



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Muhasebe-Finansman Bilim Dalı

**TÜRK TURİZMİNDE KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ  
FAALİYETİNE YÖNELİK DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE  
YATIRIMLARIYLA TURİZM GELİRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN  
İNCELENMESİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**

Ahmet Yakup ERKİLİÇ

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2013

TÜRK TURİZMİNDE KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ FAALİYETİNE YÖNELİK  
DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARIYLA TURİZM GELİRLERİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA

Ahmet Yakup ERKİLİÇ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Muhasebe-Finansman Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

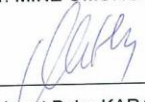
Ankara, 2013

## KABUL VE ONAY


Ahmet Yakup ERKILIÇ tarafından hazırlanan "TÜRK TURİZMİNDE KONAKLAMA VE YIYECEK HİZMETİ FAALİYETİNE YÖNELİK DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARIYLA TURİZM GELİRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA" başlıklı bu çalışma, 03.04.2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Prof. Dr. Mustafa Ömer İPÇİ (Başkan)

  
Yrd. Doç. Dr. MINE ÖMÜRGÖNÜLŞEN (Danışman)

  
Prof. Dr. Mehmet Baha KARAN

  
Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN

  
Prof. Dr. Semra KARACAER

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Yusuf ÇELİK  
Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin ..... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

03.04.2013



Ahmet Yakup ERKILIÇ

## TEŞEKKÜR

Uzun ve yorucu tez hazırlama sürecinde her zaman yanımda olan ve destekleriyle bu çalışmamda bana yardımcı olan aileme, birim amirlerime ve mesai arkadaşlarıma, çalışmamda bana her türlü kolaylığı gösterip araştırmalarımdayardımlarını esirgemeyen değerli tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. MİNE ÖMÜRGÖNÜLŞEN'e, saygıdeğer hocam Prof. Dr. Mehmet Baha KARAN'a, yüksek lisans eğitimim esnasında ders aldığım tüm hocalarıma ve Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Öğretim Üyesi Yrd. Doç. Dr. Ayhan KAPUSUZOĞLU'na teşekkürlerimi sunarım.

## ÖZET

Erkılıç, A. Y. (2013). *Türk Turizminde Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetine Yönelik Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarıyla Turizm Gelirleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Bu çalışmada Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetine yönelik doğrudan yabancı sermaye yatırımları (DYSY) ile turizm gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Literatürdeki çalışmaların turizm gelirleri ve büyüme arasındaki ilişkiye odaklanmış olması ve konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY ile turizm gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanılmamış olması çalışmanın önemini arttırmıştır. Türkiye'nin turizm gelirleri ve turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetine yönelik 2007–2012 yılları arasındaki DYSY verilerinin kullanıldığı bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetine yönelik DYSY'nin özelliklerini Türkiye özelinde irdelemek ve bu yatırımların sektörün büyümesine ve gelişmesine olan katkılarını incelemektir. Bu amaca erişmek için anılan veriler sırasıyla Augmented Dickey–Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) birim kök testlerine, Johansen eşbütünleşme testine ve Granger nedensellik testine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak, sadece konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetine yönelik DYSY'den turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu sonuca göre, Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetine yönelik yapılan DYSY'deki değişimin incelenmesi yoluyla, Türkiye'nin turizm gelirlerindeki değişim belirlenebilir.

### **Anahtar Sözcükler**

Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyeti, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY), Turizm Gelirleri, Turizm, Türk Turizm Sektörü

## ABSTRACT

Erkılıç, A. Y. (2013). *An Empirical Study on the Analysis of the Relationship between the Foreign Direct Investment in Accommodation and Food Service Activities in Turkish Tourism Sector and Tourism Revenue*, Master's Thesis, Ankara.

In this study, the causality relationship between the foreign direct investments (FDI) in the accommodation and food service activities in Turkish tourism sector and tourism revenue has been analyzed. The importance of the study has increased due to the facts that the studies in the literature focus on the relationship between the tourism revenue and growth and no empirical study has been known to us in the literature that analyzes the causality relationship between FDI in the accommodation and food service activities and tourism revenue. The purpose of this study in which the data for Turkey's tourism revenue and FDI in the accommodation and food service activities in the years between 2007 and 2012 have been used is to examine the characteristics of FDI in the accommodation and food service activities in the tourism sector specifically for Turkey and the contributions of these investments on the sector's development and growth. To fulfill this aim, the mentioned data have analyzed with Augmented Dickey-Fuller (ADF), Phillips-Perron (PP) unit root tests, Johansen cointegration test and Granger causality test respectively. As a result, only one unidirectional causality relationship from the FDI made in the accommodation and food service activities to the tourism revenue has been found. According to this result, the change in Turkey's tourism revenue can be determined by examining the change in the FDI made for the accommodation and food service activities in the Turkish tourism sector.

### Key Words

Accommodation and Food Service Activities, Foreign Direct Investment (FDI), Tourism Receipts, Tourism, Turkish Tourism sector

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY .....	i
BİLDİRİM .....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
ÖZET .....	iv
ABSTRACT .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
TABLolar DİZİNİ .....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	x
GİRİŞ .....	1
BİRİNCİ BÖLÜM DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI .....	5
1.1. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ TANIMI .....	5
1.2. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ AMACI .....	7
1.3. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ TÜRLERİ .....	8
1.3.1. Yapılan Yatırımın Yeni İşletme Oluşturmasına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları .....	8
1.3.1.1. Yeşil Alan Yatırımları .....	8
1.3.1.2. Satın almalar .....	9
1.3.1.3. Kahverengi Alan Yatırımları .....	9
1.3.2. Yapılan Yatırımın Amacına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları .....	9
1.3.3. Mülkiyet Durumlarına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları .....	10
1.3.3.1. Stratejik Birleşmeler .....	10
1.3.3.2. Tam Mülkiyete Dayalı Bağlı Şirket ve Ortak Girişim .....	10
1.3.3.3. Satın almalar ve Şirketler arası Birleşmeler .....	10
1.3.4. Üretim Zincirindeki Yerine Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları .....	10
1.3.4.1. Dikey Yatırımlar .....	11
1.3.4.2. Yatay yatırımlar .....	11
1.3.5. Diğer Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı Çeşitleri .....	11
1.3.5.1. Transfer Fiyatlandırması .....	11
1.3.5.2. Yeniden Yatırılan Kazançlar .....	12
1.4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ETKİLERİ .....	12



1.4.1. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi .....	12
1.4.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Milli Gelir Üzerindeki Etkisi .....	13
1.4.3. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Uluslararası Ekonomik İlişkiler Üzerindeki Etkisi .....	13
1.4.4. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Teknoloji ve İşletmecilik Bilgisi Üzerindeki Etkisi .....	14
1.4.5. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkisi .....	14
1.4.6. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının İstihdam Üzerindeki Etkisi .....	14
1.4.7. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Diğer Etkileri .....	15
1.5. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER .....	16
1.5.1. Piyasa Büyüklüğü ve Büyüme Hızı .....	16
1.5.2. Ekonomik İstikrar .....	16
1.5.3. Döviz Kuru .....	17
1.5.4. Dış Ticarete Açıklık .....	17
1.5.5. Altyapı .....	17
1.5.6. Politik İstikrar .....	17
1.5.7. Vergi Oranları .....	18
1.5.8. Diğer Faktörler .....	18
1.6. TÜRKİYE'DE VE TÜRK TURİZMİNDE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI .....	18
İKİNCİ BÖLÜM TURİZM .....	23
2.1. TURİZM TANIMI VE EKONOMİK ÖZELLİKLERİ .....	23
2.2. TURİZMİN ETKİLERİ .....	27
2.2.1. Turizmin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri .....	27
2.2.2. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkileri .....	27
2.2.3. Turizmin Milli Gelir Üzerindeki Etkileri .....	28
2.2.4. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkileri .....	28
2.2.5. Turizmin Yabancı Sermaye Girişi Üzerindeki Etkileri .....	28
2.2.6. Turizmin Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkileri .....	29

2.2.7. Turizmin Diğer Etkileri .....	29
2.3. TURİZMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER .....	31
2.3.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler .....	31
2.3.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler .....	32
2.4. TURİZM YATIRIMLARI .....	34
2.4.1. Turizm Yatırımlarının Türleri .....	35
2.4.1.1. Altyapı Yatırımları .....	36
2.4.1.2. Üstyapı Yatırımları .....	36
2.4.1.3. Destek Yatırımları (Tamamlayıcı Yan Turistik Yatırımlar) .....	36
2.5. TÜRK TURİZM SEKTÖRÜ .....	37
2.5.1. Türk Turizm Sektörünün Tarihsel Gelişimi .....	39
2.6. TÜRK TURİZMİ SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLER, ZAYIF YÖNLER, FIRSATLAR VE TEHDİTLER ANALİZİ .....	46
2.6.1. Türk Turizminin Güçlü Yönleri.....	46
2.6.2. Türk Turizminin Zayıf Yönleri .....	47
2.6.3. Türk Turizminin Fırsatları .....	48
2.6.4. Türk Turizminin Tehditleri .....	49
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI VE TURİZM GELİRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA .....	50
3.1. LİTERATÜR TARAMASI .....	50
3.2. TÜRK TURİZM SEKTÖRÜ GELİRLERİ İLE TURİZM SEKTÖRÜNDE KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ FAALİYETİ ALANINDAKİ DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ VE SONUÇLARI .....	56
SONUÇ .....	67
KAYNAKÇA .....	71
ÖZGEÇMİŞ .....	80

## TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. 2010 – 2011 Yıllarına Ait Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişi Bileşenleri (Milyon Dolar) .....	20
Tablo 2. 2006-2011 Yılları Arasında Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Sektörlere Göre Dağılımı (Milyon Dolar).....	21
Tablo 3. 2010 – 2011 Yıllarına İlişkin Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sayılarının Sektörlere Göre Dağılımı (Şirket sayısı).....	22
Tablo 4. Türk Turizmi Hedef Pazar Grupları.....	38
Tablo 5. Türk Turizm Sektörünün Turist Sayısı ve Turizm Geliri Açısından Gelişimi.....	44
Tablo 6. Türk Turizm Sektörünün Turistik Tesis ve İşletmeler Açısından Gelişimi.....	45
Tablo 7. Türk Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri Açısından Gelişimi.....	45
Tablo 8. Literatür Taramasında Bulunan Diğer Çalışmalar.....	54
Tablo 9. Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Kapsamında Yapılan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı Miktarına (DYSY_TUR) İlişkin Veri Seti (Aylık, Milyon ABD Doları).....	57
Tablo 10. Turizm Geliri Miktarına (GEL) İlişkin Veri Seti (Aylık, Milyon ABD Doları).....	58
Tablo 11. Aylık Enflasyon Oranına (ENF) İlişkin Veri Seti (Aylık, Yüzde Değişim)...	59
Tablo 12. Turizm Geliri Miktarının Logaritmik Değeri (LN_GEL).....	60
Tablo 13. Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları .....	60
Tablo 14. ADF ve PP Birim Kök Testlerinin Sonuçları (Seviye).....	62
Tablo 15. Gecikme Uzunluğunun Tespiti .....	63
Tablo 16. Eş-bütünleşme Testi Sonuçları (İz testi) .....	64
Tablo 17. Eş-bütünleşme Testi Sonuçları (Maks-Özdeğer İstatistikleri) .....	64
Tablo 18. VEC Granger Nedenselliği Test Sonuçları .....	65

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Türkiye Turizm Stratejisi Kavramsal Eylem Planı .....	44
Şekil 2. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütünün Turist Sayısına İlişkin Öngörüsü (1995-2030) .....	46

## GİRİŞ

Küreselleşmenin etkisiyle mal, hizmet, ticaret ve sermayenin hareketliliğinin önündeki engellerin azaltılmasına ve kaldırılmasına yönelik olarak yaşanan gelişmeler, hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkeleri önemli ölçüde etkilemiştir (Çeken, 1998, s.28). Özellikle gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelerin ileri teknolojilerini yakalayıp o ülkelerle uluslararası piyasalarda rekabet edebilme ve kalkınma gereksinimleri, gelişmekte olan ülkeleri sermaye hareketleri üzerindeki engelleri kaldırmaya sevk etmiştir.

Gelişmekte olan ülkeler, uluslararası piyasada rekabet edebilmek için yabancı sermayeye ihtiyaç duymaktadırlar. İçinde buldukları finansman ve kaynak kıtlığı, onları sınırlarını yabancı sermayeye açma durumunda bırakmaktadır. Bu yüzden de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının finansmanı ve içinde buldukları darboğazların giderilmesi için bu ülkelere doğru yabancı sermaye girişlerinde artış gözlenmektedir (Demircan, 2003, s.50).

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörünün dünya ekonomisindeki yeri ve önemi her geçen gün artmaktadır. İnsanoğlunun var olduğu günden bugüne değişerek gelişen turizm hareketi, ülkelerin gelişmesinde önemli bir sektör halini almıştır (Altıntaş, 1988, s.7). İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra meydana gelen gelişmeler ile birlikte insanların serbest zamanlarının artması, sosyo-ekonomik düzeylerinin yükselmesi, içinde buldukları ortamdan uzaklaşıp değişik yerler görme, değişik kültürler tanıma, psikolojik açıdan rahatlama isteği dünya çapında seyahat eden insan sayısını bir milyar kişiye, turizm gelirleri toplamını ise bir trilyon dolara yaklaştırmıştır (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, <http://mkt.unwto.org/en/barometer> , Erişim: 29 Şubat 2012). Ülkelerin, bu büyük turizm pastasından istedikleri payı almalarında bu sektöre yapacakları yatırımların önemi büyüktür ve bu durum da, özellikle kaynak bulma bakımından sıkıntılar yaşayan gelişmekte olan ülkelere turizm sektöründeki yatırımların doğrudan yabancı sermaye yatırımları (DYSY) ile finanse edilmesini gerekli kılmaktadır (Çeken, 2003, s.39).

Gelişmekte olan ülkeler kalkınmalarını gerçekleştirebilmek amacıyla sermayeye ve nitelikli işgücüne ihtiyaç duyarken, gelişmiş ülkeler mevcut durumlarını devam

ettirebilmek ve refah seviyelerini yükseltmek için sermaye ve nitelikli işgücü talep etmektedirler. Gelişmekte olan ülkelerde eldeki kıt sermayenin ithal mallara harcanması ve tasarruf oranlarının düşük olması, uluslararası piyasalarda bu ülkelerin rekabet şansını azaltmaktadır.

Yabancı tasarrufların başka bir ülke ekonomisine transferi olarak tanımlanabilen yabancı sermaye, giriş yaptığı ülkenin ekonomik kaynaklarını ve üretim kapasitesini arttırmaktadır. Buna ilaveten, beraberinde getirdiği teknoloji, işletmecilik bilgisi ve yerli personelin eğitilmesi imkânı ile üretimin verimliliğini yükseltmektedir. Doğrudan yabancı sermaye, yurtiçi ekonomik dinamizmi arttırmakta, firmalar arası rekabeti teşvik etmekte ve üretimin daha düşük maliyetle gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Yabancı sermaye girişleri, ekonomik gelişmeyi hızlandırarak ekonomide toplam talep, istihdam ve milli gelir düzeylerinin yükselmesini sağlamaktadır.

Dünyada küreselleşmenin etkisiyle mal, hizmet, ticaret ve sermayenin önündeki seyahat engellerinin azaltılması ve Türkiye’de özellikle 1980’lerden sonra, ihracata dayalı büyümenin benimsenmesi ile turizm sektörü hızla gelişmiştir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyine (World Travel and Tourism Council (WTTC)) göre, 2011 yılında dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasılasının (GSYİH) %9,1’ini üreten ve Türkiye’de doğrudan ve dolaylı olarak 1,9 milyon kişiye istihdam sağlayan turizm sektörü üzerinde çok tartışılan ve araştırılan bir alan olarak dikkat çekmektedir (<http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> , Erişim: 29 Şubat 2012). Bu çalışmada bu önemi nedeniyle birçok sektör ile ilişkilendirilen turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY’nin özelliklerini Türkiye özelinde irdelemek ve bu yatırımların sektörün büyümesine ve gelişmesine turizm gelirleri bazında olan katkılarını incelemek amaçlanmaktadır. Ayrıca bu çalışmanın diğer hedefleri ise Türk turizm sektörünün elde ettiği gelirler ile bu sektörde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY ile arasındaki ilişkinin nedensellik yönünü tespit etmek ve sektörel bazda yeni planlama yöntemlerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktır.

Gelişmekte olan ülkelerin, kalkınmalarını gerçekleştirebilmek için, ihtiyaç duydukları sermaye birikimini sağlayan araçlardan birisi olarak DYSY, teknolojik yenilik ve yönetim bilgisiyle rekabeti geliştirip istihdam oluşturulmasında, ödemeler dengesi

açıklarının kapatılmasında, büyümenin ve ekonomik kalkınmanın finansmanında önemli katkılar sağlamaktadır. Bu nedenle DYSY, gelişmekte olan ülkeler için değerlendirilmesi gereken önemli unsurlardan biridir (Karluk, 2001, s. 97-115).

Turizm sektörünün gelişmesi, yapılacak turizm yatırımlarına bağlıdır. Turizm sektörünün yüksek risk içermesi ve turizm yatırımlarının geriye dönüş süresinin uzun olması nedeniyle yerli sermayenin bu sektöre fazla rağbet edememesi yabancı sermayeye olan ihtiyacı artırmaktadır (Unur, 2000, s.1-16). Bu bakımdan, bu çalışmada Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY'nin özelliklerinin ve bu yatırımların miktarı ile turizm gelirleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması, sektörün değerlendirilmesi ve ilerleyen zamanlarda bu sonuçlara göre sektörel planlamalar yapılması açısından önemlidir. Ayrıca yapılan literatür taramasında, turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasındaki ilişkinin değerlendirildiği çalışmalara rastlanılmamıştır. Ancak genel olarak turizm geliri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ampirik olarak incelendiği çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu bağlamda hazırlanan bu çalışma, literatürde bu alandaki eksikliği gidermek için önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Uluslararası turizm talebi hızlı bir şekilde arttığı için turizm sektörünün gelişme imkânının çok olduğu ve turizm potansiyelinin yüksek olduğu ülkeler açısından turizm sektörü, yabancı yatırımlar için cazip bir sektördür.. Özellikle Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütünün (BM DTÖ) verileri ve raporlarına göre son altmış yıl içerisinde turizm sektörü sürekli bir büyüme ve farklılaşma göstererek dünyadaki en büyük ve en hızlı gelişen sektörlerden biri olmuştur. Dünya çapında turizm sektöründe 1950'de toplam 25 milyon ziyaretçi varken, bu sayı 1980'de 277 milyona, 1990'da 435 milyona, 2000'de 675 milyona çıkmıştır ve 2011 yılı itibariyle bir milyara yaklaşmıştır (BM DTÖ, <http://mkt.unwto.org/en/barometer> , Erişim: 29 Şubat 2012).

Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm sektörü, gelişmekte olan ülkelere döviz girdisi sağlamakta, yeni istihdam yaratmakta ve ödemeler dengesi açıklarının kapatılmasını sağlamaktadır. Özellikle tarihi ve doğal güzelliklere sahip Türkiye gibi ülkeler, turizm gelirlerini ve dolayısıyla döviz gelirlerini de artırmış, kalkınmada ve ekonomik büyümede en çok ihtiyaç duyulan sermayeyi bu şekilde sağlamışlardır.

Turizm gelirleri ile bu sektörde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasındaki ilişkinin inceleneceği ve yapılacak analizlerin kamuya açık verilerle sınırlı olacağı bu çalışmanın birinci bölümünde DYSY tanımı, amacı ve türlerinden bahsedilecektir. Buna ilaveten DYSY'nin ekonomi üzerindeki etkileri, DYSY'yi etkileyen faktörler ve Türkiye'de ve Türk turizmde DYSY detaylı bir şekilde incelenecektir.

İkinci bölüm, öncelikle dünyada turizm sektörünün ekonomik özelliklerine, turizmin ekonomiye olan katkısına, bu alandaki yatırımlara ve bunların özelliklerine ayrılacaktır. Bunlara ek olarak Türk turizm sektörünün tarihsel gelişiminden ve bu alandaki ekonomik göstergelerin gelişiminden bahsedilecek olup son olarak Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından gerçekleştirilmiş olan Türk turizm sektörünün Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) analizine (DPT, 2007, s.14-16) yer verilecektir.

Üçüncü bölümde, çalışma ile ilgili literatür taraması yapılacaktır ve 2007-2012 yılları arasında Türkiye'de turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanında yapılan DYSY arasında herhangi bir uzun dönemli ilişki ile kısa dönemli nedensellik ilişkisi olup olmadığı araştırılacaktır. Bu bölümün sonunda araştırma neticesinde bulunan sonuçlar tartışılacaktır.

Sonuç bölümünde ise yapılan araştırmanın sonuçları irdelenecektir ve bu alanda ilerleyen dönemlerde yapılabilecek çalışmalara yönelik öneriler sunulacaktır.



## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI**

Bu bölümde doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının (DYSY) tanımı, amacı ve türleri ele alınacaktır. Buna ilaveten, DYSY'nin ekonomi üzerindeki etkileri, DYSY'yi etkileyen faktörler ve Türkiye'de ve Türk turizminde DYSY detaylı bir şekilde incelenecektir.

#### **1.1. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ TANIMI**

Etkisini son yıllarda hızla gösteren küreselleşme, sermaye hareketlerinin yapısını ve etkisini değiştirmiştir. Küreselleşme en büyük etkisini finansal piyasalarda gösterirken teknolojik gelişmelerin etkisiyle bütünleşen finans piyasaları, uluslararası sermaye hareketlerinin miktarını ve kaynağını değiştirmektedir. Ulusal sermaye piyasalarının hızlı bir şekilde liberalleşmesi ile sermaye, mal ve hizmet faktörleri küresel anlamda hareketlilik kazanmaktadır (Çeken, 2003, s.18). Bu durum, DYSY'nin önem kazanmasına sebep olmuştur.

Yabancı sermaye, bir ülkedeki mevcut sermaye stokuna başka ülkenin sahipliği olarak tanımlanırken, özel yabancı sermaye yatırımı ise ülkeye gelen yabancı sermayenin o ülkenin devletine değil vatandaşlarına ait olduğunu göstermektedir. Doğrudan yabancı yatırım ise; sermayenin yanı sıra teknoloji, teknik bilgi, işletmecilik bilgisinin de ülkeye geldiğini ifade eder.

DYSY, "bir ülke borsasında işlem gören şirketlerin hisselerinin bir diğer ülke veya ülkelerin kuruluşları tarafından satın alınmasını ifade eden portföy yatırımları dışında kalan ve bir veya birden fazla uluslararası yatırımcının tamamına sahip olarak veya yerli bir veya bir kaç firma ile ortaklık halinde gerçekleştirdiği yatırımlar" olarak tanımlanmaktadır (DPT, 2000, s.1).

DYSY, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD)'nın 1999 yılında yayınladığı Dünya Yatırım Raporu'nda şöyle tanımlanmaktadır: Uluslararası üretimin neden olduğu mali akımlar, doğrudan yabancı yatırımdır ve günümüzde dolaysız yabancı yatırımlar esas itibariyle çokuluslu şirketler arasında meydana

gelmektedir. Anılan rapor bugün yaşanan küreselleşme sürecinin merkezinde uluslararası üretimin yer aldığını belirterek DYSY'yi uluslararası üretim olgusuna bağlamaktadır (Töre, 2001, s.73-86).

DYSY; Seyidoğlu'na göre (2001, s. 664) bir şirketin üretimini, bulunduğu ülkenin sınırlarının ötesine yaymak üzere ana merkezin dışındaki ülkelerde üretim tesisi inşa etmesi veya mevcut üretim tesislerini satın alarak kendi bünyesine katması biçiminde tanımlanabilir. Ayrıca DYSY, firma satın alma, yeni kurulan bir firma için kuruluş sermayesi sağlama veya mevcut bir firmanın sermayesini artırma yoluyla başka ülkelerde bulunan firmalara yapılan ve beraberinde teknoloji, işletmecilik bilgisi ve yatırımcının kontrol yetkisini de getiren yatırım olarak da tanımlanabilir (Karluk, 2001, s. 97–115).

Doğrudan yabancı yatırımların temel kaynağı, dünya çapındaki üretim ve dağıtım ağına sahip olan çokuluslu ya da ulus ötesi şirketlerdir. Bu şirketler, başka ülkelerde yapacakları yatırımların kendi ülkelerine göre daha kârlı olması nedeniyle DYSY'e yönelmekte olup satın almalar ve birleşmeler yoluyla küresel DYSY'nin ve küresel ihracatın büyük kısmını gerçekleştirmektedirler (Demircan, 2003, s.14). Çokuluslu şirketler yatırım yapmadan önce, ülkedeki fırsat ve riskleri değerlendirirler ve bu değerlendirmeye binaen o ülkeye girip girmeyeceklerine karar verirler. Bu değerlendirmelerde yatırım yapılacak ülkede ekonomik ve siyasal istikrarın sağlanmış olması, yeterli altyapının bulunması ve etkin bir hukuksal sürecin mevcudiyeti önem kazanır. Bu etkenlerin gelişmiş ülkelerde daha etkin bir şekilde sağlanması, DYSY'nin %80'e yakın bir kısmının bu ülkelere yapılması sonucunu doğurmaktadır (Karluk, 2001, s. 97-115).

