

61364

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

İKTİSAT PROGRAMI

TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE
TÜRKİYE'YE OLAN TURİZM TALEBİNİN TAHMİNİ

61364

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mustafa SARKIM

KASIM - 1997

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE
TÜRKİYE'YE OLAN TURİZM TALEBİNİN TAHMİNİ

Mustafa SARKIM

Karadeniz Teknik Üniversitesi - Sosyal Bilimler Enstitüsü'nce
Bilim Uzmanı (İktisat)

Unvanı Verilmesi İçin Kabul Edilen Tez'dir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 12.11.1997

Tezin Sözlü Savunma Tarihi : 08.12.1997

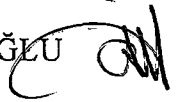
Tezin Danışmanı : Prof. Dr. Hasan ÖZYURT



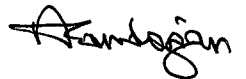
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Ersan BOCUTOĞLU



Jüri Üyesi : Y.Doç.Dr.Ahmet HACİBRAHİMOĞLU



Enstitü Müdürü : Prof. Dr. Alaettin TANDOĞAN



Kasım - 1997

TRABZON

0. SUNUŞ

00. Önsöz

Turizm, özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra gösterdiği hızlı ilerlemeyle ülke ekonomileri üzerinde yaptığı olumlu etkiler nedeniyle, gelişmiş ve gelişen çok sayıda ülke tarafından öncelikli sektör kabul edilmektedir. Özellikle gelişen ülkeler, ekonomik kalkınmalarını sağlayacak sanayi sektörüne kaynak sağlamada turizm sektörünü bir ara sektör gibi görmektedirler.

Bugün ulaştığı aşama itibariyle Türkiye, turizm sektörünü kalkınmanın vazgeçilmez bir unsuru gibi görmek ve buna uyumlu bir ekonomik model geliştirmek durumundadır. Turizmde, mal ve hizmetlerin yabancı ülkelere gönderilmesi zorunluluğu bulunmamakta ve böylece, ihracı mümkün olmayan mal ve hizmetler döviz kaynağı haline gelebilmektedir.

Bu çalışma ile, 1970-1994 döneminde Türkiye'ye turist gönderen 11 ülkenin Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen faktörler incelenmiş ve talebi en fazla hangisinin etkilediği belirlenmiştir.

Çalışma konusunun belirlenmesinde, yardımcı olan, çalışma süresince maddi ve manevi her türlü destek ve ilgiyi sağlayan, yol gösterici kişiliği ile çalışmanın bir bütün olarak oluşumunda hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan Sayın Prof. Dr. Hasan ÖZYURT'a, çalışmamı daha iyi imkanlar içerisinde yapmamı sağlayan başta Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü Sayın Prof. Dr. Alaettin TANDOĞAN ve Enstitü Yönetim Kurulu'nun diğer üyelerine, çalışmalarımı manevi yönden destekleyip, gerekli esnekliği hiç tereddütsüz sağlayan Sayın Prof. Dr. Ersan BOCUTOĞLU ve modelin çözümü aşamasında yaptığı yardımlardan dolayı Sayın Y. Doç. Dr. Harun TERZİ'ye şükranlarımı sunmayı bir borç bilirim.

Trabzon, Kasım, 1997

Mustafa SARKIM

01. İçindekiler

Sayfa Nr.

0. SUNUŞ	III
00. Önsöz.....	III
01. İçindekiler.....	IV
02. Özet	VIII
03. Summary	IX
04. Tablolar Listesi	X
05. Grafikler Listesi	XI
06. Kısaltmalar Listesi	XII
GİRİŞ	1-7

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL OLARAK TURİZM VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ	8-48
10. Turizmin Tanımı.....	8
11. Turizmin Sınıflandırılması.....	9
12. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	11
13. Turizmin Ekonomideki Yeri ve Önemi.....	12
130. Ekonomik Kalkınma ve Büyümede Turizm.....	14
131. Gelişmekte Olan Ülkeler ve Turizm	15

14. Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	18
140. Türkiye'nin Turizm Potansiyeli.....	20
141. Türkiye'nin Turizm Politikası	22
142. Türkiye'nin Turizm Yatırımları.....	24
143. Türkiye'nin Turizm Gelirleri.....	27
1430. Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	28
1431. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı	30
144. Türkiye'nin Dünya Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi.....	32
15. Turizmin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri	37
150. Ödemeler Bilançosuna Etkileri.....	37
151. Milli Gelire Etkisi	40
152. İstihdama Etkisi.....	42
153. Yabancı Sermaye Girişi Üzerine Etkileri	44
154. Enflasyona Etkileri	47

İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZM TALEBİNİ EKTİLEYEN FAKTÖRLERİN İKTİSADİ ANALİZİ 49-63	
20. Turizm Talebi ve Önemi	49
21. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	50
210. Ekonomik Faktörler	51
2100. Nüfus	51
2101. Gelir Düzeyi	52
2102. Ulaşım.....	53
2103. Turistik Ürünün Fiyatı	53
2104. Konaklama Arz Kapasitesi	55

220. Sosyal Faktörler	55
2200. Nüfusun Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı	56
2201. Devamlı Yerleşme Yerinin Özelliği	57
2202. Aile Durumu	58
2203. Sosyal Durum	58
2204. Eğitim ve Kültür Durumu	59
2205. Boş Zaman	60
230. Siyasi Faktörler	60
240. Psikolojik Faktörler	62
250. Rasyonel Olmayan Faktörler	62
260. Diğer Kalıcı ve Geçici Faktörler	63

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'YE OLAN TURİZM TALEBİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ.64-89	
30. Literatür	64
31. Ekonometrik Yöntem ve Veri Seti.....	68
310. Ekonometrik Yöntem (Model).....	68
3100. Modeldeki Değişkenlerin Açıklanması (Modelin Tanıtımı)	71
3101. Türkiye İçin Oluşturulan Turizm Talep Denklemi	76
3102. Veri Seti	77
32. Modelin Çözümü	78
33. Sonuçların Yorumlanması	80

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....90-99

YARARLANILAN KAYNAKLAR..... 100-109

EKLER

ÖZGEÇMİŞ



02. Özet

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, çoğu zaman diğer bir çok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanıldı. Turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin yaratılmasında, ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak tanınır.

Özellikle 1980'li yıllarda Türkiye, dünyadaki bütün turistler için popüler bir turist çekim merkezi haline geldi. Turizm Türkiye için önemli bir döviz kaynağı oldu. Özellikle 1980'li yıllarda, Türkiye'nin uluslararası turizmden elde ettiği gelirler, diğer geleneksel turizm ihracatçısı ülkelerin gelirlerinden daha hızlı arttı. 1980'lerden sonra Türkiye ekonomisinde turizm, gelir yaratılmasında, yeni istihdam olanaklarının yaratılmasında ve ödemeler dengesi problemlerinin giderilmesinde önemli bir rol oynadı. Turizm, artık Türkiye'nin ekonomik kalkınma stratejisinde anahtar sektör olarak kabul edilebilir..

Turizm talebi ve turistik yerlerin seçimi, gelir, enflasyon oranları, döviz kurları ve önemli politik değişimler gibi beklenmedik olayları kapsayan çok sayıdaki faktörde meydana gelen dalgalanmalardan etkilenebilir. Etkili turizm politikalarının formülasyonu için turizm talep esnekliklerinin güvenilir tahminleri gerekir.

Bu çalışmada 1970-1994 yılları arasında 11 ülkeden Türkiye'ye olan turizm talebi tahmin edildi. Sonuçlara göre; Türkiye'ye olan turizm talebini kişi başına düşen gelir, döviz kurları, tüketici fiyatları endeksi, yatak sayısı ve beklenmedik olaylar (savaş, politik değişiklikler) etkilemektedir.

03. Summary

During the second half of the twentieth century, tourism has become one of the largest and most rapidly growing sectors in the world. Tourism, like many other industries, is often used as a national or regional development tool. Tourism industry is widely recognized for the important role which can play in generating income, employment and tax revenues, in alleviating balance of payments constrains and in contributing to regional and national economic development.

Especially during the 1980's Turkey, has become a populer tourist attraction for tourists from all over the world. Tourism has become a major source of foreign exchange for Turkey. Especially during the 1980's, Turkey's receipts from international tourism exporting countries. After 1980's tourism played an important role in generating income, new employment opportunities and in alleviating balance of payments constrains in Turkish economy. Tourism is recognized as a key sector in the economic development strategy of Turkey.

Having a knowledge about the tourism demand of countries is very important for the policy makers to determine the tourism investment.

The demand for tourism and the choice of tourist destinations may be susceptible to large fluctiations for a number of reasons, including variations in income, inflation and exchange rates, and unexpected events such as major political changes. Reliable estimates of elasticities of tourism demand are necessary for the formulation of efficient tourism policies.

In this study, tourism demand were estimated from 11 countries to Turkey during 1970-1994's. As a result, per capita income, exchange rates, consumer price index, number of bed and unexpected events (war, political changes) have effected tourism demand to Turkey.

04. Tablolar Listesi

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablo Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Türkiye'nin Toplam Yatırımları İle Turizm Yatırımlarının Gelişimi (Cari Fiyatlarla, Milyon TL).....	25
2	Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve Bu Gelirlerin GSMH İçindeki Payı.....	29
3	Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve İhracat Gelirleri İçindeki Payı.....	31
4	Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Payı (1970-1992) Turist Sayısı (Milyon Kişi)	33
5	Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizm Gelirlerinden Aldığı Pay	35
6	Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Dengesine Oranı (Milyon Dolar)	39
7	Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları (Milyon Dolar) ve Turizmin Payı (%).....	47
8	Ülkeler İçin Yapılan Tahminlerin Sonuçlarına Göre Değişkenlerin Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri	79

05. Grafikler Listesi

<u>Grafik Nr.</u>	<u>Grafik Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Toplam Yatırımlar ve Turizm Yatırımlarının Yıllar İtibariyle Seyri...26	
2	Yıllar İtibariyle GSMH ve Turizm Gelirlerinin Seyri.....30	
3	Yıllar İtibariyle İhracat Gelirleri İle Turizm Gelirlerinin Seyri32	
4	Türk Turizminin Turist Sayıları Bakımından Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri34	
5	Türk Turizminin Turizm Gelirleri Bakımından Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri36	

06. Kısaltmalar Listesi

ABD (USA)	= Amerika Birleşik Devletleri
AIEST	= Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği
AR (1)	= Otoregresyon Modeli
ATI	= Uluslararası Turizm ve Havacılık Derneği
BYKP	= Beş Yıllık Kalkınma Planı
DK	= Döviz Kurları
DPT	= Devlet Planlama Teşkilatı
DV	= Kukla Değişken
EKK (OLS)	= Olağan En Küçük Kareler Yöntemi
ETC	= Avrupa Turizm Komisyonu
GSMH	= Gayri Safi Milli Hasıla
GTS	= Gelen Turist Sayısı
İTO	= İstanbul Ticaret Odası
KBG	= Kişi Başına Düşen Gelir
M.Ö.	= Milattan Önce
OECD	= İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
TFE	= Tüketici Fiyatları Endeksi
UZ	= Uzaklık
vb	= ve benzerleri
WTO	= Dünya Turizm Örgütü
YS	= Yatak Sayısı
yy	= yüzyıl

GİRİŞ

Turizm, kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan faaliyetlerin ve ilişkilerin tümüdür.

Her yıl milyonlarca insanı kapsayan, geçici süreyle yerleşim yerleri dışında seyahat ve konaklama yapmalarına yol açan turizm faaliyetlerini ortaya çıkaran birçok faktör vardır. Bunlar, dinlenme, eğlenme, sağlık sorunları, dini sebepler, spor, macera, kültür, eğitim, doğa sevgisi, iklim, sosyal sebepler (akraba ve arkadaş ziyaretleri) gibi faktörlerdir.

Dünyada turizmin gelişmesi demografik, ekonomik, sosyal, teknolojik ve siyasal faktörlerin etkisiyle hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Nitekim, dünya nüfusunda meydana gelen artışlar turist sayısının da artmasına neden olmuştur. Kişi başına düşen gelirin artması, ülkelerce geliştirilen sosyal politika önlemleriyle, çalışma sürelerinin ve iş koşullarının iyileştirilmesi, ücretli tatil sürelerinin arttırılması turizmin gelişmesinde etkili olmuştur. Teknolojik gelişmeyle birlikte, ulaşımın daha rahat ve daha kolay hale gelmesi, kitle iletişim araçlarındaki ilerlemeyle insanların farklı yerlerden haberdar olmaları ve bu yerleri gezip görme isteği, seyahat edenlerin etmeyenler üzerine yapmış olduğu teşvik edici etki çok sayıda insanın turizme katılmasını sağlamaktadır. Ayrıca çok yönlü olarak gelişen uluslararası ilişkiler, ülkelerin entegrasyonlar oluşturarak sınırları ortadan kaldırmalarıyla seyahatlerin kolaylaştırılması, bazı ülkelerde meydana gelen yapısal değişikliklerle yurt dışına çıkışlara izin verilmesi, barış ortamının sağlanarak, güvenliğin artması turizmin gelişmesinde en önemli etkenlerdir.

Dünya turizm hareketleri özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme göstermiştir. Teknolojinin hızla gelişmesi, ülkelerin ekonomik kalkınmalarını bir an önce gerçekleştirme istekleri sonucunda sanayiye önem vermeleri ve hızlı şehirleşmeyle ortaya çıkan gürültü, hava kirliliği gibi sorunlar,

insanlarda daha fazla tatil, dinlenme ve eğlenme ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Ekonomik ve sosyal alanda geniş etkiler yaratan turizm, günümüz toplumları için temel bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Günümüzde çok yönlü bir görünüm arz eden turizm, özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülke ekonomilerinin karşılaştığı ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında adeta bir çıkış noktası haline gelmiştir. Sözü edilen dönemde turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen bir sektör durumuna gelmiştir. Birçok ülke turizmin hakim sektör olduğunu, sanayi sektörüne önemli bir kaynak oluşturduğunu ve gelir yarattığını farketmiştir.

Bir kitle hareketi niteliği kazanmış olan turizm, hizmetler sektörü içinde yer almaktadır. Sektör, dünya ölçeğinde gösterdiği hızlı gelişmeyle birçok ülke için vazgeçilmez hale gelmiştir. 1950 yılında 2 milyar Dolar dolaylarındaki uluslararası turizm gelirleri 1995 yılında 381.7 milyar Dolara, aynı dönemde 25 milyon kişi olan turist varışları 567 milyon kişiye ulaşmıştır.

Sektör, yeme-içme ve seyahat işletmelerinde 45 milyon kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır. 2000 yılında dünya turist varışlarının 630 milyon kişiye ulaşacağı ve 530 milyar Dolara yakın bir turizm harcamasının yaratılacağı tahmin edilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde (endüstriyel gelişme stratejilerinin tartışıldığı bir dönemde) turizm, öncelikli olan ve ekonomik büyümenin aracı olarak görülen bir sektör konumuna gelmiştir.

Turizm sektörü; sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırmada, hizmet sektörünün yan kollarında üretimi ve ülke genelinde istihdamı arttırmada, yabancı sermaye girişi ve döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi açığını kapatmada önemli bir unsurdur. Bunun bilincindeki birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke bu sektöre önem vermektedir. Gelişmekte olan ülkeler, endüstriyel gelişme stratejilerinde kaynak tahsisi sürecinde bu sektörü, bir ara sektör gibi kullanmaktadırlar. Geleneksel tarım ürünlerinin ihracatından elde edilen döviz

girdisinin yetersizliği ve istikrarsızlığı nedeniyle gelişmekte olan ÷lkelerin turizm beklentileri artmaktadır.

Turizm sayesinde ÷lkeler arasında her yıl büyük miktarlarda gelir transferleri yapılmaktadır. Turizm faaliyeti nedeniyle, genellikle yaşanılan yerlerde kazanılan gelir başka yerlerde harcanmaktadır. Turizm gelirleri, turist çeken ÷lke açısından dışarıya mal ve hizmet ihracatında kazanılan gelirlere benzer. Fakat, nakliye, sigorta ve benzeri ek giderleri kapsamadığından perakende fiyatlarla yapılan bir ihracat gibidir. Bugün dñnyada birçok ÷lke önemli miktarlarda turizm geliri elde etmektedir. 1995 yılında, Fransa'yı 60.58 milyon turist ziyaret ederek, 27.322 milyar Dolar bırakırken; İspanya'yı, 45.12 milyon turist ziyaret etmiş ve 27.07 milyar Dolar bırakmıştır. Bu rakamlar ÷lke ekonomileri için oldukça önemlidir.

Uluslararası turizm hareketlerinde meydana gelen hızlı gelişme, sahip olduğu turizm potansiyeli açısından zengin bir ÷lke kabul edilen Türkiye'yi de etkilemiştir. Coğrafi konumu nedeniyle bir Akdeniz, aynı zamanda Ortadoğu ve Balkan ÷lkesi olarak üç kıtanın kavşak noktasında yer alan Türkiye, önemli bir potansiyele sahiptir.

Türkiye'de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonları ve özellikle sektörel gelişmenin ödemeler dengesi, istihdam ve diğer sektörleri uyarıcı etkisi 1930'lu yıllarda farkedilmiş, fakat yeterli çaba sarfedilmediği için sektörde önemli bir gelişme olmamıştır. Planlı kalkınma döneminin başlangıcı olan 1963 yılından itibaren turizmin geliştirilmesi için BYKP'da hedefler belirlenmiş, fakat 1980'li yıllara kadar önemli bir gelişme sağlanamamıştır. Türkiye'de turizm sektöründe beklenen gelişmeler ancak 1980'li yıllardan sonra olmuştur. Özellikle 1983 yılından itibaren tahminlerin üzerinde meydana gelen çok önemli ve hızlı gelişmeler, turizm politikalarının yeniden gözden geçirilerek geliştirilmesini gerekli kılmıştır. 1980'li yıllardan itibaren daha gerçekçi politikalar izlenerek kamu kesimiyle birlikte özel kesim gerekli yatırımları gerçekleştirmiştir. Bu dönemde özel kesime sağlanan kolaylıklarla yerli ve yabancı yatırımcılar teşvik

edilmiştir. Yapılan yatırımlarla 1963 yılında 10.226 olan işletme belgeli yatak sayısı 1986 yılında 92.129'a 1995 yılında ise 265.136'ya çıkmıştır. Geliştirilen olumlu politikalar sonucu 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren turist sayısında ve turizm gelirlerinde önemli artışlar sağlanmıştır. Türkiye'ye 1963 yılında 198.841 turist gelirken 1995 yılında 7.726.886 turist gelmiştir. Aynı dönemde elde edilen turizm gelirleri ise 7.659 milyon Dolardan 4.957 milyar Dolara yükselmiştir.

Elde edilen bu gelirler Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke ekonomisi için oldukça önemlidir. 1995 yılında elde edilen turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı % 3.0 iken, ihracat gelirleri içindeki payı ise % 22.9'dur. Bu oranlar 1963 yılında sırasıyla % 0.1 ve % 2.1'dir. Birçok ülke için olduğu gibi, turizm gelirleri Türkiye'nin ödemeler dengesinde de önemli bir yere sahiptir. Turizm gelirlerinin dış ticaret dengesine oranı, turizmin Türkiye'nin ödemeler dengesi için ne kadar önemli olduğunun göstergesidir. Bu oran 1985 yılından itibaren ortalama % 50.2 düzeyinde seyretmiştir.

Turizm sektörü, Türkiye'deki önemli sorunlardan biri haline gelen işsizlik sorununun azaltılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Sektörde otomasyon ve makineleşmeye dönüşümün çok az olması nedeniyle, bu sektörün hizmet verebilmesi için insan gereklidir. OECD istatistiklerine göre Türkiye'de otelcilik sektöründe çalışanların toplam aktif nüfusa oranı % 8.0'dır. Bunun yanında sektörde kayıt dışı çalışanlarda katılırsa bu oran artacaktır. Ayrıca turizm, Türkiye'ye gelen yabancı sermayeyi de olumlu yönde etkilemiştir. Yabancı sermaye girişi gelişmekte olan ülke ekonomileri için çok önemlidir. Ülkeye yapılan yabancı sermaye yatırımlarının ortalama % 12'si turizm sektörüne yapılmıştır.

Türkiye'de turizm bölgesel kalkınmada da önemli bir rol oynamaktadır. Sanayinin kurulması için yeterli kaynak olmayan ve çeşitli doğal güzelliklere sahip

Ege ve Akdeniz kıyılarındaki bazı iller turizm sayesinde kalkınmalarını gerçekleştirmiştir.

Turizmin olumlu taraflarının yanında olumsuz tarafları da vardır. Bunlar, turistik yörelerde bilinçsiz yapılaşmayla birlikte doğal çevrenin zarar görmesi ve yine mal ve hizmet fiyatlarının biraz daha yüksek olmasıdır.

Ekonomik kalkınmasını tamamlamaya çalışan ve turizmi, sanayileşme için döviz girdisi sağlayan bir ara sektör kabul eden Türkiye için turizm çok önemlidir. Milli gelire, istihdama, yabancı sermaye girişine ve ödemeler dengesine yaptığı önemli katkılarla turizm, Türkiye için vazgeçilmez bir sektördür. Türkiye için hayati öneme haiz bu sektörün daha fazla geliştirilebilmesi, daha yararlı hale gelebilmesi için etkili politikaların, önemli hedeflerin belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için de turizm sektörüne olan talebin bilinmesi zorunlu olmaktadır.

Çalışmanın amacı ülkemiz turizm sektörünün bugün ulaştığı nokta itibarı ile turizm talep eden ülkelerin taleplerini etkileyen faktörlerin ve bu faktörlerden hangilerinin Türkiye'nin kontrolünde olduğunun test edilmesidir. Belirlenen faktörlerin ışığı altında ülkeler bazında farklı politikaların gerekli olabileceğini ortaya koymak mümkün olacaktır.

Turizm için talep ve turistik yerlerin seçimi, çeşitli faktörlerden ve önemli dalgalanmalardan etkilenebilir. Gelir, enflasyon ve döviz kurlarındaki değişimler ve önemli politik değişiklikler gibi beklenmedik olayları içine alan turizm talep esnekliklerinin güvenilir tahminleri, verimli turizm politikalarının belirlenmesi için gereklidir.

Turistik yatırımların itici gücünü turistik talep teşkil ettiğine ve yatırım turistik talepteki kalitatif ve kantitatif gelişmenin bir fonksiyonu olduğuna göre, yatırım programı turistik talepte yapılacak tahminlerin sonuçlarına göre hazırlanacaktır. Ayrıca turist çeken ülkeler için gelen turistlerin profilinin

bilinmesi de önemlidir. Örneğin, turistlerin zevkleri, tercihleri, ilgi duydukları şeyler, hoşlanmadıkları şeyler, istedikleri kalite standartları gibi etkenler bilindiği takdirde daha iyi hizmet verilebilecektir.

Çalışmada “En Küçük Kareler” yöntemi ve bu yöntemin alternatifi olan AR(1) yönteminden yararlanılmıştır. Burada talebi temsil etmek için gelen turist sayısı alınmıştır. Bu değişkeni etkileyen faktörler ise kişi başına düşen gelir, döviz kurları, (fiyatları temsilen) tüketici fiyatları indeksi, belgeli yatak sayısı ve (telebi etkileyen olumsuz olayları temsil etmek için) kukla değişken kullanılmıştır. Bu değişkenler yardımıyla bir çoklu regresyon denklemi oluşturulmuş ve denklem Türkiye’ye turist gönderen her ülke için ayrı ayrı tahmin edilmiştir.

Bu çalışmada önce turizmin Türk ekonomisindeki yeri ve önemi rakamlarla ortaya konmaya çalışılmış ve turizm talebi hakkında bilgi verilmiştir. Sonra Türkiye’ye olan uluslararası turizm talebinin tahmini yapılmıştır. 11 ülkeden Türkiye’ye olan turizm talebini tahmin etmek için 1970-1994 yıllarını kapsayan bir dönem seçilmiştir. 1995 ve 1996 yıllarına ait bazı istatistiklerin henüz kesinlik kazanmaması nedeniyle kapsam dışı bırakılmıştır.

Çalışmaya başlamadan önce; Türkiye’ye gelen turist sayısını, turist gönderen ülkedeki kişi başına düşen gelirin, döviz kurlarının, Türkiye’deki belgeli yatak sayısının olumlu yönde; uzaklığın, fiyatların ve kritik olayların ise olumsuz yönde etkilemesi beklenmektedir. Yani, kişi başına düşen gelirdeki, döviz kurlarındaki ve yatak sayısındaki artışların turist sayısını arttıracığı; fiyatların artması ve kritik olayların meydana gelmesinin ise azaltacağı beklenmektedir. Model EKK yöntemi ile tahmin edildikten sonra, değişkenlerin ve modelin bir bütün halinde anlamlılığını tespit etmek için F ve t test istatistikleri uygulanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde genel olarak turizm ve turizmin Türk ekonomisindeki etkileri hakkında bilgiler verilmiştir. Önce turizmin gelişimi,

sınıflandırılması ve tarihsel gelişimi verildikten sonra, ülke ekonomileri için önemine değinilmiştir.

İkinci bölümde, turizm talebi ve turizm talebini etkileyen faktörler ele alınmıştır. Bu bölümde önce turizm talebi ve öneminden söz edilmiş, bu talebi etkileyen ekonomik, sosyal, siyasal, psikolojik, irrasyonel ve diğer kalıcı ve geçici faktörler hakkında bilgi verilmiştir.

Üçüncü bölümde, 1970-1994 yılları arasında Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebini tahmin etmek için ekonometrik bir model kurulmuş ve bu model 11 ülke için tahmin edilmiştir. Burada, önce literatürde yapılan turizm talep tahminleriyle ilgili çalışmalar ele alınmış, daha sonra ülkeler için talep tahminleri yapılmıştır. Bölümün sonunda ise, yapılan tahminlerin sonuçları ülkelere göre yorumlanmıştır.

Son bölümde, çalışmanın genel değerlendirilmesi yapılarak sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GENEL OLARAK TURİZM VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ

10. Turizmin Tanımı

Günümüzde teknolojinin gelişmesi, toplumların giderek sanayiye önem vermesi ve hızlı şehirleşmeyle birlikte ortaya çıkan gürültü, hava kirliliği ve trafik sorunu gibi bazı sorunlar insanlar üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu tür sorunlar insanların geçmişe göre daha fazla dinlenme, eğlenme, gezip görme gibi ihtiyaçlarının ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Bugün milyonlarca insan, gezip görme, eğlenme, dinlenme-öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle başka ülke veya bölgelere gitmektedirler. Ekonomik ve sosyal alanda geniş etkiler doğuran ve turizm adı verilen bu faaliyet, günümüz toplumları için temel bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Turizm konusunda literatürde çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlardan Prof. HUNZIKER ve Prof. KRAPP tarafından yapılan tanım turizm kavramını iyi açıklamış ve daha sonra AİEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği) tarafından da benimsenmiştir. “Turizm, yabancıların sürekli yerleşmeye dönüşmeyecek ve herhangi bir kazanç getirici faaliyetle ilişkisi olmayacak şekilde seyahat etmelerinden ve konaklamalarından dolayı ortaya çıkan faaliyetlerin ve ilişkilerin tümüdür” (BARUTÇUGİL, 1986, s. 2). Ayrıca bu tanım Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından benimsenen ve kabul edilen bir tanımdır. Bayer’e göre turizm, devamlı yaşanan yer dışında tüketici olarak, tatil-dinlenme-eğlenme gibi

ihtiyaçların giderilmesi amacı ile yapılan seyahat ve geçici konaklama hareketidir (BAYER, 1992, s. 3).

Her iki tanımda da görüldüğü gibi turizm bir dizi olay ve ilişkinin bütünüdür. Bu tanımlarla ortaya çıkan turizmin belirgin özellikleri şunlardır (BARUTÇUGİL, 1984, s. 8):

- a) Turizm, sürekli yaşanan, çalışılan ve doğal ihtiyaçların karşılandığı yerlerin dışına yapılan seyahatlerdir.
- b) Turizmde yapılan konaklama sürekli değil geçicidir. Turizme katılan kişi bir süre sonra devamlı yaşadığı yere geri döner.
- c) Seyahat eden ve geçici bir süre konaklayan kişiler genellikle turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri tüketirler.
- d) Ziyaret edilen yerlerde kazanç sağlamaya yönelik çalışma sözkonusu değildir.

Turizm özünde eğlenme ve zevk amacı olan bir faaliyettir. Normal hayatın devam ettiği yerde kazanılan para turizm faaliyeti ile ziyaret edilen yerde harcanır.

Turizm faaliyetinin gerçekleşmesini sağlayan insan faktörüne turist denir. Birleşmiş Milletler Örgütü'nün tanımına göre; olağan oturduğu yer dışında bir ülkeyi ziyaret eden ve bu ülkede en az 24 saatlik bir süre içinde gezi, spor, eğlence, sağlık, aile ilişkisi, öğrenim veya hac nedeniyle bulunan kişiye turist denir (AĞAOĞLU, 1991, s. 25).

Bugün milyonlarca insan turist olarak bir yerden başka bir yere seyahat ederek turizm faaliyetini gerçekleştirmektedir.

11. Turizmin Sınıflandırılması

Günümüzde turizm, insan gereksinimleri içinde, yaşantının bir parçası haline gelmiştir. İnsanlar için bir gereksinme haline gelen turizm faaliyeti çeşitli

kriterlere göre gruplandırılabilir. Bu kriterler; turistin geldiği yer, turistin sayısı, turizmin amacı, seçilen zaman, kapsanan süre ve turizmin sosyolojik niteliği olmak üzere altı başlık altında toplanabilir (BARUTÇUGİL, 1986, s. 7).

Turistin geldiği yere göre turizm, turistin ülke içindeki bir yöreden veya başka bir ülkeden gelmesine göre iç turizm ve dış turizm olarak sınıflandırılabilir.

Turist sayısına göre turizm; turistin turizm aktivitelerini kendi başına düzenleyip gerçekleştirmesi; bir örgüt veya sosyal bir kuruluş tarafından gerçekleştirilen turizm aktivitelerine katılması ya da bir turist grubuyla (kaynaşarak) kollektif bir şekilde turizm aktivitelerini gerçekleştirmesi şeklindeki bireysel, kollektif ve kitle turizmi diye sınıflandırılabilir.

Amacına göre turizm; yaşam ve çalışma koşullarından yorulan ve bunalan insanların dinlenmek için yaptıkları dinlenme turizmi, bilim, kültür ve sanat kaynaklarını ziyaret için yapılan *sosyal ve kültürel turizm*; dini törenlere katılmak ve dinlerce kutsal sayılan yerleri ziyaret şeklinde yapılan *dinsel turizm*; ekonomik beklentilerle fuar ve sergileri gezmek şeklinde olan *ekonomik turizm*; devlet adamı ve kamu görevlilerinin politik olaylar nedeniyle başka yerleri ziyaret şeklinde yapılan *politik turizm* ve başka yerlerde bulunan akraba ve yakınları ziyaret şeklinde olan *aile turizmi* diye sınıflandırılabilir.

Seçilen zamana göre turizm; seyahat ve konaklama için yılın hangi mevsiminin seçildiğine göre kış turizmi ve yaz turizmi olmak üzere sınıflandırılabilir.

Kapsanan süreye göre turizm; en fazla iki gün olarak yapılan *kısa süreli turizm* ve en az dört geceleme ile sürekli yerleşme yeri dışında gerçekleştirilen *uzun süreli turizm* olarak ikiye ayrılır.

Turizmin sosyolojik niteliğine göre yapılan sınıflandırmada ise turizm faaliyetine katılan kişilerin yaşları, meslekleri, sosyo-kültürel özellikleri ve gelir düzeyleri dikkate alınır (BARUTÇUGİL, 1984, s. 9). Bunlar; çoğunlukla gelir düzeyi yüksek turistlerin lüks ve standardı yüksek konaklama tesislerinde yaptıkları *lüks turizm*, kitle veya grup halinde orta gelirli insanların yaptığı *geleneksel turizm* ve satın alma gücü zayıf insanların yaptıkları *sosyal turizmdir* (BAYER, 1992, s. 29).

12. Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizmin başlangıcı; yazıyı, parayı ve tekerleği ilk bulan ve kullanan Sümerlere yani M.Ö. 4000 yıllarına kadar geriye götürülebilir. Paranın ticarete kullanılmaya başlaması ve tekerleğin de icadıyla kervanlar kurulmaya başlanmıştır (BARUTÇUGİL, 1986, s. 28). Bu çağlarda yapılan turizm faaliyetleri ulusların ticaret maksadıyla ülkeleri veya komşu yöreleri ziyaretleri şeklinde gerçekleşmekteydi.

M.Ö. 3000 yıllarında Mısır, yapılan piramitler ve tapınaklar nedeniyle gezginlerin yoğun ilgisini çekmiştir.

Eski Yunanlılarda, olimpiyatlar seyahat olanağını ortaya çıkarmış ve olimpiyatlara gidenler kasabalarda konaklayarak turizmin öncülüğünü yapmışlardır (BAYER, 1992, s. 12).

Hız. İsa'nın doğumu çağlarında Romalılar zevk amacıyla seyahat etmeye başlamışlar ve özellikle Yunanistan, Anadolu ve Doğu Akdeniz Bölgelerine ilgi göstermişlerdir. Ortaçağın bilinen ünlü gezginleri Marco Polo ve İbn Batuta'dır.

