



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**DOĞRUSAL OLMAYAN MODELLERLE
TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN
YAKINSAMA HİPOTEZİNİN SINANMASI**

NURİYE TOPYILDIZ

EKONOMETRİ ANABİLİM DALI

EYLÜL 2019



**DOĞRUSAL OLMAYAN MODELLERLE TÜRKİYE’DE TURİZM
SEKTÖRÜNÜN YAKINSAMA HİPOTEZİNİN SINANMASI**

Nuriye TOPYILDIZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
EKONOMETRİ ANABİLİM DALI
EKONOMETRİ BİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

EYLÜL 2019

Nuriye TOPYILDIZ tarafından hazırlanan “Doğrusal Olmayan Modellerle Türkiye’de Turizm Sektörünün Yakınsama Hipotezinin Sınanması” adlı çalışma aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Gazi Üniversitesi Ekonometri Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

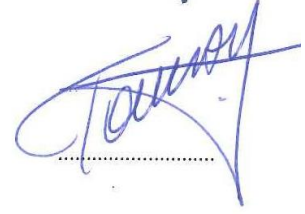
Danışman: Doç. Dr. Furkan Emirmahmutoğlu
Ekonometri, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



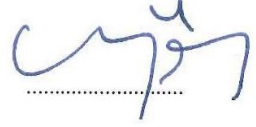
Başkan: Prof. Dr. Tolga Omay
İktisat, Atılım Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Üye: Doç. Dr. Atilla Gökçe
Ekonometri, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

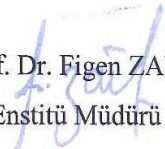
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Tez Savunma Tarihi: 18/09/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Figen ZAFİF
Enstitü Müdürü



ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Nuriye TOPYILDIZ

18/09/2019

DOĞRUSAL OLMAYAN MODELLERLE TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAKINSAMA HİPOTEZİNİN SINANMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Nuriye TOPYILDIZ

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Eylül 2019

ÖZET

Son yıllarda, turizm sektörü önemli ölçüde gelişme göstermiştir. Turizm, ekonomik büyümenin temel belirleyicilerindendir ve bir ülkenin temel döviz kaynaklarından biridir. Uluslararası turizm hareketleri, zengin ülkelerden daha yoksul ülkelere doğru gelir transferi oluşturarak ülkeler arasında yakınsamaya neden olmaktadır. Eğer turizm sektörleri yakınsıyorsa, bir ülkeye gelen toplam uluslararası ziyaretçi sayısı ile bu ülkeye belirli bir ülkeden gelen toplam uluslararası ziyaretçi sayısı arasındaki fark azalıyor demektir. Turizm politikalarının etkinliği de, herhangi bir yabancı ülkeden gelen toplam ziyaretçi sayısının, gelmiş oldukları ülkedeki toplam ziyaretçi sayısına yakınsamasıyla ölçülebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’nin turizm sektöründeki yakınsama hipotezini incelemek ve uluslararası turizm sektöründe diğer ülkeler ile arasında herhangi bir yakınsamanın olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaçla, Leybourne, Newbold ve Vougas (1998), Kapetanios, Shin ve Snell (2003), Sollis (2004), Sollis (2009) ve Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov (2018) doğrusal olmayan birim kök test yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada, 2018 yılı itibarıyla Türkiye’ye gelen toplam turist sayısının yaklaşık %80’lik kısmını oluşturan 25 ülke ele alınmıştır. Analizler, bu ülkelerden gelen 2008:01–2018:11 dönemi aylık turist sayısı verisi ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, doğrusal birim kök testi olan ADF testinin sonuçlarına da yer verilmiştir, ancak bu araştırmada doğrusal olmayan birim kök testleri üzerinde yoğunlaşmıştır. ADF testi sonuçlarına göre; Türkiye’nin 2018 yılı itibarıyla en büyük 25 turizm pazarından 4’ü ile (Avusturya, Çin, Suudi Arabistan ve Yunanistan) arasında yakınsama tespit edilmiştir. Ancak, diğer 21 ülkeden gelen turist sayısı verisinin durağan olmadığı ve bu ülkelerle yakınsamanın söz konusu olmadığı bilgisi elde edilmiştir. Doğrusal olmayan birim kök testleri ile elde edilen sonuçlara göre ise; Almanya, Belçika ve Çin’den gelen turist sayısı verisinin durağan olmadığı ve bu ülkelerle stokastik yakınsamanın söz konusu olmadığı tespit edilmiştir. Turizm pazarları için yakınsama hipotezinin geçerli olup olmadığının tespitinde, doğrusal olmayan birim kök testlerinin daha başarılı olduğu görülmüştür.

Bilim Kodu : 110605

Anahtar Kelimeler : Turizmde Yakınsama, Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri, Turizm Sektörü, Stokastik Yakınsama

Sayfa Adedi : 77

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Furkan EMİRMAHMUTOĞLU

THE TESTING OF THE CONVERGENCE HYPOTHESIS OF THE TOURISM
INDUSTRY WITH NONLINEAR MODEL IN TURKEY

(M.S. Thesis)

Nuriye TOPYILDIZ

GAZİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

September 2019

ABSTRACT

In recent years, the tourism sector has improved significantly. Tourism is one of the main indicators of economic growth and is one of the main foreign exchange sources of a country. International tourism movements lead to convergence between countries by creating income transfers from rich countries to poorer countries. If the tourism sectors get converge, the difference between the total number of international visitors to a country and the total number of international visitors from a particular country is reducing. The effectiveness of tourism policies also can be measured by converging between the total number of visitors from any foreign country and the total number of visitors in the country of origin. The aim of this study was to examine the hypothesis of convergence between Turkey's tourism sector and other countries in the international tourism sector and to determine whether there is any convergence. For this purpose, Leybourne, Newbold and Vougas (1998), Kapetanios, Shin and Snell (2003), Sollis (2004), Sollis (2009) and Omay, Emirmahmutoğlu and Hasanov (2018) nonlinear unit root test methods were used. In the study, were discussed 25 countries that including 80% of the total number of tourists coming to Turkey in 2018. The analyzes were carried out monthly data for the period 2008:01 to 2018:11 that the number of tourists from these countries. In this study, the results of the ADF test, which is a linear unit root test, are also included, but this research focuses on non-linear unit root tests. According to the results of ADF test; between four country (Austria, China, Saudi Arabia and Greece) of 25 largest tourism market of Turkey in 2018 have been identified convergence. However, it was obtained that the data of the number of tourists coming from the other 21 countries is not static and there is no convergence with these countries. According to the results obtained by non-linear unit root tests; It was found that the data of the number of tourists from Germany, Belgium and China is not stable and there is no stochastic convergence with these countries. Non-linear unit root tests were found to be more successful in determining whether convergence hypothesis is valid for tourism markets.

Science Code : 110605

Key Words : Convergence in Tourism, Nonlinear Unit Root Tests, Tourism Sector, Stochastic Convergence

Page Number : 77

Supervisor : Assoc. Prof. Furkan EMİRMAHMUTOĞLU

TEŞEKKÜR

Tez konumun seçiminden oluşumuna ve nihayete erdirilmesine varana kadar çalışmamın her adımında, kıymetli zamanını ayırıp sabırla benden desteğini bir an bile esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren kıymetli tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Furkan EMİRMAHMUTOĞLU'na teşekkürü bir borç bilip şükranlarımı sunarım.

Bu zorlu süreçte her zaman yanımda olan, çalışmamın stresli, zor günlerinde anlayış ve yardımını hiçbir zaman eksik etmeyen değerli eşime ve hayatları boyunca evlatlarını her şeyin üstünde tutan, fedakârca ve karşılıksız iyilikleri ile her daim destek olan ve haklarını hiçbir zaman ödeyemeyeceğim kıymetli anneme ve babama şükranlarımı sunarım.

Nuriye TOPYILDIZ

Ankara, 2019

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xi
1.GİRİŞ	1
2. TURİZM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	5
2.1. Turizm	5
2.2. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	10
2.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi	14
3. YAKINSAMA HİPOTEZİ KAVRAMI VE LİTERATÜR TARAMASI	25
3.1. Yakınsama Hipotezi Kavramı	25
3.2. Turizmde Yakınsama Hipotezi Kavramı	26
3.3. Literatür Taraması	27
4. DOĞRUSAL OLMAYAN BİRİM KÖK TESTLERİ.....	39
4.1. Enders ve Granger (1998) Birim Kök Testi	39
4.2. Leybourne, Newbold ve Vougas (1998) Birim Kök Testi	40
4.3. Sollis (2004) Birim Kök Testi	42
4.4. Kapetanios, Shin ve Snell (2003) Birim Kök Testi.....	43

Sayfa

4.5. Sollis (2009) Birim Kök Testi.....	45
4.6. Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov (2018) Birim Kök Testi	47
5. TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAKINSAMA HİPOTEZİNİN TEST EDİLMESİ.....	49
5.1. Veri Seti ve Kaynakları	49
5.2. Doğrusal Birim Kök Testi Sonuçları.....	52
5.3. Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri Sonuçları.....	53
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	63
KAYNAKLAR.....	69
EKLER.....	75
Ek Çizelge1. Ülkelere ait ADF birim kök testi sonuçları	76
ÖZGEÇMİŞ	77

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye'ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları (2008, 2018).....	23
Çizelge 3.1. Literatür Taraması	34
Çizelge 5.1. Yıllar İtibariyle Milliyetlerine Göre (25 Ülke İçin) Türkiye'ye Gelen Turistlerin Sayıları (2008 - 2018).....	50
Çizelge 5.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçlarına Göre Elde Edilen Yakınsama Hipotezi Test Sonuçları.....	52
Çizelge 5.3. LNV (1998) Testi Sonuçları.....	53
Çizelge 5.4. Sollis (2004) Testi Sonuçları.....	55
Çizelge 5.5. KSS (2003) Testi Sonuçları.....	56
Çizelge 5.6. Sollis (2009) Testi Sonuçları.....	57
Çizelge 5.7. OEH (2018) Testi Sonuçları.....	59
Çizelge 5.8. Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri Özet Sonuçları.....	60

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye’ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye’ye Gelen Turist Sayıları (2008, 2018).....	23
Şekil 2.2. Yıllar İtibariyle (Milliyetlerine Göre) Türkiye’ye Gelen Turist Sayıları Toplamı (2008 - 2018)	24
Şekil 5.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye’ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye’ye Gelen Toplam Turist Sayısı ve Genel Toplamdaki Oranı.....	49
Şekil 5.2. “ y_{it} ” Serisinin 25 Ülke İçin Zaman Serisi Grafikleri	51

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar

Açıklamalar

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADF	Genişletilmiş Dickey Fuller
AESTAR	Asimetrik Üstel Yumuşak Geçişli Otoregresif Model
AIT	Uluslararası Turizm Birliği
DF	Dickey Fuller
EG	Enders ve Granger
ESTAR	Üstel Yumuşak Geçişli Otoregresif Model
EVDS	Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
GSMH	Gayrisafi Millî Hasıla
GSYH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
KPSS	Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin
KSS	Kapetanios, Shin ve Snell
LM	Lagrange Çarpanı
LVN	Leybourne, Newbold ve Vougas
NATTA	Millî Türk Seyahat Acenteciliği Ziya ve Şürekası
OECD	İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
OEH	Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov
ST-TAR	Yumuşak Geçişli Eşik Otoregresif
TAR	Eşik Otoregresif
TCMB	Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
THY	Türk Hava Yolları
TMGT	Türkiye Millî Gençlik Teşkilatı
TMTF	Türkiye Millî Talebe Federasyonu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
TÜROB	Türkiye Otelciler Birliği
TÜSTAC	Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti
TYD	Türkiye Turizm Yatırımcılar Derneği
UAE	Birleşik Arap Emirlikleri

WTO

Dünya Turizm Örgütü



1.GİRİŞ

20'nci yüzyılda sosyal bir olgu haline gelen turizm, bu yüzyılın ilk yarısında art arda yaşanan dünya savaşlarından olumsuz etkilenmiştir. Ancak, yüzyılın ikinci yarısında ekonomik boyutları belirginleşen turizm sektörü, günümüzde sadece gelişmiş ülkeler için değil, gelişmekte olan ülkeler için de küçümsenemeyecek boyutlarda önem arz eder hale gelmiştir (Adalıoğlu, 2005). Zira son yıllarda, turizm sektörü önemli ölçüde büyüme ve gelişme göstermiştir.

Dünya ekonomisi içerisinde en hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerden olan turizm, ekonomik büyümenin de temel belirleyicilerindendir. İhracat ve ekonomik büyüme literatürüne göre, turizm sektörü ekonomik büyümeye neden olmaktadır. Turizm, bir hizmet sektörü olması nedeniyle istihdamın da önemli bir bölümünü kapsayarak işsizlik sorununa da bir çözüm niteliğindedir. Bu sektör, aynı zamanda bir ülkenin temel döviz kaynaklarından biridir. Yerli ve yabancı turistlerin ihtiyaç duyacağı her türlü hizmet arzının karşılanması için yapılan bütün çalışmalar ve yatırımlar turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlamakla birlikte, ülke ekonomisinin gelişmesini ve milli gelir artışını da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, farklı sektörler (bankacılık, haberleşme, yeme - içme, ulaşım, sağlık hizmetleri, inşaat, vb.) ile turizm sektörü arasında önemli bir ilişki söz konusu olmakla beraber turizm diğer sektörleri eş zamanlı olarak etkilemekte ve ekonomideki önemini göstermektedir.

Son yıllarda, gelişen teknoloji ile birlikte hızlı iletişim ve ulaşım olanakları sayesinde, sınırlar ortadan kalkarak ülkeler evrensel boyutta birbirlerine yakınlaşmakta ve böylece dünya küçülmektedir. Bunun sonucunda da, insanlar uzak mesafelere seyahat etme eğiliminde olmaktadır (Bozok, 1996). Böylece, geniş kitleleri ilgilendirmekte olan turizm sektörü, ekonomik ve sosyal bir faaliyete dönüşmektedir. Zira turizm sektörü ülkeler arası kültür alışverişinde de etkin rol almaktadır. Üstelik bu özelliğiyle ekonomiye katkı sağlamasının yanı sıra, milletlerin ve kültürlerin kaynaşmasını sağlayarak dünya barışına da katkıda bulunmaktadır.

Uluslararası turizm hareketleri, zengin ülkelere daha yoksul ülkelere doğru, başka bir ifadeyle gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelere doğru gelir transferi oluşturarak ülkeler arasında yakınsamaya da neden olmaktadır. Bölgesel açıdan

bakıldığında, turizm kendi doğası gereği, kalkınmayı sanayi merkezlerinden daha az gelişmiş bölgelere doğru dağıtma konusunda bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda; turizm, bölgesel kalkınma ve bölgesel ekonomik eşitsizlikleri azaltma hususlarında bir araç olarak kullanılmaktadır. Turizm, orta seviyede yatırımlarla kısa sürede geliştirilebilen bir sektör olması sayesinde, bölgesel kalkınma üzerinde oldukça hızlı ve olumlu yönde etkiye sahip olabilmektedir (Proença ve Soukiazis, 2008).

Turizm, 1975 yılından 2000 yılına kadar dünya çapında, gayrisafi yurtiçi hasıladan (GSYH) ortalama 1,3 kat daha hızlı bir büyüme göstermiştir (Issa ve Altınay, 2006). Dünya Turizm Örgütünün 2017 yılı yıllık raporunda yer alan bilgiye göre; turizm sektörü, dünya GSYH'sının %10'unu, küresel ticaretin ise %7'sini karşılamaktadır (World Tourism Organization [UNWTO], 2018a). Dünya Turizm Örgütünün 2017 yılı Tourism Highlights (Turizmde Öne Çıkanlar) raporuna göre; uluslararası turist sayısı 1950 yılında dünya çapında 25 milyon iken 1980 yılında 278 milyona, 2000 yılında 674 milyona ve 2016 yılında 1,235 milyona ulaşmıştır (UNWTO, 2018b). 2017 yılında ise dünya çapında uluslararası turist sayısı 1,323 milyona ulaşmıştır (UNWTO, 2018a). Yine, Dünya Turizm Örgütünün 2017 yılı Tourism Highlights raporuna göre; dünya çapında, uluslararası turizm gelirleri 1950 yılında 2 milyar ABD doları iken 1980 yılında 104 milyar ABD dolarına, 2000 yılında 495 milyar ABD dolarına ve 2016 yılında 1,220 milyar ABD dolarına yükselmiştir (UNWTO, 2018b).

Dünya Turizm Örgütünün 2017 yılı Tourism Highlights raporuna göre; uluslararası turist gelişleri açısından bakıldığında, 2015 ve 2016 yılları için Türkiye ilk 10 ülke arasındadır. Ancak, aynı rapora göre uluslararası turizm gelirleri açısından ilk 10 ülke arasında yer alamamıştır. Türkiye'ye 2010 yılında 31.364.000 uluslararası turist gelişi söz konusu iken 2015 yılında 39.478.000 uluslararası turist gelmiştir. Türkiye'nin aynı yıllar için uluslararası turizm gelirleri ise sırasıyla 22,585 milyon ABD doları ve 26,616 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2018b).

Son yıllarda, rekabet konusunda yapılan çalışmalar, genellikle üretim yapan firmaların ihracat başarısını incelemeye odaklanırken, turizm dâhil hizmet endüstrisi ile ilgili çalışmalar sınırlı kalmıştır. Ancak, günümüzün sanayileşmiş ülkelerinde turizm artan ağırlığı ile birlikte, bu ülkelerin gayrisafi millî hasıllarının (GSMH) %60'larını,

%70'lerini karşılayarak bu sektörde de ülkeler arasındaki rekabetin artmasına neden olmuştur (Kozak ve diğerleri, 2010).

Türkiye, kamu yönetiminde turizmin Bakanlık düzeyinde bir sorumluluk olarak üstlenilmesini 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kuruluşu ile sağlamıştır. Aynı yıl planlı döneme geçilen ülkede, kalkınma planlarında turizm sektörüne yer verilmeye başlanmıştır. Akdeniz bölgesinde yer alan Türkiye bir turizm ülkesi olarak, bu sektörden pay almak isteyen tüm diğer ülkeler gibi turizm sektörünü geliştirerek turizm gelirlerini artırmaya çalışmaktadır. Ayrıca, Türkiye bir Akdeniz ülkesi olmasının yanı sıra, üç kıtanın kavşak noktası konumunda olup aynı zamanda hem bir Ortadoğu hem de bir Balkan ülkesi olarak önemli bir turizm potansiyeline sahiptir.

Bu bağlamda; bu çalışmada, Türkiye'nin turizm sektöründeki yakınsama hipotezi incelenerek Türkiye'nin uluslararası turizm sektöründe diğer ülkeler ile arasında herhangi bir yakınsamanın olup olmadığı araştırılacaktır. Turizm yakınsama ilişkisi ortaya konularak sektörde uygulanacak politikaların hangi ülkelerde daha başarılı olabileceği tartışılacaktır.

Eğer herhangi iki ülke turizm sektörleri bakımından birbirine yakınsıyorsa, ev sahibi ülkeye gelen toplam uluslararası ziyaretçi sayısı ile bu ülkeye yakınsak diğer ülkeden (turist kaynak pazarından) gelen uluslararası ziyaretçi sayısı arasındaki fark azalıyor demektir (Narayan, 2006). Turizm politikalarının etkinliği, herhangi bir yabancı ülkeden gelen toplam ziyaretçi sayısının, gelmiş oldukları ülkedeki toplam ziyaretçi sayısına yakınsamasıyla ölçülebilir. Yakınsama hipotezine göre, yakınsak bir ülkeden gelen toplam ziyaretçi sayısı, bu ülkeye yönelik uygulanacak doğru pazarlama stratejileri ile artırılabilir demektir.

Uluslararası turizm ile ilgili literatür incelendiğinde, turizm sektörü ile yakınsama modelinin birlikte kullanıldığı çalışmaların sayısının az olduğu görülmektedir. Bu husus, yapılan bu çalışma için bir kısıt olmakla birlikte, çalışmanın özgünlüğü bakımından önem arz etmektedir. Turizm yakınsama hipotezinin araştırıldığı çalışmalar incelendiğinde ekonometrik yöntem olarak çoğunlukla doğrusal birim kök testlerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada mevcut literatürden farklı olarak farklı tipte yapıları ele alan doğrusal olmayan birim kök testleri yardımıyla Türkiye'de yakınsama hipotezi test

edilecektir. Bu amaçla, Leybourne, Newbold ve Vougas (1998), Kapetanios, Shin ve Snell (2003), Sollis (2004), Sollis (2009) ve Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov (2018) doğrusal olmayan birim kök test yöntemleri kullanılacaktır. Bu testler, serideki doğrusal olmayan yapıyı ele alırken aynı zamanda yapısal kırılmalar ve asimetri özelliğini de hesaba katabilmektedir.

Araştırma, turizm yakınsama ilişkisinin incelenmesinde, Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin milliyetlerine göre sayıları ile sınırlandırılmıştır. Çalışma kapsamında, 2018 yılı itibariyle Türkiye'ye gelen toplam turist sayısının yaklaşık %80'lik kısmını oluşturan ilk 25 ülke ele alınmış ve analizler 2008:01 - 2018:11 dönemi aylık veri seti ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, giriş bölümü ile birlikte altı bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde; turizm kavramına, turizmin önemine, dünyada ve Türkiye'de turizmin tarihsel gelişimine yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, yakınsama hipotezi kavramına ve yakınsama türlerine, turizmde yakınsama hipotezi kavramına ve literatür taramasına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde, çalışmada kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Beşinci bölümde analiz sonuçları verilerek yorumlanmış ve altıncı bölüm olan sonuç ve öneriler bölümünde değerlendirmelerde bulunulmuştur.

2. TURİZM KAVRAMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu bölümde, turizm kavramına, turizmin önemine, dünyada ve Türkiye’de turizmin tarihsel gelişimine yer verilmektedir.

2.1. Turizm

Turizm kavramının oldukça eski bir geçmişe sahip olan kökeni, Latince’de dönmek, etrafını dolaşmak anlamına gelen “tornus” kelimesidir. “Turizm” kelimesi, “tornus” kelimesinden türemiş olup anlamı çok değişmemekle birlikte, İngilizce’de yer alan “tour” ve “touring” kelimeleri de bu kelimedenden türemiştir. “Tour” dairesel hareketi, ziyaret, eğlence ve iş maksadıyla yapılan yer değiştirme hareketini ifade etmektedir. “Touring” ise zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır (Akat, 2000).

İlk kez İngilizler tarafından, “turist”, “turistik” ve “turizm” kavramlarının kullanıldığı bilinmektedir. “Turist” kelimesi kullanılmaya başlandıktan sonra, “turizm” kelimesinin ortaya çıktığı ifade edilmektedir (Özdemir, 1992). “Turist” kelimesinin doğuşu ve kullanılmaya başlanması 17’nci yüzyıla kadar geri gitmektedir. Şöyle ki; I. Elizabeth döneminde (1558-1603) Büyük Britanya adalarında yaşayan insanların Kıta Avrupası’ndaki sosyal, kültürel ve siyasal alandaki değişim ve gelişimlere karşı uyanan ilgileri, onları ülkelerarası gezilere yöneltmiştir (Eralp, 1983:37). Dönemin siyasal iktidarı tarafından desteklenmiş olan bu tür seyahatler için “tour” kelimesinin ve bu seyahatlere katılan insanları, yerinde oturan insanlardan ayırmak için de “tourist” kelimesinin daha o dönemde konuşma diline girdiğini tarihsel belgeler kanıtlamaktadır (Eralp, 1983:37). Bu kavramlar, Türkçe’ye Fransızca’dan geçmiş ve Türkçe’de öyle yer edinmiştir. Ancak, esasında turizm kavramı 19’uncu yüzyılın başlarında kullanılmış olup İngilizler tarafından konuşma diline kazandırılmıştır. 1800’lerin başında Samuel Pegge tarafından, “traveller” kelimesinin yerine, Türkçe karşılığı “seyyah” olan “turist” kelimesi kullanılmıştır. Türkçe karşılığı “seyahat” olan “turizm” kelimesi de, ilk defa İngiltere’nin spor dergisinde kullanılmıştır (Özdemir, 1992; Bulut, 2000; Unur, 2002).

Böylesi eski ve uzun geçmişine rağmen, “turist” kelimesinin çağdaş anlamdaki ilk tanımı F.W. Ogilvy tarafından 1933 yılında yapılmıştır. Ogilvy (1933)’e göre turist, sürekli

oturduğu yerden en çok bir yıl için ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde, buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir (Eralp, 1983:37).

1937 yılında, “Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi” tarafından, uluslararası düzeydeki ilk turist tanımı “Turist, ikametgâhının bulunduğu ülkeden başka bir ülkeyi en az 24 saat süreyle ziyaret eden kişidir.” şeklinde yapılmıştır (Goeldner ve Brent Ritchie, 2006:8).

