



T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

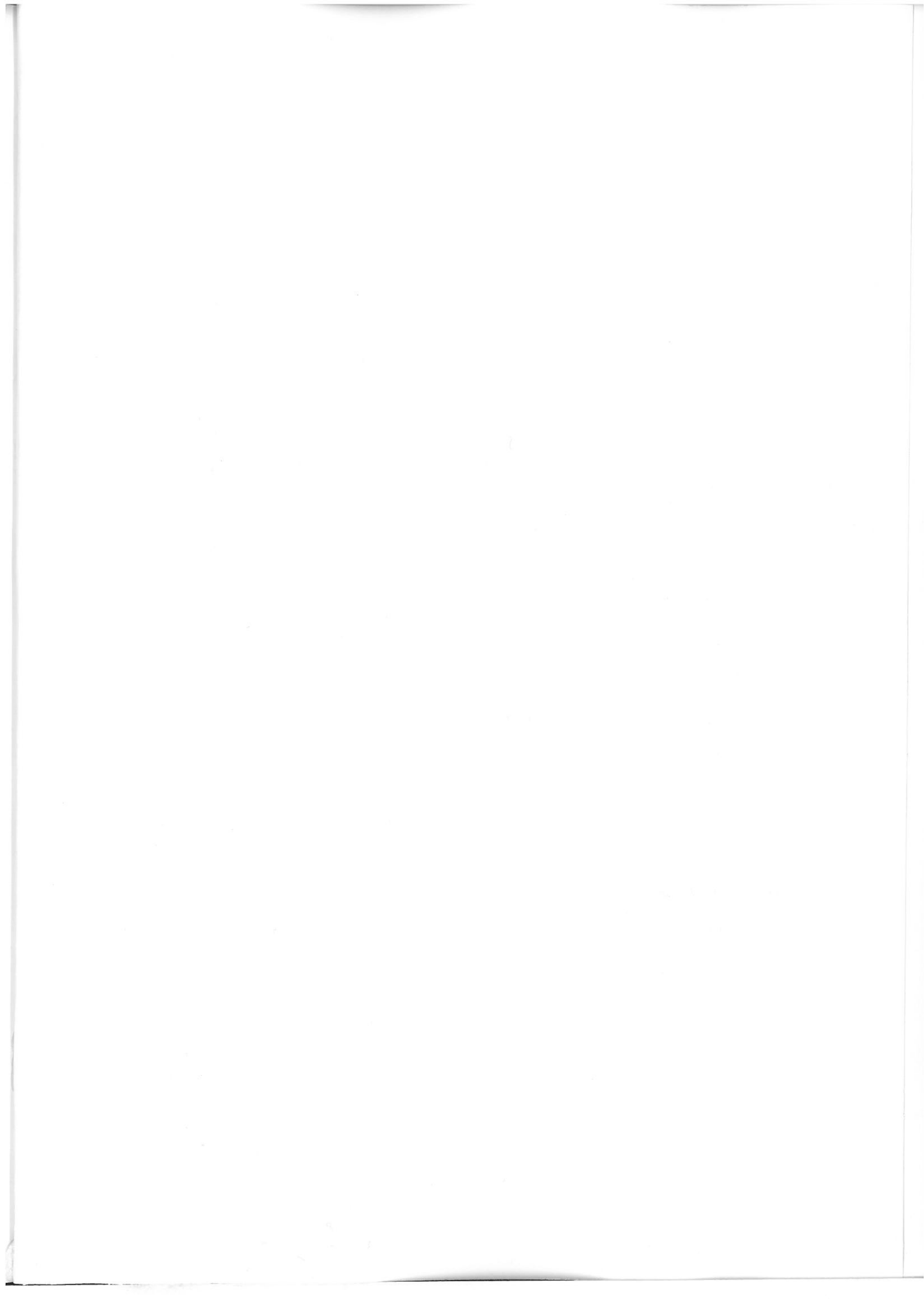
**TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Özlem ÖKTEM

Danışman
Prof. Dr. Alper ASLAN

Nevşehir
Ocak 2018





T.C.
NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

**TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ:
NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Özlem ÖKTEM

Danışman
Prof. Dr. Alper ASLAN

Nevşehir
Ocak 2018

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm metaryal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğini belirtirim.

Tezi Hazırlayan

Özlem ÖKTEM



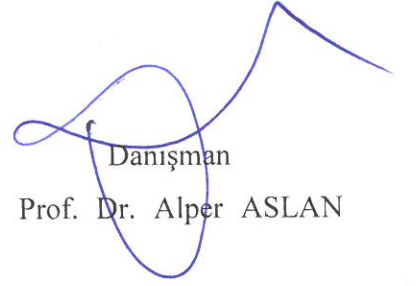
TEZ YAZIM KLAVUZUNA UYGUNLUK

'Turizmin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi : Nevşehir İli Örneği' adlı Yüksek Lisans Tezi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Tez Yazım Klavuzu' na Uygun olarak hazırlanmıştır.

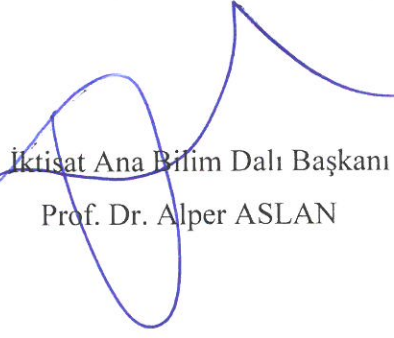
Tezi Hazırlayan
Özlem ÖKTEM



Danışman
Prof. Dr. Alper ASLAN



İktisat Ana Bilim Dalı Başkanı
Prof. Dr. Alper ASLAN



KABUL VE ONAY SAYFASI

Prof. Dr. Alper ASLAN danışmanlığında Özlem ÖKTEM tarafından hazırlanan 'Turizmin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Nevşehir İli Örneği' isimli bu çalışma, jürimiz tarafından Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

08./01./2018


JÜRİ

Danışman : Prof. Dr. Alper ASLAN

Üye : Doç. Dr. Oğuz ÖCAL

Üye : Yrd. Doç. Dr. Murat ESMERAY

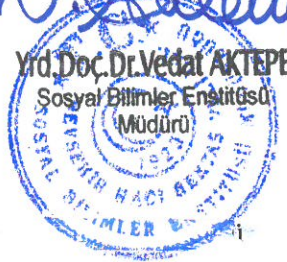
İMZA



ONAY

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu' nun .11./01./2018 tarih ve 2018:02:42..... sayılı kararı ile kabul onaylanmıştır.

11./01./2018


Yrd. Doç. Dr. Vedat AKTEPE
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Müdürü


TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ

Özlem ÖKTEM

**Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans, Ocak 2018**

Danışman: Prof. Dr. Alper ASLAN

ÖZET

Turizmin ekonomik büyümedeki payı bir çok araştırmacının çalışma konusu olmuştur. Bu çalışmada amaç 2004 – 2014 verilerini kullanarak Nevşehir ili için turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemektir. Nevşehir iline gelen yerli ve yabancı turistlerin GSYİH üzerindeki uzun ve kısa dönem etkileri sınanmıştır. Çalışmada ARDL ve Granger Nedensellik testleri kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlarda bölgeye gelen yerli turistlerin GSYİH' nın artışında yabancı turistlerden daha az etkili olduğu ortaya çıkmıştır. GSYİH' dan turizme doğru ve turizmden GSYİH' ya doğru nedensellik tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerli turist geceleme, yabancı turist geceleme, GSYİH, ARDL, Granger nedensellik analizi

**IMPACT OF TOURISM ON ECONOMIC GROWTH: NEVŞEHİR
PROVINCE EXAMPLE**

Özlem ÖKTEM

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences

Economics M.A., January 2018

Supervisor: Professor Doctor Alper ASLAN

ABSTRACT

The share of tourism in economic growth has been the work of many researchers. The aim of this study is to examine the effect of tourism growth on Nevşehir province using 2004-2014 data. The long and short term effects of GDP on domestic and foreign tourists coming to the Nevşehir Province have been tested. ARDL and Granger Causality tests were used in the study. Domestic tourists who came to the region from the results of the study were found to be less effective in increasing GDP than foreign tourists. From GDP to tourism, the causality from tourism to GDP has not been established.

Keywords: domestic tourist accommodation, foreign tourist accommodation, GDP, ARDL, Granger causality analysis

TEŞEKKÜR

Çalıőmam boyunca yardımlarını ve desteğini esirgemeyen ve bu alanda bana ilham veren değerli danıőmanım Prof. Dr. Alper ASLAN' a teőekkürü borç bilirim. Ayrıca, bugüne gelmemde en büyük pay sahipleri olan annem ve babama en içten teőekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ YAZIM KLAVUZUNA UYGUNLUK.....	ii
KABUL VE ONAY SAYFASI	iii
ONAY	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR VE SİMGELER.....	xi
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM TURİZM

1.1. Turizm Kavramı	3
1.2. Turizmin Sınıflandırılması	5
1.2.1. Seyahat Amaçlarına Göre Sınıflandırma	5
1.2.3. Seyahat Edilecek Yere Göre Sınıflandırma	7
1.2.4. Mevsimlere Göre Sınıflandırma	7
1.2.5. Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Sınıflandırma	8
1.2.6. Ulaştırma Araçlarına Göre Sınıflandırma	8
1.2.7. Turistlerin Geldiği Yerlere Göre Sınıflandırma.....	9
1.3. Turizm Çeşitleri	9
1.3.1. Sosyal Turizm	9
1.3.2. Dağ ve Kış Turizmi.....	10
1.3.3. Gençlik Turizmi	11
1.3.4. Üçüncü Yaş Turizmi	12
1.3.5. Yat Turizmi	12
1.3.6. İnanç Turizmi.....	12

1.3.7. Bavul Turizmi	13
1.3.8. Sağlık Turizmi	13
1.3.9. Gastronomi Turizmi.....	15

İKİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK BÜYÜME

2.1. Ekonomik Büyüme Kavramı	20
2.2. Ekonomik Kalkınma Kavramı	22
2.3. Ekonomik Büyüme Teorileri	23
2.3.1. Klasik İktisat Büyüme Teorisi	23
2.3.1.1. Adam Smith	24
2.3.1.2. David Ricardo	27
2.3.1.3. Thomas Malthus.....	30
2.3.2. Marksist Büyüme	32
2.3.3. Schumpeter Büyüme Teorisi.....	34
2.3.4. Neo Klasik Büyüme	36
2.4. Ekonomik Büyüme Oranı ve Ölçülmesi	42
2.5. Ekonomik Büyümenin Belirleyicileri	43
2.76. Ekonomik Büyümenin Türleri	47

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ : KAPADOKYA BÖLGESİ ÖRNEĞİ LİTERATÜRÜ VE AMPİRİK UYGULAMA

3.1. Turizm - Ekonomik Büyüme İlişkisi Literatürü.....	50
3.1.1. Çok Ülkeli Çalışmalar.....	50
3.1.2. Tek Ülkeli Çalışmalar	53
3.1.3. Türkiye Örnekleri.....	56
3.2. Veri Seti	61
3.3. Yöntem.....	61
3.3.1. ARDL Testi.....	61
3.4. Ampirik Sonuçlar	62

SONUÇ.....	75
KAYNAKÇA	76
ÖZGEÇMİŞ.....	87

KISALTMALAR VE SİMGELER

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADF	: Geliştirilmiş Dickey – Fuller Testi (Augmented Dickey – Fuller Test)
ARDL	: Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Yaklaşım
AIENT	: Dünya çapında turizm uzmanları ağı
DYSY	: Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları
ECM	: Hata Doğrulama Modeli
EKKY	: En Küçük Kareler Yöntemi
GDP	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
GSMH	: Gayri Safi Milli Haslı
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
ICCA	: Uluslar arası kongre ve kongre birliğı
MENA	: Orta Doğu ve Kuzey Afrika Ülkeleri
NARDL	: Nonlinear Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Yaklaşım
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş Birliğı Örgütü
PP	: Philips Peron
RGSYİH	: Reel Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTO	: Dünya Ticaret Örgütü
WTTC	: Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi
VAR	: Vektör Otoregresyon
VECM	: Vektör Hata Düzeltme Modelleri
Vd	: Ve Diğerleri

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Dağcılık sporuna uygun dağlarımız	10
Tablo 1.2. Türkiye'deki kış sporları merkezleri	11
Tablo 2.1. Nüfus ile gıda maddelerinin uyumsuzluğu	31
Tablo 3.1. ARDL modeli (kısa dönem) 2005-2014	63
Tablo 3.2. ARDL modeli (uzun dönem) 2004-2014	64
Tablo 3.3. ARDL hata düzeltme testi 2004-2014	65
Tablo 3.4. Model Kararlılık Testi.....	67
Tablo 3.5. ARDL testi (2005-2014)	69
Tablo 3.6. ARDL uzun dönem (2004-2014)	70
Tablo 3.7. ARDL hata düzeltme regresyonu (2004-2014).....	71
Tablo 3.8. Model Kararlılık Testleri.....	72
Tablo 3.9. Pairwise Granger nedensellik testleri (2004-2014).....	74

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Adam Smith'in büyüme modeli: iş bölümü ve büyüme	26
Şekil 2.2. Adam Smith'in büyüme modeli: büyüme ve durgunluk	27
Şekil 2.3. İşçi başına sermaye ve işçi başına hasıla	39
Şekil 3.1. Akaike bilgi kriteri.....	62
Şekil 3.2. Ön testler.....	66
Şekil 3.3. Cusum Testi.....	68
Şekil 3.4. Cusum Testi.....	68
Şekil 3.5. Akaike bilgi kriteri.....	68
Şekil 3.6. Ön Testler	72
Şekil 3.7. Cusum Testi.....	73
Şekil 3.8. Cusum Testi.....	74

GİRİŞ

Turizmi bünyesinde barındıran hizmet sektörü emeğin yoğun olarak rastlandığı bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm sektörü dünya çapında en hızlı gelişme kat eden sektörlerden biri konumunda bulunmaktadır. Ekonominin kalkınmasında turizm yadsınamaz bir sektördür ve bu durumun bir getirisi olarak da turizm gelirleri, ülkelerin ekonomik altyapılarında yadsınamaz bir yer almalarının yanında büyüme üzerinde de etkili olabilmektedir.

Gelişmekte olan ülkeler bazında turizm gelirleri, ülkeye gelir sağlama ve üretim üzerinde bir hareketlilik sağlaması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda ülkeler ekonomik büyümelerini daha sürdürülebilir hale getirmek ve istihdam seviyelerini yükseltmek, ayrıca sermaye yatırımları gerçekleştirmek için turizm gelirlerini arttırmayı hedeflemektedirler. Söz konusu hedefler doğrultusunda ülkeler uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmaya çalışmakta, bilimsel, kültürel ve spor alanında etkinlikler yapabilmek için çeşitli tesisler kurmakta, doğal, kültürel ve tarihi miraslarını öne çıkararak ülkelerini daha cazip hale getirerek daha fazla tanıtım yapmaya çalışmaktadırlar. Yapılan tüm çalışmalar ülke ekonomilerinde etkili bir role sahip olmaktadır.

Biz Nevşehir ilinde turizmi inceleyeceğimiz çalışmamızda ülke turizmi içerisinde Kapadokya bölgesine ait turizm gelirlerinin ülke ekonomisi üzerindeki katkısını ele alacağız. Bu kapsamda çalışmanın ilk bölümünde turizm kavramı detaylı bir biçimde ele alınacaktır. Ayrıca söz konusu kavramın sınıflandırılması yapılarak çeşitlerine değinilecektir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise ekonomi ve büyüme kavramı, ekonomik büyüme türleri ve teorileri açıklanacaktır. Son olarak

üçüncü bölümde de Nevşehir ilinde turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi ARDL modeli ve nedensellik testleri ile hesaplanıp belirlenmeye çalışılacaktır

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM

1.1. Turizm Kavramı

Tarihsel süreç boyunca insanlar, hayatlarını sürdürebilmek adına buldukları bölgelerden ayrılıp başka bölgelere gitmişlerdir. Bu zorunlu göçlerin edenleri arasında beslenme, barınma vb. temel gereksinimlerin dışında, ticari amaçlar ve sağlık problemleri adına da buldukları bölgeden farklı bölgelere giden bireyler vardır. Farklı olimpiyatlara yönelik Roma ve Mısır'da oyunların açığa çıkması ve ticari merkezi yolların bulunması da göç hususunda önemli bir rol almaktadır. Yer değiştirme, insanlık tarihinde farklı bölgeleri görmek için de yapılmış olup, Rönesans ve sanatın ön plana çıkması bireylerin ve dönem toplumlarının seyahat oranlarının ciddi derecede artmasına neden olmuştur (Metin, 2010: 52).

Kökenleri Latince "tornus" olan "turizm" sözcüğü dönme hareketini tanımlar niteliktedir ve İngilizce'de bulunan "tour" ve "touring" sözcükleri de Latince kökenli olan tornus sözcüğünden gelir (Hacıoğlu, 2013: 142).

5 Ağustos 1955 tarihli 5643 sayılı kararıyla Bakanlar Kurulu'nun yürürlüğe konulan Turizm İşbirliği Tüzüğü'nün 3. Maddesine göre turizm; "bir yere yerleşme amacı olmayan, o yeri gezip, görmek veya farklı nedenlerle toplu ya da kişisel olarak ziyaret etmektir." (6086 Sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu, 1955)

Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan açıklamaya göre; “gidilen bölgede gelir elde etmeksizin ve bahsi geçen bölgeye yerleşmek amacı olmadan bireylerin yabancı ülkelere yaptıkları ziyaretler” turizm olarak tanımlanır(UNWTO, 1995).

Kişisel ve küresel açıdan turizmin katkıları şu şekildedir (Kahraman ve Türkay, 2006: 87);

- Küresel ve bölgesel barışa katkı sağlar.
- Kültür ve eğitim düzeylerinin yükselmesine katkı sağlar.
- Yabancı dil öğrenme turizm ile birlikte yaygın hale gelir.
- Kırsal bölgeler kentselleşir.
- Kadın haklarının gelişimi ve modernleşme artara aile yapısı hususlarında yenilikler oluşur.
- Ülkelerin kültürel değerleri övgü alır.

Esas olarak turizm kavramı, boş vakitleri değerlendirme olarak tanıyan, hareket noktasına ağırlık verilen öğelere ve yaklaşım türlerine göre farklılaşan açıklamaları barındırmaktadır. Turizmle alakalı yapılmış tanımların içinde yalnızca ulaştırma yönünün araştırıldığı “nominal tanımlar”, iktisadi yönünün ele alındığı “ekonomik yönlü tanımlar”, gidilen bölgede yaratılan etki ve ilişkileri baz alan “uluslararası tanımlar” bulunur. Turizmi bilimsel olarak açıklamak üzere Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliğinin (AIEST)’in yaptığı tanımlar, turizm verilerinde uluslararası bir standart meydana getirme konusunda yardımcı olmak için “1937 Milletler Cemiyeti Tanımı” ve “1963 Roma Konferansı Tanımı” bu bağlamda yürütülen konuların esas hususlarını oluşturur. Turizm, Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği’ne göre: “Yabancıların kalıcı ya da geçici olarak gelir sağlamak adına yerleşik olmamakla beraber bir bölgeyi ziyaret etmelerinden doğan ilişki şeklindedir.” (Jones, 2005 : 56).

İnsan unsuru, turizm sektörünün temelinde bulunup, turizm işlemini gerçekleştiren birey turist olarak isimlendirilmektedir. Sayısal değerlerle turizm olayının

bahsedilebilmesi adına ilk olarak turistin kimliğini belirlemek gerekir. “Ziyaretçi” ve “turist” kavramları bütünü ile istatistiki verilerin doğru ve eksiksiz bir şekilde toplanarak turizm etkinliğinin hacmi ve diğer özellikleriyle alakalı bilgi edinmek adına gerçekleştirilir. Uluslararası kuruluşlar aracılığıyla özellikle ortaya konulan bahsi geçen açıklamalar, ülkelerin çoğu tarafından kabul görüp, turizmle ilgili veriler söz konusu açıklamalar şeklinde bir araya gelir (Toskay, 2006 :123).

1.2.Turizmin Sınıflandırılması

Turizm farklı şekillerdesınıflandırılmaktadır ve turistlerin gereksinimlerişeklinde dahil olduğu turizm durumunda bahsi geçen gruplandırmayı görmek doğru bir yaklaşım olmaktadır (Tutar ve Tutar, 2004 :76).

1.2.1. Seyahat Amaçlarına Göre Sınıflandırma

Seyahat amaçlarına turizm göre 6 grup altında ele alınmıştır vesöz konusu gruplar aşağıda gösterilmektedir(Toskay, 2006; Arınç, 2002; Tunç ve Saç, 1998; Şafak, 2003);

- Dinlenme, rekreasyon ve eğlence turizmi: Belirli dönemlerde insanların yoğun çalışma streslerini atabilmek, fiziksel ve bedensel yorgunluklarını giderebilmek adına, farklı yerlere yapmış oldukları yolculukları ifade eder.
- Kültür turizmi: Gezmeye gidilen bölgelerin farklı kültürel nitelikleri barındırması, turizmin oluşma döneminden günümüze kadar çekiciliğini yitirmemektedir, ancak geçtiğimiz dönemlerde ulaşım ve iletişim araçlarındaki teknoloji alanında ilerlemeler insanların farklı kültürleri tanıma, görme, öğrenme merakında artışa yol açmıştır. Kültür turizminin ortaya çıkmasına kültürel bölgeleri gezip görme isteği sebep olmuştur. Gerçekleştirilen bu seyahat ve konaklamalar, değişik bölge ve kültürleri görüp tanımak amacı ile yapılmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen seyahatin altında değişik sebepler bulunmaktadır. Kültürel turizmin

kapsamına, eski dönem toplumlarının müzelerini, tarihi yapılarını, eski sanat eserlerini tanıma, öğrenme, inceleme ve dini amaçlı seyahatler girmektedir.

- **İnanç turizmi:** Kişilerin dini inançlarının getirilerini yerine getirmek, inançlarını tatmin etmek amacı ile gerçekleştirdiği, gittikleri bölgelerdeki hizmetleri kullandıkları ilişki şeklidir. Başka bir açıdan, kutsal bölgeleri kapsayan turizm türüdür. İnsanları söz konusu mekânlara, yapılan ibadetlerin mekânlara bağlı olması yöneltir.

- **Sağlık turizmi:** Çeşitli sağlık problemlerini gidermek amacıyla kişilerin ikamet ettikleri bölgelerden farklı bölgelere gitmesi ve bahsi geçen yerlerdeki sağlık hizmetlerinden geçici olarak faydalanmasıyla ortaya çıkan turizm şeklidir.

- **Toplantı turizmi:** Toplantı veya bir başka deyişle kongre turizmi; ICCA'nın ortaya koyduğu standartlar bünyesinde; katılımcı sayısının minimum elli kişi ve insanların % 40'ının yabancı uyruklu olduğu, belirli aralıklarla düzenlenenektir. Rotası en az üç farklı ülkeyi kapsamaktadır.

- **Av turizmi:** Avın ve denetimli olarak avcılarının kullanımına sunulmasını, bahsi geçen kaynakların turistik bakımdan ele alınarak ülke turizmine ve ulusal iktisada katkı sağlamasını amaçlayan faaliyetler av turizmi olarak isimlendirilmektedir. Açılan bölgeler ve acenteler, avlanma amacı ile av meraklıları adına düzenlenen av programları, av turizminin kapsamına girer.

Bu bağlamda turizm 2 grupta sınıflandırılmıştır. Bunlar (Urry, 2009: 48);

i. **Kişisel turizm:** Herhangi bir organizasyona bağlı olmaksızın yapılan bireysel turizmdir.

ii. **Kitle turizmi:** Kitle turizmi, seyahat ve tatillerin önceden planlandığı, fiyat ve bütçeleri bilinen çoğu zaman grup şeklinde ve çeşitli tur firmalarının organize edip düzenlediği turizm türüne denir. Kitle turizmi modern toplumun bir özelliğidir ve hizmet ve altyapı çeşitliliğinde gelişmelere sebep olur. Aynı zamanda bireysel açıdan

sosyal deneyimler de kazandırmaktadır. Oldukça ilgi gören bu turizm çeşidine çok sayıda turist katılmaktadır.

1.2.3. Seyahat Edilecek Yere Göre Sınıflandırma

Turizm, seyahat edilecek bölgelere göreyse 5 başlık altında toplanır (Kozak vd., 2000: 67);

i. Kıyı turizmi:Kıyı turizmi, deniz, kum, güneş 3'lüsünden faydalanmak için bireylerin deniz kıyısı kesimlere doğru yapmış oldukları seyahat türüdür.

ii. Yat turizmi: Konaklama ve yolculukların yatla yapıldığı turizm etkinlikleridir. Turistlerin kendi yatları veya kiraladıkları yatlar vasıtasıyla sahil etrafında gezme etkinliklerini barındırmaktadır. Konaklama ve beslenme etkinliklerinin hepsi yat içinde sağlanır ve yatların gereksinimlerini karşılamak üzere marinalara demir atması istendiğinde ücret ödenmesi gereken sistemdir.

iii. Yayla turizmi:Bireylerin bitki örtüsü, bölgenin iklim nitelikleri ve doğal güzelliklerden yararlanmak amacıyla yapmış oldukları seyahat türüdür.

iv. Termal turizm: İyileştirici özelliği bulunan termal sulardan, sağlık ve termal amacıyla faydalanmak üzere gerçekleştirilen seyahat şeklidir.

v. Dağ turizmi:Doğa ile iç içe olmak, dağlık yerlerin doğal güzelliklerinden faydalanmak ve kış mevsiminde karla yapılan çeşitli aktivitelerden faydalanmak için gerçekleştirilen turizm çeşididir.

