

## TÜRKİYE'DE TURİZM VE TİCARİ AÇIKLIK ARASINDAKİ İLİŞKİ: TODA VE YAMAMOTO NEDENSELLİK YAKLAŞIMI<sup>1</sup>

### THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM AND TRADE OPENNESS IN TURKEY: TODA AND YAMAMOTO CAUSALITY APPROACH

**Dilek TANDOĞAN**

Karadeniz Teknik Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, TRABZON  
(dtandogan@ktu.edu.tr)

**Murat Can GENÇ**

Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, TRABZON  
(mcgenc@ktu.edu.tr)

### ÖZ

Literatürde turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye odaklanan çok sayıda çalışma yer almasına rağmen turizm ile ticari açıklık arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda çalışma yer almaktadır. Dolayısıyla bu çalışma Türkiye için ticari açıklık ve turizm arasındaki ilişkileri belirlemeyi amaçlamaktadır. Analiz 1980-2013 dönemi yıllık verileri kullanılarak Toda ve Yamamoto nedensellik yaklaşımı yardımıyla yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen ampirik bulgular, turizm ve ticari açıklık arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin varlığını göstermektedir. Bu ampirik bulguların önemi turizm sektörünün ticari açıklığı artırmasıdır. Sonuçta ticari açıklıktaki artışların turizm sektörünü pozitif etkileyeceği ifade edilebilir. Benzer şekilde turizm sektörünün büyümesi de özellikle ihracat artışları kanalı ile ticari açıklığı artırabilmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Turizm, Ticari açıklık, Nedensellik analizi, Türkiye

### ABSTRACT

*There are numerous studies focusing on the relationship between tourism and economic growth in the literature, whereas only a few studies analyze the relationship between tourism and trade openness. Hence, this study aims to determine the relationship between tourism and trade openness for Turkey. For this aim, Toda and Yamamoto causality approach has applied by using the annual data for the period 1980-2013. The empirical results of this causality approach indicate that there is a bidirectional causality between tourism and trade openness. The significance of the empirical results is that the tourism sector promotes trade openness. Overall it is considered that improvements in trade openness can affect positively the tourism sector. Furthermore, development in tourism sector can engender trade openness through increases of export.*

**Keywords:** Tourism, Trade openness, Causality analysis, Turkey

<sup>1</sup> Bu çalışma, 29-31 Ekim 2015 tarihinde Antalya'da Süleyman Demirel Üniversitesi ve International Journal of Social Sciences & Education Research (IJSSER) tarafından düzenlenen olan International Conference on Social Sciences and Education Research adlı konferansında sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzeltilmiş halidir.

## 1. Giriş

Ekonomik büyüme stratejilerinde turizmin rolü, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiden kaynaklanmaktadır. Turizm sektörünü bu noktada çekici hale getiren etkenlerin başında, ülkeye döviz kazandırıcı etkisiyle tasarruf açığına katkıda bulunarak ekonomik büyümeyi etkilemesidir. Diğer bir ifadeyle, ihracat gelirlerinin yetersiz ve istikrarsız olduğu ülkelerde bu sorunu gidermede ön plana çıkan faktörler arasında, ihraç mallarının ve piyasalarının çeşitlendirilmesi yer alırken, bir diğer önlem olarak tarihi ve doğal güzelliklere sahip ülkeler için turizm kazançları da yer almaktadır. (Değer, 2006: 68). Öte yandan Mihalic (2002) turizmin mal ve hizmet ihracatı ile karşılaştırmasını yaptığında turizmin avantajlarını üç açıdan ele almaktadır. Buna göre;

- i) Turizm vasıtasıyla alışverişe konu olamayacak olan ülkenin doğal, kültürel ve sosyal cazibesi ülke girdisinde primi artırmaya yarayacaktır. ii) Ülke içinde üretilen mallar turistlere, ihracat yoluyla yapılan satışlardan taşıma ve sigorta maliyetlerinin çok düşük veya hiç olmaması nedeniyle daha pahalı ve karlı halde satılabilmektedir. iii) Yetersiz ihracat yeteneği ve pazarlama uzmanlığı nedeniyle satışında zorluk yaşanan mallar ve bazı dayanıksız mallar turistlere satılabilmektedir (Croes, 2006: 453).

Turizm sektöründeki gelişme yurtiçinde üretilen mal ve hizmet ticaretine olan talebi artıracak, bu durum yatırımları uyaracak ve çarpan etkisiyle ekonomik büyümeye etki edecektir. Turizm sektörü, gerekli olan döviz ihtiyacına katkı yapması, yeni iş alanları oluşturma ve devlet gelirlerini artırma yoluyla güçlü ekonomiye katkı sunmaktadır (Vanegas ve Croes, 2003: 317). Bununla birlikte özellikle gelişmekte olan ülkelerde düşük seviyelerdeki tasarruf oranı yatırımların önündeki en büyük engellerden birini oluşturmaktadır. Buradan hareketle üretim sürecinde dışa bağımlılık nedeniyle talep edilen döviz miktarının turizm sektöründen elde edilebilmesi hem ucuz kaynak teminini sağlayacak hem de düşük tasarruf oranının ortaya çıkardığı maliyeti minimize edebilecektir. Ayrıca turizm sektörü ülke içindeki turizm endüstrisinin gelişmesiyle birlikte bağlantılı olduğu diğer sektörlerinde (inşaat, ulaşım, telekomünikasyon, hizmet, ticaret, tarım v.b) gelişimini destekleyerek büyüme sürecinde sektörler arasındaki uyumu artırabilir.