DYSY, iki farklı kategoride gelişme göstermektedir. Birincisi, mali yatırımlardır; ki bunlar yabancı tahvil ve hisse senedi gibi uzun vadeli sermaye piyasası araçlarından oluşmaktadır. İkincisi ise fiziki yatırımlardır; ki bunlar özellikle çok uluslu şirketlerin çevre ülkelerde kendilerine bağlı yönetimlerle yeni fabrika veya üretim tesisi kurmaları şeklinde kendisini gösterir (Saatçioğlu, 2002, s.1, <http://ismmmo.org.tr> , Erişim: 1 Ekim 2012).

İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatına (OECD) göre; DYSY'nin amacı, bir ülkede yerleşik olan kurumların veya kişilerin diğer bir ülkede kalıcı ekonomik çıkarlar elde

etmek istemeleri olup kalıcı ekonomik çıkar, DYSY yapan kişi ve kurumlar ile DYSY arasındaki uzun dönemli bir bağımlılık gerektirmektedir. OECD normlarına göre DYSY, yabancı bir yatırımcının en az %10 oranında temsil gücüne sahip olduğu yatırımları kapsamaktadır. Buna ilaveten bazı ülkelerde, yatırımların DYSY olarak değerlendirilebilmesi için şirketler arasında somut ilişkinin bulunması, yönetim kurulunda temsil edilme ve teknik bilgi sağlama gibi unsurlar gereklidir (Karluk, 2001, s. 97-115).

Yatırımcıların yatırım kararı vermesinde üç temel etken belirleyicidir. Bunlardan birincisi, mülkiyet avantajıdır. Bu avantaj, yatırımın sahibi olmaktan doğar. İkinci temel faktör, konum avantajıdır. Bu avantaj, yatırım yapılan yerden kaynaklanır. Üçüncü temel faktör, içselleştirme avantajıdır. Bu avantaj, ulus ötesi şirketlerin uluslararası arenada rekabet etmesinden doğar. Bu üç temel faktör, yatırım kararının alınmasında etkilidir ve yatırımcının kazanmak istediği avantajlara göre yapılacak yatırımın hacminin ve yerinin belirlenmesini sağlar (Demircan, 2003, s.41).

## **1.2. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ AMACI**

DYSY'nin amacı, yeni yatırım yapılacak ülkede ana ülkedekine kıyasla daha yüksek kâr oranı ve gelir elde etmektir. DYSY'nin diğer bir nedeni, küreselleşmeyle birlikte sermayenin kısa sürede yüksek getiri getirecek alanlara yönlendirilebilmesinin kolaylaşmasıdır. Ayrıca dünya pazarlarının entegrasyonu, ekonomik büyüme, fiyat seviyeleri, enflasyon oranları ve büyük yatırımcıların yatırım ve portföy tercihleri gibi nedenlerle, bankacılık, ticaret, turizm, sigortacılık gibi kâr marjı daha yüksek olan hizmet sektörlerinde DYSY daha hızlı gelişme göstermiştir (Alkin, 1978, s.194).

DYSY, ülkenin sabit sermaye birikimine katkıda bulunarak ekonomik gelişmeyi ve kalkınmayı hızlandırmaktadır. Bir ulusal ekonominin daha hızlı büyümesi için öncelikle daha fazla yatırım yapmak gerekmektedir. Daha fazla yatırım yapmak içinse daha fazla tasarruf gerekir. Bu durumda hükümetlerin devreye girmesi elzemdir. Tasarrufu teşvik edecek ve tasarruf etmeyenlerin elinden vergi gibi bir miktar para alınmasını sağlayacak önlemlerinin yürürlüğe konulması gerekir (Alkin, 2001, s. 13-15). Eğer ülkenin iç tasarrufu yetmezse dış tasarrufa yönelmek gerekir. Dış tasarruflar ise ya borçlanma ya da yabancı sermaye yoluyla gerçekleştirilir. DYSY'nin yararları, sadece ev sahibi

ülkenin tasarruf açığının giderilmesi ile sınırlı değildir, buna ilaveten istihdam oluşturulması, teknoloji transferinin gerçekleştirilmesi, teknik ve yönetim becerilerinin aktarılması ve yeni dünya pazarlarına erişilmesi için yeni olanaklar sunulması gibi faydaları da bulunmaktadır (Akçaoğlu, 2002, s.18). Ayrıca UNCTAD'nin 1998 yılındaki raporuna göre; DYSY'nin getirdiği yararlar, işgücü becerisini arttırmak ve iş imkanı oluşturmak, yatırımları ve mali kaynakları arttırmak, çevre koruma konusunda olumlu katkı sağlamak, ihracat imkânlarını geliştirmek ve teknoloji olanaklarının geliştirilmesi olarak sıralanmıştır.

### **1.3. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ TÜRLERİ**

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, yeni işletme oluşturmalarına göre, amaçlarına göre, mülkiyet durumlarına göre, üretim zincirindeki yerlerine göre ve farklı diğer değişkenlere göre kendi içinde sınıflandırılırlar (Seyidoğlu, 2001, s.611).

#### **1.3.1. Yapılan Yatırımın Yeni İşletme Oluşturmasına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları yeni işletme oluşturmalarına göre 3'e ayrılmaktadır (Meyer ve Estrin, 1998, s.3-4):

##### **1.3.1.1. Yeşil Alan Yatırımları**

Yeşil alan yatırımları, yatırımın yapıldığı ülkede yeni bir iş imkanı oluşturan yatırımlardır. Bu tip yatırımlar ile teknolojisi, üretim metodu ve yönetim anlayışı kendine has olan işletmelerin açılması ve faaliyetlerden elde edilecek kârların azamileştirilmesi hedeflenir. Buna rağmen bu tür yatırımlarda yatırım yapılan ülkenin pazarına yavaş şekilde girilmesi yeşil alan yatırımlarının temel bir sorunudur (Bakırtaş ve diğerleri, 2009. s.239-240).

### 1.3.1.2. Satın almalar

Bu yatırım tipinde, yatırım yapılan ülkedeki bir işletme yabancı yatırımcı veya yatırımcılar tarafından satın alınmaktadır. Satın alımı gerçekleştiren yabancı yatırımcı veya yatırımcılar satın aldıkları işletmede herhangi bir değişiklik yapmadığı müddetçe satın almalar yeni iş olanakları oluşturmazlar (Bradley, 2002, s.316).

### 1.3.1.3. Kahverengi Alan Yatırımları

Bu yatırım türü, yukarıda anlatılan iki yatırım türünden de unsurlar içeren bir yatırım çeşididir. Bu tip yatırımlarda bir satın alma olur ve işletmeye yön veren unsur, yatırımı yapan yabancı yatırımcının veya yatırımcıların beraberinde getirdikleri etkenlerdir (Meyer ve Estrin, 1998, s.3-4).

## 1.3.2. Yapılan Yatırımın Amacına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları

Bu ayrıma göre, DYSY dörde ayrılır. Aşağıda bu ayrıma göre türler ve bu türlere göre ev sahibi ülkede aranılan özellikler sunulmaktadır (European Network of Economic Policy Research Institutes [Ekonomik Politika Araştırma Enstitüsü Avrupa Ağı] , <http://www.enepri.org/> , Erişim: 29 Şubat 2012):

- *Varlığa Yönelik Yatırım:* Bu yatırım türünde yatırım yapılacak olan ülkede geniş kalifiye işçi arzı, etkin pazarlama ağları, yenilikçi kapasite ve üstün teknolojik adaptasyonun bulunması beklenir.
- *Kaynağa Yönelik Yatırım:* Bu yatırım türünde yatırım yapılacak olan ülkede temel olarak düşük maliyetli hammaddelerin ve vasıfsız emeğin bulunması beklenir.
- *Piyasaya Yönelik Yatırım:* Bu yatırım türünde yatırım yapılacak olan ülkede yeterli piyasa büyüklüğü, büyüme oranı ve yerli iş gücünün bulunması ve küresel piyasalara kolay erişimin olması beklenir.
- *Verimliliğe Yönelik Yatırım:* Bu yatırım türünde yatırım yapılacak olan ülkede bölgesel bir birliğe üyeliğin bulunması ve girdi ve kaynak maliyetlerinin düşük olması beklenir.

### **1.3.3. Mülkiyet Durumlarına Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**

Mülkiyet durumlarına göre DYSY'nin çeşitleri aşağıda sunulmuştur (Seyidoğlu, 2001, s.670-672):

#### **1.3.3.1. Stratejik Birleşmeler**

Stratejik birleşmelerde, yüksek yatırım miktarları gerektiren araştırma-geliştirme faaliyetlerini paylaşmak, ortak hizmet sunumu gerçekleştirmek, ortak pazarlama faaliyetlerinden yararlanmak ve piyasaya doğru zamanda girebilmek amaçlanır (Seyidoğlu, 2001, s.672).

#### **1.3.3.2. Tam Mülkiyete Dayalı Bağlı Şirket ve Ortak Girişim**

Tam mülkiyete dayalı bağlı şirket, bir veya daha fazla sayıdaki yatırımcının ev sahibi ülkeye giderek kendi başlarına kurdukları işletme iken ortak girişim, bir veya daha fazla sayıdaki yatırımcının ev sahibi ülkeye giderek o ülkede yerli yatırımcı veya yatırımcılar ile ortak bir işletme kurmasıdır. DYSY yapacak olan yatırımcının bu iki seçenekten hangisini seçeceğini etkileyen faktörler olarak ev sahibi ülkedeki tüketim kalıpları ve piyasa koşulları gibi faktörler sayılabilir (Seyidoğlu, 2001, s.670).

#### **1.3.3.3. Satın almalar ve Şirketler arası Birleşmeler**

Şirketler arası birleşmeler ve satın almalar, yabancı bir pazara girmek için kullanılan en kolay yoldur. Araştırma geliştirme faaliyeti yapmadan ölçek ekonomilerinden faydalanma ve işletme faaliyetlerine başlama imkanı sağlar. Bu DYSY yönteminde kültür farklılıklarından doğan güçlükler meydana gelebilir ve süreç sonrasında istihdam ve ücretlerde negatif değişiklikler olabilir (Seyidoğlu, 2001, s.671).

### **1.3.4. Üretim Zincirindeki Yerine Göre Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**

DYSY, üretim zincirindeki yerlerine göre dikey yatırımlar ve yatay yatırımlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Hanson, 2001, s.10).

#### 1.3.4.1. Dikey Yatırımlar

Dünyada haberleşme ve ulaştırmadaki ilerlemelere rağmen, ülkeler arasında faktör fiyatlarında hala farklılıklar mevcuttur. Bu realite, üretimin değişik faktörlerin kullanılmasını gerektiren aşamalara bölünmesine yol açmakta olup her bir üretim aşaması da kendisi ile ilgili faktörün ucuz olduğu ülkeye kaymaktadır. Böylece dikey yatırımlar yoluyla üretim aşamaları göreceli olarak daha uygun yatırım ortamlarına kaydırılarak maliyet minimize edilmektedir (Hanson, 2001, s.10).

#### 1.3.4.2. Yatay yatırımlar

Yatay yatırımda, yabancı yatırımcı, kendi ülkesinde yaptığı üretimi yatırımın yapıldığı ülkeye ihraç edemiyorsa veya bu alanda rekabet etme durumu söz konusu değil ise yatırımın yapıldığı ülkenin pazarını ele geçirebilmek adına o ülkede yatırım yapmaya başlar ve bu yatırımdan sonra o ülkede satış yapabilir hale gelir (Hanson, 2001, s.10).

### **1.3.5. Diğer Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı Çeşitleri**

Diğer DYSY çeşitleri transfer fiyatlandırması ve yeniden yatırılan kazançlar olarak ikiye ayrılır (Seyidoğlu, 2001, s.672-674):

#### 1.3.5.1. Transfer Fiyatlandırması

Transfer fiyatlandırmasında farklı ülkelerde şubesi olan şirketler kârlarını azami düzeye çıkartmak için bu şubeler arasında mal ve hizmet alışverişi yaparlar ve bu tür faaliyetler esnasında şubeler arasındaki ticarete konu olan fiyatları istedikleri gibi belirlerler. Bu durum, şirketlerin istedikleri ülkede fonlarını biriktirebilmelerine ve vergi oranlarının en düşük olduğu ülkede vergilerini ödeyebilmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca işletmeler, transfer fiyatlandırması ile gümrük tarifeleri ve kotalardan minimum düzeyde etkilenir ve beklenen kur değişimlerinden faydalanırlar (Seyidoğlu, 2001, s.672-674).

### 1.3.5.2. Yeniden Yatırılan Kazançlar

Bu tip yatırımlarda, DYSY sonucu elde edilmiş olan gelirlerin bir kısmı dağıtılmaz ve işletmede tutulan bu kısım tekrardan yatırıma dönüştürülür. Burada amaçlanan, kazanılan getirilerin ev sahibi ülke dışarısına çıkartılmasını engelleyen kısıtlamaları ortadan kaldırmak ve mümkün olan en azami seviyede şirket ölçeğini büyütmek veya yeni iş alanları için yeni yatırım imkanları oluşturmaktır (Seyidoğlu, 2001, s.672-674).

## 1.4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ ETKİLERİ

DYSY, yatırımın yapıldığı ülkenin ekonomisi üzerinde çeşitli ekonomik etkilere neden olur. Bu etkiler; ödemeler dengesi, milli gelir, uluslararası ekonomik ilişkiler, teknoloji ve işletmecilik bilgisi, bölgesel kalkınma ve istihdam üzerinde kendisini gösterir. Bu etkilerden bazıları ülke ekonomisine katkı sağlarken, bazıları da ekonomiye ekstra maliyetler yüklemektedir. Aynı şekilde bu etkilerden bazıları, kısa vadeli iken, diğer bir deyişle, yatırımın yapıldığı anda ortaya çıkarken, bazıları ise uzun vadeli dirler (Karluk, 2001, s.101).

### 1.4.1. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

DYSY, yatırım yapılan ülkenin ödemeler dengesi üzerinde çeşitli etkiler yapar. Bir ülkeye giden yabancı sermaye, o ülkenin özkaynaklarına eklenen bir dış kaynaktır ve aynı zamanda döviz mevcutlarını net arttırıcı bir özelliğe sahip olduğundan ayrı bir önemi vardır. Gelişmekte olan ülkelerin en önemli problemlerinden birisi, ödemeler dengesi açıklarının neden olduğu döviz darboğazıdır. DYSY, bu sorunun giderilmesinde etkili bir araçtır. Yapılan doğrudan yatırım ülkede faaliyete geçtiği zaman; hem ihracat hem de ithal ikamesi yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunur (Soydal, 2006, s.587-588). Diğer taraftan DYSY yapan şirket, hammadde ve diğer girdileri üretime devam edebilmek için ithal eder. Bu ithalat, yatırım yapılan ülkenin ödemeler dengesini olumsuz etkilerken yatırım yapan şirketin, üretim faktörleri için ödediği faktör gelirleri de, yatırım yapılan ülkenin dış dengesini olumsuz etkileyebilir. Yatırım yapan şirket, yatırımın yapıldığı ülkedeki imalatını kestiğinde ülkeye getirmiş olduğu sermayeyi



ülkenin dışına çıkaracağı için ödemeler dengesi üzerinde tekrar olumsuz bir etki yapabilir (Karluk, 2001, s.102).

#### **1.4.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Milli Gelir Üzerindeki Etkisi**

DYSY yapan şirketlerin faaliyette buldukları ülke ekonomisine etkisi, yurtiçi üretim/tüketim ve genel ekonomik denge açılarından analiz edilir. DYSY yapan şirketler, kendi üretimi için başka sanayi kollarından malları girdi olarak kullanmakta ise, bu durum o sanayi kollarında istihdamı ve milli gelire yapılan katkıyı artırır. DYSY'nin yapıldığı ülkede oluşan ücret, kâr, faiz ve rant gelirleri de o ülkenin milli gelirine net bir katkı oluşturur. Ayrıca DYSY'yi alan ülkenin elindeki üretim faktörlerinin fırsat maliyetleri ve DYSY'nin o ülkede oluşturduğu pozitif ve negatif dışsal ekonomiler de değerlendirilerek DYSY'nin net katkısı daha doğru bir şekilde belirlenir. Bu değerlendirme için DYSY'den elde edilen net faydanın DYSY'e ödenen net maliyete oranlanması faydalı olacaktır. Bu oranın birden büyük olması durumunda DYSY, ev sahibi ülke için yararlı olarak addedilirken oranın birden küçük çıkması ise DYSY'nin ev sahibi ülke için faydalı olmadığını gösterir (Alkin, 2001, s. 13-15). Ayrıca DYSY'yi alan ülkede dış ödemeler açığı bulunmuyorsa sermaye arzının artması faiz oranlarını düşürecek ve yatırımları arttıracaktır. Yatırımların artması da milli geliri arttıracak olup DYSY'nin milli gelir üzerinde olumlu etkisini kuvvetlendirecektir (Çeken, 2003, s. 20).

#### **1.4.3. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Uluslararası Ekonomik İlişkiler Üzerindeki Etkisi**

Sermaye hareketleri, gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. DYSY, ülkelerin istedikleri ekonomik birliğe katılımlarını ve kısa süre içerisinde bütünleşmelerini sağlayabilir. DYSY'nin sağlayacağı diğer bir fayda ise, dünya pazarlarına erişimi kolay hale getirmeleridir. Kalite ve maliyet açısından uygun imalat faaliyetleri gerçekleştirmelerine rağmen gelişmekte olan ülkelerin dünya pazarlarına girmeleri çok zor olmaktadır. DYSY sayesinde edinilecek faydalar ile gelişmekte olan ülkeler de dünya pazarlarına daha kolay entegre olabilecek ve uluslararası ekonomik ilişkilerde daha etkin hale geleceklerdir (Akçaoğlu, 2002, s.17).

#### **1.4.4. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Teknoloji ve İşletmecilik Bilgisi Üzerindeki Etkisi**

DYSY'den beklenen en önemli faydalardan biri olarak teknoloji transferi sayılabilir. Bu bakımdan DYSY'nin önemi, gelişmekte olan ülkelerde çeşitli alanlarda bulunmayan teknik bilgi ve verimliliği arttırmasında ve yeni üretim yöntemleri ile yatırım yapılan ülkeye iş tecrübesi getirmesinde yatmaktadır. DYSY'yi gerçekleştiren şirketler, ellerindeki iç ve dış pazar imkanları ve yüksek meblağlara ulaşan sermayeleri ile yatırım yaptıkları ülkelerde araştırma-geliştirme faaliyetlerini daha rahat gerçekleştirebilmekte ve bu alandaki gelişmeleri daha kolaylıkla takip edebilmektedirler. DYSY'yi gerçekleştiren firmalar teknoloji ile beraber işletmecilik bilgisini de beraberlerinde getirirler. Bu durum, DYSY ile sadece teknoloji transferi yapılmadığını, aynı zamanda yatırımın yapıldığı ev sahibi ülkedeki araştırma-geliştirme faaliyetleri ve bu alandaki eğitimler için müspet sonuçlar üretildiğini de gösterir (Tuncer, 1982, s.116).

#### **1.4.5. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkisi**

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve ekonomik yönden gelişmişlik düzeyi farklı olduğu için gelişmekte olan ülkelerin gelişmemiş bölgelerine yabancı yatırımları çekmek oldukça zor iken gelişmiş ülkelerin gelişmemiş bölgeleri yatırımcılara daha cazip gelir. DYSY'nin gelişmekte olan ülkelerin bölgesel kalkınmalarına dolaylı etkisi, ekonomik büyümeyi teşvik etmesi ile olur. DYSY'nin ev sahibi ülkedeki bölgesel kalkınmaya olan etkisinin arttırılması için yatırımların ülkenin sosyal ve ekonomik açılarından geride kaldığı düşünülen ve gözlenen bölgelerine yönlendirilmesi faydalı olacaktır (Tuncer, 1982, s.118).

#### **1.4.6. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının İstihdam Üzerindeki Etkisi**

DYSY, gelişmekte olan ülkelerde yeni iş olanakları oluşturmakta ve işsizlik sorununa çözüm olabilmektedir. Teknolojik gelişme nedeniyle küreselleşen işgücü piyasasındaki yoğun rekabet ortamında ayakta kalmaya çalışan şirketler yeni arayışlara ve müşterilerin

yoğun olduğu ülkelerde yeni üretim tesisleri kurmaya yönelmektedirler. Bu yönelme, DYSY'nin istihdama olan olumlu etkisini göstermekte olup bu durum, özellikle işsizlik oranlarının yüksek olduğu gelişmekte olan ülkelerde kendisini daha çok göstermekte ve yeni iş olanakları oluşturmaktadır (Tuncer, 1982, s.115).

#### **1.4.7. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Diğer Etkileri**

Ev sahibi ülke piyasalarına DYSY yapan şirketlerin girmesi rekabeti arttırarak hem fiyat hem de kalite anlamında tüketicilerin refahlarına olumlu katkıda bulunur. Ayrıca, DYSY yapan işletmelerin yurtdışındaki pazar kapasiteleri ev sahibi ülkenin ihracat seviyesini yükseltirken, anılan işletmelerin etkin ve verimli faaliyetleri sayesinde vergi gelirleri artmakta ve kamu maliyesi bundan pozitif olarak etkilenmektedir.

Yabancı sermayeli firmalar, DYSY'yi gerçekleştirdikleri ülkelere teknoloji transferi yaparak halkın sosyal ve kültürel yapısını değiştirmekte ve sosyal ve kültürel düzeylerini yükseltmektedir. DYSY'nin çekiciliği, gelişmekte olan ülkeleri bu konuda özendirici tedbirler almaya sevk etmekte olup DYSY'nin ev sahibi ülkelerin ekonomisine diğer olumlu katkıları şu şekilde sıralanabilir (Demircan, 2003, s.5-6):

→ *Yerli firmalardaki dönüşüme katkısı:* DYSY yapan şirketler, oluşturdukları yeni yönetim ve üretim teknikleri ile yerli firmalara örnek olurlar ve onları daha etkin ve verimli olmak adına yapısal dönüşüme zorlarlar.

→ *Pazara ve ürünlere bağımlılığı azaltması:* DYSY, ürün çeşitliliği sağlayarak pazara ve ürünlere bağımlılığı azaltıcı etki gösterir ve iş hacmini genişleterek istihdama ve ücretlere olumlu katkıda bulunur.

→ *Ulusal ekonomiye destek:* DYSY, GSMH'ya ve sabit sermaye yapısına katkıda bulunur ve ithal edilen yatırım araçları, sunulan yeni teknolojiler ve olanaklar ile ekonomik gelişmeyi hızlandırıcı bir etkiye sahiptir.

→ *Ekonomik istikrara katkısı:* Yabancı sermaye hareketleri, döviz kurlarındaki dalgalanmalardan diğer sermaye hareketlerine oranla daha az etkilenirler.

Yukarıda sayılan olumlu etkilerine ilaveten DYSY'nin çeşitli olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Koruyucu dış ticaret kısıtlamalarının (gümrük vergileri ve ithalat yasakları gibi) aşılmasına olanak sağlaması, ev sahibi ülke ekonomisinin önemli

sektörlerinin yabancı ülkelerin denetimi altına girmesine yol açması, ekonomik bütünlüğün bozulmasına sebep olması ve aşırı kâr transferleri nedeniyle ülkedeki ödemeler dengesini sarsması, DYSY'nin olumsuz etkilerinden bazılarıdır. Bunlara ilaveten, yabancı şirketlere sermaye, teknoloji, yöneticilik bilgisi gibi alanlarda yerel şirketlere kıyasla haksız rekabet üstünlüğü sağlaması ve yeni teknolojinin yabancı şirketler tarafından kendi ülkelerinde üretilmesi nedeniyle ev sahibi ülkeleri bu teknolojileri ithal etmek zorunda bırakarak teknolojik bağımlılığa sebep olması DYSY'nin diğer olumsuz etkileri olarak özetlenebilir (Saatçioğlu, 2002, s.4, <http://ismmmo.org.tr> , Erişim: 1 Ekim 2012).

## **1.5. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

DYSY'yi etkileyen faktörler piyasa büyüklüğü ve büyüme hızı, ekonomik istikrar, döviz kuru, dış ticarete açıklık, politik istikrar ve vergi oranları ve diğer faktörler olarak sınıflandırılabilir (Seyidoğlu, 2001, s.665).