1.2.4. Mevsimlere Göre Sınıflandırma

Mevsimlere göre turizm 2'ye ayrılmaktadır. Bunlar. Bunlar (Olalı, 1990: 89);

- Yaz turizmi: Doğadan ve güneşin yaz aylarındaki etkili halinden ve faydalanmak adına yaz aylarında yapılan seyahatler yaz turizmi olarak isimlendirilmektedir.
- Kış turizmi: Genellikle dağ turizmini kapsayan kış aylarındaki sert hava koşullarından dolayı insanların kardan değişik aktivitelerle faydalandıkları turizm türüdür.

1.2.5. Turistlerin Gelir Düzeylerine Göre Sınıflandırma

Turistlerin gelir seviyelerine göre turizm 2 başlık altında toplanır (Aydınalp, 2016 : 48);

- **Lüks turizm:**Lüks tüketim aktivitelerinin gerçekleştirildiği ve gelir seviyeleri oldukça yüksek olan insanların katılımlarıyla gerçekleşen turizm çeşididir.
- **Sosyal turizm:** Alım gücü yetersiz veya düşük halk kesiminin bazı önlem ve tevikler ile turizm aktivitelerine katılımı ve turizm etkinliklerden yararlanması sosyal turizm kapsamına girer.

1.2.6. Ulaştırma Araçlarına Göre Sınıflandırma

Ulaştırma araçlarına göre turizm 4 farklı kola ayrılmaktadır. Bu kollar aşağıdaki gibidir (Olalı, 1990 :88);

- **Havayolları turizmi:** Tarifeli havayolları ya da charter sistemi uçakları tercih eden insanların turistik amaçlı yolculuklarıdır.
- **Denizyolları turizmi:** Denizyolu araçlarıyla bireylerin yaptıkları seyahatleri barındırmaktadır.
- **Karayolları turizmi:** Karayollarını, toplu taşımayı ya da bireysle otomobilleri tercih ederek yapılan seyahatler olarak bahsedilebilir.

- **Demiryolları turizmi:** Bireylerin trenleri kullanarak yaptıkları turistik amaçlı seyahatlerdir. Özellikle Avrupa ve ABD’de tercih edilen bir turistik ulaşım çeşididir. Avrupa’da öğrencilere dair “Inter-rail” turları düzenlenir.

1.2.7. Turistlerin Geldiği Yerlere Göre Sınıflandırma

Bu turizm türü 2 grupta incelenmektedir. Bunlar (Aydınalp, 2016:68);

- **İç turizm:** Bireyleri, vatandaşı oldukları devlet bünyesinde farklı illere gerçekleştirmiş oldukları seyahat çeşididir. İç turizmin döviz etkinliklerine katkısı olmaz.
- **Dış turizm:** Bireylerin farklı ülkelere yaptıkları seyahatleri ve turizm etkinliklerini kapsayan turizm çeşididir. Aktif dış turizm ve pasif dış turizm olarak 2 gruba ayrılır. Yabancı ülke vatandaşlarının ülkeye gelmesi aktif, kendi ülke vatandaşlarının dışarıya çıkmasıysa pasif dış turizmdir.

1.3. Turizm Çeşitleri

1.3.1. Sosyal Turizm

Özel bazı önlem ve teşvikler yardımıyla gelir düzeyleri ve alım kapasiteleri düşük olan kesimin turizm ve satın alma faaliyetlerine katıldığı turizm çeşididir. Başka bir deyişle sosyal turizm, sözü edilen turizm etkinliklerinden yarar sağlayabilmeleri adına gerçekleştirilen çalışmalardan oluşmaktadır. Sosyal turizm 1950’li yıllardan günümüze dek hızlı bir şekilde ilerlemiştir. İlk defa İngiltere’de görülmüştür. 1840 senesinde Thomas Cook’un kurduğu ilk seyahat firması ve organizatörlüğü, sosyal turizm aktivitelerinin başlangıcıdır. 1936’da Belçika ve Fransa’da ücretli tatilin yasal olması, sosyal turizmin biçimli hale gelmesinin nedenlerindedir. Günümüzde sosyal turizm incelemelerinin 2 noktada toplandığı görülür. Bunlardan birincisi turizm etkinliklerine katılım yapacak olan bireylerin maddi olanaklarını geliştirmek ya da

olanak yaratıcı teşvikler getirmektir. İkincisiyse turizm arzını talebe uygun bir düzeyde tutmaktır. Sosyal turizm ülkemizde 1960'da ücretli senelik izin hakkının yürürlüğe girmesi ile başlamış olup, iklim şartları ve doğal yapının bölgelere göre çeşitliliği, sosyal turizmin geliştirilmesi bakımından uygun olmasına karşın sosyal turizmin iktisada istenen yararı sağlayabilmesi adına bazı teşvik edici tedbirlere ihtiyaç duyulmaktadır (www.turizm.info).

1.3.2. Dağ ve Kış Turizmi

Dağ turizmi, Türkiye'de son senelerde gelişme eğilimi göstermektedir. Dağlarda yürüyüş ve kamp kurmanın yanı sıra dağcılık, tırmanma sporunu da barındıran bir doğa sporu olarak karşımıza çıkar. Dağcılığa elverişli Türkiye'deyar alandağlar Tablo 1.1'de gösterilmektedir (Metin, 2010:67).

Tablo 1.1.Dağcılık sporuna uygun dağlarımız

Dağ	Bulunduğu İl
Ağrı Dağı	Ağrı
Beydağlar	Antalya
Erciyes Dağı	Kayseri
Boklar Dağları	Mersin
Aladağlar	Niğde
Kaçkar Sıradağları	Rize
Mercan Dağları	Tunceli
Süphan Dağı	Van

Kaynak: www.kulturturizm.gov.tr, Erişim: 10.04.2016

Belli yükseklikteki dağlarda kış turizmi, kayak sporunu yapmaya müsait kar şartlarının ve eğimli alanların uygun olduğu destinasyonlara yapılan seyahatlerin yanı sıra farklı aktivitelerden de faydalanmayı kapsayan ve yılın belli dönemlerinde gerçekleştirilen faaliyet ve ilişkilerin tamamı biçiminde tanımlanır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2015). Ülkemizdeki kış sporları merkezleri Tablo 1.2'de gösterilmiştir.

Tablo 1.2.Türkiye’deki kış sporları merkezleri

Kış Sporları Merkezi	Bulunduğu İl
Erciyes Kış Sporları Turizm Merkezi	Kayseri
Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezi	Erzurum
Sarıkamış Süplian Cıbiltepe Balıkdağ Çamurludag TM	Kars
Uludağ Kış Sporları Turizm Merkezi	Bursa
Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi	Kastamonu/Çankırı
Daviaz Dağı Kış Sporları Turizm Merkezi	İsparta
Köroğlu Dağı Turizm Alanı	Bolu
Hasandağı Kış Sporları Turizm Merkezi	Aksaray
Zigana Turizm Merkezi	Gümüşhane
Alanya Akdağ Kış Sporları Turizm Merkezi	Antalya
Kop Dağı Turizm Merkezi	Bayburt
Ladik Akdağ Kış Sporları Turizm Merkezi	Samsun
İlgaz Kadınçayını Yıldıztepe KTKGB	Çankırı
Çakırgül Turizm Merkezi	Gümüşhane
Kanepe Turizm Merkezi	Kocaeli
Alanya Akseki Turizm Merkezi	Antalya
Sapgör Kış Sporları Turizm Merkezi	Bitlis
Erganı Dağı KTKGB	Erzincan
Tarsus Gülek KarboSazi KTKGB	Mersin
Fethiye Seki-Eren Dağı Kış Sporları Turizm Merkezi	Muğla

Kaynak: www.kulturturizm.gov.tr, Erişim: 10.04.2016

1.3.3. Gençlik Turizmi

Yeni yerleri ve sosyal yaşam tarzlarını görmeleri ve kişiliklerini geliştirmek konusunda gençlerin seyahat etmeleri ve seyahate teşvik edilmesi ciddi derecede önemlidir.Maddi odurumu kısıtlı ve genel olarak eğitime devam eden genç nüfusun kendilerine verilen indirimli olanakları değerlendirerek gerçekleştirdikleri seyahat türüne gençlik turizmi denmektedir. İzci kampları, spor, gençlik, genç nüfusun

eğlenme ve dinlenme, değişik kültürleri ve yerleri görüp öğrenmeleri bakımından yararlı olan turizm etkinlikleri kapsamındadır (İçöz vd., 2007:87).

1.3.4. Üçüncü Yaş Turizmi

Genellikle çalışma hayatını bitirmiş yani emekli olan ve belirli yaşın üzerinde bulunan bireylerin buldukları yerden ayrılarak değişik ülkelere dair yaptıkları seyahatler 3. yaş turizmi olarak kabul görmektedir. Üçüncü yaş turizmi grubundaki bireyler, uygun iklim şartları, sağlık hizmetlerinin yaygınlığı vb. bazı olanaklara dikkat etmektedirler (İçöz vd., 2007:89).

1.3.5. Yat Turizmi

1970’de “Mavi Yolculuk” adıyla başlamış olan deniz gezileri; 1983’te 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’yla yabancı bayraklı yatlara beş yıl süreyle ülkemizde kalma iznini verip, bu sektöre katkı sağlamıştır. Gezi ve spor amacıyla türk karasuları ve limanları arasında turizm hizmet ticareti, serbestçe çalışma olanağı vermesiyle beraber oluşan evrensel rekabet ortamında 1983-1992 seneleri arası hızlı bir şekilde ilerleme kat etmiş ve deniz turizmi sektörü oluşmuştur (www.kultur.gov.tr).

1.3.6. İnanç Turizmi

Kutsal kabul edilen alanların turizm olgusu içerisinde ilgili dinlere mensup turistler tarafından ziyaret edilmesinin değerlendirilmesine “inanç turizmi” denir. Dini mekanların, kutsal şehir ve tapınakların bireyleri tarafından ziyaret edilmesini tüm dinlerin rehberleri şart koşmaktayken ayrıca ekonomik bir hareket başlamasına sebebiyet vermişlerdir ve bu nedenle günümüze kadar geçen süreçte, bu şehir ve tapınakların bulunduğu ülkeler, bu ziyaretlerden her daim yararlanmışlardır(Kaya, 2009:76).

1.3.7. Bavul Turizmi

Doğu ülkelerinin 1990'lı senelerde dağılması ile birlikte Bavul Turizmi meydana gelmiştir. Gümrük duvarlarını aşabilmek, ülke içerisindeki ve ürünü ilk elden alabilmek için ziyaretçilerin gittikleri ülkeden yüklü miktarda ticari mal alarak, bavullar ile gümrükten geçirmeleri vasıtası ile gerçekleştirilen turizm çeşididir. Dış ödemeler bilançosunda bir tür çeşit ticari etkinlik olarak görülmesi gerekirken ülkemiz bu kalemi turizm gelirleri bölümüne dahil eder (İçöz vd., 2007:85).

1.3.8. Sağlık Turizmi

Sağlığın geri kazanılması, tedavi olmak, sağlığın korunması ve geliştirilmesi amacıyla eğlenme, dinlenme tatilini de barındırabilen seyahat ve konaklamalara sağlık turizmi denir (Aydın, 2015). Sağlık turizmi kısaca sağlık turizmi tedavi amacıyla yapılan seyahatlerdir. Bir başka deyişle sağlık turizmi, fizik tedavi ve rehabilitasyon ihtiyacı olanlar ile beraber uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan turizm çeşididir” biçiminde tanımlanır (www.kultur.gov.tr, 2016).

Sağlık Turizm Derneği'nin tanımına göreyse, bulunulan yerden yurtiçi ya da yurtdışı olacak şekilde başka bir yere herhangi bir sağlık nedeniyle hizmet almak adına yapılan seyahatlerdir (Boz, 2004:46).

Sağlık turizmi Ross (2010)'a göre ise; yaşadıkları yerden başka yerlere sağlık amacıyla seyahat eden bireylerin oluşturduğu turizm çeşidi olarak bahsedilmektedir.

Hastalar kaliteli sağlık hizmetini en uygun şartlarda sunmak, sağlık turizminin amacıdır ve bunu sağlarken hasta ailelerinin de durumunu dikkate almak önem taşımaktadır. Yaşlanan nüfusla beraber ülkelerin sağlık hizmetlerine ayırdığı bütçe de yükselmektedir. SGK'lar nüfusun yaşlanması ile beraber artan Sağlık Hizmetleri giderlerini dengelemek adına Sağlık Turizmi kapsamında uygun ülkelerle ikili

anlaşmalar yapmalı ve vatandaşları adına en uygun olanı sağlamak için uğraş göstermelidir. (Metin, 2010:74).

Geçtiğimiz senelerde, Türkiye'nin de gelişmiş ülkelerdeki sağlık hizmetleri ile rekabet edebilecek seviyede hizmet sunulmasından dolayı Türkiye'ye tedavi adına turistlerin geldiği göze çarpmaktadır. 1990'lı yıllardan sonra özellikle Türkiye'de kamu sağlık hizmetlerine ek olarak özel sektör de sağlık hizmetlerine ciddi yatırımlar uygulanmıştır ve bu gelişmeler sonucunda, Avrupa standartlarıyla yarışabilecek düzeyde özellikle büyük şehirlerdeki özel sağlık kuruluşu sayısı yükselmiştir. İşletme ve yapım açısından yüksek maliyetleri olan bu sağlık tesislerinin yurtdışı pazarlara açılması bu maliyetlerin azaltılması bakımından git gide zorunlu bir hal olmuştur. Aynı zamanda, ülkemizin coğrafi konumu ve sağlık sektöründeki yetişmiş ve eğitilmiş insan gücü sağlık turizminde ülkemizin önemli avantajları arasında bulunmaktadır (www.kultur.gov.tr, 2016).

Termal sularla ve çamurlarla tedavi günümüzde, iklim ve deniz tedavileri, mağara tedavileri ve güneş tedavileriyle beraber diğer destek ve sağlıklı insanların talep edebilecekleri rekreasyon hizmetleri termal turizm faaliyetleri olarak gerçekleşir. Çeken ve Avcıkurt'un çalışmalarında bahsettikleri gibi; bu hizmetlerde "termal su, çamur, iklim, deniz, güneş ve mağara vb. doğal kaynaklarla, kaplıca ve diğer ilgili işletmeler, nitelik ve nicelik durumları," sağlık turizminin arz yanını oluşturan belirli temel girdi öğeleridir (Avcıkurt ve Çeken, 1998:68).

Sağlık turizmi sektörü, kişilerin sağlık hizmeti için dünyanın farklı ülkelerine gitmesi sonucunda her geçen gün büyüme göstermektedir. Değişik unsurlar, insanların yaptıkları tercihleri etkilemektedir. Örneğin; İngiltere'de kendi ülkesinde alacağı sağlık hizmetinin yarı fiyatına olması, Kanada'daki hastaların uzun bekleme sürelerinden şikayetçi oluşları sağlık hizmet almak adına farklı ülkeleri tercih etmeleri konusunda örnek gösterilebilmektedir (www.cbc.ca).

Medikal turizm, sağlık turizmi çeşitlerinden biridir ve son zamanlarda en çok konuşulan konulardan biri haline gelmiştir. İnsanların sağlık hizmeti almak için ikamet ettikleri yerin dışına çıkmalarına medikal turizm denmektedir. Dünyada

milyarlarca dolarlık bir hacme ulaşarak sağlık turizmi, tüm ülkelerin iştahını kabartan hale gelmiştir. (Aydın vd. 2011).

Rekabette kalite yönetiminin, önemli bir rolü bulunmaktadır. Ayrıca pazar araştırması yapmak da büyük fayda sağlamaktadır. Hedeflenen pazarlar sağlık turizminde büyük önem taşır. Zira her ülkenin vatandaşının beklentileri birbirinden farklı olabilmektedir ve bu sebeple de hedeflenen ülkenin dili, kültürü, merkezine yakınlığı ve sosyo-ekonomik nitelikleri göz önünde olmalıdır. bu alanda ciddi mesafe kaydeden bir ülke olarak Hindistan'ı gösterebiliriz. Dilbilgisi çok iyi olan doktorları bunun en önemli sebebidir (Spivack, 2005).

Sağlık turizminin genişleme sebepleri Spivack (2005)'a göre aşağıdaki şekilde olduğu gibi sıralanabilmektedir:

- Başka bir ülkeden sağlık hizmeti almanın bekleme süresini kısaltması,
- Hastanın kendi ülkesinde hizmete ulaşamaması,
- Kaliteli sağlık bakım hizmetinin daha uygun olanaklar ile sunulması,
- Hastanın tatilde ya da iş seyahatindeyken sağlık bakımına gereksinim duymasıdır.

1.3.9. Gastronomi Turizmi

Kaynaklarda gastronomi turizmiyle alakalı mutfak turizmi ve yiyecek turizmi gibi kavramlar bulunmaktadır vebahsi geçen kavramlar genel olarak birbirlerinin yerine kullanılmalarına rağmen talep düzleminde niteliksel ve niceliksel olarak birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Aynı zamandabahsi geçen bu kavramlar öznesini yiyecek tüketimine dair turizm hareketlerinin oluşturduğu kavramlar olmalarıyla da birbirleriyle etkileşim durumundadırlar (Hall ve Sharples, 2003:11).

Long (2003:21) tarafından gastronomi turizmi, değişik bir mutfak kültüründeki yiyeceklerin hazırlanması, sunulması, tüketilmesi; mutfağı, öğünleri, yeme tarzlarını belirlemek için yapılan turizm türü olarak bahsedilmiştir. En genel tanımıyla

gastronomi turizmi kişilerin yiyecekler ve bahsi geçen yiyeceklerle alakalı tecrübelerini ortaya koyan bir olgudur. İlgili kavram ilk defa Long (1998) tarafından farklı kültürleri yiyecek yoluyla temsil etmek için yazına kazandırılan bir terim özelliğini taşımaktadır (Karim ve Chi, 2010:532).

Gastronomi turizmini Hall ve Sharples, (2003:28-29) aşağıdaki şekilde özetler;

- Gastronomi bölgesel kültürün bir parçasıdır ve turistlerce tüketilmektedir.
- Yerel turizmin evrensel çapta tanınmasının sağlandığı bir araçtır.
- Yerel, tarımsal ve finansal gelişmenin bir ögesidir.
- Rekabetçi hedef pazarlamanın bir anahtarıdır.
- Küreselleşme ve bölgeselleştirmenin bir göstergesidir.
- Belli tercihler ve tüketim modelleri olan turistlerce tüketilen bir servis ve üründür.

Kendi içinde turizm, gelişen bir sektör olma özelliğini devam ettirmekteyken, yiyecek-içecek sektörü de turistlerin farklı tatil seçeneği ve davranışı üstünde etkili olmaktadır. Bilinmeyen bölgesel lezzetleri denemek,yeni yerleri ziyaret etmek ve buna ek olarak yeni kültürleri, gelenekleri anlama ve takdir etme olanağı tanır.Yalnızca seyahatlerinin bir bölümü olarak yiyecek tüketen turistler ile davranışlarını, tutumlarını ve ziyaret edilecek bölge tercihlerini, gidilecek bölgedeki yiyeceğe yönelik belirleyen turistleri birbirinden ayırmak gerekir (Cook, Yale ve Marqua, 2009:127). Bir restorana yapılacak sıradan bir ziyaret gastronomi turizmi olarak görülmemektedir;

- a. Farklı nitelikleri barındıran bir yiyeceği tüketme isteği,
- b. Bir bölgeye ait bir ürünü tüketme isteği,
- c. Belirli bir aşçının hazırlamış olduğu bir yemeği tatma arzusu, gastronomiyle alakalı bir ziyareti güdüleyen nedenler arasında bulunmaktadır (Hall ve Sharples 2003:10).

Turistler için yemeklerin hazırlanmasının yanı sıra restoran ve otellerde, bölgesel yiyecek ve içeceklerle ilgili tecrübe edinmek amacıyla turistlerin seyahat etmesi anlamını barındıran gastronomi turizmi, bir toplumun kendini ifade etme şekli olan yemek kültürünü ele alır.,Gastronomi turizminin yapı taşı kültürdür ve bir özel ilgi turizmi olmasının yanı sıra gastronomi turizmi söz konusu bölgenin yemekleri sayesinde kültürel özelliklerinin de tanınmasına olanak veren bir kültür turizmi durumundadır (Çevik ve Saçılık, 2011: 510).

Gastronomi turizmi, hazırlanan yiyecek ve içeceklerin turistlere ilgi çekici bir şekilde sunulmasıdır ve bu konuda lezzetlerin bir gazeteci tarafından önerilmiş olması gereksinimi duyulmamaktadır. Gastroturist kibir barındırmayan araştırmacı bir kişilik niteliğinde olmalıdır. Tüketim, turizmin ayrılmaz bir parçasıdır ve turist görüntü ile seslerin dışında bir bölgenin tatlarını da tüketir. Başka bir kültürle bütünleşmek için yemek, önemli bir öge olup; kişiye “diğeri” aklı ile olduğu gibi duyuları ile de tanıma olanağı sunar.Bu sayede, bölgesel yiyecekler; bir turizm bölgesine ait niteliklerin en önemli noktasını oluşturmaktayken, turistlerin bahsi geçen bölgede edinecekleri deneyim, cazibe ve çeşitlilik de eklenmektedir (Demir, 2011: 51).

Hall ve Mitchell (2005: 10) tarafından gastronomi turizmi birincil ve ikincil yiyecek üreticilerini ve yiyecek festivallerini ziyaret etmek, yiyecekleriyle tanınmış belli bölgelerdeki konaklama firma ve restoranlarda üretimi gerçekleştirilen yiyecekleri tanımak ve tatmak amacıyla gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanmıştır.Tatil amacıyla gidilen bölgede yaşamını sürdüren yerel halk ve turist arasında gastronomi turizmi sembolik etkileşimle iç içe geçmiş duygusal bir bağ kurulmasını sağlayarak bölge imajı adına çok kuvvetli bir gelişimeyesebebiyet verir (Çevik ve Saçılık, 2011: 511).

Seyahat sırasında Gastronomi turizmi ürünleriyle zaman geçiren turistlere dair söz konusu kazanımlar motive edici nitelik kazandırmakla beraber turistlerin bölgesel yemek kültürüne ve buna bağlı olarak da yöre gelenek görenekleri ile ilgili bilgi

edinmesini sağlar. Turistlerin günlük hayatlarında çok sık kullandıkları halde dikkat etmedikleri yiyecek ürünlerine ya da bölgede kullanılan bir baharata tecrübeler yardımı ile sembolik anlamlar yüklenerek tatilin ardından da bölgenin her daim akılda kalmasını sağlamaktadır. Yerel etkileşim sürecinde yiyecek etkinlikleri bir araç görevi görmektedir ve başarılı bir gastronomi turizmi ile bölge markalaşması adınakriter niteliği taşımaktadır (Silkes, 2007:22).

Nadiren bir bölgeyi ziyaret etmek için bir neden olarak görülen yiyecek, genel olarak toplam ziyaret tecrübesinin bir parçası olarak görülür ancak turistlerin yeni ve otantik tecrübeler ve alternatif turizm çeşitlerini denemek istemelerinden dolayı, en önemli ve eğlenceli etkinlik konumunda bulunmaktadır (Demir, 2011: 52).

Tavsiye edilen en ilgi çekici olanaklardan biri olarak düşünülen gastronomi turizmi, bir tatil bölgesini pazarlama stratejisinde önemli bir rol üstlenmektedir. Günümüze kadar araştırmacıların çoğunluğu bölge mutfaklarının turistlerin tatil yeri seçimlerinde önemli etkisi olduğunu belirtmiştir. Yapılan açıklamalar baz alındığında gastronomi ve turizm arasındaki alaka, turistik hedefler ile gerçekleştirilen seyahatler sırasında zorunlu bir ihtiyaç olarak yiyecek tüketimi şeklinde ele alınabilecek, bölge seçimini ve seçilen bölgeden memnun kalma düzeyini etkileyen derin ve 2 yönlü bir ilişkidir (Karim ve Chi, 2010:532).

Küresel olarak gastronomi turizmine dair düzenlenen turlar Yüncü (2010: 22) tarafından 3 kategoride incelenmiştir;

- Fransa, İtalya ve İspanya, yemek pişirmeye yönelik eğitimleri içeren turlar için en önemli bölgelerdir vesöz konusu bölgelere doğru gerçekleştirilen turlar yemek yapımı ve şarap tadımı turlarıdır.
- Dünyaca ünlü bir şefin yaptığı yemeği yemek veya özel bir bölgenin bölgesel yemeğini yemek üzere düzenlenen turlar, İtalya'da zeytinyağı, Fransa'da peynir ve İspanya'da tapas denilen mezelerin tadımının yapıldığı turlardır.

