



T.C.
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TÜRKİYE’DE TURİZM ENFLASYON İLİŞKİSİNİN AMPİRİK ANALİZİ

Hülya BALIM
1830202015

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Doç. Dr. Ayşe DURGUN KAYGISIZ

ISPARTA -2022

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI





T.C
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Türkiye’de Turizm Enflasyon İlişkisi Ve Ampirik Analizi” adlı çalışmamın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’ da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

Hülya BALIM
07.12.2021

(BALIM, Hülya, *Türkiye’de Turizm Enflasyon İlişkisi Ve Ampirik Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, 2022)

ÖZET

Turizm sektörü, tüm ülkeler için önemli bir ekonomik kaynaktır. Ülkelerin makroekonomik göstergeleri ve ekonomik performansı üzerinde önemli etkileri vardır. Turizm talebinin yükseldiği dönemlerde görünmez ihracat kalemi olarak gelirlerin artması gibi pozitif etkiler yaratırken, talepteki artışla birlikte dönemsel olarak bazı mal ve hizmet fiyatlarında artışlar gözlenmektedir.

Bu çalışmanın amacı 2008:1- 2021:9 döneminde turizmdeki gelişmelerin enflasyon üzerindeki etkisini incelemektir. Turizm talebindeki artışlar turizm alanındaki gelişmeleri temsil etmektedir. Çalışmada turizmdeki gelişmeleri temsilen ziyaretçi sayıları, enflasyonu temsilen ise tüketici fiyat endeksinin (TÜFE) turizmle ilişkili olabilecek, gıda ve alkolsüz içecek, alkollü içecek, lokanta ve konaklama, ulaşım ve eğlence alt kalemleri dikkate alınmıştır. ADF birim kök testi, ARDL sınır testi ve Granger nedensellik testleri uygulanmıştır. Nedensellik testi neticesinde sadece gıda enflasyonundan turist sayısına doğru bir nedensellik bulunmuştur. Turizm talebindeki artışların enflasyon üzerindeki etkileri değişkenler üzerinden yorumlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Turizm, Enflasyon, TÜFE, ADF, ARDL

(BALIM, Hülya, *Tourism Inflation Relationship and Empirical Analysis in Turkey*, Master Thesis, 2022)

ABSTRACT

The tourism sector is an important economic resource for all countries. It has significant effects on countries macroeconomic indicators and economic performance. While it creates positive effects such as the increase in income as an invisible export item in periods when tourism demand rises, increases in some commodities and services, along with the increase in demand, are periodically observed.

The aim of this study is to examine not only the effects of developments in tourism but the effects also on inflation within the period 2008:1- 2021:9. Increases in tourism demand represent developments in tourism. The study, the number of visitors to represent developments in tourism, and the consumer price index (CPI) to represent inflation, sub-items which can be related to tourism like food and non-alcoholic beverages, alcoholic beverages, restaurants and accommodation, transportation and entertainment were taken into account. ADF unit root test, ARDL bounds test and Granger causality tests were applied. As a result of the causality test, a causality was found from only food inflation to the number of tourists. The effects of increases in tourism demand on inflation were tried to be interpreted through variables.

Keywords: Tourism, Inflation, CPI, ADF, ARDL

İÇİNDEKİLER

YÜKSEK LİSANS TEZ SINAV TUTANAĞI.....	i
YEMİN METNİ.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
TABLolar DİZİNİ.....	ix
KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
GİRİŞ	1

1. BÖLÜM ENFLASYON

1. ENFLASYON KAVRAMI TANIMI VE TARİHSEL SÜRECİ	3
2. ENFLASYONUN EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ	8
2.1. Gelir Dağılımına Etkisi.....	8
2.2. Ekonomik Dalgalanma Etkisi	9
2.3. Uluslararası Rekabet Gücüne Etkisi.....	9
2.4. İşgücü Piyasasına Etkisi	9
2.5. Ekonomik Büyümeye Etkisi	10
3. ENFLASYONLA İLİŞKİLİ BAZI KAVRAMLAR.....	10
4. ENFLASYONU ÖLÇEN ENDEKSLER.....	12
4.1. Çekirdek Enflasyon	12
4.2. Zımni GSMH Deflatörü	13
4.3. Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE)	14
4.4. Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE).....	16
5. ENFLASYON ÇEŞİTLERİ.....	17
5.1. Nedenlerine Göre Enflasyon Çeşitleri.....	17
5.1.1. Talep Enflasyonu.....	18
5.1.2. Maliyet (Arz) Enflasyonu	19
5.1.3. Yapısal Enflasyon.....	21
5.2. Gelişme Sürecine Göre Enflasyon Çeşitleri	22
5.2.1. Açık Enflasyon	22
5.2.2. Gizli Enflasyon.....	22
5.2.3. İthal Enflasyon	23
5.3. Hızına Göre Enflasyon Çeşitleri	24
5.3.1. İlmli Enflasyon.....	24
5.3.2. Yüksek Enflasyon.....	25
5.3.3. Hiperenflasyon	26

6. ENFLASYON MALİYETLERİ.....	26
6.1. Beklenen Enflasyon Maliyetleri.....	27
6.1.1. Ayakkabı Eskitme Maliyeti	27
6.1.2. Menü Maliyetleri.....	28
6.1.3. Enflasyon Vergisi	28
6.1.4. Vergi Bozulmaları	28
6.1.5. Olivera- Tanzi Etkisi	29
6.1.6. Hesap Birimi Maliyeti	29
6.2. Beklenmeyen Enflasyon Maliyetleri.....	30
6.2.1. Borçlu ve Alacaklılar Üzerine Etkisi.....	30
6.2.2. Servetin ve Gelirin Yeniden Transferi Etkisi.....	31
6.2.3. Yatırımlar ve Büyüme üzerine Etkisi	31

2. BÖLÜM

TURİZM, TURİZM KAVRAMI VE EKONOMİK ETKİLERİ

1. TURİZM KAVRAMI VE TANIMI	33
2. TURİST VE GÜNÜBİRLİKÇİ TANIMI.....	37
3. TURİZM ÇEŞİTLERİ VE SINIFLANDIRILMASI.....	38
3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm	39
3.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm	40
3.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm.....	40
3.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre Turizm	41
3.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm	42
4. TURİZMİN ETKİLERİ	45
5. TURİZMİN EKONOMİ ÜZERİNE ETKİLERİ	45
5.1. Turizmin Olumlu Etkileri	46
5.1.1. Ödemeler Dengesine Etkisi.....	46
5.1.2. Gelir Yaratıcı Etkisi.....	47
5.1.3. Turizmin İstihdam Üzerine Etkileri.....	50
5.1.4. Turizmin Bölgelerarası Gelişmeye Etkisi.....	51
5.1.5. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi	52
5.2. Turizmin Olumsuz Etkileri	54
5.2.1. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi	54
5.2.2. Turizmin İthalat Üzerine Etkisi.....	56
5.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Üzerine Etkisi	56
5.2.4. Turizmin Dışsallık Üzerine Etkisi	57
5.2.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi.....	58
5.2.6. Turizmin Yabancı Sermaye Üzerine Etkisi	59

3. BÖLÜM

ENFLASYON VE TURİZM İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

1. TURİZMİN ENFLASYONA ETKİSİ.....	62
2. ENFLASYONUN TURİZME ETKİSİ.....	65
3. LİTERATÜR TARAMASI.....	68
4. ARAŞTIRMANIN AMACI VERİ SETİ VE BULGULAR.....	72
4.1. Durağanlık Testleri.....	73
4.1.1. ADF Birim Kök Testi.....	74
4.2. Eşbütünleme Analizi	76
4.2.1. ARDL Sınır Testi Yaklaşımı.....	77
4.3. Var Analizi ve Granger Nedensellik Testi	82
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	87
KAYNAKÇA.....	92
ÖZGEÇMİŞ	106

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Enflasyonun Ekonomi Üzerindeki Etkileri	8
Şekil 2. Talep Enflasyonu	19
Şekil 3. Maliyet (Arz) Enflasyonu.....	20
Şekil 4. Turizmde Çarpan Etkisi	49
Şekil 5. Turizmin Olumsuz Etkileri.....	54
Şekil 6. Karakteristik Kökler (AR Roots).....	84



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Tarihte 20. Yüzyıl Öncesi En Önemli Enflasyonlar.....	5
Tablo 2. Osmanlı Dönemi Fiyat Hareketleri	6
Tablo 3. Ana Harcama Grubu Ağırlık ve Değişim Oranları (%).....	15
Tablo 4. 2008 - 2020 Yılları ÜFE ve TÜFE Oranları (%)	17
Tablo 5. Hızına Göre Enflasyon Çeşitleri	24
Tablo 6. Turistik Aktiviteler ve Etkileşim Alanları	36
Tablo 7. Yıllara Göre Ülkemize Gelen Ziyaretçiler (Turist + Günöbirlükçi = Ziyaretçi)	38
Tablo 8. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	45
Tablo 9. Turizm Gelir ve Giderleri (Milyon \$)	47
Tablo 10. Turizmde Pozitif ve Negatif Dışsallıklar	58
Tablo 11. Yıllara Göre TÜFE ve ÜFE % Değişim ile Toplam Ziyaretçi Sayısı	67
Tablo 12. Değişkenler ve Tanımları.....	73
Tablo 13. ADF Birim Kök Testi Sonuçları	76
Tablo 14. ARDL Modeli İçin Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi (Model 1)	79
Tablo 15. ARDL Sınır Testi Sonuçları (Model 1)	80
Tablo 16. ARDL Modeli İçin Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi (Model 2)	81
Tablo 17. ARDL Sınır Testi Sonuçları (Model 2)	81
Tablo 18. VAR Analizinde Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi.....	84
Tablo 19. Otokorelasyon LM Testi Sonuçları	85
Tablo 20. Değişen Varyans Test.....	85
Tablo 21. Granger Nedensellik Testi Sonuçları.....	86

KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ADF	: Augmented Dickey-Fuller
ARDL	: Otoresif Dağıtılmış Gecikme Modeli (Autoregressive Distributed Lag Model)
DUM	: Kukla Değişken (Dummy Variables)
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
KDV	: Katma Değer Vergisi
M.Ö	: Milattan Önce
ÖTV	: Özel Tüketim Vergisi
TCBM	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TÜFE	: Tüketici Fiyat Endeksi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)
ÜFE	: Üretici Fiyat Endeksi
VAR	: Vektör Özgecikmeli (Vector Autoregression)

GİRİŞ

İnsanların yaşamları boyunca başka yerleri görme arzusu ile başlayan turizm serüveni, gelişen teknoloji ile birlikte farklı bir boyut kazanarak bugünkü şeklini almıştır. Gezip görme arzusu olarak başladığımız turizm yolculuğu ulaşımda yaşanan kolaylıklar ile birlikte dünyayı keşfetmeyi sağlamıştır. Turizm bireyler açısından boş zaman değerlendirme, eğlence ve kültür olanakları sağlarken, ülke ekonomileri açısından da büyük önem taşımaktadır.

Turizmin ülke ekonomilerine pek çok olumlu katkısı bulunmaktadır. Sektör birçok makroekonomik etkiye sahiptir. Gelişen ve büyüyen turizm sektörü, dış ihracatın artırılması, yeni iş sahalarının açılması, döviz girdisi sağlanması, dış borç ödemelerine olan katkısı, büyüme gibi birçok etkiye sahiptir. Bu etkiler yanı sıra sosyal ve kültürel pek çok alanı da etkilemektedir. Turizm küresel anlamda toplumları birbirlerine yaklaştıran bir rol üstlenmektedir. Birbirleri ile etkileşim halinde olan toplumlarda anlayış ve barış kültürü gelişmektedir. Turizm yerel halk üzerinde ise yaşam standartlarının iyileştirilmesi, bölgesel ticaretin artması ve tarihi mirasın korunması gibi olumlu etkiler yaratmaktadır.

Ülkeler ekonomik olarak değerlendirildiklerinde, turizm sektörünün dünya ticaretinin en önemli parçalarından biri olduğu görülmektedir. Turizm talebinin yoğun olduğu ülkelerde ülkelerin ihracat gelirlerinin artması ile döviz rezervlerinde artış sağlandığı görülmektedir. Artan gelirler ile ülke ekonomilerinde büyüme ve kalkınmanın yaşandığı görülmüştür. Turizm gelirlerini arttırmayı hedefleyen ülkeler sektöre kaynak aktarımı yaparak yatak ve kapasite oranlarını arttırmayı hedeflemektedir.

Bacasız sanayi olarak gösterilen turizm sektöründe pastadan pay kapma yarışında olan ülkeler ciddi bir rekabete girmiş ve özellikle gelişmekte olan ülkeler turizm yatırımlarına ciddi teşvikler vererek rekabete katılmayı amaçlamışlardır. Turizm sektörüne yapılan teşvikler ile yerli ve yabancı yatırımcılar için çekiciliğin artırılması amaçlanmıştır. Özellikle turizm alanında deneyimli yatırımcıları çekmek bilgi ve deneyimlerinden faydalanmak için oldukça önem arz etmektedir.

Özellikle üst gelir grubuna dâhil olan turist çekmek önem kazanmaktadır. Bunun için doğru yatırımlar yapılması, eğitilmiş ve deneyimli personel, lüks eğlence ve konaklama hizmetleri gibi pek çok etmen gerekmektedir. Turizm gelirlerinden daha fazla pay almak için doğru stratejiler geliştirip, gerekli tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir. Bunları gerçekleştiren ülkelerin turizmden daha yüksek oranda fayda sağladığı görülmektedir.

Zaman içerisinde artan turizm gelirlerinin makroekonomik değişkenler ile ilişkisi merak edilmeye başlanmış ve bu alanda birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda turizmin büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiş ve istihdam, döviz kuru ve enflasyon gibi değişkenlerle de ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Tez üç bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde enflasyon tüm yönleri ile ele alınmaya çalışılarak alt dalları ile birlikte açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci bölümde ise turizm kavramları ile turizmin çeşitleri açıklanarak turizm hakkında genel bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde ise tez konusu ile alakalı literatür çalışması yapılarak yerli ve yabancı kaynaklar taranmış ve turizm talebindeki artışların fiyatlar genel seviyesi üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmıştır.

1. BÖLÜM

ENFLASYON

1. ENFLASYON KAVRAMI TANIMI VE TARİHSEL SÜRECİ

Latince bir kökene sahip olan enflasyon kelimesi “flare” fiilinden gelmektedir. Kelimeye eklenen “in” eki ile “inflare” olarak türetilmiştir. Şişme ve şişirmek anlamlarına gelmektedir. Fransızca bir kelime olan “inflation” dilimize enflasyon olarak geçmiştir. Enflasyon kelimesinin ilk defa Amerikan İç Savaşı esnasında kullanıldığı tahmin edilmektedir (Paya, 2013: 438). Enflasyon denilince akla ilk gelen ise fiyatlar genel düzeyindeki devamlı yükselmelerdir (Gönensay, 1978: 94).

Enflasyon ile ilgili pek çok tanım karşımıza çıkmaktadır. Enflasyon, ekonomik yaşamda para değerinin düşmesine ve fiyatların yükselmesine yol açan ekonomik bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu olay fiyatların devamlı bir şekilde artmasıyla paranın satın alma gücünün azalması sonucunda oluşmaktadır (Birinci, 1989: 19). Fiyat artışları ister sürekli ister ara ara olsun, bu şekildeki sürekli artışlar enflasyon olarak tanımlanmaktadır (Düğer ve Dulupçu, 2000: 430).

Yapılan literatür taramalarında enflasyonun nedenleri ve etkileri üzerinde duran pek çok çalışma göze çarpmaktadır. Bunlardan bazılarında yer alan tanımlar ise (Frisch, 1983: 10-11);

- Enflasyon, toplam ya da kişi başına düşen para stokunun veya gelirin artmasının bir sonucudur.
- Enflasyon, paranın satın alma gücünün azaldığı toplam talep fazlası durumudur.
- Enflasyon, fiyatlar genel düzeyinde, tahmin edilemeyen bir sonraki dönemi devamlı olarak tetikleyen, istihdamı ve reel çıktı düzeyini arttırmayan parasal yönden kaynaklanan, belirli bir oranın üzerinde olan dolaylı vergiler ile teşviklerin dışarıda bırakıldığı net fiyatlar üzerinden hesaplanan artışlardır.

- Enflasyon, ulusal paranın diğer ülke para birimleri karşısında satın alma gücü ve aynı zamanda değerini kaybetmesidir.

Fiyatlar genel düzeyinde gerçekleşen her artışı enflasyon olarak tanımlamak doğru olmayabilir. Örneğin mevsimsel dalgalanmalar yaşayan tarım ürünleri üzerinde fiyat değişimleri gerçekleşebilir. Bu fiyat artışları ve düşüşleri ekonomik süreçten değil doğal olaylardan kaynaklanabilmektedir. Birkaç üründe meydana gelen fiyat değişimleri enflasyonu açıklamada tek başına yeterli değildir. Enflasyondan bahsedebilmemiz için hemen hemen bütün malların ve hizmetlerin fiyatlarının yükselmesi gerekmektedir (Kafaoğlu, 1981: 13). Enflasyonun oluşmasındaki nedenler ise (Ulaş, 2010: 5);

- Ülkeye karşılıksız olarak dış piyasalardan giren para, altın, döviz miktarının artması,
- Ülkedeki toplam harcamaların toplam gelirlerden daha fazla olması,
- Üretim miktarının çeşitli nedenlerle azalması,
- Üretim faktörlerinin fiyatlarındaki artışların fazla olması,
- Tedavüldeki para arzının artması,
- Teknolojik yenilikler, yapısal bozukluklar veya yetersizlikler olarak sayılabilir.

