oranlanır. Dördüncü olan son aşamada bulunan oran, konaklama için yapılan harcama miktarı ile çarpılır ve turist harcama miktarına ulaşılır. Görüldüğü gibi yöntem oldukça zaman alıcı ve kapsamlı olduğu için güvenilir bir sonuç elde edilmesi mümkün olmayabilmektedir (Frechtling, 2006:31-32).

Turizm hareketlerinin ekonomiye etkisini ölçmede kullanılan iki ayrı yöntem kullanılmaktadır. Aşağıda dolaylı etki ile turist harcamalarının meydana getirdiği etki, çarpan etkisi ve girdi-çıktı analiz yöntemleri ile ölçülmektedir (Kılıçlar, 2004:84).

- Çarpan yöntemi: Çarpan kelimesini tanımlayacak olursak; toplam talepteki gelirden bağımsız (otonom) artışın, ulusal gelir düzeyinde kendi büyüklüğü oranında bir artışa yol açması olarak belirtebiliriz (Ulutürk, 1998:33-34).

Turizm sektörü için bir değerlendirme yaptığımızda ise, turizm sektöründe turist harcamalarından kazanılan her bir birim gelir, ekonomi içerisinde el değiştirecek ve diğer işletmeler, kişiler için farklı bir geliri oluşturacaktır. Tespit edilen bir birimlik gelirin yaratmış olduğu miktarın başlangıçtaki miktara oranlanması ile elde edilen katsayı ise çarpan katsayısını bize göstermektedir (Korkmaz, 1988:398).

Turizm sektörü, ülke ekonomisinde çarpan etkisi sebebiyle geniş kapsamlı bir gelir etkisi yaratmaktadır. Çarpan katsayısı ekonomide ne ölçüde fazladan gelir yarattığını ölçmek için kullanılır. Turistlerden kazanılan gelirlerin harcama yoluyla tekrar ekonomiye dönmesi mekanizmayı kusursuz şekilde işletmektedir. Bu mekanizmanın işlemesi neticesinde elde edilen nihai turizm geliri, yabancı ve yerli turistlerin yaptığı turizm amaçlı tüketim harcamaları ile turizm amaçlı yatırım harcamalarına oranla oldukça yüksektir. Lakin çarpan nedeniyle oluşan gelirin tamamı ekonomide kalmamakta ve bir kısmı sızıntı şeklinde ekonomi dışına akmaktadır. Bu sızıntı yeniden yapılan harcama zamanı vergi, ithalat ve tasarruf yoluyla oluşmaktadır. Bu sızıntı ne kadar

artarsa çarpan etkisiyle oluşan gelir etkisi de o derece azalmaktadır (Unur, 2004:124-130).

- Girdi-Çıktı modeli: Bu model çarpan yöntemine göre daha kapsamlı ve gelişmiştir. Yöntem her ürüne olan toplam talebin karşılanabilmesi için, ekonomide n tane sektörün hangi oranda üretim yapması gerektiğini aramaktadır. Bu modelin en önemli özelliği: sektörler arası bağımlılığa dikkat çekmesi ve her bir sektörün diğer sektörlerden ne kadar girdi aldığını yahut çıktı verdiğini araştırmasıdır (Alpagu ve Koç, 2016:162).

Girdi-Çıktı analizi, ekonomide belirli bir zamanda sektörler arası girdi-çıktı tabloları yaparak çalışmaktadır. Bahsi geçen tablolarda, ekonominin sektörlerindeki mal ve hizmet akımları topluca gösterilmektedir. Turizm sektörünün diğer sektörlerle arz ve talep etkileri tabloda gösterilir. Bu yöntemde turizm, seyahat ve turizm olarak iki şekilde tabloda yer almaktadır (Koç, 2015:33-34).

Analizdeki en büyük sorun, işlem tablosu olan girdi-çıktı tablolarını ortaya çıkaran uygun zamanlı ve güvenilir veriyi elde etmektedir. Çünkü veriler, anket ya da sayım şeklinde toplandığı için her zaman çok sağlıklı bir veri seti oluşturmak mümkün olmayabilmektedir (Unur, 2004:135).

İKİNCİ BÖLÜM

DIŞ TİCARET

II.1. Dış Ticaretin Tanımı

Dünya ülkelerine küresel ölçekte bakıldığında başta eğitim, politika, haberleşme ve ekonomik olarak birçok ilişki barındırmaktadır. Bu ilişkilerden en önemli olanlarından biri de ticaret olgusudur. Ticaret olgusundan kasıt mal veya hizmet alım/satımıdır. İlk önce ticaret kavramından bahsetmek daha doğru olacağından ticaretin genel anlamı, mal veya hizmet üretiminden tüketiciye kadar ulaşmasını sağlayan alışveriş olayını kapsamaktadır. Bu bakımdan ticaret iç ve dış olmak üzere ayrı olarak incelenmektedir. Bu durumun temel nedeni iç ve dış ticaret dinamiklerinin birbirinden farklı olmasıdır ve genellikle dış ticaret sorunlarının çözümü daha zor olmaktadır (Seval, 1985:14). Dış ticaret genel olarak: Mal ve hizmetlerin ülke sınırlarının dışına çıkılarak belirli bir tutar karşılığında alınıp satılması işlemidir. Dış ticaret bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılanmasında ve refah düzeyini artırmasında oldukça önemli bir noktadadır. Ayrıca bir ülke için hem gelir kaynağı aynı zamanda da gelişmişlik göstergesidir (Kara, 2012:33).

Dış ticaretin birçok avantajı bulunmaktadır. Bu avantajlar özetlenecek olursa aşağıdaki maddeler sayılabilir (Dinler, 2012:550-551):

- İç piyasadaki arz fazlasına pazar imkanı sunma: İç talep yetersizliği veya fazla üretim durumlarında fazla olan ülke dışına satılarak gelir elde edilebilir.
- Ülkenin kaynak açığını kapatmak ve üretim eksikliklerini gidermek: Özellikle gelişmekte olan ülkelerde kalkınma ve ekonomik büyümeyi

sürdürebilmek için gerekli olan ve ülkede üretilmeyen her türlü mal ve hizmetin ülke dışından karşılanmasıdır.

- Rekabet: Bu avantaj ülke içindeki ve yurt dışındaki üreticileri karşı karşıya getirmektedir. Bu şekilde etkinliğin artması sağlanmaktadır. Aynı zamanda bir taraftan teknolojinin gelişmesine katkı sağlarken diğer taraftan dinamik olarak dış ticaret politikalarını izlemek zorunda olduklarından, beklentiler ve içerisinde oldukları konuma göre hareket etmeleri gerekmektedir.
- Geniş piyasa hacmi: Bir ülkede üretimdeki net artış, dış ticaretteki maliyeti düşürmektedir (Çevik, 2013: 33-34).

Bu avantajlara rağmen bazen bazı ülkeler çeşitli yollarla dış ticarete müdahale edebilmektedirler. Müdahalelere örnek vermek gerekirse ilki, bir malın ithalatında baz alınan yıl için limit koymaktır, yani kotadır. Kotalar Dünya Ticaret Örgütünün ülkeler tarafından yapılmamasını isteği ilk uygulamalardandır ve aynı zamanda çok katı bir uygulamadır (Antell ve Harris, 2005:408). Diğeri ise tarifelerdir. Tarife, ithalat yapılan malın gümrükten geçerken alınan vergidir. Bu uygulama devlete önemli derecede güçlü politika uygulama imkanı sağlamaktadır (Dinler, 2012:556). En sonuncusu ise tarife benzeri engellerdir. Bu engeller dolaylı vergi, ithalat teminatları, tarife kotaları gibi araçlardır ve ülke ekonomisinde yerli malı teşvik eder (Çevik, 2013:36).

II.1.1. Dış Ticaretin Nedenleri

Ülkelere temel anlamda bakılacak olursa dış ticaret yapmalarının iki nedenden ötürü olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki otarşıdır. Her bir ülkenin avantajları ve dezavantajları aynı olmadığı için üretim miktarı da aynı düzeyde olmamaktadır. Ülkeler

üretimden kaynaklanan avantaj ve dezavantajları, dış ticaret yardımı ile aşmaya çalışmaktadırlar. Diğer neden ise üretimde yakalanan fiyat ve teknolojik avantajlardır. Ülkeler üretim yaptıkları ürünlerde yahut hizmetlerde uzmanlaşmaktadırlar. Uzmanlaşma beraberinde düşük maliyetli üretimi getirmektedir. Teknolojide üstünlüğe sahip olmak ve yüksek kaliteli ürün üretmek ürünün niteliğini artırmakta dolayısıyla rekabet gücünü de artırmaktadır. Bu durumda ürettikleri yüksek kalite ürünü ihraç edip, diğer ihtiyaç duydukları mal ve hizmeti ithal edebilmektedirler. Bu avantaj kısa dönemde oldukça etkili ve önemli iken, uzun dönemde bu avantajlar kayıp edilebilmektedir.

Bunlar dışındaki nedenlere de değinecek olursak ilk olarak, bahsi geçen ülke içerisindeki üretim yetersizliği sayılabilir. Her ülkenin kaynakları aynı olmadığı için, teknoloji veya hammadde yokluğu ülkeleri dış ticaret yapmaya yönlendirebilmektedir. Yahut yurtiçindeki üretim ülke ihtiyacını karşılamadığı için iç talebi karşılamak adına dış ticaret yapılması gerekilebilir. Diğer neden kalifiye iş gücü yokluğu/yetersizliğidir. İş gücü maliyetinin fazlalığı ve kalifiyeliği yapılan üretimi doğrudan etkilemektedir. Üretimi sağlayabilecek yeterli işgücü olmadığı taktirde dış ticaret yapılmaktadır. Bir diğer neden ülkeler arasındaki maliyette farklılık olmasıdır. Bu durumda maliyeti fazla olan ülke, dış ticarete dezavantajı avantaja dönüştürmeye çalışmaktadır. Farklı bir neden ise ülke içerisinde yapılan üretim yani arz fazlalığının dış ticaret yaparak değerlendirilmesi ve kazanç sağlanmasıdır. Bir başka neden ise ürün farklılaştırmasıdır. Farklı ülkelerde üretilmesine rağmen aynı amaçla üretilen ürünlerin dayanıklılık, kalite, şekil ve fiyat gibi değişikliklerden ötürü farklı ülkelerdeki bireyler tarafından ilgi görebilmektedir. Sayabileceğimiz son neden ise tüketici tercihleridir. Tüketicilerin ihtiyaçlarını yahut zevk ve isteklerini karşılayacak ürünler ülke içerisinde üretilmiyor olabilir. Bu durumda ülke dış ticaret yaparak ülkede ihtiyaçları karşılamak amacıyla hareket etmektedir. Ayrıca dış

ticaret, söz konusu ülkelerde enflasyon, işsizlik dengelerinde yahut diğer makroekonomik göstergelerde büyük etki oluşturabilmektedir (Dincer, 2012:554-557).

II.1.2. Dış Ticaretin Tarihi

Dış ticaretin tarihini incelediğimizde, aslında insanlık tarihi kadar eski zamanlara dayandığını görmekteyiz. Bu köklü ve eski tarihi dönemlere ayrılarak irdelemek daha kolay olacağı düşünülmektedir. Bu dönemlerden ilki ticaret dönemidir. Bireylerin ürettikleri ürünleri ve ülke dışındaki ülkelere aldıkları ürünleri daha fazla kar elde etmek amacı ile Avrupa'ya gönderdikleri bu dönemde, özellikle Doğu ülkelerinden Avrupa'ya ipek, baharat, porselen ve altın başta olmak üzere değerli madenlerin alışverişi yapılmıştır. Bu dönemde uluslararası ticaret önem kazandığından bunun bir sonucu olarak Baharat Yolu ve İpek yolu gibi ticaret yolları oluşturulmuştur. Bununla birlikte Akdeniz'e kıyısı olan limanlarda kıymetli ticaret noktaları oluşmuştur. 15. ve 16. yıllardan Coğrafi Keşiflere kadar bu dönem devam etmiştir. Bu dönem keşif hareketlerinin yanında dünyada sömürgecilik anlayışının yayılması itibariyle yeni bir biçim kazanmıştır (Özalp, 2011:8).

Sömürgecilik döneminin öncü ülkeleri olan Portekiz ve İspanya Coğrafi Keşifler'i başlatmış ve bu durum beraberinde ticaret yollarını genişletmiş ve farklılık oluşmasına neden olmuştur. Doğu ülkelerinden alınmak zorunda olunan hububat ve baharatı elde etmek isteği Ceneviz, Floransa ve Venedik gibi bazı ülkelerde, kullanılan hali hazırdaki paraları altına çevirme düşüncesine yol açmıştır. Bunun sonucunda finans ve ticaret sektöründe artan altın talebi gibi nedenler coğrafi keşiflerin amaçları arasında hatırı sayılır bir yer tutmaktadır.

Bu keşif hareketlerinin etkisiyle ülkeler Amerika, Afrika ve Asya'da bulunan kıymetli hammadde kaynaklarını kendi ülkelerine getirme isteği içerisinde bulunmuşlardır.

Bu girişimler sömürgecilik hareketlerinin aslında ilk adımları olarak sayılabilmektedir. Bahsi geçen gelişmeler sonucunda İpek ve Baharat yolları eski değerini yitirmiş ve yeni ticaret yol ağları gelişmiştir (Arnold, 1995:9).

Coğrafi Keşifler ile birlikte sömürgecilik dönemini de kapsayan dönemde uygulanan altın para sistemi, ülkeler içerisinde uluslararası ticaretle uğraşan ülkeler içerisinde ödemelerdeki dengesizlikleri gidermek ve ayrıca ülke paralarının bağlı olduğu bir değer ölçüsü oluşturmak amacıyla bu dönemde uygulanmıştır. Lakin İngiltere’de 18. yüzyılda başlayan ve tüm dünyada zamanla yayılan “sanayi devrimi” yeni bir dönem başlangıcı olmuştur. Batıdaki toplumlar sömürgecilik faaliyetleri ile ticari kazanç elde etmiş, teknolojiye yönelmiştir. Sömürgecilik dönemi 1. Dünya Savaşı dönemine kadar etkinliğini sürdürmüştür (Özalp, 2011:8).

1. Dünya Savaşı’nın başlangıcı ile 2. Dünya Savaşı sonuna kadar olan süreç ise “ayrıcılık dönemi” olarak adlandırılmaktadır. 1. Dünya Savaşı nedeniyle kötüleşen ekonomilerini düzeltmek isteyen uluslar sadece kendi uluslarını düşünmüş ve sanayilerinin güçlendirmeye çalışmışlardır. Yerel şirketlerin uluslararası piyasalarda yatırım yaptıkları 1914 yılından itibaren çok uluslu şirketler yapısı ortaya çıkmıştır. Bu gelişme ekonomilerde üretime ciddi katkı sağlamıştır. Ancak bu süreç Büyük Burhan’ın çıkması ile sekteye uğramıştır. Buhran sonrası üretim, yatırım ve tüketim yavaşlamıştır. Daha sonra kendini toparlayan ülke ekonomileri 2. Dünya savaşı ile birlikte tekrar savaş yükünü sırtlanmışlardır (Arnold, 1995:10).

2. Dünya Savaşı sonunda 1944 yılında Bretton Woods sistemi ile ortak parasal düzenin oluşturulması, Birleşmiş Milletler Para ve Finans Konferansı’nda uygulama kararı

alınmıştır. Bu sistemde bütün paralar dolara, dolar da altına endekslenmiştir. Amaç ise uluslararası ticaretin daha kolay yapılmasıdır (Balcı ve Göcen, 2016:12).

Uluslararası dönem ise 2. Dünya Savaşı'nın bitimi ve günümüze kadar olan zamanı kapsamaktadır. Bütün dünyayı etkisi altına alan iki büyük dünya savaşının yaşanması, başta ekonomik ve sosyal olmak üzere birçok açıdan ülkelere olumsuzluklar oluşturmuştur. Çok uluslu şirketlerin 1945-1970 yıllarında güç kazanmaya başlaması, üretimin artmasını sağlamış ve pazarları genişletmiştir. Ülkeler bu dönemde dengelerin kontrollerini sağlamak amacıyla dış ticarete sınırlandırmalar getirmişlerdir. Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (WB) 1947 yıllarında faaliyete başlamış, 1960 yılında ise OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) faaliyete geçmiş ticaret ve üretimin geliştirilmesinde etkili rol oynamışlardır. Bu yıllarda ülkeler serbest ticaret anlaşmalarıyla aralarındaki ticaretin önünün açılması sağlanmış, ekonomik ve siyasi anlamda ülkeleri yakınlaştırmış, işbirliği ve bütünleşme konusunda da önemli adımlar atılmıştır (Muzdabayeva, 2006:29). 1980 yılı itibariyle, küreselleşme adına atılan adımlar sonucu politikalarda ve teknolojiye yaşanan gelişmeler ile iki kutuplu düzen sona ermiş, ticaret ve üretim yeni bir boyut kazanmıştır (Reitix, 2018).