Daha sonraki yüzyıllarda pusulanın da bulunmasıyla seyahatler artmıştır. 16. yy.'da bir Türk denizcisi olan Piri Reis'in yaptığı geziler ve dönemi için

olağanüstü nitelikteki haritaları içeren “Kitab-ı Bahriye” adlı eseri denizcilik ve turizm tarihi açısından çok önemlidir.

1830’lu yıllarda demiryolu taşımacılığının gelişmesi ve buhar gücüyle çalışan gemilerin hizmete girmesi seyahatleri ucuzlatmış, daha kolay hale getirmiş ve insanların kitleler halinde turizme katılmasını sağlamıştır.

2. Dünya Savaşından sonra teknolojinin hızla gelişmesiyle turizm de gelişmiştir. Şehirleşmenin, nüfusun, eğitimin ve boş zamanın artması insanların turizme olan ihtiyacını arttırmıştır (CROUCH, 1995, s. 103).

Dünyadaki toplumsal ve ekonomik gelişmeye paralel olarak, kişisel gelir düzeyinin yükselmesi, ulaşım araçlarının hız ve kapasitelerinin artış göstermesi, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, çalışma süresinin azalması, ücretli tatillerin artması, turizmin gelişimini etkileyen en önemli faktörler arasında yer almaktadır.

13. Turizmin Ekonomideki Yeri ve Önemi

Turizm, boş zamanın ve tasarrufların nasıl kullanılacağına ilişkin ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, dışsattım ve kamu gelirleri gibi ekonomik boyutları bulunan bir faaliyet biçiminde gelişimini sürdürmektedir.

Turizm, döviz akışıyla ödemeler dengesine, fazla işgücünü masnetme özelliğiyle istihdama, katma değer etkisiyle ekonomik gelişmeye destek sağlaması gibi nedenlerle, gerek gelişmiş ülkeler, gerekse de gelişmekte olan ülkeler için büyük önem taşımaktadır.

Turizm, ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan bir görünmeyen dışsattım kalemidir. Ülke içinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet dışsattımı sırasında, ihracı mümkün olmayan bazı hizmetler, turizm sayesinde ihraç

edilmiştir. Turizm gelirleri özellikle dış finansman kaynaklarına ihtiyacı olan gelişmekte olan ülkeler için büyük öneme sahiptir.

Turizm sektöründe otomasyon ve mekanizasyona geçme olanağının sınırlılığı nedeniyle, bu sektör, insanın doğrudan istihdam alanı olmuştur. Dünyada dolaylı ve dolaysız biçimde çalışan 16 kişiden 1'inin iş alanı turizmdir. Turizmin yarattığı işgücü oranının, OECD ülkelerindeki hizmetler sektöründe çalışan aktif nüfusun % 14'ü dolayında olduğu saptanmıştır (İTO, 1992, s. 11). Sektör sağladığı ekonomik faydalarından dolayı günümüzde birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke tarafından desteklemede öncelikli sektör konumundadır.

Ulaştığı büyüklükler nedeniyle turizm, gerek turist gönderen, gerekse turist çeken ülkeler için önemli bir ekonomik sektör durumuna gelmiştir. Turizm ve seyahatler dolayısıyla ortaya çıkan harcamalar dünya ölçeğinde 2 trilyon Doların üzerindedir. Bugünkü durumuyla turizm gelirleri, dünya dış ticaret hacminin % 4.4'ünü oluştururken; bu oran, turizmin ağırlıklı pazarı olan OECD ülkeleri için % 26 düzeyinde gerçekleşmiştir (ASLAN, 1993, s. 37).

Son on yılda dünya ölçeğinde uluslararası turist girişlerinde yıllık ortalama artış hızı % 5.6, uluslararası turizm gelirlerindeki yıllık ortalama artış hızı ise (ulaşım gelirleri hariç) % 12.7 olarak gerçekleşmiştir. 1994 yılında turizm gelirleri, dünya mal ticaretinin % 8'ini, dünya hizmet ticaretinin % 30'unu geçmiş durumdadır. 1994 yılında dünyada turizm hareketlerine katılan kişi sayısı 1993 yılına göre % 5'lik bir artış ile 537 milyon kişiye, uluslararası turizm gelirleri ise 1993 yılına göre % 10.2'lik bir artış ile 340.7 milyar Dolara ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütüncü yapılan projeksiyonlara göre 2000 yılında uluslararası turizm hareketlerine katılan kişi sayısının 661 milyon kişiye ulaşacağı varsayılmaktadır (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 7).

Görüldüğü gibi turizm, dünyada gerek katılanlar, gerekse sanayiciler ve seyahat organizatörleri bakımından milyonlarca insanın ilgi alanını oluşturmakta ve ülke ekonomileri için önemli bir sektör haline gelmektedir.

130. Ekonomik Kalkınma ve Büyümede Turizm

Genel olarak ülkelerin temel hedefleri az gelişmiş ise ekonomik kalkınmalarını tamamlayıp gelişmiş ülkeler arasında yer almak, gelişmiş ise daha yüksek refah seviyesine ulaşmaktır. Bunun için de sanayileşmeye ağırlık vererek ekonomik yönden kalkınmak isterler.

Ekonomik kalkınma, ekonomide belli bir zaman dilimi içerisinde meydana gelen miktar artışlarının yanında, iktisadi ve sosyal yapıda oluşan değişimlerdir. Ekonomik büyüme ise, bir yıldan ötekine milli gelirden meydana gelen miktar artışlarıdır (ŞAHİN, 1992, s. 3).

Günümüzde birçok ülke ekonomik yönden kalkınmalarını gerçekleştirmişlerdir. Bu ülkelerin çoğu, sanayileşerek kalkınmak için gerekli kaynaklara sahip bulunduğu halde; bazı ülkeler, endüstriyel alanda gelişmeye ya uygun değildir ya da yeterli kaynağa sahip değildir. Ancak, bu ülkelerin bazıları zengin turizm potansiyeline sahiptir. Büyük miktarlarda dövizin el değiştirdiği turizm sektörüne, gelişmekte olan ülkeler, ekonomik büyümeyi ve iktisadi gelişmeyi sağlayacak olan öncü bir sektör gözüyle bakmaktadırlar.

Turizm, yaygın olarak gelir, iş ve vergi gelirlerinin üretilmesinde, ödemeler dengesi sıkıntılarının hafifletilmesinde, bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir sektör olarak bilinir (SYRİOPOULOS, 1995, s. 318).

Günümüzde önemli turizm potansiyeline sahip birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomik kalkınma ve büyümede turizm sektöründen yararlanmaktadır.

Ekonomik büyümede turizm sektörünü ara sektör olarak kullanan İtalya, İspanya ve Avusturya gibi gelişmiş ülkeler önemli miktarlarda turizm geliri elde etmektedir.

1992 yılında bu ülkelerde turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı İtalya'da % 12.1, İspanya'da % 34.6 ve Avusturya'da % 34.8 olarak gerçekleşmiştir (ONGAN, 1995, s. 125).

Turizm önemli turizm potansiyeline sahip küçük ve büyük ada devletlerinin ekonomilerinde de öncü sektör konumuna gelmiştir. Küçük bir ada devleti olan Bermuda'da 1994 yılında elde edilen turizm gelirleri ülkenin ödemeler dengesine çok büyük katkı yapmıştır. Nitekim 1994 yılında Bermuda'da 525.3 milyon Dolarlık bir turizm geliri elde edilirken, 178.1 milyon Dolarlık ithalat yapılmıştır. Aynı yıl turizmin ödemeler dengesine yaptığı net katkı 347.2 milyon Dolar olmuştur. Bu rakam, küçük bir ada devleti için çok önemlidir (ARCHEN, 1995, s. 29).

Turizmi öncü sektör olarak algılayan ülkelerden biri de Avustralya'dır. Avustralya 1992 yılında 5.1 milyar Dolar turizm geliri elde etmiştir. Böylece turizm, Avustralya ekonomisinde yeni yatırımlar ve yeni istihdam olanakları yaratarak ülkenin büyüme stratejisinde öncelikli sektör konumuna gelmiştir (DİVİSEKERA, 1994, s. 291).

Turizm yarattığı gelirlerle, istihdam olanaklarıyla, ödemeler dengesine yaptığı olumlu katkılarla ulusal ve bölgesel kalkınmada oynadığı rol ile dünya ölçeğinde önemli bir konuma gelmiştir.

131. Gelişmekte Olan Ülkeler ve Turizm

Birçok ülke için uluslararası turizm önemli bir döviz kaynağı durumundadır. Çoğu ülke gelişme için gerekli olan döviz sıkıntılarını hafifletmek ve istihdam

problemlerini ortadan kaldırmak için turizm sektörünü kurtarıcı sektör gibi görür ve bu sektöre önem verir (BAKKAL, 1991, s. 235). Turizm gelişmekte olan ülkelerde düzenli şekilde döviz kazandırdığı için ödemeler dengesi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Çarpan etkisiyle gelir yaratır, geniş istihdam olanakları sağlar, ayrıca ekonomideki tarım ve sanayi gibi sektörlerin gelişmesine katkıda bulunur (TANSEL, 1991, s. 259).

Gelişmekte olan ülkelerin temel amacı ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirmektir. Kalkınmayı gerçekleştirmek için de öncelikle sanayileşmeye önem verirler. Bu ülkelerin ekonomileri daha çok tarıma dayalıdır ve klasik metotlarla üretim yapılmaktadır. Fakat gelişen dünya şartlarında geleneksel üretim metotlarıyla ihtiyaçlar karşılanamamaktadır. Teknolojinin gelişmiş ülkelerin elinde bulunması ve tarım ürünleri talebinin esnekliği nedeniyle gelişmeleri için yeterli kaynağı sağlayamamaktadırlar. Gelişen ülkelerin temel amacı olan sanayileşmelerini gerçekleştirmek ve gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşmak için, gelişmiş ülkelere teknoloji transfer etmeleri gerekmektedir. Bu süreç içerisinde ortaya çıkan ödemeler dengesi açıklarının kapatılmasında ihtiyaç duyulan döviz turizmden sağlanır.

Gelişen ülkeler ekonomik yönden dışa bağımlı olduğu için, gelişmiş batı ekonomileri, bu ülkelerin ne üreteceğini, üretim alanlarını ve ihrac ürünlerini belirlerler. Gelişen ve gelişmiş ülke arasındaki bağımlı yapı, gelişen ülke ekonomisindeki her endüstriyi etkiler. Turizm, kullandığı kaynaklar ve gelişen ülkelerin arz potansiyeli açısından, bağımlılığı en az sektördür. Gelişmekte olan ülkelerin turizm sektörüne öncelik vermelerinin bir diğer nedeni de budur (YARCAN, 1994, s. 6).

Genellikle, gelişen ülkelerin bazı ticari malları uluslararası ticarete gümrük tarifeleri ve kotalar gibi bazı engellerle karşılaştığı için bunların ihracı sınırlıdır. Fakat turizmde böyle bir kısıtlama olmadığından bu ülkelerin ticari malları turistlere ülke içinde kolayca satılabilir.

Gelişmiş ülkelerdeki harcanabilir gelir ve boş zaman yanında charter seferlerinin artması gibi nedenler, gelişen ülkelerin turizme katılmalarında etkilidir. Aynı zamanda, gelişmiş ülkelerin turizm giderleri, gelişen ülkelerin turizm gelirlerini oluşturur. Gelişen ülkelerde büyük oranlarda işsizlik sözkonusudur. Turizm, bir hizmet endüstrisi ve büyük ölçüde emeğe dayalı olduğu için bu endüstride istihdam oranı yüksektir.

Turizm, birçok az gelişmiş ülkede nisbi olarak yeni bir endüstridir ve bu ülkelerin düşük seviyedeki gelişmelerinden yüksek büyüme oranlarına ulaşmasında etkilidir. Gelişmekte olan ülkeler, genellikle ihracat gelirleri içinde geniş yer tutan emek yoğun ürünler ihraç ederler. Bu yüzden sözkonusu ülkeler, dünya ticareti içerisinde talep esnekliği yüksek ürünlerde uzmanlaşırlar. Bunların ihracındaki istikrarsızlık, ülkenin ihracattan elde edeceği döviz gelirlerini de istikrarsız hale getirecektir. Bu yüzden turizm geliştirmekte olan ve gelişmiş ülkelerin ihracat gelirleri içinde önemli yer tutar.

Döviz gelirlerinin kaynağı olarak turizmin önemi kullanılan farklı sayıda kriterle değerlendirilebilir. Bu kriterler, turizm gelirlerinin tüm gelirler içindeki payı ve toplam ihracat gelirleri içindeki payıdır. Turizm gelirlerinin, geliştirmekte olan ülkelerin toplam döviz gelirleri içindeki payı, gelişmiş ülkelerinkinden daha yüksektir. Bunun sebebi, geliştirmekte olan ülkelerin toplam ihracat gelirlerinin gelişmiş ülkelere göre daha düşük düzeyde olmasıdır. Örneğin; 1980-1985 döneminde geliştirmekte olan ülkelere Kıbrıs, Fiji ve Jamaica'da turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı sırasıyla % 24, % 26.4 ve % 27.5 olarak gerçekleşirken; Fransa, İtalya ve Almanya'nın payı % 4.8, % 8.1 ve % 2.6 olarak gerçekleşmiştir (SİNCLAİR, TSEGAYE, 1989, s. 488).

Görüldüğü gibi turizm, geliştirmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmasında öncü sektör konumundadır.

14. Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

Turizm sektörü, özellikle 1980'li yıllardan sonra gösterdiği büyük gelişmeyle Türk ekonomisinin ve dolayısıyla kalkınmasının önemli dinamiklerinden biridir. Turizmin milli gelire, istihdama ve ödemeler dengesi üzerindeki olumlu ekonomik katkıları, Türkiye ekonomisini de olumlu yönde etkilemekte ve Türkiye, turizmi döviz girdisi sağlayan önemli bir sektör olarak telakki etmektedir.

Türkiye'de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonları (ve özellikle sektörel gelişmenin ödemeler dengesi, istihdam ve diğer sektörleri uyarıcı etkisi) 1930'lerden bu yana fark edilmiş ve bu konuda çeşitli çabalar harcanmıştır. Fakat bunlar yetersiz kalmış ve Türkiye'ye gelen turist sayısı ve buna bağlı olarak turizm gelirleri istenilen düzeye ulaşamamıştır (CİNGİ, 1989, s. 151). Turizm sektörü, 1963 yılından 1980'li yıllara kadar, zamanla gelişme eğilimi göstermişse de, ekonomik anlamda önemli faydalar sağlanamamıştır.

Türkiye'de turizm gelir-gider dengesi, 1963 yılından 1970 yılına kadar, sürekli olarak açık vermiş ve bu dönemde turizm giderleri nisbeten fazla olmuştur. 1970 yılından itibaren (1976-1977 yılları dışında) gelirler giderlerden fazla olmaya başlamıştır. Özellikle 1980'li yıllardan sonra önemli bir atılım içine giren turizm sektörü, Türkiye Ekonomisi için önemli bir döviz kaynağı olmuştur.

Geçmiş birkaç yıl içinde uluslararası turizm, Türk ekonomisi için önemli bir mal ihracatı gibi olmuştur. Turistlerin bireysel turizm faaliyetlerinden aldıkları tatmin olarak turizm, görünmez bir mal olarak düşünülebilir. Özellikle 1980'li yıllarda, Türkiye'nin uluslararası turizmden elde ettiği gelirler diğer geleneksel turizm ihracatçısı ülkelerin gelirlerinden daha hızlı artmıştır. Türkiye'de turizm sektörünün gelişmesi ülkenin ödemeler dengesinde önemli etkiler yapmıştır (VAR ve diğerleri, 1994, s. 606).

Önemli derecede turizm potansiyeline sahip Türkiye’de turizmin ekonomiye katkısı, nicel ekonomik göstergelerle ortaya koyulabilir. Turizm hareketlerinin son yıllardaki gelişimi incelendiğinde, 1982 yılında 1.4 milyon olan turist girişlerinin 1992 yılında 5 kat artışla 7 milyona; 1995 yılında ise, 7.75 milyona ulaştığı görülmektedir. Turizm gelirleri 1982 yılında 370 milyon Dolar iken; 1992 yılında 3.6 milyar Dolara, 1995 yılında da 4.95 milyar Dolara yükselmiştir. Turizm gelirlerinin 1995 yılı itibariyle gayri safi milli hasılaya oranı % 3 olarak gerçekleşirken, ihracat gelirleri içindeki payı % 22.9 düzeyinde gerçekleşmiştir (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, ss. 89-101).

Turizmin gelir etkisinin yanısıra istihdam arttırıcı etkisi de Türk ekonomisi için oldukça önemlidir. Türkiye’de, hızlı nüfus artışı karşısında fazla işgücü massedilememektedir. Hızlı nüfus artışı, bir yandan çarpık sanayileşmeye, öte yandan tarım kesiminde gizli işsizliğe yol açmaktadır. Turizm kesiminde ise, hizmet çok önemli bir yer tutmakta ve hizmet ise insan tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle turizm, işsizlik sorununun azaltılmasında da önemli bir rol oynar.

Son yıllarda Türkiye’ye olan turizm talebindeki artış yatırımları uyarmış ve teşvik etmiştir. 1990 yılında 1260 düzeyindeki belgeli turistik tesis sayısı 1995 yılında 1793’e, aynı dönemde yatak sayısı da 173227’den 286463’e yükselmiştir (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 9). Turizm karlı bir sektör olması nedeniyle yabancı sermaye girişini de teşvik etmiştir.

Turizm, Türkiye ekonomisinin karşı karşıya bulunduğu darboğazların aşılmasında önümüzdeki yılların en önemli politikalarından biri olmak durumundadır. Çünkü döviz akışını ve yabancı sermaye girişini arttırması, milli geliri artırıcı etkileri, istihdama katkısı, ek ihracat özelliği göstermesi, sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırması, alt yapının gelişmesinde rol oynaması, fiziksel çevreyi güzelleştirmesi, hizmet üretiminin yanında mal üretimini de artırması ve bölgesel kalkınmayı hızlandırması sözkonusudur.

140. Türkiye'nin Turizm Potansiyeli

Türkiye sahip olduğu turizm potansiyeli açısından zengin bir ülke olarak kabul edilmektedir. Ülke gerek coğrafi, gerek tarihi ve kültürel varlıklarıyla ve gerekse turistik tesisleriyle önemli bir potansiyele sahiptir. Coğrafi konumu bile önemli bir mukayeseli üstünlük sağlamaktadır. Asya ve Avrupa'yı birbirine bağlayan, sınırlarının % 75'i denizlerle çevrilmiş olan ve orta iklim kuşağında yer alan Türkiye, turizmin her türüne hemen her mevsimde elverişli durumuyla önemli bir şansa sahiptir. Ülke toprakları tarih boyunca çeşitli uygarlıkları konuk etmiş ve bugün, çeşitli uygarlıkların (Grek, Roma, Hitit, Urartu, Selçuklu, Osmanlı gibi) çok sayıdaki kalıntı ve eserleriyle adeta bir "açık hava müzesi" görünümünü kazanmıştır.

Türkiye, Akdeniz havzasında yer alan ve tarihi, turizm değerleri geniş imkanlar sunan coğrafik bir yapıya sahiptir. Türkiye'de Akdeniz, Ege, Marmara, İç Anadolu, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerindeki farklı iklim ve coğrafik yapı özellikleriyle her türlü turizm faaliyetini gerçekleştirme olanağı mevcuttur. Bu yüzden, her yıl milyonlarca turist Türkiye'yi ziyaret etmektedir. Türkiye genelindeki turizm olanakları; kıyı turizmi, yat turizmi, kültürel turizm, mağara, manzara ve kır yürüyüşleri, göl turizmi, deniz turizmi, yayla turizmi, sağlık turizmi, dağ ve spor turizmi, kış turizmi ve kongre turizmi gibi faaliyetlerdir (ZENGİN, 1996, ss. 47-48).

Türkiye, tarihi ve kültürel turizm değerleri bakımından da oldukça zengindir. Yabancı turistlerin önemli bir bölümü, tabii, tarihi ve kültürel değerleri ziyaret amacıyla gelmektedir.

Ülkedeki tarihi eser ve kalıntılar bölgeler itibariyle incelendiğinde Karadeniz Bölgesi'nin fazla zengin olmadığı, Marmara Bölgesi, Ege ve Akdeniz Bölgelerinin nisbeten çok daha zengin olduğu görülür. Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgeleri

tarihi eser ve kalıntılarının zenginliği yanında kongre turizmi faaliyetleri için de uygundur.

Turistik tesislerin sayısı ve niteliği bakımından, Türkiye'nin potansiyeli özellikle 1980'li yıllardan sonra önemli bir gelişme göstermiştir: 1966 yılında turizm işletme belgeli tesis sayısı 165, yatak sayısı ise 16151 iken; 1980 yılında tesis sayısı 510'a, yatak sayısı da 56000'e ulaşmıştır (CİNGİ, 1989, s. 160). 1980'li yıllarda görülen gelişmeyle birlikte 1980 yılında 510 olan işletme belgeli tesis sayısı 1992 yılında 1498'e, 1995 yılında da 1793'e ulaşmıştır. Bu tesislerin yatak sayıları ise 1980 yılında 56000 iken, 1992 yılında 219940'a, 1995 yılında da 265136'ya ulaşmıştır. Tesislerin yatak sayılarının bölgelere göre dağılımı ise, 1995 yılı itibariyle, şöyledir: Akdeniz Bölgesi 95581 yatak, Ege Bölgesi 87763, Marmara Bölgesi 66433, İç Anadolu Bölgesi 21457, Karadeniz Bölgesi 7466, Doğu Anadolu Bölgesi 4476 ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi ise 3280 yatak kapasitesine sahiptir (TURİZM BAKANLIğI, 1996, ss. 9-11).

1980'li yılların ikinci yarısından sonra belediye belgeli tesislerin sayısında ve buna bağlı olarak yatak sayılarında da önemli artışlar görülmüştür: Belediye belgeli konaklama tesisi sayısı 1987 yılında nitelikli ve niteliksiz toplam 5653 iken, 1989 yılında 5665'e, 1992'de 7445'e ve 1994'te de 8403'e ulaşmıştır. Bu tesislerin yatak sayıları ise 1987 yılında 194841 iken, 1989'da 225921'e, 1992'de 291037'ye ve 1994 yılında ise 354925'e ulaşmıştır (TURİZM BAKANLIğI, 1995, s. 10).

Hızlı bir değişme ve gelişme gösteren Türk turizm sektörü, ülkenin ekonomik ve sosyal hayatına önemli katkılar sağlayabilecek bir potansiyele ulaşmıştır. Türkiye bu potansiyeli, bugünkünden çok daha büyük oranlarda değerlendirebilir. Türkiye'de turizmin ekonomik faydalarını arttıran tedbirler alınırken, tanıtıma, ağırlama faaliyetlerine önem verilmeli, kültür tahribatını önleyebilecek tedbirler ihmal edilmemelidir.

141. Türkiye'nin Turizm Politikası

Türkiye'de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonları ve özellikle sektörel gelişmenin ödemeler dengesi, istihdam ve diğer sektörleri uyarıcı etkisi 1930'lardan bu yana fark edilmiş ve bu sektörün gelişmesi için çeşitli çabalar harcanmıştır. Fakat Türkiye'de planlı döneme kadar, turizm alanında açık seçik bir politika saptanmamıştır.

Turizm politikası, bir ülkede genel ekonomi politikasına uygun olarak, bir yandan iç ve dış turizmin geliştirilmesi ve yönlendirilmesi; turizmin gelir ve döviz sağlayıcı fonksiyonlarından en rasyonel biçimde yararlanılması gibi ekonomik hedeflere; diğer yandan kültürel, sosyal, sağlık gibi ekonomik nitelik taşımayan (ekonomi dışı) hedeflere ulaşmak için kamu yönetimleri tarafından alınan önlemlerin ve yapılan müdahalelerin tümüdür (OLALI, 1990, ss. 23-24).

Turizm faaliyetinin planlı dönem başından bugüne kadar genel göstergelerine, turizm yatırımlarının gelişmesi ve kalkınma planlarının ilkelerine bakıldığında; temel hedefin Türkiye'nin sanayileşmesi olduğu görülmektedir. Bu nedenle de sanayi sürükleyici sektör olarak benimsenmiş, turizm sektörü ise, hızlı kalkınma süreci içinde anılan sürece döviz girdileri yönünden destekleyici bir sektör ya da kaynak olarak kabul edilmiştir (ÇİFTÇİOĞLU, 1978, s. 44). Bu nedenle planlarda turizmden elde edilecek net döviz kazancını artırmak, daha çok sayıda yabancı turist girişini ve daha uzun kalış sürelerini sağlamak amaçlanmıştır. Bunun için gerekli dolaylı ve dolaysız altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi öngörülmüştür.

1963-2000 yılları arasında 7 dönem olarak uygulamaya konulan Beş Yıllık Kalkınma Planları incelendiğinde turizm ile ilgili genel hedef ve ilkelerin şöyle belirlendiği görülmektedir (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 36):

- Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısını, ortalama kalış sürelerini, harcama miktarlarını artırmak;
- Kitle turizmüne uygun yatırımları ve yabancı sermayeyi özendirmek;
- Teşvik ve kredi politikasını yönlendirmek;
- Kamunun altyapıyı, özel sektörün üst yapıyı gerçekleştirmesini sağlamak;
- Turizme öncelikli yöreleri saptamak ve tanıtım etkinliklerine ağırlık vermek;
- Doğal ve kültürel varlıkların korunmasını sağlamak;
- Turizm eğitimi politikasını belirlemek;
- Turizmi çeşitlendirmek ve bütün yıla yaymaktır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planına (BBYKP) kadar geçen sürede turist sayısı, turizm gelirleri, kişi başına harcama plan ve program hedeflerinin gerisinde kalmıştır. Beşinci ve Altıncı BYKP'da, kitle turizminden başka turizm türleri gündeme gelmiş, turistik yatırımlara sağlanan kredi ve teşvik olanakları çoğaltılmış, turizm eğitimi daha ciddi bir yaklaşımla ele alınmaya başlanmış, yatak kapasitesinde plan hedefleri aşılmıştır.

Yedinci BYKP'da turizm politikasının ekonomik, sosyal ve çevre için temel amaçları üç başlık altında toplanmıştır (DPT, 1995, s. 8):

- Rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi;
- Yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması;
- Doğal ve kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğinin sağlanmasıdır.

Turizm politikasının temel amaçlarında, turizmin Türkiye ekonomisine sağladığı katma değer en üst düzeye çıkarılması, arzın talebe göre geliştirilmesi, turizm gelirlerinden daha fazla pay elde edilmesi, doğal ve kültürel değerlerin korunması ve zenginleştirilmesi gibi hususlar belirtilmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı Yedinci BYKP Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu'na göre 2000 yılında, turist girişlerinin 15 milyona ulaşacağı, turizm gelirlerinin 9 milyar Dolar olacağı, turizm belgeli yatak sayısının 600000, yat yatak kapasitesinin 20000 olacağı ve 7500 kış turizmi, 8000 termal turizm yatağının 30000'e ulaşacağı tahmin edilmektedir (DPT, 1995, s. 13).

Kalkınma planları incelendiğinde, turizmin ülke ekonomisi için ne kadar önemli olduğunun anlaşıldığı; turizmi geliştirmek ve kalkınma sürecinde turizmden daha fazla faydalanmak için daha ciddi, daha olumlu politikaların belirlendiği görülmektedir.

142. Türkiye'nin Turizm Yatırımları

Büyüme ihtiyacı içinde olan, özellikle de gelişen sektörler için yatırımlar hayati önem taşır. Milli gelire katkısı, dış ödemeler bilançosuna katkısı ve istihdam üzerindeki olumlu katkısı ile turizm, Türkiye için gelişen bir sektördür. Turizmin gelişmesi için gerekli yatırımlar, kamu ve özel kesim tarafından gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'de iktisadi politikaların daha geniş bir şekilde ele alınmaya başlandığı 1960'lı yıllardan itibaren, turizmin kalkınmaya katkısı ve önemi çeşitli çevrelerce vurgulanmıştır. Ancak, Beş Yıllık Kalkınma Planlarının hedeflerine ve gerçekleşme sonuçlarına göre, turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980'li yıllara kadar, toplam sabit sermaye yatırımlarının % 0.7'si düzeyini geçememiştir (DPT, 1995, s. 48).

1969 yılından itibaren, BYKP'da, genel olarak, turizm alt yapı yatırımlarının kamu kesimi; üst yapı yatırımlarının özel kesim tarafından yapılması, yatırımların turizmde öncelikli yörelere yönlendirilmesi, sektördeki örgütlenmenin yeniden düzenlenmesi, turistik tanıtıma ve kredi politikasına yeniden yön verilmesi konuları benimsenmiştir.

Turizmin, ekonomik kalkınmadaki önemi bilinmesine rağmen, kalkınma planlarında turizm yatırımlarına ayrılan pay oldukça düşük miktarlarda kalmıştır. 1963 yılından itibaren toplam yatırımlar ile turizm yatırımlarının gelişimi tablo 1'de verilmiştir.

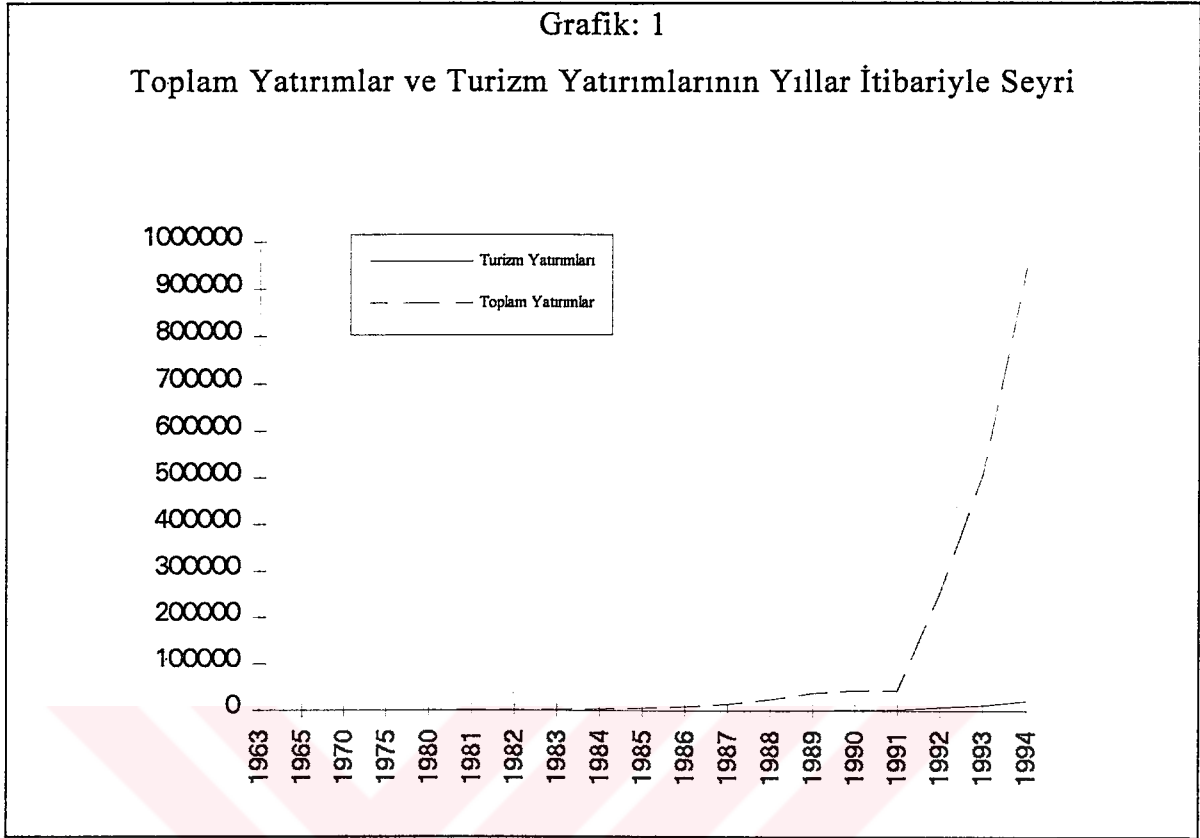
Tablo: 1
Türkiye'nin Toplam Yatırımları İle Turizm Yatırımlarının Gelişimi (Cari Fiyatlarla, Milyon TL)

Yıllar	Turizm Yatırımları			Toplam Yatırımlar			Orans. Dağıl (%)		
	Kamu	Özel	Toplam	Kamu	Özel	Toplam	Kamu	Özel	Topl.
1963	0.024	0.026	0.050	4.755	6.629	11.384	0.5	0.39	0.44
1965	0.044	0.030	0.074	6.118	6.912	13.030	0.72	0.43	0.56
1970	0.182	0.070	0.252	14.442	18.298	32.740	1.26	0.38	0.77
1975	0.351	0.255	0.606	54.971	60.717	115.688	0.63	0.42	0.52
1980	2.444	3.030	5.474	462.156	410.315	872.471	0.52	0.74	0.63
1981	3.813	4.118	7.931	723.491	519.348	1.242.839	0.53	0.79	0.63
1982	3.913	5.500	9.413	868.914	700.891	1.569.805	0.45	0.78	0.60
1983	7.555	7.221	14.776	1.213.344	955.899	2.169.243	0.62	0.75	0.68
1984	15.800	19.588	35.388	1.777.139	1.510.252	3.287.391	0.89	1.3	1.07
1985	28.738	50.958	79.696	3.236.020	2.325.661	5.561.681	0.89	2.2	1.43
1986	96.845	114.982	211.827	5.232.533	3.856.262	9.088.795	1.85	3.0	2.33
1987	134.200	244.300	378.500	7.557.500	6.570.600	14.228.100	1.77	3.7	2.66
1988	180.600	607.600	788.300	11.510.300	12.655.500	24.165.900	1.57	4.8	3.26
1989	253.300	1.388.600	1.641.900	17.014.300	21.187.700	38.202.000	1.48	6.5	4.29
1990	330.901	1.526.071	1.856.972	18.375.444	25.170.987	43.546.431	1.80	6.0	4.26
1991	434.804	1.449.767	1.884.574	19.073.711	24.290.000	43.363.711	2.27	5.9	4.34
1992	1.281.104	6.169.212	7.450.316	80.069.000	171.367.00	251.436.00	1.6	3.6	2.96
1993	2.621.335	8.829.648	11.450.983	137.965.00	367.902.00	505.867.00	1.9	2.4	2.26
1994	3.824.580	17.398.511	21.223.091	191.229.00	756.457.00	947.686.00	2.0	2.3	2.24

Kaynak: TOBB, 1995, s. 34.

