

PAPER DETAILS

TITLE: TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRLERİ İLE EKONOMİK BÜYÜME İLİSKİSİ: BİR NEDENSELLİK ANALİZİ

AUTHORS: Özlem KIZILGÖL, Erman ERBAYKAL

PAGES: 351-360

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/194749>

TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİ İLE EKONOMİK BÜYÜME İLİŞKİSİ: BİR NEDENSELLİK ANALİZİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM REVENUES AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY: A CAUSALITY ANALYSIS

Arş.Gör.Özlem KIZILGÖL*
Erman ERBAYKAL**

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye’deki turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi Toda-Yamamoto yöntemi çerçevesinde incelenmiştir. 1992:01–2006:02 dönemlerini kapsayan üçer aylık veriler kullanılarak yapılan test sonuçlarına göre, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır. Bu sonuca göre, Türkiye’nin daha fazla turizm geliri elde etmek için sürdürülebilir bir ekonomik büyüme sağlaması gerektiği söylenebilir.

ABSTRACT

In this paper, the causal relationship between tourism revenues and economic growth is investigated by the Toda-Yamamoto Approach. According to the empirical results which are found by using quarterly data for 1992:01–2006:02 periods, there is unidirectional causality running from economic growth to tourism revenues. This finding indicates that to increase the revenue obtained from tourism Turkey should ensure sustainable growth.

Turizm Gelirleri, Ekonomik büyüme, Toda Yamamoto yaklaşımı
Tourism Revenues, Economic Growth, Toda Yamamoto Approach

1. GİRİŞ

Turizm dünyanın en hızlı gelişen sektörlerinden biridir. Özellikle enformasyon ve ulaştırma teknolojilerinde yaşanan beklenenin de ötesindeki hızlı değişim, ekonomik ve sosyal boyutları olan turizmin gelişimini hızlandırmıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren ekonomik açıdan önemli hale gelen turizm, gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için potansiyel bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Opuş, 2001: 37). Bu ülkelerde uluslararası turizmin geliştirilmesi, gereksinim duyulan yabancı para

* Balıkesir Üniversitesi, Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü

** İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

gelirlerinin arttırılması açısından diğer sektörlerle kıyasla üç temel üstünlüğe sahiptir:

- a)Turizm sürekli büyüyen bir endüstridir.
- b)Turizm pazarı tüketicilerin turistik ürünü tüketmek için üretim yerine gitmek zorunda oldukları bir pazardır.
- c)Turizm birçok ülke açısından hem ekonominin çeşitlenmesi hem de geleneksel ihracata bağımlılığın azaltılması anlamına gelmektedir (Unur, 2000: 6).

Dünyada turizm sektöründe izlenen hızlı büyüme eğilimi, Türkiye’de de özellikle 1980’li yıllardan itibaren kendini göstermiştir. Türkiye 1980 sonrası dönemde turizmi, ekonomik gelişme için itici bir güç olarak kabul etmiş ve bu amaçla yetersiz ekonomik kaynaklarının önemli bir bölümünü turizmin gelişimine ayırmıştır. Bu çabalar sonucunda hızlı bir gelişme göstererek Türkiye’nin en genç ve dinamik sektörlerinden birisi haline gelen turizm sektörü günümüzde Türkiye’nin lokomotif sektörlerinden birisi durumundadır (Unur, 2000:11). Ödemeler bilançosunda ihracattan sonra gelen ikinci büyük döviz kaynağı konumundadır. Ayrıca farklı büyüklükte iş kollarından oluşan 41 değişik alt sektörle bağlantılıdır. Telekomünikasyon ve enformasyondan sonra 21. yüzyıla damgasını vuran dünyanın üç temel hizmet sektöründen biri durumundadır (Çımat ve Bahar, 2003: 15). Emek-yoğun bir sektör olan turizm, yurtiçi istihdam açısından inşaat sektöründen sonra ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye’deki toplam işgücünün yaklaşık yüzde 16’sı turizm sektöründe istihdam edilmektedir (Kasman ve Kasman, 2004: 123). Türkiye gibi gelişen bir ülkenin uluslararası turizm endüstrisine ilgi duymasının nedenleri şöyle belirtilebilir:

- a)Turizm talebi her geçen gün hızla artmaktadır
- b)Turizm döviz darboğazı sorunlarına çözüm getirebilmektedir.
- c)Turizm endüstrisinin gelişme maliyetleri düşük olabilmektedir.
- d)Turizm ekonomik kısıtlamalardan, tarife ve kotalardan daha az etkilenmektedir (Çımat ve Bahar, 2003: 4).