1979 yılında Avrupa Para Sistemi kurulmuş, Avrupa Birliği'nin bütünleşme sürecinde parasal birlik sağlanmaya çalışılmıştır. Bu sistem ile (ECU) Avrupa Para Birimi kullanılmaya başlamıştır. Bu para sistemi 1992 yılına kadar sürmüş, döviz kurunun sabitleştirilmesi açısından küresel anlamda ticareti kolaylaştıran bir unsur olarak görülmüştür. Maastrich Anlaşması ile AB içinde serbest dolaşım hakkı ve ortak para kullanılmaya başlanmıştır. Ortak para birimi 1999 yılında 1 ECU=1 Euro olarak kabul edilmiştir (Seyidoğlu, 2009:760-761). 2000'li yıllar ile bilgi ve teknolojiye dayalı

gelişmeler, bunların bir etkisi olarak küreselleşmenin dördüncü dalgaya ulaşmasıyla ülkeler arası karşılıklı bağımlılık artmıştır. Artan bağımlılık uluslararası sistemde ülkeler arasında artan talep etkileşimine olumlu etki oluşturmuştur (Balcı ve Göcen, 2016:14).

II.1.3. Dış Ticaretin Çeşitleri

Dış ticaret çeşitlerine baktığımızda genel anlamda üç başlık altına toplayabiliriz. Bu başlıklar: ihracat, ithalat ve transit ticarettir. Bu üç başlıkta da devletler çıkardıkları yasa ve düzenlemeler ile ticareti kontrol ve denetime tabi tutmaktadır.

- **İhracat:** En temel anlamıyla, bir ülkede kurumlar ve bireylerce üretilen mal ve hizmetlerin, bahsi geçen ülke dışına satılmasıdır. Farklı bir bakış açısı olarak ise ülke sınırları içerisinde bulunan veya dış ülkelere alınan mal ve hizmetlerin yurtiçindeki serbest bölge aracılığı ile satılması sonucunda kazanılan ücretin, yasalar dahilinde ülke içerisindeki bankaların herhangi birinden TL olarak tahsil edilme aşamaları olarak da tanımlanabilir (Avcı, 2015:3).
- **İthalat:** Genel anlamıyla bir ülkenin, diğer ülkelerin üretmiş olduğu mal ve hizmetleri satın alması olayıdır. Bir başka tanımlama yapılacak olursa; bahsi geçen ülke kanunlarına göre dış ticaret yapılmasında yasak olmayan, ihtiyaç duyulan evraklarla birlikte gümrükte vergilerini de ödeyerek sınırları içerisine almasıdır. Bu bağlamda ülke dışında üretmiş olan ürünlerin, yurtiçindeki alıcılar tarafından ülke yasalarına göre satın alma işlemine “ithalat” denilmektedir. İthalatı sadece kamu değil, özel sektörler yahut bireyler de yasalar çerçevesinde yapabilmektedirler (İpek, 2015:37).

- Transit Ticaret: Transit ticaret adından da anlaşılacağı üzere bir ticaret şeklidir. Tanımlamasını yapacak olursak; ülke ve serbest bölge dışında faaliyet gösteren antrepo ya da firmadan satın alınan ürünün, başka bir serbest bölge yahut ülkede faaliyet gösteren farklı bir antrepo veya firmaya ülke üzerinden transit gönderme işlemidir. Bu ticaret türü genellikle ödeme şekli olarak algılanmaktadır fakat bu yanlış bir düşüncedir. Yapılan herhangi bir ihracat ya da ithalat işlemi olmamasından dolayı gümrük beyannamesi düzenlenmesine de ihtiyaç duyulmamaktadır. Ayrıca transit ticaret işlemlerinde vergi, harç, resim gibi istisnalar bulunmaktadır (Atabay, 2005:60).

II.1.4. Dış Ticaretin Ekonomi Açısından Önemi

İlk olarak dış ticaret insanların ihtiyaç ve gereksinimlerinin karşılanması açısından önem arz etmektedir. Bununla birlikte ülke ve dünya ekonomilerinde askeri, siyasi ve sosyal yapıyı etkilemektedir. Dış ticaretin ekonomi açısından öncelikli olarak önemi döviz kazancı ve gelir yaratmasıdır (Ertek, 2005:26). Ülke içerisinde arz fazlası oluşması durumunda, fazla arzın ülke dışına satılmasıyla döviz geliri elde edilmektedir. Bazı durumlarda ise ülke içerisindeki üretimin yeterli olmaması durumunda ithalata başvurulmaktadır. Dış ticaretten kaynaklanan rekabet olgusu, şirketleri daha kaliteli ve daha ucuza üretim yapmaya yönlendirmektedir. Dolayısıyla rekabet ortamından doğan baskı daha etkin bir çalışma ortaya çıkarmaktadır. Bu rekabet ortamı öncelikle tekelleşmeyi, hammadde israfını, kalitesiz üretimi, yüksek fiyatları ve benzeri kötü durumları engellemektedir. Ayrıca teknoloji de böyle bir ortamda ilerleme kaydetmektedir (Öztürk, 2009:38). Üretimdeki bu süreklilik ülkelerin pazar paylarını koruyabilmelerinde etkili olmuştur. Ayrıca teknolojideki gelişmelere ayak uydurabilecek nitelikli işgücünü

yetiştirmek, ÷lkelerin kalkınması açısından da pozitif etki yaratmaktadır. Nitelikli işgücünün yetişmesi devam ederken bu nitelikli işgücüne çalışma olanağının sağlanması ise ekonomide istihdam açısından katkı sağlamıştır (Karag÷l ve İlter, 2010:109).

÷lkelerin dış ticaret yapmaları sadece ekonomik olarak değil siyasi ilişkilere de etki etmektedir. Dış ticaret pek çok önemli sonucu getirirken diğer taraftan bakıldığında ekonomi politikaları için önemli bir araç-sonuç niteliğindedir. Bu özel durumun yanında asıl önemli durum ise ÷lke içeresindeki makro ve mikro ekonomik yapıyla yakın bir bağ kurmasıdır. Gör÷ldüğü üzere küresel ekonomilerde dış ticaret iç ve dış makroekonomik yapıyla iç içe olduğundan, ÷lke ekonomileri içerisinde dış ticarete sorun olduğunda bu sorun her alanda derin etkiler yaratabilmektedir. Bu sorunların olmadığı yahut az olduğu ekonomilerde gelişmişlik seviyesi yüksek olmaktadır. Yani dış ticaret ÷lkelerin gelişmişlik seviyesinin ölçülmesinde kıstas olarak kullanılmaktadır (Parasız, 1998:71).

Dış ticaret daha öncede belirtildiği üzere, dünya piyasalarının avantajlarını kullanarak ÷lkedeki üretimin yokluğu ya da azlığı durumlarında yahut üretimin pahalı olması durumunda dış ÷lkelerden iç talebi karşılamaktadır. Bu bağlamda gelişmekte olan ÷lkeler nazarında önemi çok büyük olmaktadır. Gelişmekte olan ÷lkeler, gelişmiş ÷lkelere kıyasla ihracat imkanı daha kısıtlı olan ÷lkelerdir. Bu ÷lkeler ekonomik kalkınmayı hayata uygulayabilmek için dış ÷lkelerden mal ihraç etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durum zamanla kontrol altına alınamayan bir dış ticaret açığına dönüşmekte, dövizdeki dar boğaz ve finansal dış kaynaklarının yetersizliği ise ÷lkelerin kalkınması ve büyümesinde sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan bakıldığında dış ticaret sadece ödemeler dengesizliğinde değil kalkınma, büyüme, yatırım, üretim süreçleri gibi konularda da önemli bir noktadadır (Utkulu, 2005:7).

Dış ticaretin iki önemli ayağı ise kalkınma ve gelişmedir. Bunlardan birincisi özellikle kısa vadeli olmakta birlikte, ekonomik gelişmenin gerekli olduğu ithalat durumunu gecikme olmaksızın karşılayabilmesidir. Bu durum bize ödeme gücünü temsil etmektedir. İkinci durum ise ötekine kıyasla uzun vadede sorun olması ve dış ticaret faaliyetinin ekonomik yapıda ortaya çıkarttığı köklü değişime uygun biçimde yeniden şekillenmesi yahut farklı bir ifade ile uluslararası bölümüne riayet ederek dış ticaretin kaynak dağılımında etkili olmasıdır (Serin, 2001:20).

Dış ticaretin ayrıca ölçek ekonomilerinde yeni yöntem, düşünce ve bilgileri ülkeye tanıtmaya; iç uyarma ve yeni ürünler üretilmesine olanak tanıma gibi gözle görülür pek çok pozitif etkisi bulunmaktadır.

II.2. Dış Ticaret Teorileri

Çok eski çağlara gittiğimizde bile gerek hükümetlerin gerekse o dönemdeki bazı toplulukların, grupların toplumlar üzerinde yönlendirici bir etkisi olduğu görülmektedir. Genellikle maddi anlamda durumu iyi, güçlü olan çoğunluklar kendi çıkarları için siyaseti, ekonomiyi ve sosyal durumları sürekli olarak geliştirip şekillendirerek farklı boyutlar yaratmışlardır. 15. yüzyıl itibari ile pek çok teori ve akım ortaya çıkarılmıştır. Bu bağlamda söz konusu yüzyıllarda ortaya çıkan teorilerin temelini merkantilizm oluşturmaktadır. Daha sonra bu teoriler mutlak üstünlükler teorisi, karşılaştırmalı üstünlükler teorisi gibi teorilerle devam ettirilmiştir.

II.2.1. Merkantalizm

Mercantalism yani merkantilizm Avrupa'da 16., 17. Ve 18 yüzyılda geçerliliğini sürdüren, hükümet ve devletlerin ihracatını maksimize, ithalatını minimize

etmeyi hedeflediği bir ticaret politikasıdır (Ünsal, 2005:5). Aslında merkantilizm feodalitenin zayıflaması ile görülmeye başlanmıştır. Aynı zamanda bu dönemde ulusal devletlerin kurulması da merkantilizm gücünü tetiklemiştir. Merkantilizmin görüşüne göre, ülkenin altın ve gümüş gibi değerli madenlerin fazla olması uluslararası alanda zenginliğini göstermektedir. Bu kaynaklar piyasada ödeme aracı olarak da kullanılmaktadır. O yüzden kaynaklar ne kadar çok olursa ülke o kadar güçlü konumda olmaktadır düşüncesi hakimdir. Bu dönem için ülkenin altın stoklarını artırması için ticarete ihtiyaç duyulmuştur. Ancak bu görüşteki dış ticaret, bir ülkenin kazanç elde etmesi için diğer ülkelerin zarar etmesi gerektiğini ve sonunda dış ticaretin sıfır toplamı bir oyun olarak görüldüğü ticarettir. Bu durum dikkate alındığında da ülkenin ihracatını artırıp ithalatını azaltması gerekmektedir. Bunu yapmanın en kolay yolu ise devlet tarafından edilen müdahalelerdir. Merkantilizmin ekonomi için temel aldığı ilkeler aşağıdaki maddelerde kısaca açıklanmaktadır:

- Ülkede bulunan hammaddeler, tüketiciye hazır şekilde ulaştırılmalıdır.
- Ülkede bulunan toprakların hepsi madencilik, tarım ve sanayi için kullanılmalıdır.
- Ülkede bulunan pazarlarda üretilen malların ithalatına izin verilmemelidir.
- Ülke dışına gümüş ve altın akışı engellenmelidir.
- Sadece imalat sanayide kullanılacak mallar ithal edilecektir. Ödeme bedeli olarak ise gümüş ve altın gibi kaynaklar değil takas sistemi uygulanarak mal ile yapılmalıdır.
- Çalışan nüfusun ülke içinde artırılması teşvik edilmelidir.

- Ülkede üreten malların ticareti altın ve gümüş elde etmek amacıyla yapılmalıdır.

Bu dönemde devletin uyguladığı dış ve iç politikalar da elbette bulunmaktadır. Bu politikalar Merkantilizmin temel amaçları doğrultusunda oluşturulmuştur. Örneğin ihracatın artırılması en önemli politikadır, mamul mal ithalatı kesinlikle kısıtlanmalıdır. Ancak hammadde ithalatı serbesttir. Bu durumun anlamı da dışardan hammadde ithalatının özendirilmesi, gelen hammaddelerin işlenerek nihai mal elde edilmesi ve bu nihai malın ihraç edilmesidir (Seyidoğlu, 2007:21).

Bu durumlara ilaveten, ihracat yapan bireyler ve topluluklar için devlet, ülkede üreticilere ihracat yapma şartıyla vergi indirimi uygulamış yahut tamamen vergiden muaf tutmuştur. Lakin 17. yüzyılın sonlarından itibaren devletlerin ticaret konusunda koydukları sınırlayıcı ve katı politikaların ülkelerin büyümesini engellediği tespit edilmiştir. Bu dönemde bazı yazarlar örneğin Dudley North (1641-1691) yasaklayıcı politikaların ortadan kalkmadan ticaretin hiçbir şekilde gelişemeyeceğini vurgulamışlardır (Mete, 2013:24). Bu durumlar sonucunda, devletler yavaş yavaş merkantilist düşüncülerden uzaklaşıp daha az devlet müdahalesi içeren piyasalarda ülke büyümesinin çok hızlı olacağı düşüncesine bürünmüşler ve bu doğrultuda hareket etmeye başlamışlardır.

II.2.2. Mutlak Üstünlükler Teorisi

İktisat biliminin kurucusu Adam Smith, 1776 yılında yayımladığı *Ulusların Zenginliği* (Wealth of Nations) isimli kitabında uluslararası ticaret teorisini “Mutlak Üstünlükler Teorisi” ile açıklamaya çalışmıştır. Kitaba göre ortak çıkarlar zenginlik yaratmaktadır (Seyidoğlu, 2007:25). Mutlak üstünlükler teorisinde kullanılan modelin varsayımlarına değinecek olursak:

- İki ölkeli, iki ürün analiz modeli kullanılmıştır. Üretim aşamasında ise iki faktör kullanılmaktadır.
- İç ve dış denge birlikte sağlanmaktadır.
- Ekonomi tam kapasite çalışma durumundadır.
- Ölkelerde teknoloji kıstası eşittir.
- Üretim faktörleri ülke içinde hareketli iken, ölkeler arasında tam hareketsizdir.
- Ticarete katılan ölkelerin üretim faktör miktarı sabittir.
- Malların üretim maliyeti sabittir ve taşıma maliyeti “0” dır.
- Kullanılan analizde arz faktörü esas alınmaktadır.
- Kamu kesimi modelde yer almamaktadır. Bu nedenden dolayı ticareti kısıtlayıcı ve engelleyici nitelikte kota ve tarifeler yoktur.

Adam Smith’e göre bir ülkenin zenginliğinin kaynağı, merkantilist düşüncenin söylediğinin aksine altın, gümüş ve değerli madenler değil, bir yıl içinde üretilen toplam mal miktarı belirlemektedir (Ünsal, 2005:7). Diğer eleştirisi ise yine merkantilistlerin “0” toplamı oyun olarak gördüğü, yani bir ülke kazanç sağlarken o ülkenin kazancı kadar diğer ülkenin zarar edeceği dış ticaret görüşüdür. Smith, dış ticaretin her ülke içinde aynı anda yarar sağlayabileceği ve dış ticaretin pozitif toplamı bir oyun olduğu görüşünü savunmaktadır. Bu teori, bir ülkenin hangi malları mutlak maliyetlere göre diğer ölkelerden ucuza ürettiyorsa, bahsi geçen malların üretiminde uzmanlaşmaları ve bu malları

ihraç ederek maliyeti pahalı olan ürünleri ithal etmelerini savunmaktadır (Bayraktutan, 2003:116). Ayrıca Smith'e göre dış ticaret sayesinde ülke kaynakları daha verimli şekilde kullanılmaktadır. Ayrıca dış ticareti artırıp geliştirmeye çalışırken yeni pazarlar keşfedilebilir. Keşfedilen pazarlar ile artan ticaret hacmi, iş bölümünü artıracaktır. İş bölümü ise emeğin verimliliğini artırmaktadır. Ülke içerisinde olan arz fazlası ise dış ticaretle satılabilmektedir. Bunun yanında ülkede eğer arz eksikliğinden dolayı üretimi yapılamayan bir mal varsa bu mal yurt dışından satın alınabilmektedir. Bu şekilde ekonomide kesintiye uğrayan arz talep dengesi sağlanmış olmaktadır (Hunt, 2005:163).

