

T.C.

NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZM VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

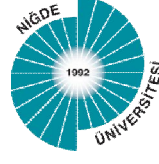
Hazırlayan

Sevda ÇELİKKIRAN

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK

NİĞDE-2012



T.C.

NİĞDE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZM VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan

Sevda ÇELİKKIRAN

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK

NİĞDE-2012

ONAY SAYFASI

Yrd.Doç.Dr. HARUN UÇAK danışmanlığında SEVDA ÇELİKKIRAN tarafından hazırlanan "Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği" adlı bu çalışma jürimiz tarafından Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İKTİSAT Anabilim Dalı İKTİSAT Bilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tarih:19.01.2012

JÜRİ :

Danışman : Yrd.Doç.Dr. Harun Uçak

Üye : Doç.Dr. Ferihsun Yücel

Üye : Yrd.Doç.Dr. Ömer İskenderoğlu



ONAY :

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun Tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Doç. Dr. Mehmet ÖZEL
Enstitü Müdürü

TURİZM VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Sevda ÇELİKKIRAN
Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi, Ocak 2012
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK

ÖZET

Turizm, sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahatler ve geçici konaklama olayıdır. Turizm ülke ekonomileri için hem en büyük döviz girdisi sağlayan sektörlerden birisi olması hem de alternatif istihdam alanları yaratması bakımından önemlidir. Bu nedenler turizmin ekonomi üzerindeki etkisini araştırmayı önemli hale getirmiştir. Bu çalışmanın amacı, turizm ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmek ve varsa bu ilişkinin yönünü belirlemeye çalışmaktır. 1992:Q1- 2011:Q3 dönemlerini kapsayan üçer aylık veriler kullanılarak yapılan test sonuçlarına göre, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Türkiye, Ekonomik Büyüme, Granger Nedensellik

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND ECONOMIC GROWTH: THE CASE OF TURKEY

Sevda ÇELİKKIRAN

Nigde University, Institute of Social Sciences

M. Sc. Thesis, January 2012

Supervisor: Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK

ABSTRACT

Tourism means to travel as a consumer and to temporarily stay somewhere outside a residence. Tourism is very important for the economies of the countries due to the fact that it is not only one of the sectors that provides with foreign currency in flow but also provides with alternative employment. These reasons make the research concerning the effect of tourism on economy important. The reason of the study is to identify whether there is a relationship between the tourism and the economical growth and if there is, to determine the aspect of this relationship. According to the empirical results which are found by using quarterly data for 1992:Q1- 2011:Q3 periods, there is unidirectional causality running from economic growth to tourism revenues.

Key words: Tourism, Turkey, Economic Growth, Granger Causality.

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın oluşmasında yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Harun UÇAK' a, tez çalışmamda büyük emekleri olan ve hiçbir zaman desteklerini esirgemeyen Doç. Dr. Tuncay ÇELİK' e ve Doç. Dr. Alper ASLAN' a, yüksek lisans eğitim sürecinde, değerli katkılarından dolayı Yrd. Doç. Dr. Ahmet TURGUT' a ve Doç. Dr. Fatih YÜCEL' e teşekkür ediyorum. Tez jürisinde yer alan Yrd. Doç. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU' na tezime sağlamış olduğu katkıdan dolayı teşekkür ediyorum.

Beni bugünlere getiren ve hiçbir fedakarlıktan kaçınmayan aileme ve en sıkıntılı anlarımda moral desteği sağlayan Naciye AYDEMİR' e, Evrim AĞAÇDELEN' e, Hilal KÖKSAL' a, Leyla YALÇINER' e ve Meryem YÜKSEL' e çok teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY SAYFASI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİL LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR VE SİMGELER	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN TEMEL KAVRAMLARI

1.1. TURİZM KAVRAMI	3
1.1.1. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	6
1.1.2. Turizm Türleri ve Çeşitleri.....	8
1.1.2.1. Dış Turizm.....	8
1.1.2.1.1. Aktif Dış Turizm	8
1.1.2.1.2. Pasif Dış Turizm.....	9
1.1.2.2. İç Turizm.....	10
1.2. TURİST KAVRAMI.....	11
1.3. TURİSTİK ÜRÜN	12
1.4. TURİZM ARZI.....	12
1.4.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler	14
1.4.1.1. Doğal Kaynaklar	15
1.4.1.2. Altyapı.....	15

1.4.1.3. Üstyapı	17
1.4.1.4. Ulaştırma Durumu	17
1.4.1.5. Sosyo- Kültürel Varlıklar	18
1.4.1.6. Konukseverlik.....	19
1.5. TURİZM TALEBİ	20
1.5.1. Turizm Talebinin Özellikleri.....	21
1.5.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	22
1.5.2.1. Ekonomik Unsurlar	22
1.5.2.1.1. Fiyat Düzeyi.....	22
1.5.2.1.2. Gelir Düzeyi.....	23
1.5.2.1.3. Ekonomik Uzaklık.....	24
1.5.2.2. Toplumsal Unsurlar	25
1.5.2.2.1. Eğitim Düzeyi	25
1.5.2.2.2. Meslek	26
1.5.2.2.3. Aile Yapısı	26
1.5.2.2.4. Dil Güçlükleri	27
1.5.2.2.5. Kentleşme Düzeyi	28
1.5.2.3. Psikolojik Unsurlar	28
1.5.2.3.1. Kişilik Yapısı ve Motivasyon	28
1.5.2.3.2. Kültürel Uzaklık.....	29
1.5.2.3.3. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar	29
1.5.2.4. Turizm Talebini Etkileyen Diğer Unsurlar	30
1.5.2.4.1. Reklam ve Tanıtım	30
1.5.2.4.2. Boş Zaman	32
1.5.2.4.3. Turizm Bilinci	32

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ

2.1. CUMHURİYET ÖNCESİ TÜRKİYE' DE TURİZM	34
2.2. PLANLI DÖNEM ÖNCESİ TÜRKİYE' DE TURİZM (1923- 1962).....	36
2.3. PLANLI DÖNEMDE TÜRKİYE' DE TURİZM.....	40
2.4. BİRİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1963- 1967)	42
2.5. İKİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1968- 1972)	47
2.6. ÜÇÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1973- 1977)	52
2.7. DÖRDÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1979- 1983)	55
2.8. BEŞİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1985- 1989)	59
2.9. ALTINCI BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1990- 1994)	63
2.10. YEDİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1996- 2000)	67
2.11. SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (2001- 2005)	71
2.12. DOKUZUNCU BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (2007- 2013)	77

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

3.1. BÜYÜME VE BÜYÜME TÜRLERİ.....	82
3.2.EKONOMİK BÜYÜME VE TURİZM GELİRLERİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE LİTERATÜR TARAMASI.....	85
3.3. KULLANILAN VERİ VE MODEL	95
3.4. YÖNTEM VE BULGULAR.....	96
3.4.1. Birim Kök (Durağanlık) Testi	97
3.4.1.1. Genişletilmiş Dickey- Fuller (ADF).....	97
3.4.1.2. Phillips ve Perron Testi.....	100
3.4.2. Johansen Eşbütünleşme Testi.....	101
3.4.3. Vektör Hata Düzeltme Modeli	104
3.4.4. Granger Nedensellik Testi.....	105
SONUÇ.....	108
KAYNAKÇA.....	111
ÖZGEÇMİŞ	122

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler.....	4
Tablo 2.1. Planlı Dönem Öncesinde (1950- 1962) Türkiye’ de Turizm.....	38
Tablo 2.2. Birinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	43
Tablo 2.3. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	44
Tablo 2.4. İkinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	47
Tablo 2.5. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	48
Tablo 2.6. Üçüncü Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	52
Tablo 2.7. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	53
Tablo 2.8. Dördüncü Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	56
Tablo 2.9. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	57
Tablo 2.10. Beşinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	60
Tablo 2.11. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	61
Tablo 2.12. Altıncı Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	64
Tablo 2.13. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	66
Tablo 2.14. Yedinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	69
Tablo 2.15. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	70
Tablo 2.16. Sekizinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları.....	74
Tablo 2.17. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	75
Tablo 2.18. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	78
Tablo 2.19. Beş Yıllık Kalkınma Planlarındaki Turizm Sektörü ile İlgili Tedbirlerin Sürekliliği.....	80
Tablo 3.1. Ekonomik Büyüme ve Turizm Gelirleri İlişkisi Üzerine Literatür Özeti.....	91

Tablo 3.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları.....	99
Tablo 3.3. Phillips- Perron Birim Kök Testi Sonuçları	101
Tablo 3.4. VAR Gecikme Uzunluğu Seçme Kriteri	103
Tablo 3.5. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları.....	103
Tablo 3.6. VAR Granger Nedensellik/ Blok Dışsallık Wald Testi Sonuçları.....	107

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1. Planlı Dönem Öncesinde (1950- 1962) Türkiye’ de Turizm.....	39
Şekil 2.2. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	45
Şekil 2.3. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	49
Şekil 2.4. İkinci Kalkınma Planı Döneminde Belgeli ve Toplam Tesislerin Bölgesel Dağılımı (Yatak Yüzde Olarak).....	50
Şekil 2.5. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	54
Şekil 2.6. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	58
Şekil 2.7. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	62
Şekil 2.8. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	66
Şekil 2.9. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	71
Şekil 2.10. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü.....	76
Şekil 2.11. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü	79

KISALTMALAR VE SİMGELER

ADF	:Genişletilmiş Dickey- Fuller (Testi)
AIDS	:İdeale Yakın Talep Sistemi
AIEST	:Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti
ATAK	:Akdeniz- Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi
ARMA	: Otoresif Hareketli Ortalama Süreci
BM	:Birleşmiş Milletler
CRS	:Merkezi Rezervasyon Sistemleri
DPT	:Devlet Planlama Teşkilatı
ECM	:Hata Düzeltme Modeli
EVDS	:Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
GSMH	:Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	:Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
KDV	:Katma Değer Vergisi
LAC	:Latin Amerika Ülkeleri
NATTA	:Milli Türk Seyahat Acenteciliği Ziya ve Şükerası
OECD	:Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OPEC	:Petrol İhraç Eden Ülkeler Topluluğu
PP	:Phillips- Perron
TÜRSAB	:Seyahat Acenteleri Birliği
VAR	:Vektör Oto Regresyon
WTO	:Dünya Turizm Örgütü

GİRİŞ

Küreselleşen dünya, ülkeler arası entegrasyonun öneminin artmasına sebep olmuştur. Hem ekonomide alternatif alanların yaratılması hem de toplumlar ve ülkeler arası kültür akışının sağlanması ihtiyacı turizm endüstrinin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Turizm sektörü ekonomik fayda yaratmasının yanı sıra kültür akışına da hizmet etmesi bakımından dünyada önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. Kızılgöl ve Erbaykal (2008: 352) çalışmalarında turizm sektörünün ödemeler bilançosunda ihracattan sonra en büyük ikinci döviz kaynağı olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca bu sektörün farklı büyüklükte iş kollarından oluşan 41 değişik alt sektörle bağlantılı olduğu ve dünyada 21. yüzyıla damgasını vuran telekomünikasyon ve enformasyondan sonra en büyük üç temel hizmet sektöründen biri olduğunu iddia etmişlerdir.

Dünyada bu derece önemli hale gelen turizm sektörüne ülkemizde, 1963 yılında başlayan kalkınma planlarında yer verilmeye başlansa da, bu sektöre ancak 1980' li yıllar itibariyle yeterli önem verilmeye başlandığı daha önceki yıllarda turizme gereken önemin verilmediği görülmüştür. 1980' li yılların ortalarında turizm teşvikleri ve turizm yatırımlarının artması ile birlikte turizm Türkiye' de hızla gelişmeye başlayan bir sektör haline gelmiştir.

Turizmin ülkemiz için yarattığı etkinin ülke ekonomisine katkısı olup olmadığının incelenmesi önemli bir konu olmuştur. Bu sebeple çalışmada turizm gelirleri ve gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) arasındaki ilişki ekonometrik yöntemlerle araştırılmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramı açıklanarak turizmin temel kavramları hakkında ayrıntılı bilgi verilecektir. İkinci bölümde Türkiye' de turizmin Cumhuriyet öncesi durumunun genel yapısına değinildikten sonra Türkiye turizm endüstrisinin

gelişimi hakkında ayrıntılı bilgi verilecektir. Çalışmanın üçüncü bölümünün konusu ise, turizm gelirleri ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmalar oluşturulacak ve bu ilişki üçer aylık veriler kullanılarak Türkiye için ampirik analizlerle incelenecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN TEMEL KAVRAMLARI

Turizm birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomisi için, sosyal ve ekonomik gelişmenin önemli faktörlerinden birisi olmuştur. Bu sebeple turizm sektörünün daha iyi anlaşılabilmesi için bu bölümde turizm ve turizmin temel kavramlarına yer verilmiştir.

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm kavramına ilişkin olarak günümüze kadar yapılan tanımlamalarda turizmin yalnızca birkaç yönü değerlendirilmiştir. Turizm olayı ya da kavramını tanımlamaya yönelik olarak yürütülen çalışmalardaki farklılıklar yazarların konunun değişik yönlerini ele almaları neticesinde oluşmuştur. Diğer bir ifade ile turizm kavramını tanımlayan yazarların konuya bakış açıları ve önem verdikleri unsurlardaki farklılıklar turizm kavramı tanımlanırken değişik ifadelerin kullanılmasına neden olmaktadır (Yılmaz, 2007: 1).

Turizm kavramı zaman içerisinde farklı yönlerden ele alınmaya başlanmış ve 1884 yılında Joheps Stadner tarafından turizm iktisadi bir faaliyet olarak değerlendirilmiştir. 1910 yılına gelindiğinde Avusturyalı ekonomist Herman Von Schullar turizmin sadece ekonomik yönünü incelemiştir (Çakır, 1999: 8). Schullar (1910) çalışmasında turizmi; başka bir ülkeden şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmaları ile ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü olarak tanımlamıştır.

Diğer taraftan turizmi, kurumlar açısından inceleyen yazarlarda olmuştur. Bunların içerisinde en tanınmış olanları Hunziker ve Krapf' tır. Yazarlar 1954 yılında toplanan AIEST (Association International d' Experts Scientifiques du Turisme- Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları) kongresinde turizmi, insanların sürekli yaşama ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü olarak tanımlamıştır (Çuhadar, 2006: 6). Yağcı (2007: 11)' ya göre turizm, kişilerin kendi isteklerine bağlı olarak gelişen, maddi olmayan ihtiyaçlarının giderilmesini amaçlayan geçici yer değiştirmelerin yarattığı sosyal ve ekonomik olaydır.

Başka bir tanıma göre turizm, birçok aktivite ve bölümü bünyesinde barındıran çok boyutlu bir endüstridir (Ünlüönen vd., 2007: 17).

Eralp (1983: 34) çalışmasında turizmi, sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşta bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan olay ilişkilerinin tümü olarak ifade etmiştir.

Çeşitli ülkelerdeki kurum ya da kuruluşlar tarafından turizm kavramı tanımlanırken dikkate alınan değişkenler Tablo 1.1' de yer almaktadır.

Tablo 1.1. Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler

TANIMI YAPAN KURUM/KURULUŞ	GÖSTERGELER
Kanada Turizm Komisyonu	80 km; toplam sürenin 12 ayı geçmemesi gerekiyor. İş vb. amaçlar rutin turlar kapsam dışında tutuluyor.
Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada)	Günübirlik turlarda sınır 40 km' dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınır söz konusu değildir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb. amaçlı rutin turlar kapsam dışındadır.
Seyahat Endüstrisi Kuruluşu (ABD)	Sınır 80 mil olarak belirlenmiştir.

New Hampshire Eyaleti (ABD)	Kişinin hukuki anlamda yerleşim yeri dışındaki seyahatlerini kapsamaktadır (uzaklık, zaman ve harcama miktarına bakılmamaktadır).
Tayvan Turizm Bürosu	Kişinin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri içermektedir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Alışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışındadır.
Avustralya Turizm Araştırma Bürosu	Gecelemeye dahil olan seyahatler için sınır 40 km ve en fazla süre 12 ay olarak belirlenmiştir. Günübürlük veya bazı hallerde ise 50 km ve süre, en az dört saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatler ile gecelemlerli seyahatlerde yapılan günübürlük seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır.
Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)	Altı aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu gecelemlerli seyahatlerdir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışında tutulmaktadır.
Yeni Zelanda Turizm Danışma Kurulu	Kişinin sürekli yaşadığı yer dışına geçici süreyle yapmış olduğu gecelemlerli seyahatlerdir.
Türkiye İstatistik Kurumu	İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat (Türkiye) süreyle yapılan seyahatlerdir.
Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye)	İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatleri altı ay, yurt dışına yönelik seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.

Kaynak: Kozak Nazmi, A.Kozak Meryem ve Kozak Metin, **Genel Turizm İlkeler- Kavramlar**, 2010 s. 4.

Uzun süredir akademik çevrelerde tartışılan turizm kavramı, araştırmacılar tarafından iki şekilde kabul görmüştür. Bazı araştırmacılar turizmi “endüstri” olarak değerlendirirken bazı araştırmacılar da turizmin “sistem” olduğunu iddia etmişlerdir (N. Kozak, 2008: 7).

Sistem tanımı ile turizmde ki karşılıklı bağımlılık vurgulanmaya çalışılmıştır. Sistem kavramını gündeme getiren biyolojici Bertalanffy (1968) sistemi; bir çevre ortamında ve birbirleri arasında karşılıklı ilişkiye dayanan elemanların bütünü olarak tanımlamıştır. Yine turizm planlamacısı Cleare A. Gun (1988) ve Leiper (1979) turizme sistematik olarak yaklaşmak gerektiğini iddia etmişlerdir. Leiper (1979) çalışmasında, turizmi temel amacı gelir sağlamak olan bireylerin seyahatleri dışında, insanların isteğine bağlı olarak ve geçici süreli yaşadıkları yerlerin dışında bir ya da birden fazla gecekleri sonucu doğan olay ve ilişkilerin bütününe konu alan bir sistem olarak tanımlamıştır.

Endüstri kavramı ekonomide, rekabet olgusunun incelenmesinde fayda sağlamaktadır. İlk olarak, bu kavram ekonomide yer alan firmalar arasındaki karmaşık ilişkilerin incelenebilir boyutlara indirgenbilmesine olanak sağlar. Geniş anlamda ele alındığında, ekonomideki her bir firma tüm diğer firmalarla rekabet içindedir (Koutsoyiannis, 1997: 8). Bu endüstri tanımını bazen turizme tam olarak uygulamak mümkün olmayabilir. Çünkü turizm endüstrisindeki işletmeler birbirleriyle rekabet içinde olmayabilir, tam tersine birbirlerinden bağımsız olarak varlıklarını sürdürebilir ve bazı durumlarda birbirlerinin tamamlayıcısı konumunda olabilirler (İçöz, 2005: 21).

1.1.1. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörü bir hizmet sektörü olmasından dolayı fiziki olarak dağıtımı, taşınması ve depo edilmesi söz konusu değildir. Diğer iktisadi faaliyet alanlarda sermayenin kaybedilip yeniden kazanılması mümkün iken aynı durum turizm sektörü için söz konusu değildir.

Turizm sektörünün diğer sektörlerden farklı olarak sahip olduğu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Yılmaz, 2007; Ünlüöner vd., 2007):

- Büyük ölçüde insan gücüne dayalı olan turizm sektöründeki işletmelerde otomasyon, ancak belirli bir düzeyde gerçekleşebilmektedir. Dolayısıyla, turizm sektörünün ilk özelliği “emek- yoğun” bir sektör olmasıdır.

- Turizm sektörünün temel hammaddeleri ülkenin doğal, tarihi ve kültürel değerlerinin toplamıdır. Yani turizmin temelinde ülkenin doğal arz kaynakları yer almaktadır. Bu sebeple sektörün dışa bağımlılığı azdır.
- Sektörde üretilen hizmetlerin üretimi ve tüketimi eş zamanlı olarak gerçekleşme durumu turistik ürün olarak hizmetin, üretildiği yerde tüketilme zorunluluğunu getirmektedir.
- Hizmetlerin üretildikleri anda tüketilme zorunluluğundan dolayı stok yapılamazlar.
- Turizm sektörünün bir diğer özelliği, turistik tüketicilerin satın almayı istedikleri ürün ya da hizmeti önceden görme ya da deneme şansına sahip olmamalarıdır. Bu sebeple tüketicilerin talebi, bireylerin ya da yakınlarının daha önceki deneyimlerine, tavsiyelerine ve tanıtımın etkisine göre şekillenmektedir.
- Turizm sektöründe arz, kısa dönemde elastik olmayan bir özelliğe sahiptir. Bunun nedeni, turizm işletmelerinin "sermaye- yoğun" bir özelliğe sahip olmalarıdır.
- Sektör turizm talebinin esnek olması ve tahmin edilmesi son derece güç olan ekonomik ve politik koşullara bağlı olması nedeniyle, talep dalgalanmalarından anında etkilenmekte ve bu durumda sektörün risk düzeyini yükseltmektedir.
- Turizm sektörünün ülke ekonomisindeki etkinliği yüksektir. Az bir ithalat ile kısa zamanda döviz arzını etkilemesi, istihdamı artırma imkanı sağlaması ve yüksek oranda katma değer oluşturması ülke ekonomisi açısından önemlidir.
- Diğer sektörlerde malların fiziksel olarak dağıtımını ve taşınması söz konusu iken, turizm sektöründe endüstriyel ürünlerin tersine bir dağıtım akışı söz konusudur. Diğer bir deyişle, tüketici hizmetin üretildiği yere taşınmak zorundadır.
- Turizm sektörü, günümüzde, gelişmekte olan ülke ekonomileri açısından ödemeler dengesinin önemli döviz kaynaklarından birisi durumundadır.

1.1.2. Turizm Türleri ve Çeşitleri

Turizm sektöründe yer alan faaliyetlere katılan bireylerin seyahat nedenleri, seyahat türleri, seyahatin kapsadığı süre, gelir düzeyleri, sahip oldukları boş zaman miktarı, seyahatten beklentileri, alışkanlıkları, zevkleri ve tercihleri birbirinden son derece farklı olabileceğinden, turizm sektörünü oluşturan işletmeler ve faaliyetleri de buna paralel olarak farklı yapılar gösterecektir (Yılmaz, 2007: 10). Bu sebeple, günümüze kadar turizmin çeşitleri konusunda farklı sınıflandırmalar mevcut olsa da Bahar ve M. Kozak (2008: 35) kitaplarında bu sebepleri göz önüne alarak, ekonomik önemi yönünden turizmi iki ana gruba ayırmak mümkün olduğunu iddia etmişlerdir. Bunun nedeni olarak turizmin çeşitlerinin birbiri ile olan yakın ilişkisi ve sınıflandırmalar arasında çok kesin sınırların olmaması durumuna vurgu yapmışlardır. Turizmin türleri konusunda en genel sınıflandırma Dış Turizm ve İç Turizm olarak yapılmaktadır.

1.1.2.1. Dış Turizm

Dış turizm kavramı, insanların yabancı ülkelerde turizm faaliyetlerine katılmaları sonucu gerçekleşen turizm türüdür (Hazar, 2010: 66). İç turizmden farklı olarak pasaport, döviz, vize gibi işlemleri gerektirir. Dış turizmin en önemli özelliği, ülke ekonomisine döviz sağlayıcı etkisinin bulunmasıdır. Dış turizmi aktif dış turizm ve pasif dış turizm olarak ikiye ayırmak mümkündür (sohbetforum.com/index.php?topic=3445.0;wap2, 10.01.2012).

1.1.2.1.1. Aktif Dış Turizm

Yılmaz (2007: 14) aktif dış turizmi, yurtdışından gelen yabancı turistlerin seyahat ve konaklamalarından doğan turistik hareketler olarak tanımlamıştır. Başka bir ifadeyle aktif dış turizm; bir turizm ülkesine, diğer ülke vatandaşlarının turizm amaçlı yaptığı gezilerdir. Avusturya'dan Türkiye'ye yapılan gezi, Türkiye için aktif dış turizmdir. Bu durumda ülkeye gelen yabancı turistler aktif dış turizmin esas kaynağını oluşturmaktadır. Bu turizm çeşidi, ülkeye döviz girdisi sağlaması ve ekonomik anlamda ihracat etkisi yapması nedeniyle önemlidir. Ödemeler bilançosu üzerinde

olumlu bir etkiye sahip olan aktif dış turizm hareketleri dış ticaret açığının kapatılmasında da önemli rol oynamaktadır (Bahar ve M. Kozak, 2008: 37). Bir ülkede turizmin ekonomik faydalarından yararlanabilmek için pasif turizm gelirlerinin aktif turizm gelirlerinden az olması gerekmektedir (Hazar, 2010: 66).

1.1.2.1.2. Pasif Dış Turizm

Ülke vatandaşlarının yurt dışına turizm amaçlı yaptıkları seyahatlerdir (Yılmaz, 2007: 14). Türkiye' den Mısır' a yapılan gezi, Türkiye için pasif bir dış turizmdir. Pasif dış turizmde, ülkeye döviz girişi olmaz, tersine döviz çıkışı olur. Bu turizm faaliyeti, ülkeden yurt dışına döviz çıkışına neden olduğundan dolayı ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz (negatif) etki yaratarak, dolaylı yoldan ithalat etkisi yapmaktadır.

Aktif dış turizm (döviz girdileri); Turistlerin konaklama giderleri, turistlerin ulaştırma işletmelerine yaptığı ödemeler, turistlerin yeme- içme için yaptığı ödemeler, turistik tüketim malları dışsatımı, turistik yatırım amacıyla gelen yabancı sermaye, dış ülkelerdeki turizm yatırımlarından kâr transferi, yabancılara kiralanan turizm tesislerinin kira gelirleri, yurt içinde eğitilen yabancı turizm personelinin eğitim ödemeleri ve diğer harcamaları, yabancıların yaptıkları turizm amaçlı reklam ve tanıtma harcamaları, yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar, dış ülkelerin ulusal turizm ve tanıtma bürolarının yaptığı tüm harcamalar, yabancı seyahat bürolarının giderleri, yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon prim ödemeleri, yabancıların rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler, turistlerin eğlence yerlerindeki harcamaları, turistlerin park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri, el sanatları ve hediyelik eşya satışları ve diğer döviz girdilerinin toplamından oluşmaktadır. Pasif dış turizm (döviz çıktıları): Vatandaşların dış ülkelerdeki konaklama giderleri, vatandaşların dış seyahatlerde yabancı ulaştırma işletmelerine yaptıkları ödemeler, vatandaşların yurtdışında yeme- içme ödemeleri, turistik tüketim malları dışsalımı, turistik yatırım amacıyla yurt dışına çıkan sermaye, yabancı turizm yatırımlarının kendi ülkelerine kâr transferi, yabancı ülkelerde kiralanan turizm amaçlı tesislerin kira ödemeleri, yurt dışında eğitilen

turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri, dış ülkelerde yapılan turist amaçlı reklam ve tanıtma giderleri, yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ödemeleri, dış ülkelerde açılan ulusal turizm ve tanıtma bürolarının tüm giderleri, dış ülkelerde yerli işletmelerin büro giderleri, vatandaşların dış ülkelerdeki banka ve turizm sigorta işletmelerine yaptığı çeşitli komisyon ve prim ödemeleri, vatandaşların yurt dışında park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri, hediyelik ve hatıra eşya satın alımları ve diğer döviz çıktılarının toplamından oluşmaktadır (Barutçugil, 1982: 16).

1.1.2.2. İç Turizm

İç turizm, kişilerin kendi ülkelerinde gerçekleştirdikleri turizm amaçlı seyahat ve bu seyahatlerle bağlantılı etkinliklerden oluşmaktadır (Yağcı, 2007: 23). Yerli turistlerin gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerini içermektedir. İç turizmin, turist çeken yöre ya da bölge için gelir sağlayıcı etkisi vardır. Yerli turistler yaptıkları harcamalarla seyahat ettikleri yörede turizm gelirlerinde artışına neden olmaktadır (Hazar, 2010: 65). Ayrıca iç turizm vasıtasıyla insanlar ülkelerini tanımanın yanı sıra turizm eliyle oluşan kaynakların başka bölge insanları tarafından paylaşımı, bu kaynakların ve istihdamın dengeli dağılımını da sağlar (Kuveloğlu, 2004: 97). Bunların yanı sıra iç turizmin turizm bilincinin gelişmesinde de olumlu etkisi vardır. Çünkü turizmin öneminin ve turist psikolojisinin anlaşılması doğrudan turizm faaliyetlerine katılmakla öğrenilen bir olgudur. Turizme bu yönü ile bakıldığında turistin geldiği bölgede olumlu olarak algılanması, onlara karşı olumsuz tutum geliştirilmemesi ve onların en az kendi bölgelerindeki kadar rahat ettirilmesi, iç turizmin geliştirilmesi ile ulaşılabilecek hedefler arasında yer almaktadır (N. Kozak, 2008: 20- 21). Bu yönüyle ele alındığında iç turizmin hem ekonomik hem sosyal etkileri olduğu görülmektedir. Dış turizm ile karşılaştırıldığında, iç turizm dış turizmin alternatifi değil ancak destekleyicisi olduğu söylenebilir.

1.2. TURİST KAVRAMI

Turizmin öneminin gittikçe artması ve özellikle bazı ülkelerin ekonomilerinde büyük oranda yer almaya başlaması, turist kavramının tanımına açıklık getirilmesi zorunluluğunu gerekli kılmıştır. Turist tanımı üzerindeki ilk denemelerden biri Ogilvy (1933) tarafından yapılmıştır. Ogilvy (1933) çalışmasında turisti“ sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse” olarak tanımlanmıştır.

Başka bir tanıma göre turist, sürekli yaşadığı yer dışında bir yeri veya ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kişidir (Barutçugil, 1982: 15).

Turistin kim olduğu konusunda yapılan tanımlara dikkat edildiğinde genellikle sürekli oturduğu yer dışında ekonomik olmayan sebeplerle kalış süresinin vurgulandığı dikkat çekmektedir. Bu süre en az 24 saat ve en fazla bir yıl olarak belirlenmiştir.

Turistin başlıca özelliklerini ve bir turistin genel olarak beklentilerini aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür (Olalı, 1963: 40):

- Turist, merak, din, eğitim, öğretim, dinlenme, eğlence, spor ve sağlık gibi nedenlerle seyahat eden ve bu isteklerine tatmin aracı arayan kişidir.
- Turist, macera yerine zevk ve kültürel nedenlerle hareket eden insandır.
- Modern turist, zamanı çok az ve değerli olan kişidir. Onun aylarca sürecek seyahate ayıracak zamanı yoktur. Çok kısa bir süre içinde mümkün olduğu kadar çok yer görmek ister ve en yüksek tatmin imkanını arar.
- Modern turistin mali gücü de sınırlıdır. Çünkü turizm belirli sosyal gruplara ait bir üstünlük hakkı olmaktan çıkarılarak, geniş halk kitlelerine yayılmıştır. Ulaştırma araçlarının hızı ve ucuzluğu az gelirli insanlara da planlı bir tasarrufla seyahat etme imkanı vermiştir.
- Günümüz turisti, vücut bakımından vasat derecede sağlam ve güçlü insandır. Çünkü ulaştırma imkanları gelişmiş olması, yaşlıların, çocukların ve çoğunlukla kadınların seyahat etmelerine fırsat sağlanmıştır.

- Turist, temizlik, vasat bir konfor ve yenilik arar. Fakat geleneklerini de korumak ister. Bu nedenle, mal ve hizmetleri turistin geleneklerine zıt olmayacak biçimde ilginç bir dekor içerisinde sunmak gerekir.
- Turist ziyaret ettiği ülkede 24 saatten fazla konaklayan veya o yerin bir konaklama tesisinde (otel, motel, kamping, tatil köyü) en az bir gece kalan kişidir.

1.3. TURİSTİK ÜRÜN

Turistik ürünün tanımı zaman içerisinde farklılıklar göstermiştir. Önceleri bir turistik mal veya hizmet turistik ürün olarak kabul edilirken, turizme verilen önem arttıkça turistik ürün bileşik bir ürün olarak kabul edilmeye başlamıştır (Günlü ve Şahin, 2007: 141).

Yağcı (2007: 41)' ya göre turistik ürün çağdaş insanın çok boyutlu gereksinimlerini karşılamak için turizm işletmesince bir araya getirilmiş ve yeniden düzenlenmiş doğal, toplumsal, siyasal ve psikolojik verilerden oluşan karmaşık mal ve hizmetlerin bileşimidir.

Turistik ürün farklı niteliklerdeki unsurlardan oluşan karmaşık bir üretilimdir. Bu sebeple turistik ürünün bazı özelliklere sahip olması beklenmektedir. Bu özellikler, turistik ürünün, ulaşım, konaklama, yeme- içme, eğlence gibi birçok hizmetlerin birleşimi olduğu ve bu bileşimi genellikle turist tarafından yapıldığı, turistik ürünün üretimi ve tüketimi aynı anda gerçekleşemediği bu özelliğinden dolayı turistik ürün üretildiği yerde tüketilmesi zorunluluğunu gerektirdiği ve turistik ürünün çoğu zaman satışından sonra üretiminin gerçekleşmesi durumundan dolayı stok yapılamama durumundan oluşmaktadır (Günlü ve Şahin, 2007: 142).

1.4. TURİZM ARZI

Ekonomi literatüründe arz, diğer değişkenler sabitken, belli bir zaman diliminde piyasada üreticilerin değişik fiyat düzeyinde satmaya hazır oldukları mal ve hizmetlerin miktarı olarak ifade edilmiştir (Alkin vd., 2008: 67).

Arz ile ilgili yapılan tanımlar bütün mal ve hizmetleri kapsadığı için turizm arzı da, yukarıda tanımlanan arz kavramından farklı değildir.