Enflasyonun tarih içindeki serüvenine baktığımızda, bilinen kaynaklara göre M.S. 2. yüzyıla kadar uzanan bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir (Doğruel ve Doğruel, 2005: 12). Paarlberg (1993) tarafından hazırlanan ve tarihe damga vuran enflasyonların dikkate alındığı listeye göre, tarihin ilk büyük enflasyonu Eski Roma'da gerçekleşti. Eski Roma'da gerçekleşen enflasyonun ortaya çıkış sebebi ise metal para ayarının düşürülmesi olarak gösterilmiştir (Paarlberg, 1993: 7). Avrupa'da 16. Yüzyılda meydana gelen fiyat devrimi ile daha önceki dönemlerde meydana gelen ılımlı enflasyon süreci ortadan kalkmış ve hızlı bir fiyat artışı meydana gelmiştir. 16. yüzyılda başlayıp 100-150 yıl süren bu süreçte Batı ve Güney Avrupa olmak üzere diğer bölgelerde de hızlı bir artış eğilimi yaşanmıştır (Pamuk, 1999: 105). Bu geçen süre boyunca fiyatlar sekiz kat yükselmiştir.

16. yüzyılda meydana gelen enflasyon oranları ise İtalya’da yıllık oran %1’ler düzeyindeyken, İngiltere için yıllık %1,5 olarak gerçekleşmiştir. Orta çağda meydana gelen enflasyonun nedenleri ise (Pamuk, 1999: 105);

- Mali dengenin bozulması, oluşan bütçe açıkları ve devlete ek gelir sağlama ihtiyacı,
- Ekonomik sistemde artan para talebi, dolaşımdaki para miktarının arttırılması,
- Darphanelerin kötü işletilmesi,
- Dolaşımdaki sikkelerin eskimesi,
- Kullanım nedeniyle küçülmeleri ve tahrip olmaları, olarak sıralanabilir.

18. yüzyılda meydana gelen enflasyon kâğıt para enflasyonu iken, 19. yüzyılda ise ortaya çıkan enflasyon süreci Amerika’da meydana gelen iç savaşlar döneminde yaşanmıştır (Doğruel ve Doğruel, 2005: 12). 20. yüzyılda ise yaşanan savaşlar ve politik sorunlar, salgınlar, uygulanan ekonomi politikalarının yanlışlıkları tüm dünyada yüksek enflasyon oranlarının yaşanmasına yol açmıştır (Güran, 2012: 198-199).

Tablo 1’de 20. yüzyıl öncesi bazı devletlerde yaşanan enflasyon oranları verilmiştir. Fransız ihtilali döneminde yüksek enflasyon yaşandığı görülmektedir.

Tablo 1. Tarihte 20. Yüzyıl Öncesi En Önemli Enflasyonlar

	Enflasyon Dönemi	Yükselmenin Sonunda Tüketici Fiyat Endeksi (Başlangıç Tarihi 1)	Yüzde Olarak Ortalama Yıllık Artış
Eski Roma	150-301 150-301	200 200	5.6 5.6
Çin Çin (Sung Dynasty)	1191-1240 1191-1240	-	6.4 6.4
Avrupa (Siyah Ölüm / Veba) (c)	1348-1351	2.4	5.8 (a)
İspanya	1501-1600	4.2	1.5
Fransız Devrimi	1790-1796	285	157
Kuzey ABD İç Savaşı	1861-1864	2.1	28
Güney ABD İç Savaşı	1861-1865	91	209
(a) Yüzde olarak yıllık artış geometrik olarak hesaplanmıştır. (b) Bilgi yok. (c) İngiltere’de buğday fiyatları dikkate alınmıştır.			

Kaynak: (Doğruel ve Doğruel, 2005: 12)

Osmanlı döneminde enflasyonla ilgili gelişmeler 1580 yılına kadar Avrupa ile benzerlikler gösterirken daha sonra kendine özgü bir hal almıştır. 1500’lü yıllardan 1600’lü yıllara gelindiğinde fiyatların altı kat arttığı görülmektedir (Pamuk, 1999:113-116). Bu dönemde yaşanan hızlı enflasyon sürecinin ana nedeni yüksek oranda uygulanan taşı¹ işlemidir.

Osmanlı döneminde 17. yüzyılda yüksek giderlere sebep olan savaş harcamaları ve azalan tarım üretimi ile ekonomi olumsuz etkilenmiştir. 1780-1850 yılları arasında ise fiyatların 12 ila 15 kat arasında artış gösterdiği görülmüştür (Aysan, 2018: 103).

Tablo 2. Osmanlı Dönemi Fiyat Hareketleri

Dönemler	Fiyat ve Parayla İlgili Temel Özellikler	Paranın İçindeki Gümüş Miktarında Azalma (yıllık yüzde)	Enflasyon (yıllık yüzde)
I. Dönem 1469-1585	İstikrarlı para	0.52	1.13
II. Dönem 1585-1690	Para ve fiyatlarda yüksek derecede istikrarsızlık	0.30	0.67
III. Dönem 1690-1768	İstikrarlı para ve fiyatlar	0.30	0.44
IV. Dönem 1769-1843	Osmanlı tarihinde en hızlı oranda para değerinin düşürüldüğü dönem; yüksek enflasyon; reel ücretlerde yükselme	3.49	3.81
V. Dönem 1844-1914	İstikrarlı para ve fiyatlar	-	0.67

Kaynak: (Doğruel ve Doğruel, 2005: 20)

Tablo 2’de Osmanlı dönemindeki fiyat hareketleri verilmiştir. Enflasyonun yıllık olarak en fazla olduğu dönem ise 1796-1843 yıllarıdır. Bu dönem itibari ile enflasyon yıllık %3,81 olarak gerçekleşmiştir,

¹ Taşı: Değerli madenlerin içerisine daha değersiz madenlerin katılarak gerçek değerinin düşürülmesi işlemidir. Böylece üzerinde yazılı olan değer aynı kalsa da gerçek değeri düşmektedir.

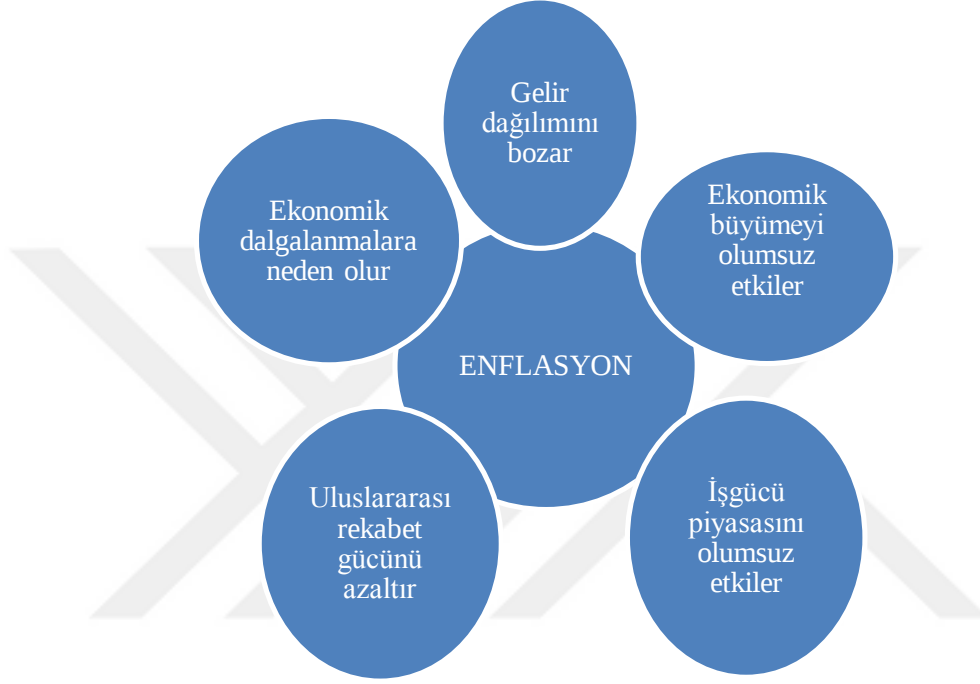
Cumhuriyet döneminde ise dünya genelinde yaşanan 1929 Buhranı ile ekonomiler sarsılmış deflasyonun etkisi ile enflasyon % 1'in altında gerçekleşmiştir. TCMB verilerine göre İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde ise yaklaşık % 13,3'ler civarında enflasyon yaşanmıştır. Tüfe endeksinden yararlanılarak Türkiye'de enflasyon oranları değişimi ise aşağıda verilmiştir (Uysal, 2007: 22);

- 1939-1949 döneminde yıllık enflasyon ortalama olarak yüzde 14,3 iken,
- 1950-1959 döneminde yüzde 8,8'e gerilemiştir.
- 1960-1969 yılları arasında yüzde 4,4 ile gerçekleşmiştir, izleyen dönemlerde enflasyon ortalamalarının giderek yükseldiği görülmüştür.
- 1980-1989 döneminde yüzde 50,7 olmuştur.
- 1990-2006 döneminde ise yüzde 57,1 düzeyine ulaşmıştır.

