

Türkiye ve AB 27 Ülkelerinde Turizm Gelirlerini Belirleyen Faktörler: Panel Veri Analizi

Sibel Selim*
Celal Bayar Üniversitesi

Pınar Eryiğit**
Celal Bayar Üniversitesi

Öz

Turizm, yarattığı 3.2 trilyon doların üzerindeki gelir ve dünya GSMH toplamı içindeki %6'lık payıyla büyük bir endüstridir. Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarını hızlandırmaları için ihtiyaç duyulan döviz sağlama, ülkede üretim çeşitliliğini artırması ve istihdam oluşturmaları bakımından çok önemlidir. Bu nedenle, doğal ve tarihi zenginliklere sahip olan birçok gelişmekte olan ülke, turizm sektöründeki pazar paylarını arttırabilmek için bu alandaki ürün ve hizmetlere çok daha fazla önem vermeye başlamıştır. Bu çalışmada amaç, 2005-2011 yılları arasında 27 AB üye ülkesi ve Türkiye'ye ait ihracat geliri, turist sayısı, turizm harcaması, ülkenin Akdeniz'e kıyısının olup olmaması ve internet kullanıcıları sayısı değişkenlerinin turizm gelirlerine olan etkisinin panel regresyon modeli kullanılarak incelenmesidir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, ilgili değişkenlerin turizm geliri üzerindeki etkisinin istatistik olarak anlamlı ve pozitif olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler

Turizm gelirleri, panel veri analizi, tesadüfi etkiler modeli, esnek genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi, Türkiye, AB27

Factors Determining the Tourism Revenues in Turkey and EU 27: Panel Data Analysis

Abstract

With an income over 3.2 trillion dollars and its share of 6% within the total GDP, tourism is a large industry. Tourism is important particularly in terms of providing the foreign currency required by the developing countries in order to accelerate their progress, increasing the production variety in the country and creating employment. Therefore, many developing countries with natural and historical wealth have started to pay more attention to products and services in this area, in order to increase their market shares in the tourism sector. Aim of this study is to investigate the effects on tourism revenues of the export revenues, the number of tourists, tourism spending, countries bordering the Mediterranean Sea, the number of internet users variables using panel regression models during 2005-2011 periods in the 27 EU member countries and Turkey. The findings from this study, the effect on related variables on tourism revenue is statistically significant and positive.

Keywords

Tourism revenue, panel data analysis, random effects model, feasible generalized least square method, Turkey, EU27

* Doç. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Manisa, sibel.selim@cbu.edu.tr

** Öğr. Gör., Celal Bayar Üniversitesi, Kula Meslek Yüksek Okulu, Manisa, pinarer45@hotmail.com

Yirminci yüzyılın son çeyreğine kadar kabul gören kapalı ekonomilerin yerini günümüz dünyasında küreselleşme almıştır. Kaynakların sınır gözetilmeksizin tüketilmesinin yolunu açan ve sınırları yok sayan bu kavram, kapalı ekonomiyi benimseyen ülke ekonomilerine daha da acımasız davranarak ekonomisi zayıf ülkelere gelişmiş ülkeler karşısında çok az rekabet şansı vermektedir. Böyle zor ekonomik koşullar altında gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler açısından bakıldığında turizm, önemi giderek artan bir sektör olmakla birlikte cankurtaran niteliği de taşımaktadır. Sahip olunan doğal güzellikler ve kültürel zenginlikler doğru ve akılcı politikalarla pazarlandığında ülkelerin ekonomik dengelerini olumlu yönde etkileyen vazgeçilmez bir gelir kaynağı olmaktadır (Aktaş, 2005).

Turizmin tarihsel gelişimine bakıldığında, Avrupa ve Avrupa Birliği ülkelerinin turizm sektörünün merkezini oluşturduğu görülmektedir. Günümüzde ise AB ülkeleri, dünya turizmine yön veren ve dünya turizminin gelişiminde etkili bir rol oynayan bir yapıya sahiptir ve aynı zamanda en etkili turizm bölgesidir. Dünyada önde gelen 40 turizm ülkesinin 12'si AB'ye üye ülkeler oluşturmaktadır. İtalya, İspanya, Fransa, Yunanistan, Portekiz'de deniz-kum-güneş ağırlıklı kitle turizmi, Batı Avrupa'nın büyük kentlerinde moda, kongre, iş, festival gibi etkinlikleri içine alan kültürel turizm, Orta Avrupa ülkelerinde kış turizmi ve termal turizm ön plana çıkmaktadır (Türsab,1999). AB'de ekonomik büyüme ve istihdamı desteklemek için turizm faaliyetleri büyük bir potansiyele sahiptir ve AB'nin GSMH'na % 4 oranda katkıda bulunmaktadır (Akerhielm ve diğerleri, 2003; AB'nin turizm politikası için bkz. Paula 2000; Akerhielm ve diğerleri, 2003, European Commission, 2006).

Farklı kültürlerden oluşan bir birliktelik olan AB'ye üye ülkeler arasındaki farklılıklar dünya turizminin tarihsel gelişiminde etkili rol oynamakta ve dünya turizmini yönlendirmektedir. Avrupa Ekonomik Topluluğu'ndan AB'ye geçiş sürecinde turizmin sosyo-kültürel bütünleşmeyi sağlayan ve hızlandıran bir rolü olduğuna inanılmaktadır. Hedeflerden biri de AB'de ortak turizm politikası

oluşturarak, kültürlerarası yakınlaşmayı sağlamak, turizm yoluyla çok kültürlülüğü ve toplumsal yakınlaşmayı teşvik etmektir. Ayrıca 1990'lı yıllardan itibaren tüm dünyada alternatif turizm arayışlarının yoğunlaşması ve turizm türlerini çeşitlendirme yönünde yapılan çalışmalar doğrultusunda Türkiye'nin kültürel, tarihsel ve doğal çekicilikler bakımından nerdeyse tüm turizm türlerinin geliştirilmesine olanak tanıyacak güce sahip olduğu bilinmektedir (Emekli, 2005).

