

**TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİK KONJONKTÜRDE İNCELENMESİ VE
TÜRKİYE’DE SEKTÖREL UZMANLAŞMANIN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNE
ETKİSİ: TİCARET UZMANLAŞMA ENDEKSİ VE VAR ANALİZİ**

Şule BATBAYLI¹

ÖZET

Uluslararası turizm ticareti ülkeler için önemli gelir getiren bir hizmet sektörüdür. Sektörün, katma değeri yüksektir. Bununla birlikte fazla döviz girdisi sağladığı için, tüm ülkeler turizm ihracatında uzmanlaşmayı tercih etmektedir. Ayrıca turizm ihracatı ekonomik konjontktürden de oldukça fazla etkilenmektedir. Bu çalışmada, Türkiye’nin 1995-2018 dönemi verileri dikkate alınarak, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük analizi ve zaman serisi analizi uygulanmıştır. Bu bağlamda, Ticaret Uzmanlaşma Endeksi (TSI) ve VAR yöntemi kullanılarak, iki teorik yöntem belirlenmiştir. Sonuçlara göre, Türkiye turizm sektöründe uzmanlaşmıştır. Ayrıca, ekonomik büyüme ile TSI arasında nedensellik bulunmamasına rağmen, büyüme ile turist sayısı ve cari açık arasında nedensellik vardır. Bununla birlikte, etki-tepki ve varyans ayrıştırması sonuçlarına göre, TSI ve turist sayısı, ekonomik büyüme üzerinde etkilidir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Ticareti, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi, Zaman Serisi Analizi.

**INVESTIGATION OF TOURISM SECTOR IN ECONOMIC CONJUNCTURE AND
THE EFFECTS OF SECTORAL SPECIALIZATION IN TURKEY ON ECONOMIC
GROWTH: TRADE SPECIALIZATION INDEX AND VAR ANALYSIS**

ABSTRACT

The international tourism trade is the service sector that provides significant income for countries. The sector’s added value is also high. Thus, all countries have preferred to specialize in tourism exports, as it provides high foreign currency inflow. In addition, tourism exports are highly affected by economic conjuncture. In this study, considering 1995-2018 period for Turkey, the revealed comparative advantages analysis and time series analysis was applied. In this context, using the Trade Specialization Index (TSI) and the VAR method, two theoretical methods have been determined. According to the results, Turkey has specialized in export of tourism sector. Moreover, although there is no causality between economic growth and TSI, there is a causality between growth and both number of tourists and current account deficit. Furthermore, according to results of impulse-response and variance decomposition analysis, TSI and the number of tourists have an impact on economic growth.

Keywords: Tourism Trade, Revealed Comparative Advantage, Time Series Analysis.

1 Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bil. Enst. Orcid: 0000-0002-0836-9203, batbaylisule@gmail.com.
Araştırma Makalesi/Research Article–Geliş Tarihi/Received: 31/03/2021–Kabul Tarihi/Accepted: 03/05/2021

GİRİŞ

Görünmeyen ticaret olarak da tanımlanan hizmet ticareti; işlenen mallar, uluslararası taşımacılık, turizm, tamir ve bakım hizmetleri, inşaat hizmetleri, bilgi hizmetleri, bankacılık ve sigortacılık gibi daha sayılabilecek birçok sektördeki hizmet alım satımını ifade etmektedir. Bu sektörler içinde ön plana çıkan; turizm, finans, taşımacılık ve inşaat cari işlemler kaleminde bulunmakta ve ödemeler dengesinin açık vermesini önemli ölçüde bertaraf edebilmektedir. Ayrıca turizm gelirleri, hizmet kaleminin %50-60 kadar kısmını oluşturmaktadır (Öztürk, 2017:368-369). 1960, 1970 ve 1980 dönemlerinde özellikle batı ekonomisi geliştikçe hizmet sektörü olan turizm piyasası da gelişme göstermiştir. Ayrıca turizm, endüstrinin başarısının özellikle teknoloji, enerji, tarım, ulaştırma ve telekomünikasyon sektörlerinin performansı ile iç içe geçmiştir. Ayrıca bu başarının zamanla artan çevre endüstrisinin politikaları ve davranışlarıyla ilgisi de bulunmaktadır (Crouch ve Ritchie, 1999: 138). Turizm, piyasa olarak sosyal mecralar ve elektronik ortamlar sayesinde yükselmeye ve gelişmeye açık bir alandır. Burada tüketici konumunda olan turistlerin memnuniyeti ve daha sonraki tutumları turizm piyasasının geleceğini belirlemektedir (Dolnicar ve Ring, 2014: 34, 39).

Turizmin yıllık istatistik verileri, sektör bakımından dünya ve ülkede bulunduğu konumu, kar ve zarar durumunu, çeşitli hedeflerin gerçekleşme ihtimalini gösterecektir (Tanrıku, 2020:412). UNWTO'nun 2019 raporunda, toplam uluslararası turist sayısının 1.4 milyar kişi olup, turizm ihracatının ise 1.7 trilyon dolara olduğu belirtilmektedir. 2009 yılında küresel kriz döneminden sonra bu rakamlar negatif yönde olmasına rağmen, sonraki dönemlerde yüksek seyretmektedir (UNWTO, 2019:2). Bu kadar büyük gelir sağlayan ve küreleşen dünyada ekonomik manada entegre olmaya çanak tutan turizm sektörü, firmaları rekabet ortamına yönlendirmektedir. Ayrıca turizmle bağlantılı diğer sektörler ise politika düzenlemeye yönlendirmektedir. Örneğin, finansal performans ölçümü, hedef belirleme, karşılaştırma yapma gibi. Böylece, firmalar verimlilik ve etkinliği arttırmaya yönelik bütün kriterleri göz önünde bulundurarak, gelişme ve ilerlemeye imkan tanıyacaklardır (Süslü, Ateş ve Gök, 2019:848). Turizm hizmeti, hem mikro hem makro ekonomik açıdan harcama artışı, istihdam yaratılması, cari fazla gibi olumlu etkilerin yanında, gayrimenkul spekülasyonu, bazı sosyal etkinliklerde (festival gibi) fiyat artışlarına sebep olması gibi olumsuz etkileri de ortaya çıkarabilmektedir (Crouch ve Ritchie, 1999:139).

1. KRİZLER DÖNEMLERİNDE TURİZM SEKTÖRÜ

Ekonomik krizler, reel ve finansal kriz şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Reel sektör krizleri; mal, hizmet, istihdam piyasalarında oluşan daralmalar, umulanın ötesinde gerçekleşen ekonomik dengesizlikleri ifade etmektedir. Finansal krizler ise döviz ve hisse senedi gibi finans piyasalarındaki şiddetli fiyat dalgalanmaları ya da bankacılıkta geri dönmeyen kredilerin (ödenmeyen batık krediler) aşırı seviyelerde olması sonucunda meydana gelen ciddi ekonomik sorunlardır (Kibritçioğlu, 2001:1-2).

Bir ülkede yaşanan bir kriz, mal (giyim) ve turizm, taşıma gibi hizmet pazarlarını daraltırken, finansal piyasalarda da sermaye kaçışlarına sebep olmaktadır (Kazgan, 2013: 4).