### **1.5.1. Piyasa Büyüklüğü ve Büyüme Hızı**

DYSY'yi etkileyen en önemli faktör piyasa büyüklüğüdür. DYSY, satış hacimlerini arttırmak için büyük ve derin piyasalara yöneldiği için piyasa büyüklüğü ile DYSY arasındaki ilişki pozitif yönlüdür. Ayrıca DYSY'nin piyasa büyüme hızının artmasından olumlu etkilenmesi ve büyüme hızının artışıyla DYSY'nin artması umulur, çünkü büyüme hızı yüksek olan bir ülkede yatırım getirisi artacaktır ve şirketler DYSY'yi böyle ülkelere kanalize edeceklerdir (Güngör, 2002, s.70).

### **1.5.2. Ekonomik İstikrar**

DYSY'yi etkileyen diğer bir faktör, yatırım yapılan ülkedeki ekonomik istikrardır. DYSY ile ekonomik istikrarsızlık arasında ters yönlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilir; çünkü ekonomik krizlere karşı hassas ve bu krizlerle karşılaşma riski diğer ekonomilere kıyasla daha yüksek olan ülkelere DYSY yapmak, şirketler açısından kârlarını negatif yönde etkileyeceğinden ekonomik istikrarsızlık yatırımcıları o ülkeden

uzaklaştıracaktır. Bu yüzden DYSY, ekonomik istikrarsızlık ile ters orantılıdır (Seyidoğlu, 2001, s.668).

### **1.5.3. Döviz Kuru**

DYSY, döviz kurundan etkilenmektedir ve eğer yatırım yapılan ülkenin parası aşırı değerli ise DYSY miktarı azalacaktır. Bunun sebebi DYSY'nin alım gücünün bu değerli para karşısında azalmasıdır. Buna ilaveten döviz kurundaki aşırı ve beklenmedik dalgalanmalar da DYSY miktarını azaltmakta olduğundan DYSY ile döviz kuru ve döviz kuru istikrarsızlığı arasında ters yönlü bir ilişki vardır (Güngör, 2002, s.76).

### **1.5.4. Dış Ticarete Açıklık**

DYSY'i etkileyen diğer bir etken de yatırım yapılan ülkenin dış ticarete açıklığıdır. Bu etken ile DYSY arasında pozitif bir ilişkinin olması beklenmektedir, çünkü yatırımın yapıldığı ülkenin dış ticarete kapalı bir ülke olması halinde o ülkeye yapılan DYSY azalacaktır (Chakrabarti, 2001, s.100).

### **1.5.5. Altyapı**

DYSY'i etkileyen diğer bir etken yatırım yapılan ülkenin altyapısıdır. Bu iki unsur arasındaki ilişkide beklenen, yatırım yapılan ülkenin altyapısının istenilen düzeyde olmasının DYSY'i arttırmasıdır, çünkü iyi düzeydeki bir altyapı, ulaştırma, haberleşme ve enerji ihtiyacı bakımlarından DYSY yapan şirketlere maliyet avantajları ve iş kolaylıkları sağlayacaktır (Zhang, 2001, s.252).

### **1.5.6. Politik İstikrar**

Yatırım yapılan ülkedeki politik istikrarsızlık DYSY'i olumsuz etkileyerek yatırım miktarını azaltacaktır; çünkü DYSY yapan şirketler yatırım yapacakları ülkede politik istikrar olmasını ve yaptıkları yatırımların geri dönüş süresi içerisinde politik olarak sıkıntıya düşmemeyi isteyeceklerdir. Bu yüzden politik istikrarın DYSY akımlarını arttırıcı yönde etkisi olduğu söylenebilir (Seyidoğlu, 2001, s.667).

### **1.5.7. Vergi Oranları**

Yatırım yapılan ülkede uygulanan vergi oranları, DYSY'nin kârlılığını azaltacağı için yatırım büyüklüğü ve miktarı düşecektir. Bu yüzden ev sahibi ülkedeki vergi oranları ile DYSY arasında negatif yönlü bir ilişki bahsedilebilir (Buckley ve Casson, 1992, s.65).

### **1.5.8. Diğer Faktörler**

Emek maliyeti DYSY'yi etkileyen diğer bir değişkendir, yatırım yapılan ülkedeki emek maliyetinin yüksek olması DYSY miktarını olumsuz etkileyecektir. Beşeri sermaye, DYSY miktarını genel olarak pozitif olarak etkileyen bir faktör olarak değerlendirilir. Geçmiş dönemde yapılmış olan DYSY miktarının büyüklüğü de gelecekteki DYSY'yi olumlu etkileyen bir faktör olarak gözlemlenmektedir (Seyidoğlu, 2001, s.669).

Bunlara ilaveten teşvikler (pozitif yönlü), bölgesel entegrasyonlar (pozitif yönlü), devlet harcamaları (pozitif yönlü), kültürel yakınlık (pozitif yönlü), yurtiçi özel bölgeler (pozitif yönlü), kümelenme (pozitif yönlü), sendikalar (pozitif yönlü), banka kredileri (pozitif yönlü), patent stoku (pozitif yönlü), işsizlik (pozitif yönlü), yurtiçi tasarruf oranı (pozitif yönlü) gibi değişkenler de DYSY miktarını etkilemektedir (Güngör, 2002, s.76).

## **1.6. TÜRKİYE'DE VE TÜRK TURİZMİNDE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI**

DYSY'nin Türkiye'deki geçmişi Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki yabancı sermayeli kuruluşların faaliyetlerine dayanmasına rağmen, Cumhuriyet Dönemiyle birlikte bu kuruluşların kapitülasyonlardan elde ettikleri ayrıcalıklarının sona ermesi ve devletleştirilmeleri sonucunda kârlarının azalması neticesinde 1923–1932 ve 1933–1939 dönemlerinde yabancı yatırımların gelmesi sınırlı olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'nın etkisiyle 1940'lı yıllarda Türkiye'de korumacı politikalar izlenmiş olup DYSY alanında pek fazla etkinlik gösterilememiştir (Karluk, 2001, s. 97-115).

Türkiye’de DYSY’i gerçek anlamda teşvik eden ilk düzenleme 1954 yılında kabul edilen 6224 sayılı Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunudur. Bu kanunla başlayan ve 1980 yılına kadar süregelen dönemde Türkiye’ye gelen doğrudan dış yatırımlar, 6224 sayılı kanunun yanı sıra 6326 sayılı Petrol Kanunu ve 1567 sayılı Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu ile düzenlenmiştir. DYSY’e yönelik olarak 1954 yılında başlatılan liberalleşme çabalarının sonucunda çeşitli yasalar ve düzenlemeler yapılmış olmasına rağmen 1980 yılına kadar istenen düzeyde DYSY ülkeye getirilememiştir. Daha sonraki süreçte, 24 Ocak 1980’de yürürlüğe konulan ekonomik istikrar kararları çerçevesinde dışa açık bir kalkınma strateji benimsenmesi, ekonomik kalkınma için yabancı sermayeden yararlanma yolunun seçilmesi ve 1980’li yıllardan sonra ülke genelinde büyük ölçüde sağlanan ekonomik istikrar ortamı, yabancı yatırımcılarda Türkiye’ye karşı belli bir güven oluşmasını sağlamıştır. Bu sayede, 1980’li yılların sonlarından itibaren Türkiye’ye yönelik DYSY girişi başlamıştır. Bu süreci takiben 1990’larda yıllık ortalama 1 milyar dolar olan DYSY girişi, 2000 yılında 1,7 milyar dolara ulaşarak rekor kırmıştır. Buna rağmen 2001 Şubatında yaşanan kriz ise 2002 yılındaki DYSY girişlerini olumsuz yönde etkilemiştir (Karluk, 2001, s. 97-115).

Türkiye’de yabancı sermaye ile ilgili yapılan düzenlemelerden en önemlisi 17 Haziran 2003 tarihinde yürürlüğe giren 4875 sayılı “Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu”dur. Bu kanun, Türkiye’de yatırım ortamının iyileştirilmesini, bürokrasinin azaltılmasını ve istenilen miktarlara ulaşamayan DYSY’i arttırmayı hedeflemiştir. Bu kanun ile “izin” yaklaşımı terk edilmiş olup bunun yerine “izleme” amacına yönelik düzenlemeler ön plana çıkartılmıştır. Türkiye’de yatırım yapmayı planlayan yabancı yatırımcının şirket kurmak ve yatırım yapmak için ön izin alma zorunluluğu kaldırılmıştır. Ayrıca, şirket kuruluşu, ortaklığa katılma ve şube açma durumlarında 50.000 dolarlık asgari yabancı sermaye getirme uygulaması da sonlandırılmıştır (Karluk, 2001, s. 97-115).

Son yıllarda giriş yapan DYSY miktarı, yapılan bu düzenlemeler ile 2006 yılında 17,6 milyar doları aşan bir seviyeye yükselmiştir. DYSY girişi, 2007 yılında 19 milyar doları aşarken, 2009 yılında küresel krizin etkisiyle keskin bir düşüş yaşamış ve 6,2 milyar dolara düşmüştür. Tablo 1’de, 2010 ve 2011 yıllarına ilişkin DYSY girişleri gösterilmektedir:

**Tablo 1.** 2010 – 2011 Yıllarına Ait Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişi Bileşenleri  
(Milyon Dolar)

	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>% Değişim</b>
<b>Uluslararası Doğrudan Yatırımlar (Net)</b>	<b>9. 038</b>	<b>15. 732</b>	<b>74,1</b>
<b>Uluslararası Doğrudan Sermaye</b>	<b>6. 544</b>	<b>13. 719</b>	<b>109,6</b>
<b>Sermaye (Net)</b>	<b>6. 203</b>	<b>13. 712</b>	<b>121,1</b>
<i>Giriş</i>	<i>6. 238</i>	<i>15.703</i>	<i>151,7</i>
<i>Çıkış</i>	<i>-35</i>	<i>- 1. 991</i>	<i>-</i>
<b>Diğer Sermaye*</b>	<b>341</b>	<b>7</b>	<b>-97,9</b>
<b>Gayrimenkul (Net)</b>	<b>2.494</b>	<b>2.013</b>	<b>-19,3</b>

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı (Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni, 2012)

Türkiye’deki DYSY, sektörel olarak incelendiği zaman önceleri geleneksel bir yapı içerisinde olan DYSY’nin ilgi alanına 1990’lı yıllardan sonra yeni sektörlerin girdiği gözlemlenmektedir. Hazır giyim, otomobil, gıda ve turizm sektörleri geleneksel olarak dikkatleri çekerken son dönemlerde DYSY trendi, bilişim teknolojisi, lojistik sektörü, destek hizmeti faaliyetleri, işlenmiş malzemeler ve parçalar, elektronik parçalar ile eczacılık ve biyo-teknoloji sektörlerine kaymıştır (Çetinkaya, 2003, s.255). İmalat sanayi yatırımları, 1980’li yıllarda daha fazla iken 1990’lı yıllardan itibaren hizmet sektörüne yönelik yatırımlar önemli oranda artmıştır. Hizmetler sektörünün (özellikle finans, bankacılık, sigortacılık ve turizm gibi) DYSY içindeki payı ise, 2000’li yıllardan sonra arttırmıştır (Yavan, 2006, s.87).

Türkiye’ye giren DYSY’nin 2004 yılından itibaren sektörel dağılıma bakıldığında DYSY’nin önemli bir kısmının ulaştırma, haberleşme ve depolama hizmetlerinden ve mali aracı kuruluşların faaliyetlerinden oluştuğu gözlemlenmektedir. Ayrıca söz konusu dönemde gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri ve elektrik, gaz, su sektörlerinde ciddi artışlar göze çarpmaktadır. Tablo 2’de, 2006 – 2011 yılları arasındaki döneme ait sektörel DYSY girişlerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır:



**Tablo 2.** 2006-2011 Yılları Arasında Uluslararası Doğrudan Yatırım Girişlerinin Sektörlere Göre Dağılımı (Milyon Dolar)

Sektörler	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Tarım, Avcılık ve Ormancılık	5	6	23	48	77	31
Balıkçılık	1	3	18	1	5	0
Madencilik ve Taşocakçılığı	122	337	151	89	139	148
İmalat Sanayii	1.866	4.211	3.970	1.615	905	3.355
<i>Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı</i>	608	766	1.252	196	123	648
<i>Tekstil Ürünleri İmalatı</i>	26	232	188	77	92	154
<i>Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı</i>	601	1.109	200	336	117	316
<i>Makine ve Teçhizat İmalatı</i>	54	48	226	220	64	77
<i>Elektrikli Optik Aletler İmalatı</i>	53	117	236	59	178	428
<i>Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı-Römork İmalatı</i>	63	70	77	225	38	69
<i>Diğer İmalat</i>	461	1.869	1.791	502	293	1.663
Elektrik, Gaz ve Su	112	568	1.053	2.076	1.817	4.246
İnşaat	222	285	336	208	308	311
Toptan ve Perakende Ticaret,	1.166	165	2.085	389	425	523
Oteller ve Lokantalar	23	33	24	54	113	47
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	6.696	1.117	170	391	212	238
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	6.957	11.662	6.069	666	1.584	5.900
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	99	560	641	560	412	556
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	265	177	149	106	111	232
Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	105	13	58	49	130	116
<b>Toplam</b>	<b>17.639</b>	<b>19.137</b>	<b>14.747</b>	<b>6.252</b>	<b>6.238</b>	<b>15.703</b>

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı (Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni, 2012)

Tablo 2 incelendiği zaman Türkiye'ye en fazla DYSY girişinin 2007 yılında 19 milyar dolar olarak gerçekleştiği ve turizm sektörü ile bire bir ilişkili olan Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri (Oteller ve Lokantalar başlıklı sektörde)<sup>1</sup> açısından en parlak dönemin 113 milyon dolarlık DYSY girişi ile 2010 yılında yaşandığı tespit edilmektedir. Bu süreçte, *Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri* kapsamında turizm sektörünün çektiği DYSY'nin toplam DYSY içindeki payı binde 1,3 (2006 yılı) ile binde 18,1 (2010 yılı) arasında değişmektedir.

<sup>1</sup> T.C. Merkez Bankası tarafından "Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri" başlığı altında yayınlanan veriler, T.C. Ekonomi Bakanlığı bülteninde "Oteller ve Lokantalar" başlığı altında sunulmaktadır. İsimlendirilmeleri farklı olmasına rağmen aynı sayısal değerlere sahip olan bu veri setleri, bu çalışmada T.C. Merkez Bankası tarafından kullanılan "Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri" kavramı esas alınarak isimlendirilmiştir.

**Tablo 3.** 2010 – 2011 Yıllarına İlişkin Uluslararası Sermayeli Şirketlerin Sayılarının Sektörlere Göre Dağılımı (Şirket sayısı)

Sektörler	2010	2011	(1954-2011)
			Genel Toplam
Tarım, Avcılık, Ormancılık ve Balıkçılık	61	64	467
Madencilik ve Taşocakçılığı	83	93	627
İmalat Sanayii	427	414	4.733
<i>Gıda Ürünleri, İçecek ve Tütün İmalatı</i>	65	41	505
<i>Tekstil Ürünleri İmalatı</i>	22	29	467
<i>Kimyasal Madde ve Ürünlerin İmalatı</i>	51	54	524
<i>Makine ve Teçhizat İmalatı</i>	29	35	396
<i>Motorlu Kara Taşıtı, Römork, Yarı-Römork İm.</i>	8	12	247
<i>Diğer İmalat</i>	252	243	2.594
Elektrik, Gaz ve Su	121	126	679
İnşaat	318	407	2.772
Toptan ve Perakende Ticaret,	1.108	1.319	9.048
Oteller ve Lokantalar	145	93	1.809
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama Hizmetleri	337	426	2.653
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	15	28	321
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	518	682	4.693
Diğer Toplumsal, Sosyal ve Kişisel Hizmet Faaliyetleri	176	182	1.481
<b>Toplam</b>	<b>3.309</b>	<b>3.834</b>	<b>29.283</b>

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı (Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni, 2012)

Tablo 3’te, 2010 yılında toplam 3309 adet uluslararası sermayeli firmanın 145 tanesinin, Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri (Oteller ve Lokantalar başlıklı sektörde) sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Buna ilaveten Türkiye’deki toplam uluslararası sermayeli şirket sayısı 2011 yılında artmasına rağmen turizm sektörü alanında faaliyet gösteren şirket sayısı 93’e düşmüştür.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM

Bu bölümde, turizm sektörünün ekonomik özellikleri, turizmin ekonomiye olan katkısı ve bu alandaki yatırımların özellikleri ele alınacaktır. Daha sonra, Türk turizm sektörünün tarihsel gelişiminden ve bu alandaki ekonomik göstergelerin gelişiminden bahsedilecek olup son olarak Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından gerçekleştirilmiş olan Türk turizm sektörünün Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) analizine (DPT, 2007, s.14–16) yer verilmektedir.

#### 2.1. TURİZM TANIMI VE EKONOMİK ÖZELLİKLERİ

Turizm sektörü, gelişmekte olan ülkelere döviz girdisi sağlamakta, yeni istihdam yaratmakta ve ödemeler bilançosu açıklarının kapatmaktadır. Özellikle tarihi ve doğal güzelliklere sahip ve turizm potansiyeli Türkiye gibi yüksek ülkeler, turizm ve döviz gelirlerini arttırmış, kalkınmada ve ekonomik büyümede en çok ihtiyaç duyulan sermayeyi bu şekilde sağlamışlardır. Ülkelerin turizm pastasından istedikleri payı almalarında bu sektöre yapacakları yatırımların önemi büyüktür ve bu durum, özellikle kaynak bulma bakımından sıkıntılar yaşayan gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektöründeki yatırımların doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile finanse edilmesini gerekli kılmaktadır.

Turizmin ilk tanımı 1905 yılında E. Guyer Freuler tarafından yapılmıştır. Bu tanımda turizm, ulaşım araçlarının iyileşmesi sonucu insanların gittikçe artan dinlenme ihtiyacından, doğal güzellikleri görmek istemelerinden, ticari ve diğer alanlarda ilişkiler kurmayı hedeflemelerinden kaynaklanan çağımızın önemli bir olayı olarak betimlenmektedir (Çoruh, 1969, s. 8). Bu tanımın yanı sıra turizm, gelir elde etme amacına dayanmayan, devamlı kalma şeklinde gerçekleşmeyip insanların bir yerde geçici olarak konaklamalarından ve seyahatlerinden doğan olaylar şeklinde tanımlanabilir. Başka bir şekilde turizm, insanların devamlı ikamet ettikleri yerlerin dışında başka bir yere eğlence, tatil, ziyaret, spor, toplantı, iş, öğrenim, sağlık ve benzeri amaçlarla seyahat etmelerinden ve buralardaki turizm işletmelerinin ürettiği mal ve

hizmetleri talep etmelerinden doğan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak tanımlanabilir (Kozak ve diğerleri, 2000, s.3).

Turizm yerleşme niyeti olmaksızın kişilerin hava değişimi spor, eğitim, ziyaret, eğlenmek ve dinlenmek amaçları ile tek olarak veya toplu olarak yaptıkları seyahatler olarak da tanımlanabilir (Özdemir, 1992, s.19). Başka bir ülkeden, şehirden veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre ile konaklama yapmaları şeklinde yaptıkları hareketler turizmin ekonomik yönünü ortaya çıkarmaktadır. Turizm sektörü, tamamı veya önemli bir kısmı yerli ve yabancı turistlerce tüketilen mal ve hizmet üretimini ve bunlarla ilgili sınaî ve ticari faaliyetleri kapsamaktadır (Çeken, 1998, s.30). Ayrıca diğer bir tanıma göre; turizm, sürekli kalışa dönüşmeyecek ve gelir sağlayıcı herhangi bir işle işğal edilmeyecek şekilde kişilerin seyahat veya konaklamalarından kaynaklanan tüm olay ve ilişkileri bünyesinde barındırır (Altıntaş, 1998, s.7).

Turizm sektörünün diğer bir tanımı, ulusal ve uluslararası turizmin gerektirdiği işlevleri gerçekleştirmek için kurulan çoğunlukla hizmet sektöründen ve belirli ölçülerde tarım ve sanayi sektörlerinden faydalanan işletmelerin yatırım, uygulama ve üretim faaliyetlerinin tümüdür . Turizm sektörünü oluşturan işletmeler, genel olarak konaklama tesisleri (oteller, tatil köyleri, vb.), seyahat acentaları, ulaşım şirketleri (hava, deniz, demir, karayolu ulaşımı, araba kiralama vb.), restoranlar, hediyelik eşya ve benzerlerinin üretimini ve satışını yapan şirketler, eğlence hizmeti veren şirketler ve ilgili kamu kurumlarıdır (Olalı ve Timur, 1988, s.237).

Yirmi birinci yüzyılda küreselleşmenin giderek hızlanması neticesinde, yatırımların ulusal boyutları aşarak uluslararası düzeyde gerçekleştirilebilir olması, iletişimsel ve teknolojik gelişmelerle ülkelerin kültürel ve ticari ilişkiler bakımından birbirlerine yaklaşması uluslararası turizmin gelişmesini sağlamıştır. Özellikle BM DTÖ verileri ve raporları incelendiğinde son altmış yıl içerisinde turizm sektörü sürekli bir büyüme ve farklılaşma göstererek dünyadaki en büyük ve en hızlı gelişen sektörlerden biri olmuştur. (BM DTÖ, <http://mkt.unwto.org/en/barometer> , Erişim: 29 Şubat 2012).

Turizm sektörü, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerindedir. Bu yüzden hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkeler bu sektörden kâr sağlama çabası içindedir. Küreselleşme ve uluslararası firmaların birleşme faaliyetleri dünya çapında turizm endüstrisini doğrudan etkilemektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyine

(World Travel and Tourism Council (WTTC)) göre dünya çapında direkt ve endirekt olarak 258,6 milyonu aşkın kişiye istihdam sağlayan (küresel istihdamın % 8,7'si) turizm sektörü, dünyadaki en büyük sektörlerden biridir ve küresel ekonomik gelişime güçlü bir ivme kazandırmaktadır. Sektörün 2011 yılında yaklaşık 6 trilyon ABD dolarlık hacme (direkt ve endirekt toplam hacim) ulaştığı tahmin edilmektedir. Bu rakam 2011 yılı dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasılasının (GSYİH) % 9,1'ine (2008 yılında % 9,6) karşılık gelmektedir (<http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> , Erişim: 29 Şubat 2012). Avrupa Çevre Ajansına (European Environment Agency) göre de turizm kısa zamanda Avrupa Birliği (AB) genelinde GSYİH'nın yüzde 13'ünden (direkt ve endirekt olarak) fazlasını, istihdamın yüzde 6'sını (9 milyon kişiye istihdam sağlayarak) ve dış ticaretin yüzde 30'unu oluşturarak AB'nin en büyük hizmet sektörlerinden biri olacaktır. Ayrıca sektördeki sermaye yatırımlarının hızlı bir şekilde arttığı belirtilerek İspanya Mallorca'da GSYİH'nın yüzde 70'nin ve Malta'da GSYİH'nın yüzde 40'ının turizm kaynaklı olduğu vurgulanmıştır (<http://www.eea.europa.eu> , Erişim: 29 Şubat 2012). Dünya Seyahat ve Turizm Konseyine (World Travel and Tourism Council (WTTC)) göre turizmin Türkiye'nin GSYİH'na katkısı (direkt ve endirekt toplam katkı) yaklaşık 72 milyar ABD doları olup toplam GSYİH içinde yüzde 10'a tekabül etmektedir. Ayrıca Türkiye'de direkt ve dolaylı olarak 1,9 milyon kişiye istihdam sağlayan turizm sektörü toplam istihdam içerisinde yüzde 8'lik bir orana sahiptir (<http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> , Erişim: 29 Şubat 2012).

Turizm sektöründe on yıllar boyunca süren hacimsel artış bu sektörü geliştirmekte olan ülkeler açısından öncelikli bir sektör haline getirmiştir, çünkü turizm sektörü bu ülkelere ekonomik kalkınma açısından gerekli döviz girdisini sağlamakta, yeni gelir imkanları oluşturmakta ve istihdam olanaklarını çoğaltmaktadır. Özellikle ulaşım ve haberleşme imkanlarının gelişmesiyle 1980'li yıllardan itibaren ekonomik ve kitlesel bir hal alan turizm sektörünün geliştirmekte olan ülkeler üzerindeki olumlu ekonomik ve sosyal etkileri, bu sektörün ekonomik yönünü daha da belirginleştirmiştir. Bu yönüyle pek çok geliştirmekte olan ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesine önemli katkılar sağlayan turizm sektörü ile amaçlanan, ekonomik gelişmenin ve kalkınmanın sürdürülebilir hale getirilmesi, kaynakların doğru kullanılması ve toplumsal yaşam kalitesinin iyileştirilmesidir.