1991 yılında Madrid’de yapılan toplantıda, uluslararası turizm istatistiklerinde belirli standartların oluşturulması amacıyla Dünya Turizm Örgütü (WTO) nihai olarak turist, ziyaretçi ve günübirlikçilerin tanımlarını yapmış ve üye ülkelere de bu tanımları kullanmalarını tavsiye etmiştir. Bu tanımlara göre ziyaretçi (visitor); “12 aydan daha kısa bir süre için her zaman yaşadığı olağan çevresinden başka bir yere seyahat eden ve asıl amacı, ziyaret edilen yerden karşılığını alacağı bir faaliyette bulunmak dışında olan kişidir”. Uluslararası ziyaretçi (international visitor) ise; “ikamet ettiği ve her zaman yaşadığı olağan çevresinden başka bir ülkeye bir yılı aşmayacak şekilde seyahat eden ve asıl amacı, ziyaret edilen yerden karşılığını alacağı bir faaliyette bulunmak dışında olan kişidir” ve uluslararası ziyaretçiler “turist” ve “günübirlikçiler” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Şöyle ki, turist (overnight visitor); “ziyaret ettiği ülkede en az bir gece tek başına ya da topluca konaklayan ziyaretçi ya da ziyaretçilerdir”. Günübirlikçi (same-day visitor) ise; “ziyaret ettiği ülkede 24 saatten az kalan, tek başına veya topluca konaklama yapmayan ziyaretçi ya da ziyaretçilerdir”. Bu tanımlar, Türkiye’de de Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye İstatistik Kurumu tarafından kabul edilmiştir (Çuhadar, 2006).

Turizmin odağında insanlar yani turistler yer almaktadır. Uluslararası sebeplerle, turistin en yaygın biçimde kullanılan tanımı ise Dünya Turizm Örgütü tarafından kabul edilen tanımdır. Bu tanıma göre ziyaretçi, “Yaşadığı ülkenin dışında bir ülkeyi, çalışma dışında bir başka amaçla ziyaret eden kişidir”. Bu tanım uluslararası ziyaretçiler için yapılmışken, kendi ülkelerinin sınırları içinde seyahat eden ziyaretçiler içinde kolayca uygulanabilir. Bunun için yukarıda verilen tanımdaki “ülke” kelimesinin yerine “bölge” kelimesini kullanmak gerekmektedir (Kozak,1995).

Turizm yani seyahat kavramı, ilk kez 1905 yılında E. Guyar Freuler tarafından tanımlanmıştır. Freuler, turizmi “gittikçe artan dinlenme ihtiyacının, ticaretin ve

endüstrinin gelişmesinin ve ulaşım araçlarının artmasının sonucu olarak insan topluluklarının çeşitli ilişkiler kurmalarına dayanan önemli bir olay” olarak ifade etmiştir (Günel, 2009).

Ancak, turizmin bugüne kadar en çok kullanılan ve İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) tarafından da benimsenmiş olan tanımı, Walter Hunziker’in 1941 yılında yapmış olduğu tanımdır. Bu tanıma göre; yabancıların para kazanmak ve sürekli yerleşmek niyeti olmaksızın bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahat etmelerinden doğan ilişkilerin ve faaliyetlerin tümüne turizm denilmektedir (Ürger, 1992). Turizm; dinlenme, eğlenme, görme, tanıma, vb. amaçlarla yapılan gezi ya da bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümüdür (TDK, 1992).

Turizmin arz açısından yapılan tanımına göre; turizm, özel gereksinimleri karşılamayı amaçlayan, turist isteyen bütün kuruluşlardan, organizasyonlardan ve olanaklardan meydana gelmektedir (Fletcher ve diğerleri, 2018; Smith, 2003).

Günümüzde, turizm kavramının değişik tanımları mevcuttur. Bunun nedeni, turizmin oldukça geniş, karmaşık ve çok yönlü bir yapıya sahip olmasıdır. Şöyle ki; bazı araştırmacılar özellikle iktisatçılar turizmi bir “endüstri” olarak görmekteyken, pazarlamacılar “pazar” olarak görmektedir. Toplum bilimciler turizmi sosyolojik ve psikolojik tarafları ile ele almakta iken çevre bilimciler turizmin çevresel etkileri ile ilgilenmektedirler (İçöz, 2005). Bu çalışmada ise turizm, iktisadi yönü ile ele alınacağından, ekonomik boyutuyla tanımlanacak olursa turizm; insanların sürekli yaşadıkları yer dışında, yerleşmek ve ekonomik kazanç elde etme amacı olmaksızın, dinlenme, sağlık, kültür, eğitim, eğlenme, doğa sevgisi, spor, seyahat ve dini sebepler gibi nedenlerle turistik mal ve hizmetleri doğrudan ya da dolaylı olarak tüketmeleri sonucu meydana gelen iktisadi bir olaydır (Adalıoğlu, 2005).

İhracat ve ekonomik büyüme literatürüne göre, turizm sektörü ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır. Turizm, bir hizmet sektörü olması sebebiyle istihdam sağlayarak işsizlik sorununa da bir çözüm niteliğindedir. Bu sektör, aynı zamanda bir ülkenin temel döviz kaynaklarından biridir. Turistlerin ihtiyaç duyabileceği her türlü hizmet arzının

karşılanması için yapılan tüm yatırımlar turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlamakla beraber, ülke ekonomisinin gelişmesini ve GSMH artışını da beraberinde getirmektedir.

Ayrıca, diğer sektörlerle kıyaslandığında, turizmde verimlilik daha yüksektir. Başka bir ifadeyle, turizm sektöründe marjinal sermaye/hasıla oranı düşük kalmakta olup bu oran ne kadar düşük olursa yeni yatırımın verimliliğinin o kadar yüksek olduğu kabul edilmektedir (Barutçugil, 1986).

Bir ekonomide turizm sektörünün istihdam üzerindeki etkilerinden birincisi, sektörde yer alan hizmet birimlerinde (yeme içme, konaklama, ulaşım, vb.) turistik harcamalar nedeniyle ortaya çıkan doğrudan istihdam; ikincisi, turistik harcamaların uyarmasıyla artan sektör üretiminin, bu sektöre girdi sağlayan diğer sektörlerde dolaylı istihdam etkisi; üçüncüsü ise turistik harcamaların gelir yaratıcı etkisi sonucu tüm sektörlerde oluşan ek istihdamdır (Kozak, 1995).

Turizmde otomasyon ve makineleşmenin sınırlı olması sebebiyle, sektörün meydana getirmiş olduğu istihdam oranı diğer sektörlerle göre daha yüksek olmaktadır. Turizm sektöründe emek yoğun üretimin hâkim olması sebebiyle turistik tüketim harcamaları, yüksek oranda doğrudan istihdam etkisi oluşturmaktadır. Ayrıca, sektöre mal ve hizmet sunmakta olan yan sektörlerle de yeni iş imkânları sağlayarak dolaylı istihdam etkisini göstermektedir. Turizm sektörünün meydana getireceği dolaylı istihdamın niceliği sektörün yerel ekonomi ile ne kadar entegre olduğuna bağlı olmaktadır (Bulut, 1998).

Uluslararası turizm açısından bakıldığında, bir turistin turizm ürünlerini/hizmetlerini satın alabilmesi için o ürünlerin/hizmetlerin olduğu ülkeye gitmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, bu turistlerin yaptığı harcamalar da o ülkenin ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır. Ayrıca, farklı sektörlerde yapılan uluslararası ticarete mal ve hizmet ile döviz akımı arasında ters ve çift yönlü bir ilişki varken, turizm sektöründe turist ve döviz akımı arasında doğru yönlü bir ilişki olduğu bilinmektedir (Kozak, 1995).

Ödemeler bilançosunun cari işlemler ana hesabının görünmeyen kalemler bölümünde yer alan turizm, dış ticaret açıklarını olduğu gibi cari işlemler açıklarını da dengeleyebilen bir kalemdir. Bu sebeple, dünya ekonomisinde uluslararası turizm diğer sektörlerle karşılaştırıldığında, daha önemli ve de büyük bir kalem oluşturmaktadır (Bulut, 1998).

Bir ÷lkeye gelen turistlerin harcamaları, ev sahibi ÷lkelerin ekonomilerinde her alanda “şelale” etkisine sahip olmaktadır. Öncelikli olarak oteller, taksiler, lokantalar, vb. kurumlarda turistlerin para harcamaları ile başlamakta ve sonra da ekonominin diğerk kısımlarına yayılmaktadır (Kozak, 1995).

Turizm sektörü, gelir ve refahın ÷lke içinde ve ÷lkeler arasında yeniden dağılmasını sağlamaktadır. Gerek uluslararası turizm olsun gerekse iç turizm olsun, sektörün temel ekonomik önemi; ziyaretçilerin yaptığı harcamaların, ev sahibi ÷lkenin yerlilerine kazandırmış olduğı gelir olarak özetlenebilir. Üstelik bu ziyaretçiler gittikleri ev sahibi ÷lkelerde, kendi ÷lkelerinde bulundukları zamanlarda, yani günlük hayatlarında yaptıkları harcamalardan daha fazlasını yapma eğiliminde olmaktadırlar (Bulut, 1998).

Bir ekonomide belirli bir dönem içinde (genellikle bir yıl), üretilen nihai mal ve hizmetlerin gayri safi değeri toplamına GSMH denilmektedir. GSMH’nın değeri hesaplanırken, tüm nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatları ile çarpımı yapılarak bir sonuca ulaşılmaktadır. Bu değer, ait olduğı yıl içerisinde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla, daha önceki yıllarda üretilmiş mallar GSMH kapsamına girmemektedir. Bundan ötürü; işletmelerin bulundurdıkları mal stokları, eski yıllarda üretilmiş oldukları sürece GSMH hesaplamalarında dikkate alınmamaktadır. Ancak stok değışmeleri, yeni üretimi temsil ettiğinden hesaplamaya katılmaktadır (Bulut, 1998). Turizm sektöründe ise mal ve hizmetler üretildikleri anda tüketilme zorunluluğuna sahiptir ve sektör stok teşkiline imkân vermediğı için bu üretim ait olduğı yılın GSMH’sine yansıyabilmektedir.

Ancak bilinmelidir ki; turizm, bir ÷lke ekonomisi için önemli faydalar sağlamanın yanı sıra bazı olumsuz durumlara da neden olabilmektedir. Ev sahibi ÷lkenin yerlilerinin yalnızca ufak bir kesiminin turizmin zenginliklerinden yararlanabilmesi, turizmin biraz da mevsimlik özelliğı nedeniyle fiyat artışlarının körüklenmesi, dış ÷lkelere bağımlılığın artması bu olumsuzluklardan bazılarıdır. İyi yönlendirilemeyen bir turizm sektörü, mali kaynakların israfına, ekonomik dengesizliklere, doğa kaynakların ve güzelliklerin tahrip olmasına, sosyal ve kültürel anlamda olumsuz etkilenmelere sebep olmaktadır. Ayrıca, turistik yatırımlarda ithal malzeme kullanımı, turistlerin ithal mal tüketimi ve bu tüketime yerli halkı da özendirmeleri ve yabancı sermayeli turistik işletmelerin istihdam ettiğı yabancı personelin ücret ve kâr transferine neden olması gibi sebeplerle ÷lke dışına döviz

çıkışı da olmaktadır. Makro iktisat teorisinde milli gelir – harcama akımından “sızıntı” olarak adlandırılan bu durum, ev sahibi ülkenin net döviz kazancının görüldüğü veya beklendiği kadar yüksek olmamasına neden olabilmektedir. Bu nedenlerle; turizmden yüksek düzeyde yararlanabilmek ve gelişen turizmin muhtemel zararlarını en asgari düzeye indirebilmek için turizm sektöründe uzun vadeli ve isabetli politikalar izlemek, bir plan program dâhilinde önlemler almak ve bu önlemleri dikkatli şekilde uygulamak zorunluluğu vardır (Bulut, 1998; Kozak, 1995).

Turizm sektörünü kapsamlı bir şekilde ortaya koyarken genel anlamda kısaca sektör kavramını da açıklamak gerekir. Kökeni Fransızcadan gelmekte olan ve Türkçe’de kesim ve bölge kelimeleriyle ifade edilen sektör kavramı “çeşitli ürünleri üreten işletmelerin, temel ürünlerine göre işletmeler bütünü oluşturmaları” şeklinde ifade edilmektedir (Kozak, 1995).

2.2. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizmin tarih boyunca var olduğu, insanlık tarihi kadar eskiye dayandığı kabul edilmektedir. Şöyle ki; insanoğlunun en ilkel şartlarda dahi, türlü sebeplerle yaşadığı yerler dışında farklı yerlere doğru hareket ettiği, özellikle tehlikelerden kaçma ve hayatta kalma içgüdüğü ile uzun mesafeler kat edebildiği ortaya çıktıktan sonra, bu durum yer değiştirme hususunun çok eski tarihlere kadar uzandığının ispatı niteliğinde olmuştur (Şahin, 1990). Milattan önce 4000 yılında parayı, yazıyı ve tekerleği ilk bulan ve kullanan Sümerlerle birlikte ticaret maksadıyla kervanlar kurulmaya başlanmış ve böylece seyahat çağı da başlamıştır (Barutçugil, 1986). Fenikelilerin de günümüzdeki anlamıyla ilk gezginler olduğu söylenebilmektedir. Genellikle ticaret maksadıyla seyahat eden bu denizciler çok çeşitli yerlere gitmişlerdir. Aynı şekilde, Hindistan ve Çin’de de geziler çoğunlukla ticaret yapmak için olmuştur (Bulut, 1998).

İlk başlarda yapılan bu turizm faaliyetleri, insanların ticaret yapmak amacıyla komşu yöreleri ya da ülkeleri ziyaret etmeleri şeklinde gerçekleşmektedir (Sarkım, 1997). Ancak bugün, ilk çağların Yunan, Roma ve Mısır medeniyetleri gibi ileri uygarlıklarının zevk için de seyahat etmiş oldukları bilinmekte ve kabul edilmektedir. Romalıların çok iyi bir yol ağına sahip olmaları, bu ana yolların özellikle medeniyet eserlerinin ve görülmeye değer

doğa güzelliklerinin ya da şifalı su kaynaklarının oldukları merkezlerden geçmesi eski Roma'da turizmin çeşitli şekillerde var olduğunu ispatlamaktadır (Akoğlu, 1979).

Milattan önce 3000 yıllarında Mısır da, sahip olduğu piramitler ve tapınaklar sayesinde gezginlerin yoğun ilgisini çekmiştir (Sarkım, 1997). Babil Krallığı'nda ve Eski Mısır'da gezginleri korumak için yolların güvenliğinin sağlandığı, dinlenmeleri ve konaklamaları içinse bahçelerin ve evlerin yapıldığı bilinmektedir (Bulut, 1998).

Milattan önce 700'lü yıllarda, eski Yunanlılarda olimpiyat oyunlarının başlaması, dünya turizm tarihinde önemli bir olay olarak kabul edilmektedir. Çünkü bu oyunlara katılmak ve izlemek için yapılan ilk seyahatler, spor turizminin başlangıcı sayılabilmektedir (Adalıoğlu, 2005). Bu olimpiyatlara giden insanlar kasabalarda konaklayarak turizmin öncülüğünü yapmışlardır (Sarkım, 1997). İlk çağlarda, tarih merakından ötürü seyahat eden kişiler olarak Herodot ve Paunias'ı göstermektedir. Milattan önce 480 – 421 yılları arasında, coğrafyacı ve tarihçi olan Herodot ülkesinin ilk turistlerinden birisi olarak bilinmektedir. Herodot, seyahat ettiği yerlerin gelenek ve göreneklerini öğrenmeye çalışmıştır (Kozak ve diğerleri, 2014). Milattan önce 334 yılında Anadolu'da, Efes Demokratik Şehir Devleti'nin kuruluşundan itibaren yoğun ilgi çektiği ve sadece tek bir mevsimde 700.000 kişi tarafından ziyaret edildiği bilinmektedir (Bulut, 1998).

Hız. İsa'nın doğduğu ve yaşadığı dönemlerde, Japonya ve Çin'de gezilerin büyük bir zevk ve inceliğe ulaştırıldığı bilinmekte ve ilk kez Romalı gezginlerin zevk için seyahat etmeye başladıkları kabul edilmektedir. Romalı gezginler bilhassa, Doğu Akdeniz bölgelerine, Anadolu'ya ve Yunanistan'a ilgi göstermişler buralardaki uygarlık eserlerini görmeye gitmişlerdir. Bu dönemlerde, eski Romalılar günde ortalama 120 – 130 km'lik yolu, kullandıkları yollar üzerinde belli mesafelerde inşa edilen dinlenme evlerinde atlarını değiştirerek katedebilmekteydiler (Sarkım, 1997; Bulut, 1998). Kaplıca ve şifalı su kaynakları, tiyatro, panayır, festival, ticaret ve sanat faaliyetleri eski Romalıların dikkatini çeken yer ve olaylar arasında başta gelmekteydi (Adalıoğlu, 2005).

İslam dünyasında İbn-i Batuta, Batı'da Venedikli Marco Polo, ortaçağın bilinen en ünlü gezginlerindendir. Marco Polo'nun Asya seyahati (1295) ve memleketine döndüğünde yayımlamış olduğu notlar ile İbn-i Batuta, bu dönemde turizm tarihine öncülük eden eserleriyle anılmaktadırlar (Adalıoğlu, 2005).

Cenovalı denizci ve kaşif Kristof Kolomb'un 1492 yılında gemiyle yaptığı uzun yolculukları neticesinde Amerika Kıtası'na ulaşması ve Portekizli denizci Macellan'ın 1519 yılında başlayan dünya seyahati bilinmeyen yerlerin bulunmasına vesile olduğu gibi, insanoğlunun görme, tanıma ve merak nedeniyle yapmış olduğu yolculukların da temelini oluşturan çok önemli tarihi olaylardır.

İlerleyen yüzyıllarda, pusulanın da icat edilmesiyle seyahatler artış göstermiştir. 16'ncı yüzyılda bir Türk denizcisi olan Piri Reis'in yaptığı geziler ve dönemi için olağanüstü nitelikteki haritaları içeren "Kitab-ı Bahriye" adlı eseri denizcilik ve turizm tarihi bakımından oldukça önemlidir (Sarkım, 1997).

1672 yılında Fransa'da, ilk kez bir gezi rehberi düzenlenmiş olup bu rehber yalnızca Fransızlar için değil, diğer ülkelerden Fransa'ya gelen gezginler için de fayda sağlamıştır (Adalıoğlu, 2005).

17'nci ve 18'inci yüzyıllarda aristokrat ailelerin çocukları bir yıldan üç yıla kadar sürebilen iyi planlanmış eğitim seyahatlerine gönderilmekteydiler. Daha sonraları, bu seyahatlere "Grand Tour" ismi verilmiştir (Kozak ve diğerleri, 2014). Bilhassa İtalya'ya ortalama 300 ila 400 öğrencinin eğitim maksadıyla seyahat ettiği anlaşılmıştır. Ayrıca, Ortaçağ'da Türk kavimlerinde de turizmin, seyahatlerin yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir (Özcan, 2013). 17'nci yüzyılın dünyaca ünlü gezginlerden biri olan Evliya Çelebi, 40 yılı aşkın bir süre seyahat etmiş ve gezip gördüğü yerleri, kültürleri "Seyahatnâme" isimli eseriyle aktarmıştır.

19'uncu yüzyılda hakiki bir turizm dönemi başlamıştır. Şöyle ki; Schiller'in "Guillaume Tell" dramının temsili (17 Mart 1804) ve Rossini'nin aynı isimli operası, Lord Byron'un "The Prisoner of Chillon" destanı bu devreyi açmıştır. Lord Byron'un İngiltere'den Kıta Avrupası'na açtığı turizm yolunu, Lamartine ve Pierre Loti Ön Asya'ya, Türkiye'ye, Yakın Doğu'ya kadar uzatmıştır (Adalıoğlu, 2005).

Turizmin kendi iç yapısındaki değişmelerden kaynaklanan gelişmeler incelendiğinde, turistik hareketlerin, aristokratik turizmden sosyal turizme, bireysel turizmden kitle turizmine doğru bir gelişme gösterdiği görülür (Kozak, 1995).

1830'lu yıllarda demiryolu taşımacılığının ilerlemesi ve buhar gücüyle çalışan gemilerin kullanılmaya başlanması ile birlikte seyahatler ucuzlamış, kolaylaşmış ve daha çok insanın turizme katılması sağlanmıştır (Sarkım, 1997). Londra'da 1840 yılında, ilk seyahat bürosunu kuran İngiliz Thomas Cook, 1841 yılında 570 kişilik bir grubu Leicester'e 12 mil mesafedeki Loughborough'a orada düzenlenen bir festivale götürmek için hazırlarken, tren ve buharlı gemilerde seyahat etme imkânı bulunmaktaydı. Cook'un düzenlemiş olduğu bu seyahat, reklam yoluyla insanlara duyurulan ticari amaçlı ilk toplu tren seyahati olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple, ilk turizm seyahat organizatörünün Thomas Cook olduğu bilinmektedir (Adalıoğlu, 2005; Bulut, 1998).

Dünyada ilk kez 1838 yılında, New York'tan İngiltere'ye 68 yolcuyla birlikte sefer yapan "Great Western" ile düzenli gemi işletmeciliğinin başladığı kabul edilmektedir. "Cunard" gemicilik işletmesi ise, bu gelişmeden dört yıl sonra kurulmuştur. Ayrıca, 1848 yılında Amerika'da kurulan "American Express Company", ilk aşamada posta taşımacılığı için kurulmuş olsa da kitle turizminde diğer bir önemli gelişme olarak görülmektedir (Barutçugil, 1986).

1856 yılında ilk kolektif Avrupa seyahatini organize eden Thomas Cook, yine turizm tarihinde ilk defa 1872 yılında kolektif bir dünya turu yapma imkânı sunmuştur. 19'uncu yüzyılda basılan ilk seyahat rehberleri de gün geçtikçe modernleşen turizmi kolaylaştırmıştır (Akoğlu, 1979).

1920'lerde, dünyada otomobil çağının başlaması turizm sektöründe büyük önem arz eden bir olay olmuştur. Denizyolu ve demiryolu ise önemini, bilhassa uzak mesafeli seyahatlerde bir süre daha korumuştur. 19'uncu yüzyılın sonları ile 20'nci yüzyılın başlarında en çok ilgi çeken seyahat ise, Avrupa ve Amerika arasında büyük transatlantiklerle yapılan seyahatler olmuştur. Bu dönemde, Paris-Venedik-İstanbul arasında "Orient Express" ile yolculuk, yoğunlukla aristokratların ve zenginlerin ilgi gösterdiği bir seyahat olmuştur (Adalıoğlu, 2005).

20'nci yüzyılın ikinci yarısında ekonomik boyutları iyice belirginleşen turizm sektörü, bu yüzyılda yaşanan iki dünya savaşından da olumsuz yönde etkilenmiştir. Ancak, ikinci dünya savaşından sonra hızla gelişen teknoloji ile birlikte gelişmiş ulaşım olanakları sayesinde oldukça ilerlemiştir.

1970 yılında Madrid’te, Birleşmiş Milletlere bağlı bir kuruluş olarak “Dünya Turizm Örgütü (WTO)” kurulmuştur ve Türkiye bu kuruluşa 1973 yılında katılmıştır.

1970’lerden sonra İngiltere’nin geliştirmiş olduğu “paket tur” olgusu, turizme yeni bir ivme kazandırmıştır. Bu ivmeyle 1995 yılına kadar temelde önemli bir değişiklik olmadan ancak sürekli gelişen bir trendle ilerleyen turizm sektörü, uluslararası turizmde pazarın esas ağırlığını oluşturan paket tur pazarında 1997 yılının ikinci yarısından itibaren çok daha hızlı bir biçimde gelişme göstermiştir (Adalıoğlu, 2005).

Bugün, insanların eğitim ve kültür seviyelerinin giderek yükselmesi ve ekonomik gelişmeyle birlikte gelir ve refah düzeyleri ile boş zamanlarının artması sonucunda turizme duydukları ihtiyaç da artmıştır.

2.3. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de turizm sektörü ile ilgili faaliyetlerin geçmişi oldukça eski tarihlere dayanmakla beraber, esas itibarıyla Cumhuriyet’ten sonraki yıllarda hız kazanmaya başlamıştır (Kozak, 2012).

Türkiye’de, turizmdeki gelişmeleri değerlendirmeye yönelik olarak yapılan çalışmalar iki ana dönem hâlinde incelenmektedir. İlk dönem, 1923-1962 yıllarını içermektedir. 1963 yılından başlayıp da günümüze kadar gelen dönem ise ikinci dönem olarak ele alınmaktadır (Adalıoğlu, 2005). 1963 yılında, ülkede planlı döneme geçilmiş olup uygulamaya konulan kalkınma planlarıyla birlikte ekonomik bir sektör olarak ele alınan ve bu yönde düzenlemelerle geliştirilmeye çalışılan turizm sektörü, 1980 yılında yapılan yeni düzenlemeler ve teşviklerle daha sonraki yıllarda yakalanacak sıçramaların temellerini atmıştır (Kozak, 2012).

Türkler, çok eski çağlardan bu yana turizmle uğraşmışlardır. Asya ile Avrupa arasında köprü konumunda olan Anadolu’nun coğrafi yapısı, eski tarihlerde bu yörede yaşayan insanları tüccar ve nakliyeciler bir millet haline getirmiştir. Hindistan’dan, Çin’den başlayarak Avrupa’nın içlerine kadar uzanan ünlü ticaret yollarını uzunca bir süre ellerinde tutmuşlardır (Adalıoğlu, 2005).