2008 ekonomik krizi, finans sektöründe ortaya çıkmıştır. Öncelikle söz konusu sektörü daha sonra krediler yoluyla reel kesimi etkilenmiştir. Ekonomideki olumsuz gidişat, tüketicilerin harcamalarını kısma yoluna gitmelerine sebep olmuştur. Talebin azalması, arzı ve dolayısıyla yatırımları negatif yönde etkilemiştir. Üretimle birlikte yatırımların azalması, işsizliği arttırmıştır. İstihdam azaldıkça tüketim daha da azalmıştır. Dolayısıyla ekonomik manada bir kısır döngü yaşanmış ve tüm sektörler için kriz daha hızlı yayılmıştır. Küresel krizin sebepleri arasında, yönetimdeki başarısızlık, kaldıraçlamanın fazla olması, deregülasyon bulunmaktadır. Ayrıca bu krizde ahlaki sorunlar da öne çıkmıştır. Bununla birlikte, tasarruf eğiliminin az olması ve arzın çok olması, talebin yetersiz kalmasıdır. Genel olarak finansal bir kriz olmasına karşın, talep etkisi ile reel sektör krizi olduğu da bilinmektedir. Dolayısıyla, turizm sektörünün küreselleşmesinden dolayı turizm, küresel krizden en çok etkilenen reel sektörlerdendir (Yıldız ve Durgun, 2010:3, 4).

Turizm sektörü, hem döviz hem de istihdam yaratan bir alandır. Krizlerden doğrudan ve dolaylı olarak etkilenmektedir. Turizm harcamasının, zorunlu olmamasından dolayı, bir kriz döneminde talebinin ilk düştüğü sektörlerin başında gelmektedir. Bu bağlamda, küresel finans krizi de dünyada ve Türkiye’de turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine yol açmıştır (Syzdykova vd., 2015:24, 26). Sektörün gelirler ile doğrudan ilişkili olmasından dolayı krizle birlikte tüketimi azalmaktadır. Turizm endüstrisinin çeşitlendirilmesi (daha uygun olan yerlerin seçilmesi, kolay ulaşımı olan destinasyonlara gidilmesi gibi) sektörün olumsuz etkisini nispeten bertaraf edebilecektir (Yıldız ve Durgun, 2010:9).

Benzer şekilde tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 krizi (koronavirüs salgını), ilk olarak 2019 yılının aralık ayında Çin’de tanımlanmıştır. Bu hastalık ile ölüm oranları hızla artmıştır ve küresel hareketlilikle birlikte dalgalanma devam etmektedir (Acuto, 2020:317). COVID-19 pandemisinden kaynaklanan sağlık krizi, küresel, ekonomik ve sosyal krize dönüşmüştür. Bu etki turizm sektörü üzerinde de hem kısa hem de uzun zaman için etkili olmaktadır. Krizin ani ve beklenmeyen biçimde gelişmesi, genel tahminleri güç kılmaktadır. Ancak bilinen, sosyalleşme ve tüketim şekillerinin değişmesinden kaynaklanan sosyo-ekonomik değişiklikler, turizm sektörü üzerinde etkili olduğudur (Romagosa, 2020:690).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), COVID-19 krizinin başlarında, 7 Mayıs 2020 tarihinde, uluslararası turizm istatistiklerinin yılın ilk çeyreğinde azalış gösterdiğini ve sene sonunda azalışın artarak devam edeceğini belirtmiştir. 2020 Mart dönemine kadar ihracatta (turizm gelirinde), nispeten 80 milyar \$ gelir kaybına yol açmıştır. Ayrıca daha önce yaşanmamış ve hem sağlık hem de ekonomik olan bu kriz turizmi, sektörün emek yoğunluğunun fazla olmasından dolayı, en sert şekilde etkilemiştir (UNWTO, 2020b). Dolayısıyla, COVID-19 krizi sürecinde dünya turizmi ve yatırımları önemli ölçüde etkilenmiştir. Çünkü pandemi özellikle talep ve arz kısıntısına yol açmıştır (OECD, 2020a).

Turizmle bağlantılı olan konaklama, yeme-içme hizmetleri alt sektörleri de COVID-19 krizinden olumsuz etkilenmiştir. Sadece söz konusu alt sektörlerdeki istihdamın 144 milyon olduğu göz önüne alındığında, salgının turizm işletmeleri ve çalışanları üzerine etkisinin büyüklüğü görülmektedir (ILO, 2020).

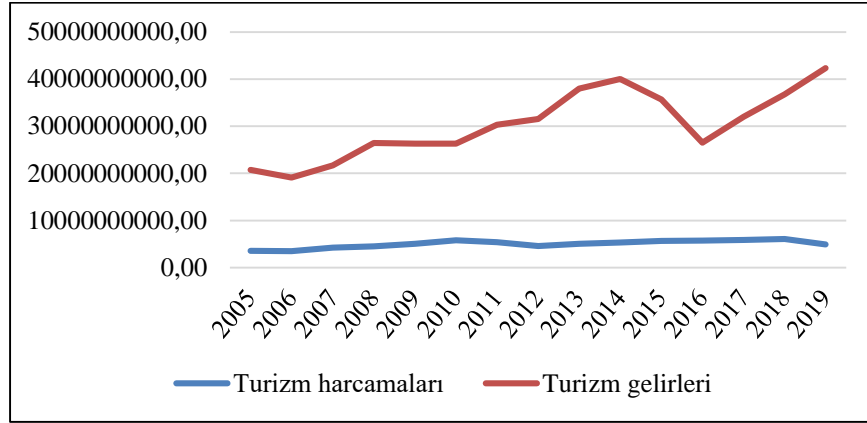
Bu bağlam, Dünya Turizm Örgütü, sektörün yeniden canlandırılmasını desteklemiştir. UNWTO, yayınladığı bir raporda ülkelerin (UNWTO, 2020a:12):

- Öncelikli pazarlarını,
- Tematik, bölgesel, ulusal ve uluslararası pazarlama stratejilerini,
- Turizm çeşitlendirme ve dijital pazarlama stratejilerini,
- Seyahati teşvik edici destek paketlerini gözden geçirmelerini vurgulamış ve
- Planlanan tanıtımların devam etmesini teşvik etmiştir.

Türkiye’de ise; COVID-19 salgınının yol açtığı kriz kapsamında önemli döviz getirisi sağlayan turizm sektörünü korumak için Türkiye’de mali politikalar kapsamında da bazı önlemler alınmıştır. Hazine ve Maliye Bakanlığı yayınladığı “COVID-19 Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi”nde turizmi hareketlendirmek adına şunlar yayınlanmıştır: “Ziraat Bankası; dönemsel faaliyet gösteren turizm sektöründe krediler için ödemesiz dönem 12 aya kadar uzatılabilecek, Vakıfbank; turizm ve şehir içi toplu taşıma gibi krizden en çok etkilenen sektörlerle özgül kredileri 12 aya kadar ödemesiz dönemli olarak yapılandırılacak ve Halkbank da yine ilgili dönem için ödeme olamadan turizm gibi dönemsel faaliyeti olan sektörlerde kredi borçlarını 12 aya kadar uzatılabileceği belirtilmiştir. Ayrıca 1 Nisan–31 Aralık 2020 tarihleri arasında konaklama vergisi uygulanmayacaktır.” Böylece, bu krizden turizm sektörünün olumsuz etkilenmesini en aza indirmeye çalışılmıştır (T.C. Hazine ve Maliye B., 2020).

