

ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİNİN, ULUSLARARASI TİCARETİN BİR PARÇASI OLARAK ÜLKELERİN EKONOMİK GELİŞİMİ VE REFAHINA ETKİSİ: 2003-2020 YILLARI ARASINDA TÜRKİYE ÖRNEĞİ

THE EFFECT OF INTERNATIONAL TOURISM AS A PART OF FOREIGN TRADE ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT AND WELFARE OF COUNTRIES: THE CASE OF TURKEY BETWEEN THE YEARS 2003 AND 2020.

İzzet ÖNAL*

* Dr., izzetonal71@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0805-7031>

ÖZ

Yüzyılımızda hızla globalleşen dünyada ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi anlamda giderek daha önemli hale gelen uluslararası turizm hareketliliği yaşanmaktadır. Kuramsal araştırmalar, uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında nedensellik anlamında önemli oranda bir ilişkinin varlığını iddia etmektedir. Bu makalede, 2003-2020 yıllarını kapsayan son dönem turizm ve dış ticaret verileri bazında nedensellik ilişkisi incelenerek, Türkiye örneği üzerinden, uluslararası turizm hareketlerinin uluslararası ticaret ile ilişkisi ve ülkelerin ekonomik gelişimi ve refahına etkisindeki rolü konu edilmektedir. Veri setleri analiz edilerek elde edilen çalışma bulgularına göre, 2003-2020 yılları arasında, Türkiye'deki uluslararası turizm gelir ve giderleri ile uluslararası ticaret kalemleri arasında turist sayıları ile orantısız ve fakat güçlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca, politika yapıcıların, ülkelerin ekonomik gelişimi ve refahı için geliştirecekleri stratejilerde, bu pozitif ilişkinin daima göz önünde bulundurulması gerekecek kadar önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Uluslararası Turizm, Uluslararası Ticaret, Nedensellik

Jel Kodları: F1, Z3, L83

ABSTRACT

There has been increasing international tourism mobility in our global world. Majority of scientific researchers claimed that there is a cause-effect relationship between the figures related to the international tourism, which has been increasingly getting important in terms of economic, social, cultural and political life of the nations in the world, and the international trade that is vital for the wealth of nations. By analyzing the data set special to Turkey between the years 2003 and 2020, the subject of this article is to show the role and the effect of international tourism figures within foreign trade and the economic development and welfare of the countries as well. Having analyzed the data set, it is concluded in this study that there is a strong cause-effect relationship between the international tourism and foreign trade in spite of the fact that there is disproportional relationship between the total number of international tourists and the total revenue between the years, 2003-2020 in Turkey. It is shown that the policy makers should take this cause-effect relationship between international tourism and trade into consideration to increase the wealth of their nations.

Keywords: International Tourism, International Trade, Causality.

Jel Codes: F1, Z3, L83

GİRİŞ

Eski çağlardan günümüze tarih boyunca tüm ülkeler, toplumlarının refahı ve ekonomik gelişimleri için, içinde buldukları çağın gereksinimlerine uygun gelir getirici kaynaklar ve bu kaynaklara dayalı ticari faaliyetler peşinde olmuştur. Tarihte ilk olarak yer altı ve yer üstü tarım ve madencilik gibi kaynaklardan elde edilen gelirler, sanayi devrimi sonrasında oluşan çeşitli sanayi kolları nedeniyle makine endüstrisinden elde edilmiştir. Bilgi çağı ile beraber ülkeler bilgi ve hizmet sektörü aracılığıyla yeni gelir kaynakları ve ticaret kalemleri üzerinden rekabet üstünlüğü elde etme yarışına girmişlerdir. Yüzyılımızda, her alanda kendini hissettiren küreselleşme neticesinde, artık uluslararası ticarete konu olan geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında uluslararası turizm gelmektedir¹. Bu özelliği ile uluslararası turizmin, 1960'ların başından günümüze uluslararası ticaretin de öncü ya da sürükleyici sektörü olduğu görülmektedir².

Uluslararası turizmin, yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir nitelik kazanması, ülkelerin bu ekonomik olay üzerine yoğunlaşmasına neden olmuştur. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, ekonomik sorunlarını ve darboğazlarını aşmak için uluslararası turizmin ekonomiye olan olumlu etkilerinden faydalanmakta ve turizme daha çok önem vermektedirler³.

Uluslararası turizm faaliyetlerinin, cari açık konusunda ciddi sıkıntılar yaşayan hatta döviz politikalarını yaz döneminde uluslararası turizm gelirlerine bağlı yürüten Türkiye açısından da önemi çok büyüktür⁴.

Dünyada ve Türkiye'de her geçen gün önemi artan bu konuya dair, bilimsel

literatür taraması yapıldığında, uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında nedensellik anlamında önemli oranda bir ilişkinin varlığı iddia edilmekle birlikte⁵, bu nedensellik ilişkisinin Türkiye söz konusu olduğunda, 2000'li yıllardan günümüze son dönem güncel veriler eşliğinde test edilmesi gerekmektedir. Buradan hareketle bu araştırmanın amacı, ülkelerin ekonomik gelişimi ve refahına etkisi anlamında, uluslararası turizm hareketleri ile uluslararası ticaret arasında literatürde iddia edilen nedensellik ilişkisini, Türkiye'ye ait 2003-2020 yıllarını kapsayan son dönem güncel turizm ve dış ticaret verileri bazında test ederek bu alandaki bilimsel literatüre zenginlik kazandırmak ve konuyla ilgili politika yapıcılara ve uygulayıcılara bilimsel katkılarda bulunmaktır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1980 Manila Bildirgesi'nde turizm; ulusal toplumların, sosyal, kültürel, eğitimsel ve ekonomik sektörleri ve onların uluslararası ilişkiler üzerindeki doğrudan etkileri sebebiyle ulusların yaşamı için gereken bir etkinlik olarak tanımlanmıştır⁶.

1980 sonrasında ülkeler arasındaki ekonomik faaliyet ve işlemlere yönelik konulan kısıtlamaların ve engellerin azaltılmasıyla, diğer bir deyişle küreselleşme ile birlikte, ülkeler uluslararası ticarete daha fazla açılmaya başlamış ve buna bağlı olarak uluslararası turizm sektöründe de bir canlanma ve hareketlilik söz konusu olmuştur⁷.