TOBB, 1990, ss. 20- 22.

Tablo 1'de görüldüğü gibi, turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı 1980'li yıllara gelinceye kadar ortalama % 0.7 düzeyinde seyretmiştir. Tablo yıllar itibariyle incelendiğinde turizm yatırımlarının ortalama % 61'inin kamu kesimi tarafından, % 39'unun da özel kesim tarafından gerçekleştirildiği görülür. Toplam yatırımlar ile turizm yatırımlarının yıllar itibariyle dağılımı Grafik 1'de gösterilmiştir.



1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu, bugün ulaşılan turizm sektörünün gelişmesinde belirleyici rol oynamıştır. Bu yasanın sağladığı imkan ile, turizm alan ve merkezlerinin belirlenmesi ve buralarda bulunan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisi 1982 sonrasındaki hızlı yatırım genişlemesinin en önemli etkenlerinden birisi olmuştur. Yatırımların hızlanmasındaki diğer etkenler ise; dış ticaret ve kur politikalarının serbestleştirilmesi ve yabancı sermaye yatırımlarının teşvikidir (DPT, 1995, s. 48).

Kamu kesimi, turizm sektörüne yaptığı fiziki yatırımların yanında, Türkiye Kalkınma Bankası ve T.C. Turizm Bankası aracılığı ile özel kesime kredi yardımı yapmaktadır. Bu kredilerde Türkiye Kalkınma Bankasının rolü büyüktür. Türkiye Kalkınma Bankası, turizm sektörünün uzun vadede uluslararası turizm pazarında rekabet gücünün artırılması konusunda güçlü bir finans kaynağı olmak kadar, politika ve fikir üreten bir kurum olma özelliğiyle de, turizm sektörünün gelişmesinde önemli katkılar sağlamaktadır (ARSLAN, 1995, s. 125). Özellikle 1989 yılında T.C. Turizm Bankası'nın Türkiye Kalkınma Bankası ile

birleşmesinden sonra bankanın verdiği krediler artmış, bu da turizm yatırımlarının artmasında etkili olmuştur. Birleşmeden sonra bankanın sermayesi biraz daha artmış ve böylece özel sektöre verilecek kredi miktarı da artış göstermiştir (AYÖZCAN-ÖNEN, 1995, s. 67).

Yapılan teşviklerle birlikte, sektör yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payı 10 yıllık (1982-1991) dönemde % 0.6'dan % 4.3 seviyesine ulaşmış, 1994 yılında ise %2.24 seviyesine düşmüştür. Bu dönem sonunda Türk Turizmi uluslararası rekabette yer alan bir sektör konumuna gelmiştir. Son 10 yıllık dönemdeki bu yatırımların sonucu olarak Akdeniz Bölgesinde, konaklama yatırımları açısından en hızlı ve istikrarlı büyüme Türk turizm sektöründe görülmüştür.

Turizmin Türk ekonomisine sağladığı katkı dolayısıyla, plan hedeflerine ulaşmak için gerekli olan alt yapı, eğitim ve pazarlama dahil kamu sektörünün yapacağı toplam yatırımların 1999 yılı sonunda 8752216680 ABD Dolarına ulaşacağı beklenmektedir (DPT, 1995, s. 55). Sektöre yapılan yatırımların artmasıyla birlikte sektörden elde edilecek olan gelirler de artacak, böylece Türkiye dünya turizminde hak ettiği yere ulaşacaktır.

143. Türkiye'nin Turizm Gelirleri

Türkiye, dünyadaki çok sayıda turist için popüler bir turist çekim merkezi haline gelmiştir. Ülke için turizm önemli bir döviz kaynağı ve istihdam alanı olmuştur. Ülkenin turizmden elde ettiği gelirler özellikle son yıllarda önemli artışlar göstermiştir (FISH-GIBBONS, 1991, s. 165).

Turizm sektörünün ekonomi içindeki görece katkısını belirleyen göstergelerden bir tanesi, turizm gelirlerinin gayrisafi milli hasıla ve ihracat gelirleri içindeki payıdır. Turizm gelirlerinin GSMH ve ihracat gelirleri içindeki payının, yıllar itibariyle gelişimi, alt başlıklar altında aşağıda incelenmiştir:

1430. Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

Turizmden elde edilen gelirlerin ülke ekonomileri için oldukça önemli bir yeri vardır. Turizm gelirleri bazı ülkelerin, özellikle de gelişmekte olan ülkelerin GSMH'sında önemli bir yer tutar. Hatta İspanya, Portekiz ve Yunanistan gibi (turizm konusunda oldukça fazla ilerleme kaydetmiş) bazı Avrupa ülkelerinin GSMH'sında turizm gelirlerinin payı oldukça yüksektir. Örneğin 1975 yılında turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı İspanya'da % 3.4, Portekiz'de % 2.2, Yunanistan'da % 3.6 düzeyinde; Türkiye'de ise % 0.5 dolayında gerçekleşmiştir. 1986 yılında aynı oranlar sırasıyla % 5.2, % 5.3 ve % 4.7; Türkiye için ancak % 1.6 olarak tespit edilmiştir (YARCAN, 1994, s. 11).

Türkiye'de turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı planlı kalkınma döneminin başlangıcından (1963 yılından) itibaren çok küçük oranlarda artmış ve bu pay ancak 1984 yılından sonra % 1.0'ın üzerine çıkabilmiştir. Bu oranların yıllar itibariyle gelişimi tablo 2'de verilmiştir.

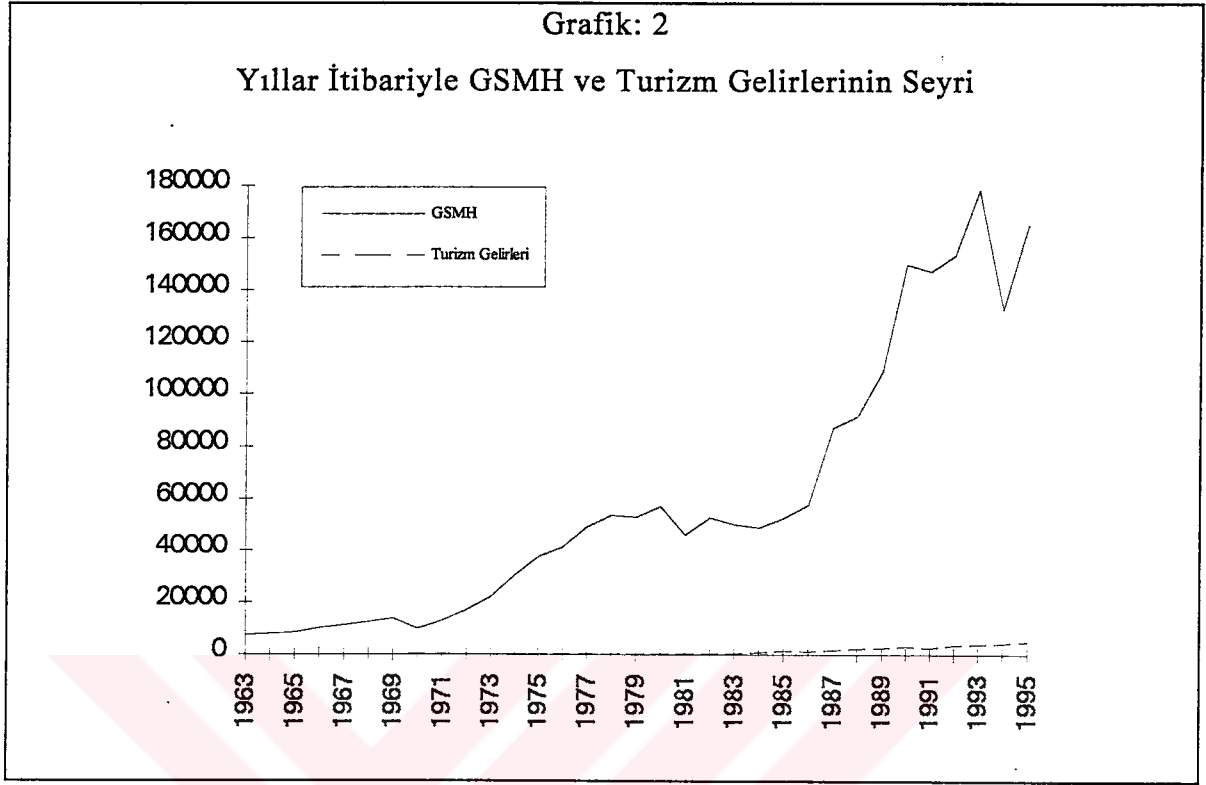
Türkiye 1980'li yıllardan sonra turizm alanında yaptığı önemli yatırım hamleleriyle birlikte ülkeye gelen turist sayısının artmasını sağlamış, bu da turizm gelirlerini arttırmıştır. Tablo 2'den de görüldüğü gibi turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ancak 1984 yılından sonra % 1'in üzerine çıkmış ve % 1.7 olarak gerçekleşmiştir. 1995 yılında ise elde edilen 4.957 milyar Dolar ile % 3'lük bir paya sahip olmuştur. Bu gelişmeler Grafik 2'de görülmektedir.

Tablo: 2

Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve Bu Gelirlerin GSMH İçindeki Payı

Yıllar	GSMH (milyon \$)	Turizm Gelirleri (milyon \$)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1963	7.422.4	7.7	0.1
1964	7.923.6	8.3	0.1
1965	8.525.1	13.8	0.2
1966	10.157.7	12.1	0.1
1967	11.275.8	13.2	0.1
1968	12.499.3	24.1	0.2
1969	13.877.0	36.6	0.3
1970	9.951.3	51.6	0.5
1971	12.969.9	62.9	0.5
1972	17.200.7	103.7	0.6
1973	22.130.7	171.5	0.8
1974	30.507.0	193.7	0.6
1975	37.598.0	200.9	0.5
1976	41.283.5	180.5	0.4
1977	49.177.1	204.9	0.4
1978	53.690.7	230.4	0.4
1979	52.962.2	280.7	0.5
1980	57.198.3	326.7	0.6
1981	46.087.2	381.3	0.8
1982	52.853.0	370.3	0.7
1983	50.153.5	411.1	0.8
1984	48.986.5	840.0	1.7
1985	52.597.6	1.482.0	2.8
1986	57.820.7	1.215.0	2.1
1987	87.142.2	1.721.1	2.0
1988	91.640.6	2.355.3	2.6
1989	109.017.5	2.556.5	2.3
1990	150.060.7	3.225.0	2.1
1991	147.367.5	2.654.0	1.8
1992	153.627.5	3.639.0	2.4
1993	178.714.7	3.959.0	2.2
1994	132.825.9	4.321.0	3.3
1995	165.519.4	4.957.0	3.0

Kaynak: TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 100.



1431. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı

Turizmin ekonomi içindeki yerini belirleyen göstergelerden biri de turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payıdır. Turizm, görünmez bir mal ihracatı gibidir. Deniz, kum, güneş ve konaklama tesislerinin sunduğu hizmetler gibi ihracı mümkün olmayan bazı mal ve hizmetler turizm sayesinde çekim ülkesinde turistlere satılarak bir tür ihracat yapılmaktadır. Ayrıca bu mal ve hizmetler satılırken, sigorta, navlun gideri gibi bazı giderlere katlanma zorunluluğu yoktur. Türkiye sahip olduğu doğal, coğrafi, tarihi ve kültürel varlıklarının oluşturduğu turizm potansiyeliyle turizm gelirlerini arttırmaktadır.

Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payının artması, turizm sektörünün, ödemeler dengesine olan katkısını ortaya koymaktadır. 1992 yılında İspanya, Avusturya ve Yunanistan gibi bazı Avrupa ülkelerinde turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı sırasıyla, % 34.6, % 34.8 ve % 34.3 düzeyinde gerçekleşmiştir (ONGAN, 1995, s. 125). Aynı oran Türkiye’de 1963 yılından

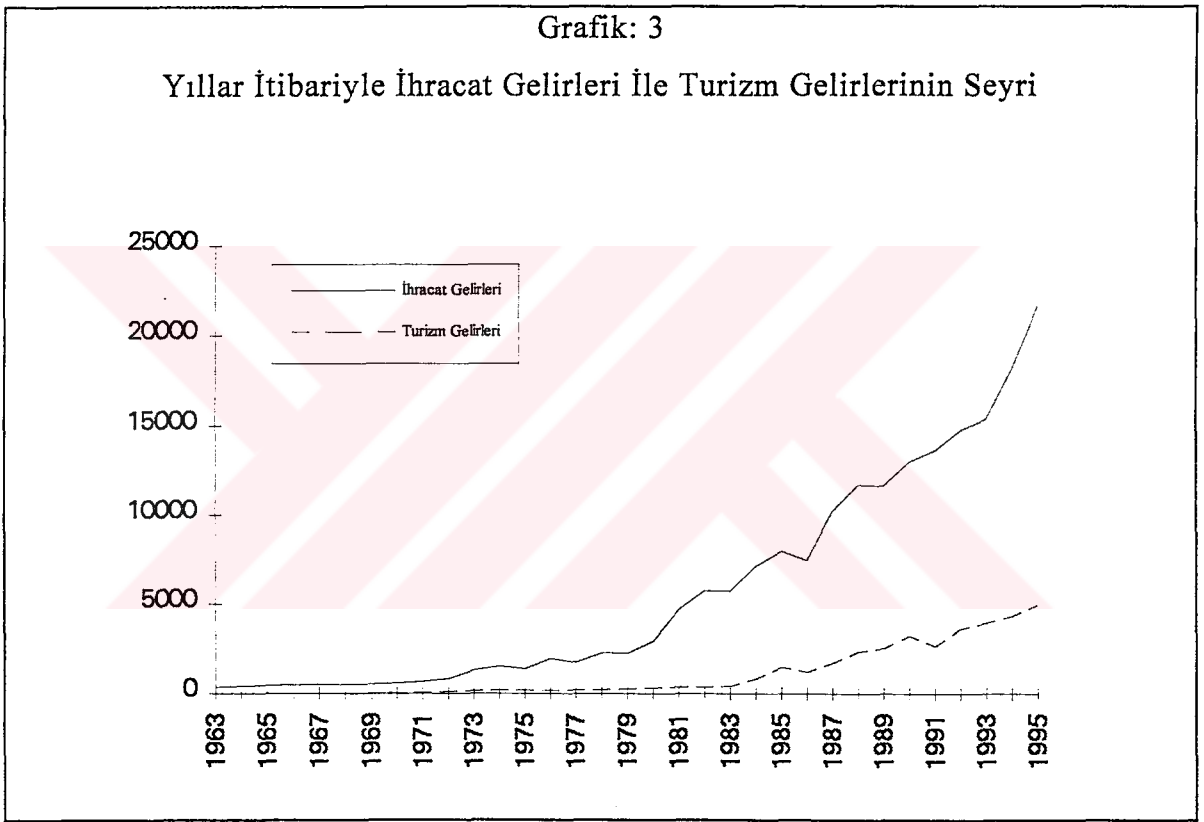
itibaren artış göstermiş, fakat 1988 yılına kadar % 20'nin altında kalmıştır. 1963 yılından sonraki gelişmeler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo: 3
Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve İhracat Gelirleri İçindeki Payı

Yıllar	İhracat Gelirleri (milyon \$)	Turizm Gelirleri (milyon \$)	Turizm Gelir. İhracat Gelir. İçin. Payı (%)
1963	368.0	7.7	2.1
1964	411.0	8.3	2.0
1965	464.0	13.8	3.0
1966	490.0	12.1	2.5
1967	523.0	13.2	2.5
1968	496.0	24.1	4.9
1969	537.0	36.6	6.8
1970	588.0	51.6	8.8
1971	677.0	62.9	9.3
1972	835.0	103.7	12.4
1973	1.317.1	171.5	13.0
1974	1.532.2	193.7	12.6
1975	1.401.1	200.9	14.3
1976	1.960.0	180.5	9.2
1977	1.753.0	204.9	11.7
1978	2.288.0	230.4	10.1
1979	2.261.2	280.7	12.4
1980	2.910.1	326.7	11.2
1981	4.702.9	381.3	8.1
1982	5.746.0	370.3	6.5
1983	5.727.8	411.1	7.2
1984	7.133.6	840.0	11.8
1985	7.958.0	1.482.0	18.6
1986	7.456.7	1.215.0	16.3
1987	10.190.0	1.721.1	16.9
1988	11.662.1	2.355.3	20.2
1989	11.625.0	2.556.5	22.0
1990	12.960.0	3.225.0	24.9
1991	13.593.0	2.654.0	19.5
1992	14.715.0	3.639.0	24.7
1993	15.345.0	3.959.0	25.8
1994	18.106.0	4.321.0	23.9
1995	21.636.0	4.957.0	22.9

Kaynak: TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 101.

Tablo 3'ten de görüldüğü gibi 1963 yılında % 2 olan turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı 1995 yılında % 22.9 olmuştur. Bu payın artmasında 1980'li yıllarda turizm sektöründe yapılan altyapı, üstyapı, reklam ve eğitim yatırımlarının rolü büyüktür. 1980'li yıllarda ihracata teşvik primi verilmesi sonucunda ihracat gelirlerinin artmasına rağmen, turizm gelirlerindeki artış daha hızlı olmuş ve ihracat gelirleri içindeki payı artmıştır. Bu gelişmeler Grafik 3'te görülmektedir.



144. Türkiye'nin Dünya Turizmi İçindeki Yeri ve Önemi

Türkiye coğrafi konumu itibariyle dünya turizm pazarında Avrupa kıtasının Doğu Akdeniz Bölgesinde yer almaktadır. 1990 yılında ziyaretçi sayıları bakımından Avrupa kıtasının dünya turizminden aldığı pay % 64 düzeyinde gerçekleşirken Akdeniz Bölgesinin aldığı pay ise 149 milyon kişiyle % 34 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl ziyaretçi sayıları bakımından Akdeniz bölgesinde

Türkiye'nin payı 5 milyon turist ile % 3.4 dolayında gerçekleşmiştir (YARCAN, 1994, s. 14-15).

1960 yılında Türkiye turizminin Akdeniz turizminden aldığı pay % 0.4 iken, bu pay 1990 yılında % 3.4'e ulaşmıştır. Akdeniz bölgesi dünya turizm pazarının yaklaşık % 35'ine sahip olmasına rağmen, Türkiye bu bölgedeki potansiyelden hem turist sayısı bakımından hem de turizm gelirleri bakımından yeterince pay alamamaktadır.

Türkiye'nin turizm potansiyeli ve ziyaretçi sayıları bakımından incelendiğinde Dünya ve Avrupa turizm pazarındaki payının giderek arttığı görülmektedir. Nitekim bunun yıllara göre dağılımı tablo 4'te verilmiştir.

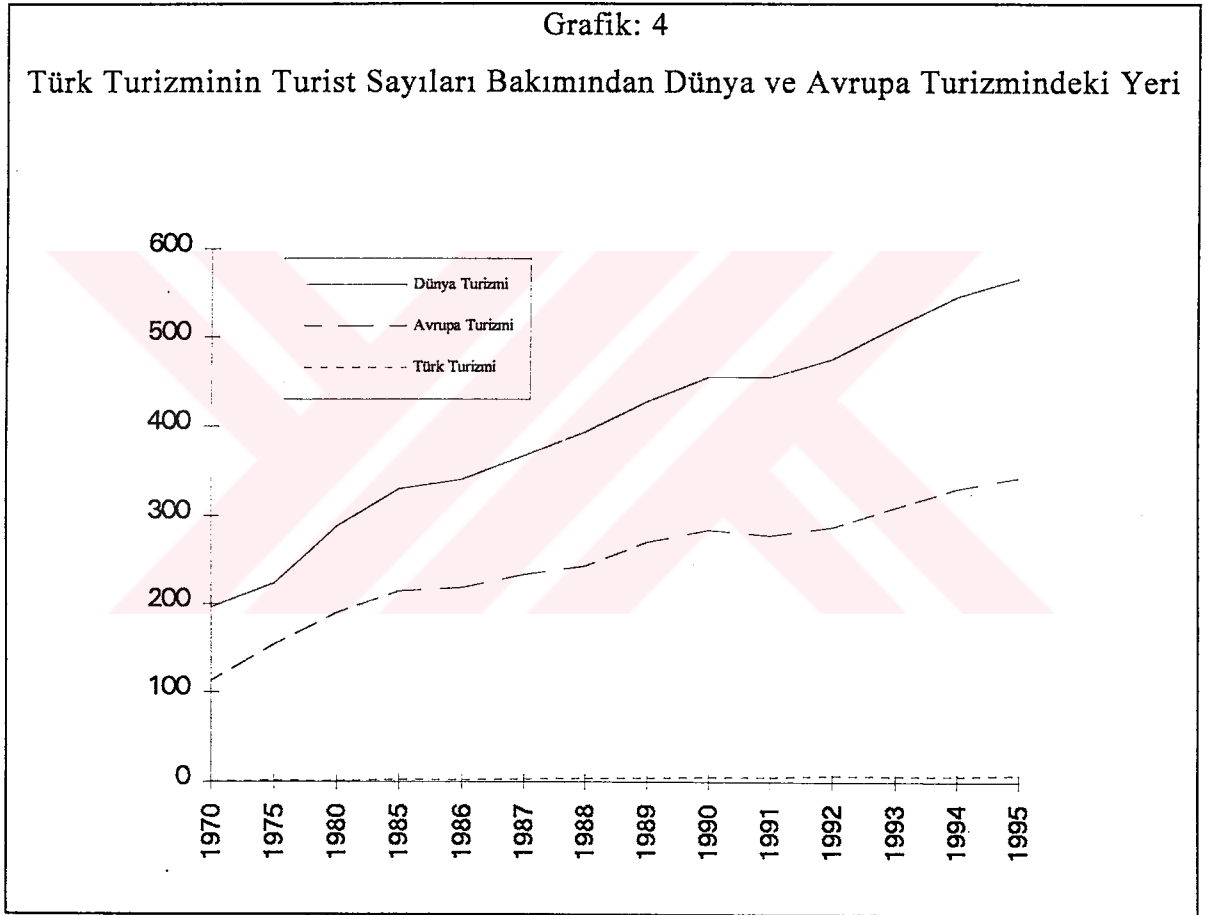
Tablo: 4
Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Payı (1970-1992) Turist Sayısı
(Milyon Kişi)

Yıllar	Dünya Turizmi	Avrupa Turizmi	Türk Turizmi	Türkiye'nin Payı (%)	
				Dünya'da	Avrupa'da
1970	196,6	113,1	0,725	0.4	0.6
1975	223,3	153,8	1,541	0.6	0.9
1980	287,8	189,8	1,288	0.4	0.6
1985	329,7	214,2	2,615	0.7	1.2
1986	340,8	218,3	2,391	0.7	1.0
1987	366,9	233,6	2,856	0.7	1.2
1988	393,8	243,1	4,173	1.0	1.7
1989	427,8	270,5	4,459	1.0	1.6
1990	455,5	284,2	5,374	1.1	1.8
1991	455,1	277,9	5,517	1.2	2.0
1992	475,6	287,5	7,076	1.4	2.4
1993	512,0	309,5	6,501	1.2	2.1
1994	546,2	330,2	6,671	1.2	2.0
1995	567,0	342,8	7,727	1.4	2.3

Kaynak: İÇÖZ, 1994, s. 150

TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 23

Turizm faaliyeti Türkiye’de varlığını ve ağırlığını 1980’li yıllardan sonra hissettirmeye başlamıştır. Türkiye’nin dünya turizm pazarındaki payı, turist sayısı bakımından 1970 yılında % 0.4 iken, 1995 yılında ancak % 1.4 düzeyine yükselebilmiştir. Aynı şekilde Avrupa’daki payı 1970 yılında % 0.6 iken, 1995 yılında % 2.3 düzeyine çıkabilmiştir. Bu gelişmelerin yıllar itibariyle seyri Grafik 4’te görülmektedir.



Türkiye’ye gelen turist sayısı bir önceki yıla göre sürekli biçimde artmaktadır. Fakat ülkede yaşanan bazı olumsuzluklar ve Türkiye’nin içinde bulunduğu bölgede meydana gelen siyasal, sosyal, ekonomik olaylar (Körfez Krizi, Çernobil Kazası, Kıbrıs Savaşı gibi) Türk turizmini kötü yönde etkilemiştir. Oysa ki, Türkiye sahip olduğu potansiyel bakımından Avrupa ve Dünya sıralamasında daha yükseklerde olmalıydı.

Turizm gelirleri bakımından ise, Türkiye 1970 yılında 51.6 milyon Dolar ile dünya turizminden % 0.2'lik bir pay alırken Avrupa turizminden aldığı pay % 0.4 olmuştur. 1995 yılından ise bu pay sırasıyla % 1.6'e ve % 2.5'e yükselmiştir. Sözkonusu oranların, yıllar itibariyle gelişmesi tablo 5'te verilmiştir. Ayrıca bu gelişmeler Grafik 5'te de görülmektedir.

Tablo: 5

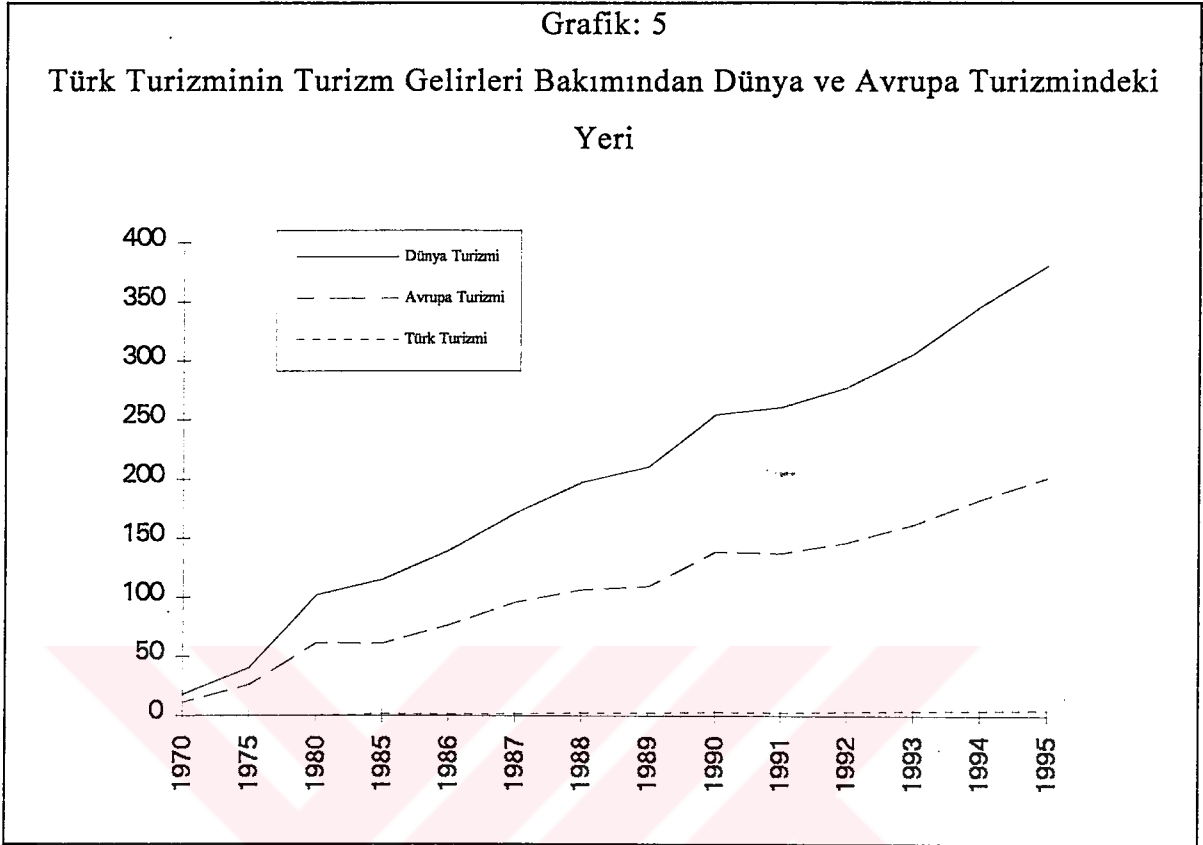
Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizm Gelirlerinden Aldığı Pay

Yıllar	Dünya Turizmi (Milyar Dolar)	Avrupa Turizmi (Milyar Dolar)	Türk Turizmi (Milyar Dolar)	Türkiye'nin Payı (%)	
				Dünya'da	Avrupa'da
1970	17.9	11.1	0.051.6	0.2	0.4
1975	40.7	26.1	0.200.9	0.4	0.7
1980	102.1	61.6	0.326.7	0.3	0.5
1985	115.4	61.2	1.482.0	1.2	2.4
1986	139.8	77.0	1.215.0	0.8	1.5
1987	171.6	96.4	1.721.0	1.0	1.7
1988	197.7	107.1	2.355.3	1.1	2.1
1989	210.8	110.0	2.556.5	1.3	2.3
1990	255.1	139.2	3.346.0	1.3	2.4
1991	261.1	138.1	2.654.0	1.0	1.9
1992	278.1	147.2	3.639.0	1.3	2.4
1993	307.0	162.5	3.959.0	1.3	2.4
1994	346.7	183.5	4.321.0	1.2	2.3
1995	381.7	202.0	4.957.0	1.6	2.5

Kaynak: İÇÖZ, 1994, s. 151

TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 23.

Dünyada en çok turist alan 40 ülke sıralamasında 1985 yılında 28. sırada yer alan Türkiye, 1994 yılında 6034 milyon turist ve % 1.12'lik bir pay ile 22. sıraya yükselmiştir. Dünyada en fazla turizm geliri elde eden 40 ülke sıralamasında ise 1985 yılında 17. sırada yer alan Türkiye, 1994 yılında 4.321 milyar Dolar ve % 1.27'lik pay ile 20. sıraya gerilemiştir (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, ss. 46-47).



1985'ten 1994'e kadar ülkeye gelen turist sayısı artmış fakat elde edilen gelirler nisbeten daha yavaş artmıştır. Bunun nedeni Türkiye'ye gelen turist profilinin değişmesidir.

Geçmişte kültür bazlı turizm talebi vardı ve boyutları küçüktü. Kitle turizmine uygun turizm arzıyla, turist profili de değişmiştir. Bu profil ucuzcu, paketlenmiş, gezi turlarına pek az katılan, ekstra harcaması olmayan, tüm gereksinmelerinin ücretini daha önce yurtdışındaki tur operatörüne ödemiş ve dolayısıyla ekstra harcama yapmayan bir turist profilidir (YARCAN, 1996, s. 32).

Akdeniz bölgesinde konaklama yatırımları açısından en hızlı ve istikrarlı büyüme Türk turizm sektöründe görülmüştür. 1990 yılında 173227 olan işletme belgeli yatak sayısı 1995 yılı sonunda 286463'e ulaşmıştır (TURİZM BAKANLIĞI, 1996, s. 9).

Türkiye, konaklama yatırımları açısından 1990-1995 yılları arasında Akdeniz bölgesinde en istikrarlı ülke olmasına rağmen, Avrupa ülkelerinin oldukça gerisinde kalmıştır. 1992 yılında İspanya'da 8.788 milyon, Fransa'da 4.066 milyon, Almanya'da 1.862 milyon işletme belgeli yatak varken, 3 yıl sonra 1995 yılında Türkiye'nin sahip olduğu işletme belgeli yatak sayısı 286463'tür (ONGAN, 1995, s. 129). Bu geri kalmışlığın nedeni ise, Türkiye'nin turizmde genç bir ülke olması ve yatırımların belirli bölgelerde yoğunlaşmasıdır.

15. Turizmin Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri

Turizmin ülke ekonomileri üzerinde olumlu ve olumsuz olmak üzere birçok etkisi vardır. Turizm, ekonomi üzerindeki etkilerini, milli gelire, ödemeler bilançosuna, istihdama, yabancı sermaye girişine ve enflasyona yaptığı katkılarla gösterir. Türkiye'de turizmin ekonomi üzerindeki bu etkileri özellikle 1980'li yıllardan sonra hissedilir bir şekilde görülmeye başlamıştır.