Benzer şekilde günümüzdeki turizm anlayışı, ekonomik büyüme ve ziyaret edilecek yeni alanların sayısındaki artışla yakından ilgilidir. Bu dinamik gelişmeler turizm sektörünü sosyo-ekonomik ilerleme için anahtar bir itici güç haline dönüştürmektedir. Turizm sektörü petrol, gıda yada otomobil ihracatında ortaya çıkan iş hacminden daha fazla yada eşit değer ortaya çıkarmaktadır. Bu açıdan turizm sektörü uluslararası ticaretin önemli oyuncularından ve aynı zamanda pek çok gelişmekte olan ülke için ana gelir kaynaklarından biri haline gelmiştir. Sanayileşmiş ve gelişmiş ülkelerdeki turizm sektörünün küresel yayılımı inşaat sektöründen tarım yada iletişim sektörüne kadar ekonomideki pek çok ilgili sektörde istihdam ve ekonomik faydalar üretmektedir (<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>).

Turizm ve dış ticaret ülkeye döviz kazandırıcı etkisiyle dış kaynak ihtiyacını gidermeye yardımcı olmaktadır. Turizmin ekonomi üzerindeki etkileri genel olarak büyüme üzerinden inceleme konusu yapılmıştır. Ancak dış ticaret üzerindeki etkileri büyümeye kıyasla sınırlı sayıda kalmıştır. Dolayısıyla çalışma turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi Türkiye ekonomisi için belirlemeyi amaçlamaktadır.

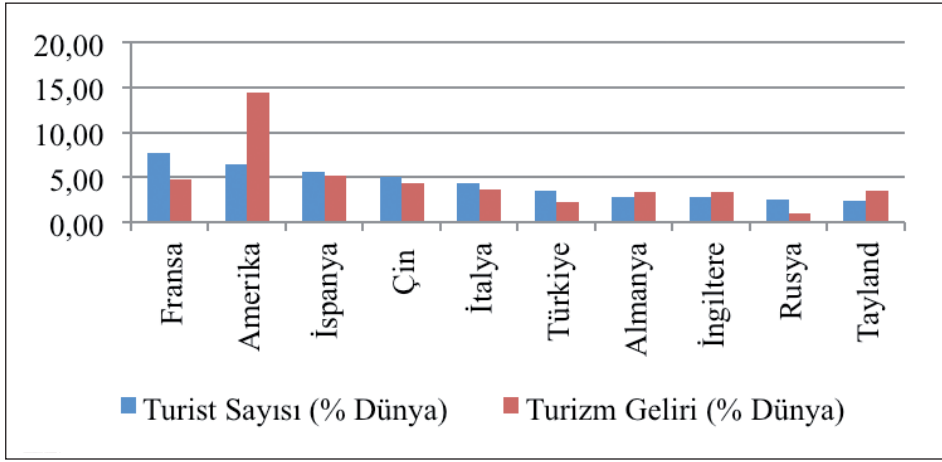
Ayrıca turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi ele alan sınırlı sayıda ampirik çalışmanın tespit edilmesi bu çalışmanın bu alandaki boşluğu dolduracağı düşüncesini de ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, bu ilişkiyi ele alan çalışmaların hem kullanılan değişken hem de yöntem bakımından Türkiye’de yapılmamış olduğunun tespiti seçilen konunun öneminin daha artıracığını göstermektedir. Çalışmanın ikinci bölümünde turist sayısı ve turizm gelirleri açısından dünyada ve Türkiye’de turizm sektörü ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise literatür özeti sunulmuş daha sonra sırasıyla dördüncü ve beşinci bölümlerde veri seti ve ekonometrik yöntem ile bulgulara yer verilmiştir. Son bölümde ise çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.

## **2. Dünyada ve Türkiye’de Turizm Sektörü**

Turizm sektörü dünya genelinde önemli gelişme gösteren sektörler arasındadır. Sektör, uluslararası turist sayısı bakımından 2014 yılında %4.3 oranında büyümüş ve 46 milyon kişi artarak 1.133 milyona ulaşmıştır. 1.133 milyon uluslararası turistin 619 milyonunu gelişmiş ekonomiler 513 milyonu da geliştirmekte olan ekonomiler oluşturmuş ve böylece uluslararası turist sayısını 2014 yılında geliştirmiş ekonomiler %5.8, geliştirmekte olan ekonomiler ise %2.4 oranında artırmışlardır. Dünyada 2014 yılı için uluslararası turist sayısı bakımından Avrupa %51’lik pay ve 581.8 milyon kişi ile ilk sırayı almaktadır. Avrupa’yı Asya ve Pasifik, Amerika, Afrika ve Ortadoğu sırasıyla %23, %16, %5 ve %5’lik payları ile takip etmektedirler. Diğer taraftan uluslararası turizm gelirleri 2014 yılında %3.7 oranında büyümüş ve 48 milyar dolar artarak 1.245 milyar dolara ulaşmıştır. 1.245 milyar doların 815 milyar dolarını geliştirmiş ekonomiler 430 milyar dolarını ise geliştirmekte olan ekonomiler elde etmişlerdir. Benzer şekilde dünyada uluslararası turizm gelirleri bakımından Avrupa 508.9 milyar dolarla ve %41’lik pay ile ilk sırada yer almaktadır. Avrupa’yı Asya ve Pasifik, Amerika, Ortadoğu ve Afrika sırasıyla %30, %22, %4 ve %3’lük payları ile takip etmektedirler<sup>2</sup>. Bu noktada dikkat çeken gelişme uluslararası turist sayısında %51 pay alan Avrupa’nın uluslararası turizm gelirlerinde %41’lik bir pay almasıdır. Ayrıca Asya ve Pasifik ile Amerika bölgeleri turist sayısı bakımından dünyadan aldıkları payın üzerinde turizm gelirlerinden pay almaktadırlar. Şekil 1, Dünya turist sayısı içindeki payı en yüksek olan ilk 10 ülke sıralaması ve buna bağlı olarak bu ülkelerin Dünya turizm gelirleri içindeki payını göstermektedir.