Adam Smith'e göre iş bölümü verimliliği artırdığı gibi maliyetleri de düşürmektedir. İş bölümü uzmanlaşmayı, uzmanlaşma ise verimliliği, verimlilik yatırımları, yatırımlar ise kalkınmayı beraberinde getirmektedir (Dülgeroğlu, 1997:32)

Adam Smith'in teorisine göre ülkeler daha az maliyetle üretebildikleri malların üretiminde uzmanlaşmalıdırlar. Örnek vermek gerekirse:

Tablo 3. Bir Birim Mal Üretiminde Gerekli Emek Miktarı

	ŞARAP	AYAKKABI
X Ülkesi	60 Birim	20 Birim
Y Ülkesi	30 Birim	60 Birim

Tablo 3'e göre X ülkesi 60 birimlik şarap üretimine karşılık 20 birimlik ayakkabı üretebiliyorsa üstünlüğü şarap üretiminde olmaktadır. Y ülkesi aynı toptan maliyetle 30 birimlik şarap ve 60 birimlik ayakkabı üretebiliyorsa: X ülkesi ayakkabıyı Y ülkesine ihraç, şarabı Y ülkesine ithal etmeli. Y ülkesi ise, X ülkesine şarap ihraç etmeli,

ayakkabıyı x ülkesinden ithal etmelidir. Bu ticaret şekli her iki ülke içinde gelişme sağlayacaktır.

Burada dikkat edilmesi gereken nokta bir ülkenin diğer ülkeden daha fazla gelişmesi ve üretilen tüm mallar üzerinde üstünlük kurması halinde modelin işleyişi cevapsız kalmaktadır (Bocutoğlu, 2012:130). Bu cevapsızlığı gören David Ricardo Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ni geliştirerek bir nevi Mutlak Üstünlükler Teorisi'nin eksik olduğu yerleri tamamlamaya çalışmıştır.

II.2.3. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

1817 yılında David Ricardo'nun yayınlanan ve en önemli eseri olarak kabul edilen “Politik İktisat ve Vergilendirmenin İlkeleri” kitabında “Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi” ileri sürülmüştür. Ricardo'nun teorisinin sorusu: Bir ülkenin iki malda da mutlak üstün olması durumunda yapılan ticaret iki ülkeye de kazanç sağlar mı sorusudur ve bu soruya cevap aramaktadır. Bu teori, dış ticaretin mutlak değil de karşılaştırmalı üstünlüklere göre ticaret yapılması gerektiğini ortaya çıkarmıştır (Seyidoğlu, 2007:26). Bu açıdan ülke tüm mallar üzerinde mutlak üstün olsa bile, mukayese yapıldığında en fazla üstün olduğu mallar üzerinde uzmanlaşıp, diğer malları ithal etmesi ile ülke daha fazla refaha ulaşabilmektedir (Bayraktutan, 2003:177).

Ricardo'ya göre karşılaştırmalı üstünlüğün kaynağını emek verimliliği oluşturmakta, bu durum ise ülkeler arası üretim içerisinde kullanılan teknoloji farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Emek değer teorisine göre bir malın üretilmesinde ne kadar az emek kullanılmışsa birim fiyat ve birim maliyet o derecede düşük olacaktır. Sermaye ise bir üretim faktörü olarak kabul görmemekte, biriktirilmiş emek olarak görülmektedir (Utkulu, 2005:9-10).

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisine sahip olan Ricardo'nun değer konusu üzerine yaptığı çalışmalara baktığımızda, mutlak üstünlükler teorisinin sahibi Adam Smith'in emek değer teorisinin üzerine ekleme yaparak geliştirdiğini ve kendine özgü bir emek değer teorisi oluşturduğunu görmekteyiz. Ricardo'nun görüşüne göre değer, emekten yahut kıtlıktan doğmaktadır. Sanat eseri, antika eşyalar gibi artırılmayan ve çoğaltımı yapılamayan mallar kıt kaynaklı olduğu için değerli olmaktadır. Bu yüzden Ricardo artırılmayan ve çoğaltılamayan bu tür mallara “tekel mallar” adını vermiştir ve bu malları yaptığı analizlerin dışında tutmaktadır (Bocutoğlu, 2012:132).

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisine örnek vermek gerekirse:

Tablo 4. Bir Birim Mal Üretiminde Gerekli Emek Miktarı

	ŞARAP	AYAKKABI
İzlanda	8 Birim	4 Birim
Fransa	1 Birim	2 Birim

İzlanda şarap üretiminde 8 birim üstünken, ayakkabı üretiminde 4 birim üstün durumdadır. Bu açıdan bakıldığında İzlanda ayakkabı ihraç edip şarabı Fransa'dan ithal etmelidir. Fransa'nın durumu ise tam tersi durumdadır. Yani Fransa hem şarap üretiminde hem de ayakkabı üretiminde İzlanda'ya karşı mutlak üstünlük sahibi değildir. Ancak mukayeseli olarak baktığımızda maliyetler ayakkabı üretiminde 4 birim iken şarap üretiminde 8 birimdir. Bu duruma göre İzlanda ayakkabı üretip ayakkabı ihraç edecek, Fransa ise şarap üretip şarap ihraç edecektir. İzlanda ülkesinde bir litre şarap için 8 birim emek bir çift ayakkabı için ise 4 birim emek gerekmektedir. Yani İzlanda 1 birim şarap

ürettiğinde 2 birim ayakkabıdan vazgeçmiş olmaktadır. Buna karşılık Fransa ülkesinde bir litre şarap için 1 birim emek ve 1 çift ayakkabı için ise 2 birim emeğe ihtiyacı olmaktadır. Fransa 1 birim şarap üretmek için 0,5 birim ayakkabıdan vazgeçmek zorunda kalmaktadır. Açıklamalar doğrultusunda Fransa ülkesinde şarabın maliyeti İzlanda ülkesine göre daha küçük olması Fransa'nın İzlanda karşısında şarap üretiminde mukayeseli üstünlüğe sahip olduğunu yansıtmaktadır. Bu yüzden Fransa'nın şarap, İzlanda'nın ise ayakkabı üretmesi dış ticaret açısından iki ülkenin de faydasına olacaktır.

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisinde, uluslararası emek verimliliğindeki farklılıkların nedenleri üzerinde durulmaması ve üretim faktörlerinden sadece emeğin dikkate alınması gibi nedenlerden dolayı teorinin açık kalan yönlerini Faktör Donatımı Teorisi (Heckscher ve Ohlin) ile kapatılmaya çalışılmıştır (Utkulu, 2005:10-11).

II.2.4. Faktör Donatımı Teorisi

Faktör Donatımı: Eli Heckscher ve Bertil Ohlin tarafından geliştirilip, David Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlükler teorisini daha da genişletmiştir ve teorinin temelini üretim faktörlerinin fazlalığına dayandırmaktadır. Ayrıca bu teori dış ticaret politikaları açısından günümüzde de geniş biçimde kabul gören bir yaklaşımdır (Utkulu, 2005:12). Faktör donatımı teorisi klasik karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin üretim maliyetlerinde ülkeler arası farklılık göstermesine karşın bu farklılığın eksikliğini ortadan kaldırmak için ortaya atılmıştır (Bağcı, 2013:16).

Heckscher-Ohlin teorisinin varsayımına göre ülkeler arasındaki dış ticaretin ilk şartı, ülkelerin aralarındaki farklı ürünlerde kullanılan üretim faktörleri arasındaki farklı oranlara bağlı olarak, ülkelerin sahip oldukları üretim faktörlerinin nispi fiyatlarındaki farklılıklardır (Karluk, 2009:58-59).

Bu teori iki ana varsayıma dayanmaktadır. İlki, ülkelerin faktör donatımı bakımından farklı olmaları varsayımdır. İkincisi ise, malların faktör yoğunlukları açısından farklı olması varsayımdır. Herhangi bir malda emeğe kıyasla daha fazla sermaye kullanılabilecek iken, başka herhangi bir malda sermayeye kıyasla daha fazla emek kullanılabilmektedir. Bu durum da bir malın sermaye yoğun mu yoksa emek yoğun mu olduğunun belirleyicisidir. Bunlar dışında da varsayımlar bulunmaktadır. Bunlardan ilki, malın üretim fonksiyonu tüm ülkelerde aynıdır. Yani herhangi bir mal bir ülkede emek ya da sermaye yoğun yöntemlerle üretiliyorsa, farklı ülkelerde de aynı yöntemlerle üretilmektedir. Bu durum bize tüm ülkelerde teknoloji varlığının aynı olması gerektiğini anlatmaktadır. Ülkelerin talepleri birinin benzeridir. Dolayısıyla taleplerdeki farklılığın maliyetlerdeki farklılığı gidermesi mümkün olmaktadır (Seyidoğlu, 2007:80). Son olarak ise, tüm ülkelerde ölçeğe göre sabit verim koşulları geçerlidir. Bu varsayımlara göre ülke hangi üretim faktörüne yoğun olarak sahipse ve üretim faktörü hangi ürün üretiminde fazla olarak kullanılıyorsa o ürün için karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Teorinin bu şekline “ürün biçimi” adı verilmektedir. Aynı koşullar sabitken bir ülkenin nispi üretim faktör fiyatı, başka ülkenin nispi faktör fiyatlarından daha az ise nispi fiyatın düşük olduğu üretim faktörünün kullanıldığı üründe karşılaştırmalı üstünlük bulunmaktadır. Bahsi geçen koşul ise teorinin fiyat biçimidir (Dursunoğlu, 2008:6).

Dış ticaret ve turizm arasındaki ilişki aslında Heckscher-Ohlin teorisi yani faktör donatımı teorisi ile açıklanabilmektedir. İhracat kalemi olarak alınan turizmin dayandığı teori “üretim faktörlerinin nispi bolluğu” ya da kıtlığı olarak açıklanmaktadır. Dolayısıyla bol olan faktör ucuz, kıt olan faktör ise pahalı olacaktır. Bu sebeplerden dolayı teoriye göre üretimde bolluğa sahip olunan faktör, yoğun olarak kullanılan faktör olması

gerekmektedir. Kullanılan yoğun faktör üzerinde de uzmanlaşma gerekmektedir (Utkulu, 2005:12).

Ülkelerin bünyesinde bulunan turistik değerler ülkenin turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Hem sosyal hem de ekonomik açıdan önemli getirileri olan turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkeler için hatırı sayılır bir refah kaynağı olabilmektedir. Faktör donatımı teorisine göre bahsi geçen ülkede hangi üretim faktörü bol durumda ise, ülke o faktörden mal ve hizmet üretilip uzmanlaşmalı ve ihraç etmelidir. Örneğin Türkiye turistik açıdan dünyanın önde gelen ülkeleri arasındadır. Ciddi bir potansiyeli olan bu ülkede, değerler işlenerek turizm geliri kayda değer seviyelerde olmaktadır. Bu yüzden Türkiye, Fransa, Malezya gibi turizm ülkelerinde turizm ile ilgili varlıklar, ülkelerin üretim faktörünü de aynı zamanda belirlenmektedir. Turistik değerlerin yoğun bulunduğu bu gibi ülkelerde uzmanlaşma ve ihracat turizm sektörü üzerinden olmaktadır.

II.2.5. Yeni Dış Ticaret Teorileri

Uluslararası ticaret piyasaları; artan getiri, eksik rekabet, uzmanlaşma, mal farklılaştırması, endüstri-iç ticaret, teknoloji faktörü ve yenilik alanlarında birçok yapısal değişimler yaşanmıştır. Ortaya çıkan bu değişimlerden dolayı dış ticareti, geleneksel dış ticaret teorileri ile açıklamak imkansız hale gelmiştir. Bu yüzden 1960 yılından sonra yeni dış ticaret teorileri ortaya atılmıştır. (Doru, 2013:4-5). “Yeni” dış ticaret olarak adlandırılan, ortaya çıkan bu literatür yeni durumu teorik olarak açıklayabilecek varsayımları ve mekanizmaları da modele eklemiştir (Şentürk, 2007:48). Yeni dış ticaret teorilerinin varsayımlarına göre ülkelerin dış ticaret yapma nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

II.2.5.1. Nitelikli İş Gücü Teorisi

Donald B. Keesing (1966) ve Kenen (1965)'in görüşlerine göre, sanayileşmiş ülkeler aralarındaki dış ticaretin nedeni, ülkelerin aralarındaki iş gücü farklılıklarıdır (Deviren, 2004). Nitelikli iş gücüne sahip ülke, üretimi bu faktöre bağlı mallar üzerinde uzmanlaşmaktadır ve büyük ölçülerde bu malların ticaretini yapmaktadır (Dura, 2009:13).

Nitelikli iş gücü teorisi, temel olarak faktör donatımı teorisinin değiştirilmiş hali olmaktadır ki bu sebeple Neo- Faktör Donatımı Teorisi olarak da bilinmektedir. Bu bağlamda tarihe baktığımızda nitelikli iş gücü açısından vasat olan ülkelerde genellikle basit tarım üretiminin yapılmakta olduğu görülmektedir. Tersine durumda ise kalifiyeli iş gücü açısından nitelikli bireylerin olduğu zengin ülkelerde katma değeri yüksek sanayi ürünleri üretilmektedir (Yüksel ve Sarıdoğan, 2011:201).

II.2.5.2. Teknoloji Açığı Teorisi

Posner tarafından 1961'de ortaya atılan teknoloji açığı teorisine göre, sanayileşmiş ülkelerin aralarında yaptıkları ticaretin büyük bir kısmının nedeni yeni mal ve üretim sürecidir. “yeniliğin yayılma süresi” diye oluşan bu kavramın bahsettiği süre, bir ülkede yeni bir ürün üretilmesi ile bu ürünün başka ülkelere taklit edilme süresidir. Bu yaklaşım genel olarak, firmaların üretim yaptıkları teknikleri saklamaya çalıştıklarını yahut üretim ile ilgili bilgileri patent, fikri ve sınai mülkiyet gibi yasal desteklerle diğer firmaların erişmesini engellemeye çalıştıklarını savunmaktadır (Bağcı, 2013:17).

Teoriye göre, yeni bir mal üretimi yahut üretim teknolojisi bulan ülkeler, diğer ülkeler yeni üretim veya teknolojiyi taklit edene kadar ihracatçı konumdadır. Lakin az gelişmiş ülke ürünü taklit edince ve ucuz iş gücü maliyeti de bu duruma eklenince, malı

icat eden sanayileşmiş ülkeden daha ucuza üretmiş olmaktadırlar ve malı ihraç etmeye başlayacaklardır. Bu sayede rekabet üstünlüğü taklit eden ülkeye geçmiş olmaktadır. Teknoloji açığı hipotezi olarak adlandırılan bu analize göre, sürekli ihracat yapmak için, sürekli yenilik yapmak gerekmektedir (Doru, 2013:15).

II.2.5.3. Ürün Dönemleri Teorisi

Raymond Vernon (1966) tarafından geliştirilen bu teori ihracat ve inovasyon ilişkisini teknoloji açıklığı teorisine benzer şekilde açıklamaktadır. Ancak yaklaşım maliyet farklılıklarının karşılaştırılmasına değil inovasyon zamanlamasına, bilgi eksikliğine ve belirsizliğine, ölçek ekonomilerinin dış ticaret üzerindeki etkisine dikkat çekmektedir. Teori, dış ticarete nitelikli emek ve AR-GE harcamalarının fazla seviyede olan sanayi ülkelerinde, yeni ürünlerin ortaya çıkmasını ilk basamak ve takip eden basamaklar yardımıyla açıklamaktadır (Perçin, Karakaya ve Ağazade, 2015:717).

Vernon teorisinin 3 aşamaya bölünerek anlatılabileceğini varsaymaktadır. İlk aşamada, ürün ülke içerisinde üretilir ve sürekli kontrol edilerek geliştirilmektedir. Dış ülkelere satılsa bile ürün kontrol edildiğinden icat edildiği ülkede üretilmeye devam edecektir. Daha sonra yani ikinci aşamada ürün olgunlaşacak, dış satıcılar artacak ve firma dış talebin tatmini açısından pazar bağlantısı oluşturacaktır, sonrada ürünün belirli bir kısmının aslında ülke dışında daha az maliyetle imal edilebileceğinin farkına varılacaktır. Nihai aşamaya gelindiğinde kontrol aşamaları ve yenileme süreçleri kesilir, dış ülkelerde daha ucuza ürünün tamamı imal edileceğinin farkına varılması ile birlikte icatçı ülke ürünü ithal etmek zorunda kalmaktadır (Bayraktutan, 2003:181).