150. Ödemeler Bilançosuna Etkileri

Gelişmekte olan ülkeler, iktisadi kalkınmalarını gerçekleştirmek için gereksinim duydukları yatırım mal ve hizmetlerini satın almada zorluk çekmektedirler. Çünkü bu ülkeler kronik olarak döviz darboğazı ile karşı karşıyadırlar. Gelişmekte olan ülkeler için tarımsal ürün ya da sanayi ürünü ihracatı önemli bir döviz kaynağı olmasına rağmen, artan ithalat giderlerini karşılamaya her zaman yeterli olmamaktadır. Gelişmekte olan ülkeler genellikle ulusal sanayinin korunması ya da ithal ikamesi politikaları yoluyla döviz tasarruf etmeye, kazanmaya çalışmaktadır. Fakat bu politikaların uygulamaya konulması, iç pazarların darlığı gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle gelişmekte olan ülkeler, turizmi, geliştirilmesi gereken önemli sektörlerden biri olarak görmektedir.

Hızlı nüfus artışının, düşük gelir düzeyinin, işsizliğin ve çoğu buna bağlı eğitim, sağlık, teknoloji, enerji ve altyapı yetersizlikleri gibi sorunları ortadan kaldırmak zorunda kalan Türkiye, önemli atılımlar yapmak ve büyük yatırımlar gerçekleştirmek durumundadır. Bu yatırımları gerçekleştirebilmek için ekonomik ve teknolojik açıdan gelişmiş ülkelerden çeşitli makine, malzeme, ürün ve bilgi satın almak durumundadır. Bunun içinde önemli miktarda dövizle sahip olması gerekir.

Benzer turizm potansiyeline sahip bazı Akdeniz ülkelerinin giderek artan oranda turizm geliri elde etmeleri, doğanın son derece cömert davrandığı, Türkiye'nin ödemeler dengesinin devamlı açık vermesi, kalkınma için dövizle gereksinim duyulması, turizmin Türk ekonomisine büyük katkılar sağlayacağı görüşünü güçlendirmiştir (İLKİN-DİNÇER, 1991, s. 21).

Türkiye'nin ödemeler dengesi ile ilgili tablolar incelendiğinde ticaret dengesinin devamlı açık verdiği ve açığın önemli boyutlara ulaştığı görülür. Buna karşın, görünmeyen kalemler içinde yer alan işçi dövizlerinin ve turizm gelirlerinin hemen her yıl arttığı görülür. Geleneksel tarım ürünlerinin ihracat içindeki payını belli bir düzeyin üstünde artırmak, sınai ürünlerinden ülkenin döviz gereksinimini bütünüyle karşılayacak bir gelişme beklemek kısa dönemde zordur. İşçi dövizleri ve turizm gelirleri ödemeler dengesinde önemli döviz kaynakları olarak yer almaktadır. Fakat turizm gelirlerindeki artış, işçi dövizlerindeki artıştan daha fazla olmuştur.

1980 yılında işçi döviz gelirleri 2.071 milyar Dolar, tarım ve hayvancılık ürünleri ihracat gelirleri 1.671 milyar Dolar iken turizm gelirleri 326 milyon Dolar dolayında gerçekleşmiştir. Fakat daha sonraki yıllarda turizm sektöründe yapılan yatırımlar meyvelerini vermeye başlayınca turizm gelirleri önemli artışlar göstermiştir. 1995 yılında işçi döviz gelirleri 3.327 milyara, tarım ve hayvancılık ihracat gelirleri 2.314 milyar Dolara yükselirken, turizm gelirleri 4.957 milyar Dolara yükselmiştir (T.C. MERKEZ BANKASI, 1996, s.s. 115-116).

1995 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı % 22.9 düzeyinde gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin dış ticaret dengesine oranı, turizmin ödemeler dengesi için ne kadar önemli olduğunun göstergesidir.

Turizm gelirlerinin 1980-1995 yılları arasında dış ticaret dengesine oranı Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo: 6
Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Dengesine Oranı (Milyon Dolar)

Yıllar	Turizm Gelirleri	Dış Ticaret Dengesi	Turizm Gelir. Dış Tic. Deng. Oranı (%)
1980	326.7	4.999.3	6.5
1981	381.3	4.230.5	9.0
1982	370.3	3.096.7	12.0
1983	411.1	3.507.2	11.7
1984	840.0	3.623.3	23.2
1985	1.482.0	3.385.4	43.8
1986	1.215.0	3.648.1	33.3
1987	1.721.1	3.973.1	43.3
1988	2.355.3	2.677.6	88.0
1989	2.556.5	4.167.0	61.4
1990	3.225.0	9.342.0	35.4
1991	2.654.0	7.454.0	55.8
1992	3.639.0	8.156.0	44.6
1993	3.959.0	14.083.0	28.1
1994	4.321.0	5.164.0	83.6
1995	4.957.0	1.4073.0	35.2

Kaynak: TC.TURİZM BAKANLIĞI, 1996. s. 101.

Tablo 6'da görüldüğü gibi, turizm gelirleri 1985 yılından sonra dış ticaret açığının önemli bir bölümünün kapanmasında rol oynamıştır. Turizm gelirleri Türkiye'nin ödemeler dengesi problemlerinde çok önemli bir döviz kaynağıdır.

151. Milli Gelire Etkisi

Günümüzde parasal ve kitlesel bir olay haline gelen turizmin ülke ekonomileri üzerinde yaptığı etkiler giderek önem kazanmaktadır. Turizm hareketlerinden kaynaklanan harcama-gelir akımı, turizm gelirlerinin ekonomik açıdan bazı özelliklerini ortaya koyar. Ekonomik açıdan özellikle gelişmiş ülkelere, gelişmekte olan ülkelere döviz akımını ve gelir transferlerini sağlar. Gelişmiş ülkelerde sosyal haklar daha fazladır ve bu ülkelerde kişi başına düşen gelir de yüksektir. Ve bu fazla gelirler turizm aracılığı ile gelişmekte olan ülkelere aktarılır. Ayrıca kum, deniz, temiz hava gibi sıfır maliyetli ve normal olarak ticari niteliği olmayan veya atıl işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli kaynakların turizm yoluyla değer kazanması ve gelir yaratması mümkün olabilmektedir. Bu sebeplerden dolayı da turizm, ulusal gelire doğrudan ek bir katkı sağlamaktadır.

Turizm, bir taraftan ulusal gelir yapısı içinde yer alırken, diğer taraftan çarpan mekanizması nedeniyle ulusal ekonomi de geniş bir gelir etkisi gösterir. Yerli ve yabancı turistlerin, konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence, alış-veriş ve diğer sebeplerle yaptıkları harcamalar ekonominin diğer sektörlerine de dağılarak kendisinden birkaç kat fazla ek gelir yaratılmasını sağlar.

KEYNES ve KAHN'ın çarpan teorisine göre, çarpan etkisi harcamalar veya yatırımlar üzerinde olabileceği gibi gelirler ve tasarruflar üzerinde de olabilir. Çarpan mekanizmasına turizm ve özellikle turist harcamalarında başvurulur. Tatile giden turistler konakladıkları yerlerde mal ve hizmet alımı karşılığı para ödeyeceklerdir. Bu mal ve hizmetleri satanlar elde ettikleri gelirin bir kısmını tasarrufa ayırıp geri kalanını harcayacaktır. Bu süreç, ilk elde edilen gelirin

giderek azalan etkisi sıfır oluncaya kadar devam edecektir. Böylece turistlerden elde edilen gelir milli ekonomiye kendisinden daha fazla bir ek katkı sağlayacaktır (SESSA, 1974, s. 78).

Türkiye'ye gelen turistlerin tüketim harcamaları ile turizmi geliştirmek ve turizmin etkilerinden yararlanmak isteyen kuruluşların yatırım harcamaları milli geliri doğrudan ve dolaylı şekillerde etkilemektedir. Turizmde yaratılan gelir, tarım, inşaat, mobilya ve dekorasyon, gıda endüstrisi ve benzeri birçok sektörü uyarmakta ve bu sektörlerde yeni talepler ve gelirler yaratmaktadır (TİMUR, 1986, s. 190). Bu gelirler, kişilerin gelir ve refah düzeylerini yükseltmekle birlikte, döviz geliri olması nedeniyle Türkiye'nin dış alım gücünü arttırmaktadır. Ayrıca Türkiye'de turist harcamaları çoğu kez büyük endüstri ve ticari merkezler dışında kırsal bölgelerde, köy ve kasabalarda yapılmaktadır. Böylece daha adil bir gelir dağılımı sağlanmakta ve geri bölgelerin kalkınmasına uygun fırsatlar yaratılmaktadır.

Turistlerin yapmış olduğu bir birimlik harcamanın Türkiye ekonomisinde yaratacağı gelir artışını bulabilmek amacıyla, 1991-1992 yılları için turistik çarpan katsayısı hesaplanmış ve bu katsayı 4.03 olarak bulunmuştur. Bulunan bu 4.03'lük katsayı değerinin sektörde, turistlerin yapmış olduğu 1 Dolarlık harcamanın, Türkiye'de 4.03 Dolarlık gelir yaratıcı etkide bulunduğunu göstermektedir (TURİZM BAKANLIĞI, 1993, s. 69). Buna göre 1992 yılında elde edilen 3.699 milyar Dolarlık turizm geliri Türkiye ekonomisinde 14.907 milyar Dolarlık bir gelir yaratmıştır.

Türkiye'de çarpan katsayısının yüksek olmasının nedenlerinden biri, marjinal tasarruf eğiliminin düşük olması, diğeri ise sağlanan döviz gelirlerinin çok büyük kısmının ülke içinde kalması, kaçak ya da sızıntıların fazla olmamasıdır (BARUTÇUGİL, 1986, s. 120).

Turizmin Türkiye ekonomisindeki yerinin ve öneminin milli gelir açısından incelenmesinde, turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla içindeki payı da gözönünde bulundurulmalıdır. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı özellikle 1980'li yıllardan sonra sürekli artmış ve 1995 yılında % 3.0 düzeyine ulaşmıştır.

152. İstihdama Etkisi

Gelişmekte olan ülkelerin temel amacı, ülkelerini bir sanayi toplumuna dönüştürmek ve ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirmektir. Fakat günümüzde sanayileşme, gelişmekte olan ülkelere, teknolojik gelişme nedeniyle istihdam sorunları ortaya çıkarmaktadır. Yani teknolojiler büyük ölçüde emekten tasarruf etmekte ve böylece gelişmekte olan ülkelere hızlı nüfus artışıyla zaten var olan istihdam sorunu giderek artmaktadır. Artan istihdam sorununun çözümü ise, gelişmiş ülkelere olduğu gibi, işsizlerin büyük çoğunluğunun hizmetler sektöründe massedilmesidir.

Günümüzde gelişmiş ülkelere istihdamın sektörler itibariyle dağılımı incelendiğinde ilk sırada hizmetler sektörünün, ikinci sırada sanayinin, üçüncü sırada ise tarımın yer aldığı görülür. Bazı ülkelere toplam istihdam da hizmetler sektörünün payı şöyledir: ABD'de % 69.3, İngiltere'de % 66.8, Fransa'da % 66.4, Almanya'da % 57.1 iken gelişmekte olan ülkelere Türkiye'de % 35.4 ve Mısır'da % 34'tür (İLKİN-DİNÇER, 1991, s. 27).

Turizm kesiminde hizmet unsuru çok önemli bir yer tutmakta, hizmet de ancak insan tarafından gerçekleştirilmektedir. Turizm sektöründe makineleşme ve otomasyona dönüşümün çok az olması nedeniyle bu sektörün hizmet verebilmesi için insan gücü gereklidir. Teknolojik yeniliklerin bu sektörde de uygulanmasına rağmen, işlerin büyük bölümü insanlar tarafından yapılır. Örneğin, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, resepsiyon hizmetleri ve benzeri hizmetler insanlar tarafından yapılır.

Dünyada en geniş istihdam kapasitesine sahip olan turizm sektörü, konaklama, yeme-içme ve seyahat işletmelerinde 45 milyondan fazla insan doğrudan istihdam imkanı sağlamıştır. Dolaylı ve dolaysız olarak dünyada çalışan 16 kişiden 1'inin iş alanı turizm olmuştur (İTO, 1992, S. 31). 1988 yılında Kanada'da turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 600000'i aşmıştır. Günümüzde bu sayı daha da artmıştır. 1975-1987 yılları arasında turizmin yarattığı istihdamdaki büyüme, Kanada ekonomisinin büyük endüstriyel sektörlerinden daha baskın çıkmıştır (QIU-ZHANG, 1995, s. 43).

Türkiye'de de turizm sektörü istihdam problemlerinin hafifletilmesinde önemli bir rol oynar. Fakat Türkiye'de istihdam konusunda turizm sektörü en belirsiz sektörler arasında yer alır. Bu konuda güvenilir sonuçlar ortaya koyabilecek bir araştırma olanağı yok denecek kadar azdır. Belgeli tesisler dışındaki turistik tesislerin nerede başlayıp nerede bittiğinin belirlenememesi yanında, büyük işletmeler dışındaki işletmeler tarafından kayıtdışı işçi çalıştırmanın yaygın olması istihdamın büyüklüğünün saptanmasının zorlaştırmaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre 1989 yılında konaklama tesisleri ile yeme-içme işletmelerinde 319123 kişinin çalıştığı belirlenmiştir (GÖRGÜLÜ, 1994, s. 60). 1995 yılında Ongan'ın yaptığı bir araştırmaya göre Türkiye'de turizm sektöründe doğrudan istihdam edilen (konaklama, yeme-içme, seyahat acentaları, ulaştırma ve turizm organizasyonları) personel sayısı 1983 yılında 67268 iken, bu sayı 1993 yılında 196765'e yükselmiştir. Sektörde dolaylı olarak istihdam edilen personel sayısının ise doğrudan istihdamın yaklaşık 3 katı olduğu tahmin edilmektedir (ONGAN, 1995, s. 127). Bu iki araştırmadaki rakamlar arasındaki farklılıklar Türkiye'de istihdam konusunda turizm sektörünün belirsizliğinden dolayı ortaya çıkmıştır. Ayrıca turizmin sezonluk olma özelliği de bu farklılık da etkilidir.

OECD istatistiklerine göre Türkiye'de otelcilik sektöründe çalışanların toplam aktif nüfusa oranı % 8.0, toplam servis sektörüne oranı ise % 3.2'dir (DPT, 1995, s. 96). Bununla birlikte belgeli ve belgesiz yatak sayısının artması, diğer

yeme-içme ve seyahat işletmelerinin sayısının artmasıyla turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı daha da artacaktır.

Türkiye’de turizm sayesinde, tarım, sanayi, ya da ticaret alanındaki ekonomik faaliyetlerle fazlaca gelişme şansına sahip bulunmayan Ege ve Akdeniz kıyılarındaki birçok köy ve kasabada çoğu mevsimlik olmak üzere, önemli bir sermaye yatırımı gerektirmeyen basit ve geçici işyerleri açılmakta ve bölge halkı için geçici istihdam sağlanmaktadır.

Sonuç itibariyle, dünyada ve Türkiye’de turizm (emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle) gelecekte karşılaşılabilecek olan işsizlik sorununun çözümünde alternatif bir sektör olarak değerlendirilmektedir.

153. Yabancı Sermaye Girişi Üzerine Etkileri

Yabancı sermaye Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler yönünden üzerinde önemle durulması gereken bir konudur.

Yabancı sermaye ülkeye teknoloji ve sermaye transfer etmekte, ihracata büyük ölçüde katkı sağlamakta, ülkeye yönetim becerisi getirmekte ve verimliliği arttırmaktadır. Yabancı sermaye yatırımlarının, yatırım yapılan ülke üzerinde üretim, istihdam, gelir, fiyat, ihracat-ithalat, ödemeler dengesi, ekonomik gelişme ve genel refah gibi ekonomik etkileri mevcuttur.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra özel kesim ağırlıklı, dışa açık bir iktisadi kalkınma politikası izleyen Türkiye, dış kaynak kullanımını artırmak için 1954 yılında 6224 sayılı Yabancı Sermaye Teşvik Kanunu ile yabancı özel yatırımcılara, yerli girişimcilere açık olan tüm alanlarda faaliyette bulunma izni verilmiştir. Fakat 1980’li yılların ortalarına kadar bu yasa kanalı ile Türkiye’ye kayda değer bir yabancı özel sermaye girişi olmamıştır (ŞAHİN, 1995, s. 335).

Turizm kesiminde de yabancı sermayeden değişik amaçlarla yararlanmak mümkündür. Finansmana katkısı, eğitim olanaklarının sağlanması, Turistik tesislerin pazarlanması, dış talebin yaratılması yabancı sermaye vasıtasıyla gerçekleştirilebilir. Yabancı sermaye yatırımcıları kendi ülkelerinde yaptıkları faaliyetlerle özellikle turistik tesislerin pazarlanması ve dış talep yaratılması konularında başarılı olurlar.

Karlı bir sektör olmasına rağmen Türkiye’de turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımlarında ancak 1980’li yılların ortasından sonra önemli bir gelişme görülmüştür. Bunun nedenleri, ülkede görülen istikrarsızlıklar ve Yabancı sermayeyi Teşvik Kanunu’nun iyi uygulanamamasıdır.

Ülkede, turizm sektöründeki yabancı sermayeli ilk yatırımı 1965 yılında İngiliz British Petroleum Şirketi kamping tesisleri kurarak gerçekleştirmiştir (ŞAHİN, 1992, s. 157).

Türkiye’de izin verilen yabancı sermaye yatırımlarının ve bu yatırımlar içinde turizm yatırımlarının yıllara göre payı tablo 7’de verilmiştir.

Tablodan da görüldüğü gibi yabancı sermaye yatırımları 1986 yılından sonra sürekli olarak dalgalanma göstermiştir. 1987 yılında yabancı sermayeli turizm yatırımlarında önemli bir artış olmuştur. Bu artışın nedeni, turizm sektörünün karlı bir sektör olması ve bu yıllarda turizm sektöründe önemli miktarlarda yatırım hamlelerinin yapılmasıdır. Genel olarak yabancı sermayeli toplam yatırımlar içinde turizmin payı % 12 ile % 19 arasında değişmiştir. 1992 yılından sonra önemli miktarlardaki düşüşün nedenleri arasında bölgede meydana gelen "Körfez Krizi" gösterilebilir.

Tablo: 7

Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları (Milyon Dolar) ve Turizmin Payı (%)

Yıllar	Toplam Yabancı Serm. Yatırımları	Yabancı Sermayeli Turizm Yatırımları	Turizmin Payı (%)
1986	363.94	46.63	12.8
1987	536.49	132.68	24.7
1988	824.47	157.18	19.0
1989	1.470.46	255.65	17.4
1990	1.784.28	267.64	15.0
1991	1.909.43	243.06	12.7
1992	1.820.00	97.20	5.3
1993	2.271.30	77.30	3.4
1994	1.484.70	97.80	6.6
1995	2.938.30	113.70	3.8
1996	3.857.00	146.40	3.8

Kaynak: DPT, 1989, s. 47

DPT, 1992, s. 62

DPT, 1995, s. 74

DPT, 1997, s. 74.

1994 yılında turizm sektöründeki yabancı sermayeli yatırımların azalmasının nedeni ülkede ekonomik kriz nedeniyle oluşan belirsizlik ortamı ve yüksek enflasyondur (TOBB, 1995, s. 80).

Türkiye’de turizmin, ülkeye yabancı sermaye girişini teşvikinde küçümsenemeyecek bir payı vardır.

154. Enflasyona Etkileri

Turistler, kendi oturdukları yerde kazandıkları parasal gelirlerini tatil için gittikleri yerlerde harcarlar. Bu, gidilen bölgenin gelirini arttırırken, bir yandan da enflasyonist baskılara yol açabilir. Turistler, ya daha yüksek gelire sahip oldukları, ya da seyahat için para biriktirip seyahat esnasında fazla harcama eğilimine sahip oldukları için, yöre halkından daha yüksek bir harcama gücüne sahiptirler. Bu gibi nedenlerle turistlerin yemek, ulaşım ve el sanatları gibi mallara daha yüksek bir ödeme olanağının bulunması enflasyonist baskılar yaratabilmektedir.

Herhangi bir sektördeki mevcut ekonomik dengelerin bozulması, o sektörde bir enflasyona neden olabilmektedir. İşte bu noktada turizmin diğer sektörlerle sürekli, yakın bir iletişim içersinde bulunması, turizmin bu sektörlerdeki enflasyonu körüklemesine ve ülkedeki genel enflasyonu da artırıcı baskı yapmasına neden olabilmektedir. Bu aşamada, çağdaş turizmin bir kitle tüketimi ve mevsimlik özellik taşıması, zaman ve mekan içinde turistik akımların kuvvetli konsantrasyonu ve artan turizm talebi karşısında elastik olmayan bir turizm arzı ile karşılaşılması, turizmin enflasyon faktörü olması sonucunu doğurmaktadır (TÜRKSÖY, 1992, s. 50).

10-15 bin nüfuslu turistik yerlerin turizm sezonunda 120-200 bin nüfusa ulaşmasıyla talep artmakta, fakat kısa dönemde arzın hemen arttırılamaması enflasyona neden olmaktadır.

Enflasyon, gıda, giyim, ulaşım ve konut türünden temel maddelerin fiyatlarını etkilediğinde yöre halkının refahı üzerinde olumsuz etkiler yapabilir. Ayrıca turizm endüstrisinin geliştiği bir bölgede arazi fiyatları da hızla yükselmektedir. Bu da yerli halkın bu bölgede konut edinmesini zorlaştırmaktadır (ÖZDEMİR, 1992, s. 52).

Turizm kesiminde hizmette kalitenin ön plana çıkması, nitelikli işgücünün yetersizliği gibi etkenler; turizm işletmelerini, başka işletmelerin elemanlarını, ara ve üst düzey yöneticilerini daha yüksek ücretler vererek istihdam etmelerine neden olmakta, bu da işgücü maliyetlerini arttırabilmektedir (İLKİN-DİNÇER, 1991, s. 39).

Türkiye’de turizm sektörünün enflasyonun nedenlerinden biri olması, daha çok 1983-1985 dönemine rastlar. 1983-1985 döneminde yıllık ortalama % 23 civarında artan turizm talebine karşın, arzdaki artış % 17 civarında gelişme kaydetmiş ve bir arz yetersizliği sözkonusu olmuştur. Bu durum 1986 yılına gelindiğinde ise, ters yönde bir eğilim kazanarak, arzdaki artışın talebi aşması nedeniyle enflasyonist etkiyi azaltmıştır (TÜRKSÖY, 1992, s. 55).



İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZM TALEBİNİ EKTİLEYEN FAKTÖRLERİN İKTİSADİ ANALİZİ

20. Turizm Talebi ve Önemi

Turizm talebi, belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri, bazı nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satınalma gücüne ve zamana sahip olan insanların miktarıdır (ŞAHİN, 1992, s. 18). Turizm talebi üç biçimde olabilir. Bunlar;

-Seyahat hizmetlerini talep eden ve turizm merkezlerine giden, hizmetleri kullananların oluşturduğu gerçek talep,

-Seyahat etme ve turizm hizmetlerini kullanma güdülerine sahip olan ancak geçici veya parasal nedenlerle seyahati gerçekleştiremeyenlerin oluşturduğu potansiyel talep,

-Güdülendiğinde seyahat edecek olan fakat olanaklar ve kolaylıklar hakkında bilgisi bulunmadığı için seyahat talebini gerçekleştiremeyenlerin oluşturduğu çarpıtılmış taleptir.

Turizm talebi ülke içi ve ülke dışı turizm talepleri olmak üzere iki ayrı unsurdan oluşur.

Turizm talebi, ziyaretçi sayıları, ortalama kalış süresi, ortalama günlük harcama, varış, geceleme ve gelir ile ölçülür. Bir ülkeye yönelik turizm talebi ve gelirleri incelerinken, yabancı ziyaretçilerin sayıları, kalış süreleri ve harcamaları değerlendirilir.

Uluslararası turizm dünya ticareti içinde çok önemli bir konuma ve birçok ülkeyi ekonomik yönden etkiler hale gelmiştir. Turizmin önemini kavrayan ülkeler turizm sektörü için yatırımlar yapmakta ve turizmi geliştirmek için politikalar belirlemektedirler.

Bir ülkedeki turizm talebinin bilinmesi etkili bir turizm planlama ve politikası için çok önemlidir. Söz konusu talep özellikle ulusal tur organizasyonları, havayolu şirketleri, otelciler, oto kiralama şirketleri vb. için oldukça önemlidir (WITT-MARTİN, 1987, s. 23).

Uluslararası turizm, herbiri değişen derecelerde farklı faktörler tarafından etkilenir. Turizm talebi ile ilgili çalışmalar incelendiğinde genellikle turizm talebini etkileyen en önemli faktörlerin gelir ve fiyat olduğu görülür. Ayrıca ulaştırma imkanının uygunluğu ve elde edilebilirliği, gidilecek ülkedeki coğrafi yerler, doğal ve tarihi çekicilikler, politik ve ticari olaylar da turizm talebini etkiler (GUNADHİ, BOEY, 1986, s. 239).

Bir ülkeye yönelik turizm talebinin incelenmesi ve arzın talebe uyumunun gözönüne alınması gerekir. Çünkü turist çeken ülkenin turizm arzı ülkeye yönelik turizm talep türünü ve pazarı belirler. Talebi belirleyen faktörler genellikle çekim ülkesinin dışındadır.

21. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Kişilerin ulusal ve uluslararası turizm hareketlerine katılmalarını olduğu kadar, bu ülkeye giderek turist sayısını, kullanılacak ulaşım araçlarını, turistlerin gittikleri bölgelerdeki konaklama sürelerini ve yapacakları harcamaların miktarlarını etkileyen önemli faktörler bulunmaktadır. Bunlar, turizm talebini etkileyen ekonomik, siyasal, sosyal ve psikolojik faktörler olarak sınıflandırılabilir.

Turizm talebinin bazı özellikleri mevcuttur. Turizm talebinin gelir ve fiyata karşı esnekliği yüksektir, sezonluk bir karakteristiğe sahiptir, politik istikrarsızlık, doğal afetler, bulaşıcı hastalıklar gibi etkenlere karşı da yüksek esnekliğe sahiptir. Ayrıca uzaklık, özel bir öneme sahiptir (TANSEL, 1991, s. 267).

Sonuç olarak turizm talebini etkileyen faktörler, ekonomik, sosyal, psikolojik faktörler ve diğer kalıcı ve geçici nedenler başlığı altında toplanabilir. Ekonomik ve sosyal faktörler genel talep faktörleri olarak adlandırılırlar. Bunlar turizm talebinin oluşması için gereken faktörlerdir.

210. Ekonomik Faktörler

Turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler, nüfus, gelir düzeyi, ulaşım, turistik ürünün fiyatı ve gidilecek bölgedeki konaklama arz kapasitesidir. Bu faktörlerden sadece gidilecek bölgedeki konaklama arz kapasitesi çekim ülkesi tarafından belirlenir. Diğerleri ise çekim ülkesinin kontrolü dışındadır.

2100. Nüfus

Nüfus, turizm talebini doğrudan büyüklüğü, yoğunluğu ve dağılımı ile belirler. Nüfusun kırsal veya kentsel ağırlıklı olması, kültür düzeyi, demografik yapısı turizm talebini etkiler. Nüfusun yapısı ise, genç, yaşlı vb. turizm talebinin yöneleceği ürünleri belirler (YARCAN, 1994, s. 30).

Toplumlarda şehirleşmenin ve nüfusun artmasıyla kalabalık şehirlerden bunalan, gürültüden ve stresten kaçan insanlar dinlenme ve eğlenme için başka yerlere giderek turizm aktivitelerine katılırlar. Ayrıca şehirlerde yaşayan insanlar ücretli tatil gibi sosyal güvenlik haklarından yararlanırlar. Son yıllarda dünya da en çok turist gönderen ülkeler Almanya, ABD, Fransa gibi nüfusu fazla ve sosyal güvenlik bakımından ileri ülkelerdir.

2101. Gelir Düzeyi

Gelir düzeyi, turizm talebini etkileyen en önemli etkendir. Gelir düzeyi, gelir dağılımı, harcanabilir gelir turizm talebinin dalgalanmasına neden olur.

Talep kanununa göre, tüketici gelirindeki değişiklikler tüketim için talepte değişikliklere neden olabilir. Gerçek gelirlerdeki bir artış, tüketicilere daha büyük harcama gücü sağlar ve bu da talebi artırır. Turizm talebinin gelir esnekliği, talep miktarındaki değişimin gelirdeki değişmeye oranlanması ile hesaplanabilir. Genellikle, uluslararası turizm bir gereklilikten çok bir lüks olarak kabul edilir ve turizmin gelir esnekliğinin 1'den büyük olduğuna inanılır (CROUCH, 1992, s. 645). Turizm tedbirli bir harcama gerektirdiği için gelirdeki değişmelere oldukça duyarlıdır. Turizm, gelir düştüğünde vazgeçilebilecek ilk harcamalardan birisi olduğu gibi; gelir arttığında turizme yönelik talebin de artacağı beklenebilir.

Turizm talebinin gelir esnekliğinin yüksekliği, seyahatin büyük ölçüde tüketim koşullarına ve ekonomik beklentilere bağlı olmasının ana nedenidir. Ekonomik durgunluk dönemlerinde aileler, seyahat ve dayanıklı tüketim mallarına ayırdıkları payı azaltarak daha çok tasarruf yapmaya yönelirler. Aile bireyleri yeme-içme barınma gibi temel gereksinimlerinden özveride bulunmaktansa, tatil yapmamayı tercih ederler. Fakat tatil harcamalarından yapılan tasarrufu arttırmak, daha önceden planlanmış bir tatil programının iptal edilmesine neden olmayabilir. Böyle bir durumda, kişiler tatil süresini kısaltabilir ya da daha yakın bir yere gidebilirler (SMERAL, 1988, s. 38).

Gelir düzeyinin artışı ve harcanabilir gelirin yükselmesiyle turizm talebinin artışı arasında doğrudan bir ilişki vardır. Uluslararası turizm talebinin gelişmiş ülkelerden kaynaklanması bu ülkelerdeki yüksek harcanabilir gelir ve sosyal refah ile açıklanır.

2102. Ulaşım

Turist gönderen ülkenin, turist kabul eden ülkeye olan uzaklığı ve ulaştırma olanakları ekonomik bir unsur olarak turizm talebine etki eder. Uzaklık ile konaklama süresi arasındaki ters ilişkinin yanısıra, turistik tüketim harcamalarına akan pay ile ulaştırmaya akan pay arasında da ters bir ilişki söz konusudur (KOZAK ve diğerleri, 1994, s. 66). Ulaşım, turizm talebinin çekim merkezine varması, talebin yönlendirilmesi açısından işlevseldir. Ulaşım fiziki uzaklığı azaltır, zaman tasarrufu sağlayarak potansiyel talebin gerçek talebe dönüşmesine yardımcı olur. Yolculuk süresi, ulaşım aracının güvenliği ve konforu önem taşır. Günümüzde uluslararası turizmin gelişmesinde etkili olan en önemli faktörlerden biri de ulaşımın daha konforlu, daha güvenli ve daha ucuz hale gelmiş olmasıdır.

Turistik tüketim harcamalarına ayrılan pay ile ulaştırmaya ayrılan pay arasındaki ters orantılı ilişki nedeniyle, uzaklığın artması ulaştırma maliyetlerini arttıracak ve turistik tüketime ayrılan payı azaltacaktır. Bu da turizm talebinin azalmasına neden olacaktır. Yani ulaşım maliyetleriyle turizm talebi arasında da ters yönlü bir ilişki mevcuttur. 1994 yılında Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bakanlığı'nın 1993 yılı içinde yaptığı paket tur fiyatının dağılımı konulu bir araştırmada toplam paket tur maliyetinin % 44'ünün ulaşımaya ayrıldığı tesbit edilmiştir (TURİZM BAKANLIĞI, 1994, s. 2). Ayrıca çok iyi düzenlenmiş ve yapılmış yollara sahip, ulaşım araçlarının fiyatları istikrarlı ve ekonomik, ulaşım araçları güvenli, konforlu olan ülkelerde turizm talebi yüksek olmaktadır.

2103. Turistik Ürünün Fiyatı

Talep teorisine göre bir mal ya da hizmetin talebini etkileyen en önemli faktörlerden biri o mal ya da hizmetin fiyatıdır. Bir mal veya hizmetin fiyatı ile o mal veya hizmetin talebi arasında ters yönlü bir ilişki vardır.

Turizm mal ve hizmetlerin bir karışımıdır. Bu nedenle uluslararası turizm gibi bir ürün için, fiyat çok sayıda bileşenden oluşur. Turist olarak gidilen ülkeden satın alınan mal ve hizmetlerin maliyeti normal olarak toplam fiyatların büyük bir kısmını oluşturacaktır. Özellikle uzun havayolu seyahatinde taşımacılık maliyetleri de önem arzeder. Ayrıca seyahat sigortası, seyahat zamanı, fırsat maliyeti veya döviz kurlarındaki değişiklikler maliyetler dolayısıyla fiyatları etkileyecektir (CROUCH, 1992, s. 649).