Bu çağlarda Asya ile Avrupa arasında kara taşımacılığı ve ticaret işlerini yürüten Türkler, zengin bir ekonomik varlığa sahip olmuşlardır. O tarihlerde kara taşımacılığı kervanlarla yapılmaktadır. Kervan yollarının ise kendine has özellikleri vardır. Bu eski ticaret yolları üzerinde kervanların korunması ve konaklaması için büyük hanlar yapılmıştır. Bu tür yerlere kervansaray denilmektedir. Kervansaraylar herhangi bir baskın ve soygun tehlikesine karşı sağlam birer kale niteliğinde inşa edilmiştir. Eski Türk kervansarayları ve hanları, bugünkü motellere benzemektedir. Bunların ortak özellikleri ise, şehir dışında ve yollar üzerinde kurulmuş olmaları ve çok da fazla konforlu olmamalarıdır (Adalıoğlu, 2005).

Orta Asya’da Türkler, kervansaraylara benzer “Muyanlık” adı verilen konaklama yerlerine sahiptir. Daha sonraları Türkler, bu tesislere “Ribat” ismini vermişlerdir. “Ribat” sonraları İran’da gelişme göstermiş ve kervansaray adıyla Anadolu’da Selçuklular ve Osmanlılarca en mükemmel düzeye ulaştırılmıştır. Avrupalılar ise “Hotel” isimli ilk konaklama kurumunu ancak 1850’lerde İngiltere’de hizmete sokabilmiştir (Özdemir, 1992).

Türkiye’nin ilk oteli olma özelliğini taşıyan “Otel d’angleterre” 1841 yılında faaliyete geçmiştir. 1892 yılında ise “Büyük Londra Otel” faaliyete başlamıştır. Günümüzde hizmetine devam eden “Pera Palas Otel”, o dönemde açılan otellerden en ünlüsüdür. Adı geçen üç önemli otele ek olarak, aynı yıllarda hizmete giren oteller arasında Grande Bretagne, Orient, Petersburg, Paris, Lüksemburg, Univers, Bizans, Grand Balcon, Elysee Franşis, Tobias ve Peşte otelleri de yer almaktadır (Kozak, 2012).

Osmanlı Devleti döneminde, Türkiye’ye getirilen buharlı gemiler ülkede gerçekleşen ilk turizm etkinlikleri arasında sayılabilmektedir. II. Mahmut döneminde “Kırlangıç” isimli buharlı geminin alınmasıyla deniz taşımacılığı başlamış, 1829 yılında Tersane-i Amire tarafından “Kebir (büyük)” ve “Sagır (küçük)” isimli buharlı gemilerin de alınmasıyla gelişmeye başlamıştır. Aynı dönemde, Aynalıkavak Tersanesi’nde “Eser-i Hayır” gemisinin yapımına başlanmıştır. Aynı tersanede, “Mersin Bahri” ve “Tairi Bahri” isminde iki gemi daha yapılmış ve bu gemilerle Bandırma ve Tekirdağ seferleri yapılmaya başlanmıştır. Bu gemiler aynı zamanda Türkiye Denizcilik İşletmeleri Genel Müdürlüğü’nün de başlangıcını oluşturmuştur. Bu gemilerin ardından, 1838 yılında Fransa seferi yapmak üzere “Peyki Sevk Vapuru” yapılmıştır (Kozak, 2012).

Osmanlı Devleti’nde, 1846 yılında Aya İrini Kilisesi’nin Askeri Müzeye dönüştürülmesi, 1863 yılında “Sergi-i Umumi-i Osmani” isimli fuarın açılması ve yine 1863’te İstanbul’da bir seyahat acentesinin açılması turizme yönelik yapılan ilk faaliyetler arasında yer almaktadır (Kozak, 2012; Alaca, 1997).

Ayrıca, Türkiye turizminin gelişme aşamalarından birisi olarak kabul edilen tercüman ve rehberlik, 1800’lü yıllarda ciddi gelişmeler kaydetmiştir. Osmanlı Devleti’nde gelişmeye başlayan dış turizm hareketlerinin bir sonucu olarak 29 Ekim 1890 tarihinde “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname” yürürlüğe sokulmuştur (Kozak, 2012).

Yapılan araştırmalara göre, 19’uncu yüzyılın sonları ile 20’nci yüzyılın başlarında “Orient Express”’in İstanbul’a sefer düzenlemeye başlamasıyla birlikte oteller açılmaya başlamıştır. Türkiye’nin ilk yataklı vagon seferi, Wagon Lifts’in 1924 yılında Türkiye’de vagon sözleşmesi yapmasıyla beraber 23 Temmuz 1924 tarihinde faaliyete başlamıştır. Tren seferlerinde yemekli servis hizmeti ise ilk kez 7 Aralık 1925 tarihinde Haydarpaşa-Sincanköy arasında çalışan hatlarda sunulmuştur. Tren yolculuğundaki önemli gelişmelerden biri de, 1927 yılında Haydarpaşa-Ankara arasında çalışmaya başlayan Lüks Anadolu Ekspres’idir. 1927 yılında, bu hatlara ek olarak Haydarpaşa-Trablusşam, 1930 yılında Haydarpaşa-Sivas ve 1935 yılında da Haydarpaşa-Elazığ seferlerinde yataklı vagonlar hizmete sunulmuştur (Kozak, 2012).

1923 yılında Türkiye, yeniden yapılanmaya başlamış ve cumhuriyet, turizm sektöründe de yeni atılımların başlangıcı olmuştur. 1920’li yıllarda, turizm sektöründe beş kadar kurumun faaliyet gösterdiği söylenebilmektedir. Yabancı firmaların Türkiye’ye gelişleriyle birlikte ilerleme gösteren yerel firmalar ve acenteler ilk önce bilet satışları ve pasaport işlemleri gibi işlemlerle turizme adım atmışlardır. 18 Ekim 1923 tarihinde Beyoğlu Pera Palas Oteli’nde faaliyete geçen Milli Türk Seyahat Acenteciliği Ziya ve Şürekası (NATTA), o dönem turizmde adı geçen kurumlardan ilkidir. NATTA, bilet satışının yanı sıra rehber sağlama, otomobil kiralama, iç ve dış seyahatler düzenleme, broşür basma gibi faaliyetlerde de bulunmaktaydı. NATTA’yla aynı dönemde kurulan Passrapid acentesi ise, yurtdışından gelenlere ve yurtdışına gidenlere yönelik olarak otel ve pansiyon kiralama, pasaport sağlama, vapur ve tren biletlerini satma, gelenlere rehber sağlama gibi faaliyetlerde bulunmaktaydı (Kozak, 2012).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulduğu 1923 yılında, tarihçi, edebiyatçı ve diplomat bir kişi olan Lozan Konferansı Genel Sekreteri Raşit Saffet Atabinen'in öncülüğünde, bir grup aydın tarafından turizm sektöründe faaliyet gösteren ilk örgüt olan “Türkiye Seyyahin Cemiyeti” kurulmuş olup cemiyetin ismi daha sonra “Türkiye Turing Kulübü” olmuş, ardından da “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” ismini alarak faaliyetlerine devam etmiştir (Demirtaş, 2010: 352-354). Cemiyet ilk kurulduğunda, Galata'da, Voyvoda Caddesi'nde bulunan Adalet Hanı'nda, iki odada iki memurla kısıtlı şartlar altında çalışmaktadır (Şahin, 2006).

1930 yılında, “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” ismini alan kurum, aynı yıl kamu yararına çalışan derneklerden sayılarak gümrük ve trafik mevzuatı alanlarında çalışmalar yapmıştır. Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, turizm alanında uzun yıllar devlet organı gibi faaliyet göstermiştir. Kurumun çalışmaları neticesinde, Türkiye'nin ilk karayolu haritaları, ilk afişleri, ilk turizm broşürleri bastırılmış, ilk tercüman rehberlik sınavları yapılmış ve turizm alanında ilk incelemeler gerçekleştirilerek yayınlar yapılmıştır. Kurum, Bursa ve İstanbul'a ilk turların düzenlenmesine öncülük etmiş olup buralardaki tarihi ve kültürel mirasın bilinmesi ve tanınması amacıyla çalışmalarda bulunmuştur. Türkiye Seyyahin Cemiyeti, kruvaziyer gemilerle ülkeye gelenlerin gümrük işlemlerini kolaylaştırmak için faaliyetlerde bulunmuştur. Cemiyet, “Şirket-i Hayriye” ve “Seyri Sefain” idarelerini bir araya getirerek turistlerin gemilerle taşınma ilkelerinin belirlenmesinde temel rolü almıştır. Ayrıca, cemiyetin girişimleri ile kayıkçı, taksi ve hamal tarifeleri belirlenmiştir. Cemiyet, bunların yanı sıra, rehberlik kurumunun düzenlenmesi, belge verilmesi ve vize işlemlerinin kolaylaştırılması gibi konularda da faaliyetlerde bulunmuştur (Kozak, 2012).

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, 1925 - 1935 yılları arasında sadece üç memur ve 600 aza ile İstanbul Belediyesinin ve Hükümetin vermiş olduğu yıllık toplam beş bin lira ödenekle, beş kanun ve 38 kararname çıkmasını sağlamıştır. Ayrıca, beş uluslararası turizm kurumuna bağlanılmış, Türkiye hakkında 54 konferans verilmiş, 17 uluslararası kongreye iştirak edilmiş, 500 defa idare heyeti toplanmış, 2.000 kadar önemli yabancı gezgin ağırlanmış, 100 kadar tercüman yetiştirilmiş, Türkiye'nin tanıtımı için 28.000 resimli büyük afiş, 30.000 kadar mektup ve 315.000 risale ve prospektüs bastırılıp dünyaya dağıtılmıştır (İnan, 2009).

Cumhuriyet döneminde, turizm sektöründe bir başka alan olan havacılıkta, Türkiye Teyyare Cemiyeti'nin kurulmasıyla ilk adımlar atılmıştır. 1925 yılında kurulmuş olan Cemiyet, 1933 yılında “Türk Havayolları İşletme İdaresi” ismini almıştır. Türk Hava Yolları'nın temellerini atan bu kurum, dünyadaki diğer havayolları ile aynı dönemde faaliyete başlamıştır. Beş uçak ve yirmi sekiz koltukla faaliyete başlamış olan Türk Hava Yolları (THY), Imperial Airways, Lufthansa, Aero Expresso, KLM gibi havayolu şirketleriyle hemen hemen aynı dönemde piyasada yerini almıştır. 1926 yılında, THY'nin kurulmasından sonra, şimdiki adı Air France'nin ilk hali olan Aero Expresso ve Cidna havayolları Türkiye ile İstanbul-İtalya ve İstanbul-Romanya seferleri için antlaşmalar yapmıştır, fakat bu antlaşmalar hayata geçirilememiştir (Kozak, 2012). Bu dönem gerçekleşen önemli turizm hareketlerinden birisi de, İstanbul'da “Uluslararası Turizm Birliği (AIT)” kongresinin yapılmasıdır.

Turizm alanında gerçekleştirilmiş olan önemli faaliyetler arasında 1931-1932 yıllarında Balkan ülkelerinin turizm sorunlarının görüşüldüğü iki adet toplantı sayılabilmektedir. Bu toplantılardan birincisi de Türkiye'nin ev sahipliğinde, İstanbul'da düzenlenmiştir (Kozak, 2012).

Turizmin, yalnızca derneklerin faaliyetleriyle sınırlı kalmayıp kamu yönetimi içerisinde resmi kimlik kazanması, 1934 yılında 2450 sayılı “İktisat Vekâleti Teşkilât ve Vazifeleri Hakkında Kanun”un yürürlüğe girmesiyle olmuştur. Turizm faaliyetleri, 1937 yılına kadar da adı geçen Kanunun öngördüğü çerçevede, “İktisat Vekâleti Dış Ticaret Dairesi”ne bağlı olan “Türk Ofisi” tarafından yürütülmeye devam etmiştir. Türk Ofisi'nin tanıtım ve yayın işlerini yürütmekte olan birimi içindeki “Turizm Masası”, 1938 yılında ayrı bir şubeye dönüştürülmüş, 1939 yılında Ticaret Bakanlığının kuruluşu sırasında Neşriyat ve Propaganda servisi içerisinde “Turizm Müdürlüğü” ismini almıştır. Bu yıllarda turizm sektörüne bakış açısı genişlemekle birlikte, örgütlenmedeki ivedi ihtiyaçlar da ortaya çıkmış bulunmaktadır (Adalıoğlu, 2005). Öte yandan, turizmin ülke ekonomisine yapmış olduğu katkıların daha iyi değerlendirilebilmesi ve gelişmelerin tüm devlet birimleri tarafından izlenebilmesi amacıyla Bakanlıklararası Turizm Komisyonu kurulmuştur (İnan, 2009). Ayrıca, sağlık turizmine yönelik olarak da 1934 yılında Yalova kaplıcaları restore edilerek hizmete sunulmuştur (Ulu, 2010).

1940'lı yıllara doğru gelinirken, bazı devlet kurumlarının kendi ürünlerinde, turizme yönelik olarak çeşitli düzenlemelerde bulunması, Türkiye turizminde iç ve dış potansiyeli değerlendirmenin ilk araçları olarak kabul edilmektedir. Devlet Demir Yolları'nın, İzmir Fuarı sebebiyle indirimli bilet satışları yapması ve bunun neticesinde seyahat eden yolcu sayısında yaşanan artış, aynı zamanda yurtiçi turizm etkinliklerinin de başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Aynı yıllarda, konaklama sektöründe de örgütlenmeler yaşanmıştır. İstanbul'daki konaklama işletmecilerinin kurduğu küçük çaplı bir dernek bunların başında gelmektedir. İstanbul'da, 1933 yılında "Otelciler ve Hancılar Cemiyeti" kurulmuştur (Kozak, 2012).

1940 yılına gelindiğinde ise turizmin, tanıtımla yakından ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Aynı yıl, 3857 sayılı "Başvekâlete Bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü Teşkiline ve Vazifelerine Dair Kanun" uyarınca kurulan ve 1943 yılında "Basın Yayın Genel Müdürlüğü" adını alan birim içerisine "Turizm Müdürlüğü" yerleştirilmiştir (Kozak, 2012). 28 Mayıs 1949 tarihli, 7218 sayılı Resmi Gazete'de ilân olunan 5392 sayılı "Basın -Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü Kanunu" ile Başbakanlığa bağlı "Basın -Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü" kurulmuştur. 30 Haziran 1949 tarihinden itibaren, turizm ile ilgili faaliyetler anılan Genel Müdürlüğe bağlı olarak kurulan "Turizm Dairesi" tarafından sürdürülmüştür.

5392 sayılı Kanunun 17'nci maddesi gereğince Turizm Danışma Kurulu, turizm sektöründe alınacak tedbirleri görüşmek üzere 19 Aralık 1949 tarihinde "Birinci Turizm Danışma Kurulu Toplantısı"nı yaparak ulusal turizm politikasının oluşturulması konusunda ilk adımı atmış ve ulusal turizm politikalarına temel teşkil edecek bir rapor hazırlamıştır. Bu danışma toplantısı neticesinde "Turizm Ana Programı" ismi altında, Türkiye'de turizmin geliştirilebilmesi amacıyla alınması gerekli tedbirleri içeren bir program hazırlanmıştır. Bu program, turizmde özel sektöre ağırlığın verildiği yeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Fakat "Turizm Ana Programı", dönemin şartları içerisinde gerektiği şekilde uygulanamamıştır. İlerleyen yıllarda, Turizm Danışma Toplantıları birkaç defa daha tekrarlanmış ve bu toplantılarda alınan kararların uygulanma durumları incelenmiştir. Bununla beraber, 1950 yılında yürürlüğe giren 5647 sayılı "Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu"nun ilk çalışmaları da bu kurul tarafından ele alınmış ve çalışmalar başlatılmıştır. 5647 sayılı Kanun, Türkiye'de turizm sektörünün geliştirilmesi amacıyla yapılan ilk yasal düzenlemedir. Bu Kanunla, hangi işletmelerin turizm müessesesi olacağı, Kanunun konusu olan teşviklerden hangi işletmelerin

yararlanacağı, teşviklerden yararlanma şartları ve turizm işletmelerinin denetlenmesi konularına ilişkin ilkelere dair düzenlemeler yapılmıştır. Aynı yıl, turizm alanında gerçekleştirilen bir başka çalışma da, Türkiye Emlak Kredi Bankası'nın bir milyon liralık "Turizm Kredisi Fonu" oluşturmastır. Bu fon, 5647 sayılı Kanunla teşvikten yararlandırılmalarına karar verilen turizm işletmelerine tahsis edilecek kredilerin kaynağı olmuştur (Kozak, 2012). Ardından; 22 Mayıs 1953 tarihli, 8414 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 6086 sayılı "Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu" yürürlüğe girmiştir. 1954 yılında ise, 6224 sayılı "Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu" çıkarılmıştır. Art arda yapılan bu yasal düzenlemeler ile ülkede, yerli yatırımcıların turizm sektöründeki yatırımları teşvik edilirken sektörde yatırım yapacak olan yabancı yatırımcıların da teşviki hedeflenmiş ve sağlanmıştır.

1950'lerin başlarında, İstanbul'da "Park Otel" dışında nitelikli bir işletme bulunmamaktadır. Bu dönem yapılan çalışmalar neticesinde, 1955 yılında İstanbul'da "Hilton Oteli" açılmıştır. 1950'li yıllarda gerçekleşen diğer önemli gelişmeler ise, "Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF)" ile "Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT)"nın kurulmasıdır. TMTF, 1965 yılında İstanbul'da "16. Uluslararası Öğrenci Turizmi Konferansı" düzenlemiştir (Kozak, 2012).

1955 yılında, 23 Haziran 1955 tarihli, 4/5413 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla, Ziraat Bankası başta olmak üzere başka bankaların da katılımıyla on milyon lira sermayeli "Türkiye Turizm Bankası A.Ş." kurulmuştur. Bu da turizmin devlet tarafından desteklenmesi hususundaki bir başka önemli gelişmedir. Adı geçen bankanın amacı; turizmi geliştirmeye yönelik olarak turistik tesisler kurulmasını, işletilmesini sağlamak ve turizm yatırımlarına finansman sağlamaktır. Banka, 4 Mayıs 1960 tarihli, 7470 sayılı "Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası Kanunu" ile 300 milyon lira sermayeyle "T.C. Turizm Bankası"na devrolmuştur (İnan, 2009; Demirtaş, 2010: 352-354, Evliyaoğlu, 1989). 1989 yılında, Bankanın, işletmecilik ve bankacılık faaliyetleri birbirinden ayrılarak bankacılık faaliyetleri Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. devredilmiş, işletmecilik faaliyetleri ise "Turban Turizm A.Ş." ismiyle kurulan başka bir şirkete devredilmiştir. Daha sonra, özelleştirme kapsamında bu şirket tasfiye edilmiştir (Sivil, 2007).

Süreç içerisinde, 1923'te dört veya beş civarında olan acente sayısı zamanla artarak 1950'li yıllara gelindiğinde 100 adede ulaşmıştır. Aynı dönemde, İstanbul'daki otel sayısı ise 164'e ulaşmıştır (Kozak, 2012).

1961 yılında otelcilik ve turizm alanında eğitime açılan ilk mesleki okul, lise düzeyindeki "Ankara Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi"dir. 1967 yılında İstanbul'da, 1975 yılında da Kuşadası'nda açılan yeni okullarda eğitim öğretime başlanılmıştır. 1979 yılında eğitim öğretime başlanılan dört okul ile birlikte Otelcilik ve Turizm Meslek Liseleri'nin sayısı yediye çıkmıştır. 1980'li yıllarda her düzeyde turizm ve otelcilik alanında okul sayısında ciddi artışlar yaşanmıştır (Kozak, 2012).

1957 yılında, "Basın - Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü", "Basın, Yayın ve Turizm Vekâleti" ismiyle bakanlığa dönüştürülmüştür. 12 Temmuz 1963 tarihli, 265 sayılı "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Kanunu" ile Bakanlığın ismi "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı" olarak değiştirilmiştir. Aynı yıl planlı döneme geçilen ülkede, kalkınma planlarında turizm sektörüne yer verilmeye başlanmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı 1983 yılında, Kültür Bakanlığı ile birleştirilerek "Kültür ve Turizm Bakanlığı" ismini almıştır. 1989 yılında ise "Turizm Bakanlığı" yeniden ayrı bir Bakanlık olarak teşkilatlanmıştır. 16 Nisan 2003 tarihli ve 4848 sayılı "Kültür ve Turizm Bakanlığı Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun" ile son kez "Kültür ve Turizm Bakanlığı" ismini almıştır. Hâlen "Kültür ve Turizm Bakanlığı" ismiyle Bakanlık görevlerini ifa etmektedir.

1968'de, Türkiye'deki seyahat acentesi sayısı 281'e ulaşmıştır. 1972 yılında, "Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB)" kurulmuştur. TÜRSAB, Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF), Türkiye Seyahat Acentaları Cemiyeti (TÜSTAC) ve Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT) kurumlarının mirasını devralmıştır ve günümüzde de faaliyetlerini sürdürmektedir (Kozak, 2012).

Günümüz turizminin temelleri, 1980 yılında çıkarılan "Turizm Teşvik Çerçeve Kararı" ve 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" ile atılmıştır. Bugün turizmde gelinen nokta, hemen hemen 1980'li yıllarda uygulanan teşviklerin neticesidir. 1980 sonrası kısaca ifade edilecek olursa; 1980'den itibaren teşvik mekanizması turizmde gerekli gelişimi sağlamasına rağmen 1990'lı yıllarda gerek siyasi ve ekonomik krizler gerekse doğal afetler dolayısıyla devletin turizmdeki öncülüğünü bırakması turizmi özel

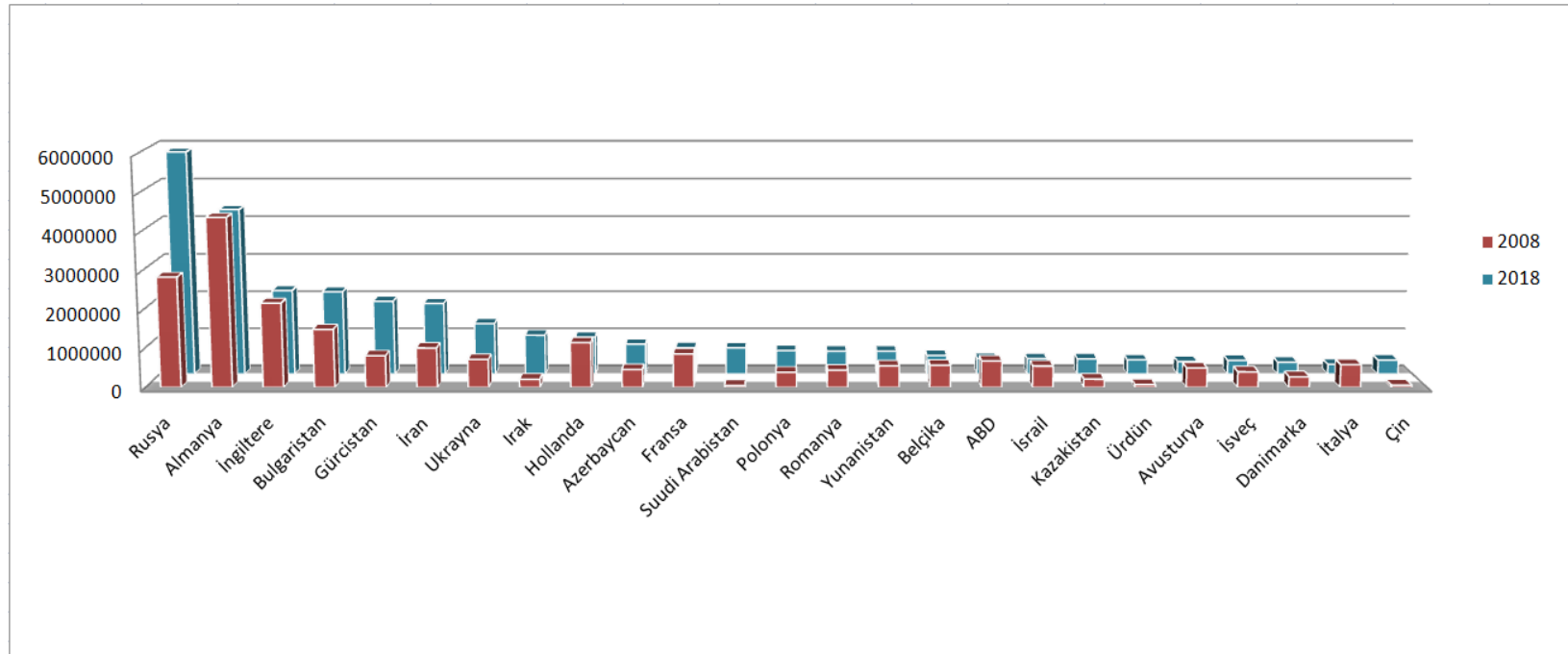
sektöre geçirmiştir. Devletin sektördeki faaliyetlerini yitirmesi neticesinde Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Türkiye Turizm Yatırımcılar Derneği (TYD) ve Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) gibi sivil kuruluşlar sektörde önemli yer tutmuşlardır (Ulu, 2010). 2000’li yıllarda, Avrupa Birliği’ne yönelik olarak geliştirilen politikalar söz konusuysa turizm, tur operatörleri ve kitle turizmine terk edilerek büyük güç kaybetmiştir. Son planlarda, bu gücün tekrar toparlanması amacıyla turizm çeşitlendirmesi, kalite iyileştirmesi ve turizm pazarlamasının geliştirilmesi konularına önem verilmiş ve bu hususlara ağırlık verilmiştir (Ulu, 2010).