Türkiye Cumhuriyeti 2002-2007 yılları arasında ekonomik anlamda olumlu gelişmeler sonucu enflasyon oranlarında belirgin düşüşler yaşanmıştır (Özatay, 2015: 11). 2004 yılından itibaren enflasyon %10'un altında gerçekleşmiştir. 2008 yılında meydana gelen küresel kriz sonucunda ise ekonomik büyüme oranları etkilense de enflasyon 2008-2009 yıllarında %8,4 ve %6,5 olarak gerçekleşmiştir. 2010-2017 döneminde enflasyon ortalaması tahminlerin üzerine çıkarak %8,5 olarak gerçekleşmiştir (Çiçen, 2018: 78). 2018 yılında ise döviz kurlarında meydana gelen ani yükselişler ve gıda fiyatlarında meydana gelen belirgin artışlar sonucunda enflasyonun %20,3'e kadar yükseldiği görülmektedir (Halkbank, 2018: 1). 2019 yılında bir önceki yıla göre düşüş yaşayarak %11,84 olarak gerçekleşmiş olsa da 2020 yılında yaşanan Covid-19 küresel salgını nedeni ile yeniden yükselişe geçerek %14,60 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında küresel salgının devam etmesi tüm dünyada ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiş, birde bunun üzerine Türkiye'de döviz kurlarında meydana gelen hareket ile enflasyon yeniden yükselmeye başlamıştır. Nisan 2021'de TCMB tarafından yapılan yılsonu enflasyon tahminlerinde ise enflasyonun %13,12 olması beklenmektedir (TCMB, 2021: 1). TCMB' nin yaptığı tahminler doğru çıkmamış ve Covid-19 sürecine ek olarak kurda yaşanan belirsizlikler sonucunda yılsonu enflasyon %21,31 olarak gerçekleşmiştir.

2. ENFLASYONUN EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Enflasyonun ekonomi üzerindeki etkilerine baktığımızda, gelir dağılımında bozulmalara neden olduğunu, ekonomik dalgalanmalara yol açtığını, iş gücü piyasasını olumsuz etkilediğini, uluslararası rekabet gücünü azalttığını ve ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini görmekteyiz. Bu etkiler aşağıda verilmiştir.



Şekil 1. Enflasyonun Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Kaynak: (TCMB, 2013: 7)

2.1. Gelir Dağılımına Etkisi

Enflasyonun gelir dağılımı üzerindeki olumsuz etkilerini, ücretli çalışanlar belirgin olarak yaşamaktadır. Enflasyonun, çalışanların alım güçlerini düşürdüğünü ve enflasyonist sürecin ücretlerine yapılan zamları reel olarak azalttığını söyleyebiliriz.

Enflasyonist bir ortamda tasarruf edebilme imkânı olan kesim yüksek mevduat faizlerinden yararlanırken, gelir düzeyi düşük kesimler ise bu faizlerden faydalanamaz ve gelir dağılımı giderek bozulur (TCMB, 2013: 7). Bu dönemde milli gelirin dağılımı genellikle zengin sınıf lehine değişirken sabit gelirli sınıfta gelir kayıpları yaşanmaktadır (Uysal, 1980: 255).

2.2. Ekonomik Dalgalanma Etkisi

Yükselen enflasyonun yol açtığı ekonomik dalgalanmalar, ekonomik büyümenin kalıcı olmamasına bazen de durgunluğa sebep olmaktadır. Geçici ve dengesiz büyüme iş gücü piyasası üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır (TCMB, 2013: 7). Fiyat istikrarının sağlanamaması uzun dönemli yatırım planlarını olumsuz etkilemekte ve özellikle yabancı yatırımcılara belirsiz bir süreç sunmaktadır. İster enflasyon ister deflasyon süreci olsun ekonomideki belirsizlikler bireylerin refah kaybı yaşamalarına yol açabilmektedir.

2.3. Uluslararası Rekabet Gücüne Etkisi

Fiyatlarda meydana gelen hızlı yükselişler, ihracatı olumsuz yönde etkiler ve rekabetçi piyasayı ortadan kaldırır. Azalan ihracat ile ödemeler dengesi bozulur ekonomide açıklar meydana gelir.

Enflasyonun artış trendi yaşadığı dönemlerde, sabit kur rejimi uygulanması halinde, ihracatın azaldığı görülmektedir. Bu durum ihraç malları yabancılar için pahalı, ithal malları yerleşikler için ucuz hale getirmektedir (Şahin, 2006; 364). Kısaca enflasyonist sürece sahip olan bir ekonomide net ihracat azalırken, ithalat artmaktadır (Parasız ve Ekren, 2014; 261).

Bu durum yerli firmaların gelirlerini azaltarak yatırım bütçelerini azaltmakta, teknolojik yatırım ve know-how harcamalarını azaltarak uluslararası rekabetten kopmasına neden olmaktadır.

2.4. İşgücü Piyasasına Etkisi

Enflasyonun yüksek seyrettiği dönemlerde reel ücretlerin düştüğü, istihdamın arttığı, işçiler için gelir getirici fırsatlar ortaya çıktığı söylenebilir (Talukdar, 2012: 8). Fiyatların yükselme döneminde bireylerin yarattığı talep enflasyonu fiyatları daha da yükselmekte ve maliyetlerde artışlara sebep olmaktadır. Fiyatların daha fazla yükselmesi ile alım gücünü düşürmekte ve talep azalmaktadır. Sonuçta üretim yapan firmalar üretimi kısmakta başta işgücü için olumlu seyreden hava kaybolmakta ve işçi çıkarma ile sonuçlanan bir süreç yaşanabilmektedir.

2.5. Ekonomik Büyümeye Etkisi

Enflasyonist ortamda ihtiyat güdüsü ile davranan bireyler ellerindeki nakit parayı, altın veya döviz olarak ellerinde tutma yoluna gideceklerinden kaynaklar yatırıma dönüşmez, talep artışı nedeni ile altın ve döviz fiyatları yükselir buda dolaylı yoldan enflasyonun yükselmesine sebep olur.

Enflasyonun yarattığı etkiler ise sosyo-ekonomik açıdan bireyleri etkilemektedir. Kısaca enflasyonun yarattığı sosyal sorunlar aşağıda verilmiştir (Dilik, 1976: 139);

1. Enflasyon servet ve gelir dağılımın da olumsuz değişikliklere sebep olmaktadır.
2. Enflasyon üretim ve hizmetlerin niteliğini düşürmektedir.
3. Enflasyon manevi değerlerde ve ahlak düzeyinde bozulmalara yol açmaktadır.
4. Enflasyon sosyal ve siyasal gerginliklerin doğmasına ya da artmasına yol açmaktadır.

Bununla birlikte ekonomide alacaklıların, alacaklarının reel değeri düştüğü için zarara uğradığı, artan kredi maliyetleri yüzünden borç bulma maliyetinin yükseldiğini söylemek mümkündür.

3. ENFLASYONLA İLİŞKİLİ BAZI KAVRAMLAR

Enflasyon genel itibari ile fiyatlar genel seviyesinde meydana gelen artışlar olarak tanımlanmıştır. Deflasyon, dezenflasyon, reflasyon vb. kavramlar ise enflasyonun daha doğru anlaşılmasını sağlamaktadır. Enflasyon ile ilgili bazı kavramlar aşağıda verilmiştir.

Deflasyon: Bir ekonomide yaşanan fiyat istikrarsızlığıdır ve fiyatlar genel seviyesindeki düşmeyi ifade etmektedir (Yılmaz ve Şahin, 2020: 25). Toplam arzın, toplam talepten daha fazla olduğu dönemlerde fiyatlar genel düzeyinde yaşanan düşüşe deflasyon denilmektedir. Deflasyonun nedenleri ise (Söyler, 2007: 23);

- Para ve kredi darlığı, verimliliğin gelirlere ve ihracata kıyasla aynı zaman diliminde daha hızlı artması,

- İhracatta yaşanan daralma nedeniyle dış ticaret çarpanının tersine işlemesi,
- Tüketim ve devlet harcamalarının hızında yavaşlama olması,
- Yatırımların bir önceki yıla oranla artış hızının düşmesi, olarak sayılabilir.

Dezenflasyon: Dezenflasyon, para şişkinliğini önlenmesi veya enflasyona karşı alınan tedbirler bütünü olarak tanımlanabilir (İnan, 2004: 34). Dezenflasyon, enflasyon beklenti ve belirtilerinin önlenmesi yoluyla ekonomik istikrarın korunmasıdır (Erdoğan, 2004: 53-69).

Stagflasyon: Stagflasyon kısaca durgunluk içinde enflasyon anlamına gelmektedir (Alkın, 1988: 4). Bir ekonomide enflasyon ve işsizliğin bir arada yaşanması durumunu ifade eder. Bu durum, 1970’li yıllarda petrol fiyatlarında yaşanan artış ile birlikte ekonomik koşulların kötüleştiği endüstrileşmiş ülkelerde gözlenmiştir (TCMB, 2013: 10). Kısaca fiyatlar yükselirken üretimin gerilemesi olarak tanımlayabiliriz. Stagflasyonun sonuçları ise (Ulagay, 1990: 155);

- Tekelci sektörlerin ağırlık kazandığı ekonomik bir yapı,
- Maliyet artışlarının yol açtığı bir enflasyon süreci,
- Üretimin duraklaması, hatta düşmesi,
- Yatırımların askıya alınması,
- İşsizliğin artması, olarak sıralanabilir.