Türkiye'nin turizm ile ilgili kalemleri incelendiğinde turizm gelirlerinin turizm giderlerinden daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun nedeni Türkiye'nin dışarıya turist gönderen ülke olmaktan öte sahip olduğu turizm potansiyeli nedeniyle daha çok turizm çeken ülke olmasıdır. Kişi başına gelir açısından Türkiye'nin ortalama 10000 \$ gelir ile gelişmekte olan ülkeler arasında üst gelir grubunda yer alması, ülke vatandaşlarının yurt dışı turistik tatil yerine yurt içi tatili tercih etmelerine neden olmaktadır. 1985 yılından sonra turizm gelirlerinin artış nedeni ise ülkeye gelen turist profilinin daha çok yüksek gelir grubunda yer alan AB ülkesi vatandaşlarından oluşmasıdır (İnançlı ve diğerleri, 2012). Türkiye'de turizm gelirleri 1990-2000 yılları arasında 2.5 kat, 2000-2011 yılları arasında ise yaklaşık 2.3 kat artarken turizm giderleri ise 1990-2000 yılları arasında 3.29 kat, 2001-2011 yılları arasında ise 2.86 kat artış göstermiştir. Turizm gelirleri 2011 yılı itibarıyla 17.798 milyon \$ iken turizm giderleri bu yılda 4.976 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir (www.tursab.org, www.kultur.gov.tr, www.tuik.gov.tr).

Ülkelere döviz getirici kalemlerden biri de ihracat gelirleridir. Türkiye'de 1980 sonrası, dış ticarete yönelik olarak ekonominin dışa açılmasını sağlamak, kaynak dağılımında etkinliği arttırmak ve ülke içi pazarı uluslararası sistemle bütünleştirmek amacıyla dışa açık, ihracata yönelik politikaların uygulamaya başlanması, 1983'ten sonraki yıllarda ihracat gelirlerinde önemli bir artışa neden olmuştur (Varol 2003). Bu artış, ülke ekonomisinin ihtiyaç duyduğu döviz kaynağının ihracat ile birlikte arttırılmasına neden olmuştur. Bunun sonucu olarak da turizm, ülke ekonomileri

için önemli bir sektör haline gelmiştir (Alagöz ve Erdoğan, 2008).

Türkiye için turizm, doğanın ve tarihin kendisine sunduğu bir nimettir. Bulunduğu coğrafya yüzünden çoğu zaman başı ağrıyan Türkiye'nin yine aynı coğrafyada mevcut doğal ve kültürel zenginlikleri, kendisine önemli bir gelir getiren hazinedir (Aktaş, 2005). Önemi giderek artan turizm sektörünün Türkiye ekonomisine katkılarının oldukça fazla olduğu görülmektedir. Turizm, Türkiye için milli gelire katkı sağlaması, önemli bir döviz kaynağı olması, ödemeler dengesi problemlerinin giderilmesini sağlamada ve yeni istihdam olanakları oluşturarak işsizliğin azaltılmasına yardımcı olması nedenleriyle Türkiye'nin ekonomik kalkınma stratejisinde anahtar sektör olarak kabul görebilecek bir konuma sahiptir (Jimenez, 2002; Büyüker İşler, 2008).

Turizm, gerek gelişmekte olan, gerekse gelişmiş ülkelerin ekonomileri açısından en önemli kaynaklardan biridir. Turizm, insanları ve kültürleri yakınlaştırması yanında, ekonomik ve sosyal yararları nedeniyle hem AB'nin hem de Türkiye'nin önem vermesi gereken konulardandır. Bu önemle bu çalışmada amaç, 2005-2011 yılları arasında 27 AB üye ülkesi ve Türkiye'ye ait ihracat geliri, turist sayısı, turizm harcaması, ülkenin Akdeniz'e kıyısının olup olmaması ve AB 27'ye ait olan kukla değişken ile internet kullanıcıları sayısı değişkenlerinin turizm gelirlerine olan etkisinin panel regresyon modeli kullanılarak incelenmesidir. Türkiye ve AB ülkeleri için turizm gelirlerinin belirleyicileri konusunda literatürde yapılmış olan çalışmaların daha çok yatay-kesit verileri kullanılarak yapıldığı veya zaman serileri ile yapılan ampirik çalışmaların belli bir dönemdeki mevcut durumu yansıttığı görülmektedir. Dolayısıyla literatürde daha önce kullanılmayan hem kesit hem de belli bir zaman dilimi boyunca meydana gelen gelişme ve değişmeyi ele alan panel veri analizi ile bu çalışmada Türkiye ve AB 27'de turizm gelirlerini belirleyen faktörler incelenerek literatüre katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Literatür Araştırması

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, turizm konusunda pek çok çalışma yapıldığı görülmektedir. Yapılan bu çalışmadan farklı olarak literatürdeki çalışmalar, genellikle turizm göstergeleri özellikle turizm talebi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri inceler niteliktedir. İlgili literatür aşağıda sunulmuştur.

Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002), turizmin İspanya'nın ekonomik büyümesine olan katkısını eşbütünleşme ve nedensellik testlerini kullanarak araştırmış ve turizmin İspanya ekonomisini uzun dönemde olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca çalışmada son otuz yılda, İspanya ekonomisinin dış ticaret açığının kapanmasında turizmin sağladığı döviz gelirlerinin önemli bir rol oynadığını belirtmiştir. Çımat ve Bahar (2003), Türkiye'ye gelen toplam yabancı turist sayısı, turizm geliri, turist başına harcama, turizmin milli gelir, ihracat ve toplam yatırımlar içindeki payı ile turizm tesis ve sayısı değişkenlerini kullanarak turizmin 1980 yılından günümüze kadar çok büyük bir gelişme kaydettiğini ve Türk ekonomisinin en önemli sektörlerinden biri olduğunu göstermiştir. Narayan ve Prasad (2003), Fiji'de reel GSYİH ile turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi analiz ettikleri çalışmadan elde edilen sonuçlar iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişkinin bulunduğunu göstermiştir. Diğer taraftan uzun dönemde turizm gelirlerinin reel GSYİH'nın, kısa dönemde ise reel GSYİH'nın turizm gelirlerinin Granger nedeni olduğu sonucuna ulaşmıştır. Dritsakis (2004), turizmin Yunanistan'ın ekonomik büyümesine olan etkisini uzun dönemde VAR yaklaşımını kullanarak analiz etmiştir. Çalışmadan ekonomik büyüme ile uluslararası turizm gelirleri ve reel döviz kuru ile uluslararası turizm gelirleri arasında güçlü bir nedensellik ilişkisinin var olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Aktaş (2005), yaptığı çalışmasında turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenleri incelemiş ve ileri doğru değişken seçme tekniğiyle bu değişkenlerin, turist sayısı ve seyahat acentesi sayısı olduğunu belirlemiştir. Turist sayısının turizm gelirini

doğrudan etkilemesi beklenen bir sonuç olmasına karşın çalışmadan elde edilen bulgular, seyahat acentesi sayısının turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenlerden biri olduğunu göstermiştir. Brakke (2004), çalışmasında turist sayısı, döviz kuru, turizm gelirleri, GSMH ve ihracattaki turizmin payı değişkenleri kullanılarak yapılan analizlerde GSMH'daki dalgalanma ile ihracattaki turizmin payı arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Alagöz ve Erdoğan (2008), 1985-2005 yılları arasında Türkiye'nin elde ettiği turizm ve ihracat gelirlerindeki gelişmeleri ele alarak, bu gelirlerin cari işlemler dengesi üzerine etkisini incelemiştir. Trend analizi kullanılarak yıllık bileşik büyüme hızları hesaplanmış ve grafiksel olarak ele alınmıştır. Çalışmada 1985-2005 yılları arasında Türkiye ekonomisi için döviz getirici unsurların başında yer alan turizm ve ihracat gelirlerinin zaman içerisinde artma eğilimi gösterdiği ve bu dönem içerisinde iki önemli krizin yaşanmasına rağmen, ihracat gelirlerinin yıllık bileşik büyüme hızının %10,5, turizm gelirlerinin ise %13 düzeyinde olduğu ortaya koyulmuştur. Lee ve Chien (2008), turist sayısı, turizm gelirleri, döviz kuru ve reel GSMH değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisini birim kök testleri ve eşbütünlükme uygulayarak analiz etmiş ve bu değişkenler arasında benzer yapısal bir bağlantının olduğunu ispatlamıştır. Bahar ve Baldemir (2008), 1980- 2005 yılları arasında Türkiye'de uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığını ihracat ve turizm verilerini kullanarak analiz etmiştir. Elde edilen bulgulara göre turizmden ihracata doğru tek yönlü pozitif bir ilişki bulunmuştur. Mohebi ve Rahim (2010) panel veri analizi ile Malezya'nın turizm harcamalarının belirleyicilerini ele almıştır. Harcama modelinin sonuçları, Malezya'nın kişi başı gelirinin turizm harcamaları üzerinde pozitif etkiye ve Malezya'nın fiyat indeksinin negatif etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Aykaç Alp (2010), Türkiye'de turizm sektörünün ekonomik büyümeye olan etkisini incelediği araştırmasında bu sektörden elde edilen gelir ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi T-VAR (Threshold Vector Autoregressive) analizi ile test etmiştir. Elde edilen bulgular turizm

gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişkiyi göstermekle birlikte bu pozitif ilişkinin turizmden elde edilen gelirden %30'un üzerinde artış olması halinde ortaya çıktığını göstermiştir. Yurtseven (2012), Türkiye için turizm büyüme hipotezini test etmiştir. Çalışmada turizm gelirleri, kişi başı GSMH, ihracat ve döviz kuru arasındaki uzun dönemli ilişki ve nedensellik incelenmiştir. Ayrıca iki değişkenli analiz turizm gelirleri ile kişi başı GSMH arasında uygulanmıştır.

Kara ve diğerleri (2012), Türkiye'de 1992-2011 döneminde turizm gelirleri ile çeşitli makro ekonomik büyüklükler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmadan elde edilen bulgular, ekonomik büyümeden turizm gelirlerine tek yönlü; turizm gelirlerinden cari işlemler dengesine doğru çift yönlü ve döviz kurundan turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermiştir. Kutlar ve Sarıkaya (2012), Türkiye'nin 1964-2007 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'ye gelen turist sayısı ve turistlerin bıraktıkları gelir arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Turizm gelirleri ve gelen turist sayısı ile ilgili yapılan tahminlerde, ARMA modelleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular, turizm gelirleri, ülkeye gelen turist sayısı ve yurt dışına çıkan turist sayısı ile GSMH arasında uzun dönemli bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Polat ve Günay (2012), Türkiye'de 1969-2009 döneminde ihracat geliri, turizm geliri ve GSMH arasındaki ilişkiyi Johansen eşbütünlükme ve nedensellik ile analiz etmiştir. Elde edilen sonuçlar ihracat gelirleri, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu ve hata düzeltme modeline dayalı nedensellik analizi ihracat ve turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru sadece tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu göstermektedir.