2008 ve 2018 yıllarında, 2018 yılı itibarıyla Türkiye’ye en çok turist gönderen 25 ülkeden (Rusya, Almanya, İngiltere, Bulgaristan, Gürcistan, İran, Ukrayna, Irak, Hollanda, Azerbaycan, Fransa, Suudi Arabistan, Polonya, Romanya, Yunanistan, Belçika, Amerika Birleşik Devletleri (ABD), İsrail, Kazakistan, Ürdün, Avusturya, İsveç, Danimarka, İtalya ve Çin) Türkiye’ye gelen turist sayıları Çizelge 2.1 ve Şekil 2.1’de verilmiştir.

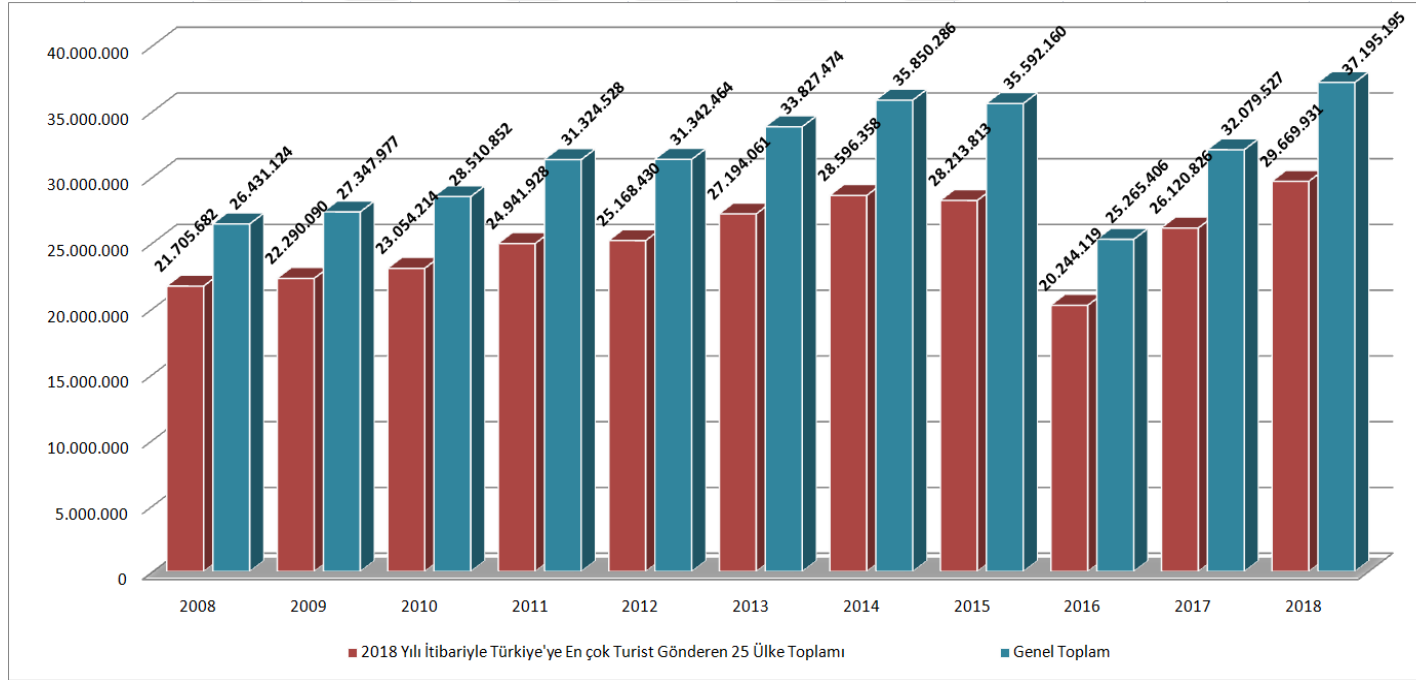
Çizelge 2.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye'ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları (2008, 2018)

Yıllar	Rusya	Almanya	İngiltere	Bulgaristan	Gürcistan	İran	Ukrayna	Irak	Hollanda	Azerbaycan	Fransa	Suudi Arabistan		
2008	2.863.857	4.396.948	2.190.254	1.512.243	824.609	1.029.716	729.370	213.385	1.166.101	467.547	877.408	55.226		
2018	5.856.034	4.350.975	2.222.754	2.188.334	1.941.142	1.880.610	1.347.769	1.040.329	989.911	797.029	705.061	701.692		
Yıllar	Polonya	Romanya	Yunanistan	Belçika	ABD	İsrail	Kazakistan	Ürdün	Avusturya	İsveç	Danimarka	İtalya	Çin	
2008	396.472	449.206	562.226	578.680	693.199	559.737	216.689	73.305	505.764	407.590	277.997	597.325	60.828	
2018	632.081	613.982	613.913	498.255	420.433	413.471	409.670	381.210	338.342	369.760	318.477	262.883	375.814	

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden derlenmiştir.



Şekil 2.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye'ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları (2008, 2018)



Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden derlenmiştir.

Şekil 2.2. Yıllar İtibariyle (Milliyetlerine Göre) Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları Toplamı (2008 - 2018)

Şekil 2.2'de; 2008 ile 2018 yılları arasında, yıllar itibariyle Türkiye'ye gelen toplam turist sayıları (genel toplam) ve 2018 yılı itibariyle Türkiye'ye en çok turist gönderen 25 ülkeden Türkiye'ye gelen toplam turist sayıları karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir.

3. YAKINSAMA HİPOTEZİ KAVRAMI VE LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde, yakınsama hipotezi kavramına, turizmde yakınsama hipotezi kavramına ve literatür taramasına yer verilmektedir.

3.1. Yakınsama Hipotezi Kavramı

Yakınsama (convergence) hipotezi, neoklasik büyüme modelinin bir önermesi olup neoklasik büyüme modeli; görece olarak yoksul olan ülke ya da bölgelerin, daha zengin olan ülke ya da bölgelere göre daha hızlı büyüyeceklerini ve zamanla bu iki grubun kişi başına gelir düzeylerinin birbirine yakınlaşacağını öngörmektedir. Literatürde yakınsama hipotezi olarak bilinen bu hipotezin test edilmesi için geliştirilmiş olan iki temel ölçüt bulunmaktadır. Bunlardan birincisi β -yakınsama, ikincisi ise σ -yakınsamadır. β -yakınsama, ekonomilerin kişi başına gelirlerinin büyüme oranları ile başlangıç yılına ait kişi başına gelir düzeylerinin arasındaki ilişkinin araştırılmasına dayanmaktadır. Bu ilişki negatif işarete sahipse yakınsama, aksi durumda ise ıraksama (divergence) söz konusu olmaktadır. β -yakınsama, mutlak yakınsama (absolute convergence) ya da koşulsuz yakınsama (unconditional convergence) ve koşullu yakınsama (conditional convergence) olarak ikiye ayrılmaktadır. Mutlak yakınsamada, ekonomilerin teknoloji, kurumsal yapı, tasarruf oranı gibi faktörler açısından aynı durumda olduğu varsayılmaktadır. Koşullu yakınsamada ise ekonomiler arasındaki bu tür farklılıkları yansıtacak değişkenler modele eklenmektedir. σ -yakınsama ise ekonomilerin kişi başına gelirlerinin yayılımının incelenmesine dayanmaktadır ve yayılım ölçüsü olarak da standart sapma kullanılmaktadır. Standart sapmanın zamana bağlı olarak azalması yakınsamanın varlığını, aksi durum ise uzaklaşmanın söz konusu olduğunu göstermektedir. σ –yakınsamaya alternatif olarak standart sapmanın ortalamaya bölünmesiyle hesaplanan varyasyon katsayısı da (coefficient of variation) kullanılabilir. Varyasyon katsayısında da zaman içindeki azalma yakınsamanın varlığına, aksi durum ise uzaklaşmaya işaret etmektedir (Karaca, 2004).

Örneğin; bir grup ülkeye (veya bölgeye) ait kişi başına reel GSYH serisine (y_{it}) sahip olduğunda, $\log\left(\frac{y_{i,t+T}}{y_{it}}\right)/T$ t ile $t+T$ dönemleri arasındaki yıllık ortalama büyümeyi gösteriyorsa, mutlak β –yakınsamasını belirleyebilmek için Eşitlik (3.1)’de belirtilen regresyon denklemi uygulanmaktadır:

$$\log \left(\frac{y_{i,t+T}}{y_{it}} \right) / T = \alpha - \beta \log(y_{it}) + \varepsilon_{i,t} \quad (3.1)$$

Eşitlik (3.1)'de yer alan β için, eğer $\beta > 0$ ise ilgili serilerin mutlak β –yakınsaması gösterdiği söylenebilmektedir (Ateş, 1996).

Literatürde daha başka yakınsama türlerinden de bahsedilmektedir. Bu farklı türlerden diğer ikisi ise deterministik yakınsama ve stokastik yakınsamadır. Yakınsama analizlerinde zaman serisi yaklaşımının kullanılmaya başlanmasıyla birlikte yakınsamanın, deterministik ve stokastik tanımlaması yapılmış olup deterministik yakınsama ile stokastik yakınsama arasında bir ayırım yapılmıştır. Bu ayırım, durağan olmayan serilerdeki birim kökün test edilmesinde kullanılan deterministik veya stokastik trendin olup olmamasına dayandırılmaktadır. Buna göre, eğer ülkeler sabit bir zamanda aynı çıktı değerine sahip ise ülkeler arasında deterministik yakınsama vardır. Eğer ülkeler sabit bir zamanda aynı çıktı tahminlerine sahip olurlarsa o zaman stokastik yakınsama var demektir (Ceylan, 2010).

Bu çalışmada ise stokastik yakınsama metodu kullanılacak olup stokastik yakınsama, belirli bir ülkenin gelirine yapılan şokların bir grup ülkedeki ortalama gelire göre geçici olacağı anlamına gelmektedir. Bu nedenle, stokastik yakınsamanın testinde, kişi başına düşen gelirin grup ortalamasına oranının logaritmik değerine birim kök testi yapılmaktadır. Birim kök testinin sonuçlarına göre; H_0 yokluk (sıfır) hipotezinin reddedilememesi durumunda ıraksama, reddedilmesi durumunda ise stokastik yakınsama söz konusu demektir (Dawson ve Strazicich, 2010).

3.2. Turizmde Yakınsama Hipotezi Kavramı

Bu çalışmada, Türkiye'nin turizm sektöründeki yakınsama hipotezi incelenerek Türkiye'nin uluslararası turizm sektöründe diğer ülkeler ile arasında herhangi bir yakınsamanın olup olmadığı araştırılmıştır. Şöyle ki, çalışmanın önceki bölümlerinde de belirtildiği üzere; eğer iki turizm sektörü birbirine yakınsıyorsa, ev sahibi ülkeye gelen toplam uluslararası ziyaretçi sayısı ile bu ülkeye diğer ülkeden gelen uluslararası ziyaretçi sayısı arasındaki fark azalıyor demektir. Turizm politikalarının etkinliği, herhangi bir yabancı ülkeden gelen toplam ziyaretçi sayısının, gelmiş oldukları ülkedeki toplam ziyaretçi sayısına yakınsamasıyla ölçülebilir. Yakınsama hipotezine göre, yakınsak bir

ülkeden gelen toplam ziyaretçi sayısı bu ülkeye yönelik olarak uygulanacak doğru pazarlama stratejileri ile artırılabilir demektir.

Turizm sektörü ile ilgili literatür araştırıldığında, turizmde yakınsama hipotezi konusunda ilk çalışmanın Narayan (2006) tarafından Avustralya'nın turizm pazarlarının yakınsaması üzerine yapıldığı görülmektedir. Narayan (2006), Avustralya'ya gelen toplam ziyaretçi sayısı ile bir kaynak ülkeden gelen ziyaretçi sayısı arasındaki farkın durağan olup olmadığını test etmiştir. Bir başka ifadeyle; turizm yakınsamasını, ev sahibi ülkeye gelen turist sayısı farkının azalması olarak ifade etmiş ve Eşitlik (3.2)'deki gibi tanımlamıştır.

$$y_{it} = \ln (VA_{Aust,t} / VA_{i,t}) \quad (3.2)$$

Şöyle ki; eğer turizm pazarları birbirine yakınsıyorsa, ev sahibi ülkeye gelen toplam uluslararası ziyaretçi sayısı ile belirli bir kaynak pazardan ev sahibi ülkeye gelen uluslararası ziyaretçi sayısı arasındaki fark azalacaktır. Burada; “ $VA_{i,t}$ ”, t zamanında i ülkesinden Avustralya'ya gelen ziyaretçi sayısını ve “ $VA_{Aust,t}$ ”, t zamanında Avustralya'ya gelen toplam ziyaretçi sayısını belirtmekte olup “ y_{it} ” gelen ziyaretçi oranının doğal logaritmasını ifade etmektedir. Yakınsamayı test etmek için “ y_{it} ” değişkeninin durağanlığı incelenerek turizm pazarlarının yakınsama özellikleri belirlenebilmektedir. Literatürde yer alan diğer araştırmalarda, Narayan (2006)'ın çalışmasını temel almaktadır.

Bu çalışma için yapılan literatür taramasında, hem Türkiye hem de başka ülkeler için yapılmış olan turizm yakınsaması araştırmalarına yer verilmiştir.

3.3. Literatür Taraması

Bu çalışmanın modelini oluşturan stokastik yakınsama hipotezi ile ilgili olarak literatürde farklı ülkeler için ya da aynı ülke üzerine farklı turist kaynakları için yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan bazıları stokastik yakınsama hipotezini destekleyen sonuçlar verirken bazıları ise stokastik yakınsamanın mevcut olmadığı yönünde sonuçlar vermektedir. Çalışmanın bu kısmında mevcut çalışmalar detayları ile verilmiştir.

Narayan (2006), 1991:01–2003:09 dönemi aylık veri seti ile Avustralya'nın on üç ana turist kaynağı pazarından, Avustralya'ya gelen ziyaretçi sayısı bakımından yakınsama olup olmadığını test etmiştir. Bu on üç kaynak; Singapur, Tayland, Hong-Kong, Tayvan, Yeni Zelanda, Güney Kore, İngiltere (Birleşik Krallık), ABD, Hindistan, Kanada, Japonya, Çin ve Almanya'dır. Çalışmada, Univariante Lagrange Çarpan (LM) birim kök testi ve Panel LM birim kök testi ile durağanlık analizleri yapılmış ve Avustralya'nın turizm pazarlarının yakınsadığı sonucu elde edilmiştir. Yani, turizm pazarları birbirine yakınsadığı için, Avustralya'ya gelen toplam ziyaretçi sayısı ile bu on üç turizm merkezinden herhangi birinden ziyaretçi gelişi arasındaki fark ayrılmamaktadır. Burada, Avustralya'ya ziyaretçi çekmeyi amaçlayan politikaların etkili olduğu ifade edilmektedir.

Narayan (2007) çalışmasında ise birim kök ve eşbütünleşme testlerini kullanarak 1970-2003 döneminde Fiji'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı ile sekiz turist kaynağından Fiji'ye gelen ziyaretçi sayısını analiz ederek yakınsama hipotezini test etmiştir. Bu kaynaklar, ABD, Kanada, İngiltere, Yeni Zelanda, Japonya, Avustralya, Avrupa ve Pasifik Ada ülkeleridir. Yalnızca, Japonya verisi 1978-2003 dönemine aittir. Narayan, bu çalışmasında, Fiji'nin turizm pazarlarının yakınsadığını tespit etmiştir. Bir başka deyişle, kaynak ülkelerden Fiji adalarına gelen ziyaretçi sayılarının birbirlerine yaklaştığı sonucuna ulaşmıştır.

Narayan (2007) çalışmasında, turizm pazarlarının yakınsama hipotezini incelemenin birçok önemli sebebi olduğunu ifade etmiştir. Birincisi; turizm pazarları birbirine yakınsıyorsa bu politika yapıcılara turizm sektörünün doğru yönde ilerlediğini ve sektörün potansiyelinin uygun turizm politikalarıyla kullanılabileceğini göstermektedir. İkincisi, bir ülkenin turizm pazarlarını çeşitlendirmek amacıyla hedeflemek istediği daha küçük turist kaynağı pazarlar varsa, bu küçük pazarlardan gelen ziyaretçilerin yakınsayıp yakınsamadığını bilmek oldukça önemlidir. Üçüncüsü, insanlar gelirleri arttıkça ve fiyatlar düştükçe daha fazla seyahat ederek ülkeler arası yakınsamaları daha olası hale getirecektir. Zira gelirlerin ve fiyatların, turizm talebinin önemli belirleyicileri olduğuna dair kanıtlar sunan çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu da, turizm sektörü üzerine yatırım yapan ülkeler için oldukça önemli bilgilerdir. Dördüncüsü, uygun pazarlama stratejileri kullanılarak kaynak ülkelerden gelen ziyaretçi sayısı artırılabilir ve yakınsama hipotezi de uygulanan pazarlama stratejilerinin başarısını ölçmek için kullanılacak iyi bir araçtır.

Lean ve Smyth (2008), son 25 yılda turizm sektörünün Malezya için önemli bir döviz kaynağı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Çalışmada, Malezya'nın en önemli on turizm pazarı arasında yakınsama olup olmadığını incelemek için Univariate ve Panel Lagrange Çarpan (LM) birim kök testleri, bu on ülkeden Ocak 1995 ila Aralık 2005 döneminde Malezya'ya gelen aylık uluslararası ziyaretçi sayısı verisine uygulanmıştır. Kaynak ülkeler, Çin, Avustralya, Endonezya, Singapur, Brunei, Japonya, Tayland, İngiltere (Birleşik Krallık), ABD ve Tayvan'dır. Çalışma neticesinde, Malezya'nın turizm pazarlarının yakınsadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu da, Malezya'nın turizm pazarlama stratejilerinin başarılı olduğunu ve turizmin Malezya ekonomisine devam eden katkısını ortaya koymaktadır.

Lee (2009a) çalışmasında, Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin (1992, KPSS) testlerini kullanarak Singapur'un on iki ana kaynak turizm pazarından Ocak 2004'ten Eylül 2007'ye kadar aylık periyotlarla gelen turist sayılarının durağan olup olmadığını test etmiştir. Bu çalışmaya, Singapur'a Ocak 2004'ten Eylül 2007'ye kadar aylık ortalama 20.000 turist gönderen turizm pazarları dâhil edilmiştir. Bu kaynaklar, Japonya, Hong Kong, Çin, Kore, Hindistan, İngiltere, ABD, Avustralya, Endonezya, Malezya, Tayland ve Filipinler'dir. Analizler sonucunda; Hindistan, Malezya ve ABD hariç, bu ülkelerin her biri için durağanlık sağlanmıştır. Sonuçlar bu üç ülke için yetersiz olmakla beraber, şiddetli akut solunum yolu sendromu ve terörist saldırılar gibi dışsal şokların, kaynak ülkelerden gelen turistler üzerinde geçici olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir.

Lee (2009b) çalışmasında, Mayıs 1993 - Eylül 2007 döneminde Amerika, Avrupa, Afrika, Asya ve Okyanusya'dan Singapur'a gelen aylık uluslararası ziyaretçi sayısını dikkate almıştır. Analizler, Mayıs 1993 – Ocak 1997 ve Ocak 2004 – Eylül 2007 şeklinde iki periyot için yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; son dönemde, Singapur'a Afrika ya da Avrupa'dan gelen uluslararası ziyaretçilerin Asya'dan gelenleri yakaladıkları görülmüştür. Ayrıca, Singapur'a Amerika ya da Okyanusya'dan gelen uluslararası ziyaretçilerinde Asya'dan gelenleri yakaladıkları görülmüştür.

Abbott ve diğerleri (2012), Türkiye'nin yirmi ana turist pazarının Ocak 1996 - Aralık 2009 dönemi aylık verilerini kullanarak bir çalışma yapmışlardır. Bu ülkeler, Belçika, Rusya, Japonya, Avusturya, Fransa, İsveç, İngiltere, Yunanistan, Azerbaycan, Sırbistan ve Karadağ, İtalya, Hollanda, Bulgaristan, Ukrayna, Almanya, Gürcistan, İsviçre, İspanya,

ABD ve Türkmenistan'dır. Çalışmada, Türkiye'ye bu yirmi ülkeden gelen uluslararası ziyaretçiler açısından turizm pazarlarında yakınsama olup olmadığı test edilmiştir. Ancak, Türkiye ile en büyük turist kaynakları arasında uzun dönemde bir yakınsama olduğuna dair sonuç bulunamamıştır.

Yilanci ve Eris (2012), çalışmasında Türkiye'nin en büyük on dört turizm pazarından Türkiye'ye gelen aylık uluslararası ziyaretçi sayısını ve Türkiye'nin toplam uluslararası ziyaretçi sayısını 1996:01 - 2010:12 dönemi için incelemiştir. Çalışmada Becker ve diğerleri (2006) tarafından geliştirilen Fourier fonksiyon temelli KPSS birim kök testi kullanılmıştır. Bu on dört ülke, Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Almanya, Yunanistan, İran, İsrail, İtalya, Hollanda, Romanya, Rusya, İngiltere ve ABD'dir. Yapmış oldukları Fourier durağanlık testi sonuçlarına göre; 14 pazardan 10'u için (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Yunanistan, İran, İtalya, Hollanda, Rusya ve İngiltere) yakınsama söz konusu olmakla beraber, diğer dört ülkeden (Almanya, İsrail, Romanya ve ABD) gelen ziyaretçi sayısı verisinin durağan olmadığı ve bu ülkelerle yakınsamanın söz konusu olmadığı bilgisi elde edilmiştir.

Tan ve Tan (2013), çalışmasında Singapur'un ana on beş turizm pazarından Singapur'a gelen aylık uluslararası ziyaretçi sayısını ve Singapur'un toplam uluslararası ziyaretçi sayısını Ocak 1994 - Haziran 2011 dönemi için yakınsama olup olmadığına dair incelemiştir. Çalışmada Carrion-i-Silvestre ve diğerleri (2005) tarafından önerilen yapısal kırılmalı panel birim kök testi kullanılmıştır. Bu on beş kaynak pazar; Avustralya, Çin, Almanya, Hong Kong, Hindistan, Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Filipinler, Tayland, Tayvan, İngiltere, ABD ve Vietnam'dır. Sonuçlara göre; pazarlar arasında, farklı panel grupları için güçlü bir şekilde yakınsama söz konusu olmakla birlikte, Singapur'daki toplam turist sayısını artıracak politikaların başarılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Narayan (2006) çalışmasını temel alan bir başka çalışmada (Özcan, 2014), Ocak 1996 ile Aralık 2012 dönemine ait aylık verileri kullanarak Türkiye'nin on dört büyük turist kaynak pazarı için stokastik yakınsama hipotezini test etmiştir. Bunun için, son zamanlarda geliştirilen ve veride iki yapısal kırılmaya izin veren iki aşamalı LM (Lagrange Çarpanı) birim kök testi kullanılmıştır. Elde etmiş olduğu bulgulara göre, 14 pazardan 10'u (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Yunanistan, İsrail, Hollanda, Romanya, Birleşik Krallık (İngiltere) ve Rusya) stokastik olarak yakınsamaktadır ve bu da bu

pazarlara yönelik uygulanan turizm politikalarının ve stratejilerinin başarılı olduğunu göstermektedir. Bir turizm pazarındaki yakınsamanın varlığı, Türkiye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısı ile yakınsayan pazarlardan herhangi birinden gelen ziyaretçi sayısı arasındaki farkın birbirinden ayrı olmadığını göstermektedir.

Solarin ve Lean (2014); Seyşeller'deki (Seychelles) yakınsama hipotezini, doğrusal olmayan bir çerçevede yeni bir yaklaşım sunarak test etmiştir. Çalışmada yer alan ülkeler; Avusturya, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, İtalya, Mauritius, Reunion, Rusya, Güney Afrika, İspanya, İsviçre, Birleşik Arap Emirlikleri (UAE), ABD ve İngiltere'dir. Bu çalışma, turizm pazarlarındaki yakınsamanın araştırılmasında doğrusal olmayan bir süreci dikkate alan ve Seyşel Adaları'ndaki turizm pazarlarının yakınsamasını inceleyen ilk çalışmadır. Elde etmiş oldukları sonuçlara göre de; Seyşeller turizm pazarlarında yakınsama hipotezinin geçerli olduğunu doğrusal olmayan testlerle desteklemişlerdir.