- Belli bir ürün için özel olarak geliştirilmiş ve bahsi geçen ürünün üreticileri ile buluşma olanağı sağlayan turlar, Kosta Rika'ya yapılan kahve turları, Japonya ve Sri Lanka'ya yapılan çay turları ve Belçika ve İsviçre'ye yapılan çikolata turlarıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK BÜYÜME

2.1.Ekonomik Büyüme Kavramı

Gelişmişlik düzeylerine bakmadan her ülke için oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkan ekonomik büyüme kavramı gelişimine devam eden ülkeler için en temel ve önemli iktisadi amaçlardan birisi olarak çıkmaktadır. Gelişimini tamamlamış ülkeler belli bir büyüme hızına ulaşmış ve geldikleri konumda süreklilik sağlama ile ilgili zorluklarla karşılaşmazken; gelişimine devam eden ülkeler belli bir büyüme seviyesine ulaşma, süreklilik kazanma ve buna bağlı olarak ekonomik refahı yükseltme gayreti göstermektedirler (Demircan, 2003: 98).

Üretilen bir ürününe da verilen bir hizmetin kapasitesinde meydana gelen artış olarak tanımlanan ekonomik büyüme, ülke bazında düşünüldüğünde ülke vatandaşlarının her birine düşen milli gelirin sürekli olarak artması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Daha geniş bir kapsamla bakıldığında ise ekonomik büyüme: Toplumun ekonomisinde iktisadi uygulamaların ölçeğinde bir artışı ve iktisadi uygulamaların toplam ölçeğindeki artışın, ülkenin nüfusunda meydana gelen artıştan daha fazla olduğu için, kişi başına düşen milli gelirin artmasını işaret eder (Filiz, 2010: 12).

Dönem aralığı belirleme meydana gelen ekonomik büyümenin değerlendirilmesi için tespit edilmesi gerekli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak bir yıllık bir dönemde, üretimde meydana gelen artışa paralel olarak, milli gelirden (Gayri Safi Milli Hâsıla) görülen gerçek artış bize ekonomik büyümeyi vermektedir. Bir başka deyişle ekonomik büyüme, toplam üretim, yatırım, dışalım ve dışsatım gibi

unsurların, bir dönemden diğerine artarak aktarılmasıdır (Ok, 2008: 15). Ekonomik büyüme daha net bir ifade ile milli gelirden, bir önceki döneme kıyasla meydana gelen artış oranı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürün ve hizmet bazında üretimde meydana gelen artışla doğru orantılı olarak milli gelir de artar ve toplum daha fazla tüketmeye yönelir. Büyüme kavramı talep odaklı bir kavram olup, rakamsal ve niceliksel bir değeri ifade eder. Talepte meydana gelen toplam artışlarla gerçekleşen kısa dönemli reel gelir artışlarından farklı olarak ele alınır. Arza bağlı olmadan meydana gelen artışlar konjonktür kuramlarının alanına girmektedir. Sermaye birikimi ile teknolojik gelişme gibi, üretim faktörlerinde yapılan iyileştirmeler büyüme kavramının konusunu ve kapsamını oluşturmaktadırlar. Kısaca belirtmek gerekirse, arz cephesine ait problemler olarak ifade edilebilmektedir (Turhan, 2007).

Ekonomik büyüme kavramı üzerine yapılmış birçok farklı tanım bulunmakta olup, “bir ülke ekonomisinde üretim kapasitesinde meydana gelen büyüme”, “bir ülkede belli bir dönem içerisinde üretimi yapılmış olan ürün ve hizmet miktarında meydana gelen artış”, Reel Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (RGSYİH)’ da ya da Reel Gayri Safi Milli Hâsıla (RGSMH)’ da meydana gelen artış şeklinde söz konusu kavramı açıklamak mümkündür. Bir ülkenin bir yıl içinde yurtiçinde ya da yurt dışında bulunan vatandaşları tarafından piyasada üretilen ürün ve hizmetlerin finansal olarak ifade edilmesi kavramı Gayri Safi Milli Hâsıla (GSMH) olarak adlandırılmaktadır (Gündoğan, 2007: 225).

Bir ekonominin üretim hacminde belirli periyotlar içerisinde meydana gelen artış olarak ifade edilen ekonomik büyüme, genel olarak milli gelirin zamanla artması manasına gelmektedir. Büyüme, “Ekonomik açıdan nitelik ve niceliğe göre yığılı bir biçimde meydana gelen değişim ve gelişim manasına da gelmektedir. Söz konusu tanımlara göre, ekonomik gelişmişlik seviyesi, bir ülkede kişi başına düşen milli gelirle ölçülmektedir. Büyüme hızı ise, yıllık gerçek gelirin daha önceki yıllara kıyasla milli gelirden meydana gelen artış hızı olarak tanımlanmaktadır. İçinde bulunduğumuz yıllarda, ülkeler arasında meydana gelen hız büyük farklar göstermesinden dolayı, büyüme, ekonomik büyüme modelleri olarak öne sunulmaktadır (Turan, 2008: 11).

Ekonomik büyüme Bocutoğlu ve arkadaşları (2000) tarafından, milli geliringeçerk anlamda artış göstermesidir. Söz konusu duruma göre meydana gelen ekonomik büyüme; üretim kapasitesinin zamanla yükselerek ürün ve hizmet üretimindeki artışı tanımlamaktadır. Böylece milli gelirdede pozitif yönlü değişim gerçekleşecektir.

2.2.Ekonomik Kalkınma Kavramı

Belli bir alana da bir konuda gelişme, ilerleme anlamına gelenkalkınma kelimesi bazen, kendine yakın anlamlar taşıyan; gelişme, büyüme, ilerleme, sanayileşmegibi kavramlarla iç içe geçerek onların yerine kullanılır. Kalkınma kavramının tanımı farklı iktisatçılar tarafından farklı şekillerde yapılmış olmasına rağmen ortak bir karara varılmış bir tanım bulunmamaktadır. Her toplum için kalkınma önceliklerinin ve özelliklerinin farklı olması ortak bir tanımlama yapılamamasının altında yatan temel neden olarak karşımıza çıkmaktadır (Yüksek, 2010: 3).

İçerisinde bulunduğumuz dönemde ekonomik performansın ötesinde, daha çok insanların iyi bir yaşam sürdürebilmeleri ile açıklanan kalkınma kavramı,örnek olarak insanların daha fazla bir gelire değil de, daha uzun bir yaşama sahip olabilmeleri, iyi bir eğitim ve sağlık koşullarına sahip olabilmeleri ve söz konusu koşullara özgürce ulaşabilmeleri gibi konulara odaklanmaktadır (Taban ve Kar, 2008: 37).

Ekonomi ve iktisadi alanda yazılmış makalelere baktığımızda kalkınma ile gelişme kavramlarının bazen aynı anlamda kullanıldığı görülmektedir. Ekonomik kalkınma, bir ülkede üretim ve gelirdede meydana gelen artışlarının yanı sıra ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlarda yaşanan yapısal değişim süreci olarak ifade edilebilmektedir. Kalkınma kavramıyla, söz konusu ülkede yaşanan niceliksel artışların yanında niteliksel değişim yolundaki her şey dile getirilmektedir (Berber, 2011: 8).

Ekonomide meydana gelen kalkınma sürecinde tarım, sanayi, hizmet olarak adlandırılan temel sektörlerin Gayri Safi Milli Hâsıla'daki nispi paylarında değişiklikler gözlenmektedir. J.Fourastie ve C.Clark (1963)'ın incelemiş oldukları ve

üç sektör teorisi olarak ortaya koydukları analiz sonuçlarına göre, ekonomide meydana gelen gelişmenin ilk safhalarında tarım sektörünün ekonomi içindeki payı oldukça yüksek bir şekilde karşımıza çıkarken, sanayi ve hizmet sektörlerinin daha düşük paya sahip oldukları görülmektedir. Belirli bir gelişme süreci sonunda her üç sektörün ekonomi içindeki ağırlığı dengeli hale gelmekte olup,değişim safhası olarak adlandırılan söz konusu aşamadan sonra dengeler tekrar değişim sürecine girer. Tarım kesiminin payı en aza düzeylerde seyrederken sanayi sektörünün payı tarım kesiminin üzerinde ancak hizmetler kesiminin altında kalmaktadır. Hizmet sektörünün payı ise devamlı olarak artış göstermekte ve tepe noktasında sabit hale gelmektedir. Söz konusu gelişme sürecinde vurgulanması gerekli olan iki temel öğe bulunmaktadır. Bahsi geçen unsurlardan ilki değişim aşamasında sanayi sektörünün ekonomideki payının tarım ve hizmet sektörlerinin paylarına göre artış göstermesi gereğidir. İkinci unsur ise, değişim basamağından sonra sanayi sektörünün ekonomideki payının azalıp, hizmetler sektörünün payının artmasıdır (Berber, 2011: 9-10)

Özetlemek gerekirse, iktisadi kalkınma bir ülke ekonomisinde üretim ve kişi başına düşen gelirin arttırılmasının yanı sıra, sosyo-kültürel yapının değiştirilmesi ve yenileştirilmesini de kapsayan bir kavram olarak ele alınması gerekmektedir. Az gelişmiş ülkeler için kullanılan kalkınma terimi, bu açıdan yalnızca ulusal gelirin artması gibi yalnızca nicelik belirten bir büyüklükte meydana gelen değişmelerle ele alınmamalıdır. Kalkınma süreci milli gelir ve üretimin zamana bağlı olarak ve rakamsal artışının yanı sıra, kurumlarda meydana gelen köklü değişiklikleri, ekonomik ve toplumsal yapının yeniden düzenlenmesini, halkın değer yargılarında, dünya görüşünde ve davranış kalıplarındaki değişmelerini de kapsayan geniş kapsamlı bir süreç olarak incelenmektedir (İsmayilov, 2007: 47).

2.3. Ekonomik Büyüme Teorileri

2.3.1. Klasik İktisat Büyüme Teorisi

Adam Smith, David Ricardo ve Thomas Malthus'un çalışmalarıyla ortaya çıkan klasik büyüme teorilerinin geliştirilmesinde Fizyokratların görüşleri etkili olsa da

liberal ekonomi düşüncesinin yaygın hale gelmesiyle birlikte toprak ve tarım ekonomik büyüme açısından sahip olduğu değeri yitirmiştir. Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkması ile birlikte sanayileşme ve teknolojik gelişmeler giderek artan bir değere sahip olmuştur. Söz konusu modele en büyük katkıyı Ricardo yaptığı için klasik büyüme modeli aynı zamanda Ricardo modeli olarak da adlandırılmaktadır (Acar, 2002: 61).

Yapılmış olan Ricardo teorisine göre büyümenin kaynağı, yüksek yatırımlara öncülük eden yüksek tasarruflar olarak görülmektedir. Bahsi geçen klasik teoride; yatırım-tasarruf eşitliğinden yola çıkarak, tasarrufların artması yapılan yatırımları da arttırarak büyüme hızını arttırmaktadır. Tersine durumda ise, tasarrufların azalması yatırımları azaltarak büyüme hızını azaltıcı etki göstermektedir (Yılmaz, 2005: 65).

2.3.1.1. Adam Smith

Ekonomi ve iktisat biliminin önemli isimlerinden olan ve ekonomik büyüme konusunu ilk ele alan iktisatçılardan biri olan Adam Smith, ekonomik büyüme ve zenginleşmeye dair düşüncelerini "Ulusların Zenginliği" adlı kitabında belirtmiştir. Adam Smith'e göre zenginlik kavramı, merkantilistlerin ifade ettiği gibi altın ya da kıymetli maden stoku ile ölçülen bir kavram değildir. Yine benzer biçimde fizyokratların belirttiği gibi toprakla da ölçülemediğini düşünmektedir. Smith'e göre zenginliğin kaynağı emektir. Bütün ulusların servet ve zenginliğinin tek kaynağını verimli bir şekilde çalıştırılan insan emeği olarak gören araştırmacıya göre, milli gelir artışı yalnızca çalışan kesimin işbirliği sayesinde sağlanabilir. Şüphesiz servet ve gelir artışı için bilgi ve yetenek seviyeleri kadar üretime yatırılan sermaye miktarı da oldukça önem taşımaktadır (Ülgen, 2000: 91).

Adam Smith'in ekonomik büyümeyi açıklarken değindiği en önemli faktörler olarak karşımıza çıkan terimler sermaye birikimi, iş bölümü ve uzmanlaşma kavramlarıdır. Merkantilist düşünce yapısının tersine hükümetlerin piyasaya müdahale etmemeleri gerektiğini savunan Smith, kişisel çıkarların önemli olduğu bir piyasa düşünüldüğünde fiyatın toplumun çıkarlarını en üst seviyeye çıkaracağını düşünmektedir. Devletin iki temel görevi olduğunu belirten Smith'e göre söz konusu

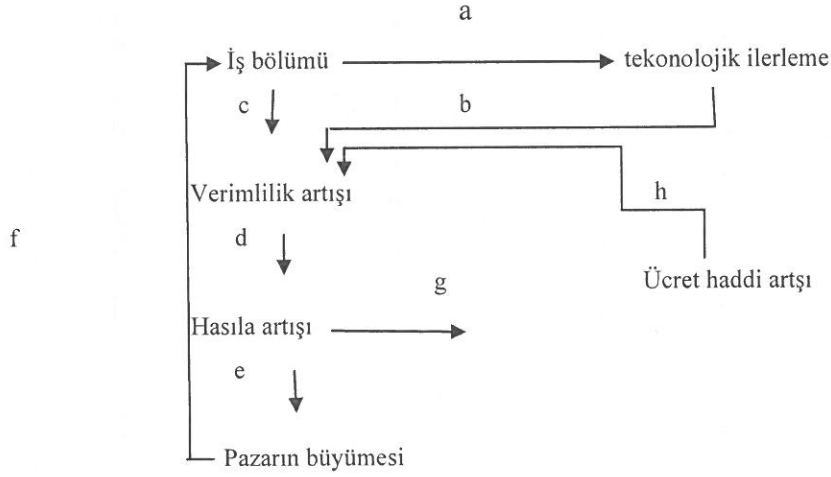
görevlerden ilki savunma, adalet ve eğitim konularıyla ilgilenmektedir. İkincisi ise köprüler, yollar, limanlar ve su kanalları gibi özel kesim için karlı olmayan yatırımlarda bulunmaktadır.

Sermayeyi emeğin verimin arttıran bir unsur olarak ele alan Smith'e göre, sermaye, sabit sermaye ve değişir sermaye olmak üzere iki sınıf altında incelenmelidir. Sabit sermaye, tarlalar, çiftlik ve topraklar, binalar gibi taşınmaz mallar ile buralarda kullanılan alet ve makinalardan meydana gelmektedir. Değişir sermaye ise para, ham madde, ara malı, tüketime hazır ama henüz satışa çıkmamış olan malların stoklarıdır (Ülgen, 2000: 91). Adam Smith'e göre; bir toplumun zenginleşmesinin temelinde iş bölümü, iş bölümünün temelinde mübadele etme eğilimi, mübadele etme eğiliminin nedeni ise bireysel çıkarlardır (Günsoy, 2013: 56).

İş bölümünü firmalar arası iş bölümü ve firma içi iş bölümü olarak ifade eden Smith'e göre, farklı firmaların farklı mallar üretmeleri ve aynı firmada çalışan işçilerin bir malın farklı kısımlarını üretmeleri gerekliliğini belirtmiştir. Adam Smith'e göre iş bölümünün emeğin verimliliğini arttırmasının üç nedeni bulunmaktadır. Söz konusu nedenlerden ilki, işçinin tek bir işe yoğunlaşarak çalışmasına bağlı olarak becerisini geliştirip, yaptığı iş miktarını arttırma imkânı bulmasıdır. Emeğin verimliliğinin artmasının ikinci nedeni olarak, bir işten diğerine geçerken kaybedilen zamandan kazanılarak üretim sürecinde kullanılmasını göstermiştir. Smith'e göre iş bölümünün emeğin verimliliğini arttırmasının üçüncü ve son nedeni ise teknolojik gelişmelere sebebiyet vermesidir. Söz konusu teknolojik gelişmeler ilk olarak üretim işletmelerinde çalışan işçilerin yaratıcılıkları sonucunda meydana gelebileceği gibi, makine yapımcılarının yaratıcılıklarıyla veya yaratıcılık uygulamalarında uzmanlaşmış olan kişilerin çabalarına bağlı olarak da meydana gelebilmektedir (Ünsal, 2007: 40).

Smith'e göre iş bölümü, sermaye birikiminin ve pazarın yeterli olması durumunda faydalı olup, sermaye birikimi, iş gücünün verimliliğinin artmasını sağlayacak teknolojiyi satın almaya yararken, pazarın genişliği de üretimi arttırmaya imkân verir. Mübadele gücü, iş bölümünü harekete geçiren güçtür. Bu gücü sınırlayan faktör ise, piyasaların yeteri kadar büyük olmamasıdır. Smith'e göre piyasaların

genişlemesine katkıda bulunan faktörler, iyi bir yönetim, ulaştırma imkânlarının mevcut durumu ve geliştirilme potansiyeli ile paranın mübadele aracı olarak kullanılmasıdır (Taban, 2010: 14).

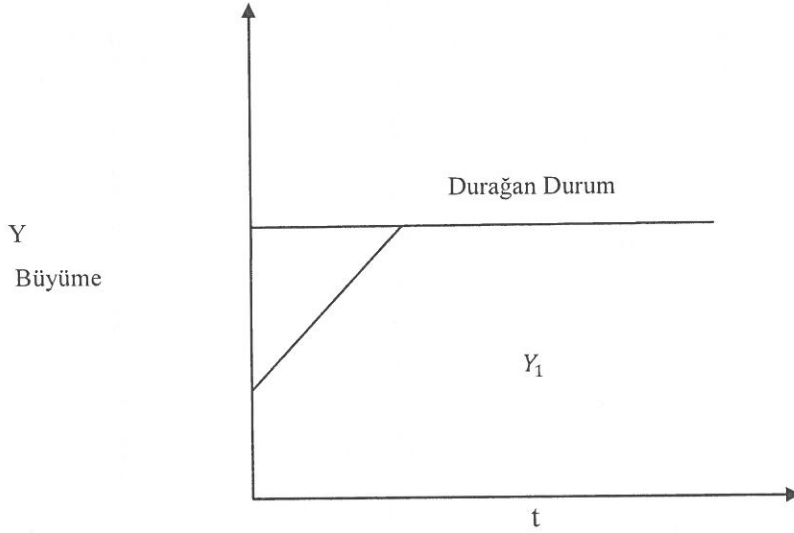


Şekil 2.1. Adam Smith'in büyüme modeli: iş bölümü ve büyüme (Ünsal, 2007: 45)

Şekil 2.1'de iş bölümü (a) okuyla gösterildiği gibi teknolojik ilerlemeye yol açmaktadır. İş bölümü ve iş bölümünün meydana getirdiği teknolojik gelişmelerle birlikte (b) ve (c) oklarıyla gösterildiği üzere emeğin verimliliğinin artmasına neden olmaktadır. Emeğin verimliliğinde meydana gelen artış da (d) oku ile gösterildiği üzere hasılanın artmasına olanak vermektedir. Hasılanın artması da ülkenin zenginleşmesini sağlamaktadır. Böylece pazarın büyüklüğü-talep artar. Tablo 10'da görüldüğü üzere hasılanın artmasına bağlı olarak pazar da (e) oku ile gösterildiği gibi büyür. Pazarın büyümesi de (f) okuyla gösterildiği gibi yeniden iş bölümüne yol açmaktadır. Smith'e göre bir ülkenin hasılası sürekli artış gösterirse, o ülke de ücret haddi de artar ve bu husus (g) oku ile gösterilmektedir. Bunun yanı sıra emeğin ödülü olan ücret haddinin yükselmesi, işçilerin çalışma güçlerini ve isteklerini olumlu yönde etkilemektedir. Smith'in, *etkin ücretler teorisi* olarak da ifade edilen söz konusu durum değerlendirildiğinde, ücret haddinde gerçekleşen artış (h) oku ile gösterildiği gibi emeğin verimliliğinin artmasını sağlamaktadır (Ünsal, 2007: 45).

Smith'in tanımladığı iktisadi büyümeden sonra gerçekleşen durağan durum Şekil 2'de gösterilmektedir. Yatay ekseninde zaman, dikey ekseninde ise hasıla yer almaktadır. Sermaye, iş bölümü ve uzmanlaşma sonucundan oluşan üretim ve hasıla artışı Y1

hasıla düzeyinde sona ermektedir. Ekonomi Y_1 hasıla düzeyi noktası itibariyle daha fazla büyümenin gerçekleşmeyeceği durağan duruma, yani diğer bir deyişle tam zenginlik aşamasına ulaşmıştır.



Şekil 2.2. Adam Smith'in büyüme modeli: büyüme ve durgunluk

Doğal kaynaklar ve toprağı üretim aşamasında doğada zaten var olan önemli bir üretim faktörü olarak gören Smith, ülkelerin sahip olduğu toprak, doğal kaynak ve iklimin sınırlarını belirlemenin önemini ortaya koymaktadır. Doğal kaynaklar ve toprağına bağlı olarak sermaye birikimi daha az olduğundan başlangıçta kar oranları yüksektir. Söz konusu durum, sermaye birikiminin artmasına sebebiyet vermektedir. Sermaye birikimi ise iş gücü talebini ve dolayısıyla ücretlerin artmasına neden olmaktadır. Buna karşın sermaye birikiminin azalan verimlerine bağlı olarak kar oranları düşmektedir. Bu doğrultuda sermaye artışı, nüfus artışına paralel olarak optimal bir şekilde gerçekleştikçe zenginliğin üst noktasına ulaşmak kaçınılmaz olacaktır (Günsoy, 2013: 57).

2.3.1.2. David Ricardo

Emeğin piyasa fiyatı ve doğal fiyatı olmak üzere iki ayrı fiyatı olduğunu ortaya koyan *ücret teorisinde* piyasa ücret haddi, işçiye emeği karşılığında ödenen para miktarı olarak tanımlanmaktadır. Emeğin arzı ve talebi tarafından belirlendiği bir kavram olarak karşımıza çıktığı söz konusu teoride, bir diğer fiyat olan doğal ücret

haddi ise, işçilerin nesillerini koruyup devam ettirmelerini sağlayan ücret haddi olarak karşımıza çıkmaktadır. Piyasa ücret haddi geçici olarak doğal ücret haddinin altında ya da üstünde oluşabilir. Buna karşın uzun vadede piyasa ücret haddi, doğal ücret haddine yaklaşacak ve denge durumuna geleceklerdir. Piyasa ücret haddinin, doğal ücret haddinden büyük olması durumunda, Malthus'un nüfus kanunu devreye girer ve nüfus artış gösterir. Söz konusu durumun bir getirisi olarak arzı artar ve bu şekilde piyasa ücret haddi düşerek doğal ücret haddine yaklaşır. Piyasa ücret haddinin, doğal ücret haddinden düşük olduğu durumda ise yine Malthus'un nüfus kanunu devreye girer ve emek arzı azalır. Bu durumun bir sonucu olarak da, piyasa ücret haddi yükselerek doğal ücret haddine yaklaşır (Ünsal, 2007: 60).

Ricardo fizyokratların aksine rantın doğan cimriliğinden ortaya çıktığını belirten rant teorisinde, topraklar arasında verimlilik bakımından farklılıklar olması, rantın ortaya çıkmasına sebebiyet vermektedir. Kaliteli arazi kaynaklarında görülen kıtlık ve iktisadi büyüme aşamasında tarımsal ürünlere olan talebin devamlı artmasına bağlı olarak ele alındığında, daha az kaliteye sahip olan arazilerde üretim yapılmaya çalışılması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu duruma bağlı olarak da verimin azalması ile karşı karşıya kalınmaktadır. Ricardo, tarımsal üretimin daha fazla arazi kullanılarak artırılması halinde verimlilikte gerçekleşen azalmayı yaygın azalan verimler olarak değerlendirmektedir. Bir başka açıdan değer, üretim maliyetlerine göre belirlenmesiyle en yüksek maliyetle yapılan üretim, fiyatbelirleyici unsur olarak karşımıza çıkacaktır. Söz konusu durumda yüksek verimli, düşük maliyetli üretim yapılan toprağın sahibi bir kazanç sağlamış olacaktır. Rant kavramını, verimsiz toprakların yüksek maliyetle fiyatı belirlemesine bağlı olarak ortaya çıkan gelir olarak tanımlayan Ricardo, bu teorinin yalnızca savunucusu olmamış, uygulanması aşamasında da yoğun çaba harcamıştır. Özellikle savunduğu ticari özgürlük, toprak mülküne dayanan sosyal grupların ayrıcalıklarına son vermiştir (Ünsal, 2007: 61; Ülgen, 2000: 93).