Ünlüöner vd. (2007: 74) turizm arzını, bir dizi doğal ve insan yapısı çekim faktörleri ile turiste doğrudan veya dolaylı olarak sunulan mal ve hizmetlerin tümü olarak tanımlarken, Öztaş ve Karabulut (2006: 43) çalışmalarında turizm arzını, belirli şartlar altında bir ülke, bölge ya da turistik merkezin turistlere satmaya razı oldukları zenginlikler olarak tanımlamışlardır.

Bir başka tanıma göre, turistik zenginliklerin tümüne turizm arzı denilmektedir. Başka bir deyişle, turizm arzı, belirli şartlar altında belirli bir fiyatta, bir memleketin veya bölgenin turistlere satmaya ya da turistlerin faydalanmasına sunduğu her türlü doğal, tarihi, kültürel, arkeolojik değerlerle tesis ve hizmetlerin bileşiminden oluşmaktadır (Sezgin, 2001: 50).

Bütün bu tanımlamalar ışığında turizm arzının özellikleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir (Olalı ve Timur, 1988: 135):

- Turizm sektöründe arzın oluşturulması büyük yatırımları gerektirir. Bir otel işletmesinin tamamlanarak faaliyetine başlaması için belirli bir döneme ihtiyaç duyulmakla birlikte sabit üretim faktörleri için de yüksek miktarda harcama yapılması gerekmektedir.
- Turizm arzı, diğer turistik bölgelerdeki fiyatların etkisi, tüketici eğilimleri ve gereksinimlerindeki farklılıklar gibi, dış faktörlerin etkisi ile sunulan mal ve hizmetler açısından da farklılık gösterir. Diğer bir deyişle, turizm sektöründe arz ve turist tipinin sosyo- ekonomik, sosyo- demografik ve psikolojik özelliklerine uygun olarak mal ve hizmetlerin sunulmasını gerektirir.
- Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin ya da kazanılan deneyimlerin stok edilmesi mümkün değildir. Bu nedenle turizm arzını oluşturan mal ve hizmetlerin üretildiği anda tüketilmesi zorunluluğu söz konusudur.
- Turizm arzının özelliği, diğer hizmet sektörlerinde olduğu gibi, emek- yoğun üretime dayalı olmasıdır. Ancak son yıllarda bilgi teknolojisinde meydana gelen gelişmeler turizm arzının bu özelliğini değiştirecek güçtedir.

- Turizm arzı kısa dönemde inelastik (katı) bir özelliğe sahiptir. Talep miktarında meydana gelen değişme ya da girişimci tarafından düşünülen bir proje sonucunda turizm arzını kısa dönemde artırmak mümkün olmayabilir.
- Bir turistik tüketici turizm faaliyetlerinden tam olarak yararlanabilmek için turizm arzını oluşturan faktörlerle doğrudan temasa geçmek ve üretim yerine gitmek zorundadır. Sanayi ya da tarım sektöründe, tüketici malı çoğu zaman aracı kurumlardan kendi yaşadığı yerde almakta iken turizm sektöründe bir otel odası için otele, bir akşam yemeği için restorana gitmek durumundadır. Bu nedenle arzın bulunduğu yer aynı zamanda tüketim yeridir.
- Turizm arzı çok değişik alanları ilgilendiren bir özelliğe sahiptir. Bir bölgedeki fiziksel, doğal ve insani değerler bu bölgeyi ziyaret turistin aklında bir bütün olarak yer almakta ve turistin tatil deneyiminin oluşmasında bir bütün olarak katkıda bulunmaktadır. Bu bütünde oluşan olumsuz bir deneyim turistin tatil konusundaki bütün izlenimlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle, bir turizm bölgesindeki otel işletmesini deniz ve kumsaldan ya da hizmeti sunmakla görevli personelden ayrı düşünmemek gerekir.

Turizm arzı iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, bir ülkenin ya da bölgenin sahip olduğu bütün doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu arzıdır. İkincisi ise turistlerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkan veren tüm turistik hizmetlerin tamamıdır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 44).

1.4.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Bir ülkenin sahip olduğu arz kapasitesinin nicelik ve nitelik olarak durumu turizmi teşvik eden başlıca unsurları oluşturmaktadır. Bir kısım turizm uzmanı ise, turizm arzının kendi özel talebini yarattığını savunmaktadırlar (Sezgin, 2001: 50) Turizm arzını etkileyen faktörleri altı grupta toplamak mümkündür (Bahar ve M. Kozak, 2008: 90). Bu gruplar doğal kaynaklar, altyapı, üstyapı, ulaştırma durumu, sosyo-kültürel varlıklar ve konukseverlik faktörlerinden oluşmaktadır.

1.4.1.1. Doğal Kaynaklar

Doğada kendiliğinden meydana gelmiş, insan aklı ve tekniğinin ürünü olmayan, meydana gelme aşamalarında insanın herhangi bir katkısının olmadığı kaynaklara doğal kaynak denilmektedir (scribd.com/doc/72057537/ekonomiye-yon-veren-guc-doğal-kaynaklar, 05.01.2012).

Doğal kaynaklar, yeryüzünde çok değişik biçimde, yapıda ve koşullar altında ortaya çıkmaktadır. Bunlar bir bölgeye özgün olan doğanın yine içerisinde bulunan özelliklerdir. Doğal kaynakların turizm zenginlikleri açısından en önemli faktör olduğu söylenebilir (Bahar ve M. Kozak, 2008: 90). Çünkü doğal zenginlikler, turistik ziyaretlerin çoğu için önemli tercih sebepleri arasında yer almaktadır. İklim şartlarından bitki örtüsüne, mağara ve göllere kadar pek çok unsur turizm pazarında rekabet gücünü artıran özellik arasında yer almaktadır (Aktaş, 2007: 100).

Doğal kaynakların alansal dağılımı homojen bir özellik göstermez yani doğal kaynakların bölgeler ve ülkeler arasındaki dağılımında büyük farklılıklar olabilir (Dinler, 2008: 17). Bu nedenle, her bölgenin kendine özgü iklimi, coğrafi şekli, bitki örtüsü, jeolojik yapısı ve sahip olduğu güzellikleri bulunmaktadır. Bütün bu faktörlerin bileşimi sonucunda turizm açısından bir çekicilik oluşmakta ve bu faktörler turistlerin bu bölgeleri tercih etmelerinde etkin rol oynamaktadır.

1.4.1.2. Altyapı

Günümüz turizm sektörünün hem ulusal alanda hem de uluslararası alanda çok hızlı bir gelişme içinde olduğu bilinen bir gerçektir. Sınırsız gelişen turizm talebi karşısında, turizm arzında da sürekli bir gelişme sağlanmaya çalışılarak turizm talebinin isteklerine yanıt verilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada, bir turizm bölgesinin yeterli ve ileriye yönelik plan ve projeleri, bugünkü talebe bakarak, bundan 15- 20 yıl sonrasının alt yapısını ihtiyacını karşılayacak bir gelişme programının uygulamaya konması gerekmektedir (Bahar ve M. Kozak, 2008: 91).

Bir ülkede ya da bölgede turizmin gelişmesi neticesinde, altyapı olanaklarında da bir iyileşme ve düzelme görülür. Alt yapısı belirli bir düzeye ulaşmamış olan bölgelerin turizm açısından gelişme şansları olduğu söylenemez (İçöz, 2005: 302). Çünkü turizm açısından gelişmenin sağlanabilmesi için tek bir faktöre sahip olmak yeterli değildir. Bir bölgenin alt yapısı, toplu taşıma hizmetleri, elektrik, su, kanalizasyon, temizlik ve sağlık, haberleşme hizmetleri, yollar, köprüler, havaalanları, terminaller, parklar ve bahçeler gibi insanların genel kullanımına yönelik olan birçok hizmeti kapsamaktadır (Özdoğan, 2007: 282). Bütün bu altyapı unsurları başarılı bir şekilde gerçekleştirildiğinde, bölgenin turizm açısından elverişli hale getirilmesine zemin hazırlanmış olunacaktır.

Bir bölgede turizmin gelişmesi açısından önemli rol oynayan ve bölge halkının ihtiyaçlarını da karşılamaya yönelik altyapı olanaklarını, turizmle ilişkileri açısından değerlendirilebilir (İçöz, 2005: 303- 304):

- **Enerji Kaynakları:** Bir turistik bölgede öncelikle bulunması gereken altyapı sistemlerinden birisidir.
- **Su:** Alt yapının diğer önemli bir unsurudur. Bir turist için en azından günde 250 lt su tüketiminin olacağı düşünülürse, turistik bölgelerdeki su olanakları ve su dağılım sisteminin önemi ortaya çıkacaktır.
- **Ulaşım:** Turistik ürünün en önemli unsurlarındandır. Bir bölge turistik açıdan ne kadar elverişli olursa olsun, eğer ulaşım olanakları yeterli düzeyde değilse, bu bölgede turizmin gelişmesi çok zordur. Özellikle karayolu ulaşım sisteminin ve yolların düzenli olması ve bu karayolu sisteminin de diğer ulaşım sistemleri ile bağlantılı olması gerekir. Bu bağlantı en kısa yoldan gerçekleştiği zaman, turist seyahat süresi o kadar kısılacaktır.
- **Haberleşme Araçları:** Bu alanda özellikle telefon haberleşmesinin yanı sıra, posta haberleşmesi ve radyo- televizyon yayınları, internet, merkezi rezervasyon sistemleri (CRS) gibi haberleşme türlerinin bulunması, turistin geldiği ülke ile sürekli bağlantı içinde olması açısından önemlidir.
- **Hijyen:** Turistik bölgelerde düzenli bir kanalizasyon şebekesinin bulunması bölge halkı ve turistler açısından büyük önem taşır. Ayrıca çöplerin düzenli

olarak imha edilmesi de bölgede zararlı sinek ve haşerelerin çoğalmasını önlemek açısından önemlidir.

- **Diğer Altyapı Olanakları:** Turistik bölge içerisindeki ulaşım olanakları, garaj, terminal, kamp yerleri, plajlar, kent içi yollar gibi altyapı olanakları da turizm arzının bir göstergesidir ve bu olanakların iyileştirilmesi ve turistik standartlara uygun hale getirilmesi gereklidir.

1.4.1.3. Üstyapı

Bir bölgede turizmin geliştirilmesinde ve desteklenmesinde, turizmin temel çekim kaynağı olan ekolojik çevre büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle doğal çevrenin korunması ve yönetimi, hem turizm endüstrisinin geleceği hem de toplum için oldukça önemlidir (İçöz vd., 2002: 34).

Turizm üstyapısı, gerçek anlamda turizm sektörünü oluşturan konaklama, yeme-içme, ulaşım ve eğlence hizmetleri gibi önemli çekiciliklerden oluşmaktadır (Bahar ve M. Kozak, 2008: 93). Turizmin yeme-içme ve eğlenceye yönelik tesisleri turizmin birincil üstyapısını oluşturur. Birincil üst yapının yanı sıra, turist akımını çeken varlıklara, yer değiştirme hareketine neden olan ihtiyaçları karşılayıcı doğrultuda biçim veren, içerik ve nitelik kazandıran ya da varlıklara ulaşmayı sağlayan yapısal ve kurumsal ikincil bir üstyapı da mevcuttur. Turizm sektörünü kendi altyapısı ile bütünleştiren ikincil üst yapı (İçöz, 2005: 305) turistik gereksinimleri karşılamaktadır. Üstyapı açısından, turizm konaklama yapısına olanak sağlayacak kalite ve standarttaki tesis ve binaların olmaması, bölgenin turizm açısından çekiciliğinin de yok olmasına sebep olacaktır (Bahar ve M. Kozak, 2008: 93).

1.4.1.4. Ulaştırma Durumu

Turizm arzını etkileyen bir diğer önemli faktör o yerin ulaştırma durumudur. Öter (2007: 53) çalışmasında ulaştırmayı; insanları malları ve haberleri bir yerden başka yere taşıma ile ilgili faaliyetlerin tümü olarak tanımlamıştır. Ulaştırma olanakları geçmişte ve günümüzde hem turizm hem de diğer ekonomik ve sosyal faaliyetlerin gelişiminde büyük önem taşımıştır.

Özellikle turizm olayında insanların sürekli oturdukları yerlerden çıkıp başka yerlere seyahat etmeleri ve tekrar aynı yere dönmeleri söz konusu olduğundan dolayı, ulaştırma turizm açısından çok önemlidir ve ulaştırma olmadan turizmin gelişme göstermesinden bahsedilemez (Ürger, 1992: 53).

Bir ülkenin turizm zenginlikleri ne kadar değerli olursa olsun, ulaşım ve yol durumu iyi bir şekilde kurulup işletilemediği sürece o ülkenin turizm bakımından önem kazanması beklenemez. Ulaştırma endüstrisinin yanında ulaştırma araçlarının da hız, konfor ve uygun fiyat bakımından uluslararası standartlara uygunluğunun sağlanması gerekmektedir. Ancak böyle bir ulaştırma sistemine sahip olan ülkelerin turizm faaliyetleri ve gelirleri artma eğiliminde olacaktır (Sezgin, 2001: 105). Çünkü ulaşım araçlarının gelişmesiyle yer değiştirmede sağlanan zaman tasarrufu, turistlerin konaklama sürelerini uzatacaktır. Zamanı çok olan turistin daha fazla konaklama yapması sebebiyle harcamaları da artacak bu durum turizm işletmelerinin gelirlerinde de artışa sebep olacaktır (Hazar, 2010: 186).

1.4.1.5. Sosyo- Kültürel Varlıklar

Kültür “bir toplum tarafından paylaşılan ve kuşaktan kuşağa aktarılan öğrenilmiş inançlar, değerler, tutumlar, alışkanlıklar, davranış biçimleri ve toplumun sahip olduğu maddi varlıkların toplamı” olarak tanımlanır (Rızaoğlu, 2003: 131).

Bir bölgenin tarihsel ve kültürel zenginliklere sahip olması turizm arzı için büyük önem taşımaktadır. Bir bölgeye olan turist akımını en fazla etkileyen çekiciliklerin başında, bölgenin kültürel ve tarihsel dokusu yer alır. Dünyanın her yerinde tarihsel alanlar ve yapılar, insanların her zaman geçmişe duydukları özel ilgilerinden dolayı önemli yerler haline gelmişlerdir (İçöz, 2005: 46). Yapılan istatistikler, önemli turistik destinasyonların ana ziyaret edilme sebepleri arasında tarihi çekiciliklerin neredeyse her zaman en üst sıralarda yer aldığını göstermektedir (Aktaş, 2007: 101). Bu istatistik sonuçları, genellikle turizm hareketlerinin gelişmesinde yer alan, büyük bir turizm değeri ve serveti olan ve turistleri o bölgeye getiren çekicilikler arasında; tarihsel ve dinsel anıtlar, eski eserler, tarihsel kalıntılar, harabeler ve kazı yerleri de

önemli doğal varlıklar olarak değerlendirilmelerini destekler niteliktedir (Bahar ve M. Kozak, 2008: 93).

Turistlerin ziyaret edecekleri bölge ile ilgili önem verdikleri bir diğer faktörde kültürdür. Kültür, bir toplumun sahip olduğu dil, din, ahlak, hukuk, gelenek, davranış ve zevkler, görenekler, sanat, ekonomi, felsefi ve bilimsel eğitimleri gibi toplumsal kurum ve yaşamın oluşturduğu bir bütün olarak tanımlanmaktadır (Aktaş, 2007: 102). Kültürel gelenekler, sanat eserleri, folklor gibi değerler de turistik çekicilikler arasında kabul edilmektedir (İçöz, 2005: 46).

Müzeler de ziyaret edilecek bölge için ilgi uyandıran bir konudur. Müzeler, sanat eserlerinin derlenip sergilendiği yerlerdir (Sezgin, 2001: 51). Turizm arzına önemli katkıda bulunan müzeler, bulunduğu bölgenin ekonomisinin canlanmasına da katkı sağlamaktadır.

1.4.1.6. Konukseverlik

Konukseverlik faktörü, maddi olmayan özelliği ile yani kişinin manevi değerlerine yönelik bir anlam taşıması bakımından diğer arz faktörlerine göre bir farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, konukseverlik faktörünün gelişmesi turizm arzı açısından diğer faktörlere oranla daha farklı bir içeriğe sahip olacaktır. Bir ülkede, bölgede ya da konaklama işletmesinde doğal ve fiziksel çekicilik ne kadar iyi ve konforlu olursa olsun, sunulan hizmet ve ülke insanının turiste yönelik yapacağı olumsuz tavır ve davranışlar, misafir olarak o ülkede ya da bölgede bulunan turistlerin tatil deneyiminin olumsuz geçmesine neden olabilir. Böylece, turistlerin o ülkeyle ilgili olumsuz bir imaj geliştirmesi sonucu, ülke her ne kadar önemli turizm potansiyeline sahip olursa olsun, uluslararası turizm sektöründen istediği payı alamayabilir bu durum turizm arz kaynaklarının etkin şekilde kullanılmadığı ve atıl kaldığı anlamına gelir (Bahar ve M. Kozak, 2008: 94).

Bu şekilde kaynakların etkin kullanılmamasından kaynaklı ekonomik kayıplar bölge halkının refah seviyesini de negatif yönde etkileyecektir. Dolayısıyla turist kabul eden ülke ya da bölge doğal güzelliklere sahip olmak, alt ve üst yapı yatırımlarının

yeterli olması ve ulaştırma ile ilgili sorunların olmaması gibi faktörlere sahip olsa da o bölge ya da ülkedeki yerli halkın olumsuz davranış ve tutumları bütün bu olumlu faktörlerin göz ardı edilmesine sebep olabilir.

1.5. TURİZM TALEBİ

Dinler (2008: 48) ekonomi literatüründeki talebi, belirli bir malın piyasasında, belirli bir dönemde, o malın fiyatı dışındaki faktörlerin değişmemesi koşulu ile çeşitli fiyatlardan tüketicilerin söz konusu maldan satın almak istedikleri miktarlar olarak ifade etmiştir.

Turizm talebi denildiğinde, turistik gezi yapma arzusunda bulunan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların sayısı kastedilmektedir (Sezgin, 2001: 60).

Turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan bireylerin turistik mal ve hizmetlerden, belirli bir piyasada belirli bir fiyata ya da hiçbir bedel olmaksızın rasyonel ve rasyonel olmayan nedenlerle belirli bir zaman diliminde satın almaya ya da yararlanmaya karar verdikleri miktarlardır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 54).

Başka bir tanıma göre turizm talebi, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan insanların, kendi konaklama yeri dışında yaptıkları seyahat ve geçici konaklama ile ilgili turistik üründen belirli bir piyasada, belirli bir fiyata veya bedelsiz olarak ya da rasyonel olmayan nedenlerle satın almaya veya yararlanmaya karar verdikleri miktardır (Ünlüönen vd., 2007: 45).

Bu tanımlardan hareketle turizme yönelik talebi oluşturan üç temel unsurdan söz edilebilir (İçöz, 2005: 104- 105):

- Efektif ya da gerçek talep: Turizmde aktif olarak yer alan ya da seyahat etmekte olan gerçek kişi sayısıdır.
- Baskı altındaki talep: Çeşitli nedenlerle seyahat etmeyen nüfustan oluşmaktadır.

- Sonuncusu da seyahat etmek istemeyen ya da seyahat edemeyen kişilerin oluşturduğu ve talebin olmadığı kategoridir.

1.5.1. Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebi, ekonomideki diğer mal ve hizmetlerin talebine göre bazı farklılıklar göstermektedir. Bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

- Turizm talebi bağımsız bir niteliğe sahiptir. Yani kişiden kişiye değişir. İnsanları seyahate yönelten çeşitli nedenler vardır. Fakat bu insanların ortak noktası buldukları yerden ayrılma isteği ve arzın çekiciliğidir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 56).
- Turizm talebi kişisel harcanabilir gelirden bu amaç için bir pay ayırmak ve ayrılan pay ile satın almayı gerçekleştirmek ile mümkün olmaktadır. Bu sebeple, turizm talebi lüks ve kültürel özellikteki mal ve hizmetlerle sürekli rekabet halindedir ve bu durum turistik mal ve hizmetlerin yerine, diğer mal ve hizmetlerin ikame edilebileceğini gösterir (Ünlüöner vd., 2007: 47).
- Turizm talebinde ikame olanakları oldukça yüksek olmasından dolayı turistik ürün talebine yönelik fiyat esnekliği 1' den büyüktür (Yağcı, 2007: 28).
- Turizm talebinin ikame olanaklarının fazla olması, turistik tüketimdeki tercihlere ekonomik, sosyal, politik ve finansal nitelikteki faktörlerin etkisinin oldukça fazla olmasına yol açar ve talebin aşırı esnek olmasını sağlar. Turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında da aşırı bir rekabet vardır. Bu rekabet kişisel tercihlere bağlı olarak ortaya çıkar (İçöz, 2007: 247).
- Turizm talebi, mevsimsel bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle de turizm talebini yılın tamamına yaymak oldukça zor olmaktadır (Bahar ve Ozan, 2008: 113).

1.5.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebi üzerinde etkili olan ve talebe yön veren belirleyici faktörler konusunda yapılmış olan çok sayıda çalışma vardır. Talebin belirleyicisi, insanların seyahat kararı vermesi aşamasında ve sonrasında turistik ürünleri satın alıp almama kararlarını ya da hangi tür üründen ne kadar satın alma kararı vermelerini etkileyen başta sosyo- ekonomik değişkenler olmak üzere birçok etken vardır (Çuhadar, 2006: 47). Turizm talebini etkileyen niteliksel unsurlar; ekonomik, toplumsal, psikolojik ve diğer unsurlar olmak üzere dört başlık altında toplanabilir(N. Kozak, 2008: 80).

1.5.2.1. Ekonomik Unsurlar

Seyahat kararının verilmesinde en önemli unsurların başında ekonomik nitelikli unsurlar gelmektedir. Turizm talebini etkileyen ekonomik unsurlar; fiyat düzeyi, gelir düzeyi ve ekonomik uzaklık faktörlerinden oluşmaktadır.

1.5.2.1.1. Fiyat Düzeyi

Bütün mal ve hizmetlerde olduğu gibi turizm sektöründe de fiyatların düşmesi, diğer koşullar sabit kalmak şartıyla, turizm talebini artırırken, fiyat artışları ise talep miktarını azaltmaktadır (Sezgin, 2001: 61).

Turizm talebi, turistik ürünün tamamlayıcısı veya ikamesi olan diğer malların fiyatlarından da etkilenmektedir. Burada tamamlayıcı malı turistik ürünle birlikte tüketilen mal, ikame malı da turistik ürünün yerine tüketilecek mal olarak tanımlarsak ikame mallara olan talep ile turistik ürüne olan talep arasında ters orantı olacaktır, tamamlayıcı mallarda ise talep miktarı turistik ürünle aynı yönde hareket edecektir (Yıldırım, 2005: 70). Örneğin, turistik ürünün tamamlayıcısı olarak kabul edebileceğimiz otel fiyatının düşmesi turizm talebini artırırken turistik ürüne ikame kabul edebilecek bir malın fiyatının düşmesi turizm talebini azaltacaktır.

Turizmde ikame olanaklarının söz konusu olması durumunda alternatif turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında oluşan düşme turizm talebinde artış sağlayacaktır.

Örneğin, birbirine yakın turist arz potansiyeline sahip iki bölgeden birinin fiyatlarındaki düşme, diğer bölgeye yönelik turizm talebinde de düşmeye yol açacaktır. Turistler, yalnızca belirli bir turizm bölgesinde yapılacak olan bir tatilin kendi ülkelerindeki fiyat düzeyi ile karşılaştırmakla yetinmeyecek aynı zamanda yabancı turizm bölgelerinin seyahat maliyetlerini diğer benzeri yabancı turizm bölgeleri ile karşılaştıracaklardır (N. Kozak, 2008: 81). Örneğin kış sporları açısından İsviçre' nin Avusturya' nın ikamesi olması gibi.

Turizm talebini etkileyen ekonomik unsurlar arasında döviz kuru oranı da yer almaktadır. Turizm hareketine katılan ülkeler için, yalnızca o yerdeki fiyatlar değil, aynı zamanda turist gönderen ülkelerdeki karşılaştırmalı (nispi) fiyat farklılıkları da turizm talebi açısından önemlidir. Eğer, turist kabul eden ülkedeki fiyat aynı kalırsa ve turist gönderen ülkedeki para birimi nispi olarak değer kazanacak olursa, turist gönderen ülke vatandaşları tarafından ev sahibi ülkenin ürün ve hizmetleri daha fazla talep edilecek bu durum turizm talebini artıracaktır (Bahar ve M. Kozak, 2008: 117-118). Örneğin, günlük kur ayarlaması sonucunda Türk Lirası'nın sürekli devalüe edilmesi konaklama işletmelerinin döviz bazında düşük fiyat belirlemelerine sebep olacak böylece yabancı turist açısından Türkiye'ye olan talep artacaktır. Aynı zamanda yabancı turistler tatil için ayırdıkları bütçe ile daha fazla konaklama imkanı bularak alışveriş ve diğer tüketim ihtiyaçları için bütçelerinde daha fazla yer ayırabileceklerdir.

1.5.2.1.2. Gelir Düzeyi

Turizm talebini fiyattan sonra ikinci olarak etkileyen diğer bir faktör de, potansiyel turistlerin harcanabilir gelir düzeyleridir. Turistlerde diğer tüketicilerde olduğu gibi para konusunda duyarlıdır ve turistik mal ve hizmetlere karşı talep bu kişilerin kullanılabilir gelirlerindeki değişimlerden önemli ölçüde etkilenir (İçöz, 2005: 127). Satın alma gücünün yükselmesi bireylerin tasarruf eğilimlerinin artmasına neden olmaktadır. Bu durum turizme olan talebin artmasını sağlamıştır.

Genelde turizm gelir esnekliğinin 1' den büyük olduğu varsayılır. Turizm, ihtiyatlı bir harcama gerektirdiği için gelirdeki değişimlere karşı oldukça duyarlıdır (N.

Kozak, 2008: 82). Ancak gelişmiş ülkeler açısından düşünüldüğünde turizm talebinin gelir esnekliği 1' den küçük olduğu söylenebilir; yani tüketicinin turistik üründen talep ettiği miktardaki değişme gelirdeki değişmeden daha küçük olacaktır (Yıldırım, 2005: 61).

Harcanabilir gelire bağlı olarak turistik aktivitelerde de farklılık görülmektedir. Örneğin; yüksek gelire sahip olan kişiler boş zamanlarında, kitap okumak, briç oynamak, eskrim yapmak ve özel yerlerde satranç oynamak, orta gelir grubunda olanlar bowling oynamak, golf ve dans etmek, düşük gelir grubuna sahip aileler, televizyon seyretmek, domino veya tombala oynamaktadırlar (Karaman, 1998: 65). Bu nedenlerle turizm talebini etkileyen en önemli faktör ekonomik karaktere sahip olan etkenlerdir. Çünkü bireylerin gelir düzeyleri arttıkça toplumun ekonomik refahı da artacak ve neticede toplumun turizm talebi bundan pozitif yönde etkilenecektir.

1.5.2.1.3. Ekonomik Uzaklık

Ekonomik uzaklık, iki bölge arasındaki ulaştırma için gerekli zaman miktarını ve ulaştırma maliyetinden oluşmaktadır (N. Kozak, 2005: 83). Bir ülkenin diğer ülkelere olan uzaklığı ve ulaştırma olanakları, aynı zamanda ekonomik bir faktör olarak turizm talebini etkiler. Uzaklığın talep üzerinde iki yönlü etkisi vardır. Birincisi seyahat mesafesi arttıkça seyahatin süresi de artacağı için bu mesafe ek bir fedakarlık gerektirecek ve konaklama süresinin azalmasına neden olacaktır (İçöz, 2005: 136). Uzaklığın talep üzerindeki ikinci etkisi ise uzaklıkla beraber maliyetlerinde artmasıdır. Fiziki uzaklık arttıkça ulaşım ve seyahat maliyeti ve bunun sonucu olarak da turistik ürünün fiyatı yükselecektir. İnsanlar benzer özelliklere ve çekiciliklere sahip iki turizm bölgesinden, kendilerine yakın olanı tercih edeceklerdir. Turist gönderen ülkelere daha yakın olan turizm bölgeleri bu konuda önemli bir avantaja sahip olacaktır. Bu nedenle uzaklık ve turizm talebi arasında ters yönlü ilişki olduğunu söylemek mümkün olacaktır (Çuhadar, 2006: 52).

Genel olarak turizm boş vaktin kullanımını anlamına gelmektedir. Bu sebeple insanlar seyahat kararını verirken bu kararda mesafe büyük rol oynamaktadır. Uzaklık ile

konaklama süresi arasında ters yönlü bir ilişki, ulaşımaya ayrılan bütçe ile turistik harcama için ayrılan pay arasında da görülmektedir.

1.5.2.2. Toplumsal Unsurlar

Aynı toplumda yaşayan insanların eşit düzeyde seyahat etme imkanına sahip oldukları söylenemez. Toplumda bireyler arasındaki eğitim düzeyi, meslek ve aile yapısı gibi farklılıklar insanların seyahat etme istekleri ve imkanlarını büyük ölçüde etkilemektedir. Aynı zamanda seyahat edilecek yerin kentleşme düzeyi ve dil zorlukları da seyahat etme kararı üzerinde etkili olacaktır. Bütün bu turizm talebini etkileyen toplumsal unsurların ayrıntıları aşağıda incelenmiştir.

1.5.2.2.1. Eğitim Düzeyi

Eğitim, insanların öğrenme isteklerinin karşılanmasına yönelik faaliyetlerden oluşmaktadır (Hazar, 2010: 20). Eğitim düzeyinin artması, insanların kültürel birikimlerinin de yükselmesini sağlar. Bu durum, turizm bilincini oluşturarak, insanların turizme bakış açılarını geliştirmiştir. Böylece insanlar turizmi en temel vazgeçilmez ihtiyaçları olarak algılamaya başlamışlardır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 37). ABD’ de yapılan bir araştırmanın sonucuna göre; iyi eğitim almış kişilerin toplam turizm harcamaları içindeki payı oldukça yüksektir. Örneğin, aile reisinin lise diploması bulunmayan ailelerin yalnızca % 50’ si tatil harcaması yaparken, bu oran lise diploması olanlarda % 65, üniversite bitirmiş olanlarda % 75 ve lisansüstü derecesine sahip olanlarda % 85 olduğu tespit edilmiştir (İçöz, 2005: 143).

Eğitim durumu sadece kişinin turizm faaliyetlerine katılıp katılmamasını değil, aynı zamanda kişiye bağlı olarak bu faaliyetin diğer özelliklerini de etkilemektedir. Örneğin; kültür düzeyi yüksek gruplar kültür turizmine katılarak, tarihi yerleri, yapıları, sanat eserlerini ziyaret etmeyi tercih etmektedirler. Ayrıca yabancı ülkelere ziyaret edenler arasında yüksek eğitim kurumlarını bitirenlerin oranı daha fazla olmaktadır. Bu durumun aksine, eğitim düzeyi düşüktüğü yabancı ülkelere seyahat oranı azalmaktadır (Toskay, 1989: 136).

Sonuç olarak, eğitim düzeyi ile turizm talebi arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu sebeple seyahat acenteleri tarafından insanların eğitim düzeyleri de göz önüne alınarak hedef pazarın öncelikleri doğrultusunda seçenekler sunulmaktadır.

1.5.2.2.2. Meslek

Turizm talebini etkileyen faktörlerin önemli bir bölümü gerçekte birbiri ile bağımlı olan faktörlerdir. Örneğin, meslek faktörü hem gelir düzeyi hem de eğitim düzeyi ile bağlantılıdır. Çünkü gelir düzeyi yüksek olan bireylerin büyük bir bölümü iyi eğitim almış kişilerdir (İçöz, 2005: 142).

Aynı gelir seviyesinde oldukları halde, farklı mesleklerde ve çalışma dallarında bulunanların turizme katılma oranları da farklılık gösterebilir. Belirli bir mesleğe bağlı olanların, turizm talebi, bir başka meslek grubuna dahil olanlardan (aynı gelir seviyesinde bulunmak şartıyla) farklı olabilir. Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir araştırmaya göre, doktor, avukat gibi bağımsız mesleklerde çalışanların turizme katılma oranı % 39, zanaatkarların ve işçilerin oranı da % 26 olduğu tespit edilmiştir (Ünlüönen vd., 2007: 57).

Bu açıdan bakıldığında kişilerin meslekleri öncelikle onların gelirlerini ve eğitim düzeylerini şekillendirmektedir. Turizme katılma açısından, farklı meslekler farklı tatil şekillerine neden olmaktadır. Her meslek kendi özellikleri itibariyle turizm talebini etkilemekte ancak bu talebi ortadan kaldırmamaktadır. Yüksek düzeydeki yöneticilerin ve iş adamlarının seyahat eğilimi çok yüksek olurken, çiftçilerin seyahat eğilimleri çok düşük olmaktadır (Rızaoğlu, 2003: 139).

1.5.2.2.3. Aile Yapısı

Turizm açısından potansiyel kitleyi oluşturan bireylerin evli ya da bekar olmaları, sahip oldukları çocuk sayısı, çocukların okula gidip gitmemeleri, çocuklarının yaşları onların turizm faaliyetlerine katılma konusundaki kararlarını ve katılmaları

durumunda seyahat tercihlerine, seyahat sürelerine ve konaklama sürelerine etki etmektedir (Ürger, 1992: 81).