Serbest zamanlar kurumunun bir parçası olarak keyif, eğlence, dinlenme, yenilenme, tarihi ve kültürel varlıkları yerinde görme ve doğal güzelliklerden yararlanma gibi diğer bazı nedenlerin yanı sıra, uluslararası turizm sektörüne dönük talebin önemli

¹ Seyidoğlu, 2001, s.740

² Tsai ve Wang, 1998, s.640

³ Emekli, 2005;s.103

⁴ Uğuz, S.Ç. vd., 2010, s.878

⁵ A.g.e. s.874

⁶ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1_s.2

⁷ Ethier, 2005, s.238

nedenlerinden bir tanesi de uluslararası ticaret, alışveriş, iş ve meslek gezileridir⁸.

2020 yılı verileri esas alınarak yayımlanan son UNWTO turizm raporu verilerine göre, dünyamızda son bir yıl içerisinde, bir önceki yıla göre %7'lik bir artışla 1 milyar 326 milyon kişi ve en son %3.5'luk artışla, son 9 yıl üst üste büyüme yakalayarak yaklaşık 1.5 milyar kişi, turist olarak yeryüzünde seyahat etmiş ve dolaylı dahil toplam 8.9 trilyon USD'lık GSMH'ya katkı sağlamıştır. Turistlere hizmet sunan lojistik ve taşıma sektörünün gelirleri de eklendiğinde, yıllık turizm gelirinin dünyada 2017'de 1.6 trilyon USD'a ulaştığı ve 2019'da 1.7 trilyon USD'ı aştığı görülmektedir⁹. Bundan dolayıdır ki, uluslararası ticarete petrolden sonra ikinci sırayı turizm almaktadır¹⁰.

Uluslararası ticaret, ödemeler bilançosunun en önemli kalemleri olarak bilinmektedir. Uluslararası turizm faaliyetleri de ödemeler bilançosu içerisinde dış hizmetler kalemi olarak yer almakta ve ülkeye gelen turiste sunulan turizm hizmeti bir hizmet ihracı ve yerleşiklerin yurtdışı ziyaretleri sonucunda satın aldıkları turistik faaliyetler ise, bir hizmet ithalatı olarak ele alınmaktadır¹¹.

Bahar O. Ve Baldıran E.'nin aktarımlarına göre¹²; Bir ülkeden diğerine yönelik uluslararası ticari amaçlı gezilerin artması, hiç kuşkusuz söz konusu ülkeler arasında tatil, rekreasyon, dinlenme, eğlenme vb. amaçlı gezilerin de artmasına yol açacaktır. Bununla birlikte, bir ülkeden mal ve hizmet alınması, dolaylı olarak o ülkenin diğer ülkedeki tanıtım ve reklamına öncülük edecektir. Ayrıca, ülkeler arasındaki ticari alışveriş tüketicilerin satın alınan mal ve hizmete olan ilgisinin artmasına ve insanların hem üründen ve hem de bu ürünün kaynağı olan ülkeden haberdar olmasına neden olacaktır. Dolayısıyla, önceleri ülkeler arasında ticaret ilişkileri ile başlayan bu ilgi ve tanınmışlık, sonraki aşamada

turistik amaçlı gezilere de rehberlik edecektir¹³.

Uluslararası turizm hareketleri ile uluslararası ticaret arasında güçlü bir bağ olduğu ve her iki kalemin de birbirini beslediğine dair genel bir kanıdan hareketle bu konudaki ampirik çalışmalar incelendiğinde, Uğuz, S.Ç. vd. (2010) nin aktardığına göre; Kulendran ve Wilson (2000), çalışmalarında Avustralya'nın, ABD, İngiltere, Japonya ve Yeni Zelanda ile olan ticaret ve turizm ilişkilerini zaman serileri analizi ile ele almış ve hem eş bütünleşme hem de nedensellik analizi bulgularına göre uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit etmişlerdir. Ve yine bununla birlikte, Khan ve diğerleri (2005), çalışmalarında, Singapur'un, ABD, İngiltere, Japonya ve Avustralya ile olan turizm ve ticaret faaliyetleri arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik analizi ile incelemiş ve iş seyahatleri ile ithalat arasında güçlü bir nedensellik ilişkisi tespit ederken aynı ilişkinin ihracat için geçerli olmadığını belirtmişlerdir. Bahar ve Baldemir (2008), ise söz konusu nedensellik etkisini Türkiye üzerinden 1980-2005 tarihleri arasındaki veriler yardımıyla nedensellik analizi ile test etmişler ve istatistiksel olarak anlamlı nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Literatüre bir katkı olarak bu makalede ise, benzer çalışmalardan farklı olarak, ampirik çalışmalarda tespit edildiği iddia edilen uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasındaki nedensellik ilişkisi, bir başka zaman aralığı olan 2003-2020 yılları arasında ve Türkiye'ye ait güncel veriler baz alınarak, uluslararası gelen ve giden turist sayıları ve bunların harcamaları ile bunlara dayalı ihracat ve ithalata dair reel rakamlar kıyaslanmakta ve elde edilen güncel bulgular paylaşılmaktadır.

Bu makalede, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC), Birleşmiş Milletler

⁸ Önal, İ., 2020, Eilat ve Einav, 2004, s.16

⁹ World Tourism Organization (2018,2020), UNWTO Tourism Highlights, 2018,2020 Edition, Madrid

¹⁰ A.g.e. 2020, Kar vd., 2004, s.89

¹¹ Uğuz, S.Ç. vd., 2010, s.878

¹² Bahar O., Baldemir E., 2008, s.98-102

¹³ Kulendran ve Wilson, 2000, s.1002

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Dış Ticaret ve Turizm veri tabanlarından derlenen ve 2003-2020 yıllarını kapsayan yıllık veri seti kullanılmıştır. İlgili tablo ve şekillerde gösterildiği üzere, Türkiye'ye gelen ve Türkiye'den yurtdışına giden toplam uluslararası turist sayıları, uluslararası turizm gelirleri ve giderleri, uluslararası turizm gelir ve giderlerinin ihracat ve ithalata oranları, dış ticaret açıklarını