Türkiye turizmi, 11 Eylül olayları, Asya – Pasifik ülkelerindeki SARS salgını, Irak Savaşı ve ekonomik krizler gibi son yıllarda dünya turizmini olumsuz etkileyen faktörlerden etkilenmiştir. Bu olumsuzluklara rağmen Türkiye, Avrupa turizm pazarında yüzde 3 gibi oldukça önemli bir paya sahiptir. Turist sayısı ve döviz gelirlerindeki artış hızıyla dünyadaki en büyük 20 turizm destinasyonu içinde turist girişleri açısından 12’inci, turizm gelirleri açısından 9’uncu sıradadır (Bulut, 2000: 71). Bu konuda, Türkiye için yapılan çalışmalar incelendiğinde, Kasman ve Kasman (2004), Uysal vd.(2004), Yıldırım ve Öcal (2004), Gündüz ve Hatemi (2005), Yavuz (2006), Bahar (2006) yaptıkları çalışmalarla literatüre katkı sağlamışlardır. Yapılan bu çalışmalar incelendiğinde, Türkiye’de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki ile ilgili bir görüş birliğinin sağlanamadığı görülmektedir. Kasman ve Kasman (2004), yaptıkları çalışmalarında uzun dönemli bir ilişkinin yanı sıra turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Yıldırım ve Öcal

(2004)’ın bulguları da, bu sonucu destekler niteliktedir. Uysal vd. (2004), ise iki yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit etmişlerdir.

Gündüz ve Hatemi (2005), turizm ve ekonomik büyüme etkileşimini araştırdıkları çalışmalarında, turizm odaklı büyüme hipotezinin Türkiye için geçerli olduğunu ortaya koymuşlardır. Yavuz (2006), yaptığı çalışmada ise, değişkenler arasında nedensellik ilişkisi bulamamıştır. Bahar (2006), 1963–2004 yılları arasındaki turizm gelirleri ve GSMH değişkenlerine VAR analizini uygulayarak, iki değişken arasında uzun dönemde karşılıklı bir ilişki olduğu ve turizmin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye için önemli olan turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin nedensellik boyutunu ortaya koymaktır. Çalışmanın birinci bölümü giriş bölümünden oluşmaktadır. İkinci bölümde turizmin ekonomiye katkısı incelenecek olup üçüncü bölümde de metodoloji ve veri seti tanıtılacaktır. Dördüncü bölümde ampirik sonuçlar yer alacak ve son bölüm olan beşinci bölümde de çalışmanın sonuçlarına ve genel bir değerlendirmeye yer verilecektir.

2. TURİZMİN EKONOMİYE KATKISI

Turizmin özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri, bu sektörün ekonomik yönünü daha da ön plana çıkarmaktadır. Ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşılmasında turizm, dinamik ve ekonomik olma özelliği ile adeta bir çıkış noktasını oluşturmaktadır. Turizmin olumlu ekonomik etkileri şu şekilde sıralanabilir (Kar vd., 2004: 89; Tavmergen, 1998: 54): Ödemeler dengesine etkisi, gelir etkisi, yurtiçinde ithalat etkisi, işgücü çarpanı etkisi, ihracat ve gelir dağılımını düzenleyici etkisi, istihdam artışı ve yeni iş olanakları yaratması, ekonomik gelişme ve döviz geliri yaratması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, hayat standardının ve kalitesinin yükseltilmesi. Bu etkileri kısaca açıklamak gerekirse;

a) Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Turizmin neden olduğu döviz hareketlerinin ülke ekonomisi açısından önemi, ödemeler dengesi içindeki yeriyle ölçülmektedir. Döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını arttırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin ödemeler dengesini etkilemektedir. Bu özelliği ile turizm gelirleri, döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler için oldukça önemli bir döviz kaynağıdır (Kar vd., 2004: 89). Turistik döviz kazançları, turistik döviz kayıplarından fazla olduğu sürece ödemeler dengesine olumlu katkısından söz etmek olasıdır. Bugün dünyada hem ödemeler dengesi fazla veren hem de ödemeler dengesi açık veren ülkelerin, turizmi ulusal seviyede teşvik etmelerinin temel nedeni, turizmin ödemeler dengesine katkıda bulunmasıdır.

Ödemeler dengesi fazla veren ülkeler, bu fazlalığın enflasyona neden olmaması ve eritilmesi için vatandaşlarının uluslararası turizme katılmalarını teşvik etmektedirler(Özen, 2006). Ödemeler dengesi açık veren ülkeler ise, bu açığı kapatmaya çalışmaktadırlar. Bu açıdan turizm, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ödemeler bilançosunu dengeleyici rol oynamaktadır.

b) Gelir Etkisi

Gelişmekte olan ülkelerin turizmi ekonomik kalkınma aracı olarak kullanmak isteme nedenlerinden birisi, turizmin görünmeyen ihracat olarak söz konusu ülkeler için önemli miktarda gelir yaratması olduğu söylenebilir (Unur, 2000: 2). Turizm sektörü diğer birçok sektörle yakın ilişki içerisinde olduğundan, turizm gelirleri diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Yani turist bir ülkeye geldiğinde, o ülkede yaptığı her harcama sadece turizmle uğraşan kişilere değil, turistin harcama yaptığı diğer sektörlerle de gelir sağlamaktadır (Kar vd., 2004: 90). Ayrıca artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar, gerek turizm sektörünün gerekse sektörü besleyen diğer sektörlerdeki üretim faaliyetlerinin gelirlerinin artmasına katkıda bulunur (Opuş, 2001: 40). Dolayısıyla turizm harcamaları, çarpan mekanizması ile kendisinden kat kat fazla gelir yaratılmasına neden olmaktadır.

c) Yurt İçinde İthalat Etkisi

Ev sahibi ülkede üretilen bazı tarım ve sanayi ürünleri, tatillerini ülkede geçiren turistlere ihraç edilme fiyatlarından daha yüksek bir fiyat ile satılabilmektedir. Özellikle yiyecek-içecek ve hediyelik eşya türünden ürünler kalite üstünlüğüne sahipse, tatil yörelerinde turistlerden önemli sayıda alıcı bulunmaktadır (Tavmergen, 1998: 58).

d) İşgücü Çarpanı Etkisi

Turist harcamalarındaki artış, turizm alanındaki kapasitenin artmasına ve dolayısıyla istihdamın artmasına yol açmaktadır. Bu da turizm sektöründe ve bu sektörle bağlantılı diğer sektörlerde işgücüne olan gereksinimin artmasına neden olmaktadır. Böylece turizmin gelişmesi, çarpan mekanizması olarak adlandırılan bu mekanizmanın işlemesiyle ülkede işsizliğin azaltılmasına yardımcı olur.

e) İhracat ve Gelir Dağılımını Düzenleyici Etkisi

Turizm dengeleyici ve eşitlik sağlayıcı bir fonksiyon olarak, hem farklı gelişmişlik düzeylerine sahip ülkeler arasındaki ekonomik dengesizliklerin giderilmesinde (Unur, 2000: 6) hem de bir ülkenin farklı gelişmişlik düzeylerine sahip bölgeleri arasındaki gelir dağılımının düzenlenmesinde önemli bir rol üstlenmiştir.