Reflasyon: Yeniden makul oranlı enflasyona dönmek olarak kullanılan reflasyon kelimesi, İngilizce “restoration” ve “inflation” kelimelerinin bir araya gelmesi ile oluşmuştur. Belirli bir daralma, küçülme ve deflasyon döneminin ardından ekonominin içine girdiği toparlanma aşaması olarak tanımlanabilir (www.mahfiegilmez.com/2015/09/reflasyon-ve-reflasyon-politikas.html).

Slumpflasyon: Bir ekonomide enflasyon süreci yaşanırken ekonomi küçülüyorsa o ekonomide Slumpflasyon yani enflasyon içinde küçülme durumu var demektir. Yaşanan ekonomik krizlerin en zoru olarak görülmektedir (Eğilmez ve Kumcu, 2004: 68).

Agflasyon: Agflasyon gıda fiyatlarındaki artış anlamına gelmektedir (Bishop, 2013: 33). Agflasyon ekonomi literatürüne yeni girmeye başlayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarıma dayalı gıda ürünlerindeki fiyat artışları için kullanılmaktadır.

Fiyatlar Genel Seviyesi: Ekonominin en temel bileşenlerinden olan mal ve hizmetlerdeki fiyat değişimlerini göstermektedir (Bulut, 2017: 2). Bir ekonomide satılan tüm mal ve hizmetlerin fiyatlarının ortalama bir tüketicinin yıl içinde yaptığı harcamalar içindeki payına göre ağırlıklandırılmış ortalamasıdır (TCMB, 2013: 10).

4. ENFLASYONU ÖLÇEN ENDEKSLER

Enflasyonun ölçülebilmesi için fiyat artış hızının hesaplanması gerekmektedir. Ekonomik sistem içerisinde sayısız mal ve hizmet olduğundan fiyatların ortalamalarının bulunması ve artış ya da azalışlarının gözlemlenmesi gerekmektedir (Enç, 1993: 2). Fiyat endekslerine ihtiyaç duyulmasının nedenlerine aşağıda verilmiştir (Tarı vd. , 2012: 4);

- Ülkenin ekonomik görünümünün belirlenmesi,
- Ekonomi yapıcılara ışık tutması,
- Kişilerin satın alma gücünün belirlenmesi,
- Ücret ve maaşların belirlenmesinde gösterge olması,
- Perakende fiyatlarının zaman içerisindeki değişiminin belirlenmesi,
- Zamanla değişen tüketici eğilimlerinin saptanması, nedenler arasında sayılabilir.

Enflasyonu ölçmede yaygın olarak kullanılan endeksler aşağıda verilmiştir.

4.1. Çekirdek Enflasyon

Çekirdek enflasyon genel enflasyon değerinden geçici hareketlerin çıkartılması veya diğer tekniklerle eliminasyon yapılmasıyla elde edilen ve enflasyonun daha kalıcı bölümünü gösteren enflasyon olarak tanımlanabilir (Ceylan, 2006: 19). Uzun dönem fiyat hareketlerini yansıtan ve geçici nitelikteki göreceli fiyat şoklarını dışlayan enflasyon oranıdır. Kullanımındaki amaç, fiyatlar genel

seviyesindeki değişimi sürekli kılan unsurları tespit etmek ve buna uygun politikaları belirlemektir (TCMB, 2013: 10).

Tketicı fiyat endeksi 12 alt gruba ayrılan bir ürün sepeti üzerinden hesaplanmakta ve sepette yer alan tarım ve enerji gibi ürünlerin fiyatları, dünyada meydana gelen talep değişiklikleri, doğal afetler, savaş vb. durumlardan fazlaca etkilenmektedir (Abuk Duygulu, 2018; 5). Bu etkiler sebebi ile fiyatlarda meydana gelen belirsizlik Merkez Bankası'nın (MB) ileriye dönük fiyat politikalarını da etkilemektedir. Bu yüzden enflasyon, dışsal geçici etkilere maruz kalan, gıda ürünleri ve enerji grupları dışarıda bırakılarak hesaplanmaktadır. Hesaplanan enflasyon oranı ise çekirdek enflasyon olarak adlandırılmaktadır (Wynne, 1999; 3-8). Enflasyon sepetinden şoklara duyarlı ürün ve hizmetlerin çıkarılması ile hesaplanan çekirdek enflasyon TÜİK tarafından "zel Kapsamlı TÜFE Göstergeleri" olarak yayınlanmaktadır. Bu kapsamdaki sınıflar aşağıda verilmiştir;

- Mevsimlik rnler hariç TÜFE
- B. İşlenmemiş gıda ürünleri, enerji, alkollü içecekler ve tütün ile al-tın hariç TÜFE
- C. Enerji, gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içkiler ile tütün ürünleri ve altın hariç TÜFE
- D. İşlenmemiş gıda, alkollü içecekler ve tütün ürünleri hariç TÜFE
- E. Alkollü içecekler ve tütün hariç TÜFE
- F. Yönetilen-yönlendirilen fiyatlar hariç TÜFE 'dir

(<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Subat-2021-37380>).

Özel Kapsamlı TÜFE Göstergeleri, TÜFE' ye bir alternatif değildir. Bu göstergeler para politikasının oluşturulmasına ve değerlendirilmesine yardımcı olması için oluşturulmuştur (TCMB, 2005; 16).

4.2. Zımni GSMH Deflatörü

Ülkedeki tüm malları kapsayan ve fiyatlarındaki değişimleri ölçmek için kullanılan bir endekstir (Kurnaz, 2009: 6). GSMH deflatörü, bir dönemin cari fiyatla

GSMH ile sabit fiyatla GSMH' ya oranıdır. Baz alınan yıl ile ölçümü yapılan yıl arasındaki fiyat değişiminde ölçüsüdür.

$$\text{Zımnı GSMH Deflatörü} = \frac{\text{Cari Fiyatla GSMH}}{\text{Sabit Fiyatla GSMH}} \times 100$$

Fiyatlar genel seviyesinin değeri iki dönem için hesaplandıktan sonra, enflasyon oranı aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır.

$$\text{Enflasyon Oranı} = \frac{\text{İkinci yıldaki GSMH Deflatörü} - \text{Birinci yıldaki GSMH Deflatörü}}{\text{Birinci yıldaki GSMH Deflatörü}} \times 100$$

4.3. Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE)

TÜFE kısaca nihai mal ve hizmet fiyatlarındaki değişimi ifade etmektedir (Saraç ve Karagöz, 2010: 221). Tüketicilerin satın aldıkları mal ve hizmetlerin fiyatlarında yaşanan değişimi ölçen endekstir (TCMB, 2013: 10). TÜFE ölçülümü için belirlenen ürünlerin içinde yer aldığı bir sepet oluşturulur. Sepette bulunan ürünlerin perakende ürün fiyatları toplanarak, ürünlerin önem derecesine göre ağırlıkları belirlenmektedir (Stanford, 2008: 1). Sepette bulunan mal ve hizmetlerin, kalite ve miktar farklılıkları dikkate alınarak endeksin fiyat hareketlerini yansıtması sağlanmaktadır (Küçüksakarya, 2020: 145).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından belirlenen ürün gruplarının oluşturduğu sepet ağırlık oranları belirli dönemlerde güncellenmektedir. TÜİK tarafından her ay düzenli olarak yapılan “Hane Halkı Tüketim ve Bütçe Anketleri” çalışması ile ürünlerde meydana gelen fiyat değişimleri belirlenir (Karaibrahimoğlu ve Erol, 2008: 2). TÜFE 12 ana alt gruba ayrılmakta ve her yıl TÜİK tarafından sepetteki ağırlık oranları belirlenmektedir. Ana harcama grupları kalemleri ise gıda ve alkolsüz içecekler, alkollü içecekler ve tütün, giyim ve ayakkabı, konut, ev eşyası, sağlık, ulaştırma, haberleşme, eğlence ve kültür, eğitim, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetlerden oluşmaktadır.

TÜİK tarafından TÜFE için farklı yıllar baz alınarak hesaplamalar yapılmış olsa da günümüz itibari ile 2003 yılı baz alınmaktadır. TÜFE enflasyon oranı sepetinde kullanılan 12 ana harcama kalemi için ağırlık değerleri tablo 3’de verilmiştir. TÜFE enflasyon oranı ana harcama gruplarına bakıldığında gıda ve alkolsüz içecekler kaleminin payı % 25,94 ile tüketici enflasyonunu en fazla

etkileyen kalemdir (Öner, 2018: 130). Ulaştırma harcamaları harcamalarının payı % 15,49 ile ikinci konut harcamaları ise % 15,36'dır.