Turizmin çok yönlü özellikleri vardır. Bunlardan en belirgin olanları şunlardır (Çeken, 1998, s.28):

- Hizmetler sektöründe yer alır ve kapsadığı aktivitelerden dolayı diğer sektörlerle sürekli etkileşim ve ilişki içerisinde bulunmaktadır. Bunun en güzel örneği yabancı ve yerli turistlere satılan malların ve hizmetlerin pek çok sektör tarafından üretilmesidir.
- Turizm insanların sürekli olarak yaşadıkları, çalıştıkları ve ihtiyaçlarını giderdikleri yerlerin dışına yaptıkları seyahatlerdir. Seyahat eden kişilerin turizm amaçlı yaptığı konaklamalar geçicidir ve bu kişiler turizm işletmelerinin ürettiği ürün ve hizmetleri tüketirler. Turistik amaçlı gelen ziyaretçiler daha sonra yaşadığı yere geri dönerler, ziyaret ettikleri yerde çalışmayı ve gelir elde etmeyi amaçlamazlar. Turizm faaliyetlerinde seyahat ve konaklama, ikamet edilen mekanın dışında meydana geldiğinden bu yerlerde normal yaşamda görülmeyen faaliyetler meydana gelmektedir.
- Turizm aslında gerçekleştirilen hareket boyutu ile dinamik ve yapılan konaklama boyutu ile statik bir süreç olarak değerlendirilebilir. Turizm sektörü, boş vakitleri değerlendirmek ve zorunlu olmayan ihtiyaçları gidermek için yapılan, doğrudan mal ve hizmet üretilen bir sektördür.
- Turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu hammaddeler, genel itibariyle ülkenin tarihi, doğal ve kültürel değerleridir, bu bağlamda değerlendirildiğinde hammadde açısından dışa bağımlılık azdır.
- Turizm sektörünün gelişimi, ülkedeki ekonomik ve siyasi istikrara, sosyo-ekonomik gelişme düzeyine ve dünyada mali boyuttaki gelişmelere bağlıdır. Ulusal ve uluslararası pek çok sayıdaki koşula duyarlı olan turizm sektörünün bu koşullardaki değişikliklerden olumlu ya da olumsuz olarak etkilenmesi çok kolaydır. Bu bakımdan turizm aktivitelerinde cereyan etmekte olan sürekli değişim, turizm sektörünün bu değişimlere ayak uydurmasını zorunlu kılmaktadır.
- Turizm sektöründe stoklama imkanı olmadığından, mal ve hizmetler üretildikleri anda tüketilirler.
- Turizm sektörünün bir ülkenin dış ödemeler dengesinde ihracat üzerinde etkileri bulunmaktadır.

## **2.2. TURİZMİN ETKİLERİ**

Turizmin olumlu etkileri, ekonomik büyüme, ödemeler dengesi, milli gelir, istihdam, yabancı sermaye girişi ve bölgesel kalkınma üzerinde görülebilir. Turizm sektörünün diğer sektörlerden bir farkı ürünün tüketiciye götürülmesinin söz konusu olmaması, tüketicinin ürüne gelmesinin söz konusu olmasıdır. Turizm ile ülkenin turistlerin ilgisini çekebilecek doğal güzellikleri ve kültürel değerleri bir anlamda ekonomik bir ürüne dönüştürülmektedir.

### **2.2.1. Turizmin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri**

Turizm sektörü, ekonomi üzerindeki etkisini temel olarak ulaşım ve konaklama sektörleri ve bu sektörlerle ilgili olarak perakende sektörlerden yiyecek ve hediyelik eşya sektörleri ile göstermektedir. Turistlerin konaklama yaptıkları yerlerde ve ziyaret ettikleri yerlerde yaptıkları mal ve hizmet satın alımları çoğaltan etkisiyle ekonomide daha büyük harcama ve gelir artışı oluşturmaktadır ve bu durum ekonomik büyümenin artmasını desteklemektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm, ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak değerlendirilmektedir (Aktaş, 2005, s. 163-174).

### **2.2.2. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkileri**

Turizm sektöründe verilen hizmetin karşılığının yabancı turistler tarafından ödenmesi yoluyla döviz girişi sağlanması aslında ülkenin dışarıya olan ihracatı gibi değerlendirilebilir. Turizm sayesinde ülkeye giren döviz ülkedeki döviz arz-talep dengesi üzerinde etkili olur. Bu etki döviz arzının artması şeklinde gerçekleşir.

Döviz arzının artması gelişmekte olan ülkeler için önemlidir; çünkü bu ülkelerin gelişme sürecinde ihtiyaç duyduğu makine-teçhizat gibi yatırım mallarının ithalatı için yeterli miktarda döviz gerekmektedir. Turizm bu anlamda ülkeye döviz kazandıran bir sektördür. Önemli kültürel değerleri ve turizm potansiyeli ile Türkiye, turizmden önemli miktarda gelir elde etmektedir (Çeken, 2003, s.101).

### **2.2.3. Turizmin Milli Gelir Üzerindeki Etkileri**

Turistik faaliyetlerde elde edilen gelirin turistik amaçlı olarak ziyaret edilen yerde harcanması söz konusudur. Bu anlamda turistler gittikleri yerlerde para harcayarak o bölgenin gelirini ve dolayısıyla satın alma gücünü artırmaktadır. Turizm ile gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru bir gelir akımı gerçekleşir. Turizm diğer sektörlerle göre daha düşük maliyetlere sahip olması nedeniyle bu sektörde elde edilen gelirin katma değeri yüksektir. Turizm, milli ekonomi içinde yer alması ve çarpan etkisine sahip olması nedeniyle kendisi ile bağlantılı sektörleri de gelir elde etme anlamında olumlu etkiler (Çeken, 2003, s.100).

### **2.2.4. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkileri**

Turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Bu açıdan turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı fazladır. Turizm harcamalarının istihdam artırıcı etkisi turizm talebinin yüksek olmasına bağlıdır. Turizmin gelişmesine bağlı olarak turizmde çalışan işgücü miktarı artacaktır. Ayrıca turizmin mevsimsel dönemlerde artan hareketliliği, istihdam üzerinde olumlu etkiye sahiptir . Bu noktada Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için en önemli sorunlardan biri olan istihdam sorununun çözümünde turistik faaliyetlerin artırılması ve geliştirilmesi büyük önem taşır. İşsizlik problemi olan Türkiye için turizm sektöründe yaşanacak hareketlilik ve artan turist sayısı, bu sorunun çözümüne katkı sağlayacaktır (Çeken, 2003, s.103-104).

### **2.2.5. Turizmin Yabancı Sermaye Girişi Üzerindeki Etkileri**

Turizm sektörü DYSY için hem sürükleyicilik özelliğine sahip bir sektör hem de oluşturduğu dışsalılık etkisiyle yatırım yapılan ülke ekonomisine en fazla katkıda bulunan sektörlerden birisi olduğu için DYSY şeklinde olan sermaye girişleri için en uygun sektörün turizm sektörü olduğu söylenebilir. Bu yüzden DYSY şeklindeki sermaye girişleri konusunda yapılacak düzenlemelerde turizm sektörü göz önünde bulundurulmalıdır ve turizm sektörüne özgü düzenlemeler yapılmalıdır (Çetinkaya, 2003, s.257).



Turizm sektöründeki DYSY'nin artışından ekonominin diğer sektörlerini de olumlu yönde etkileyecektir. Bu durum ilk önce, tedarik zinciri bakımından öncelikli olarak, turistlerin zorunlu ihtiyaçlarından olan yeme-içme ve barınma sektörlerini kapsamaktadır. Bu sektörlere ilaveten turistlerin konforunu artırıcı üretim hizmetlerinde ve seyahatlerin güvence altına alınmasına yönelik sağlık, sigorta ve emniyet hizmetlerinde de etkiler görülecektir. Bu sektörler ve turizm sektörü arasındaki etkileşimler karşılıklıdır ve çift yönlüdür. Turizm sektörünün yatırım ve işletme bakımından etkileri, sadece kendisine doğrudan girdi sağlayan ve direkt olarak etkilendiği sektörlerle sınırlı değildir ve turizm, dolaylı yoldan başka sektörleri de etkilemektedir. Turizm sektörünün girdi kullanımı yoluyla uyardığı sektör sayısı 33 olarak tespit edilmiştir (Çetinkaya, 2003 s.254).

#### **2.2.6. Turizmin Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkileri**

Ekonomik kalkınma bir ülkede bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını azaltmayı amaçlamaktadır. Bu farklılıkların giderilmesinde turizmin faydası olacaktır. Zengin turizm potansiyeli olan bölgelerde uygulanacak planlı turizm planları ile turizm yönünden kalkınmaları sağlanacaktır. Endüstriyel açıdan yeterli kaynakları olmayan ancak turizm açısından doğal güzellikleri ve kültürel değerleri ile öne çıkan bir bölge turizme kazandırılarak bu bölgenin turizm yönünden gelişmesi sağlanabilir. Böylelikle, o bölgenin refah seviyesi turizm sayesinde artacaktır.

#### **2.2.7. Turizmin Diğer Etkileri**

Turizm sektörünün yukarıda bahsedilen etkilerinin yanı sıra başka etkileri de mevcuttur. Turizm, dengeleyici ve eşitlik sağlayıcı bir fonksiyona sahip olduğu için hem farklı gelişmişlik düzeylerinde bulunan ülkeler arasında mevcut olan ekonomik dengesizliklerin giderilmesinde hem de bir ülkenin farklı gelişmişlik düzeylerinde bulunan bölgeleri arasında mevcut bulunan gelir dağılımının düzenlenmesinde önemli bir rol üstlenmektedir (Unur, 2000, s.1-16). Bu bağlamda turizm sektörünün özellikle kadınlara ve gençlere iş olanakları sağlayarak bu kişilere ve ailelerine ek gelir sağlamakta olduğu ve yaşam standartlarını yükselttiği söylenebilir. Turizmin geliştiği bölgelerde, ulaşım olanakları ile altyapı hizmetleri nitelik ve nicelik olarak artmakta ve

yeni iş sahaları açılmaktadır. Bu durum turizme açılmış bölgelerde yaşayanların hayat standartları seviyesini pozitif yönde etkilemekte ve onların gelir seviyelerinin sanayinin geliştiği diğer bölgelerdeki insanların gelir seviyelerine yaklaşmasına olanak sağlayarak ülke genelinde dengeli bir gelir dağılımına vesile olmaktadır.

Turizmle ilgili faaliyetler genellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler vasıtasıyla yürütüldüğü için turizm sektöründeki hizmetlerin sunumunda yerel kaynaklar kullanılmaktadır. Turizmin yerel işletmelerle kurduğu bu ilişki sayesinde, potansiyel gelir imkanlarının ve iş sahalarının değerlendirilmesi ile ekonomide oluşan sızıntı azalmaktadır. Örneğin, turizm faaliyetlerinde bulunan ülkelerde üretilen tarım ve sanayi mamulleri, o ülkeyi ziyarete gelen turistlere ihracat fiyatlarından daha yüksek fiyatlarla satılabilir. Bu durumda, özellikle yiyecek-içecek ve hediyelik eşya sektöründe kaliteli ve yerel ürünlere dayalı hizmet ve mal sunumu sayesinde turizm sektörü, koruma-kullanma dengesi içinde yerel halk ve ekonomiye sürdürülebilir şekilde katkı yapabilir (Tavmergen, 1998, s.58).

Turizmin ülke ekonomisi üzerindeki olumlu etkilerinin yanında birtakım olumsuz etkileri de vardır. Bunlar, fırsat maliyeti, turizme olan aşırı bağımlılık, bölgesel enflasyon etkisi ve mevsimlik dalgalanma olarak sıralanabilir (Kozak ve diğerleri, 2000, s.96-100).

Fırsat maliyeti açısından, turizmin geliştirilmesi yönünde karar alan ülkelerin, öncelikle kaynaklarını turizm yatırımları için kullandıklarında elde edecekleri gelirleri, bu kaynakları başka sektörlerle yatırım için kullandıklarında elde edecekleri gelirler ile karşılaştırmaları gerekmektedir. Bu konu, gelişmekte olan ülkelerin kaynaklarının kıt olmasından dolayı, onlar için önemlidir (Kozak ve diğerleri, 2000, s.97).

Turizme olan aşırı bağımlılık açısından değerlendirildiğinde, gelişmekte olan ülkeler için en az yatırımla yüksek gelir elde etmenin kolay yolu olan turizm sektörü çeşitli dönemlerde krize girebilmekte ve turizm gelirleri düşebilmektedir. Bunun için turizmdeki talebin süreklilik arz etmeyebileceği konusu göz önünde bulundurulması ve diğer sektörlerle de yatırım yapılması gerekmektedir (Kozak ve diğerleri, 2000, s.98).

Turizm bölgelerinde turizm sezonlarında turist sayısının artması tüketim malları üzerinde kısa süreli olarak fiyat artışlarına sebep olabilir. Turizmin dönemsellik arz etmesi, diğer bir deyişle, belirli bölgelerde birkaç ay ile sınırlı olması, turizm

işletmelerinin turizm sezonu dışındaki zamanlarda atıl kalmasına ve işletmelere ek maliyet yüklenmesine neden olmaktadır. Bu mevsimlik dalgalanma aynı zamanda bu sektörde çalışanlar için turizm hareketlerinin olmadığı dönemlerde işsizlik anlamına gelmektedir (Kozak ve diğerleri, 2000, s.99).

## 2.3. TURİZMİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Turizmi etkileyen faktörleri genel olarak turizm arzını ve turizm talebini etkileyen faktörler olarak ikiye ayırmak mümkündür (Olalı ve Timur, 1988, s.193).

### 2.3.1. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzını etkileyen faktörler, çoğunlukla turizmin genel yapısından kaynaklanır. Turizm arzının ekonomik açıdan değerlendirilmesi durumunda turizm arzını etkileyen *temel değişkenlerin* (kurumsal ve fiziksel altyapı ile sosyo-kültürel ve jeo-ekonomik değerler) ve *genel değişkenlerin* (turistik mal ve hizmetlerin cari fiyatları, üretim şartları, üretim faktörlerinin fiyatı ve üretim teknolojisi) varlığı söz konusu olmaktadır (Bull, 1995, s.128). Bu değişkenlerle birlikte turizmin arzını etkileyen diğer unsurlar *teknik gelişmeler* (uçak kapasitelerinin artmasına paralel olarak ucuz ve çok daha fazla sayıda uçuş imkanı, turizm faaliyetlerinde teknolojik cihazların daha etkin kullanılmaya başlaması, vb.), *ürün maliyetindeki değişim* (hammadde ve işgücü fiyatları ile kredi faizlerindeki değişim, vb.), *vergiler ve teşvikler* (yeni vergi ayarlamalarının ve değişikliklerinin yapılması, vergi muafiyetlerinin getirilmesi veya vergi kolaylıklarının sağlanması) ve hava durumu, grev, savaş gibi *diğer faktörlerdir* (Tribe, 1996, s.225).

Turizm arzını oluşturan unsurların sınıflandırılması, *doğal veriler* (iklim, doğal harikalar vb.), *sosyal veriler* (tarihi eserler ve anıtlar, müzeler, fuar, sergi ve seminerler, vb.), *psikolojik veriler* (ülkeler arasındaki kültürel, tarihi ve dini ilişkiler, toplumsal gelenekler ve davranışlar, vb.) ve *turizm endüstrisinin durumu* (turistik altyapı, fiyat ve kalite ilişkisi) şeklinde yapılabilir. Turizm arzı açısından önemli bir unsur olan turizm bölgesinin pazarlanmasını etkileyen bileşenleri ise genel olarak *doğal kaynaklar* (iklim, yeryüzü ve arazi şekilleri, bitki ve toprak örtüsü, flora ve fauna, şifalı kaynaklar, vb.), *konaklama imkanları* (oteller ve moteller, eğlence imkanları, turizm hizmetinin kalitesi, yiyecek-içecek hizmeti, tarihi ve kültürel alanlara yönelik hizmetler, sportif faaliyetler,

iletişim ve enformasyon imkanları, vb.); *altyapı – üstyapı* (altyapı unsurları: su, elektrik, haberleşme, internet ve kanalizasyon şebekeleri, ulaşım imkanları, park imkanları, vb.; üstyapı unsurları: dinlenme tesisleri, alışveriş olanakları, müzeler, tarihi ve turistik mekanlar, yiyecek, içecek ve eğlence yerleri, konaklama yerleri, bankalar, danışma ofisleri, sağlık kurumları, vb.), *ulaştırma kaynakları* (deniz, hava, kara ve demiryolu taşıtları, vb.) ve *sosyal kaynaklar* (gösteriler, festivaller, şenlikler, panayırılar, tiyatro ve müzik gösterileri, fuar, sergi ve seminerler, tarihi ve kültürel geziler, sportif faaliyetler, otantik yiyecek ve içecek imkanları, vb.) başlıkları altında özetlemek mümkündür (Olalı ve Timur, 1988, s.237).

### 2.3.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebinin oluşumu için bazı ekonomik, sosyal, psikolojik ve fiziksel faktörlerin bir araya gelmesi gerekir. Turizm talebini sadece tek bir faktör olumlu veya olumsuz yönde etkileyebileceği gibi, birçok faktör de aynı anda farklı şekilde etkileyebilir. Talebi etkileyen faktörlerin çok olması etkilerinin tespitinde zorluklar ortaya koymasına rağmen, genel olarak turizm talebini etkileyen faktörler ekonomik, ekonomik olmayan, sosyal, politik ve psikolojik faktörler olmak üzere beş ana başlık altında toplanabilir (Öztaş, 2002, s.28).

Turizm talebini etkileyen *ekonomik faktörler* genel olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara erişilebilir (Olalı ve Timur, 1988, s.196):

- *Milli Gelir Miktarı:* Turistik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için uygun miktarda gelire ihtiyaç vardır. Özellikle turizmin en önemli unsuru olan seyahat, ancak gelir seviyesi bu harcamaları karşılayabilecek olan kişiler tarafından gerçekleştirilir. Turizm talebi, milli gelir hacmine bağlı olduğundan, milli gelir düzeyi yüksek olan ülkelerde turizm talebi daha yüksek olmaktadır. Ancak milli gelirinin yüksek, nüfusunun fazla olduğu ülkelerde bu durum geçerli olmayabilir. Nüfusun fazla olduğu ülkelerde kişi başına düşen gelir miktarı da düşük olmaktadır. Bu nedenle, milli gelir seviyesinin turizm talebine olan etkisini ülkelerin genel özelliklerine göre değerlendirmek gerekir.
- *Milli Gelirin Dağılım Şekli:* Milli gelirin bireyler arasındaki adaletli dağılımı, kişi başına düşen gelir miktarının yüksek olmasını sağlar. Bu durum, turizme olan talebi arttırmaktadır. Ayrıca, son yıllarda milli gelir içerisinde arazi, ücret gelirleri, faiz ve

kârın payının artması, ücretlilerin turistik tüketime katılmalarını daha olanaklı kılmıştır ve turistik talepte değişimler olmasına ve kitle turizminin doğmasına yol açmıştır.

- *Cari Piyasa Fiyatı:* Turistik ihtiyaçlar lüks ve kültürel ihtiyaç niteliğinde olduğundan, turizme katılacak kişiler, turistik harcamalar için zorunlu ihtiyaçları dışında ayırmış oldukları serbest gelirlerini kullanmak zorundadırlar. Bu durumda da fiyat, diğer mal ve ürünlere göre turistik talep üzerinde daha büyük etkiye sahiptir.
- *Turizm Endüstrisinin Durumu:* Ülkenin turistik hizmet kalitesi, fiyat seviyesi ve turistlerin aradığı özelliklere cevap vermesi turistik talep durumunu etkilemektedir.
- *Ödemeler Dengesi:* Bir ülkede kişi başına düşen gelir miktarı yüksek olsa da ödemeler dengesinin olumsuz bir durumda olması turizme olan talebi azaltabilir.
- *Kişi Başına Düşen Gelir Miktarı:* Turizm harcamaları, kişi başına düşen gelirden yapılan harcamalarının bir bölümünü oluşturur. Kişi başına düşen gelir miktarı yüksek olan ülkelerin turizm talebi, kişi başına düşen gelir miktarı düşük ülkelere göre daha yüksektir.
- *Ulaştırma:* Seyahat edilecek yerlere mesafe ve ulaşım imkanları, turizm talebine doğrudan etki yapmaktadır. Ulaştırma araçlarının hız, konfor, güvenlik, kapasite ve tarifeler açısından durumu ve kalitesi turizm talebini etkiler.
- *Konjonktürel Durum:* Dünyadaki ekonomik gelişmeler, konjonktürel dalgalanmalar, daralma veya canlanma dönemleri turizm talebini, turistik harcamaları ve seyahate çıkış sayısını doğrudan etkileyebilir.

Yukarıdaki etkenlerin yanı sıra turizm talebini ve turistik tüketim kararlarını etkileyen *ekonomi dışı faktörler* de vardır. Bunları, bireyleri turistik tüketime yönelten gelenek ve görenek, insanların yaşadığı sosyal çevre, toplum hayatındaki tüketim alışkanlıkları, lüks tüketim ve gösterişe dayanan moda faktörü ve tüketim yapısına etki eden reklam faktörü şeklinde özetlemek mümkündür (Olalı ve Timur, 1988, s.198).

*Politik faktörler* bağlamında değerlendirildiğinde seyahat edecek bireyler açısından kendi ülkelerinin ve ziyaret edecekleri ülkelerin politik durumu seyahat kararlarında etkili olur. Seyahat etmek isteyen kişilerin kendi ülkelerinin politikaları seyahat etmeye engel oluyorsa ve gidilecek ülke ile kendi ülkesi arasında politik sorunlar varsa, bu durumlar turizm talebini olumsuz yönde etkiler. Ayrıca gümrük uygulamaları, döviz kısıtlamaları, kalış süresindeki sınırlamalar, vergiler ve vize uygulamaları gibi

bürokratik engeller turistik talebini olumsuz yönde etkileyebilir (Olahı ve Timur, 1988, s. 200).

Turizm talebine etki eden *psikolojik faktörler* turizm endüstrisinde turizm talebini etkileyen en önemli faktörlerdendir. Turizm faaliyetini gerçekleştiren bireyler, psikolojik olarak yaptıkları harcamaların karşılığında tatmin olmak ve doyuma ulaşmak isterler. Bu konudaki çalışmalar psikolojik olarak turizm faaliyetinden tatmin olan bireylerin aynı turistik bölgeyi tekrar ziyaret etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Psikolojik faktörler; insanların doğaya olan özlemi, moda, reklam-tanıtım faaliyetleri, dini inançlar ve gösteriş olarak sıralanabilir. Yukarıda belirtilen faktörler dışında, imaj faktörü özellikle son yıllarda önemi artan bir faktör haline gelmiştir. İmaj, seçilecek bölge hakkında ziyaretçilere ön bilgi vermesi ve psikolojik olarak tatmin sağlaması bakımından önemli bir faktördür. Turistlerin seyahat ettikleri ve tatillerini geçirdikleri bölgeler hakkında sahip oldukları olumlu imaj turizm talebini de arttırır (Öztaş, 2002, s.28).

Turizm talebine etki eden önemli *sosyal faktörler*, bireylerin içinde buldukları toplumun özellikleri ile hayat görüşü ve kişilerin yaşam biçimi ile ilgili faktörlerdir. Nüfus yapısı, şehirleşme, eğitim seviyesi, sosyal mevzuat ve boş zaman gibi faktörler ile ailevi özellikler, sosyal hareket yeteneği, politik düzensizlik, dil güçlükleri, konaklama şekli ve ekonomik faaliyet alanının özellikleri turizm talebine etki eden önemli *sosyal faktörler* olarak sayılabilir (Olahı ve Timur, 1988, s. 205).

#### **2.4. TURİZM YATIRIMLARI**

Turizm yatırımları; geri dönüşü uzun vadeli, sermaye/hasıla oranı yüksek, siyasal, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşı oldukça duyarlı, dolayısıyla da girişimciler için fazla cazip olmayan riskli yatırımlardır (DPT, 2000, s.1). Turizm sektöründe yatırım; turizm işletmecisinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yapılabilmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi vb. için bir yıldan uzun süre kullanılacak sermaye mallarının temin edilmesi ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınmasıdır (DPT, 2000, s.2). Turizm yatırımları, gerek yatırım faaliyeti döneminde gerekse işletme döneminde önemli istihdam imkânı sağlamaktadır. Sektör, hizmet sektörü olduğundan işletme döneminde emek yoğun teknoloji

kullanılmaktadır. Emek yerine makineleşmeye gitmek sınırlıdır. Servis, rehberlik, ön büro, kat hizmetleri vb. hizmetlerde otomasyona gitmek mümkün değildir, çünkü turizm, çeşitli kişisel hizmetleri ve ancak insanlar tarafından üretilebilecek hizmetleri gerektirmektedir. Turizm, doğrudan istihdamın yanında dolaylı istihdam da sağlar. Turizmin gelişmesiyle tarım ve inşaat işletmeleri gibi turizm sektörüne mal ve hizmet satan işletmelerde de istihdam artar (DPT, 2000, s.7).