Bekar ve genç evli çiftler daha sık seyahat etme imkanına sahip olabilirken, çocuklu aileler seyahate katılmakta önemli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Gidilen bölgede bebek ve küçük çocuklara yönelik herhangi bir etkinlik ya da hizmet sunulmaması durumunda az çocuk sahibi de olsa, ziyaretçiler önemli sorunlarla karşılaşmakta bu durumda seyahat etme tercih edilmemektedir. Ancak son yıllarda gerek ulaşım araçları, gerek tur operatörleri ve gerekse turizm bölgeleri çocuk sahibi aileler için farklı çalışmalar başlatmışlardır. Çocuklar için ücretsiz ya da düşük fiyatlı turlar, ücretsiz bakım servisi ve eğlence merkezleri bu olanaklar arasında yer almaktadır (Çuhadar, 2006: 54). Diğer yandan, geleneksel aile yapısına sahip ailelerde çocuk, belirli bir yaşa ve gelir düzeyine ulaştığında anne-babasına bakmakla yükümlü olmaktadır. Bu ise aile fertlerinin gerek ekonomik gerekse boş zaman sorunları nedeniyle seyahatini etkilemektedir. Bu gibi ailelerde genç bireylerin aileye karşı sorumlulukları fazla olduğundan dolayı bu kişiler seyahat imkanlarına sahip olamamaktadırlar (N. Kozak, 2008: 84).

1.5.2.2.4. Dil Güçlükleri

Bir ülkede yabancı dil bakımından yetersizlik, birçok kimseyi yeterli zamana ve gelire sahip olmalarına rağmen yabancı ülkeleri ziyaret etmede engelleyici bir rol oynamaktadır. Bu nedenle dil bakımından birbirine yakın olan ülkeler açısından turistik hareketler daha yoğundur ve talep kendi diline daha yakın ya da kendi dilini konuşan ülkelere yönelik olacaktır (İçöz, 2005: 144).

Ziyaret edilmesi düşünülen bölgenin lisanının bilinmemesi, turist gönderen ülkelerde de birçok kişinin yabancı dil bakımından yetersiz olması, onları kendi ülkelerinde seyahat etme zorunluluğunu getirmiştir. Ancak bu durum, daha çok az gelişmiş ülkelerde yaşayan kimseler arasında görülmektedir (N. Kozak, 2008: 84- 85). Artık günümüzde bazı dillerin dünyada konuşulan ortak dil haline gelmesi ziyaretçilerin dilden kaynaklı sıkıntılarını azaltıcı rol oynamaktadır.

1.5.2.2.5. Kentleşme Düzeyi

Kentlerin, ekonomik büyüme ve kalkınma ile orantılı olarak hızla gelişmesi, nüfus düzeylerinin artması, bu kentlerde yaşayan insanların yeni ihtiyaçlarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Bahar ve M. Kozak, 2008: 125).

Şehir hayatının yarattığı etki derecesine göre seyahat, yer değiştirme ve dinlenme ihtiyacını, diğer ihtiyaçlardan daha öncelikli hale getirebilir (Ünlüönen vd., 2007: 58). Sanayi ve hizmet sektörü ile ticaret kesiminin yoğun olduğu büyük yerleşim yerlerinde yaşayan insanlar, kırsal kesimde yaşayanlara oranla daha fazla seyahat etmekte ve turizm etkinliklerine daha etkin bir şekilde katılmaktadırlar (N. Kozak, 2008: 85).

İçöz (2005: 145) kentlerin büyümesini ve gelişmesini, kitlesel eğitimin yanında fikir ve bilgi alışverişini de kolaylaştırdığını bu durumda bireylerin ufuklarının genişlemesine ve seyahat isteklerinin artmasına yol açtığını iddia etmiştir.

1.5.2.3. Psikolojik Unsurlar

Turizmin öznesi olan insanın turizm faaliyetlerine katılmasında etkili etkenlerden biriside psikolojik unsurlardır. Psikolojik faktörler insanları turizm faaliyetine itici ve teşvik edici bir rol oynamaktadır. Bunun en önemli nedeni turistik ihtiyaçların karşılanmasında, tıpkı diğer ihtiyaçların karşılanmasında olduğu gibi gittikçe artan tatmin düzeyidir (Ürger, 1992: 85). Turizm talebini etkileyen çok sayıda psikolojik faktör bulunmaktadır.

1.5.2.3.1. Kişilik Yapısı ve Motivasyon

Turizm talebi kapsamında ele alınması gereken konular; kişilik yapısı ve buna bağlı olarak sahip olunan motivasyon düzeyi ve türüdür. Turizmde tüketicileri seyahate yönelten değişik motivasyonlar bulunmaktadır. Bu motivasyonlar arasında dinlenme, fiziksel ve duygusal olarak kendini yenileme, her zaman yaşadığı çevreden bir

süreliğine uzaklaşma, tarihi ve kültürel yerleri ziyaret etme, eğlence ve spor gibi aktiviteler yer almaktadır (N. Kozak vd., 2006: 73).

Bu tür motivasyonlar potansiyel turizm talebinin etkin talebe dönüşmesinde etkin rol oynamaktadır. Turistik tüketicilerin seyahat etme eğilimleri içedönük ve dışadönük olarak iki gruba ayrılmaktadır. İçedönük turist tipleri daha çok düşük gelir grubuna ait olduklarından pasif olarak turizm hareketlerine katılmakta ve daha çok kitle turizmini tercih etmektedirler. Dışadönük turist tipleri ise daha çok yüksek gelir grubuna ait olduklarından bireysel seyahate eğilimli olmakta, hareket ve değişim gerektiren seyahat biçimlerini (macera, spor, doğa, tarih ve kültür) tercih etmektedirler (N. Kozak, 2008: 85).

1.5.2.3.2. Kültürel Uzaklık

Turizm, bireylerin katıldığı ve turistlerin yerel halk ile birebir etkileşime girdiği bir faaliyet olduğundan kültürün turizm açısından önemi büyüktür (İçöz vd., 2007: 193). Burada kültürel uzaklık ile anlatılmak istenen, turist gönderen bölge ile turist kabul eden bölge arasında olan hayat tarzı ve kültürel farklılıklardır. Bölgeler arasındaki kültürel farklılıkların turizm talebini ne yönde etkilediği konusunda tartışmalar olmakla beraber yeni turist profiline bakıldığında genellikle uzak kültürlerin tercih edildiği görülmektedir (Yıldırım, 2005: 61- 62). Diğer yandan kültürel uzaklık kavramını dikkate almayan turist gruplarının daha çok kitle turizmini tercih ettikleri dikkat çekmektedir (N. Kozak, 2008: 86).

1.5.2.3.3. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar

İnsan hayatını yönlendiren en önemli faktörlerden olan moda kültürel ve lüks nitelikteki mal ve hizmetlerin tüketimine önemli ölçüde etki eder (Ünlüönen vd., 2007: 61). Fiyat faktörünün talep üzerindeki negatif etkisini kaldıran ya da azaltan en önemli faktörler moda eğilimleri, alışkanlıklar ve zevk amaçlı tüketimlerdir. İnsan yaşamını etkileyen en önemli etkenlerden olan moda, zevk ve alışkanlıklar, diğer mal ve hizmetlerde olduğu gibi, turistik mal ve hizmetlere karşı talebi de etkisi altına almaktadır (İçöz, 2005: 179). Yılın belirli zamanında tatil yapmak, seyahatlerde

ünlülerin gittikleri yerleri seçmek, dünyaca tanınmış yerlerde tatil yapmak gibi durumların bu faktör kapsamında değerlendirilmesi gerekir. Sonuç itibariyle turizm talebi de ekonominin diğer sektörlerinde yapılan alış- verişlerde olduğu gibi büyük ölçüde zevk, imaj ve belli alışkanlıklara bağlı olarak gerçekleşmektedir (Bahar ve M. Kozak, 2008: 122).

Ekonomide moda ve gösteriş isteği ile tüketim eğilimi konusundaki ilk teori 1920' lerde ABD' li sosyal bilimci ekonomist Thorstein Veblen (1899) tarafından geliştirilmiştir. Veblen (1899)' a göre bir ürün ya da hizmetin yüksek olan fiyatı alıcılar tarafından malın kalitesini gösteren bir moda ve prestij faktörü olarak algılandığı zaman, buna olan talepte artacaktır. Veblen etkileri en pahalı resort otel ve özel atraksiyonlarda görülebilir. Veblen etkisi devam ettikçe talep eğrisi fiyat ilişkileri açısından pozitif yönde eğilim kazanacaktır ve böylece fiyat yükseldikçe talep de artacaktır. Ancak Veblen etkisinin yalnızca belirli bir fiyat aralığı için söz konusu olacağını da belirtmek gerekir (İçöz, 2005: 150). Bu tür davranışlarda bulunan insanların temel yaklaşımı gittikleri yerleri veya aldıkları ürünleri gösteriş eğilimli tüketim şeklinde gerçekleştirmeleridir.

1.5.2.4. Turizm Talebini Etkileyen Diğer Unsurlar

Seyahat etme kararını etkileyen ekonomik, toplumsal ve psikolojik unsurların yanı sıra reklam ve tanıtım, boş zaman ve turizm bilinci gibi faktörlerde seyahat kararı üzerinde belirleyici rol oynamaktadır.

1.5.2.4.1. Reklam ve Tanıtım

Reklam ve tanıtım faaliyetleri bir ülkenin uluslararası turizm piyasasında potansiyel talebini etkileyen bir faktör olarak kabul edilir. Tanıtım ve reklam çalışmalarının turizm talebi üzerindeki en önemli etkisi, bir turistik bölge ya da ülke hakkında tüketiciye bilgi vermesidir. Turistik ürünün yapısı gereği üretildiği yerde tüketilmesi zorunluluğu, bu ürünün önceden denenmesini engellemekte ve turistlerin satın alma kararları üzerinde olumsuz rol oynamaktadır. Bu olumsuzluğu gidermenin en etkili

yollarından birisi, turistik ürünle ilgili bilgilerin tüketicilere yeterli ve zamanında tüketicilere ulaştırılmasıdır (Çuhadar, 2006: 52).

Bu ulaşımın en etkili yollarından birisi reklam ve tanıtım aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Reklam, ürün ve ürünün özellikleri hakkında bilgi vererek veya ikna ederek tüketici tercihlerini etkileyebilir (Davut, 1994: 63). Reklam faaliyetlerinin amacı bugünkü ve gelecekteki tüketici kitlesini oluşturmaktır (Barutçugil, 1982: 106). Başarılı bir reklam kampanyası turizm talebinde önemli artışlar yaratabilir. Örneğin, 1988 yılında Fransa döviz kurlarının yüksek olmasına rağmen, düzenlemiş olduğu yoğun reklam ve tanıtım kampanyası ile ABD' li turist sayısında % 17' lik bir artış sağlayarak 2,1 milyon kişiye çıkarıp en fazla ABD' li turist çeken Avrupa ülkesi durumuna gelmiştir (İçöz, 2005: 152). Fransa gibi bu durumun farkında olan diğer ülkeler tanıtım ve reklama gereken önemi vererek bu faaliyetler için daha fazla kaynak ayırmaktadırlar.

Ülke tanıtımında ve turizm talebinin artırılmasında etkili olan reklamın istenilen amaca ulaşabilmesi için dikkat edilmesi gereken birtakım ilkeler ortaya konabilir.

Bunların en önemlilerini aşağıdaki gibi özetlenmek mümkündür (Barutçugil, 1982: 107- 108):

- Turizm amaçlı reklamlar inandırıcı olmalı ve kişilere güven vermelidir. İkna etmeye çaba göstermek yerine bilgi vermek daha yararlıdır.
- Turizm reklamcılığında kısa dönemli değil, uzun dönemli yararların gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır.
- Reklam dikkat çekici ve ilgi uyandırıcı özelliklere sahip olmalıdır. Bu amaçla pazarın bölümlere ayrılıp, bunlar arasından önem taşıyanların özel ilgi alanlarına yönelik reklam çabalarının yoğunlaştırılması daha uygundur.
- Turizm reklamları, yalnızca turisti ülkeye çekmeye değil, turistin daha uzun süre kalıp, daha fazla harcama yapmasını sağlamaya yönelik olmalıdır.
- Turizm reklamları, kişinin turizme katılmayı henüz düşündüğü dönemlerde, turizm mevsiminden çok önce başlamalı ve olabildiğince uzun bir süre devam

etmelidir. Turizm reklamlarının yıl boyu kesintisiz sürdürülmesi daha doğru olabilir.

- Reklam amacıyla kullanılacak yazı, resim ve sembollerde estetiğe, kağıt ve baskıda kaliteye büyük önem verilmelidir.
- Reklam, ortamın psikolojik, sosyolojik ve benzeri koşullarına uygun özelliklere sahip olmalıdır.

Bütün bu şartları barındıran bir reklam kampanyası istenen etkiyi oluşturarak reklam arz eden sektörün amaçlarına uygun hizmet etmiş olacaktır.

1.5.2.4.2. Boş Zaman

Ekonomide az sayıda ürün sınırlı para kadar insanların sınırlı olan zamanlarının harcanmasını gerektirir ve turizm belki de en fazla bu iki faktörü bir arada gerektiren faaliyettir. Zaman faktörü ekonomik olarak değişimi yapılan kaynak olmamasına karşın (turistik ürün arz edenler kendi ürünleri karşılığında turistlerin boş zamanlarını almayı talep etmezler), yeterli düzeyde para olsa da, belirli bir zaman süresine sahip olmak ve bu zamanı farklı turizm ve turizm dışı faaliyetlere ayırmak, turistin istediği bütün bu faaliyetleri sınırlı zaman süresi içinde gerçekleştirmesini engeller (İçöz, 2005: 145). Boş zamanın çalışma dışı zaman olması, kişilerin çalışma süreleriyle boş zamanları arasındaki süreyi belirlemektedir. Yapılan araştırmalar, sanayileşmeyle birlikte insanların yaptığı birçok işin makineler tarafından yapılmaya başlamasının çalışma sürelerinin azalmasına neden olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bireylerin serbest zamanlarında da bir artış meydana gelmekte dolayısıyla boş zamanı artan bireyler daha fazla boş zaman faaliyetlerine katılma imkanı sahip olabilmektedirler (Demir ve Çevirgen, 2006: 5). Bu sayede boş zaman artışı insanların seyahat etmelerine imkan sağlayarak turizm talebi üzerinde olumlu etki yaratacaktır.

1.5.2.4.3. Turizm Bilinci

Bir toplumda toplum bilincinin yerleşebilmesi için öncelikle turizm hareketlerine katılan turistler ile katılmak isteyen potansiyel turistler ve turist kabul eden bölge

halkının turizmin önemini kavramış olmaları gerekmektedir. Uluslararası turizm hareketlerinin nicelik ve nitelik olarak gelişmesinin önemli nedenlerinden biri de, turizmde uzmanlaşmış ülkelerin turizm sonucunda elde etmiş oldukları sosyo-ekonomik ve sosyo- kültürel gelişmelerdir (N. Kozak, 2008: 87). Turizmin yarattığı bu pozitif etkiden yararlanmak isteyen ülkelerin turistik tüketicilerin niteliklerini ve beklentilerini göz önüne almaları gerekmektedir. Turist kabul eden ülke vatandaşlarının da bu konuda bilinçlendirilerek, gelen yabancı ziyaretçilere karşı ön yargıları varsa bu durumun aşılması gerekir. Aynı zamanda gelen turistlerin kendi kültür ve inançları üzerinde bir tehlike oluşturmayacağı konusunda yapılacak çalışmalarında turizm talebini olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ

Çalışmanın bu bölümünde turizm sektörünün Türkiye’deki gelişimi hakkında ayrıntılı bilgi verilmiştir. Buna göre; turizmin cumhuriyet öncesi dönemdeki genel yapısına değinildikten sonra kalkınma planları döneminde turizm sektörünün Türkiye’deki gelişimi bu bölümün konusunu oluşturmuştur.

2.1. CUMHURİYET ÖNCESİ TÜRKİYE’DE TURİZM

Cumhuriyet öncesi dönemden bahsedilirken söz konusu dönemde turizmin gelişimine öncülük eden bazı olayların vurgulanması gerekmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde gerçekleşen bu önemli olaylar, turizmin cumhuriyet sonrası dönemi için bir zemin oluşturmuş ve gelişimini başlatmıştır (Yılmaz, 2007: 33). İlk turizm etkinlikleri olarak sayılabilecek örnekler arasında Osmanlı İmparatorluğu döneminde getirilen buharlı gemiler yer almaktadır. II. Mahmut döneminde “Kırlangıç” adlı buharlı geminin alınmasıyla başlayan deniz taşımacılığı, 1829 yılında Tersane-i Amire tarafından Kebir (büyük) ve Sagir (küçük) buharlı gemilerinin alınması ile gelişmeye başlamıştır. Bu yıllarda Aynalıkavak Tersanesi’nde Eser- i Hayır gemisinin yapımına başlanması aynı zamanda ”Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü” nünde başlangıcı sayılmaktadır. Bu geminin yapımından sonra 1838 yılında Fransa seferini yapmak amacıyla Peyki Sevket vapuru inşa edilmiştir (N. Kozak vd., 2010: 105).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde 1863 yılında düzenlenen Sergi- i Umumi- i Osmani, iç turizme yönelik ilk faaliyetler arasında yer almıştır. Diğer taraftan Türkiye’de turizmin gelişme aşamalarından birisi olarak kabul edilen tercüman ve rehberlik 1800’ lü yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Dış turizm hareketlerinin

gelişmeye başlaması, 29 Ekim 1890 tarihinde kabul edilen “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname (Tüzük)” nin yürürlüğe girmesine sebep olmuştur (N.Kozak, 2008: 133).

Cumhuriyet öncesi dönemde turizm adına sayılabilecek önemli gelişmeler arasında 19. yüzyılın sonları ile 20. yüzyılın başlarında Orient Express tarafından İstanbul’ a düzenlenen seferler ile otellerin açılmaya başlaması yer almaktadır. Wagon Lifts’ in, 1924 yılında Türkiye’ de vagon sözleşmesi yapmasıyla, Türkiye ilk yataklı vagon seferine 23 Temmuz 1924 yılında başlanmıştır. Tren yolculuğunda ilk yemekli servis hizmetine 7 Temmuz 1925 yılında Haydarpaşa- Sincanköy arasında sefer yapan trenlerde başlanmıştır. Demiryolu ulaşımında sağlanan gelişmeler arasında 1927 yılında Haydarpaşa-Ankara arasında Lüks Anadolu Express’ in seferler düzenlemesi yer almıştır. Bu hatlara ilave olarak yine aynı tarihte Haydarpaşa- Trablusşam ve daha sonra 1930’ da Haydarpaşa- Sivas ve 1935’ de Haydarpaşa-Elazığ hatlarında ki yataklı vagonlarda hizmete girmeye başlamıştır (N. Kozak vd., 2010: 105).

Cumhuriyet öncesi dönemde konaklama sektöründe de birkaç önemli atılım yapılmıştır. Bunların başında 1898 yılında kurulan ve Türkiye’nin ilk Otelcilik Uzman Okulunun açılması çalışmalarının yapıldığı Pera Palas, 1841’ de Türkiye’nin ilk oteli Otel d’ Angleter ve 1892 yılında açılan Büyük Londra Oteli gelmektedir. Aslında Türkiye’de çok eski tarihlerden beri seyyahların uğradığı ve kaldığı kervansaray gibi konaklama yerleri bulunmaktadır. Ancak bu üç otel turistik anlamda kurulan ilk konaklama yerleri olmaları sebebiyle önem arz etmektedir. Bunların yanı sıra Petersburg, Lüksemburg, Paris, Univers, Grande Bretange, Bizans, Orient, Elysee Francis, Grand Balcon, Peşte ve Tobias otelleri de bu döneme ait otellerarasında yer almışlardır (Yılmaz, 2007: 33).

1923 yılı itibariyle Türkiye’ de Cumhuriyet’ in ilanıyla yeni bir topluma dönüşümün ilk temelleri atılırken, ülke tepeden tırnağa her kurumuyla yeniden yapılanmaya başlamıştır. Cumhuriyet, bütün alanlarda olduğu gibi turizm alanında da yeni başlangıçlara zemin hazırlamıştır. Yabancı firmaların Türkiye’ye gelmeye başlaması ile gelişmekte olan yerel acente ve firmalar ilk olarak bilet satışları ve pasaport işlemleri gibi faaliyetlerle turizme katılmışlardır. Turizm ve acentecilik

faaliyetlerinde adı geçen kurumlardan ilki, 18 Ekim 1923 tarihinde Beyoğlu Pera Palas Oteli'nde faaliyete başlayan Milli Türk Seyahat Acenteciliği Ziya ve Şürekası (NATTA) olmuştur. NATTA, bilet satışının yanı sıra otomobil kiralama, broşür basma, rehber sağlama, iç ve dış seyahatlerin düzenlenmesi gibi faaliyetleri de bünyesinde barındırmıştır. NATTA ile aynı dönemde kurulan bir diğer acente olan Passrapid de yurt dışından gelen ve yurt dışına gidenlere yönelik pasaport temin etme, gelenlere rehber sağlama, otel ve pansiyon kiralama, vapur ve tren biletlerini satma gibi hizmetleri sunmuştur (N. Kozak, 2008: 133- 134).

2.2. PLANLI DÖNEM ÖNCESİ TÜRKİYE' DE TURİZM (1923- 1962)

Türkiye' de Cumhuriyet döneminde turizm alanında faaliyet gösteren ilk örgüt olarak, 1923 yılında Reşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulan “Türkiye Seyyahin Cemiyeti” kabul edilmektedir. Cemiyet daha sonra “Türkiye Turing Kulübü” ardından “Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü” adını almıştır. Cemiyet, İstanbul ve Bursa gibi önemli şehirlerin tarihi ve kültürel değerlerini yurt dışında tanıtmayı amaç edinmiş, başlangıç olarak da kruvaziyer gemileriyle gelen turistlerin limandan geçişlerini kolaylaştıracak bir takım önlemlerin alınmasını sağlamıştır. Cemiyet aynı zamanda bazı kuruluşlarla da işbirliği yaparak turistlerin küçük vapurlarla taşınmalarını kabul ettirmiş bu hizmet çerçevesinde taksi, kayık ve hamal tarifeleri hazırlatarak gerekli yerlere astırmıştır (Sözen, 2006: 32).

Devam eden süreçte, Turing ve Otomobil Kurumu, uzun yıllar turizm konusunda devlet organı gibi çalışmıştır. Kurumun çalışmaları sonucunda, Türkiye'nin ilk turizm broşürleri, ilk afişleri, ilk karayolu haritaları bastırılmış, ilk tercüman rehberlik sınavları yapılmış ve turizm ile ilgili ilk incelemeler gerçekleştirilmiştir (N. Kozak vd., 2010: 106).

Turizmle ilgili bir başka faaliyet alanı olan havacılık, Cumhuriyet döneminde “Türkiye Tayyare Cemiyeti” nin kurulmasıyla ilk adımlarını atmıştır. 1925 yılında kurulan Cemiyet, 1933 yılında “Türk Havayolları İşletme İdaresi” adını alarak bugünkü Türk Havayolları' nın temeli atılmıştır (N. Kozak, 2008: 134).

1930' lu yıllara gelindiğinde Türkiye Seyyahin Cemiyeti' nin çalışmaları sürerken, turizm işlerine devlet tarafından ilk resmi katılım, 1934 yılında başlamıştır. 1934 yılında İktisat Vekaleti Teşkilat ve Vazifeleri Hakkındaki 2450 sayılı kanun ile kamu hizmetleri arasında turizmde yer almaya başlamıştır. Bu hizmet 1934 yılından 1937 yılına kadar Dış Ticaret Dairesi (Türk Ofisi) tarafından yürütülmüş daha sonra 1938 yılında Türk Ofis'in neşriyat ve propaganda servisi içinde (Turizm Masası) bir şube haline getirilmiştir. 1939' da Ticaret vekaletinin kuruluşu sırasında bu şube "Turizm Müdürlüğü" adını almıştır (Ünlüöner vd., 2007: 237). 1940 yılında ise bu kurum turizm işleri "Matbuat Müdürlüğü" bünyesine yer almaya başlamıştır. 1943 yılında Basın- Yayın Umum Müdürlüğüne" dönüşen kuruluşun bünyesindeki Turizm Dairesine çeşitli görevler yüklenmiştir. Basın-Yayın Umum Müdürlüğü, 1949 yılında 5392 sayılı kanunla "Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü" adını almıştır. Bu genel müdürlük içinde turizm faaliyetinin daha etkin bir şekilde sürdürülebilmesi için "Turizm Dairesi" kurulmuştur. Kanununun 17. maddesi gereğince "Turizm işlerine verilecek yönü ve alınacak tedbirler hakkında düşüncelerini bildirmek üzere" ayrıca bir de "Turizm Danışma Kurulu" oluşturulmuştur. Danışma Kurulu, 19 Aralık 1949 tarihinde ilk toplantısını (I. Turizm Danışma Toplantısı) yaparak ulusal turizm politikasının oluşturulması yönünde ilk adımları atmıştır. Toplantı sonunda "Turizm Ana Programı" adı altında Türkiye'de turizm sektörünün geliştirilmesi amacıyla alınması gereken önlemleri içeren bir program hazırlanmıştır (Sözen, 2006: 19).

1950 yılında çıkarılan "5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu" Türkiye'de turizmin geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenleme olarak kabul edilmektedir. Bu yasayla, hangi işletmelerin "Turizm Müessesesi" olacakları, yasanın konusu olan teşvik tedbirlerinden hangi işletmelerin yararlanacakları, teşviklerden yararlanma koşulları ve turizm işletmelerinin denetlenmesine ilişkin ilkelere ait düzenlemeler yapılmıştır. Ayrıca 1950 yılında Türkiye Emlak Kredi Bankası' da bir milyon liralık "Turizm Kredisi Fonu" oluşturmuştur. Aynı dönemde Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu'nun amaçlarını gerçekleştirebilmek için 1955 yılında 10 milyon lira sermayeli "Türkiye Turizm Bankası" kurulmuştur. Bu banka 4 Mayıs 1960 tarihli ve 7470 sayılı kanunla, 300 milyon TL sermaye ile "Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası" na devir olmuştur (Öğüt vd., 2003: 22).

Turizm sektöründeki yatırımları canlandırmak amacıyla 1953 yılında “6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu” ile turizm alanında yatırım yapacak özel teşebbüsler, çeşitli bakımlardan teşvik edilmiştir. Bu yasayla getirilen en önemli teşvik, turizm yatırımlarının on yıl süreyle vergi indiriminden yararlanmalarının sağlanması şeklinde olmuştur. İller Bankası’nın “Turizm Endüstrisi Teşvik Fonu” adı altında bir kredi kaynağı oluşturmasının sağlanması ve kredi kaynağı sağlanmasına yönelik düzenlemeler de aynı kanunun bünyesinde oluşturulmuştur (N. Kozak, 2008: 135- 136).

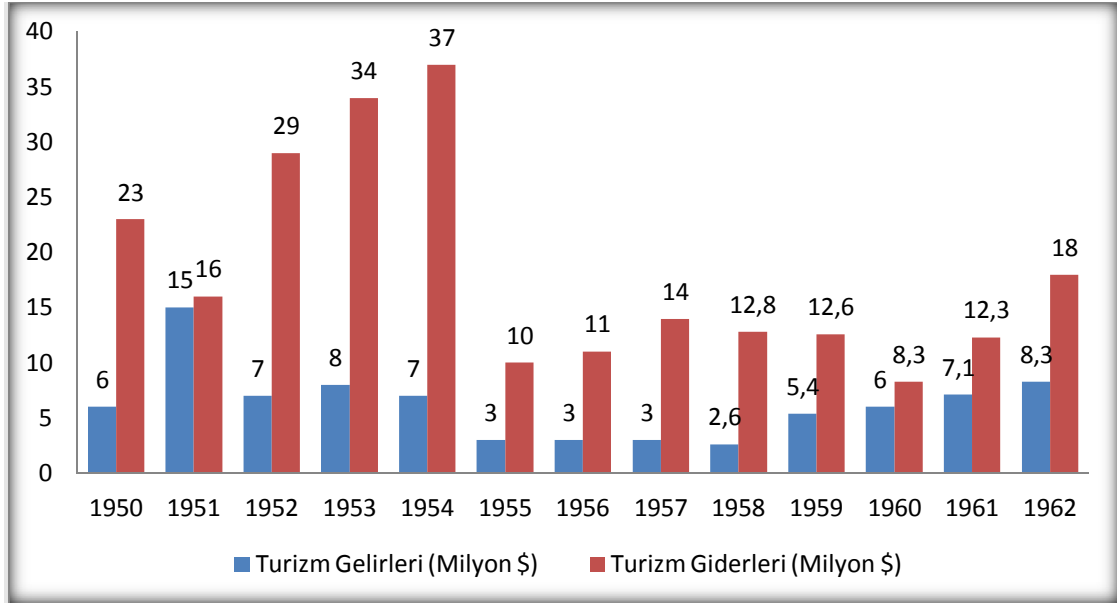
Tablo 2.1. Planlı Dönem Öncesinde (1950- 1962) Türkiye’ de Turizmin Gelişimi

YILLAR	Turizme Uygun Yatak Sayısı	Gelen Yabancı Sayısı	Turist Olanlar	Çıkan Vatandaş Sayısı
1950	3.300	28.625	28.625	-
1951	-	31.377	31.377	-
1952	6.219	38.837	38.837	-
1953	-	91.114	70.055	80.134
1954	-	111.619	95.818	50.431
1955	900	107.348	76.569	34.043
1956	-	157.680	93.605	41.976
1957	-	159.148	100.803	44.368
1958	-	153.476	114.744	42.947
1959	12.326	165.803	126.690	49.357
1960	14.200	124.228	94.077	28.211
1961	-	144.356	129.104	34.794
1962	22.050	198.228	172.867	47.535

Kaynak: ÜNLÜÖNEN, Kurban, Ahmet Tayfun, Arzu Kılıçlar, **Turizm Ekonomisi**, 2007 s.239.

Tablo 2. 1’ e göre 1950- 1962 yılları arasında gelen yabancı sayısında sürekli artış yaşanmış ve 1962 yılında 198.228 kişiye ulaşmıştır. Bu dönemde yurt dışına çıkan vatandaş sayısı en yüksek seviyesine 1953 yılında gerçekleştirerek 80.134 kişi olarak gerçekleşmiştir.

Şekil 2.1. Planlı Dönem Öncesinde (1950- 1962) Türkiye’ de Turizmin Gelişimi



Kaynak: ÜNLÜÖNEN, Kurban, Ahmet Tayfun, Arzu Kılıçlar (2007), **Turizm Ekonomisi**' nden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur.

Türkiye’ de 1950- 1962 dönemine ait turizm istatistiklerinin yer aldığı Şekil 2.1’ e göre turizm gelirleri 1951 yılında ulaşarak 15 milyon dolar ile dönemin en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Turizm gelirleri açısından en düşük oran ise 2,6 milyon \$ ile 1958 yılında gerçekleşmiştir. Turizm giderlerinde ise en yüksek oranın 37 milyon dolar ile 1954 yılında gerçekleştiği görülmektedir.

Bu dönem ile ilgili olarak bir analiz yapılacak olursa, 1950 yılına kadar turizm alanında ciddi adımların atılmadığı görülmektedir. 1923- 1950 yılları arasında, bir yandan dünyanın siyasal konjonktürünün inişli-çıkışlı ve çoğu zaman, savaş içerisinde bir yaşamın sürdürüldüğü bir döneme rast gelmesi sonucu turizm hareketlerinin dünya genelinde sönük geçmesi, diğer taraftan yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin içte ve dışta çözmesi gereken ekonomik, siyasal ve toplumsal sorunların bulunması, Türkiye’de turizm adına yapılan çalışmaların yeterli düzeyde uygulanamamasına yol açmıştır. Ancak 1950-1960 döneminde, o dönemin iktidarının da ekonomik anlayışının etkisiyle bu alanda bazı öncü çalışmalar da yapılmıştır (N.Kozak vd., 2010: 111).

Planlı dönem öncesinde turizm endüstrisi adına büyük adımlar atılmasa da bu dönemde turizmin devlet teşkilatı içinde yer almaya başlaması planlı dönemde gerçekleştirilecek atılımlara zemin oluşturmuştur.

2.3. PLANLI DÖNEMDE TÜRKİYE’ DE TURİZM

Planlı dönem 1962 yılında yürürlüğe konulan geçici bir planla başlar ve günümüze kadar devam eder. İktisadi plancılık “Belli bir dönemde belirli sosyo- ekonomik amaçlara ulaşabilmek için, bu işle görevlendirilmiş organlar tarafından ve daha önceden saptanan araçları kullanmak suretiyle belli bir bölgede yürütülen faaliyetlerin tümü” olarak tanımlanır (N. Kozak vd., 2010: 113).

Hazırlanan Beş Yıllık Kalkınma Planları’nın amaçlarını teknik, ekonomik, politik ve yapısal değişiklikler öngören amaçlar olarak dört başlık altında toplamak mümkündür. Teknik amaçlar; gelecekle ilgili alınacak kararları planlamak, özel kesimden kamu kesimine işletmecilik prensiplerini aktarmak, piyasa araştırması yapmak ve geleceğe ait belirsizlikleri ve riskleri azaltarak minimum düzeye indirmekten oluşmaktadır. Ekonomik amaçlar; kaynakların optimal kullanımı, işgücünün tam kullanımı, üretim kapasitesinin tam kullanımı, yaşam standardının ve refahın en üst düzeye çıkarılması, iktisadi büyümenin maksimum düzeye ulaştırılması, ekonomide dengeli kalkınmanın sağlanması ve ekonominin konjonktür hareketlerinden en az etkilenmesinin sağlanmasından meydana gelmektedir. Politik amaçlar ise milli savunma ya da silahlanma amacına yönelik planlama, askeri ve ekonomik bakımdan bir savaşın kazanılması için yapılan planlama ve sosyal sistemler arasındaki rekabetten galip çıkmak için yapılan planlamalardır. Son olarak yapısal değişiklikler öngören amaçlar; kurumsal yapı değişikliklerinin ekonomik yapı üzerindeki etkilerinden faydalanmak, ekonomideki tekelleşmenin olumsuz etkilerini azaltmak veya kaldırmak, ekonomik yapısal değişiklikler öngören, yeni sanayileşmeyi içeren amaçlar ve toplumun yapısını değiştirmeyi amaçlayan planlardan oluşmaktadır (Sözen, 2006: 22- 24).