Tablo 3. Ana Harcama Grubu Ağırlık ve Değişim Oranları (%)

Ana harcama grupları	Harcama grubu ağırlıkları	Endeks
Gıda ve alkolsüz içecekler	25,94	646,41
Alkollü içecekler ve tütün	4,88	879,67
Giyim ayakkabı	5,87	254,93
Konut	15,36	557,45
Ev eşyası	8,64	457,03
Sağlık	3,25	336,72
Ulaştırma	15,49	523,13
Haberleşme	4,64	163,78
Eğlence ve kültür	3,01	325,91
Eğitim	2,28	452,99
Lokanta ve oteller	5,91	778,33
Çeşitli mal ve hizmetler	4,73	749,69

Kaynak: TÜİK (<https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37381>)

TÜFE hesaplamasındaki mal ve hizmetler belirlendikten sonra aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Yalta, 2011: 148).

$$TÜFE = \frac{\text{Tüketici sepetinin cari yıldaki değeri}}{\text{Tüketici sepetinin taban yıldaki değeri}} \times 100$$

TÜFE hesaplandıktan sonra, iki dönem arasında ki fiyatlar genel düzeyinde meydana gelen değişim, yani enflasyon oranı ise aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$\text{Enflasyon Oranı} = \frac{\text{İkinci yıldaki TÜFE} - \text{Birinci yıldaki TÜFE}}{\text{Birinci yıldaki TÜFE}} \times 100$$

TÜFE ile deflatör arasındaki farklar aşağıda verilmiştir (<https://www.yatirimkredi.com/deflator-nedir-gsyh-deflatoru-nasil-hesaplanir.html>)

- TÜFE indeksinde belirli bir mal ve hizmet sepeti bulunmaktadır.

- GSMH deflatöründe tüm mal ve hizmetler yer almaktadır.
- TÜFE indeksi sabitken, GSMH deflatörü yıllara göre değişim göstermektedir.
- TÜFE tüketici kullanımını gösterirken, GSMH deflatörü ise devlet ve firmaların almış olduğu malları göstermektedir.
- TÜFE ithal mal ve hizmetleri de kapsamaktadır.
- TÜFE sepeti sabit iken, deflatör her yıl güncellenmekte ve deflatörde değişim yaşanmaktadır (Kurtoğlu, 2019: 22).

4.4. Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE)

Ekonomide, üretim sürecinde girdi olarak kullanılan ürünlerin fiyat değişimlerini toptancı aşamasında ölçen göstergedir (Öner, 2018: 319). ÜFE, ekonomik sistem içerisinde üretilen mal ve hizmetlerin üretici fiyatlarını belirli bir zaman diliminde karşılaştırarak ölçmeye yarayan bir endekstir. Üretici fiyatlarına Katma Değer Vergisi (KDV), Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) gibi vergiler dâhil edilmemektedir. Yapılan bu işlemin amacı ise üreticinin fiyatlarındaki girdi, işgücü ve piyasaya bağlı değişimleri tespit etmeye çalışmaktır (TÜİK, 2014: 1).

TÜİK tarafından üç farklı ÜFE hesabı yapılmaktadır. Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (Yİ-ÜFE), Yurt Dışı Üretici Fiyat Endeksi (YD-ÜFE), Tarım Ürünleri Üretici Fiyat Endeksi (TARIM-ÜFE)'dir.

TARIM-ÜFE, tarım sektöründe üretim yapanların, piyasaya satışını yapmış olduğu tarım, balıkçılık ve ormancılık ürünlerini üretici tarafından ilk satış fiyatları belirlendikten sonra zaman içerisinde meydana gelen değişimleri ölçmektedir (Kocak, 2021: 34).

YD-ÜFE ise yurt dışına ihraç edilmek üzere üretilen tüketim, ara ve sermaye malları ile enerji sektöründeki fiyat değişimlerini ölçen endekstir (<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Banka+Hakkında/Egitim-Akademik/Terimler+Sozlugu/>).

ÜFE ana harcama grupları ise madencilik ve taş ocakçılığı, imalat, su temini ve elektrik, gaz üretimi ve dağıtımı olarak yer almaktadır. Ana harcama grupları içerisinde ağırlığı en fazla olan ve enflasyonu en çok etkileyen imalat sektörüdür

(Öner, 2018: 131). ÜFE hesaplamalarında, ulusal hesaplar, sanayi üretim, sanayi ciro, yıllık sanayi ürün istatistikleri ve yapılan anketler kullanılmaktadır (TÜİK, 2014: 2).

Tablo 4’de 2008-2020 yılları arasındaki ÜFE ve TÜFE oranları verilmiştir. Bazı yıllar tek haneli enflasyon oranları yaşanırken 2017 yılı ve sonrası Türkiye ekonomisi yeniden çift haneli enflasyon oranları yaşamaya başlamıştır.

Tablo 4. 2008 - 2020 Yılları ÜFE ve TÜFE Oranları (%)

Yıllar	Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE)	Tüketici Fiyatları Endeksi (TÜFE)
2008	8,11	10,06
2009	5,93	6,53
2010	8,87	6,40
2011	13,33	10,45
2012	2,45	6,16
2013	6,97	7,40
2014	6,36	8,17
2015	5,71	8,81
2016	9,94	8,53
2017	15,47	11,92
2018	33,64	20,30
2019	7,36	11,84
2020	25,15	14,60
2021*	54,62	21,31

*Ocak- Kasım

Kaynak: TÜİK (<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Enflasyon-ve-Fiyat-106>)

5. ENFLASYON ÇEŞİTLERİ

Enflasyon türleri nedenlerine, gelişme sürecine ve hızına göre enflasyon çeşitleri olmak üzere üç kısımda incelenecektir.

5.1. Nedenlerine Göre Enflasyon Çeşitleri

Nedenlerine göre enflasyon türleri ise talep enflasyonu, maliyet enflasyonu ve yapısal enflasyon üzere üç kısma ayrılmaktadır.

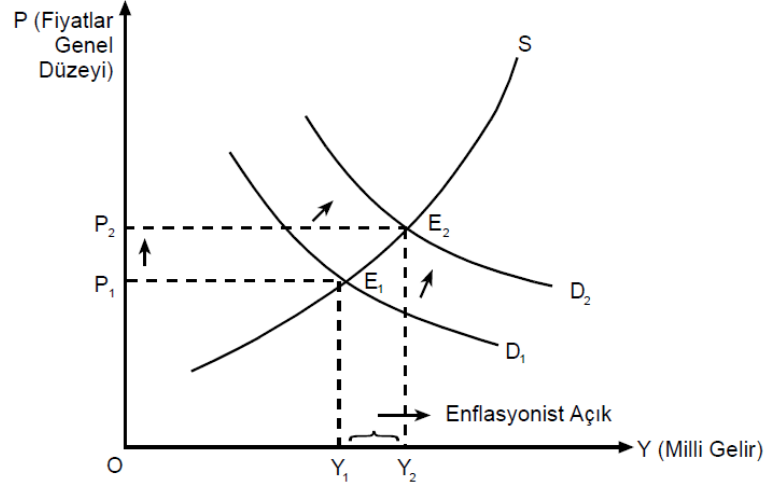
5.1.1. Talep Enflasyonu

Talep enflasyonu, cari fiyatlar genel düzeyinde, üretilen mal ve hizmetlerin toplam talebi karşılayamaması durumunda, fiyatların yükselmesidir (Dinler, 2017: 478). Ekonomik büyümenin hızlı olduğu dönemlerde ortaya çıkar. Talep enflasyonunu düşürmek için genel talep düzeyinin azaltılması gerekmektedir (Friedman, 1975: 33).

Talep enflasyonun nedenleri ise aşağıda verilmiştir
(https://www.tutor2u.net/_legacy/blog/files/Revision_Causes_of_Inflation.pdf);

- Ekonomilerin büyüdüğü ve para arzının atış gösterdiği dönemlerde, tüketiciler harcama eğilimine girer ve daha fazla borçlanırlar. Buda talepte bir artışa neden olur ve fiyatlar yükseliş eğilimine girer.
- Mali teşvikler,
- Ulusal paranın değer kaybetmesi,
- İhracatın artması,
- Artan borçlanma,
- Hükümet harcamalarının ve dış borçlanmanın artması,
- İşsizlik oranlarının düşmesi, nedenler arasında sayılabilir.

Örneğin toplam talebin %6 arttığı bir ekonomide, üretim kapasitesi %4 artıyorsa bu durum üretim yapan işletmelerin fiyatlarını arttırmalarına sebep olacaktır. Artan talebin karşılanması için işletmeler ek istihdama ihtiyaç duyacak ve işsizlik oranları düşecektir. İşçilere olan talep işçi ücretlerini arttıracak ve ücret enflasyonuna sebep olacaktır. Artan ücretler harcama kapasitesini attıracak ve artışa neden olacaktır. Bununla birlikte malların fiyatlarında artış ile yaşama maliyetlerinde yükselmeler karşımıza çıkmaktadır.



Şekil 2. Talep Enflasyonu

Kaynak: (Ülgen, 2017: 142)

Toplam talebin toplam arzdan daha fazla olması durumunu gösteren Şekil 2’de toplam talep ile toplam arz eğrisinin kesiştiği E1 noktasında dengede olan bir ekonomide Y1 milli geliri tam istihdam milli geliri varsayılmakta ve buna göre fiyatlar genel düzeyi ise P1 olmaktadır. Toplam talep artarak D2 düzeyine geldiğinde, fiyatlar genel düzeyi P2’ye milli gelir düzeyi de Y2’ye yükselmektedir. Ancak milli geliri Y1 tam istihdam düzeyinden sonra arttırma imkanı olmadığından milli gelirdeki Y1-Y2 kadarlık artış reel değil nominal bir artış olup enflasyonist açığı ifade etmektedir.