Turizm yatırımları; turistlerin konaklama, yeme-içme ve eğlence gereksinimlerini karşılamaya yarayan tesis, arazi ve araçlara yapılan, ülke içinde ve ülkeler arasında gerçekleştirilen, ekonomik açıdan önemli yatırımlardır. Turizm yatırımlarının genel ekonomi üzerindeki etkisini gösteren en önemli gösterge yarattığı katma değerdir. Katma değer, turistik yatırımların ortaya koydukları turistik ürünlerin değeri ile diğer üretim birimlerinden satın alınan girdilerin arasındaki farktan oluşur. Turizm sektöründe katma değer direkt ve endirekt olmak üzere iki şekilde oluşarak ulusal ekonomiye katkıda bulunur. Direkt katkısı turizm yatırımlarının kendi içinde oluşturduğu katma değer iken endirekt katkısı turizm yatırımı ile ticari ve ekonomik açıdan bağlantılı olan diğer işlemlerden oluşturulan ilave katma değerdir (Altıntaş, 1988, s.7). Turistlerin yaptıkları harcamalardan konaklama tesisleri, restoranlar, ulaştırma şirketleri ve benzeri diğer kurumlar direkt olarak gelir elde ederler. Turistlerden doğrudan gelir sağlayan bu işletmeler kazandıkları gelirlerinin bir kısmını ücret, faiz, rant ve vergi şeklinde olmak üzere toplumun diğer kesimlerine dolaylı olarak dağıtırlar. Ücret, rant ve faiz geliri elde edenler ve ürettikleri mal ve hizmetlerin karşılığında gelir sağlayanlar da bu gelirlerini harcarlar. Böylece oluşturulan gelirin toplam değeri turistler tarafından yapılan ilk harcamadan daha büyük olur ve turizm harcamalarının ekonomi içindeki devri ile gelirin yeniden dağıtılması sağlanır (Altıntaş, 1988, s.7).

#### **2.4.1. Turizm Yatırımlarının Türleri**

Turizm yatırımları, özelliklerine göre altyapı, üstyapı ve destek yatırımları olmak üzere üç grupta incelenmektedir (Kahraman, 1997, s.24).

#### 2.4.1.1. Altyapı Yatırımları

Altyapı yatırımları, turizm sektörünün gelişmesini ve sektöre hareketlilik kazandırılmasını sağlayan yatırımlardır. Turizm işletmelerinin verimli olarak işletilebilmesi, her şeyden önce, altyapı yatırımının tamamlanmış olmasına bağlıdır. Turizm tesisine kara, deniz, hava ve demiryolu ulaşım yollarından en az biri veya birkaçı ile kolaylıkla ulaşılabilir. Haberleşme olanakları çağdaş bir düzeyde sağlanabilir. Turizmde altyapı yatırımları genellikle kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunlar dolaylı yatırımlardır. Su, elektrik, kanalizasyon gibi diğer altyapı hizmetlerin aksamaması gerekmektedir. Dolaylı yatırımlar, turizm işletmeciliğinin başarı ile yürütülebilmesinin temel öğelerini oluşturmaktadır. Altyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi genellikle devletin görevidir. Bazı hallerde, altyapı yatırımlarına özel sektörün finansal katkı sağladığı da görülmektedir (Kahraman, 1997, s.25).

#### 2.4.1.2. Üstyapı Yatırımları

Turizmde üstyapı yatırımları; otel, motel, tatil köyü gibi konaklama tesisleri ile yeme, içme, marina, spor, eğlence, alış-veriş gibi turistik işletmelerle ilgilidir. Bu yatırımlar turizmle birinci derece ilgili olduğundan, turistik açıdan direkt yatırımlardır. Genelde özel sektör yatırımlarıdır. Ancak, Fransa, İspanya, Yunanistan, Portekiz, Türkiye ve benzeri ülkelerde turizmin gelişmesine ivme kazandırabilmek veya eşsiz tarihsel yapıtların turizm sayesinde canlı tutulabilmesini sağlamak için, bu yapıtları turizm konaklama tesisine dönüştürmeye yönelik üstyapı yatırımlarının devlet tarafından yapıldığı görülmüştür. Türkiye'de devlet, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminden Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı dönemine kadar yirmi yıl süre ile öncü ve örnek tesisler inşa ederek özel sektörü bu alana yönlendirmek için turizm üstyapı yatırımlarında rol almıştır (Kahraman, 1997, s.26).

#### 2.4.1.3. Destek Yatırımları (Tamamlayıcı Yan Turistik Yatırımlar)

Destek yatırımları; turizm sektörünü tamamlayan yan yatırımlar olup sınırları son derece geniştir. Turistik ihtiyaçların karşılanması ve turizmin gelişmesi açısından turizm



işletmelerine destek sağlayıcı nitelikte olan yatırımlardır. Örneğin; bir turistik tesis bünyesinde olmamak kaydıyla, turistlerin gideceği spor tesisleri, yiyecek ve içecek tesisleri, gece kulüpleri, hediyelik eşya işletmeleri, turizm işletmeleri için mal ve hizmet üreten ve pazarlayan kuruluşlar ve turizm finansmanı ve sigortası ile iştigal eden işletmelerle ilgili yatırımlar, bu gruba girmektedir (Kahraman, 1997, s.27).

## 2.5. TÜRK TURİZM SEKTÖRÜ

Dünyada değişen turizm talebine uyum sağlayan Türkiye, sıradan bir turizm destinasyonu olmaktan çıkarak bütün varlıkları ve kurumlarıyla Akdeniz'in ve Avrasya'nın en önemli turizm ülkelerinden biri haline gelmiştir (DPT, 2007, s.1). Sahip olduğu coğrafi özellikleri (8333 km'lik deniz kıyısı, 33 marina) ve güzellikleriyle (2012 yılı itibarıyla 355 mavi bayraklı plaj, 19 mavi bayraklı marina, 13 mavi bayraklı yat) hem yaz hem de kış turizminin yaşanabildiği nadir ülkelerden biri olan Türkiye, ayrıca sahip olduğu kültürel ve tarihi değerlerle (13 medeniyet, 150 arkeolojik kazı, 79 antik kent, UNESCO Dünya Miras listesinde yer alan 11, Geçici Listede yer alan 37 eser ve destinasyon) turizm konusunda rakibi olan pek çok ülkeyi geçmiştir. Üç tarafının denizlerle çevrili olması ve sahip olduğu eşsiz koylar ve bol güneşiyle Türkiye, büyük bir turizm potansiyeline sahiptir ve tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı için adeta bir açık hava müzesi gibidir. Bu nedenle de, Türkiye sadece deniz-kum-güneş turizmi ile değil, bunun yanında kültür turizmi, inanç turizmi, yayla turizmi, spor turizmi gibi alternatif turizm türleri açısından da ilgi çekmektedir. Turizm, Türkiye'nin rekabet açısından karşılaştırmalı üstünlüğünün bulunduğu sektörler arasındadır. Sahip olduğu üstünlükler ve gelişim potansiyeli, turizm sektörünün Türkiye açısından gelecekte şu anki konumuna kıyasla daha da önemli bir konuma geleceğini göstermektedir (DPT, 2007, s.10).

Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) tarafından 37 ülkede 40 kültür ve tanıtma müşavirliği/ataşeliği ile yürütülen tanıtım faaliyetleri kapsamında turizm fuarlarına (62 ülkede 157 fuar) katılım sağlanmakta ve Türkiye'nin reklamları yapılmaktadır. Bunlara ilaveten, 2012 yılında 100 milyon ABD Dolarlık tanıtım bütçesi ile en çok okunan gazete ve dergilerde, en çok izlenen televizyon kanallarında, en çok dinlenen radyo kanallarında, alışveriş merkezleri, havaalanları ve diğer açık yerlerde ve dijital

mecralarda (bütçenin yüzde 15'inin bu alana tahsis edilmesi öngörülmektedir) reklam faaliyetleri gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.

Reklam faaliyetlerine ek olarak, halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında profesyonel halkla ilişkiler ajansları ile çalışılmaktadır. Ağırlama Faaliyetleri (yaklaşık 20.000 seyahat acentesi temsilcisi ve 2.000 seyahat yazarı 2011 yılında Türkiye'de ağırlanmıştır) yapılmakta ve basın bildirimleri, basın toplantıları, paneller, çalıştaylar, sergiler ve yarışmalar düzenlenmektedir.

Türk turizmi açısından Kültür ve Turizm Bakanlığınca seçilen hedef pazar grupları ve bu pazar grupları oluşturan ülkeler şöyle sıralanmaktadır:

**Tablo 4.** Türk Turizmi Hedef Pazar Grupları

<b>HEDEF PAZAR GRUBU</b>	<b>İÇERDİĞİ ÜLKELER</b>
<b>AMERİKA</b>	ABD (Kanada, Meksika)
<b>ORTA VE GÜNEY AVRUPA</b>	Almanya, Hollanda, Polonya, İsviçre, Avusturya (Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Slovakya), İtalya (Malta), İspanya (Portekiz, Şili, Brezilya, Arjantin), Fransa (Monako, Fas, Tunus, Cezayir) ve Belçika (Lüksemburg)
<b>KUZEY AVRUPA</b>	Birleşik Krallık (İrlanda, İzlanda, Güney Afrika), İsveç (Norveç), Danimarka ve Finlandiya (Estonya, Litvanya, Letonya)
<b>DOĞU AVRUPA, BALKANLAR VE TÜRK CUMHURİYETLERİ</b>	Rusya (Belarus), Ukrayna (Moldova), Kazakistan (Azerbaycan, Gürcistan, Özbekistan, Kırgızistan, Türkmenistan, Tacikistan), Bulgaristan (Romanya, Yunanistan), Makedonya (Arnavutluk, Kosova), Bosna Hersek ve Sırbistan (Hırvatistan, Slovenya, Karadağ)
<b>ORTA DOĞU – KUZEY AFRİKA</b>	Birleşik Arap Emirliği (Bahreyn, Kuveyt, Katar), Pakistan, S.Arabistan (Umman, Yemen), Mısır, İran, Suriye (Ürdün, Lübnan, Irak) ve İsrail (Orta Doğu pazarında yer alan İsrail pazarı için farklılık göstermesi nedeniyle ayrı bir çalışma sunulacaktır).
<b>UZAK DOĞU – HİNDİSTAN</b>	Çin, Japonya (Güney Kore), Malezya (Singapur, Tayland, Endonezya, Brunei, Avustralya, Yeni Zelanda) ve Hindistan.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (<http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/> , Erişim: 1 Ekim 2012)

### 2.5.1. Türk Turizm Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Turizm hareketi 19. yüzyılın ortalarında Avrupa'da başlamıştır. Sanayi devrimi ile sağlanan ulaşım kolaylıkları ve refah artışı, insanlardaki gezme merakını geniş kitlelere yaymıştır. Bu merakın tatmin edilmesi için kişilerin bir araya getirileceği bir organizasyonun yapılması gerekiyordu ve bunu da ilk Thomas Cook gerçekleştirmiştir. Thomas Cook'un Avrupa'ya başlattığı ilk gezi Paris sergisine olmuştur. O dönemde Osmanlı Devletine yapılan ilk turizm hareketi de yine bir serginin, "Sergi-i Umum-i Osmanî" isimli serginin, 1863 yılında açılışı nedeniyle olmuştur. Bu sergiden önce Osmanlı Devleti topraklarında büyük çaplı turizm hareketleri olmamıştır. O dönemde yapılan seyahatleri, misyonerlerin ve tarihçilerin yaptıkları ziyaretler oluşturuyordu, ancak ulaşım koşullarının zorluğu, güvenlik alanındaki sıkıntılar nedeniyle bu seyahatler küçük ölçekli olarak kalmışlardır (<http://www.belgeler.com> , Erişim: 1 Mart 2012).

Osmanlı İmparatorluğunun modern turizm faaliyetleriyle 1863'te tanışması ve İstanbul'u Paris'e bağlayan Orient Express'inin (Şark Demiryolu) 1870 yılında faaliyete geçmesi, turist sayısının müteakip zamanlardaki artışında etkili olmuştur ve İstanbul'daki ilk otellerin inşası ile bu durum daha da desteklenmiştir. Bunu, 1895 yılında Pera Palas Oteli'nin inşası izlemiştir ve bu arada diğer turizm sektörü oluşumları da başlamıştır. Oteller, lokantalar ve turistlerin ihtiyacı olan rehberlik hizmetleri Pera Palas'ta örgütlenmişlerdir. Bu dönemde İstanbul'a olan ulaşım vapurla ya da trenle sağlanmaktaydı. Yabancılar basit bir şekilde vize alarak, İstanbul'a gelebiliyorlardı; fakat ülke içinde dolaşmak için her aşamada tezkere almak zorundaydılar. Bu görevi turistler adına başlarda rehberler, daha sonra ise turizm acenteleri üstlenmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş dönemine girmesi ve artan savaşlar, diğer ekonomik faaliyetlerin yanı sıra turizm sektörünün gelişimini de olumsuz etkilemiştir. Cumhuriyetin kurulmasıyla ulaşım sektörü başta olmak üzere turizmle yakından ilgili sektörlerde hareketlenme başlamıştır. Bu dönemde Türkiye'nin turizm sektörüne yönelik örgütlenme faaliyetlerini devam ettirmek ve Türkiye'ye gelen yabancılara Türkler ve Türkiye hakkında doğru bilgiler vermek amacıyla Atatürk tarafından 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti kurulmuştur. Cemiyet, 1926 yılında "Türkiye Turing Klübü" (Touring Club Turc), 1930 yılından itibaren ise Türkiye Turing ve Otomobil

Kurumu adını alarak yarı resmi olmak üzere 2. Dünya Savaşına kadar Türkiye'nin turizm siyasetini belirlemiştir. Bunu müteakip 1934 yılında Türk Ofis adıyla kurulan bir büroyla devlet, turizm faaliyetlerine ilişkin olarak sorumluluk üstlenmiştir ve 22 Mayıs 1953'te turizm sektörünün geliştirilmesi kapsamında yerli ve yabancı yatırımcılar için vergi indirimleri ve bazı teşvik unsurlarını içeren Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununu yürürlüğe koymuştur. Bu kanunu takiben, 1957'den itibaren turizm sektörü Bakanlık düzeyinde ele alınmaya başlanmıştır (<http://www.belgeler.com> , Erişim: 1 Mart 2012).

Türk turizm sektöründeki asıl gelişme, 1963'ten günümüze kadar olan Planlı Dönemde gerçekleşmiştir. Planlı Dönem, 1963-1983 yılları arasında, devletin turizmi geliştirecek şartları oluşturduğu “birinci dönem” ve 1983'ten günümüze kadar süregelen “liberalizasyon dönemi” olarak iki alt dönemde incelenir. Birinci dönem olarak anılan 1963–1983 döneminde turizm politikasının temel hedefi; turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini artırmak, yeni iş alanları oluşturmak ve Türk vatandaşlarına tatil imkanı sağlamaktır (DPT, 2007, s.6).

Turizm sektöründe eskisine göre daha liberal bir dönemi başlatan en önemli yasal ve mali unsur, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunudur (Sürücü, 1998, s.26). Bu kanun ile yatırımların turizm geliştirme alanlarına kanalize edilmesi ve kaynakların turizm sektörü açısından daha etkin ve verimli bir şekilde kullanımı hedeflenmiştir. Ayrıca, bu yasa ile turizm yatırımlarının teşviki ve planlaması bir sistematik içerisinde ele alınmaya başlamıştır ve turizm alanları ve turizm merkezleri ilan edilerek bu yerlerde turizm amaçlı olarak planlanan kamu arazilerinin 49 yıllığına turizm yatırımcılarına tahsis edilmesi sağlanmıştır. Bunlara ilaveten turizm tesislerinin sınıflandırılması, belgelendirilmesi ve denetlenmesine yönelik düzenlemeler getirilerek konaklama tesislerinin su ve elektrik gideri bedellerinin konutlara uygulanan indirimli tarife üzerinden alınması öngörülmüştür. Sektörde temel planlama ve koordinasyon işlevini Turizm Bakanlığı üstlenmiştir ve devlet arazilerinin tahsis işlemlerini kolaylaştıran, yeni turizm türlerinin gelişmesini sağlayan ve tüketici haklarını koruyan bir kuruluş olarak sektördeki düzenleyici ve denetleyici özelliğini devam ettirmiştir. Devlet, 1983 yılından sonraki dönemde üstyapı yatırımlarından çekilmiştir ve sektörde özelleştirmeler başlamıştır. Bu sayede, turizm sektöründe serbest piyasa mekanizmaları devreye girmiş olup turizm tesislerinde fiyat belirleme devletin kontrolünden ve denetiminden çıkmıştır ve yeni bir teşvik sistemi yürürlüğe girmiştir. DPT'den teşvik

belgesi ve Turizm Bakanlığı'ndan yatırım belgesi alınması koşuluyla özel sektöre kamu arazilerinin tahsisi sağlanmış ve vergi muafiyetleri, düşük faizli ve uzun dönemli teşvik kredileri verilmiştir. Kamu arazilerinin turizm yatırımları gerçekleştirmeleri için yatırımcılara tahsisi amacıyla 2634 sayılı kanuna göre, turizm sektörüne sağlanan başlıca teşvikler şunlardır (DPT, 2007, s.8):

- ✓ Düşük faizli ve uzun dönemli turizm kredileri,
- ✓ Yabancı personel ve sanatkâr çalıştırabilme,
- ✓ Turizmi geliştirme fonundan yararlanma,
- ✓ Teşvik kredileri,
- ✓ Vergi indirimi,
- ✓ Yatırım indirimi,
- ✓ Gümrük muafiyeti ve
- ✓ Finansman fonu.

Turizm sektörü, 2634 sayılı kanunu müteakip 1985 yılında Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör kapsamına alınmıştır. Turizm sektörü 1986-1989 döneminde turizmi teşvik yasasından, yabancı sermaye yasasından, Türk parasını koruma kararından ve yatırımların, döviz kazandırıcı hizmetlerin ve işletmelerin teşvik edilmesine ilişkin karardan ve kurumlar vergisi ile katma değer vergisine ilişkin yasalarının tümünden yararlanarak çok üstün bir gelişme göstermiştir. Bu süre zarfında çeşitli nakdi teşviklerle (özellikle hibe türü teşvikler) destek alan turizm sektörü yatırımlarının 1986 – 1992 yılları arasında hızlı bir şekilde arttığı gözlenmiştir. Bu dönemde, Kaynak Kullanımı Destekleme Primi (KKDP) adıyla verilen hibe türü teşvikler, turizm sektörü yatırımlarına büyük hız kazandırmıştır. KKDP sistemi, 1992 yılından itibaren kaldırılmıştır ve yerine Fon Kaynaklı Kredi (FKK) uygulaması getirilmiştir. İki yıl ödemesiz ve beş yıl vadeli olan bu kredi; kısa vadeli olması sebebiyle turizm yatırımlarının yapısına uymadığından sistemde oluşan kaynak yetersizliği nedeniyle bu uygulama başarılı olmamıştır ve sonrasında da uygulamadan kaldırılmıştır. Bunun sonucunda da 1995-1999 yılları arasında turizm sektörü yatırımları öncelikle duraklamaya, daha sonra da düşüşe geçmiştir (DPT, 2007, s.9)

Türkiye Cumhuriyetinin 100. kuruluş yıldönümünde Türk turizm sektörünün hedeflerini ve beklentilerini ortaya koyan Türkiye Turizm Stratejisi (2023) belgesi 2007 yılında

hazırlanmıştır. Bu belgede turizm sektörünün 2023 vizyonu olarak “sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması” belirlenmiş ve 2023 yılında 63 milyon ziyaretçi ve 86 milyar dolarlık turizm geliri hedeflenmiştir (KTB, Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007, s.3). Bu vizyona ve hedeflere erişmeye yönelik ilkeler olarak ana hatlarıyla aşağıda belirtilen prensipler benimsenmiştir (KTB, Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007, s.4-5):

- ❖ Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek sürdürülebilir kalkınma hedefine katkıda bulunulması,
- ❖ Turizmde rekabetin ucuz ürün yerine markalaşan turizm bölgeleri oluşturularak sağlanması,
- ❖ Var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve kaliteli yaşanabilir çevreler oluşturulması,
- ❖ Turizm gelişiminin hükümetlerin sosyo-ekonomik hedeflerini desteklemesi,
- ❖ Turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi,
- ❖ Turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün bir yıla yayılması,
- ❖ Sürdürülebilir turizmin tanıtılarak eko-turizm, kırsal turizm ve agro-turizm konularında kamu, özel ve sivil toplum kuruluşlarının bilinçlendirilmesi,
- ❖ Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin etkin kılınması,
- ❖ Nitelikli turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması,
- ❖ Turizmin geri kalmış bölgelerin ve özellikle dezavantajlı grupların sosyo-ekonomik konumlarının güçlendirilmesinde bir araç olarak kullanılması,
- ❖ Turizmle ilgili altyapı ve ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğinin özendirilerek kamunun yükünün hafifletilmesi,
- ❖ Turizm sektöründeki karar verme süreçlerinde merkezi-yerel-sivil aktörlerin beraber çalışmasının ve işbirliği içinde olmasının sağlandığı yönetim mekanizmalarının işler kılınması,
- ❖ Bütüncül planlama yaklaşımı ile merkezi-yerel yönetimlerin eşgüdümü sağlanarak, turizm planlamasının yönetsel organizasyon ve finans olanakları ile birlikte ele alınması ve

❖ Turizm eğitimi ile işgücü kalitesinin artırılması ve sektörde sertifikasyon sisteminin etkin bir şekilde uygulanması.

Türk turizm faaliyetlerinin tüm yıla ve tüm bölgelere yayılmasını temel hedef edinen Türkiye Turizm Stratejisi (2023) belgesinde turizm sektöründeki yatırımlarla ilgili olarak da değerlendirilmeler yapılmıştır. Turizm yatırımlarına ilişkin strateji olarak “*Turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılacak teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların arttırılması*” stratejisine işaret edilmektedir ve bu konuyla ilgili 2023 yılı hedefleri olarak aşağıdaki hususlara yer verilmiştir (KTB, Türkiye Turizm Stratejisi (2023), 2007, s.9-10):

✚ Turizmin geliştirilmesine yönelik birtakım tedbirler alınarak sektörün genel olarak ekonomiye katkı sağlaması açısından bazı teşvikler sunulacaktır.

✚ Turizm sektörüne, Avrupa Birliği’nin Katılım Öncesi Yardım Aracı (Instrument for Pre-Accession Assistance – IPA) Programı çerçevesinde destek alınması için çalışmalar başlatılacaktır.

✚ Küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) tanımına giren turizm konaklama tesislerinin yanı sıra seyahat acentelerinin de bu destekten yararlandırılmalarını sağlayacak şekilde vergi rejiminde düzenlemeler yapılacaktır.

✚ Turizm sektöründe yabancı sermayenin Türkiye’ye yatırım yapması sağlanacaktır.

✚ Turizm yatırımlarının kısa dönemde yenilenmesine yönelik ihtiyaçları giderilecektir.

✚ Turizm yatırımlarının teşviki süreci kapsamında tanıtım ve pazarlama politikaları geliştirilecektir.

✚ Turizmin çeşitlendirilmesine, tüm yıla ve yurda yayılmasına imkan veren projeler geliştirilerek kıyıların dışındaki bölgelere de yatırım yapılması teşvik edilecektir.

✚ Öncelikli turizm türlerine (kültür, termal ve kış turizmi) ve gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak bölgesel düzeyde sektörel teşvik mekanizmaları geliştirilecektir.

Türkiye Turizm Stratejisi (2023) belgesine ek olarak hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007 – 2013) belgesi, Türkiye turizminin çeşitlenmesine, tüm





Tablo 5’ten de anlaşıldığı üzere, Türk turizm sektörü, 1980–2011 yılları arasında turizm geliri açısından yaklaşık 70 kat büyürken turist sayısı açısından da 24 katlık bir büyüme gerçekleştirmiştir. Bu süreçte dünya turizm sektöründen Türkiye’nin aldığı pay turizm geliri açısından 7 kat artarken turist sayısı bakımından da 7 kat artış olmuştur. Turist başına düşen ortalama turizm harcamasında ise 3 katlık bir yükseliş yaşanmıştır.