Türkiye’de uygulanan planlar “kalkınma tipli planlar” kapsamında değerlendirilmekte ve süre bakımından üç ayrı plan uygulanmaktadır (N. Kozak, 2008: 137- 138):

- **Perspektif Planlar:** Uzun dönemli plan olarak adlandırılan bu planlar, hızlı bir ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için, bir bütün olarak ekonomide ya da değişik sektörlerde karşılaşılabilecek sorunların çözümünü gösteren genel nitelikte makro hedefleri içermektedir.
- **Beş Yıllık Kalkınma Planları:** Orta dönemli planlar olarak da değerlendirilen bu planlarda, idari ve siyasal gerekler yanında baraj, liman, demiryolu, karayolu yapımı ve yenilenmesi, elektrik santralleri, sulama projeleri ve ağır sanayi yatırımlarının tamamlanarak işletilmeye sunulmasına imkan verecek bir süre seçilmiştir.
- **Kısa Dönemli Planlar:** Yıllık programlar olarak tanımlanan bu planlar, yukarıda açıklanan iki plandan daha açık ve ayrıntılıdır. Beş yıllık planların yıllık uygulama dönemlerinin saptanması sonucunda yıllık planlar meydana gelmektedir.

Uygulamaya konulan kalkınma planları incelendiğinde turizm sektörü ile ilgili ulaşılmak istenen hedefleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Çuhadar, 2006: 27) :

- Turizm vasıtasıyla sağlanacak döviz gelirlerini artırmak ve ödemeler bilançosu açığının kapatılmasında bu gelirlerden yararlanmak,
- Türkiye’ ye gelen turist sayısını artırmak,
- Turistlerin ortalama kalış ve harcama sürelerini artırmak,
- Turizmde öncelikli yöreleri tespit etmek, altyapı ve fiziksel planlama faaliyetlerini tamamlamak,
- İç turizm hareketlerini geliştirmek ve bu amacı gerçekleştirmek için özellikle çalışanlara tatil imkanları sağlamak,
- Turizm tanıtım faaliyetleri üzerinde yoğunlaşmak,
- Fiyat politikasını belirlemek,

- Kamunun altyapıyı, özel sektörün üstyapıyı gerçekleştirmesini sağlamak,
- Yabancı yatırımları teşvik etmek.

Turizm sektörü Türkiye’ de özellikle ödemeler bilançosu açığın kapatılması için kalkınma planları döneminde uygulamaya konulan ilke ve politikalarla geliştirilmeye çalışılan bir sektör haline gelmiştir.

2.4. BİRİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1963- 1967)

1963 yılında yürürlüğe giren beş yıllık kalkınma planlarında, Türkiye ekonomisinin karma bir örgütlenme çerçevesi içinde gelişmesi öngörülmüştür. Planın temel varlığını oluşturan ilke, Planın kamu sektörü için emredici, özel sektör için ise özendirici ve yönlendirici olma özelliğini taşıyor olmasıdır. Bu ilkenin turizm sektöründe uygulamaya yansımaları, diğer sektörlerde olduğu gibi altyapı yatırımlarının kamu sektörü tarafından, üstyapı yatırımlarının ise özel sektör tarafından üstlenilmesi şeklinde olmuştur (Bozok ve Şahin, 2009: 264). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde, Türkiye’nin ödemeler dengesi açığının kapatılmasında turizmden daha fazla yararlanılarak zengin, doğal ve tarihi kaynakların daha etkin bir şekilde kullanılması, bunun için gerekli yatırımların yapılması, reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem verilmesi temel ilkeler olarak benimsenmiştir (Kozak vd., 2010: 114). Birinci Kalkınma Planı Dönemi öncesi yurda gelen turistler ortalama dört gün kalarak 60 dolar bırakmaktadırlar. Bu oranın dönem sonunda ortalama 6 gün kalarak 100 dolara çıkarılması amaçlanmıştır. Bunun için, 1963- 1967 dönemi süresince kaynakların sınırlı olması sebebiyle yurdun turizme elverişli bölgelerinden ancak turist çekme kabiliyeti yüksek olan ve kısa sürede sonuç alınabilecek yerler değerlendirmeye alınmıştır (DPT, 1963: 425).

Söz konusu bu ilkeleri gerçekleştirmek için planda öngörülen tedbirler kapsamında; turist çekmek amacıyla Türkiye’ nin çok iyi propagandasının yapılması ve bu propaganda çalışmalarında tecrübeli yabancı reklam kurumları ile işbirliğinin sağlanması, ülke genelinde turizm işlerini yürütmek üzere bir teşkilatın kurulması, şehir ve kasabalarda turizm ile ilgili kurum ve kuruluşların katıldığı bir “Turizm

Geliştirme Kurulu” nun kurulmasının teşvik edilmesi, turistlerin yurttan kalmalarını kolaylaştırıcı tedbirlerin alınması, yasa ve tüzüklerin turizmin gelişmesini engelleyen hükümlerinin değiştirilmesi ve yeni yapılacak turizme elverişli otel ve motellerin bir süre için bina vergisinden muafiyetinin sağlanması bu dönemde alınacak tedbirler arasında yer almıştır (DPT, 1963: 428).

Birinci dönem sonunda hedeflenen amaçlar ve alınan tedbirler doğrultusunda 1963-1967 döneminde turizmde meydana gelen değişimlere Tablo 2.2’ de yer verilmiştir.

Tablo 2.2. Birinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı (%)		
1963	200.000	198.841		99,4		
1964	240.000	229.347		95,6		
1965	288.000	361.758		125,6		
1966	345.000	440.534		127,7		
1967	415.000	574.055		138,3		
Toplam	1.488.000	1.804.535		121,3		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (MİLYON \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gelir	Gerçekleşme Oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1963	13	7,7	59,2	20	20,5	102,5
1964	18	8,3	46,1	21	21,8	103,8
1965	25	13,8	55,2	23	24,3	105,7
1966	35	121,1	34,6	25	26,3	105,2
1967	48	13,2	27,5	28	26,8	95,7
Toplam	139	55,1	39,6	117	119,7	102,3

Kaynak: SÖZEN, Muhteşem Öztürk, ” 1982 Sonrası Dönemde Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri” , Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

Tablo 2.2’ ye göre plan dönemi boyunca toplam yabancı sayısı sürekli artarak dönem sonunda 1.804.535 kişiye ulaşmış ve bu rakam, hedeflenen sayıyı aşarak % 121,3 oranında gerçekleşme sağlanmıştır. Turizm gelirlerinde % 39,6’ lık gerçekleşme

oranı sağlanarak 55,1 milyon dolarlık gelir elde edilmiştir. Turizm giderlerinde ise % 102,3 oranında hedeflere ulaşılmıştır.

Tablo 2.3. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

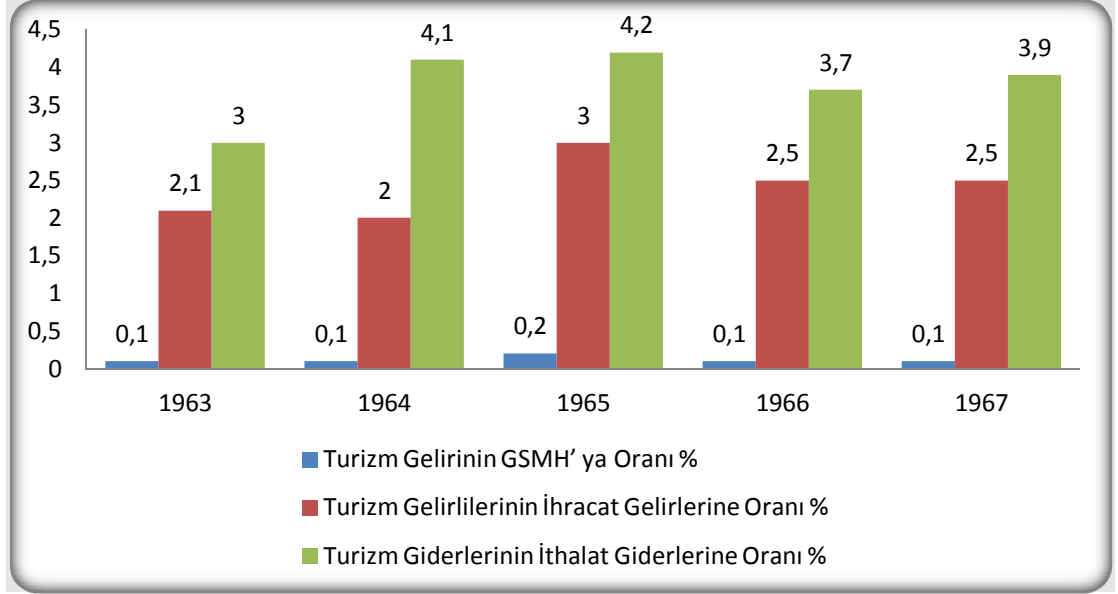
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1963	7.422,4	368	688
1964	7.923,6	411	537
1965	8.525,1	464	572
1966	10.157,6	490	718
1967	11.275,3	523	685

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html> ,20.03.2011.

Tablo 2.3' e göre Birinci Kalkınma Planı döneminde GSMH ve ihracat oranlarının dönem boyunca sürekli artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Dönem başında 7 milyon doları aşan GSMH oranı dönem sonunda 11 milyon dolara yükselmiştir. İhracat gelirleri incelendiğinde 1963 yılında 368 milyon dolar iken dönem sonunda 523 milyon dolara yükselmiştir. İthalat giderleri ise 1967 yılında 685 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Şekil 2.2. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html> ,20.03.2011.

Şekil 2.2' de 1963- 1967 dönemine ait ekonomik veriler yer almaktadır. Bu dönemde turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı 1965 yılında % 2 diğer dört yılda ise % 1 olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı 1965 yılında dönem içindeki en yüksek seviyesine ulaşarak % 3 olarak gerçekleşmiştir. Turizm giderlerinin ithalat içindeki oranı dönem sonu itibariyle % 3,9 olarak gerçekleşmiştir. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizm, ödemeler bilançosu açığının kapatılmasında önemli unsurlardan biri olarak görülmüş ve turizmin geliştirilmesinde ana ilke ve hedeflerden biri olarak da konaklama tesisi yatırımlarının artırılması benimsenmiştir. Bu ilke çerçevesinde Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerinde turizm yatırımlarının artırılmasına karar verilmiştir (Çavuş ve Öncüer, 2009: 95).

1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı' nın kurulması, beraberinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın halen varlığını sürdüren yurtiçi ve yurtdışı örgütlerinin faaliyete başlamış olması, (Kozak vd., 2010: 112) 1965 yılında belgelendirme sistemini getiren "Turizm Tesisleri Nitelikleri Yönetmeliği" ve "Öncelikli Turizm Bölgeleri" için Bakanlar Kurulu Kararı neticesinde kredilendirme yolunun

açılmasının sağlanması (Tokuçoğlu, 2009: 294) bu dönemde turizm adına yaşanan önemli gelişmeler arasında yer almıştır.

1966 yılında Taksim Otelcilik A.Ş. ve Dedeman Otelleri' nin ilk zinciri olan Ankara Dedeman Oteli'nin faaliyete başlamış olması bu dönemde konaklama tesisleri açısından önem arz etmiştir (Çavuş ve Öncüer, 2009: 97).

Birinci Kalkınma Planı Dönemi değerlendirilecek olursa; beklenen talep artışı gerçekleşmiş ve planda 1967 yılı için öngörülen yabancı turist sayısına 1966 yılında yaklaşık olarak ulaşılmıştır. Ancak dış turizm gelirlerinin tümünün resmi kanallar aracılığıyla yurda girmesi sağlanamamıştır. Ayrıca sektördeki arz kapasitesi, nitelik ve nicelik bakımından gerekli gelişmeyi gösterememiştir. Gelecek dönemlere göre, çeşitli kamu ve özel sektör kuruluşları arasında turizm endüstrisi için çok önemli olan koordinasyon henüz sağlanamamıştır. Bu dönemde turizm tanıtımı ticari nitelik taşımış, politik ve kültürel tanıtımlardan bağımsız olarak yürütülmüştür. Bunların yanı sıra, turizm eğitimi ve öğretimi çalışmaları, turizm kredisi politikası için gerekli örgütlenme tam olarak kurulamamış, turizmi teşvik edici mali hukuki tedbirler yeterli seviyeye getirilememiştir (DPT, 1967: 593- 594). Ayrıca bu dönemde iç turizmin geliştirilmesi yönünde çalışmalara başlandığı fakat bu çalışmaların sadece plan aşamasında kaldığı ve uygulama aşamasına geçilemediği görülmüştür. Planların uygulamaya konulamamasının doğal sonucu olarak artan iç talep ihtiyacını karşılayacak nitelikte yeterli arz kapasitesi oluşturulamamıştır (Kuşluvan ve Eren, 2009: 61).

Yıldırım (2005: 7) çalışmasında bu olumsuzlukların başlıca sebepleri olarak, bir çok konu da mevzuat değişikliğine ihtiyaç duyulması, imkanların çok sınırlı olması ve bazı konularda yeterli araştırma yapılmadan uygulamaya geçilmesini göstermiştir. Ayrıca tedbirlerden bazıları da daha sonraki dönemlerde uygulanacak planlarda ya tamamen terk edildiği ya da değişikliğe uğratıldığını ifade etmiştir.

2.5. İKİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1968- 1972)

İkinci Plan süresince turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanması planlanmıştır. Turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve iç turizm hareketlerinin canlandırılmaya çalışılması, sektördeki fiyat politikalarının uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenmesi, altyapı tesisleri ve bu tesislere yardımcı imkanların ve örnek tesislerin kamu sektöründe ele alınması, diğer turistik yatırımların ise özel sektörlerce yapılması bu dönemki planlar arasında yer almıştır (Sezgin, 2001: 150).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi' nin politika ve tedbirler kısmı; Turizm ve Tanıtma Bakanlığı' nın sadece turizm sektörü ile ilgilenmesi ve Türkiye' nin turizm tanıtımının sadece bu kurum tarafından yürütülmesi, gıda sağlığına ve çevre kontrolüne önem verilmesi, turizm kredilerinin artırılması, farklı kurumlar aracılığı ile yürütülen turizm eğitim ve öğretimi faaliyetlerinin Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi bünyesinde koordineli hale getirilmesi konularından oluşmuştur (DPT, 1972: 600- 601).

Tablo 2.4. İkinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı(%)		
1968	588.000	602.996		102,6		
1969	735.000	694.229		94,5		
1970	920.000	724.784		78,8		
1971	1.150.000	926.019		80,5		
1972	1.435.000	1.034.995		72,1		
Toplam	4.828.000	3.983.023		82,5		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1968	45	24,1	53,6	45	33,4	74,2
1969	55	36,6	66,5	50	42,2	84,4
1970	77	51,6	67,0	55	47,7	86,7
1971	110	62,9	57,2	60	42,2	70,3
1972	135	103,7	76,8	65	59,3	91,2
Toplam	422	278,9	66,1	275	224,8	81,7

Kaynak: SÖZEN, Muhteşem Öztürk, "1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

1968- 1972 yılları arasında gelen toplam yabancı ve çıkan vatandaş sayısının Tablo 2.4' e göre yıllar itibariyle sürekli artış kaydettiği görülmektedir. Dönem sonunda hedeflenen turist sayısı 4.828.000 iken gerçekleşen sayı 3.983.023 olmuş ve % 81,2' lik gerçekleşme oranı sağlanmıştır. Bu dönemde turist sayısında olduğu gibi artan oran turizm gelirlerinde de gerçekleşmiş ve 278,9 milyon dolar gelir sağlanarak % 66,1 oranında hedeflere ulaşılmıştır. Her ne kadar İkinci Kalkınma Plan döneminde hedeflere ulaşılamasa da hedef oranlarının çok da gerisinde kalınmadığı görülmüştür.

Tablo 2.5. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

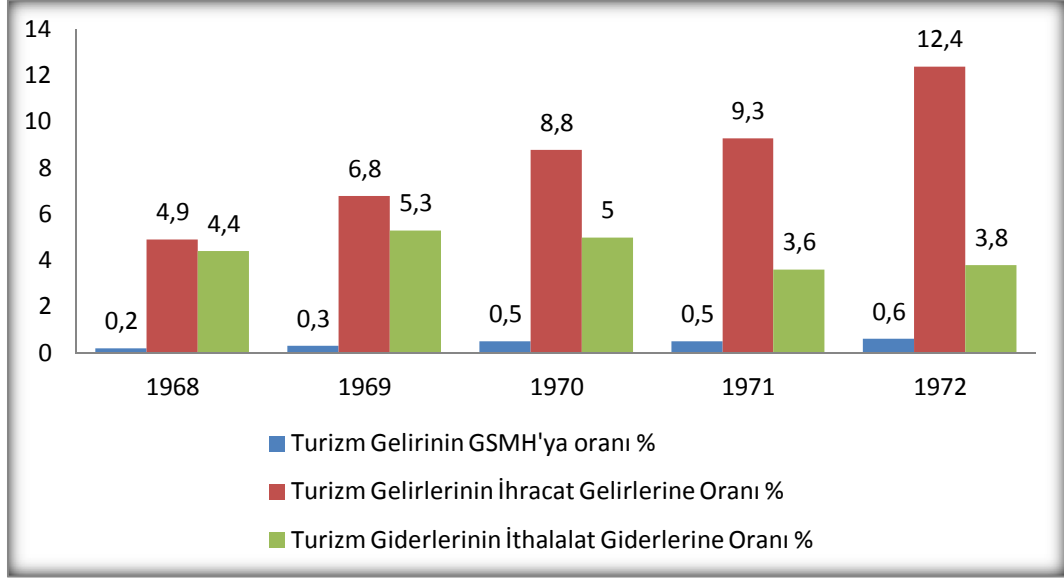
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1968	12.499,3	496	764
1969	13.877,0	537	801
1970	9.951,3	588	948
1971	12.969,9	677	1.171
1972	17.200,7	835	1.563

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Tablo 2.5' e göre İkinci Kalkınma Planı döneminde GSMH oranları 1970 yılı hariç diğer yıllarda bir önceki yıla göre artan bir seyir izlemiştir. 1968 yılında yaklaşık 12.500 milyon dolar olan GSMH oranları 1970 yılında yaklaşık olarak 9.950 milyon dolara gerilemiş ve dönem sonunda 17.200 milyon dolara yükselmiştir. Söz konusu dönemdeki ihracat gelirleri dönem boyunca sürekli artış göstermiş ve 1970 yılında 835 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. 1968- 1972 yılları arasında ithalat giderleri dönem başında 764 milyon dolar iken dönem sonunda 1.563 milyon dolara yükselmiştir.

Şekil 2.3. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Şekil 2.4' e göre 1968 yılında turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı % 2 iken 1972 yılında dönemin en yüksek oranına ulaşarak % 6 seviyesinde gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönem boyunca sürekli artış göstermiş ve dönem sonunda % 12,4 seviyesine yükselmiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı 1969' da dönem içerisindeki en yüksek oranına ulaşarak % 5,3 ve dönem sonunda % 3,8 seviyesinde gerçekleşmiştir.

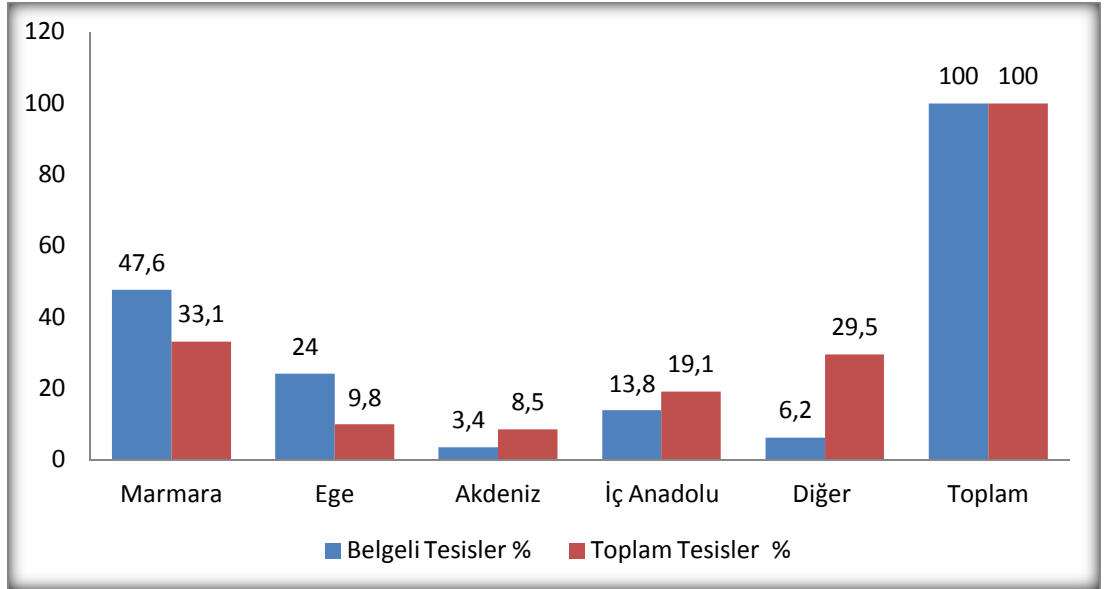
Bu dönemde turizmin gelişmesi için kalkınma planlarının yanı sıra bölgesel, yerel ve Ankara, İzmir ve İstanbul' u kapsayan metropoliten planlarda hazırlanmıştır. Bölgesel ve yerel politikalara ek olarak üç ana şehir planının hazırlanması için İmar ve İskan Bakanlığı' na bağlı planlama büroları kurulmuştur. Ayrıca Antalya, Muğla ve Kapadokya için turizmin gelişmesi amacıyla ayrı planlar hazırlanmıştır (Yıldırım, 2005: 8).

Kamu yatırımları da bazı örnek tesisler dışında, genellikle alt yapı ve tamamlayıcı yatırımlara yönelmiş, özellikle bir önceki plan döneminde devlet tarafından yapımına başlanan büyük kapasiteli otel ve tatil köylerinin yatırımları tamamlanmış ve hizmet vermeye başlanmıştır. İkinci plan döneminde konaklama tesisleri yapımı daha çok

özel kesim tarafından üstlenilmiş ve bu girişim teşvik tedbirleri ile desteklenmiştir. Bu dönemde işletmeye açılan tesisler arasında önce Fransız tatil köyü Clup Mediterrane tarafından işletmeye açılan Kuşadası'nda bulunan Öküz Mehmet Paşa Kervansarayı ve daha sonra faaliyete geçen Martı Tatil Köyü yer almıştır (Çavuş ve Öncüer, 2009: 98).

İkinci Plan Dönemi'nde turizm politikasının ilkesi, kitle turizminin geliştirilmesi olmuştur. Bu amaçla özellikle dönemin son yıllarında, fiziksel planları tamamlanmış alanlarda kitle turizminin gelişimine katkı sağlayacak tesislerin yapılması için teşvik ve tedbirler oluşturulmuştur. Ancak sektörün kredi ihtiyacının karşılanmasında etkinlik sağlanamamıştır. Bu plan döneminde yıllık %14 oranında artan belgeli tesisler,1971 yılında 31.235 yatak kapasitesine ulaşmış ve büyük oranda Marmara Bölgesinde yoğunluk kazanmıştır (DPT, 1972: 625- 616).

Şekil 2.4. İkinci Kalkınma Planı Döneminde Belgeli ve Toplam Tesislerin Bölgesel Dağılımı (Yatak Yüzde Olarak)



Kaynak: Devlet Planlama Teşkilatı, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1967)' dan alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur.

Şekil 2. 5' deki tesislerin bölgesel dağılımına göre, Marmara Bölgesi' nde belgeli tesislerin % 47,6' sı toplam tesislerin % 33,1'i, Ege Bölgesi' nde belgeli tesislerin %24' ü toplam tesislerin %9,8' i, Akdeniz Bölgesi' nde belgeli tesislerin % 3,4' ü

toplam tesislerin % 8,5' i ve İç Anadolu Bölgesi' nde belgeli tesislerin % 13,8' i ve toplam tesislerin % 19,1' i şeklinde dağıldığı görülmüştür.

Seyahat acentelerinin kuruluş ve faaliyetlerini denetlemeye yönelik çıkarılan 1968 Sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu, hem seyahat acenteleri hem de meslek örgütü olan seyahat acenteleri için temel yasal dayanağı oluşturmak üzere 1618 Sayılı Yasa ile 1972 yılında seyahat Acenteciliği kavramının kurumsallaştırmak amacıyla ilk adımlar atılmış ve Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) meslek örgütü bünyesinde seyahat acentelerinin örgütlenmesi ve gelişmesi planlanması bu dönemde turizmi geliştirmek adına yapılan girişimler arasında yer almıştır (Kaya, 2009: 212). Bu dönemde yaşanan bir diğer gelişmesinin turist rehberliğini konu alan ilk yönetmelik olarak sayılan 2730 sayılı Kararnamenin gelişmiş ve detaylandırılmış şekli niteliğindeki Tercüman Rehber Kursları'nın ve Tercüman Rehber Yönetmeliği' nin 1971 yılında çıkartılmış olmasıdır (Çolakoğlu, 2009: 171).

Genel olarak İkinci Beş Yıllık Kalkınma Plan dönemi değerlendirildiğinde, bu dönemde turizm konusuna daha gerçekçi bir yaklaşım sağlandığı, yatırımların nicelik ve niteliklerine ilişkin önemli ölçütler içerdiği görülmüştür. Söz konusu dönemde, turizm yatırımlarının plansız ve atıl kapasite yaratacak biçimde dağılımını önlemek üzere, turistik potansiyeli yüksek yerlerde yoğunlaştırılması ilke olarak benimsenirken, yatırımların kitle turizminin amaç ve gereçlerine uygunluğu ilkesine de planda yer verilmiştir. Diğer yandan kamu sektörünün tüm alt yapı gereklerine öncülük edecek nitelikte üstyapının gerçekleştirilmesi yönünde de örgütlenmesi, üstyapı yatırımlarının özel sektör tarafından üstlenilmesi ve bu amaçla kredi, mali ve yasal kaynaklı önlemlerle desteklenmesi gibi ilkeler de getirilmiştir. İkinci plan döneminde genel olarak, günün gelişim ve gereklerine uygun bir turizm anlayışının yani kitle turizminin getirilmesinden başka, alt ve üst yapı dengesinin kurulmasını sağlamaya yönelik bir uygulama getirdiği yani, “turizm amaçlı fiziksel plan” görüşünün de oluşturulduğu görülmüştür (Bozok ve Şahin,2009:269). Birinci ve İkinci Kalkınma Planlarını temel ilkeleri açısından karşılaştırıldığında; İkinci Planda,

birinciden farklı olarak kitle turizminin ve fiziki planlamanın temel alındığı görülmüştür (Sezgin, 2001: 150).

2.6. ÜÇÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1973- 1977)

1973- 1977 dönemi için hazırlanan planın ilke ve tedbirler kısmında; yatırım ve tanıtma faaliyetlerinin kitle turizmi esasına uygunluğunun sağlanmasına, alt ve üstyapı yatırımlarının fiziksel planlara uygunluğunun sağlanmasına, sosyal turizme önem verilmesine, sektörün kredi ihtiyacının karşılanmasına ve turizm eğitime önem verilmesi konulara yer verilmiştir (DPT, 1972: 619- 620).

Tablo 2.6. Üçüncü Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi (Bin)	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı(%)		
1973	1.243.000	1.341.527		107,9		
1974	1.404.000	1.110.298		79,1		
1975	1.586.000	1.540.904		97,2		
1976	1.792. 000	1.675.846		93,5		
1977	2.026.000	1.661.416		82		
Toplam	8.051.000	7. 329.991		91		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1973	90	171,5	190,6	62,2	93	149,5
1974	108	193,7	179,4	70,2	151,8	216,2
1975	129,6	200,9	155,0	79,3	154,9	195,5
1976	155,5	180,5	116,1	89,6	207,9	232
1977	186,6	204,9	109,8	101,6	268,5	264,3
Toplam	669,7	951,5	142,1	402,9	876,2	217,5

Kaynak:SÖZEN, Muhtesem Öztürk, "1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri" , Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

1973- 1977 dönemi için hazırlanan Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde hedeflenen ve gerçekleşen veriler Tablo 2.6' da yer almaktadır. Elde edilen verilere

göre; hedef turist sayısı sadece 1973 yılında aşılmış; diğer yıllarda hedeflere ulaşamamıştır. Ancak dönem sonunda % 91' lik gerçekleşme oranı elde edilmiştir. Bu dönemde turizm gelirleri açısından her yıl hedeflerin üzerinde rakamlar elde edilerek dönem sonunda % 142,1' lik gerçekleşme oranı sağlanmıştır. Turizm giderleri de aynı dönemde hedeflerin çok üstünde gerçekleşerek dönem sonunda %217,5oranında gerçekleşme sağlanmıştır.

Tablo 2.7. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

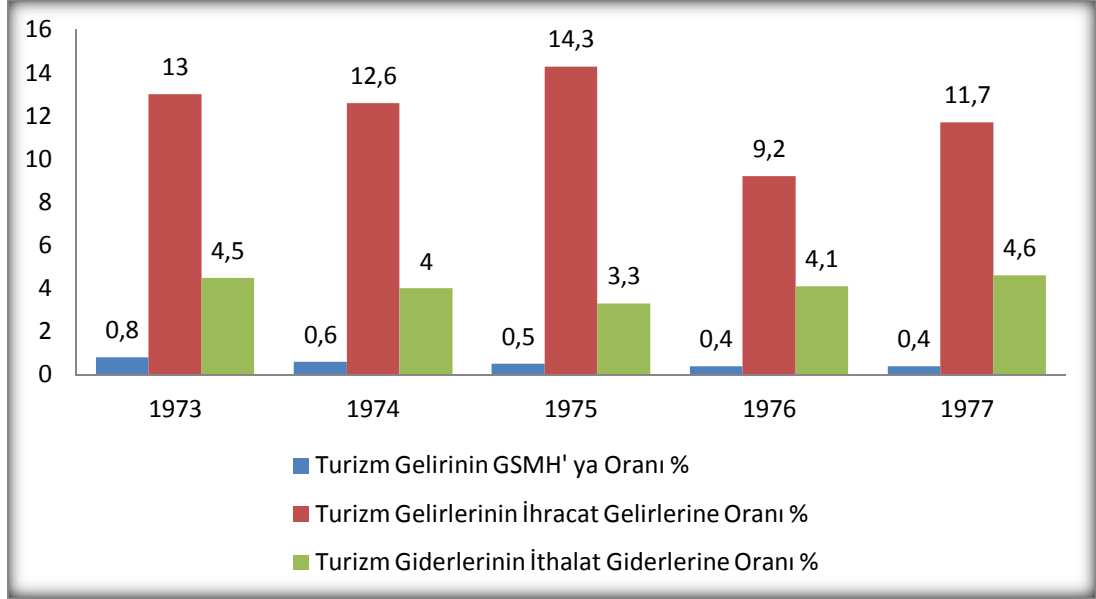
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1973	22.130,7	1.317,1	2.086,0
1974	30.507,0	1.532,2	3.777,6
1975	37.598,0	1.401,1	4.738,7
1976	41.283,5	1.960,0	5.128,0
1977	49.177,1	1.753,0	5.796,3

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Tablo 2.7' ye göre 1973- 1977 yılları arasında GSMH ve ithalat giderleri dönem boyunca artış göstermiştir. 1973 yılında yaklaşık 22.000 milyon dolar olan GSMH oranı 1975 yılında yaklaşık 37.600 milyon dolara yükselmiş dönem sonunda ise 49.000 milyon doları aşmıştır. Üçüncü plan dönemi sonunda ihracat gelirleri 1.753 milyon dolar seviyesinde gerçekleşirken aynı yıldaki ithalat giderleri 5.800 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Şekil 2.5. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 21. 03. 2011.

Şekil 2.6' da belirtildiği üzere turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı 1973 yılında dönemin en yüksek seviyesinde yer alarak % 8 oranında gerçekleşmiş ve bu oran dönemin son iki yılında % 4 seviyesine gerilemiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönem içindeki en yüksek seviyesine 1975 yılında ulaşarak % 14,3 seviyesine yükselmiş ve dönem sonunda % 11,7 oranına gerilemiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı 1977 yılında % 4,6 olarak gerçekleşmiştir.

Üçüncü Plan dönemi başında belgeli ve belgesiz yaklaşık olarak 72 bin yatak olan konaklama tesisleri kapasitesinin dönem sonunda 126.920 yatağa çıkarılması amaçlanmıştır. Hem bu kapasitenin yaratılması hem de altyapı yatırımları için toplamda 4,5 milyar TL yatırım ihtiyacı tahmin edilmiştir. Bu tutarın % 66,6' lık bölümünün konaklama tesislerine ayrılması öngörülmüştür. Plan dönemi sonunda ilk iki plan döneminde olduğu gibi istenen konaklama kapasitesine ulaşılamamıştır. Bu dönemde, konaklama kapasitesi yılda ortalama % 10,2 oranında artarak 50.379' a ulaşmıştır. Ancak plan hedeflerinin gerçekleşme oranı % 21,9 seviyesinde kalmıştır (Çavuş ve Öncüer, 2009: 100- 101).