Birçok klasik iktisadi düşünürün fikirlerini yansıtan klasik büyüme teorisinin modelinin varsayımları aşağıda özetlenmiştir (Alkın, 1992: 41):

- Sermaye birikimini uyaran kâr kavramı,başlangıç aşamasında yüksektir ve buna bağlı olarak tasarruf ve sermaye birikimi de hızlıdır.
- Sanayi kesiminde meydana gelen teknik ve teknolojik ilerlemelerin hızı yüksektir ve emeğin marjinal ürün eğrisi artan bir fonksiyonu olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Teknik ilerleme hızı tarım kesiminde oldukça düşük bir şekilde gözlenmektedir. Toprak miktarı veri olduğu için tarım kesiminde azalan verim durumunun hakim olduğu görülmektedir.
- Sanayi kesiminde meydana gelen teknolojik gelişmeler ve artan verim, tarım kesimindeki azalan verim durumunun önüne geçemediği için, ekonominin tümü için azalan verim kanunu geçerlidir.
- Üretim fonksiyonu veridir.
- Rant, toprağın gücünün kullanılmasından dolayı sahibine sağladığı gelirdir. Azalan verim durumu, rant gelirini yaratmaktadır.
- Ücret haddi kısa vadede emek arz ve talebine göre değişse dahi, uzun vadede en düşük geçim ücret haddi düzeyinde belirlenecektir.
- Ekonomi, sürekli tam istihdam düzeyinde seyrederek. Bunun yanı sıra tam rekabet koşulları geçerlidir.
- Emekçiler, girişimci-sermayedarlar ve toprak sahipleri iktisadi faaliyete katılan üç gruptur. Söz konusu üç grubun sırasıyla aldıkları paylar ücret, kar ve rant olarak adlandırılmaktadır.
- Girişimci sermaye birikiminde bulunarak yatırım yapmaktadır. Böylece ekonomik faaliyeti harekete geçirerek büyümeyi sağlayan en önemli faktör

girişimciler olarak karşımıza çıkmaktadır. Birikimi ve yatırımı tetikleyen unsur ise, girişimcinin gelirindeki, yani karlardaki artıştır.

- Ekonomide toprak sahipleri ve işçiler ise tüm gelirlerini tüketime harcarken tasarrufta bulunan kesim girişimcilerdir.

Azalan verimler ve fonksiyonel gelir dağılımı, yani gelirin ücret, (işçiler) rant (toprak sahipleri) ve kar (kapitalistler) şeklindeki dağılımı üzerine kurulu bir model olarak karşımıza çıkan David Ricardo'nun büyüme modeli (Ünsal, 2007: 60), iki ilke üzerine odaklanmaktadır. Söz konusu ilkeler, marjinal ilke ve artık ilkesidir. Birinci ilke Marjinal ilke, toprak sahiplerinin toplam hasıladan aldıkları rant payının açıklanmasına yardım etmektedir. Artık ilke ise, toplam hasıladan geriye kalan kısmın ücret ve kar olarak nasıl dağılacığını belirten bir ilke olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu husus toplumdaki üç sınıfın (işçi-emekçi, girişimci, toprak sahibi) gelir dağılımından aldıkları payların değişimi, büyümeyi durdurup ekonomiyi durgunluğa sokacak olan mekanizmanın ta kendisi olması yönüyle oldukça büyük öneme sahiptir. Ricardo'ya göre durgunluktan çıkmanın ya da ekonomik büyümenin ilk yolu iş gücü verimliliği sabitken, ücretlerin düşürülmesidir. İkincisi yolu ise ücretler sabitken, iş gücü verimliliğinin artırılmasıdır (Kaynak, 2011:36).

Smith ve Ricardo'nun büyüme modelleri, gelişmiş ülkelerin ekonomik büyümelerini açıklayamadığı gibi az gelişmiş ülkelerin gelişmelerini açıklama konusunda da yetersiz kalmaktadır. Bahsi geçen modelin, model olma özelliği büyümeyi gerçekçi bir şekilde açıklamasından ziyade, ilk sistemli büyüme teorisi olmasından ileri gelmektedir. Klasik büyüme modelinde emek ve sermaye için azalan verimler kanunu, Smith'de ise sermaye için azalan verimler kanunu, emek için artan verimler kanunu geçerlidir (Özsağır, 2008: 3).

2.3.1.3. Thomas Malthus

Büyüme hızının, yatırım-tasarruf denkleğinden yola çıkılarak tasarruf ve yatırımlara dayandığının belirtildiği Ricardo teorisinde, Malthus'un nüfus kuramı kapsamında nüfusa bağlı bir ilişki de göze çarpmaktadır. Açıklamak gerekirse, nüfus artış hızının

çok yüksek olması halinde kişi başına düşen gelir azalarak tasarruf miktarını, dolayısıyla da büyüme hızını düşürecektir. Kişisel gelirlerin azalmasına bağlı olarak da nüfus artış hızı yavaşlayacaktır (Yılmaz, 2005: 65).

1798 yılında yayımlanan Malthus'a ait olan Nüfusun Prensipleri Üzerine Bir Deneme adlı eserde ekonomik büyüme ile ilgili düşüncelerin yanı sıra nüfus ve hasıla artışları arasındaki ilişkilere de yer verilmiştir. Kontrol altında tutulamayan bir nüfus artış hızı söz konusu olduğunda ve serbest bırakılması halinde geometrik bir hızla; 1, 2, 4, 8, 16 şeklinde artacaktır. Gıda maddeleri üretimi ise aritmetik bir hızla; 1, 2, 3, 4, 5 şeklinde artacak, buna bağlı olarak da iki artış arasındaki fark giderek artacaktır (Günsoy, 2013: 58). Söz konusu durum, Tablo 2.1'de verilmektedir.

Tablo 2.1. Nüfus ile gıda maddelerinin uyumsuzluğu

	1798	1823	1848	1873	1898	1923	1948
Çıktı (Y)	Y	2Y	3Y	4Y	5Y	6Y	7Y
Nüfus (N)	N	2N	4N	8N	16N	32N	64N
Kişi Başına Çıktı ($y=Y/N$)	Y	Y	0.75y	0.5y	0.3 ly	0.19y	0.1 ly

Kaynak: Unsal, 2007: 51

Gıda maddeleri üretiminin aritmetik, nüfusun ise geometrik bir hızla yükselmesine bağlı olarak kişi başına düşen çıktı zamana bağlı olarak azalma eğilimi gösterecektir. Malthus'un, nüfusun yirmi beş yılda iki katına çıktığı yolundaki varsayımı altında kişi başına çıktının 1948 senesinde 1823 yılındakinin 0.1'i kadar olduğu gözlemlenmektedir. Buna karşın, kişi başına düşen gelirin sürekli azalarak sifıra yaklaşması durumu olarak dışı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişi başına düşen gelir, nüfusun değişmesine neden olacak bir hasıla seviyesinden daha az bir seviyedeysse, nüfus artış hızı negatif olacak ve nüfus azalacaktır. Tersisi durumda ise nüfus artış hızı yükselecek ve nüfus artacaktır. Nüfus artış hızı ve nüfus düzeyi kişi başına hasılaya bağlıdır. Nüfusun farklı hasıla seviyelerine göre artıp azalması, ekonominin nüfus büyüme hızını etkisiz kılan bir kişi başına çıktı düzeyinde dengeye

gelmesine sebebiyet vermektedir. Söz konusu dengenin sağlandığı çıktı düzeyi ise, minimum yaşama düzeyi olarak ifade edilmektedir (Ünsal, 2007: 52).

Sağlık alanında gerçekleştirilecek gelişmelerin ölüm haddini düşüreceğini, nüfusun artmasını sağlayacağını ve bu duruma bağlı olarak kişi başına düşen gelirin de artacağını savunan Malthus bu duruma bağlı olarak da sağlık hizmetlerini yaygınlaştırmanın aslında daha fazla insanın fakirleşmesine yol açacağını ifade etmiştir. Bu duruma ek olarak, hükümetlerin gelir dağılımını iyileştirmesinin de aynı sonuçları ortaya çıkaracağını düşünmektedir. Benzeri bir sonucun teknolojik gelişmelere bağlı olarak da görülebileceğini savunan Malthus, kişi başına çıktı düzeyini ve nüfusun beraber arttıracağından yaşam standardı üzerine olumlu bir etkisi olmayacağını ortaya koymuştur.

2.3.2. Marksist Büyüme

Karl Marx'da Ricardogibi 19. Yüzyıl İngiltere'sinin koşullarından ve sorunlarından etkilenmiştir. Emek-değer teorisine dayanan Marx'ın teorisinde, emek değeri sabit sermaye, değişken sermaye ve artı değer olmak üzere üç bölümde ele alınmaktadır. Sabit sermaye; üretimde kullanılan sermayeyi, değişken sermaye; beşeriyemek girdisini, artı değer; üretim sürecinde kullanılan emek ve sermayenin üstündeki ve ötesindeki aşırı değeri tanımlamakta olup, artı değer görüldüğü durumlarda, tüm girdi değerinden daha az ödeme yapıldığı için emek girdisinin sömürüldüğü ifade edilmektedir. Bir başka deyişle sermaye birikimi sağlanmasına bağlı olarak üretimde sermaye birikimi artacak ve beşeri sermayesi yüksek olan emek ile üretim gerçekleştirilecektir. Bu durumun bir getirisi olarak da emeğin üretim verimliliği artacaktır. Yani üretim daha az emek ile gerçekleştirilecektir. Bu duruma bağlı olarak emek talebi azalacak ve girişimci, üretimde daha verimli emek ile kârını yükseltmiş olacaktır. Bu şekilde bir tutum izlenmesi halinde ise ekonomideki işsizlik oranı artış gösterecektir. Marx'ın büyüme modelinde işsizlik oranında meydana gelen artış, çalışan emeğin kârının daha da yükselmesine sebebiyet vermektedir. Sermaye birikiminin zaman geçtikçe daha az kişinin elinde toplanacağı fakat uzun vadede toplam talep yetersizliğine bağlı olarak ekonomik ve sosyal krizlerin meydana geleceği ifade edilmektedir (Yılmaz, 2005: 65).

*Emek-değer teorisi:*Marx'a göre, bir ürünün değerini o ürünün üretimi için harcanan emek-zaman birimleri belirleyecektir (Alkın, 1992: 47).

$$P = C + V + S$$

P = Yıl içinde işçi başına yaratılan değer

C = Yıl içinde yeni üretilen sabit sermaye

V= Yıl içinde yeni üretilen değişir sermaye

S = İşçi başına artı değer

Emeğe fiziksel açıdan yardımcı olan makineler, aletler, araç gereçler, binalar ve çeşitli mallar sabit sermayeyi oluşturmaktadır. Değer yaratmak için sabit sermayeyi oluşturan unsurların gerekli olduğunu düşünen Marx söz konusu unsurları yeterli bulmamaktadır. Bir başka deyişle söz konusu unsurları kendi başlarına bir değer olarak görmemektedir. Kullanılan emek için yapılan ödeme, yani ücretleri içeren değişir sermaye ise, değer yaratan sermayedir. Toplam değer ile toplam değeri yaratmak için yapılan harcamalar arasındaki fark artı değer olarak tanımlanmaktadır (Acar, 2002:69).

K. Marx'ın büyüme modelinde oldukça önemli olan üç oran aşağıda verilmektedir (Alkın, 1992: 47):

a = S/V: Artı değer oranı

k = S/V+C: Kar haddi

b = C/V: Sermayenin organik bileşimi'dir.

Bu hususta S artı değeri, C sabit sermayeyi, V ise değişir sermayeyi tanımlamakta olup,artı değer oranı, kar oranı ve sermayenin organik bileşimi arasındaki ilişki ele alınırsa;

$$k = \frac{S}{V+C} = \frac{\bar{v}}{1+\frac{C}{V}}$$

ifadesi elde edilmektedir.Verilen özdeşlikte; kar oranının artı değer ile doğru orantılı, sermayenin organik bileşimi ile ters orantılı olarak değiştiği görülebilmektedir. Bir başka ifade ile C/V veri iken S/V ne kadar yükselir kar oranı da o ölçüde artış

göstermektedir. S/V veri iken C/V ne kadar yükselirse kar oranı da o ölçüdedüşüşe geçmektedir. Kar oranının, sermayenin organik bileşimi ile ters orantılı olarak değiştiği ele alındığında, sermaye birikiminin zorunlu olarak kar oranının düşmesine sebebiyet vereceğigörülmektedir (Acar, 2002: 70).

Sermaye birikiminin bir getirisi olarak kar oranında azalma meydana gelmekte, toplam kar artışa geçmekte ve kapitalistlerin arasında meydana gelen rekabet artmaktadır (Acar, 2002: 70). Artan rekabet oranına bağlı olarak söz konusu ortamdan karlı çıkmak isteyecek kapitalistler iş gücü verimliliklerini arttırmayı veya daha fazla sabit sermaye kullanarak sermayenin organik bileşimini arttırmayı hedefleyeceklerdir. Sermayenin organik bileşiminin artmasına bağlı olarak ortalama kar oranı düşecek; sermayenin organik bileşiminin yüksek olduğu işletmeler için ise artı değer ve kar miktarı artış gösterecektir. Buna karşın diğer işletmelerin de aynı şekilde davranması durumunda K. Marx'ın "azalan kar oranı yasası" dediği durum görülerek ortalama kar oranları sürekli bir azalma eğilimine geçecektir.

İçinde bulunduğumuz dönem içerisinde gelişmiş ülkelerin büyüme süreçleri, Marksist teoride belirtildiği gibi gerçekleşmemiştir. Gelişmiş ülkeler, sendikal haklar ve işçi güvenliği gibi farklı sosyal politika önlemleriyle refah devleti olma yolunda ilerleme kat etmişlerdir. Teknolojik ilerlemenin mümkün kıldığı ölçüde ücret artışlarının gerçekleşmesi sayesinde, karların düşmesi engellenmiş; hatta ücretlerle beraber karlar da artış göstermiştir. Kapitalist sistemin vahşi yanlarına alınan önlemler sayesinde firma ölçekleri büyüyerek tekelleşme yolunda ilerleseler de küçük işletmeler varlıklarını sürdürebilmiştir. Marx'ın rekabet ortamında küçük işletmelerin yok olacağı düşüncesine bağlı olarak orta sınıfın ortadan kalkacağı yolundaki öngörüsü gerçekleşmemiş, tam tersi olarak orta sınıf daha da genişlemiştir. Bunlara karşın işsizliğin tam olarak engellenmesi mümkün olmamıştır.

2.3.3. Schumpeter Büyüme Teorisi

Schumpeter 1914 senesinde 'İktisadi Gelişme Kuramı' isimli bir kitap yayınlamıştır. Bu eserinde yeni kurumlar, yeni ürünler, yeni üretim ve dağıtım teknikleri, yeni örgütlenmeler vb servet ve nüfusta ortaya çıkan yalın bir büyüme problemini aşan

kültürel ve yapısal değişme boyutları ile ekonomik büyümeyi ilişkilendirmektedir (Tezel, 2000, 18).

Schumpeter'in ekonomik büyüme alanında geliştirdiği analizin başlıca iki ögesi vardır. Birincisi üretim faktörlerinin miktarında ortaya çıkan değişiklikler ikincisi ise yeniliklerdir. Schumpeter yenilikleri üretim faktörleri ve üretim faktörlerinin oranı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan üretim fonksiyonunun değiştirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Schumpeter' e göre yenilikleri üretim faktörlerinin farklı bir şekli biçiminde tanımlamak da olasıdır. Çünkü üretim faaliyeti üretimde yer alan faktörlerin bir araya getirilmesinden ibarettir. Yeniliklerin ortaya çıkarılmasına icatlar denildiği göz önünde bulundurulursa, icatların ticari alandaki uygulamalarına yenilikler denilebilir (Ünsal, 2007:71).

Schumpeter' e göre büyümenin asıl itici kuvveti girişimcilerdir çünkü bu yenilikleri gerçekleştirecek olanlar girişimcilerdir. Schumpeter' e göre kapitalist sistemde sosyal ortam bu tür insanların yüksek karlarına tahammül edebildiği ve bu tür insanların yetiştirilmesine olanak hazırladığı miktarda büyüme hızlanacaktır (Üstünel, 1983: 235 ; Özsağır, 2008: 6).

Schumpeter 5 yenilik çeşidine yer vermektedir (Aghion ve Howitt, 1998: 53):

- Piyasaya var olan bir malın farklı bir türünün veya yeni bir kalitesinin çıkartılması.
- Yeni bir üretim şeklinin kullanılması.
- Sanayi kolunun henüz girmediği bir piyasanın açılması
- Yarı mamul kaynağı ya da yeni bir hammadde bulunması
- Sanayinin tekrardan organizasyonu; tekelleşme ya da tekelin kırılması

Bir endüstride bir girişimcinin ortaya koyduğu yeniliğin başarı doğurması öteki girişimcilerin taklit ederek de olsa bahsi geçen endüstriye yatırım yapmalarına fayda sağlamaktadır. Yani taklit bile olsa yenilik başka bir yeniliği doğurmaktadır. Bu durum yeniliklerin kümelenmesi olarak adlandırılır ve yeniliklerin etkilediği yatırımlar olan otonom yatırımları büyük ölçüde arttırarak otonom yatırımların

kümeleneşine fayda sağlar. Schumpeter' e göre kapitalizm girişimcilerin ortaya koyduğu yenilikler sayesinde durmadan değişen bir süreçtir yani durağan değildir. Devamlı gelişen ve değişen bu süreç 'yaratıcı yıkım' ortaya çıkarmaktadır. Bugünkü büyüme kuramının özü yaratıcı yıkımdır. Yani eski endüstrilerin ve malların yok olup yıkılıp yerine yenilerinin gelmesidir (Ünsal, 2007: 72)

2.3.4. Neo Klasik Büyüme

Keynes'in klasik öğreتيye yaptığı eleştirinin dinamik analizi Neo – Klasik büyüme modeli ile Harro – Domar büyüme modellerinin ana çıkış noktasıdır. Asıl soru eksik istihdamın olmadığı zamanlarda istikrarlı bir büyümenin olup olmayacağı konusudur (Keskin, 2006: 31). Neoklasik kuram büyüme açısından da farklı evrelerden geçerek bir kimlik arayışı içine girmiştir. Ekonomistleri Harrod – Domar modelinin eksiklikleri faiz oranları, sermaye konuları, işgücü ikamesi ve ücret miktarları konularında karmaşık kuramlar keşfetmeye itmiştir (Kindleberger ve Herrick, 1977: 51).

Neoklasik iktisat fayda-değer kuramı ile klasik iktisat politigin emek – değer kuramına bir seçenek getirerek 1870'lerden başlayarak gelişmeye başlamış ve 1890'lardan sonra bir taraftan Keynes' e diğer bir taraftan da 1960'lı yıllara kadar iktisat bilimine hakim teori olma özelliğini kurmuştur (Akyüz, 2009: 77).

Neoklasik büyüme kuramı teknolojidaki değişikliklere ve nüfus artışına ekonomik büyüme, tasarruf ve yatırımın nasıl yanıt verdiğini anlatmaktadır. Bu kuram Avusturyalı iktisatçı Swan ve ABD'li iktisatçı Robert Solow tarafından birbirinden bağımsız olarak geliştirilmiştir. Bu nedenle bazı kaynaklarda Neoklasik model Solow – Swan modeli ismiyle anılmakta olmakla birlikte çoğunlukla Solow modeli olarak anılmaktadır. Daha çok Solow ismiyle bütünleşmiştir (Taban, 2008: 67). Solow modelin gelişimine ve uygulanmasına sağladığı katkılarla Nobel iktisat ödülünü almıştır (Acemoğlu, 2009: 37). Solow üretim ilişkilerinin genel bir şeklini içine alacak şekilde Harrod – Domar modelinin nasıl genişletilebileceğini ele almıştır. Bu nedenle Solow kendi modelinde azalan getiriler kanunun geçerli olduğunu söylemiş ve öncelikle faktörler arasındaki ikame ilişkisine değinmiştir.

Üretim fonksiyonları ile ilgili bu iki özellik içinde bulunduğumuz dönemde Neo – Klasik üretim fonksiyonu olarak anlatılan üretim fonksiyonlarının başlıca iki özelliğidir (Kaynak, 2011: 138).

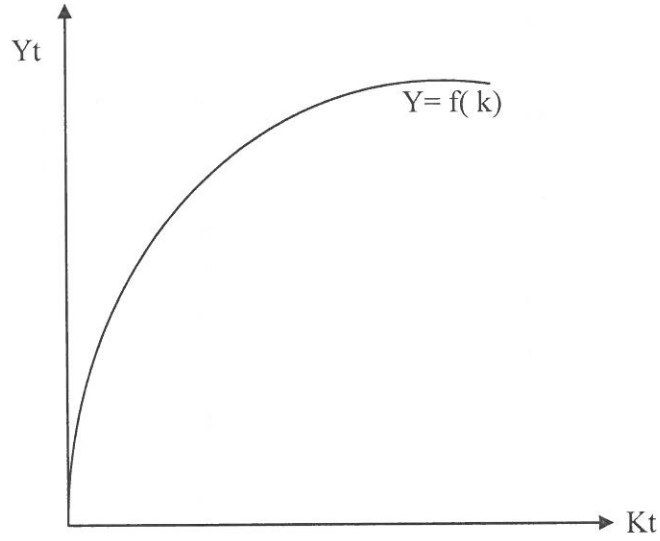
Neoklasik büyüme teorisinin dayandığı başlıca varsayımları şöyle sıralayabiliriz (Aysu, 2007: 56; Jones, 2001: 18; Tezel,1989: 267):

- Tam istihdam ve tam rekabet koşulları geçerlidir. Tüm bireylerin rasyonel hareket ettiği kapalı bir ekonominin mevcut olduğu kabul edilmektedir. Firmalar veri olarak piyasa fiyatını alırlar ve firma sayısı çok fazladır.
- Modelde homojen bir tek mal üretilip tüketilmektedir yani modelde tek sektörlü bir ekonomi ele alınmaktadır. Üretilen bu mal o ülkenin aynı zamanda GSYİH'sını oluşturmaktadır.
- Teknolojik değişiklikler ile nüfus artışı tamamiyle dışsaldır. Yani arge faaliyetleri de dahil olmak üzere teknolojik gelişmeler firma davranışlarından etkilenmemektedir. Ayriyeten tüm ülkeler hiçbir maliyete katlanmadan teknolojik gelişmelerden faydalanabilmektedir. Beşeri sermaye de meydana gelen verimlilik artışına dikkat edilmemektedir.
- Üretim fonksiyonunda ölçeğe göre sabit getiri özelliği taşımaktadır. Mesela girdi oranı iki kat artarsa çıktı oranında iki kat arttığı varsayılır. Fonksiyonel olarak şöyledir : $2Y = F(2K, 2L)$.
- Sermaye ve emek için modelde azalan verimler kanunu geçerlidir. Bu demektir ki sermaye stoku bir veri iken emek oranında meydana gelecek her ek artışın çıktıda meydana getireceği artış giderek azalmaktadır. Özetle emek miktarının veri olduğu durumda her bir işçiye düşen sermaye oranı yükseldikçe sermayenin marjinal ürünü git gide azalmaktadır.
- Üretim faktörleri birbirleriyle ikame edilebilmektedir. Yani üretim sürecinde sermaye ve emeğin birbirlerinin yerine ikame edilmesi söz konusudur. Bu

varsayım ile model Harrod- Domer modelinden ayrılır. Zira Harrod – Domer’ de faktörlerin ikamesi söz konusu değildir.

- Modelde faktör piyasaları kusursuz bir biçimde işlemektedir. Üretim faktörünün ücretlendirilmesi marjinal verimliliğe göre yapılır ve koşulların değişmesi halinde de uyumda sıkıntı yaşanmamaktadır. Kısaca üretim faktörünün ücretlendirilmesi marjinal faydaya göre yapılmaktadır.
- Modelde yatırım yapanlar ile tasarruf yapanların aynı kişiler olduğu kabul görmektedir. Harrod – Domer modelinde ise bunun tam tersi durum söz konudur. Solow modelinde tasarruflar yatırım anlamına da geldiği için ayrıca bir yatırım fonksiyonuna gerek duyulmamıştır. Yatırım fonksiyonun bulunmaması girişimcilerin gelecekle alakalı beklentileri önemsemediği anlamına gelmektedir.
- Yakınlaşma hipotezi geçerlidir. Daha açık bir ifade ile benzer teknolojik gelişme hızı, tasarruf oranı, yıpranma – eskime oranı ve nüfus artış hızına sahip ülkeler arasından az gelişmiş ülkeler gelişmiş ülkelere oranla daha çabuk büyüyecek ve uzun dönemde bu iki ülke grubu arasındaki refah farkı yok olacaktır.

L iş gücünü, K sermayeyi Y ise çıktıyı göstermektedir. Formülde α , 1 ile 0 arasında bulunan bir sayıdır. Üretim fonksiyonu ölçeğe göre sabit getiriye sahiptir. Buna özen gösterilmelidir. Bütün girdiler iki katına çıkartıldığında çıktı iki kat çoğalacaktır. Firmalar kiraladıkları birim sermayeye r kadar ödeme yapar işçilerin birim iş gücüne w kadar ücret verirler. Girdilere yapılan ödemeler çıktı değerine eş yani ekonomik kar ortadan kalkacak şekilde olmalıdır. Bu mühim sonuç ölçeğe göre sabit getiriye sahip fonksiyonların genel özelliğidir (Jones, 2007 : 20).



Şekil 2.3. İşçi başına sermaye ve işçi başına hasıla (Sorensen ve Whitta-Jacobsen, 2005: 71)

Ülke zenginliği açısından GDP ve kişi başına düşen sermaye büyük önem arz etmektedir. Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi işçi başına sermaye artışı ile birlikte işçi başına çıktı da artmaktadır. Ancak işçi başına sermaye miktarı artarken, azalan verimler kanunu sebebi ile işçi başı hasıla artışı azalan miktardır (Sorensen, Whitta-Jacobsen, 2005: 71).