Şekil 1’den görüldüğü üzere; uluslararası turist sayısı bakımından en çok ziyaret edilen ilk üç ülke Fransa (%7,69’luk payı ile), Amerika (%6,44’lük payı ile) ve İspanya (%5,58’lik payı ile) şeklinde sıralanmaktadır. Bununla birlikte ülkelerin Dünya turizm gelirinden aldıkları pay sıralamasına baktığımızda Amerika’nın (%14,44’lük payı ile) birinci sırada ve İspanya (%5,23 payı ile) ile Fransa’nın (%4,74’lük payı ile) sırasıyla ikinci ve üçüncü sırada yer aldıkları görülmektedir. Ayrıca Amerika, Almanya, İngiltere ve Tayland’ın ise turizm gelirlerinin turist sayılarının üzerinde olması dikkat çekmektedir. Uluslararası turist sayısı bakımından Türkiye’nin (%3,48’lik payı ile) altıncı sırada yer aldığı ve Avrupa’nın en çok turist çeken dördüncü büyük ülkesi olduğu görülmektedir. Dünya turizm gelirinden alınan pay sıralamasında ise (%2,34’lük payı ile) 12. sırada yer aldığı gözlenmektedir. Türkiye’nin dünya turizm gelirleri payındaki sıralamada düşük seviyede yer alması uluslararası alanda turizm sektöründeki zayıf yanını ortaya koymaktadır.

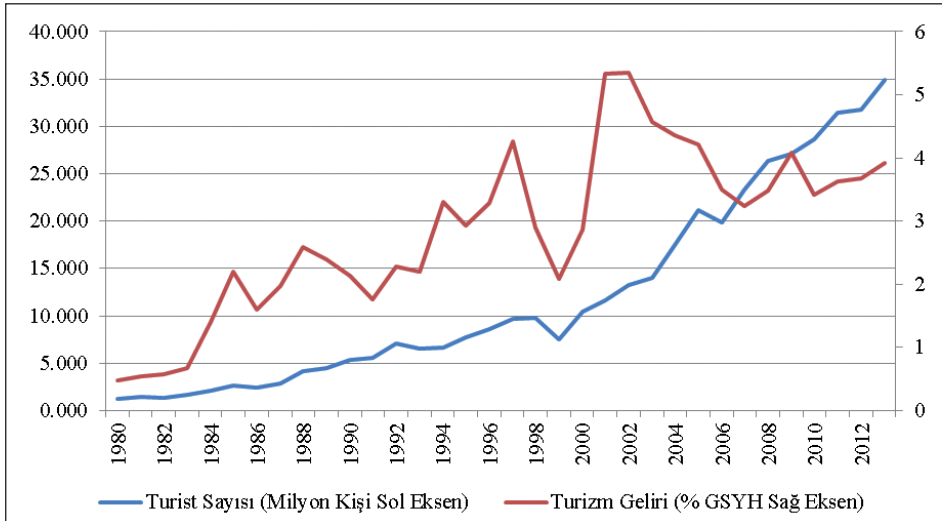
2 UNWTO (2015: 4-5)’deki verilerden yararlanılmıştır.



**Şekil 1.** Dünya Uluslararası Turizm Büyüklükleri (Ülke Sıralaması 2013)

*Kaynak: UNWTO (2015)'den yararlanılarak hazırlanmıştır.*

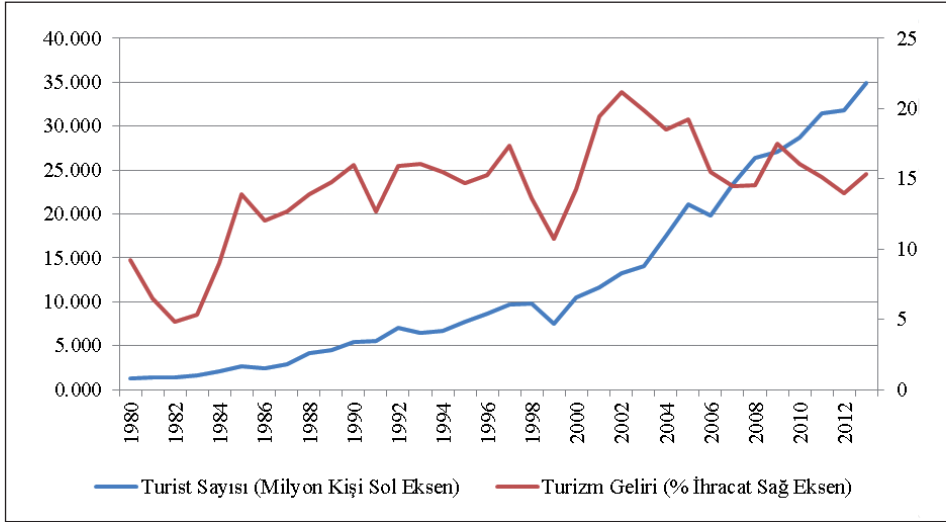
Türkiye coğrafi konumu, tarihi zenginlikleri, iklimsel şartları, doğal kaynakları, ulaşım olanakları gibi turizm sektöründeki güçlü yanları ile turizm potansiyelinde önemli bir yere sahiptir. Sahip olduğu bu avantajlar, sektördeki uluslararası rekabet gücüne katkı sağlamaktadır. Şekil 2 ve 3'te Türkiye'nin 1980-2013 dönemi turizm sektörü büyüklüğünü ortaya koyan değişkenlerin seyri yer almaktadır.