Solarin (2014), Güney Afrika'nın turizm pazarları için yakınsama varsayımını, Ocak 2000 ile Aralık 2011 dönemi verisini dikkate alarak incelemiştir. Çalışmada, Güney Afrika'nın on altı ana turist kaynağı olarak Zimbabwe, Lesotho, Mozambik, Svaziland, Botswana, Namibya, Zambiya, Malavi, ABD, İngiltere, Almanya, Hollanda, Fransa, Avustralya, Hindistan ve Çin yer almıştır. Coğrafi boyutta, Güney Afrika'daki Afrika ve deniz aşırı kaynak pazarlarındaki kümelenmeye dayalı yakınsama birim kök testi ve eşbütünleşme testleri ile araştırılmıştır. Sonuçlara göre, turizm pazarlarında uzun dönemde yakınsama söz konusudur. Bu bulgular da, Güney Afrika'daki toplam ziyaretçi sayısını artırmayı hedefleyen politikaların başarılı olduğunu göstermektedir. Turizmde mevcut stratejilerin veya benzer stratejilerin sürdürülmesinin, ülkeye gelen uluslararası ziyaretçi sayısını artırmaya devam edebileceği ifade edilmiştir.

Özcan ve Erdoğan (2017), Narayan (2006)'ya dayanarak Türkiye'nin en büyük on dört turist kaynağı pazarının Ocak 1996 ile Aralık 2012 arasındaki aylık verilerini kullanarak turizm pazarları arasında yakınsama olup olmadığını analiz etmiştir. Çalışmada, son zamanlarda geliştirilmiş olan iki aşamalı Lagrange çarpanını (LM) ve veride iki yapısal kırılmaya izin veren üç aşamalı artık artırılmış en küçük kareler-lagrange çarpanı (RALS-LM) birim kök testlerini kullanmışlardır. Sonuçlar, 14 pazardan 10'unun yakınsadığını göstermiştir ve bu da turizm pazarlarına yönelik olarak uygulanan turizm politikalarının ve stratejilerinin başarılı olduğu anlamına gelmektedir. Zira turizm pazarlarında yakınsama

hipotezinin test edilmesi, bir ülkenin turizm sektörü için mevcut reklam/promosyon stratejilerinin başarısının değerlendirilebilmesi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca, bu çalışmalar bir ülkenin farklı ülkelerden gelen turistleri belirli bir hedefe/turistik bölgeye çekmek için gelecekte uygulayacağı pazarlama stratejilerini planlaması amacıyla bir platform sağlamaktadır. Neticede, sektörde uygulanacak olan doğru pazarlama stratejileri, yakınsak pazarlardan Türkiye'ye gelen uluslararası turist sayısını artıracaktır. Çalışmada yapılan analizlerle tespit edilen bir başka önemli husus da şudur ki; kırılma noktaları kriz, deprem, hastalık ve terörist saldırıları gibi önemli politik, sosyal, doğal ve ekonomik olaylara karşılık gelmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, 14 pazardan 10'u (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Yunanistan, İsrail, Hollanda, Romanya, İngiltere ve Rusya) yakınsaktır.

Alper ve Demiral (2017), yakınsama hipotezini Ocak 1996 ile Aralık 2015 dönemi için Türkiye'nin on dört temel turizm piyasasından gelen turist sayısı ve toplam gelen turist sayısını inceleyerek test etmiştir. Çalışmada, Fourier fonksiyonlu KPSS birim kök testi kullanılmıştır. Sonuçlara göre, verisi analize dâhil edilen 14 ülkeden 6'sı (Belçika, İran, İtalya, Rusya, İngiltere ve Yunanistan) durağan, yani yakınsak bulunmuştur. Diğer 8 ülke (Bulgaristan, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avusturya, Fransa, Hollanda, İsrail ve Romanya) için ise sonuçların durağan olmadığı, dolayısıyla bu ülkeler için yakınsama hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir. Çalışmada, yakınsak pazarlarda uygulanacak olan doğru pazarlama stratejileriyle, Türkiye'ye gelen turist sayısının artırılabilceği vurgulanmaktadır.

Kaplan ve diğerleri (2017), Phillips ve Sul (2007) tarafından geliştirilen yakınsama kulüp algoritmasını (convergence club algorithm) kullanarak turizm yakınsamasını ampirik olarak incelemiştir ve çalışmada, Türkiye için bir kulüp yakınsaması (club convergence) sunmaktadır. Şöyle ki; Phillips ve Sul (2007) çalışmasında, bir ülkenin yakınsama gruplarına ve/veya kulüplerine (alt gruplara) sınıflandırılmasını sağlamaktadır. Türkiye'nin yirmi sekiz büyük turist kaynağı Ocak 1996 ila Aralık 2014 dönemi için incelenmiştir. Bu yirmi sekiz kaynak; Avusturya, Azerbaycan, Belarus, Belçika, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, Gürcistan, Almanya, Yunanistan, İtalya, İsrail, İran, Kazakistan, Hollanda, Norveç, Polonya, Rusya Federasyonu, Romanya, Suudi Arabistan, İspanya, İsveç, İsviçre, Türkmenistan, İngiltere, Ukrayna ve ABD'dir. Analiz sonuçlarına göre; tüm ülkelerin bir arada incelendiği tam yakınsama (full convergence) sıfır hipotezi

reddedilmiştir. Ancak; Türkiye’de, “Birinci alt grup: İran, Suudi Arabistan, İsrail”, “İkinci alt grup: Bulgaristan, Ukrayna, Polonya, Kazakistan, Türkmenistan”, “Üçüncü alt grup: Rusya, Hollanda, Yunanistan, İsveç, İsviçre, Belçika, Azerbaycan, İspanya, Çek Cumhuriyeti” ve “Dördüncü alt grup: Almanya, Fransa, ABD, İngiltere, İtalya, Avusturya, Romanya, Danimarka” için kulüp yakınsama hipotezi (the club convergence hypothesis) geçerlidir. Yani burada, turizm pazarları birbirine yakınsadığı için bu alt grup kaynak pazarlar birbirinden ayrılmıyor. Bu bulgular göstermektedir ki, Türkiye’nin turizm stratejileri etkilidir.

Çizelge 3.1’de, yapılan literatür taramasına göre elde edilen bilgiler tablo halinde verilmektedir.

Çizelge 3.1. Literatür Taraması

Yazar(lar) ve Yayın Yılı	Yöntem	Ülkeler	Dönem	Sonuç
Narayan (2006)	Univariate LM birim kök testi ve Panel LM birim kök testi	Avustralya , Singapur, Tayland, Hong-Kong, Tayvan, Yeni Zelanda, Güney Kore, İngiltere, ABD, Hindistan, Kanada, Japonya, Çin ve Almanya	1991:01- 2003:09	Avustralya'nın turizm pazarlarının yakınsadığı sonucu elde edilmiştir.
Narayan (2007)	ARDL sınır testi ve panel birim kök testleri	Fiji , ABD, Kanada, İngiltere, Yeni Zelanda, Japonya, Avustralya, Avrupa ve Pasifik Ada	1970 - 2003 (Japonya: 1978-2003)	Fiji'nin turizm pazarlarının yakınsadığı tespit edilmiştir.
Lean ve Smyth (2008)	Univariate ve Panel Lagrange Çarpan (LM) birim kök testleri	Malezya , Çin, Avustralya, Endonezya, Singapur, Brunei, Japonya, Tayland, İngiltere, ABD ve Tayvan	1995:01 - 2005:12	Malezya'nın turizm pazarlarının yakınsadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Lee (2009a)	ADF ve KPSS birim kök testleri	Singapur , Japonya, Hong Kong, Çin, Kore, Hindistan, İngiltere, ABD, Avustralya, Endonezya, Malezya, Tayland ve Filipinler	2004:01 - 2007:09	Hindistan, Malezya ve ABD hariç, diğer ülkelerin Singapur'a yakınsadığı sonucu elde edilmiştir.
Lee (2009b)	ADF Birim kök testi	Singapur , Amerika, Avrupa, Afrika, Asya ve Okyanusya	1993:05 - 2007:09 (1993:05 – 1997:01, 2004:01 – 2007:09)	Singapur'a, Afrika ya da Avrupa'dan gelen uluslararası ziyaretçilerin Asya'dan gelenleri yakaladıkları görülmüştür. Ayrıca, Singapur'a Amerika ya da Okyanusya'dan gelen uluslararası ziyaretçilerin de Asya'dan gelenleri yakaladıkları görülmüştür.

Çizelge 3.1. Devam

Yazar(lar) ve Yayın Yılı	Yöntem	Ülkeler	Dönem	Sonuç
Abbott, Vita ve Altınay (2012)	ADF, Ng-Perron, LM birim kök testleri	Türkiye , Belçika, Rusya, Japonya, Avusturya, Fransa, İsveç, İngiltere, Yunanistan, Azerbaycan, Sırbistan ve Karadağ, İtalya, Hollanda, Bulgaristan, Ukrayna, Almanya, Gürcistan, İsviçre, İspanya, ABD ve Türkmenistan	1996:01 - 2009:12	Türkiye ile en büyük turist kaynakları arasında uzun dönemde bir yakınsama olduğuna dair sonuç bulunamamıştır.
Yılancı ve Eris (2012)	Fourier KPSS birim kök testi	Türkiye , Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Almanya, Yunanistan, İran, İsrail, İtalya, Hollanda, Romanya, Rusya, İngiltere ve ABD	1996:01 - 2010:12	Fourier durağanlık testi sonuçlarına göre; 14 pazardan 10'u için (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Yunanistan, İran, İtalya, Hollanda, Rusya ve İngiltere) yakınsama söz konusu olmakla beraber, diğer dört ülkeden (Almanya, İsrail, Romanya ve ABD) gelen ziyaretçi sayısı verisinin durağan olmadığı ve bu ülkelerle yakınsamanın söz konusu olmadığı bilgisi elde edilmiştir.
Tan ve Tan (2013)	Yapısal kırılmalı panel birim kök testi	Singapur , Avustralya, Çin, Almanya, Hong Kong, Hindistan, Endonezya, Japonya, Güney Kore, Malezya, Filipinler, Tayland, Tayvan, İngiltere, ABD ve Vietnam	1994:01 - 2011:06	Sonuçlara göre; turizm pazarları arasında, farklı panel grupları için güçlü bir şekilde yakınsama söz konusudur.
Özcan (2014)	İki aşamalı LM (Lagrange Çarpanı) birim kök testi	Türkiye , Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Fransa, Almanya, Yunanistan, İran, İsrail, İtalya, ABD, Hollanda, Romanya, İngiltere ve Rusya	1996:01 - 2012:12	Elde edilen bulgulara göre, 14 pazardan 10'u (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Yunanistan, İsrail, Hollanda, Romanya, İngiltere ve Rusya) stokastik olarak yakınsamaktadır.

Çizelge 3.1. Devam

Yazar(lar) ve Yayın Yılı	Yöntem	Ülkeler	Dönem	Sonuç
Solarin ve Lean (2014)	KSS birim kök testi	Seyşeller , Avusturya, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, İtalya, Mauritius, Reunion, Rusya, Güney Afrika, İspanya, İsviçre, Birleşik Arap Emirlikleri (UAE), ABD ve İngiltere	2000:01 - 2012:12	Elde edilen sonuçlara göre, yakınsama olduğu tespit edilmiştir.
Solarin (2014)	Yapısal kırılmalı birim kök testi	Güney Afrika , Zimbabve, Lesotho, Mozambik, Svaziland, Botswana, Namibya, Zambiya, Malavi, ABD, İngiltere, Almanya, Hollanda, Fransa, Avustralya, Hindistan ve Çin	2000:01 - 2011:12	Analiz sonuçlarına göre, turizm pazarlarında uzun dönemde yakınsama söz konusudur.
Özcan ve Erdoğan (2017)	İki ve üç aşamalı LM ve RALS-LM birim kök testleri	Türkiye , Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Yunanistan, İsrail, Hollanda, Romanya, İngiltere, Rusya, Fransa, İran, İtalya ve ABD	1996:01 - 2012:12	Elde edilen sonuçlara göre, 14 pazardan 10'u (Avusturya, Belçika, Bulgaristan, Almanya, Yunanistan, İsrail, Hollanda, Romanya, İngiltere ve Rusya) yakınsaktır.
Alper ve Demiral (2017)	Fourier KPSS birim kök testi	Türkiye , Belçika, İran, İtalya, Rusya, İngiltere, Yunanistan, Bulgaristan, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avusturya, Fransa, Hollanda, İsrail ve Romanya	1996:01 - 2015:12	Analize dâhil edilen 14 ülkeden 6'sı (Belçika, İran, İtalya, Rusya, İngiltere ve Yunanistan) yakınsamakta iken diğer 8 ülke (Bulgaristan, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Avusturya, Fransa, Hollanda, İsrail ve Romanya) yakınsamamaktadır.

Çizelge 3.1. Devam

Yazar(lar) ve Yayın Yılı	Yöntem	Ülkeler	Dönem	Sonuç
Kaplan, Öztürk ve Güngör (2017)	log t testi, Hodrick - Prescott metodolojisi	Türkiye , Avusturya, Azerbaycan, Belarus, Belçika, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, Gürcistan, Almanya, Yunanistan, İtalya, İsrail, İran, Kazakistan, Hollanda, Norveç, Polonya, Rusya Federasyonu, Romanya, Suudi Arabistan, İspanya, İsveç, İsviçre, Türkmenistan, İngiltere, Ukrayna ve ABD	1996:01 - 2014:12	Analiz sonuçlarına göre; tüm ülkelerin bir arada incelendiği tam yakınsama (full convergence) sıfır hipotezi reddedilmiştir. Ancak; Türkiye’de, “Birinci alt grup: İran, Suudi Arabistan, İsrail”, “İkinci alt grup: Bulgaristan, Ukrayna, Polonya, Kazakistan, Türkmenistan”, “Üçüncü alt grup: Rusya, Hollanda, Yunanistan, İsveç, İsviçre, Belçika, Azerbaycan, İspanya, Çek Cumhuriyeti” ve “Dördüncü alt grup: Almanya, Fransa, ABD, İngiltere, İtalya, Avusturya, Romanya, Danimarka” için kulüp yakınsama hipotezi (the club convergence hypothesis) geçerli bulunmuştur.



4. DOĞRUSAL OLMAYAN BİRİM KÖK TESTLERİ

Bu kısımda çalışmanın uygulama aşamasında kullanılacak olan doğrusal olmayan birim kök testleri teorik olarak verilecektir. Bu testler Enders ve Granger (1998, EG); Leybourne, Newbold ve Vougas (1998, LNV); Kapetanios, Shin ve Snell (2003, KSS); Sollis (2004), Sollis (2009) ve Omay, Emirmahmutoglu ve Hasanov (2018, OEH) şeklindedir.

4.1. Enders ve Granger (1998) Birim Kök Testi

Çalışmada turizm yakınsama hipotezini test etmek amacıyla kullanılacak doğrusal olmayan birim kök testlerinden bazılarına temel oluşturulan Enders ve Granger (1998, EG) birim kök testi öncelikli olarak anlatılacaktır.

EG (1998) çalışmasında ADF birim kök testinin simetrik bir düzeltme (adjustment) sürecini temel aldığını belirtmiştir. Bu sebeple sabit bir ortalama doğru asimetrik bir ayarlama işlemi uygulayarak yeni bir doğrusal olmayan birim kök testi geliştirmiştir. Bu test eşik otoregresif (TAR) model alternatif hipotezine karşı birim kök yokluk hipotezini ele almaktadır. EG’de kullanılan model aşağıdaki gibidir:

$$\Delta y_t = I_t \rho_1 y_{t-1} + (1 - I_t) \rho_2 y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4.1)$$

Burada I_t gösterge fonksiyonu olarak adlandırılmakta olup

$$I_t = \begin{cases} 1, & y_{t-1} \geq 0 \\ 0, & y_{t-1} < 0 \end{cases} \quad (4.2)$$

şeklinde elde edilir. Şayet sistem yakınsak ise $y_t = 0$ serinin uzun dönem denge değeridir. Şayet y_{t-1} bu uzun dönem denge değerinin üzerinde ise o zaman düzeltme $\rho_1 y_{t-1}$ olmaktadır. Diğer taraftan y_{t-1} denge değerinin altında ise de o zaman düzeltme $\rho_2 y_{t-1}$ değerine eşittir.

(4.1) nolu TAR modelinde $\rho_1 = \rho_2 = 0$ olması durumunda y_t serisi rastgele yürüyüş sürecine dönüşmektedir. y_t serisinin durağan olması için yeterli koşul $-2 < \rho_1, \rho_2 < 0$

olmaktadır. Aynı zamanda $\rho_1 = \rho_2$ ise düzeltme simetriktir ve böylece (4.1) nolu TAR eşitliği standart Dickey-Fuller eşitliğine indirgenmektedir.

EG (1998) çalışmasında $\rho_1 = \rho_2 = 0$ birim kök yokluk hipotezini standart F test istatistiğini hesaplayarak test etmektedir. İlgili F test istatistiğine ait kritik değerler EG (1998) çalışmasında mevcuttur. Şayet hesaplanan F test istatistiği değeri kritik değerden büyükse birim kök yokluk hipotezi ilgili anlamlılık düzeyinde reddedilmekte ve böylece serinin doğrusal olmayan yapıda durağan olduğu sonucuna varılmaktadır.

4.2. Leybourne, Newbold ve Vougas (1998) Birim Kök Testi

LNV (1998), yapısal değişimi anlık olarak modellemeye çalışan EG (1998)'den farklı olarak iki rejim arasında kademeli ve yumuşak bir şekilde değişen deterministik bir bileşen etrafında $I(0)$ 'ın alternatifine karşı bir $I(1)$ serisinin olup olmadığının test edilmesi için bir prosedür geliştirmişlerdir. Yani bir trend fonksiyonundan diğerine yumuşak bir geçiş sağlamak için alternatifler sınıfını genişletmiş ve bu alternatiflere karşı Dickey Fuller (DF) tipi testler geliştirip özelliklerini incelemişlerdir.

LNV (1998) çalışmasında, üç lojistik yumuşak geçişli regresyon modeli kurulmuştur. Bu modeller rejimler arasındaki geçişin yumuşak olduğunu varsaymaktadır.

$$\text{Model A:} \quad y_t = \alpha_1 + \alpha_2 S_t(\gamma, \tau) + \varepsilon_t \quad (4.3)$$

$$\text{Model B:} \quad y_t = \alpha_1 + \beta_1 t + \alpha_2 S_t(\gamma, \tau) + \varepsilon_t \quad (4.4)$$

$$\text{Model C:} \quad y_t = \alpha_1 + \beta_1 t + \alpha_2 S_t(\gamma, \tau) + \beta_2 t S_t(\gamma, \tau) + \varepsilon_t \quad (4.5)$$

Burada $S_t(\gamma, \tau)$ lojistik yumuşak geçişli fonksiyonu göstermekte olup aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır:

$$S_t(\gamma, \tau) = [1 + \exp\{-\gamma(t - \tau T)\}]^{-1} \quad \gamma > 0 \quad (4.6)$$

$S_t(\gamma, \tau)$ fonksiyonu, 0 ile 1 arasında sınırlanmış sürekli bir fonksiyondur. Aynı zamanda γ ve τ parametreleri sırasıyla geçiş hızını ve kırılmanın gerçekleştiği dönemi göstermektedir. γ parametresinin küçük değerlerinde $S_t(\gamma, \tau)$ fonksiyonun (0-1) aralığındaki hareketi uzun zaman alırken, γ parametresinin büyük değerlerinde ise (0-1) aralığında çok hızlı

hareket etmektedir. $\gamma + \infty$ 'a yaklaştığında ise lojistik fonksiyon 0'dan 1'e $t = \tau T$ anında anlık olarak değişecektir.

Yukarıda verilen modellerin kendine ait farklı özellikleri bulunmaktadır. Model A'da α_1 başlangıç değerinden $(\alpha_1 + \alpha_2)$ son değerine değişen ortalama etrafında durağandır. Model B Model A'ya ilave olarak sabit bir eğim terimine izin vermektedir. Son olarak Model C'de ise hem sabit terim hem eğim değişmektedir. Bu modelde sabit terim α_1 başlangıç değerinden $(\alpha_1 + \alpha_2)$ 'ye doğru hareket ederken; eğim parametresi β_1 'den $(\beta_1 + \beta_2)$ 'ye doğru hareket etmektedir.

LNV aşağıda verilen çeşitli birim kök ve alternatif hipotezleri ele almaktadır.

Yokluk Hipotezi: $y_t = \mu_t, \quad \mu_t = \mu_{t-1} + v_t, \quad \mu_0 = \psi$

Alternatif Hipotez: Model A, Model B veya Model C

veya

Yokluk Hipotezi: $y_t = \mu_t, \quad \mu_t = \kappa + \mu_{t-1} + v_t, \quad \mu_0 = \psi$

Alternatif Hipotez: Model B veya Model C

Burada v_t ve ε_t sıfır ortalamalı durağan süreçlerdir. Yukarıda verilen yokluk hipotezleri sabit terim ve/veya trendli rastgele yürüyüş sürecini ifade etmektedir. Birim kök yokluk hipotezi altında, test iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada yukarıda verilen (4.3), (4.4) veya (4.5) nolu modeller doğrusal olmayan parametre tahmin yöntemleri ile (örneğin ardışık karesel programlama, doğrusal olmayan en küçük kareler, genetik algoritma gibi) ile tahmin edildikten sonra artıklar ($\hat{\varepsilon}_t$) bulunur. İkinci aşamada ise bu artıklara aşağıda verilen ADF birim kök testi uygulanır:

$$\Delta \hat{\varepsilon}_t = \rho \hat{\varepsilon}_{t-1} + \sum_{j=1}^k \delta_j \hat{\varepsilon}_{t-j} + \eta_t \quad (4.7)$$

Burada k gecikme uzunluğunu göstermek üzere AIC, SBC gibi model seçim kriterleri yardımıyla belirlenir. (4.7) nolu ADF eşitliğinden hareketle hipotezler aşağıdaki gibi kurulur:

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho < 0$$

Yukarıda verilen H_0 hipotezinin testi için kritik değerler LNV (1998) çalışmasında farklı örnek büyüklükleri ve farklı anlamlılık düzeylerinde her üç model içinde tablolastırılmıştır.

4.3. Sollis (2004) Birim Kök Testi

Sollis (2004) çalışmasında, EG ve LNV metodolojilerini birleştirerek alternatif bir doğrusal olmayan birim kök testi geliştirmiştir. Bu testte LNV (1998) tarafından kullanılan lojistik yumuşak geçişli modelin hataları TAR tipi modellenmektedir. Böylece deterministik trendler arasındaki yumuşak geçişle birlikte durağan asimetrik düzeltmeye izin veren alternatif hipoteze karşı doğrusal birim kök sürecine sahip süreç test edilmektedir.

Sollis (2004) LNV gibi iki adımlı bir test önermiştir. Testin birinci aşamasında LNV’de olduğu gibi seri lojistik fonksiyon yardımıyla doğrusal olmayan trendlerden arındırılır. Testin ikinci aşamasında ise birinci aşamada elde edilen artıklara Engle ve Granger (1998) tarafından önerilen TAR tipi birim kök testi uygulanmaktadır. Böylece, $\hat{\varepsilon}_t$ zaman serisi için TAR modeli şu şekilde kurulur:

$$\Delta \hat{\varepsilon}_t = I_t \rho_1 \hat{\varepsilon}_{t-1} + (1 - I_t) \rho_2 \hat{\varepsilon}_{t-1} + \sum_{j=1}^k \delta_j \hat{\varepsilon}_{t-j} + \eta_t \quad (4.8)$$

Burada I_t gösterge fonksiyonu olup şu şekilde tanımlanmaktadır.

$$I_t = \begin{cases} 1, & \hat{\varepsilon}_{t-1} \geq 0 \\ 0, & \hat{\varepsilon}_{t-1} < 0 \end{cases}$$

(4.8)’de verilen artıklara ait TAR modelinde $\rho_1 = \rho_2 = 0$ ise $\hat{\varepsilon}_t$ serisi ve böylece y_t serisi birim kök içermektedir. Buna karşın $\rho_1 = \rho_2 < 0$ ise y_t serisi simetrik düzeltmeli yumuşak geçişli eşik otoregresif (ST-TAR) sürecine sahip iken $\rho_1 < 0$, $\rho_2 < 0$ ve $\rho_1 \neq \rho_2$ durumlarında ise asimetrik düzeltmeli ST-TAR sürecine sahiptir.

Sollis (2004) (4.8)'de $\rho_1 = \rho_2 = 0$ 'ın testi için F istatistiği kullanarak y_t serisinin birim kök içerip içermediğini test etmektedir. Aynı zamanda $\rho_1 = 0$ ve $\rho_2 = 0$ test etmek için ise (4.8)'de $\hat{\rho}_1$ ve $\hat{\rho}_2$ 'ye ait t istatistiklerinin istatistiksel olarak en anlamlı olanını önermiştir. Bu test istatistiklerine ait kritik değerler Sollis (2004) makalesinde farklı örnek büyüklükleri ve farklı anlamlılık düzeylerinde her üç model içinde tablolastırılmıştır.