II.2.5.4. Tercihlerde Benzerlik Teorisi

Teori 1961 yılında Staffon Burenstam Linder tarafından ileri atılmıştır. Aslında Linder, talep olgusuna dış ticarete yer veren ilk iktisatçılardandır. Linder'in teorisi, arz faktörüne bağlı teorilerin yerini almıştır. İşleyiş mekanizması ise en basit haliyle şu şekilde açıklanabilir: Sanayi ürünlerinde ticaret, itina ile benzer gelir düzeyine ve tercihlerine sahip ülkeler arasında yoğunluk göstermektedir (Atik, 2006:34).

Teori, homojen olmayan sanayi ürünlerindeki ticareti talebe bağlamaktadır. Zevk ve tercihler, gelir düzeyleri birbirine benzeyen sanayi ülkelerinde dış ticaret ilişkilerini artıracaktır. Aslında kendi iç piyasasına mal ve hizmet üreten ülke firmaları, kendi piyasa yapılarına benzeyen ülkelerle ihracat yapabilme olasılığını taşımaktadır (Ghoreyshi, 2014:13). Lakin Linder'in teorisi kendi ülkesi olan İsveç haricinde pek de ilgi görmemiştir. Bu durumun nedeni olarak bir malın iç piyasada yeri olmamasına rağmen ihracat amaçlı üretilen pek çok mal olması nedeniyle yapılan ticareti açıklayamaması olmuştur.

II.2.5.5. Ölçek Ekonomileri Teorisi

Bu teori 1970'li yılların sonunda ortaya çıkmıştır. Bu teorinin ortaya atılmasının nedeni, dış ticarete ölçeğe göre artan getirinin klasik tam rekabet piyasası temel varsayımları ile uyumsuzluk oluşturmasıdır (Kundak, 2015:32). Eğer ki bir malın iç piyasadaki fiyatı dünya fiyatlarından düşükse ortaya doğal nitelikli tekeller çıkmaktadır. Bu teori faktör donatımı teorisinin sabit verim koşulları varsayımına da karşı çıkmaktadır. Ölçek ekonomilerine göre, ülkeler her bakımdan aynı olsalar bile artan gelirin ortaya çıktığı durumda, dış ticareti karlı yapabilmektedir. Yani ölçek ekonomileri uluslararası dış ticarete yol açmaktadır (Tombak, 2010:11).

Ölçek ekonomileri içsel ve dışsal olarak ikiye ayrılabilir. Bir firmanın kendi üretim ölçeği arttığında, ortalama maliyeti düşüyorsa bu içsel ölçek ekonomisi olmaktadır. Fakat aynı firmanın bağlı olduğu sektörde üretim ölçeği arttığında üretim maliyetleri düşüyorsa dışsal ölçek ekonomisi olduğu varsayılmaktadır (Doru, 2013:17).

Ülkeler kendi iç piyasasında çok talep edilen ürünleri az imal ederek, yerine bu tür ürünlerde branşlaşarak talep edilen diğer ürünleri dış ülkelere satın almaktadır. Böylece maliyetler düşmekte ve tüketim, tercih yönünden benzer diğer ülkeler arasında karlı bir dış ticaret yapılmasını sağlamaktadır.

II.2.5.6. Monopolcü Rekabet Teorisi

Birbirinden bağımsız olarak Spencer (1976), Dixit ve Stionkizs (1977) ve Lancaster (1978) tarafından yapılan çalışmalarla bu teori geliştirilmiştir. Monopolcü rekabet teorisinde dış ticaret, ölçek ekonomileri ve mal farklılaştırılması ile açıklanmaktadır. Ölçek ekonomilerinin kullanılması birçok firma, birçok mal, birçok üretim teorisi demek değil birkaç ürünün üretime zorlanmasıdır. Bu durumun nedeni farklılaşan malların ikame etkilerinin yüksek olmasıdır ve maliyetlerin azaltılmaya çalışılmasıdır. Böylece uzmanlaşma oluşacaktır. Ülke uzmanlaştığı için ihracatçı olurken diğer malların ithalatçısı olmaktadır. Birbirlerinden farklı farklılaştırılmış mallar üreten çok sayıda firmanın varlığı monopolcü bir piyasa oluşturmaktadır (Ünsal, 2005:234).

Monopolcü piyasada dış ticareti, talep esnekliğini, ürün çeşitliliği artırarak üretim ölçeğinin artmasını sağlamaktadır. Ölçekteki artışlar maliyetleri ve fiyatları düşürerek refahın artması sağlanmaktadır (Akkoyunlu, 1996:82). Aslında monopolcü rekabet teorisi, benzer ülkelerdeki faktör donatımına sahip olan sanayileşmiş ülkelerin aralarında gerçekleştirdikleri iki yönlü ticareti açıklamaktadır.

II.2.5.7. Oligopolcü Rekabet Teorisi

Oligopolcü Rekabet Teorisi: Krugman ve Brander (1983) tarafından geliştirilen oligopolcü rekabet teorisinde, firmalar arasında stratejik etkilerinden bahsedilmektedir. Herhangi bir firmanın rakibinin, bireysel davranışı karşısında alacağı tavır ve öngörü “konjonktürel değişim” olarak adlandırılmaktadır. Analizi yapanlar bu rekabette karar değişkenini belirlerken Bertnard veya Cournot yaklaşımından yararlanmışlardır (zer, 2007:72). Bertnard yaklaşımında stratejik karar değişkeni fiyat iken, Cournot yaklaşımında ise karar değişkeni üretim miktarıdır. Bertnard modelinde, firma karını maksimum seviyeye getiren fiyat düzeyine karar verirken, rakip firmalarının fiyatını veri olarak ele almaktadır. Cournot modelinde, firmalar karını maksimum seviyesine getiren üretim miktarına karar verirken, rakip firmanın üretimini veri olarak kabul etmektedir. Firmalar açısından Bernard modeli daha olası kabul edilmektedir. Ancak Cournot modelinin sonuçları daha akla yakın bulunması nedeniyle oligopol dış ticaret modelinde Cournot modeli kullanılmaktadır (Akkoyunlu, 1996:87).

Cournot modeli ile firmaların ihracat yapmalarının temel sebebini yurtiğinde ve yurtdışında karşılaştıkları talep eğrilerinin esnekliğinin farklı olmasına bağlayan kişiler Brander ve Krugman’dır. Bu durumun nedeni olarak ise yerli piyasaların yurtiçi piyasasındaki paylarını başta ülke piyasasındaki paylardan daha büyük olmasına bağlamaktadırlar. Talep esnekliğinin daha büyük olmasının nedeni, marjinal gelirin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Talepler arasındaki farklılık sebebiyle, firmaların indirim politikalarına yönelmeleri, bahsi geçen malın çift yönlü ticaretiyle neticelenmektedir (Krugman ve Brander, 1983:317).

II.3. Dış Ticaret Politikaları

Hem yerli hem de yabancı literatüre bakıldığında uluslararası ekonomi politikaları ile dış ekonomi politikası eş anlamlı kavramlar olarak kullanılmakta ve birbirleri üzerinde anlamsal olarak ikame etkisi bulundurmaktadır. Makroekonomi politikasının bir aracı olan dış ticaret politikası, politika ileri sürenlerin dış ticareti yönlendirmesine, biçimlendirilmesine ve hacmine müdahale etmesine imkan sağlamaktadır. Farklı bir ifade ile uluslararası ekonomi politikası; dış ticareti yabancı ve yerli yatırımlarda düzenleme, teşvik etme, sıralama yahut yol göstericisi olarak işlev görmektedir. En geniş tanımıyla ifade edecek olursak dış ticaret politikası, ulusların dış ticaret yaparken geleceğe dönük hedef ve politikalarının, stratejileri ve olabilecek sorunlara karşı aldıkları önlemlerin bütünüdür. En basit tanımıyla ise devletlerin dış ticaret yaparken uygulamış olduğu düzenleme, sınırlama ve teşviklerin tamamı olarak ifade edilebilir (Saçık, 2009:163-165).

Bilindiği üzere “politika” kelimesi bir amaç uğruna yapılan faaliyetlerin tamamını kapsayan kurallardır. Bu durumu ülkeler açısından ele alırsak hükümetlerin amaçlarına ulaşmak için yaptıkları faaliyetleri kapsayan kurallar olarak açıklanabilmektedir.

Ulusların dış ticaret yapmalarındaki temel amacı daha öncede belirtildiği üzere ülkelerinde yüksek maliyetli üretebileceği ürünü yahut hiç olmayan ürünü, dış ülkeler aracılığıyla temin etmesi işlemidir. Ek olarak ülkedeki arz fazlası olan mal ve hizmetlerin ihtiyacı olan yahut talepte bulunan başka ülkelere satılması ile gelir kazanma yöntemidir. Dış ticaret yapılarak elde edilen kazançların, ülkelerin kalkınmasında ve refah artışına doğrudan katkı sağladığı bilinmektedir (Hacıoğlu, 2009:19).

Dış ticaret politikasının kapsamına, dış ticaretin genel çerçevesini oluşturan sınırlılıkların ve kapsamın belirtildiği bütün uygulamalar girmektedir. Dış ticaret politikası, iktisat politikasının önemli bir aracıdır ve dış ödemeler bilançosunu, ihracat ve ithalattaki kalemlerini düzenleyip denetleyen politikalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Devletlerin hükümetleri, dış ticarete dolaylı ve doğrudan şekilde müdahale edebilmektedir. Doğrudan dış ticaret politikalarında uygulanan müdahalelere örnek vermek gerekirse; ülkelerin dış ticaretini sınırlamak, artırmak yahut yasaklamak olarak örneklendirebiliriz. Bahsi geçen politikalar dış ticarete doğrudan müdahale edeceği için bu isimle adlandırılmıştır. Doğrudan dış ticaret politika araçlarını örneklendirmek gerekirse de; tarifeler, gümrük vergileri ve kotalar olarak örneklendirilebilir (Ertürk, 2001:106-107).

Dış ticaret politikalarının farklı türleri de bulunmaktadır. Bunlar serbest ticaret politikası ve koruyucu ticaret politikasıdır (Seyidoğlu, 2007:799).

Serbest Ticaret Politikası: Liberal olan bu sistemde dış ticaret serbest bırakılmıştır. Her politika gibi bu politikada avantajların yanında dezavantajları da barındırmaktadır. Avantajlara bakacak olursak; kaynakların dağıtılmasında etkinlik sağlar, serbest fiyat mekanizmasını güçlendirir ve uluslararası uzmanlaşmayı teşvik etmektedir. Dezavantajları ise; coğrafi veya siyasi nedenlerden dolayı bir ülkede yaşanan krizlerin, bulaşıcılık etkisi ile diğer ülkelerde yayılmasına neden olabilir ve ülkelerin dışa bağımlılığını artırabilir.

Koruyucu Ticaret Politikası: Ulusların uluslararası ticarete müdahalede bulunarak ülke içerisindeki yerli üreticileri dış rekabette koruyan dış ticaret politikasıdır. Elbette ki avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Avantajlarına baktığımızda; yerli üretimi desteklediği ve koruduğu için dışa bağımlılığı azaltabilmektedir. Ülke içerisinde

yeni kurulan girişim faaliyetlerinin gelişmesinde ve güçlenmesinde yardımcı olmaktadır. Dezavantajları ise; yaratıcılığı ortadan kaldırmaktadır, rekabeti aksatmakta yahut engellemektedir, kaynak dağılımında etkinliği bozmaktadır, tekel firmalar ortaya çıkarmakta ve girişimcilik ruhunun, fikrinin oluşumunu engellemektedir.

II.3.1. Dış Ticaret Politikası Amaçları

Dış ticaret politikasının sonuca ulaşmak istediği amaçları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Ülkenin sanayisinin gelişmesini sağlayarak korumak ve dış rekabet gücünü artırmak,
- Ülke refahını artırarak ülkede yaşamlarını sürdüren insanların hayat standardını yükseltmek,
- Dış ödemeler dengesindeki sorunları gidererek ülkenin dış gelirlerini artırmak,
- Ulusların ve yabancı ülkelerin dış politikalarına yön verebilmek,
- Hammadde bakımından yoksul ülkelerin dış ticaret sayesinde üretim sürecinde kullanabilecekleri kaynakların ülkeye getirilmesi,
- Ülkenin hali hazırdaki ekonomisinin dışa açılarak daha fazla gelir sağlaması,
- Ülkenin hali hazırdaki ekonomisinde arz fazlalığına pazar bulmak,
- Ülke iç ekonomisinde istikrar sağlamak,

- Ülkelerin dış ticaret sayesinde etkileşime girerek teknoloji, kültür, bilgi alışverişine olanak sağlamak,
- Piyasa aksaklıklarından doğan sorunların giderilmesi ile beraber firmaların rekabet gücünün artırılması,
- Otarşının benimsenmesi ile ülkenin önemli kaynaklarının ekonomik kriz, savaş yahut kıtlık gibi durumlarda, dış ülkelere yardım almaksızın kendi kendini geçindirebildiği bir ekonomik sistem oluşturulması,
- Vergilerden kaynaklı devlet hazinesine döviz girişi sağlanması olarak sıralanabilir.

Yukarıda sıralanan amaçlara ulaşmak için dış ticaret politikası çeşitli yöntem ve araçlar uygulamaktadır. Bu yöntemler ise aşağıda açıklanacaktır.

II.3.2. Dış Ticaret Politikası Araçları

Dış ticaret politikalarının yürütülmesi amacıyla kullanılan yöntemlere dış ticaretin politika araçları denilmektedir. Politika ileri sürenler dış ticarete müdahale etmek amacıyla, doğrudan yahut dolaylı politika araçlarından yararlanmaktadırlar. Dolaylı politikalar, para politikası ve maliye politikası olarak nitelendirilmektedir.

Para politikası aracı kullanılarak faizlere müdahale edilebilmektedir, sermaye hareketlerinde kısıtlama yapılabilen veya genişleme sağlanabilmektedir. Ülkenin konjonktür durumuna göre kısıtlama ve genişletme kararı alınırken, para politikasına bahsi geçen ülkenin merkez bankaları karar vermektedir.

Maliye politikası ise ülke hükümetleri aracılığıyla uygulamaya koyulmaktadır. Maliye politikası aracılığıyla ülkelerin kamu harcamaları ve vergileri düzenlenmektedir. Bu düzenlemeler dış ticaret üzerinde dolaylı yollardan etki etmektedir. Daraltıcı yönde uygulanan maliye politikası ödemeler dengesinde olumsuz etkiler ortaya çıkarabilecekken, genişletici yönde uygulanan maliye politikası ödemeler dengesinde olumlu etkiler ortaya çıkarmaktadır (Ertürk, 2001:109).

Doğrudan politika araçlarına bakıldığında ise ilk olarak gümrük tarifeleri karşımıza çıkmaktadır. Basit bir tanım yapılacak olursa gümrük tarifesi, ithalatı yapılacak olan ürünlerde uygulanan vergi olarak açıklanabilir. Gümrük tarifeleri, ithal edilen mallardan miktara göre “spesifik” olarak alınan vergi ya da değere göre “ad volarem” alınan vergilerin tamamıdır. Başka bir politika aracı ise, ithalatı kısıtlamak, yasaklamak yahut genişletmek olarak adlandırılan tarife dışı araçlardır. Örneğin ülke, ithalat açısından kritik öneme sahip olan mallarda alınan gümrük vergilerinin kaldırılarak ürünlerin fiyatının iç piyasada düşmesini sağlayabilir. Fakat bu durumda da ilgili devlet bahsi geçen malların ithalatından alacağı vergiden vazgeçmesi gerekmektedir (Kurt, 2011:17).

Tarife dışı araçlar:

- Sübvansiyonlar ile yerli üretimin desteklenmesine yahut karlı hale getirilmesine veya ithal mallara uygulanacak ek maliyetler ile yerli üretimin özendirilmesi,
- Hükümetlerin belirledikleri sosyal politikalar bağlamında halkın güvenliği yahut sağlığını koruma amacı,

- İthalatı kısıtlamaya yönelik ortaya koyulan kota, yasak, miktar kısıtlamaları ve döviz kontrolleri sınırlandırmaları amacıyla koyulmuş olan görünmez engeller olarak açıklanabilmektedir (Bayrakdar, 2007:8).