Ekonometrik Analiz

Çalışmada Kullanılan Veriler, Değişkenler ve Tanımlayıcı İstatistikler

Bu çalışmada, 27 AB üye ülkesi ve Türkiye'de 2005-2011 yılları arasındaki ihracat geliri, turist sayısı, turizm harcaması, ülkenin Akdeniz'e kıyısının olup

SELİM, ERYİĞİT / Türkiye ve AB 27 Ülkelerinde Turizm Gelirlerini Belirleyen Faktörler...

olmadığı ve internet kullanıcıları sayısının turizm gelirlerine olan etkisi panel regresyon model kullanılarak incelenmiştir. Bu amaçla kullanılan veriler, Dünya Bankası tarafından yayınlanan Dünya Kalkınma Göstergelerinden (World Development Indicators) elde edilmiştir. İhracat gelirleri, turizm harcamaları, turizm gelirleri \$

cinsinden, turist sayısı yıllık toplam ülkeye gelen kişi sayısı ve 100 kişi başına internet kullanıcıları sayısı olarak alınmıştır. Bu çalışmada kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1 ve ülkelere göre turizm gelirleri verileri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

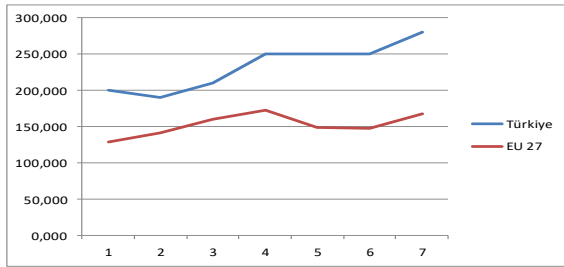
Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	Min	Max
<i>AB 27 ülkeleri</i>				
Turizm gelirleri	1,53E+10	1,84E+10	4,50E+08	7,00E+10
Turizm harcamaları	1,46E+10	2,27E+10	2,80E+08	1,10E+11
Turist sayısı	1,39E+07	1,82E+07	793000	8,10E+07
İhracat gelirleri	2,97E+11	4,02E+11	5,80E+09	2,10E+12
İnternet kullanıcıları sayısı	60,6045	18,43213	15,46	94
<i>Türkiye</i>				
Turizm gelirleri	2,33E+10	3,30E+09	1,90E+10	2,80E+10
Turizm harcamaları	4,33E+09	9,25E+08	3,30E+09	5,50E+09
Turist sayısı	2,71E+07	5727960	1,90E+07	3,40E+07
İhracat gelirleri	1,51E+11	2,91E+10	1,10E+11	1,90E+11
İnternet kullanıcıları sayısı	73,11143	13,35341	57,76	92,3

Tablo 2. 2005-2011 Yılları Arasında Türkiye ve AB 27 için Turizm Gelirleri (Turizm Gelirleri /100000 \$)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Avusturya	180.000	190.000	210.000	240.000	210.000	210.000	220.000
Belçika	110.000	120.000	120.000	130.000	120.000	120.000	130.000
Bulgaristan	31.000	33.000	42.000	49.000	43.000	40.000	46.000
Kıbrıs	26.000	27.000	31.000	32.000	25.000	24.000	27.000
Çek Cumhuriyeti	58.000	67.000	78.000	89.000	79.000	80.000	85.000
Danimarka	53.000	56.000	60.000	63.000	56.000	57.000	60.000
Estonya	12.000	14.000	14.000	16.000	14.000	14.000	17.000
Finlandiya	31.000	35.000	43.000	49.000	41.000	45.000	56.000
Fransa	520.000	540.000	640.000	680.000	590.000	560.000	650.000
Almanya	410.000	460.000	490.000	530.000	470.000	490.000	530.000
Yunanistan	130.000	140.000	160.000	180.000	150.000	130.000	150.000
Macaristan	48.000	50.000	56.000	71.000	67.000	63.000	69.000
İrlanda	68.000	77.000	93.000	100.000	85.000	82.000	96.000
İtalya	380.000	420.000	460.000	490.000	420.000	400.000	450.000
Letonya	4.500	6.200	8.800	11.000	10.000	9.600	11.000
Litvanya	9.800	11.000	12.000	13.000	11.000	11.000	14.000
Lüksemburg	36.000	36.000	40.000	45.000	41.000	41.000	48.000
Malta	9.200	9.700	12.000	13.000	11.000	13.000	15.000
Hollanda	170.000	180.000	200.000	210.000	180.000	190.000	210.000
Polonya	71.000	81.000	120.000	130.000	98.000	100.000	120.000
Portekiz	90.000	100.000	130.000	140.000	120.000	130.000	150.000
Romanya	13.000	17.000	21.000	26.000	17.000	16.000	21.000
Slovakya	13.000	17.000	24.000	30.000	25.000	23.000	25.000
Slovenya	19.000	19.000	25.000	30.000	27.000	27.000	29.000
İspanya	530.000	580.000	650.000	700.000	600.000	590.000	680.000
İsveç	86.000	94.000	120.000	130.000	120.000	130.000	160.000
İngiltere	390.000	440.000	480.000	460.000	390.000	410.000	460.000
Türkiye	200.000	190.000	210.000	250.000	250.000	250.000	280.000