f) İstihdam Artışı ve Yeni İş Olanakları Yaratması

Emek yoğun üretim tekniğine dayanan bir sektör olarak kabul edilen turizm sektörü, geniş istihdam olanakları yaratabilmesi açısından önemli bir alan oluşturmaktadır (Çımat ve Bahar, 2003:14). Turizm sektörü, sadece

turistik tüketim harcamalarının yapılması ve bu yolla gelir yaratılmasından oluşmamaktadır. Bununla beraber turizm talebini karşılamak için işletmelerin yeni yatırımlar gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Diğer taraftan, turizm, yatırımın başlaması ile istihdam artışı sağlamaya başlarken, tamamlanmasıyla da o sektördeki nitelikli işgücünün istihdamı için yeni iş imkânları sunmaktadır. Konaklama, yiyecek-içecek, seyahat-ulaştırma ve rekreasyon alanlarında doğrudan, eğitim, bankacılar, tarım, inşaat ve sanayi gibi diğer sektörlerde ve yan sektörlerde ise dolaylı olarak iş olanakları yaratmaktadır (Tavmergen, 1998: 60). Böylece turizm sektörünün gelişimi istihdamı artırarak, ülke ekonomisine katkılar sağlamaktadır.

g) Ekonomik Gelişme ve Döviz Geliri Yaratması

Turizm, o ülkenin döviz gelirlerini arttırıcı bir etki yaratmakta ve ödemeler dengesini olumlu etkilemektedir. Ülkeler genellikle pozitif bir ödemeler dengesine ulaşmayı amaçlarlar. Bu yüzden bir ihracat çeşidi olarak algılanan turizm, birçok ülke tarafından teşvik edilmektedir.

h) Küçük Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesi

Turizmle ilgili birçok iş küçük çapta bir işletmecilikle sınırlı kalmaktadır. Turizmin yerel işletmelerle kurduğu ilişki ekonomide oluşan sızıntının azalması, potansiyel gelirin ve iş sahalarının değerlendirilmesi açısından önemlidir (Tavmergen, 1998: 62).

i) Hayat Standardının ve Kalitesinin Yükseltilmesi

Turizm sektörü özellikle gençlere ve kadınlara iş olanakları yaratmaktadır. Bu da ailelere ek gelir olarak yansımakta ve hayat standardını yükseltmektedir (Tavmergen, 1998: 62). Ayrıca turizmin geliştiği bölgelerde, ulaşım olanakları ile altyapı hizmetlerinin artması ve yeni iş sahalarının açılması bölgedeki hayat standartlarının seviyesini olumlu olarak etkilemektedir.

3.METODOLOJİ VE VERİ SETİ

Bu konudaki metodolojiye baktığımızda, Granger (1969) tarafından geliştirilen nedensellik testi ile seriler arasındaki nedensellik ilişkisi test edilemeye başlanmıştır. Ancak daha sonra serilerin durağanlık düzeyleri incelendiğinde birçok makroekonomik serinin düzeyde durağan olmadığı ortaya çıkmıştır. Granger ve Newbold (1974) durağan olmayan zaman serileriyle çalışılması halinde sahte regresyon problemiyle karşılaşılabilceğini göstermiştir. Bu durumda regresyon analiziyle elde edilen sonuç gerçek ilişkiyi yansıtmaz. Çünkü bu test istatistikleri standart dağılıma sahip olmadıklarından geçerliliklerini yitirmektedirler. Durağan olmayan zaman serileriyle yapılan regresyon analizleri, sadece bu seriler arasında bir eşbütünleşme (cointegration) ilişkisi varsa gerçek ilişkiyi yansıtabilir (Gujarati, 1999:726).

Bu soruna çözüm olarak Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilen hata düzeltme modeli (Error Correction Model) nedensellik

sınamalarında yaygın olarak uygulanmaya başlamıştır. Düzeyde durağan olmayan ancak aynı derecede farkı alındığında durağan hale gelen seriler arasında eşbütünleşme olması durumunda, geliştirilen bu yöntem ile nedensellik sınaması yapılabilmektedir. Kısıtlı bir VAR (Vector Autoregressive) modeli olan hata düzeltme modelinde nedenselliğin sınamasında F testi kullanılmakta ancak serilerin eşbütünleşik olması durumunda bu test istatistiği standart dağılıma uymadığı için geçerli olmayabilmektedir (bkz. Toda ve Yamamoto,1995; Giles ve Mizra,1998; Giles Williams,1999).