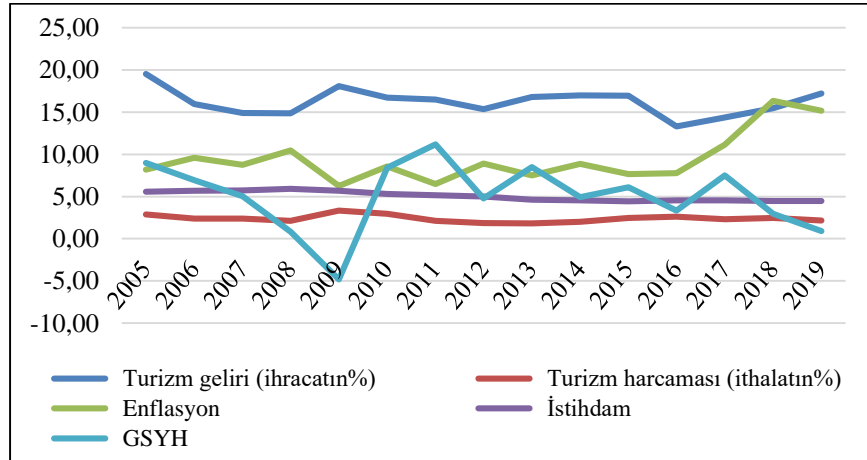
Turizm sektörü, gerek küresel finansal krizden gerekse de COVID-19 pandemi krizinden en çok etkilenen sektörlerin başında gelmektedir (Sarı ve Seçilmiş, 2010:194, OECD, 2020b).

Grafik 1, Türkiye’deki turizm sektörü bakımından, ihracat ve ithalat rakamlarını vermektedir. Buna göre, sektör Türkiye’de genel olarak artma eğilimindedir. 2014 yılından 2016 yılına kadar önemli bir düşüş yaşamış, ancak sonrasında tekrar toparlanmıştır. Turizm harcamaları ise, daha istikrarlı bir seyir göstermektedir.

Grafik 1: Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Giderleri

Kaynak: TÜİK (25.03.2021)

Grafik 2 ise, Türkiye’nin on beş yılda dış ticaret içinde turizm gelirleri ile giderlerinin, önemli makro ekonomik göstergelerle değerlendirilmesine olanak vermektedir. Buna göre, turizm gelirlinin ihracat içindeki payı küresel kriz döneminde artmıştır. Sonrasında nispi anlamda düşme gözlemlense de, son yıllarda turizmin ihracat içindeki payının yükseldiği görülmektedir. Ayrıca, küresel kriz döneminde GSYH’daki düşüş göze çarpmaktadır. Söz konusu dönemde enflasyon ise nispeten düşmüştür. İstihdam oranı ve turizm harcamalarının ise genel olarak istikrarlı hareket ettiği söylenebilir. Görüldüğü üzere, krizler ekonomik göstergelerde dalgalanmalara neden olmaktadır.

Grafik 2: Türkiye’de Turizm Göstergeleri ve Önemli Makro Ekonomik Göstergeler (%)

Kaynak: World Bank (25.03.2021)

Turizm sektöründe güvenlik unsuru belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda, ülkede yaşanan gerginlikler veya kriz, sektörü derinden etkilemektedir. Finans sektörü ile turizm sektörü arasındaki bağlantı, hem kuruluş sürecinde hem de ilerleyen süreçlerde devam etmektedir.

Dolayısıyla sektörün yaşayacağı olumsuzluklar nedeniyle, turizm kuruluşları yeni mali yapılanma yolunu seçme durumunda kalabilirler (Karhan, 2019:243).

Yapılan çalışmalarda turizm sektöründe uluslararası anlamda uzmanlaşma, başka alanları da etkilediği için önem arz etmektedir. Bu durum ise, hem Heckscher-Ohlin hem de yeni ticaret teorilerinin turizmdeki rekabet avantajının önemli belirleyicileri olduğunu göstermektedir (Algieri, Aquino ve Succurro, 2018:48).

2. LİTERATÜR

Algieri vd. (2018), EU-28 ülkelerinin 2000-2013 dönemi için turizm sektöründe uzmanlaşmayı panel veri analizi ile tahmin etmişlerdir. Bu bağlamda, Ballassa Endeksi ve Dinamik Panel veri analizi kullanılmıştır. Sonuçlara göre, turizmde rekabet avantajı bulunmuştur. Bu uzmanlaşmanın havaalanı, otelcilik altyapılarının güçlendirilmesi ile artacağı sonucuna varılmıştır. Ayrıca, GSYH'sı düşük olan ülkelerde uzmanlaşma daha belirgin olmaktadır.

Majewska ve Struzik (2012), Polonya'ya ihracat geliri ve ülkeye gelen turist sayısını dikkate alarak, panel veri analizi uygulamıştır. VAR modelinin iki çeşidini kullanarak 1993-2010 yıllık (VAR 1) ile 2005-2010 çeyreklik (VAR 2) veri setleri ile analiz gerçekleştirmiştir. Polonya'nın turizm partnerleri ile yapılan analiz sonucuna göre, genel olarak turizm hareketlerinden uluslararası ticaret etkilenmektedir. Ayrıca, söz konusu sektörler arasında Granger nedensellik bulunmuştur.

Katırcıoğlu (2009), 1960-2006 dönemi için Türkiye'deki turizm ve büyüme ilişkisini Johansen yaklaşımı ve sınır testi ile analiz etmiştir. Büyümeye güdüleyen uluslararası turizm sektörü arasında uzun dönemli ilişki bulunmaktadır. Ayrıca, çift yönlü nedensellik olduğu bulunmuştur.

Sandbrook (2010), anketler yoluyla 161 turistten topladığı veriler ile Uganda'da turizm ekonomik büyüme ilişkisini ölçmüştür. Turizm maliyetlerinin artışı ve konaklama süresi ile toplam harcamalar doğru orantılıdır. Diğer turizm türleri, maliyeti yüksek turizme (doğa turizmi) göre nispeten daha çok ekonomik katkı sağlamaktadır.

Song ve Lin (2010), 1980-2008 dönemi verileri kullanılarak, finansal krizin, Asya'ya gelen ve Asya'dan giden turist sayıları üzerine etkisini araştırmışlardır. ADLM-ECM modelinden yararlanılarak uygulanan analiz sonuçlarına göre, finansal krizin turizm sektörü üzerinde 2010 yılına kadar olumsuz etkisinin olduğu bulunmuştur.

Süslü vd. (2019), Borsa İstanbul (BİST) Turizm Endeksi'ndeki şirketlerin finansal performanslarının incelenmesi için (2015-2016 dönemi) Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) yönteminden yararlanılmıştır. Yaşanan dolaylı, dolaysız olumsuz gelişmeler ve kriz durumlarının Türkiye'de tüm turizm şirketlerinin verilerinde dalgalanmalara sebep olduğu gözlenmiştir.

Ayrıca, özellikle kriz dönemlerinde müdahale edilemediği ya da acil olarak geliştirilen alternatif stratejilerin etkili olmadığı sonucuna varılmıştır.

Uslu (2020), 2003:01-2018:09 dönemi için Türkiye’de turizm gelirlerinin cari dengedeki etkisini ARDL testi ile analiz etmiştir. Buna göre, uzun vadede turizm gelirindeki 1 milyar dolarlık artış ile döviz kurunda 1TL’lik artış, cari açığı sırasıyla 2.26 milyar dolar ve 2.50 milyar dolar azaltmaktadır. Kısa dönemde ise, cari denge kendi gecikmeli değerinden etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Şit (2016), Türkiye için uyguladığı analizde, 1980-2015 aylık verileri ile turizm gelirlerinin cari denge üzerindeki etkisini incelemiştir. VECM ve nedensellik analizleri sonucunda turizm gelirlerinden cari açığa tek yönlü nedensellik bulmuştur.