Turizm bir lüks mal niteliğinde olduğu için fiyattaki değişiklikler turizm talebini ters yönde etkileyecektir. Turistik ürünün fiyatının artması talebi, gelir etkisi ile kısacak veya ikame etkisi ile başka türüne yöneltecektir. Örneğin, yurt dışına on günlüğüne bir tatile gidecek bir turist, turistik ürünün fiyatının artması sonucu ya tatilinin süresini azaltacak, ya da yurt dışına gitmeyip yurt içinde tatile çıkacaktır.

Turizmde ikame olanakları sözkonusu olduğu zaman, alternatif turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında oluşan düşme turizm talebinde de düşmeye yol açacaktır. Örneğin, birbirine yakın turistik arz potansiyeline sahip iki bölgeden birisinin fiyatındaki düşme, diğer bölgeye yönelik turizm talebinde de düşmeye yol açacaktır. Turistler, yalnızca belli bir bölgede yapılacak olan tatilin fiyatını kendi ülkelerindeki fiyat düzeyi ile karşılaştırmakla yetinmezler, aynı zamanda diğer alternatif ülkelerin seyahat maliyetleriyle karşılaştırırlar (WITT-MARTİN, 1987, s. 24).

Turizm talebine alışkanlıklar da etki yapmaktadır. Fiyatlar aşırı derecede artmaktıkça turistler genellikle aynı hizmeti tüketip aynı yerde tatillerini geçirmek isterler (SEZGİN, 1995, s. 70).

1978 yılında M.E. Bond tarafından 14 sanayi ülkesi için yapılan seyahat ve taşımacılık akımlarıyla ilgili araştırmada, birçok ülke için seyahatlerin yüksek

gelir ve fiyat esnekliğine sahip olduğu ve döviz kurlarındaki değişmelerden etkilendiği tesbit edilmiştir (WITT, 1985, s. 530).

Turizm talebinin fiyat esnekliği, turizm talebindeki değişimin turistik mal ve hizmet fiyatlarında meydana gelen değişmeye oranlanması ile ölçülür. Uluslararası turizm (bir gereklilikten daha çok lüks bir mal konusunda olduğu için) talep esnekliği konusunda yapılan çalışmalarda, esneklik yüksek bulunmuştur. Yani fiyatlar artarsa, talep ikame mallara yönelecektir.

Ayrıca döviz kurlarındaki değişiklikler, turistlerin paralarını gidilen ülke parası cinsinden değerli (veya değersiz) hale getireceğinden turistler için seyahat daha ucuz (veya pahalı) hale gelecek ve talep artacaktır (veya azalacaktır).

2104. Konaklama Arz Kapasitesi

Bir bölgeye olan turizm talebini bölgedeki turistik altyapı ve üst yapının durumu, turist kabul olanakları, turistlere sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi de etkiler. Turist kabul eden bölgedeki turizm işletmelerinin (miktar ve kalite bakımından) ihtiyaçlara karşılık verecek düzeyde olması, talebi etkiler. Bu işletmelerin yabancı turistlerin aradığı özellikleri taşıması ve hizmet kalitesinin yanısıra fiyatları da, talebi azaltıp çoğaltabilir. Fiyatlar, ekonomik güçleri orta düzeydeki turistlerin olanaklarını aşmaması durumunda, o bölgeye yönelik turizm talebini arttırır. Turistlere arz edilen ürünün miktarı, kalitesi ve fiyatı turistik talebe göre yönlendirilmelidir.

220. Sosyal Faktörler

Turizm talebini etkileyen sosyal faktörler nüfusun yaş ve cinsiyete göre dağılımı, aile durumu, yerleşme yerinin özellikleri, kişinin sosyal düzeyi, eğitim ve

kültür düzeyi olarak sayılabilir. Ayrıca boş zaman da turizm talebini etkileyen önemli bir sosyal faktördür (ÜRGER, 1993, s. 74).

2200. Nüfusun Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı

Bir ülkenin nüfus düzeyindeki artış, genel olarak turizm talebini de arttırmaktadır. Nüfus düzeyindeki artışla birlikte, yaş bakımından ülke nüfusunun yapısındaki değişimler de yeni müşteri tiplerinin turizm hareketlerine katılmalarını sağlar. Yapılan araştırmalar, kişinin yaşı ile seyahate katılma oranı arasında bir ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Araştırmalar, genç yaşlarda turistik hareketlere katılmanın çok yüksek olduğunu, yaş arttıkça bu eğiliminin azaldığını göstermektedir. Örneğin, İspanya’da turistler arasında yapılan bir araştırmada, turistlerin sayısının yaş arttıkça azaldığı görülmüştür. Almanya’da en çok seyahat eden yaş grubunun 14-18 yaş arasındaki gençlerin olduğu saptanmıştır. Japonya’dan Avrupa’ya giden turistlerin % 39’nun 20-29 yaş, % 22’sinin 30-39 yaş, % 18’inin 40-49 yaş arasında olduğu görülmüştür (DOĞAN, 1986, s. 71).

Aviation and Tourism International’in (ATI) Avrupa Turizm Komisyonu (ETC) için yaptığı “Avrupa’da Gençlik Seyahat Pazarı” araştırmasına göre, genç nüfus Avrupa seyahat pazarında lokomotif görevi oynamaktadır. Araştırmaya göre, şu anda dünyada 15-26 yaş grubundan tatil yapabilme şansına sahip genç sayısının 125 milyon iken bu sayının 2000 yılında 200 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Araştırmada gençlerin Avrupa seyahat pazarının en dinamik kesimini oluşturduğu ve dünyada hızla artan genç nüfus ve bu nüfusun artan değişik yerler görme isteğinin dünya seyahat pazarını hızla büyüttüğü belirtilmektedir (DÜNYA, 1996, s. 16).

Orta yaş grubundaki insanların yaşamlarını kazanma uğraşları ile sorumlulukları turizme katılmalarını engellemektedir. 50-60 yaş grubundaki

bireylerin ise, turizm hareketlerine aktif bir şekilde katıldıkları, ancak bunların uygun iklim koşullarına sahip sakin yöreleri tercih ettikleri gözlenmiştir (KOZAK ve diğerleri, 1994, s. 69).

Tatil amaçlı turizmin seyahatlerine katılmaya karar vermede kadın nüfus ile erkek nüfus arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, kadınlarda konaklama süresinin erkeklere göre daha uzun olduğu; erkeklerin transit seyahatleri daha fazla tercih ettiği görülmüştür (YAMAN, 1994, s. 82).

Touch Ross ve Co şirketlerinin yaptığı bir çalışmada, yaşlı insanların grup seyahatleri tercih ettiği tesbit edilmiştir. Aynı çalışmada genç ve bekar bayanların da güvenlik ve emniyet açısından grup seyahatleri tercih ettikleri tesbit edilmiştir (SHELDON-MAK, 1987, s. 14).

2201. Devamlı Yerleşme Yerinin Özelliği

Kırsal kesimde yaşayan nüfusla, kentte yaşayan nüfusun turizm talebi arasında farklılıklar vardır. Üretimde makinalaşmanın arttığı, uzmanlaşmanın ve iş bölümünün gerçekleştiği alanlarda meydana gelen şehirleşmenin sonucunda insan yaşamında oluşan monotonluk, yorgunluk gibi unsurlar kişide şehirden uzaklaşma, dinlenme için değişik yerleri seçme düşüncesi oluşturmaktadır. Ayrıca şehirde yaşayan insanlar kırsal kesimdekilere oranla daha fazla sosyal güvenlik hakkına sahiptir. Ücretli tatil gibi sosyal güvenlik hakkı, insanları şehrin sıkıcı ve monoton yaşantısından çıkartarak turizme teşvik etmektedir.

Kırsal kesimde olanlar tabiat ile içice, gürültüden ve hava kirliliğinden uzak oldukları için bu insanların turizm talebi daha azdır. Şehirleşme ile turizm talebi arasında doğru orantılı bir ilişki vardır.

2202. Aile Durumu

Bireylerin evli veya bekar oluşu, sahip oldukları çocuk sayısı, okul ve yaş durumları, aile ve akraba bağılıkları turizme katılmayı, seyahat ve konaklama süresini etkilemektedir. Bekar ve genç evli kişiler daha sık seyahat ederlerken, çocuklu aileler yalnızca belirli dönemlerde seyahat etmekte ve daha düşük fiyatlı konaklama işletmeleri ile akraba yanında kalmayı tercih etmektedirler (KOZAK ve diğerleri, 1994, s. 71). Evli ve çocuklu olan aileler bekarlara oranla daha güç hareket edeceklerdir. Ayrıca çocuklu aileler, çocuklarının eğitimi nedeniyle, sınırlı tatil yapmak durumundadırlar.

Aile yapısı itibari ile yapılan bir araştırmada evlilerin % 38'inin, bekarların % 44'ünün, boşanmış ya da dulların % 28'inin seyahate katıldıkları anlaşılmıştır (TOSKAY, 1989, s. 132).

2203. Sosyal Durum

Toplumunu oluşturan bireylerin mesleklerine bağlı olarak ortaya çıkan gelir durumları, toplumdaki sosyal konumları onların tatil seyahati yapmaya ya da yapmamaya karar vermelerinde etkin rol oynayacaktır. Meslek, kişinin hem gelir hem de eğitim düzeyi ile bağlantılı bir unsurdur. Çünkü kişinin eğitimi mesleğini, mesleği de gelirini belirler. Gelirin yüksekliği de seyahate katılma oranında etkili olur.

Turizm Bakanlığı tarafından yapılan bir araştırmada 1993 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin çalışma durumuna göre dağılımı incelendiğinde gelenlerin % 22.21'inin büro çalışanı olduğu görülür. Daha sonra ise % 12.5'erlik payla işverenler ve kendi işinde çalışanlar yer alır. Gelenler içinde en düşük payı ise işsizler, öğrenciler ve evhanımları alır (TURİZM BAKANLIĞI, 1994, s. 28). Bunun sebebi ise bu kişilerin gelirlerinin olmaması ya da düşük düzeyde bulunmaktır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmaya göre, doktor, avukat gibi bağımsız mesleklerde çalışanların turizme katılma oranı % 39, zanaatkarların ve işçilerin oranı da % 26 olarak bulunmuştur (KOZAK ve diğerleri, 1994, s. 70).

Toplum bireylerinin içinde buldukları sosyal sınıfın yüksekliği, bireyin yaşam görüşünü, insanlarla olan ilişkilerini, aile yapılarını ve turizm taleplerini etkiler. Kendisini toplumdan soyutlamış bireylerin turizme katılmak gibi bir eğilimi de olmaz (ÜRGER, 1993, s. 38).

2204. Eğitim ve Kültür Durumu

Eğitim ve kültür düzeyi ile turizm talebi arasında güçlü bir ilişki vardır. Eğitim düzeyi yükseldikçe daha fazla gelir ve sosyal statü sağlayan mesleklerde çalışma olasılığı artan bir kişinin beklentileri de artmaktadır. Gelir artışı ile turizm talebi arasındaki doğrusal ilişki nedeniyle ve kültür düzeyi yüksek toplumlar daha çok seyahat etmektedirler.

Almanya'da yapılan bir araştırmaya göre ilkokulu bitirenlerin % 30'unun, orta öğretimi bitirenlerin % 52'sinin, yüksek öğrenim yapanların % 69'unun tatil seyahati yaptıkları tesbit edilmiştir (TOSKAY, 1989, s. 136).

1993 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin eğitim durumlarına göre dağılımı incelendiğinde okula hiç gitmeyenlerin payı % 1.84, ilköğretimini tamamlayanların % 14.47, ortaöğretimini tamamlayanların % 46.68, yükseköğretim görenlerin ise % 37.01 olduğu görülür (TURİZM BAKANLIĞI, 1994, s. 27). Buradan da eğitim ve kültür düzeyinin artışı ile turizm talebi arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından söz edilebilir.

2205. Boş Zaman

Kişilerin turizm etkinliklerine katılmalarında etkili olan unsurlardan biri de boş zamandır. Sanayi devrimi sonrasında yaşanan teknolojik, ekonomik ve toplumsal gelişmelerin etkisiyle insanların boş zamanlarında artış olmuştur.

Yıllık tatiller ve bayramlar gibi blok halinde kullanılabilen boş zaman, turizm talebinin gerçekleşmesini sağlar. Boş zamanın varlığı, dağılımı, süresi turizm talebini etkiler. Boş zaman arttıkça tatile çıkma oranı yükselir. Ücretli izin ve tatiller sosyal refah devletinin vazgeçilmez unsurlarıdır. Sosyal refaha ulaşmış ülkelerde turizm talebinin yüksek olmasının nedeni, yüksek gelirle desteklenmiş serbest zamanın, dinlenceye ayrılan zamanın varlığıdır (YARCAN, 1992, s. 30).

Günümüzde turizmin gelişmesinde, çalışma saatlerinin kısılması ve boş zamanların artması önemli rol oynamaktadır. Boş zamanların artması turizm talebini olumlu yönde etkilemekte ve bu talebi arttırmaktadır.

230. Siyasi Faktörler

Turizm bir güven ve huzur ortamına ihtiyaç duyar. Turizme katılan kişi güvenli bir şekilde eğlenip, dinlenmek, gezip, görmek isteyecektir. Kişi kendini güvende hissedeceği bir bölgeye gidecektir. Bu yüzden turizm talebi, güvenlik ve emniyetin bulunmadığı yerlerde olmayacaktır.

Turizm talebi, özellikle uluslararası siyasal gerginliklere, savaş, terör, anarşi, politik istikrarsızlık, doğal afetler, salgın hastalıklar gibi ekonomik olmayan olaylara karşı oldukça duyarlıdır (TANSEL, 1991, s. 267). Bu tür olayların ya da siyasal gerginliklerin yaşandığı bölgeler için turizm talebi ani ve hızlı gerilemeler gösterebilir. Daha önceki yıllarda uluslararası turizm pazarında önemli bir paya

sahip olan Yugoslavya, iç çatışmalar nedeniyle turistik çekiciliğini kaybetmiştir. 1990 yılında yaşanan Körfez Krizi Türk turizmini önemli ölçüde etkilemiş ve önemli döviz kayıplarına yol açmıştır. Ayrıca Türkiye'nin özellikle doğu bölgelerinde kendini gösteren terör Türk turizmini olumsuz yönde etkilemektedir.

Dünyada 1990'lı yıllardan sonra meydana gelen hızlı değişim tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Doğu Avrupa ülkelerindeki siyasi rejimin yumuşamasıyla birlikte vatandaşların yurt dışına çıkmalarına izin verilmesiyle bunların turizm talebi artmıştır (GÖKDENİZ, 1994, s. 108).

Turizm talebi ile turist gönderen ve çeken ülkenin siyasi yapısı arasında bir ilişki vardır. Eğer bir ülkede yurt dışına çıkışlarda kısıtlamalar varsa turizm talebi olumsuz etkilenir, tersi durumda talep artar. Aynı şekilde turist çeken ülkede sık sık siyasal dalgalanmalar olursa turizm talebi azalacaktır.

Gidilen ülkede siyasi değişkenlik veya terörist eylemlerin olması, bu ülkeye yönelik yabancı akışını olumsuz etkiler. Dünya'da son zamanlarda ABD'lilere yönelik terör eylemleri sebebiyle, bu ülke insanların seyahat tercihleri, Avrupa ve Ortadoğu ülkelerinden Latin Amerika ülkelerine kaymıştır (AYDIN, 1994, s. 54).

1985 yılı sonunda bir uçağın ve bir geminin kaçırılması, Aralık ayında Roma ve Viyana hava alanlarındaki terörist hareketler pek çok Amerikalı turistin seyahat programlarını iptal etmelerine neden olmuştur. Ayrıca, 1986 ilkbaharında meydana gelen bazı olaylar, örneğin Batı Almanya'da bir diskoteğin bombalanması ve Libya'ya karşı girişilen askeri hareket, turizme katılmayı olumsuz yönde etkilemiştir (CONANT ve diğerleri, 1988, s. 16).

240. Psikolojik Faktörler

Turizmin öznesi olan insanların turizme katılıp katılmamalarında etkili olan faktörlerden biri de psikolojik faktörlerdir. Psikolojik faktörler, insanların turizm faaliyetinde itici ve sürükleyici bir rol oynamaktadır. Bunun belirgin özelliği, turistik ihtiyaçların karşılanmasında gittikçe artan dozda zevk alınmasıdır.

Psikolojik faktörlerden biri seyahat etmenin ruhsal ve fiziksel yararına inanmadır. Çeşitli ırklara, dinlere, sosyal gruplara, ekonomik yapıya ve coğrafya farklılıklarına sahip insanlar birbirlerinden farklı özellikler gösterirler. Bazı insanlardaki maceracı ruh, dini inanç, toplumsal hareketlere katılma isteği, tabiatla başbaşa olma arzusu, moda uyum, stres atma, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını tatmin isteği onu turizm amaçlı tatil seyahatlerine iter. Kişilik gelişmelerinde olumsuz etkenlerin tesirinde kalmış insanlar ise, turizm amaçlı tatil seyahati ihtiyacının hem farkına varmaz, hem de bunun ruhsal ve fiziksel yararına inanmaz. Dolayısıyla, turizm talebine olumlu etkide bulunmazlar (ÜRGER, 1993, s. 89).

İnsanlar, psikolojik olarak kendilerini iyi hissettikleri sürece turizm faaliyetine katılacaklar; seyahat sürelerini uzatabileceklerdir. Bir bölgeye alışan bir kişi gelecek yıllarda da aynı yere gelebilecektir.

250. Rasyonel Olmayan Faktörler

Turizm faaliyetlerini etkileyen irrasyonel faktörler, gelenekler, sosyal çevre, moda ve reklamdır (ŞAHİN, 1992, s. 20). İnsanlar sağlık problemleri nedeniyle ya da belirli periyotlarla yapılan sportif faaliyetlerine katılmak için geleneksel olarak buldukları yerlerden ayrılırlar. Sosyal çevrede kişinin turizme katılmasında etkilidir. Bazı sosyal sınıflar için turistik tüketim sosyal bir prestij ölçüsü olarak kabul edilir.

Modanın sürekli değişim özelliği turizm üzerinde etkilidir. Belli ölçü ve anlam içinde tüketimin yapısına etki eden reklam da turistik tüketimin yaygınlaşmasına yardımcı olur (YAMAN, 1994, s. 86).

260. Diğer Kalıcı ve Geçici Faktörler

Turizm talebini etkileyen bazı kalıcı ve geçici nedenler vardır. Bu nedenler insanların arzu etmedikleri fiziksel ve ruhsal rahatsızlıklar olup, onların turizm amaçlı seyahate katılmalarına engel olur. Çünkü, geçici bir süre hasta olması o insanın hastalık süresince turizm faaliyetine katılmasını engeller. Hastalığın geçmemesi ya da sakatlık durumlarında insanlar kalıcı olarak turizm faaliyetine katılamayabilir. Fakat son zamanlarda teknolojinin gelişmesiyle konaklama işletmelerinde, ulaşımda sakat insanlara bazı kolaylıklar sağlanarak turizme katılmaları sağlanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. TÜRKİYE'YE OLAN TURİZM TALEBİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

30. Literatür

Literatürde turizm talebiyle ilgili çok sayıda çalışma yapılmıştır. Bunlar genellikle, turizm talebinin ölçüsü olarak, gelen turist sayısını, turist gecelemelelerini, turizm gelirlerini ve turist gezilerini kullanmışlardır. Bu çalışmaların çoğu ARTUS (1970); JUD ve JOSEPH (1974); LITTLE (1980); BARRY ve O'HAJAN (1972); BECHDOLT (1973); GRAY (1960, 1970); WITT (1980); STRONG ve REDMAN (1982); UYSAL ve CROMPTON (1984); LOEB (1982); WITT ve MARTIN (1987); GUNADHI ve BOEY (1986); WITT ve PAPADOPUOLOS (1984); ARCHER (1976); JOHNSON ve ASWORT (1990); SHELDON (1990); BAKKAL (1991); CROUCH (1992); VAR, MOHAMMAD ve İÇÖZ (1994); DIVISEKERA (1995) tek eşitlikli modellere dayandırılmış ve genellikle, tüm değişkenlerin aynı seviyelerde olduğu logaritmik-doğrusal formda çözülmüştür.

Çalışmalarda turizm talebini tahmin denklemlerinde bağımsız değişken olarak; turist gönderen ülkenin nüfusu, geliri, turist kabul eden ülkenin fiyatları, döviz kurları, trend ve kukla değişken yardımıyla savaş, doğal afetler, salgın hastalıklar gibi olumsuz olaylar ile olimpiyatlar gibi özel olaylarda kullanılmıştır. Bazı çalışmalarda yukarıdakilere ek olarak turistik ürünün fiyatını temsilen seyahat fiyat endeksi WITT ve MARTIN (1987), bazıları seyahat maliyetleri, turizmde rakip ülkelerin fiyatları DIVISEKERA (1995), GUNADHI ve BOEY (1986), göç oranı ve suç oranı QIU ve ZHANG (1995) gibi değişkenler kullanılmıştır.

Modeller, genellikle çoklu regresyon denklemi şeklinde oluşturulmuş, logaritmik-doğrusal formda belirlenmiş ve olağan en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmiştir. Tahminlerin sonucunda, turizm talebini en fazla gelir, fiyat ve döviz kurlarındaki değişikliklerin etkilediği tespit edilmiştir. Bu değişkenlerden, gelir ve döviz kurları turizm talebini olumlu yönde etkilerken, fiyat ise olumsuz yönde etkilemiştir.

Literatürde, turizm talebiyle ilgili yapılan çalışmalardan birisi olan WITT ve MARTIN'in (1987) denk talep tahmini için uygun model olarak önerdikleri denklem aşağıda verilmiştir (WITT-MARTIN, 1987, s. 25).

$$L_n \frac{V_t}{P_t} = \alpha_0 + \alpha_1 L_n \frac{Y_t}{P_t} + \alpha_2 L_n T_t + \alpha_3 L_n C_t + \alpha_4 L_n EX_t + \alpha_5 DV_t + \alpha_6 L_n \frac{V_{t-1}}{P_{t-1}} + u_t$$

Burada;

V_t = t yılında gelen turistlerin sayısı,

P_t = t yılında turist gönderen ülkenin nüfusu,

Y_t = t yılında turist gönderen ülkenin kişi başına geliri,

T_t = t yılında merkez ülkeden tatile gidilen ülkeye olan seyahat maliyeti,

C_t = t yılında merkez ülkeye göre turistik ülkedeki nisbi turizm maliyeti,

EX_t = t yılında iki ülke arasındaki nisbi döviz kurları,

DV_t = kukla değişken (t yılındaki kritik olaylar),

u_t = tesadüfi hata terimi,

$\alpha_0, \dots, \alpha_6$ = parametreler'dir.

Kurulan talep tahmin denklemleri, genelde WITT ve MARTIN'in temel denklemine çok benzemektedir. Farklılıklar, kullanılan değişken sayısında kendini göstermektedir. Bu çalışmalardan bazıları Türkiye'yi de kapsamaktadır.

BAKKAL (1991) yaptığı çalışmasında, Batı Almanların Türkiye'nin de içinde bulunduğu 6 Akdeniz ülkesine olan turizm talebini tahmin etmiştir. CROUCH (1992) "Gelir ve Fiyatın Turizm Talebi zerine Etkisi" adlı çalışmasında, Türkiye'ye olan talepte gelir ve fiyatın anlamlı olduğunu tespit etmiştir (CROUCH, 1992, ss. 657, 658).

SYRIOPOULOS (1995) ise Akdeniz turizmi için yaptığı çalışmasında Türkiye, Yunanistan ve Portekiz'e olan uluslararası turizm talebinin gelir esnekliğinin yüksek olduğunu tespit etmiştir. Diğer ülkelerde meydana gelen gelir artışlarında bu ülkelere olan talebin artacağını belirtmiştir (SYRIOPOULOS, 1995, s. 333).

UYSAL ve CROMPTON (1984); VAR, MOHAMMAD ve İÇÖZ (1994); URAY (1994) ve KAZDAğLI (1995) alışmalarında yalnızca Türkiye'ye olan turizm talebini ele almışlardır. UYSAL ve CROMPTON, Türkiye'nin ekonomik ve siyasi olarak istikrarsız bir dönemde olduğu 1960-1980 yılları için tahminde bulunmuşlardır. KAZDAğLI ise 1995 yılı verilerini kullanarak, statik bir çalışmayla talebi belirleyen faktörleri tespit etmeye çalışmıştır.

Var, Mohammad ve İçöz (1994) alışmalarında, 1979-1987 yılları arasında, 20 ülkeden Türkiye'ye olan turizm talebini tahmin etmeye çalışmışlardır. Modelde; bağımlı değişken, gelen turist sayısı, bağımsız değişkenler ise; kişi başına düşen gelir, döviz kurları ve uzaklık olarak kullanılmıştır. Bu basit bir regresyon modelidir. Tahmin sonucuna göre, gelir ve döviz kurları istatistiksel olarak anlamlı, uzaklık ise anlamsız çıkmıştır. Yani uzaklık Türkiye'ye olan turizm talebini etkilememektedir (VAR ve diğerleri, 1994, s. 609).

URAY (1994) doktora tezi olarak yaptığı çalışmasında, 1963-1990 yılları arasında 14 ülkeden Türkiye'ye olan turizm talebini tahmin etmeye çalışmıştır. Uray'ın modeli aşağıdaki gibidir:

$$LTUR_{it} = a_0 + a_1 LN_{it} + a_2 LKUR_{it} + a_3 LCPI_{it} + a_4 zaman + a_5 LCGNP_{it} + e_i$$

Burada;

TUR_{it} = i ülkesinden t yılında ülkeye gelen turist sayısı,

N_{it} = t yılında turist gönderen ülke nüfusu,

$CGNP_{it}$ = t yılında turist gönderen ülkede kişi başına gelir,

KUR_{it} = t yılında iki ülke arasındaki döviz kurları,

$Zaman_{it}$ = iki ülke arasındaki seyahat süresi,

CPI_{it} = i ülkesinin tüketici fiyatları endeksi,

e_i = tesadüfi hata terimi,

a_0, a_1, \dots, a_5 = modelin parametre değerleri'dir.

Model logaritmik-doğrusal formda belirlenmiş ve EKK'ya göre tahmin edilmiştir. Tahmin sonucunda, nüfusun, kişi başına düşen gelirin ve döviz kurlarının, talebi olumlu yönde etkilediği; Türkiye'deki fiyatların ve seyahat süresinin olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir (URAY, 1994, s. 56).

URAY(1994), her ülkeden Türkiye'ye olan turizm talebini tek tek incelerken turizm talebini etkileyebilecek, Kıbrıs Savaşı, Çernobil Kazası, 1973 Petrol Şoku gibi önemli olayları model dışında bırakmış ve bu tür olayların talep üzerindeki etkisini gözardı etmiştir.

31. Ekonometrik Yöntem ve Veri Seti

Bu bölümde öncelikle uluslararası turizm talebini tahmin etmek için kullanılan ekonometrik modeller hakkında bilgi verilecek, daha sonra Türkiye için oluşturulan model ve veri seti hakkında açıklama yapılacaktır.

310. Ekonometrik Yöntem (Model)

Bir ülkeye olan uluslararası turizm talebini tahmin etmede kullanılan değişik yaklaşımlar vardır. Bunlar kalitatif ve kantitatif yaklaşımlar diye iki başlık altında toplanabilir.

Araştırma konusuyla ilgili kişilerin tecrübeye sahip ve uzman niteliğinde özellik gösteren, bir ekip oluşturarak geleceğe yönelik tahmin ve spekülasyonlarda bulunması kalitatif yaklaşımların en büyük özelliğidir. İstatistiki verilerin bulunmadığı ve kalitatif yaklaşımların mümkün olmadığı durumlarda bu yaklaşıma başvurulur (UYSAL, 1985, s. 36).

Kantitatif yaklaşımlarda ise, tutarlı ve doğruya en yakın verilerle ve değişik tekniklerle talep tahmin edilmeye çalışılır. Bu tekniklerin en önemlileri; trend analizi, regresyon analizi, korelasyon analizi, kovaryasyon analizi, toplama usulü ve gravitasyon modelleridir. Fakat, turistik gelenekler çok farklı olduğu için turistik tüketim tahminleri konusunda da uygulanan hiçbir teknik kesin bir doğruluk, güvenilecek tam bir mükemmellik gösteremez (OLALI, 1990, s. 104).

Turizm talebinin tahminine yönelik yapılan geçmiş çalışmalar incelendiğinde, genellikle talep tahmin tekniklerinden “Çoklu Regresyon” analizlerinin kullanıldığı görülür. WITT ve MARTIN (1987), WHITE (1985), UYSAL ve CROMPTON (1984), SMERAL (1988), SHELDON ve MAX (1987), COREY (1987), BAKKAL (1991), VAR, MOHAMMAD ve İÇÖZ (1994), SYRIOPOULOS

(1995) gibi araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda en uygun tekniğin çoklu regresyon analizi olduğunu belirtmişler ve bu tekniği kullanmışlardır. Karmaşık olmayan, basit ekonomik olayların tek denklemlerle ekonometrik analizinde genellikle regresyon analizi en uygun yöntemdir (AKKAYA-PAZARLIOĞLU, 1995, s. 38).

Talep tahminlerinde kullanılan bazı yöntemler, teknik, ekonomik, sosyal ve bunun gibi bir çok etkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini gösteremez. Yani sözü edilen yöntemler, bir faktördeki veya faktörlerdeki değişmelerin diğer değişken üzerindeki etkisini saptama olanağı vermez. Oysa regresyon analizi bu olanağı verebilmektedir (OLALI, 1990, s. 106).

Regresyon, bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi kuran parametrelerin değerini tahmin imkanlarını araştırır (KILIÇBAY, 1980, s. 18). Yani regresyon, bağımsız değişkenlerdeki herhangi bir değişmenin, bağımlı değişkende meydana getirdiği değişikliği göstermek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Burada tahminlemeye temel olan değişken ya da değişkenlere bağımsız (açıklayıcı), onun fonksiyonuna da bağımlı (açıklanan) değişken denir.

Regresyon analizi iki değişkenli regresyon ve çok değişkenli regresyon analizi şeklinde olabilir.

İki değişkenli regresyon modelinde bir bağımlı bir de bağımsız değişken vardır (KOUTSOYİANNİS, 1989, s. 48).

$$\text{Model; } Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i \text{ şeklinde dir.}$$

Burada; Y_i bağımlı değişkeni, X_i bağımsız değişkeni gösterir. β_0 ve β_1 modelin parametreleri, u ise ana kütle hata terimidir. Örneğin buradaki Y_i ülkeye gelen turist sayısını, X_i kişi başına düşen geliri göstersin. Bu durumda regresyon

denklem çözüldüğünde, kişi başına düşen gelirdeki değişmelerin ülkeye gelen turist sayısını nasıl etkilediği görülür.

Çok değişkenli regresyon denkleminde ise birden fazla açıklayıcı değişkenin varlığı sözkonusudur. Herhangi bir ekonomik sorun incelendiğinde birden fazla sayıda önemli açıklayıcı değişkenin bulunduğu bir ilişki mümkün olabilir. Bu ilişki, doğrusal bir fonksiyon şeklinde formüle edilip parametreleri tahmin edilebilir. k-1 sayıda (k= parametre sayısı) açıklayıcı değişkenin bulunduğu bir ilişki hata terimi ile birlikte doğrusal olarak,

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + u$$

şeklinde gösterilebilir (ERTEK, 1973, s. 136).

Burada;

Y = Bağımlı değişken

X_1, X_2, \dots, X_k = Bağımsız değişkenler ve

u = Hata terimini göstermektedir.

Çok değişkenli regresyon modeli açıklayıcı değişkenlerdeki bir değişimin açıklanan değişkeni nasıl etkilediğini gösterir.

AKKAYA ve PAZARLIOĞLU, WITT ve MARTIN, VAR, SMERAL, UYSAL ve CROMPTON, SYRIOPOULOS gibi iktisatçılara göre bu tür regresyon denklemlerinin çözümü için en önemli yöntem "En Küçük Kareler Yöntemi"dir. En küçük kareler yöntemi u hata terimi kareleri toplamını minimum yapan β değerini tahmin eder.

3100. Modeldeki Değişkenlerin Açıklanması (Modelin Tanıtımı)

1970-1994 döneminde Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebinin tahmini için gerekli olan ekonometrik model, çok değişkenli regresyon denklemine göre oluşturulmuştur. Model biri bağımlı, altısı bağımsız değişken olmak üzere toplam yedi değişken ve bir hata teriminden oluşur. Modeldeki değişkenler aşağıda açıklanmıştır.

a. Bağımlı Değişken

Gelen Turist Sayısı (GTS)

Turizm talebinin tahmini ile ilgili yapılan çalışmalarda, turizm talebinin bir ölçüsü olarak gelen turistler, turizm gelirleri, turist gecelemleri ve turist gezileri kullanılmıştır. Geçmiş çalışmalarda bunlardan turizm gelirleri, gelen turist sayıları hariç, diğerlerinden daha uygun olarak dikkate alınmıştır. Çünkü turizm gelirleri doğrudan gelir sağlar ve yabancı döviz gelirleri ile ilgilidir (SYRIOPOULOS, 1995, s. 319).