**Şekil 2.** 1980-2013 Dönemi Türkiye Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri GSYH Oranı (%)

*Kaynak: Turist Sayısı, Turizm Geliri (\$) ve NGSYH (\$) sırasıyla TURSAB, TÜİK ve WDI'den temin edilmiştir.*

şekil 2 incelendiğinde, yıllar itibariyle Türkiye'yi ziyaret eden uluslararası turist sayısının özellikle 2000'li yıllarda önceki yıllara kıyasla artan bir eğilim göstererek 2013 yılında yaklaşık 35 milyona ulaştığı gözlenmektedir. Bunun yanında turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %0,047-%5,34 aralığında inişli çıkışlı bir seyir izlemektedir. Bununla birlikte 1999 yılından sonra sürekli artarak 2002 yılında en yüksek seviyesi olan 5,34'e ulaşmış ve 2000'li yıllar boyunca %3,23'ün altına düşmemiştir. Ayrıca 1980-1999 dönemi için turizm gelirinin GSYH içindeki payının ortalaması %2,07 iken bu ortalama 2000-2013 döneminde %3,97'ye yükselmiştir.



**şekil 3.** 1980-2013 Dönemi Türkiye Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri İhracat Oranı (%)

**Kaynak:** Turist Sayısı, Turizm Geliri (\$) ve Mal ve Hizmet İhracatı (\$) sırasıyla TURSAB, TÜİK ve WDI'den temin edilmiştir.

Benzer şekilde şekil 3 incelendiğinde 1980-2013 dönemi için turizm gelirlerinin ihracat içindeki payının %4,83 ile %21,18 arasında inişli çıkışlı bir seyir izlediği görülmektedir. Özellikle 1999-2002 yılları arasında sürekli artarak 2002 yılında en yüksek seviyesi olan %21,18'e ulaşmıştır. Ayrıca 1980-1999 dönemi için turizm gelirinin GSYH içindeki payının ortalaması %12,49 iken bu ortalama 2000-2013 döneminde %16,78'e yükselmiştir.

### 3. Literatür Özeti

Literatürde turizmin ekonomi üzerindeki etkileri büyük ölçüde turizm ve büyüme hipotezi üzerinden inceleme konusu yapılmaktadır. Bu hipotezi Türkiye açısından ampirik olarak test eden çalışmalardan örneğin Kar ve diğerleri (2004), Kırbaş-Kasman ve Kasman (2004), Değer (2006), Bahar (2006), Özdemir ve Öksüzler (2006), Aslan (2008), Çetintaş ve Bektaş (2008), Terzi (2015) ve Topallı (2015) turizmden ekonomik büyümeye doğru nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir. Bununla birlikte Çil Yavuz (2006), Yamak ve diğerleri (2012) ekonomik büyüme ve turizm arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edemezken Kızılgöl ve Erbaykal (2008) ekonomik büyümeden turizme doğru Çoban ve Özcan (2013) ise ekonomik büyüme ve turizm arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi bulmuşlardır.

Diğer taraftan literatürde uluslararası turizmin dış ticaret ile ilişkisini ele alan sınırlı sayıda çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Socher (1986) ve Hazari ve Ng (1993)'ün çalışmaları uluslararası turizmin uluslararası ticaretin içinde bir hizmet ticareti olarak değerlendirildiği ilk çalışmalara örnek gösterilebilir. Böylelikle uluslararası ticaret teorileri uluslararası turizm akımlarının teorik temelini ortaya koymada kullanılmaya başlanmış ve uluslararası ticaret ve uluslararası turizm ilişkisini ele alan çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmalardan bir kısmı incelendiğinde örneğin Kulendran ve Wilson (2000), Avustralya için uluslararası ticaret ve uluslararası turizm arasındaki ilişkiyi dört önemli ticari ortağı (Amerika, İngiltere, Yeni Zelanda ve Japonya) için dikkate alarak Engle-Granger eşbütünlük ve Granger nedensellik analizi yardımıyla 1982:1-1997:4 dönemi çeyrek veriler ile tahmin etmişlerdir. Uluslararası ticaret; ihracat ve ithalat ile uluslararası turizm; gezi ve iş amaçlı seyahat eden turistler ve bunların toplamları ile temsil edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Avustralya ile İngiltere, Yeni Zelanda ve Japonya arasında turizm ile ticaret arasında eşbütünlük ilişkisi tespit edilmiştir. Aynı zamanda nedensellik analizi sonuçları Avustralya ile Amerika için turizm ve ticaret arasında çift yönlü, Avustralya ile Japonya için turizmden ticarete doğru tek yönlü ve Avustralya ile İngiltere için ticarettten turizme doğru tekyönlü nedensellik ilişkisini ortaya koymuştur.