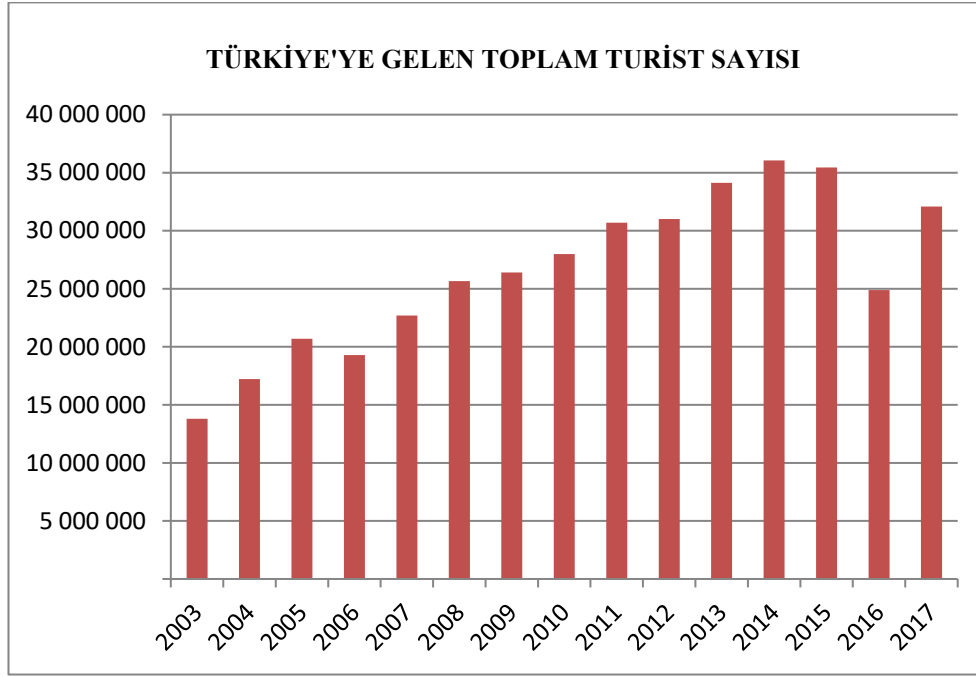
kapamadaki payı, veri setini oluşturan temel göstergelerdir. Bu kapsamda oluşturulan tablo ve şekiller arasında yıllar bazında karşılaştırma yaparak elde edilen bulgular, yorumlanarak sonuç kısmında paylaşılmıştır.

BULGULAR

Tablo 1: 2003-2020 Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Gelir, Sayı ve Ortalama Harcama Verileri

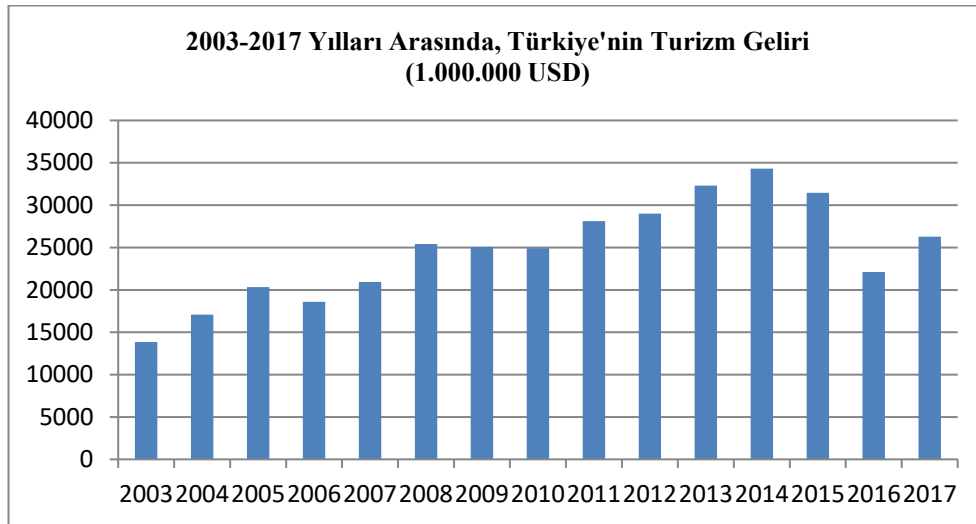
YILLAR	TURİZM GELİRİ (1000\$)	ZİYARETÇİ SAYISI	ORTALAMA HARCAMA (\$)
2003	13 854 866	16 302 053	850
2004	17 076 606	20 262 640	843
2005	20 322 112	24 124 501	842
2006	18 593 951	23 148 669	803
2007	20 942 500	27 214 988	770
2008	25 415 067	30 979 979	820
2009	25 064 482	32 006 149	783
2010	24 930 997	33 027 943	755
2011	28 115 692	36 151 328	778
2012	29 007 003	36 463 921	795
2013	32 310 424	39 226 226	824
2014	34 305 904	41 415 070	828
2015	31 464 777	41 617 530	756
2016	22 107 440	31 365 330	705
2017	26 283 656	38 620 346	681
2018	29 512 926	45 628 673	647
2019	34 520 332	51 860 042	666

Kaynak: TÜİK



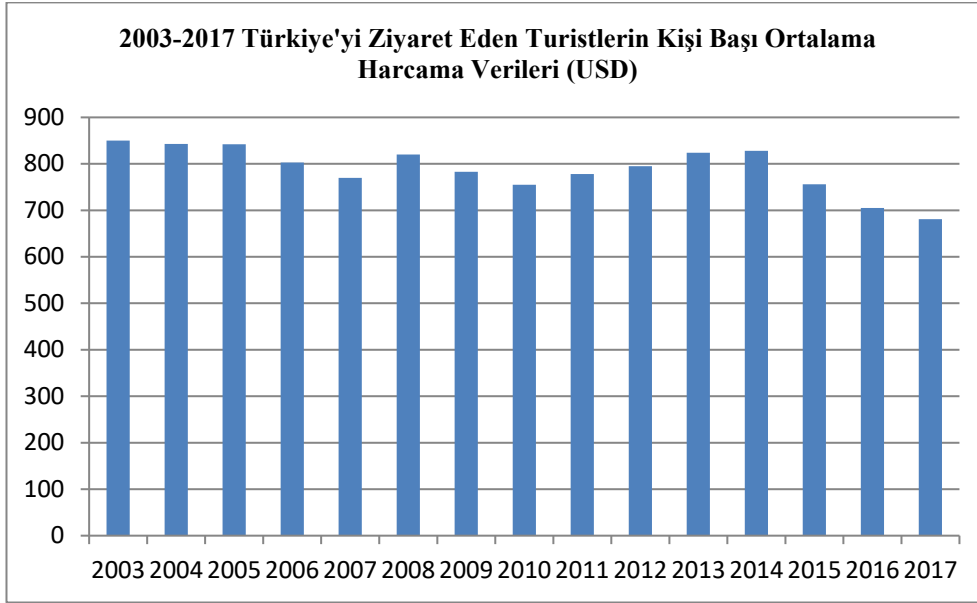
Şekil 1: 2003-2017 Yılları Arasında, Türkiye'ye Gelen T. Turist Sayısı

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.