Kaynak: World Development Indicators,
<http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>

Tablo 1, ihracat gelirleri dışında turizm gelirleri, turizm harcamaları, turist sayısı ve internet kullanıcı sayısının Türkiye’de AB 27’den daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın konusu olan ülkelerin elde ettikleri turizm gelirleri daha ayrıntılı incelendiğinde Tablo 2’den de görüldüğü gibi 2005 yılından itibaren turizm gelirlerinde hem AB 27 üye ülkeleri hem de Türkiye’de artış görülmektedir. Türkiye’de 2008 yılında kriz nedeniyle turizm gelirlerinde bir düşüş meydana gelmiş ve 2010 yılına kadar bir artış ya da azalış olmamış ve bu yıldan sonra tekrar artış göstermiştir. AB ülkelerinde en fazla turizm gelirin sahip olan ülkeler Fransa, Almanya, İtalya, İspanya ve İngiltere’dir. 2005-2011 döneminde Türkiye’nin turizm gelirleri ortalaması genel AB 27 için olandan daha fazladır (bkz. Şekil 1 ve Tablo 1).



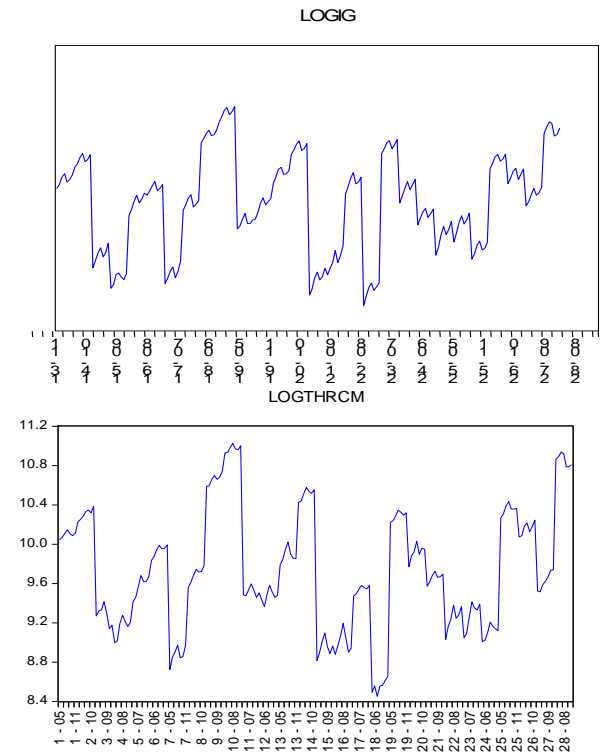
Şekil 1. 2005-2011 Yılları Arasında Türkiye ve AB 27 için Turizm Gelirleri (Turizm Gelirleri/100000)

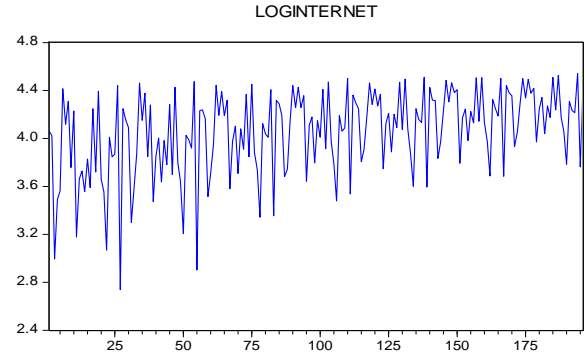
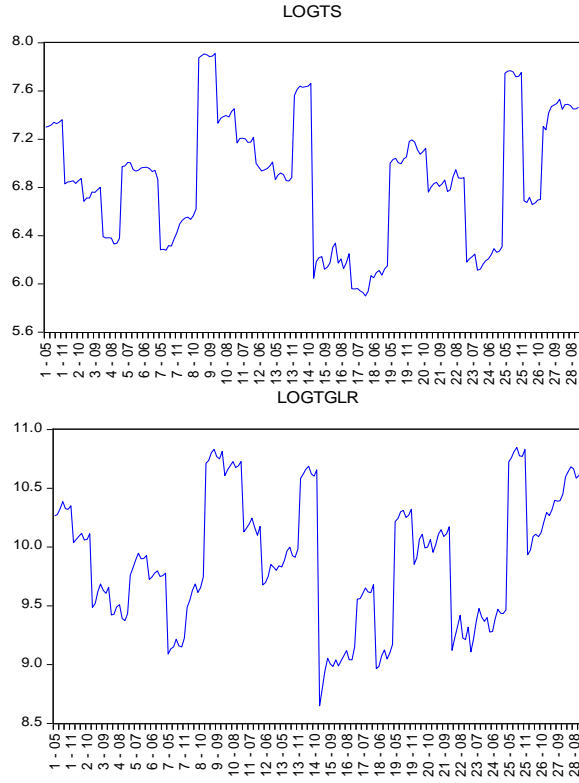
Birim Kök Testleri

Granger ve Newbold’a (1974) göre verilerin durağan olmadığı durumlarda incelenen değişkenler arasındaki regresyon çözümlemesi güvenilir olmamaktadır. Bundan dolayı regresyon çözümlemesinden önce değişkenlerin durağanlığının kontrol edilmesi gerekmektedir. Panel veri modellerinde birim kök sınavasını öneren önde gelen çalışmalar arasında Levin ve Lin (1992, 1993), Breitung ve Meyer (1994), Quah (1994), Maddala ve Wu (1999), Hadri (2000) ve Im, Pesaran ve Shin-IPS (2003) yer almaktadır. Son dönem çalışmaları arasında panel veri birim kök testlerinden yaygın kullanılan birim kök testleri

Levin-Lin ile Im Pesaran Shin testleridir. Bu çalışmada kullanılan değişkenlere ait birim kök testleri Tablo 3’te sunulmuştur. Im, Pesaran, Shin (2003), Harris-Tzavalis, Levin, Lin, Chu (2002) ve PP Fisher birim kök testlerinin sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, analize dâhil olan tüm değişkenlerin düzeyde durağan, yani $I(0)$ olduğu anlaşılmaktadır.