Erkan ve Bozduman (2019), 2003-2017 dönemi, turizm gelirleri ve harcamaları verilerini dikkate alarak, Türkiye’nin uzmanlaşma ve rekabet gücünü analiz etmişlerdir. Bu bağlamda, Balassa Endeksi, Net Ticaret Endeksi ve İhracat İthalat Oranı endeksleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, Türkiye turizm endüstrisinde uzmanlaşmış ve ortalama bir rekabet avantajı yakalamıştır.

Demir (2020), açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük analizi sonuçlarını ekonometrik modele dahil ederek, Türkiye’de farmakolojik ürünlerin ihracat üzerine etkisini incelemiştir. Bu bağlamda, 2005:02-2019:12 dönemi verilerini kullanarak, Normalleştirilmiş Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük endeksi ile ARDL, FMOLS, DOLS testlerini uygulamıştır. Elde edilen sonuçlara göre, Türkiye farmakolojik ürünlerde rekabet dezavantajına sahip olup, bu değer farmakolojik ürün ihracatını etkilemediği bulunmuştur. Ele alınan diğer değişkenlere göre sonuçlar da şöyledir; sanayi üretim endeksindeki bir yükselme, ihracatı düşürmektedir.

Literatürde turizm endüstrisinin bazı ülkeler için önemli gelir sağlayan bir sektör olup, makro ekonomik koşulların bundan oldukça fazla etkilendiği, belirtilmiştir. Bu çalışmayı farklı kılan ise, sektörde uzmanlaşmanın ekonomik büyüme modeline eklenerek zaman serisi analizi ile test edilmesidir.

3. AMPİRİK ANALİZ

Çalışmanın esas hedefi, ekonomik konjonktürün, Türkiye’nin turizm endüstrisindeki uzmanlaşma değerleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Daha sonra ise söz konusu uzmanlaşma değerleri ile birlikte cari açık ve turist sayılarının, ülkenin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini incelemek hedeflenmiştir. Bu bağlamda, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük analizlerinden olan Ticaret Uzmanlaşma Endeksi ile zaman serisi analizi olan VAR modelinden yararlanılmıştır.

3.1. Yöntem ve Veri Seti

Bu çalışmada turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki ticaret avantajını hesaplamak için, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerden yararlanılmıştır. Bu kavram, ticaret sonrası gözlemlerden elde edilen göstergelerden yararlanarak, iktisatçıların uyguladığı karşılaştırmalı avantaj hesaplamasıdır (Vollrath, 1991:266). Diğer bir ifadeyle, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksi analizi, uluslararası ticaret bakımından ülkelerin uzmanlaşma seviyelerini ölçmektedir (Çınar ve Özçalık, 2013: 5). Bu bağlamda Ticaret Uzmanlaşma Endeksi (Net Ticaret Endeksi- TSI) kullanılmıştır. Sonuçlar, net ticareti toplam ticaret hacmine bölerek elde edilmektedir (Jelacic, 2020:72). İlk uygulanacak yöntemin formülü şu şekildedir (Balassa ve Noland, 1989:175):

$$TSI_{i,k} = \frac{X_k^i - M_k^i}{X_k^i + M_k^i} \quad (1)$$

Sonuçlar -1 ile +1 arasında çıkmaktadır. -1 ve 0 arası karşılaştırmalı dezavantajı; +1 ve 0 arası karşılaştırmalı avantajı ifade etmektedir. Ayrıca sonucun 0 çıkması halinde ihracat ve ithalat eşittir denilmektedir, yani denge söz konusudur. Dolayısıyla TSI, ihracatta bir ülkenin uzmanlaşma derecesini ölçmektedir (Palus, Parobek ve Liker, 2015:198). Daha açık bir ifadeyle, sonuçlar 0'dan 1'e doğru yaklaştıkça ihracatta uzmanlaşmanın arttığı gözlenmektedir (Altay ve Gürpınar, 2008:265-266). Bu sonuçlar “gerçek” karşılaştırmalı avantajın “ortalama”sını belirtmektedir (Amighini, 2004:211).

Çalışmada, ihracat olarak Türkiye'nin turizm gelirleri, ithalat olarak Türkiye'nin turizm harcamaları kullanılmıştır. Veriler WTO'dan alınmış olup, 1995-2018 arasını göstermektedir. (2004 yılından sonra hesaplamalara yolcu taşımacılığının da eklenmesi ile turizm harcamaları daha yüksek çıkmıştır).

(1) nolu denklem yardımıyla uygulanan ilk yöntem sonuçları Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre, Türkiye'nin turizm sektöründe uzmanlaşma değerleri sıfırın üzerinde çıkmıştır. Dolayısıyla, Türkiye'nin turizm sektöründe uzmanlaşmış olduğu söylenebilir. Bu sonuç literatür ile örtüşmektedir. 2005 yılına kadar gözlenen azalmanın sebebi, turizm endüstrisindeki dış ticaret hacmi zamanla artarken, dış ticaret haddinin giderek azalmasıdır. Bu tarihten itibaren nispeten turizm gelirleri, turizm giderlerinden daha fazla olmuştur. Küresel kriz döneminde Türkiye'nin turizm sektörü uzmanlaşma değerinin ise, nispeten düştüğü görülmektedir.

Tablo 1: Türkiye'nin Ticarete Uzmanlaşma Endeksi Sonuçları

1995	0,218385	2007	0,113612
1996	0,207796	2008	0,081481
1997	0,160985	2009	0,093457
1998	0,152156	2010	0,112602
1999	0,179984	2011	0,09642
2000	0,154562	2012	0,088754
2001	0,071567	2013	0,024112
2002	0,053862	2014	0,019582
2003	0,030368	2015	0,071207
2004	0,048765	2016	0,076674
2005	0,008714	2017	0,085431
2006	0,017532	2018	0,11298

Kaynak: WTO'dan alınan veriler doğrultusunda yazar tarafından hesaplanmıştır.

Ekonometrik analiz için kullanılan değişkenler, World Bank ve WTO'dan alınmıştır. (1) nolu modelin sonuçları (2) nolu modele eklenmiştir. Bu doğrultuda, çalışmada uygulanan ikinci yöntemin modeli şu şekildedir:

$$GSYH = \beta_0 + \beta_1 CAR + \beta_2 TSA + \beta_3 RCA \quad (2)$$

GSYH: Ekonomik büyüme, CAR: Cari açık, TSA: Turist sayısı, RCA: Türkiye'nin turizm endüstrisinde uzmanlaşma değerleri, β_0 sabit terim, $\beta_{1,2,3,4}$ bağımsız değişkenlerin katsayılarıdır.

Bir zaman serisinde ekonometrik analiz uygulanmadan önce, güvenilir ve tutarlı sonuçlar için serilerin durağan olup olmadıklarına bakılması gerekmektedir. Durağan hale getirilen seriler, uzun vadede sabit bir ortalamaya sahip olmaktadır (Nelson ve Plosser, 1982:141). Zaman serisi analizlerinde yaygın şekilde kullanılan ADF (Augmented Dickey-Fuller 1981) ve PP (Phillips-Perron 19889) birim kök sına testlerinde, ADF, modele serilerin gecikme farklarını ilave etmektedir. Böylece parametre düzeltme işlemi uygulanmaktadır. PP ise, hata terimlerini nispeten düşük seviyede bağımlı hale getirip, heterojen şekilde dağılmasına olanak tanımaktadır (Aslan ve Topcu, 2018:123).