Ayrıca Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilen bu nedensellik sınamasında aralarında nedensellik ilişkisi araştırılacak olan serilerin eşbütünleşik olması şartı, bu testi eşbütünleşme testlerine bağımlı hale getirmiştir. Toda ve Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen gecikmesi arttırılmış VAR yöntemiyle nedensellik sınamasında ise seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi önemli olmamakla birlikte sadece modeli doğru belirlemek ve modeldeki değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesini bilmek yeterli olmaktadır. Bu çalışmada da seriler arasındaki nedensellik ilişkisini belirlemek için Toda ve Yamamoto (1995) tarafından geliştirilen gecikmesi arttırılmış VAR yönteminden faydalanılmıştır.

Çalışmada kullanılan veri seti üçer aylık Turizm Gelirleri ve GSYİH serilerinden oluşmaktadır. 1992:01 – 2006:02 dönemlerini kapsayan veriler Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) alınmıştır. Turizm Gelirleri serisi (milyon \$) ilk önce ortalama döviz kuru yardımıyla YTL' ye daha sonra GSYİH deflatörü ile reel hale dönüştürülmüştür. GSYİH serisi (bin YTL), 1987 bazlı fiyatlarla oluşturulmuş reel GSYİH serisidir. Çalışmamızda kullanılan her iki seride de mevsimselliğin etkisi görüldüğünden dolayı, seriler mevsimsellikten arındırılmış ve logaritmaları alınmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde Turizm Gelirleri Serisi: LTUR, GSYİH Serisi: LBY şeklinde ifade edilecektir.

4. AMPİRİK SONUÇLAR

Toda ve Yamamoto (1995), VAR modeline serilerin maksimum bütünleşme derecesi kadar fazladan gecikme eklenerek yapılacak WALD hipotez sınamasının Ki-kare (χ^2) dağılımına sahip olacağını ifade etmişlerdir. Toda ve Yamamoto (1995) yaklaşımı değişken seviyelerinde (Granger nedensellik testlerinde olduğu gibi ilk farklar yerine) standart bir VAR modeline uyar ve dolayısıyla serilerin bütünleşme derecelerinin yanlış belirlenmesi ihtimalinden kaynaklanan riskleri en aza indirir (Mavrotas ve Kelly,2001). Turizm Gelirleri(LTUR) ve GSYİH(LBY) serilerinden oluşan iki değişkenli VAR modeli aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

$$LBY_t = \sum_{i=1}^{k+d \max} \alpha_{1i} LBY_{ti} + \sum_{i=1}^{k+d \max} \beta_{1i} LTUR_{ti} + \mu_{1t} \quad (1)$$

$$LTUR_t = \sum_{i=1}^{k+d_{\max}} \alpha_{2i} LTUR_{ti} + \sum_{i=1}^{k+d_{\max}} \beta_{2i} LBY_{ti} + \mu_{2t} \quad (2)$$

k, VAR modelindeki gecikme sayısını, $d_{\max}$ ise modele giren değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesini ifade etmektedir. Bu yaklaşımın temel düşüncesi, VAR modelindeki gecikme sayısını modele giren değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesi kadar arttırmaktır. Denklem (1) için temel hipotez $i \leq k$ için $\beta_{1i} = 0$ şeklinde kurulur. Eğer temel hipotezi reddedemezsek turizm gelirleri ekonomik büyümenin nedeni değildir. Aynı şekilde denklem (2) için temel hipotez $i \leq k$ için $\beta_{2i} = 0$ şeklinde kurulur ve yine temel hipotezi reddedemezsek, bu durum ekonomik büyüme turizm gelirlerinin nedeni değildir şeklinde yorumlanabilmektedir. Bu yöntemdeki en önemli noktalardan bir tanesi gecikme uzunluğunun doğru olarak belirlenmesidir. Gecikme sayısının belirlenmesi için Akaike, Schwarz ve Hannan Quinn gibi bilgi kriterlerinden yararlanılmıştır.