Toparlamak gerekirse, dış ticaret politikasının temel amacı, yukarda bahsi geçen araçlar sayesinde dengeli bir şekilde ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı sağlamak, düşük maliyetli üretimi ortaya koymak, aynı zamanda üretim faktörlerinin en etkili şekilde kullanılmasını sağlamak ve dış ticaretteki dezavantajları ortadan kaldırmak amacı ile uygulanmaktadır.

II.4. Dış Ticaret Hacmi ve Turizm ile İlişkisi

Uluslararası alanda ülkeler ticari olarak faaliyetlerini artırdıkça ekonomik anlamda dış dünyaya açık hale gelmekte, bu durumda uluslararası turizm hareketlerinin hızlanarak artmasına neden olmaktadır. Ayrıyeten günümüzde gelinen noktada turizm, tüm dünyadaki tüm gayrisafi yurtiçi hasılanın %10'una, küresel ticaretin %7'sine ve her 10 istihdamdan 1 tanesine karşılık gelmektedir. Finans, uluslararası ticaret, kalkınma ve büyüme gibi çeşitli alanlardaki çalışmaların gelişmesine ve geliştirilmesine, anlaşılabilirliğine yardımcı olmaktadır (Eilat ve Einov, 2004:1316).

İhracat, bir ülke ekonomisine dışardan para akışı sağlanmaktadır. Yabancı turistlerden kazanılan her gelir ülke için yapılan bir ihracat anlamına gelmektedir. Örneğin, Keynes, ihracatı ülkelerin ekonomik büyümesinde katkı sağlayan ilaveler olarak nitelendirmektedir (Lundberg, Dahlström ve Pronin, 1995:135). Bir ülkede yapılan başarılı bir iş/ticari gezisi ülkeler arasında ithalat ve ilişkiler artarak gelişmektedir. Başarılı bir iş/ticari gezisinin ortaya çıkardığı dışsal etki bu durumun sonucudur.

Bir ülkeden başka bir ülkeye yönelik yapılan ticaret amaçlı gezilerin artış sağlaması, söz konusu ülkeler arasında dinlenme, tatil, eğlenme vb. amaçlarla yapılan gezilerin artmasına neden olmaktadır. Buna ek olarak, bir ülkede mal/hizmet alınması, o ülkenin diğer ülkedeki reklam ve tanıtımına dolaylı olarak neden olmaktadır (Bahar ve Baldemir, 2008:102). Önceleri ülkeler arasında ticaret nedeniyle başlayan ilişkiler ülkelerin birbirlerini tanıması ve haberdar olması ile bir sonradaki aşamada turist amacıyla gezilerin oluşmasına yol gösterecektir (Kulendran ve Wilson, 2000:1002).

Pek çok ülkede ticaret ve turizmin birbirleri ile besleyici bir etkisi olmasına karşın, günümüze kadar yapılan bilimsel araştırmalarda turizmin talep fonksiyonunda ticaretin oynadığı rol çoğu zaman görmezlikten gelinmiştir. Bu anlamda, uluslararası yapılan ticaret amaçlı seyahat ve geziler uluslararası turizmin kayda değer bir bileşeni olarak görülmektedir (Bahar ve Baldemir, 2008:102). Akademik olarak bakıldığında uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki nedensellik ilişkisinin çift yönlü olabileceği anlaşılmaktadır.

Turist ağırlayan bir ülkede turizmin gelişimi açısından nedenselliğin yönü turizmden ticarete doğru olduğu zaman, ülkenin mal ve hizmetlere olan ithalat talebi artmış olacak ve nihayetinde o ülkenin ödemeler dengesine bu durum yansıyacaktır. Aynı zamanda da turizm nedeniyle ihracat gelirlerinde de bir artış olacağı için ödemeler dengesinde hizmetler kaleminde yine bir değişim görülmüş olacaktır. Burada belirtilmesi gereken bir konu vardır. Eğer turizm ülkesinde ithalat eğiliminin önüne geçilemez ve yüksek seviyede olursa, turistlerden elde edilen gelirin çoğu birçok nedenle ithalat harcaması olarak bahsi geçen ülkeyi terk ediyorsa, çarpan etkisinin nedeni ile ekonomideki gelir düşük seviyelerde seyretmektedir ((Lundberg, Dahlström ve Pronin, 1995:136)

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

OECD ÜLKELERİNDE ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARININ DIŞ TİCARET HACMİNE ETKİSİ: PANEL VERİ ANALİZİ

III.1. Literatür

1950'ler ile birlikte yenedünya düzeninin şekillenmesi turizm gelirlerinin ekonomiye katkısının ne kadar olacağı merakını uyandırmıştır. Bu nedenle akademik çevreler ve devletler ekonomilerini geliştirmeleri açısından turizm gelirlerinin ekonomiye etkisini ölçmek amacıyla çalışmalar yapmışlardır. Fakat günümüze kadar gelen çalışmalara baktığımızda, yaşanan gelişmeler ile birlikte zaman serisi analiz yöntemleri, çoğunlukla turizm gelirleri ile ekonomik büyüme üzerine şekillenmiştir. Bu bağlamda turizm harcamalarının dış ticaret hacmine etkisi üzerine fazla çalışma mevcut değildir. Akademik çalışmalar ışığında, ulusal ve uluslararası turizm gelirlerinin ekonomi üzerindeki olası etkisi ölçülmek amaçlı yapılan birçok farklı analiz teknikleri ve birçok farklı model kullanılmıştır. Aşağıdaki çalışmalar bizim konumuz ile doğrudan yahut dolaylı olarak ilgilidir. Literatüre geniş olarak bakıldığı için seçili çalışmalar üzerinde çalışılacak ve tarih sırasına göre incelenecektir.

Ghali (1976); 1953-1970 yıllarını baz alarak, kişisel gelir büyüme oranı, özel yatırımların büyüme oranı, turist harcamaları büyüme oranı, devlet harcamaları büyüme oranı verilerini kullanarak analiz etmiştir. Bu çalışmada Havai için istatistiksel bir analiz

yapılmıştır. Bahsi geçen analizler neticesinde, kapsayan yıllar dönemi içerisinde Havai’de nüfus artışı olmasının gelir artışından bağımsız olarak değerlendirmeye alınması gerektiği iddia edilmiş, ayrıca Havai’de turizm gelirlerinin çıktıya olan katkısına dikkat çekilmiş, fakat ülkede turizmin kayda değer bir refah ölçüsü olarak kabul edilmediği de söylenmiştir. Turizm sektörünün refah ölçüsü olarak kabul edilmesi için dışsallıklarında göz önüne alınması ve değerlendirmeye alınması tespiti yapılmıştır.

Kulendra ve Wilson (2000) ise çalışmalarını Kointegrasyon ve Granger nedensellik testini Avustralya baz alarak yapmışlardır. Yaptıkları araştırmalarda; uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedenselliğin mevcut olduğunu ortaya çıkarmışlardır.

Göymen (2000) tarafından yapılmış olan çalışmada, Türkiye’yi seçmiş ve turizm sektörünün incelenmesi amacı ile yapılan 61 istatistiki analizi dahil etmiştir. Yapılan analizler neticesinde, Türkiye içerisinde turizm sektörü birçok unsur ile etkileşim içerisinde olduğu görülmüştür. Bu unsurlar gerek siyasal, gerek sosyal gerekse iktisadi unsurlar olabilmektedir. Aşamalı olarak turizmin bu unsurlar çevresinde etkileşime girerek geliştiği görülmüştür. Buna ek olarak yapılan çalışma 1980’li yıllar ile beraber turizmin ihracata dayalı ekonomik büyüme ile özel sektör ve kamu ortakları ile bir dizi görüşmeler geçirdiğini ortaya koymaktadır.

Shan ve Wilson (2001) çalışmasında Çin’i dikkate almıştır. Çin’in uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında nedensellik varlığının olup olmadığı İngiltere, Japonya, Amerika, Avustralya ile arasındaki turizm ve ticari ilişkilerini araştırmışlardır. Yıl olarak 1987:1-1998:1 dönemleri aylık veriler ile incelenmiştir. Analiz metodu olarak Yamamoto nedensellik yaklaşımı ve Toda ile turizm talep fonksiyonlarından yapılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda Çin ile Japonya, Amerika, İngiltere ve Avustralya için uluslararası ticaret ve uluslararası turizm arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi bulgularına ulaşılmıştır.

Balaguer ve Jorda (2002) tarafından yapılan çalışmada 1975-1997 yılları arasını kapsayan İspanya'ya ait gayrisafi yurtiçi hasıla, döviz kuru ve ek olarak turizm verilerini kullanmışlardır. Çalışma İspanya'da turizm ile ekonomik büyüme arasında olan ilişkiyi anlamak amacıyla yapılmıştır. Buna yönelik çalışmada eş bütünleşme ve nedensellik analizleri kullanılmış analiz bu sonuçlara göre yapılmıştır. Sonuç olarak yapılan çalışmada: İspanya'da baz alınan yıllar arasında ekonomik büyümenin turizmin gelişmesi açısından çok büyük katkı verdiği, ekonomik büyümenin turizmi geliştirmesi açısından önemli bir değişken olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişkenler arasında denge uzun dönemde tespit edilmiştir. Ek olarak 1972-2002 yıllarında turizm sektörü bazlı girdi olan döviz gelirlerinin, ekonomide dış ticaret açığının kapatılması noktasında rolü olduğu sonucuna varılmıştır.

Martin ve diğerleri (2004), 21 Latin Amerika ülkesi üzerinde yapmış olduğu çalışmada dinamik panel analizi yöntemini kullanmışlardır. Bu araştırma sonucuna göre ise, turist başına düşen harcama artışının reel büyüme üzerine etkili olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Uysal ve diğerlerinin (2004) çalışmasında ise, 1992-2003 yılları esas alınmıştır. Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışmada yıllık verilerden yararlanılmıştır. Analiz yöntemi olarak regresyon ve nedensellik yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre turizm gelirleri ile ekonomik büyüme

arasında çift yönlü nedensellik tespiti yapılmıştır ve turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki varlığı bulunduğu belirtilmiştir.

Campos ve Sequeira'nın (2005) çalışmasında, 1980-1999 yılları arasında; turizm gelirlerinin nüfusa oranı, turizm gelirlerinin gayrisafi yurtiçi hasıla içerisindeki yüzdesi ve turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki yüzdesi verileri kullanılarak inceleme yapılmıştır. Yapılan çalışmada panel veri, tesadüfi etkiler ve sabit etkiler yöntemleri tercih edilmiştir. Analizler 4 ayrı alt dönem olmak üzere (1980-1984, 1985-1989, 1990-1994, 1995-1999) yapılmıştır. Bahsi geçen 4 ayrı alt dönemde yapılan incelemeler neticesinde, turizm sektöründe gelişmiş ve uzmanlaşmış ülke gruplarının diğer ülkelere daha fazla ekonomik olarak büyüdüğü sonucuna varılmıştır. Lakin daha önce yapılmış olan çalışmalarda vurgulananların aksine turizm sektörünün büyüme oranlarını açıklayan tek faktör olarak gösterilemeyeceğini de belirtmiştir.

Khan ve diğerleri (2005), 1978:1-2000:3 yılları arası Singapur'un Amerika, İngiltere, Japonya, ASEAN ülkeleri ve Avusturya ile uluslararası ticaret ve uluslararası turizm ilişkilerini göz önüne alarak çalışma yapmışlardır. Çalışmada analiz yöntemi olarak Engle-Granger eşbütünleşme ve Ganger nedensellik kullanılmıştır. Turizm; gezi ve iş amaçlı gelen turist sayısı ve toplam gelen turist sayısı ile ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret değişkenleri analize tabi olmuşlardır. Tüm ülkelerin yer bulduğu ampirik analizin sonucuna bakıldığında, ithalat ve iş amaçlı gelen turist asında eşbütünleşme ve çift yönlü nedensellik bulgularına rastlanılmıştır.

Hatemi ve Gündüz'ün (2005) çalışmasında ise; 1963-2002 yılları esas alınarak bir analiz otaya koyulmuştur. Çalışmada Türkiye bazlı gelen turist sayısı, reel döviz kuru ve reel gayrisafi yurtiçi hasıla verileri kullanılmıştır. Kullanılan yöntemler ise nedensellik

testi ve ARCH etkisi olmuştur. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda bahsi geçen yıllarda Türkiye’de turizm taraflı büyüme hipotezinin varlığına ve büyüme hipotezinin geçerliliğine ulaşılmıştır.

Pulina ve Jimenez’in (2006) çalışmasında, İspanya ve İtalya ülkeleri için turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi incelenmiştir. Yapılan çalışmada kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasıla, insan sermayesi ve fiziksel sermaye, ihracat ve turizm gelirleri değişkenlerinden yararlanmıştır. Yöntem olarak Granger nedensellik testi ve eşbütünleşme kullanılmıştır. İtalya’nın 1954-2000, İspanya’nın ise 1964-200 yılları arasındaki verileri baz alınarak hazırlanan analizde; ihracat verisinin her iki ülke içinde uzun dönemde ekonomik büyümeyi etkileyen bir faktör olduğu anlaşılmıştır. Turizm gelirlerinin ise İspanya’da ekonomik büyümeyi tetikleyici bir faktör olduğuna ulaşılmış ancak İtalya için tam tersi olarak ekonomik büyümeyi tetikleyici bir unsur olmadığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Buna ek olarak ekonomik büyüme verilerinin ihracat, turizm gelirleri ve fiziksel sermaye, insan sermayesi ile eşbütünleşik olduğu da tespit edilmiş bulunmaktadır.

Parrilla ve diğerlerinin (2007) yayınlanmış olan çalışmasında, Turizm ve ekonomik büyüme değişkenleri kullanılarak İspanya için istatistiksel bir analiz uygulanmıştır. Bu çalışmanın önemi 1965-2000 yılları arasını kapsayan uzun bir dönemi baz almasıdır. Çalışmanın neticesinde turizme yönelik yapılan her bir faaliyetin, turizm bölge ekonomilerinin ve halkın dönüşümünde itekleyici güç olarak kendisini işaret ettiği ve buna ek olarak da ülkedeki gelir seviyesini artırmada kayda değer bir etkisi olduğu bulgularına varılmıştır. Ayrıca en son dönem bazında gerçekleşen çıktıdaki toplam azalan katkının, ülkedeki büyümeyi uzun dönemde yavaşlatabileceği öngörüsü belirtilmiştir.

Lee ve Chang, 2008 yılında yapmış oldukları çalışmada; OECD üyesi 36 ülke ve OECD üyesi olmayan 32 ülkenin 1990-2002 yıllarını kapsayan turizm gelişmesinin büyümeye etkisi incelenmiştir. Çalışma da Panel Koentegrasyon tekniği kullanılmış ve araştırma sonucunda, turizm gelişiminin OECD ülkelerine oranla OECD üyesi olmayan ülke ekonomileri üzerinde daha büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır.

1990-2004 yıllarını kapsayan, Güney Avrupa ülkelerinde turizm ve ekonomik büyüme arasındaki etkileşimin incelenmesi açısından yapılan çalışma Proença ve Soukiazis (2008) tarafından yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler kişi başına düşen milli gelir büyüme oranı ve uluslararası turizm gelirleridir. Yöntem olarak ise koşullu yakınsama yaklaşımı ve panel veri teknikleri kullanılmıştır. Uygulanan analizler neticesinde; Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya’da turizmin baz alınan yıllar arasındaki dönemde ülkelerdeki yaşam standardını yükselten önemli bir güç olduğuna ulaşılmıştır. Ek olarak turizm faktörü, örneklemdeki ülkelerde bir yakınsama faktörü olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Fayissa ve diğerlerinin (2009) çalışması 17 Latin Amerika ülkesini ve 1995-2007 dönemleri arasını kapsamaktadır. Yaptıkları çalışmada uluslararası turist harcamalarındaki %10’luk artışın gayrisafi milli hasıla %4’lük bir artışa neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Jimenez ve diğerlerinin (2009) yayınlanmış olan çalışmasında, İspanya ve İtalya ülkelerinde ülkelerin mal ihracatı ve turizm ihracatı verileri kullanılmıştır. Analizler bu veriler üzerinden yapılmıştır. Çalışmada, İtalya’nın 1954-2000 yılları arasında mal ihracatı ve turizm ihracatı, İspanya için ise 1964-2000 yılları arasında mal ihracatı ve turizm ihracatı verileri kullanılmıştır. Yöntem olarak standart eşbütünleşme ve Granger

nedensellik testinden faydalanılmıştır. Çalışmanın neticesinde ulaşılan sonuçlar hem İtalya hem İspanya için uzun vadede ekonomik büyüme katkısı açısından turizm sektörünün son derece önemli bir faktör olduğudur. Ek olarak değişkenler arasında karşılıklı kalıcı ilişki olduğuna dikkat çekilmiştir.