1973 yılında başlayan ekonomik durgunluk ve petrol krizi, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de turizm hareketlerini kısıtlamıştır. Bunun sonucu olarak Üçüncü Plan Dönemi’nde mevcut imkan ve olanaklarla turizm sektörü, gelişme sürecini devam ettirememiş ve özellikle yatırımlar bakımından duraklama sürecine girmiştir.

Yine de bu dönemde turizm bilincinin çeşitli aksaklıklara rağmen büyük ölçüde yerleşmiş olduğunu ve turizm yatırımlarına ayrılan payların arttığını söylemek mümkündür. Ayrıca bu dönemde 1973 yılından sonra “Yeni Belediyecilik Anlayışı”na uygun olarak yerel yönetimler için “Üretici- Kaynak Yaratıcı- Tüketiciyi Koruyucu Belediye” kavramları ile yerel yönetimlerin yapısında bir değişiklik ile imaj geliştirme çabası Üçüncü Plan döneminde önemli gelişmeler arasında yer almıştır (Bozok ve Şahin, 2009: 271).

2.7. DÖRDÜNCÜ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1979- 1983)

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı farklı nedenlerle 1978 yılında uygulamaya geçemediğinden dolayı bu yıla özgü bir program hazırlanmıştır. Bu program bünyesinde turizmle ilgili yapılacak düzenlemeler arasında ülkenin sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri değerlendirilerek halka daha kaliteli dinlenme imkanları sunması “Turizm Sektörü Ana Politikası” çalışmasına hız verilerek turizmin gelişmesine hız kazandırılması öngörülmüştür. Bu amaçların yanı sıra kıyı yasasının çıkarılması için hazırlıklar yapılarak, organize turizm bölgelerinin saptanması ve ülkeyi tanıtabilecek kampanyaların başlatılması geçiş döneminin hedefleri arasında yer almıştır (Kozak vd., 2010: 115).

1980’ li yıllardan itibaren ekonomik ve kitlesel bir olgu haline gelen turizmin özellikle gelişmekte olan ülke ekonomilerine sağladığı olumlu etkiler, turizmin ekonomik yönünü daha da ortaya çıkararak ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslar arası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve ekonomik olma özelliği ile bir çıkış noktası oluşturmuştur (Kar vd., 2004:88-89).

Dördüncü plan döneminde, turizm gelirlerinin yılda ortalama % 23, turizm giderlerinde de ortalama % 41’lik artış hedeflenmiş ve bu planlı dönem sonunda 1.390,6 milyon dolarlık net döviz gelirinin elde edilmesi amaçlanmıştır. Yabancı turist sayısının 13.942 bin kişiye, turizm gelirlerinin ise 2.418 milyon dolara ulaşması planlar arasındadır. Konaklama sektörü açısından, yatak sayısı hedefi 95.000 olarak belirlenmiştir. Öngörülen bu yatak kapasitesinin sağlanabilmesi için toplam olarak 18.300 milyon liralık yatırım yapılması bu plan döneminin hedefler kısmını oluşturmuştur (DPT, 1979: 430- 431).

Dördüncü Plan döneminin ilkeler kısmı; kitle turizmi bakımından önceliği olan yörelerde ülkenin altyapı ve turistik üst yapısının birbirlerine uyum sağlayacak şekilde geliştirilmesi, turizm yatırım ve işletmeciliğinde kamunun etkinliğinin artırılması, yabancı turizm yatırımcılarının teşvik edilmesi, yabancı uyruklu personel çalıştırılmasının teşvik edilmesi, deniz, çöl ve nehir kıyılarının kamu yararına kullanılmasının sağlanması, her turiste ve günübirlikçilere Türkiye’de kalacakları gün başına önceden belirlenecek miktarda döviz bozdurma zorunluluğunun getirilmesi bu döneminin ilkeler kısmını oluşturmuştur (Sözen, 2001: 152- 153).

1980- 1982 yıllarında dünya turizm hareketlerinde yaşanan durgunluk ve 12 Eylül 1980 öncesinde hızla tırmanan terör eylemlerinin neden olduğu ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar turizmi olumsuz yönde etkilemiştir. Buna rağmen dördüncü plan dönemi, gelen yabancı sayısı ve turizm gelirlerinden önemli artışların yaşandığı bir dönem olmuştur (Ege, 2009: 42).

Tablo 2.8. Dördüncü Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI			
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar	Gerçekleşme Oranı(%)
1979	2.178.100	1.523.658	70
1980	2.461.300	1.288.060	52,3
1981	2.756.600	1.405.311	51
1982	3.087.700	1.391.717	45,1
1983	3.458.300	1.625.099	46,9
Toplam	13. 942. 000	7.233.845	51,9

PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1979	315,8	280,7	88,9	188,6	95,1	50,4
1980	369,2	326,7	88,5	196,5	114,7	58,4
1981	454,8	381,3	83,8	204,8	103,3	50,4
1982	586,7	370,3	63,1	214,0	108,9	50,9
1983	691,6	411,1	59,4	223,6	127,3	56,9
Toplam	2.418,1	1.770,1	73,2	1.027,5	549,3	53,5

Kaynak:SÖZEN, Muhtesem Öztürk, ” 1982 Sonrası Dönemde Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

Bu dönemde ülkenin içinde bulunduğu siyasal istikrarsızlık hedeflenen sonuçlara ulaşılamamasında etken olmuştur. Tablo 2.8’ e göre, turist sayısında %51,9, turizm gelirlerinde % 73,2 ve turizm giderlerinde %53,5 seviyesinde gerçekleşme oranı sağlanmıştır.

Dördüncü Plan dönemi sonunda Türkiye’ de turizm işletme belgeli tesislerdeki yatak sayısı 65.934’ e ulaşmıştır. Teşviklerin henüz etkisinin hissedilemediği bu dönemde önceki dönemlerde olduğu gibi hedeflenen yatak kapasitesine ulaşılamamıştır. Yatakların bölgesel dağılımı incelendiğinde ilk sırayı 26.100 yatak ile Marmara Bölgesi’ nin aldığı görülmüştür. Marmara Bölgesi’ ni 15.518 yatakla Ege Bölgesi, 8.995 yatakla Akdeniz Bölgesi izlemiştir. Son sırada ise 1.535 yatak ile Güney Doğu Anadolu Bölgesi yer almıştır (Çavuş ve Öncüer, 2009: 102).

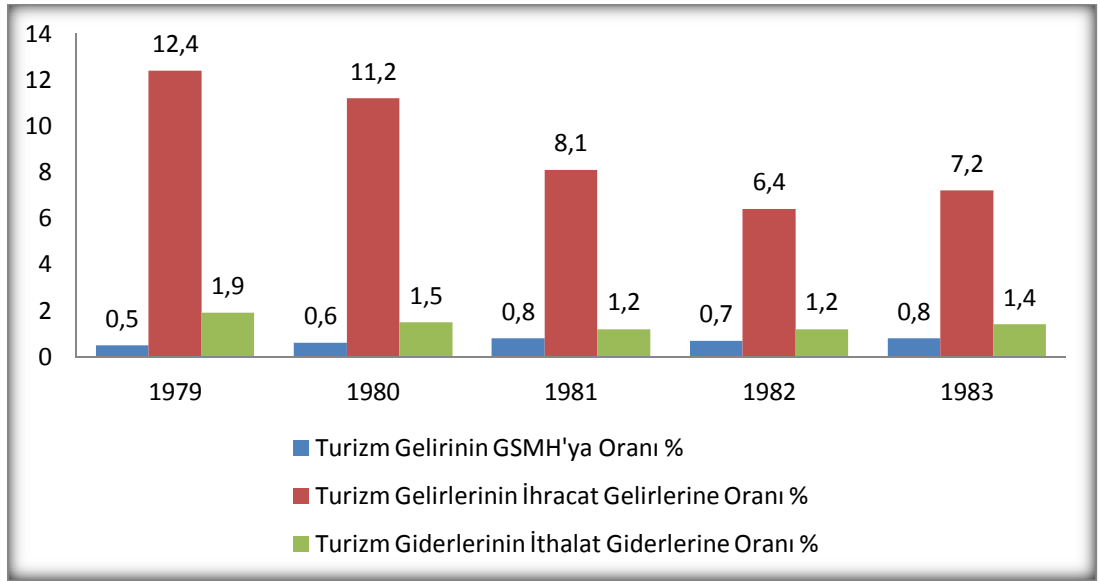
Tablo 2.9. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1979	52.962,2	2.261,2	5.069,4
1980	57.198,3	2.910,1	7.909,4
1981	46.087,2	4.702,9	8.933,4
1982	52.853,0	5.746,0	8.842,7
1983	50.153,5	5.727,8	9.235,0

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Tablo 2.9' a göre Dördüncü Kalkınma Planı döneminde GSMH oranı dönem başında yaklaşık 53.000 milyon dolar iken dönem sonunda 50.000 milyon dolara gerilemiştir. Söz konusu dönemdeki ihracat gelirleri genel itibariyle dönem boyunca sürekli artış göstermiş ve 1983 yılında 5.727,8 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. 1968-1972 yılları arasında ithalat giderleri dönem başında yaklaşık 5.000 milyon dolar iken dönem sonunda 9.235 milyon dolara yükselmiştir.

Şekil 2.6. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı Şekil 2.7' de belirtildiği üzere 1979 yılında % 5 bir sonraki yıl % 1 artarak % 6 seviyesine yükselmiştir ve dönem sonunda % 8 seviyesine yükselmiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönem içindeki en yüksek seviyesini 1979 yılında ulaşılarak % 12,4 olarak gerçekleşmiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı dönem sonu itibariyle % 1,4 seviyesinde gerçekleşmiştir

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi' nde hedefler istenilen düzeyin altında kalmasına rağmen bu dönemde turizm açısından olumlu gelişmelerde yaşanmıştır. Plan dönemi içerisinde 24 Ocak 1980' de yürürlüğe konulan "Ekonomik İstikrar Tedbirleri" ile ekonominin serbest piyasa kuralları içinde şekillendiği yeni bir

döneme geçilmiştir. Bu yeni dönemin turizm açısından en önemli uygulaması 1982 yılında çıkarılan “Turizmi Teşvik Kanunu” olmuştur. Bu kanun ile Türk turizminde önemli gelişmeler yaratan teşvikler getirilmiştir. Söz konusu teşvikler arasında, düşük faizli krediler, yatırım indirimi, finansman fonu istisnası, bina inşaat istisnası, vergi, resim, harç istisnası, teşvik primi, KDV erteleme, elektrik, su ve doğalgazda ücretlendirme indirimleri yer almıştır. Bu teşvikler özellikle konaklama sektörünü çok yakından ilgilendirdiğinden yatırımların önemli ölçüde artmasına yol açmıştır (Çavuş ve Öncüer, 2009: 102).

2.8. BEŞİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1985- 1989)

Bu plan döneminde; dış turizm gelirlerinde yılda ortalama %14,2 ve turizm giderlerinde % 18,9 artışla beşinci plan dönemi sonunda 540 milyon dolarlık net döviz geliri sağlanması, dönem sonunda Türkiye’ ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısı yılda % 10,8 artışla 3 milyon kişi, yurt dışına gidecek vatandaş sayısının ise yılda ortalama % 3,5 artışla 2 milyon 500 bin olacağı tahminler arasında yer almıştır. Ek olarak konaklama tesis kapasitesinin, inşa halindeki tesislerin yaratacağı ilave 38 bin yatak ile bu dönem sonunda 100.000 yatağa ulaşması dönem hedefleri arasındadır (DPT, 1984: 120).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamında uygulanacak ilke ve politikalar, Türkiye’ nin OECD ve OPEC ülkelerinin yanı sıra Balkan Ülkeleri ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerinin geliştirilmesi, bireysel turizmin göz ardı edilmeden kitle turizme öncelik verilmesi, iç turizm hareketleri ile ilgili modern teknik imkanlarla istatistiksel verilerin sağlanması ve Turizm Bankası’nın fonlarının kredi olarak kullanılması Beşinci Plan döneminin ilke ve politikalarını oluşturmuştur (Sezgin, 2001: 153- 154).

Tablo 2.10. Beşinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı(%)		
1985	2.000.000	2.614.924		130,7		
1986	2.200.000	2.391.085		108,7		
1987	2.400.000	2.855.546		119		
1988	2.700.000	4.172.727		154,5		
1989	3.000.000	4.459.151		148,6		
Toplam	12.300.000	16.463.433		134,1		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1985	510,0	1.482,0	290,6	166,3	323,6	194,6
1986	579,2	1.215,0	209,8	197,1	313,6	159,1
1987	661,6	1.721,1	260,1	235,0	447,7	190,5
1988	759,4	2.355,3	310,2	281,4	358,0	127,2
1989	878,0	2.556,5	231,2	338,0	565,0	167,2
Toplam	3.388,2	9.329,9	275,4	1.217,8	2.007,9	164,9

Kaynak:SÖZEN, Muhtemem Öztürk, "1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

1985- 1989 dönemi sonunda bütün hedefler aşılmıştır. Planlı dönemler boyunca yabancı gelişleri ve turizm gelirleri hedeflerinin en fazla gerçekleşme oranına Beşinci Plan döneminde ulaşılmıştır. Tablo 2.10' a göre Plan döneminde toplam yabancı turist sayısı 12.300 bin kişi olarak hedeflenirken gelen yabancılar 16.493.433 kişiye ulaşarak % 134,1 oranında gerçekleşme sağlanmıştır. Aynı dönemde hedeflenen turizm gelirleri 3.338,2 milyon dolar iken turizm geliri 9.329,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiş ve dönem toplamının gerçekleşme oranı % 275,4 seviyesinde sağlanmıştır.

1982 yılında çıkarılan Turizmi Teşvik Kanunu'nun sağladığı teşvik önlemleri ile dönem sonunda hedeflenen konaklama kapasitesi ilk kez aşılarak plan dönemi sonunda turizm işletme belgeli 1.102 tesis, 70.603 oda ve 146.086 yatak kapasitesine ulaşılmıştır. Ulaşılan 146.086 işletme belgeli yatak içinde birinci sırayı 41.430 adet

yatak kapasitesiyle bir önceki dönem üçüncü sırada yer alan Akdeniz Bölgesi, ikinci sırayı 40.654 yatakla Marmara Bölgesi, Marmara Bölgesi' ni 38.387 yatakla Ege Bölgesi takip etmiş ve 2.132 adet yatak kapasitesiyle Güney Doğu Anadolu Bölgesi en son sırada yer almıştır (Çavuş ve Öncüler, 2009: 103- 104).

Tablo 2.11. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

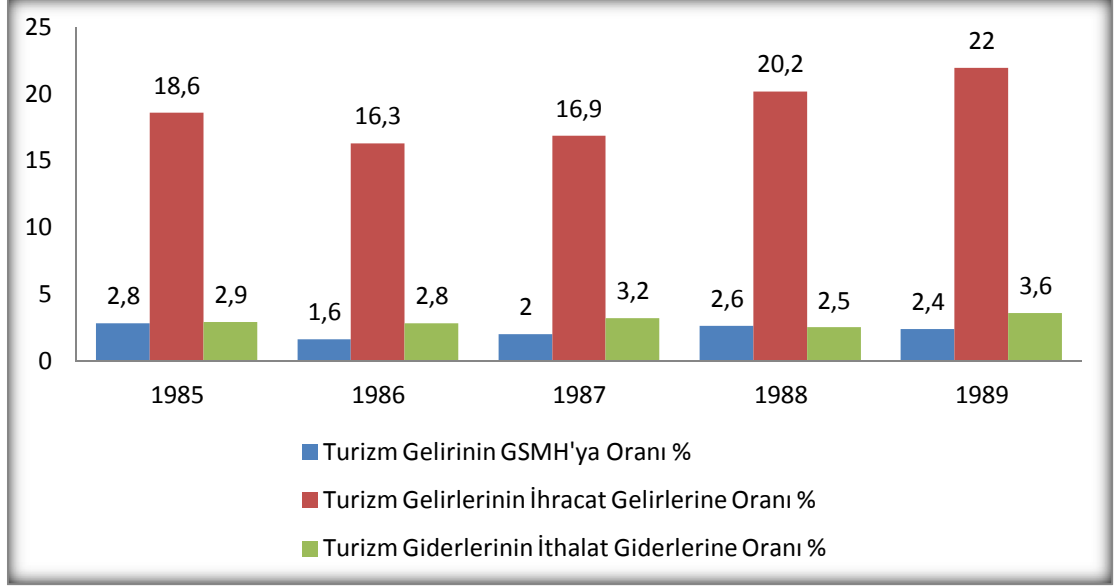
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1985	52.597,6	7.958,0	11.343,4
1986	75.173,0	7.456,7	11.104,8
1987	85.979,0	10.190,0	14.158,0
1988	90.460,0	11.662,1	14.335,0
1989	107.544,0	11.625,0	15.792,0

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Tablo 2.11' e göre Beşinci Kalkınma Planı döneminde GSMH oranları dönem içinde artan bir seyir izlemiştir. 1985 yılında yaklaşık 52.500 milyon dolar olan GSMH oranları dönem sonunda yaklaşık 107.500 milyon dolara yükselmiştir. Söz konusu dönemdeki ihracat gelirleri 1989 yılında 11.625 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. 1985- 1989 yılları arasında ithalat giderleri dönem başında 11 milyon doları aşarken dönem sonunda yaklaşık 15.800 milyon dolara yükselmiştir.

Şekil 2.7. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

1985- 1989 döneminde turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı Şekil 2.8' e göre 1985 yılında % 2,8 olan oran 1986' da % 1,6 ile dönemin en düşük seviyesine gerilemiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönem başında % 18,6 seviyesinde gerçekleşmiş ve 1989 yılında beş yıllık dönemin en yüksek seviyesine ulaşarak % 22' ye yükselmiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı 1985' de % 2,9 iken 1989 yılı itibariyle % 3,6 oranına yükselmiştir.

1980-1990 dönemi genel olarak turizm açısından değerlendirildiğinde, yurt dışından gelen yabancı turist sayısında, turizm gelirlerinde ve yatak sayısında hızlı bir gelişme olduğu gözlenmiştir. Ekonomik İstikrar Tedbirleri' nin 24 Ocak 1980 yılında yürürlüğe girmesi ile turizmde olumlu gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. 1980 sonrası söz konusu gelişmeyi etkileyen faktörler arasında, 1980 sonrası oluşan huzur ortamının etkisi, oluşturulan ekonomi programlarında turizmin öncelikli sektör olarak kabul edilmesi, Türk Parasını Koruma Kanunu'ndaki değişiklikler ve döviz fiyatını belirleyebilme olanağı, Türk parasının değer kaybetmesi neticesinde yabancı seyahat acentelerinin Türkiye' ye yönelik seyahat taleplerinin artması, rakip ülkelerin

turizm politikalarında yaptıkları stratejik hataları ve Türkiye’ de turizm bilincinin gelişmesi bu faktörler arasında yer almıştır (Ege, 2009: 43- 44).

2.9. ALTINCI BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1990- 1994)

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planının hedefler bölümünde, 1989 yılında 2.910 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm gelirin plan döneminde yılda ortalama % 13,6 oranında artarak 1994 yılında 5.514 milyon dolara, 1989 yılında 440 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm giderinin ise yılda ortalama 18,4’ lük bir artışla 1994 yılında 1.026 milyon dolara ulaşması beklenmiştir. Böylece bu dönem sonunda net döviz geliri 4.488 milyon dolar olması beklenmiştir. Türkiye’ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısının plan döneminde yılda ortalama % 8,2 artarak 2,2 milyon kişiden 2,8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmiştir. Son olarak altıncı plan dönemi sonunda 145 bin yatak olacağı tahmin edilen belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanmasıyla bu dönem sonunda 350 bin yatağı aşması hedefler arasında yer almıştır (DPT, 1989: 281).

1990- 1994 dönemini kapsayan bu planın ilkeler ve politikaları, çeşitli spor dalları ile festival, kongre ve üçüncü yaş turizminin daha cazip hale getirilmesi, turizme hizmet edecek birimlerin sayı ve kalite bakımından yeterli düzeye getirilmesi, kültür ve doğa mirasının korunmasına yönelik yatırımların uygulamaya geçirilmesi, yerli seyahat acentelerinin tur operatörlüğünün teşvik edilmesi, mevcut tesislerin doluluk oranını artırıcı ve turizm sezonunu uzatıcı önlemler alınması, aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi ilke ve politikalar kısmını oluşturmuştur (Sezgin, 2001: 154- 155). Altıncı Plan döneminde turizmi dönemseldir olmaktan çıkarmak ve her mevsim etkinliği devam eden bir sektör haline getirebilmek için, değişen tüketici tercihlerini karşılayabilme amacı, turistik ürünün çeşitlendirilmesi zorunluluğunu getirmiştir. Bu amaçla yeni turistik ürünler pazara sunulmaya çalışılarak turizm talebinin artırılması amaçlanmıştır (Ege, 2009: 44).

1985 yılından itibaren dünya turizmindeki hızlı gelişme Türk turizminde de kendini hissettirmiştir. 1991 yılında Körfez Krizi ve Doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan siyasi gelişmeler, Fethiye ve Marmaris’ te terör saldırısı sonucu gerçekleşen patlamalar neticesinde 1994 yılında Türkiye’ ye yönelik turizm talebi ve turizm gelirlerinde artış yaşansa da bu artış hedeflerin altında yer almıştır (Ege, 2009: 44). Türkiye’ye yönelik turist kompozisyonunda ortaya çıkan değişim, 1992 yılında eski yapısına dönme eğilimine girmiş ve OECD kaynaklı turist girişlerinde % 23’ lük bir artış sağlanmıştır. Aynı yıl sektörde kısa vadeli hedeflerin büyük ölçüde gerçekleştirdiği orta ve uzun vadeli hedeflere yönelik gelişmeler sağlandığı gözlenmiştir. 1992 yılında Türkiye’ye gelen turist sayısı 7 milyon kişiyi aşarken turist girişlerinde bir önceki yıla oranla %28, döviz girişlerinde ise % 37 oranında artış sağlanmıştır. 1994 yılında turist girişlerinde % 2,6’ lık artış olmasına rağmen bir önceki yıla göre % 9,1’ lik bir artışla 4,3 milyar dolar turizm geliri elde edilmiştir. Altıncı Plan döneminde konaklama yatırımları yavaşlamış, alt yapı ve yenileme yatırımlarını özendirilmek amacıyla turizm kendi geleceğini güvence altına alabilmesi için mekansal dağılım, nitelik ve tür olarak doğal peyzajın, kültür varlıklarının, sosyal yapının taşıyabileceği ve onlarla bütünleşebilecek bir gelişim içinde olmasına özen gösterilmiştir (Sezgin, 2001: 155- 156).

Tablo 2.12. Altıncı Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI			
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar	Gerçekleşme Oranı(%)
1990	5.410.000	5.389.308	99,1
1991	5.850.000	5.517.897	94,3
1992	6.330.000	7.076.096	111,8
1993	6.840.000	6.500.638	95,0
1994	7.400.000	6.670.618	90,1
Toplam	31.830.000	31.154.557	97,8

PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1990	3.306,9	3.225	97,5	521,2	520	99,8
1991	3.357,9	2.654	70,6	617,4	592	95,9
1992	4.270,5	3.639	85,2	731,3	776	106,1
1993	4.853,0	3.959	81,6	866,2	934	107,8
1994	5.514,0	4.321	78,4	1.026,0	866	84,4
Toplam	21.702,3	17.798	82	3.762,1	3.688	98

Kaynak:SÖZEN, Muhteşem Öztürk, "1982 Sonrası Dönemde Türkiye’de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

1990- 1994 yılları arasında gelen yabancı ve çıkan vatandaş sayısı Tablo 2.12’ ye göre dönem boyunca sürekli artış göstermiş ve dönem sonunda 31.154.557 toplam yabancı sayısı ile % 97,8’ lik gerçekleşme oranı sağlanmıştır. Altıncı plan dönemi turizm gelirleri açısından değerlendirildiğinde dönem sonunda 17.798,0 milyon dolarlık gelir elde edilerek hedeflenen miktara % 82 oranında ulaşılmıştır. 3.762,1 milyon dolar olarak planlanan turizm giderleri 3.688,0 milyon dolar seviyesinde ulaşarak hedeflenen rakamın %98 oranında gerçekleşme sağlanmıştır.

Plan dönemi sonunda Türkiye’nin Turizm Bakanlığı’ ndan belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin 350 bin yatağı aşması öngörülmüştür. Ancak dönem sonunda 265.136 bin yatak sayına ulaşılmış ve yaklaşık % 76 oranında plan hedefinin gerçekleşme oranı sağlanmıştır. Altıncı plan dönemi sonunda belediye belgeli 8.403 konaklama tesisinden toplamda 354.925 adet yatak kapasitesi elde edilmiştir (Çavuş ve Öncüler, 2009: 104- 105).

Tablo 2.13. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

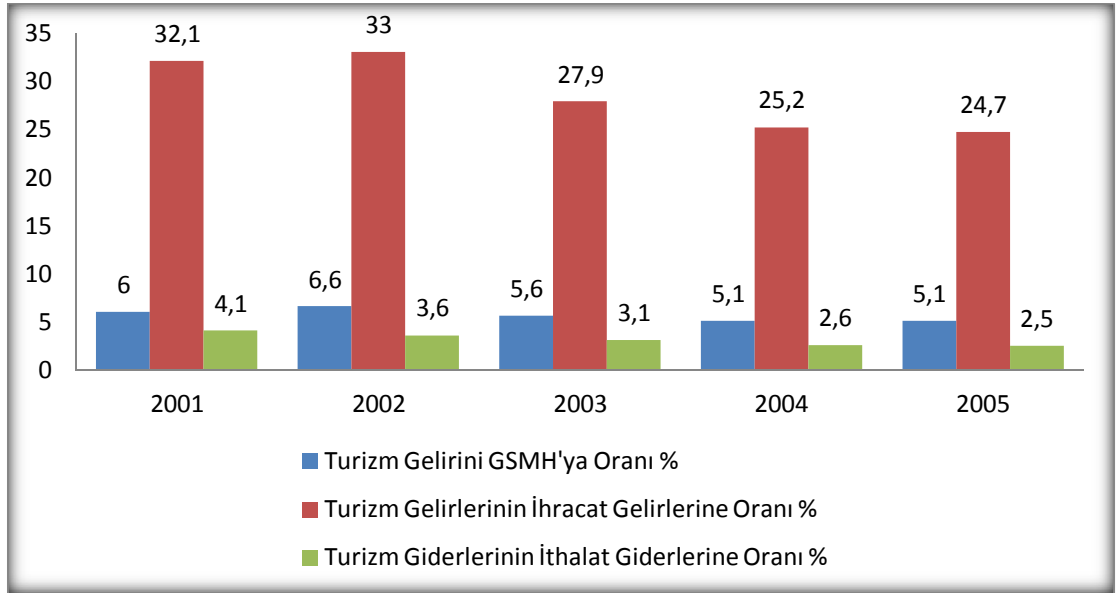
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1990	150.758,0	12.959,0	22.302,0
1991	150.168,0	13.594,0	21.047,0
1992	158.122,0	14.715,0	22.871,0
1993	178.715,0	15.345,0	29.428,0
1994	132.302,0	18.106,0	23.270,0

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

1990- 1994 döneminde GSMH oranları Tablo 2.13' e göre 1990 yılında 150.758 milyon dolar iken 1994 yılında 132.302 milyon dolara gerilemiştir. İhracat gelirleri dönem süresince sürekli artış göstermiş ve dönem sonunda 18.106 milyon dolara yükselmiştir. Aynı dönemde ithalat giderleri en yüksek seviyesine 1993 yılında ulaşırken, dönem sonunda 23.270 milyon dolara düşmüştür.

Şekil 2.8. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Altıncı Kalkınma Planı Dönemi için Şekil 2.9' da yer alan verilere göre, turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı 1990 yılında % 2,1 iken 1994 yılında % 3,3 seviyesinde gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönem başında % 24,9 ve 1993' de dönemin en yüksek seviyesine ulaşarak % 25,8 seviyesinde yükselmiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı dönem sonunda yılında % 3,7 seviyesinde gerçekleşmiştir.

2.10. YEDİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (1996- 2000)

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde daha önceki dönemlerde yapılan planlardan farklı olarak mevcut durumun analizi yapılmıştır. Bu bağlamda turizm sektöründe 1989 yılında 146 bin olan belgeli yatak sayısının Altıncı plan dönemi sonunda 314 bin'e ulaştığı ve 1989 yılında gelen 4,5 milyon turistten sağlanan 2,6 milyon dolar dövizin 1994 yılında 6,7 milyon turist ve 4,3 milyon dolar turizm geliri olarak artış gösterdiği belirtilmiştir. Bir önceki plan döneminin yarattığı olumlu etkinin yanı sıra çeşitli sorunlarla da karşılaşmıştır.

Akdeniz çanağındaki ülkelerle karşılaştırıldığında yatak kapasitesi, teknik altyapı, tanıtım ve pazarlama, turizm eğitimi, ulaştırma, tur operatörlüğü, seyahat acenteliği gibi önemli konularda yetersizliklerin sürdüğü görülmüştür. Altyapının finansmanına mahalli idarelerdeki kullanıcıların etkin rol oynamaması ve kamu finansman imkanlarının kısıtlı olması gibi nedenlerle Akdeniz- Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi istenilen şekilde yürütülememiştir. Diğer taraftan yat limanlarının yetersizliği ve liman inşaatlarındaki kaynak sıkıntısı nedeniyle liman yapımının uzun sürmesinden turizm sektörü olumsuz şekilde etkilenmiştir. Bunlara ek olarak turizmin çeşitlendirilememesinden kaynaklanan sorunlar bu dönemde yaşanan olumsuzluklar arasında yer almıştır (DPT, 1995: 162).

1996- 2000 dönemi için hazırlanan planın amaçlar, ilkeler ve politikalar kısmında yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması, dönem sonunda ülkeye gelen turist ve ziyaretçi sayısının 13- 17 milyon kişiye, yurt dışına çıkacak vatandaş sayısının 4,5- 4,8 milyon kişiye ulaşması, Turizm Bakanlığı' ndan belgeli

konaklama tesisleri yatak kapasitesinin yaklaşık 800 bin olması, değişen ve gelişen dünya ile tüketici beklentilerinin dikkate alınması, turizm bölgelerindeki halkın kararlara katılımının sağlanması, ATAK projesinde düzenlemeler yapılarak uygulamaya geçilmesi ve sertifika sistemine geçilerek hizmet kalitesinin artırılmasından oluşmaktadır (Sezgin, 2001: 158- 159).

Yedinci planda yer alan turizm sektörü ile ilgili politikalar temelde Türk turizminde yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik politikaların geride kaldığını göstermesi açısından önemlidir. Makro düzeyde Türkiye’ de turizm politikalarına yön veren politikalar, artık turizmin diğer sorunlarına yönelmiştir (N. Kozak vd., 2010: 119).

Bu plan döneminde diğer planlardan farklı olarak bazı hukuksal düzenlemelerin yapılacağı da belirtilmiştir. Bu düzenlemeler arasında, Turizm Bakanlığı’nın ekonomik, sosyal, kültürel değişikliklere hızlı ayak uydurabilecek dinamik bir yapıya sahip olabilmesi için “Turizm Bakanlığı Teşkilat Kanunu” çıkartılması, Gümrük Birliği’ nin getireceği koşullar içinde uluslararası pazarda rekabet gücüne sahip bir yapı oluşturmak amacıyla seyahat acentelerini bir meslek disiplini içine alınması ve otokontrol mekanizması oluşturmak üzere “Türkiye Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Yasası” nın günün gereklerine uygun hale getirilmesi planlanmıştır. Uluslararası pazarda rekabet gücünü koruyacak ve fiyat ayarlamalarını kontrol edecek bir yapı oluşturmak amacıyla “Türkiye Turistik Otelciler ve İşletmecileri Birliği Yasası” çıkarılması, deniz turizmi ile ilgili faaliyetlerin koordinasyon ve sağlıklı bir yapıya kavuşturulması için de “Deniz Turizmi Birliği Yasası” çıkarılması öngörüler arasında yer almıştır. Ayrıca mahalli kaynakların daha verimli kullanılması, meslek üyeleri arasında mesleki işbirliği ve otokontrolün sağlanması amacıyla “Pansiyon İşletmeleri ve Türkiye Pansiyon İşletmecileri Birliği Yasası” ve turist rehberliği mesleğine mensup olanların ortak sorunlarına çözüm bulmak ve etkinliklerini arttırmak, seyahat acenteleri ve birbirleri ile olan ilişkilerini disiplin altında düzenlemek için “Rehber Birliği Yasası” nın çıkartılması bu dönemde uygulamaya konulmak istenen hukuki düzenlemeler arasında yer almıştır (DPT, 1995: 164).

Tablo 2.14. Yedinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı(%)		
1996	9.000.000	8.614.085		95,7		
1997	9.700.000	9.689.004		99,9		
1998	11.000.000	9.752.697		88,7		
1999	12.000.000	7.487.285		62,3		
2000	9.000.000	10.428.153		115,9		
Toplam	50.700.000	45.971.224		90,7		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
1996	6.100,0	5.962,2	97,7	1.200,0	1.265,0	105,4
1997	6.850,0	8.088,5	118,0	1.350,0	1.716,0	127,1
1998	8.500,0	7.808,9	91,9	2.250,0	1.753,9	77,9
1999	8.500,0	5.203,0	61,6	2.200,0	1.471,0	66,9
2000	7.200,0	7.636,0	106,0	1.850,0	1.711,0	92,5
Toplam	37.150,0	34.698,6	93,4	7.900,0	7.117,9	90,1

Kaynak:SÖZEN, Muhtesem Öztürk, "1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi: 2006 s: 66- 68.