Çalışmada kullanılan Vektör Otoregresif Modeller (VAR), değişkenler arasındaki ilişkiyi, öncelikli bir varsayıma ihtiyaç olmadan tahmin etmektedir. Modelde, tüm değişkenler içsel kabul edilmekte ve değişkenlerin her birinin diğerleri üzerindeki etkisinin gücü aynı anda tahmin edilmektedir (Kumar, Leone ve Gaskins, 1995:365).

İki değişkenin dikkate alındığı modelde, durağanlaştırılmış Y_t 'nin zamansal hareketi, durağanlaştırılmış Z_t 'nin hem şimdiki hem de geçmiş verilerinden etkilenmektedir (ya da tam tersi). Matematiksel gösterimi ise şöyledir (Çekerol ve Gürbüz, 2003:3):

$$Y_t = b_{10} - b_{12}Z_t + \gamma_{11}Y_{t-1} + \gamma_{12}Z_{t-1} + \varepsilon_{yt} \quad (3)$$

$$Z_t = b_{20} - b_{21}Y_t + \gamma_{21}Y_{t-1} + \gamma_{22}Z_{t-1} + \varepsilon_{zt}$$

VAR modelinin analizi için; Granger Nedensellik, Etki-Tepki ve Varyans Ayrıştırması tekniklerine ihtiyaç vardır (Bozkurt, 2002:62).

İki zaman serisi arasındaki ilişki, bir nedensellik ilişkisi değildir (Yılmaz, Kaya ve Akıncı, 2011:20). Bununla birlikte, iktisat teorisinde değişkenlerin içsel ya da dışsal olmaları, söz konusu değişkenlerin arasındaki ilişkiyi belirlemektedir. Bu doğrultuda, Granger (1969) ve Sims (1972), nedensellik ilişkisini ortaya koymuşlardır. Buna göre iki zaman serisinin nedeni, karşılıklı olacak veya geri bildirim ilişkisi olacaktır. Model, yalnızca gecikmeli değerler dikkate alınarak kurulur (Tarı ve Bozkurt, 2006:5). Daha açık bir ifadeyle, söz konusu analiz, iki değişkenli bir modelde, bir değişkenin gecikmiş değerinin, diğeri için denkleme dahil edilmesidir (Kutlar, 2017:10). $\beta_i=0$ sonucu bulunursa, “ X_t , Y_t 'nin granger nedeni değildir”, denir. Model şu şekildedir (Tarı ve Bozkurt, 2006:5):

$$Y_t = \sum \alpha_i Y_{t-i} + \sum \beta_i X_{t-i} + \varepsilon_{1t} \quad (4)$$

$$X_t = \sum \alpha_i X_{t-i} + \sum \beta_i Y_{t-i} + \varepsilon_{2t}$$

VAR testi sonuçlarını iktisadi anlamda yorumlamak güç olduğu için, etki tepki fonksiyonundan yararlanılmaktadır. Söz konusu fonksiyon, VAR modelindeki içsel değişkenlerin, hata terimindeki olası şoklar karşısında durumunu test etmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2017:510). Bir değişken diğer bir değişkendeki şoklara tepki gösterdiğinde, ikinci değişken ile ilkinin nedensellik ilişkisi barındırdığını söyleyebiliriz (Lütkepohl, 2005:51). Ayrıca, Varyans Ayrıştırması ile şokların değişkenler üzerinde yaptığı etki gözlenebilmektedir. Bu test ile bir zaman serisinin hata teriminde oluşacak şok, diğer değişkenlerce açıklanma oranı bulunmaktadır (Tarı ve Bozkurt, 2006:5).

3.2. Ampirik Analiz Sonuçları

Yapılacak analizlerin hatalı olmaması için seriler durağanlaştırılmıştır. Tablo 2 birim kök sınamalarında en çok kullanılan testler olan ADF ve PP sonuçlarını vermektedir. Seriler birinci farkları alındığında durağan hale gelmiştir. PP testi sonuçları ADF testi sonuçlarını desteklemektedir.

Tablo 2: Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	ADF*				PP**			
	Düzy		Birinci Fark		Düzy		Birinci Fark	
	t-stat	Prob	t-stat	prob	t-stat	Prob	t-stat	prob
LRCA	-2.446	0.140	-4.818	0.001	-2.422	0.146	-4.965	0.000
LTSA	-0.951	0.752	-5.192	0.000	-0.940	0.756	-5.258	0.000
CAR	-1.912	0.321	-5.494	0.000	-1.804	0.369	-5.936	0.000
LGSYH	0.250	0.969	-4.364	0.002	0.250	0.969	-4.361	0.002

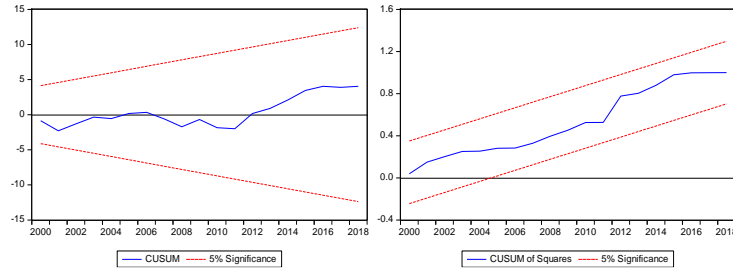
*Bilgi kriteri SIC seçilmiştir.

**Bartlett kernel ve Newey-West bandwidth seçilmiştir. Elde edilen sonuçlar %1, 5 ve 10 için anlamlıdır.

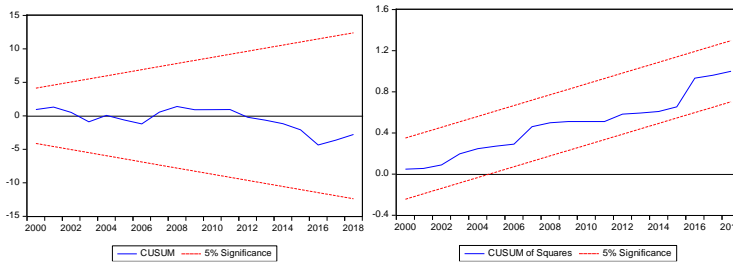
Zamanla istikrarından sapan değişkenler, yapısal kırılmadan kaynaklanabilmektedir. Bu sebeple kullanılan Cusum ve Cusum Squares testi, tekrarlanan artıklardan elde edilen bir modeldir (Brown, Durbin ve Evans, 1975:149, 154).