Benzer şekilde Shan ve Wilson (2001) Çin'i dikkate alarak uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında nedensellik ilişkisinin olup olmadığını Amerika, İngiltere, Japonya ve Avustralya ile arasındaki ticari ve turizm ilişkilerini 1987:1-1998:1 dönemi aylık veriler ile araştırmışlardır. Analiz Toda ve Yamamoto nedensellik yaklaşımı ile turizm talep fonksiyonu üzerinden araştırılmıştır. Ampirik analiz sonucu Çin ile adı geçen ülkeler için uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Ayrıca Khan ve diğerleri (2005), Singapur'un Amerika, Japonya, İngiltere, ASEAN ülkeleri ve Avusturya ile uluslararası turizm ve uluslararası ticaret ilişkilerini dikkate alarak Engle-Granger eşbütünlük ve Granger nedensellik analizi yardımıyla değişkenler arasındaki ilişkileri tahmin etmişlerdir. Turizm; iş ve gezi amaçlı gelen turist sayısı ve toplam gelen turist sayısı ile ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret değişkenleri ile çeyrek veriler kullanılarak 1978:1-2000:3 dönemi için analize tabi tutulmuşlardır. Tüm ülkelerin yer aldığı ampirik analiz sonucuna göre, iş amaçlı gelen turist ile ithalat arasında eşbütünlük ve çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Bununla birlikte Polat ve diğerleri (2010), Türkiye için uluslararası ticaret ve uluslararası turizm arasındaki ilişkiyi çeyrek veriler ile 1997:1-2010:1 dönemini dikkate alarak Johansen eşbütünlük ve Granger nedensellik analizleri yardımıyla incelemişlerdir. Turizm; turist sayıları ve turist gelirleri ile ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret değişkenleriyle temsil edilmiştir. Ampirik analiz sonucu elde edilen bulgular uzun dönemde turizm ve ticaret arasında herhangi bir ilişkiyi ortaya koyamamıştır. Bununla birlikte turizm değişkenlerinden ihracata doğru tek yönlü ve turizm değişkenleri ile ithalat ve toplam ticaret arasında ise çift yönlü nedensellik ilişkisi belirlenmiştir.

Benzer şekilde Kadir ve Jusoff (2010), Malezya için uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasındaki ilişkiyi çeyrek veriler ile 1995:1-2006:4 dönemini dikkate alarak Johansen eşbütünlük ve Granger nedensellik analizi yardımıyla tahmin etmişlerdir. Turizm, uluslararası turizm gelirleri ile ve ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret ile temsil edilmiştir. Ampirik analiz sonucu değişkenler arasında uzun dönemde herhangi bir eşbütünlük ilişkisi tespit edilememiştir. Bununla birlikte Granger nedensellik analiz bulguları; ihracattan uluslararası turizme, ithalattan uluslararası turizme ve toplam ticarettten uluslararası turizme doğru tek yönlü nedensellik ilişkisini ortaya koymuştur.

Gallego ve diğerleri (2011), OECD ülkelerini dikkate alarak uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasındaki ilişkiyi 1980-2006 dönemi için Pesaran vd. (1999) dinamik heterojen panel veri yöntemiyle araştırmışlardır. Turizm; gelen turist ve giden turist sayıları ile ticaret; ithalat, ihracat ve toplam ticaret değişkenleri ile temsil edilmiştir. Elde edilen bulgular; uzun dönemde uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında çift yönlü pozitif ilişkiyi, kısa dönemde ise sırasıyla ihracattan turizme, gelen turist sayısından ithalata ve toplam ticarete doğru tek yönlü nedensellik ilişkilerini ortaya koymuştur.

Gautam ve KG (2012), Hindistan'ın Almanya, Hollanda, İsviçre, Fransa, İtalya, Amerika, İngiltere ve Kanada ile ikili turist akımları ve dış ticaret hacmi arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik analizi yardımıyla aylık veriler kullanarak 1994:1-2008:12 dönemi için araştırmışlardır. Elde edilen bulgular uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında Amerika, Kanada ve İtalya için çift yönlü nedensellik ilişkisi ortaya koymuştur.

Ülkelerin uluslararası ticaret sistemine katılımını ölçen göstergelerden biri ticari açıklık göstergesidir. Bir lke ekonomisi büyürken ticari açıklığı da yükseliyorsa ülkenin dış ticaret hacmi de genişlemektedir. Bu bağlamda literatürde uluslararası turizm ve uluslararası ticari açıklık arasındaki ilişkiler incelenmiştir ve kısıtlı sayıda çalışma yapılmıştır.

Katırcıoğlu (2006), Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti için turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi yıllık veriler kullanarak 1977-2004 dönemi dikkate alarak Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizi ile araştırmıştır. Turizm; uluslararası turist sayısı ile ticari açıklık; ithalat ve ihracatın GSYH oranı ile temsil edilmiştir. Elde edilen bulgular turizm ve açıklık arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ve turizmden ticari açıklığa doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Wong ve Tang (2010), Singapur'da turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi toplu değişkenler bazında turizm; toplam ziyaretçi sayısı ve ticari açıklık; mal ve hizmet ticari açıklık değişkenleri dikkate alınarak çeyrek veriler ile 1986:1-2008:2 dönemi için araştırmışlardır. Ayrıca Singapur'un ticari ilişkilerinin en yoğun olduğu beş lke (Malezya, Çin, Amerika, Japonya ve Güney Kore) ile olan turizm ve ticari açıklık değişkenlerinin ülke bazında ayrıştırılmış değerleri dikkate alınarak çeyrek veriler ile 1995:1-2008:2 dönemi için incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişki Toda ve Yamamoto nedensellik analizi yardımıyla araştırılmıştır. Ayrıca turizm ve ticari açıklık arasında da çift yönlü nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya konmuştur. lke bazındaki analizler Malezya ile Singapur arasında turizm ve ticari açıklık arasında çift yönlü ve Çin ile Singapur arasında turizmden ticari açıklığa doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin varlığını ortaya koymuştur.

Surugiu ve Surugiu (2011), Romanya'da turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiyi 1990-2009 dönemi için Johansen eşbütünleşme ve vektör hata düzeltme modeli (VECM) ile incelemişlerdir. Turizm; turizm geliri ile dışa açıklık; ithalat ve ihracat toplamının GSYH oranı ile temsil edilmiştir. Elde edilen bulgular değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisini ve ticari açıklıktan turizme doğru tek yönlü nedenselliğin varlığını ortaya koymuştur.