1998 yılı itibariyle dünya genelinde etkisini gösteren ekonomik durgunluk ve bu durgunluğun Rusya ve Uzakdoğu' da krize dönüşmesi, rakip ülkelerde turizm sektörüne yönelik alınan KDV ve havaalanı ücretlerinde indirim yoluna gidilerek ekonomik teşvik tedbirlerinin oluşturulması, bu ülkelerde gerçekleştirilen ve dünya kamuoyu üzerinde bir çekicik unsuru oluşturan EXPO Fuarı ve Dünya Futbol Kupası gibi çeşitli uluslararası oluşumlarında etkisiyle ülkemize yönelik turizm talebinde belirli oranda azalma meydana gelmiştir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen Türkiye 1998 yılında Avrupa' da en fazla turist çeken ülkeler sıralamasında 15. ve elde edilen gelirler açısından yapılan sıralamada ise 9. sırada yer almıştır. 1999 yılında gerçekleşen Gölcük depremi ve aynı yıl terör örgütü liderinin yakalanmasını propaganda aracı olarak rakip ülkelerin kullanmaları bu plan dönemi içinde turizmi

olumsuz etkileyen faktörler arasında yer alarak gelen yabancı sayısı ve turizm gelirleri üzerinde olumsuz rol oynamıştır (Ege, 2001: 46). Tablo 2.14’ de yer alan Yedinci Kalkınma Planı Dönemi’nde planlanan turist sayısı ile gerçekleşen oranlara bakıldığında % 62,5 gerçekleşme oranı ile 1999 yılında hedeflerin gerisinde kalındığı, % 115,9 gerçekleşme oranı ile 2000 yılında hedeflerin aşıldığı görülmüştür. Benzer duruma turizm gelirlerinde de rastlanarak 1999 yılında % 61,6 olan gerçekleşme oranı 2000 yılında % 106 olarak gerçekleşmiştir. Toplamda dönem sonu itibariyle % 93,6 oranında hedeflere ulaşıldığı görülmüştür.

Yedinci Kalkınma Planı Dönemin’ de Turizm Bakanlığı’ ndan belgeli konaklama tesisleri yatak kapasitesi dönem sonu itibariyle 800 bin olması ve sayıya belediyeden belgeli tesislerinde eklenmesiyle 1,3 milyon yatak sayısına ulaşılması amaçlanmıştır. Ancak dönem sonunda ulaşılan yatak kapasitesi hedeflerin % 65’ i civarında gerçekleşerek 325.168 yatak kapasitesi sağlanmıştır (Çavuş ve Öncüer, 2009: 106).

Tablo 2.15. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
1996	183.601,0	23.225,0	43.627,0
1997	192.383,0	26.261,0	48.559,0
1998	206.552,0	26.974,0	45.921,4
1999	185.267,0	26.587,2	40.686,7
2000	201.217,0	27.774,9	54.502,8

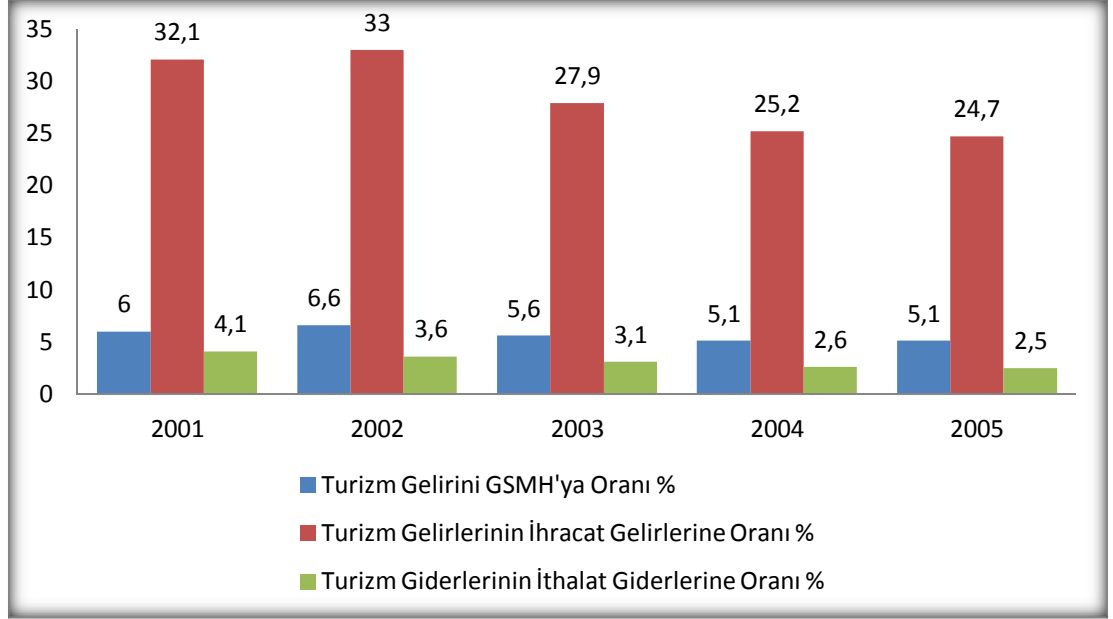
Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Tablo 2.15’ e göre Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde 1996 yılında 183 milyon doları aşan GSMH oranları dönem sonunda yaklaşık 200 milyon dolar

seviyesine yükselmiştir. Aynı dönemdeki ihracat gelirleri dönem sonunda yaklaşık 27.775 milyon dolar olarak gerçekleşirken aynı tarihteki ithalat giderleri 54 milyon doları aşmıştır.

Şekil 2.9. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Turizmin diğer ekonomik faaliyetler içindeki payı Şekil 2.10 yer almaktadır. Buna göre; 1996 yılında turizm gelirlerinin GSMH' ya oranı % 3,2 iken 2000 yılında % 3,8 seviyesine yükselmiştir. Aynı dönem turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı 1997' de % 30,8 ile dönemin en yüksek oranına ulaşırken 1998 yılında % 28,7 oranına gerilemiştir. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı Yedinci Plan dönemi sonunda % 3,1 olarak gerçekleşmiştir.

2.11. SEKİZİNCİ BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (2001- 2005)

Sekizinci plan döneminde, yedinci planda olduğu gibi turizmin mevcut durumu hakkında bilgilere yer verilmiştir. Bu bilgilere göre; Türkiye 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren dünyaca tanınan bir ülke haline gelmiştir. 1995-1998 yıllarını

kapsayan dönemde Türk turizminin uluslararası turizm geliri içindeki payı %1,4'ten % 1,6' ya; yabancı turist sayısı 7,7 milyon kişiden 9,7 milyon kişiye yükselmiştir. 1995- 1998 döneminde ülkemizde turist sayısının %26,2, turizm gelirinin ise %45 arttığı görülmüştür. Turist sayısı ve döviz gelirlerindeki bu artışla Türkiye dünyada en çok turist kabul eden ülke sıralamasında on ikinci, gelirlerde ise sekizinci sıraya yükselmiştir. 1998 yılında ülkemize gelen turist sayısı 9,7 milyon kişi, turizm geliri ise 7,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 1999 yılında yaşanan deprem felaketi ve konjonktürel nedenlerle ülkeye 7,5 milyon turist gelmiş ve turizm gelirleri bir önceki yıla oranla % 27,8 oranında bir azalma ile 5,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 1999 sonu itibariyle Turizm Bakanlığı belgeli yatak kapasitesi 312 bin olduğu tespit edilmiştir. Belediye belgeli otellerdeki 354 bin yataklık kapasiteye ek olarak ikincil konutlar ve yatırım aşamasındaki 254 bin yatakla ülkedeki toplam yatak kapasitesinin bir milyonun üzerinde olduğu tahmin edilmiştir. Sektörde 4030 seyahat acentesi faaliyet göstermiştir. Ayrıca turizm eğitiminde henüz mesleki belgelendirme sistemine geçilmiş olmaması hizmet kalitesini etkilemiştir. Turistik yerleşim alanlarında önemli bir sorun olarak ortaya çıkan çevre kirlenmesi ve altyapı eksikliklerinin giderilmesi için başlatılan, ATAK projesinin uygulamasında, yeni bir finans modelinin yaratılamayışı nedeniyle beklenen ilerleme sağlanamamıştır (Sezgin, 2001: 160- 161).

Hedef plan kapsamında hukuki ve kurumsal düzenleme kapsamında; Bir önceki kalkınma planı döneminde çıkarılması planlanan “Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevlerine İlişkin Kanun Tasarısı” çalışmalarının tamamlanması planlanmıştır. Ayrıca seyahat acentelerinin bir disiplin altına alınması ve özdenetim yapabilen bir yapıya kavuşturması amacıyla “Türkiye Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Yasası”nın günün koşullarına uygun hale getirilmesi, “Turistik Otelciler ve Turizm İşletmeleri Birliği Kanunu” çalışmalarının tamamlanarak uluslararası pazarda rekabet gücüne sahip bir yapı oluşturulması amaçlanmıştır. Bu çalışmaların yanı sıra “Türkiye Turist Rehberleri Birliği ve Turist Rehber Odaları Kanunu Tasarısı” ve “Pansiyon İşletmeleri ve Türkiye Pansiyon İşletmecileri Birliği Kanunu Tasarısı” da bu dönemde tamamlanması amaçlanan hukuki çalışmalar arasında yer almıştır (DPT, 2000: 168- 169).

2001- 2005 döneminde kapsayan bu planın amaç, ilke ve politikaları, kriz dönemlerinde turizm sektörünün olumsuz etkilenmesini önleyici tedbirlerin alınması, yılın tamamının turizm mevsimi olacak şekilde yeni alanlar yaratılması, sektörle ilgili yapılan yatırımların doğal, tarihi ve sosyal çevreye zarar vermemesine özen gösterilmesi, 2005 yılında turizm gelirlerinin 11,6 milyar dolara, dönem sonunda turist ve ziyaretçi sayısının 13,6 milyon kişiye, yurt dışına çıkacak vatandaş sayısının ise 8,5 milyon kişiye ulaşması, Turizm Bakanlığında belgeli konaklama tesisleri ve belediye belgeli yatak kapasitesinin dönem sonunda 751 bin olması, ATAK projesi kapsamında değerlendirilebilecek projelerin yürütülmesi ve sektörde küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesinden oluşmuştur (Sezgin, 2001: 161- 162).

Daha önceki kalkınma planlarından farklı olarak bu planda ikinci bir tanıtma bölümü eklenmiştir. Söz konusu bölümün mevcut durum kısmında; ülke tanıtımında kişi, topluluk ve kuruluşların belli bir tutum ve davranışa sürüklenmemiş olması, sektörde kaynak ve insan gücü israfına yol açtığı belirtilmekle beraber ağırlıklı olarak kamu kurum ve kuruluşları tarafından yürütülen tanıtım faaliyetlerinde yeterli etkinliğin sağlanamamasından bahsedilmiştir. Özellikle dış tanıtımda kamu ve özel sektörün ortak bir plan ve program dahilinde koordineli bir şekilde faaliyet göstermelerinin temin edilememesi bu bölümde değerlendirilmiştir. İkinci tanıtma bölümü kapsamında değinilen amaçlar, ilkeler ve politikalar olarak; tanıtma faaliyetinin sürekliliği içinde vatandaşları milli ilke ve hedefler doğrultusunda bütünleştiren, serbest, doğru ve çift yönlü bilgi dolaşımını sağlayan; yurt dışında ise Türkiye'nin, kültürel birikimini, tarihi zenginliklerini, dünya kamuoyuna anlatarak yanlış ve olumsuz imajları ortadan kaldıran ve bütün bunları bir koordinasyon içinde gerçekleştirerek ülkenin tanıtımıyla bu faaliyetten ekonomik faydayı da sağlayacak bir çerçeveye kavuşturulması temel amaç olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan, Türkiye hakkında olumlu bilinçlenme ve bilgilendirmenin temini için uluslararası siyasi, kültürel, ekonomik, ticari ve turistik ilişkilerin geliştirilmesi çabalarına tüm kamu ve özel kesim kuruluşları ile meslek ve sivil toplum örgütlerinin bir koordinasyon içinde katılımının sağlanması hedeflenmiştir. Son olarak bu bölümde ki hukuki ve kurumsal düzenlemeler kısmında; Başbakanlığa bağlı Tanıtma Fonu Kurulu yeniden yapılandırılarak tanıtma ile ilgili kamu, özel kuruluş, meslek odaları ve vakıflardan oluşacak bir kurul haline getirilmesi yer almıştır (DPT, 2006: 166).

Turizm yarattığı katma değer, istihdam ve döviz gelirleri bakımından Türkiye ekonomisinde son 20 yılda önemli atılım gösteren sektörlerden biri olmuştur. Türk turizminin uluslararası turizm geliri içindeki payı 2000 yılında % 1,6 iken 2005 yılında % 2,9'a yükselmiştir. Aynı dönemde yabancı turist sayısı 10,4 milyon kişiden, 21,1 milyon kişiye artarken, turizm geliri ise 7.6 milyar dolardan 18.2 milyar dolara yükselmiştir. Turist sayısındaki ve turist gelirlerindeki bu artışla Türkiye, dünyada en çok turist kabul eden ülke sıralamasında on ikinci, gelirlerde ise sekizinci sırada yer almıştır. Diğer taraftan; 2000 yılında 352 bin olan Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli yatak sayısı kapasitesi, 2005 yılında 450 bine, 350 bin olan belediye belgeli yatak sayısı ise 400 bine yükselmiştir. Sektörde 4.825 seyahat acentesi faaliyet göstermiştir (DPT, 2006: 166- 167).

Tablo 2.16. Sekizinci Kalkınma Planı Hedefleri ve Gerçekleşme Oranları

GELEN TOPLAM YABANCI-GİRİŞ YAPAN VATANDAŞ SAYILARI						
Yıllar	Plan Hedefi	Toplam Yabancılar		Gerçekleşme Oranı(%)		
2001	11.000.000	11.618.969		105,6		
2002	11.000.000	13.256.028		120,5		
2003	14.000.000	14.029.558		100,2		
2004	15.000.000	17.516.908		116,8		
2005	20.350.000	21.124.886		103,8		
Toplam	71.350.000	77.546.349		108,7		
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR VE GİDERLERİ (Milyon \$)						
Yıllar	Plan Hedefi	Gerçekleşen gelir	Gerçekleşme oranı (%)	Plan Hedefi	Gerçekleşen Gider	Gerçekleşme oranı (%)
2001	8.500,0	10.066,5	118,4	1.800,0	1.738,0	96,6
2002	8.250,0	11.900,9	144,2	1.600,0	1.880,0	117,5
2003	8.600,0	13.203,1	153,5	2.100,0	2.113,3	100,6
2004	9.800,0	15.887,7	162,1	2.700,0	2.524,0	93,5
2005	18.000,0	18.153,5	100,9	2.750,0	2.870,4	104,4
Toplam	53.150,0	69.211,7	130,2	10.950,0	11.125,7	101,6

Kaynak:SÖZEN, Muhteşem Öztürk,"1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri",Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi:2006 s:66-68.

Tablo 2.16’da belirtildiği üzere sekizinci plan dönemi boyunca hedef turist sayısı her yıl aşularak dönem sonunda 77.546.349 kişiye ulaşarak%108,7’lik gerçekleşme oranı elde edilmiştir. Turizm gelirlerinde hedefler aşularak 69.211,7 milyon dolarlık gelir sağlanarak % 130,2’ lik gerçekleşme oranı sağlanmıştır. Turizm giderlerinde de hedefler aşularak 11.125,7 milyon dolarlık turizm gideri ile % 101,6 seviyesinde hedeflere ulaşılmıştır.

Plan dönemi sonunda Türkiye’ de Turizm Bakanlığı’ ndan belgeli konaklama tesisleri ve belediye belgeli yatak kapasitesinin 751 bine, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanmasının yanı sıra kamu kampları ve ikinci konutlardaki turizme açılan yataklarla birlikte, toplam yatak kapasitesinin 1,2 milyona ulaşacağı öngörülmüş ancak bu hedeflere ulaşlamamıştır. Turizm Bakanlığı işletme belgeli konaklama tesisleri yatak kapasitesi 483.330 olarak gerçekleşerek hedefleri çok altında yer almıştır. Belediye belgeli tesis sayısı ise 400 bin seviyesinde gerçekleşmiştir (Çavuş ve Öncüer, 2009: 107).

Tablo 2.17. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

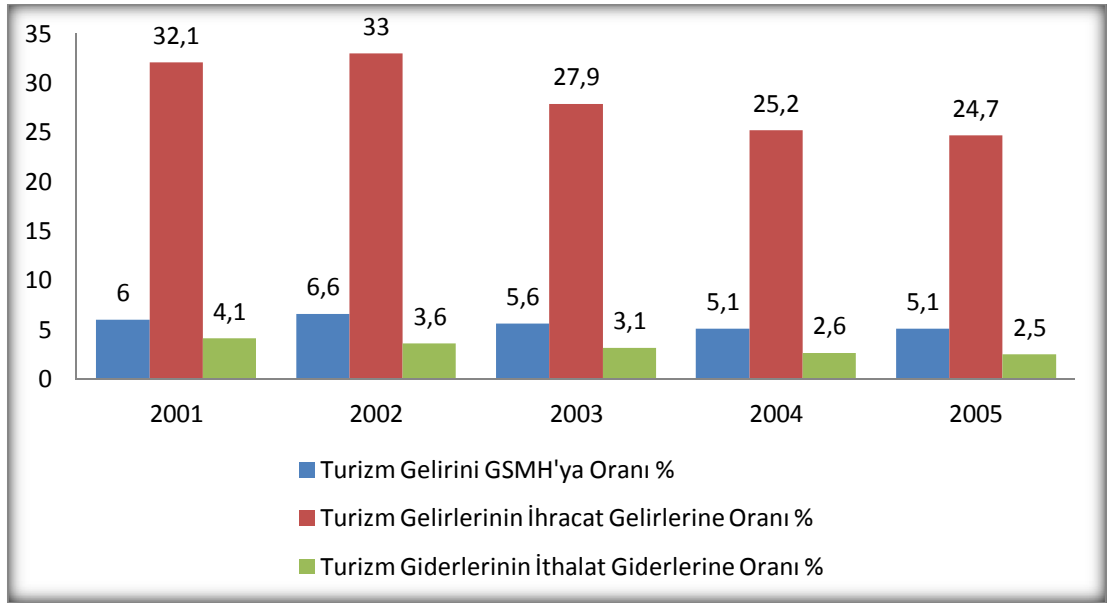
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT
YILLAR	MİLYON \$	MİLYON \$	MİLYON \$
2001	148.166,0	31.334,2	41.399,0
2002	180.700,0	36.059,0	51.553,7
2003	237.700,0	47.252,8	69.339,6
2004	310.500,0	63.167,1	97.539,7
2005	357.700,0	73.476,4	116.774,1

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>,20. 03. 2011.

Tablo 2.17' ye göre GSMH, ihracat gelirleri ve turizm giderleri 2001-2005 dönemi süresince sürekli artış göstermiştir. Dönem başında 148.166 milyon dolar olan GSMH oranı dönem sonunda 357.700 milyona yükselmiştir. 2001 yılında 31.000 milyon doları aşan ihracat gelirleri 2005 yılında yaklaşık 73.476 milyon dolara yükselmiştir. Aynı dönem içerisindeki ithalat giderleri dönem sonunda yaklaşık 116.774 milyona yükselmiştir.

Şekil 2.10. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Şekil 2.11' de yer aldığı üzere turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 2001 yılında % 6 seviyesinde iken 2002 yılında dönemin en yüksek oranına ulaşarak % 6,6' ya yükselmiştir ve 2005 yılında % 5,1 seviyesine gerilemiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı dönemin 2002 yılında % 33 ile dönemin en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı % 4,1 ile en yüksek oranını 2001 yılında ulaşmıştır ve 2005' deki % 2,5'lik oranla dönemin en düşük seviyesine gerilemiştir.

2.12. DOKUZUNCU BEŞ YILLIK KALKINMA PLANI DÖNEMİNDE TURİZM SEKTÖRÜ (2007- 2013)

Dokuzuncu Plan, Türkiye’de 1963 yılından itibaren uygulanan beş yıllık kalkınma planlarından zaman sınırı olarak ayrılan bir plandır. 5339 sayılı yasa ile 2005 yılı sonunda, Avrupa Birliği (AB) mali takvimini (2007-2013) içerisine alabilmesi amacıyla 2006 yılı plan dönemi dışında tutularak 2007-2013 dönemini kapsayan yedi yıllık süre için oluşturulmuştur. Bu dönem değişimin ve küreselleşmenin çok boyutlu ve hızlı bir şekilde yaşandığı, belirsizliklerin arttığı bir dönemde başlamıştır. Küreselleşmenin her alanda etkili olduğu, bireyler, kurumlar ve uluslar için fırsatların ve risklerin arttığı bu dönemde hazırlanan plan Türkiye’ nin ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda bütüncül bir yaklaşım ile gerçekleştireceği dönüşümleri ortaya koyan temel politika belgesi niteliği taşımaktadır (Çavuş ve Öncüler, 2009: 109).

Bu dönemin ana politikalar kısmında; Turizm sektörünün bölgeler arasındaki gelişmişlik dengesizliklerinin azaltılması yönünde katkıda bulunması, turizmde sektörel gelişmenin öncelikle yüksek düzeyde nitelik hedefine yöneltilmesi ve nicelik uğruna nitelikten ödün verilmemesi son olarak Türk turizminin uluslararası turizm pazarından azami payı alabilmesi için iç talebin yaratılmasından oluşmaktadır (DPT, 2006: 81- 82).

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Dönemi’nin amaçlar bölümü; kişi başına gelirin ve hizmet kalitesinin artırılması, pazarlama kanallarının çeşitlendirilmesi, kısa dönemin yanında uzun dönemin de dikkate alınması, küreselleşmenin olumsuz etkilerini ortadan kaldırılması için sermaye mülkiyetinin korunması bunun yanında sadece kamu kaynaklarını kullanmak yerine yeni kaynaklar yaratma aşamasına geçilmesi gibi faaliyetlerden oluşmaktadır (DPT, 2007: vii).

Turizm gelirlerinin Dokuzuncu Kalkınma Planı Dönemi sonunda 36,4 milyar dolara, ziyaretçi sayısının 38 milyona, yurt dışına çıkacak vatandaş sayısının ise 15 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu dönem sonunda belgeli toplam yatak sayısının 950 bin olması, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanması ve ikinci

konutlardaki turizme açılan yataklarla birlikte, toplam yatak sayısının 1,3 milyona ulaşması beklenmektedir (DPT, 2006: 61).

Tablo 2.18. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü

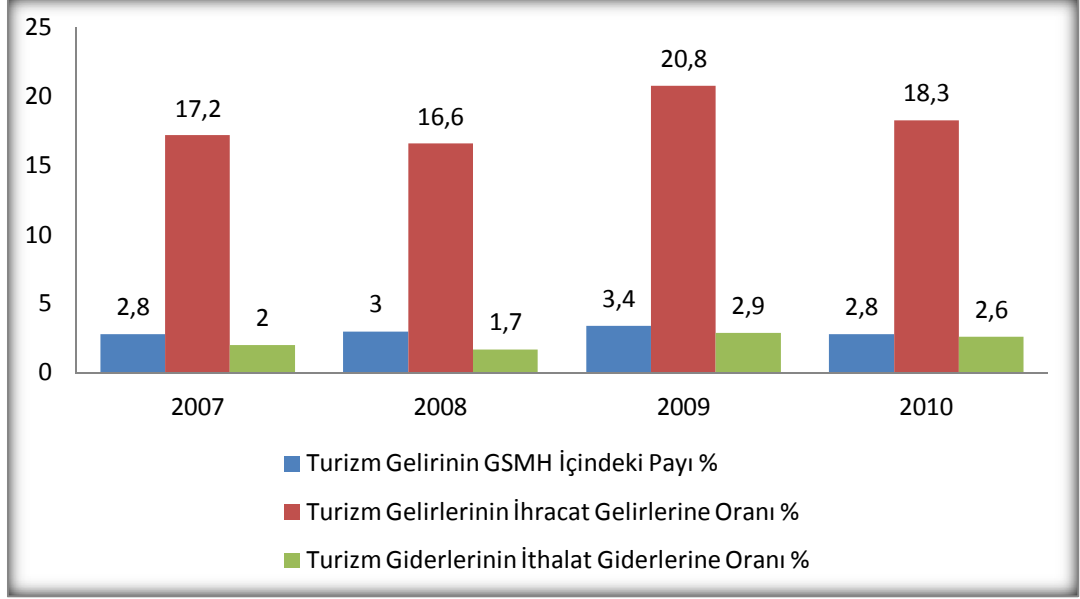
	GSMH	İHRACAT	İTHALAT	TURİZM GELİRİ	TURİZM GİDERİ
YILLAR	Milyon \$	Milyon \$	Milyon \$	Milyon \$	Milyon \$
2007	648.754,0	107.271,8	170.062,7	18.487,0	3.259,6
2008	742.094,0	132.027,2	201.963,6	21.950,8	3.506,8
2009	616.703,0	102.142,6	140.928,4	21.249,3	4.145,7
2010	735.828,0	113.979,5	185.541,0	20.806,7	4.825,2

Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri,

<http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 14. 08. 2011.

Dokuzuncu Kalkınma Plan döneminde Tablo 2.18’ de yer alan dört yılın verilerine göre 2007 yılında 648.754 milyon dolar olan GSMH oranı 2010 yılında 735.825 milyon dolara yükselmiştir. 2007-2010 yılları arasında ihracat gelirleri en yüksek oranına 2008 yılında ulaşmış ve yaklaşık 132 milyon dolar seviyesine yükselmiştir. Dönem başında yaklaşık 170 milyon dolar olan ithalat giderleri 2010 yılında 185.541 milyon dolara yükselmiştir. 2010 yılı itibariyle turizm gelirleri yaklaşık 20.806 milyon dolar iken aynı tarihte turizm giderleri yaklaşık 4.825 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Şekil 2.11. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Döneminde Turizm Sektörü



Kaynak: Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistiklerinden alınan verilerle tarafımızdan oluşturulmuştur. <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, 20. 03. 2011.

Dokuzuncu Kalkınma Planı Dönemi' nin Şekil 2.12' de yer alan ilk dört yılına ait ekonomik verilere göre, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 2007 yılında % 2,8, 2008'de % 3 ve 2009 yılında bu dört yıllık sürecin en yüksek oranına ulaşarak % 3,4 olmuş bir sonraki yıl % 2,8 seviyesine gerilemiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı bu dönemin ilk yılında % 17,2, 2008' de % 16,6, 2009' da %20,8' e yükselmiş ve 2010 yılında % 18,3 seviyesine gerilemiştir. Bu dönemde turizm giderlerinin ihracat giderlerine oranı 2007 yılında % 2, 2008 yılında % 1,7, 2009' da % 2,9 ve 2010 yılında % 2,6 olarak gerçekleşmiştir.

Genel olarak Türkiye'de kalkınma planları döneminde turizm sektörü ile ilgili tedbirlerin sürekliliği tablo 2.19'da yer almaktadır.

Tablo 2.19. Beş Yıllık Kalkınma Planlarındaki Turizm Sektörü ile İlgili Tedbirlerin Sürekliliği

Turizmle İlgili Konular	I.Plan (63-67)	II. Plan (63-72)	III. Plan (73-77)	IV. Plan (79-83)	V.Plan (84-89)	VI. Plan (90-94)	VII. Plan (96-00)	VIII. Plan (01-05)	IX. Plan (07-13)
Ödemeler Dengesi ve Ekonomik Tedbirler	*	*		*	*			*	*
Özel Sektör		*	*	*	*	*	*		
Yabancı Sermaye		*							
Teşvik, Kredi, Fon	*	*	*		*			*	
Turizm Arzı	*	*	*	*		*	*	*	*
Turizm Talebi	*				*	*	*	*	*
Mevsimlik Yoğunlaşma		*	*			*	*	*	*
Fiziksel Planlama		*	*	*	*		*	*	*
Sosyal Turizm			*	*	*	*			
Tarihsel Çevre Koruma		*						*	*
Milli Parklar			*					*	
Doğal Çevrenin Korunması					*	*	*	*	*
Kıyıların Korunması			*	*			*	*	*
İkinci Konutlar				*			*	*	
Tanıtma	*	*	*		*		*		
Turizm Eğitimi	*	*	*	*		*	*	*	*
Turizm Araştırmaları	*								
Turizm İstatistikleri					*				
Turizm Örgütlenmesi	*						*	*	*
Turizm Pazarlaması								*	*
KOBİ'ler								*	
Turizm Planlaması								*	*
Avrupa Birliği								*	
Turizm Çeşitlendirilmesi							*	*	*
Turizm İşletmeciliği								*	*

Kaynak: KOZAK, Nazmi; Meryem A. Kozak; Metin Kozak (2010), **Genel Turizm İlkeler-Kavramlar**, s.118.

Tablo 2.19' da belirtilen yirmi beş tedbirden on dokuzunun gerçekleştiği Sekizinci Kalkınma Dönemi en başarılı dönem olarak görölmektedir. Altıncı Kalkınma dönemi yedi tedbirin uygulanması bakımından en başarısız dönem olarak gerçekleşmiştir. Turizm araştırmaları sadece 1963- 1987 yılları arasında, turizm istatistikleri sadece 1984- 1989 yılları arasında ve Avrupa Birliği ile ilgili tedbirler sadece 2001- 2005 döneminde uygulandığı diğer dönemlerde uygulanamadığı görölmektedir. Kalkınma Planları döneminde en çok uygulanan tedbirler arasında; turizm arzı, turizm eğitimi ve fiziksel planlama ile ilgili tedbirler yer almaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla 1992:Q1 – 2011:Q3 dönemleri arasındaki üçer aylık veriler kullanılmıştır. Bu bağlamda öncelikle büyümenin tanımına ve türlerine değinilmiş daha sonra literatürdeki ülke ve ülkeler arası yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılacak araştırma verileri ve yöntem ile ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir. Sonraki aşamada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığı belirlenmeye çalışılmış ve elde edilen araştırma bulguları yorumlanmıştır.

3.1. BÜYÜME VE BÜYÜME TÜRLERİ

Parasız (2008: 10) çalışmasında insan topluluklarının yüzyıllar boyunca ve hatta binlerce yıldan beri herhangi bir ekonomik büyüme olmadan yaşayabildiklerini belirterek bunun temel nedeni olarak da toplumların bazı sosyal kurumlara ve ekonomik büyümenin ön koşulu olan temel düzenlemelere sahip olmamalarını göstermiştir. Bu açıdan bir ülkedeki mal ve hizmet miktarının zaman içinde artmasını iktisadi büyüme olarak değerlendirmek mümkündür.

Ancak iktisadi büyümeyi sadece üretim artışı olarak kabul etmek yanlış bir algıya sebep olabilir. Burada dikkat edilmesi gereken iki önemli nokta vardır. Herhangi bir ekonomik durgunluk döneminden sonra işsizliğin azalıp mevcut üretim kapasitesinin daha yüksek oranlarda kullanılması sebebiyle ortaya çıkan üretim artışlarının “iktisadi büyüme” ya da “iktisadi kalkınma” olarak değerlendirilmemesi gerekmektedir. Çünkü bu durum da mevcut üretim faktörlerinin ve üretim

kapasitesinin daha az atıl kalması sebebiyle oluşan bir üretim artışı söz konusudur ve bu artış tam kapasite ile çalışma noktasına ulaşınca duracaktır. Bu sebeple, iktisadi büyümeyi fiili üretim artışı olarak kabul etmekten ziyade “üretim kapasitesindeki artışlar” olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır (Kıraçlar, 2005: 13).

Varsak (2008: 5) çalışmasına göre ekonomik büyümeyi kendi içinde dokuz başlık halinde sıralamak mümkündür:

- **Spontane Büyüme:** Üretim faktörlerinin piyasada kendiliğinden harekete geçmesi sonucu ekonomide belli oranda ekonomik büyüme meydana gelir. Fizyokratların, Klasik ve Neoklasik iktisatçıların temel aldığı spontane büyümede devletin ekonomiye müdahalesi yok denecek kadar azdır.
- **Planlı Büyüme:** Bu model; kıt kaynaklardan hangilerinin ne oranda üretime aktarılacağına belirli planlar doğrultusunda yürütülmesi gerektiğini ortaya koyar. Planlı büyümede gerçekleştirilmek istenen amaç ekonomide tüm sektörlerde verimliliği arttırmaktır.
- **Kapalı Büyüme:** Ülkelerin otarşik bir yapı sergilemek zorunda oldukları bu modelde üretimde tamamen ülkenin kendi öz kaynakları kullanılmalıdır. Ülkenin dışa bağımlılığının ortadan kaldırılmasının amaçlandığı bu modelde devlet ekonomiye her alanda müdahale edebilmektedir.
- **Açık Büyüme:** Bu modelde, kapalı büyümenin aksine uluslararası emek ve sermaye önemli bir yere sahiptir. Serbest piyasa ekonomisini benimsemiş tüm ülkelerde açık büyüme modeli uygulanmaktadır.
- **Durgun Büyüme:** Nüfus artış hızı ile hasıla artış hızının birbirine eşit olduğu durgun büyümede, artan nüfus hasıladaki artışı ortadan kaldırdığından dolayı kişi başına hasıladaki artış sıfırdır.
- **Üstel Büyüme:** Hızı gittikçe artan büyüme türüdür. Ancak bu tür ekonomik büyümeyi gerçekleştiren bir ülkeye dünya ekonomisinde pek rastlanmamaktadır.
- **Biyolojik Büyüme:** Ekonomik büyümenin önce hızlı daha sonra giderek azalarak artan bir yapı gösterdiği büyüme modelidir.