**Tablo 6.** Türk Turizm Sektörünün Turistik Tesis ve İşletmeler Açısından Gelişimi

Yıllar	Turizm İşletme Belgeli Tesisler			Turizm Yatırım Belgeli Tesisler		
	Tesis	Oda	Yatak	Tesis	Oda	Yatak
1980	511	28992	56044	267	13019	26288
2010	2647	299621	629465	877	114771	252984

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) verileri (<http://www.tursab.org.tr/istatistikler> , Erişim: 1 Ekim 2012)

Tablo 6’ya göre 1980 yılında toplam yatak sayısı 82 binler civarındayken 2010 yılında bu sayı 900 binlere yaklaşmıştır ve 30 yıllık süre zarfında toplam yatak sayısı yaklaşık 11 katına çıkmıştır. Ayrıca 1995 yılında sektördeki seyahat acentası sayısı 2320 iken bu sayı 2011 yılında yaklaşık 3 katına çıkararak 6399 olmuştur.

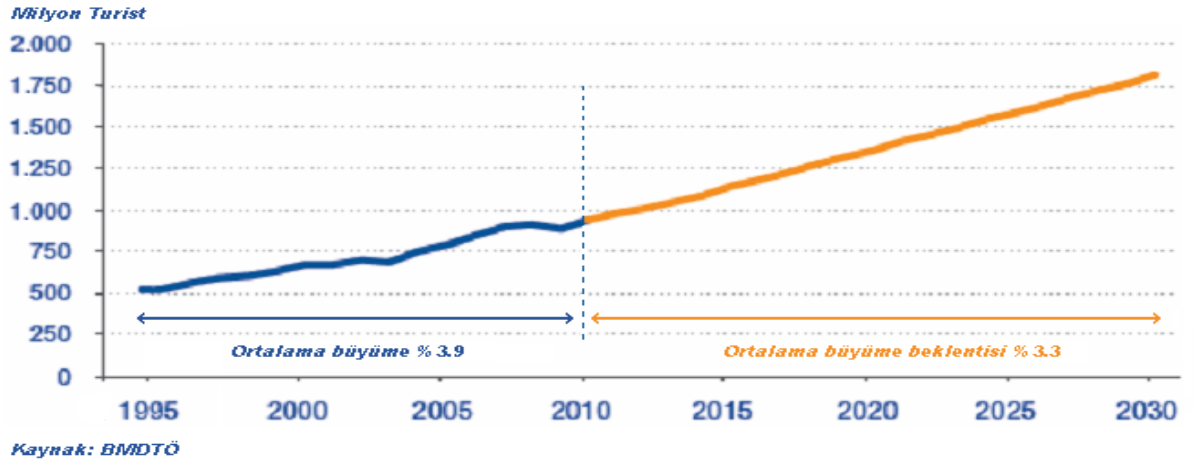
**Tablo 7.** Türk Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri Açısından Gelişimi

Yıllar	Turizm Gelirlerinin GSYİH İçindeki Payı (%)	Turizm Gelirlerinin İhracata oranı (%)	Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarının Kapama Payı (%)
1980	0,6	11,2	
1996	2,9	22,9	27,7
2010	2,6	18,3	34,4

Kaynak: TÜRSAB verileri (<http://www.tursab.org.tr/istatistikler> , Erişim: 1 Ekim 2012)

Tablo 7’de görüldüğü üzere, Türk turizm sektörü gelirlerinin (endirekt etkileri dahil edilmemiş olarak) GSYİH içindeki payı yıllar içerisinde binde altıdan binde 26’ya çıkarken, turizm gelirlerinin ihracata oranı % 11’den % 18’e yükselmiştir. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı 1996-2010 yılları arasındaki % 27,7’den % 34,4’e yükselmiştir. Turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payının giderek artması Türkiye gibi turizm potansiyeli yüksek olan ülkelerde turizm faaliyetlerinin daha planlı ve sistematik yapılmasını gerekli kılmaktadır (Soysal ve Ömürgönülşen, 2010, s.135).

**Şekil 2.** Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün Turist Sayısına İlişkin Öngörüsü (1995-2030)



Kaynak: BM DTÖ barometresi (<http://mkt.unwto.org/en/barometer> , Erişim: 29 Şubat 2012)

Şekil 2’de görüldüğü üzere, BM DTÖ’nün 2011 yılı sonu tahmini büyüme oranı beklentisi %4 - %5 ve 2012 yılı büyüme beklentisinin %3 - %4 aralığındadır. Ayrıca BM DTÖ’ye göre 2010 yılında 940 milyon kişi olan uluslararası turist varışlarının her yıl ortalama 43 milyon kişi artarak 2030 yılında 1,8 milyar kişiye çıkacağını tahmin edilmektedir. Ayrıca, aynı örgütün Türkiye turizm alanında iyi işler yapmaya devam edecek yorumu da, Türkiye’nin turizm alanındaki geleceğinin parlak olduğu konusunda iyimser bir hava oluşturmaktadır.

## 2.6. TÜRK TURİZMİ SEKTÖRÜNÜN GÜÇLÜ YÖNLER, ZAYIF YÖNLER, FIRSATLAR VE TEHDİTLER ANALİZİ

DPT tarafından gerçekleştirilen Türk turizm sektörünün Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) analizinin sonuçları aşağıda sunulmaktadır (DPT, 2007, s.14-16):

### 2.6.1. Türk Turizminin Güçlü Yönleri

Türk turizminin güçlü yönleri şu şekilde değerlendirilebilir (DPT, 2007, s.14):

- İklim, doğal kaynaklar, tarihi değerler ve büyük oranda bozulmamış çevrenin varlığı,
- Türk insanının konukseverliği ve gelenekleri,
- Turizmin ekonomik ve sosyal önemini anlamış olan toplum yapısının bulunması,
- Turizm olgusuna çabuk adapte olabilecek dinamik ve genç nüfus yapısı,
- Ana pazarlarda tanınmışlığa ve yüksek pazar payına sahip olması ve bu bölgelerde Türkiye spesiyalisti olarak çalışan seyahat acentaları ve uçak şirketlerinin varlığı,
- Anadolu'daki zengin kültürel ve tarihi miras,
- Özgün sosyo-kültürel özellikleri ve Doğu ile Batının egzotik bileşiminin sunulması,
- Yat turizmine uygun kıyı yapılarının ve rüzgarın varlığı,
- Akdeniz çanağındaki rakip ülkelere göre daha yeni ve daha nitelikli tesislerin varlığı (Türkiye'deki on yaş altı yatak kapasitesi toplam kapasitenin yaklaşık % 45'ini teşkil ederken bu oran İspanya'da % 42, Portekiz'de % 21 ve İtalya'da % 19 civarındadır)
- Orta Asya ve Latin Amerika'daki genç ve uzak pazarlar için keşfedilmemiş bir destinasyon olması,
- Alışveriş olanakları (büyükşehirlerde düzenlenen alışveriş festivalleri başta olmak üzere), yöresel potansiyele bağlı olarak gelişen el sanatı ürünlerinin mevcudiyeti,
- İç turizmde yaşanan hareketlenme,
- Turizmin çeşitlenmesi için uygun coğrafi yapı ve ulaşım imkanları,
- Türkiye ekonomisindeki iyileşme ve
- Uluslararası turizmde değişen talep yapısına sağlanan uyum.

### **2.6.2. Türk Turizminin Zayıf Yönleri**

Türk turizminin zayıf yönleri şöyle ortaya konulabilir (DPT, 2007, s.15):

- Altyapı, hizmet kalitesi ve destek sektörlerindeki gelişmenin gereksinimlere etkin bir şekilde yanıt verememesi,
- Medyada çıkan olumsuz haberlerin Türk turizmini negatif yönde etkilemesi,
- Bölgesel ölçekte entegre stratejik planlamada ve karar almada yetki karmaşası,
- Teknik altyapı ve enerji konularında yetersizlik,
- Büyük ölçekli otellerin kırsal yakın çevre ve özgün mimari ile uyumsuzluk içinde olmaları,
- Kültür ve Turizm Bakanlığının ve belediyelerin verdiği turizm işletmesi belgelerinin farklı standartlar içermesi ve bu durumun karışıklığa yol açması,
- Tanıtma ve pazarlamaya ayrılan kaynakların kullanımındaki eşgüdüm yetersizliği,
- Doğal, tarihi ve kültürel mirasa yeterince özen gösterilmemesi ve
- Rekabet üstünlüklerinin ortaya konulmasındaki güçlükler nedeni ile pazarlamanın düşük fiyatlara yapılması, düşük fiyatların bir çekim unsuru haline gelmesi.

### **2.6.3. Türk Turizminin Fırsatları**

Türk turizminin fırsatları aşağıdaki gibi belirtilebilir (DPT, 2007, s.16):

- › Türkiye'nin yüksek rekabet gücünde sahip olduğu doğa, tarih ve kültür turizmine ilginin artması,
- › Büyüyen dünya ekonomisi ve sağlıklı gelişen turizm endüstrisi,
- › Batı Akdeniz'de yaşanan kirlenme sonucu Doğu Akdeniz çanağının turistik olarak çekiciliğinin artması,
- › Avrasya bölgesinin artan önemi ve Türkiye'nin bu bölgedeki siyasal ve ekonomik öneminin artması,
- › Eğitim düzeyi yüksek turist sayısındaki artış,
- › Gelişen ulaşım olanakları ve uzun mesafeli seyahatlerin artması,

- › Turizm talebinin bilinen destinasyonlardan bilinmeyen destinasyonlara kayması,
- › Turizm pazarında uzmanlaşmış Türkiye spesiyalisti seyahat acentalarının ve havayolu şirketlerinin çoğalması,
- › Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojisi altyapısının hızla gelişmesi ve
- › Gelişme potansiyeli olan Orta Asya ve Latin Amerika pazarlarında Türkiye’ye yönelik ilginin artması.

#### **2.6.4. Türk Turizminin Tehditleri**

Türk turizminin tehditleri şöyle değerlendirilebilir (DPT, 2007, s.16):

- Δ Türkiye’nin jeopolitik konumu nedeniyle karşı karşıya kaldığı dış tehditler,
- Δ Ulusal ve uluslararası medyadaki olumsuz haberler ve yayınlar,
- Δ Avrupa Birliği’nin birlik içi turizm hareketlerini özendirici politikaları uygulaması,
- Δ Uluslararası seyahat organizatörlerinin Türk turizm sektörünün verimliliğini negatif yönde etkilemeleri ve
- Δ Kamu kurumları arasında gerekli koordinasyonun kurulamaması.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNDE DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI VE TURİZM GELİRLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, çalışma ile ilgili literatür taraması yapılmaktadır ve 2007–2012 yılları arasında Türkiye’de turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanında yapılan DYSY arasında herhangi bir uzun dönemli ilişki ile kısa dönemli nedensellik ilişkisi olup olmadığı araştırılmaktadır. Son olarak, araştırma neticesinde bulunan sonuçlar tartışılmaktadır.

#### 3.1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatür taramasında Türk turizm sektöründeki turizm gelirleri ile konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasındaki ilişkinin bire bir değerlendirildiği çalışmalara rastlanılmamıştır. Ancak, genel olarak turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ampirik olarak incelendiği çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların sonuçları istikrarlı ve büyüyen ekonomiler ile turizm gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu hipotezini desteklemektedir (Bahar ve Bozkurt, 2010, s. 255-265). Bu durum, turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasında bir ilişki bulunmasını olası kılmaktadır. Bu çalışma, turizm gelirleri ve turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasındaki bu beklenen nedensellik ilişkisinin yönünü bulmak ve literatürde bu alanda var olan eksikliği gidermek için tasarlanmıştır.

Aralarında Türkiye’ye ait çalışmaların da bulunduğu turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ampirik olarak incelendiği çalışmalardan bazıları şunlardır:

İspanya ekonomisinde uzun dönemli ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkinin 1975–1997 yılları arasındaki dönem için hata düzeltme modeli kullanılarak incelendiği bir çalışmada, uzun dönemde uluslararası turizm gelirlerinin, İspanya’nın

ekonomik büyüme performansına pozitif katkı sağladığı tespit edilmiştir (Balaguer ve Jorda, 2002, s. 877-884).

Diğer bir çalışmada turizmin uzun dönemde Yunanistan'ın ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla 1960 – 2000 dönemi verileri kullanılarak reel efektif döviz kuru, reel GSYİH ve uluslararası turizm gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisi çok değişkenli otoregresif (VAR) model ile araştırılmıştır. Hata düzeltme modeline dayalı Granger nedensellik analizi sonuçlarına göre uzun dönemde uluslararası turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında güçlü bir nedensellik ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir (Dritsakis, 2004, s. 305–316).

Mauritius örneklemini üzerinde yapılan ve turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi eşbütünleşme ve nedensellik analizleri ile test eden bir çalışmada Mauritius'taki turizm faaliyetlerinin ekonomik büyümeye katkı sağladığı ve ülkenin ekonomik kalkınmasına anlamlı ve pozitif bir etkide bulunduğu belirlenmiştir (Durberry, 2004, s. 389–401).

Başka bir çalışmada, 1963 – 2002 dönemi için Türkiye'deki ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi incelemek için Johansen eşbütünleşme testi, sınır eşbütünleşme testi ve Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Bu çalışmada elde edilen ampirik bulgulara göre; ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında sadece bir tane uzun dönemli ilişki tespit edilirken nedensellik testi sonuçları söz konusu dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru olmak üzere tek yönlü bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir (Kasman ve Kasman, 2004, s. 122-131).

Türkiye ile ilgili olarak 1992 – 2003 dönemini kapsayan verilerle ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkinin incelendiği ve yöntem olarak regresyon analizi ve Granger nedensellik testinin kullanıldığı bir çalışmada, turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır (Uysal ve diğerleri, 2004, s. 163–170).

Türkiye için turizme dayalı büyüme hipotezinin geçerliliğinin 1963–2002 dönemi için Bootstrap yöntemine dayalı nedensellik analizi kullanılarak sınındığı bir çalışmada elde edilen bulgulara göre, anılan dönemde Türkiye ekonomisinde turizme dayalı büyüme hipotezi desteklenmiştir (Gündüz ve Hatemi, 2005, s. 499-504).

Kore ekonomisi hakkında 1975 – 2001 dönemine ilişkin olarak gerçekleştirilen bir çalışmada; sadece kısa dönem için geçerli olan ve ekonomik büyümeden turizme doğru olan tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı ortaya konulmuştur (Oh, 2005, s. 39-44).

İspanya ve İtalya örnekleri ile 1990–2000 dönemi için yerel ve uluslararası turizmin bölgesel ekonomik büyümeye katkısının incelendiği bir çalışma, bölgesel ekonomik büyüme üzerinde hem uluslararası turizmin, hem de yurt içi turizmin anlamlı ve pozitif etkileri bulunduğunu ortaya koymaktadır (Cortés-Jiménez ve Pulina, 2006, s. 3–24).

Diğer bir çalışmada 1980–2005 dönemi için mal ihracatı ve turizmden elde edilen döviz gelirlerinin Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerine etkileri Johansen eş bütünleşme testi ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, turizmin uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde beklenen etkilere yol açtığını ortaya koymuştur (Değer, 2006, s. 67 - 86).

Tayvan ekonomisi için turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelendiği, veri seti olarak GSYİH ve gelen turist sayısı değişkenlerinin ve analiz yöntemi olarak Granger nedensellik testinin seçildiği bir çalışmada, söz konusu değişkenler arasında uzun dönemde karşılıklı nedensellik ilişkisinin bulunduğu tespit edilmiştir (Kim ve diğerleri, 2006, s. 925–933).

Türkiye'nin uzun dönem ekonomik gelişiminde turizmin rolünün 1992–2007 dönemini kapsayan şekilde analiz edildiği bir çalışmada turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli dolaylı bir ilişkinin mevcut olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca bu çalışmaya ek olarak gerçekleştirilen Hata Düzeltme ile Geliştirilmiş Granger Nedensellik Analizi ile turizmin büyümeyi teşvik ettiği hipotezini destekleyen bulgulara ulaşılmıştır (Aslan, 2008, s. 1-11).

Güney Kore ve Tayvan ekonomileri üzerinden turizm ve büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmanın sonuçlarına göre, Güney Kore'de turizm ve ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisi mevcut iken Tayvan'da turizm ekonomik büyüme sağlamaktadır (Chen ve Wei, 2009, s. 812–818).

Başka bir çalışmada turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki, Türkiye örneği üzerinden 1990 – 2008 dönemi verileri kullanılarak vektör hata düzeltme modeline (VECM) dayalı Granger nedensellik testi yardımıyla analiz edilmiştir. Çalışmada, ülkeye gelen turist sayısı, reel GSYİH ve reel döviz efektif döviz kuru değişkenleri



kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen bulgular, gelen turist sayısından reel GSYİH'ya doğru olmak üzere tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunduğunu göstermektedir. Ayrıca parametrelerin anlamlılığını ölçmek için Wald testinin de kullanıldığı bu çalışmada, tüm parametreler % 1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur (Zortuk, 2009, s. 231-239).

Güney Afrika'nın 1980 – 2005 dönemine ait uluslararası turizm geliri, reel GSYİH, ihracat ve reel efektif döviz kuruna ilişkin verilerinin ele alındığı bir çalışmada turizm ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, her iki değişken arasında hem uzun hem de kısa dönemde olmak üzere nedensellik ilişkisi bulunmuştur (Akinboade ve Braimoh, 2010, s. 149–163).

Tunus örneği üzerinden 1970 – 2007 dönemi için yıllık verilerle turizm gelirleri, reel efektif döviz kurları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin test edildiği bir çalışmada elde edilen bulgulara göre, uluslararası turizmin, GSYİH üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır (Belloumi, 2010, s. 550–560).

Ürdün örneği üzerinden 1970 – 2009 dönemini kapsayan yıllık verilere Granger nedensellik testinin uygulandığı bir çalışmada ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Bu çalışmada elde edilen sonuçlara göre; uzun dönemde turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır ve turizm kazançlarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik mevcuttur (Kreishan, 2011, s. 89–93).

Solow büyüme modeli çerçevesinde ada ekonomilerinde ekonomik büyüme ve kalkınmaya, turizmin katkısını ölçmek amacıyla 1990-2007 dönemini içeren verilere panel veri analizi uygulanarak yapılan bir çalışma, 19 ada ülkesindeki ekonomik büyümeye, turizm sektörünün önemli ölçüde katkısının olduğunu göstermektedir (Seetanah ve diğerleri, 2011, s. 89-108). Bu çalışmalara ilaveten literatür taramasında Tablo 8'de sunulan çalışmalara da rastlanılmıştır:

**Tablo 8.** Literatür Taramasında Bulunan Diğer Çalışmalar

Yazar	Ülke	Metot	Sonuç
Ghali (1976, s. 527-538)	Hawaii	Granger Nedensellik	Turizmin ekonomik büyümeye önemli bir katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Hazari ve Sgro (1995, s. 243-252)	OECD ülkeleri	Dinamik Panel	Gelişmekte olan ülkelerin büyümesinde turizmin olumlu etkisi vardır.
Modeste (1995, s. 375-385)	Karayip ülkeleri	Regresyon	Turizm sektörü büyüme oranı, milli gelirin büyüme oranı üzerinde etkiye sahiptir.
Kulendran ve Wilson (2000, s. 1001-1009)	Avustralya	VAR, Granger Nedensellik	Uluslararası turizm ve ticaret arasında güçlü bir ilişki vardır.
Shan ve Wilson (2001, s. 279-283)	Çin	VAR, Granger Nedensellik	Uluslararası turizm ve ticaret arasında güçlü bir ilişki vardır.
Webber (2001, s. 398-405)	Avustralya	Granger Nedensellik	Döviz kurundaki değişimler, turizm talebini etkilemektedir.
Narayan ve Prasad (2003, s. 199-208)	Fiji	Granger Nedensellik	Büyüme ile turizm gelirleri arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
Martin ve diğerleri (2004, s.1-20)	Latin Amerika ülkeleri	Dinamik Panel	Turist başına harcama artışı, reel büyüme üzerinde etkilidir.
Nowak ve diğerleri (2004, s.4-31)	Latin Amerika ülkeleri	Panel Veri	Turizmdeki artış, GSMH'da ve imalat sektöründeki çıktıda düşüşe sebep olmaktadır.
Yıldırım ve Öcal (2004, s. 131-141)	Türkiye	VAR	Turizm gelirlerinin büyüme üzerinde etkisi vardır.
Ongan ve Demiröz (2005, s. 880-894)	Türkiye	Granger Nedensellik	Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında hem uzun, hem de kısa dönemli olmak üzere iki yönlü nedensellik ilişkisi mevcuttur.
Bahar (2006, s. 137-150)	Türkiye	VAR, Granger Nedensellik	Turizm gelirlerinin büyüme üzerinde etkisi vardır.
Yavuz (2006, s. 162-171)	Türkiye	Granger Nedensellik	Büyüme ile turizm gelirleri arasında ilişki bulunmamaktadır.
Gökovalı ve Bahar (2006, s. 155-168)	Akdeniz Ülkeleri	Panel Veri	Sabit sermaye yatırımları ile turizm gelirlerinin büyüme üzerinde etkisi vardır.
Lee ve Chang (2008, s. 180-192)	23 OECD ülkesi ve 32 OECD dışı ülke	Panel Koentegrasyon	Ekonomik büyüme üzerinde kişi başına turizm harcamasının, turist sayısının ve reel kurun etkileri vardır.

Mervar ve Payne (2007, s. 407-420)	Hırvatistan	Otoregresif dağılımlı gecikme (ARDL)	Döviz kurunun turizm talebi üzerindeki etkisi zayıf bulunmuştur.
Khalil ve diğerleri (2007, s. 985-995)	Pakistan	Granger Nedensellik	Büyüme ile turizm gelirleri arasındaki ilişki güçlüdür.
Brida ve diğerleri (2008, s. 66-82)	Meksika	VAR, Granger Nedensellik	Reel GSYİH, reel döviz kuru ve turizm harcaması ile ilişkilidir.
Kızılgöl ve Erbaykal (2008, s. 351-360)	Türkiye	Granger Nedensellik	Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur.
Katırcıoğlu (2009, s. 2741-2750)	Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)	Birim kök testi, eşbütünleşme için sınır testi ve Granger nedensellik	Turizm, uluslararası ticaret ve ekonomik büyümenin uzun dönemde eşbütünleşik olduğu, turist sayısındaki ve uluslararası ticaretteki büyümenin reel gelirdeki büyümeyi teşvik ettiği ve uluslararası ticaretteki büyümenin de uluslararası turist sayısındaki artışı desteklediği ortaya konulmuştur.
Bahar ve Bozkurt (2010, s. 255-265)	21 ülke	Panel Veri, Genelleştirilmiş Momentler Metodu (GMM)	Gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyüme ve turizm arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
Ghartey (2010, s. 1-25)	Jamaika	Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik	Turist harcamalarındaki artışların hem uzun dönemde hem de kısa dönemde ekonomik büyümedeki genişlemenin nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kaynak: Kara ve diğerleri, 2012, s.81-83.

Literatür taramasının ışığında incelenen çalışmalar, turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkilere sahip olduğuna ve turizm sektöründen elde edilen gelirlerin sektörün büyüme yönünü ve potansiyelini gösteren en temel gösterge olduğuna işaret etmektedir. Bu hususlar ve direkt olarak turizm gelirleri ve yatırımları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma bulunmaması, çalışmayı Türkiye özelinde turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY arasında beklenen nedensellik ilişkisinin hangi yönde olacağını tespit edilmesine yönlendirmiştir. Araştırmaya başlamadan önce, araştırmanın sağlıklı sonuç verip vermediğinin kontrol edilmesi adına çalışmaya turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY ve turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olmayan bir kontrol değişkeninin eklenmesi gerekli görülmüştür.

Turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY ve turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olan bir kontrol değişkeni kurulan modeli yanlı hale getirecektir. Bu yüzden, yapılan literatür taramasında turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olan turist sayısı, reel GSYİH ve döviz kuru gibi değişkenler, kontrol değişkeni olarak çalışmaya dahil edilmemiştir. Bunların yerine, ülkedeki ekonomik durumun ana göstergelerinden olan, turizm gelirleri ile turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY miktarı üzerinde etkisi bulunan ve araştırmada sapmaya neden olmayacak şekilde iki değişken ile de yüksek korelasyona sahip olmayan aylık TÜFE değişkeni yapılan analizin sağlıklı bir sonuç verip vermediğini kontrol etmek amacıyla kontrol değişkeni olarak çalışmaya dahil edilmiştir.

### **3.2. TÜRK TURİZM SEKTÖRÜ GELİRLERİ İLE TURİZM SEKTÖRÜNDE KONAKLAMA VE YİYECEK HİZMETİ FAALİYETİ ALANINDAKİ DOĞRUDAN YABANCI SERMAYA YATIRIMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ VE SONUÇLARI**

Turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY verilerini temin etmek için, bu çalışmaya T.C. Merkez Bankasının internet adresinde (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html> , Erişim: 1 Ekim 2012) yer alan *Yurtdışında Yerleşik Kişilerin Türkiye'deki Doğrudan Yatırımlarının Sektörlere Göre Dağılımı (Aylık, Milyon ABD Doları)(NACE REV.2)* kapsamında sunulan verilerin derlenmesi ile başlanmıştır. Bu kapsamda incelenen veriler arasından turizm sektörü ile doğrudan ilişkili olduğu için *Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri* alanında Türkiye’de yapılan DYSY, bu çalışmada ele alınmıştır. (TP.YD26: *I.Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri*). Aşağıda T.C. Merkez Bankasının internet adresinden elde edilen 2007 Ocak ayı ile 2012 Mart ayları arasını kapsayan veri seti sunulmaktadır.