Turizm talebinin ölçüsü olarak, turizm gelirlerini kullanmak yanıltıcı olabilir. Bir bölgeye gelen turist sayısında artma olabilir. Fakat gerçek turizm gelirleri, yüksek enflasyon oranlarından, daha az para harcayan turistlerden, turistik yerlerde konaklama süresinin daha az olmasından veya turistlerin farklı yerlerde birden fazla yer ayırtmalarından dolayı azalabilir.

Bu gibi sebeplerden dolayı uluslararası turizm talebini temsilen gelen turist sayılarını kullanmak daha uygundur. Nitekim, literatürde [Smeral, (1988); Var, Mohammad ve İçöz (1994); Gunadhi ve Boey (1986); Martin ve Witt (1987); Chadee ve Mieczkowski (1987); Divisekera (1995); Syriopoulos (1995)] turizm

talebiyle ilgili yapılan çalışmaların hemen hemen hepsinde, talebi temsilen gelen turist sayıları kullanılmıştır.

Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebinin tahmini için yapılan bu çalışmada, bağımlı değişken, merkez kabul edilen, Almanya, Fransa, İngiltere, Avusturya, İsveç, İsviçre, İtalya, Finlandiya, Belçika, ABD ve Hollanda ülkelerinden Türkiye'ye kara, hava ve deniz yoluyla gelen turist sayılarıdır. Ele alınan dönem ise 1970-1994 yılları arasındadır. Çalışmada sadece bu 11 ülkenin seçilmesinin bir takım nedenleri vardır. Sözü edilen dönemde bu 12 ülke ekonomik, sosyal ve siyasal yönden istikrarlı olmuş ve en fazla turist bu ülkelerden gelmiştir.

b. Bağımsız Değişkenler

Kişi Başına Düşen Gelir (KBG)

Uluslararası turizm talebini etkileyen en önemli etkenlerden biri kişi başına düşen gelirdir. Çünkü turizm faaliyeti, lüks bir tüketimdir ve gelir yeterli değilse bu faaliyet gerçekleştirilemez.

Bütün talep analizlerinde olduğu gibi, turizm talebi içinde gelir, önemli açıklayıcı değişkenlerden biridir. Geçmişte yapılan turizm talep tahmini çalışmalarında gelir genellikle istatistiksel olarak 0.5 anlamlılık düzeyindedir. Bu çalışmaların bir kısmı; ARTUS (1970); BARRY ve O'HAGAN (1972); BECHDOLT (1973); BOND ve LODMAN (1972); GRAY (1966); JUD (1974); KWACK (1972); LABER (1969); LITTLE (1980)'dir. Gelir değişkeni modele merkez ülkedeki kişi başına düşen gerçek gelir olarak girer (WITT-MARTIN, 1987, s. 24).

Bu çalışmada turist gönderen merkez kabul edilen 11 ülkedeki kişi başına düşen gelir, açıklayıcı değişken olarak modele alınmıştır. Bu değişkendeki değişmelerin, gelen turist sayısını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Döviz Kurları (DK)

Döviz kurları uluslararası turizm üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Turistler için seyahat, çekim ülkesinin parasının kendi ülke parasıyla değişim oranına göre ucuz veya pahalı geleceğinden, karar vermede döviz kurları oldukça önemlidir. Turistler gidecekleri ülkedeki fiyatlardan daha çok döviz kurlarından haberdardır. Ayrıca döviz kurları enflasyon oranından daha hızlı dalgalandığı için insanlar döviz kurlarının faydalarına inanırlar (WITT-MARTIN, 1987, s. 24).

CHADEE ve MIECZKOWSKI (1987), döviz kurlarının Kanada turizmi üzerindeki etkileri konulu çalışmalarında, döviz kurlarının Kanada turizmi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Çalışmada döviz kuru değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve Kanada Dolarının değerindeki düşüşlerin ABD'li turistleri Kanada'ya çektiği tespit edilmiştir (CHADEE-MIECZKOWSKI, 1987, s. 17).

WITT ve MARTIN (1987); GERABIS (1965); BOND (1978); UYSAL ve CROMPTON (1984); VAR, MOHAMMAD ve İÇÖZ (1994); LOEB (1986) ve daha bir çok araştırmacı döviz kurlarını açıklayıcı değişken olarak kullanmıştır. Bu yazarlardan bazıları döviz kurlarını fiyatın temsili değişkeni olarak modele almışlardır.

Bu çalışmada da her bir ülke parasının Türk Lirası karşısındaki yıllık ortalama değeri açıklayıcı değişken olarak modele alınmıştır. Bu değişkenin bağımlı değişkeni olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Tüketici Fiyatları Endeksi (TFE)

Turizm talebini belirleyen en önemli faktörlerden biri de turistik ürünün fiyatıdır. Uluslararası turizm için fiyat çok sayıda bileşenden oluşur. Turizm mal ve hizmetlerin bir karışımı olduğu için turizm fiyatını, her bir turist tarafından tüketilen mal ve hizmetlerin toplam karışımının bir fonksiyonu olarak tanımlamak oldukça zordur. Bu zorluk nedeniyle geçmiş çalışmaların bazılarında bir “Turist Fiyat İndeksi” oluşturulmaya çalışılmış, fakat veri yetersizliğinden dolayı başarı sağlanamamıştır (CROUCH, 1992, s. 64).

JUD ve JOSEPH de bir turistik yerdeki mal ve hizmetlere olan talep duyarlılığını tespit etmek için bir “Turist Fiyat Endeksi” kullanılmasının uygun olacağını savunur. Fakat böyle güvenilir bir endeks mevcut değildir (MARTIN-WITT, 1987, s. 24). Böyle bir turist fiyat endeksi oluşturmak çok zor olduğu için ARTUS (1970), KWACK (1972), LITTLE (1982), STRONG ve REDMAN (1982), UYSAL ve CROMPTON (1984), VAR (1994) gibi iktisatçılar çalışmalarında, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarını temsilen, gidilen ülkedeki tüketici fiyatları endeksini açıklayıcı değişken olarak kullanmışlardır.

MARTIN ve WITT (1987) oluşturdukları turist fiyat endeksine göre, tüketici fiyatları endeksinin yeterli belirleme sonuçlarını sağladığını ve turistik fiyatları temsilen bunun kullanılabileceğine karar vermişlerdir (SYRIOPOULOS, 1995, s. 320).

1970-1994 döneminde Türkiye için oluşturulan bu modelde de turistik ürünün fiyatını temsilen tüketici fiyatları endeksi kullanılmıştır. Modele ulaşım ve konaklama maliyet değişkenleri de alınmak istenmiş fakat Türkiye’de bu tür istatistikler sağlıklı bir şekilde tutulmadığı için bu değişkenler model dışında bırakılmıştır. TFE’nin bağımlı değişkeni olumsuz yönde etkilemesi beklenmektedir.

Uzaklık (UZ)

Uzaklık, turistik ürünün fiyatını zaman ve ulaşım maliyetleri yönünden artırdığı için turizm talebi üzerinde etkilidir. Turist, ulaşım yönünden en kısa sürede ve en ucuza gidebileceği turistik yeri tercih edeceğinden, uzaklığın talebi olumsuz yönde etkilemesi beklenir. Nitekim bir çok Avrupalı turist, tatil için, nisbeten daha yakın olduğu için Türkiye yerine İspanya, Yunanistan, İtalya, Fransa ve Portekiz gibi ülkeleri tercih etmektedir.

Uzaklık değişkenini VAR, MOHAMMAD ve İÇÖZ (1994) yaptıkları çalışmalarında açıklayıcı değişken olarak kullanmışlardır. Yapılan çalışmada 1979-1987 döneminde Türkiye'ye olan turizm talebi tahmin edilmeye çalışılmıştır.

1970-1994 dönemi için yapılan bu çalışmada da, turist gönderen ülkelerin başkentleri ile Ankara arasındaki uzaklık, kilometre cinsinden açıklayıcı değişken olarak modele alınmıştır.

Yatak Sayısı (YS)

Bir bölgeye olan turizm talebini, bölgedeki turistik altyapı ve üst yapının durumu, turist kabul olanakları, turistlere sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi de etkiler. Turist kabul eden bölgedeki turizm işletmelerinin (miktar ve kalite bakımından) ihtiyaçlara karşılık verecek düzeyde olması, talebi etkiler. Bu yüzden turizm talep tahmin modellerine açıklayıcı değişken olarak yatak sayısı değişkenini almak uygun olacaktır.

Bu çalışmada modele alınan açıklayıcı değişkenlerden biri de işletme belgeli yatak sayılarıdır. Belediye belgeli tesislerdeki yatak sayıları ise modele dahil edilmemiştir. Çünkü 1970-1994 dönemi için belediye belgeli tesislerle ilgili verilerde tam bir güvenilirlik yoktur.

Modelde kullanılan yatak sayıları değişkeninin bağımlı değişkeni olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir.

Kukla Değişken (DV)

Turizm bir güven ve huzur ortamına ihtiyaç duyar. Yeterli güvenliğin ve huzur ortamının olmadığı yerlere turizm talebi olmayacaktır. Ekonomik ve siyasi istikrarsızlıkların olduğu yerlere turist gitmeyecektir. Savaş, salgın hastalık, doğal afet ve terörist faaliyetler gibi olumsuzluklar turizm talebi üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Bu tür olaylar turizm talebini olumsuz yönde etkiler.

Bu çalışmada Türkiye'yi de etkileyen bu tür olaylar, kukla değişken yardımıyla modele dahil edilmiştir. Bu olaylar ve gerçekleştiği yıllar şöyledir: Dünya Petrol Krizi (1973), Kıbrıs Barış Harekatı (1974), II. Petrol Krizi (1979), 12 Eylül Harekatı (1980), ABD-Libya gerginliği ve ABD'nin Libya'yı bombalaması (1986), Çernobil Kazası (1987) ve Körfez Savaşı (1991). Sözü edilen olumsuzlukların olduğu yıllara "1" değeri, diğer yıllara ise "0" değeri verilmiştir.

3101. Türkiye İçin Oluşturulan Turizm Talep Denklemi

Türkiye'ye olan uluslararası turizm talebini tahmin etmek için 1970-1994 yıllarını kapsayan bir dönem seçilmiştir. Bu dönemde, Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen faktörler ve bu faktörlerin etkileri tahmin edilmeye çalışılmıştır. 1970-1994 yılları arasında meydana gelen ve turizm talebine etki edebilecek unsurlar da kukla değişken yardımıyla denkleme dahil edilmiştir.

Denklem, biri bağımlı, diğerleri (altısı) bağımsız yedi değişken ve bir hata teriminden oluşur. Türkiye için oluşturulan turizm talep tahmin denklemi;

$$LGTS_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 LKBG_{it} + \alpha_2 LDK_{it} + \alpha_3 LTFE_{Tt} + \alpha_4 LUZ_{it} + \alpha_5 LYS_{Tt} + \alpha_6 DV + u_i$$

şeklindedir.

Burada;

- GTS_{iTt} = t yılında i ülkesinden Türkiye'ye gelen turist sayısı,
 KBG_{it} = t yılında, i ülkesinde kişi başına düşen gerçek gelir,
 DK_{iTt} = t yılında, i ülkesi parasıyla TL arasındaki kur (döviz kuru),
 TFE_{Tt} = t yılında, Türkiye'deki tüketici fiyatları endeksi,
 UZ_{iT} = Türkiye ile i ülkesi arasındaki uzaklık,
 YS_{Tt} = t yılında, Türkiye'de işletme belgeli yatak sayısı,
 DV_t = t yılında, turizm talebini etkileyebilecek ekonomik ve sosyal olaylar (kukla değişken),
 L = logaritmayı ifade etmektedir.

Bu denklem 11 ülke için ayrı ayrı oluşturulmuş ve tahmin edilmiştir. Denklem tahmin edilmeden önce, açıklayıcı değişkenlerden, KBG, DK ve YS'nin açıklanan değişken GTS'yi pozitif yönde, TFE, UZ ve DV'nin ise negatif yönde etkilemesi beklenmektedir. Yani tahmin sonucunda beklenen işaretler;

$$LGTS_{iTt} = \alpha_0 + \alpha_1 LKBG_{it} + \alpha_2 LDK_{iTt} - \alpha_3 LTFE_{Tt} - \alpha_4 LUZ_{iTt} + \alpha_5 LYS_{Tt} - \alpha_6 DV + u_i$$

şeklindedir.

3102. Veri Seti

1970-1994 dönemini kapsayan ve Türkiye'ye olan turizm talebini tahmin etmeye çalışan denklemde kullanılan değişkenlerle ilgili istatistiki veriler DİE istatistik yıllıkları, Turizm Bakanlığı Turizm İstatistik Yıllıkları, IMF'nin Uluslararası Finans İstatistik (IFS) yıllıklarından, uzaklık değişkeni ile ilgili veriler ise THY'nin THY magazin dergisinden derlenmiştir. Veriler Ek 1'de yer almaktadır.

32. Modelin Çözümü

Eşitlikler, Log-Lineer (Logaritmik-Doğrusal) formda belirlenmiş ve olağan en küçük kareler yöntemi ile ve bu yöntemin alternatifi olan AR1 (modeller, hata terimlerinde otokorelasyon sorunu, cochrane-orcutt veya maximum likelihood yöntemleriyle giderilerek tahmin edilmiştir) yöntemi kullanılarak tahmin edilmiştir. Tahminler test istatistiklerine göre anlamlılıkları tespit edilmiştir. Değişkenler arasında otokorelasyonun olup olmadığı Durbin-Watson (DW) test istatistiği ile, değişkenlerin anlamlılıkları t istatistiği ile, modelin bir bütün halinde anlamlılığı F testi ile test edilmiştir. Modelin açıklama gücü ise R^2 ile test edilmiştir.

Türkiye'ye olan turizm talebini tahmin etmede 11 ülke için aynı değişkenler kullanılarak, her ülke için ayrı bir tahmin sonucu elde edilmiştir. Bu ülkeler için elde edilen tahmin sonuçları Ek 2'de verilmiştir. Ayrıca bu sonuçlara göre; bu ülkeler için talebi etkileyen değişkenlerin katsayıları ve anlamlılık düzeyleri Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo: 8
Ülkeler İçin Yapılan Tahminlerin Sonuçlarına Göre Değişkenlerin Katsayıları ve Anlamlılık Düzeyleri

	SABİT	KBG	DK	TFE	YS	DV	R ²	F	DW	YÖNTEM
Almanya	-24.864 (0.0010)	1.150 (0.0353) ^b	0.906 (0.0018) ^a	-1.422 (0.0008) ^a	2.962 (0.0000001) ^a	-0.252 (0.0094) ^a	0.955	F(5,19) 81.2215 (0.0000)	2.3714	OLS
Avusturya	-84.401 (0.00053)	6.575 (0.00198) ^a	0.638 (0.2597)	-1.347 (0.0574) ^c	2.230 (0.00204) ^a	-0.4787 (0.0103) ^a	0.863	F(5,19) 24.0811 (0.0000)	1.6413	OLS
İngiltere	-58.513 (0.0072)	6.290 (0.0194) ^b	0.550 (0.1346) ^d	-0.973 (0.0388) ^b	1.667 (0.1020) ^c	-0.406 (0.0073) ^a	0.890	---	1.9404	M.LAG
İtalya	-85.477 (0.0218)	5.050 (0.0305) ^b	0.652 (0.0365) ^b	-1.238 (0.0043) ^a	1.832 (0.0002) ^a	-0.290 (0.0465) ^b	0.687	---	2.1192	C-O
Fransa	-57.218 (0.0278)	5.389 (0.0359) ^b	0.800 (0.0827) ^c	-1.156 (0.0263) ^b	1.235 (0.0220) ^b	-0.343 (0.0148) ^b	0.798	F(5,19) 15.0188 (0.0000)	2.3977	OLS
Hollanda	-26.574 (0.4747)	0.303 (0.9465)	0.661 (0.2865)	-1.335 (0.0493) ^b	3.758 (0.0013) ^a	-0.202 (0.2902)	0.874	F(5,19) 15.0188 (0.0000)	2.0009	OLS
İsveç	-17.592 (0.4992)	-1.649 (0.4566)	1.061 (0.0360) ^b	-1.916 (0.00077) ^a	5.267 (0.000002) ^a	-0.475 (0.0564) ^c	0.776	---	2.1731	M.LAG
ABD	-4.204 (0.6336)	0.137 (0.3966)	0.578 (0.2349)	-0.953 (0.1270) ^d	1.747 (0.0851) ^c	-0.415 (0.0599) ^c	0.358	---	2.0270	C-O
Finland.	-22.226 (0.1309)	-0.260 (0.7918)	0.750 (0.1485) ^d	-1.266 (0.0334) ^b	3.783 (0.0028) ^a	-0.062 (0.8204)	0.778	F(5,19) 13.3880 (0.0000)	1.8947	OLS
Belçika	-2.843 (0.9245)	-0.909 (0.6986)	---	-0.377 (0.0532) ^c	2.509 (0.0008) ^a	-0.039 (0.8247)	0.711	F(5,19) 12.3131 (0.0000)	1.6582	OLS
İsviçre	-42.620 (0.2014)	3.840 (0.2525)	---	-0.337 (0.0911) ^c	1.366 (0.1057) ^c	-0.207 (0.3416)	0.505	---	1.8898	M.LAG

Değişkenlerin anlamlılık düzeyleri

a:% 1 Anlamlılık düzeyinde

b:% 5 Anlamlılık düzeyinde

c:%10 Anlamlılık düzeyinde

d:%20 Anlamlılık düzeyinde

33. Sonuçların Yorumlanması

Bu bölümde Türkiye'den turizm talebinde bulunan 11 ülke için oluşturulan tahmin denklemlerinin sonuçları ülkelere göre yorumlanmıştır.

Almanya

$$LGTS=-24.86+1.150LKBG+0.906LDK-1.422LTFE+2.962LYS-0.252 DV+u$$

Almanya için tahmin edilen denklemde, talebi etkileyen bütün değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre bağımsız değişkenlerin hepsi anlamlı çıkmıştır. Denklemdeki bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkeni açıklama gücü (R^2), % 95 düzeyinde olup, Durbin-Watson test istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmamıştır. F istatistiğine göre model, % 1 anlamlılık düzeyinde bir bütün halinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır.

Almanya'dan Türkiye'ye gelen turistlerin talebini, kişi başına düşen gelirden, döviz kurlarında ve yatak sayılarında meydana gelen değişimler olumlu yönde etkilerken, fiyatlardaki artış ve savaş, terörist faaliyetler, doğal afetler gibi unsurlar olumsuz yönde etkilemektedir.

Buna göre; diğer değişkenler sabitken, gelirden meydana gelen % 1'lik bir değişim, gelen Alman turist sayısını olumlu yönde % 1.15 oranında değiştirmektedir. Döviz kurlarının etkisi, % 1'lik bir değişmeye karşı talepte % 0.90 oranında olumlu yönde bir değişim şeklinde olmaktadır.

Talebin fiyata (TFE'ye göre) esnekliği (1.42) olarak bulunmuştur. Yani Türkiye'deki fiyatlarda meydana gelen % 1'lik bir artış, talebi daha fazla etkileyerek % 1.42 oranında azaltmaktadır.

Yatak sayısının talep üzerindeki etkisi ise 2.96 olarak bulunmuştur. Yatak sayısındaki % 1'lik bir artış talebi % 2.96 oranında arttırmaktadır.

Savaş, ekonomik kriz, terörist faaliyetler gibi olaylar karşısında Alman turistlerin oldukça hassas olduğu tesbit edilmiştir. Bu tür olumsuzluklar olduğu zaman Alman turist sayısında 0.252'lik bir azalma olmaktadır.

Görüleceği üzere Almanya'dan Türkiye'ye olan talebi (2.96) esneklikle, en fazla yatak sayısı değişkeni etkilemektedir.

Avusturya

$$LGTS = -84.40 + 6.57LKBG + 0.638LDK - 1.347TFE + 2.23 LYS - 0.478 DV + u$$

Avusturya için tahmin edilen denklemde, talebi etkileyen bütün değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre bağımsız değişkenlerden KBG, TFE, YS ve DV istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. DK (istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur) değişkeninin ise model üzerinde etkili olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Durbin-Watson test istatistiğine göre bağımsız değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde, $R^2 = \% 86$ düzeyinde çıkmıştır. Yani Avusturya'dan gelen turist sayısındaki değişmelerin % 86'sı bağımsız değişkenlerdeki değişmelerle açıklanmaktadır. F test istatistiğine göre model, bir bütün halinde % 1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır.

Buna göre; kişi başına gelirin turizm talebi üzerindeki etkisi 6.57 olarak bulunmuştur. Bu oldukça yüksek bir esnekliktir. Kişi başına düşen gelirdeki % 1'lik bir değişme, Türkiye'ye olan Avusturyalıların turizm talebini % 6.57 oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Yatak sayısındaki % 1'lik bir artış ise talebi % 2.23 oranında arttırmaktadır.

Fiyatların talep üzerindeki etkisi beklenildiği gibi olumsuz yönde olmuştur. Fiyatlarda meydana gelen % 1'lik bir değişme talebi, daha fazla etkileyerek % (1.34) oranında olumsuz yönde değiştirmektedir. Savaş ve diğer olumsuz olaylar Avusturyalıları da etkilemektedir. Bu tür bir olay olduğu zaman Avusturya'dan gelen turist sayısında 0.47 oranında bir azalma olmaktadır.

Avusturyalı turistlerin Türkiye'ye olan talebini diğer değişkenlere göre esnekliği (6.57) en fazla olan KBG değişkeni etkilemektedir.

İngiltere

$$LGTS = -58.51 + 6.29 LKBG + 0.55 LDK - 0.97 LTFE + 1.66 LYS - 0.40 DV + u$$

İngiltere için tahmin edilen denklemde, talebi etkileyen değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre değişkenlerin hepsi istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Durbin-Watson test istatistiğine göre, bağımsız değişkenler arasında otokorelasyon olmayan modelde, $R^2 = \% 89$ düzeyinde çıkmıştır. İngiltere'den Türkiye'ye gelen turist sayısındaki değişmelerin % 89'u bağımsız değişkenlerdeki değişmelerle açıklanmaktadır.

Modele göre; diğer değişkenler sabitken kişi başına düşen gelirden meydana gelen % 1'lik bir değişme İngiliz turistlerin Türkiye'ye olan talebini % 6.29 oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Döviz kurlarının etkisi, kurlarda meydana gelen % 1'lik bir değişme talepte daha az bir etki yaparak % 0.55 oranında olumlu yönde bir değişme şeklinde kendini göstermektedir. Yatak sayısının talep üzerindeki etkisi ise 1.66'dır. Yani yatak sayısındaki % 1'lik bir artış, talebin % 1.66 oranında artmasına neden olmaktadır.

Fiyat ve kriz dönemlerinin (savaş, terörist faaliyetler vs.) turizm talebi üzerindeki etkisi olumsuz yönde olmuştur. Fiyatlarda meydana gelen % 1'lik bir

değişme, talebi % 0.97 oranında değiştirmektedir. Savaş vb. kritik olaylar ise talebi 0.406 oranında azaltmaktadır.

İngiliz turistlerin Türkiye'ye olan turizm talebini, diğer değişkenlere göre esnekliği (6.29) en fazla olan KBG değişkeni etkilemektedir.

İtalya

$$LGTS = -85.47 + 5.05 LKBG + 0.65 LDK - 1.23 LTFE + 1.83 LYS - 0.29 DV + u$$

Tahmin edilen denklemde, İtalya'nın Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre değişkenlerin hepsi istatistiksel olarak anlamlıdır. Durbin-Watson test istatistiğine göre, bağımsız değişkenler arasında otokorelasyon olmayan modelde, $R^2 = \% 68$ düzeyinde çıkmıştır. Yani İtalya'dan Türkiye'ye gelen turist sayısındaki değişmelerin % 68'i bağımsız değişkenlerdeki değişmelerle açıklanırken, % 32'si diğer etkenlerle açıklanabilmektedir.

Modele göre; diğer değişkenler sabitken kişi başına düşen gelirdeki % 1'lik bir değişme, talebi % 5.05 oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Döviz kurlarının etkisi; kurlarda meydana gelen % 1'lik bir değişme talebi daha az etkilemekte ve % 0.65 oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Yatak sayısının etkisi; Türkiye'nin turistik yatak sayısında meydana gelen % 1'lik bir artış talebin % 1.83 oranında artmasına neden olmaktadır.

Fiyatın etkisi; Türkiye'de fiyatlarda meydana gelen % 1'lik bir değişme talebi % 1.23 oranında olumsuz yönde değiştirmektedir. Savaş, terörist faaliyetler gibi olumsuz olaylar ise talebi 0.29 oranında azaltmaktadır.

İtalyan turistlerin Türkiye'ye olan talebini en fazla etkileyen değişken, esnekliği (5.05) en fazla olan KBG değişkenidir.

Fransa

$$LGTS = -57.21 + 5.38 \text{ LKBG} + 0.8 \text{ LDK} - 1.15 \text{ LTFE} + 1.23 \text{ LYS} - 0.34 \text{ DV} + u$$

Fransa için tahmin edilen denklemde, Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre değişkenlerin hepsi istatistiksel olarak anlamlıdır. Durbin-Watson test istatistiğine göre, bağımsız değişkenler arasında otokorelasyon olmayan modelde, $R^2 = \% 79$ düzeyinde çıkmıştır. Yani Fransa'dan gelen turist sayısındaki değişmelerin $\% 79$ 'u bağımsız değişkendeki değişmelerle açıklanabilmektedir. F test istatistiğine göre model bir bütün olarak $\% 1$ anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Kişi başına düşen gelirin etkisi; Fransa'da kişi başına düşen gelirden meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişim, talebi $\% 5.38$ oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Döviz kurlarının etkisi; kurlarda meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişim talebi $\% 0.8$ oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Yatak sayısının talep üzerindeki etkisi; Türkiye'deki turistik yatak sayısında meydana gelen $\% 1$ 'lik bir artış, talebi $\% 1.23$ oranında arttırmaktadır.

Fiyatın etkisi; Türkiye'deki fiyatlarda meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişim, talepte daha fazla etki yaparak $\% 1.15$ oranında olumsuz yönde bir değişmeye neden olmaktadır. Olumsuz olayların etkisi; bu tür olayların meydana geldiği yıllarda, talep 0.34 oranında azalmaktadır.

Fransız turistlerin Türkiye'ye olan talebini en fazla etkileyen değişken, esnekliği (5.38) olan KBG değişkenidir.

Hollanda

$$LGTS = -26.57+0.30 LKBG+0.66 LDK-1.33 LTFE+3.75 LYS-0.20 DV+u$$

Hollanda için tahmin edilen denklemde, Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde çıkmıştır. t test istatistiklerine göre değişkenlerden sadece fiyat ve yatak sayısı değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Buna göre, Hollanda'dan gelen turistlerin Türkiye'ye olan talebini, kişi başına gelir, döviz kurları ve kritik olaylar etkilememekte sadece fiyatlar ve yatak sayısındaki değişiklikler etkilemektedir. Durbin-Watson test istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde $R^2 = \% 87$ düzeyindedir. Bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkendeki değişiklikleri açıklama gücü $\% 87$ 'dir. F test istatistiğine göre model bir bütün halinde $\% 1$ anlamlılık düzeyinde anlamlıdır.

Fiyatın etkisi; Türkiye'deki fiyatlarda meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişme, talepte daha fazla etki yaratarak $\% 1.33$ oranında olumsuz yönde bir değişme meydana getirmektedir. Yatak sayısının etkisi; Türkiye'deki yatak sayılarında meydana gelecek $\% 1$ 'lik bir artış talebi çok daha fazla etkileyerek $\% 3.75$ oranında arttırmaktadır.

Hollanda'lı turistlerin Türkiye'ye olan talebini en fazla etkileyen değişken (3.75) esneklikle YS'dir.

İsveç

$$LGTS = -17.59-1.64 LKBG+1.06 LDK-1.91 LTFE+5.26 LYS-0.475 DV+u$$

İsveç için tahmin edilen denklemde KBG değişkeni hariç, diğer bütün değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde çıkmıştır. İsveçli turistler için KBG'nin etkisi olumsuz yönde çıkmış, fakat bu değişken istatistiksel

olarak anlamlı bulunamamıştır. t test istatistiklerine göre diğer değişkenler istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Durbin-Watson test istatistiğine göre otokorelasyona rastlanmayan modelde, $R^2 = \% 77$ düzeyinde çıkmıştır. Buna göre; döviz kurlarının etkisi; döviz kurlarındaki % 1'lik bir değişme karşısında talepte % 1.06'lık olumlu yönde bir değişme meydana gelmektedir. Yatak sayısının etkisi; Türkiye'deki belgeli yatak sayılarında meydana gelecek % 1'lik bir artış, talebi % 5.26 oranında arttırmaktadır.

Fiyatın etkisi; Türkiye'deki fiyatlarda meydana gelecek % 1'lik bir değişme, talebi % 1.91 oranında olumsuz yönde değiştirmektedir. Olumsuz olayların etkisi; bu tür olayların meydana geldiği zamanlarda, talep 0.47 oranında azalmaktadır.

İsveçli turistlerin Türkiye'ye olan talebini en fazla, esnekliği (5.26) olan YS değişkeni etkilemektedir.

ABD

$$LGTS = -4.20 + 0.13 LKBG + 0.57 LDK - 0.95 LTFE + 1.74 LYS - 0.41 DV + u$$

ABD için tahmin edilen denklemde, bütün değişkenlerin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre, fiyatlar, yatak sayısı ve kukla değişken istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Gelir ve döviz kurları bağımlı değişkeni etkilememektedir. Durbin-Watson test istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde, $R^2 = 0.35$ düzeyinde çıkmıştır. Yatak sayısının etkisi; belgeli yatak sayısında meydana gelen % 1'lik bir değişme, ABD'lilerin Türkiye'ye olan talebini % 1.74 oranında olumlu yönde değiştirmektedir.

Fiyatın etkisi; fiyatlarda meydana gelen % 1'lik bir değişme, talebi % 0.95 oranında olumsuz yönde değiştirmektedir. Olumsuz olayların etkisi; kukla

değişken ABD'lilerin de olumsuz olaylara karşı çok hassas olduğunu göstermektedir. Bu tür olayların olduğu yıllarda talep 0.41 oranında azalmaktadır.

ABD'li turistlerin Türkiye'ye olan taleplerini en fazla (1.74) esneklikle YS değişkeni etkilemektedir.

Finlandiya

$$LGTS = -22.22 - 0.26 LKBG + 0.75 LDK - 1.26 LTFE + 3.78 LYS - 0.06 DV + u$$

Finlandiya için tahmin edilen denklemdeki değişkenlerin parametrelerinin işaretleri KBG hariç, beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre denklemdeki değişkenlerden döviz kurları, fiyat ve yatak sayısı değişkenleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Kişi başına gelir ve olumsuz olaylar Finlandiyalı turistlerin talebini etkilememektedir. Durbin-Watson test istatistiğine göre, değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde $R^2 = \% 77$ düzeyindedir. Açıklayıcı değişkenlerdeki değişmeler bağımlı değişkendeki değişmelerin $\% 77$ 'sini açıklamaktadır. F test istatistiğine göre model bir bütün halinde $\% 1$ anlamlılık seviyesinde anlamlıdır.

Döviz kurlarının etkisi; döviz kurlarındaki $\% 1$ 'lik bir değişme talebi $\% 0.75$ oranında olumlu yönde değiştirmektedir. Yatak sayısının etkisi; yatak sayılarında meydana gelen $\% 1$ 'lik bir artış talebi $\% 3.78$ oranında arttırmaktadır.

Fiyatın etkisi; fiyatlarda meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişme talebi $\% 1.26$ oranında olumsuz yönde değiştirmektedir.

Finlandiyalı turistlerin Türkiye'ye talebini en fazla esnekliği (3.78) olan YS değişkeni etkilemektedir.

Belçika

$$LGTS = -2.843-0.90 LKBG-0.37 LTFE+2.50 LYS-0.04 DV+u$$

Belçika için tahmin edilen denklemde, değişkenlerden fiyatların, yatak sayısının ve kukla değişkenin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde çıkmıştır. Kişi başına düşen gelir ve kukla değişken istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır. Döviz kurları ise fiyat endeksi değişkeninde çoklu bağlantı sorunu ortaya çıkardığı için modelden çıkartılmıştır. t test istatistiklerine göre fiyat endeksi ve yatak sayısı istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Durbin-Watson test istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde, $R^2 = \% 71$ düzeyinde bulunmuştur. F test istatistiğine göre model bir bütün olarak $\% 1$ anlamlılık seviyesinde anlamlıdır.

Yatak sayısının etkisi; Türkiye’de belgeli yatak sayısında meydana gelen $\% 1$ ’lik bir artış, talebi $\% 2.5$ oranında arttırmaktadır.

Fiyatın etkisi; Türkiye’de fiyatlarda meydana gelen $\% 1$ ’lik bir değişme, talebi $\% 0.37$ oranında olumlu yönde değiştirmektedir.

Belçika’lı turistlerin Türkiye’ye olan turizm talebini etkileyen en önemli değişken, esnekliği (2.50) olan YS’dir.