Grafik 3: Değişkenlere İlişkin Cusum ve Cusum Q Testi

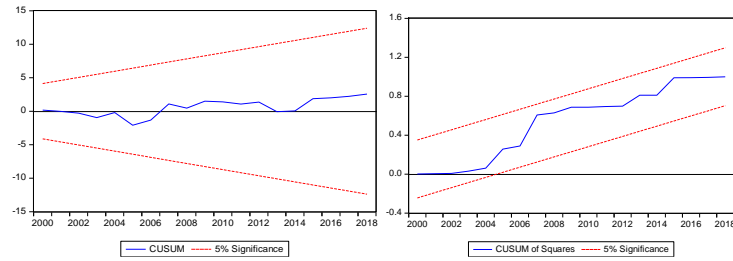
dlgsyh



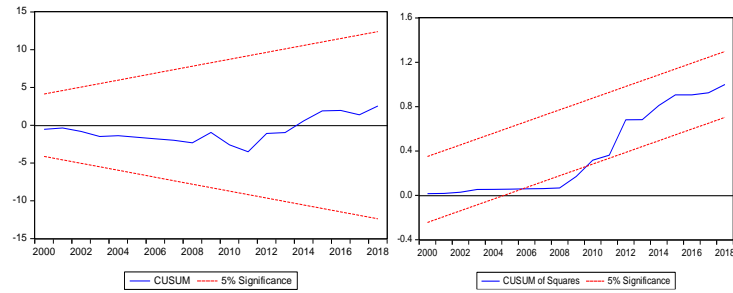
dltsa



dlrca



dcar



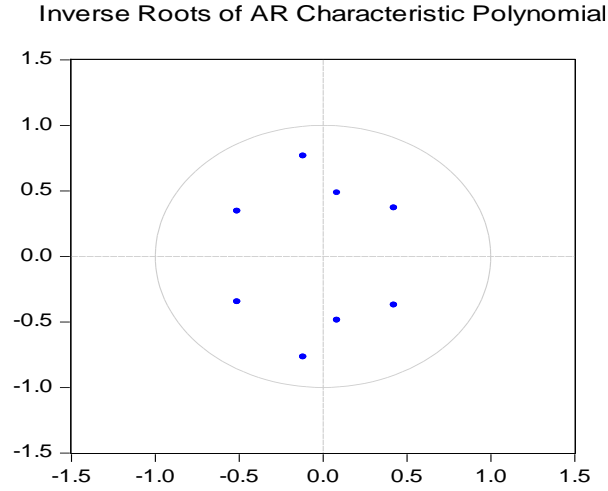
Değişkenlerin artıklarına göre sınanan testte (Grafik 3), sadece cari açık serisinin CUSUM Q grafiğinde kırılma görülmektedir. Ancak CUSUM testinde kırılma gözlenmediği için modele dummy eklenmemiş ve bu kırılma göz ardı edilmiştir. Dolayısıyla genel olarak model için dikkate alınan dönemde yapısal kırılmanın olmadığı ve modelin istikrarlı olduğu söylenebilir.

Granger nedensellik analizi sonucunda bulunan nedensellik ilişkileri, VAR testinde kullanılan değişkenlerin sıralamasını belirlemektedir (Özsoy, 2009:79-80). Buna göre, Tablo 3'te, cari açık ile turist sayısı arasında çift yönlü Granger nedensellik bulunmaktadır. Ayrıca, GSYH'dan turist sayısına ve cari açığa doğru da tek yönlü nedensellik mevcuttur. Dolayısıyla, en dışsaldan, içsele doğru VAR analizindeki değişken sıralaması, ticarete uzmanlaşma endeksi, GSYH, cari açık, turist sayısı olarak belirlenmiştir.

Tablo 3: Granger Nedensellik Sonuçları

DEĞİŞKENLER	F-stat	Prob
Turist sayısı GSYH'nın granger nedeni değildir.	5.924	0.051
GSYH, turist sayısının granger nedenidir.	7.471	0.023
Ticarete uzmanlaşma GSYH'nın granger nedeni değildir.	0.802	0.669
GSYH, ticarete uzmanlaşmanın granger nedeni değildir.	1.006	0.604
Cari açık GSYH'nın granger nedeni değildir.	0.461	0.793
GSYH, cari açığın granger nedenidir.	6.282	0.043
Cari açık, turist sayısının granger nedenidir.	9.416	0.009
Turist sayısı, cari açığın granger nedenidir.	8.066	0.017
Turist sayısı, ticarete uzmanlaşmanın granger nedeni değildir.	0.253	0.881
Ticarete uzmanlaşma, turist sayısının granger nedeni değildir.	1.395	0.497
Cari açık, ticarete uzmanlaşmanın granger nedeni değildir.	0.580	0.748
Ticarete uzmanlaşma, cari açığın granger nedeni değildir.	4.717	0.094

Logaritmaları alınarak çalışılan değişkenlerin VAR modeli için optimal gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiştir. Granger Nedensellik testi için de 2 gecikme kullanılmıştır. VAR modelinin durağanlığının sınındığı Grafik 4'te göre bütün ters köklerin birim çember içinde kaldığı görülmektedir. Dolayısıyla modelin istikrarlı olduğu söylenebilir. Sisteme gelecek şokların etkisi geçici olacaktır.

Grafik 4: VAR Modeli Durağanlık Grafiği

Varyans Ayrıştırmasının verildiği Tablo 4'e göre, GSYH'daki bir şokun değişkenler üzerinde 10 yıllık etkisi incelenmiştir. Bu değişim 1. dönemde kendisinden ve ticarete uzmanlaşma endeksi değerlerinden kaynaklanmaktadır. Ticarete uzmanlaşmanın etkisi giderek artarken, büyümenin kendi etkisi zamanla azaldığı söylenebilir. Turist sayılarındaki değişim ise ikinci dönemden sonra etkisini göstermekte ve zamanla artmaktadır. Cari açığın etkisi ise nispeten düşük kalmıştır. Dolayısıyla turist sayısındaki hareketlenmeler GSYH'nın öngörü hata varyansı için belirleyici olacaktır, denebilir.

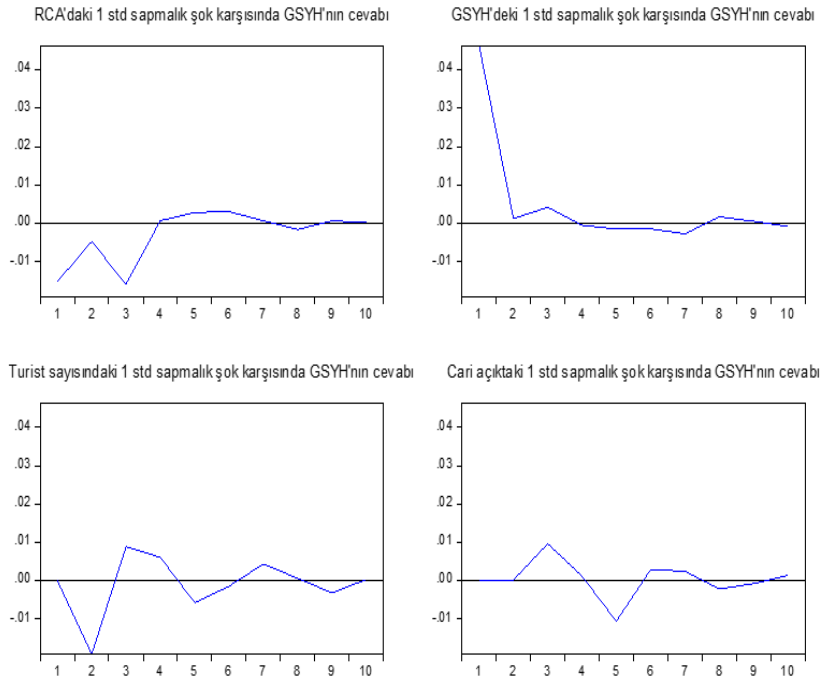
Tablo 4: Varyans Ayrıştırması Sonuçları

Period	Standart Hata	RCA	GSYH	TSA	CAR
1	0.817819	9.669471	90.33053	0.000000	0.000000
2	0.868093	9.119494	77.58656	13.29215	0.001797
3	0.987452	15.71424	67.42501	13.91935	2.941404
4	0.989013	15.53961	66.61261	14.89927	2.948502
5	0.997123	15.07687	63.63301	15.17423	6.115888
6	1.000420	15.25716	63.28069	15.13636	6.325795
7	1.002450	15.12717	62.89495	15.53876	6.439118
8	1.002866	15.15421	62.79166	15.50324	6.550890
9	1.003709	15.11766	62.59804	15.73792	6.546382
10	1.003866	15.10772	62.56575	15.72887	6.597660