Serilerin düzey değerlerinde durağan olması, turizm geliri, turizm harcaması, turist sayısı, ihracat gelirleri ve internet kullanıcıları sayısı arasındaki ilişkinin analiz edilmesini mümkün kılmaktadır. Analizlerde kullanılan LOGIG, LOGTGLR, LOGTHRCM, LOGTS ve LOGINTERNET değişkenlerine ait kısaltma ifadeleri sırasıyla ihracat geliri, turizm geliri, turizm harcaması, turist sayısı ve internet kullanıcıları sayısının logaritmali hallerini göstermektedir. Şekil 2’de LOGIG, LOGTGLR, LOGTHRCM ve LOGTS serilerinin düzey değerlerinde durağan bir yapı gösterdiği görülmektedir.





Şekil 2. İhracat Geliri, Turizm Geliri, Turizm Harcamaları, Turist Sayısı ve İnternet Kullanıcıları Sayısı Serilerinin Grafiği

Tablo 3. Panel Birim Kök Testleri

Değişkenler	Levin-Lin-Chu t istatistiği (sabitli)	Harris-Tzavalis z ist. (sabitli)	Im Pesaran ve Shin W ist. (sabitli)	PP Fisher χ^2 ist. (sabitli)
Turizm Gelirleri	-12,9229*	-2,5047*	-4,960*	151,6619*
Turizm Harcamaları	-17,1211*	-2,3149*	-5,6092*	115,071*
Turist Sayısı	-10,7245*	-1,9595**	-2,7841*	93,1184*
İhracat Gelirleri	-12,3568*	-3,2369*	-4,1271*	-175,024*
İnternet Kullanıcıları Sayısı	-16,3673*	-12,8515*	-7,6769*	438,0532*

*, ** ve ***, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlılığı gösterir.

Bulgular

Bu çalışmada amaç, daha önce de belirtildiği gibi 2005-2011 yılları arasında 27 AB üye ülkesi ve Türkiye'ye ait ihracat geliri, turist sayısı, turizm harcaması, internet kullanıcıları sayısı, ülkenin Akdeniz'e kıyısı olup olmadığı ve AB 27'ye ait olan kukla değişkenin turizm gelirlerine olan etkisinin panel regresyon modeli kullanılarak incelenmesidir.

Tablo 4'te tesadüfi etkiler modeli ile otokorelasyon, birimler arası korelasyon ve farklı varyansa izin verildiği durumda elde edilen esnek genelleştirilmiş en küçük kareler (EGLS) regresyon modeli görülmektedir. Tablo 4'te de görüldüğü gibi Hausman (1979) testi, panel veri analizinde

kullanılan modellerden tesadüfi etkiler modelinin kabul edilmesi gerektiğini gösterir. Aynı zamanda Breusch and Pagan LM testi, birim etkinin varlığını yani havuzlanmış regresyon modeline göre tesadüfi etkiler modelinin seçilmesi gerektiğini göstermektedir. Ayrıca modelin varsayımları incelendiğinde, Levene, Brown, Forsythe F test ile farklı varyans olduğu sonucuna varılmıştır. Pesaran'ın testi, birimler arası korelasyonun varlığını göstermektedir. Ayrıca Modified Bhargava vd.. Durbin-Watson testine göre modelde otokorelasyon bulunmaktadır. Bu çalışmada elde edilen tesadüfi etkiler modelinde farklı varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon söz konusu olduğu için tesadüfi etkiler modeli yerine

bu varsayımlara karşı dirençli tahminçiler veren esnek genelleştirilmiş en küçük kareler regresyonu elde edilmiştir. Genelleştirilmiş en küçük kareler yöntemi, varyans kovaryans matrisinin bilindiği durumlarda kullanılabilir. Ancak çoğu durumda varyans kovaryans matrisi bilinmemektedir ve tahmin edilmesi gerekmektedir. Bu durumda EGLS yönteminin kullanılması söz konusu olmaktadır.

Elde edilen bu modelin genel olarak anlamlılığını gösteren Wald istatistiği oldukça yüksek ve anlamlıdır. Esnek genelleştirilmiş en küçük kareler modelinden elde edilen bulgulara göre, tüm değişkenlerin turizm gelirleri üzerindeki etkisinin

istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Turizm harcamaları, turist sayısı, ihracat gelirleri ve internet kullanıcı sayısındaki bir artış ülkelerin elde etmiş oldukları turizm gelirlerini arttırmaktadır. Ayrıca ülkenin Akdeniz'e kıyısının olması turizm gelirini artırıcı diğer bir faktördür. EGLS modelinden de görüldüğü gibi AB 27'nin turizm gelirleri Türkiye'den daha azdır. Turizm gelirleri ile turist sayısı arasında elde edilen sonuç, Erol ve Hassan (2013)'da elde edilen bulguları doğrulamaktadır.