Solow modelinde mal talebi ve mal arzı sermaye birikimi üstünden ilişkilendirilir. Buna bağlı olarak yatırım (I) ile sermaye stokundaki yıpranma ve eskime arasındaki farka sermaye stoğunda oluşan değişme (K) eşittir.

$$\Delta K = I - dK \quad d > 0$$

olacaktır (Taban, 2008: 71). Tasarruf gelirin durağan bir oranıdır. Bu sebeple $I = S = sY$ olduğu için;

$$\Delta K = sY - dK \quad 0 < s < 1$$

' dur. Bu denklem Solow modelinin önemli denklemlerinden ikincisidir. İşgücü büyüme hızı (n) ile sermaye büyüme hızı arasındaki fark işçi başı sermayenin

büyüme hızı (k)' ya eşittir. $k = \frac{K}{L}$ olduğundan k 'nın büyüme hızını gösteren denklem aşağıdaki gibidir:

$$\text{Log } k = \text{log } K - \text{log } L$$

$$\frac{\Delta k}{\Delta t} = \frac{\Delta K}{K} - \frac{\Delta L}{L} = \frac{\Delta K}{K} - n$$

Bu denklemde K yerine ($\Delta K = sY - dK$) denklemini koyarsak;

$$\frac{\Delta k}{k} = \frac{sY}{s-d-n}$$

Elde edilir. $\frac{Y}{K}$ Pay ve paydayı L 'ye bölersek işçi başı değerlere ulaşılır.

$$\frac{\Delta k}{k} = \frac{sY/L}{K/L} - (d + n) = \frac{sy}{k} - (d + n)$$

Son denklemin iki tarafını k ile çarptığımızda, işçi başı sermaye birikimi (Δk) denklemini elde edilir: $\Delta k = sy - (d+n)k$

Denklemden işçi başı sermayede meydana gelen değişim (Δk) işçi başına tasarruftan (sy) ikinci terim $(d+n)k$ 'nin çıkarılmasına eşittir (Taban, 2008: 72).

Modelin Sonuçları

Tasarruf haddi ve büyüme ilişkisi: Tasarruf miktarındaki bir artış durağan haldeki kişi başı sermaye seviyesini arttırır. Tasarruf miktarı ne kadar çok yüksek olursa çıktı seviyesi ve durağan hal sermaye o kadar yüksek olacaktır. Ama büyüme ve tasarruflar arasındaki bu pozitif ilişki devamlı değildir. Solow' un modelinde tasarruf miktarlarındaki yükseliş ekonomiyi yeni bir durağan hal dengesine getirmektedir. Kısaca iktisadi büyümenin sebebi tasarruflar değildir (Parasız 2003: 139).

Nüfus artışı ve büyüme ilişkisi: Solow' un teorisine göre nüfus artışına bağlı olarak işçi sayısındaki artış işçi başına sermaye seviyesini olumsuz etkileyen bir ögedir. Nüfusun ve buna bağlı olarak işçi sayısının %10 yükseldiği bir ekonomide halihazır sermaye birikimi sabit iken her bir sermaye birikimi için %10 yeni işçinin oluşması, işçi başı sermaye seviyesinin %10 azalmasına manasına gelir. Solow modeline dayalı olarak nüfus artışı yüksek olan ülkeler, çıktının dolayısıyla işçi başı sermayenin daha küçük olması sebebi ile daha yavaş büyümektedirler (Ünsal 2004: 577).

Teknolojik gelişme ve büyüme ilişkisi: Teknolojik gelişmenin iki türlü etkisi vardır. Birincisi verimlilik artışı (teknolojik gelişmeler emeğin verimini arttırarak aynı düzeyde emek ve sermaye kullanılarak daha çok çıktı elde edilmesine yardımcı olur). İkincisi de teknolojik ilerleme sermayenin getirisini çoğaltarak gelir artışlarına sebep olmaktadır. Ama teknolojik gelişmenin nasıl gerçekleştiği Solow modelinde anlatılmamıştır. Bu da uzun dönemli büyümenin dışsal olduğu anlamına gelir (Freeman ve Soete 2003: 372).

Solow modeline getirilen eleştirilerden bir kısmını aşağıdaki gibi sıralanabilir (Berber, 2006: 164 ; Taban, 2008: 90);

- Harrod – Domar modelinin tersine Solow modelinde emek üretim faktörü olarak dikkate alınmasına karşın, modelin analiz süreci çözümlendiğinde emeğe çok fazla olumlu görev yüklenmediği gözlemlenmektedir.
- Diğer bir tartışma da tasarruf artışları ile alakalıdır. Toplumlarda tüketim ve tasarruf eğilimlerine dikkat edildiğinde artan gelirin büyük bir kısmının modelde öne sürüldüğü gibi tasarruf artışına gitmediği, tüketime gittiği ortaya çıkmaktadır. Tasarruf artışı tüm bunlara bağlı olarak kısa dönem itibariyle iktisadi büyümeye çok büyük oranda etki etmeyecektir.
- Modeldeki teknolojik ilerleme emek arttırıcı özelliğindedir. Bu nedenle faal emek birimi başına gereken sermaye gereksinimi karşılanmazsa eğer çıktı oranlarında ve fiili yatırımlarda azalmalar gözlemlenebilir.

- Modelde fakir ülkelerin sermaye stoku küçüktür. Bu nedenle sermayenin marjinal yararı daha yüksek olacaktır ve bunun sonucunda da faiz ve kar miktarları yüksek olacak ve zengin ülkelere fakir ülkelere bir sermaye akışı meydana gelecektir. Ancak ülke verileri sermayenin milli gelirdeki payının gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğunu ve bu hareketin meydana gelmediğini göstermiştir.

2.4. Ekonomik Büyüme Oranı ve Ölçülmesi

İktisadi büyüme oranı ekonomide bir önceki seneye göre meydana gelmiş olan gelir artış miktarıdır. Dolayısıyla büyüme miktarı GSMH büyüklükleri göz önünde bulundurularak hesaplanmaktadır. İktisadi büyüme bir ülkede belli bir dönemde üretilmiş olan bütün nihai hizmet ve malların toplamında meydana gelen net artış olarak tanımlandığına göre, ülkede GSMH miktarındaki artış hızı, bahsi geçen ülkenin büyüme hızını göstermektedir (Turhan, 2007: 19)

1 sene için GSYİH'nin net (safı) ve gayrisafı (brüt) büyüme miktarları en kolay şekli ile aşağıdaki denklemlerde görüldüğü gibi hesaplanabilir (Kaynak, 2005: 38).

$$g_t = \frac{GSYİH_t - GSYİH_{t-1}}{GSYİH_{t-1}} \times 100$$

Formülde $GSYİH_t$; 't' senesi brüt büyüme miktarını (%), g_t ; 't' senesi brüt büyüme miktarını, $GSYİH_{t-1}$; 't-1' senesi gayri safi yurt içi hasılasını göstermektedir.

$$g_t = \frac{GSYİH_t - GSYİH_{t-1}}{GSYİH_{t-1}} \times 100 - \frac{N_t - N_{t-1}}{N_{t-1}} \times 100$$

Formülde g^1 ; 't' senesi net büyüme miktarını (%), N_t 't' senesi nüfusunu, N_{t-1} 't-1' yılı nüfusunu temsil etmektedir.

İkinci denklemde görüldüğü gibi net büyüme miktarı brüt büyüme miktarından popülasyon artış hızı çıkartıldığında elde edilmektedir. Net büyüme miktarı, kişi

başına GSYİH' daki artış miktarını ifade etmektedir. Brüt büyüme miktarı toplam GSYİH'daki artış miktarını ifade etmektedir. Toplumun refah düzeyini ifade etmek için brüt büyüme hızını değil net büyüme hızının göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Kaynak, 2005: 40).

Açıklanması gereken bir nokta brüt ve net büyüme ayrımıdır. Bir ülkedeki nüfus artış hızına dikkat edilmeden elde edilen değer brüt büyüme hızıdır. Brüt büyüme hızından nüfus artış hızı çıkartıldığında net büyüme oranına ulaşılabilir. Bir ülkede yaşayan insanların refah seviyelerini açıklamakta daha çok belirleyici bir faktör olarak ülkede kişi başına düşen milli gelir rakamları kullanılmaktadır. Buna bağlı olarak bir ülkenin temel hedefi yalnızca ekonomik büyümeyi sağlamak değil, bundan da önemlisi kişi başına düşen maddi refah seviyelerini yükseltmek olmalıdır. (Berber, 2006: 23).

70 kuralı ile gitigide büyüme bir ekonominin ne zaman iki katına çıkacağını bulabiliriz.

$$\text{Değişkenin ikiye katlamak için yıl sayısı} = \frac{70}{\text{değişkenin yıllık büyüme oranı}}$$

70 kuralı yalnızca pozitif büyüme oranına uygulanmaktadır. Bu formüle göre %1 miktarında büyüyen bir GSYH'nın iki katına çıkabilmesi için 70 yıl gerekmektedir. Örneğin dünya GSYH'nın %3 miktarında büyüdüğünü kabul edersek, 23 sene içerisinde ikiye katlanabilir (Krugman, Wells, 2012, 676)

2.5. Ekonomik Büyümenin Belirleyicileri

Ekonomik büyümeyi belirleyici kavramlar iki grupta incelenmekte olup, söz konusu kavramlardan ilki; gerçekhasılada artış meydana getiren, bir başka ifade ile söz konusu ülkenin üretim ölçeğinin genişlemesine ya da daha üretken kullanılmasını sağlayan faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk grupta yer alan emek, sermaye, doğal kaynakların birikimi, aynı zamandagirdilerin verimliliğini artıran teknolojik değişimler ve ölçek ekonomileri gibi faktörler büyümenin olası belirleyicileri olarak ifade edilmektedir. İkinci grupta ise ekonomik büyüme belirleyicileri yer almakta

olup, bu kavramlar ülkenin sermaye birikimini ve teknoloji düzeyini artırabilmek kapasite ile ilgili faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Büyümenin olası belirleyicileri üzerinde etkili olan, dolaylı olarak büyüme üzerinde etkili olansöz konusu faktörler büyümenin temel belirleyicileri olarak adlandırılmaktadırlar (Gürel 2012: 8).

Büyüme faktörlerini iki grupta ele alan Ünsal (2007: 286-287), bunun yanı sıra farklı bir sınıflandırma yapmıştır. Söz konusu sınıflandırmaya göre, büyüme teorilerinde önemi vurgulanan sermaye birikimi ve teknoloji düzeyi, büyümenin dolaysız-yaklaşık belirleyicileri olarak ifade edilmektedir. Dolaysız-yaklaşık belirleyicileri etkileyen coğrafya, ticaret entegrasyon, kültür ve kurumlar gibi unsurlar ise, büyümenin temel belirleyicileri olarak tanımlanmaktadır.

Rodrik ve diğerleri (2002: 1-6) tarafından belirtildiği şekliyle, büyüme üzerinde etkili olan temel faktörler ülkenin kurumsal gelişmişlik düzeyi, uluslararası entegrasyonlar ve coğrafik özellikleri olmak üzere üç grup altında incelenmelidir. Temple (1999: 141-148) ise, ekonomik büyüme üzerinde etkili olan temel faktörleri nüfus artışını, finansal yapıyı, ticaretin yapısını, devletin büyüklüğünü, altyapıya devlet tarafından yapılan harcamaları, gelir dağılımını, sosyal ve politik faktörleri ele almıştır.

Yukarıda verilen bilgiler doğrultusunda ekonomik büyüme üzerinde belirleyici role sahip olan faktörlerden bazıları aşağıda açıklanmaktadır (Tarı ve Kumcu, 2005: 160):
a. Sermaye birikimi: Sermaye stoğunun arttıkça iktisadi açıdan bir büyüme sağlamak mümkün hale gelecektir. Verilen bu bilgi ışığında artan sermaye stoğu büyüme göstergesi olarak ele alınmaktadır. Sermaye birikimi, belirli bir dönemde ülkenin mal ve hizmet üretme kapasitesinin en güçlü göstergelerinden olup, bunun yanı sıra istihdamda artış sağlamanın ve verimliliği artırmanın temel bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sermaye birikimi kavramının, istihdam artışı ve teknolojik gelişmenin temel belirleyicilerinden biri olduğunu ifade eden Bulutay (1995: 6) bu şekilde ekonomik büyümeyi sağlayan bir kavram olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca yatırımların, buna

bağlı olarak da sermaye birikiminin, ekonomik büyüme açısından önemini aşağıda verildiği şekliyle ifade etmektedir:

- Ölçek ekonomileri ve artan getiriler yatırımlar yoluyla ortaya çıkmaktadır
- Yeni teknolojiler, yatırımlar yoluyla ekonomiye kazandırılır.
- Uzmanlaşma ve yaparak öğrenmek yeni yatırımlar yapmaktan geçmektedir.
- Sosyal sermayenin temelinde yatırımlar yatmaktadır.
- Üretimde verimlilik sağlanabilmesi ancak yapılan yatırımlarla mümkün olabilmektedir.

b. İşgücü: İşgücünün büyüme üzerindeki etkisi işgücünün miktar olarak artması, çalışabilir nüfus içinde istihdam edilen nüfusunun yükselmesi ile ölçülebilmektedir. Diğer bir ölçüm yolu ise işgücünün nitelik olarak gelişme göstermesi dolayısıyla işgücünün verimliliğinin artmasıdır. Nasıl gerçekleştiğinden bağımsız olarak işgücü artışı büyümeye katkı sağlayacak olgular olarak karşımıza çıkmaktadır (Yavuz, 2016: 26).

c. Ticaret-Entegrasyon: Gelişmiş teknolojilerin ülkeye girişini sağlayan dışa açık ticaret politikası, “yaparak öğrenme” yoluyla daha fazla kazancın sağlanabilmesine ve ülkenin gelişmiş teknolojilere adapte olabilmesi için gereken altyapının oluşturulmasına da olanak sağlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Bilgin ve Şahbaz, 2009: 179-180).

d. Teknoloji: Klasik ve neo-klasik büyüme teorilerinde sabit ya da dışsal olduğu kabul edilen fakat içsel büyüme teorilerinde odak noktası olan teknolojik gelişmeler büyümenin temel belirleyicileri unsurlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan üretimlerin yeni teknolojilerle gerçekleştirilmesi, faktör verimliliğinde bu durumun bir getirisi olarak da ekonomik büyümede artış meydana getirmektedir (Keskin, 2011: 127).

e. Doğal Kaynaklar: Doğal kaynaklar kapsamında tarımda kullanılan araziler, inşaat arazileri, madenler gibi unsurlar yer almakta olup, buna bağlı olarak doğada bulunan hava ve su gibi mallarda doğal kaynak olarak kabul edilmektedir. Doğal kaynakların

zenginliği ekonomik büyümenin önemli belirleyicileri olarak karşımıza çıkmasına rağmen ülkedeki doğal kaynak zenginliği, tek başına ekonomik büyüme için yeterli olmamaktadır (Ağayev ve Yamak, 2009: 184). Söz konusu doğal kaynakları işleyebilecek nüfusu ve teknoloji düzeyi de ülkede bulunması gereken kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

f. Nüfus: büyüme üzerinde etkili olan bir diğer faktör ise ülkedeki nüfusun miktarı ve yapısı olup, nüfus artışı beraberinde işgücü arzının artışını getirmektedir. Nüfus artış oranının fazla olduğu ülkelerde iç pazarın büyümesi kaçınılmaz bir sonuç olmaktadır. Bu duruma ek olarak aktif işgücü miktarının artmasına da fırsat verecektir. Ayrıca nüfus yapısında meydana gelen değişimler de büyüme üzerinde etkili olmaktadır. İşgücünün yetersiz olması durumunda üretim sürecinin bütünü olumsuz yönde etkilenecektir (Yavuz, 2016: 27).

g. Kurumlar: Kurumlar, bireylerin mülkiyet haklarını tanımlamak ve teminat altına almakla sorumludur. Bir başka ifade ile kurumlar, bireylerin yürüttükleri faaliyetlerin sonuçlarından yararlanma haklarını tanımlar, güvence altına alır ve kişilere teşvikler sağlarlar. Mülkiyet haklarının tanımlanmadığı veya güvence altına alınmadığı ülkede bireyler fiziksel veya beşerî sermayeye ya da teknolojiye yatırım yapamaz, bu ülkede iş bölümü ve uzmanlaşma ortaya çıkmaz. Bu durumun bir getirisi olarak da kaliteli kurumların bulunduğu ülkelere iktisadi büyüme hızlı, kötü kurumların bulunduğu ülkelere ise, iktisadi büyüme yavaş seyredecektir (Ünsal, 2007: 291-292).

h. Coğrafi Faktörler: Coğrafya, ülkenin fiziksel konumunun sağladığı avantaj ve dezavantajları kapsamı bakımından ekonomik büyümenin temel belirleyicilerden biri olma özelliğine sahip bir unsur olarak karşımıza çıkmakta olup, daha fazla doğal kaynağa, elverişli coğrafyaya ve elverişli iklim koşullarına sahip ülkeler diğerlerine göre daha yüksek büyüme oranlarına ulaşma avantajına sahip olmaktadır (Ünsal 2007: 286).

Kültür: Kültür kavramının da büyümeyi çeşitli yollardan etkileyen bir unsur olduğu görüşünü savunan Ünsal' a göre (2007: 288-289), bunlardan ilki yeni fikirlere açıklıktır. Yeni fikirlere açık olan ülkeler, başka ülkelere gerçekleştirilen teknolojik

gelişmeleri benimseme aşamasında herhangi bir zorluk yaşamazlar ve bu duruma bağlı olarak teknolojik açıdan daha fazla gelişme imkanını elde ederler. Buna bağlı olarak da söz konusu ülkelerde kişi başına düşen milli gelir, yeni fikirlere kapalı olan bir kültüresahip olan ülkelerdeki kişi başına düşen milli gelirden daha yüksek olmaktadır.

2.6.Ekonomik Büyümenin Türleri

İktisadi büyümenin meydana gelme aşamasında itici güç konumunda bulunan birtakım konular son dönemlerde gerçekleştirilen çalışmaların belli başlı konularını oluşturmaktadır. bununla birlikte ekonomik büyüme ile toplumun refah düzeyini de alakadar eden tabii kaynakların kullanımı, gelir dağılımı, işsizlik ve istihdam, sağlık, eğitim vb hizmetlerinin çoğaltılması gibi durumlar son çalışmalarda yer almıştır. (Akıncı, 2013: 105)

Ekonomik büyüme çeşitlerini dokuz grupta toparlayabiliriz:

Spontane Büyüme: Ekonomiye devletin müdahale etmesinin en az düzeyde olduğu, çevresel etkilerden etkilenmeden kendi kendine harekete geçen üretim araçlarının sağladığı büyüme çeşididir (Akıncı, 2013: 107). Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'da iktisadi gelişmenin ilk ve en mühim örnekleri yer almaktadır. Ekonomik gelişme batı ülkelerinde devlet müdahalesine gerek duyulmadan meydana geldiği için 'spontane', yani kendi kendine meydana gelen gelişme adı verilmiştir (Üstünel, 1990, 227)

Planlı Büyüme: Planlı büyümede bir plan içerisinde kıt kaynakların hangi oranda ve hangi malların üretimine ayrılacağı belirlenir. Verimin artırılması ve her anlamda etkinliğin sağlanması amaçtır. Plan uygulaması bütün sektörler için mecburi ise eğer 'otoriter planlama' söz konusudur. Bu çeşit planlamaya uygun olarak Sovyetler Birliği'ndeki uygulama gösterilebilir. Bahsi geçen dönemdeki planlar özel sektöre yol gösterici iken kamu sektörüne zorunlu özellik taşımaktadır (Acar,2002,33-34).

Açık Büyüme: Uluslararası sermaye açık büyümede ülkede ekonominin büyümesi için çok büyük önem arz eder. Bu nedenle açık büyümede yabancı sermayeyi ülke ekonomisine katabilmek için elverişli yatırım ortamı ülkede oluşturulmaya çalışılmaktadır. Açık büyüme şekli serbest piyasa ekonomisini kabul etmiş bütün ekonomilerde yer alan bir büyüme şeklidir. Uzmanlaşmanın gerçekleşmesine ve ülkelerin birbirleri ile ticaret yapmak zorunda kalmasına bahsi geçen sermaye mobilitesi haricinde öteki üretim faktörlerinin de eşit miktarda ülkeler arasında dağılımının gerçekleşmesi de katkı sağlamıştır (Akıncı, 2013: 107).

Kapalı Büyüme: Bu şekilde bir büyüme ülkenin mevcut öz kaynaklarına dayanır. Kapalı büyüme devletin ekonomiye her anlamda müdahale ettiği bir büyüme şeklidir. Kapalı büyümenin en büyük amacı ülkenin dış ülkelere olan bağımlılığının en aza düşürülmesi ve ülkenin büyük oranda kendi kaynaklarından faydalanmasıdır. Kapalı büyümeye örnek olarak Bir dönem Arnavutluk'ta ve 19. Yüzyıl Japonya'sı gösterilebilir (Özguven,1988,85).

Biyolojik Büyüme:Bu büyüme türü canlıların büyümesinden feyz almıştır. Daha açık bir şekilde, büyüme en başta hızlı bir şekilde sürmekte daha sonra azar azar yavaşlamaya başlamakta ve bir noktaya ulaştığında tamamen durmaktadır (Özguven, 1988, 87)

Dengeli Büyüme:Bütün sektörlerde aynı zamanda ve birlikte yapılan yatırımlar sonrasında meydana gelen büyüme türü dengeli büyümedir. Bir sektörde gerçekleştirilen yatırımlar o sektörde meydana getireceği üretim artışıyla birlikte başka sektörlerde de dışsal tasarruflar ortaya çıkaracaktır. Bir sektörde üretilen nihai mal sektörlerin birbirleriyle aralarında oluşturmuş oldukları bağ sebebiyle aslında başka bir sektörün girdisini meydana getirmektedir. Buna örnek verecek olursak cam sanayisinde meydana getirilen cam otomotiv sanayisinin girdilerinden bir tanesidir. Otomotiv sanayisinin var olduğu bir ülkede gerçekleştirilen yatırımlar sadece bir kere değil, daha çok verim yaratacaktır. Farklı bir deyişle sosyal getirilerle özel getiriler arasındaki ayrılıkları yok etmek için birbirine talep oluşturması olası etkinlik kollarındaki yatırımlara girilmesi ve bununla birlikte

yatırım faaliyetlerinin geniş tutulmasıyla meydana gelen büyüme çeşididir (Kaynak, 2005: 316).

Dengesiz Büyüme:Az gelişmiş ülkelerde yoksulluk ve kıtlık dengesiz büyüme stratejisinin başlıca savunucusu A. O. Hirschman'a göre sadece kaynaklarının kendi yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Bu ülkelerin az gelişmiş olma sebepleri arasında bu kaynakları bir araya toplayıp işletecek araçların karar vericiliğinin ve yeteneğinin olmaması yer almaktadır. Az gelişmiş ülkelerin yeterli sayıda kaynağa sahip olmamalarının yanında mevcut kaynakları da ekonomik bir biçimde değerlendirememektedirler. Bu sebeple Hirschman tarafından az gelişmiş ülkelerin dengesiz büyüme mecburiyetinde olduğu tespit edilmiştir (Kaynak, 2005: 321).

Bütün bunların sonucunda dengesiz büyüme stratejisi tüm sektörlerde eş anlı yatırım yapmayı önermez. Yatırımlar içinde tercih yapmayı tavsiye eder. Dengeli büyüme stratejisinin tersine kaynaklar potansiyeli yüksek sektörlerle yönlendirilmeli ve ekonomik gerginlikler ile dengesizlik kasten meydana getirilmelidir (Karakayalı ve Dilber, 2013: 130).

Üstel Büyüme:Üstel büyüme ekonomik büyüme hızının giderek arttığı bir büyüme türüdür. Fakat büyümede oluşan bu artış kalıcı olmayabilir. İktisadi büyüme hızının devamlı ve artan bir biçimde nüksetmesi üstel büyümenin kalıcılığını sağlayacak bir unsurdur. Bu makroekonomik göstergelerin her seferinde bir öncekine kıyasla git gide iyileşir bir hal almasıdır. Üstel büyümeye örnek, Çin ekonomisinde artan ve birbirini izleyen dönemler itibariyle meydana gelen yüksek büyüme hızlarıdır.

Durgun Büyüme: Durgun büyüme milli gelirden oluşan artış hızı ve nüfus artış hızı birbirine denk olduğu zaman her bir kişiye düşen gelir artış hızının değişmemesi durumudur. Buna bağlı olarak durgun büyümede iktisadi büyümenin gerçekleşmiş olmasına karşın kişi başına gelirden bahsetmek olası değildir (Akıncı, 2013:107).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: NEVŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ LİTERATÜRÜ VE AMPİRİK UYGULAMA

3.1. Turizm - Ekonomik Büyüme İlişkisi Literatürü

Ekonomik büyüme ve turizm gelirleri ilişkisi iktisat ve turizm alanlarında uzun zamandır ele alınan konulardandır. Yaygın teori, ekonomik büyümeyi turizm gelirlerinin arttıracığı yönündedir. Mevcut çalışmaların birçoğu teoriyi doğrularken, bir kısmı ise anlamsız ilişki tespit etmiştir. Genel anlamda literatür incelendiğinde ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında, çalışmalarda incelenen dönem, yöntem, ülke açısından farklılıklar mevcuttur.