Turizm sektörü ticaretinde uzmanlaşma değerlerindeki bir birimlik şok karşısında GSYH önce artmakta, sonra azalmakta, daha sonra tekrar artmakta ve dördüncü yıldan sonra sıfıra yaklaştığı gözlenmektedir. Turist sayısındaki bir birimlik şok ise, GSYH üzerinde dalgalı bir durum göstermektedir. Bu tepkinin sönümlenmediği gözlenmektedir.

Son olarak cari açık serisine verilen 1 standart sapmalı şok GSYH'nın önce pozitif, sonra negatif, daha sonra yine pozitif tepki vermesine yol açmış ve dolayısıyla şokun etkisinin azda olsa devam ettiği gözlenmiştir (Grafik 5).

Grafik 5: Etki Tepki Analizi Sonuçları



Ticarette uzmanlaşma değerlerine verilen şokun etkisinin GSYH üzerinde yedinci dönemden sonra sönümlendiği gözlenmektedir.

SONUÇ

Turizm sektörü cari açığın finansmanında önemli bir hizmet kalemidir. Ayrıca katma değeri de yüksek olduğu için ülkeler turizm ihracatına yatırım yapmayı tercih etmektedir. Böylece ödemeler dengesine, fazla döviz girdisi sağlanmaktadır.

Bununla birlikte, turizm endüstrisi krizler döneminde olumsuz etkilenen ilk sektörlerin başında gelmektedir. Bunun nedeni, zorunlu bir tüketim olmamasından kaynaklanmaktadır. Gelirler ile doğrudan ilişkili olan turizm, olası kriz durumunda ilk vazgeçilen tüketim alışkanlığıdır.

Turizm endüstrisi, Türkiye açısından lokomotif sektörlerdendir. Bu sebeple, çalışmada, iki model uygulanmıştır. İlki, Ticarete Uzmanlaşma Endeksi, ikincisi VAR analizidir. Buna göre Türkiye, turizm ihracatında uzmanlaşmıştır. Ayrıca, küresel kriz döneminde bu uzmanlaşma seviyesinde azalma olduğu gözlenmiştir. İkinci analiz sonuçlarına göre, cari açık ile turist sayısı arasında çift yönlü Granger nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Ayrıca, GSYH'dan hem turist sayısına hem de cari açığa doğru tek yönlü nedensellik mevcuttur. Bununla birlikte turist sayılarının GSYH değişkeni üzerindeki etkisi nispeten fazla olduğu bulunmuştur. Ticarete uzmanlaşma endeksinin büyüme üzerindeki etkisi ise cari açığa göre daha yüksek seviyede kalmıştır.

Son olarak diğer değişkenlere verilen bir birimlik şokun ekonomik büyüme üzerine etkisinin incelendiği analizde, sönümlenmenin ticarete uzmanlaşma endeksi sonuçlarında olduğu görülmüştür. Daha açık bir ifadeyle, turist sayısı ve cari açık değişkenlerine verilen bir birimlik şokun GSYH üzerinde dalgalanarak devam ettiği görülmüştür. Turizm gelirleri ve turist sayılarının ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu literatürdeki sonuçlar ile örtüşmektedir. Diğer yandan Türkiye'de, ticarete uzmanlaşma değerleri ile diğer değişkenler arasında nedensellik ilişkisi bulunamamıştır. Ancak, söz konusu değişkenin büyüme üzerine etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir. TSI (RCA) değişkenine verilen şokun, büyüme üzerinde önce etkili olup zamanla bu etkinin kaybolduğu gözlenmiştir. Dolayısıyla, net turizm ticaretinin pozitif ve büyük sonuç vermesi, bizi olası bir şok yaşansa dahi büyüme üzerindeki etkisinin kalıcı olmayacağı sonucuna götürmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye turizm sektörü dış ticaretinde uzmanlaşma yakalamasına rağmen, küresel ölçekte yaşanan krizlerden oldukça fazla etkilenmektedir. Bunu, çalışmanın analiz edildiği yılları oluşturan, 1995-2018 dönemi içerisindeki, 2008 küresel krizinden olumsuz etkilendiğinden anlamaktayız. Dolayısıyla Türkiye'nin ticarete uzmanlaşma değerlerinin GSYH üzerinde etkisi bulunduğu için, küresel kriz dönemlerinde turizm endüstrisi için alınacak erken önlemler ülke ekonomik büyümesine olumlu katkı yapacaktır.

KAYNAKÇA

- ACUTO, M. (2020). COVID-19: Lessons for an Urban(izing) World. *One Earth*, 2(4)., pp. 317-319.
- ALGIERI, B., AQUINO, A. ve SUCCURRO, M. (2018). International competitive advantages in tourism: An eclectic view. *Tourism Management Perspectives* 25, pp. 41-52.
- ALTAY, B. ve GÜRPINAR, K. (2008). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Bazı Rekabet Gücü Endeksleri: Türk Mobilya Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Đ.Đ.B.F. Dergisi (C.X ,S I)*, ss. 257-274.
- AMIGHINI, A. (2004). Chine in the International Fragmentation of Production: Evidence From the ICT Industry. *The European Journal of Comparative Economics*, 2 (2)., pp. 203-219.
- ASLAN, A. ve TOPCU, E. (2018). "İhracata Dayanlı Büyüme Hipotezine Yeni Bir Yaklaşım: Türkiye Ekonomisi Üzerine Sektörel Bir Uygulama". *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi.UİİİD-IJEAS*, (20), ISSN 1307-9832, , ss. 119-134.
- BALASSA, B. ve NOLAND, M. (1989). The Changing Comparative Advantage of Japan and the United States. *Journal of the Japanese and International Economies* 3, pp. 174-188.
- BOZKURT, H. Y. (2002). Türkiye Ekonomisinde İktisadi Kriz ve Büyüme Analizinin Vektör Otoregresif Modeller İle İncelenmesi. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı.
- BROWN, R. L., DURBIN, J. ve EVANS, J. M. (1975). Techniques for Testing the Constancy of Regression Relationships over Time. *Journal of the Royal Statistical Society*, 37(2)., pp. 149-192.
- CROUCH, G. I. ve RITCHIE, J. R. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, ss. 137–152.
- ÇEKEROL, K. ve GÜRBÜZ, H. (Eylül 2003). Reel Döviz Kuru Değişimleri İle Sektörel Dış Ticaret Fiyatları Arasındaki Uzun Dönem İlişki. Konferans: Uluslararası Ekonomi Kongresi VII, ss. 1-12. Ankara: ODTÜ.
- ÇINAR, S. VE ÖZÇALIK, M (2013). İmalat Sanayi Sektörünün Rekabetçilik Analizi: Türkiye ve G-8 Ülkeleri Panel Veri Analizi. Paper presented at EconAnadolu 2013: Anadolu International Conference in Economics III, ss. 1-15.
- DEMİR, M. A. (2020). Türkiye'nin Farmakoloji Sanayindeki Mukayeseli Üstünlüğünün Sektörün İhracatı Üzerine Etkisi: Zaman Serisi Analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ss. 509-530.
- DOLNICAR, S. ve RING, A. (2014). Tourism marketing research:Past, Present and Future. *Annals of Tourism Research*, ss. 31-47.
- ERKAN, B. ve BOZDUMAN, E. T. (2019). Analysis of Specialization and Competition Level in Turkey's Tourism Sector. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, KOSBED*, 38, pp. 1-12.
- ILO. (2020, May). ILO Sectoral Brief; The impact of COVID-19 on the tourism sector. International Labour Organization: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/briefingnote/wcms_741468.pdf adresinden alındı