Akan ve Işık (2009) çalışmasında Türkiye odağında, ülkeye gelen yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomik büyümeye uzun dönemde etkisi araştırılmıştır. Bu amaçla çalışma 1970-2007 yıllarını kapsamaktadır. Bu bağlamda, yabancı ziyaret harcamalarının uzun dönemde büyüme üzerine yattığı etki Philips ve Peron, eşbütünleşme ve nedensellik analizleri ile ampirik çalışma açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre yabancı ziyaretçi harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde tek yönlü nedensellik bağı ortaya çıkarılmıştır. Yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomik büyüme üzerine bir etki yarattığını, bu etkinin yabancı ziyaretçi harcamalarından ekonomik büyümeye doğru olduğunu işaret etmektedir. Fakat ekonomik büyümeden yabancı ziyaretçi harcamasına doğru bir etki tespit edilememiştir.

Katırcıoğlu'nun (2009) yayınlanmış olan çalışmasında ise Kıbrıs ele alınmış ve 1960-2005 yılları baz alınmıştır. Kullanılan veriler bahsi geçen yıllar arasında reel gayrisafi yurtiçi hasıla, reel ticaret hacmi ve ülkeye elen turist sayılarıdır. Çalışmada Granger nedensellik testi ve eşbütünleşme yöntemleri kullanılmış analizler buna göre yapılmıştır. Yapılan analizler çerçevesinde; Kıbrıs'ta turizm gelirleri ile ticaret ve reel gelir büyümenin birbirleri ile eşbütünleştiği sonucuna varılmıştır.

Malik ve diğerlerinin (2010) çalışmasında, Pakistan'da 1969-2007 yılları arasında turizm sektörü ile ekonomik büyüme ve cari işlemler açığı arasındaki ilişkiyi bahsi geçen yıllar arasındaki veriler kullanılarak incelemişlerdir. Johansen eşbütünleşme

tekniklerinin kullanıldığı çalışmada ulaşılan sonuçlar ise; cari işlemler açığındaki azalma doğrultusunda ekonomik büyümeye, turist sayısından ekonomik büyüme ve turist sayısından cari işlemler açığına tek yönlü nedensel bir ilişki olduğu bilgilerine ulaşılmıştır.

Polat ve diğerleri (2010) ise; Türkiye’yi baz almış, uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 1997:1-2010:1 yılları arası dönemi dikkate alan çalışma Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik analiz yöntemlerini kullanmışlardır. Veri olarak turist sayıları ve turist gelirleri, ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre elde edilen bulgular ticaret ve turizm arasında uzun dönemde herhangi bir ilişkinin varlığını ortaya koyamamışlardır. Ek olarak turizmden ihracata doğru tek yönlü ve turizm ile ithalat ve toplam ticari çıktı arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi varlığından söz edilmiştir.

Brida ve Risso’nun (2010) çalışmasında kullanılan değişkenler ise 1980-2006 yılları arası gayrisafi yurtiçi hasıla, Tyrol ve Almanya arasında göreceli fiyatlar ve Güney Tyrol’a gelen turist sayısıdır. Çalışmada yöntem olarak Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar göre reel gayrisafi yurtiçi hasılanın turizm talebine olan uzun vadeli esnekliğinin 0,29 olduğu, turizmden reel gayrisafi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedensellik olduğudur.

Wong ve Tang (2010) çalışmasında Singapur’u ele almışlar ve 1986-2008 döneminin verilerini kullanmışlardır. Turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi toplu değişkenler ışığında turizm, toplam turist sayısı ve ticari açıklık, mal ve hizmet ticari açıklık değişkenleri dikkate alınmış ve çeyrek bazlı veriler ışığında araştırma yapılmıştır. Singapur’un (Çin, Amerika, Güney Kore, Japonya ve Malezya) ticari ilişkilerinin en yoğun olduğu beş ülke ile turizm-ticari açıklık değişkenlerinin ülkeler bazında ayrıştırılmış

değerleri dikkate alınmış çeyrek veriler ile 1995-2008:2 dönemi için irdelenmiştir. Bahsi geçen değişkenler arasındaki ilişki Yamamoto ve Toda nedensellik analizi ile incelenmiştir. Yapılan analizler neticesinde ticari açıklık ve turizm arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin varlığı tespiti yapılmıştır. Ülkeler bazında bakıldığında Singapur ile Malezya arasında ticari açıklık ve turizm arasında çift yönlü ve Singapur ile Çin arasında turizmden ticari açıklığa doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi varlığı bulgularına ulaşılmıştır.

Husein ve Kara (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada Johansen çok değişkenli eşbütünleşme yöntemi ve Granger nedensellik testi yöntemleri kullanılmıştır. Türkiye için 1964-2006 yılları arasında reel döviz kuru, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme değişkenleri kullanılarak yapılan bu çalışmada; Türkiye’de uzun vadede ve aynı zamanda istikrarlı olduğu reel gayrisafi yurtiçi hasıla, turizm gelirleri ve reel döviz kuru arasında olduğu sonucuna varılmıştır. Ek olarak hata düzeltme modeli olarak kullanılan Granger nedensellik testine göre turizm gelirlerinden reel gayrisafi yurtiçi hasılaya ve reel döviz kurundan reel gayrisafi yurtiçi hasılaya doğru tek yönlü bir nedenselliğin var olduğu bulguları elde edilmiştir.

Surugiu ve Surugiu (2011) çalışmalarında; 1990-2009 yılları arasında Romanya’da ticari açıklık ve turizm arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Analiz tekniği olarak Johansen eşbütünleşme ve vektör hata düzeltme modeli (VECM) yararlanılmıştır. Veri olarak turizm geliri ile dışa açıklık, ihracat ve ithalat toplamının gayrisafi yurtiçi hasıla oranları kullanılmıştır. Analizler sonucunda elde edilen sonuçlar; değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi ve ek olarak ticari açıklıktan turizme doğru tek yönlü nedenselliğin varlığı ortaya çıkarılmıştır.

Kara ve diğerlerinin (2012) yayınlanan çalışmasında, Türkiye’de 1992-2011 yılları arasında turizm gelirleri, cari işlemler dengesi, ekonomik büyüme oranı, reel döviz kuru değişkenleri verileri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan yöntemler VAR analizi, Granger nedensellik testi ve Engle-Granger’dir. Yapılan analizler sonucunda; Türkiye’de ekonomik büyüme oranlarından turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedenselliğin, turizm gelirleri ile cari işlemler arasında çift yönlü bir nedenselliğin, döviz kurlarından turizm gelirlerine doğru ise tek yönlü bir nedenselliğin var olduğu ortaya koyulmuştur.

Aslan (2013) çalışmasında; İspanya, Portekiz, Hırvatistan, Tunus, Yunanistan, Bulgaristan, Mısır ve Malta ülkeleri için 1995-2010 yılları arasında uluslararası turizm gelirleri ve reel büyüme oranları değişkenleri ile panel Granger nedensellik testi yöntemlerini kullanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda; Portekiz için turizmde kalkınma ile ekonomik büyüme arasında çift yönlü ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca; İtalya, İspanya, Hırvatistan, Tunus, Bulgaristan ve Yunanistan’da ekonomik büyümeden turizm kalkınmasına yönelik tek yönlü ilişkinin varlığı sonucuna varılmıştır. Ek olarak turizm kalkınmasından ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik olmadığı sonucuna varılmıştır. Buna ilaveten, Mısır ve Malta’da turizm kalkınması ile ekonomik büyüme arasında ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Hepaktan ve Çınar (2013) yaptıkları çalışmada, Türkiye’de turizmde yaşanan gelişmelerden dış ticaret dengesi üzerine bir etkisi varken, büyüme üzerine bir etkisi tespit edilememiştir sonucuna varılmıştır.

Bozkurt ve Topçuoğlu’nun (2013) yayınlanan çalışmasında; turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki Türkiye örneği için çalışılmıştır. Yapılan çalışma 1970-2011 yılları arasını baz almaktadır. Çalışmada gayrisafi milli hasıla, ihracat ve ithalat

toplamının gayrisafi yurtiçi hasıla oranı, turizmin ihracat içindeki payı ve reel döviz kuru değişkenleri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan yöntemler eşbütünleşme ve nedensellik testidir. Kullanılan yöntemler sonucunda ulaşılan analizler; Türkiye’de turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı değişkeni ile gayrisafi milli hasıla ve ülke ekonomisinin dışa açıklığının eşbütünleştiği, reel döviz kurunun ise ülkenin gayrisafi milli hasılası ile eşbütünleşik olmadığı sonuçları elde edilmiştir. Bu sonuçlara ek olarak, Türkiye’de elde edilen turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki payı ile gayrisafi milli hasıla arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu, dışa açıklık ile gayrisafi milli hasıla arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmış fakat Türkiye’de döviz kurunun herhangi bir değişkenle nedensellik ilişkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Samırkaş ve Samırkaş (2014) çalışmasında turizm sektöründe olan gelişmelerin yaratmış olduğu gelir ile ekonomik büyüme arasında anlamlı bir ilişkinin var olup olmadığını sınamak ve olası ilişkinin tarafını belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmada Türkiye baz alınmış, bakılan tarih aralığı ise 2003:1. çeyrek ve 2013:3. çeyrek olarak belirlenmiştir. Bu dönemi kapsayan aralıkta reel turizm gelirleri ve reel gayrisafi yurtiçi hasıla verileri arasındaki ilişki Granger Nedensellik testi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda; turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru ilişki olduğu belirlenmiştir. Ek olarak ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru çift yönlü ilişkinin varlığı bulgularına ulaşılmıştır.

Türkcan’ın (2015) yayınlanmış olan çalışmasında ise Türkiye’de 2001-2014 çeyreklik turizm gelirleri, gayrisafi yurtiçi hasıla ve döviz kuru verileri kullanılmış ve analiz bu verilere göre yapılmıştır. Yapılan çalışmada yöntem olarak yapısal kırılmalı eşbütünleşme yöntemi kullanılmıştır. 2001 yılının ilk çeyreği ile 2014 yılının üçüncü

çeyreğini kapsayan analizde; Türkiye’de turizm gelirleri, gayrisafi yurtiçi hasıla ve döviz kuru verileri arasında eşbütünleşme varlığı tespit edilmiştir. Ek olarak yapılan nedensellik analizinde ise; reel döviz kurundan ve gayrisafi yurtiçi hasıladan ülkenin turizm gelirlerine doğru bir nedensellik olduğu sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla çalışma yapılan dönemde turizm yanlı büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olmadığı sonucuna varılmıştır.

Kızılkaya ve diğerlerinin (2016) çalışmalarında 1980-2014 yılları arasında Türkiye’de turizm gelirleri, ekonomik büyüme ve uluslararası turist sayısı arasındaki veriler göz önüne alınarak inceleme yapmışlardır. Bu çalışmada analiz yöntemi olarak ARDL sınır testi ve uzun dönem eşbütünleşme katsayıları tahmin etme yöntemleri kullanılmıştır. Analizin sonuçlarına göre; hem kısa hem uzun dönemde turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerine etkisi varlığı sonucuna varılmıştır. Kısa dönemde hata düzeltme katsayısı beklenildiği gibi negatif çıkmıştır ve istatistiki olarak anlamlı olduğu belirtilmiştir. Ek olarak elde edilen ekonomik büyüme üzerinde turizm gelirlerinin pozitif etkisi olduğunu göstermektedir.

Du (2016) çalışmasında, 1995-2011 dönemleri arasında 19 ülke bazlı bir çalışma yapmıştır. Çalışmasında ilgili ülkelerde turizm gelirleri ve ekonomik büyüme verilerini incelemiştir. Yöntem olarak Kuantil regresyon analizini kullanmıştır. Analizin sonucunda turizme yapılan yatırımlarının ekonomik büyümeye etkisi konusunda yetersiz kalındığına ulaşılmıştır. Fakat uzun vadeli bir analiz yapıldığı takdirde analizin ekonomik büyümeye katkısı olabileceği varsayımında da bulunmuştur.

Tandoğan ve Genç (2016) çalışmalarında Türkiye için ticari açıklık ve turizm arasındaki ilişkileri belirlemek amacı gütmüşlerdir. 1980-2013 yılları arasındaki verileri kullanarak yapılan çalışma, Toda ve Yamamoto nedensellik yaklaşımı yardımıyla analiz

edilmiştir. Analiz sonucu elde edilen ampirik bulgulara göre, turizm ve ticari açıklık arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin varlığı ortaya çıkarılmıştır. Ampirik bulguların önemi turizm sektörünün ticari açıklığı artırması savıdır. Sonuç olarak ticari açıklıktaki artışların turizm sektörünü pozitif etkileyeceğinden bahsettiği söylenebilir. Ek olarak turizm sektörünün büyümesi de özellikle ihracat artışları kanalı ile ticari açıklığı artırabileceği görüşü öne sürülmüştür.

Paramati ve diğerleri (2017) ise çalışmalarında 26 gelişmiş ve 18 gelişmekte olan ülkeyi göz önüne almışlardır. Yöntem olarak eşbütünleşme ve nedensellik analizleri kullanılmıştır. Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmada analiz sonuçlarına göre; hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerinde önemli bir etken olduğu sonucu ifade edilmiştir.

İşleyen ve diğerleri (2018) çalışmalarında 1996-2017 yılları arasında turizm harcamaları ve hizmet ihracatının ekonomik büyümeye etkisi Türkiye açısından araştırılmıştır. Ekonometrik analiz olarak, En Küçük Kareler (EKK) yöntemi kullanılmış tahmin edilerek analiz yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmada 1996-2017 yılları arasında Türkiye’de turizm harcamaları, hizmet ihracatı ve ekonomik büyüme verileri World Bank Database web adresinden dolar cinsinden ulaşılmış ampirik analiz bu bağlamda yapılmıştır. Ulaşılan sonuçla göre; turizm harcamaları ve hizmet ihracatı ile iktisadi büyüme arasında pozitif ilişkinin varlığı ortaya koyulmuştur. Bahsi geçen sektörlerde ortaya çıkan artışların ekonomik büyümede olumlu bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

Akdağ ve Seçilmiş (2018) yaptıkları çalışma 2000-2016 yılları arasında OECD ülkeleri içerisinde var olan ve turizm gelirleri ile gayrisafi yurtiçi hasıla rakamlarına ulaşılan 30 ülke üzerinden yapılmıştır. Çalışmanın amacı turizm gelirleri ile ekonomik

büyüme arasında ilişkinin var olup olmadığını panel nedensellik modeli ve dinamik panel modeli ile test etmek ve anlamlı sonuçlara ulaşmaktır. Fark GMM dinamik panel tahmin yöntemleri kullanılarak yapılan analiz sonucunda turizm gelirlerindeki değişimin ekonomik büyüme üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu anlaşılmıştır. Panel nedensellik sonuçlarına göre; turizm gelirlerindeki değişimden gayrisafi yurtiçi hasılda ki değişime doğru bir nedensellik ilişkisinin varlığından söz edilmiştir.

Altınır (2019) çalışmasında ise 1969-2018 dönemlerini baz alarak Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki kısa ve uzun dönemlerde ayı ayrı olarak incelenmesi ön görülmüştür. Yöntem olarak ARDL yaklaşımı kullanılmıştır. Sınır testi bulgularına göre; seriler arasında uzun dönemde ilişki varlığından bahsedilmiştir. Uzun dönemde tahmin bulgularına göre, turizmin ekonomik büyüme üzerine olumlu etkiye sahip olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Kısa dönemde analiz sonuçları hata düzeltme katsayısı negatif ve istatistiki olarak anlamlılığı ortaya koyulmuştur. Ek olarak kısa dönem ilişkisinin katsayı tahmin sonuçlarının uzun dönem ilişkisiyle benzerlik gösterdiği sonuçları elde edilmiştir.