Şekil 2: Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerden Elde Edilen Turizm Geliri (1.000.000 USD), 2003-2017

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.



Şekil 3: Türkiye'yi Ziyaret Eden Turistlerin Kişi Başı Ortalama Harcama Verileri (USD), 2003-2017

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 1'deki veriler, Türkiye'nin 2000'li yılların başından itibaren genel anlamda sürekli artan sayıda turist çeken global ölçekli bir turizm ülkesi olduğunu göstermektedir. Bu durumu teyit eden UNWTO 2018 Yılı Turizm Raporu verilerinde de¹⁴, 2016 yılındaki %23'lük daralmanın ardından 2017 yılındaki %24'lük rekor artış oranıyla 38 milyon turiste ev sahipliği yapan ve turizm istatistikleri açısından Akdeniz Avrupa Bölgesi'nde değerlendirilen Türkiye, dünyada en çok turist çeken 8. Ülke olmuşken 2018 ve nihayet 2019 yılında tüm zamanların rekorunu kırarak, 52.5 milyon uluslararası ziyaretçi ile en çok turist alan 6. Ülke olmuştur. Ve fakat gelen turistlerin para harcama seviyesi önceki yıllara göre düşük olduğundan, 14.'lüğe gerilemiş ve toplam turizm gelirleri açısından ilk 10'a girememiştir.

Tablo 1'deki veriler ve göstergeleri olan Şekil 1-3 yakından incelendiğinde, 2015 yılına kadar sürekli artan turist sayısının 2014 yılıyla birlikte düşüşe geçtiği ve fakat 2017 yılından itibaren tekrar toparlanarak yüksek artış hızıyla seyrettiği görülmektedir. 2013 Haziran ayı ile başlayan Taksim'deki Gezi olayları sürecinin ve buna bağlı iç-dış siyasi ve güvenlik nedenlerinin bunda etkili olduğu bilinen bir gerçektir.

Yine Tablo 1 verileri ve Tablo 2-3 te dikkat çeken bir başka ayrıntı ise 2003 yılında en yüksek kişi başı harcama rakamlarına onca yıl geçmesine rağmen ulaşamamış ve 2009 yılı dünya ekonomik krizinden en iyi istifade eden ülkeler arasında olmasını istisna tutarsak, Türkiye'ye özellikle ABD ve Avrupa ülkelerinden gelen yüksek harcama oranına sahip gelir seviyesi yüksek turist profili yakalanamadığı için, toplam turist sayısındaki artışın gelirlere aynı oranda

¹⁴ World Tourism Organization (2018,2020), UNWTO Tourism Highlights, 2018,2020 Editions, UNWTO, Madrid.

yansımadığı ve düşen oranlarda seyrettiği görülmektedir. Bu husus, sektördeki tarafından yakından bilindiği için, Türkiye'nin yüksek gelir ve harcama seviyesine sahip turistler üzerine kampanyalar oluşturması gerekmektedir.

Bir önceki yılın büyük düşüşle biten sezonunun ardından, 2017 yılında turist sayısı artış oranında Avrupa birincisi ve 2019 yılında 52.5 milyonla dünya 6.sı olsa da, Türkiye'nin 2017 yılında 38 milyon turistten elde ettiği turizm gelirleri, ancak 2010 yılında gelen 21 milyon turistten elde

edilen gelirlerle neredeyse aynı miktarda gerçekleşmiştir¹⁵.

2014 yılında zirveye yaklaşmış olan Türkiye'de, 2017 yılında sayısal anlamda tekrar toparlanan uluslararası turizm sektörü, ABD ve Avrupa'dan doğan boşluğu Asya ve Ortadoğulu turistler ile doldurmakla, istatistiksel olarak bir başarı yakalamış olsa da, yüksek harcama profiline sahip turisti çekemediği için, uluslararası turizm gelirleri anlamında aynı performansı gösterememiştir.

Tablo 2: Turizm Gelirlerinin GSMH'ya ve İhracata Oranı, 2003-2019

Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı, 2003-2019		Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı, 2003-2019	
YILLAR	Pay	YILLAR	Oran
2003	4,5	2003	28,2
2004	4,4	2004	25,2
2005	4,2	2005	24,7
2006	3,5	2006	19,7
2007	3,2	2007	17,3
2008	3,4	2008	16,6
2009	4,1	2009	20,8
2010	3,4	2010	18,3
2011	3,6	2011	20,8
2012	3,7	2012	19,2
2013	3,9	2013	21,3
2014	4,3	2014	21,8
2015	6,2	2015	21,9
2016	2,6	2016	15,5
2017	3,1	2017	16,7
2018	3,2	2018	16,8
2019	3,3	2019	16,9