Fiyatlar genel düzeyinin P1’den P2’ye çıkması üretim faktörlerinin ve ücretlerin artmasına neden olacaktır. Sonuçta, üretim maliyetlerinin artışı arz miktarlarını sınırlı tutmakta ve artan talep ihtiyacına cevap veremez duruma gelmektedir (Ülgen, 2017: 142).

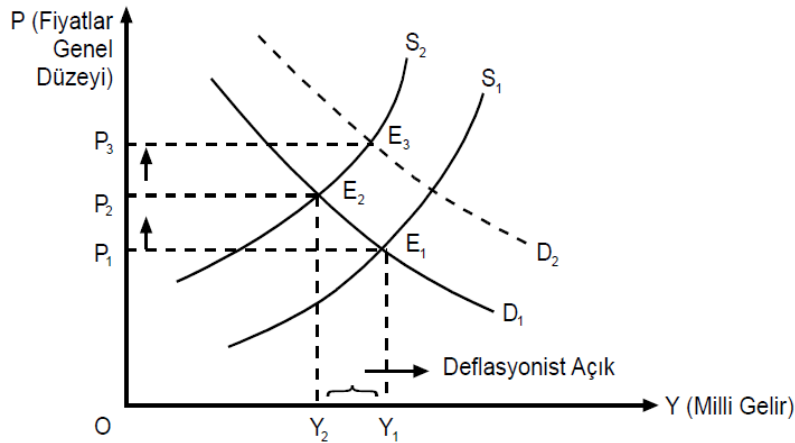
5.1.2. Maliyet (Arz) Enflasyonu

Üretilen mal ve hizmetlerinin maliyetlerinin sürekli olarak artmasına maliyet enflasyonu denilmektedir. Üretimde kullanılan girdi fiyatlarında meydana gelen artışlar üretim maliyetlerinin de artmasına yol açmaktadır. Bu şekilde üretim maliyetlerinin artması ile maliyet enflasyonu oluşmaktadır. Bunun dışında firmaların maliyet artışı olmamasına rağmen karlarını arttırmak amacı ile üretmiş oldukları

mallarda yaptıkları fiyat artışları maliyet enflasyonu olarak değerlendirebilmektedir (Akyıldız vd., 2013: 309).

Maliyet enflasyonunun nedenleri ise (Kaykusuz, 2001: 13);

- Girdi fiyatlarındaki artışlar,
- Mal istifleme ve vurgunculuk,
- Doğru işlemeyen tedarik zinciri,
- Dolaylı vergilerde artış,
- Ulusal paranın değer kaybetmesi,
- Ham petrol fiyatlarındaki dalgalanma,
- Kusurlu gıda tedarik zinciri,
- Tarım sektöründeki düşük büyüme hızları,
- Gıda enflasyonu,
- Faiz hadlerinin yüksek olmasıdır.



Şekil 3. Maliyet (Arz) Enflasyonu

Kaynak: (Ülgen, 2017: 143)

Şekil 3'de talep enflasyonunda da olduğu gibi ekonomi S1 toplam arz eğrisi ile D1 toplam talep eğrisinin kesiştiği E1 noktasında dengeye gelmektedir. Bu denge noktasında fiyatlar genel düzeyi P1, milli gelir denge düzeyi Y1'dir. Maliyet enflasyonunun oluşumundaki nedenlerin herhangi birisinden dolayı S1 arz eğrisi azalarak sol yukarı S2'ye kaymaktadır. Bu durumda denge durumu E1'den E2'ye gelmekte ve fiyatlar genel düzeyi P1'den P2'ye yükselmektedir. Toplam talebin aynı

kaldığı durumda milli gelir düzeyi Y1'den Y2'ye düşmektedir. . Hem fiyatların yükseldiği hem de eksik istihdam ve işsizliğin bulunduğu bu duruma durgunluk içinde enflasyon yani stagflasyon denilmektedir. Hükûmetler bu durgunluğa ve artan eksik istihdama çözüm olarak para arzını arttırarak toplam talebi yükseltmeyi isteyebilmektedirler. Böylece toplam talep eğrisi D1'den D2'ye yükselirken; fiyatlar genel düzeyi de P2'den P3'e çıkmaktadır. Buna göre; arz şoku etkisiyle fiyatlar genel düzeyi P1'den P2'ye çıkarken, daha sonraları talep şoku etkisiyle fiyatlar genel düzeyi bir kez daha P2'den P3'e yükselmektedir (Ülgen, 2017: 143).

Şekilden çıkarılan sonuç ise yükselen fiyatlar sonucu tüketiciler yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalmaktadır. Artan fiyatlar sonucunda tüketicilerin alım gücünde bir azalma meydana gelmektedir. Tüketiciler gelirlerini arttırmak için ücretlerinin yükseltilmesini talep etmektedirler. Yükselen ücretler sonucunda kârların yükseldiği, bu sebeple maliyetlerin bir kez daha arttığı ve sonuç olarak enflasyonun sürekli hale geldiği görülmektedir. Maliyet enflasyonu arzdaki azalma ile birlikte milli gelirde azalma görülmektedir.

5.1.3. Yapısal Enflasyon

Yapısal enflasyon, çoğu az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede meydana gelen bir enflasyon çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal enflasyon, arz tarafındaki yetersizlik nedeniyle enflasyonun gerçekleştiği bir durumdur, arz tarafı ile ilgilidir. Bu durumda, ekonomideki talep miktarının sabit kaldığı, ürün arzındaki azalmayla birlikte ürünlerin fiyatının arttığı görülür. Yapısal enflasyonun oluşum nedenlerini sadece arza bağlamak doğru bir yaklaşım değildir. Bu nedenler sosyo-ekonomik, kültürel ve politik nedenler olabilir. Yapısal enflasyon nedenleri aşağıda verilmiştir (<https://www.quora.com/What-is-structural-inflation-Am-not-able-to-undestand-difference-between-structural-inflation-and-cost-push-inflation>);

- Bir hükümetin aşırı derecede gevşek bir para politikası izlemesi nedeniyle ortaya çıkan enflasyondur. Yani, bir merkez bankası çok fazla para basarsa veya faiz oranlarını çok uzun süre çok düşük tutarsa,

- Enflasyon, yalnızca arz üzerindeki aşırı talepten kaynaklanmakla kalmaz, hükümetin para politikası nedeniyle bir ekonomiye yerleşir.
- Mal ve hizmet arz ve talebinden ziyade hükümetin para politikasıyla ilgili enflasyondur.

Bu ülkelerde enflasyon ekonomide var olan yapısal zayıflığın (arz darboğazı, altyapı eksikliği vb.) kronikleşmesinden kaynaklanmaktadır. Bu gibi durumların yanında bu ülkelerde yaşanan hızlı nüfus artışları, şehirleşme ve yaşam standartlarında artışlar ile tarım ürünlerinde meydana gelen yüksek talep, tarım ürünlerinin fiyatını arttırır ve yapısal enflasyona yol açabilmektedir (Argy, 1970: 77).

5.2. Gelişme Sürecine Göre Enflasyon Çeşitleri

Gelişim sürecine göre enflasyon türleri ise açık, gizli ve ithal olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır.

5.2.1. Açık Enflasyon

Açık bir piyasada, yani fiyatlar üzerinde politika yapıcıların veya herhangi bir otoritenin kontrolünün olmadığı bir piyasada fiyatlar yükseldiğinde oluşan enflasyona açık enflasyon denir. Açık enflasyon, fiyatlar, üretim faktörleri, tüketim, ithalat veya ihracat üzerinde hiçbir kontrol biçiminin olmadığı tamamen serbest bir piyasada gerçekleşir. Artan talep veya arz kıtlığı veya her ikisinin birleşimi nedeniyle olur. Kontrol altına alınmazsa, açık enflasyon, fiyatların çok hızlı yükseldiği hiperenflasyon sürecine sebep olabilir ve bireyler bu durumun devam edeceğini düşüncesindedir (Künç, 2011: 13).

Açık enflasyon sürecinde devletin emtia alım-satımına ilişkin herhangi bir kontrol veya denetiminin bulunmadığı görülmektedir. Bu durum ulusal paranın değer kaybetmesine ve enflasyonun yükselmesine sebep olmaktadır.

5.2.2. Gizli Enflasyon

Fiyatlar genel düzeyinde yaşanan artışların, tüm mal hizmetlerde olmayıp sadece bazı mal ve hizmetlerde yaşanıyor olması sonucunda, fiyatların yükseldiğinin farkına varılmadan gizlice ve yavaş yavaş artması ile ortaya çıkan enflasyon türüdür.

Genellikle konjonktüre bağılı olarak yaşanan canlanma dönemlerinde ortaya çıkmaktadır (Yavuz ve Peker, 1999: 126).