III.2. Veri ve Yöntem

Bu çalışmada 2000-2018 dönemi için 36 OECD ülkesinde uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmine etkisi panel veri analizi yardımıyla incelenmiştir. Araştırmada iki farklı model kullanılmıştır. Modellerde kullanılan değişkenler ve elde edildikleri kaynaklar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 5. Değişkenlere İlişkin Bilgiler

<i>Değişkenin Adı</i>	<i>Açılımı</i>	<i>Kaynak</i>
<i>DLTE1</i>	<i>Uluslararası Turizm Harcamaları</i>	<i>Dünya Bankası</i>
<i>DLDTH</i>	<i>Dış Ticaret Hacmi (Dolar bazında 2010 fiyatlarıyla toplam mal ve hizmet ihracatı ile toplam mal ve hizmet ithalatının toplamı)</i>	<i>Dünya Bankası</i>
<i>DLGDP</i>	<i>2010 Fiyatlarıyla GSYİH (Dolar bazında)</i>	<i>Dünya Bankası</i>

Yukarıda ki tabloda görüldüğü üzere serilerin tümü Dünya Bankası'ndan elde edilmiştir. Ayrıca serilerin tümünün logaritması alınmıştır. Serilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ise şu şekildedir:

Tablo 6. Serilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Değişkenler</i>	<i>Gözlem</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>
<i>DLTE1</i>	648	0.0552	0.1292	-0.7254	0.4400
<i>DLDTH</i>	648	0.0428	0.0653	-0.2963	0.3113
<i>DLGDP</i>	648	0.0233	0.0316	-0.1603	0.2244

Bu çalışmada analiz yöntemi olarak bir panel veri analiz türü olan Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemi kullanılmıştır. Bilindiği gibi bu yöntem, otokorelasyon ve değişen varyans durumlarında bile sorunsuz bir şekilde doğru tahminde bulunabilmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2018:101). Sahte regresyon sorunundan kaçınmak için öncelikle serilerin durağanlıkları Pesaran (2007) tarafından tavsiye edilen Pesaran CIPS birim kök testi ile kontrol edilmiştir. $I(0)$ 'da durağan olmayan serilerin birinci farkları alınmış ve seriler durağan hale getirilerek modeller kurulmuştur. Çalışmada kurulan modellerin ekonometrik formları şu şekildedir:

$$DLDTH_{it} = \beta_0 + \beta_1 DLTE1 + \varepsilon_{it}$$

(Model 1)

$$DLDTH_{it} = \beta_0 + \beta_1 DLTE1 + \beta_2 DLGDP + \varepsilon_{it}$$

(Model 2)

Model 1’de dış ticaret hacmini temsil eden DLDTH değişkeni bağımlı ve uluslararası turizm harcamalarını temsil eden DLTE1 değişkeni bağımsız değişkenlerdir. Model 1’de uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmi üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Model 2’de ise Model 1’deki değişkenler bulunmakla birlikte, büyümeyi temsil eden DLGDP serisi, Model 2’ye kontrol değişkeni olarak eklenmiştir. Model 2’de de uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmi üzerindeki etkisi araştırılmakla birlikte büyüme değişkeni kontrol değişkeni olarak modele alınmıştır.

Kurgulanan bu modellerde F testi yardımıyla klasik modelin geçerli olup olmadığı araştırılmıştır. F testine ait olasılık değerin, %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olması durumunda “ H_0 : *Klasik model uygundur*” şeklindeki hipotez reddedilerek; “ H_1 : *Klasik model uygun değildir*” şeklindeki hipotez kabul edilir. Bu durumda klasik model yerine birim/zaman etkili modellerin tercih edilmesi uygundur. Çalışmada yöntem olarak kullanılan Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) Yöntemi de birim/zaman etkili modellerden birisidir. Dolayısıyla da çalışmada bu yöntemin geçerli olabilmesi için F testine ait olasılık değerin %5 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Bunun tersine F testine ait olasılık değerin, %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamsız olması durumunda “ H_0 : *Klasik model uygundur*” şeklindeki hipotez kabul edilerek; “ H_1 : *Klasik model uygun değildir*” şeklindeki hipotez reddedilir. Bu durumda klasik model kullanılmalıdır.

Modellerde sabit etkiler modeli ile rassal etkiler modeli arasında tercihte bulunabilmek için Hausman (1978) tarafından tavsiye edilen Hausman testine başvurulmuştur. Hausman testine ait olasılık değerin, istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı olması durumunda “ H_0 : Sabit etkiler geçerlidir” şeklindeki hipotez kabul edilerek, “ H_1 : Rassal etkiler geçerlidir” hipotezi reddedilir. Yani bu durumda kullanılan model için sabit etkiler modelinin geçerli olduğuna hükmedilir. Hausman testine ait olasılık değerin, istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamsız olması durumunda ise “ H_0 : Sabit etkiler geçerlidir” şeklindeki hipotez reddedilerek; “ H_1 : Rassal etkiler geçerlidir” hipotezi kabul edilir. Bu durumda kullanılan modelde rassal etkiler modelinin geçerli olduğu anlaşılr.

III.3. Analiz Sonuçları

Çalışmada ilk olarak değişkenlerin durağanlıkları, Pesaran CIPS birim kök testi yardımıyla araştırılmıştır. Birim kök testine ilişkin bulgular aşağıdaki tabloda raporlanmıştır.

Tablo 7. Pesaran CIPS Birim Kök Testine İlişkin Bulgular

<i>Değişken</i>	<i>Model</i>	<i>Test İst.</i>	<i>Eşik Değerler</i>		
			<i>%10</i>	<i>%5</i>	<i>%1</i>
<i>DL DTH</i>	<i>Sabit</i>	-1.971	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-2.255	-2.63	-2.71	-2.85
<i>ΔDL DTH</i>	<i>Sabit</i>	-3.469	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-3.736	-2.63	-2.71	-2.85
<i>DL GDP</i>	<i>Sabit</i>	-1.487	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-1.965	-2.63	-2.71	-2.85
<i>ΔDL GDP</i>	<i>Sabit</i>	-3.000	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-3.158	-2.63	-2.71	-2.85
<i>DL TE1</i>	<i>Sabit</i>	-1.724	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-2.139	-2.63	-2.71	-2.85

$\Delta DLTE1$	<i>Sabit</i>	-3.397	-2.11	-2.20	-2.36
	<i>Sabit Trendli</i>	-3.475	-2.63	-2.71	-2.85

Pesaran CIPS birim kök testi sonuçlarından anlaşıldığı üzere değişkenlerin tümü $I(0)$ 'da durağan değil; $I(1)$ 'de durağandır. Dolayısıyla da değişkenlerin birinci farkları alınmış ve tüm değişkenler $I(1)$ 'de durağan hale getirilmiştir. Daha sonra ise durağan hale getirilmiş değişkenler kullanılarak modeller kurulmuştur. Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemiyle tahmin edilen modellere ilişkin tahmin sonuçları aşağıdaki tabloda raporlanmıştır.

Model 1'e ait F testi olasılık değerinin istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla " H_0 : Klasik model uygundur" şeklindeki hipotez reddedilerek; " H_1 : H_0 : Klasik model uygun değildir" şeklindeki hipotez kabul edilir. Bu durumda klasik model yerine birim/zaman etkili modellerin tercih edilmesi uygundur. Yani çalışmada Model 1 için Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemiyle tahmin yürütülebilir. Buna ek olarak Hausman testine ait olasılık değerinin de istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre; " H_0 : Sabit etkiler geçerlidir" şeklindeki hipotez kabul edilerek, " H_1 : Rassal etkiler geçerlidir" hipotezi reddedilir. Yani Model 1'de sabit etkiler geçerlidir.

Dış ticaret hacmini temsil eden DLDTH değişkeninin bağımlı ve uluslararası turizm harcamalarını temsil eden DLTE1 değişkeninin ise bağımsız olduğu Model 1'e ait ampirik bulgularda; DLTE1 değişkeninin, 0.0818 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönlü olarak, DLDTH değişkenini etkilediği anlaşılmaktadır. Bir diğer deyişle uluslararası turizm harcamaları arttıkça, dış ticaret hacmi genişlemektedir.

Tablo 8. Modellere İlişkin GEKK Tahmin Sonuçları (Bağımlı Değişken: DLDTH)

<i>BAĞIMLI DEĞİŞKEN: DLDTH</i>	<i>Model 1</i>	<i>Model 2</i>
<i>DLTE1</i>	<i>0.0818 (0.0000)*</i>	<i>0.0396 (0.0050)*</i>
<i>DLGDP</i>	<i>-</i>	<i>1.5899 (0.0000)*</i>
<i>Gözlem</i>	<i>648</i>	<i>648</i>
<i>Ülke Sayısı</i>	<i>36</i>	<i>36</i>
<i>R²</i>	<i>0.44</i>	<i>0.57</i>
<i>F Testi İst. (Prob.)</i>	<i>36.16 (0.0000)</i>	<i>1.92 (0.0013)</i>
<i>Hausman Testi İst. (Prob.)</i>	<i>14.45 (0.0001)</i>	<i>8.58 (0.0137)</i>
<i>Model</i>	<i>Sabit Etkiler Modeli</i>	<i>Sabit Etkiler Modeli</i>

**Not: Parantez içindeki olasılık değerleri, diğerleri ise katsayı değerleridir.*

Model 2'ye ait F testi olasılık değerinin istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla " H_0 : Klasik model uygundur" şeklindeki hipotez reddedilerek; " H_1 : H_0 : Klasik model uygun değildir" şeklindeki hipotez kabul edilir. Bu durumda klasik model yerine birim/zaman etkili modellerin tercih edilmesi uygundur. Yani Model 1 için Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemiyle tahmin yürütülebilir. Buna ek olarak Hausman testine ait olasılık değerinin de istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre; " H_0 : Sabit etkiler geçerlidir" şeklindeki hipotez kabul edilerek, " H_1 : Rassal etkiler geçerlidir" hipotezi reddedilir. Yani Model 2'de sabit etkiler geçerlidir.

Dış ticaret hacmini temsil eden DLDTH değişkeninin bağımlı; uluslararası turizm harcamalarını temsil eden DLTE1 değişkeni ile büyümeyi temsil eden DLGDP

değişkeninin ise bağımsız olduğu Model 2'ye ait ampirik bulgulara; DLTE1 değişkeninin, 0.0396 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde ve DLGDP değişkeninin 1.5899 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönlü olarak, DLDTH serisini etkiledikleri gözlemlenmektedir. Bir diğer deyişle kontrol değişkeni olarak büyümenin de dahil edildiği Model 2'de de uluslararası turizm harcamaları arttıkça, dış ticaret hacmi genişlemektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada 2000-2018 dönemi için 36 OECD ülkesinde uluslararası turizm harcamalarının, dış ticaret hacmine etkisi panel veri analizi yardımıyla incelenmiştir. Pesaran CIPS birim kök testi ile serilerin durağanlıkları araştırılmış; değişkenlerin tümünün $I(0)$ 'da durağan değil; $I(1)$ 'de durağan olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla da değişkenlerin birinci farkları alınmış ve tüm değişkenler $I(1)$ 'de durağan hale getirilmiştir. Daha sonra ise durağan hale getirilmiş değişkenler kullanılarak modeller kurulmuştur.

Model 1'e ait F testi olasılık değerinin istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla " H_0 : Klasik model uygundur" şeklindeki hipotez reddedilerek; " H_1 : H_0 : Klasik model uygun değildir" şeklindeki hipotez kabul edilir. Bu durumda klasik model yerine birim/zaman etkili modellerin tercih edilmesi uygundur. Yani çalışmada Model 1 için Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemiyle tahmin yürütülebilir. Buna ek olarak Hausman testine ait olasılık değerinin de istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre; " H_0 : Sabit etkiler geçerlidir" şeklindeki hipotez kabul edilerek, " H_1 : Rassal etkiler geçerlidir" hipotezi reddedilir. Yani Model 1'de sabit etkiler geçerlidir.

Dış ticaret hacmini temsil eden DLDTH değişkeninin bağımlı ve uluslararası turizm harcamalarını temsil eden DLTE1 değişkeninin ise bağımsız olduğu Model 1'e ait ampirik bulgularda; DLTE1 değişkeninin, 0.0818 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönlü olarak, DLDTH değişkenini etkilediği anlaşılmaktadır. Bir diğer deyişle uluslararası turizm harcamaları arttıkça, dış ticaret hacmi genişlemektedir.

Model 2'ye ait F testi olasılık değerinin istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla " H_0 : Klasik model uygundur" şeklindeki

hipotez reddedilerek; “ $H_1: H_0$: *Klasik model uygun değildir*” şeklindeki hipotez kabul edilir. Bu durumda klasik model yerine birim/zaman etkili modellerin tercih edilmesi uygundur. Yani Model 2 için Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (GEKK) yöntemiyle tahmin yürütülebilir. Buna ek olarak Hausman testine ait olasılık değerinin de istatistiksel olarak %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre; “ H_0 : *Sabit etkiler geçerlidir*” şeklindeki hipotez kabul edilerek, “ H_1 : *Rassal etkiler geçerlidir*” hipotezi reddedilir. Yani Model 2’de sabit etkiler geçerlidir.

Dış ticaret hacmini temsil eden DLDTH değişkeninin bağımlı; uluslararası turizm harcamalarını temsil eden DLTE1 değişkeni ile büyümeyi temsil eden DLGDP değişkeninin ise bağımsız olduğu Model 2’ye ait ampirik bulgularda; DLTE1 değişkeninin, 0.0396 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde ve DLGDP değişkeninin 1.5899 katsayısıyla istatistiksel olarak %1 anlamlılık seviyesinde pozitif yönlü olarak, DLDTH serisini etkiledikleri gözlemlenmektedir. Bir diğer deyişle kontrol değişkeni olarak büyümenin de dahil edildiği Model 2’de de uluslararası turizm harcamaları arttıkça, dış ticaret hacmi genişlemektedir.

Yapılan çalışmada görüldüğü üzere turizm harcamalarının dış ticaret hacmine pozitif etkisi açıkça görülmektedir. Turizmden elde edilen gelirler özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından ihtiyaç duyulan yüksek büyüme oranlarının ve cari açığın finansman kalemlerinden biri olarak görülebilir. Turizm sektörünün gelir gider dengesinde, gider kaleminin yükünü oldukça hafifletmektedir. Turizm sektörüne yönelik teşvik politikalarının uygulanmasının turizm yatırımlarının artmasını sağlayarak ülkelerin turizmde daha bilinçli adımlar atmasını sağlayacaktır. Devletler bu bağlamda turizm

sektörünü geliştirecek politikalar geliştirmeli ve turist harcamalarını artıracak teşvik kanunları uygulamalıdır.

KAYNAKLAR

- Akan, Y. ve Işık, C. (2009). Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi (1970 – 2007). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20, (2), 197-203.
- Akat, Ö. (1997). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akdağ, S. ve Seçilmiş, C. (2018). OECD Ülkelerinde Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişki: Dinamik Panel ve Panel Nedensellik Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7, (4), 2960-2977.
- Akkoyunlu, A. (1996) Yeni Dış Ticaret Teorileri. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 7, (11), 71-95.
- Alpagu, H. ve Koç, E. (2016). Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçen Yöntemler. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 11, (1), 157-163.
- Altın, A. (20019). Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969- 2018). *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 3, (2), 114-133.
- Antell, G. ve Harris, W. (2005). *Economics Institutions and Analysis*, (4. Baskı). ABD: Amsco School Yayınları.
- Ardahaey, F. T. (2011). Economic Impacts of Tourism Industry. *International Journal of Business and Management*, 6, (8), 206.
- Arnold, D. (1995). *Coğrafi Keşifler Tarihi*, (O.Bahadır Çev.). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Aslan, A. (2013). Tourism Development and Economic Growth in The Mediterranean Countries: Evidence From Panel Granger Causality Tests. *Current Issues in Tourism*, 17, 363-372.
- Atabay, İ. (2005). *İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi: Zeytinyağı Sektöründeki Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Ataykarnış, A. ve Aygün, Ş. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün Enflasyon Üzerine Etkisini Açıklamaya Yönelik Bir Model Önerisi. *Uluslararası İş, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 1, (1), 37-57.