3.1.1. Çok Ülkeli Çalışmalar

Literatürde birden fazla ülke bazında yapılan çalışmalardan bir kısmını şu şekilde sıralamak mümkündür:

Eugenio – Martin vd. (2004) 21 Latin Amerika ülkesi için 1985 – 1998 dönemi verilerini kullanarak ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Panel data ve Arellona – Bont dinamik panel yöntemleri kullanılmıştır. Gelişmiş ile orta ve düşük gelir seviyesi olmak üzere ülkeler 2 grupta ele alınmıştır. Sonucunda turizmin ekonomik büyümede gelişmiş ülkeler için önemli olmadığını, düşük ve orta gelir seviyesindeki ülkeler için ise önemli olduğunu ortaya koymuştur.

Kantarci (2007) merkezi Asya ülkeleri (Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan, Kazakistan) için bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada bu dört ülke ile Türkiye'nin coğrafi, kültürel ve tarihi yakınlığının olması girişimcileri bu ülkelere yatırım yapmaları konusunda teşvik ettiği ve sonucunda ülkelerde turizm sektörüne yapılan yatırımların arttığı anlatılmaktadır. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlara göre açıklama kuvveti ve faktörlerin varyansları ülkeden ülkeye değişir. Genel olarak baktığımızda bu ülkelerin turizm sektörüne daha fazla miktarda yabancı sermaye çekmek için özel yatırım stratejileri ile teşviklerin geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Lee ve Chang (2008) yaptıkları çalışmada OECD mensubu olmayan ülkeler (Asya, Latin Amerika ve Sahra Altı Afrika Ülkeleri) ve OECD üyesi ülkelerle arasında iktisadi büyüme ile turizm gelişimi arasındaki nedenselliği incelemişlerdir. Sonucunda örnek olarak alınan hem OECD üyesi olmayan ülkelerde hem de OECD mensubu olan ülkeler arasında GSYİH ile turizmin gelişmesi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin var olduğu ortaya çıkmıştır. Bu etkinin OECD üyesi olmayan ülkelere daha güçlü olduğu tespit edilmiştir. Turizm değişkenini turizm geliri kabul edildiğinde Sahra Altı ülkelerde turizmin GSYİH' ya etkisi en yüksek seviyededir. Bu sebepten dolayı Sahra Altı ülkeleri gibi turizmi geliştirmek geliştirmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde olumlu yönde bir gelişme stratejisidir.

Parilla, Font ve Nadal (2007) yaptıkları çalışmada İspanya' nın Kanarya adaları ve Balear' da uzun dönemli büyümeye turizmin etkisini araştırmışlardır. Elde ettikleri sonuçlara göre iktisadi büyüme ve bölgesel kalkınmada turizm itici bir güçtür. Turizm her iki ada için GSYİH' nın yüzde 80' inden çoğunu tek başına yansıtmakta ve iki ada için de büyük önem arz etmektedir.

Huybers ve Skerrit (2005) yaptıkları çalışmada 371 geliştirmekte olan ülke için kişi başı düşen GSMH üzerinde uluslar arası turizmin net etkisini test etmişlerdir. Araştırmada panel data ve en küçük kareler (EKK) metodu kullanılmıştır. Elde ettikleri sonuçlara göre genelde iktisadi büyümeyi uluslar arası turizmin olumlu yönde etkilemektedir ve bu sebeple kaynakların GSMH' nın artırılması için turizme göre daha az randımanlı sektörlerden alınarak, turizme yönlendirilmesi gerekmektedir.

Saleh vd., (2015), çalışmalarında turizmin ekonomik büyümeye etkisini 1981 – 2008 yılları arası Bahreyn, Ürdün, Suudi Arabistan (üç orta doğu ülkesi) için ele almışlardır. Çalışmada panel eşbütünleşme testi ve sabit sermaye oluşumu değişkenleri, doğrudan yabancı sermaye yatırımları, eğitim yatırımları ve turizm gelirleri değişkenleri kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar turizm sektörünün büyümesi ve iktisadi büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını göstermektedir.

Mahmoudinia vd., (2011) 'nin yaptıkları çalışmada 17 MENA ülkesinde iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasında 1995 – 2007 dönemleri için nedensellik ilişkisi ve uzun dönemli ilişki incelenmiştir. Araştırmada panel veri methodu kullanılmıştır. Sonucunda iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasında kısa dönemde ve uzun dönemde iki taraflı nedensellik ilişkisinin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanında döviz kurundan turizm gelirlerine ve iktisadi büyümeye doğru tek taraflı bir nedensellik ilişkisi vardır.

Alhowaish (2016), 1995 – 2012 dönemleri arasında Körfez İşbirliği ülkelerinde iktisadi büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Eşbütünleşme ve nedensellik analizi yapılmıştır. Çıkan sonuçlarda turizmin iktisadi büyümeye büyük katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu ülkelerin hepsinde ekonomik büyümeden turizme tek taraflı nedenselliğe rastlanmıştır.

Simundic vd., (2016), yaptıkları çalışmada 2000 – 2014 döneminde Karayip ülkeleri ve Latin Amerika' da iktisadi büyüme ve uluslar arası turizm gelişmeleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Dinamik panel veri methodu kullanılmıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre politik denge, beşeri sermaye, ticari açıklık, kamu tüketimi ve yatırım harcamaları ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir.

Şahin (2017) yaptığı çalışmada Akdeniz ülkelerinde ekonomik büyüme ve turizm ilişkisini incelemiştir. 2000 – 2015 dönemi ele alınmıştır. Panel veri metodu kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak ortaöğretimde okullaşma oranı, kamu tüketim harcaması, işgücüne katılım miktarı, gayri safi sermayenin oluşumu, uluslar arası turizm gelirleri kullanılmıştır. İktisadi büyümenin sembolü olan uluslar arası

turizm gelirleri ise bağımlı değişkendir. Yapılan analizden elde edilen bulgulara göre iktisadi büyüme ile kamu tüketim harcaması arasında istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir ilişki olduğu diğer değişkenlerle iktisadi büyüme arasında ise istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kamacı ve Oğan (2014), yaptıkları çalışmada 1995 -2011 dönemleri arası Azarbaycan, Kazakistan, Özbekistan, Kırgızistan, Makedonya için ülke çapında cross panel veri yöntemini kullanarak turizm gelirlerini analiz etmişlerdir. Yapılan analiz sonucunda turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasında diğer 5 ülke ve Türkiye için ilişkinin var olduğu saptanmıştır. Turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru uzunda dönemde çift yönlü bir nedensellik vardır.

Dücan vd, bu çalışmada 2005 – 2015 döneminde Türkiye, Yunanistan, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz' in kazanmış oldukları turizm gelirlerinin ne anlamda katkı sağladığı incelemiştir. Hurlin ve Dumitrescu (2012) panel Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Uygulanan bu test sonucunda elde edilen bulgulara göre çalışmaya konu olan ülkeler için ekonomik büyüme ile turizm gelirleri arasında iki yönlü nedensellik saptanmıştır.

Bahar ve Bozkurt (2010) , Bu çalışmada gelişmekte olan ülkelerde uzun dönemde ekonomik büyüme ile turizm sektörü arasında pozitif ilişkinin var olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada Dinamik Panel Veri Analizi metodu kullanılmıştır. Bu bağlamda; Türkiye'nin de içinde bulunduğu gelişmekte olan 21 ülke için 1998–2005 dönemini içine alan bir panel veri seti meydana getirilmiş ve İki kademeli GMM-Sistem analizi uygulanmıştır. Bunun sonucunda gelişmekte olan ülkeler açısından iktisadi büyüme ile turizm arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır. Daha net bir ifade ile uzun dönemde turizm gelirlerindeki %1'lik bir artışın iktisadi büyüme üzerinde %2,825'lik bir artış meydana getirdiği tespit edilmiştir.

3.1.2. Tek Ülkeli Çalışmalar

Literatürde birden fazla ülkeyi ele alan çalışmaların yanında tek bir ülkeyi inceleyen çalışmalar da mevcuttur. Bunlardan bir kısmına bakacak olursak:

Balaguer ve Cantavella – Jorda (2002) İspanya’ da turizmin iktisadi büyümeye olan etkisini araştırmışlardır. Nedensellik ve eş bütünleşme testlerini kullanmışlardır. Sonuçlar İspanya ekonomisine turizmin olumlu yönde etki ettiğini ortaya koymuştur. Turizm onlara göre liberalleşme ve açıklığın başı olan 1959’ dan günümüze İspanya’ da teknolojik ve iktisadi kaynak elde etmenin bir aracıdır. Bunun yanında son otuz senede İspanya’ nın dış ticaret açıklarının kapatılmasında da turizmin sayesinde elde edilen döviz gelirleri mühim bir rol oynamıştır.

Kim vd. (2005) Tayvan’ daki iktisadi büyüme ve genişleme arasındaki nedensellik ilişkisi üzerinde çalışmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre turizm Tayvan ekonomisinde mühim bir rol oynamaktadır. Uzun dönemde turizm ile iktisadi büyüme arasında bir ilişki ve iki taraflı bir nedensellik bulunmaktadır. Diğer bir deyişle Tayvan’ da turizm ve iktisadi büyüme karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir.

Oh (2005) Kore’ de ekonomik büyüme ve turizm ilişkisini incelemiştir. Granger, Engle ve iki değişkenli VAR analizini kullanmıştır. Sonucunda iktisadi büyüme ile turizm arasında bir nedenselliğin bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Kore’ de turizmin iktisadi büyümenin nedenlerinden biri olduğu saptanmıştır. Turizm yönlü büyüme hipotezi kabul edilmemiştir. Yani uzun dönemde Kore ekonomisi üstünde turizmin hiçbir etkisi yoktur.

Narayan ve Prasad (2003) Fiji’ de reel GSYİH ile turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Elde ettikleri sonuçlara göre reel GSYİH bağımlı bir değişken iken, bu iki değişkenin arasında uzun dönemli bir ilişki vardır. Kısa dönem için reel GSYİH turizm gelirlerinin granger sebebi , uzun dönemde ise turizm gelirleri reel GSYİH’ nın granger sebebidir.

Wickremasinghe ve Ihalanayake (2006), 1960 – 2000 dönemi için Sri Lanka ekonomisinde GSYİH üzerinde turizm gelirlerinin etkisini incelemişlerdir. Çalışmada ECM yöntemi kullanılmıştır. Sonucunda turizm gelirlerinden GSYİH’ ya doğru bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır.

Gautam (2011), yaptığı çalışmada Nepal' de turizm gelirleri ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Uzun dönemde ampirik bulgulara göre iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasında turizmden büyümeye doğru Granger nedensellik ilişkisi ile eşbütünleşme tespit edilmiştir.

Ageli (2013), Suudi Arabistan üzerinde yaptığı çalışmada, Granger nedensellik testini kullanmış ve GSYİH' dan turizm harcamalarına doğru nedensellik tespit etmiştir buna ek olarak turizmdeki ilerlemelerin büyüme üstünde pozitif bir etki yarattığı ortaya çıkmıştır.

Ghali (1976), turizm ülkesi olarak bilinen Hawaii üzerinde bir çalışma yapmıştır. Sonucunda Hawaii' nin büyümesinde ihracat ile turizmin payını incelemiş ve turist harcamalarından kazanılan dövizin mal ihracatından kazanılan dövizin yedi katı olduğunu tespit etmiştir. Yani büyümeyi en çok hızlandıran unsur turizmdir ve ihracat ikinci sıradadır.

Katircioğlu (2009) Kıbrıs üzerinde yaptığı bir çalışmada iktisadi büyüme, uluslar arası ticaret ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmasında Granger Nedensellik ve Koentegrasyon analizini kullanmıştır. Sonucunda kullanılan değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Yani iktisadi büyüme uluslar arası ticareti geliştirerek adaya turist gelmesini teşvik etmektedir.

Liangju vd., (2012), 1984 – 2009 dönemi için Çin ekonomisini incelemiştir. Granger nedensellik testini kullanmışlardır. Testin sonuçlarına göre yerel turizmin gelişmesinin iktisadi büyüme üzerinde bir etkiye sahiptir.

Belloumi (2010), Tunus' da efektif döviz kurları, GSYİH ve turizm gelirleri arasında bir inceleme yapmıştır. 1970 – 2007 yılları arası dönemi ele almıştır. Bu çalışmanın sonuçlarına göre iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasında bir ilişkinin var olduğu ve turizmin dolaylı olarak GSYİH üzerinde pozitif etkisi olduğu saptanmıştır.

Jayathilake (2013), yaptığı çalışmada 1967 – 2011 dönemleri için Sri-Lanka iktisadi büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada nedensellik analizi ve eş bütünleşme testi kullanılmıştır. Değişkenler olarak reel efektif döviz kuru, uluslar arası turist girişleri, GSYİH kullanılmıştır. Sonucunda değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bunun yanında sonuçlar turizme dayalı büyüme hipotezini destekleyen özelliğe sahip olup turizmin iktisadi büyümeyi geliştirmekte olan ülkelerde pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Granger nedensellik testi sonucuna göre turist girişlerinden iktisadi büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi vardır.

Ohlan (2016) çalışmasında 1960 – 2014 dönemi Hindistanda turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Çalışmada Bayer ve Hanck kombine testleri ve ARDL testi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda Hindistan’ da hem uzun dönemde hem kısa dönemde turizme bağlı büyüme kaydedilmiştir. Buna ek olarak analizde turizmden ekonomik büyümeye tek yönlü nedensellik tespit edilmiştir. Bu doğrultuda ülkeye daha fazla turist çekmek için yeni politikalar geliştirilmelidir.

Salihova ve Akbulaev (2016) yaptıkları çalışmada, ekonomik büyüme ile turizm arasında bir ilişkinin var olup olmadığını ve turizm sektörünün iktisadi büyümeye katkısını araştırmışlardır. Çalışmada 1990-2014yılları arası ele alınmıştır ve GSYİH’ dan oluşan değişkenlere ilişkin zaman serisi ile turizm gelirleri, VAR modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Ortaya çıkan ampirik sonuçlarda, Kazakistan’ da hem ekonomik büyümenin turizme hem de turizmin iktisadi büyümeye bir etkisinin olup olmadığı saptanmıştır. Kısacası uygulanan eş bütünleşme testi sonucu, iki değişken arasında da karşılıklı bir ilişkinin bulunmadığını gözler önüne sermektedir.

3.1.3. Türkiye Örnekleri

Dünya turizminde Akdeniz ülkelerinin payı oldukça fazla olmakla birlikte bu pay günden güne artmaktadır. Bu ülkelerin en önemlilerinden biri olan Türkiye için literatürde yapılan çalışmaları inceleyecek olursak:

Uysal vd (2004) bu çalışmada Türkiye için iktisadi büyüme ile turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi 1992-2003 dönemleri arası incelemişlerdir. Çalışmada Birim kök testi (ADF), regresyon analizi, Granger nedensellik testi kullanılmıştır. Çalışma sonucu elde edilen sonuçlara göre değişkenlerin arasında iki taraflı birlişki bulunmaktadır ve ekonomik büyümeyi turizm gelirleri pozitif yönde etkilemektedir.

Özcan (2015), çalışmasında Türkiye için iktisadi büyüme ve turizm gelirleri arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Analizde Hatemi-J' nin 2012 yılında geliştirdiği asimetrik nedensellik yöntemi ve doğrusal olmayan ve doğrusal olan zaman serisi nedensellik yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veri seti 1963 – 2010 yıllarına aittir. Simetrik nedensellik testinden alınan amprik sonuçlara göre değişkenler arasında turizm gelirlerinden iktisadi büyümeye karşı doğrusal bir nedenselliğin var olduğu tespit edilmiştir. asimetrik nedensellik analizinden çıkan sonuçlara da turizm gelirlerinden iktisadi büyümeye doğru nedenselliğin olduğunu doğrulamaktadır.

Karamelikli ve Erkuş (2016), bu çalışmada ekonomik büyüme ve turizm sektörü arasında uzun ile kısa dönemli ilişkiyi ve bu ilişkinin doğrusal olmayan ve doğrusal karakteristiği incelenmiştir. Çalışmada 2003 – 2015 zaman dilimindeki çeyrek dönemlik datalar kullanılmıştır. Analiz Türkiye' nin iktisadi büyüme miktarı arasındaki doğrusal ilişkiler ve turizm sektöründeki büyüme miktarı NARDL ile ARDL model kullanılarak yapılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda iktisadi büyüme oranı ile turizmdeki büyüme oranı arasında bir eşbütünleşme tespit edilmiş fakat uzun ve kısa dönemde asimetrik ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Topallı 2015, çalışmasında Türkiye ekonomisi için ekonomik büyüme ve turizm arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Yapılan çalışmada 1963-2011 dönemi ele alınarak iktisadi büyüme ve turizm arasındaki ilişki Toda-Yamamoto nedensellik testi ve Johansen eşbütünleşme testi ile analiz edilmiştir. VECM modeline bağlı Granger nedensellik testi sonucuna baktığımızda turizmden gelire doğru tek taraflı bir nedensellik ilişkisi vardır ancak Toda Yamamoto nedensellik metodundan elde edilen bulgularsa ekonomik büyümeden turizme doğru ya da turizmden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisi olmadığını yansıtmıştır. Johansen

eşbütünleşme yöntemine göre ise uzun dönemde iktisadi büyüme ve turizm arasında eşbütünleşme ilişkisi ortaya çıkmıştır.

Alp (2010), çalışmasında Türkiye’ de turizm sektörü ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ekonomik büyüme ile bu sektörden elde edilen gelir arasındaki ilişki (Threshold Vector Autoregressive) T-VAR testi ile analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda büyüme ile turizm gelirleri arasında pozitif bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Ve kazanılan gelirden %30’ un üstünde bir artış meydana gelmesi halinde bu ilişkinin ortaya çıktığı görülmektedir.

Bahar (2006) çalışmasında Türkiye’ de iktisadi büyüme ve turizm arasında uzun dönemli ilişkinin var olup olmadığını incelemiş ve turizm sektörünün iktisadi büyümeye katkısını ortaya koymuştur. 1963 – 2004 yılları arası dönem ele alınmıştır. GSMH ve turizm gelirlerinde meydana gelen değişkenlere ilişkin zaman serisi, VAR modeli ile test edilmiştir. Ortaya çıkan ampirik sonuçlara göre iktisadi büyüme üzerinde turizm olumlu bir etki yaratmıştır. Eş bütünleşme testine göre ise bu iki değişken arasında uzun dönemde karşılıklı ilişki mevcuttur.

Aslan (2008), çalışmasında turizmin Türkiye’ nin uzun dönem iktisadi gelişmesindeki rolünü ele almıştır. 1992:1 – 2007: 2 dönemi ele alınmış ve Granger nedensellik ve Johansen eş bütünleşim testleri kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre turizm Türkiye’ nin iktisadi büyümesini yaklaşık olarak son 15 senelik dönem boyunca desteklemiştir.

Bozgeyik ve Yoloğlu (2015), çalışmalarında Türkiye’ ye ilişkin GSYİH ve turizm gelirleri verileri kullanılarak incelemiştir. Çalışmada 2002-2014 yılları arası dönem ele alınmış ve EKK (en küçük kareler) metodu kullanılmıştır. Katsayı tahminleri elde edilerek değişkenler arasında nedenselliğin var olup olmadığı nedensellik testi ile analiz edilecektir. Çalışma sonucunda ortaya çıkan bulgular, uzun dönemde uluslararası turizmden elde edilen gelirlerin Türkiye’ nin iktisadi büyümesi üzerinde olumlu sonuçlar doğurduğunu ortaya koymaktadır.

Özdemir ve Öksüzler (2006) çalışmasında Türkiye için iktisadi büyüme ile turizm arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. 1963 -2003 yılları arasına ait GSMH, reel döviz kuru ve turizm gelirleri değişkenleri kullanılmıştır. Çalışma Johansen tekniği ve VECM (vektör hata doğrulama modeli) kullanılarak analiz edilmiştir. Ampirik bulgular hem uzun dönemde hem de kısa dönemde turizmden iktisadi büyüme doğru tek yönlü bir ilişki mevcuttur. Bu bulgulara göre sonuçlar kamu politikalarını Türkiye’ de turizmin arz ve talebini çoğaltacak şekilde yönlendirmek şartıyla iktisadi büyümeyi hızlandırmasının olası olduğunu yansıtmaktadır.

Çetintaş ve Bektaş (2008), çalışmalarında Türkiye’ de iktisadi büyüme ve turizm arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkileri 1964 – 2006 dönemi için incelemişlerdir. Yapılan çalışmada nedensellik ARDL modeli kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre uzun dönemde turizm büyümenin oldukça mühim bir belirleyicisi olduğu halde kısa dönemde kısa dönemde bu iki değişken arasında bir ilişki mevcut değildir. Türkiye için turizm önemli bir büyüme kaynağıdır.

Bahar (2010), çalışmada Türkiye’de turizm sektörüne gelen (doğrudan yabancı sermaye yatırımları) DYSY ve iktisadi büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olup olmadığını incelemişlerdir.1986–2006 yıllarına ilişkin 21 senelik bir zaman serisi ile En Küçük Kareler metodu (EKKY) kullanılmıştır. Elde edilen ampirik bulgular, turizm sektörüne sağlanan Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile gayri safi milli hasıla arasında pozitif bir ilişkinin var olduğunu ortaya koymaktadır ve DYSY’ deki yüzde 1’lik bir yükselme , GSMH üzerinde yüzde 1,8’lik bir artış oluşturmaktadır.

Kanca (2015), çalışmasında Türkiye için turizm sektörü ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilmiştir.1980-2013 yılları arası verileri kullanılmıştır.Değişkenler arasındaki ilişkiler bazı zaman serisi metotlarından faydalanarak ekonometrik olarak incelenmeye çalışılmıştır.Çalışmanın sonuçlarına göre, iktisadi büyümeden turizm gelirlerine Granger anlamda bir nedensellik görülmüştür.Bunun yanında, turizm gelirlerinin büyümeyi olumlu yönde etki ettiğine dair ampirik delillere ulaşılmıştır.

Kızılgöl ve Erbaykal (2008) çalışmalarında, Türkiye'deki iktisadi büyüme ile turizm gelirleri arasındaki ilişki Toda-Yamamoto metodu kullanılarak ele almışlardır. 1992:01– 2006:02 dönemlerini içeren 3' er aylık veriler kullanılarak yapılan analiz bulgularına göre, iktisadi büyümeden turizm gelirlerine tek yönlü nedensellik ilişkisi vardır. Çalışmadan elde ettiğimiz sonuçlara göre Türkiye'nin daha çok turizm geliri kazanmak için devam ettirilebilir bir iktisadi büyüme sağlaması gerekmektedir.

Yamak ve Tanrıöver (2012) yaptıkları çalışmada, Türkiye' de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi sektör bazında incelenmişlerdir. Turist başına düşen toplam turizm gelirlerinin sanayi, tarım, reel GSMH ve hizmet sektörleri üzerindeki hem kısa hem de uzun dönemli etkileri analiz edilmiştir. Phillips-Perron (PP) birim kök testleri ve Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda turizmin gelişmesinin, hem dolaylı olarak sanayi sektörünün hem de doğrudan hizmet sektörünün gelişmesine katkıda bulunduğu ortaya çıkmıştır.

Samırkaş ve samırkaş (2009) yaptıkları çalışmada Türkiye' de ekonomik büyüme ile turizm sektörünün sağlamış olduğu gelir arasındaki ilişki incelenmiştir. 2003/1. Çeyrek - 2013/3. Çeyrek dönemleri ele alınmış ve Granger Nedensellik testi kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda iktisadi büyümeden turizme, turizmden iktisadi büyümeye doğru çift taraflı bir ilişkinin varlığı ortaya çıkmıştır.

Akan ve Işık (2009) çalışmalarında,uzun dönemde yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomik büyümedeki rolünü incelemektedirler. 1970–2007 dönemi verileri kullanılarak Eş bütünleşme, Phillips ve Perron testleri ve Nedensellik analizleri yapılmıştır. Sonucunda uzun dönemde yabancı ziyaretçi harcamaları ve iktisadi büyüme arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır. Diğer bir deyişle, çalışma sonucunda elde edilen bulgularbu ilişkinin yabancı ziyaretçi harcamalarından iktisadi büyümeye doğru meydana geldiğini göstermektedir fakat iktisadi büyümeden yabancı ziyaretçiharcaması yönünde bir etki yoktur.

3.2. Veri Seti

Nevşehir iliinde turizm ekonomik büyüme ilişkisinin ele alındığı çalışmamızda kullanılan veriler 2004 – 2015 yılları arasını kapsamaktadır. Bölgeye gelen turistleri yerli ve yabancı turist olmak üzere iki ayrı şekilde ele almaktayız. Ekonometrik model bölgeye gelen yerli turist geceleme sayısı, yabancı turist geceleme sayısı, kişi başına gayri safi yurt içi hasıla (GSYİH) değişkenlerinin verilerini içermektedir. Bu veriler TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanından alınmıştır. Kısa ve uzun dönem olmak üzere ayrı ayrı ele alınmıştır.

3.3. Yöntem

3.3.1. ARDL Testi

ARDL testi Pesaran, Shin ve Smith tarafından geliştirilmiştir. Kısıtlı gözlem sayısına sahip örneklerle birlikte kullanılabilir. Bu testte değişkenlerin Engle-Grange eş bütünleşme ve Johansen-Juselius testlerinde olduğu gibi aynı seviyede entegre olmalarına ihtiyaç kalmaz. Uzun ve kısa dönem ilişkilerin tahmini için etkili bir yöntemdir (Pata, Yurtkuran, Kalca, 2016: 255-271).