Tablo 4. Tesadüfi Etkiler Panel Regresyon ve Esnek Genelleştirilmiş En Küçük Kareler Tahmin Modeli

Bağımsız Değişkenler	Tesadüfi Etkiler Panel Regresyon Modeli				EGLS			
	Katsayı	Std. Hata	z değeri	P> z	Katsayı	Std. Hata	z değeri	P> z
Turizm harcamaları	0,226	0,050	4,520*	0,000	0,239	0,036	6,550*	0,000
Turist sayısı	0,332	0,052	6,360*	0,000	0,475	0,025	19,100*	0,000
İhracat gelirleri	0,413	0,045	9,090*	0,000	0,253	0,034	7,460*	0,000
İnternet kullanıcıları sayısı	0,018	0,009	1,990**	0,046	0,010	0,006	1,650***	0,098
Ülkelerin Akdeniz'e kıyısı olup olmadığı	0,012	0,007	1,740***	0,081	0,012	0,004	2,820*	0,005
AB 27	-0,281	0,162	1,740***	0,083	-0,233	0,040	-5,800*	0,000
Sabit	1,015	0,395	2,570*	0,010	1,666	0,145	11,460*	0,000
Gözlem sayısı	196							
Grup sayısı	28							
Zaman periyodu	7							
Wald $\chi^2(6)$	832,68			0,000	5220,28			0,000
Breusch and Pagan Lagrangian multiplier test (tesadüfi etkilere karşı havuzlanmış model için) $\chi^2(1)$	498,30			0,000				
Hausman test istatistiği $\chi^2(5)$	10,89			0,054				
Farklı varyans testi								
Levene, Brown, Forsythe F test (W50)	3,013			0,000				
Otokorelasyon testi								
Modified Bhargava et al. Durbin-Watson	0,736							
Birimler arası korelasyon testi								
Pesaran's test of cross sectional independence	3,471			0,000				

*, ** ve ***, sırasıyla %1, %5 ve %10 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlılığı gösterir

Sonuç

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, politik, sosyal ve kültürel etkiler, özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde oynadığı rol gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte

olan ülkelerde de turizme verilen önemi artırmaktadır.

AB'ye üye ülkelerde turizm, gerçekleştirilmesi düşünülen yapısal değişikliklerin temellerinden birini oluşturmakta, bu bağlamda gerek AB kaynakları gerekse kendi kaynaklarından sağladıkları fonlarla turizm sektörünü geliştirmeye çalışmaktadır. Türkiye'de turizm, AB'ye uyum sürecinde, herhangi bir sektör olarak değil, bu süreçte öncü ve lider bir sektör olarak değerlendirilip ekonomi politikalarında önem verilen bir sektör olmuştur (Emekli 2005).

Bu çalışmada son yıllardaki turizm sektöründe gerçekleşen gelişimlere paralel olarak artış gösteren turizm harcamaları, ihracat gelirleri, turist sayısı, internet kullanıcıları sayısı, ülkenin Akdeniz'e kıyısı ve AB üyesi bir ülke olup olmadığının turizm gelirlerine etkisi panel veri analizi ile araştırılmıştır. Analizlerde 2005-2011 yılları arasında dönemde 27 AB üye ülkesi ve Türkiye'ye ait uluslar arası turizme ait göstergeler kullanılmıştır. Bu çalışmada kullanılan panel regresyon analizinde öncelikli olarak değişkenlerin durağanlıklarını belirlemek için birim kök testleri (Levin-Lin-Chu, Harris-Tzavalis, Im Peseran ve Shin, PP Fisher) uygulanmıştır. Birim kök testlerinin sonuçları; analize dâhil olan tüm değişkenlerin düzeyde durağan, yani I(0) olduğunu göstermiştir. Serilerin düzey değerlerinde durağan olması, turizm geliri, turizm harcaması, turist sayısı, ihracat gelirleri, internet kullanıcı sayısı ve ülkenin Akdeniz'e kıyısı ve AB üyesi bir ülke olup olmadığını gösteren değişkenler arasındaki ilişkinin analiz edilmesini mümkün kılmış ve panel veri regresyon modeli elde edilmiştir. Modelden elde edilen bulgulara göre, ihracat geliri, turist sayısı, turizm harcaması ve internet kullanıcı sayısının turizm gelirinine olan etkisinin istatistiki olarak anlamlı ve pozitif olduğu görülmüştür. Ayrıca Akdeniz'e kıyısı olan ülkeler daha fazla turizm gelirinine sahiptir.

Dünyada en çok turist çeken ülkelere bakıldığında Akdeniz havzasında uygun iklime, kıyılarına, yüzey şekillerine ve en önemlisi dünyaca ünlü kültürel, tarihsel değerlere, çeşitlilik gösteren mutfağa, renkli kültürel yaşama sahip ülkelerin ilk sıralarda yer

aldığını görülmektedir (Emekli 2006). Tüm bu özelliklere sahip Türkiye için turizm sektörüne gereken önem verilerek ülkenin gelişmişliğine katkıda bulunulabilecektir. Türkiye'de uygulanan turizm politikalarına daha fazla önem verilmesi ve uluslararası turizmde yaşanan yeni eğilimler takip edilerek turizm sektörünün şimdiki düzeyinden daha üst seviyeye çıkması sağlanması gerekmektedir. Bu amaçla turizm sektörünü teşvik eden politikalar çeşitlendirilerek ülke tanıtımı için daha fazla pay ayrılması Türkiye'nin geleceği için zorunlu hale gelmektedir. Turizm sektörü dinamik bir yapıya sahip olduğu bilinmektedir. Ancak uygulanan politikalarla turizmde istenilen hedeflere ne derece ulaşılabileceği tartışmaya açık bir konudur.