İsviçre

$$LGTS = -42.62+3.84 LKBG-0.33 LTFE+1.36 LYS-0.2 DV+u$$

İsviçre’nin tahmin edilen denklemde, döviz kurları dışındaki diğer değişkenlerin parametrelerinin işaretleri beklenen yönde olmuştur. t test istatistiklerine göre fiyat endeksi ve yatak sayısı değişkeni istatistiksel olarak anlamlı bulunurken diğer değişkenler anlamlı bulunamamıştır. Durbin-Watson

test istatistiğine göre değişkenler arasında otokorelasyona rastlanmayan denklemde, $R^2 = \% 50$ düzeyinde bulunmuştur. Bağımlı değişkendeki değişmelerin $\% 50$ 'si bağımsız değişkenlerdeki değişikliklerle açıklanabilmektedir. Döviz kurları çoklu bağlantı sorunu yarattığı için modelden dışlanmıştır.

Yatak sayısının etkisi; Türkiye'deki yatak sayılarında meydana gelen $\% 1$ 'lik bir artış, talebi $\% 1.36$ oranında arttırmaktadır.

Fiyatın etkisi; Türkiye'deki fiyatlarda meydana gelen $\% 1$ 'lik bir değişme, talebi $\% 0.33$ oranında olumsuz yönde değiştirmektedir.

İsviçre'li turistlerin Türkiye'ye olan turizm talebini en fazla etkileyen değişken, esnekliği (1.36) olan YS'dir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde, ileri sanayi toplumları, sanayinin hakim olduğu bir gelişme aşamasından bilgi ve hizmet üretiminin ön plana çıktığı daha ileri ve yeni bir gelişme aşamasına geçmektedir. Bu toplumlarda, istihdam ve katma değer in sektörel dağılımına göre, sanayi sektörünün payı gerilerken, turizmin de içinde olduğu hizmetler sektörünün payı artmaktadır. Hizmetler sektörü içinde ise turizm 2. Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme göstererek önemli bir pay elde etmiştir. Bu hızlı değişim sürecinde endüstriyel gelişme stratejilerinde sektör öncelikleri değişmekte ve turizm gibi büyük miktarda dövizin el değiştirdiği hizmet sektörleri birer "ara sektör" konumuna gelmektedir.

Turizm sektörünün, milli gelire, istihdama, ödemeler dengesine, yabancı sermaye girişine yaptığı önemli katkılarla ülkeler, ekonomik ve sosyal gelişmelerine hız kazandırmaktadırlar. Turizm bu olumlu yönleri nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde öncelikli sektör haline gelmeye başlamıştır.

Bu değişim sürecinin dışında kalamayan Türkiye'de, son yıllarda, turizm yarattığı doğrudan ve dolaylı etkilerle özel bir önem kazanmış ve öncelikli sektör haline gelmiştir. Gelişmekte olan ülkelerin kronikleşmiş sorunlarından biri olan döviz sıkıntısı, Türkiye için de önemli bir sorundur. Turizm, Türkiye'de sadece bu sorunun giderilmesinde değil, istihdama katkısı, katma değer yaratması, gelir ve harcama akımına yol açması, dış borçların ödenmesi ve düzenli bir kamu geliri sağlanması bakımından da çok önemli bir sektördür. Sektörün oldukça geniş hizmet alanlarında diğer sektörleri birleştiren özellik taşıması ve bu sektörlerle

güçlü bağlantı etkilerinin olması nedeniyle bir çok küçük ve orta ölçekli işletmenin gelişimini sağlamasıyla Türk ekonomisi için önemini bir kat daha arttırmaktadır.

Ekonomiye yaptığı olumlu katkılar nedeniyle turizm Türkiye’de, iktisadi kalkınmayı gerçekleştirmek için gerekli döviz girdisini sağlamada en önemli sektör kabul edilmiş ve bu sektörü geliştirmek için geç de olsa olumlu politikalar yapılmıştır.

Turizm sektörü, 1980’li yılların en umut veren sektörlerinden biri olarak Türkiye ekonomisinin gündeminde yerini almıştır. Yapılan yatırımlar, teşvikler ve sağlanan kolaylıklarla, yatak kapasiteleri, gelen turist sayısı ve milli gelire katkısı bakımından 80’li yıllarda turizm sektörü olumlu gelişmeler göstermiştir. Yapılan önemli yatırımlarla, küçük ölçekli turizm işletmelerinin yanında, hizmet kalitesi ve yatak kapasitesi ile dünya standartlarına uygun tesisler inşa edilmiştir.

1986 yılında gelen turist sayısı ilk defa hem 2.5 milyon kişiyi aşmış hem de turizm geliri 1 milyar Doları aşarak 1.482 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. 1990 yılına kadar ülkeye gelen turist sayısında önemli artışlar olurken, 1991 yılında Türkiye’nin de içinde bulunduğu bölgede meydana gelen “Körfez Savaşı” nedeniyle nisbi bir azalma görülmüştür. Savaşın etkisi geçtikten sonra turist sayısındaki artışlar devam etmiş ve 1995 yılında 7726886 kişiye ulaşmıştır.

Bütün bu gelişmelere rağmen, sahip olduğu potansiyele göre Türkiye, dünya ve Avrupa turizm pazarından yeteri kadar pay alamamaktadır. Son yıllarda gerek politikacılar, gerekse bazı kuruluşlar Türkiye’de bir “turizm patlaması” yaşandığını söylemektedirler. Fakat, Türkiye ile aynı turistik coğrafya (bölge) içinde yer alan Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelerin turizmle ilgili rakamları incelendiğinde bunun bir patlama olmadığı görülecektir. 1995 yılında Fransa’yı 60.58 milyon; İspanya’yı 45.12 milyon; İtalya’yı 29.18 milyon turist ziyaret ederken, Türkiye’yi 7.72 milyon turist ziyaret etmiştir. Aynı yıl bu ülkelerin elde ettikleri turizm gelirleri ise, Fransa 27.32 milyar Dolar; İtalya 27.07 milyar Dolar;

İspanya 25.06 milyar Dolar iken Türkiye'nin elde ettiği gelir ise 4.957 milyar Dolardır.

Son yıllarda Türkiye'de turizm sektöründe önceki yıllara göre gerçekten olumlu ve önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Fakat bu gelişmeleri bir turizm patlaması olarak nitelemek gerçekçi olmayacaktır. Türkiye'nin turist sayıları ve turizm gelirleri bakımından dünya ve Avrupa turizminden aldığı pay da oldukça düşüktür. Nitekim 1995 yılı itibariyle dünya turizminden aldığı pay sırasıyla % 1.4 ve % 1.6, Avrupa'dan aldığı pay ise % 2.3 ve % 2.5 düzeyinde gerçekleşmiştir.

Bu payın düşüklüğü ve Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkelerle arasında önemli miktarlarda (gelir ve turist sayısı açısından) fark bulunmasının çeşitli sebepleri vardır: Türkiye turizm konusunda, Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelere göre oldukça genç bir ülke kabul edilmektedir. Bu ülkeler, turizmle ilgili faaliyetlerinde etkili politikaları ve yatırımlarını 1960'lı yıllarda gerçekleştirirken; Türkiye, ancak 1980'li yıllardan sonra bu tür faaliyetlere başlayabilmiştir. Avrupa 1960'lı yıllarda kitle turizmine yönelik yatırımlarda bulunurken, Türkiye ancak 1984 yılında bu tür turizme yönelik çalışmalar yapmıştır. Bu tarihe kadar gelen turist profili, kültür bazlı, gezginci ve küçük boyutluydu. Kitle turizmine yönelik arzla birlikte turist profili de değişmiştir.

Türkiye, diğer Avrupa ülkelerine göre, Avrupa'nın biraz daha dışındadır ve turist gönderen ülkelere mesafe olarak daha uzaktadır. Bu yüzden turistler kendilerine daha yakın ülkeleri tercih etmektedirler. Çünkü aynı turistik ürünü daha yakından daha ucuza (ulaşım maliyeti azaldığı için) alabilecektir. Ülkede uzun yıllar hızlı bir turizm gelişiminin gerçekleşmemesi, kısmen turist gönderen ülkelerle Türkiye arasındaki uzaklık etkenine bağlıdır.

Türkiye'nin önemli sorunlarından biri de tanıtımdır. Turizmde tanıtım ve reklam çok önemlidir. Potansiyel bir turist çekim ülkesinin yalnızca özgün kaynaklara sahip olması yeterli değildir. Bu kaynakların turiste ulaştırılabilmesi

için altyapıya, fiziki olanaklara ve etkili tanıtım için etkin bir turizm endüstrisine gereksinim vardır. Fakat, Türkiye daha önceki yıllarda tanıtım konusunda yeterli çabayı gösterememiştir. Türkiye'nin turizmi tanıtması, pazarlamaya yönelik olmamış, genellikle ülke tanıtımı ön planda tutulmuş, dolayısıyla da turistik mal ve hizmetler için yeterli talep yaratılamamıştır. Oysa dünya tanıtım bütçelerinin % 70'i pazarlamaya gitmektedir. Türkiye'de turistik tanıtma için gerek kamu kesimi, gerekse işletmeler düzeyinde gerekli parasal kaynak sağlanamamıştır. Turizm Bakanlığı'nın 1990-1996 yılları arasında tanıtım için ayırdığı bütçe yıllık ortalama 26.0 milyon Dolar düzeyindedir. Bu rakam oldukça düşük bir miktardır. Türkiye daha fazla turizm geliri elde etmek istiyorsa, genel ülke tanıtımından çok turistik mal ve hizmetlere talep yaratmak için pazarlamaya yönelik tanıtımlar yapmalıdır. Ayrıca yurt içinde ve yurt dışında bazı bölücü terör örgütlerinin Türkiye aleyhine yaptığı propaganda faaliyetleri vardır. Bu faaliyetlerden dolayı ülke üzerinde olumsuz bir imaj ortaya çıkmıştır. Bu, yapılacak etkili bir tanıtım ve reklam kampanyası ile ortadan kaldırılabilir.

Diğer önemli bir sorun ise turizm sektöründe istihdam edilecek personelin eğitimidir. Turizm, lüks mal niteliğinde olan bir hizmet sektörüdür. Bu hizmeti de insan yerine getirmektedir. Turizmde kaliteli hizmet talebini karşılamak ancak eğitim ile gerçekleşebilmektedir. Bunun bilincinde olan Turizm Bakanlığı tarafından turizm sektörüne kalifiye personel yetiştirmek için ülke çapında kurslar, meslek okulları açılmıştır. Fakat sektörün genişliği nedeniyle sürekli biçimde deneyimli kalifiye personele ihtiyaç vardır. Bunun için turizm eğitimine önem verilerek daha fazla eleman yetiştirilmelidir.

Günümüzde toplumlarda, sosyal ve ekonomik olayların gelişimini tahmin etmek ve bu tahminlere göre politikalar belirlemek zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Turizm alanında son yıllarda gözlemlenen gelişme, gelecek ile ilgili tahminlerin yapılmasını gerekli hale getirmektedir. Çünkü, günümüzde turizm, insanların ihtiyacı olması yanında, ülke ekonomilerinin kalkınmasında da çok önemli bir yere sahiptir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler bu sektörü ön plana çıkartarak, öncü

sektör haline getirme çabası içindedirler. Diğer sektörlerde olduğu gibi, turizm sektöründe de arz-talep dengesi esastır. Bu yüzden turist talebini etkileyen faktörlerin çok iyi saptanması ve turist çeken ülkenin değiştirebileceği veya yönlendirebileceği faktörleri bilmesi gerekir.

Turist çeken ülkenin değiştiremeyeceği faktörler, turistlerin gelirleri ve bu turistlerin ülkelerinin politik düzenleridir. Turist çeken ülke açısından, turistik talebi etkileyecek faktörler; ülkenin ekonomik durumu, iklimi, tarihi eserler, doğa, konaklama yerlerinin miktar ve kalitesi ile turistik ürünün fiyatıdır. Bu tür ülkeler, bu faktörlere olan talebe göre arzı belirleyecektir.

Türkiye, gelişmekte olan bir ülkedir ve ekonomik kalkınma sürecinde, turizm sektöründen önemli beklentileri vardır. Çünkü, Türkiye son yıllarda Doğu Akdeniz’de önemli turist çekim merkezlerinden biri haline gelmektedir. Türkiye bu süreci daha çabuk tamamlayabilmek ve daha fazla gelir elde edebilmek için yatırımlar yapacaktır. Bu yatırımların türü ve miktarını turizm talebi belirleyecektir.

Bu çalışmayla, yatırım kararlarını ve turizm politikalarının belirlenmesini etkileyen turizm talebinin tahmini yapılmış ve yorumlanmıştır. Üçüncü bölümde EKK yöntemi ile yapılan ekonometrik tahminlerden aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

-Türkiye’deki fiyat değişiklikleri (TFE) bütün ülkelerin turizm taleplerini olumsuz yönde etkilemektedir. Yani fiyat artışları talebi azaltırken, fiyat düşüşleri talebi arttırmaktadır.

-Türkiye’deki yatak sayısındaki değişiklikler, 11 ülkenin de turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir. Yani Türkiye’deki belgeli yatak sayısındaki artışlar talebi arttırırken, azalışlar da talebi azaltacaktır. Bütün ülkeler için bu değişkenin esnekliği 1’den büyük bulunmuştur.

-11 ülkeden 7 tanesinin Türkiye'ye olan turizm talebi, savaş, terörist faaliyetler, doğal afetler gibi beklenmedik olaylara karşı duyarlı iken 4 ülkenin talebinin duyarlı olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

-11 ülkeden 5 tanesinin Türkiye'ye olan talebini kişi başına düşen gelirdeki değişiklikler olumlu yönde etkilerken, 6 ülkenin talebini etkilememektedir.

-11 ülkeden 6 tanesinin Türkiye'ye olan talebini döviz kurlarındaki değişiklikler etkilerken, 3 ülkenin talebini etkilememektedir. Döviz kurları, iki ülke için tahmin edilen denklemde çoklu bağlantıya sebep olduğu için modelden çıkartılmıştır.

-Turist gönderen ülkelerdeki kişi başına gelir ve Türkiye'deki terörist faaliyetler dışındaki kritik (olumsuz) olaylar gibi faktörler Türkiye için dışsaldır ve bu faktörlere Türkiye etki edemeyecektir.

Bu sonuçlara göre, Türkiye yapacağı yeni yatırımlarla yatak sayısını arttırıp uygun bir fiyat politikasıyla ülkeye gelen turist sayısını ve buna bağlı olarak da turizm gelirlerini arttırabilecektir.

Türkiye'den turizm talebinde bulunan 11 ülkenin tahmin sonuçlarına göre talep üzerindeki en etkili faktörler incelenecektir. Burada yalnızca Türkiye'nin etki edebileceği ve yönlendirebileceği faktörler incelenmiştir.

Almanya

Almanya, Türk turizmi için en önemli ülke konumundadır. Çünkü, her yıl Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık % 22'si Alman turistlerden oluşmakta, dolayısıyla da turizm gelirlerinin önemli bir kısmı bu ülkeden sağlanmaktadır.

Türkiye, Almanya'dan gelen turist sayısını arttırabilmek için bu ülkeye yönelik tanıtımlar ve reklamlar yapmaktadır. Türkiye tanıtım bütçesinin yaklaşık % 20'sini bu ülke için harcamaktadır. Almanya, dünyanın en büyük turist gönderen ülkelerinden biridir. Bu ülkenin gönderdiği toplam turist sayısının ancak % 4'ü

Türkiye'ye gelmektedir. Türkiye yapacağı etkili politikalarla, Almanya'dan % 10 düzeyinde bir pay elde edebilirse gelirlerini de önemli oranda arttırabilecektir.

Almanya için yapılan tahminde, Alman turistlerin Türkiye'ye olan taleplerini etkileyen en önemli faktörün, yatak sayısı olduğu tespit edilmiştir. Bu faktörün esnekliği 2.96 olarak bulunmuştur. Bu ülkenin talebini etkileyen ikinci faktör ise Türkiye'deki fiyatlardır. Eğer Türkiye yapacağı yatırımlarla turistik tesislerin yatak sayısını miktar ve kalite yönünden arttırır ve fiyatları uygun bir düzeyde tutarsa ülkeye gelecek olan Alman turist sayısında artışlar beklenebilecektir.

Avusturya

Avusturya için yapılan tahminde, Avusturyalı turistlerin Türkiye'ye olan taleplerini etkileyen ve Türkiye'nin etkileyebileceği en önemli faktörlerin, yatak sayısı ve fiyatlar olduğu tesbit edilmiştir. Buna göre, Türkiye yapacağı yatırımlarla yatak sayısını artırır ve fiyatlar genel düzeyini uygun bir şekilde belirlerse, Avusturyalı turist sayısında önemli artışlar beklenebilecektir. Çünkü yatak sayısındaki % 1'lik bir artış, turist sayısını % 2.23 oranında arttırmaktadır. Fiyatlardaki düşüş de talebi arttırmaktadır. Avusturyalı turistler, savaş, salgın hastalık, terörist faaliyetler gibi olumsuz olaylar karşısında, 11 ülke içinde en hassas olan turistler olarak tesbit edilmiştir. Bu ülkenin Türkiye'ye olan talebini esnekliği 5.57 olan KBG etkilemektedir.

İngiltere

Bu ülkeden Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen en önemli faktörler yatak sayısı ve fiyatlar genel seviyesidir. Yatak sayısının esnekliği 1.66 iken, fiyatların esnekliği birden küçük yani inelastiktir. Buna göre, Türkiye yatak sayısını arttırırsa, bunun % 1.66 katı daha fazla İngiliz turist Türkiye'ye gelmektedir. Fiyatların düşürülmesinde ise daha az bir etki olacak ve 0.97 katlı bir

artış gerçekleşmektedir. İngiliz turistler için en önemli faktör esnekliği 6.29 olan kişi başına gelirdir. Fakat bu faktör Türkiye için dışsaldır.

İtalya

Bu ülkenin Türkiye'ye olan talebini etkileyen en önemli faktörler esnekliği 1.83 olan yatak sayısı ve 1.23 olan fiyatlardır. Türkiye yatak sayısını % 1 arttırdığında talep % 1.83 oranında artmaktadır. Fiyatlarda ise % 1'lik bir düşüş talebi % 1.23 oranında azaltmaktadır. Buna göre Türkiye yatak sayısını arttırmalı, fiyatları ise uygun bir düzeyde tutmalıdır.

Fransa

Fransız turistlerin Türkiye'ye olan taleplerini etkileyen en önemli faktörler, esnekliği 1.23 olan yatak sayısı ve 1.15 olan fiyatlardır. Tahmin sonuçlarına göre; yatak sayısında meydana gelecek olan % 1'lik bir artış talebi daha fazla etkileyerek % 1.23 oranında arttırmaktadır. Fiyatlarda meydana gelecek bir değişme karşısında ise; % 1'lik bir düşüş karşısında talep % 1.15 oranında artmaktadır. Fransa için yapılacak etkili politika, yatak sayısını arttırıp, fiyatları düzenlemek olacaktır.

Hollanda

Bu ülke için yapılan tahminde, Hollandalı turistlerin Türkiye'ye olan taleplerini, esnekliği 3.78 olan yatak sayısı ve 1.33 olan fiyatlar genel seviyesi etkilemektedir. Buna göre Türkiye'de yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir artış, talebi % 3.78 oranında arttırmaktadır. Fiyatlarda meydana gelecek % 1'lik bir düşüş ise talebi % 1.33 oranında arttıracaktır. Hollanda için geliştirilecek politika yatak sayısının arttırılıp, fiyatların uygun bir seviyede ayarlanmasıdır.

İsveç

Bu ülke için yapılan tahmine göre, Türkiye'ye olan İsveçli turistlerin taleplerini en fazla yatak sayısındaki değişiklikler etkilemektedir. Yatak sayısının esnekliği 5.26 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, 11 ülke için yapılan tahminler içinde en yüksek esnekliktir. Türkiye'deki yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir artış, talebi % 5.26 oranında arttırmaktadır. Fiyatlardaki % 1'lik bir düşüş ise talebi % 1.91 oranında arttırmaktadır. İsveç'e yönelik geliştirilecek politikalarda yatak sayısının artırılması ve fiyatların düşürülmesi gerekmektedir.

ABD

Bu ülkeden gelen turistlerin talebini etkileyen en önemli faktör yatak sayısındaki değişimlerdir. İkinci olarak fiyatlardır. ABD için yapılan tahminde bu ülkenin turizm talebini gelirin ve döviz kurlarının etkilemediği sonucu çıkmıştır. Bu ülkeden gelen turistler kültür bazlı turistlerdir. Buna göre Türkiye'deki yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir artış talebi % 1.74 oranında arttırmaktadır. Fiyatlardaki % 1'lik bir düşüş ise talebi daha az etkileyerek ve % 0.95 arttırmaktadır. Türkiye yatak sayısını arttırıp, fiyatları düşürürse ABD'li turist sayısında önemli artışlar olabilecektir.

Finlandiya

Finlandiya için yapılan tahminde talebi etkileyen en önemli faktörlerin, yatak sayısı ve fiyatlar olduğu belirlenmiştir. Yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir artış, talebi % 3.78 oranında, fiyatlardaki % 1'lik bir düşüş ise talebi % 1.26 oranında arttırmaktadır. Bu ülkeye yönelik geliştirilecek turizm politikası, yatak sayısının artırılması ve fiyatların düşürülmesi şeklinde olmalıdır.

Belçika

Bu ülke için yapılan tahminde Türkiye'ye olan turizm talebini yatak sayısının ve fiyatların etkilediği tespit edilmiştir. Fakat talebin fiyat esnekliği oldukça düşüktür. Fiyatın esnekliği -0.377 'dir. Fiyat değişimleri talebi çok az etkilemektedir. Yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir artış, talebi % 2.5 oranında arttırmaktadır. Bu ülkeye yönelik geliştirilecek politika yatak sayısını arttırmak şeklinde olmalıdır.

İsviçre

Bu ülke için yapılan tahminde Türkiye'ye olan turizm talebini etkileyen en önemli faktör yatak sayısıdır. Yatak sayısında meydana gelecek % 1'lik bir değişim, talebi % 1.36 oranında arttırmaktadır. Fiyat ise talebi çok fazla etkilememektedir. Çünkü talep fiyata karşı inelastiktir. Bu ülkeye yönelik politika yatak sayılarını arttırmak şeklinde olmalıdır.

Bu sonuçlara göre; Türkiye'nin bütün ülkelere yönelik uygulayacağı en önemli turizm politikası, öncelikle turistik tesislerdeki yatak sayısını ve kalitesini arttırmak olmalıdır. Çünkü yatak sayısının esnekliği bütün ülkeler için 1'den büyük çıkmıştır. Bu da yatak sayılarında meydana gelecek bir artışın talebi daha fazla arttıracığını göstermektedir.

İkinci önemli politika ise fiyatların uygun bir seviyede olmasıdır. Aksi halde Türkiye'deki fiyat artışları, Türkiye'ye olan turizm talebini azaltacaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

a. Kitaplar

AĞAOĞLU, O. Kemal : Türkiye’de Turizm Eğitimi ve Etkinliği, MPM Yayınları, Nr. 439, Ankara, 1991.

AKKAYA, Şahin

PAZARLIOĞLU, M. Vedat : Ekonometri - I, 3. Baskı, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 1995.

AYDIN, M. Kemal

: Planlı Dönemde Türkiye Turizminin Milli Gelir, Ödemeler Dengesi ve İstihdam Üzerindeki Etkileri, Basılmamış Doktora Tezi, İ.Ü.-S.B.E., İstanbul, 1994.

AYÖZCAN, Asuman

ÖNEN, Oğuzhan

: Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmeler ve Türkiye Kalkınma Bankası’nın Rolü, DPT Yayını, Nr. 50, Ankara, 1995.

BARUTÇUGİL, İsmet S.

: Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üniversitesi Basımevi, 2. Baskı, Bursa, 1984.

: Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., Nr. 84, İstanbul, 1986.

BAYER, M. Zekai

: Turizme Giriş, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, Nr. 253, İstanbul, 1992.

- ÇİFTÇİOĞLU, Ercan : Türkiye'nin Turizm Politikası ve Sorunları,
Ankara, 1978.
- DİE : Turizm İstatistik Bülteni, DİE Yayını, 1970.
- _____ : Turizm İstatistik Bülteni, DİE Yayını, 1989.
- _____ : Turizm İstatistik Bülteni, DİE Yayını, 1991.
- DPT : Turizm, DPT Yayınları, Nr. 2416, Ankara, 1995.
- _____ : Temel Ekonomik Göstergeler, DPT Yayını, Ankara,
1989.
- _____ : Temel Ekonomik Göstergeler, DPT Yayını, Ankara,
1992.
- _____ : Temel Ekonomik Göstergeler, DPT Yayını, Ankara,
1995.
- _____ : Temel Ekonomik Göstergeler, DPT Yayını, Ankara,
1997.
- ERTEK, Tümay : Ekonometriye Giriş, ODTÜ İdari Bilimler Fakültesi
Yayını, Nr. 22, Ankara, 1973.
- IMF : International Financial Statistic Yearbook,
New York, May 1996.

- İLKİN, Akın
DİNÇER, M. Zeki : Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, TOBB Yayını, Nr. 217, Ankara, 1991.
- İTO : Turizm Toplantıları, İTO Yayınları, Nr. 1, İstanbul, 1992.
- KILIÇBAY, Ahmet : Ekonometrinin Temelleri, İstanbul Üniversitesi Yayını, Nr. 2701, İstanbul, 1980.
- KOZAK, Nazmi
AKOĞLAN, Meryem
KOZAK, Metin : Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1994.
- OLALI, Hasan : Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını, Nr. 228, İstanbul, 1990.
- ÖZDEMİR, Mehmet : Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Ankara, 1992.
- SESSA, Alberta : Tourism As A Factor Of Progress in The Economy Of Developing Countries, UNESCO, Paris, 1974.
- SEZGİN, O. Mesut : Genel Turizm, TUTİBAY Yayınları, Ankara, 1995.
- ŞAHİN, Adem : Turizm ve Türkiye'nin Yeri, TOBB Yayını, İstanbul, 1992.

- ŞAHİN, Hüseyin : Türkiye Ekonomisi, 3. Baskı, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 1995.
- TOBB : Planlı Dönemde Rakamlarla Türkiye Ekonomisi, TOBB Yayını, Nr. 166, Ankara, 1990.
- : 1994 Ekonomik Raporu, TOBB Yayını Nr. 299, Ankara, 1995.
- TOSKAY, Tunca : Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım, İstanbul, 1989.
- TURİZM BAKANLIĞI : Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 1993/11, Ankara, 1993.
- : Paket Turlar ve Paket Tur Fiyatının Dağılımı Araştırması, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr.1994/5, Ankara, 1994.
- : 1993 Yabancı Ziyaretçiler Talep Profili Araştırması, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 4, Ankara, 1994.
- : Turizm İstatistikleri Bülteni, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 1994/2, Ankara, 1994.
- : Belediye Belgeli Tesisler Envanteri, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 1995/6, Ankara, 1995.

- _____ : Konaklama İstatistikleri Bülteni, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 1996/4, Ankara, 1996.
- _____ : Turizm İstatistikleri Bülteni, Turizm Bakanlığı Yayını, Nr. 1996/1, Ankara, 1996.
- _____ : T.C. Turizm Bakanlığı (1963-1996), Turizm Bakanlığı Yayını, Ankara, 1996.
- T.C. MERKEZ BANKASI : Üç Aylık Bülten, T.C. Merkez Bankası Yayını, Nr. 1, Ankara, 1996.
- URAY, Mehmet T., : Türkiye'nin Turizm İhracatını Etkileyen Faktörler: Bir Model Denemesi, Basılmamış Doktora Tezi, İ.Ü.-S.B.E., İstanbul, 1994.
- ÜRGER Süleyman : Genel Turizm Bilgisi, Akdeniz Üniversitesi Yayını, Antalya, 1993.
- YAMAN, Zafer : Alanya'nın Turizm Kapasitesinin Analizi, ALTİD Araştırma Yayınları, Nr. 1, Alanya, 1994.
- YARCAN, Şükrü : Turizm Endüstrisinin Yapısı, Boğaziçi Üniversitesi Yayını, Nr. 550, İstanbul, 1994.

b. Makale ve Bildiriler

- ARCHER, Brian : "The Impact of International Tourism on the Economy of Bermuda (1994)", **Journal of Travel Research**, Vol. 34 (2), (1995,) ss. 27-30.

- ARSLAN, Zeynep : "Dünya Turizm Gelirleri ve Türkiye'nin Payı", **Kalkınma Dergisi**, Sayı 44 (Ekim 1993), ss. 36-39.
- _____ : "Turizm İşletmelerinin Kredilendirilmesinde Türkiye Kalkınma Bankasının Politikaları ve Kredilendirme Kararlarında Dikkat Edilecek Hususlar", **Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı 2,(1994,) ss. 125-149.
- BAKKAL, İlter : "Characteristic of West German Demand for International Tourism in the Northern Mediterranean Region", **Applied Economics**, Vol. 23,(1991,) ss. 295-304.
- CHADEE, D.
MIECZKOWSKI, Z. : "An Empirical Analysis of the Effects of the Exchange Rate on Canadian Tourism", **Journal of Travel Research**, Vol. 26 (1), (1987,)ss. 13-17.
- CİNGİ, Selçuk : "Turizm ve Türk Turizm Sektörü", **Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı 1-2 (1989,) ss. 145-165.
- CONANT, S. Jeffrey : "Terrorism and Tourism", **Journal of Travel Research**, Vol. 26 (2),(1988,) ss. 16-20.
- CROUCH, Geoffrey I. : "Effect of Income and Price on International Tourism", **Annals of Tourism Research**, Vol.19 (1), (1992,) ss. 643-661.

- _____ : "A Meta-Analysis of Tourism Demand", **Annals of Tourism Research**, Vol. 22 (1),(1995,) ss.103-118.
- DIVISEKERA, Sarath : "An Econometric Model of International Visitor Flows to Australia", **Australian Economic Papers**, (December 1995,) ss. 291- 307.
- DOĞAN, H. Zafer : "Gençlik ve Turizm", **Turizm Yıllığı (86)**, (Ocak 1988,) ss. 71-80.
- FISH, Mary
- GIBBONS, Jean D. : "Analysis of Tourism Receipts: A Turkish Case Study That Refutes Prevailing Patterns", **METU Studies in Development**, Vol. 18(1-2),(1991,) ss.165-174.
- GUNADHI, Himowan
- BOEY, C. Kit : "Demand Elasticities of Tourism in Singapore", **Tourism Management**, Vol. 7 (4),(December 1986,) ss. 239-253.
- GÖKDENİZ, Ayhan : "Dünyadaki Yeni Yapısal Değişikliklerin Uluslararası Turizm Hareketlerine Yansıması ve Türkiye", **Turizm Yıllığı (94)**,(Haziran 1994,) ss. 108-125.
- İÇÖZ, Orhan : "2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri", **Turizm Yıllığı (94)**, (Haziran 1994,) ss. 142-158.

- MARTIN, Christine A.
WITT, Stephan F. : "Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists Cost of Living", **Tourism Management**, Vol. 8 (3)(1987,) ss. 233-246.
- ONGAN, Serdar : "Türk Turizminin Dünyadaki Yeri", **Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı 1-2,(1995,) ss. 121-132.
- PAULINE, J. Sheldon
MAK, James : "The Demand for Package Tours: A Model of Choice Model", **Journal of Travel Research**, Vol. 25 (3), (1987,) ss. 13-21.
- QIU, Hanqin
ZHANG, Junsen : "Determinants of Tourist Arrivals and Expenditures in Canada", **Journal of Travel Research**, Vol. 34 (2),(1995,) ss. 43-49.
- SINCLAIR, M. Thea
TSEGAYE, Asrat : "International Tourism and Export Instability", **The Journal of Development Studies**, Vol. 26 (1), (1989,) ss. 487-504.
- SMERAL, Egon : "Tourism Demand, Economic Theory and Econometrics: An Integrated Approach", **Journal of Travel Research**, Vol. 26 (4),(Spring 1988) ss. 38-43.

- SYRIOPOULOS, Theodore : "A Dynamic Model of Demand for Mediterranean Tourism", **Annals of Tourism Research**, Vol. 22 (3), (1995,) ss. 318-335.
- TANSEL, Aysıt : "Economic Impact of And Demand for Tourism: A Survey", **METU Studies in Development**, Vol.18 (3),(1991,) ss. 259-275.
- TİMUR, Alp : "Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi", **Turizm Yıllığı (86)**, (Ocak 1988,) ss. 189-198.
- TÜRKSOY, Adnan : "Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkileri",**Görüşler**, Sayı 1-2, (Kasım-Aralık 1992,) ss. 49-56.
- VAR, Turgut
MOHAMMAD, Golam
İÇÖZ, Orhan : "Factors Effecting International Tourism Demand for Turkey", **Annals of Tourism Research**, Vol. 17 (4),(1994,) ss. 606-609.
- WHITE, Kenneth J. : "An International Travel Demand Model", **Annals of Tourism Research**, Vol. 12,(1985,) ss. 529-545.
- WITT, Stephan F.
MARTIN, Christine A. : "Econometric Models for Forecasting International Tourism Demand", **Journal of Travel Research**, Vol. 25 (3),(1987,) ss. 23-30.
- YARCAN, Şükrü : "1980 Darbesi ve Turizm", **TÜRSAB Dergisi**, Sayı 145,(Şubat 1996,) ss. 30-33.