- **Dengeli Büyüme:** Hem üretimde hem de tüketimde geçerli olmak üzere sektörler arası karşılıklı bağımlığın olduğu, her firmanın kendi ürünü için pazar bulmak zorunda olduğu büyüme modeline dengeli büyüme denir. Dengeli büyüme modelinde denge tüm sektörlerde kurulmak zorundadır. Bu dengenin Durgun büyümede sağlanamadığı durumlarda ekonomi kaynak israfıyla karşı karşıya kalacaktır.
- **Dengesiz Büyüme:** Dengesiz büyüme modeli, dengeli büyüme modelinin gerçeği yansıtamayacağı düşüncesiyle ortaya çıkmıştır. Dengesiz büyüme modeline göre, ekonomik büyüme ve kalkınma sürecinde bazı bölgelerin daha ileride olması büyüme ve kalkınmayı kolaylaştıracaktır.

Çalışmanın konusunu olan turizme dayalı büyüme modeli değerlendirildiğinde, bir ülkeye döviz girişi açısından bir ülkeye turist gelmesi nedeniyle o ülkenin mal ihrac etmesi, döviz çıktısı açısından değerlendirildiğinde de ülke vatandaşlarının turist olarak dış ülkelere gitmesi sebebiyle o ülkenin mal ithal etmesi arasında hiçbir fark söz konusu değildir. Bu nedenlerden dolayı turizm görünmeyen ihracat veya ithalat olarak değerlendirilmektedir (Ünlüönen vd., 2007: 145). Bu açıdan, bir gelişme stratejisi olarak turizmin ekonomik büyümeye neden olacağına ilişkin teorik dayanağın, ihracat ve ekonomik büyüme literatüründen kaynaklandığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda, yabancı turistlerin bir başka ülkede yapmış oldukları turizm amaçlı harcamalar, o ülkeye sağladığı döviz gelirleri bakımından ihracat etkisi yaratmaktadır. Çünkü turizmden sağlanan her türlü gelir, turistlere satılan her türlü ürün ve hizmet ek ihracat olarak değerlendirilmektedir. Ülkeye gelen turist sayısı arttıkça bu durum gidilen ülkedeki ürün ve hizmet üretimine olan talebinde artmasına sebep olacaktır. Bu açıdan, ihracata dayalı büyüme modelinde olduğu gibi, turizme dayalı büyüme modelinde de turizmin uzun dönemde ekonomik büyümeye neden olabileceği kabul edilmektedir (Bahar, 2006: 140).

3.2.EKONOMİK BÜYÜME VE TURİZM GELİRLERİ İLİŞKİSİ ÜZERİNE LİTERATÜR TARAMASI

Lee vd. (2002) 1990- 2002 dönemine ait verileri kullanarak turizm gelirleri ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. OECD 'ye dahil olan ve OECD'ye dahil olmayan ülkeler hedef alınarak yapılan analizlerde Hata Düzeltme Modeli (ECM) kullanılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda OECD'ye dahil olan ülkelerde turizmin ekonomik büyüme üzerinde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. OECD'ye dahil olmayan ülkelerde ise, turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir etkileşim olduğu gözlenmiştir.

Balaguer ve Cantavella (2002) 1975- 1997 dönemi için turizm gelirlerinin İspanya ekonomisine katkısını incelemişlerdir. Eşbütünleşme ve nedensellik testlerinin kullanıldığı bu çalışmada, turizmin İspanya ekonomisine uzun dönemde pozitif etki yarattığı sonucuna varılmıştır. Araştırmacılara göre 1959 liberalleşmenin başlaması ile birlikte süregelen İspanya ekonomisindeki açıklığa karşı turizm ekonomik ve teknolojik kaynak sağlama aracı olmuştur. Ayrıca İspanya ekonomisinde son otuz yılda dış ticaret açıklarının kapatılmasında turizm kaynaklı döviz gelirleri önemli bir rol oynamıştır.

Lanza vd. (2003) 13 OECD ülkesi için yapmış oldukları çalışmada 1977- 1992 dönemini dikkate almışlardır. Araştırmacılar söz konusu çalışmada İdeale Yakın Talep Sistemini (AIDS) kullanarak, 13 OECD ülkesi için turizm gelirleri ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişkinin varlığı söz konusudur.

Dritsakis (2004) turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisini Yunanistan örneği için incelemiştir. Çalışmada 1970- 2008 yılları arasındaki veriler kullanılarak turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisi araştırılmıştır. Söz konusu çalışmanın analiz aşamasında Hata Düzeltme Modeli kullanılmıştır. Çalışmada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında iki yönlü Granger nedensellik olduğu yönünde veriler elde edilmiştir.

Eugenio- Martin ve Morales (2004) Latin Amerika Ülkeleri (LAC) için turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme verilerini analiz etmek için 1980- 1997 dönemi dikkate alınmıştır. Söz konusu çalışmada analiz yöntemi olarak Genelleştirilmiş En Küçük Kareler (Panel GLS) metodu seçilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Martin vd. (2004) Latin Amerika Ülkelerinde 1985- 1998 dönemi için turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Panel Data yöntemini kullandıkları bu çalışmada dinamik paneller için Arellano-Bond tahminci uygulanmıştır. Çalışmada turistlerin kişi başına bağlı olan temel makroekonomik değişkenlerindeki gelişme ile ekonomik büyüme arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca düşük gelirli ülkelerde, ülke kalkınma aracı olarak turizm sektörünün mutlaka gerekli olmadığı ileri sürülmüştür. Bu ülkelerde, yeterli seviyede alt yapı, eğitim ve kalkınma turistleri cezp edebilecek çekicilikler arasında sayılmıştır. Son olarak orta gelirli ülkelerde de yüksek seviyede sağlık, hizmet ve yüksek GSYİH seviyeleri gibi sosyal kalkınma ihtiyacı olduğu belirlenmiştir.

Kim vd. (2005) Tayvan ekonomisi 1971- 2003 dönemi için turizmdeki gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemişlerdir. Bu incelemede turizmin Tayvan ekonomisinde önemli bir yere sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgulara göre turizm ve ekonomik büyüme arasında iki yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile Tayvan'da turizmdeki büyüme ekonomik büyümeyi sağlarken, ekonomik büyüme de turizmin gelişmesine katkı sağlanmıştır.

Oh (2005) Kore ekonomisi için turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini incelemiştir. 1975- 2001 dönemi üzerine inceleme yapılan bu çalışmada Engle Granger ve iki değişkenli VAR yaklaşımını kullanmıştır. Elde edilen veriler turizm ve ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi olmadığını göstermektedir ve bu çalışmada turizme dayalı büyüme hipotezi reddedilmiştir. Çünkü Kore'de ekonomik büyüme turizmde

gelişmeye sebep olmamakta tam aksine turizm ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Neticede Kore ekonomisi için uzun dönemde turizmin herhangi bir etkisine rastlanılmamıştır.

Wickremasinghe ve Ihalayaneke (2006) 1960- 2000 dönemi için çok değişkenli eşbütünleşme testi, hata düzeltme modeli ve varyans ayrıştırma modellerini kullanarak turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Sri Lanka için araştırılmışlardır. Çalışmada elde edilen sonuçlar turizm gelirlerinin Sri Lanka'da ki GSYİH'yı etkilediği yönündedir.

Fayissa vd. (2007) Afrika için 1995- 2004 dönemi üzerine turizmin ekonomik büyümeye etkisini araştırmışlardır. Dinamik panel data yöntemi 42 Afrika ülkesi için uygulanmıştır. Sonuç olarak turizm endüstrisinin, fiziksel insan sermayesi yatırımları yapmada Sahra Altı Afrika ülkelerinde, ekonomik büyüme ve GSYİH seviyesine önemli katkıları olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada Afrika ekonomisinin kısa dönem ekonomik gelişmesinin sağlanması stratejik olarak turizm endüstrisinin güçlendirilmesi ile sağlanabileceği savunulmuştur.

Risso ve Brida (2008)' ya göre son zamanlarda düşük gelirli ülkeler kadar gelişmiş ülkeler içinde uluslararası turizm geliri yani döviz geliri önemlidir. Araştırmacılar 1986- 2007 dönemi için Şili'de ekonomik büyümede turizmin katkısını incelemişlerdir. Çalışmada "turizm sektörü ekonomik büyümeye sebep olabilir mi ve/ya da Şili ekonomisinde anahtar rol oynayabilir mi" sorularına yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu sorulara cevap bulmak için Granger nedensellik testi ve Johansen eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Neticede turizme dayalı ekonomik büyüme modelini destekler sonuçlar elde edilmiştir.

Such vd. (2008) çalışmalarında turizmin ekonomik büyümeye katkısını Kolombiya için araştırmışlardır. Çalışmada ilk olarak diğer endüstrilerin ve turizm endüstrisinin toplamının ekonomik büyüme içinde payını belirlemek için kişi başına GSYİH ayrımları yapılmıştır. İkinci olarak turizm giderlerinin Kolombiya ekonomisine etkileri araştırılmış ve bunun için üç aylık veriler kullanılarak Johansen eşbütünleşme testi ile sınama yapılmıştır. Ayrıca araştırmada Granger nedensellik testi

kullanılmıştır. Turizm gelirlerinin kişi başına GSYİH oranlarını pozitif yönde etkilediğini destekler nitelikte bulgular elde edilmiştir.

Fayissa, Nsiah ve Tadesse (2009)' e göre 1995- 2007 döneminde Latin Amerika ülkelerinde (Merkezi ve Güney Amerika) turist ziyaretleri 14,3 milyondan 27,9 milyona (yaklaşık % 49 artış) yükselmiştir. Bu turistlerden elde edilen gelirler 2,3 milyon dolardan 3,7 milyon dolara (yaklaşık % 61 artış) yükselmiştir. Turizm endüstrisi, Latin Amerika ülkelerinde 2004 yılında % 8,7 gibi oldukça önemli bir orana sahip olmuştur. Söz konusu çalışma 17 Latin Amerika ülkesi için panel data yöntemi 1995- 2004 dönemi için uygulamıştır. Elde edilen sonuçlar turizm endüstrisinden elde edilen gelirlerin Latin Amerika ülkelerinde ekonomik büyümeye ve GSYİH' ya pozitif katkıda bulunduğu ayrıca fiziki ve beşeri sermaye yatırımlarını desteklediği yönündedir.

Khalil ve Kakar (2007) kısa dönemli ekonomik büyümede turizmin rolünü Pakistan için incelemişlerdir. Araştırmada Pakistan için 1960- 2005 dönemi baz alınmıştır. Söz konusu çalışmada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki hata düzeltme yöntemi ile incelenmiştir. Neticede turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki bulunmuş ve Pakistan'ın ekonomik kalkınmasında turizmin gerekli olduğu sonucuna varılmıştır.

Bahar (2006) tüm dünyada hizmet ticaretini % 30' unu turizm sektörü oluşturmaktadır. Bu sebeple turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkiyi test etmek, turizm endüstrisinin ekonomik büyümeye katkısını ortaya koymak için önemli olduğunu iddia etmiştir. Araştırmada 1963- 2004 yılları arasındaki turizm gelirleri ile GSMH' dan oluşan zaman serisi, VAR modeli kullanılarak Türkiye için incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna varılmıştır ayrıca uzun dönemde her iki parametre arasında karşılıklı ilişkiye rastlanmıştır.

Yavuz (2006) çalışmasında 1992:1- 2004:4 dönemi üzerine Türkiye'de turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye etkisini yapısal kırılma ve nedensellik analizi ile test etmiştir. Çalışmada geleneksel birim kök testlerinin yanı sıra, yapısal kırılmanın

varlığının tespiti için, Zivot ve Andrews'ın birim kök testi de kullanılmıştır. Ayrıca Granger nedensellik testleri ile birlikte birim kök ve eşbütünleşme testleri dikkate alınmaksızın uygulanan Toda- Yamamoto (1995) yaklaşımı da kullanılmıştır. Araştırma neticesinde turizm gelirleri ve iktisadi büyüme arasında nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

Aslan (2008) yaptığı çalışmada Türkiye'nin uzun dönem ekonomik gelişiminde turizmin rolü araştırmıştır. 1992:1- 2007:2 dönemi için turizm gelirleri, gayrisafi milli hasıla ve reel döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkisini tespit edilmeye çalışılan bu çalışmada Johansen eş bütünleşme ve Granger nedensellik testleri kullanılmıştır. Elde edilen analiz sonuçları ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında uzun dönemli dolaylı bir ilişkinin mevcut olduğunu göstermiştir. Ayrıca çalışmadaki bulgular turizmin yaklaşık son 15 yıl boyunca Türkiye'nin ekonomik büyümesini desteklediği yönündedir.

Çetintaş ve Bektaş (2008) 1964- 2006 dönemini üzerine Türkiye'de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli nedensellik ilişkilerini ARDL yöntemi kullanılarak incelemişlerdir. Çalışmada kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki tespit edilemezken, uzun dönemde turizmin ekonomik büyümenin önemli bir belirleyicisi olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca turizm gelirleri ekonomik büyümenin anlamlı Granger nedeni iken ters yönde bir nedenselliği bulgular desteklememiştir. Elde edilen veriler, iki değişken arasındaki uzun dönemli ilişki ve turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye tek yönlü nedensellik olan turizme dayalı büyüme hipotezinin uzun dönemde Türkiye için geçerli olduğunu destekler nitelik taşımıştır. Çalışmada elde edilen tüm verilere dayanarak, turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisi için önemli büyüme kaynaklarından birisi olduğu iddia edilmiştir. Özdemir ve Öksüzler (2006) turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini Türkiye için incelemişlerdir. Çalışmada 1963- 2003 dönemine ait turizm gelirleri, GSMH ve reel döviz kuru değişkenlerini kullanarak araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlerin birim köke sahip olmaması nedeniyle Johansen tekniği uygulanmıştır. Ayrıca nedensellik ilişkisini araştırmak için hata doğrulama

modeli kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar hem kısa hem de uzun dönemde turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir.

Kırbaş ve Kasman (2004)' ın 1963- 2002 dönemini kapsayan çalışmalarında Türkiye' deki ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelenmiştir. Söz konusu çalışmada eşbütünleşme ilişkisinin tahmin edilmesinde Johansen (1988) eşbütünleşme testi ve Peseran, Shin ve Smith (2001) sınır eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, sadece bir tane uzun dönem ilişkisi bulunmaktadır. Granger nedensellik testi sonuçlarına göre ise turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgularla, 1963- 2002 dönemi için Türkiye' de turizme dayalı büyüme hipotezinin varlığı doğrulanmıştır.

Literatür taramasına özet olarak tablo 3. 1' de yer verilmiştir.

Tablo 3.1. Ekonomik Büyüme ve Turizm Gelirleri İlişkisi Üzerine Literatür Özeti

Yazar/Yıl	Dönem	Bölge/Ülke	Method	Sonuç
Lean ve Tang/2010	1989- 2009	Malezya	Var Analizi ve Granger Nedensellik	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Bahar ve Bozkurt/2010	1998- 2005	21 Gelişmekte Olan Ülke	Dinamik Panel Data	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Fayissa, Nsiah ve Tadesse/2009	1995- 2007	Latin Amerika Ülkeleri	Panel-Data	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Risso ve Brida/2009	1986- 2007	Şili	Granger Nedensellik ve Johansen Eşbütünleşme	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Such vd./2008	1990- 2006	Colombia	Granger Nedensellik ve Johansen Eşbütünleşme	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Lee vd./2008	1990- 2002	OECD' ye dahil olan ve OECD' ye dahil olmayan ülkeler	Hata Düzeltme Modeli	OECD' ye dahil olan ülkelerde turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir. OECD' ye dahil olmayan ülkelerde turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı etkileşim gözlenmiştir.
Fahissa vd. /2007	1995- 2004	42 Afrika Ülkesi	Dinamik Panel Data	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Khalil ve Kakar /2007	1960- 2005	Pakistan	Hata Düzeltme Modeli	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.

Tablo 3.1 'in Devamı

Yazar/Yıl	Dönem	Bölge/Ülke	Method	Sonuç
Kim vd./2006	1971- 2003	Tayvan	Birim Kök ve Johansen Eş Bütünleşme Testi, Granger Nedensellik	Turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı etkileşim gözlenmiştir.
Wickremasinghe ve Ihalayaneke/2006	1960- 2000	Sri Lanka	Çok Değişkenli Eşbütünleşme Testi, Hata Düzeltme Modeli ve Varyans Ayrıştırma Modeli	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Dritsakis /2004	1970- 2008	Yunanistan	Hata Düzeltme Modeli, Granger Nedensellik	Turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı etkileşim gözlenmiştir.
Eugenio-Martin vd. /2004	1980- 1997	Latin Amerika Ülkeleri	Genelleştirilmiş En Küçük Kareler	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Martin vd. /2004 Yazar/Yıl	1985- 1998 Dönem	Latin Amerika Ülkelerinde Bölge/Ülke	Panel Data Metod	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir. Sonuç

Tablo 3.1 'in Devamı

Yazar/Yıl	Dönem	Bölge/Ülke	Metod	Sonuç
Lanza vd./2003	1977- 1992	13 OECD Ülkesi	İdeale Yakın Talep Sistemini (AIDS)	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Balaguer ve Cantavella/ 2002	1975- 1997	İspanya	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
TÜRKİYE İÇİN YAPILAN ÇALIŞMALAR				
Yazar/Yıl	Dönem	Method	Sonuç	
Akan ve Işık/2009	1970- 2007	Philips ve Perron, Eş Bütünleşme ve Nedensellik	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.	
Zortuk/2009	1990: 1- 2008: 3	Hata Düzeltme Modeli ve Granger Nedensellik	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.	

Tablo 3.1' in Devamı

Yazar/Yıl	Dönem	Metod	Sonuç
Aslan /2008	1992: 1- 2007: 2	Granger Nedensellik ve Johansen Eşbütünleşme	Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir.
Kaplan ve Çelik/2008	1963- 2006	Granger Nedensellik ve Johansen Eşbütünleşme	Uzun dönemde turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Çetintaş ve Bektaş/2008	1964- 2006	ARDL	Uzun dönemde turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Kızılgöl ve Erbaykal/2008	1992: 1- 2006: 2	Toda- Yamamoto	Ekonomiye dayalı turizm gelirleri hipotezi gözlenmiştir.
Bahar /2006	1963- 2004	VAR Analizi	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir. Uzun dönemde ise Turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı etkileşim gözlenmiştir.
Yavuz /2006	1992: 1- 2004: 4	Birim Kök Testleri, Granger Nedensellik, Toda- Yamamoto	Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi gözlenmemiştir.
Özdemir ve Öksüzler/ 2006	1963- 2003	Hata Düzeltme Modeli ve Johansen Eşbütünleşme	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.

Tablo 3.1.’ in Devamı

Yazar/Yıl	Dönem	Metod	Sonuç
Kızılgöl/2006	1963- 2005	Hata Düzeltme Modeli, Granger Nedensellik ve Eşbütünleşme	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.
Kırbaş ve Kasman/2004	1963- 2002	Johansen Eşbütünleşme Testi, Peseran, Shin ve Smith Sınır Eşbütünleşme Testi, Granger Nedensellik	Turizme dayalı büyüme hipotezi gözlenmiştir.

3.3. KULLANILAN VERİ VE MODEL

Çalışmanın temel amacı, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığını test etmek ve olası ilişkinin yönünü ortaya koymaktır. Bu bağlamda turizme dayalı büyüme modeli çerçevesinde model oluşturulmuş ve karşılıklı iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda kurulan model Balaguer (2002)’ in çalışmasına dayandırılmıştır. Balaguer (2002) yaptığı çalışmada turizm geliri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelerken, turizm açısından rekabet gücünü etkileyeceğine inandığı reel döviz kuru değişkenini de modeline dahil etmiştir. Bu çalışmada turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki karşılıklı ilişki incelenmiş ve bu nedenle reel döviz kuru değişkeni Balaguer (2002)’ den farklı olarak modelden dışlanmıştır.

$$LGSYİH_t = \beta_0 + \beta_1 LG_1 + \varepsilon_t \quad (3.1)$$

$$t = 1992:Q1 - 2011:Q3$$

Yukarıdaki denklemde yer alan denklemde yer alan değişkenler aşağıda sırasıyla yer verilmiştir:

LGSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (sabit fiyatla) 3' er aylık dönemler halinde derlenmiş ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İstatistiki Veriler (EVDS) veri tabanından elde edilmiştir. Seri doğal logaritması alınmış olarak kullanılmış ve bağımlı değişken olarak modele dahil edilmiştir.

LTG: Turizm gelirleri 3' er aylık dönemler halinde derlenmiş ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası İstatistiki Veriler (EVDS) veri tabanından elde edilmiştir. Dolar cinsinden olan turizm gelirleri nominal dolar kuru ile TL' ye çevrilmiş, daha sonra Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) kullanılarak reel hale getirilmiştir. Seri doğal logaritması alınmış olarak kullanılmış ve bağımsız değişken olarak modele dahil edilmiştir.

Zaman serileri kullanılarak yapılan analizlerde genellikle düzenli mevsimsel dalgalanmalar gözlenmektedir. Çalışmada kullanılan veriler üçer aylık olması nedeniyle söz konusu seriler Tramo- Seats yöntemi ile mevsimsellikten arındırılarak modele dahil edilmiştir.

3.4. YÖNTEM VE BULGULAR

Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada, serilerin durağanlığını araştırmak için ADF ve PP birim kök testleri, değişkenler arası uzun dönemli ilişkiyi tespit etmek için Johansen Eşbütünleşme testi ve son olarak ilişkinin yönünü belirlemek için Granger nedensellik testi kullanılmıştır.

3.4.1. Birim Kök (Durağanlık) Testi

Gujarati (2010: 730) çalışmasında zaman serisi değişkeninin, başka bir veya birden fazla zaman serisine göre regresyonunun çoğu zaman anlamsız veya düzmece bulgular verebileceğini iddia etmiştir. Bu nedenle serilerin durağanlıklarının test edilmesi gerekmektedir.

“Deterministik bir yapısı olmayan ve ‘d’ kere farkı alındıktan sonra ortalaması ve varyansı sabit, doğrusal bir otoregresif hareketli ortalama (ARMA) süreci sergileyen seri” durağan seri olarak kabul edilir (Saçkan, 2006: 40). Bir değişkenin durağan olup olmadığını ya da durağanlık derecesini tespit etmede kullanılan en geçerli yöntem birim kök testidir (Akıncı, 2008: 48). Ampirik çalışmalarda serilerin durağanlık özelliklerinin sınanmasında yaygın olarak Genişletilmiş Dickey- Fuller (ADF) (1981) ve Phillips- Perron (PP) (1988) testleri kullanılmaktadır.

3.4.1.1. Genişletilmiş Dickey- Fuller (ADF)

Dickey- Fuller (DF) testi, hata terimlerinin otokorrelasyon içermesi durumunda kullanılamamaktadır. Zaman serisinin gecikmeli değerleri kullanılarak hata teriminin sahip olduğu otokorrelasyon yok edilebilmektedir. Dickey-Fuller bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerini, bağımsız değişken olarak modele ilave eden yeni bir test geliştirmiştir. Söz konusu test Genişletilmiş Dickey- Fuller testidir (Yılmaz, 2005: 69).

Testte Dickey ve Fuller (DF) (1979) karar kriteri olarak, t-istatistiğinin sapmalı olması nedeniyle τ (tau) adını verdikleri düzeltilmiş t tablosu oluşturmuş ve bu tablonun kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir. DF (1979) tarafından tablolaştırılan kritik değerler üç genel model için oluşturulmuştur (Aktaş, 2009: 38):

$$\Delta y_t = \gamma \cdot y_{t-1} + u_t \quad (3.2)$$

$$\Delta y_t = m_0 + \gamma \cdot y_{t-1} + u_t \quad (3.3)$$

$$\Delta y_t = m_0 + m_2 \cdot t + \gamma \cdot y_{t-1} + u_t \quad (3.4)$$

Burada (3.2) nolu denklem sadece stokastik trendi içermektedir. (3.3) nolu denklem destokastik trend ve sabit terim, (3.4) nolu denklemde ise hem basit hem de stokastik ve deterministik trendin birlikte modellendiği bir süreç tanımlanmıştır. Test istatistiği ise Dickey- Fuller (DF) (1979) tarafından oluşturulan τ tablosunun τ_μ bölümü kullanılmıştır. (3.4) nolu modelin kullanılması halinde ise τ_τ bölümünden yararlanılmıştır. İkinci modele benzer bir modelin birim kök sınavasında H_0 hipotezinin red edilmemesi durumunda serinin $m_0/(p-1)$ sabit ortalaması etrafında durağan olduğunu göstermektedir (Sunal ve Aykaç, 2005: 7).

Yukarıdaki açıklanan Dickey- Fuller (DF) (1979) testinde hata terimlerinin beyaz gürültü (White Noise) sürecine sahip olduğu varsayılmaktadır. Ancak otokorelasyon olması halinde EKK (En Küçük Kareler) tahminlerinin sağlıklı olması için test geliştirilmiş ve Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) birim kök testi olarak adlandırılmıştır. Dickey- Fuller (DF) testinde oluşturulan denklemler ADF testinde aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur (Aktaş,2009:38-39);

$$\Delta y_t = \gamma \cdot y_{t-1} + \sum_{i=2}^p \beta_i \Delta y_{t-i+1} + u_t \quad (3.5)$$

$$\Delta y_i = m_0 + \gamma \cdot y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i+1} + u_t \quad (3.6)$$

$$\Delta y_i = m_0 + m_2 \cdot t + \delta \cdot y_{t-1} + \alpha_i \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta y_{t-i+1} + u_t \quad (3.7)$$

Burada sözgelimi $\Delta y_{t-1} = (y_{t-1} - y_{t-2})$, $\Delta y_{t-2} = (y_{t-2} - y_{t-3})$, vb.dir, yani gecikme fark terimleri kullanılır. Gecikmeli fark terimleri sayısı, çoğunlukla görgül olarak belirlenir, ana düşünce, model (3.7)'deki hata teriminin ardışık bağımsız olmasını sağlayacak kadar terimi modele katmaktır. Sıfır önsavı burada $\gamma=0$ ya da $p=1$ 'dir, yani y ' de birim kök vardır (y durağan değildir). Özetle (3.7) gibi modellere

DF sınaması uygulanırsa, buna genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) sınaması denir. ADF sınaması istatistiği ile DF istatistiği aynı kavuşma dağılımının özelliklerini taşıdıklarından eşik değerleri de aynıdır (Gujurati, 2010: 720).

Çalışmada kullanılan ADF sonuçlarına Tablo 3.2’ de yer verilmiştir.

Tablo 3.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Düzy						
Değişkenler	ADF t- istatistik Kesişim (C)	Kritik Değer		ADF t- istatistik Trend (C+T)	Kritik Değer	
InGSYİH	-0.24 (1)	%1	-3.51	-2.59(0)	%1	-4.08
InTG	-4.00 (1)*	%5	-2.89	0.013(0)	%5	-3.46
		%10	-2.58		%10	-3.16
1.Fark						
Δ InGSYİH	-4.39(1)*	%1	-3.51	-4.38(3)*	%1	-4.08
Δ InTG	-3.81(0)*	%5	-2.89	-5.35(1)*	%5	-3.46
		%10	-2.58		%10	-3.16

Not: Parantez içi değerler optimal gecikme uzunluklarıdır. Geliştirilmiş Dickey-Fuller (ADF) testi sonuçları, değişkenlerin düzey değerlerinin birim kök içerdiklerini göstermektedir. Schwarz Bilgi Ölçütü (SIC)’ne göre maksimum gecikme uzunluğu 5 olarak alınmıştır. Değişkenlerin birinci farkları, ADF test sonuçlarına göre %1’de birim kök içermemektedir.

Tablo 3.2.’ görüldüğü üzere GSYİH değişkeni düzey değerlerinde (hem kesişimde hem de kesişim + trend de) birim kök içermektedir. Yani bu değişken durağan değildir. TG değişkeni ise düzey değerlerinde kesişimde birim kök içermemekte (durağan) fakat kesişim + trend de ise birim kök içermektedir. Serilerin birinci farkları ADF sonuçlarına göre birim kök içermemektedir. Kısaca serilerin birinci farkları durağandır.

3.4.1.2. Phillips ve Perron Testi

Phillips ve Perron (PP) (1988) hata terimlerine ilişkin daha esnek varsayımlara sahip olan Dickey- Fuller sürecini oluşturmuşlardır. ADF modeli hata terimlerini bağımsız ve homojen varsayarken, Phillips- Perron modeli hata terimlerinin bağımlı ve heterojen olmasına olanak sağlamaktadır. PP birim kök testini ADF birim kök testinden ayıran nokta, alternatif formlardan hiçbirinde bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin yer almamasıdır (Aktaş ve Yılmaz, 2008: 96). PP sınamasında bu süreç için aşağıdaki modelleri kullanılmışlardır (Phillips ve Perron, 1988: 338):

$$y_t = \mu + \alpha y_{t-1} + u_t \quad (3.8)$$

$$y_t = \mu + \beta \left(t - \frac{1}{2}T \right) + \alpha y_{t-1} + u_t \quad (3.9)$$

T: Gözlem sayısı

ADF testinde kullanılan tablo değerleri, hesaplanan PP test istatistikleri ile karşılaştırılarak birim kökün var olup olmadığı araştırılır. PP için H_0 hipotezi birim kökün varlığını yani serinin durağan olmadığını, alternatif hipotez ise serinin birim kök içermediğini yani serinin durağan olduğu durumu ifade etmektedir. PP test istatistiği değeri, istatistiklerin kritik değerlerinden daha negatif ise bu durum birim kökün varlığını öne süren sıfır hipotezinin reddedildiği anlamına gelmektedir (Demireli vd., 2010: 60).

Zaman serisi analizlerinde eğer seriler yapısal kırılma içerirse birim kök testi, reddedilmesi gereken hipotezin kabulüne sebep olabilecektir. Bu nedenle serilerin durağanlığını test etmek için yapısal kırılma faktörünü de dikkate alan Phillips-Perron (1998) testi kullanılmış ve test sonuçlarına Tablo 3.3 'de yer verilmiştir.

Tablo 3.3. Phillips- Perron Birim Kök Testi Sonuçları

Düzy						
Değişkenler	PP t- istatistik Kesişim (C)	Kritik Değer		PP t- istatistik Trend (C+T)	Kritik Değer	
InGSYİH	-0.22(3)	%1	-3.51	-1.36(1)	%1	-4.08
InTG	-4.10(1)*	%5	-2.89	0.48 (2)	%5	-3.46
		%10	-2.58		%10	-3.16
1.Fark						
Δ InGSYİH	-7.93(3)*	%1	-3,51	-7.89(3)*	%1	-4.08
Δ InTG	-5.28(5)*	%5	-2.89	-6.69(3)*	%5	-3.46
		%10	-2.58		%10	-3.16

Not: Parantez içi, Bandwidth değerleridir.

Tablo 3.3.' görüldüğü üzere GSYİH değişkeni düzey değerlerinde (hem kesişimde hem de kesişim + trend de) birim kök içermektedir. Yani bu değişken durağan değildir. TG değişkeni ise düzey değerlerinde kesişimde birim kök içermemekte (durağan) fakat kesişim + trend de ise birim kök içermektedir. Serilerin birinci farkları PP sonuçlarına göre birim kök içermemektedir. Yani serilerin birinci farkları durağandır.

3.4.2. Johansen Eşbütünleşme Testi

Eşbütünleşme, durağan olmayan değişkenlerin bir doğrusal yapıya sahip olmayan değişkenlerin bir doğrusal bileşimidir. Teorik olarak bütünselleşmiş değişkenler arasında uzun dönem doğrusal olmayan bir ilişki ortaya çıkabilir. Eşbütünleşme olabilmesi için söz konusu olan bütün değişkenler aynı derecede entegre olmalıdır. Ancak bu değişkenlerin linear kombinasyonlarından elde edilen hata terimi durağan ise, değişkenler arasında eşbütünleşme var diyebiliriz. Eşbütünleşmenin eksikliği, değişkenler arasında uzun dönem dengesinin olmadığı anlamına gelir (Gül ve Ekinci, 2006: 96).

Maksimum olabilirlik tahmin yöntemi uygulayan eşbütünleşik vektörlerin varlığını Johansen testi durağan olmayan serilerin düzey değeri ve farklarını içeren VAR (Vector Auto Regression) uygulamasıdır. Johansen uygulaması aynı dereceden durağan değişkenler arasında birden fazla uzun dönemli ilişkiyi tespit eder. Vektör otoregresyon modeli tüm değişkenleri gecikmeli değerleri cinsinden ifade eder.

$$X_t = \Pi_1 X_{t-1} + \dots + \Pi_k X_{t-k} + \varepsilon_t \quad t=1,2,\dots \quad (3.10)$$

Vektörün birinci farkı alındıktan sonra,

$$\Delta X_t = \Pi_1 \Delta X_{t-1} + \dots + \Pi_k \Delta X_{t-k} + \varepsilon_t \quad (3.11)$$

$$\Pi_i = -I + \Pi_1 + \Pi_2 + \dots + \Pi_i \quad i=1,2,\dots,k-1 \quad (3.12)$$

$$\Pi = \Pi_1 - \dots - \Pi_k \quad (3.13)$$

Yukarıdaki denklemlerde;

Π matrisi değişkenler arası uzun dönemli ilişkinin göstergesidir. Eğer $k \times k$ boyutlu Π matrisinin rankı $r=0$ olursa, X_t değişkenleri durağan değildir. Eğer Π matrisi tam rankına sahip ise, $r=k$, X_t değişkenleri durağandır ve bu sebeple uzun dönem ilişkisi bulunmaktadır. $r < k$ olması durumunda ise X_t değişkenler vektörünün elemanları arasında r tane eşbütünleşik vektör vardır (KYZY, 2008: 62- 63).