#### **4. Veri Seti**

Çalışmada Türkiye'de turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişkiler 1980-2013 dönemi için Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik sınaması yardımıyla araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait açıklamalar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Değişkenlerin Tanımı

| Değişkenler    | Değişkenlerin Tanımı   | Kaynak |
|----------------|--|--------|
| RTG            | Reel Turizm Geliri= 100*Nominal Turizm Geliri (\$) / Deflatör <sup>^</sup> | TUIK   |
| TS             | Uluslararası Turist sayısı   | TURSAB |
| İHR<br>İTH     | Mal İhracatı (\$) /<br>Mal İthalatı (\$) /                                 | WDI    |
| RGSYH<br>NGSYH | 2005 Yılı Bazlı Reel GSYH (\$) /<br>GSYH (\$) /                            | WDI    |
| TA             | Ticari Açıklık= Mal İhr+Mal İth/Nominal GSYH (\$) şeklinde hesaplanmıştır. |        |

<sup>^</sup>Deflatör=(NGSYH/RGSYH)\*100 ile hesaplanmıştır.

Tüm değişkenler doğal logaritmaları alındıktan sonra analize dahil edilmişlerdir. Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik sınaması yaklaşımı değişkenlerin seviye değerlerinin yer aldığı Vektör Otoregressif [Vektör Autoregression (VAR)] modeli üzerinden gerçekleştirilir. VAR modelinin optimal gecikme uzunluğu (k) ve değişkenlerin en büyük durağanlık seviyesi olan maksimum bütünleşme derecesi ( $d_{max}$ ) belirlenerek VAR( $k+d_{max}$ ) VAR sistemi SUR [(Seemingly Unrelated Regression (Görünürde İlişkiziz Regresyon)] yöntemi ile tahmin edilir. Daha sonra VAR( $k+d_{max}$ ) sistemindeki k gecikmelerinin katsayılarının MWALD sınamasıyla grup olarak sıfıra eşit olup olmadığı araştırılarak nedenselliğin olup olmadığına karar verilir. Daha açık bir ifadeyle, katsayıların grup olarak sıfıra eşit olduğu şeklinde kurulan boş hipotez, MWALD sınaması sonucu reddedilirse nedensellik ilişkisi tespit edilmiş olur.

Turizm ve TA arasındaki nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde kullanılan Toda ve Yamamoto (1995) nedensellik sınamasında turizm göstergeleri olarak TS ve RTG değişkenleri kullanılmıştır. Nedensellik sınamasında kullanılan ikili VAR sistemleri (1), (2), (3) ve (4) nolu denklemlerde sunulmuştur:

$$RTG_t = \phi_0 + \sum_{i=1}^k \gamma_{1i} RTG_t + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \gamma_{2i} RTG_{t-i} + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} TA_{t-i} + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \beta_{2i} TA_{t-i} + E_{1t} \quad (1)$$

$$TA_t = \tau_0 + \sum_{i=1}^k \sigma_{1i} TA_t + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \sigma_{2i} TA_{t-i} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} RTG_{t-i} + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \delta_{2i} RTG_{t-i} + E_{2t} \quad (2)$$

$$TS_t = \varphi_0 + \sum_{i=1}^k \rho_{1i} TS_t + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \rho_{2i} TS_{t-i} + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} TA_{t-i} + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \alpha_{2i} TA_{t-i} + E_{1t} \quad (3)$$

$$TA_t = \omega_0 + \sum_{i=1}^k \theta_{1i} TA_t + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \theta_{2i} TA_{t-i} + \sum_{i=1}^k \pi_{1i} TS_{t-i} + \sum_{i=k+1}^{k+d_{max}} \pi_{2i} TS_{t-i} + E_{2t} \quad (4)$$

RTG ve TA arasındaki nedensellik ilişkileri (1) ve (2) nolu ve TS ve TA arasındaki nedensellik ilişkileri ise (3) ve (4) nolu ikili VAR sistemleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. TA'dan RTG'ye doğru, RTG'den TA'ya doğru, TA'dan TS'ye doğru ve TS'den TA'ya doğru nedenselliklerin belirlenmesinde boş hipotezler sırasıyla  $H_0: \beta_{1i}=0, i=1, \dots, k$ ,  $H_0: \delta_{1i}=0, i=1, \dots, k$ ,  $H_0: \alpha_{1i}=0, i=1, \dots, k$  ve  $H_0: \pi_{1i}=0, i=1, \dots, k$  şeklinde kurulurlar ve k gecikmeleri için MWALD sınamasına tabi tutularak test edilirler. MWALD sınamasına göre boş hipotezler reddedilirse ilgili değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin varlığı kabul edilir.



## 5. Ekonometrik Bulgular

TS, RTG ve TA değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisinin tespitine yönelik yapılan analizden önce değişkenlerin durağanlık düzeyleri Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök sınaması ile araştırılarak  $d_{max}$  seviyesi belirlenmiştir. Birim kök sınaması sonuçları Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Birim Kök Sınaması Sonuçları

| Değişkenler  | ADF Test İstatistiği       |                            |
|--------------|----------------------------|----------------------------|
|              | Sabitli                    | Sabitli-Trendli            |
| TS           | -1.156557 (0)              | -2.419734 (0)              |
| RTG          | -2.428715 (0)              | -2.946525 (1)              |
| TA           | -2.124864 (0)              | -4.025427 <sup>b</sup> (1) |
| $\Delta$ TS  | -6.717104 <sup>a</sup> (0) | -6.805631 <sup>a</sup> (0) |
| $\Delta$ RTG | -5.099983 <sup>a</sup> (1) | -5.835603 <sup>a</sup> (1) |
| $\Delta$ TA  | -5.075155 <sup>a</sup> (0) | -4.988301 <sup>a</sup> (0) |

**Not:** Birim kök sınamasında, optimal gecikme uzunluğu, SIC (Schwartz Info Criterion) bilgi kriterine göre seçilmiş ve parantez içinde gösterilmiştir. a ve b sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık seviyesinde boş hipotezin reddedildiğini ve ilgili değişkenin durağan olduğunu göstermektedir.  $\Delta$  değişkenlerin birinci farkını göstermektedir.