**Tablo 9.** Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri Kapsamında Yapılan Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı Miktarına (DYSY\_TUR) İlişkin Veri Seti (Aylık, Milyon ABD Doları)

Dönem	DYSY_TUR	Dönem	DYSY_TUR	Dönem	DYSY_TUR
2007M01	1	2008M10	1	2010M07	6
2007M02	1	2008M11	0	2010M08	36
2007M03	8	2008M12	2	2010M09	39
2007M04	1	2009M01	1	2010M10	6
2007M05	4	2009M02	1	2010M11	9
2007M06	2	2009M03	1	2010M12	6
2007M07	0	2009M04	1	2011M01	1
2007M08	1	2009M05	3	2011M02	1
2007M09	2	2009M06	1	2011M03	22
2007M10	0	2009M07	2	2011M04	1
2007M11	6	2009M08	2	2011M05	1
2007M12	7	2009M09	8	2011M06	3
2008M01	3	2009M10	1	2011M07	1
2008M02	0	2009M11	1	2011M08	1
2008M03	1	2009M12	32	2011M09	4
2008M04	1	2010M01	1	2011M10	2
2008M05	0	2010M02	1	2011M11	1
2008M06	0	2010M03	1	2011M12	9
2008M07	2	2010M04	1	2012M01	1
2008M08	15	2010M05	0	2012M02	1
2008M09	0	2010M06	7	2012M03	6

Kaynak: T.C. Merkez Bankası internet sayfası (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html> , Erişim: 1 Ekim 2012)

Daha sonra Türkiye'nin turizm gelirine dair veriler, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının internet adresinde (<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/> , Erişim: 1 Ekim 2012) 2007–2012 yılları için aylık olarak temin edilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye İstatistik Kurumu ve T.C. Merkez Bankası tarafından sağlanan turizm geliri verilerinde yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelir ve yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen gelirin toplamından oluşan değerler kullanılmıştır. Aşağıda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının internet adresinden alınan 2007 Ocak ayı ile 2012 Mart ayları arasını kapsayan veri seti sunulmaktadır:

**Tablo 10.** Turizm Geliri Miktarına (GEL) İlişkin Veri Seti (Aylık, Milyon ABD Doları)

<b>Dönem</b>	<b>GEL</b>	<b>Dönem</b>	<b>GEL</b>	<b>Dönem</b>	<b>GEL</b>
2007M01	727,4	2008M10	2261,6	2010M07	2741
2007M02	624,3	2008M11	1269,6	2010M08	3197,7
2007M03	810,8	2008M12	962,2	2010M09	2636,1
2007M04	921	2009M01	798,7	2010M10	2684,9
2007M05	1269,8	2009M02	722,3	2010M11	1516,8
2007M06	1536,6	2009M03	945,6	2010M12	1057,7
2007M07	2582,5	2009M04	1021,4	2011M01	933,5
2007M08	3404,4	2009M05	1444,1	2011M02	909,3
2007M09	2745,3	2009M06	1778	2011M03	1257,5
2007M10	1855,1	2009M07	2906,8	2011M04	1315,2
2007M11	1134,9	2009M08	3813,8	2011M05	1874,8
2007M12	874,9	2009M09	2805,8	2011M06	2182,2
2008M01	885,5	2009M10	2466,2	2011M07	3096
2008M02	801	2009M11	1441,7	2011M08	3198,2
2008M03	1089,8	2009M12	1104,9	2011M09	3044,7
2008M04	1053	2010M01	735,51	2011M10	2683,6
2008M05	1692	2010M02	721,35	2011M11	1505,3
2008M06	1948,2	2010M03	956,71	2011M12	1020
2008M07	3054,3	2010M04	1044,3	2012M01	899,5
2008M08	3995	2010M05	1600,6	2012M02	823,6
2008M09	2938,6	2010M06	1913,9	2012M03	1076,6

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının internet sayfası (<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/> , Erişim: 1 Ekim 2012)

Bir sonraki aşamada, aylık TÜFE verisini elde etmek amacıyla T.C. Merkez Bankasının internet sitesinde (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html> , Erişim: 1 Ekim 2012) yer alan veriler derlenmiştir. Aşağıda T.C. Merkez Bankasının internet sitesinden temin edilen 2007 Ocak ayı ile 2012 Mart ayları arasını kapsayan aylık enflasyon oranı veri seti sunulmaktadır.

**Tablo 11.** Aylık Enflasyon Oranına (ENF) İlişkin Veri Seti (Aylık, Yüzde Değişim)

Dönem	ENF	Dönem	ENF	Dönem	ENF
2007M01	1.000000	2008M10	2.600000	2010M07	-0.480000
2007M02	0.430000	2008M11	0.830000	2010M08	0.400000
2007M03	0.920000	2008M12	-0.410000	2010M09	1.230000
2007M04	1.210000	2009M01	0.290000	2010M10	1.830000
2007M05	0.500000	2009M02	-0.340000	2010M11	0.030000
2007M06	-0.240000	2009M03	1.100000	2010M12	-0.300000
2007M07	-0.730000	2009M04	0.020000	2011M01	0.410000
2007M08	0.020000	2009M05	0.640000	2011M02	0.730000
2007M09	1.030000	2009M06	0.110000	2011M03	0.420000
2007M10	1.810000	2009M07	0.250000	2011M04	0.870000
2007M11	1.950000	2009M08	-0.300000	2011M05	2.420000
2007M12	0.220000	2009M09	0.390000	2011M06	-1.430000
2008M01	0.800000	2009M10	2.410000	2011M07	-0.410000
2008M02	1.290000	2009M11	1.270000	2011M08	0.730000
2008M03	0.960000	2009M12	0.530000	2011M09	0.750000
2008M04	1.680000	2010M01	1.850000	2011M10	3.270000
2008M05	1.490000	2010M02	1.450000	2011M11	1.730000
2008M06	-0.360000	2010M03	0.580000	2011M12	0.580000
2008M07	0.580000	2010M04	0.600000	2012M01	0.560000
2008M08	-0.240000	2010M05	-0.360000	2012M02	0.560000
2008M09	0.450000	2010M06	-0.560000	2012M03	0.410000

Kaynak: T.C. Merkez Bankası internet sayfası (<http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>), Erişim: 1 Ekim 2012)

Bu üç veri setinin ortak kullanıma uygun zaman dilimi olan 2007 yılının Ocak ayı ile 2012 yılının Mart ayı arası çalışmanın zaman aralığını oluşturmuş olup bu süre zarfında yapılan 63 adet gözlem istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç ortaya koymak amacıyla analiz edilmiştir.

DYSY\_TUR ve GEL değişkenleri milyon ABD doları olarak veri setlerinden yer almakta olup ENF değişkeni yüzde değişim olarak veri setinde belirtilmektedir. Türkiye'nin turizm geliri özellikle yaz aylarında milyar ABD dolarlarına ulaşmaktadır. Bu durumun sonucu olarak da, üç veri seti incelendiği zaman GEL değişkeni ile DYSY\_TUR ve ENF değişkenleri arasında sayısal olarak uçurum olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, üç değişkeni birbirine yakınlaştırmak ve istatistiksel olarak daha anlamlı bir çalışma yürütmek adına turizm geliri değişkeninin doğal logaritması alınarak çalışmaya dahil edilmesinin daha anlamlı olacağı kanaatine varılmıştır. Buna göre doğal logaritması alınan turizm geliri değişkeni (bundan sonra kısa LN\_GEL olarak adlandırılacaktır) aşağıdaki veri setine sahip olmuştur:

**Tablo 12.** Turizm Geliri Miktarının Logaritmik Değeri (LN\_GEL)

Dönem	LN_GEL	Dönem	LN_GEL	Dönem	LN_GEL
2007M01	6,589477	2008M10	7,723828	2010M07	7,916091
2007M02	6,436631	2008M11	7,146457	2010M08	8,070189
2007M03	6,698021	2008M12	6,869222	2010M09	7,877074
2007M04	6,82546	2009M01	6,682985	2010M10	7,895399
2007M05	7,146615	2009M02	6,582441	2010M11	7,324358
2007M06	7,337327	2009M03	6,85182	2010M12	6,963852
2007M07	7,856513	2009M04	6,92893	2011M01	6,838941
2007M08	8,132824	2009M05	7,275242	2011M02	6,812675
2007M09	7,917646	2009M06	7,483244	2011M03	7,136881
2007M10	7,525672	2009M07	7,974808	2011M04	7,181744
2007M11	7,0343	2009M08	8,246381	2011M05	7,536257
2007M12	6,77411	2009M09	7,939444	2011M06	7,688089
2008M01	6,786152	2009M10	7,810434	2011M07	8,037866
2008M02	6,685861	2009M11	7,273578	2011M08	8,070343
2008M03	6,993749	2009M12	7,00751	2011M09	8,021158
2008M04	6,959436	2010M01	6,600564	2011M10	7,894914
2008M05	7,433667	2010M02	6,581124	2011M11	7,316747
2008M06	7,574661	2010M03	6,8635	2011M12	6,927558
2008M07	8,024306	2010M04	6,951102	2012M01	6,801839
2008M08	8,292799	2010M05	7,378134	2012M02	6,713685
2008M09	7,985689	2010M06	7,556898	2012M03	6,981563

Doğal logaritması alınan turizm geliri değişkeni (LN\_GEL) ile DYSY\_TUR ve ENF değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistiksel değerler, Tablo 13'te sunulmuştur:

**Tablo 13.** Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

<i>İstatistikler</i>	<i>Değişkenler</i>		
	LN_GEL	DYSY_TUR	ENF
Ortalama	7,313425	4,444444	0,667143
Medyan	7,273578	1,000000	0,580000
Maksimum	8,292799	39,00000	3,270000
Minimum	6,436631	0,000000	-1,430000
Standart Sapma	0,524070	8,019689	0,884983
Eğrilik	0,224053	3,108287	0,493824
Kurtosis	1,708064	12,32137	3,403217
Jarque-Bera	4,908483	329,5262	2,987331
Olasılık	0,085928	0,000000	0,224548
Gözlem	63	63	63

Bu çalışmanın devamında ilk olarak, Augmented Dickey–Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri kullanılarak değişkenlerin durağanlığı test edilecektir. Değişkenlerin durağan olduklarının tespit edilmesi halinde Johansen eşbütünleşme



testinde kullanılmak üzere verilerin uygun gecikme uzunluğunu tespit edilecektir. Bunu müteakip , değişkenler arasında eş-bütünleşmenin varlığını araştırmak için Johansen eşbütünleşme testi uygulanacaktır. Değişkenler arasında eş-bütünleşme bulunduğu tespit edilirse son olarak, Granger nedensellik testi kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkinin yönü tespit edilmeye çalışılacaktır.

Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerinin uygulanabilmesi için değişkenlerin durağan olmaları gerekmektedir. Bu bakımdan değişkenlerin analiz yapmaya uygunluğunun belirlenmesi amacıyla öncelikli olarak Augmented Dickey–Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testlerini uygulayarak serilerin birim kökü olup olmadığı, diğer bir ifadeyle, aynı seviyede durağan olup olmadıkları incelenmiştir. Bu testlere ilişkin istatistikî veriler, Tablo 14’te sunulmuştur:

**Tablo 14.** ADF ve PP Birim Kök Testlerinin Sonuçları (Seviye)

	ADF		PP	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
<b>LN_GEL</b>	-2,189	-2,566	-3,367**	-3,296*
	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler
	%1 -3,560	%1 -4,140	%1 -3,540	%1 -4,113
	%5 -2,917	%5 -3,496	%5 -2,909	%5 -3,483
	%10 -2,596	%10 -3,177	%10 -2,592	%10 -3,170
	Olasılık	Olasılık	Olasılık	Olasılık
	0,2125	0,2966	0,0160	0,0763
<b>DYSY_TUR</b>	-5.837***	-5.928***	-5.813***	-5.941***
	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler
	%1 -3,540	%1 -4,113	%1 -3,540	%1 -4,113
	%5 -2,909	%5 -3,483	%5 -2,909	%5 -3,483
	%10 -2,592	%10 -3,170	%10 -2,592	%10 -3,170
	Olasılık	Olasılık	Olasılık	Olasılık
	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
<b>ENF</b>	-6.088***	-6.038***	-5.890***	-5.823***
	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler	Kritik değerler
	%1 -3,540	%1 -4,113	%1 -3,540	%1 -4,113
	%5 -2,909	%5 -3,483	%5 -2,909	%5 -3,483
	%10 -2,592	%10 -3,170	%10 -2,592	%10 -3,170
	Olasılık	Olasılık	Olasılık	Olasılık
	0,000	0,0000	0,0000	0,0000

\*\*\* %1 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\*\* %5 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\* %10 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

Bu testlerin sonuçlarına göre üç değişken de %10'luk istatistiksel anlamlılık düzeyinde seviyede durağandır. LN-GEL değişkeni ADF testinde seviyede durağan çıkmamakla birlikte, PP testinde seviyede durağan olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. PP testinin ADF testine üstünlüğü nedeniyle PP test sonuçları dikkate alınarak LN-GEL değişkeni değişkeninin de seviyede durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuç, üç değişkenin de %10 istatistiksel anlamlılık düzeyinde analiz yapmak için uygun olduğunu ve değişkenler arasındaki ilişkiye ilişkin araştırmaya devam edilebileceğini göstermiştir.

Ayrıca bu sonuca göre, bu değişkenlerin eşbütünleşik olabilecekleri ve aralarında uzun dönemli denge ilişkisi olabileceği belirtilebilir.

İkinci olarak, üç değişken arasında kaç adet uzun dönemli ilişkinin, diğer bir ifadeyle kaç adet eş-bütünleşmenin bulunduğu tespit edilmesi için Johansen eşbütünleşme testinin uygulanması aşamasına geçilmiştir. Johansen eşbütünleşme testinde kullanılmak üzere bu aşamada uygun gecikme uzunluğunun tespit edilmesi amacıyla gecikme uzunluğu kriterlerine göre testler yapılmış olup, maksimum gecikme uzunluğu, değişkenlere ait verilerin aylık olması nedeniyle 12 olarak alınmış ve modele dahil edilmiştir. Test sonuçları, Tablo 15’te sunulmuştur.

**Tablo 15.** Gecikme Uzunluğunun Tespiti

VAR Gecikme Uzunluğu Seçim Kriteri						
İçsel değişkenler: ENF DYSY_TUR LN_GEL						
Dışsal değişkenler: C						
Örnekleme: 2007M01 2012M03						
Gözlem: 51						
Gecikme	LogL	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	-286.3356	NA	16.99428	11.34649	11.46013	11.38992
1	-244.1165	77.81551	4.623363	10.04379	10.49833	10.21748
2	-227.7340	28.26791	3.475969	9.754274	10.54973	10.05824
3	-207.4415	32.62717	2.255189	9.311430	<b>10.44780*</b>	9.745670
4	-196.1513	16.82451	2.101117	9.221621	10.69890	9.786133
5	-189.3106	9.389321	2.359255	9.306296	11.12449	10.00108
6	-171.3939	22.48362	1.743644	8.956624	11.11572	9.781680
7	-159.4569	13.57548	1.663743	8.841446	11.34146	9.796773
8	-147.0472	12.65295	1.601335	8.707735	11.54865	9.793334
9	-133.2979	12.40137	1.515276	8.521486	11.70332	9.737357
10	-110.0933	18.19969	1.037396	7.964443	11.48718	9.310586
11	-92.70948	11.58920	0.951561	7.635666	11.49932	9.112081
12	-48.36580	<b>24.34555*</b>	<b>0.332175*</b>	<b>6.249639*</b>	10.45420	<b>7.856326*</b>
* kriter tarafından seçilen gecikme uzunluğunu belirtir						
LR: Sıralı modifiye LR test istatistiği (her test 5% seviyesinde)						
FPE: Son tahmin hatası						
AIC: Akaike bilgi kriteri						
SIC: Schwarz bilgi kriteri						
HQ: Hannan-Quinn bilgi kriteri						

Tablo 15 incelendiğinde, başlıca gecikme uzunluğu kriterleri doğrultusunda (AIC ve HQ) uygun gecikme uzunluğunun 12 olduğu görülmüştür. SIC kriterine göre gecikme uzunluğu 3 olarak belirtilmekle beraber, teoride en küçük değeri veren (FPE kriteri tarafından 0,332175) kriterin belirlediği gecikme uzunluğunun alınması gerekmektedir. Bu sonuç, Johansen eşbütünleşme testi yapılırken geriye dönük olmak üzere maksimum 12 dönemlik verinin ele alınacağını göstermekte olup değişkenlere ait verilerin aylık olması nedeniyle uygun bir gecikme uzunluğudur.

Gecikme uzunluğu belirlendikten sonra Johansen eşbütünleşme testine geçilmiş ve ilgili değişkenler arasındaki testin sonuçları Tablo 16 ve Tablo 17’de sunulmuştur:

**Tablo 16.** Eş-bütünleşme Testi Sonuçları (İz testi)

Modeller	H <sub>0</sub>	H <sub>n</sub>	Özdeğer	İz testi	%1 Kritik Değer	%5 Kritik Değer	%10 Kritik Değer	Olasılık
<b>DYSY_TUR</b> <b>- LN_GEL –</b> <b>ENF</b>	r=0	r=1	0,616	66,907***	35,458	29,797	27,066	0,0000
	r≤1	r=2	0,223	18,982**	19,937	15,494	13,428	0,0143
	r≤2	r=3	0,119	6,363**	6,634	3,841	2,705	0,0116

\*\*\* %1 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\*\* %5 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\* %10 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

**Tablo 17.** Eş-bütünleşme Testi Sonuçları (Maks-Özdeğer İstatistikleri)

Modeller	H <sub>0</sub>	H <sub>n</sub>	Özdeğer	Maks-Özdeğer İstatistikleri	%1 Kritik Değer	%5 Kritik Değer	10% Kritik Değer	Olasılık
<b>DYSY_TUR</b> <b>- LN_GEL –</b> <b>ENF</b>	r=0	r=1	0,616	47,924***	25,861	21,131	18,892	0,0000
	r≤1	r=2	0,223	12,619*	18,520	14,264	12,296	0,0895
	r≤2	r=3	0,119	6,363**	6,634	3,841	2,705	0,0116

\*\*\* %1 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\*\* %5 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\* %10 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

Test sonuçları % 10 anlamlılık düzeyinde 3 adet eşbütünleşme denkleminin varlığına işaret etmekte olup bu sonuçlara göre, hem İz, hem de Maks-Özdeğer istatistikleri doğrultusunda, değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu, diğer bir deyişle, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı ortaya konulmuştur.

Bu aşamadan sonra değişkenler arasındaki kısa dönemli nedensellik ilişkisini incelemek amacıyla Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Granger nedensellik testi sadece değişkenler arasındaki nedenselliği incelemekte olup herhangi bir değişkenden meydana gelişimin diğer değişkeni ne oranda değiştireceğini ortaya koymamaktadır. Bu teste ilişkin sonuç, Tablo 18’de sunulmaktadır:

**Tablo 18.** VEC Granger Nedenselliği Test Sonuçları

Model	Bağımlı	Bağımsız	Ki-Kare	Olasılık	Yön
1	ENF	DYSY_TUR	23,01308**	0,0276	<b>DYSY_TUR → ENF</b>
	ENF	LN_GEL	20,30307*	0,0616	<b>LN_GEL → ENF</b>
2	DYSY_TUR	ENF	24,88692**	0,0154	<b>ENF → DYSY_TUR</b>
	DYSY_TUR	LN_GEL	17,25366	0,1403	<b>LN_GEL → DYSY_TUR</b>
3	LN_GEL	ENF	22,43473**	0,0329	<b>ENF → LN_GEL</b>
	LN_GEL	DYSY_TUR	29,90942***	0,0029	<b>DYSY_TUR → LN_GEL</b>

\*\*\* %1 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\*\* %5 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

\* %10 istatistiksel anlamlılık seviyesini göstermektedir

Granger nedensellik testi sonuçları göre, Model 1’de Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarından enflasyon oranına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Buna göre Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarındaki değişmelerin izlenmesiyle enflasyon oranındaki değişme hakkında önemli bulgular elde edilebilecektir. Ayrıca yine Model 1’e göre turizm gelirlerinden enflasyon oranına doğru da bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Buna göre, Türkiye’nin turizm gelirlerindeki değişimin izlenmesiyle enflasyon oranındaki değişme hakkında önemli değerlendirmeler yapılabilecektir.

Model 2’de enflasyon oranından konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Buna rağmen, turizm gelirlerinden konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarına doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmamıştır. Bu sonuçlara göre, enflasyon oranındaki

değişmenin izlenmesiyle Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarındaki değişme hakkında önemli sonuçlar elde edilebilecek olmasına rağmen turizm gelirlerindeki değişimin izlenmesiyle konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarındaki değişme hakkında bir tespit bulunulamayacağı belirlenmiştir.

Model 3'te ise, Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarından turizm gelirlerine doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Buna göre Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarındaki değişimlerin izlenmesiyle turizm gelirlerindeki değişme hakkında önemli yorumlar yapılabilecektir. Ayrıca yine Model 3'te enflasyon oranından turizm gelirlerine doğru bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Buna göre, enflasyon oranındaki değişmelerin izlenmesiyle Türkiye'nin turizm gelirlerindeki değişme hakkında önemli bulgular elde edilebilecektir.

Tüm modellere birlikte değerlendirilecek olursa, %10 istatistiksel anlamlılık seviyesinde enflasyon oranından Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarına ve turizm gelirlerine doğru çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu durum, enflasyonun konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarı ve turizm gelirleri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde anlatılan teorik bilgilerin bu sonucu doğruluyor olması kontrol değişkeninin analize dahil edilmesi ile çalışmanın daha tutarlı bir hal aldığı ve bulunan sonuçların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Model 2 ve model 3 beraber değerlendirilecek olursa, turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarı ve turizm geliri arasında sadece anılan hizmet faaliyeti alanındaki DYSY miktarından turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunduğu görülür. Bu sonuç, Türkiye'de turizm gelirlerinde meydana gelen değişimlerin sektörde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarı tarafından açıklanabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarındaki değişimlerin incelenmesi yoluyla, Türkiye'nin turizm gelirlerinde ne yönde değişim olabileceğinin belirlenebilmesi mümkündür.

## SONUÇ

Dünyada ülkelerin refah düzeylerinin yükselmesi ile birlikte seyahate ayrılan gelir ve ulaşım olanakları artmıştır ve bu durum, hızla büyüyen turizm pazarından en büyük payı almak isteyen ülkeler arasında büyük bir rekabete yol açmıştır. Bu ortamda Türkiye'nin turizmini gelişen dünya turizmi seviyesine yükseltmesi ve dünya turizm sektörü gelirlerinden aldığı payı arttırması için uluslararası turizm pazarındaki rekabet gücünü arttırmaya yönelik stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir.

Turizm sektörü, Türkiye'de yaşayan kişilerin refahının yükseltilmesinde ve Türkiye'nin kalkınmasında artan bir öneme sahiptir. Turizmde büyümenin, istihdamın, rekabet gücünün ve turizm gelirlerinin arttırılması, belirli şartların gerçekleştirilebilmesine bağlıdır. Bu şartlar içinde, turizm hedeflerine ulaşmak için yatırım, teşvik, altyapı, çevre, yasal düzenlemeler, tanıtım, pazarlama, eğitim, kalite ve Avrupa Birliği ile ilişkilerin iyileştirilmesi alanlarında yapılacak çalışmalar sayılabilir.

Yabancı sermayeli turizm işletmeleri, birçok gelişmekte olan ülkede olduğu gibi, Türkiye'de de yaygın bir şekilde faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu işletmelerin sağladıkları avantajlara örnek olarak DYSY ile kurulmuş olan işletmelerin Türkiye'ye getirdikleri yeni bilgi ve yönetim teknolojileri, DYSY ile Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin yatırım riskini azaltarak ek işletme sermayesi sağlamaları ve DYSY içeren otel ve tatil köylerinin sunduğu pazarlama avantajları verilebilir. Dünyada birçok ülkede olduğu gibi, Türkiye'de de başta konaklama sektörü olmak üzere, turizm sektörünün geliştirilmesine DYSY yapan işletmeler öncülük etmişlerdir. Turizm, bir hizmet sektörüdür ve ziyaretçilerini ağırlayan ülkeler, gelen kişilere onları tatmin edecek bir hizmet sunmak zorundadırlar. DYSY ile faaliyet gösteren çok uluslu işletmeler, turizm sektörü bağlamında bir kalite güvencesi oluşturmaktadırlar ve ziyaretçilerin yer değiştirmesinde ve turistik faaliyetlerde bulunmasında etkin bir faktör olmaktadır. Ayrıca bu işletmeler, esnek turizm talebinin dış faktörlerden daha az etkilenmesini ve döviz girdilerinde oluşabilecek aşırı dalgalanmaların engellenmesini sağlamaktadırlar.