4.4. Kapetanios, Shin ve Snell (2003) Birim Kök Testi

Kapetanios, Shin ve Snell (2003) çalışmasında, doğrusal olmayan fakat küresel olarak durağan üstel yumuşak geçişli otoregresif süreçlere karşı durağanlığın olmadığını tespit etmek için basit bir test prosedürü önermiştir. Şöyle ki; birim kök testi prosedürleri için belirli bir tür doğrusal olmayan dinamiklerin varlığının etkilerini analiz ederek bir birim kök sürecinin varlığını küresel olarak durağan, doğrusal olmayan üstel yumuşak geçişli otoregresif bir alternatife karşı test etmek için alternatif bir çerçeve sunmaktadırlar.

Önerdikleri testin, özellikle DF testlerinin başarısız olduğu bazı durumlarda, birim kökü reddedebildiğini belirtmişlerdir. KSS (2003) üstel yumuşak geçişli otoregresif modeli (ESTAR) şu şekilde tanımlamıştır:

$$y_t = \beta y_{t-1} + \gamma y_{t-1} [1 - \exp(-\theta y_{t-d}^2)] + \varepsilon_t \quad (4.9)$$

(4.9) nolu model $\phi = \beta - 1$ alınarak aşağıdaki gibi yeniden yazılabilir:

$$\Delta y_t = \phi y_{t-1} + \gamma y_{t-1} [1 - \exp(-\theta y_{t-d}^2)] + \varepsilon_t \quad (4.10)$$

y_t serisinin orta rejimde bir birim kök sürecini izlediği varsayılarak $\phi = 0$ olarak kabul edilmektedir. Erteleme (delay) parametresi d ($= \{1, 2, \dots, d_{\max}\}$) uyum iyiliğini maksimize edecek şekilde seçilebilmektedir. Ancak KSS (2003) çalışmasında basitleştirmek amacıyla $d = 1$ olarak alınmıştır. Aynı zamanda (4.10)'da $\phi = 0$ ve $d = 1$ kısıtlamaları getirilerek ESTAR modeli aşağıdaki şekilde yeniden yazılabilir:

$$\Delta y_t = \gamma y_{t-1} [1 - \exp(-\theta y_{t-1}^2)] + \varepsilon_t \quad (4.11)$$

Burada θ parametresi ortalamaya dönme hızını belirtmekte olup bu parametre birim kök testinin hipotezlerinin temelini oluşturmaktadır. Şöyle ki; $H_0: \theta = 0$ y_t serisinin birim köklü olduğunu ve $H_1: \theta > 0$ ise y_t serisinin doğrusal olmayan yapıda küresel durağan bir sürece sahip olduğunu göstermektedir.

Fakat γ parametresi yokluk hipotezi altında tanımlı olmadığından dolayı $H_0: \theta = 0$ hipotezini doğrudan test etmek mümkün değildir. Bu problemin üstesinden gelmek için Luukkonen, Saikkonen ve Teräsvirta (1988) tarafından önerilen yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemde yokluk hipotezi altında ESTAR modeline birinci sıra Taylor açılımı uygulanarak aşağıda verilen yardımcı regresyon elde edilmiştir.

$$\Delta y_t = \delta y_{t-1}^3 + \eta_t \quad (4.12)$$

Burada, $\delta < 0$ 'a karşı $\delta = 0$ için t-istatistiği

$$t_{NL} = \hat{\delta} / s.e.(\hat{\delta})$$

şeklinde test edilir. Burada $\hat{\delta}$, δ 'nın en küçük kareler tahmincisini ve $s.e.(\hat{\delta})$, $\hat{\delta}$ 'nın standart hatasını göstermektedir.

(4.12) nolu regresyon modeli hatalardaki otokorelasyon durumunda bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri ile aşağıdaki gibi yazılır:

$$\Delta y_t = \delta y_{t-1}^3 + \sum_{j=1}^k \delta_j \Delta y_{t-j} + \eta_t \quad (4.13)$$

(4.13) nolu modelde (4.12) nolu modele benzer olarak t_{NL} test istatistiği elde edilir. Aynı zamanda y_t serisi sıfır olmayan ortalama ve/veya doğrusal trend içermesi durumunda serinin ortalaması ve/veya varyansı düzeltilerek analizlerin gerçekleşmesi gerekmektedir. Şöyle ki; ortalamadan arındırılmış model için $x_t = y_t - \bar{y}$, trendden arındırılmış model için ise a ve b en küçük kareler tahmincileri olmak üzere $y_t = a + bt + x_t$ doğrusal trend modelinin artıkları kullanılır. Elde edilen bu yeni seriler (x_t) , (4.13) nolu regresyon modelinde y_t serisi yerine kullanılır.

KSS (2003) çalışmasında her üç model içinde (yalın, ortalamadan arındırılmış ve trendden arındırılmış) t_{NL} test istatistiğinin asimptotik dağılımlarını ve asimptotik kritik değerlerini %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için tabloşturmıştır.

4.5. Sollis (2009) Birim Kök Testi

Sollis (2009) çalışmasında, ESTAR modelinin genişletilmiş bir versiyonunu önermektedir. Zira Sollis ve diğerleri (2002), ESTAR formuna bağlı olarak alternatif hipotez altında bir asimetrik STAR doğrusal olmayan formunu sağlayan bir birim kök testi önermektedir. Ancak, test istatistiklerini hesaplamak için asimetrik doğrusal olmayan modellerin tahmin edilmesini gerektiren testler, hesaplama açısından pahalıdır. Ayrıca, test edilmekte olan yokluk hipotezi altında tek yanlı parametrelerin varlığı nedeniyle, önerilen test istatistiklerinin asimptotik dağılımları elde edilememektedir. Sollis (2009)'un getirdiği öneri, birim kök hipotezinin reddedilmesi durumunda, standart bir F-testi kullanılarak simetrik ve asimetrik doğrusal olmayan ESTAR arasında ayırım yapmak için de kullanılabilmektedir. Önerilen birim kök testinin standart olmayan asimptotik dağılımı oluşturulmuş olup Monte Carlo simülasyonları, bu önerilen birim kök testinin rakip testlere göre iyi sınırlı sonlu örnek özelliklerine sahip olduğunu göstermektedir. Asimetrik bir ESTAR modeli olarak adlandırılan, buradaki geliştirilmiş genişletilmiş ESTAR modeli, hem bir üstel fonksiyon hem de aşağıdaki gibi bir lojistik fonksiyon olarak kullanılmaktadır (KSS (2003) gibi geçiş değişkeninin y_{t-1} olduğunu varsaymıştır):

$$\Delta y_t = G_t(\gamma_1, y_{t-1}) \{S_t(\gamma_2, y_{t-1})\rho_1 + (1 - S_t(\gamma_2, y_{t-1}))\rho_2\} y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4.14)$$

$$G_t(\gamma_1, y_{t-1}) = 1 - \exp(-\gamma_1(y_{t-1}^2)) \quad , \gamma_1 \geq 0 \quad (4.15)$$

$$S_t(\gamma_2, y_{t-1}) = [1 + \exp(-\gamma_2 y_{t-1})]^{-1} \quad , \gamma_2 \geq 0 \quad (4.16)$$

Orijinal simetrik ESTAR modelinde olduğu gibi, asimetrik ESTAR (AESTAR) modeli daha yüksek mertebeden dinamiklere izin vermek için genişletilebilmektedir:

$$\Delta y_t = G_t(\gamma_1, y_{t-1}) \{S_t(\gamma_2, y_{t-1})\rho_1 + (1 - S_t(\gamma_2, y_{t-1}))\rho_2\} y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \kappa_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (4.17)$$

Sıfır ortalama durumunda birim kök hipotezi, yukarıdaki denklemde “ $H_0: \gamma_1 = 0$ ” test edilerek bir birim kök merkezi rejimi ile küresel durağan simetrik veya asimetrik ESTAR doğrusal olmayan alternatif hipotezine karşı test edilebilir. Ancak, yokluk altında tanımlanamayan parametreler bulunmaktadır (γ_2 , ρ_1 ve ρ_2 tanımlanamıyor). Bu nedenle, geleneksel yöntemler kullanılamamıştır. Daha spesifik olarak, denklemin amaçları için yukarıdaki denklemde “ $k = 0$ ” olduğu varsayılarak, denklemde “ $G_t(\gamma_1, y_{t-1})$ ” in yerine, birinci dereceden bir Taylor genişlemesi alınarak “ $\gamma_1 = 0$ ” verilir ve bununla yer değiştirilir.

$$\Delta y_t = \rho_1 \gamma_1 y_{t-1}^3 S_t(\gamma_2, y_{t-1}) + \rho_2 \gamma_1 y_{t-1}^3 (1 - S_t(\gamma_2, y_{t-1})) + \eta_t \quad (4.18)$$

Burada $\eta_t = \varepsilon_t + R_t$ 'dir. Burada R_t , Taylor genişlemesinin artığını göstermektedir. Burada, γ_2 , “ $H_0: \gamma_1 = 0$ ” altında tanımlanamamıştır (ρ_1 ve ρ_2 'de tanımlanamamıştır, ancak bu tanımlanamayan γ_2 kadar problemli değildir). Bu probleme getirdikleri çözüm, yukarıdaki yeni denklemde lojistik fonksiyonun Taylor genişlemesini alarak modeli daha da basitleştirmektedir. Bu sayede, elde edilen genişletilmiş versiyon (yardımcı regresyon modeli) şu şekilde olmaktadır:

$$\Delta y_t = \phi_1 y_{t-1}^3 + \phi_2 y_{t-1}^4 + \sum_{i=1}^k \kappa_i \Delta y_{t-i} + \tilde{\eta}_t \quad (4.19)$$

Bu versiyonda yeni yokluk (sıfır) hipotezi şöyle kurulmaktadır:

$$H_0: \phi_1 = \phi_2 = 0 \quad (\text{Birim kök vardır})$$

Önerilen AESTAR modelinin bir özelliği, eğer birim kök hipotezi simetrik ya da asimetrik doğrusal olmayan ESTAR alternatifine karşı reddedilirse, simetrik doğrusal olmayan ESTAR yokluk hipotezi daha sonra standart bir F testi ile “ $H_1: \phi_2 \neq 0$ ” a karşı “ $H_0: \phi_2 = 0$ ” test edilerek yardımcı model kullanılarak asimetrik doğrusal olmayan ESTAR alternatifine karşı test edilebilmektedir.

Birim kök “ $H_0: \phi_1 = \phi_2 = 0$ ” yokluk hipotezini test etmek için yukarıdaki denklemde, standart kritik değerler kullanılamamaktadır. Denklemde “ $H_0: \phi_1 = \phi_2 = 0$ ” yokluk

hipotezinin bir F-testinin asimptotik dağılımını türeterek Brownian hareketlerinin standart olmayan bir fonksiyonu olduğunu göstermişlerdir. Test istatistiği ise şu şekilde yazılabilmektedir:

$$F = (R\hat{\beta} - r)' \left[\hat{\sigma}^2 R \left\{ \sum_t x_t x_t' \right\}^{-1} R' \right]^{-1} (R\hat{\beta} - r)/m, (m = 2) \quad (4.20)$$

Burada da; yokluk hipotezinin reddedilmesi, yumuşak geçişli doğrusal olmayan asimetrik durağan AESTAR tipi modelin geçerli olduğu ve böylece yakınsama hipotezinin de geçerli olduğu anlamına gelmektedir.

4.6. Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov (2018) Birim Kök Testi

Omay, Emirmahmutoğlu ve Hasanov (2018) çalışmasında, denge seviyesine doğru hem kademeli yapısal kırılmalar hem de asimetrik doğrusal olmayan ayarlamalar sağlayan yeni bir birim kök test yöntemi önermektedir. Bu test, LNV (1998) ve Sollis (2009) testlerinin birleşiminden oluşmaktadır.

Bu yöntemde, öncelikle LNV (1998) tarafından önerilen ve (4.3), (4.4) ve (4.5)'te verilen A, B, C modelleri kullanılmaktadır. LNV yönteminin birinci aşamasında uygun modelin doğrusal olmayan parametre tahmin yöntemleri ile parametreleri tahmin edilir ve artıklar elde edilir. İkinci aşamada ise elde edilen bu artıklara yukarıda detayları verilen Sollis (2009) yöntemi aşağıdaki eşitlikler yardımıyla uygulanır.

$$\Delta \hat{\varepsilon}_t = G_t(\theta_1, \hat{\varepsilon}_{t-1}) \{F_t(\theta_2, \hat{\varepsilon}_{t-1}) \rho_1 + (1 - F_t(\theta_2, \hat{\varepsilon}_{t-1})) \rho_2\} \hat{\varepsilon}_{t-1} + \eta_t \quad (4.21)$$

$$G_t(\theta_1, \hat{\varepsilon}_{t-1}) = 1 - \exp(-\theta_1(\hat{\varepsilon}_{t-1}^2)) \quad , \theta_1 \geq 0 \quad (4.22)$$

$$F_t(\theta_2, \hat{\varepsilon}_{t-1}) = [1 + \exp(-\theta_2 \hat{\varepsilon}_{t-1})]^{-1} \quad , \theta_2 \geq 0 \quad (4.23)$$

Burada $\hat{\varepsilon}_{t-1}$ geçiş değişkeni ve $\eta_t \sim iid(0, \sigma_\eta^2)$. Sollis (2009) testinde olduğu gibi (4.21) nolu regresyon denkleminin birinci sıra Taylor açılımı uygulandığında aşağıdaki yardımcı regresyona ulaşılır:

$$\Delta \hat{\varepsilon}_t = \varphi_1 \hat{\varepsilon}_{t-1}^3 + \varphi_2 \hat{\varepsilon}_{t-1}^4 + \sum_{i=1}^k \kappa_i \Delta \hat{\varepsilon}_{t-i} + \tilde{\eta}_t \quad (4.24)$$

Bu versiyonda yokluk (sıfır) hipotezi şöyle kurulmaktadır;

$$H_0: \varphi_1 = \varphi_2 = 0 \quad (\text{Birim kök vardır})$$

Sonraki aşamalar Sollis (2009) testi ile benzer bir yol izlemektedir. Test istatistiği, Sollis (2009) 'da olduğu şekilde yazılabilmektedir:

$$F = (R\hat{\beta} - r)' \left[\hat{\sigma}^2 R \left\{ \sum_t x_t x_t' \right\}^{-1} R' \right]^{-1} (R\hat{\beta} - r)/m, (m = 2) \quad (4.25)$$

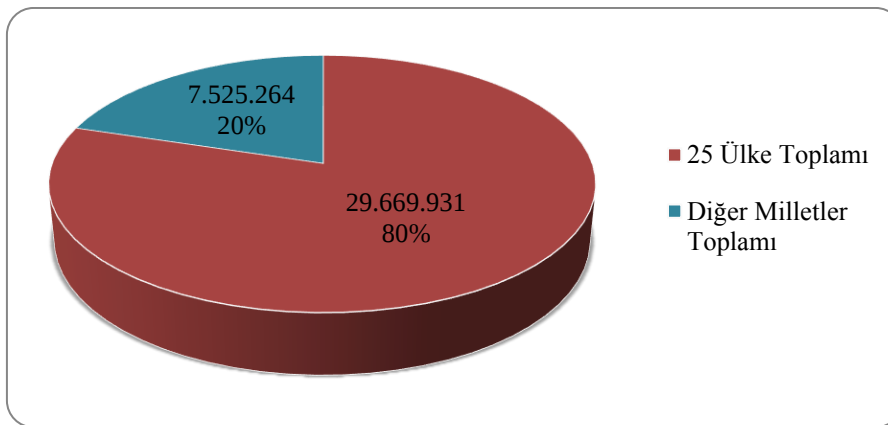
Burada geleneksel F-testi kullanılarak yokluk (sıfır) hipotezi H_0 test edilmektedir. Birim kökü test etmek için böyle iki aşamalı bir prosedür, hem yokluk hipotezi hem de alternatif hipotez (H_1) altında, her ikisinde de ilgisiz herhangi bir parametre eklemeksizin, olası bir doğrusal olmayan deterministik trend fonksiyona izin vermesi bakımından güzel bir özelliğe sahiptir.

5. TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜNÜN YAKINSAMA HİPOTEZİNİN TEST EDİLMESİ

Bu bölümde, bir önceki bölümde detaylı olarak verilen doğrusal olmayan birim kök testleri yardımıyla Türkiye'nin turizm sektörü yakınsama hipotezi test edilmektedir. Öncelikle, burada veri seti ve kaynakları açıklanmış olup devamında doğrusal birim kök testi sonuçları ve doğrusal olmayan birim kök testleri sonuçları verilerek değerlendirilmiştir.

5.1. Veri Seti ve Kaynakları

Çalışmada kullanılan turizm istatistikleri, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) derlenmiştir. Analizler için 2008:01 – 2018:11 dönemi aylık veri seti, öncelikle Tramo-Seats yöntemi ile mevsimsellikten arındırılmıştır. Ardından, " $y_{it} = \ln(VA_{Tr,t}/VA_{it})$ " eşitliğine göre, analizler için gerekli olan " y_{it} " serisi elde edilmiştir. Burada; " VA_{it} ", t anında i ülkesinden Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısını, " $VA_{Tr,t}$ " ise t anında Türkiye'ye gelen toplam ziyaretçi sayısını belirtmekte olup " y_{it} " serisi gelen ziyaretçi oranının doğal logaritmasını ifade etmektedir. Analizler için gerekli olan " y_{it} " serisi elde edildikten sonra, doğrusal olmayan birim kök testleri yardımıyla Türkiye için stokastik yakınsama hipotezi test edilmiştir. Bu amaçla önceki bölümde teorik olarak anlatılan LNV (1998), KSS (2003), Sollis (2004), Sollis (2009) ve OEH (2018) doğrusal olmayan birim kök testleri çalışma kapsamında ele alınmıştır.



Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden derlenmiştir.

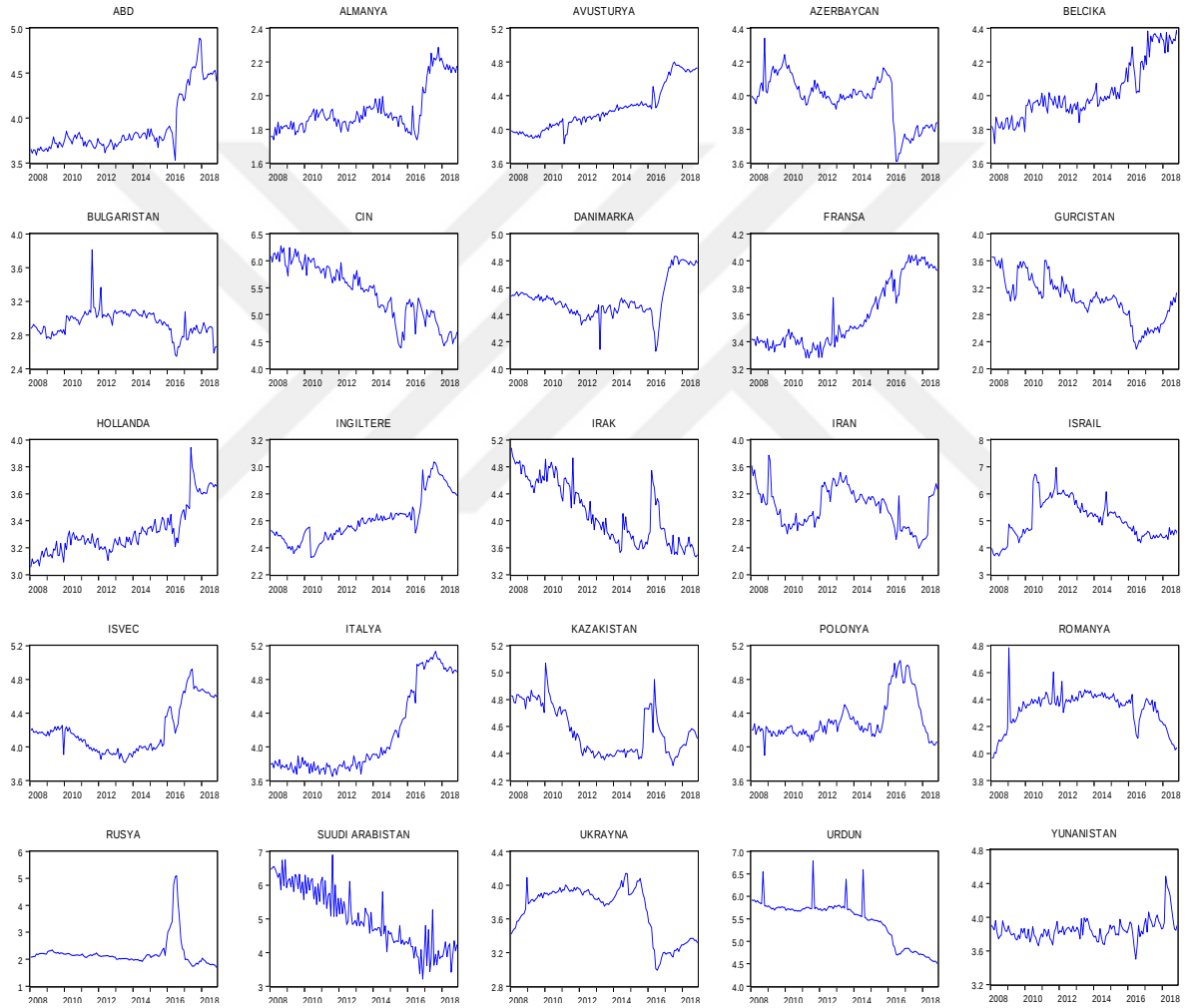
Şekil 5.1. 2018 Yılı İtibariyle Türkiye'ye En çok Turist Gönderen 25 Ülkeden Türkiye'ye Gelen Toplam Turist Sayısı ve Genel Toplamdaki Oranı

Çizelge 5.1. Yıllar İtibariyle Milliyetlerine Göre (25 Ülke İçin) Türkiye'ye Gelen Turistlerin Sayıları (2008 - 2018)

Yıllar Ülkeler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Rusya	2.863.857	2.696.784	3.087.737	3.446.650	3.585.728	4.269.220	4.482.388	3.652.430	855.714	4.699.557	5.856.034
Almanya	4.396.948	4.481.571	4.370.248	4.815.156	5.025.660	5.048.199	5.251.870	5.593.065	3.928.954	3.594.136	4.350.975
İngiltere	2.190.254	2.445.015	2.680.588	2.590.661	2.469.711	2.518.016	2.606.629	2.520.053	1.720.787	1.663.370	2.222.754
Bulgaristan	1.512.243	1.623.640	1.448.923	1.399.434	1.498.461	1.582.896	1.695.504	1.826.177	1.696.645	1.850.800	2.188.334
Gürcistan	824.609	984.606	1.097.198	1.141.844	1.393.971	1.755.484	1.736.134	1.895.646	2.192.582	2.435.022	1.941.142
İran	1.029.716	1.369.896	1.870.953	1.865.502	1.183.810	1.189.115	1.581.120	1.662.549	1.657.005	2.486.770	1.880.610
Ukrayna	729.370	582.607	566.296	598.223	632.423	754.467	654.935	705.262	1.043.951	1.284.053	1.347.769
Irak	213.385	283.957	267.936	355.888	521.501	711.604	796.825	933.754	425.203	871.271	1.040.329
Hollanda	1.166.101	1.157.131	1.087.823	1.206.209	1.287.704	1.321.274	1.308.313	1.238.537	915.643	807.210	989.911
Azerbaycan	467.547	430.241	477.441	565.484	585.513	624.536	651.007	596.278	585.644	744.560	797.029
Fransa	877.408	935.047	923.037	1.117.459	1.029.216	1.047.250	1.038.932	852.053	561.982	580.220	705.061
Suudi Arabistan	55.226	66.324	84.915	116.977	174.786	231.603	341.540	451.216	534.086	652.921	701.692
Polonya	396.472	418.632	427.575	485.405	432.252	426.332	509.178	500.684	205.669	295.180	632.081
Romanya	449.206	369.887	356.616	374.092	387.136	396.767	426.731	442.890	359.344	422.044	613.982
Yunanistan	562.226	607.779	661.260	697.008	666.825	699.039	827.760	755.425	593.852	622.117	613.913
Belçika	578.680	592.651	544.728	594.679	612.807	654.757	662.249	619.059	415.172	422.683	498.255
Amerika Birleşik Devletleri	693.199	675.566	646.859	761.549	777.921	791.477	790.469	808.009	469.965	338.035	420.433
İsrail	559.737	316.466	110.322	79.644	83.837	164.641	189.702	224.087	294.041	378.825	413.471
Kazakistan	216.689	225.433	246.516	314.299	378.434	422.848	436.459	423.046	238.032	399.759	409.670
Ürdün	73.305	87.844	96.406	94.370	101.553	102.269	130.516	160.462	202.776	274.631	381.210
Avusturya	505.764	537.721	497.931	530.800	504.026	515.224	507.835	486.308	313.960	287.290	338.342
İsveç	407.590	407.984	447.065	572.463	619.567	693.980	668.563	626.964	322.464	289.604	369.760
Danimarka	277.997	296.108	314.369	371.195	391.467	403.633	408.744	411.284	332.275	269.427	318.477
İtalya	597.325	629.516	665.478	749.322	710.452	733.978	698.292	517.900	217.242	206.294	262.883
Çin	60.828	67.684	75.994	97.615	113.669	135.452	194.663	310.675	161.131	245.047	375.814
25 Ülke Toplamı	21.705.682	22.290.090	23.054.214	24.941.928	25.168.430	27.194.061	28.596.358	28.213.813	20.244.119	26.120.826	29.669.931
Genel Toplam	26.431.124	27.347.977	28.510.852	31.324.528	31.342.464	33.827.474	35.850.286	35.592.160	25.265.406	32.079.527	37.195.195
25 Ülke Toplamı/Genel Toplam	82,12	81,51	80,86	79,62	80,30	80,39	79,77	79,27	80,13	81,43	79,77

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden derlenmiştir.