İlk önce modelde yer alan değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesini bulmak için Dickey ve Fuller (1981) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Dickey-Fuller (Augmented Dickey-Fuller) testi yardımıyla durağanlık düzeyleri belirlenmiştir. ADF testi sırasında gecikme uzunluklarının belirlenmesi için Schwarz bilgi kriterinden yararlanılmıştır.

Tablo 1: ADF Test Sonuçları

Değişkenler	T İstatistikleri	ADF Test İstatistiği %1	ADF Test İstatistiği %5
LBY	-2.659	-4.127	-3.490
LTUR	-3.080	-4.133	-3.493
Δ LBY	-7.938*	-4.133	-3.493
Δ LTUR	-14.977*	-4.130	-3.492

Not: Her iki seride sabit ve trend içerdiğinden dolayı test sabit ve trendli olarak yapılmıştır. *%1 de anlamlılığı gösterir

Yapılan ADF testi sonuçlarına göre her iki seride birinci farkı alındığında durağan çıkmıştır. Bu durumda modelde yer alan değişkenlerimizin maksimum bütünleşme derecesi ($d_{\max}=1$) olarak bulunmuştur. İkinci olarak VAR modelinde kullanılacak gecikme sayısının belirlenmesi gerekmektedir. Bunun için en büyük gecikme uzunluğu 8 olarak seçilmiş olup Akaike(AIC), Schwarz(SC) ve Hannan Quinn(HQ) gibi kritik değerleri en küçük yapan gecikme uzunluğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 2: VAR Modelinde Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme Sayısı	AIC	SC	HQ
1	-4.135	-3.905	-4.047
2	-4.356	-3.974*	-4.210*
3	-4.360*	-3.825	-4.156
4	-4.231	-3.543	-3.969
5	-4.286	-3.445	-3.966
6	-4.238	-3.244	-3.859
7	-4.124	-2.976	-3.687
8	-4.047	-2.747	-3.552

* En düşük bilgi kriterini sağlayan gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Tablo 2'deki sonuçlara bakıldığında, SC ve HQ bilgi kriterlerinin gecikme sayısını 2 olarak verdikleri görülmektedir. Ancak modelin hata terimlerinin grafikleri incelendiğinde AIC bilgi kriterinin önerdiği 3 gecikmenin otokorelasyon problemini ortadan kaldırdığı görülmüştür. Bu nedenle modelin gecikme uzunluğunun 3 olarak alınması uygun bulunmuştur. VAR modelinin gecikme sayısı belirlendikten sonra bu gecikme sayısına, modele giren değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesi olan 1 eklenerek $k + d_{\max} = (3 + 1) = 4$. dereceden VAR modeli çerçevesinde nedensellik analizi yapılmıştır. Oluşturulan VAR modeli SUR (Seemingly Unrelated Regression) metoduyla tahmin edilerek Tablo 3'deki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo 3: Nedensellik Analizi Sonuçları

Nedensellik Yönü			F test istatistiği	P değeri
LTUR	$\Rightarrow$	BY	2.528	0.470
BY	$\Rightarrow$	LTUR	7.249	0.046*

*%5 de anlamlılığı gösterir.

Bu sonuçlara göre, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada 1992:01-2006:02 dönemine ait üçer aylık turizm gelirleri ve GSYİH verileri kullanılarak Türkiye için önemli gelir unsurlarından biri sayılan turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi Toda-Yamamoto yöntemi çerçevesinde incelenmiştir. Elde edilen test sonuçlarına göre literatürde Türkiye için yer alan çalışmaların aksine, nedenselliğin yönü ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bulunmuştur. Bu sonuca göre, Türkiye'nin daha fazla turizm geliri elde etmek için istikrarlı ve sürdürülebilir bir büyüme hızını yakalaması gerektiği söylenebilir.