Serilerin birinci farkları hem ADF hem de PP test sonuçlarına göre birim kök içermiştir. Bu nedenle seriler arasında eşbütünleşme olma ihtimali ortaya çıkmıştır. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Johansen Eşbütünleşme testi ile sınanmıştır. Daha önce optimal gecikme uzunluğunun tespiti için yapılan ve VAR modeli tahminine dayanan analiz sonuçları Tablo 3.4' de verilmiştir.

Tablo 3.4. VAR Gecikme Uzunluğu Seçme Kriteri

Gecikme Uzunluğu	LogL	LR	FPE	AIC	SC
0	-93.68818	NA	0.048911	2.658005	2.721246
1	222.2350	605.5195	8.44E-06	-6.006528	-5.816806*
2	225.6615	6.377116	8.58E-06	-5.990598	-5.674394
3	227.0325	2.475452	9.24E-06	-5.917571	-5.474886
4	227.5965	0.986966	1.02E-05	-5.822126	-5.252959
5	240.8307	22.42449*	7.89E-06*	-6.078629*	-5.382981
6	244.3798	5.816698	8.02E-06	-6.066106	-5.243977
7	247.0703	4.259968	8.35E-06	-6.029732	-5.081121

Not: * İlgili kritere göre belirlenen en uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

LR: Likelihood Oranı (Her test için % 5)

FPE: Son Tahmin Hatası

AIC: Akaike Bilgi Kriteri

SC: Schwarz Bilgi Kriteri

Var modeli tahmini ile optimal gecikme uzunluğu 5 çeyrek olarak tespit edilmiştir. Yukarıda verilen Tablo 3.4' de görüldüğü gibi LR, FPE ve AIC kriterleri gecikme uzunluğunu 5 olarak göstermektedir. Tablo 3.5' de 1. farkları durağan olan GSYİH ve TG verilerine ait Johansen eşbütünlük test sonuçları verilmektedir.

Tablo 3.5. Johansen Eşbütünlük Test Sonuçları

Trend Varsayımı: Deterministik Trend				
Seriler: InGDP ve InTG				
Gecikme Aralığı (Birinci Farkında)				
İz Testi				
Eşbütünlük Eşitlik Sayısı	Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değer	%1 Kritik Değer
Hiç Yok*	0.194338	19.07701	15.41	20.04
En Çok 1	0.047692	3.518421	3.76	6.65

*(**) (%1) %5 düzeyinde hipotezi reddetmektedir.				
İz testi % 5 anlamlılık düzeyinde 1 tane eşbütünleşme eşitliği olduğunu göstermektedir.				
İz testi % 1 düzeyinde hiçbir eşbütünleşme olmadığını göstermektedir.				
Maksimum Özdeğer Testi				
Eşbütünleşik Eşitlik Sayısı	Özdeğer	Maks-Özdeğer İstatistiği	%5 Kritik Değer	% 1 Kritik Değer
Hiç Yok*	0.194338	15.55859	14.07	18.63
En Çok 1	0.047692	3.518421	3.76	6.65
*(**) (%1) %5 düzeyinde hipotezi reddetmektedir.				
Maksimum özdeğer testi % 5 anlamlılık düzeyinde 1 tane eşbütünleşme eşitliği olduğunu göstermektedir.				
Maksimum özdeğer testi % 1 düzeyinde hiçbir eşbütünleşme olmadığını göstermektedir.				

Yapılan test sonuçları GSYİH ve TG değişkenleri arasında I(1) düzeyinde eşbütünleşme ilişkisinin varlığını göstermektedir. Buradan hareketle iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur.

3.4.3. Vektör Hata Düzeltme Modeli

Eşbütünleşmiş değişkenlerin dikkat çeken prensibi zaman içerisinde uzun dönem dengesinde sapmaların meydana gelmesidir. Modelin uzun dönem dengesini tekrar sağlayabilmesi için değişkenlerden bazılarının bunu gerçekleştirecek durumda olması gerekmektedir. Hata düzeltme modelinde sistemdeki değişkenlerin kısa dönem dinamikleri dengedeki sapmalardan etkilenmektedir. Hata düzeltme modeli denklemleri değişkenlerin birinci farklarının yanı sıra eşbütünleşme regresyonunun bir dönem gecikmeli hatalarını da ihtiva etmektedir. Hata düzeltme modelinin kullanılması, kısa ve uzun dönemli nedenselliklerin ortaya konması ve değişkenler arasındaki dengesizliğin belirlenerek bu dengesizliğin düzeltilmesinin sağlanması bakımından da avantaj sağlamaktadır (Şahbaz, 2009: 140). Hata düzeltme modeli 3.11 ve 3.12 numaralı denklemlerde ifade edilmektedir (Enders, 1995: 375).

$$\Delta y_t = \alpha_1 + \alpha_y(y_{t-1} - \beta_1 z_{t-1}) + \sum_{i=1} \alpha_{11}(i) \Delta y_{t-1} + \sum_{i=1} \alpha_{12}(i) \Delta z_{t-i} + \varepsilon_{yt} \quad (3.11)$$

$$\Delta z_t = \alpha_2 + \alpha_z(y_{t-1} - \beta_1 z_{t-1}) + \sum_{i=1} \alpha_{21}(i) \Delta y_{t-1} + \sum_{i=1} \alpha_{22}(i) \Delta z_{t-i} + \varepsilon_{zt} \quad (3.12)$$

Vektör Hata Düzeltme Modeline ait katsayıları 3.13 numaralı denklemde yer verilmiştir.

$$\begin{aligned} \ln \text{GSYİH} &= C + \ln \text{TG} \\ \ln \text{GSYİH} &= 17.10C + 0,04 \ln \text{TG} \end{aligned} \quad (3.13)$$

(1.82)^{***}

Not: Parantez içi t- testi değeridir. ***: %10 düzeyinde anlamlıdır.

Model sonucunu yorumlandığında, turizm gelirlerinin GSYİH üzerinde uzun dönemde % 10 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak pozitif anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir.

3.4.4. Granger Nedensellik Testi

Uygulamalı ekonometrik çalışmalarda, zaman serileri arasındaki nedensellik ilişkilerinin tespit edilmesi için en sık kullanılan yöntem Granger (1969) tarafından geliştirilen nedensellik analizidir (Karaca, 2003: 250). Granger anlamda nedensellik şu şekilde tanımlanabilir:

Y değişkenine göre, X' in geçmiş değerleri kullanıldığında, X' in geçmiş ya da gecikmeli değerleri kullanıldığı duruma göre daha başarılı ise bu duruma X, Y' nin Granger nedenidir şeklinde yorumlanır (Yücel ve Ata, 2003: 7).

Granger testi yukarıdaki X ve Y arasındaki ilişkiden hareketle aşağıdaki gibi açıklanmaktadır (Gujarati, 2010: 620- 621):

Sınama aşağıdaki regresyon tahminini gerektirir:

$$Y_t = \sum_{i=1}^n \alpha_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^n \beta_j Y_{t-j} + u_{1t} \quad (3.14)$$

$$X_t = \sum_{i=1}^m \lambda_i X_{t-i} + \sum_{j=1}^m \delta_j Y_{t-j} + u_{2t} \quad (3.15)$$

Burada;

u_{1t} ve u_{2t} : Hata terimleridir ve birbirleriyle ilişkisiz oldukları varsayılmaktadır.

Denklem (3.14): Bugünkü Y' nin, geçmiş Y değerleri ve X değerleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Denklem (3.15): X_t 'in geçmiş X ve Y değişkenlerine bağlı olduğu durumu ifade eder.

X ve Y değişkenlerinin birbirlerine etkisi konusunda (3.14) ve (3.15) denklemlerinden hareketle dört durumdan bahsedebiliriz:

- **X'in Y' yi tek yönlü olarak etkilemesi durumu (X→Y)**

Eğer (3.14)' deki gecikmeli X' in tahmin edilen parametreleri istatistiksel olarak sıfırdan farklıysa (yani $\sum \alpha_i \neq 0$ olması) ve (3.15) deki gecikmeli Y' nin tahmin edilen katsayıları bir küme olarak istatistiksel olarak sıfırdan farklı olmaması (yani $\sum \delta_j = 0$ olması) X' den Y' ye doğru (X→Y) tek yönlü nedenselliği gösterir.

- **Y' nin X' i tek yönlü etkilemesi durumu (Y→X)**

Yukarıdaki ifadenin tersine eğer (3.14)'deki gecikme X'in tahmin edilen parametreleri istatistiksel olarak sıfırdan farklı değil ise (yani $\sum \alpha_i = 0$) ve (3.15) deki gecikmeli Y'nin tahmin edilen katsayıları istatistiksel olarak sıfır ile aynı değil ise (yani $\sum \delta_j \neq 0$) Y'den X'e doğru (Y→X) tek yönlü nedenselliği gösterir.

- **X ve Y' nin karşılıklı olarak birbirlerini etkilemeleri durumu (X↔Y)**

Bu durumda denklemdeki hem X hem de Y parametreleri istatistiksel olarak sıfırdan anlamlı derecede farklıysa (yani $\sum \lambda_i \neq 0, \sum \delta_j \neq 0, \sum \alpha_i \neq 0$ ve $\sum \beta_j \neq 0$) bu durum geri besleme veya karşılıklı olarak nedenselliği gösterir.

- **X ve Y' nin karşılıklı olarak birbirlerini etkilememesi durumu**

Bu durumun varlığı Granger nedenselliği hem (3.14) hem de (3.15) deki denklemlerdeki parametreler istatistiksel olarak anlamlı değil iseler bu da bağımsızlık anlamına geldiği şeklinde açıklar.

Çalışmada kullanılan Granger Nedensellik testi sonuçlarına Tablo 3.6' da yer verilmiştir.

Tablo 3.6. VAR Granger Nedensellik/ Blok Dışsallık Wald Testi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D (InGSYİH)			
Dışlanan Değişken	Ki-Kare Testi	Serbestlik Derecesi	Olasılık
D(InTG)	4.405888	2	0.1105
Bağımlı Değişken: D (InTG)			
Dışlanan Değişken	Kİ-Kare Testi	Serbestlik Derecesi	Olasılık
D(InGSYİH)	5.101393	2	0.0780***

Tablo 3.6 incelendiğinde % 10 düzeyinde GSYİH' dan TG ye doğru tek yönlü bir etkinin olduğu hipotezi kabul edilmektedir. TG' den GSYİH ye doğru bir etkinin olduğu hipotezi ise % 10 düzeyinde reddedilmektedir. Böyle bir etkinin var olduğu hipotezi ancak % 11 düzeyinde kabul edilebilmektedir.

SONUÇ

Bir yerde sürekli kalıŖa dönüşmemek koşulu ile (bu süre en az 24 saat en fazla bir yıl olarak belirlenmiştir) gelir sağlayıcı hiçbir faaliyette bulunmayarak yabancıların kısa süreli kalışlarından doğan ilişkiler olarak tanımlanan turizmin bir hizmet sektörü olduğu bilinmektedir.

Yeni istihdam alanları oluşturması ve döviz yaratıcı etkisinden dolayı dünyada en hızlı gelişen sektörlerden birisi olan turizm, Türkiye gibi birçok gelişmekte olan ülke ekonomileri için önemli bir yere sahip olmuştur. Ülkemizde turizm 1963 yılından bu yana uygulamaya konulan kalkınma planlarında yer almaya başlamıştır. Planlı dönem öncesinde turizm adına önemli gelişmeler sağlanamasa da bu dönemde turizmin devlet teşkilatı içinde yer almaya başlaması, gelecek dönemlerde turizmle ilgili yapılacak atılımlara zemin hazırlamıştır.

İçinde bulunduğumuz dokuzuncu kalkınma planı da dahil olmak üzere turizm sektörü ile ilgili birçok tedbir ve politikalar uygulamaya konmuştur. Turizm yatırım ve teşvikleri büyük ölçüde turizme elverişli yerlerde yoğunlaştırılmıştır. Bu teşvikler arasında vergi muafiyeti sağlanması ve turizm kredilerinin artırılması gibi maddi açıdan rahatlatıcı uygulamaların yanı sıra sektöre girmeyi özendirici imkanlar da sunulmuştur. Turizm açısından en önemli teşviklerden birisi 1982 yılında çıkarılan Turizmi Teşvik Kanunu olmuştur. Bu kanun ile Türk turizminde önemli gelişmeler yaratan teşvikler getirilmiştir.

Çalışmada 1963 yılından günümüze teşvik ve politikalarla geliştirilmeye çalışılan turizm sektörünün Türkiye ekonomisine etkisi araştırılmıştır. 1992:Q1 – 2011:Q3 dönemi için Türkiye’ de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında bir ilişki olup olmadığını test edilmiş ve turizm sektörünün ekonomik büyümeye yönelik katkısını

ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yapılan ADF ve PP test sonuçları değişkenlerin 1. farklarının durağan olduklarını göstermiştir. Elde edilen bu sonuç, değişkenlerin uzun dönemde ilişkili olabilecekleri ihtimalini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle değişkenlerin uzun dönemde eşbütünleşik olup olmadıkları Johansen eşbütünleşme testi ile sınanmıştır. Bu teste göre, GSYİH ve turizm gelirleri değişkenleri arasında I(1) eşbütünleşme ilişkisinin varlığını göstermiştir. Başka bir ifadeyle modelde yer alan değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki mevcuttur. Son olarak bu ilişkinin yönünü belirlemek için yapılan Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir. Bundan sonra gerçekleştirilecek çalışmalarda, büyüme modeli sermaye ve emek faktörlerini ihtiva edecek şekilde geliştirilmesi uygun olacaktır.

Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından hazırlanan Turizmin 2020 Yılı Vizyonu çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,6 milyar kişi ve toplam turizm gelirlerinin 2 trilyon dolar olacağı öngörülmüştür.

Türkiye bu gelirdeki payını artırmak için uluslararası platformdaki tanıtım faaliyetlerini artırıcı girişimlerde bulunmalıdır. Ayrıca töre ve terör gibi ülke imajını olumsuz etkileyen olayları çözüme politika yapanların daha etkin rol almaları gerekmektedir.

Turizmin ülke ekonomilerinde daha fazla paya sahip olması bu sektördeki rekabetin artmasına neden olmuştur. Ülkeler uluslararası turizmden paylarını artırmak için bu sektörü tanıtım ve teşviklerle desteklemişlerdir. Ancak bir turizm ülkesi olan Türkiye zengin turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen uluslararası turizmden hak ettiği payı alamamaktadır.

Aralarında Japonya, Suriye, Lübnan, İran, Libya ve Rusya'nın bulunduğu 60' dan fazla ülke ve özel idare bölgesi ile vize uygulamasının bulunmamasından dolayı geleceğe dönük yabancı turist sayısında artış beklenmektedir. Türk turizminin hak ettiği turizm potansiyeline ulaşması için bu gibi uygulamaların örneklerinin artırılması sürdürülebilir turizm gelişmesinin sağlanması açısından önemli olacaktır.

Turizm alanında uzun dönemi dikkate alan dinamik analizin yapılması gerekmektedir. Farklı turizm türlerinin geliştirilmesi ve talep ettikleri alanlar uzun dönem için belirlenmesi gerekmektedir.

Herhangi bir iktisadi faaliyet alanında sermayenin kaybedilip tekrar kazanılabilmesi mümkün iken, turizmin temel sermayesini oluşturan doğal kaynağın ve tarihi dokunun yenilenmesi mümkün değildir. Ülkenin doğal ve tarihi dokusunun zarar görmesini engellemek amacıyla uygulanan maddi müeyyidelerde, zarardan sonra cezalandırıcı olmadan ziyade caydırıcı ve engelleyici bir etkiye sahip olacak şekilde yaptırımların yeniden düzenlenmesi yoluna gidilmelidir.

İspanya, Portekiz ve Yunanistan gibi turizm ülkelerinde yaşanan kriz nedeniyle bu ülkelere olan turizm talebinin azalması beklenmektedir. Bu talebin Türkiye'ye yönlendirilebilmesi için mevcut turizm türlerinin artırılması yarar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- AKAN, Y. ve C. Işık (2009), “Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi (1970- 2007),” *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, c.20:197- 203.
- AKINCI, Muzaffer (2008), “Zaman Serilerinde Durağanlık Analizi ve İhracatın GSMH İçindeki Payı Üzerine Bir Uygulama”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- AKTAN, Hediye (2007), “Yapısal Kırılma, Ortak Bütünleme ve Nedensellik Analizi Dört Ülke Uygulaması: Türkiye, Yunanistan, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ve Güney Kıbrıs Rum Kesimi”, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- AKTAŞ, Cengiz (2009), “Türkiye’ nin İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik Analizi,” *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 2: 35- 47.
- AKTAŞ, Gürhan (2007), “Turistik Çekicilikler,” *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).
- AKTAŞ, Y. ve V. Yılmaz (2008), “Gümrük Birliği Sonrası Türkiye’ nin İhracat Fonksiyonunun Tahmini,” *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 13: 89- 104.
- ALKİN, E., K. Yıldırım, M. Özer (2008), *İktisada Giriş* (6. Basım), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. No: 1472.
- ASLAN, A., F. Kula, M. Kaplan (2009), ”International Tourism for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach,” *Research Journal of International Studies*, c. 9: 65- 73.
- ASLAN, Alper (2008), ”Türkiye’ de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz,” *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 24: 1- 11.
- BAHAR, O. ve K. Bozkurt (2010), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi,” *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, c. 21: 255- 265.

BAHAR, O. ve M. Kozak (2008), *Turizm Ekonomisi* (2. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

BAHAR, Ozan (2006), "Turizm Sektörünün Türkiye' nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı," *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, c. 13: 137-150.

BALAGUER, J. and Cantavella- Jorda, M. (2002), "Tourism As A Long- Run Economic Growth Factor: The Spanish Case," *Applied Economics*, c. 34: 877- 884.

BARUTÇUGİL, İsmet S. (1982), *Turizm İşletmeciliği* (3 Nolu Yayın), Uludağ Üniversitesi Yayınları.

BERTALANFFY, Ludwig Von (1968), *General System Theory: Foundations, Development, Applications* New York: George Brasiliar.

BOZOK, D. ve S. Şahin (2009), "Türkiye' de Uygulanan Turizm Politikaları," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

CORTES-JIMENEZ, Isabel (2006), "Tourism and Economic Growth at Regional Level: The Cases of Spain and Italy," *European Regional Science Association Conference Papers*, p. 128.

CROES, R. R. and M. Vanegas Sr. (2005), "An Econometric Study of Tourist Arrivals in Aruba and Its Implications," *Tourism Management*, 26, 879- 890.

ÇAKIR, Pembegül (1999), *Türkiye' nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi* (2 Nolu Yayın), Anadolu Üniversitesi: Turizm ve Otel İşletmeciliği Yayınları.

ÇAVUŞ, Ş. ve M. E. Öncüer (2009), "Türkiye' de Konaklama Sektörünün Gelişimi," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

ÇETİNTAŞ, H. ve Ç. Bektaş (2008), "Türkiye' de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler," *Anatolia: Turizm Araştırma Dergisi*, c. 19: 37 -44.

ÇOLAKOĞLU, O. Eralp (2009), “Türkiye’ de Rehberliğin Gelişimi,” *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

ÇUHADAR, Murat (2006), “Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sınır Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analiz (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

DAVUT, Lale (1994), *Sanayi İktisadi Piyasa Yapısı Unsurları* (2. Basım), Ankara: İmaj Yayıncılık.

DEMİR, C. ve A. Çevirgen (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Çevre Yönetimi* (1. Basım), Ankara: Nobel Yayınları.

DEMİRELİ, A., G.C. Akkaya, E. İBAŞ (2010), ”Finansal Piyasa Etkinliği: S&P 500 Üzerine Bir Uygulama,” *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, c. 11: 53- 67.

Devlet Planlama Teşkilatı (1963), *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

Devlet Planlama Teşkilatı (1967), *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Devlet Matbaası.

Devlet Planlama Teşkilatı (1972), *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (1978), *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (1984), *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (1989), *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (1995), *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (2000), *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

Devlet Planlama Teşkilatı (2006), *Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara: Başbakanlık Basımevi.

DICKEY, D.A. and Fuller, W.A. (1979), "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with A Unit Root," *Journal of the American Statistical Association*, c.74: 427- 431.

DICKEY, D.A. and Fuller, W.A. (1981), "Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with A Unit Root," *Econometrica*, c. 4: 1057- 1071.

DRITSAKIS, Nikolaos (2004), "Cointegration Analysis of German and British Tourism Demand for Greece," *Tourism Management*, c.25: 111- 119.

EGE, Zehra (2009), "Türkiye' de Dış Turizm Talebinin Yapısı ve Gelişimi," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

ELMA; Ç. Aysin (2008), "Yapısal Kırılmalar Altında Birim Kök Testleri ve Eşbütünleşme Analizi: Para Talebi İstikrarı", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

ENDERS, Walter (1995), *Applied Econometric Time Series*, John Wiley & Sons, Inc., New York.

ENGLE, R.F. and Granger, C.W.J. (1987), "Cointegration and Error- Correction: Representation, Estimation and Testing," *Econometrica*, s.66: 251-276.

ERALP, Yusuf Ziya (1983), *Genel Turizm*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları, No: 3.

EUGENIO- MARTIN, J.L., N. M. Morales, R. Scarpa (2004), "Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach," *Working Papers 2004*, 26, Fondazione Eni Enrico Mattei.

FAYISSA, B., C. Nsiah, B. Tadasse (2007), "The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa," *Department of Economics and Finance Working Paper Series*, August.

FAYISSA, B., C. Nsiah, B. Tadasse (2009), "Tourism and Economic Growth in Latin American Countries (LAC): Further Empirical Evidence," *Department of Economics and Finance Working Paper Series*, March.

FIGINI, P. and L. Vici (2010), "Tourism and Growth in a Cross- Section of Countries," *Tourism Economics*, (forthcoming).

GARIN-MUNOZ, Teresa (2006), "Inbound International Tourism to Canary Islands: A Dynamic Panel Data Model," *Tourism Management*, c. 27: 281- 291.

Ghatrey, Edward E. (2010), "Tourism, Economic Growth and Monetary Policy in Jamaica," *11th Annual SALISES 2010 Conference in Port of Spain*, Trinidad- Tobago.

GUJURATI, Damodar (2010), *Temel Ekonometri*, Çeviren: Ümit Şenesen ve Gülay Şenesen (7. Basım), İstanbul: Litaratür Yayıncılık

GUNDUZ, L. and A. Hatemi- J (2005), "Is The Tourism-Led Growth Hypotesis Valid for Turkey?," *Applied Economics Letters*, c.8: 499- 504.

GUNN, C. (1988), *Tourism Planning* (2 nd Edition), Taylor & Francis Group, Newyork.

GÜL, E. ve A. Ekinçi (2006), "Türkiye' de Enflasyon ve Döviz Kuru Arasındaki Nedensellik İlişkisi: 1984- 2003," *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 6: 91-106.

GÜNLÜ, E. Ve N. Şahin (2007), "Turizmde Ürün Geliştirme ve Alternatif Turizm," *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).

HABIBI, F. and K. A. Rahim (2009), "A Bound Aproach to Cointegration of Tourism Demand," *American Journal of Applied Sciences*, c: 6: 1925- 1932.

HALICIOĞLU, Ferda (2004), "An ARDL Model of International Tourist Flows to Turkey," *Global Businnes and Economics Rewiew 2004 Anthology*, 614- 624.

HAZAR, Atila (2010), *Genel Turizm* (1. Basım), Ankara: Nobel Yayıncılık.

HERNANDEZ- MARTIN, Raul (2008), "Structural Change and Economic Growth in Small Island Tourism Countries," *Tourism and Hospitality Planning & Development*, c. 5: 1- 12.

<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20zonal/america%20del%20sur/tourism%20and%20economic%20growth%20in%20latin%20america.pdf>, 12 Kasım 2010.

IVANOV, S. and C. Webster (2006), "Measuring the Impact of Tourism on Economic Growth," *Tourism Economics*, c. 13: 379- 388

İÇÖZ, Orhan (2005), *Turizm Ekonomisi* (3. Basım), Ankara: Turan Kitabevi.

İÇÖZ, Orhan (2007), "Turizm ve Ekonomi," *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).

KAPLAN, M. and T. Çelik (2008), "The Impact of Tourism on economic Performance: The Case of Turkey," *The International Journal of Applied Economics and Finance*, c. 2: 13- 18.

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

KARACA, Orhan (2003), "Türkiye' de Enflasyon- Büyüme İlişkisi: Zaman Serisi Analizi," *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, c. 4: 247- 255.

KAYA, İsmet (2009), "Türkiye' de Turizm Örgütlenmesi," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

KAYNAK, Muhteşem (2009); *Büyüme Teorileri Giriş*, Ankara: Gazi Kitabevi.

KHALIL, S. and M. K. Kakar (2007), "Role of Tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan Economy," *The Pakistan Development Review*, c. 46: 983- 995.

KIM, H. J., M. H. Chen, S. S. Jang (2006), "Tourism Expansion and Economic Development: The Case of Taiwan," *Tourism Management*, c. 27: 925- 933.

KIRBAŞ- KASMAN, S., K. Adnan (2004), "Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi," *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, c. 19: 122-131.

KIZILGÖL, Ö.ve E. Erbaykal (2008), "Türkiye' de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi," *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, c. 13: 351-360.

KIZILGÖL, Özlem (2006), "Türkiye' de İhracata ve Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Analizi: Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi," *Akademik Bakış: Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, s. 10: 1- 19.

<http://www.akademikbakis.org/pdfs/10/ozlem.htm>, 7 Temmuz 2011

KOUTSOYİANNİS, A. (1997), *Modern Mikro İktisat* (Çeviren: Muzaffer Sarımeşeli) (2.Basım), Ankara: Gazi Kitabevi.

KOZAK, N., M.A. Kozak, M. Kozak (2010), *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (9. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

KOZAK, Nazmi (2008), *Genel Turizm Bilgisi* (1. Basım), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1861.

KUŞLUVAN, E. ve D. Eren (2009), "Türkiye' de İç Turizm Talebinin Yapısı ve Gelişimi," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

KUVELOĞLU, Dursun (2004), turizm@gelecek.tr (1. Basım) , Ankara: Kesit Tanıtım.

KYZY, Aisulu Kamchybek (2008), "Geçiş Ülkelerinde Para Talebi ve Dolarizasyon Etkisi: Kırgızistan Örneği", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

LANZA, A., P. Temple, G. Urga (2003), "The Implications of Tourism Specialisation in the Long Run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies," *Tourism Managment*, c. 24: 315-321.

- LEAN, H. H. and C. F. Tang (2010), "Is The Tourism- Led Growth Hypothesis Stable for Malaysia? A Note," *International Journal of Tourism Research*, c.12: 375-378.
- LEE, Chien- Chiang; Chun- Ping Chang (2008), "Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels," *Tourism Management*, c. 29: 180- 192.
- LEIPER, Nell (1979), "The Fremework of Tourism: Towards a Definition Tourism, Tourist and the Tourist Industry," *Annals of Tourism Reserch*, c. 6: 309- 407.
- MACKINNON, J. (1991), Critical Values for Cointegration Test in Long- Run Economic Relationship in Readings in Cointegration (Eds.) Engle and Granger, Oxford University Press: New York, 267- 168.
- MARTIN- EUGENIO, J. L., N. M. Morales, R. Scarpa (2004), "Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach,"
- NARAYAN, Paresh Kumar (2004), "Fiji Tourism Demand: the ARDL Approach to Cointegration," *Tourism Economics*, c. 2: 193- 206.
- OGILVY, Frederic Wolff (1933), *The Tourist Movement, An Economic Study*, London.
- OH,Chi- Ok (2005), "The Contribution of Tourism Devolopment to Economic Growth in the Korean Economy," *Tourism Management*, c. 1:39- 44.
- OLALI, H. ve A. Timur (1988), *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- OLALI, Hasan (1963), *Türkiyenin Ekonomik Gelişmesinde Turizmin Rolü*, İstanbul: Endüstri Matbaacılık ve Ticaret.
- OSTERWALD- LENUM, Michael (1992), "A Note with Quantiles of the Asymptotic Distribution of the Maximum Likelihood Cointegration Rank Test Statistics," *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, c. 54: 461- 472.
- ÖĞÜT, A., A.Ş. Çetinkaya, H. K. Güleş (2003), *Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim: Enformatik Bir Bakış* (1. Basım), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- ÖTER, Zafer (2007), "Turizmde Ulaştırma, " *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).
- ÖZDEMİR, A. R. ve O. Öksüzler (2006), "Türkiye' de Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi," *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 9: 107- 126.
- ÖZDOĞAN, N. Osman (2007), "Turizm Yatırımları ve Finansmanı," *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).
- ÖZTAŞ, K. ve T. Karabulut (2006), *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri* (2. Basım), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- PARASIZ, İlker (2008), *Ekonomik Büyüme Teorileri* (Üçüncü Basım), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- PHILIPS, P. And Perron P. (1988); "Testing for A Unit Root in Time Series Regression," *Biometrika*, c. 2: 335- 346.
- RISSO, W. A. and J. G. Brida (2009), "The Contribution of Tourism to Economic Growth: An Empirical Analysis for the Case of Chile," *European Journal of Tourism Research*, c. 2: 178- 185.
- RIZAOĞLU, Bahattin (2003), *Turizm Davranışı* (2. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.
- SAÇKAN, Oğuzhan (2006), "Genel Fiyat Düzeyinin Belirlenmesinde Para ve Maliye Politikası Dominant Rejimler: Türkiye Örneği, 1988-2005", *Uzmanlık Yeterlilik Tezi*, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Emisyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- SCHMOLL, G. A.(1977) , *Tourism Promotion*, Tourism International Press, London.
- SEQUEIRA, N. T. and C. Campos (2005), "International Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach," *Working Papers 141. 05*, Fondazione Eni Enrico Mattei.
- SEZGİN, Orhan Mesut (2001), *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı* (2. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

SÖZEN, Muhteşem Öztürk (2006), "1982 Sonrası Dönemde Türkiye' de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisi Üzerine Etkileri", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

SUNAL, S. ve E. Aykaç (2005), "Türk İmalat Sanayinde İstihdam, İhracat ve Kapasite Kullanım Oranı İlişkisi: Panel Koentegrasyon," *VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu: İstanbul Üniversitesi*.

ŞAHBAZ, Ahmet (2009), "Gelişmekte Olan Ülkelerde Kur Değişimlerinin Toplam Çıktı Üzerine Etkileri: Türkiye Üzerine Bir Uygulama", *Yayınlanmamış Doktora Lisans Tezi*, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

TOKUÇOĞLU, Bülent (2009), "Türkiye' de Turizm Mevzuatı," *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim*, Derl.: Ş. Çavuş, Z. Ege, O. E. Çolakoğlu (Ankara: Detay Yayıncılık).

TOSKAY, Tunca (1989), *Turizm Olayına Genel Yaklaşım* (3. Basım), İstanbul: Der Yayınları.

TURANLI, M. ve E. Güneren (2003), "Turizm Sektöründe Talep Tahmin Modellemesi", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, c. 3: 1- 13.

Turizm Bakanlığı web sayfası, Turizm İstatistikleri;

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-74210/turizm-geliri-ve-gideri-gsmh-ve-gsyih-ihracat-ve-ithala-.html>, (20.03.2011).

ÜNLÜÖNEN, K., A. Tayfun, A. Kılıçlar (2007), *Turizm Ekonomisi* (1. Basım), Ankara: Nobel Yayıncılık.

ÜRGER, Savaş (1992), Genel Turizm Bilgisi, Akdeniz Üniversitesi Turizm işletmeciliği ve otelcilik Yüksek Okulu: Antalya.

VEBLEN, Thorstein (1899), "*The Teory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*," New York: The Macmillan Company.

WTO (2004), *Tourism Highlights*, World Tourism Organization, Madrid.

YAĞCI, Özcan (2007), *Turizm Ekonomisi* (2. Basım), Ankara: Detay Yayıncılık.

YAVUZ, Nilgün (2006), "Türkiye' de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal kırılma ve Nedensellik Analizi," *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, c. 2: 162- 171.

YILDIRIM, Cengizhan (2005), "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri" ,*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

YILDIRIM, J. ve N. Öcal (2004), "Tourism and Economic Growth in Turkey," *Ekonomik Yaklaşım*, c.15: 131-141.

YILMAZ, G. Özlem (2005), "Türkiye Ekonomisinde Büyüme ile İşsizlik Oranları Arasındaki Nedensellik İlişkisi," *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, s.2: 11-29.

YILMAZ, Ö. Devrim (2007), "Dünyada ve Türkiye' de Turizmin Tarihsel Gelişimi," *Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*, Derl.: O. İçöz (Ankara: Turhan Kitabevi).

YÜCEL, F. ve A. Y. Ata (2003), "Eş- Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açılar Hipotezi: Türkiye Uygulaması," *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 12: 1-13.

ZORTUK, Mahmut (2009), "Economic Impact of Tourism on Turkey' s Economy: Evidence from Cointegration Tests," *International Research Journal of Finance and Economics*, c.25: 231- 239.

<http://www.sohbetforum.com/index.php?topic=3445.0;wap2>, (10.01.2012).

<http://www.scribd.com/doc/72057537/EKONOM%C4%B0YE-YON-VEREN-GUC-DO%C4%9EAL-KAYNAKLAR> , (05.01.2012).

ÖZGEÇMİŞ

Sevda ÇELİKKIRAN, 1984 yılında Kayseri’ de doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Kayseri’ de tamamlamıştır. 2009 yılında Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstriyel İlişkiler bölümünden onur öğrencisi olarak mezun olmuştur. Aynı yıl Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim dalında Yüksek Lisans eğitimine başlamıştır ve halen devam etmektedir.

E posta: sevda-celikkiran@hotmail.com