2018 yılı itibariyle Türkiye'ye gelen turistlerin milliyetlerine göre toplam sayılarına bakıldığında, Rusya, Almanya, İngiltere, Bulgaristan, Gürcistan, İran, Ukrayna, Irak, Hollanda, Azerbaycan, Fransa, Suudi Arabistan, Polonya, Romanya, Yunanistan, Belçika, ABD, İsrail, Kazakistan, Ürdün, Avusturya, İsveç, Danimarka, İtalya ve Çin'den gelen turistlerin Türkiye'ye gelen toplam turist sayısının yaklaşık %80'ini oluşturduğu Şekil 5.1'den görülmektedir. Buradan hareketle, Türkiye için stokastik yakınsama hipotezini test etmek amacıyla Çizelge 5.1'de yer alan 25 ülke analize dâhil edilmiştir.



Şekil 5.2. “ y_{it} ” Serisinin 25 Ülke İçin Zaman Serisi Grafikleri

Aynı zamanda yakınsama hipotezinin testinde kullanılacak olan “ y_{it} ” serisinin tüm ülkeler için zaman serisi grafikleri Şekil 5.2’de verilmiştir. Grafikler incelendiğinde, serilerde çoğu zaman dalgalanmalar görülmektedir. Doğrusal yapıya sahip zaman serisi analizleri bu dalgalanmaları kapsamamaktadır; dolayısıyla, analizlerde doğrusal olmayan yapıya sahip yöntemlerin kullanılması daha sağlıklı sonuçlar üretebilecektir.

5.2. Doğrusal Birim Kök Testi Sonuçları

Bu çalışmada, doğrusal birim kök testi olarak ADF testi ele alınmış olup Tramo-Seats yöntemi ile mevsimsellikten arındırılmış olan 2008:01 – 2018:11 dönemine ait aylık veri setine uygulanmıştır. Yirmi beş ülkeye ait olan zaman serilerine uygulanan ADF test sonuçlarının değerlendirilmesi neticesinde elde edilen yakınsama hipotezi test sonuçları Çizelge 5.2 'de verilmiştir (Bkz. Ek Çizelge 1).

Çizelge 5.2. ADF Birim Kök Testi Sonuçlarına Göre Elde Edilen Yakınsama Hipotezi Test Sonuçları

Ülkeler	Yakınsama Hipotezi ($\alpha = 0,05$)	
	Geçerli	Geçerli Değil
ABD		X
Almanya		X
Avusturya	X	
Azerbaycan		X
Belçika		X
Bulgaristan		X
Çin	X	
Danimarka		X
Fransa		X
Gürcistan		X
Hollanda		X
İngiltere		X
Irak		X
İran		X
İsrail		X
İsveç		X
İtalya		X
Kazakistan		X
Polonya		X
Romanya		X
Rusya		X
Suudi Arabistan	X	
Ukrayna		X
Ürdün		X
Yunanistan	X	

Çizelge 5.2'de yer alan sonuçlar değerlendirildiğinde; Türkiye'nin 2018 yılı itibariyle en büyük yirmi beş turizm pazarından dördü için (Avusturya, Çin, Suudi Arabistan ve

Yunanistan) yakınsama söz konusu olmakla beraber, diğer yirmi bir ülkeden (Rusya, Almanya, İngiltere, Bulgaristan, Gürcistan, İran, Ukrayna, Irak, Hollanda, Azerbaycan, Fransa, Polonya, Romanya, Belçika, Amerika Birleşik Devletleri, İsrail, Kazakistan, Ürdün, İsveç, Danimarka ve İtalya) gelen turist sayısı verisinin durağan olmadığı ve bu ülkelerle yakınsamanın söz konusu olmadığı bilgisi elde edilmektedir.

5.3. Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri Sonuçları

Doğrusal birim kök testi olan ADF testinin sonuçlarına çalışmada yer verilmiş olunmasıyla beraber aslında bu çalışmada doğrusal olmayan birim kök testleri üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu testler; LNV (1998), KSS (2003), Sollis (2004), Sollis (2009) ve OEH (2018) doğrusal olmayan birim kök testleridir.

Çizelge 5.3. LNV (1998) Testi Sonuçları

Ülkeler	Model A	Model B	Model C	Ülkeler	Model A	Model B	Model C
ABD	-5,796*	-6,306*	-4,555	Irak	-3,561	-3,926	-3,504
Almanya	-3,643	-3,662	-3,743	İran	-3,375	-3,677	-3,812
Avusturya	-4,451**	-7,181*	-7,761*	İsrail	-2,535	-5,204*	-5,615*
Azerbaycan	-4,234**	-4,281	-3,170	İsveç	-3,393	-4,924**	-5,318**
Belçika	-3,923	-4,462	-4,493	İtalya	-4,277**	-4,327	-9,794*
Bulgaristan	-3,896	-7,486*	-4,773	Kazakistan	-3,116	-2,757	-2,736
Çin	-3,951	-4,171	-4,046	Polonya	-1,642	-2,808	-5,513*
Danimarka	-3,336	-5,382*	-5,386**	Romanya	-1,575	-4,077	-3,153
Fransa	-4,436**	-4,467	-3,343	Rusya	-2,742	-2,780	-3,582
Gürcistan	-3,247	-3,839	-5,135**	İngiltere	-2,722	-3,979	-5,521*
Hollanda	-5,605*	-7,048*	-4,157	Ukrayna	-4,124	-4,271	-4,521
Suudi Arabistan	-16,139*	-15,989*	-17,067*	Ürdün	-10,293*	-10,441*	-10,517*
				Yunanistan	-6,247*	-6,247*	-6,156*

Not: LNV (1998) testine ait kritik değerler LNV (1998)'den alınmış olup %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için Model A'da sırasıyla -4,685; -4,103; Model B'de sırasıyla -5,141; -4,565; Model C'de sırasıyla -5,420; -4,825 değerlerinden oluşmaktadır. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

Araştırmada, LNV (1998) testinin üç farklı modeli (Model A, Model B ve Model C) ele alınmıştır. Çizelge 5.3 'te yer alan sonuçlara göre; Almanya, Belçika, Çin, Irak, İran,

Kazakistan, Romanya, Rusya ve Ukrayna'ya ait serilerin birim kök içerdiği ve durağan olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre, adı geçen ülkeler ile Türkiye arasında, turizm sektöründe yakınsama söz konusu değildir. Diğer ülkeler için ise turizm sektöründe, farklı anlamlılık düzeylerinde (%1 veya %5), Türkiye ile aralarında stokastik yakınsama olduğu tespit edilmiştir. Burada, doğrusal olmayan birim kök testi LNV (1998) ile elde edilen sonuçlarla ADF birim kök testi sonuçları arasındaki farklılık, burada yakınsak olduğu tespit edilen ülkelere ait serilerde yapısal kırılmanın varlığına da işaret etmektedir. Ayrıca; LNV (1998) testinin, doğrusal birim kök testi olan ADF ile kıyaslandığında daha yüksek oranda durağanlığı tespit edebildiği görülmüş olup buradan hareketle, serilere uygulanan birim kök testlerinin serilerin yapılarına da uygun olması gerektiği anlaşılmaktadır.

Çizelge 5.4 'te yer alan Sollis (2004) testi sonuçlarına göre; Almanya, Azerbaycan, Belçika, Çin, Danimarka, Gürcistan, Irak, İran, Kazakistan, Polonya, Rusya ve Ukrayna'ya ait serilerin birim kök içerdiği ve durağan olmadığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle, bu ülkeler ile Türkiye arasında turizm sektöründe yakınsama söz konusu değildir. Diğer ülkeler içinse turizm sektöründe, farklı anlamlılık düzeylerinde, Türkiye ile yakınsamanın söz konusu olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar LNV (1998) testi ile elde edilen sonuçlarla hemen hemen örtüşmektedir (Azerbaycan, Danimarka, Gürcistan, Polonya ve Romanya hariç) ve bu testte toplam 13 ülkeye ait seride durağanlık görülmektedir. Burada Sollis (2004) testi sonuçlarına göre, Türkiye ile yakınsak olduğu tespit edilen ülkelere ait serilerde yapısal kırılmanın ve asimetrinin söz konusu olduğu belirlenmektedir. Sollis (2004) testi ile elde edilen sonuçlar, doğrusal birim kök testi olan ADF ile elde edilen sonuçlarla kıyaslandığında, Sollis (2004) testinin yakınsak ülkeleri daha iyi yakalayabildiği değerlendirilmektedir. Ancak, burada LNV (1998) testi ile yakınsak olduğu tespit edilen Azerbaycan, Danimarka, Gürcistan ve Polonya yapısal kırılma ve asimetri özelliğini eşanlı olarak inceleyen Sollis (2004) testine göre yakınsak olarak tespit edilmemiştir.

Çizelge 5.4. Sollis (2004) Testi Sonuçları

Ülkeler	Model A		Model B		Model C	
	F	tmax	F	tmax	F	tmax
ABD	18,317*	-3,441**	22,612*	-3,773**	9,851	-3,025
Almanya	6,666	-2,496	6,669	-2,582	6,970	-2,609
Avusturya	5,967	-2,358	17,706*	-4,305*	22,273*	-4,821*
Azerbaycan	4,332	-1,442	4,426	-1,647	5,102	-1,693
Belçika	7,773	-2,738	10,866	-2,935	10,891	-2,994
Bulgaristan	11,866*	-0,994	18,586*	-2,112	18,362*	-1,664
Çin	7,808	-2,892	8,661	-3,000	8,703	-2,979
Danimarka	6,275	-1,073	8,408	-1,663	8,411	-1,680
Fransa	11,923*	-2,291	11,656**	-2,280	8,187	-0,839
Gürcistan	3,579	-1,221	4,883	-1,997	8,713	-2,865
Hollanda	8,750	-2,771	14,585*	-3,847**	8,970	-2,507
İngiltere	2,463	-0,996	7,695	-1,397	15,368**	-2,530
Irak	6,726	-2,669	8,173	-2,664	6,090	-2,579
İran	4,184	-1,658	2,920	-1,342	5,843	-2,050
İsrail	2,274	-0,893	13,388**	-3,605	8,765	-2,271
İsveç	4,005	-1,910	13,312**	-3,507	15,833*	-3,931**
İtalya	10,592**	-2,196	10,562	-2,275	23,593*	-3,968**
Kazakistan	4,920	-2,052	4,026	-1,485	3,926	-1,517
Polonya	0,816	-0,157	2,516	-1,540	10,786	-2,141
Romanya	10,796**	0,747	17,340*	-1,689	8,547	-0,916
Rusya	3,770	-0,712	4,221	-0,788	8,897	-1,338
Suudi Arabistan	34,658*	-6,859*	31,115*	-6,145*	41,522*	-7,453*
Ukrayna	7,236	-2,474	7,857	-1,952	8,972	-1,988
Ürdün	27,304*	-1,852	28,821*	-1,590	29,452*	-1,668
Yunanistan	18,263*	-4,618*	18,265*	-4,618*	16,678*	-4,204**

Not: Sollis (2004) testine ait kritik değerler Sollis (2004)'ten alınmıştır. %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için F test istatistik değerleri Model A'da sırasıyla 11,620, 8,845; Model B'de sırasıyla 13,733; 11,309; Model C'de sırasıyla 15,392; 12,558 değerlerinden oluşmaktadır. %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için tmax test istatistik değerleri ise Model A'da sırasıyla -3,820; -3,35; Model B'de sırasıyla -4,159; -3,731; Model C'de sırasıyla -4,368; -3,897 değerlerinden oluşmaktadır. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

Çizelge 5.5. KSS (2003) Testi Sonuçları

Ülkeler	Sabit terimli Model	Sabit terim ve Trendli Model	Ülkeler	Sabit terimli Model	Sabit terim ve Trendli Model
ABD	-1,613	-5,173*	Irak	-2,214	-0,874
Almanya	-0,651	-1,884	İran	-3,541*	-3,355**
Avusturya	0,002	-3,366	İsrail	-3,397**	-3,319
Azerbaycan	-3,062**	-2,570	İsveç	-1,159	-2,198
Belçika	-1,046	-2,413	İtalya	-0,049	-1,383
Bulgaristan	-7,261*	-7,274*	Kazakistan	-3,408**	-4,112*
Çin	-1,736	-1,978	Polonya	-1,883	-1,498
Danimarka	-3,371**	-3,990*	Romanya	-4,597*	-4,584*
Fransa	-0,486	-2,768	Rusya	-6,383*	-6,413*
Gürcistan	-1,643	-1,706	İngiltere	-1,444	-2,858
Hollanda	-1,260	-1,422	Ukrayna	-1,545	-2,583
Suudi Arabistan	-1,398	-0,415	Ürdün	-4,036*	-9,230*
			Yunanistan	-2,234	-2,474

Not: KSS (2003) testine ait kritik değerler makaleden alınmış olup %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için sabit terimli modelde sırasıyla -3,480; -2,930; sabit terimli ve trendli modelde sırasıyla -3,930; -3,400 değerlerinden oluşmaktadır. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

Çizelge 5.5 'te yer alan KSS (2003) testi sonuçlarına göre; Almanya, Avusturya, Belçika, Çin, Fransa, Irak, İsveç, İtalya, Polonya, Gürcistan, Hollanda, Suudi Arabistan, İngiltere, Ukrayna ve Yunanistan'a ait serilerin birim kök içerdiği ve durağan olmadığı bilgisi elde edilmiştir. ABD, Azerbaycan, Bulgaristan, Danimarka, İran, İsrail, Kazakistan, Romanya, Rusya ve Ürdün'ün, farklı anlamlılık düzeyleri için, turizm sektöründe Türkiye ile arasında stokastik yakınsama olduğu tespit edilmiştir. Burada, doğrusal olmayan birim kök testi KSS (2003) test sonuçları ile ADF birim kök testi sonuçları arasındaki farklılık, burada yakınsak oldukları tespit edilen ülkelere ait serilerde durum bağımlı doğrusal olmayan bir yapıya işaret etmektedir. KSS (2003) testi sonuçlarına göre, toplam 10 ülkeye ait seride durağanlık tespit edilmiştir.

Çizelge 5.6. Sollis (2009) Testi Sonuçları

Ülkeler	Sabit terimli Model		Sabit terim ve Trendli Model	
	F	t	F	t
ABD	1,332		24,602*	4,331**
Almanya	0,521		1,766	
Avusturya	0,604		9,998*	2,837**
Azerbaycan	14,388*	-4,256**	3,603	
Belçika	1,669		2,892	
Bulgaristan	26,593*	0,7875	27,469*	1,313
Çin	2,057		4,811	
Danimarka	13,353*	3,766**	8,093**	0,588
Fransa	0,456		4,575	
Gürcistan	2,727		1,056	
Hollanda	1,534		2,943	
İngiltere	1,202		4,204	
Irak	2,506		6,216	
İran	6,369**	-0,521	5,612	
İsrail	6,228**	-0,962	6,747**	-1,537
İsveç	0,696		2,412	
İtalya	0,714		1,041	
Kazakistan	5,873**	0,453	8,392**	0,072
Polonya	4,294		1,635	
Romanya	35,159*	-5,109**	35,257*	-5,175**
Rusya	26,519*	-3,085**	26,249*	-2,966**
Suudi Arabistan	2,115		0,215	
Ukrayna	4,548		3,426	
Ürdün	52,146*	-6,551**	46,030*	2,130**
Yunanistan	5,234**	2,305**	4,382	

Not: Sollis (2009) testine ait F kritik değerleri makaleden alınmış olup %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için sabit terimli modelde sırasıyla 6,806; 4,971; sabit terim ve trendli modelde sırasıyla 8,954; 6,597 değerlerinden oluşmaktadır. t istatistiği ise standart normal dağılıma sahiptir. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

Çizelge 5.6 'da yer alan Sollis (2009) testi sonuçlarına göre; Almanya, Belçika, Çin, Fransa, Gürcistan, Hollanda, İngiltere, Irak, İsveç, İtalya, Polonya, Suudi Arabistan ve Ukrayna'ya ait serilerde birim kök tespit edilmiştir ve bu serilerin durağandışı olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle, bu ülkeler ile Türkiye arasında yakınsama söz konusu değildir. Ancak, farklı anlamlılık düzeylerinde, diğer 12 ülke ile Türkiye arasında stokastik yakınsama vardır. Elde edilen sonuçlar KSS (2003) testi ile elde edilen sonuçlarla hemen hemen örtüşmektedir (Avusturya ve Yunanistan hariç) ve bu testte toplam 12 ülkeye ait

seride durağanlık görülmektedir. Burada Sollis (2009) testi sonuçlarına göre, Türkiye ile yakınsak olduğu tespit edilen ülkelere ait serilerde durum bağımlı doğrusal olmayan yapı ile birlikte ortalamaya doğru asimetrik bir dönüş söz konusudur.

Çizelge 5.7 'de yer alan OEH (2018) testi sonuçlarına göre; Almanya, Belçika, Çin, Fransa, Gürcistan, İran, Suudi Arabistan ve Yunanistan'a ait serilerin birim kök içerdiği ve durağan olmadığı bilgisi elde edilmiştir. Ancak, farklı anlamlılık düzeylerinde, diğer 17 ülke ile Türkiye arasında stokastik yakınsama olduğu tespit edilmiştir. OEH (2018) testi, LNV (1998) ve Sollis (2009) testlerinin birleşiminden oluşmaktadır. Dolayısıyla OEH birim kök testi durum bağımlı doğrusal olmayan yapı ile birlikte ortalamaya doğru asimetrik bir geçiş ve yapısal kırılmayı eşanlı olarak inceleyen bir yöntemdir. Bu üç doğrusal olmayan birim kök testinin her biriyle ayrı olarak elde edilmiş olan sonuçlar birbirleriyle karşılaştırıldığında, sonuçların birbirleriyle hemen hemen örtüştüğü, ancak OEH (2018) testi sonuçlarının LNV (1998) testine kıyasla özellikle Sollis (2009) testinin sonuçları ile daha çok örtüştüğü görülmektedir. Şöyle ki; OEH (2018) ve Sollis (2009) testlerinin her ikisinde de Almanya, Belçika, Çin, Fransa, Gürcistan ve Suudi Arabistan'a ait serilerin durağandışı olduğu tespit edilmiştir. LNV (1998) testi ile aynı olan tespitler ise sadece 4 ülke için olup bu durağandışı seriler Almanya, Belçika, Çin ve İran'a aittir. Burada OEH (2018) testi sonuçlarına göre, Türkiye ile aralarında stokastik yakınsama olduğu tespit edilen ülkelere ait serilerde yapısal kırılmanın ve asimetrinin de söz konusu olduğu tespit edilmektedir. LNV (1998) testi ile toplam 16 ülke, Sollis (2004) testi ile toplam 13 ülke, KSS (2003) testi ile toplam 10 ülke, Sollis (2009) testi ile toplam 12 ülke ve OEH (2018) testi ile de toplam 17 ülke ile Türkiye arasında yakınsama olduğu tespit edilmiş olup bu testlerde ortak olarak elde edilen sonuç da; Almanya, Belçika ve Çin ile Türkiye arasında stokastik bir yakınsamanın kesinlikle söz konusu olmadığı şeklindedir. Bu sonuçlardan hareketle; çalışmada yararlanılan doğrusal olmayan birim kök testleri, performans itibarıyla (Türkiye'ye turizm sektöründe yakınsak olduğu tespit edilen ülke sayısı dikkate alındığında) mukayese edildiklerinde, OEH (2018) testinin yakınsak ülkeleri yakalama konusunda diğer testlerden daha başarılı olduğu değerlendirilebilmektedir.

Çizelge 5.7. OEH (2018) Testi Sonuçları

Ülkeler	Model A		Model B		Model C	
	F	t	F	t	F	t
ABD	38,096*	2,203**	38,378*	2,576**	16,567*	3,569**
Almanya	6,725		5,806		4,856	
Avusturya	9,557**	1,014	9,399		9,995	
Azerbaycan	27,788*	-0,800	27,958*	-0,973	12,375**	-0,320
Belçika	7,845		6,420		6,542	
Bulgaristan	33,500*	3,093**	25,965*	0,777	13,690*	0,357
Çin	3,324		3,664		6,926	
Danimarka	14,598*	-0,009	25,869*	0,806	25,985*	0,796
Fransa	7,882		7,876		8,897	
Gürcistan	3,339		5,403		3,944	
Hollanda	2,370		23,662*	5,523**	5,819	
İngiltere	6,962		3,641		12,952**	-1,844
Irak	10,840*	4,613**	8,521		5,378	
İran	5,975		4,412		3,473	
İsrail	6,411		28,348*	4,175**	18,735*	0,282
İsveç	10,081*	-1,088	9,962**	-0,510	12,796**	-1,486
İtalya	22,630*	2,656**	22,111*	2,246**	20,244*	1,314
Kazakistan	8,326**	1,343	1,502		1,472	
Polonya	2,169		3,766		18,173*	3,244**
Romanya	16,243*	-2,010**	35,004*	2,459**	15,593*	1,307
Rusya	18,488*	-3,067**	13,016*	-1,501	9,484	
Suudi Arabistan	0,178		0,022		1,074	
Ukrayna	12,941*	-4,347**	21,263*	-3,604**	21,974*	-4,162**
Ürdün	63,601*	3,006**	64,261*	3,288**	64,506*	3,351**
Yunanistan	5,287		5,285		4,414	

Not: OEH (2018) testine ait kritik değerler makaleden alınmış olup %1 ve %5 anlamlılık düzeyleri için Model A'da sırasıyla 10,000; 8,090; Model B'de sırasıyla 12,160; 9,600; Model C'de sırasıyla 13,220; 10,520 değerlerinden oluşmaktadır. t istatistiği ise standart normal dağılıma sahiptir. * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.

Çizelge 5.8. Doğrusal Olmayan Birim Kök Testleri Özet Sonuçları

Ülke	Durum Bağımlı Doğrusal Olmayan Yapı	Yapısal Kırılma	İkisi Birlikte
ABD	+	+	+
Almanya	-	-	-
Avusturya	+	+	+
Azerbaycan	+	+	+
Belçika	-	-	-
Bulgaristan	+	+	+
Çin	-	-	-
Danimarka	+	+	+
Fransa	-	+	-
Gürcistan	-	+	-
Hollanda	-	+	+
İngiltere	-	+	+
Irak	-	-	+
İran	+	-	-
İsrail	+	+	+
İsveç	-	+	+
İtalya	-	+	+
Kazakistan	+	-	+
Polonya	-	+	+
Romanya	+	+	+
Rusya	+	-	+
Suudi Arabistan	-	+	-
Ukrayna	-	-	+
Ürdün	+	+	+
Yunanistan	+	+	-

Çizelge 5.8’de farklı yapıları inceleyen doğrusal olmayan birim kök testlerinden elde edilen özet sonuçlar verilmiştir. Çizelgede “+” ilgili yapı durumunda yakınsama hipotezinin geçerli olduğu durumu ifade etmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Almanya, Belçika ve Çin turizm piyasaları için doğrusal olmayan yapıları içeren birim kök testleri sonucunda stokastik yakınsama hipotezinin geçerli olmadığı bulunmuştur.
- İran, Kazakistan ve Rusya turizm piyasalarında KSS (2003) ve Sollis (2009) testleri sonucunda durum bağımlı doğrusal olmayan bir yapının varlığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda Rusya’da ortalamaya geri dönüşlerin asimetrik (LSTAR tipi) olduğu görülmüştür. Diğer iki ülke için bu yapı simetriktir.

- Fransa, Gürcistan, Hollanda, İngiltere, İsveç, İtalya, Polonya ve Suudi Arabistan turizm piyasalarında LNV (1998) ve Sollis (2004) testleri sonucunda zaman bağımlı doğrusal olmayan bir yapının olduğu ve bu durumunda yapısal kırılmadan kaynaklandığı görülmektedir. Bu ülkelerin turizm piyasasında meydana gelen bu yapısal kırılma yumuşak bir geçişe sahiptir. Aynı zamanda Hollanda, İsveç, İtalya ve Suudi Arabistan turizm piyasalarında rejimler arasında ortalamaya dönüşün asimetrik olduğu (TAR tipinde) görülmektedir.
- Amerika, Avusturya, Azerbaycan, Bulgaristan, Danimarka, İsrail, Romanya ve Ürdün turizm piyasaları için ele alınan tüm doğrusal olmayan birim kök testlerinde yakınsama hipotezi geçerli bulunmuştur. Böylece bu piyasalarda yakınsamanın hem durum bağımlı hem de zaman bağımlı doğrusal olmayan bir yapı gösterdiği söylenebilir.
- Irak ve Ukrayna turizm piyasaları için hem durum bağımlı hem de zaman bağımlı doğrusal olmayan yapıları ayrı ayrı test eden yöntemler kullanıldığında yakınsamanın geçerli olmadığı bulunmuştur. Dolayısıyla yakınsamanın olması ancak bu iki yapıyı beraber ele alan OEH (2018) birim kök testi ile yakalanabilmekte ve bireysel olarak ele alınan testlerin kuvvetleri yakınsama hipotezinin geçerliliğini tespit etmekte yeterli olmamaktadır.