Tablo 2'de sunulan ADF birim kök sınaması sonuçları TS ve RTG değişkenlerinin seviyesinde birim kök taşıdıklarını ancak birinci farklarında durağan olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan TA değişkeninin seviyesinde trendli modelde durağan olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla VAR sistemlerinde  $d_{max}$  1 olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan VAR modellerinin gecikmeleri k; RTG, TA ve TS, TA için SIC kriterine göre 2 olarak tespit edilmiştir. VAR (2) sistemlerinin ters köklerinin birim çember içerisinde yer aldığı ve sistemin istikrar koşulunu sağladığı sırasıyla EK-1A ve EK-1B'de görölmektedir.

**Tablo 3.** Toda ve Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

| RTG ve TA ikili VAR(3) k=2, $d_{max}=1$       |                   |           |                          |
|---|-------------------|-----------|--------------------------|
| $H_0$   | $x^2$ İstatistiği | P- Değeri | Karar                    |
| $\beta_{11} = \beta_{12} = \beta_{13} = 0$    | 6.521113          | 0.0384    | Boş Hipotez Reddedilir   |
| $\delta_{11} = \delta_{12} = \delta_{13} = 0$ | 5.080276          | 0.0789    | Boş Hipotez Reddedilir   |
| TS ve TA ikili VAR(3) k=2, $d_{max}=1$        |                   |           |                          |
| $H_0$   | $x^2$ İstatistiği | P- Değeri | Karar                    |
| $\alpha_{11} = \alpha_{12} = \alpha_{13} = 0$ | 22.94807          | 0.0000    | Boş Hipotez Reddedilir   |
| $\pi_{11} = \pi_{12} = \pi_{13} = 0$          | 4.002869          | 0.1351    | Boş Hipotez Red Edilemez |

VAR(3) sistemlerinin SUR yöntemi tahmininden elde edilen katsayılar MWALD sınamasına tabi tutularak nedensellik ve yönü üzerinde karar verilmiştir. Tablo 3'te yer alan sonuçlar, RTG'den TA'ya ve TA'dan RTG'ye doğru kurulan boş hipotezlerin sırasıyla %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini göstermektedir. Daha açık bir ifadeyle RTG ile TA arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Öte yandan, TA'dan TS'ye ve TS'den TA'ya doğru kurulan boş hipotezlerin

sırasıyla %1 anlamlılık düzeyinde reddedildiğini ve %10 anlamlılık düzeyinde reddedilemediğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle elde edilen bulgular, TA'dan TS'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisini ortaya koymuştur.

## 6. Sonuç

Turizm sektörünün gelişimi düşük tasarruf seviyesinden kaynaklanan dış kaynak ihtiyacının giderilmesine yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte turizm sektörünün ortaya çıkardığı katma değer, bağlantılı olduğu pek çok sektörü de etkilemek suretiyle ekonomik büyüme sürecine katkı sunmaktadır. Ekonomik büyüme stratejilerinde turizmin rolü, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiden kaynaklanmaktadır. Turizm sektörünü bu noktada çekici hale getiren etkenlerin başında, ülkeye döviz kazandırıcı etkisiyle uluslararası ve bölgesel eşitsizlikleri azaltmada oynadığı rol gelmektedir. Bununla birlikte ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimlerinde üzerinde durulan genç nüfus ve kadın çalışan istihdamının artırılmasında da turizm sektörü önemli katkılar üstlenebilmektedir.

Turizm sektörü, döviz kazandıran ve döviz çıkışına neden olan fonksiyonu ile dış ticaret sürecinde de önemli rol oynamaktadır. Nitekim uluslararası turistlerin turistlik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan mal ve hizmet talepleri turizm gelirlerini oluşturmak suretiyle ihracat etkisi meydana getirmektedir. Ayrıca uluslararası turist ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik ithal mal taleplerinin ortaya çıkardığı harcamalar ise ithalat etkisini oluşturmaktadır. Böylece turizm faaliyetleri ticari açıklığı etkileyebilmektedir. Bu amaçla Türkiye'de turizm ve ticari açıklık arasındaki ilişki Toda ve Yamamoto nedensellik sınaması yardımıyla araştırılmıştır. Ampirik analiz sonuçlarından elde edilen bulgular turizm gelirleri ve ticari açıklık arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi ortaya koymuştur. Diğer yandan ticari açıklıktan turist sayısına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç turizm sektörünün ticari açıklığı etkilediğini ortaya koymaktadır. Bir diğer ifadeyle turizm sektöründeki büyüme ticari açıklığın belirleyicisi olan ihracat ve ithalatı etkilemek suretiyle ticari açıklığı artırmaktadır. Diğer taraftan ticari açıklıktaki artışta uluslararası alandaki ilişkilerin artmasına ve buna bağlı olarak da turizmin gelişimine ve turist sayısının artmasına katkı sunmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye için ortaya konan bu ampirik bulguların önemi, turistlere yönelik kaliteli ve ucuz malların düşük maliyetle üretimi, turizm sezonunun 12 aya yayılması, yüksek gelirli turist talebinin oluşturulması, turist başına harcamaların artırılması, konaklama sürelerinin artırılması vb. gibi faaliyetlerin önemini ortaya koymaktadır. Böylelikle turizm gelirlerinin ihracat içindeki payının artmasını ve düşük maliyetli dış kaynak ihtiyacının bu yolla giderilmesi sağlanabilecektir. Benzer şekilde uluslararası ticari ilişkilerdeki artışta uluslararası turizm faaliyetlerini olumlu etkileyerek turizm sektörünün büyümesine katkı sunacaktır.