Bu çalışmada, turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY'nin özelliklerini Türkiye özelinde irdelemek ve bu yatırımların sektörün büyümesine ve gelişmesine turizm gelirleri bazında olan katkılarını incelemek amaçlanmıştır. Ayrıca bu çalışmanın diğer hedefleri ise Türk turizm sektörünün elde

ettiği gelirler ile bu sektörde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY ile arasındaki ilişkinin nedensellik yönünü tespit etmek ve sektörel bazda yeni planlama yöntemlerinin geliştirilmesine yardımcı olmaktır.

Bu çalışmada 2007–2012 yılları arasında Türkiye'nin turizm gelirleri ile Türk turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen DYSY arasında herhangi bir uzun dönemli ilişki ile kısa dönemli nedensellik ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmaya başlamadan önce araştırmanın sağlıklı sonuç verip vermediğinin kontrol edilmesi adına çalışmaya turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY ve turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olmayan bir kontrol değişkeninin eklenmesi gerekli görülmüştür. Turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY ve turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olan bir kontrol değişkeni kurulan modeli yanlı hale getireceği için yapılan literatür taramasında turizm gelirleri ile yüksek korelasyona sahip olan turist sayısı, reel GSYİH ve döviz kuru, kontrol değişkeni olarak çalışmaya dahil edilmemiştir. Bunların yerine, ülkedeki ekonomik durumun ana göstergelerinden olan ve araştırmayı yanlı kılmayacak şekilde iki değişken ile de yüksek korelasyona sahip olmayan aylık TÜFE değişkeni yapılan analizin sağlıklı bir sonuç verip vermediğini kontrol etmek amacıyla kontrol değişkeni olarak çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın temel kısıtları istatistiksel bazda turizm sektöründeki DYSY miktarı olarak, sadece konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerine yapılan DYSY'nin tutulması ve sadece bu alandaki DYSY miktarının halka açıklanmasıdır.

Bu çalışmada gerçekleştirilen analizin sonucunda turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY miktarı ve turizm gelirleri arasında sadece anılan hizmet faaliyetleri kapsamındaki DYSY miktarından turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Bu sonuç, Türkiye'de turizm gelirlerinde meydana gelen değişimlerin turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY miktarı tarafından açıklanabildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY miktarındaki değişimlerin incelenmesi yoluyla, Türkiye'nin turizm gelirlerinde ne yönde değişim olabileceğinin belirlenebilmesi mümkündür.



Çalışmanın sonuçları, Türkiye’de turizm alanındaki konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri kapsamında yapılan DYSY’i arttırmanın turizm gelirlerini arttıracığı şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç, literatür taramasında gözlemlenen, istikrarlı ve büyüyen ekonomiler ile turizm gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğu hipotezi tarafından da desteklenmektedir (Bahar ve Bozkurt, 2010, s. 255-265). İstikrarlı ve büyüyen ekonomilerin genel anlamda ve turizm özelinde konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti kapsamında daha çok DYSY çekecek olması ve ekonomik istikrar geliştikçe hem anılan hizmet faaliyeti kapsamındaki DYSY miktarının, hem de turizm gelirlerinin artacak olması açılarından değerlendirilecek olursa bu çalışma, literatürdeki çalışmalar tarafından desteklenmektedir (Ongan ve Demiröz, 2005, s. 880-894).

Çalışmanın sonuçlarına göre Türkiye’nin turizm sektöründe konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarını arttırmak için yapacağı faaliyetlerin, tanıtımların ve sağlayacağı bürokratik kolaylıkların bu hizmet alandaki DYSY’i arttırarak dolaylı bir şekilde turizm gelirlerini arttırması beklenmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada da değinildiği üzere, piyasa büyüklüğü ve büyüme hızı, ekonomik ve politik istikrar, döviz kuru, dış ticarete açıklık, altyapı imkanları, emek maliyeti ve vergi oranları gibi konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY’i etkileyen faktörler üzerinde ilgili kurumlarının bu hizmet alanındaki DYSY miktarını arttırmaya yönelik çeşitli çalışmalar yapması gerekmektedir. Bu faktörler üzerinde yapılacak düzenlemeler ile Türkiye’ye turizm sektöründe faaliyet yapmak üzere gelen konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY’nin artması sağlanacak ve bu durum turizm gelirlerinin artmasına vesile olacaktır.

Teşvikler, bölgesel entegrasyonlar, devlet harcamaları, yurtiçi özel bölgeler, kümelenme, sendikalar, banka kredileri, patent stoku, işsizlik, yurtiçi tasarruf oranı gibi değişkenler de konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarını olumlu etkiledikleri için Türkiye’de bu alanlarda yapılacak düzenlemeler ile konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY miktarı arttırılabilecektir ve bu sayede Türkiye’nin dünya turizm gelirlerinden aldığı pay da artacaktır.

Bu çalışma, elde edilen bulgulara istinaden turizm gelirleri ve konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti alanındaki DYSY üzerinde etkileri olan ve yukarıda anılan piyasa

büyüküğü, büyüme hızı, ekonomik ve politik istikrar, döviz kuru, dış ticarete açıklık, emek maliyeti ve vergi oranları gibi daha spesifik alanlarda hazırlanacak yeni çalışmalar ile, daha önce çalışılmamış konuların ele alınmasına öncelik edecektir ve bu alandaki eksikliklerin giderilmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca şu an itibariyle turizm sektöründeki DYSY miktarına ilişkin veri seti olarak sadece konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerine dönük DYSY miktarı tutulmaktadır. İlerleyen dönemlerde bu veri setine ilaveten turizm sektöründeki ulaşım, eğlence, hediyelik eşya yapımı ve satımı gibi diğer hizmet faaliyetleri alanındaki DYSY'e ilişkin verilerin tutulması ile yeni çalışmalar yapılabilecek ve bu çalışmanın bulguları desteklenebilecektir.

## KAYNAKÇA

- Akçaoğlu, E. (2002). Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Hakkında Bir Not. *Türk Eximbank Bülteni*, 23, 16-17.
- Akinboade, O. ve Braimoh, L.A. (2010). International Tourism and Economic Development In South Africa: A Granger Causality Test [Güney Afrika'da Uluslararası Turizm ve Ekonomik Kalkınma: Bir Granger nedensellik testi]. *International Journal of Tourism Research*, 12, 149-163.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'de Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 163- 174.
- Alkin, E. (2001). Büyüme-İstikrar-Yabancı Sermaye İlişkisi. A. Tarhan (Haz.). *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye* (s.13-15) Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Yayını.
- Alkin, E. (1978). Uluslararası Ekonomik İlişkiler. İstanbul: Elektronik Ofset.
- Altıntaş, A. (1988). *Turizmde Yabancı Sermaye Yatırımları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1988.
- Aslan, A. (2008). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz. *Munich Personal RePEc Archive*, 10611, 1-11.
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13(2), 137-150.
- Bahar O. ve Bozkurt K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265.
- Bakırtaş, İ., Öztürkler, H., Ay, C., Yüksel, B., Marangoz, M., Baltacıoğlu, T., Özmen, A., Karayel Bilbil, E., Aksu, S., Erdal, M., Şahin, A., Tanyeri, M., Yağcı, M. İ., Aydın, K., Nardalı, S., İnal, M. E., Korkmaz, S., Demirbağ Kaplan, M., Savaş Gün, F., Telli Yamamoto, G., Bayraktaroğlu, G., Arpacı, T., Gürgen, E. (2009). *Stratejik Küresel Pazarlama*. Timur N., Özmen, A. (Ed.). Ankara: Eflatun Yayınevi.

- Balaguer, J. ve Jorda, C. M. (2002). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case [Uzun dönem Ekonomik Büyüme Faktörü: İspanya analizi]. *Applied Economics*, 34 (7), 877-884.
- Belgeler.com yayınları, Erişim: 1 Mart 2012 , <http://www.belgeler.com>.
- Belloumi, M. (2010). The Relationship between Tourism Receipts, Real Effective Exchange Rate and Economic Growth in Tunisia [Tunus'taki Turizm Gelirleri, Reel Efektif Döviz Kuru ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki]. *International Journal of Tourism Research*, 12, 550-560.
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü. (2012), Erişim: 29 Şubat 2012, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>
- Bradley, F. (2002). *Uluslararası Pazarlama Stratejisi* (Er, İ. Çev.). İstanbul: *Bilim Teknik Yayınevi*.
- Brida, J.G., Carrera, E. ve Risso, W.A. (2008). A Long-Run Equilibrium Demand Function: The Mexican Tourism [Uzun Dönem Denge Talebi Fonksiyonu: Meksika Turizmi]. *TOURISMOS: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 3 (1), 66-82.
- Buckley, P. J. ve Casson, M. C. (1992). *Multinational Enterprises in the World Economy*, İngiltere: *Edward Elgar Publishing*.
- Bull, A. (1995). *The Economics of Travel and Tourism*, Avustralya: *Addison Wesley Longman Australia Pty Ltd*.
- Chakrabarti A. (2001). The Determinants of Foreign Direct Investment: Sensitivity Analyses of Cross-Country Regressions [Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Belirleyicileri: Ülke Geneli Regresyonların Hassasiyet Analizleri]. *KYKLOS*, 54, 89-112.
- Chen, C. ve Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea [Turizm Genişlemesi, Turizm Belirsizliği ve Ekonomik Büyüme: Tayvan ve Kore'den Yeni Kanıtlar]. *Tourism Management*, 30, 812–818.

- Cortés-Jiménez I. ve Pulina M. (2006). A Further Step into the ELGH and TLGH for Spain and Italy [İspanya ve İtalya için ELGH ve TLGH'ye Doğru İlave bir Adım]. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper*, 118.2006, 3-24.
- Çeken, H. (1998). *Türkiye'de Yabancı Sermaye ve Turizm Sektörü Açısından Bir Değerlendirme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme Sürecinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türk Turizm Yatırımlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Çetinkaya, M. (2003). Türkiye Ekonomisinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Dağılımının Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 240-260
- Çoruh, S. (1969). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara: Güven Matbaası.
- Değer, M. K. (2006). Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (2), 67 - 86.
- Demircan, H. (2003). *Dünyada ve Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları ve Stratejileri*. Ankara: Hazine Müsteşarlığı.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Özel İhtisas Komisyonu Raporu* (Rapor No: OİK:532). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı, s.1.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Turizm İhtisas Komisyonu Raporu* (Rapor No: OİK:679). Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: an Empirical Investigation for Greece using Causality Analysis [Uzun dönem Ekonomik Büyüme Faktörü olarak Turizm: Nedensellik Analizi kullanılarak Yunanistan için Ampirik bir İnceleme]. *Tourism Economics*, 10, 305-316.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and Economic Growth: The Case Mauritius [Turizm ve Ekonomik Büyüme: Mauritius Örneği]. *Tourism Economics*, 10 (4), 389-401.

- Ekonomi Bakanlığı. (2012). *Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni*, Ankara: Ekonomi Bakanlığı.
- European Environment Agency (Avrupa Çevre Ajansı). (2012). Erişim: 29 Şubat 2012, <http://www.eea.europa.eu>.
- European Network of Economic Policy Research Institutes (Ekonomik Politika Araştırma Enstitüsü Avrupa Ağı). (2012). Erişim: 29 Şubat 2012, <http://www.enepri.org/>.
- Ghali, M.A. (1976). Tourism and Economic Growth: An Empirical Study [Turizm ve Ekonomik Büyüme: Ampirik Bir Çalışma]. *Economic Development and Cultural Change*, 24 (3), 527-538.
- Ghartey, E. (2010). Tourism, Economic Growth and Monetary Policy in Jamaica [Jamaika'da Turizm, Büyüme ve Para Politikası]. *11th Annual Sir Arthur Lewis Institute of Social & Economic Studies (SALISES) 2010 Conference*, 1-25.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O. (2006). Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach [Akdeniz Ülkelerinde Turizmin Ekonomik Büyüme Katkısı: Panel Veri Yaklaşımı]. *Anatolia: An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 17 (2), 155–168.
- Gündüz, L. ve Hatemi, A. (2005). Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey? [Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi Türkiye için Geçerli Midir?]. *Applied Economics*, 12 (8), 499-504.
- Güngör, B. (2002). Gelişmekte olan Ülkelerde Uygulanan Yabancı Direkt Sermaye Politikaları, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, Kasım, s.62–78.
- Hanson, G. H. (2001). Should Countries Promote Foreign Direct Investment? [Ülkeler Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Etmeli Midirler?]. *G-24 Discussion Paper Series*, No. 9, 10.
- Hazari, B.R. ve Sgro, P.M. (1995). Tourism and Growth in a Dynamic Model of Trade [Turizm ve Dinamik Ticaret Modelinde Büyüme]. *The Journal of International Trade and Economic Development*, 4 (2), 243-252.

- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (World Travel and Tourism Council-WTTC). (2012). Erişim: 29 Şubat 2012, <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/>.
- Kahraman, N. (1997). *Turizm Yatırım Projeleri Analizi*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kara O., Çömlekçi İ., Kaya V. (2012), Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011), *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1), 75-100.
- Karlık, R. (2001). Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyümeye Katkısı. A. Tarhan (Haz.). *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye* (s.97-115) Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Yayını.
- Kasman, S. ve Kasman, A. (2004). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünlük ve Nedensellik İlişkisi. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 19 (7), 122-131.
- Katircioğlu S. (2009). Tourism, Trade and Growth: The Case of North Cyprus [Turizm, Ticaret ve Büyüme. Kuzey Kıbrıs Örneği]. *Applied Economics, Taylor and Francis Journals*, 41(21), 2741-2750.
- Khalil S., Mehmood K. K., ve Waliullah. (2007). Role of Tourism in Economic Growth: Empirical Evidence from Pakistan Economy [Ekonomik Büyümede Turizmin Rolü: Pakistan Ekonomisinden Ampirik Kanıt]. *The Pakistan Development Review*, 46 (4), 985–995.
- Kızılgöl Ö. ve Erbaykal E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 351-360.
- Kim, H. J., Chen, M.H. ve Jang, S.S. (2006). Tourism Expansion and Economic Development: The Case of Taiwan [Turizm Genişlemesi ve Ekonomik Kalkınma: Tayvan Örneği]. *Tourism Management*, 27, 925–933.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak M. (2000). *Genel Turizm İlkeleri-Kavramları*. Ankara: Turhan Kitabevi.

- Kreishan, F. (2011). Time-series evidence for tourism-led growth hypothesis: A case study of Jordan (Turizme Dayalı Büyüme Hipotezi için zaman serileri kanıtı: Ürdün vaka analizi). *International Management Review* , 7 (1), 89-93.
- Kulendran, N. ve Wilson, K. (2000). Is There a Relationship Between International Trade and International Travel? [Uluslararası Ticaret ve Uluslararası Seyahat Arasında Bir İlişki Var Mıdır?]. *Applied Economics*, 32, 1001-1009.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). Erişim: 1 Ekim 2012, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi (2023)*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı (2007 – 2013)*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lee, C.C. ve Chang, C.P. (2008). Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels [Turizm Kalkınması ve Ekonomik Büyüme: Panellere Yakın bir Bakış]. *Tourism Management*, 29, 180–192.
- Martin, J.L., Morales, N.M. ve Scarpa, R. (2004). Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach [Latin Amerika Ülkelerinde Turizm ve Ekonomik Büyüme: Panel Veri Yaklaşımı]. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper, No. 26.2004*,1-20.
- Mervar, A. ve Payne, J. (2007). Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates [Hırvatistan Destinasyonları için Yabancı Turizm Talebinin Analizi: Uzun Dönem Esneklik Tahminleri]. *Tourism Economics*, 13, 407-420.
- Meyer, K. ve Estrin, S. (1998). Entry Mode Choice in Emerging Markets Greenfield, Acquisition, and Brownfield [Gelişmekte Olan Ülkelerde Giriş Modu Tercihi Yeşil Alan Yatırımları, Satın almalar ve Kahverengi Alan Yatırımları]. *Center for East European Studies, Copenhagen Business School, Working Paper No. 18*, s.3–4.
- Modeste, N.C. (1995). The Impact of Growth in the Tourism Sector on Economic Development: the Experience of Selected Caribbean Countries [Turizm



- Sektöründeki Büyümenin Ekonomik Kalkınma Üzerinde Etkisi: Seçilmiş Karayip Ülkelerin Deneyimi]. *Economia Internazionale*, 48, 375-385.
- Narayan, P. K. ve Prasad B.C. (2003). Does Tourism Granger Causes Economic Growth in Fiji? [Turizm Fiji'deki Ekonomik Büyümenin Granger Nedeni Midir?]. *Empirical Economic Letters*, 2 (5), 199-208.
- Nowak, J., Sahli, M. ve Sgro, P.M. (2004). Tourism, Trade and Domestic Welfare [Turizm, Ticaret ve Yerel Refah]. *Fondazione Eni Enrico Mattei Working Paper*, 024.2004, 4-31.
- Oh, C. (2005). The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy [Kore Ekonomisinde Turizm Kalkınmasının Ekonomik Büyümeye Katkısı]. *Tourism Management*, 26 (11), 39-44.
- Olalı, H. ve Timur A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Matbaacılık.
- Ongan S. ve Demiröz D.M. (2005). The Contribution of Tourism to the Long-Run Turkish Economic Growth [Turizmin Uzun Vadeli Türkiye Ekonomik Büyümesinin Katkısı]. *Ekonomicky Casopis*, 53 (9), 880-894.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*, Ankara: Köksav Yayınları.
- Öztaş, K. (2002). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Saatçioğlu, C. (2002). Doğrudan Dış Yatırımlar ve Türkiye, *İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi*, 1-5. Erişim: 1 Ekim 2012, <http://ismmmo.org.tr>.
- Seetanah, B., Juwaheer, T.D., Lamport, M.J., Rojid S., Sannasee, R.V. ve Subadar Agathee U. (2011). Does Infrastructure Matter In Tourism Development? [Altyapı Turizm Gelişiminde Önemli midir?]. *University of Mauritius Research Journal – Volume 17*, 89-108.
- Seyidoğlu, H. (2001). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulamaları*. İstanbul: Güzem Can Yayınları.

- Shan, J. ve Wilson, K. (2001). Causality between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China [Ticaret ve Turizm Arasındaki Nedensellik: Çin'den Ampirik Kanıt]. *Applied Economics Letters*, 8, 279-283.
- Soydal, H. (2006). Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 577-604.
- Soysal M. ve Ömürgönülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1), 128-136.
- Sürücü, F. (1998). Turizm Sektöründe Ülkemizin Genel Politikaları, *Yıldız Teknik Üniversitesi I. Uluslararası Turizm Sempozyumu*, 26.
- Tavmergen, İ.P. (1998). Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği. *Hazine Dergisi*, 12, 53-66.
- Töre, N. (2001). Dünyada Yabancı Sermaye Akımları. A. Tarhan (Haz.). *Ekonomik İstikrar, Büyüme ve Yabancı Sermaye* (s.73-86) Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Yayını.
- Tribe, J. (1996). *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*, İngiltere : Butterworth Heinemann.
- Tuncer, B. (1982). Türkiye'de Yabancı Sermaye Sorunu. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını*, No 241, 115-118.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2012). Erişim: 1 Ekim 2012, <http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). (2012). Erişim: 1 Ekim 2012, <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>.
- Unur, K. (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-16.
- Uysal, D., Erdoğan S., Mucuk M. (2004). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003). *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 163-170.

- Webber A. (2001). Exchange Rate Volatility and Coentegrasyon in Tourism Demand [Turizm Talebinde Döviz Kuru Volatilitesi ve Koentegrasyon]. *Journal of Travel Research*, 39 (4), 398-405.
- Yavan, N. (2006). *Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimi Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Yavuz, N. Ç. (2006). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2), 162-171.
- Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2004). Tourism and Economic Growth in Turkey [Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme]. *Ekonomik Yaklaşım*, 15 (52-53), 131-141.
- Zhang, K. H. (2001). What Explains The Boom of FDI in China [Çin’de DYSY’nin Hızlı Artışını Ne Açıklar]. *International Economics*, 54 (2), s.252-271.
- Zortuk, M. (2009). Economic Impact of Tourism in Turkey’s Economy: Evidence From Cointegration Tests [Türkiye Ekonomisi Üzerinde Turizmin Ekonomik Etkisi: Koentegrasyon Testlerinden Kanıtlar]. *International Research Journal of Finance and Economics*, 25, 231-239

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı Ahmet Yakup ERKİLİÇ  
Doğum Yeri ve Tarihi Kayseri – 08.06.1982

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi Orta Doğu Teknik Üniversitesi – İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi – İşletme Bölümü (2000 - 2004)  
Mezuniyet Ortalaması: 3.29 / 4.00

**Yandal:** Orta Doğu Teknik Üniversitesi –Fen Edebiyat Fakültesi – Matematik Bölümü (2002 - 2004)

Mezuniyet Ortalaması: 3.16 /4.00

Yüksek Lisans Öğrenimi Hacettepe Üniversitesi – Sosyal Bilimler Enstitüsü – İşletme Anabilim Dalı – Muhasebe-Finansman Bilim Dalı (2010 – devam ediyor )

Bildiği Yabancı Diller İngilizce (iyi), Almanca (başlangıç), Farsça (başlangıç)

Bilimsel Faaliyetleri UMUTLU, G., ALİZADEH, N., ERKİLİÇ, A.Y. (2011). Maliye Politikası Araçlarından Borçlanma ve Vergilerin Ekonomik Büyümeye Etkileri. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,30(1), s. 75-93.

ERKİLİÇ, A.Y. (2008). *Türk Turizm Sektöründe Müşteri İlişkileri Yönetimi: Elektronik Ortam Uygulamalarının Analizi*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Uzmanlık Tezi, Ankara.

## İş Deneyimi

### Stajlar

2006-2009 AB Projelerini Değerlendirme Eğitimleri  
Merkezi Finans ve İhale Birimi ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığı - Ankara

2006-2008 AB Kültür Programı Bilgilendirme Toplantılarında Eğitimlik - Türkiye'nin çeşitli illeri

2006-2007 AB finanslı Kültürel Hakların Desteklenmesi Projesi kapsamında Proje Döngüsü Yönetimi Eğitimleri - Ankara

14-15 Kasım 2007 AB Mali Yardımlarına (IPA) İlişkin Bölgesel Konferans  
DPT ve ilgili Bakanlıklar- Van

28 - 31 Mayıs 2007 Hibe Planı Geliştirme ve Uygulama Eğitimi (İngilizce)  
Avrupa Birliği Genel Sekreterliği - Ankara

Ağustos 2003 T.C. Halk Bankası  
2 hafta staj - Bursa

Temmuz 2003 Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası  
1 hafta staj- Ankara

Temmuz 2002 T.C. Hazine Müsteşarlığı  
1 hafta staj - Ankara

Temmuz 2001 T.C. Dış Ticaret Müsteşarlığı  
1 hafta staj - Ankara

### Projeler

2008 - 2012 - AB Finanslı IPA 3 Kapsamında Kış Turizmi Koridoru Geliştirilmesi Projesi  
- AB Finanslı IPA 1 Kapsamında AB-Türkiye Kültürler Arası Diyalog Projesi  
- UNDP Finanslı Doğu Anadolu'da Kültür Turizmi için İttifaklar Projesi

- AB Finanslı Avrupalı Seçkin Destinasyonlar Projesi (EDEN)
  - 2006 - 2008 - AB Kültür Programı Kapsamında Kültürel İrtibat Noktası Faaliyetlerinin Yürütülmesi
  - 2005 – 2007 - AB Finanslı Kültürel Hakların Desteklenmesi Projesi
- Çalıştığı Kurumlar**
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı  
Tahran Kültür ve Tanıtma Müşavirliği – İran  
(2012 – devam ediyor)  
Kültür ve Tanıtma Ataşe Yardımcısı
  - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı  
Dış İlişkiler ve AB Koordinasyon Dairesi  
Başkanlığı (2008 - 2012)  
Kültür ve Turizm Uzmanı
  - T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı  
Müsteşarlık Makamı – Proje Koordinasyon  
Merkezi (2004-2008)  
Kültür ve Turizm Uzman Yardımcısı

### **İletişim**

E-Posta Adresi

[ayerkiloc@gmail.com](mailto:ayerkiloc@gmail.com)

[ahmet.erkilic@kultur.gov.tr](mailto:ahmet.erkilic@kultur.gov.tr)

**Tarih**

03.04.2013