- JELACIC, D. (2020, September 28-30). Sustainability of Forest-Based Industries in the Global Economy Proceedings of Scientific Papers. Parobek, J.; Slastanova, K. Impact of Globalisation on the Forest Industry: Application of Comparativeness Analyses. Vinkovci, Croatia: Croatia: WoodEMA, i.a.- International Association for Economics and Management in Wood Processing and Furniture Manufacturing.
- KARHAN, G. (March 2019). Finans ve Turizm Sektörü İlişisine Ekonometrik Bir Bakış. Social Sciences Research Journal, Volume 8, Issue 1, ISSN: 2147-5237, pp. 242-248.
- KATIRCIOĞLU, S. (2009). Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for Turkey using the bounds test and Johansen approach for cointegration. Tourism Management, 30., pp. 17-20.
- KAZGAN, G. (Ağustos 2013). Türkiye Ekonomisinde Krizler (1929-2009), 4. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- KİBRİTÇİOĞLU, A. (2001). "Türkiye'de Ekonomik Krizler ve Hükümetler, 1969-2001". Yeni Türkiye Dergisi, ss. 1-17.
- KUMAR, V., LEONE, R. P. ve GASKİNS, J. N. (1995). Aggregate and disaggregate sector forecasting using consumer confidence measures. International Journal of Forecasting 11 , pp. 361-377.
- KUTLAR, A. (2017). EViews ile Uygulamalı Çok Denklemlili Zaman Serileri. İstanbul: Umuttepe Yayınları.
- LUTKEPOHL, H. (2005). New Introduction to Multiple Time Series Analysis. Berlin: Springer-Verlang.
- MAJEWSKA, J. ve MIŃSKA-STRUZİK, E. (2012). In search of the relationship between international tourism and trade: evidence from Poland. Trade Study Group. İsviçre: Bern Üniversitesi, pp. 1-26.
- NELSON, C. R. ve PLOSSER, C. I. (1982). Trends and Random Walks in Macroeconomic Time Series. Journal of Monetary Economics 10., pp. 139-162.
- OECD. (2 June 2020b). Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19), https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses. Paris: OECD.
- OECD. (2020a). "OECD Economic Outlook June 2020". Paris.: OECD.
- ÖZSOY, C. (2009). Türkiye'de eğitim ve İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Modeli ile Analizi. The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management, Volume IV Spring, ss. 71-83.
- ÖZTÜRK, N. (2017). Para Banka Kredi, Güncellenmiş 4. Baskı. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- PALUS, H., PAROBK, J. ve LİKER, B. (2015). Trade Performance and Competitiveness of the Slovak Wood Processing Industry within the Visegrad Group Countries. Drvna Industrija. DOI: 10:5552/drind.2015.1431., pp. 195-203.
- ROMAGOSA, F. (2020). The COVID-19 crisis: Opportunities for sustainable and proximity tourism. Tourism Geographies, 22(3), pp. 690-694.
- SANDBROOK, C. G. (2010). Local economic impact of different forms of nature-based tourism. Conservation Letters, pp. 21-28.

- SARI, Y. ve SEÇİLMİŞ, C. (2010). 2008 Yılı Finansal Ekonomik Krizinin Türkiye Turizm Sektörüne Yansımaları Üzerine Bir Araştırma. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(1), ss. 191-204.
- SEVÜKTEKİN, M. VE ÇINAR, M. (2017). Ekonometrik Zaman Serileri Analizi EViews Uygulamalı. Bursa: Dora Basım-Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- SONG, H. VE LİN, S. (2010). Impacts of the Financial and Economic Crisis on Tourism in Asia. Journal of Travel Research, 49,1., pp. 16-30.
- SÜSLÜ, C., ATEŞ, A. VE GÖK, M. A. (2019). "Turizm Şirketlerinin Finansal Performanslarının Değerlendirilmesi: Türkiye Örneği". Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research, ss. 848-860.
- SYZDYKOVA, A., ABUBAKİROVA, A., ASAN, D. VE KELESBAYEV, D. (30 Mart 2015). "Turizm sektöründe kriz yönetimi". ҚАРАҒАНДЫ УНИВЕРСИТЕТІНІҢ (Karaganda Üniversitesi) (s. ss. 23-27.). Kazakistan: издательства ҚарГУ (KarSU Yayınevi).
- ŞİT, M. (2016). Türkiye Ekonomisinde Net Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Açığını Azaltmadaki Etkisinin Analizi: 1980-2015 Dönemi. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(4), ss. 57-67.
- TANRIKULU, M. (2020). "COVID-19 GÖLGESİNDE TÜRKİYE'DE HOLİSTİK TURİZM VE KÜLTÜRE DÖNÜŞ". Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD), ss. 406-417.
- TARI, R. ve BOZKURT, H. (2006). Türkiye'de İstikrarsız Büyümenin VAR Modelleri ile Analizi (1991.1-2004.3). Ekonometri ve İstatistik, Sayı:4, ss. 1-16.
- T.C. HAZİNE VE MALİYE BAKANLIĞI. (2020). "Covid-19 Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi". Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Hazine ve Maliye Bakanlığı.
- TÜİK. (2021, 03 25). Türkiye İstatistik Kurumu, göstergeler. <https://www.tuik.gov.tr/> adresinden alındı
- UNWTO. (2019). International Tourism Highlights 2019 Edition. Spain: World tourism Organization.
- UNWTO. (2020a). Covid-19 Tourism Recovery Technical Assistance Package. Spain, Madrid: UNWTO, Sustainable Development Goals.
- UNWTO. (2020b). International Tourist Numbers Could Fall 60-80% In 2020, Unwto Reports. Spain, Madrid: UNWTO.
- USLU, H. (2020). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkileri: Ardl Sınır Testi Yaklaşımı . Ekonomi Bilimleri Dergisi, Cilt:12, No:1, ss. 38-67.
- VOLLRATH, T. L. (1991). A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. Weltwirtschaftliches Archiv, 127(2), pp. 265-280.
- WORLD BANK. (2021, 03 25). World Bank Data. <https://data.worldbank.org/> adresinden alındı
- WTO. (2021, 03 16). World Trade Organization. <https://www.wto.org/> adresinden alındı
- YILDIZ, Z. ve DURGUN, A. (2010). " 2008 Küresel Ekonomik Krizi Ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri". Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, ss. 1-15.
- YILMAZ, Ö., KAYA, V. VE AKINCI, M. (2011). Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Ekonomik Büyümeye Etkisi (1980-2008). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25(3-4), ss. 13-30.