## Kaynakça

- Aslan, A. (2008). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz, *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, (10611), 1-11.
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, *Yönetim ve Ekonomi*, 13(2), 137-150.
- Croes, R. R. (2006). A Paradigm Shift to a New Strategy for Small Island Economies: Embracing Demand Side Economics for Value Enhancement and Long Term Economic Stability, *Elsevier Tourism Management*, 27(3), 453-465.

- Çetintaş, H., ve Bektaş, Ç. (2008). Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 37-44.
- Çil Yavuz, N. (2006). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7(2), 162-171.
- Çoban, O., ve Özcan, C. C. (2013). Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Değeri, M. K. (2006). Turizm ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), 67-89.
- Gallego, M. S., Rodriguez, F. L., ve Rodriguez, J. V. P. (2011). Tourism and Trade in OECD Countries. A Dynamic Heterogeneous Panel Data Analysis, *Empirical Economics*, 41(2), 533-554.
- Gautam, V., ve KG, S. (2012). An Empirical Investigation about Relationship between International Trade and Tourist Arrival: Evidence from India, *Business Excellence and Management*, 2(3), 53-62.
- Hazari, B.R., ve Ng, A. (1993). An Analysis of Tourists’ Consumption of Non-Traded Goods and Services on the Welfare of the Domestic Consumers, *International Review of Economics & Finance*, 2(1), 43-58.
- Kadir, N., ve Jusoff, K. (2010). The Cointegration and Causality Tests for Tourism and Trade in Malaysia, *International Journal of Economics and Finance*, 2(1), 138-143.
- Kar, M., Zorkirişçi, E., ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik bir Değeriendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(8), 87-112.
- Katircioğlu, S. T. (2006). Tourism, Openness and Growth Triangle in a Small Island: The Case of North Cyprus, 17th Symposium, Compstat; Computational Statistics, Rome, 28 Ağustos- 1 Eylül, 1163-1170. file:///C:/Users/ADM%C4%B0N/Downloads/CD-290%20(1).pdf, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.
- Khan, H., Toh, R. S., ve Chua, L. (2005). Tourism and Trade: Cointegration and Granger Causality Tests, *Journal of Travel Research*, 44(2), 171-176.
- Kırbaş-Kasman, S., ve Kasman, A. (2004). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi, *İktisat İşletme ve Finans*, 19(220), 122-131.
- Kızılgöl, Ö., ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-360.
- Kulendran, N., ve Wilson, K. (2000). Is there a Relationship between International Trade and International Travel?, *Applied Economics*, 32(8), 1001-1009.
- Özdemir, A. R., ve Öksüzler, O. (2006). Türkiye’de Turizm bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi, *Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(16), 107-126.
- Polat, E., Turkan, S., ve Gunay, S. (2010). Relationship between Tourism and Trade in Turkey, *International Conference On Applied Economics (ICOAE)*, Athens, 26-28 August 591-596. <http://kastoria.teikoze.gr/icoae2/wordpress/wp-content/uploads/articles/2011/10/066.pdf>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.
- Shan, J., ve Wilson, K. (2001). Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China, *Applied Economics Letters*, 8(4), 279-283.
- Socher, K. (1986). Tourism in the Theory of International Trade and Payments. *The Tourist Review*, 41(3), 24-26.
- Surugiu, C., ve Surugiu, M. R. (2011). Causality between Tourism Exports and Trade Openness: Empirical Analysis for Romanian Tourism, *Revista Tinerilor Economisti (The Young Economists Journal)*, 1(17), 100-109. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=f405bf1d-3d73-445b-80fa-90648ca6e836%40sessionmgr4004&vid=0&hid=4202>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.
- Terzi, H. (2015). Is The Tourism-Led Growth Hypothesis (TLGH) Valid for Turkey?, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16(2): 165-178.

The World Bank, <http://data.worldbank.org/indicator>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.

Toda, H.,Y. ve Yamamoto T. (1995). Statistical Inference in Vector Autoregressions with Possibly Integrated Processes, *Journal of Econometrics*, 66: 225-250.

Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi:1963-2011, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7(14), 339-352.

TURSAB, <http://www.tursab.org.tr/tr>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.

TÜİK, (2014).. İstatistik Göstergeler 1923-2013. Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, Ankara.

UNWTO. (2015). UNWTO Tourism Highlights. World Tourism Organization 2015 Edition, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.

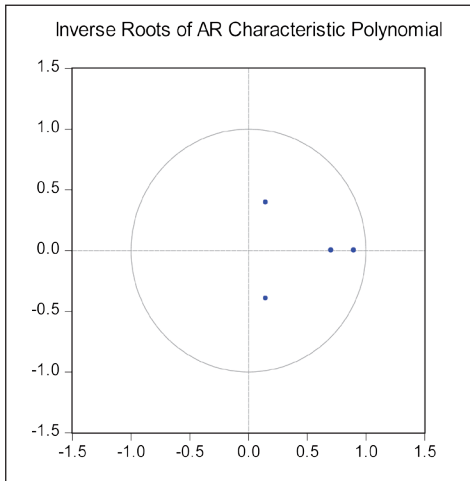
UNWTO, <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>, Erişim Tarihi 30 Kasım 2015.

Vanegas, M., ve Croes, R. R. (2003). Growth, Development and Tourism in a Small Economy: Evidence from Aruba, *International Journal of Tourism Research*, 5(5), 315-330.

Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneysu, F. (2012). Turizm – Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2): 205-220.

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

**EK-1A: RTG/TA**



**EK-1B: TS/TA**