- Atik, H. (2006). Tercihlerde Benzerlik Teorisi: Türkiye ve Bazı Komşu Ülkelerin Dış Ticareti Üzerine Bir Analiz. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi*, 61, (2), 33-43.
- Avcı, İ. (2015). *İhracatta Uygulanan Teşviklerin Uluslararası Pazarlamaya Etkisi ve Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Avcı, N. (2018). Turizmin Yöre Halkının Yaşam Kalitesine Etkileri: Çeşme İlçesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29, (2), 164-174.
- Ay, A. (2014). *Yerel Halkın Turizmin Etkileri ile İlgili Algı ve Beklentileri: Edirne İli Üzerine Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Bahar, O. ve Baldemir, E. (2008). Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, (4), 97-111.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2006). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2013). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Bağcı, E. (2013). *Türkiye’de Üretimin ve İhracatın İthalata Bağımlılığı Üzerine Sektörel Bir Analiz: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Balaguer, J. ve Jorda, M. (2002). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Balcı, M. ve Göcen, E. (2016). *Uluslararası Ticaret ve Üretimin Tarihsel Gelişimi ve Bu Bağlamda Türkiye'nin Politik Ekonomi Analizi*, Ankara: Savaş Yayınevi.
- Barutçugil, İ. S. (1984). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Uludağ Basımevi.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Baykul, A. ve Maden, S. I. (2017). Bölgesel Kalkınma ve Turizm İlişkisi: TR61 Bölgesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1, (2), 65-73.

Bayrakdar, S. (2007). *1980 Sonrası Uygulanan İktisat Politikalarının Türk Dış Ticareti Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.

Bayraktutan, Y. (2003). Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4, (2), 175-186.

Beyaz, Z. ve Karabacak, G. (2018). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi. *European Journal of Managerial Research Dergisi*, 2, (2), 56-75.

Bilgiçli, İ., ve Altınkaynak, F. (2016). Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi İçerisindeki Yeri ve Önemi; Ekonomi Paradigmasıyla Yaklaşım. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12, 560-580.

Bocutoğlu E. (2012). İktisat Teorisinde Emegın Öyküsü: Değerin Kaynağı Olan Emekten Marjinal Faydanın Türevi Olan Emeye Yolculuk. *Hak-İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1, (1), 127-150.

Bozkurt, E. ve Topçuoğlu, Ö. (2013). Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi. *Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 7, 92-105.

Brida, J. G. ve Risso, W. A. (2010). Tourism as a Determinant of Long Run Economic Growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2, 14-28.

Bulu, M., ve Eraslan, H. (2007). *Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar*. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu, İstanbul: URAK Yayınları.

Bulut, E. (2000). Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosundaki Etkisi. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2, 71-86.

Çalışkan, U. (2003). *Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri ve Kuşadası İlçesi Uygulaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2, (2), 11-16.

Çevik, Hatice. (2013). *Döviz Kuru, İhracat ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (6), 1-18.

Dinler, Z. (2012). *Mikro Ekonomi*, (23.Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Doru, Ö. (2013). *Dış Ticaret ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Du, D., Lew, A. A., ve Ng, P. T. (2016). Tourism and Economic Growth. *Journal of Travel Research*, 55, (4), 454-464.

Dura, C. (2009). Yeni Dış Ticaret Teorileri: Genel Bir Bakış (I). 2009, www.cihandura.com, (Erişim Tarihi: 28.10.2020).

Dursunoğlu, A. (2008). *Türkiye ve ABD Ticaretinin Faktör Donatımı Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi*. Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Dülgeroğlu, E. (1997). *Kalkınma Ekonomisi*. Bursa:Uludağ Üniversitesi Yayınları, No. 14, Üçüncü Baskı.

Eilat, Y. Ve Einav, L. (2004). Determinants of International Tourism: a Three-Dimensional Panel Data Analysis. *Applied Economics*, 36, 1315–1327.

Erdoğan, H. (1996). *Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*. Bursa: Uludağ Üniversiteler Yayını.

Ersoy, H. (2017). *Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Ertek, T. (2005). *Makroekonomiye Giriş*. İstanbul: Beta Yayınları.

Ertürk, E. (2001). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.

Fayissa, B., Nsiah C. ve Bedassa T. (2009). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries (LAC): Further Empirical Evidenc. *Department of Economics and Finance Working Paper Series*, March 2009.

Frechtling, D. C. (2006). An Assessment of Visitor Expenditure Methods and Models. *Journal*

of Travel Research, 45, (1), 26-35.

Ghali, M. (1976). Tourism and Economic Growth: An Empirical Study. *Economic Development and Cultural Change*, 24, 527-538.

Ghoreyshi, S. N. (2014). *Türkiye-Rusya Federasyonu Ticaretinde Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisinin Geçerliliği*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Giritlioğlu, İ. ve Bulut, E. (2015). Yerel Halkın Bakış Açısına Göre Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5, (1), 25-31.

Göymen, K. (2000). Tourism and Governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 27, 1025-1048.

Güneş, H. H. ve Aydemir, C. (2005). Anayasal İktisat Teorisini Doğuran Arayışlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, (12), 74-86.

Gündüz, L. ve Hatemi J,A. (2005). Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey?. *Applied Economics Letters*, 12, 499-504.

Hacıoğlu, A. (2009). *Türkiye’de Dış Ticaret Mevzuatı ve Ekonomi Politikalarının Arasındaki Uyum Sorunlarına İlişkin Bir Analiz*. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.

Hausman, J. (1978). Specification Test in Econometrics. *Econometrica*, 46, (6), 1251-1271.

Hepaktan, C., Çınar E., S. (2013). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2.

Hunt E. K. (2005). *İktisadi Düşünce Tarih*. Ankara: Dost Kitapevi.

Husein, J. ve Kara, S. M. (2011). Re-examining the Tourism-Led Growth Hypothesis for Turkey. *Tourism Economics*, 17, 917-924.

İçöz, O. (1991). Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri. *Anatolia Dergisi*, Ocak- Şubat, 19-21.

İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro ve Makro Etkileri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

İpek, H. (2015). *Uluslararası Ticaret, Türkiye-Türkmenistan İlişkileri ve Taşımacılık Uygulamaları*. Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.

İşleyen, Ş., Altun, Y. ve Görür, Ç. (2018). Hizmet İhracatı ve Turizm Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Analiz: 1996-2017 Türkiye Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, (6), 953-960.

Jimenez, I. Pulina, M. Prunera, C. R. ve Artis, M. (2009). Tourism and Export as a Means of Growth. Irea Working Papers 2009-10, *University of Barcelona, Research Institute of Applied Economics*, 1-28.

Kanca, O. C. (2015). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği (1980-2013). *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8, 1-14.

Kar, M. Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4, (8), 87-112.

Kara, O. Çömlekçi, İ. ve Kaya, V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler İle İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8, 75-100.

Kara, M. (2012). *E-Dış Ticarete Karşılaşılan Sorunlar Üzerine Bir Araştırma: Gıda Sektörü Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Fatih Üniversitesi, İstanbul.

Karagül, M. ve İlter, B. (2010). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi Teori ve Uygulama*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Karluk, R. (2009). *Uluslararası Ekonomi: Teori Politika*. (9. Baskı). İstanbul: Beta.
- Katırcıoğlu, S. T. (2009). Tourism, Trade and Growth: The Case of Cyprus. *Applied Economics*, 41, 2741-2750.
- Khan, H., Toh, R. S., ve Chua, L. (2005). Tourism and Trade: Cointegration and Granger Causality Tests, *Journal of Travel Research*, 44, (2), 171-176.
- Kılıçlar, A. (2004). *Türkiye'nin Turizm Gelirlerindeki Sızıntılar ve Bu Sızıntıların Hesaplanmasına Yönelik Bir Yaklaşım*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kızılkaya, O., Sofuoğlu, E. ve Karaçor, Z. (2016). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 23, (1), 203-215.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13, (2), 351-360.
- Koç, E. (2015). *Türkiye Turizm Sektörünün İkincil Ekonomik Etkilerinin Çarpan Ve Girdi-Çıktı Analizi Yöntemi İle İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Korkmaz, S. (1988). Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 46, 391-417.
- Kulendran, N. ve Kenneth W. (2000). Is There a Relationship between International Trade and International Travel. *Applied Economics*, 32, 1001-1009.
- Kulendran, N. ve Wilson, K. (2000). Is There A Relationship between International Trade and International Travel? *Applied Economics* 32, (8), 1001–1009.
- Kundak, S. (2015). *Türkiye’de İmalat Sanayinin İthalata Bağımlılığının Analizi*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Krugman, P. ve Brander, J., A. (1983). A 'Reciprocal Dumping' Model of International Trade. *Nber Working Paper Series*, 1194.

- Kurt, G. (2011). 2001 *Ekonomik Kriz Sonrasında Türk Dış Ticaretinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Üniversitesi, Bilecik.
- Kuşluvan, S. ve Kuşluvan, Z. (1998). Turizmde Mevsimsellik: Nedenleri, Sonuçları ve Yönetimi. *Pazarlama Dünyası*, 12, (69), 18-29.
- Leea, C. C. ve Chang C. P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels. *Tourism Management*, 29, 180–192.
- Lundberg, E., Dahlström, C. ve Pronin, K. (1995). Conflict-Resolvers or Tools of Electoral Struggle? Swedish Commissions of Inquiry 1990-2016.
- Malik N, Marwan N, Kurths, J. (2010). Spatial Structures and Directionalities in Monsoonal Precipitation Over South Asia. *Nonlinear Process Geophys*, 17, 371–381.
- Martin, J.L., Morales, N.M. ve Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach. <https://econpapers.repec.org/paper/femfemwpa/2004.26.htm> Erişim Tarihi: 24 Haziran 2020.
- Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. London: Butterworth Heinmann Press.
- Mbaiwa, J. E. (2003). The Socio-Economic and Environmental Impacts of Tourism Development on The Okavango Delta, North-Western Botswana. *Journal of Arid Environments*, 54, (2), 447-467.
- Mete, M. (2013). *Dış Ticaretin Belirleyicileri ve Türkiye Uygulaması*. Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Muzhdabayeva, F (2006). *Dünyada ve Türkiye’de Serbest Bölge Uygulamaları: Ege Bölgesi’nin İzmir Ekonomisine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Olalı, H. (1990). Turizm Politikası ve Planlaması. *İstanbul: İşletme Fakültesi* 228.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret.

- Önal, Y., Düzakın, E., ve Çiftçi, H. (2006). *Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri: Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi*. Ankara: Kare Yayıncılık.
- Özalp, İ. (2011). *Uluslararası İşletmecilik*, (6.Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Öztürk, N. (2009). *Dış Ticaret Kuram Politika Uygulama*. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Öztürk, M. ve Bayat, M. (2011). Uluslararası Turizm Hareketlerinde Sağlık Turizminin Rolü ve Kalite Çalışmalarının Önemi Bir Literatür Çalışması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, (2), 135-156.
- Paramati, S. R., Alam, M. S., ve Chen, C. F. (2017). The Effects of Tourism on Economic Growth and CO2 Emissions: A Comparison between Developed and Developing Economies. *Journal of Travel Research*, 56, (6), 712-724.
- Parasız, İ. (1998). *Makro Ekonomik: Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Parrilla, J. C. Font, A. R. ve Nadal, J. R. (2007). Tourism and Long-Term Growth: A Spanish Perspective. *Annals of Tourism Research*, 34, 709-726.
- Perçin S., Karakaya, A. ve Ağazade S. (2015). *Türk İmalat Sanayinde İhracat ve İnovasyon Arasındaki İlişki*. Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı, Kazan-Rusya.
- Peseran, M. Hashem (2007). A Simple Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal ve Applied Econometrics*, 22, pp. 265-312.
- Polat, E., Turkan, S., ve Günay, S. (2010). Relationship between Tourism and Trade in Turkey, *International Conference on Applied Economics (IOAE)*, Athens, 26-28 August 591-596.
- Pulina, J. ve Jimenez, I. (2006). Tourism and Growth: Evidence for Spain and Italy. *46th Congress of the European Regional Science Association: Enlargement, Southern Europe and the Mediterranean*, 30 Ağustos- 3 Eylül, Volos, Yunanistan.
- Proenca, S. ve Soukiazis, E. (2008). Tourism As An Economic Growth Factor: A Case Study for Southern European Countries. *Tourism Economics*, 14, 791-806.

- Reitix, Uluslararası Para Sistemi, <https://www.reitix.com/Makaleler/Uluslararası-Para-%20Sistemi/ID=124> (Erişim Tarihi:24.10.2020).
- Saçık, S. (2009). Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teorik Açıdan Bir İnceleme. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11, (16), 163- 171.
- Samırkaş, M. ve Samırkaş, M. C. (2014). Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 15, (1), 63-76.
- Serin, S. (2001). *Dış Ticaret ve Dış Ticaret Politikası*. Türkiye Ekonomisi Sektörel Analizi (Ed. A. Şahinöz). Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Şen, A. ve Şit, M. (2015). Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Rolü ve Önemi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5, (8), 30-45.
- Seval, B. (1985). *Uluslararası Ticaret ve Kambiyo*. İstanbul: İnterbank Uluslararası Eğitim Müdürlüğü Yayınları, 14-15.
- Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*. İstanbul, 16.Baskı.
- Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sequeira, T. N. ve Campos, C. (2005). International Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach. *Natural Resources Management*, 1-14.
- Shan, J. Ve Wilson, K. (2001). Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China, *Applied Economics Letters*. 8, (4), 279-283.
- Sharpley, R. (2002). The Challenges of Economic Diversification Through Tourism: The Case of Abu Dhabi. *International Journal of Tourism Research* 4, (3), 221-235.
- Sheldon, P. J. (1993). Forecasting Tourism: Expenditures Versus Arrivals. *Journal of Travel Research*, 32, (1), 13-20.
- Surugiu, C., ve Surugiu, M. R. (2011). Causality between Tourism Exports and Trade Openness: Empirical Analysis for Romanian Tourism, *Revista Tinerilor Economisti (The Young Economists Journal)*, 1, (17), 100- 109.

Şentürk, C. (2007). *Dış Ticaret - Büyüme İlişkisi Üzerine Bir İnceleme: Türkiye ve Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Tandoğan, D. ve Genç, M. C. (2016). Türkiye’de Turizm ve Ticari Açıklık Arasındaki İlişki: Toda ve Yamamoto Nedensellik Yaklaşımı. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12, 59-70.

Tombak, F. (2010). *Türkiye’nin Dış Ticaretinin Çekim Teorisi Çerçevesinde Analizi: Teori ve Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.

Türkcan, B. (2015). 2000’li Yıllarda Türkiye İçin Turizm Yanlı Büyüme Hipotezinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 30.

TÜROFED (Türkiye Otelciler Federasyonu). <https://www.turofed.org.tr/files/pdf/BULTEN/turofed-turizm-bulteni-temmuz2019.pdf>
Erişim Tarihi: 15 Ekim 2020.

Ulutürk, G., Z. (1998). Turizmin Ekonomik Etkisinin Ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9, 31-38.

Unur, K. (2004). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, (4), 114-142.

Unur, K. ve İçöz, O. (2004). Turizm Uydu Hesapları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, (1), 304-325.

UNWTO (Dünya Turizm Örgütü). *Turizm 2020 Vizyonu*. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284404667> Erişim Tarihi: 10.10.2020.

Uşaklı, A. ve Ünlüönen, K. (2015). *Turizm Gelirlerinin Hesaplanmasına Yönelik Yaklaşımlar*. Ankara: Detay Yayıncılık

Utkulu, U. (2005). *Türkiye’nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Uysal, D., Erdoğan, S. ve Mucuk, M. (2004). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003). *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4, (8), 162-170.

Ülger, S. (1992). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayını.

Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A.. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Ünsal, M., E. (2005). *Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Açık Ekonomi Makro İktisadı*. Ankara: İmaj Yayıncılık.

Yanardağ, M. Ö. ve Avcı, M. (2012). Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3, (2), 39-62.

Yerdelen, Tatoğlu, F. (2018). *Panel Veri Ekonometrisi*, İstanbul: Beta Yayınları.

Yıldırım, B. I. Yıldırım, F. ve Gülmez, M. (2017). Türkiye’de Enflasyon ve Turizm Gelirleri İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Özel Sayı 1*, 69-81.

Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3, (5), 54-71.

Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, 42-44.

Yılmaz, E. ve Ön., Esen, F. (2015). Turizmin Gelişmesine Etki Eden Sorunlar ve Destinasyon

Sadakati İlişkisi: *Yerli Turistler Üzerine Ayvalık’ta Bir Araştırma*. Çanakkale: 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı 12-15 Kasım 2015.

Yüksel, E. ve Saridoğan, E. (2011). Uluslararası Ticaret Teorileri ve Paul R. Krugman’ın Katkıları. *Öneri Dergisi*, 9, (35), 199-206.

Wong, K. N., ve Tang, T. C. (2010). Tourism and Openness to Trade in Singapore: Evidence Using Aggregate and Country-Level Data, *Tourism Economics*, 16, (4), 965-980.