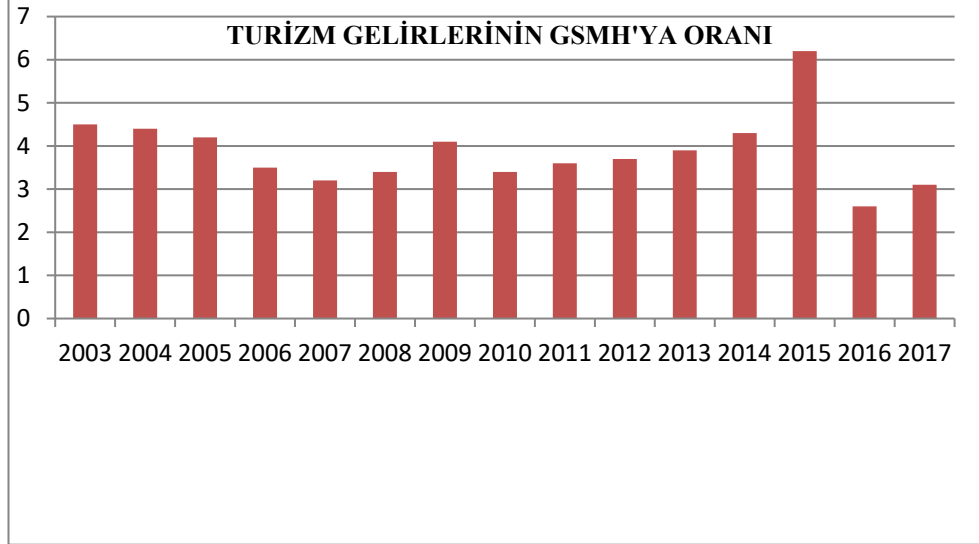
Kaynak: TÜİK

Tablo 2'deki veriler ve Şekil 4'de gösterildiği gibi, turizmin 2014 yılındaki yüzde 4,3 ve 2015 yılındaki yüzde 6,2'lik GSMH payının 2016 yılında yüzde 2,6 ve 2017 yılında yüzde 2,3'e gerilemiş olması da

ayrıca dikkate değer bir husus olarak turizm gelirleri ve ekonomik katkısının, turistlerin sayısal artışıyla doğru orantılı olmayan bir gidişata sahip olduğunu ve bu konuda da

¹⁵ A.g.e.

tabloyu iyileştirecek turizm stratejilerinin gerekliliğini göstermektedir.



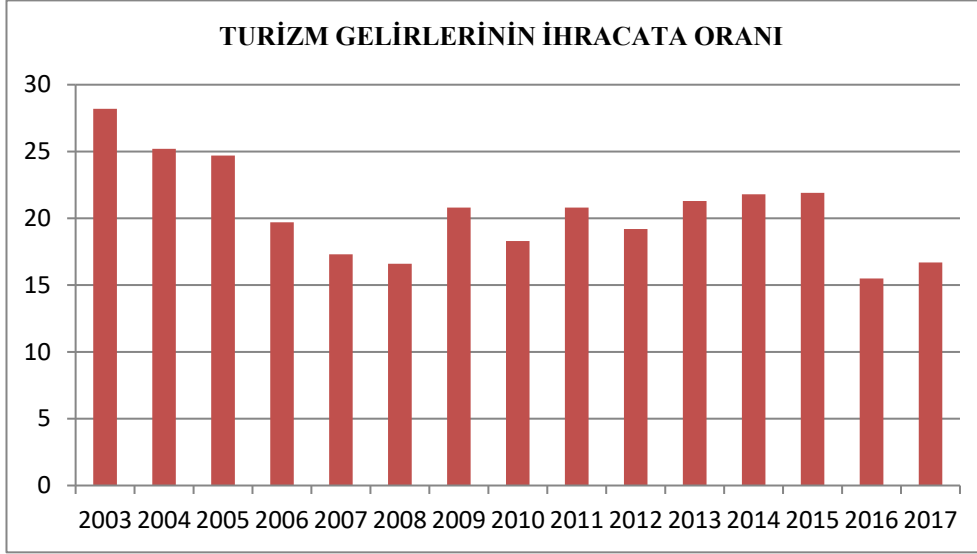
Şekil 4: 2013-2017 YILLARI ARASINDA, TURİZM GELİRLERİNİN GSMH'YA ORANI

Kaynak: TÜİK'in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

WTTC'nin 2018 ve 2020 Turizm Araştırma Raporlarındaki 2017 yılı verilerine göre Türkiye, GSMH'ya katkısı 21.5 milyar dolar olan dünya ortalamasının üstüne çıkarak, 32 milyar dolarlık bir katkı sunmakla, bu alanda dünyada 15. Sırada ve 98.4 milyar dolarlık dolaylı dahil toplam katkı ile de 14. sırada yer almaktadır. 2019 yılında ise 84.9 milyar dolarlık katkı ile yine dünya ortalamasının üstünde kalmıştır. 1.490 bin olan dünya istihdam yaratma ortalamasının ise gerisinde kalarak 2017 yılında turizm sektörü aracılığıyla 461 bin kişilik doğrudan istihdam yaratmış ve 35. Sırada yer almıştır. Dolaylı istihdama katkısı biraz daha fazla

olduğu için ise toplamda 2.093 bin kişilik bir istihdam katkısı ile 2..341 olan dünya ortalamasına yaklaşmış ve bu alanda 22. olmuştur. Bir önceki yıldan gelen gerilemeyi telafi etmek için gerçekleştirilen yoğun teşvik ve tanıtımlar nedeniyle, 2017 yılında 20.5 milyar dolarlık turizm yatırımı gerçekleştirerek dünya ortalamasının (4.8 milyar dolar) çok üzerine çıkmış ve dünyada en çok turizm yatırımı yapan 10. ülke olmuştur. 31.3 milyar dolarlık toplam turizm hacmi ile de dünya ortalamasının (8.1) üstüne çıkarak 13. olmuştur. İstihdamda da 2019 yılında yatırımların da etkisiyle 2,643 binlik rakama ulaşmıştır¹⁶.

¹⁶ World Travel and Tourism Council: Travel&Tourism Economic Impact, March 2020



Şekil 5: 2003-17 YILLARI ARASINDA, TURİZM GELİRLERİNİN İHRACATA ORANI

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 2 ve Şekil 5'teki veriler bize göstermektedir ki, Türkiye'nin uluslararası turizm gelirleri, toplam ihracat rakamları arasında çok büyük bir orana sahiptir ve bu da Türkiye'nin dış ticaretini doğrudan etkileyen en önemli sektörlerden birisi olduğunu göstermektedir. İlk yıllarda yüksek orana sahip bir kalem iken bu oran, 2009 yılı istisna edilirse, genel anlamda yukarı doğru olmayan ve uluslararası turist sayısı ile orantısız ve düzensiz bir seyir takip etmiştir.