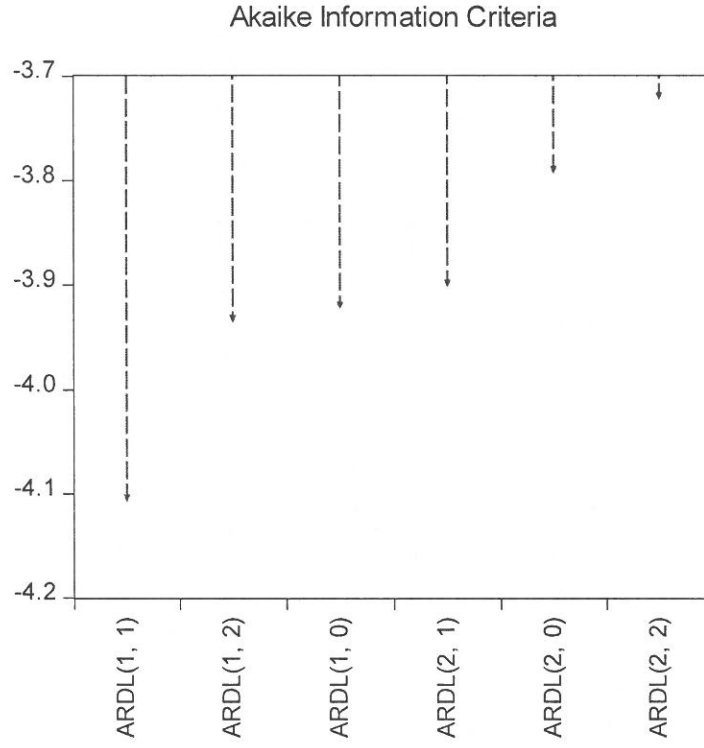
ARDL testi birbirinden farklı bütünleşme seviyelerine sahip değişkenlerin de uzun dönemli bütünleşme ilişkisini elde etmeye olanak verir. Bu test küçük örneklerde de tatbik edilebilmektedir. Bu mühim bir özelliktir. Eş bütünleşme için öteki testler oldukça fazla bir zaman diliminde iyi neticeler vermektedirler. Bunun yanında ARDL yönteminde serilerin durağanlık seviyelerine bakılmadan aralarındaki eş bütünleşmenin varlığı test edilebilmektedir.

ADRL süreci iki aşamadan oluşur: ilk aşamada eş bütünleşme ilişkisinin olup olmadığı, F- testi ile test edilir. Perasan et al (2001) tarafından saptanan kritik değer tablosu ile hesaplanan F-istatistiği karşılaştırılarak karar verilmektedir. İkinci aşama da aşağıda kurulan hata düzeltme yönteminin tahmin edilmesi ile uzun dönem katsayılarının yorumlanması olmaktadır.

$$\Delta Y_t = \phi Y_{t-1} + \beta x_{t-1} + \sum_{j=1}^p \lambda_j \Delta y_{t-j} + \sum_{j=1}^q \delta \Delta x_{t-j} + \epsilon_t$$

Özetle ARDL yöntemi verilerin durağanlık seviyeleri belirlendikten sonra gecikme uzunlukları saptanıp en uygun ARDL modelinin belirlenmesi, F-testiyle eşbütünleşme ilişkisine karar verildikten sonra kısa ve uzun dönem ilişkilerin saptanması şeklinde uygulanmaktadır (Doğru, 2014:19-32).

3.4. Ampirik Sonuçlar



Şekil 3.1. Akaike bilgi kriteri

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Akaike bilgi kriterine göre model değerlendirilmiş olup en uygun modelin (1.1) olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 3.1. ARDL modeli (kısa dönem) 2005-2014

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob*
GSYIH(-1)	0.935369	0.114714	8.153.915	0.0002
Yerli Turist	0.001580	0.060932	0.025932	0.9802
Yerli Turist (-1)	0.112845	0.083298	1.354.702	0.2243
C	-0.326631	0.317196	-1.029.746	0.3428
R-kare	0.977380	Bağımsız var		4.046.816
Ayarlanmış R-kare	0.966070	S.D. bağımlı var		0.152386
Regresyon S.E'si	0.028070	akaike bilgi kriteri		-4.019.092
Sumsquaredresid	0.004727	Schwarzcriterion		-3.898.058
log benzeri	2.409.546	Hannan-Quinnriter		-4.151.866
F-istatistik	8.641.846	Durbin-Watson stat		2.047.526

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

ARDL yöntemi ile tablo 3.1' de kısa dönemde 2005- 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yerli turist sayısındaki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.0015 arttırmaktadır.

Tablo 3.2.ARD L modeli (uzun dönem) 2004-2014

Koşullu hata düzeltme regresyonu				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob*
C	-0.326631	0.371898	-0.878282	0.4136
GSYİH (-1)*	-0.064631	0.161813	-0.399415	0.7034
Yerli Turist (-1)	0.114425	0.155111	0.737697	0.4885
D (Yerli Turist)	0.001580	0.106874	0.014784	0.9887
* t- bounds dağılımı ile uyumlu bir t değeri				
Denklem seviyeleri durum 2: sınırlı sabit ve trend yok				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob*
Yerli Turist	1.770.442	2.434.199	0.727320	0.4944
C	-5.053.818	1.178.182	-0.428951	0.6829
EC = GSYİH - (1.7704*VATANDAS -5.0538)				
F-Bounds Test ilişkisi yok			NullHypothesis: seviye	
Asymptotic: n=1000				
Test istatistiği	Değer	Önem	I(0)	I(1)
F- İ-istatistik	9.712309	10%	3..02	3..51
K	1	5%	3..62	4..16
		2.5%	4..18	4..79
		1%	4..94	5..58
Gerçek numune boyutu	10	Sonlu örnek:n=30		
		10%	3.303	3.797
		5%	4.09	4.663
		1%	6.027	6..76

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.2'de uzun dönem de elde edilen sonuçlar yerli turist açısından değerlendirildi. Bu değerlendirmeye göre 2004 - 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yerli turist sayısındaki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.001580 arttırmaktadır.

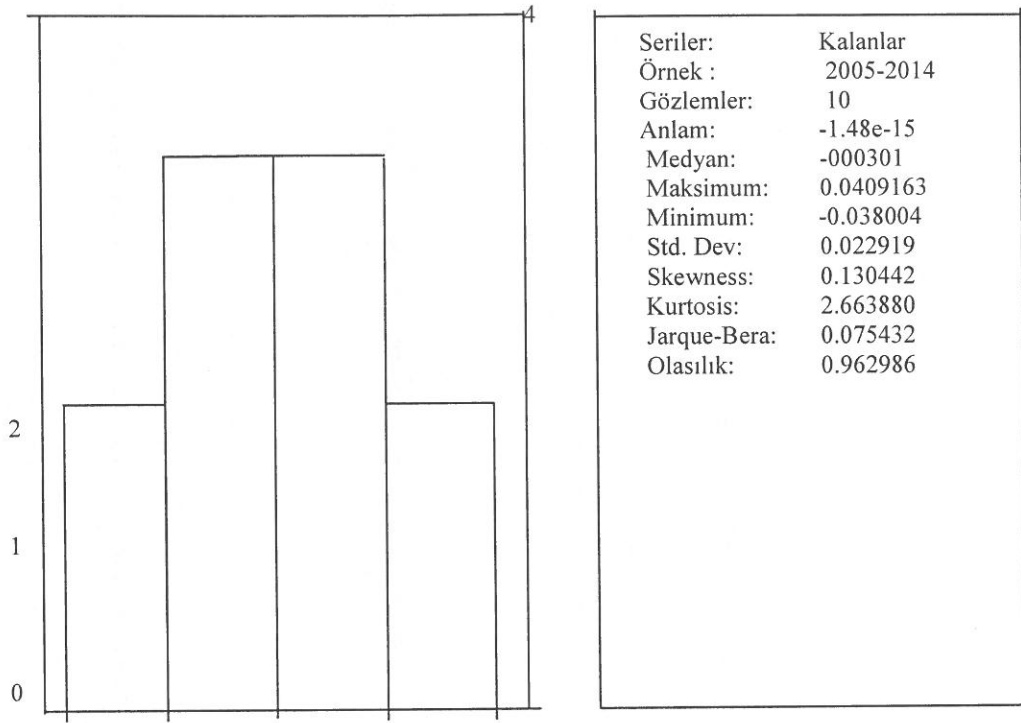
Sınır testi ile yerli turist ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin uzun dönemde olup olmadığı incelenmiş ve uzun dönemde ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 3.3.ARDL hata düzeltme testi 2004-2014

ECM Regresyon				
durum 2: sabit sınırlı trend yok				
Değişken	Katsayı	Std. hata	t-istatistik	Prob.
D(VATANDAS)	0.001580	0.056113	0.028159	0.9784
CointEq(-1)*	-0.064631	0.010369	-6.232.915	0.0008
R-kare	0.222549	bağımsız var		0.046523
düzeltilmiş R-kare	0.125368	S.D. bağımlı var		0.025993
S.E. of regresyon	0.024309	Akaikeinfocriterion		-4.419.092
Dresid toplam karesi	0.004727	Schwarzcriterion		-4.358.575
Log benzeri	2.409.546	Hannan-Quinncrier.		-4.485.479
Durbin-Watson stat	2.047.526			
* t- bounds dağılımı ile uyumlu bir t değeri.				

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.3'de 2004- 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yerli turist sayısındaki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi % -064631 oranında azaltmaktadır. 0.0008 değeri istatistiki olarak anlamlı olup uzun dönemdeki ilişkiyi teyit etmektedir.



Şekil 3.2. Ön testler

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

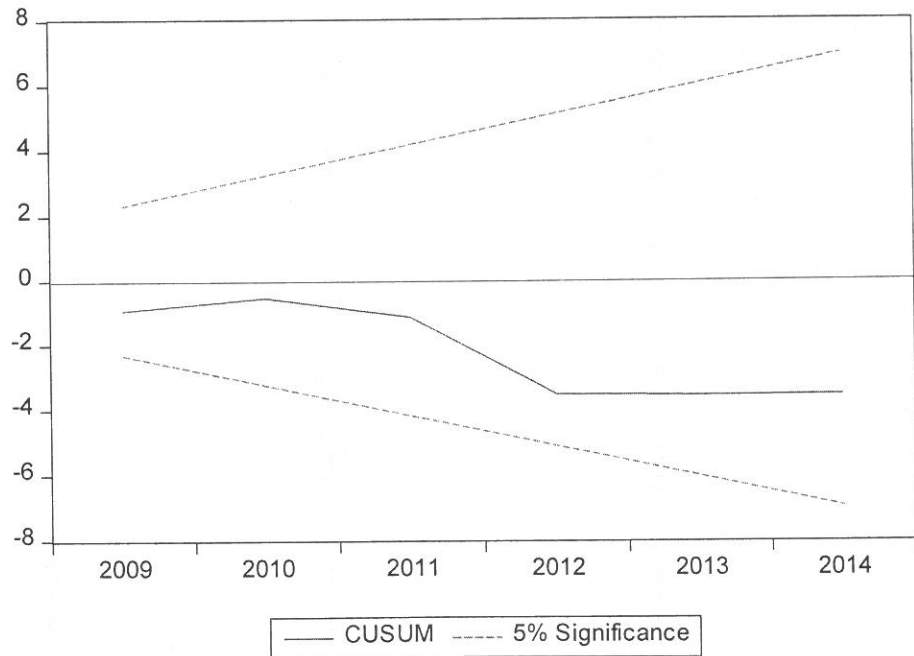
S –B test sonuçları normal dağılım göstermektedir.

Tablo 3.4. Model Kararlılık Testleri

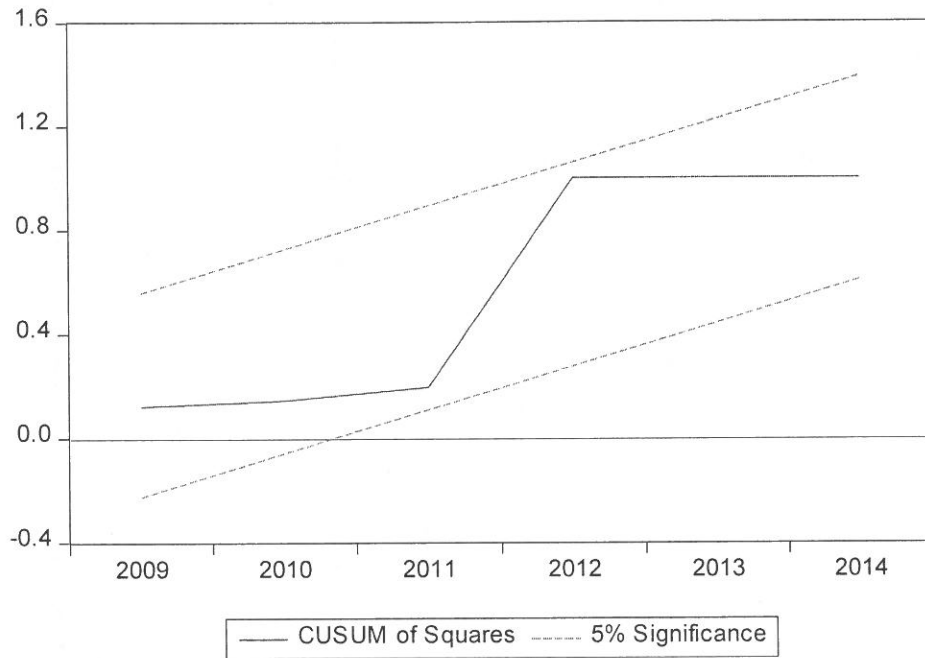
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-istatistik	0.311936	Prob. F(2,4)	0.7484
Obs*R-kare	1.349.243	Prob. Chi-kare(2)	0.5093
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey			
F-istatistik	0.728975	Prob. F(3,6)	0.5711
Obs*R-kare	2.671.240	Prob. Chi-kare(3)	0.4451
Ölçeklendirildi açıklandı	0.800032	Prob. Chi-kare(3)	0.8495
Ramsey RESET Testi			
	Değer	Df	Olasılık
t-istatistik	1.355064	5	0.2334
F-istatistik	1.836198	(1, 5)	0.2334

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Breusch-Godfrey Serial kolerasyon LM Testine göre modelde otokolerasyon sorunu yoktur.(F-ist 0.311936)Breusch-Pagan-Godfrey testine göre modelde değişen varyans sorunu yoktur. (F-ist0.728975) model kararlı bir denge göstermektedir. Sonuç Ramsey Reset testi Cusum testleri ile teyit edilmektedir.

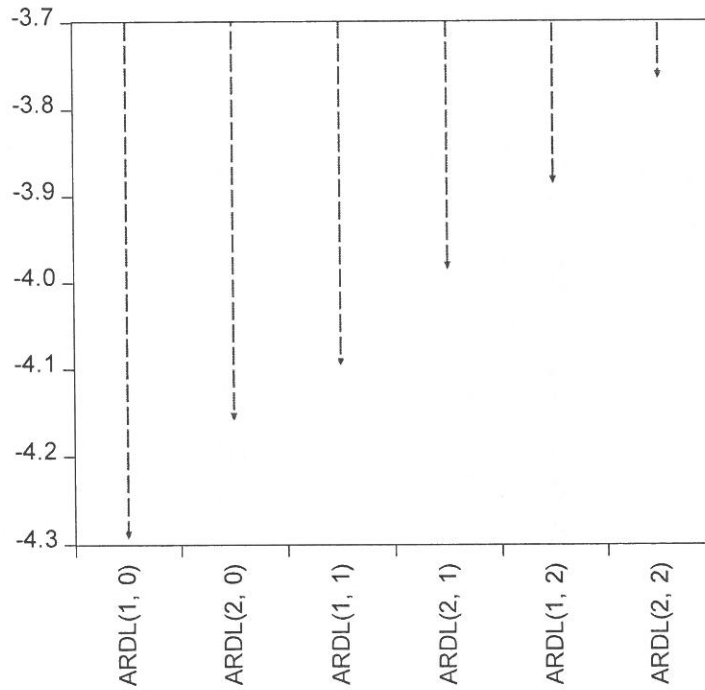


Şekil 3.3.Cusum Testi



Şekil 3.4.Cusum Testi

Akaike Information Criteria



Şekil 3.5. Akaike bilgi kriteri

Akaike bilgi kriterine göre model değerlendirilmiş olup en uygun modelin (1.0) olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 3.5.ARDL testi (2005-2014)

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob.*
GSYIH(-1)	0.903089	0.114909	7.859.168	0.0001
YABANC	0.173030	0.126142	1.371.713	0.2125
C	-0.592409	0.425009	-1.393.875	0.2060
R-kare	0.978119	bağımsız var		4.046.816
Düzeltilmiş R-kare	0.971868	S.D. bağımlı var		0.152386
S.E. of regresyon	0.025559	Akaikeinfocriterion		-4.252.310
Toplam kare rezidü	0.004573	Schwarzcriterion		-4.161.534
Giriş olasılığı	2.426.155	Hannan-Quinnriter.		-4.351.890
F-istatistik	1.564.586	Durbin-Watson stat		2.567.025
Prob(F-istatistik)	0.000002			

*Not : p-değeri sandany subsequent testleri model seçimi için hesaba katılmaz

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

ARDL yöntemi ile tablo 3.5’da kısa dönemde 2005- 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yabancı turist sayısındaki %1’ lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.173030 arttırmaktadır.

Tablo 3.6.ARDL uzun dönem (2004-2014)

Koşullu hata düzetme regresyonu				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob.*
C	-0.592409	0.425009	-1.393.875	0.2060
GSYIH(-1)*	-0.096911	0.114909	-0.843373	0.4269
YABANC **	0.173030	0.126142	1.371.713	0.2125
* t- bounds dağılımı ile uyumlu bir t değeri..				
** Variable interpreted as $Z = Z(-1) + D(Z)$.				
Denklem seviyeleri				
durum 2: sınırlı sabit trend yok				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob.
YABANC	1.785.450	1.201.427	1.486.108	0.1808
C	-6.112.909	6.662.770	-0.917473	0.3894
EC = GSYIH - (1.7854*YABANC -6.1129)				
F-Bounds Test NullHypothesis: hiçbir düzeyde ilişki yok				
Test istatistik	Value	Signif.	I(0)	I(1)
Asimptotic: n=1000				
F-istatistik	11.81291	10%	3.Şub	Mar.51
K	1	5%	Mar.62	Nis.16
		2.5%	Nis.18	Nis.79
		1%	Nis.94	May.58
Gerçek örnek boy	10		Sonlu örnek: n=30	
		10%	3.303	3.797
		5%	4.Eyl	4.663
		1%	6.027	Haz.76

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.6' de uzun dönem de elde edilen sonuçlar yabancı turist açısından değerlendirildi. Bu değerlendirmeye göre 2004 - 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yabancı turist sayısındaki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi %0.173030 arttırmaktadır.

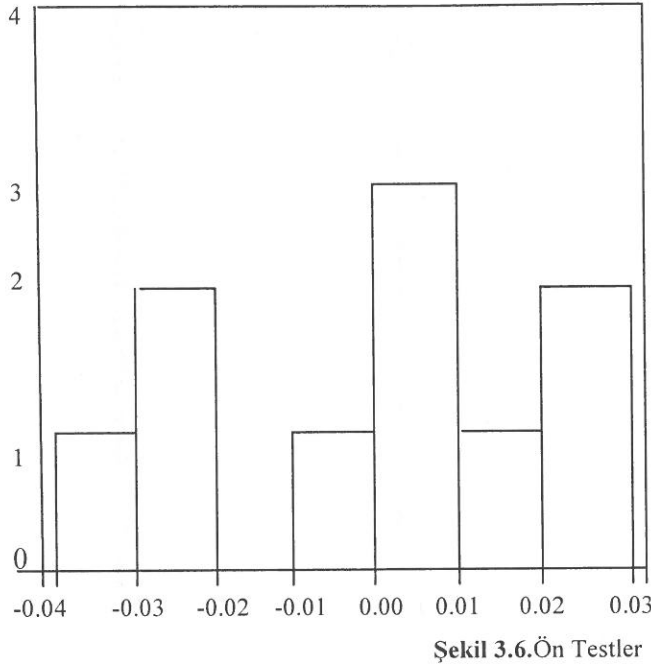
Sınır testi ile yabancı turist ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin uzun dönemde olup olmadığı incelenmiş ve uzun dönemde ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 3.7.ARD L hata düzeltme regresyonu (2004-2014)

Koşullu hata düzeltme regresyonu				
Değişken	Katsayı	Std. hata	t-istatistik	Prob.*
C	-0.592409	0.425009	-1.393.875	0.2060
GSYIH(-1)*	-0.096911	0.114909	-0.843373	0.4269
YABANC_**	0.173030	0.126142	1.371.713	0.2125
* t- bounds dağılımı ile uyumlu bir t değeri..				
** Variableinterpreted as $Z = Z(-1) + D(Z)$.				
ECM Regresyon				
durum 2: sınırlı sabit trend yok				
Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Prob.
CointEq(-1)*	-0.096911	0.014357	-6.750.118	0.0003
R-kare	0.247950		Bağımsız var	0.046523
Adjusted R-kare	0.247950		S.D. bağımlı var	0.025993
S.E. of regresyon	0.022541		Akaike bilgi kriteri	-4.652.310
Toplam kare rezidü	0.004573		Schwarzcriterion	-4.622.051
Log olasılığı	2.426.155		Hannan-Quinncrier.	-4.685.503
Durbin-Watson stat	2.567.025			
* t- bounds dağılımı ile uyumlu bir t değeri.				

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.7' de 2004- 2014 yılları arası Nevşehir iline gelen yabancı turist sayısındaki %1' lik bir artış ekonomik büyümeyi %-0.096911 oranında azaltmaktadır. 0.0003 değeri istatistiki olarak anlamlı olup uzun dönemdeki ilişkiyi teyit etmektedir.



Seriler: kalanlar
 Örnek: 2005-2014
 Anlam: -5.78e-16
 Medyan: 0.005348
 Maksimum: 0.028611
 Minimum: -0.037279
 Std. Dev.: 0.022541
 Skewness: -0.391885
 Kurtosis: 1.894330
 Jargue- Bera 0.765334
 Olasılık: 0.682040

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

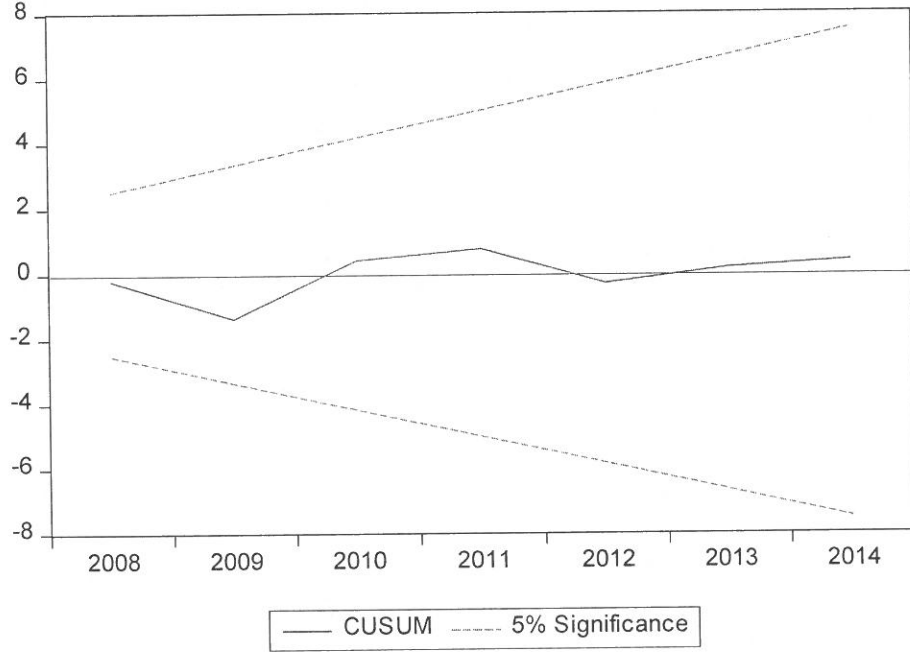
S – B test sonuçlarınınormal dağılım göstermektedir.