Kaynakça

- Akerhielm, P., Dev, C. S. ve Noden, M. A. (2003). Brand Europe: European Integration and Tourism Development. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 44:90.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi. Doğu Üniversitesi Dergisi, 6, 163-174.
- Alagöz, M. ve Erdoğan, S. (2008). İhracat ile Turizm Gelirlerindeki Değişimin Cari İşlemler Dengesi Üzerine Etkisi: 1985-2005. KMU İİBF Dergisi, 10 (14).
- Aykaç Alp, E. (2010). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28,13-24.
- Bahar, O. ve Baldemir, E. (2008). Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (4), 97-111.
- Balaguer, J. ve Cantavella-Jorda M. (2002). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case. Applied Economics, 34(7), 877-884.
- Barkke, M. (2004). International Tourism, Demand and GDP Implication: A Background and Empirical Analysis. Undergraduate Economic Review, 1(1),1-38.
- Breitung, J. ve Meyer W. (1994). Testing for Unit Roots in Panel Data: Are Wages on Different Bargaining Levels Cointegrated?. Applied Economic, 26 (4), 353-361.
- Büyüker İşler, D. Konaklama İşletmelerinde E-İş Sürecinin Adaptasyonunun Teknoloji Kabullenme Modeli ve Planlı Davranış Teorisi Çerçevesinde Değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim dalı, Doktora Tezi, Isparta, (2008).
- Çimat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. Akdeniz İİBF, Dergisi, (6),1-18.

- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis. *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Erol, N. ve Hassan, A. (2013). Comparative Analysis of Number of Tourist Arrivals in Turkey and Tourism Revenue According to Data of Turkish Statistical Institute-Turkstat. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(2), 3-14
- Granger, C.W.J. ve Newbold, P. (1974). Spurious Regressions in Econometrics. *Journal of Econometrics*, (2), 111-120.
- Hadri, K. (2000). Testing for Stationarity in Heterogeneous Panel Data. *The Econometrics Journal*,(3),148-161.
- Hausman J. (1979). Individual Discount Rates and the Purchase and Utilization of Energy-Using Durables. *The Bell Journal of Economics*, 10(1), 33-54.
- European Commission (2006). A Renewed EU Tourism Policy: Towards a Stronger Partnership for EU Tourism", Brussels. 17.3.2006, Erişim 10.05.2013, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0134:FIN:EN:PDF>.
- Im, K.S., Paseran H. ve Shin Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*, (115), 53- 74.
- İnançlı S., Ekici M. S. ve Babacan A. (2012). Gelen Yabancı Turist ve Yurtdışına Çıkan Yerli Turistler ile Kişi Başına Gelir Arasındaki Uzun Dönem İlişkisinin Belirlenmesi 1980-2011 Dönemi: Türkiye Örneği. *Sakarya İktisat Dergisi*, 1(3), 34-57
- Jimenez, L. S. (2002). Tourism Revenues and Residential Foreign Investment Flows in Spain: A Simultaneous Model. *Applied Economics*, 34 (11), 1399-1405.
- Kara, O, Çömlekçi, İ. ve Kaya V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992 – 2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar 2012, 8(1), 75-100
- Kutlar, A., Sarıkaya, M. (2012). Türkiye'ye 1964-2007 Döneminde Gelen Turist Sayısı ile İlgili Ekonometrik Bir Çalışma. *Sakarya İktisat Dergisi*, Cilt1, Sayı1: 1-22. Kültür Bakanlığı, www.kultur.gov.tr,
- Lee, C.C. ve Chien, M.S. (2008). Structural Breaks, Tourism Development and Economic Growth: Evidence from Taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77, 358-368.
- Levin, A. ve Lin C. (1992). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties", University of California, San Diego Working Paper, s. 23- 92.
- Levin, A. ve Lin C. (1993). Unit Root Tests in Panel Data: New Results. University of California", San Diego Working Paper, 56- 93.
- Maddala, G. S. ve Wu, S. (1999). A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and A New Simple Test. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Special Issue, 631- 652.
- Mohebi, M. ve Rahim, K. A. (2010). Revenue Determinants in Tourism Market. *American Journal of Applied Sciences*, 7 (12), 1593-1598.
- Narayan, P. K. ve Anad Prasad B.C. (2003). Does Tourism Granger Causes Economic Growth in Fiji?. *Empirical Economic Letters*, 2(5), 199-208.
- Paula, R. (2000). Tourism in the European Union. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(7), 436.
- Polat, E. ve Günay, S. (2012). Türkiye'de Turizm ve İhracat Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Testi: Eşbütünlük ve Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 16(2), 204-211.
- Quah, D. (1994). Exploring Cross-Section Variations for Unit Root Inference in Dynamic Data. *Economics Letters*, 44, 9-19.
- Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr
- TÜRSAB, (1999). Yeni bin yılda Euro, turizm ve Türkiye. İstanbul.
- TÜRSAB, www.tursab.org,
- Varol, G.M. (2003). Cumhuriyetin 80. Yılında 1923-2003 Türk Dış Ticaretinin Gelişiminin Kısa Tarihçesi. *Dış Ticaret Dergisi*, Özel Sayı: 159.
- Yurtseven, Ç. (2012). International Tourism and Economic Development in Turkey: A Vector Approach. *Afro Eurasian Studies*, 1(2): 37-50.
- World development Indicators, <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>.