Aşağıda verilen Tablo 3'teki veriler ve Şekil 6'daki gösterge, Türkiye'nin dış ticaret açığını kapamada, uluslararası turizm gelirlerinin ne kadar hayati bir katkı yaptığını açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle, hem 2009 yılında dünyadaki ekonomik krizin teğet geçtiği yılda ve hem

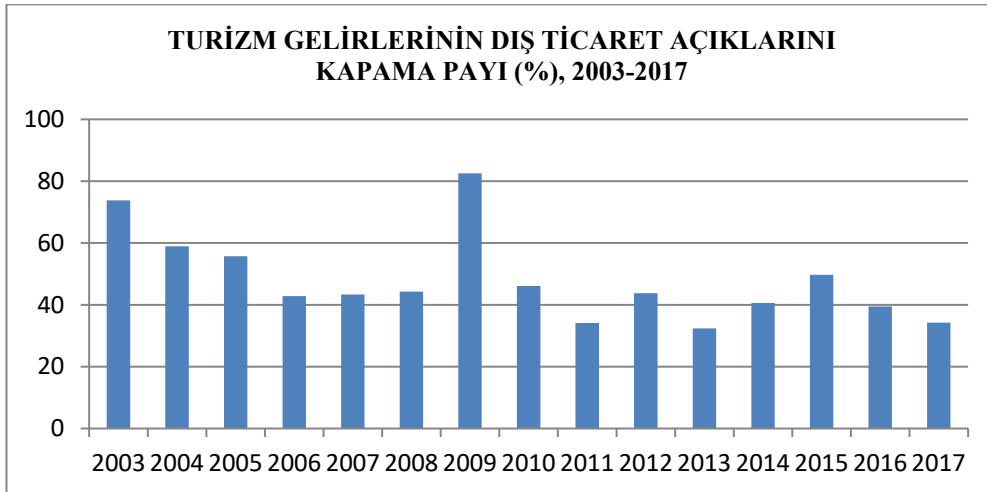
de bu sefer 2017'den itibaren kendi zayıf ekonomisini telafi edercesine, uluslararası turizm gelirleri Türkiye'nin dış ticaret açıklarını kapamasında can simidi rolü oynamıştır. Yine de, Tablo 1 ile yıllar bazında kıyaslanarak incelendiğinde, sayısal turist artışının aynı derecede uluslararası turizm (ihracat) gelirine yol açmayabileceği gibi, turizm gelirlerinin artış veya azaldığı yıllarda doğru orantılı bir dış ticaret artış ve azalışı olmadığı da açıktır. Bunda, ilgili yıllardaki diğer ihracat kalemlerinin performansının etkisi söz konusudur.

Turizm gelirlerinin her halükarda Türkiye ekonomisi ve ihracatı açısından son derece önemli ve vazgeçilmez olduğu bu tablo ve şekillerde net bir biçimde ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3: Turizm Gelirlerinin Dış Açıklarını Kapama Payı, 2003-2020

YIL	Dış Ticaret Açığı (DTA) 1.000.000 \$	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
2004	34.372	58,95
2005	43.297	55,72
2006	54.041	42,83
2007	62.790	43,34
2008	69.936	44,3
2009	38.875	82,52
2010	71.661	46,09
2011	105.934	34,13
2012	84.066	43,75
2013	99.858	32,35
2014	84.508	40,59
2015	63.268	49,73
2016	55.995	39,48
2017	76.736	34,25
2018	55.016	53,55
2019	31.174	1,09

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.



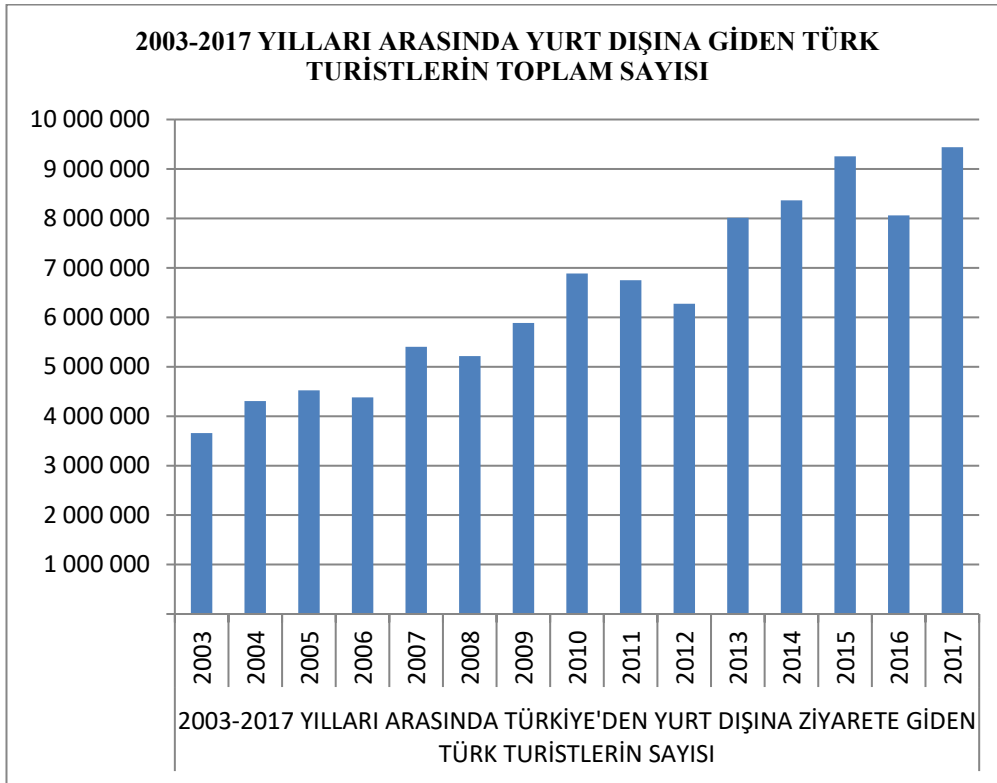
Şekil 6: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı (%),

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Türk dış ticaretinde ithalat olarak kaydedilen uluslararası seyahat eden Türkiye’li turistlere ait rakamlar anlamında, Tablo 4’ ve Şekil 7’deki TÜİK verileri ışığında, Türklerin 2012 ve 2016’daki kısmi ekonomik durgunluk hariç tutulursa, son 15 yıldır sürekli artan bir sayıda yurtdışına seyahat etmekte olduğu görülmektedir. Tüm dünya turistleri gibi, Türkler de özellikle coğrafi anlamda yakın destinasyonları tercih ettikleri görülmektedir. Son yıllarda birçok ülke ile karşılıklı imzalanan vizesiz geçiş anlaşmaları nedeniyle yurtdışı turistik geziler daha da kolaylaşmış ve bu sayı genel anlamda artış eğilimli seyretmektedir.