Tablo 3.8.Model Kararlılık Testleri

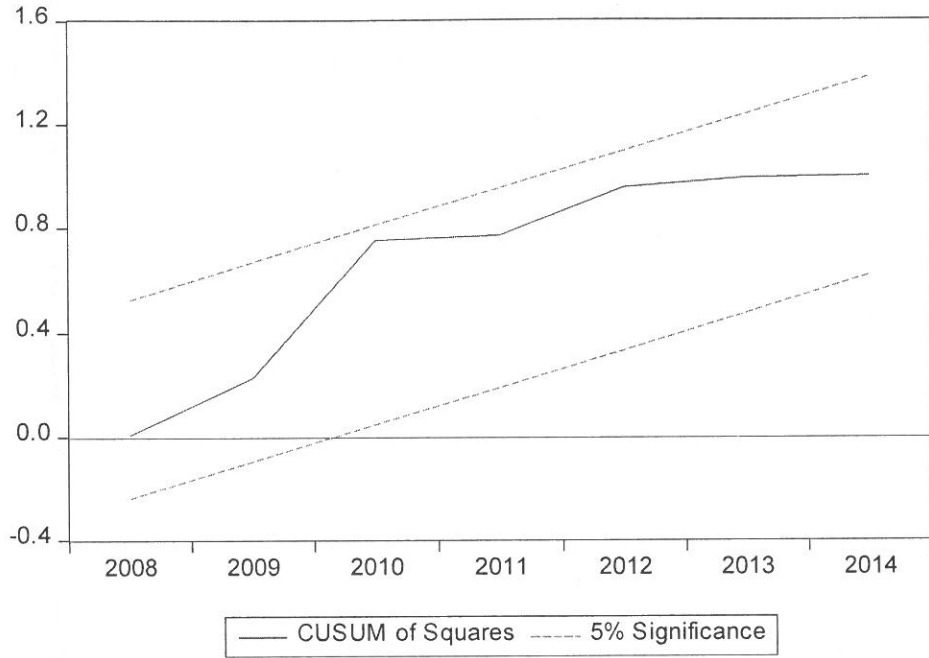
Breusch-GodfreySerial korelasyon LM Test:				
F-istatistik	2.203.523		Prob. F(2,5)	0.2060
Obs*R-kare	4.684.835		Prob. Chi-kare(2)	0.0961
Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey				
F-istatistik	0.221881		Prob. F(2,7)	0.8064
Obs*R-kare	0.596153		Prob. Chi-Square(2)	0.7422
Ölçek açıklandı SS	0.130624		Prob. Chi-Square(2)	0.9368
Ramsey RESET Testi				
		Değer	Df	Olasılık
	t-istatistik	0.182572	6	0.8611
	F-istatistik	0.033333	(1, 6)	0.8611

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Breusch-Godfrey Serial kolerasyon LM Testine göre modelde otokolerasyon sorunu yoktur. (F-ist 2.203.523) Breusch-Pagan-Godfrey testine göre modelde değişen varyans sorunu yoktur.(F-ist0.221881) Model kararlı bir denge göstermektedir. Sonuç Ramsey Reset testi Cusum testleri ile teyit edilmektedir.



Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı



Şekil 3.8. Cusum Testi

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.9. Pairwise Granger nedensellik testleri (2004-2014)

Pairwise Granger nedensellik testleri			
NullHypothesis:	Obs	F-istatistik	Prob.
VATANDAS GSYIH	9	0.91239	0.4716
GSYIH granger nedeni değil VATANDAS		1.42871	0.3403
Pairwise Granger nedensellik testleri			
NullHypothesis:	Obs	F-istatistik	Prob.
YABANCI granger sebebi değil GSYIH	9	0.06514	0.9379
GSYIH Granger sebebi değil YABANCI		0.51745	0.6312

Kaynak: TÜİK bölgesel istatistikler veri tabanı

Tablo 3.9'a göre Pairwise Granger nedensellik testleri sonuçlarına baktığımızda bütün hesaplamalara göre olasılık değerleri 0.05'ten büyük çıkmıştır. Kısacası, değişkenler arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Nevşehir ili için turizm ile ekonomik büyüme arasında nedensellik yoktur.

SONUÇ

Turizm, uluslar arası ticaretin ekonomideki yeni bir boyutu olarak varlığını geçmişten günümüze kadar sürdürmüştür. Turizm, bütün ülkeler için yabancı kaynakların elde edilmesi açısından oldukça önemli bir gelir kalemi olmuştur. Turizm gelirleri şüphesiz ekonomik büyüme üzerinde çok önemli etkilere sahiptir. World Tourism Organisation (WTO) and by World Travel and Tourism Council (WTTC) raporlarına göre Turizmin büyümeye doğrudan ve dolaylı etkileri olduğu ifade edilmiştir.

Literatürde bugüne kadar yapılmış turizmin büyümeyi etkileme kanallarından olan döviz rezervlerini artırma, diğer sektörlerle talep oluşturma, çarpan etkisi ve istihlama katkısını inceleyen araştırmalar öne çıkmaktadır. Akdeniz ülkelerinde de turizmin git gide gelişmekte olduğu ve bu ülkelerin ekonomik büyümelerine katkı sağladığı literatürde yer alan çalışmalarla desteklenmektedir. Türkiye' de bu ülkeler arasında yer almaktadır. Turizm sektöründen günden güne ilerleme kaydeden ve turizm çeşitliliği bakımından zengin bir ülkedir. Çalışmamızda ele aldığımız Nevşehir ili de sahip olduğu tarihi ve kültürel miras sayesinde inanç, sağlık vb turizm çeşitleri açısından çok büyük bir potansiyel oluşturarak birçok yerli yabancı turisti kendine çekmektedir.

Literatürdeki bir çok çalışmadan farklı olarak çalışmamızda ise 2004- 2015 dönemleri arası Nevşehir ilinde turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Yaptığımız bu çalışma da ARDL testi ile yabancı turist geceleme, yerli turist geceleme ve GSYİH verileri kullanılarak hem uzun hem kısa dönemde Nevşehir ilinde turizmin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Yabancı turistlerin yerli turistlere oranla bölgenin ekonomik büyümesine daha çok

katkı sağladığı sonucu ortaya çıkmıştır. Yani yerli turist harcamaları yabancı turist harcamalarına göre büyümeye daha az etki etmiştir. Nedensellik testi sonuçlarına göre ise turzime büyümeye büyümeden turzime doğru bir nedensellik tespit edilmemiştir.

KAYNAKÇA

- 6086 Sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu (1955) Turizm İşbirliği Tüzüğü 3. maddesi, 5 Ağustos 1955.
- Acar Y (2002) *İktisadi Büyüme ve Büyüme Modelleri* (Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı, Bursa).
- Acemoglu D (2009) *Introduction to Modern Economic Growth* (Princeton University Press, United States).
- Ageli MM (2013) Tourism economics in Saudi Arabia: PP-VAR approach. *Asian Journal of Business and Management*, 1 (1), 21-27.
- Aghion P, Howitt P (1998). *Endogenous Growth Theory*. (Cambridge: MIT Press, Cambridge).
- Ağayev S, Nebiye Y (2009) Bağımsız devletler topluluğu ülkelerinde ekonomik büyümenin belirleyicileri. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 23(4), 179-204.
- Ahmet K, Yener O (2014) Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri: Panel Eşbütünleşme ve Nedensellik. *International Conference On Eurasian Economies*.
- Akan Y, Işık C (2009) Yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomik büyümeye etkisi (1970 – 2007). *Turizm Araştırmaları Dergisi* 20(2): 197-203.
- Akıncı M (2013) Ekonomik Özgürlükler ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Gelişmiş, Gelişmekte Olan ve Az Gelişmiş Ülkeler Üzerine Bir Uygulama, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Akyüz Y (2009) *Sermaye Bölüşüm Büyüme* 3.Basım (Eflatun Yayınevi, Ankara).
- Alhawaish A (2016) Is tourism development a sustainable economic growth strategy in the long run?. Evidence from GCC countries. *Sustainability*, 8, 1-10.
- Alkın E (1992) *Gelir ve Büyüme Teorisi* (İstanbul, Filiz Kitabevi).
- Alper A (2008) Türkiye'de ekonomik büyüme ve turizm ilişkisi üzerine ekonometrik analiz. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 1-11.
- Arınç CP (2002) Selçuk'ta Kültür Turizmi. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, İzmir.

- Arvanitidis P, Petrakos G, Pavleas S (2007) Determinants of Economic Growth: The Experts View *DYNREG Working Papers*. 20: 1-37.
- Avcıkurt C, Çeken H (1998) *Dünyada ve Türkiye 'de Sağlık Turizmi ve Geliştirilmesi* (Azim Basımevi, İstanbul).
- Aydın D, Aypek N, Aktepe C, Şahbaz RP, Arslan S (2011) Türkiye'de Medikal Turizmin Geleceği. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi ile Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü Medikal Turizm Raporu, Ankara.
- Aydın K (2015) Global Yaşlanma ve İleri Yaş Turizmi. 2. *Sağlık Turizmi Kongresi*, Çalıştay Raporu, Antalya.
- Aydinalp M (2016) *Turizmin Tanımları*. <http://www.turizmforumu.net/makale/m-aydinalp.doc> (16 Temmuz 2017).
- Aysu, A (2007) Dış Borçlanma ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bahar O (2006) Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: VAR analizi yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi*, 13(2).
- Bahar O (2010) Turizm Sektörüne sağlanan doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının (DYSY) ekonomik büyüme üzerine olan olası etkisi: Türkiye örneği (1986–2006). *Turizm Araştırmaları Dergisi* 21(1).
- Bahar O, Kurtuluş B (2010) Gelişmekte olan ülkelerde turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: Dinamik panel veri analizi. *Turizm Araştırmaları Dergisi* 21(2): 255-265.
- Balaguer J, Cantavella-Jorda M (2002) Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7):877-884.
- Belloumi M (2010) The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research* 12, 550–560.
- Berber M (2011) *İktisadi Büyüme ve Kalkınma* 4. Baskı (Derya Kitabevi, Trabzon).
- Berber M, Artan S (2001) Türkiye'de Enflasyon-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Teori, Literatür ve Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi* 18(3–4):1–17.
- Bilgin C, Şahbaz A (2009) Türkiye'de büyüme ve ihracat arasındaki nedensellik ilişkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 177-198.

- Bocutoğlu E, Berber M, elik K (2000) *İktisada Giriş* (Akademi Yayınevi, İstanbul).
- Boz M (2004) Turizmin Gelişmesinde Alternatif Turizm Pazarlamasının Önemi. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bozgeyik Y, Yoloğlu Y (2015) Türkiye’ de Turizm Gelirleri İle GSYH arasındaki ilişki: 2002-2014 dönemi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8(40).
- Bulutay T (1995) *Investment as The Fundamental Force of Development*. (DİE, Ankara).
- Ceyhun CÖ (2015) Turizm gelirleri-ekonomik büyüme ilişkisinin simetrik ve asimetrik nedensellik yaklaşımı ile analizi: Türkiye örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 46, 2015.
- Charles IJ (2001) *İktisadi Büyümeye Giriş*, çev: şanlı Ateş, İsmail Tuncer. (Literatür Yayıncılık, İstanbul).
- Cook RA, Yale LJ, Marqua JJ (2009) *Tourism: The Business of Travel* (Prentice Hall, US).
- Çetintaş H, Bektaş Ç (2008) Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler. *Turizm Araştırmaları Dergisi* 19(1).
- Çevik S, Saçılık MY (2011) Destinasyonun rekabet avantajı elde etmesinde gastronomi turizminin rolü: Erdek örneği. 12. *Ulusal Turizm Kongresi*, Akçakoca / Düzce
- Demir řř, Metin K (2011) Turizmde tüketici davranışları modelini oluşturan aşamalar arasındaki ilişki. *Anatolia Turizm Araştırma Dergisi*, 22(1), 19-34.
- Demircan E (2003) Vergilendirmenin ekonomik büyüme ve kalkınmaya etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 97- 116.
- Dilek ř (2017) Akdeniz ülkelerinde turizm ve ekonomik büyüme ilişkisinin analizi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14).
- Doğan U, Erdoğan S, Mucuk M (2004) Türkiye’ de Turizm Gelirleri İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003), *Selçuk Üniversite İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 8, 163-170,.
- Doğru B (2014) Türkiye’ de Para Talebinin Uzun ve Kısa Dönem Dengesinin ARDL ve VEC Yaklaşımları ile Analiz Edilmesi *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi* 10(2): 19-32
- Due, John F (1968) *Maliye: Bir İktisadi Analiz*, çev. Ömer Faruk Batirel, Adnan Tezel. (Fakülteler Matbaası, İstanbul).

- Dücan E, Şit M, Şentürk M (YIL) Ekonomik büyümeye bir katkı bağlamında turizm gelirleri: panel veri uygulaması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF dergisi* 6(2), 1-14.
- Elçin AA (2010) Türkiye’de turizm gelirleri ile büyüme arasındaki ilişkinin analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29.
- Eugenio M, Jun L (2004) *Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach*, <http://www.feem.it> (20 Aralık 2017).
- Filiz Y (2010) *Ekonomik Büyüme ve Sağlık Harcamaları İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Freeman C, Luc S (2003) *Yenilik İktisadı*, çev.: Ergun Türkcan. (Tübitak Yayınları, Ankara).
- Gautam BP (2011) Tourism and Economic Growth in Nepal. *NRB Economic Review*, 23(2), 18-30.
- Ghali AM (1976) Tourism and Economic Growth: An Emprical Study. *Economics Development and Cultural Change*, 24(3), 527-538.
- Ghura D Leite CA, Tsagarides C (2002) Is Growth Enough? Macroeconomic Policy and Poverty Reduction. *IMF Working Paper*, 02(118).
- Gündoğan N (2007) İşgücü Piyasasında Esneklik-Güvence Dengesi. *Çimento İşveren* Mayıs.
- Günsoy G (2013) *İktisadi Büyüme*. (Anadolu Üniversitesi Yayını, Eskişehir).
- Gürel SP (2012) İktisadi Büyüme Etkileyen Dış Dinamiklerin Doğrusal Olmayan Analizi. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Hacıoğlu N (2013) *Turizm Pazarlaması* (Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul).
- Hacıoğlu N, Avcıkurt C (2015) *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (Nobel Yayın Dağıtım, Ankara).
- Hall CM, Mitchell R (2005) *Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences* (Routledge).
- Hall M, Sharples L (2003) *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste* (Butterworth Heinemann, London).
- <http://www.cbc.ca/news/background/healthcare/medicaltourism.html> (20 Temmuz 2017).
- <http://www.kulturturizm.gov.tr> (23 Temmuz 2017).

- <http://www.turizm.info/2010/10/kitle-turizmi.html> (01 Temmuz 2017).
- Huybers T, Skerit D (2005) The effect of international tourism on economic development: An empirical analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10(1), 23–43.
- İçöz O, vd. (2007) *Genel Turizm* (Turhan Kitapevi, Ankara).
- İsmayılov A (2007) “Az gelişmiş Ülkelerin İktisadi Kalkınma Sorunu: Bağımsızlık Sonrası Azerbaycan Ekonomisi Örneği. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Jayathilake B, (2013) Tourism and economic growth in Sri Lanka: Evidence from cointegration and causality analysis. *International Journal of Business, Economics and Law*, 2(2), 22-27.
- Jones CI (2007) *İktisadi Büyüme Giriş*, çev: Şanlı Ateş, İsmail Tuncer. (Literatür yayıncılık, İstanbul).
- Jones PH (2005) Cancer and tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(1).
- Kahraman N, Türkay O (2006) *Turizm ve Çevre* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Kanca OC (2015) Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme: Türkiye örneği (1980-2013). *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi* 8.
- Kantarci K (2007). Perceptions of foreign investors on the tourism market in Central Asia including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan. *Tourism Management*, 28 (3): 820–829.
- Kapar C (2009) Ekonomik Büyüme ve İnsani Gelişme İlişkisine Demografik Yapının Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Kar M, Taban S (2005) *İktisadi Gelişmenin Temel Dinamikleri ve Kaynakları, İktisadi Kalkınmada Sosyal, Kültürel ve Siyasal Faktörlerin Rolü*, (Ekin Kitabevi, Bursa).
- Karagül M, (2003) Beşerî Sermayenin Ekonomik Büyümeyle İlişkisi ve Etkin Kullanımı. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* 5:79-90.
- Karakayalı, H, İlkay D (2013) *Ekonomik Büyüme ve Kalkınma Teorileri* (Emek Yayınevi, Manisa).
- Karamelikli H, Erkuş S (2016) Turizm sektörünün Türkiye'nin büyüme oranı üzerindeki asimetrik etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29).

- Karim AS, Chi CGQ (2010) Culinary tourism as a destination attraction: an empirical examination of destinations food image. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 19(6):531-555.
- Katircioğlu S (2009) Tourism TRADE AND GROWTH; The CASE OF Cyprus. *Applied Economics*, 41 (21):2741-50.
- Kaya A (2004) *Uygun Teknoloji Seçimi ve Kalkınma* (Ekin Kitabevi,Bursa).
- Kaya H (2009) *Uluslararası Politik Derinliklerde Anadolu* (Özsan Matbaacılık, Bursa).
- Kaynak M (2005) *Kalkınma İktisadi* (Gazi Kitabevi, Ankara).
- Kaynak M (2011) *Büyüme Teorileri Giriş* (Gazi Kitabevi, Ankara).
- Keskin A (2011) Ekonomik kalkınmada beşeri sermayenin rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3-4):125-153.
- Keskin H (2006) Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye’de Ekonomik Büyümeye Etkisi – Çin ve Tayland ile Karşılaştırmalı Analizi. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Kızılgöl Ö, Erbaykal E (2008) Türkiye’ de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: bir nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 13(2):351-360.
- Kibritçioğlu, A (1998) İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşerî Sermayenin Yeri. *AÜ Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 53(1-4): 207-230.
- Kim HJ. Ming-Hsiang C, Soocheong JS (2005) Tourism expansion and economic development:The case of Taiwan. *Tourism Management*,27(5):1-9.
- Kindleberger CP, Herrick B (1977) *Economic Development* (Tokyo: Mc Graw-Hill Kogakusha).
- Kozak N, vd. (2000) *Genel Turizm*, 4. Baskı (Turhan Kitabevi, Ankara).
- Krugman P, Wells R (2012) *Economics* 4. Baskı (New York: Worth Publishers)
- Lee CC, Chang CP (2008) Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*, 29(1):180-192.
- Liangju W vd. (2012) Analysis of causality between tourism and economic growth based on computational econometrics. *Journal of Computers*, 7(9):2152-2159
- Long LM (2003) *Culinary Tourism* (University Press Of Kentucky, USA).

- Mahmoudinia D, Soderjani, E, Pourshahabi F (2011) Economic Growth, tourism receipts and exchange rate in MENA zone: Using panel causality technique. *Iranian Economic Review* 15(29):130-146.
- Masatçı, K (2004) İktisadi Büyümede Beşerî Sermayenin Rolü: Türkiye Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Metin B (2010) Dünya’da ve Türkiye’de Sağlık Turizmi. *Durum Tespit Raporu ve Çözüm Önerileri*.
- Narayan PK, Anad Prasad BC (2003). Does tourism granger causes economic growth in Fiji? *Empirical Economic Letters*, 2(5):199-208.
- Odyakmaz N (2000). Bilgi Teknolojileri, Küreselleşme Ve Kalkınma. <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2000/bilgi.htm> (1 Kasım 2017)
- Oguş A (2005) Türkiye’de Gelir Dağılımı. *İktisat, İşletme ve Finans*, 20(236).
- Oh C (2005) The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*. 26: 39-44.
- Ohlan (2017) The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*. 3: 9-22
- Ok S (2008) Ekonomik Büyüme İle İstihdam Arasındaki İlişkinin Zayıflama Nedenleri ve Bu İlişkinin Güçlendirilmesinde İşkur’un Rolü. Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Olalı H (1990) Turizm politikası ve planlaması. *İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, İstanbul.
- Özdemir AR, Öksüzler O (2006) Türkiye’ de turizm bir ekonomik büyüme politikası aracı olabilir mi? Bir granger nedensellik analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 9(16).
- Özguven A (2008) *İktisadi Büyüme İktisadi Kalkınma Sosyal Kalkınma Planlama ve Japon Kalkınması* (Filiz Kitabevi, İstanbul).
- Özsağır A (2007) Ekonomide Güven Faktörü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(20): 46-62.
- Özsağır A (2008) Dünden bugüne büyümenin dinamiği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14.
- Parasız İ (2003) *Büyüme Teorileri* (Ezgi Kitabevi, Bursa).

- Parrilla JC, Font AR, Nadal JR (2007) Tourism and long-term growth (A Spanish Perspective). *Annals of Tourism Research* 34(3):709-726.
- Pata U, Yurtkuran S, Kalca A (2016) Türkiye’de Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 38(2): 255-271
- Rodrik D, Arvind S, Francesco T (2002) Institutions rule: The primacy of institutions over geography and integration in economic development. *NBER Working Paper*, No: 9305.
- Ross K (2010) Health Tourism: An Overview. *HSMIAI Marketing Review* <http://www.hospitalitynet.org/news/4010521.search?query=%22health+tourism%22> (10 Temmuz 2017).
- Saleh A, Assaf G, Ihalanayake R, Lung S (2015) A panel cointegration analysis of the impact of tourism on economic growth: Evidence from the middle east region. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 209- 220.
- Salihova S, Akbulaev N (2015) Turizm sektörünün Kazakistan’ın ekonomik büyümesi üzerine etkisi. *Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi* 7(28): 1309-4033
- Samırkaş M, Samırkaş MC (2014) Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi* 15(1): 63-76.
- Savaş V (2007) *İktisadın Tarihi* (Siyasal Kitabevi, Ankara)
- Silkes CAK (2007) *Food and Food Related Festivals in Rural Destination Branding*. (Purdue University, Indiana).
- Simundic B, Kulis Z, Seric N (2016) Tourism and economic growth: An evidence for latin american and caribbean countries. *Tourism and Hospitality Industry* 457-469.
- Sorensen PB, Whitta J, Hans J (2005) *Introducing Advanced Macroeconomics: Growth & Business Cycles* (Berkshire: McGraw-Hill Education).
- Spivack SE (2005) A burgeoning component of sport tourism. *Health Spa Development In The US*, 5(1), 65-77.
- Şafak İ (2003) Türkiye’deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1(2).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı <http://www.kultur.gov.tr/> (01 Temmuz 2017).

- Taban S (2008) *İktisadi Büyüme: Kavram ve Modeller* 1.Baskı (Nobel Yayın Dağıtım, Ankara).
- Taban S (2010). *İçsel Büyüme Modelleri ve Türkiye* (Ekin Yayınevi, Bursa).
- Taban S, Kar M (2008) *Kalkınma Ekonomisi Seçme Konular* 2. Baskı, (Ekin Yayınevi, Bursa).
- Tarı R, Funda SK (2005) Türkiye’de istikrarsız büyümenin analizi (1983–2003 Donemi). *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 156-179.
- Temple J (1999) The new growth evidence. *Journal of Economic Literature*, 37(1), 112-156.
- Topallı N (2015)Turizm sektörünün Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: 1963-2011. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(14).
- Toskay T (2006) *Uluslararası Kongre Turizmi ve Türkiye Raporu* (Der Yayınları, İstanbul).
- Tunç A, Saç F (1998) *Genel Turizm* (Detay Yayıncılık, Ankara).
- Turan T (2008) *İktisadi Büyüme Teorisine Giriş* (Yalın Yayıncılık, İstanbul).
- Turhan SE (2007) *Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Tutar E, Tutar F (2004) *Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD* (Seçkin Yayıncılık, Ankara).
- Türkiye Ekonomi Kurumu (2003). *Büyüme Stratejileri*.
http://www.tek.org.tr/dosyalar/BS_Rapor.pdf
- UNWTO (1995) *International Tourism: A Global Perspective* (WTO Education Network, USA).
- Urry J (2009) *Mekanları Tüketmek* Çev. Rahmi G. Ögdül, (Ayrıntı Yayınları, İstanbul).
- Ülgen G (2000) Merkantilizm’den liberalizm’e geçiş ve piyasa ekonomisi. *İstanbul Üniversitesi Araştırma Merkezi Konferansları Dergisi* 40(1), 85-99.
- Ünsal E (2004) *Makro İktisat* 5. Baskı (Turhan Kitabevi, Ankara).
- Ünsal EM (2007) *İktisadi Büyüme* (İmaj Yayınevi, Ankara).
- Üstünel B (1983) *Makro Ekonomi*(Mısırlı Matbaacılık).

- Wickremasinghe G, Ihalanayake R (2006) The Causal Relationship between Tourism and Economic Growth in Sri-Lanka: Empirical Evidence. *Working Paper, School of Applied Economics*.
- Yamak N, Tanrıöver B, Güneysu F (2012) turizm ekonomik büyüme ilişkisi: Sektör bazında bir inceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 26(2).
- Yavuz AR (2016). *Coğrafya ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Veri Analizi*. Doktora Tezi. T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Yetkiner H. (2016) *Ar-Ge Yenilik ve Ekonomik Büyüme I: Temel Neo-Klasik Yaklaşımlar, Bilim, Teknoloji ve Yenilik Kavramlar, Kuramlar ve Politika*1. Baskı (İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul).
- Yılmaz Ö (2005) Türkiye ekonomisinde büyüme ile işsizlik oranları arasındaki nedensellik ilişkisi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi* 2, 63-76.
- Yüksek M (2010) *Sürdürülebilir Kalkınma ve Türkiye'de Çevre Politikaları*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Yüncü HR (2010) Sürdürülebilir turizm açısından gastronomi turizmi ve Perşembe yaylası, *Aybastı-Kabataş Kurultayı 11*. (ss.19-26) Ankara.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı- Soyadı: Özlem ÖKTEM

Uyruğu: T.C

Doğum Yeri ve Tarihi: Aydın – (25.07.1990)

Tel: 0507 600 73 60

E- Posta: ozlemoktem123@gmail.com

Derece	Kurum	Mezunuyet Tarihi
Yüksek Lisans	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/İktisat	2014- 2018
Lisans	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi/İktisat	2010- 2013
Önlisans	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi/Dış Ticaret	2008- 2010
Lise	Aydın/ Çine Süper Lisesi	2004- 2008