Türkiye’nin sağlıklı bir büyüme stratejisi oluşturması ve uygulayacağı politikalarla dünyada bu alanda yapılan yatırımları kendine çekmesi, hem doğrudan yabancı yatırımların artmasına hem de yapılan bu yatırımlar sayesinde daha fazla turistin gelmesiyle turizmden sağlanan gelirin artmasına neden olabilir. Sonuç olarak, turizm Türkiye için önemli bir döviz girdisi sağlamaktadır. Bu açıdan devletin bu alandaki yatırımları teşvik edici ve destekleyici politikalar uygulamasının yanında ekonomik büyümenin de istikrarlı bir şekilde sağlanması gerektiği ortadadır.

KAYNAKÇA

1. BAHAR, O. (2006) Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, Yönetim ve Ekonomi, 13 (2), 137-150
2. BULUT, E. (2000). Türk Turizminin Dünya’daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3, 71-85.
3. ÇİMAT, A. ve BAHAR, O., (2003) Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (6), 1-18.
4. DICKEY, D.A. and W.A., FULLER (1981)“Likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series with A Unit Root”, *Econometrica*, 49 (4), 1057-1072.
5. ENGEL, R.F. and GRANGER, C.W.J. (1987) Co-integration and Error Correction Representation, Estimation and Testing, *Econometrica*, Vol. 55, No.2, pp. 251-276.
6. GILES, J.A. ve MIZRA, S.,(1998). Some presetting issues on testing for Granger non-causality. Econometric Working Papers, EWP9914, Department of Economics, University of Victoria, Canada.
7. GILES, J.A. ve WILLIAMS, C.I., (1999). Export-led growth: a survey of the empirical literature and some non-causality results. *Econometric Working Paper EWP9901*, Department of Economics, University of Victoria, Canada
8. GRANGER, C.W.J. (1969) Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica*, 37 (3) August, pp.424-438.
9. GRANGER, C.W.J., NEWBOLD, P.(1974) Spurious Regressions in Econometrics. *Journal of Econometrics*, 2(2), 111-120.
10. GUJARATI, D.N. (1999) *Temel Ekonometri*, (Çev. Ü. Şenesen & G.G. Şenesen). İstanbul Literatür Yayınları.
11. GÜNDÜZ, L. ve HATEMİ, A. (2005) Is The Tourism-Led Growth Hypothesis Valid for Turkey?, *Applied Economics Letters*, 12 (8), 499-504.

12. KAR, M., ZORKİRİŞÇİ E. ve YILDIRIM, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (8), 87-112.
13. KASMAN, S. ve KASMAN, A., (2004) Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi, *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 220, 122-131.
14. MAVROTAS, G. and KELLY, R., (2001). Old wine in new bottle: testing causality between savings and growth. *The Manchester School Supplement*, pp. 97-105.
15. OPUŞ, S., (2001). Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum'daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15, 3-4, 37-58.
16. ÖZEN, A., (2006), Turizm Sektör Raporu .[http://www.gedik.com/Analiz/ER_TURIZM_160804 .pdf](http://www.gedik.com/Analiz/ER_TURIZM_160804.pdf), (27.08.2006)
17. TAVMERGEN, İ.P., (1998). Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Türkiye Örneği, *Hazine Dergisi*, 12, 53-66.
18. TODA, H.Y., YAMAMOTO, T., (1995). Statistical inference in vector auto regressions with possibly integrated process. *Journal of Econometrics* 66, 225-250.
19. UNUR, K., (2000) Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-17.
20. UYSAL, D., ERDOĞAN, S. ve MUCUK, M. (2004) Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003), *Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8, 163-170.
21. YAVUZ, N.Ç., (2006) Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisinin Testi: Yapısal Kırılma ve Nedensellik Analizi, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 7 (2), 162-171.
22. YILDIRIM, J. ve ÖCAL, N., (2004) Tourism and Economic Growth in Turkey, *Gazi Üniversitesi, Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 15 (52-53), 131-141.
23. Geleceğe Açılan Kapımız: Turizm, http://www.kulturturizmhaber.com/default_tr.asp?BELGENO=57900, (27.08.2006)