Tablo 4: Yurt Dışına Giden Türk Vatandaşlarının Sayısı, 2003-2020

Yıllar	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	3 658 655	4 306 398	4 524 060	4 378 982	5 401 907	5 215 235	5 885 001	6 887 489	6 751 006	6 273 993	8 011 654	8 3696	9 256 486	8 062 065	9 440 457	8 383 432	9 650 512



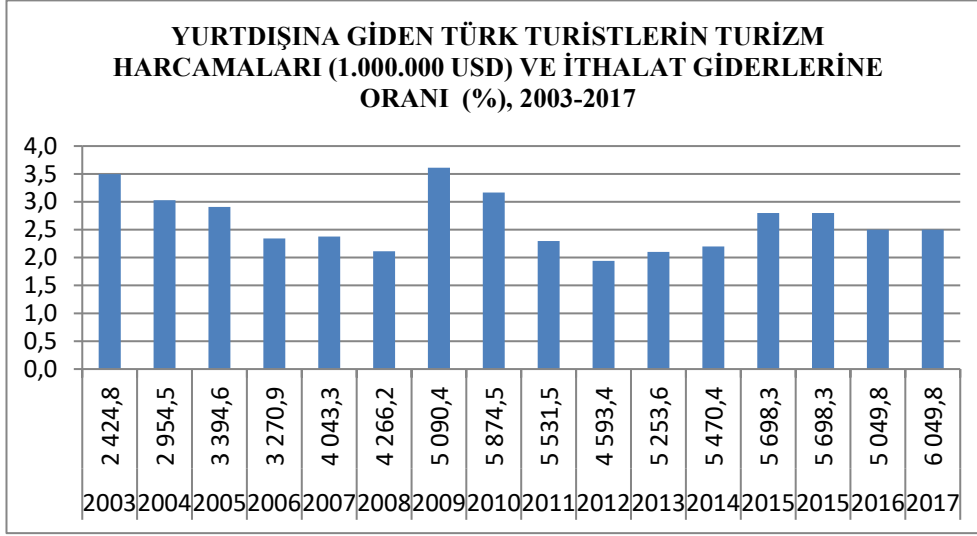
Şekil 7: 2003-2017 Yılları Arasında, Yurt Dışına Giden Türk Turistlerin Toplam Sayısı

Kaynak: TÜİK’ in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 5: Yurtdışına Giden Türk Turistlerin Turizm Harcamaları/ İthalata Oranı (%),
2003-2020

YILLAR	TURİZM GİDERLERİ (1.000.000 USD)	İTHALAT ORANI (%)
2003	2 424,8	3,5
2004	2 954,5	3
2005	3 394,6	2,9
2006	3 270,9	2,3
2007	4 043,3	2,4
2008	4 266,2	2,1
2009	5 090,4	3,6
2010	5 874,5	3,2
2011	5 531,5	2,3
2012	4 593,4	1,9
2013	5 253,6	2,1
2014	5 470,4	2,2
2015	5 698,3	2,8
2015	5 698,3	2,8
2016	5 049,8	2,5
2017	6 049,8	2,5
2018	4 896,3	2,3
2019	4 403,6	2,2

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.



Şekil 8: Yurtdışına Giden Türk Turistlerin Turizm Harcamaları (1.000.000 Usd) Ve İthalat Giderlerine Oranı (%), 2003-2017

Kaynak: TÜİK' in yayımladığı veriler baz alınarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 4 ve Tablo 5'te yer alan verilere, Tablo 2 ve Şekil 5'le mukayeseli bakıldığında, Türk turistlerin yurtdışı uluslararası turizm harcamalarının, toplam ithalat rakamları ve uluslararası turizm gelirlerinin ihracata oranına kıyasla, çok düşük rakamlardan oluştuğu ve bu nedenle Tablo 3 ve Şekil 6'daki göstergelerde dış ticaret açıklarını kapama oranına ulaşıldığı görülmektedir.

Uluslararası turizmin yurtdışına seyahat eden Türk vatandaşlarının toplam sayıları ile toplam harcamaları (ithalat) arasında doğru orantılı artış veya azalış anlamında bir ilişkinin söz konusu olmadığı ilgili tabloların yanı sıra şekil 7 ve Şekil 8'den de kolaylıkla anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Küreselleşen 21. Yüzyıl dünyasında, gelişmiş ülkelerin yanı sıra,, rekabetçi üstünlük elde etmek isteyen gelişmekte olan tüm ülkelerin, toplumların refahını ve sürdürülebilir bir ekonomik gelişmeyi

sağlayabilmek için, uluslararası turizme her geçen yıl daha fazla önem verdiği bilinen bir gerçektir.

Ödemeler bilançosu içerisinde uluslararası hizmetler kalemi içerisinde yer alan uluslararası turizm faaliyetleri, makroekonomik denge açısından büyük öneme sahiptir. Yabancı turistlerin varış noktasında yaptığı harcamalar, varış noktasındaki ülke için ihracat etkisi yaparken, ülke vatandaşlarının yurtdışında yaptığı harcamalar ithalat etkisi yaratmaktadır. Bu açıklamalardan da anlaşıldığı üzere uluslararası turizm ve uluslararası ticaret arasında iki yönlü bir nedensellik ilişkisi beklenmektedir¹⁷.

Yabancı turistlerin bir diğer ülkede yaptığı harcamalar o ülke için ihracat etkisi yaparken, ülke insanın yurt dışında yaptığı harcamalar ithalat etkisi yapmaktadır¹⁸. Bu açıdan bakıldığında, bir ülkeye olan başarılı bir ticari iş gezisi ülkeler arasında ihracat ve ithalat akımına yol açmakta, bunun sonucunda o ülkeler arasında yeni ticaret ve iş görüşmeleri ya da gezileri kapsamında

¹⁷ Uğuz, S.Ç. vd., 2010, s.874

¹⁸ Kozak vd., 2010, s.78

ekonomik ilişkileri giderek geliştirdiği iddia edilmektedir.¹⁹

Turizm ekonomisi açısından bakıldığında, yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamaları ve sonuçta turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermektedir²⁰.

Konuyla ilgili bilimsel literatür taramasında, farklı ülkeler arasındaki ampirik testi yapılan az sayıdaki araştırmada olduğu gibi Türkiye için de, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında güçlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu sonucu ortaya çıkmıştır²¹.