ZENGİN, Burhanettin : "Turizm Coğrafyasının Turistik Ürün ve Talebe Etkileri", **Turizmde Seçme Makaleler**, TUGEV Yayınları, Nr. 38,(Nisan 1996,) ss. 45- 56.

c. Kanun, Tebliğ, Yönetmelik, Tüzük ve Diğerleri

— : "Turizm Sektörünün Yeni Gözdesi: Gençler", **Dünya Gazetesi**, Nr. 10573, 1996, s. 16.

THY : **Magazin Dergisi**, İstanbul, 1992.





EKLER

EK-1: VERİ SETİ

Tablo:1 ABD İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	125566	15844	14.85	116.5	8059	28354	0
1971	148105	16166	14.00	135.8	8059	32114	0
1972	168878	16759	14.00	154.4	8059	34628	0
1973	232409	17463	14.00	179.0	8059	38528	1
1974	97763	17196	13.85	212.3	8059	40895	1
1975	104219	16889	15.00	254.3	8059	44957	0
1976	139537	17552	16.50	296.0	8059	47307	0
1977	212989	18163	19.25	378.7	8059	50379	0
1978	204661	18837	25.00	557.5	8059	52385	0
1979	222344	19100	35.00	874.2	8059	53956	1
1980	30775	18772	89.25	1884.8	8059	56044	1
1981	101966	18906	132.30	2523.9	8059	58242	0
1982	97307	18308	184.90	3076.9	8059	62372	0
1983	158120	18837	280.00	4042.7	8059	65934	0
1984	213498	19818	442.50	5999.4	8059	68266	0
1985	204818	20250	574.00	8696.2	8059	85995	0
1986	88246	2638	755.90	11706.8	8059	92129	1
1987	137563	21072	1018.35	16254.9	8059	106306	1
1988	158389	21687	1813.02	28234.7	8059	122306	0
1989	190565	22146	2311.37	46098.8	8059	146086	0
1990	195800	22097	2927.13	73894.6	8059	173227	0
1991	79256	21605	5074.83	121036.5	8059	200678	1
1992	182429	22071	8555.85	211382.2	8059	219940	0
1993	254945	22759	14458.03	346576.4	8059	235238	0
1994	271166	23212	38418.00	714987.1	8059	265136	0

Tablo:2 ALMANYA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	111777	24577	4.09	116.5	1863	28354	0
1971	147411	25070	4.34	135.8	1863	32114	0
1972	154759	25964	4.34	154.4	1863	34628	0
1973	200620	27050	5.25	179.0	1863	38528	1
1974	191182	27069	5.65	212.3	1863	40895	1
1975	230068	26770	5.95	254.3	1863	44957	0
1976	236147	28379	6.85	296.0	1863	47307	0
1977	242783	29185	8.60	378.7	1863	50379	0
1978	261258	30182	13.87	557.5	1863	52385	0
1979	237666	31307	20.22	874.2	1863	53956	1
1980	89163	31553	45.15	1884.8	1863	56044	1
1981	181713	31540	58.35	2523.9	1863	58242	0
1982	201596	31226	78.25	3076.9	1863	62372	0
1983	238660	31884	101.75	4042.7	1863	65934	0
1984	267527	32913	141.20	5999.4	1863	68266	0
1985	321227	33749	233.15	8696.2	1863	85995	0
1986	399389	34517	387.95	11706.8	1863	92129	1
1987	593583	34924	638.65	16254.9	1863	106306	1
1988	901297	36160	1022.86	28234.7	1863	122306	0
1989	958879	37221	1364.45	46098.8	1863	146086	0
1990	1116349	38421	1947.53	73894.6	1863	173227	0
1991	812395	31865	3339.81	121036.5	1863	200678	1
1992	1165164	32189	5302.66	211382.2	1863	219940	0
1993	1118750	31402	8347.59	346576.4	1863	235238	0
1994	994701	32039	24683.00	714987.1	1863	265136	0

Tablo:3 AVUSTURYA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	17372	137079	0.57	116.5	1253	28354	0
1971	19500	143512	0.60	135.8	1253	32114	0
1972	21555	151812	0.60	154.4	1253	34628	0
1973	26700	158380	0.72	179.0	1253	38528	1
1974	31522	164621	0.79	212.3	1253	40895	1
1975	35429	162955	0.84	254.3	1253	44957	0
1976	50137	170634	0.97	296.0	1253	47307	0
1977	130637	178388	1.17	378.7	1253	50379	0
1978	110166	178730	1.89	557.5	1253	52385	0
1979	86921	187444	2.82	874.2	1253	53956	1
1980	21036	192914	6.36	1884.8	1253	56044	1
1981	36664	192103	8.32	2523.9	1253	58242	0
1982	50542	193897	11.12	3076.9	1253	62372	0
1983	71081	198291	14.43	4042.7	1253	65934	0
1984	70669	200993	20.09	5999.4	1253	68266	0
1985	93376	205661	33.10	8696.2	1253	85995	0
1986	91872	208095	55.18	11706.8	1253	92129	1
1987	93758	210989	90.84	16254.9	1253	106306	1
1988	133266	218974	145.04	28234.7	1253	122306	0
1989	174839	225574	194.31	46098.8	1253	146086	0
1990	193266	233027	277.19	73894.6	1253	173227	0
1991	106072	237426	474.68	121036.5	1253	200678	1
1992	204662	238761	753.29	211382.2	1253	219940	0
1993	211337	236233	1188.98	346576.4	1253	235238	0
1994	138278	241494	3511.00	714987.1	1253	265136	0

Tablo:4 FİNLANDİYA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	5072	58646	3.55	116.5	2240	28354	0
1971	12440	59742	3.37	135.8	2240	32114	0
1972	14386	64019	3.34	154.4	2240	34628	0
1973	13134	67880	3.64	179.0	2240	38528	1
1974	13974	69640	3.89	212.3	2240	40895	1
1975	3591	70140	3.90	254.3	2240	44957	0
1976	5726	69547	4.37	296.0	2240	47307	0
1977	16246	69570	4.79	378.7	2240	50379	0
1978	11521	70878	6.37	557.5	2240	52385	0
1979	25045	75649	9.45	874.2	2240	53956	1
1980	2435	79349	23.20	1884.8	2240	56044	1
1981	5785	80492	30.43	2523.9	2240	58242	0
1982	8405	82761	35.13	3076.9	2240	62372	0
1983	10665	84298	48.16	4042.7	2240	65934	0
1984	10903	86486	67.70	5999.4	2240	68266	0
1985	17740	49033	86.10	8696.2	2240	85995	0
1986	22176	90774	157.23	11706.8	2240	92129	1
1987	23778	94304	256.51	13254.9	2240	106306	1
1988	53554	98529	436.35	28234.7	2240	122306	0
1989	77553	103694	571.41	46098.8	2240	146086	0
1990	111010	103292	805.27	73894.6	2240	173227	0
1991	89586	95611	1226.84	121036.5	2240	200678	1
1992	104190	91667	1636.20	211382.2	2240	219940	0
1993	96359	99671	2507.07	346576.4	2240	235238	0
1994	78231	92782	8099.00	714987.1	2240	265136	0

Tablo:5 FRANSA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	70228	73380	2.69	116.5	2240	28354	0
1971	85022	76171	2.74	135.8	2240	32114	0
1972	73848	78853	2.74	154.4	2240	34628	0
1973	119314	82455	3.04	179.0	2240	38528	1
1974	87723	84435	2.98	212.3	2240	40895	1
1975	110502	83722	3.48	254.3	2240	44957	0
1976	123230	87076	3.33	296.0	2240	47307	0
1977	149170	89475	3.90	378.7	2240	50379	0
1978	139474	92072	5.97	557.5	2240	52385	0
1979	119459	94648	8.60	874.2	2240	53956	1
1980	51886	95705	19.54	1884.8	2240	56044	1
1981	134945	96294	23.07	2523.9	2240	58242	0
1982	96637	98203	27.60	3076.9	2240	62372	0
1983	100042	98432	33.25	4042.7	2240	65934	0
1984	123754	99328	46.09	5999.4	2240	68266	0
1985	165757	100792	76.80	8696.2	2240	85995	0
1986	182530	102919	117.15	11706.8	2240	92129	1
1987	198883	104782	188.30	16254.9	2240	106306	1
1988	279153	109024	299.92	28234.7	2240	122306	0
1989	316850	113075	399.06	46098.8	2240	146086	0
1990	344277	114745	573.10	73894.6	2240	173227	0
1991	143617	114994	978.28	121036.5	2240	200678	1
1992	247603	115892	1556.46	211382.2	2240	219940	0
1993	301009	113641	2458.64	346576.4	2240	235238	0
1994	233142	116173	7143.00	714987.1	2240	265136	0

Tablo:6 İSVEÇ İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	9870	113618	2.89	116.5	2195	28354	0
1971	23394	113842	2.91	135.8	2195	32114	0
1972	32007	116160	2.91	154.4	2195	34628	0
1973	2817	120473	3.07	179.0	2195	38528	1
1974	27637	124021	3.25	212.3	2195	40895	1
1975	14723	126721	3.35	254.3	2195	44957	0
1976	15638	127595	3.90	296.0	2195	47307	0
1977	34156	125102	3.93	378.7	2195	50379	0
1978	26081	126832	5.88	557.5	2195	52385	0
1979	34265	131543	8.40	874.2	2195	53956	1
1980	2849	133416	20.17	1884.8	2195	56044	1
1981	11451	133300	23.71	2523.9	2195	58242	0
1982	6791	134618	25.50	3076.9	2195	62372	0
1983	9706	137057	34.78	4042.7	2195	65934	0
1984	9101	142344	49.47	5999.4	2195	68266	0
1985	10800	145332	75.58	8696.2	2195	85995	0
1986	18653	148201	111.16	11706.8	2195	92129	1
1987	28651	151877	174.67	16254.9	2195	106306	1
1988	45286	155266	296.25	28234.7	2195	122306	0
1989	65251	157835	372.80	46098.8	2195	146086	0
1990	123044	158864	518.40	73894.6	2195	173227	0
1991	73706	155133	914.17	121036.5	2195	200678	1
1992	120248	152045	1214.69	211382.2	2195	219940	0
1993	87021	147293	1738.37	346576.4	2195	235238	0
1994	93852	149292	5156.00	714987.1	2195	265136	0

Tablo:7 İTALYA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	38073	13568021	2.39	116.5	1371	28354	0
1971	55815	13484910	2.41	135.8	1371	32114	0
1972	60013	13962690	2.41	154.4	1371	34628	0
1973	93427	14848905	2.28	179.0	1371	38528	1
1974	61650	15569873	2.04	212.3	1371	40895	1
1975	83471	15074548	2.21	254.3	1371	44957	0
1976	80364	15931238	1.90	296.0	1371	47307	0
1977	92338	16451278	2.18	378.7	1371	50379	0
1978	95664	16995190	3.09	557.5	1371	52385	0
1979	87495	17986143	4.33	874.2	1371	53956	1
1980	32807	18680609	9.53	1884.8	1371	56044	1
1981	74971	18756991	10.94	2523.9	1371	58242	0
1982	54070	18750529	13.58	3076.9	1371	62372	0
1983	64372	18865587	16.75	4042.7	1371	65934	0
1984	58443	19317890	23.02	5999.4	1371	68266	0
1985	73870	19775074	34.21	8696.2	1371	85995	0
1986	98241	20320866	55.72	11706.8	1371	92129	1
1987	118036	20910549	86.52	16254.9	1371	106306	1
1988	143003	21726323	139.03	28234.7	1371	122306	0
1989	155834	22333971	182.04	46098.8	1371	146086	0
1990	149845	22755289	258.87	73894.6	1371	173227	0
1991	72498	23405567	441.10	121036.5	1371	200678	1
1992	158185	23581428	582.63	211382.2	1371	219940	0
1993	134669	23852286	846.74	346576.4	1371	235238	0
1994	105595	24691029	2357.00	714987.1	1371	265136	0

Tablo:8 İNGİLTERE İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	70179	6312	35.94	116.5	2497	28354	0
1971	85022	6415	36.48	135.8	2497	32114	0
1972	73848	6620	32.90	154.4	2497	34628	0
1973	119314	7090	32.30	179.0	2497	38528	1
1974	87723	6968	31.82	212.3	2497	40895	1
1975	110502	6921	31.05	254.3	2497	44957	0
1976	123230	7114	26.40	296.0	2497	47307	0
1977	109197	7287	34.70	378.7	2497	50379	0
1978	93549	7541	50.10	557.5	2497	52385	0
1979	70929	7746	79.02	874.2	2497	53956	1
1980	29349	7569	210.12	1884.8	2497	56044	1
1981	67273	7418	250.25	2523.9	2497	58242	0
1982	66014	7548	300.55	3076.9	2497	62372	0
1983	92239	7820	401.38	4042.7	2497	65934	0
1984	106954	7986	516.18	5999.4	2497	68266	0
1985	149635	8267	826.56	8696.2	2497	85995	0
1986	171749	8600	1109.28	11706.8	2497	92129	1
1987	308286	8987	1892.60	16254.9	2497	106306	1
1988	470535	9412	3276.12	28234.7	2497	122306	0
1989	410457	9597	3730.54	46098.8	2497	146086	0
1990	322678	9575	5612.78	73894.6	2497	173227	0
1991	193322	9346	9482.32	121036.5	2497	200678	1
1992	314608	9265	12957.84	211382.8	2497	219940	0
1993	441817	9445	21370.40	346576.4	2497	235238	0
1994	568284	9774	39663.00	714987.1	2497	265136	0

Tablo:9 HOLLANDA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	14564	24075	4.13	116.5	2209	28354	0
1971	23571	24792	4.32	135.8	2209	32114	0
1972	27392	25341	4.32	154.4	2209	34628	0
1973	33350	26302	5.03	179.0	2209	38528	1
1974	29464	27149	5.40	212.3	2209	40895	1
1975	21271	26908	5.77	254.3	2209	44957	0
1976	23578	28039	6.50	296.0	2209	47307	0
1977	60902	28520	7.81	378.7	2209	50379	0
1978	53728	29046	12.66	557.5	2209	52385	0
1979	44417	29558	18.33	874.2	2209	53956	1
1980	9695	29590	41.65	1884.8	2209	56044	1
1981	19759	29158	53.03	2523.9	2209	58242	0
1982	18442	28602	70.63	3076.9	2209	62372	0
1983	26335	28907	90.50	4042.7	2209	65934	0
1984	28226	29688	124.91	5999.4	2209	68266	0
1985	38853	30338	207.00	8696.2	2209	85995	0
1986	55064	30776	343.20	11706.8	2209	92129	1
1987	61500	31569	567.77	16254.9	2209	106306	1
1988	82356	32175	905.61	28234.7	2209	122306	0
1989	109859	33513	1208.88	46098.8	2209	146086	0
1990	162659	34535	1728.46	73894.6	2209	173227	0
1991	107076	35050	2963.23	121036.5	2209	200678	1
1992	204802	35408	4721.25	211382.2	2209	219940	0
1993	216182	35304	7463.36	346576.4	2209	235238	0
1994	180667	35988	22055.0	714987.1	2209	265136	0

Tablo:10 İSVİÇRE İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	22449	35977	3.46	116.5	1763	28354	0
1971	29226	37271	3.65	135.8	1763	32114	0
1972	36125	37606	3.65	154.4	1763	34628	0
1973	52000	38554	4.34	179.0	1763	38528	1
1974	31609	38944	5.22	212.3	1763	40895	1
1975	31622	36505	5.60	254.3	1763	44957	0
1976	23819	35535	6.80	296.0	1763	47307	0
1977	83361	37520	8.85	378.7	1763	50379	0
1978	64734	37681	16.67	557.5	1763	52385	0
1979	52920	38475	21.85	874.2	1763	53956	1
1980	10838	39969	50.20	1884.8	1763	56044	1
1981	19030	40295	73.38	2523.9	1763	58242	0
1982	27713	39675	93.05	3076.9	1763	62372	0
1983	37640	40015	127.97	4042.7	1763	65934	0
1984	37979	40978	171.51	599.4	1763	68266	0
1985	51329	42287	276.76	8696.2	1763	85995	0
1986	55905	43308	464.60	11706.8	1763	92129	1
1987	60710	43847	788.50	16254.9	1763	106306	1
1988	78596	44841	1207.87	28234.7	1763	122306	0
1989	98493	46150	1497.97	46098.8	1763	146086	0
1990	102388	46796	2283.25	73894.6	1763	173227	0
1991	50126	46172	3748.03	121036.5	1763	200678	1
1992	78735	45479	5862.18	211382.2	1763	219940	0
1993	82853	44740	9789.44	346576.4	1763	235238	0
1994	47639	45336	29193.00	714987.1	1763	265136	0

Tablo:11 BELÇİKA İÇİN VERİ SETİ

YILLAR	GTS	KBG	DK	TFE	UZ	YS	DV
1970	12455	398861	0.30	16.5	2167	28354	0
1971	16415	410134	0.31	135.8	2167	32114	0
1972	18001	433573	0.31	154.4	2167	34628	0
1973	26318	457700	0.35	179.0	2167	38528	1
1974	19574	475742	0.37	212.3	2167	40895	1
1975	18185	467620	0.40	254.3	2167	44957	0
1976	19333	493170	0.44	296.0	2167	47307	0
1977	45191	495519	0.54	378.7	2167	50379	0
1978	42086	509155	0.88	557.5	2167	52385	0
1979	40243	519614	1.24	874.2	2167	53956	1
1980	7857	540609	2.81	1884.8	2167	56044	1
1981	15245	535228	3.46	2523.9	2167	58242	0
1982	13376	542799	3.97	3076.9	2167	62372	0
1983	17617	545233	4.99	4042.7	2167	65934	0
1984	15168	557505	7.03	5999.4	2167	68266	0
1985	28167	562170	11.42	8696.2	2167	85995	0
1986	33075	569776	18.65	11706.8	2167	92129	1
1987	34274	580547	30.44	16254.9	2167	106306	1
1988	45579	608400	49.00	28234.7	2167	122306	0
1989	52183	625754	65.00	46098.8	2167	146086	0
1990	62097	644132	94.27	73894.6	2167	173227	0
1991	40998	658016	162.14	121036.5	2167	200678	1
1992	75071	665572	258.33	211382.2	2167	219940	0
1993	88120	654228	401.28	346576.4	2167	235238	0
1994	75216	668588	1202.00	714987.1	2167	265136	0

EK-2: BİLGİSAYAR ÇIKTILARI

ABD'DEN TURİZM TALEBİ

cal 70
all 94:1
open data c:\mus\abd.wk1
data(org=obs,format=wks)
tables

Series	Obs	Mean	Std Error	Minimum	Maximum
YILLAR	25	1982.000000	7.359801	1970.000000	1994.000000
GTS	25	160852.560000	60505.196645	30775.000000	271166.000000
KBG	25	18094.000000	5245.220968	1755.000000	23212.000000
DK	25	3088.675200	8074.932930	13.850000	38418.000000
TFE	25	63982.184000	157750.311733	116.500000	714987.100000
UZ	25	10939.000000	14400.000000	8059.000000	80059.000000
YS	25	95256.080000	70416.080155	28354.000000	265136.000000
DV	25	0.280000	0.458258	0.000000	1.000000

log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
ar1(method=corc) lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv

Dependent Variable LGTS - Estimation by Cochrane-Orcutt
Annual Data From 71:01 To 94:01
Usable Observations 24 Degrees of Freedom 17
Centered R**2 0.358845 R Bar **2 0.132555
Uncentered R**2 0.998972 T x R**2 23.975
Mean of Dependent Variable 11.904725262
Std Error of Dependent Variable 0.487399655
Standard Error of Estimate 0.453948193
Sum of Squared Residuals 3.5031723519
Durbin-Watson Statistic 2.027068
Q(6-1) 9.158947
Significance Level of Q 0.10288979

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif
1. Constant	-4.204377628	8.662996583	-0.48533	0.63364046
2. LKBG	0.137252917	0.157830560	0.86962	0.39661982
3. LDK	0.578853110	0.470093855	1.23136	0.23495295
4. LTFE	-0.953972934	0.594695814	-1.60414	0.12709961
5. LYS	1.747672819	0.956168358	1.82779	0.08518687
6. DV	-0.415958203	0.206344329	-2.01585	0.05990366
7. RHO	-0.050937499	0.291263311	-0.17488	0.86323619

ALMANYA'DAN TURİZM TALEBİ

```

cal 70
all 94:1
open data c:\mus\almanya.wk1
data(org=obs,formet=wks)
tables
log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys

smpl

```

```

linreg lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv

```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.955305 R Bar **2 0.943544

Uncentered R**2 0.999835 T x R**2 24.996

Mean of Dependent Variable 12.720544227

Std Error of Dependent Variable 0.791101259

Standard Error of Estimate 0.187969932

Sum of Squared Residuals 0.6713212121

Regression F(5,19) 81.2215

Significance Level of F 0.00000000

Durbin-Watson Statistic 2.371481

Q(6-0) 5.800656

Significance Level of Q 0.44588729

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-24.86492231	6.42881763	-3.86773	0.00103645
2. LKGB	1.15049158	0.50773424	2.26593	0.03532873
3. LDK	0.90694313	0.25058083	3.61936	0.00182618
4. LTFE	-1.42250208	0.28675623	-4.96067	0.00008680
5. LYS	2.96230924	0.35874414	8.25744	0.00000010
6. DV	-0.25200664	0.08731266	-2.88626	0.00945996

AVUSTURYA'DAN TURİZM TALEBİ

```
cal 70
all 94:1
open data c:\mus\avustury.wk1
data(org=obs,format=wks)
log gts /lgt; log kbg /lkg; log dk /ldk; log tfe /tfe; log uz /luz; log ys /lys
```

```
linreg lgt;
#constant lkg ldk tfe lys dv
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.863707 R Bar **2 0.827841

Uncentered R**2 0.999333 T x R**2 24.983

Mean of Dependent Variable 11.125028077

Std Error of Dependent Variable 0.796490575

Standard Error of Estimate 0.330480693

Sum of Squared Residuals 2.0751322820

Regression F(5,19) 24.0811

Significance Level of F 0.00000013

Durbin-Watson Statistic 1.641310

Q(6-0) 8.538653

Significance Level of Q 0.20123412

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif
1. Constant	-84.40183665	20.30536793	-4.15663	0.00053581
2. LKBG	6.57548214	1.83570049	3.58200	0.00198820
3. LDK	0.63830321	0.54940570	1.16181	0.25970138
4. LTFE	-1.34753116	0.66619562	-2.02273	0.05740527
5. LYS	2.23093323	0.62513386	3.56873	0.00204912
6. DV	-0.47879328	0.16821147	-2.84638	0.01032377

FİNLANDİYA'DAN TURİZM TALEBİ

```
cal 70
all 94:1
open data c:\mus\fnland.wk1
data(org=obs,format=wks)

log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
set trend =t
smp1
linreg lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.778915 R Bar **2 0.720735

Uncentered R**2 0.997300 T x R**2 24.933

Mean of Dependent Variable 9.8390963121

Std Error of Dependent Variable 1.1165772071

Standard Error of Estimate 0.5900613448

Sum of Squared Residuals 6.6152754212

Regression F(5,19) 13.3880

Significance Level of F 0.00001125

Durbin-Watson Statistic 1.894794

Q(6-0) 9.246230

Significance Level of Q 0.16019651

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif
1. Constant	-22.22674880	14.07944119	-1.57867	0.13091679
2. LKGB	-0.26052054	0.97358750	-0.26759	0.79189952
3. LDK	0.75026111	0.49820871	1.50592	0.14853327
4. LTFE	-1.26619327	0.55222067	-2.29291	0.03343447
5. LYS	3.78327265	1.10502078	3.42371	0.00284751
6. DV	-0.06292904	0.27352433	-0.23007	0.82049820

FRANSA'DAN TURİZM TALEBİ

```
cal 70
all 94:1
open data c:\mus\frans.wk1
data(org=obs,format=wks)
```

```
log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
```

```
*smp1 79:1 87:1
```

```
linreg lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.798074 R Bar **2 0.744935

Uncentered R**2 0.999652 T x R**2 24.991

Mean of Dependent Variable 11.860793302

Std Error of Dependent Variable 0.503128602

Standard Error of Estimate 0.254099751

Sum of Squared Residuals 1.2267669822

Regression F(5,19) 15.0188

Significance Level of F 0.00000491

Durbin-Watson Statistic 2.397747

Q(6-0) 4.094503

Significance Level of Q 0.66388907

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif
1. Constant	-57.21815594	24.02246509	-2.38186	0.02783435
2. LKBG	5.38949971	2.38685283	2.25799	0.03590465
3. LDK	0.80093143	0.43736311	1.83127	0.08278755
4. LTFE	-1.15673888	0.48029804	-2.40838	0.02634179
5. LYS	1.23592735	0.49584536	2.49257	0.02208362
6. DV	-0.34369331	0.12826463	-2.67956	0.01482811

İSVEÇ'DEN TURİZM TALEBİ

```
cal 70
all 94:1
open data c:\mus\svec.wk1
data(org=obs,format=wks)
```

```
log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
```

```
smpl
arl(method=maxlag) lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Beach-MacKinnon

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 18

Centered R**2 0.776084 R Bar **2 0.701445

Uncentered R**2 0.997651 T x R**2 24.941

Mean of Dependent Variable 10.046633288

Std Error of Dependent Variable 1.055736072

Standard Error of Estimate 0.576855972

Sum of Squared Residuals 5.9897306249

Durbin-Watson Statistic 2.173196

Q(6-1) 6.027734

Significance Level of Q 0.30352955

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-17.59293683	25.51052674	-0.68963	0.49921923
2. LKGB	-1.64949171	2.16837181	-0.76071	0.45668326
3. LDK	1.06118978	0.46851060	2.26503	0.03608791
4. LTFE	-1.91618916	0.47465237	-4.03704	0.00077334
5. LYS	5.26789355	0.77217681	6.82213	0.00000219
6. DV	-0.47551256	0.23321691	-2.03893	0.05641924

7. RHO	-0.45003889	0.21188534	-2.12397	0.04778747

İTALYA'DAN TURİZM TALEBİ

```

cal 70
all 94:1
open data c:\mus\talya.wk1
data(org=obs,format=wks)
log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys

*smp1 80:1 94:1
smp1
set trend = t
ar1(method=corc) lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv
    
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Cochrane-Orcutt

Annual Data From 71:01 To 94:01

Usable Observations 24 Degrees of Freedom 17

Centered R**2 0.687577 R Bar **2 0.577310

Uncentered R**2 0.999641 T x R**2 23.991

Mean of Dependent Variable 11.356367345

Std Error of Dependent Variable 0.393237125

Standard Error of Estimate 0.255661514

Sum of Squared Residuals 1.1111677685

Durbin-Watson Statistic 2.119251

Q(6-1) 2.315924

Significance Level of Q 0.80392521

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-85.47373673	33.87698709	-2.52306	0.02188851
2. LKGB	5.05014383	2.14038812	2.35945	0.03052413
3. LDK	0.65263613	0.28759815	2.26926	0.03655813
4. LTFE	-1.23861212	0.37703282	-3.28516	0.00436780
5. LYS	1.83287361	0.39150838	4.68157	0.00021443
6. DV	-0.29013210	0.13517002	-2.14642	0.04656409

7. RHO	-0.28987084	0.23641493	-1.22611	0.23687077

İNGİLTERE 'DEN TURİZM TALEBİ

cal 70
 all 94:1
 open data c:\mus\UK.wk1
 data(org=obs,format=wks)

log gts /lgts; log kbg /lkg; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
 *smp1 1970:1 1994:1
 AR1(METHOD=MAXLAG) lgts
 #constant lkg ldk ltfe lys dv

Dependent Variable LGTS - Estimation by Beach-MacKinnon
 Annual Data From 70:01 To 94:01
 Usable Observations 25 Degrees of Freedom 18
 Centered R**2 0.890717 R Bar **2 0.854290
 Uncentered R**2 0.999567 T x R**2 24.989
 Mean of Dependent Variable 11.848604906
 Std Error of Dependent Variable 0.762779558
 Standard Error of Estimate 0.291168170
 Sum of Squared Residuals 1.5260202629
 Durbin-Watson Statistic 1.940463
 Q(6-1) 7.430174
 Significance Level of Q 0.19056241

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-58.51375784	19.31384229	-3.02963	0.00720543
2. LKBG	6.29051619	2.45080431	2.56672	0.01940882
3. LDK	0.55036391	0.35133882	1.56648	0.13464829
4. LTFE	-0.97388965	0.43707053	-2.22822	0.03885558
5. LYS	1.66781801	0.96807337	1.72282	0.10205687
6. DV	-0.40625640	0.13445323	-3.02154	0.00733342

7. RHO	0.51752257	0.27525886	1.88013	0.07637452

HOLLANDA'DAN TURİZM TALEBİ

```

cal 70
all 94:1
open data c:\mus\holland.wk1
data(org=obs,formet=wks)
tables

log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
set trend =t
smpl
linreg lgts
#constant lkgb ldk ltfe lys dv
    
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.874474 R Bar **2 0.841441

Uncentered R**2 0.999217 T x R**2 24.980

Mean of Dependent Variable 10.727039436

Std Error of Dependent Variable 0.867347211

Standard Error of Estimate 0.345372874

Sum of Squared Residuals 2.2663660187

Regression F(5,19) 26.4727

Significance Level of F 0.00000006

Durbin-Watson Statistic 2.000934

Q(6-0) 11.285531

Significance Level of Q 0.07994258

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-26.57458424	36.44097814	-0.72925	0.47474328
2. LKGB	0.30395234	4.47657577	0.06790	0.94657596
3. LDK	0.66174503	0.60352357	1.09647	0.28657691
4. LTFE	-1.33506295	0.63591142	-2.09945	0.04936834
5. LYS	3.75807394	1.00037239	3.75667	0.00133549
6. DV	-0.20255596	0.18619572	-1.08787	0.29026213

İSVİÇRE'DEN TURİZM TALEBİ

```
cal 70
all 94:1
open data c:\mus\svecre.wk1
data(org=obs,format=wks)
```

```
log gts /lgts; log kbg /lkgb; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
```

```
smpl
ar1(method=maxlag) lgts
#constant lkgb ltfe lys dv
```

Dependent Variable LGTS - Estimation by Beach-MacKinnon

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 19

Centered R**2 0.505335 R Bar **2 0.375160

Uncentered R**2 0.998717 T x R**2 24.968

Mean of Dependent Variable 10.699478456

Std Error of Dependent Variable 0.556926008

Standard Error of Estimate 0.440232281

Sum of Squared Residuals 3.6822847646

Durbin-Watson Statistic 1.889822

Q(6-1) 6.363698

Significance Level of Q 0.27242011

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-42.62042765	32.20570659	-1.32338	0.20141346
2. LKGB	3.84074675	3.25480372	1.18002	0.25255442
3. LTFE	-0.33760764	0.18971412	-1.77956	0.09114946
4. LYS	1.36671138	0.80467834	1.69846	0.10573856
5. DV	-0.20707690	0.21231896	-0.97531	0.34166126

6. RHO	0.15426219	0.27770989	0.55548	0.58504849

BELÇİKA'DAN TURİZM TALEBİ

cal 70
all 94:1
open data c:\mus\belcka.wk1
data(org=obs,format=wks)

log gts /lgts; log kbg /lkg; log dk /ldk; log tfe /ltfe; log uz /luz; log ys /lys
set trend =t
smp1
linreg lgts
#constant lkg ltfe lys dv

Dependent Variable LGTS - Estimation by Least Squares

Annual Data From 70:01 To 94:01

Usable Observations 25 Degrees of Freedom 20

Centered R**2 0.711201 R Bar **2 0.653441

Uncentered R**2 0.998908 T x R**2 24.973

Mean of Dependent Variable 10.253178050

Std Error of Dependent Variable 0.644599878

Standard Error of Estimate 0.379470944

Sum of Squared Residuals 2.8799639485

Regression F(4,20) 12.3131

Significance Level of F 0.00003274

Durbin-Watson Statistic 1.658291

Q(6-0) 8.260877

Significance Level of Q 0.21960710

Variable	Coeff	Std Error	T-Stat	Signif

1. Constant	-2.84305711	29.65045058	-0.09589	0.92456555
2. LKBG	-0.90993865	2.31666544	-0.39278	0.69863735
3. LTFE	-0.37705281	0.18358171	-2.05387	0.05329488
4. LYS	2.50978878	0.63665530	3.94215	0.00080541
5. DV	-0.03919844	0.17473556	-0.22433	0.82477633

ÖZGEÇMİŞ

Mustafa SARKIM, 13.01.1972 tarihinde Antalya'da dünyaya gelmiştir. 1978-1983 yılları arasında ilk öğrenimini Kemer Çamyuva İlkokulu'nda tamamladıktan sonra 1983-1989 yılları arasında, orta öğrenimini Antalya'da tamamlamıştır. 1990 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü'ne giren Sarkım, bu Fakültenen 1994 yılında mezun olmuş ve aynı yıl K.T.Ü-Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Bölümü'nde Yüksek Lisans Eğitimine başlamıştır. 1996 yılında aynı Enstitüde Araştırma Görevlisi olarak göreve başlamıştır.1997 yılı Kasım ayında K.T.Ü-Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Kooperatifçilik Anabilim Dalı'na Araştırma Görevlisi olarak atanan Sarkım, halen bu görevi sürdürmektedir.

SARKIM, bekar olup, İngilizce bilmektedir.

T.C. YÜKSEKÖĞRETİM YERLİLİK
DOKÜMANTASYON MERKEZİ