6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü, son yıllarda dünya ekonomisi içerisinde en hızlı büyüyen sektörlerden birisidir ve uzun dönemde ekonomik büyümenin temel belirleyicilerindendir. Çünkü sektörün hacmi gıda, otomobil gibi temel sektörlerle çok yakın seyretmekte hatta bazen bu sektörleri de geçmektedir. Daha da önemlisi, turizm bir ülkenin temel döviz kaynaklarından birisidir (Yılancı ve Eris, 2012). Pek çok ülkede turizm sektörü GSMH'nın önemli bir bölümünü oluşturmakta, ayrıca istihdamın önemli bir kısmını kapsamaktadır. Bölgesel olarak da turizm, bilhassa emek yoğun üretim yapısı sebebiyle az gelişmiş bölgelerdeki işsizlik probleminin çözümüne ve tarım sektöründe kaybedilen rekabetin yeniden kazanılmasına yardımcı olabilecek bir sektör konumundadır (Bozkurt ve Bahar, 2015).

Yapılan bu çalışmada, 2018 yılı itibariyle Türkiye'ye en çok turist gönderen 25 ülke ile Türkiye arasında turizm sektöründe stokastik yakınsama hipotezinin geçerli olup olmadığı araştırılmıştır. Bu çalışmanın literatüre katkısı farklı yapıları test eden doğrusal olmayan birim kök testlerini kullanarak yakınsama hipotezinin test edilmiş olmasıdır. Dolayısıyla doğrusal olmayan yapıdaki beş farklı birim kök testinden LNV (1998), Sollis (2004), KSS (2003), Sollis (2009) ve OEH (2018) uygulanmıştır.

Çalışmada öncelikli olarak uygulanan ADF birim kök testi sonucunda, Türkiye'nin 2018 yılı itibariyle en büyük 25 turizm pazarından 4'ü için (Avusturya, Çin, Suudi Arabistan ve Yunanistan) yakınsamanın söz konusu olduğu sonucu elde edilmiştir.

Doğrusal olmayan birim kök testleri ile elde edilen sonuçlar bir arada değerlendirildiğinde ise; Almanya, Belçika ve Çin turizm sektörleri için stokastik yakınsama hipotezinin geçerli olmadığı ve bu üç ülke ile Türkiye arasında stokastik yakınsamanın söz konusu olmadığı bulunmuştur.

Turizm sektöründeki yakınsama hipotezini test etmek, mevcut pazarlama ve tanıtım stratejilerinin başarısını değerlendirebilmek için oldukça önemlidir. Dahası, farklı milliyetlere mensup olan turistleri belirli bir ülkeye, bu çalışma özelinde Türkiye'ye, çekmek amacıyla gelecek dönemlerde uygulanacak olan yeni pazarlama ve tanıtım stratejilerini planlamak için önemli bir kilit taşıdır. Sonuçlara göre; yakınsama hipotezinin

geçerli olduğu ülkeler için Türkiye'deki mevcut pazarlama stratejilerinin başarılı olduğu değerlendirilmektedir. Buradan hareketle; yakınsamanın var olduğu tespit edilen ülkeler için daha uygun ve dikkat çekici, yeni pazarlama stratejileri araştırılıp uygulanarak Türkiye'nin pazardan aldığı pay ve de sektörden yararlanma gücünün artırılması gerektiği değerlendirilmektedir. Bu sayede, yakınsak ülkelerden turist çekmeyi amaçlayan yeni ve daha isabetli politikalar, sonunda Türkiye'ye bu ülkelerden gelen uluslararası turist sayısını ve turizm gelirlerini artırarak ülke ekonomisine ciddi katkılar sunacaktır.

Cazip tatil fırsatlarıyla ya da genç/orta/yaşlı gibi farklı yaş gruplarını göz önünde bulundurarak ilgili yaş grubuna mensup olan genel kitlenin beklenti ve muhtemel isteklerini karşılamayı hedefleyen farklı cazip paketlerle yeni stratejiler geliştirilerek alternatif politika araçları ortaya konulabilir. Bununla birlikte, turist kaynak pazarlarının coğrafik konumları, coğrafik koşul ve imkânları dikkate alınarak yaz ve kış dönemi turizmine bu çerçevede yön verilmesi yerinde bir uygulama olacaktır. Bu sayede, yakınsak ülkelerden gelen turist sayısı artırılırken ıraksak ülkelerden de turist çekilmesi başarılabılır ve bu sayede ilerleyen dönemlerde bu ülkelerle de yakınsama ilişkisinin kurulabileceği değerlendirilmektedir. Ancak, uygulanacak olan politikalar bir plan program dâhilinde hayata geçirilerek olası sıkıntı ve aksaklıklara karşı tedbir ve çözüm önerilerini de içeriyor olmalıdır.

Ayrıca, turizm pazarları için yakınsama hipotezinin geçerli olup olmadığının tespitinde, doğrusal olmayan birim kök testleri ile doğrusal birim kök testleri mukayese edildiğinde, doğrusal olmayan birim kök testlerinin farklı yapıları (doğrusal olmama/asimetri/yapısal kırılma) tespit ederek serilerdeki durağanlığı daha iyi yakalayabildiği görülmüştür.

Yapılan analizler neticesinde; birim kök testleri arasındaki değişen yapının varlığı görülmekle beraber, bu bilgiler ışığında, çalışmada yer alan serilerin doğrusal olmayan yapıda olduğu ve serilerin durağan olup olmadığının doğru tespit edilebilmesi için de uygulanan testlerin serilerin yapısına uygun olması gerektiği kanaatine varılmıştır.

Analizlerde, 25 ülkeye ait zaman serilerinin grafikleri de incelendiğinde, serilerde dalgalanmalar olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, yine grafiklere bakıldığında, serilerde yapısal şoklar ve yapısal kırılmalar olduğu gözlemlenmiş olup doğrusal olmayan bu serilerin durağanlığının tespitinde doğrusal birim kök testlerinin başarısız olması beklenen

bir sonuçtur. Bu itibarla; herhangi bir zaman serisinin analizinde, yapısına uygun olmayan yanlış bir analiz yönteminin kullanılması, durağan bir serinin durağan dışı çıkmasına ve yakınsak bir ülkenin ıraksak olarak tespit edilerek yanlış neticelere varılmasına yol açacaktır. Böylesi bir durumda, doğrusal olmayan birim kök testlerinin kullanımı bir ihtiyaç, bir gereklilik olmaktadır.

Bu çalışmanın modelini oluşturan stokastik yakınsama hipotezi ile ilgili olarak yapılan literatür araştırmasında, farklı ülkeleri ev sahibi olarak analize alan ya da aynı ülke ev sahibi olmak üzere o ülkenin farklı turist kaynaklarını araştırma kapsamına alan çalışmalar olduğu görülmüştür. Bu çalışmalardan bazıları, ilgilendikleri ülkeler arasında stokastik yakınsamanın mevcut olduğu yönünde sonuçlar elde etmişken bazıları ise stokastik yakınsamanın mevcut olmadığı yönünde sonuçlar elde etmiştir. Bunun nedeni; analize dâhil edilen ülkeler arasında gerçekten bir yakınsama ilişkisinin bulunmuyor olmasıdır. Ancak; serilere, yapılarına uygun bir birim kök testi uygulanmamış da olabilir. Bu çalışma, işte bu ihtimal göz önünde bulundurularak kapsamlı bir veri setine, hem doğrusal birim kök testi hem de 5 farklı doğrusal olmayan birim kök testi uygulanarak yapılmıştır.

Bu itibarla, bu çalışmada uygulanan doğrusal olmayan birim kök testlerinin kendi aralarında mukayese edilmesi bundan sonra yapılacak olan başka ekonometrik araştırmalara ışık tutacaktır. Bu çalışmada, LNV (1998) testi ile toplam 16 ülke, Sollis (2004) testi ile toplam 13 ülke, KSS (2003) testi ile toplam 10 ülke, Sollis (2009) testi ile toplam 12 ülke ve OEH (2018) testi ile de toplam 17 ülke ile Türkiye arasında yakınsama olduğu tespit edilmiş olup bu testlerde ortak olarak elde edilen bir diğer sonuç da; Almanya, Belçika ve Çin ile Türkiye arasında stokastik bir yakınsamanın kesinlikle söz konusu olmadığı şeklindedir. Her bir testin farklı serileri (ülkeleri) durağandışı veya yakınsak bulması, seriler arasındaki farklı yapıları ortaya koymuştur.

Türkiye ile arasında stokastik bir yakınsamanın kesinlikle söz konusu olmadığı Almanya ve Belçika batı avrupa ülkelerinden olup elde edilen bu sonuç Türkiye ile bu ülkeler arasında kültür turizminin yetersiz olduğu yönünde değerlendirilmektedir. Ayrıca, analizde yer alan diğer batı avrupa ülkelerinden Fransa, Hollanda ve İngiltere için de elde edilen sonuçlar, uygulanan birim kök testine göre değişkenlik göstermektedir. Buradan hareketle; bu batı avrupa ülkelerine yönelik olarak Türkiye’de süreklilik arz eden bir kültür turizminin var olmadığı değerlendirilmektedir.

Doğrusal olmayan birim kök test yöntemleri sonuçlarına göre Türkiye ile arasında stokastik bir yakınsamanın söz konusu olmadığı tespit edilen Çin'in, doğrusal birim kök testi olan ADF testi sonuçlarına göre, durağan olduğu tespit edilmiş olup turizm sektörü bakımından Türkiye ile doğrusal yapıda yakınsak olduğu sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar ışığında; Şekil 5.2'de yer alan ülkelere ait zaman serileri grafikleri tekrar incelendiğinde, Çin'e ait " y_{it} " serisinin doğrusal yapıda olduğu ve 2008-2018 yılları arasında Çin'den Türkiye'ye gelen turist sayısında yıllar içerisinde artış yaşandığı görülebilmektedir.

Ayrıca, Suudi Arabistan için de Çin'e benzer sonuçlar elde edilmiştir. Doğrusal olmayan birim kök test yöntemlerine göre; yalnızca yapısal kırılmaya izin verilen durumlarda Suudi Arabistan'nın Türkiye ile yakınsak olduğu sonucuna varılabilmektedir. Suudi Arabistan turizm piyasalarında rejimler arasında ortalamaya dönüşün asimetrik olduğu da (TAR tipinde) tespit edilmiştir. Ancak; bunlara karşılık, tıpkı Çin için olduğu gibi, doğrusal birim kök testi olan ADF testi uygulandığında ise serinin durağan olduğu tespit edilmiştir. Şekil 5.2'de yer alan ülkelere ait zaman serileri grafikleri de incelendiğinde, Suudi Arabistan'a ait " y_{it} " serisinin doğrusal yapıda olduğu ve 2008-2018 yılları arasında Suudi Arabistan'dan Türkiye'ye gelen turist sayısında artış yaşandığı görülebilmektedir.

Sonuçlarda, özellikle dikkat çeken bir diğer sonuçta Rusya'ya aittir. Rusya'ya ait zaman serisinin, çalışmada yer alan doğrusal olmayan birim kök test yöntemlerinin çoğu tarafından durağan olduğu ve ülkenin turizm sektörü bakımından Türkiye ile yakınsak olduğu tespit edilmiştir. Ancak, yapısal kırılmanın varlığını inceleyen doğrusal olmayan birim kök test yöntemleri tarafından Türkiye'ye ıraksak olduğu tespit edilmiştir. Rusya'da ortalamaya geri dönüşlerin asimetrik (LSTAR tipi) olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar ışığında; daha öncede belirtildiği üzere, serilere uygulanan birim kök test yöntemlerinin serilerin yapısına uygun olması gerektiğinin önemi ve gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Zira, Şekil 5.2'de Rusya'ya ait zaman serisinin grafiği incelendiğinde; seride herhangi bir yapısal kırılmanın olmadığı, seride sadece geçici bir şok etkisi olduğu açıkça görülebilmektedir.

Bu analizler neticesinde; yakınsamanın söz konusu olmadığı ülkeler de tespit edilmiş olup bu sonuçlar, bize bu ülkelere yönelik pazarlama stratejilerinin etkili ve yeterli olmadığını göstermektedir. Yakınsak olmayan bu ülkelere yönelik mevcut pazarlama politikalarının gözden geçirilerek yeniden en doğru biçimde düzenlenmesi gerekmektedir. Bu ülkelerden

gelen turist sayılarını artırmaya yönelik yapılacak olan doğru çalışmalar da, Türkiye'ye gelen toplam turist sayısını artıracaktır.

Yakınsak olmayan ülkelerin vatandaşlarının neden seyahat için Türkiye'yi tercih etmediklerini araştıran ve bu durumun nedenlerini ortaya koyan çalışmaların yapılmasının, turizm sektörü kaynaklarının israfını önlemek, harcanan her bir kuruşu ve verilen emeği kazanca dönüştürmek açısından Türkiye için oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılacak bu araştırmaların sonuçları doğrultusunda, bu ülkelere yönelik olarak politika yapıcıları tarafından daha önce denenmemiş yeni pazarlama stratejilerinin geliştirilebileceği, bu vatandaşların Türkiye'ye seyahat konusunda muhtemel çekincelerini giderecek tanıtım organizasyonlarının gerek devlet gerekse özel sektör tarafından yapılarak bu pazarlardan da turist çekilebileceği ve böylece ilerleyen dönemlerde bu çalışmaların neticesinde bu ülkelerle de yakınsamanın söz konusu olabileceği değerlendirilmektedir.



KAYNAKLAR

- Abbott, A., Vita, G., D., Altınay, L. (2012). “Revisiting The Convergence Hypothesis for Tourism Markets: Evidence From Turkey Using The Pairwise Approach”. *Tourism Management*, 33, 537-544.
- Adalıoğlu, S. (2005). *Türkiye Ekonomisinde Turizm Sektörünün Yeri ve Dış Turizm Talep Tahmini*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. (3. baskı). Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akoğlu, T. (1979). *Turizm Olay ve Ekonomisine Toplu Bakış*. İstanbul: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu Yayını.
- Alaca B., A. (1997). *Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Alper, A., E., Demiral, M. (2017). “Türkiye’nin Turizm Piyasaları için Yakınsama Hipotezinin Testi: Fourier Durağanlık Analizi Bulguları”. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 205-213.
- Ateş, S. (1996). “Ekonomik Büyümeye Yaklaşımlar ve Yakınsama Sorunu”. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 79-103.
- Barutçugil, İ., S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- Becker, R., Enders, W. ve Lee, J. (2006). “A Stationarity Test in the Presence of an Unknown Number of Smooth Breaks”. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3), 381-409.
- Bozkurt, K., Bahar, O. (2015). “Turizm Gelirlerine Yönelik Bir Yakınsama Analizi”. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 15, 157-178.
- Bozok, D. (1996). *Türkiye’ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri*, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bulut, E. (1998). *Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bulut, E. (2000). “Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi”. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 71-86.
- Carrion-i-Silvestre, J. L., Barrio-Castro, T. D., ve Lopez-Bazo, E. (2005). “Breaking the panels: an application to the GDP per capita”. *Econometrics Journal*, 8, 159–175.
- Ceylan, R. (2010). “Yakınsama Hipotezi: Teorik Tartışmalar”. *Sosyoekonomi*, 11, 47-60.

- Çuhadar, M. (2006). *Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Dawson, J., W., Strazicich, M. (2010). "Time-Series Tests of Income Convergence with Two Structural Breaks: Evidence from 29 Countries". *Applied Economics Letters*, 17, 909-912.
- Demirtaş, N. (2010). *Turizm Mevzuatı (1. Baskı)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları, 352-354.
- Enders, W., Granger, C. W. J. (1998). "Unit-Root Tests and Asymmetric Adjustment with an Example Using the Term Structure of Interest Rates." *Journal of Business and Economic Statistics*, 16(3), 304-311.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 37.
- Evliyaoğlu, S. (1989). *Genel Turizm Bilgisi*. Ankara.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (2018). *Tourism Principles and Practice. (8th ed.)*. London: Pearson Education, 7-18.
- Goeldner, C., R., Brent Ritchie, J., R. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. (10th ed.). New Jersey: John Wiley and Sons Inc., 8.
- Günel, Ö., D. (2009). *Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Issa, I., A., Altınay L. (2006). "Impacts of Political Instability on Tourism Planning and Development: The Case of Lebanon". *Tourism Economics*, 2006, 12(3), 361–381.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi (3. Basım)*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İnan, B. (2009). *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Turizmi ve Bir Turizm Modeli Önerisi*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kapetanios, G., Shin, Y. and Snell, A. (2003). "Testing for A Unit Root in The Nonlinear STAR Framework". *Journal of Econometrics*, 112, 359-379.
- Kaplan, F., Öztürk, E. ve Güngör, Ş. (2017). "Is the Club Convergence Hypothesis Validy for Turkey Tourism Market". *Research in Applied Economics*, 9(3), 24-29.
- Karaca, O. (2004). "Türkiye’de Bölgeler Arası Gelir Farklılıkları: Yakınsama Var Mı?". *Ekonomist Dergisi*, 7, 1-16.
- Kozak, M., Baloğlu, Ş., Bahar, O. (2010). "Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, 56–71.

- Kozak, N., Kozak, M., A. ve Kozak, M. (2014). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar (15. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Türkiye’de Turizm*. Akoğlan Kozak, M. (Ed.) Genel Turizm Bilgisi (125-128) içinde. Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Kozak, R. (1995). *Türkiye Turizminin Ekonomik Analizi ve Gelişme Stratejileri*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Lean, H., H., Smyth, R. (2008). “Are Malaysia’s Tourism Markets Converging? Evidence from Univariate and Panel Unit Root Tests with Structural Breaks”. *Tourism Economics*, 14 (1), 97–112.
- Lee, C., G. (2009a). “Are Tourist Arrivals Stationary? Evidence from Singapore”. *International Journal of Tourism Research*, 11, 409–414.
- Lee, C., G. (2009b). “Researchnote: The Convergence Hypothesis for Tourism Markets: Evidence from Singapore”. *Tourism Economics*, 15(4), 875–881.
- Leybourne, S. J., Newbold, P. and Vougas, D. (1998). “Unit Roots and Smooth Transitions”. *Journal of Time Series Analysis*, 19, 83-97.
- Luukkonen, R., Saikkonen, P. and Teräsvirta, T. (1988). “Testing Linearity Against Smooth Transition Autoregressive Models”. *Biometrika*, 75, 491-499.
- Narayan, P., K. (2006). “Are Australia’s Tourism Markets Converging?”. *Applied Economics*, 38(10), 1153-1162.
- Narayan, P., K. (2007). “Testing Convergence of Fiji’s Tourism Markets”. *Pacific Economic Review*, 12(5), 651–663.
- Omay, T., Emirmahmutoğlu, F. and Hasanov, M. (2018). “Structural Break, Non Linearity and Asymmetry: A Re-Examination of PPP Proposition”. *Applied Economics*, 50(12), 1289-1308.
- Özcan, B., Erdoğan, S. (2017). “Are Turkey’s Tourism Markets Converging? Evidence From The Two-Step LM and Three-Step RALS-LM Unit Root Tests”. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 425-442.
- Özcan, B. (2014). *Do Tourism Markets of Turkey Converge?* Paper Presented at the 10th International Academic Conference, Vienna.
- Özcan, C., C. (2013). *Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi*. Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye’nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*. Ankara: T.C. Turizm Bankası AŞ Yayınları.
- Proença, S., Soukiazis, E. (2008). “Tourism As An Economic Growth Factor: A Case Study for Southern European Countries”. *Tourism Economics*, 2008, 14(4), 791–806.

- Sarkım, M. (1997). *Türkiye'ye Olan Turizm Talebinin Tahmini*, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Sivil, H., İ. (2007). *Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye Turizmi*, Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Smith, S., L., J. (2003). *Tourism Analysis: A Handbook (2nd ed.)*. New York: Routledge, 18-19.
- Solarin, S., A. (2014). "Revisiting the Convergence Hypothesis of Tourism Markets: Evidence from South Africa". *Margin-The Journal of Applied Economic Research*, 8(1), 77-92.
- Solarin, S., A., Lean, H., H. (2014) "Nonlinearity Convergence of Tourism Markets in Seychelles". *Current Issues in Tourism*, 17(6), 475-479.
- Sollis, R., Leybourne, S., J. and Newbold, P. (2002). "Tests for symmetric and asymmetric nonlinear mean reversion in real exchange rates". *Journal of Money, Credit and Banking*, 34, 686-700.
- Sollis, R. (2004). "Asymmetric Adjustment and Smooth Transitions: A Combination of Some Unit Root Tests". *Journal of Time Series Analysis*, 25(3), 409-417.
- Sollis, R. (2009). "A Simple Unit Root Test Against Asymmetric STAR Nonlinearity with An Application to Real Exchangerates in Nordic Countries". *Economic Modelling*, 26, 118-125.
- Şahin, A. (1990). *İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. İstanbul: Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği.
- Şahin, G. (2006). "Atatürk Döneminde Batı'daki Olumsuz Türk ve Türkiye İmajını Düzeltme Çabaları ve Türk Seyyahin Cemiyeti'nin Bu Konudaki Çalışmaları". *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 137-160.
- Tan, S., H., Tan, S., K. (2013). "Research Note: Are Singapore's Tourism Markets Converging with Structural Breaks?". *Tourism Economics*, 19(1), 209-216.
- Türk Dil Kurumu. (1992). *Türkçe Sözlük*. İstanbul: Milliyet Tesisleri.
- Ulu, E., A. (2010). *Türkiye'de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Unur, K. (2002). *Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler ve Türkiye'nin Aktif Dış Turizm Gelirlerinin Ölçümü için Bir Model Önerisi*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ürger, S. (1992). *Genel Turizm Bilgisi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- World Tourism Organization. (2018a). *2017 Annual Report*. Madrid: World Tourism Organization, 6-11.

World Tourism Organization. (2018b). *Tourism Highlights, 2017 Edition*. Madrid: World Tourism Organization, 2-8.

Yilanci, V., Eris, Z., A. (2012). “Are Tourism Markets of Turkey Converging or Not? A Fourier Stationary Analysis”. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 207-216.







Ek Çizelge1. Ükelere ait ADF birim kök testi sonuçları

Ülke	ADF test ist.	p-değeri
ABD	-2.3807	0.3878
Almanya	-1.6502	0.7674
Avusturya	-3.4491**	0.0495
Azerbaycan	-2.9725	0.1441
Belçika	-2.7420	0.2218
Bulgaristan	-3.0041	0.1352
Çin	-3.8750**	0.0158
Danimarka	-1.6037	0.7864
Fransa	-2.3341	0.4124
Gürcistan	-2.8031	0.1989
Hollanda	-2.9755	0.1432
İngiltere	-3.3858	0.0578
Irak	-3.0012	0.1360
İran	-3.0511	0.1227
İsrail	-2.5011	0.3272
İsveç	-.18438	0.6776
İtalya	-1.6855	0.7522
Kazakistan	-2.0612	0.5620
Polonya	-1.5791	0.7961
Romanya	-2.4113	0.3720
Rusya	-2.7495	0.2190
Suudi Arabistan	-6.6437*	0.0000
Ukrayna	-2.3725	0.3921
Ürdün	-2.3107	0.4248
Yunanistan	-5.3783*	0.0001
Not: * ve ** sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılığı göstermektedir.		

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Nuriye TOPYILDIZ
Uyruğu : Türkiye Cumhuriyeti
Doğum Yeri ve Tarihi : Ankara, 1990
Telefon : -
E-posta : nuriye.topyildiz@meb.gov.tr

Eğitim

Derece	Adı	Mezuniyet Yılı
Lise	: Çağrıbey Anadolu Lisesi/ Ankara	2008
Üniversite	: Hacettepe Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü	2012
Yüksek Lisans	: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri A.B.D.	Devam ediyor

İş Deneyimleri

Yıl	Kurum	Görev / Unvan
2014-2015	Sosyal Güvenlik Kurumu	Sosyal Güvenlik Denetmen Yardımcısı
2015-2019	Millî Eğitim Bakanlığı	Millî Eğitim Uzman Yardımcısı
2019-...	Millî Eğitim Bakanlığı	Millî Eğitim Uzmanı
2018-...	Millî Eğitim Bakanlığı	Bakan Yardımcısı Özel Kalem Müdürü

Uzmanlık Alanı : Ekonometri, İstatistik, Veri Madenciliği

Yabancı Diller : İngilizce

Yayınlar / Tezler : Topyıldız, N. (2018). *Cumhuriyet Dönemi Boyunca Eğitim Harcamalarının İktisadi Büyüme ile İlişkisinin Ekonometrik Analizi*. Millî Eğitim Bakanlığı, Millî Eğitim Uzmanlık Tezi, Ankara.



GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR...



Gazili olmak ayrıcalıktır