Buradan hareketle, bu araştırmada, global bir turizm ülkesi olan Türkiye örnek alınarak, ülkelerin ekonomik gelişmesi ve refahındaki rolüne etkisi anlamında uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığı, 2003-2020 yıllarını kapsayan güncel veri setini oluşturan uluslararası turizm ve dış ticaret rakamları²² eşliğinde incelenmiştir. Elde edilen verilerin kıyaslamalı analiz sonuçları, literatürde yer alan benzer çalışmalarda olduğu gibi, uluslararası turizmin, dış hizmetler kalemleri içerisinde en başta gelen güçlü bir kalem olmasının da verilerle destekleniyor olması neticesinde, uluslararası ticaretle güçlü bir nedensellik ilişkisine sahip olduğunu göstermektedir.

Yine araştırmanın bulguları arasında, uluslararası turizmden elde edilen gelirlerin sınıflandırılması yapıldığında, toplam ihracat içerisinde ciddi bir paya sahip olmakla birlikte, bu payda, yıllara göre turizm gelirleri ile doğru orantılı bir artış ya da azalış görülmemektedir. Ayrıca, İthalat ve ihracat kalemlerinde ve hacmindeki farklı etmenlere dayanan değişimler ve Türk ekonomisine yıllara göre oranlandığında makroekonomik düzeyde düzensiz etkileri nedeniyle, turizm giderleri ile ithalat

giderleri arasında yıllarla orantısız bir ilişki tespit edilmiştir.

Buralardaki orantısızlığın nedeni, daha çok uluslararası turizm dışı diğer ihracat ve ithalat kalemlerinde Türkiye'nin gerçekleştirdiği daha zayıf veya iyi performanstan kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna dair, turizm dışı hangi sektörlerin bu orantısızlığa yol açmış olabileceği yeni bir araştırma konusu olarak araştırmacılar tarafından ele alınmalıdır.

Bu araştırmada kullanılan verilerin analiz edilmesi neticesinde, oransal anlamda bir artış ve azalışa neden olmamakla birlikte da, toplam turist sayısı ve toplam turist harcaması anlamında, Türkiye'nin gelişen ekonomik yapısı nedeniyle, Türkiye'nin her geçen yıl dünya turizm sektöründe gelişme vadeden bir potansiyel pazar olduğu ve uluslararası turizm hareketlerinde ülkelerin ekonomik kalkınma ve refahında etkili bir konumda olduğu görülmüştür.

Bir başka açıdan bu araştırma ile, Türkiye'deki politika yapımcıları ve uygulayıcılarının, uluslararası turizm hareketliliğini sağlıklı ve sürdürülebilir bir biçimde artırmalarının önemi ortaya çıkmıştır. Çünkü, döviz elde etmek için fazla bir maliyete katlanılmayan, doğrudan nakit döviz girdisi için kolay ihracat geliri sağlayan uluslararası turizme dönük teşvik edici tüm politikalar, zincirleme olarak kendisinin etki alanındaki bir çok hizmet sektörünü de olumlu olarak etkileyecek ve hizmet artışının uluslararası ticareti de aynı oranda etkilemesiyle dış ticaret açığını kapama ya da makro ekonomik dengeleri iyileştirmede çok olumlu neticelere yol açacaktır.

Ülkeler, uluslararası ticaret kalemlerinin en önemlilerinden olan uluslararası turizmden elde edecekleri gelirleri artırmak için uygulayacakları bir politika sonucu hem dolaylı ve hem de doğrudan gelir artışı elde ederek toplumsal refah ve sürdürülebilir

¹⁹ Bahar O., Baldemir E., 2008, s.102

²⁰ İçöz ve Kozak, 2002, s.196

²¹ Bahar O., Baldemir E., 2008, s.108

²² UNTWO, WTTC ve TÜİK verileri

ekonomik kalkınmayı daha kolay ve etkin bir biçimde gerçekleştirebilirler.

KAYNAKÇA

1. BAHAR, O., BALDEMİR, E. (2008) : “Uluslararası Ticaret ve Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, DEÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:10, Sayı:4, 97-111
2. EILAT, Y. VE EINA V, L., 2004, “Determinants of International Tourism: a Three-Dimensional Panel Data Analysis”, Applied Economics, 36
3. EMEKLİ, G. (2005) : “Avrupa Birliğinde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm”, Ege Coğrafya Dergisi, Sayı:14, 99-107.
4. ETHIER, J. W., 2005, “Globalization, Globalisation: Trade, Technology, and Wages”, International Review of Economics and Finance, Vol 14
5. İÇÖZ, O. ve KOZAK, M. (2002), Turizm Ekonomisi, Turhan Kitabevi, Ankara
6. KAR, M., ZORKİRİŞÇİ E. ve YILDIRIM M., 2004, “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, 4 (8)
7. KHAN, H., TOH, R.S., CHUA, L. (2005) : Tourism and Trade: Cointegration and Granger Causality Tests”, Journal of Travel Research, Vol:44, No:2, 171-176.
8. KULENDRAN, N., WILSON, K. (2000) : “Is there a relationship between international trade and international travel?”, Applied Economics, Vol: 32, Issue 8, 1001–1009.
9. KOZAK, N., KOZAK, Meryem A. ve KOZAK, M. (2010), Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Ankara: Detay Yayınları.
10. ÖNAL İ., 2020, Ortadoğu-Türkiye Turizm Hareketlerinin Sosyo-Kültürel Analizi, Doktora Tezi, MÜ, OİÜAE, 2020.
11. SEYİDOĞLU, H., 2017, Uluslararası İktisat, Güzem Can Yayınları, Geliştirilmiş 21. Baskı, İstanbul
12. TSAI, P. ve WANG, K., 1998, “Competitiveness of International Tourism in Taiwan: US Versus Japanese Visitors”, Applied Economics, 30
13. TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu
14. UĞUZ, S.Ç., TOPBAŞ, F. Ve KAYA, İ., 2010, Uluslararası Ticaret ve Dış Turizm İlişkisi, 11. Ulusal Turizm Kongresi 2-5 Aralık 2010, Kuşadası, 873-879
15. World Tourism Organization (2018,2020), UNWTO Tourism Highlights, 2018,2020 Editions, UNWTO, Madrid.
16. World Travel and Tourism Council: Travel&Tourism Economic Impact, March 2020
17. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1>, s.2