Gizli enflasyon sürecinde hükümetlerin fiyatları kontrol altında tutmak için ürün ve hizmetler üzerinde fiyat kontrolü yaptığı görülmektedir. Fiyat kontrolleri ise tüketime sınırlandırmalar getirilmesi, ithalatta vergi oranlarının arttırılması ve yatırım kontrolleri gibi uygulamalarla yapılmaya çalışılır. Ekonomide açık enflasyonu önleme çabalarının gizli enflasyonu tetiklediği görülmektedir. Hükümet kontrolleri gizli enflasyonu düşürürken, ithalat kısıtlamaları bazı durumlarda kara borsa oluşumuna, işsizliğe ve piyasada kontrolsüz fiyat artışlarına sebep olabilir. Hükümet kontrolleri ve bunların sebep olacağı bazı haller ise aşağıda verilmiştir (<https://tr.triangleinnovationhub.com/open-suppressed-inflation>);

- Ürün ve hizmet dağılımı kontrol edildiğinde, kontrolsüz malların fiyatları çok yükselir.
- Bireyler, istedikleri ürün ve hizmetlere fiyatları yüksek olduğu için ulaşamaz buda çalışma istek ve arzularını azaltır.
- Hükümetlerin kontrolcü yaklaşımı, yanlış kaynak tahsisine yol açabilir. Temel üretim sektörlerine tahsis edilemeyen kaynaklar sonucunda temel olmayan endüstrilere doğru bir sapma yaşanmasın sebep olur.
- Yüksek enflasyon yüksek işsizlikle ilişkilendirildiğinde işgücü piyasasında sürtüşmeler artar.
- Gizli enflasyon, kara borsaya, yolsuzluğa, stokçuluğa ve vurgunculuğa yol açar.
- Enflasyonla mücadele politikasının denenmesi ihtimalini tamamen azaltır.

5.2.3. İthal Enflasyon

Bir ülkenin mal, hizmet, sermaye ve işgücü gibi üretim faktörlerinin dünya ekonomisi ile entegre olduğu ülkelerde meydana gelen enflasyon sürecidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin, ekonomik ve teknolojik yetersizlikler nedeniyle gerek hammadde ve ara malları, gerekse yatırım mallarını dışardan ithal etmek zorunda

kalmaları enflasyonist bir baskı yaratmaktadır (Ergun, 2002: 62). Üretim için gerekli olan bazı ara mal ve ham maddelerin ithal edildiği dışa bağımlı ekonomilerde, ulusal paranın değer kaybetmesi ya da meydana gelen başka nedenlerden dolayı ithal girdi fiyatları yükselir buda maliyetlerin artmasına sebep olur. Ekonominin dışa bağımlılığı sonucunda da ithal enflasyon oluşur (Dinler, 2017: 482). İthal edilen ürünlerin genel çerçevesine baktığımızda yalnız ara mal ve ham maddeden oluşmaz. İthal edilen tüketim mallarının da enflasyona sebep olduğu unutulmamalıdır.

5.3. Hızına Göre Enflasyon Çeşitleri

Hızına göre enflasyon çeşitleri ılımlı, yüksek ve hiper olmak üzere üç kısma ayrılmaktadır. Hızına göre enflasyon çeşitleri tablo 5’ de verilmeye çalışılmıştır.

Tablo 5. Hızına Göre Enflasyon Çeşitleri

Enflasyon Türü	Enflasyon Oranı	Etkileri
İlmlı Enflasyon	Yıllık %1-%10 Arası	Paradan kaçış başlamıştır. Yapılan sözleşmeler enflasyona ya da yabancı paraya endekslenmez.
Yüksek Enflasyon	Yıllık %10-%200 Arası	Para likit olarak tutulmak istenmez. Para enflasyonun üzerinde faiz getirisi olan menkul kıymetlere ya da gayrimenkullere hatta dayanıklı tüketim mallarına yönelir. Genellikle yapılan sözleşmeler bir fiyat endeksine ya da yabancı bir paraya endekslenmektedir.
Hiperenflasyon	Aylık %50	Parayı tahrip ederek, yabancı paraların ya da yabancı paralı mevduat hesapların paranın yerini almasına neden olur. Yapılan sözleşmeler bir fiyat endeksine ya da yabancı paraya endekslenmektedir.

Kaynak: (Künç, 2011: 16)

5.3.1. İlmlı Enflasyon

Bir ekonomide yıllık enflasyon oranlarının tek haneli rakamları aşmaması durumudur (Yılmaz, 2010: 51). Fiyatların yavaş ve öngörülebilir oranlarda artış gösterdiği bir enflasyon türüdür. Yıllık olarak %10’un altında olan bir enflasyon

sürecidir. İlmli enflasyon süreci ile ilgili fiyatların göreceli olarak istikrarlı olduğu fakat yatırımcının ulusal paradan az da olsa kaçmaya başladığı bir dönemdir.

Enflasyon oranlarının yıllık tek haneli olduğu enflasyon sürecinde ücretli çalışanların ücret artışları yıllık olarak yapıldığı için reel anlamda bir gelir kaybına uğradıkları görülmektedir. İstihdam maliyetlerinin azaldığı bu dönemde işsizliğin azaldığı ve GSYİH' nin artış gösterdiği görülmektedir (Dinler, 2017: 475). Uzun dönemde, ılımlı enflasyonun etkileri küçük olarak görölse de yaşam maliyetlerinde önemli bir artışa sebep olduğu görülmektedir.

Yüksek enflasyon veya hiperenflasyon yerine hükümetler ılımlı enflasyon sürecini tercih etmektedir (Unay, 1999: 318). Enflasyonun düşük bir sevide tutulması talebi canlı tutmak için önemlidir. Enflasyonda yaşanabilecek negatif seviyeler ve deflasyon süreci yerine pozitif oranlı bir enflasyon ekonomik istikrarın korunması için önemlidir.

5.3.2. Yüksek Enflasyon

Mal ve hizmet fiyatlarının yıllık olarak iki ya da üç haneli olarak artmasına yüksek enflasyon denilmektedir. 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizinde, gelişmiş ve az gelişmiş birçok ülkede yaşanmış olan enflasyon sürecidir (Seyidoğlu, 2011: 687).

Yüksek enflasyon sonucu parada yaşanan değer kaybı nedeniyle bireyler likit olarak para tutmak istemezler ve para enflasyonun üzerinde faiz getirisi olan menkul kıymetlere ya da gayrimenkullere hatta dayanıklı tüketim mallarına yönelir. Bu dönemde yapılan sözleşmelerinde ulusal para cinsinden değil bir fiyat endeksinden ya da döviz cinsinden yapıldığı görülmektedir.

Yüksek enflasyon yapısı itibari ile sanayileşmiş ve az gelişmiş ülkelerde görülmez. Daha çok gelişmekte olan ülkelerde ve dengesiz büyüme oranlarının yaşandığı ülkelerde görülmektedir. Yüksek enflasyondan kurtulma süreci oldukça zordur ve belirli zamanlarda düşüş trendi yaşanmış olsa da küçük bir gevşeme süreci yaşanması durumunda enflasyon yeniden eski seviyelerine dönmektedir (Alkın, 1993: 43). Yaşanan bu geri dönüşler yapısal düzenlemeler yapılmaması durumunda hiperenflasyon sürecine yol açmaktadır.

5.3.3. Hiperenflasyon

Hiperenflasyon olağandışı yüksek enflasyon olarak tanımlanır. Uç durumlarda, ülkenin parasal sisteminin çöküşüne neden olabilir. En çok göze çarpan hiperenflasyon örneklerinden bir tanesi, 1923 yılında fiyatların bir ayda yüzde 2.500 oranında arttığı Almanya’da yaşanmıştır (TCMB, 2013: 10). Hiperenflasyon göstergesi olarak kabul edilen durumlar aşağıda verilmiştir (Yücel, 1989: 26);

- Bireyler, varlıklarını parasal olmayan varlıklar veya güvenilir yabancı para cinsinden tutmayı tercih ediyorlarsa ve ulusal parayı gündelik harcamalar için kullanıyorlarsa,
- Bireyler, alacaklarını ulusal para cinsinden değil, yabancı para cinsinden talep ediyor ve fiyatlar belirlenen yabancı para cinsi üzerinden belirleniyorsa,
- Kredili alışverişlerde vade sayısı düşük olsa bile bu sürede kaybedilen faiz fiyatın belirlenmesinde hesaba dâhil ediliyorsa,
- Faiz oranları, ücretler ve fiyatlar bir fiyat indeksine bağlı olarak ayarlanıyorsa,
- Üç yıllık kümülatif enflasyon oranı %100’e yaklaşıyorsa veya aşılıyorsa, ekonomide hiperenflasyon sürecinden bahsedilebilir.

Hiperenflasyon sürecinin oluşturduğu yıkıcı etkiler ise gelir dağılımında meydana gelen adaletsizliğin hızlı bir şekilde derinleşmesi ve orta gelir seviyesindeki halkın hızlı bir şekilde fakirleşmesidir (Eğilmez ve Kumcu, 2004: 63). Hiperenflasyon uzun süre devam etmesi takas ekonomisine geçişe sebep olabilir ve bankalar borç verme isteğini kaybeder, finansal sistem çökme noktasına gelebilir.

6. ENFLASYON MALİYETLERİ

Enflasyonun maliyetlerinin önemi temel olarak tahmin edilip edilmemesine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu kısımda beklenen enflasyon maliyetleri ve beklenmeyen enflasyon maliyetleri olarak enflasyon maliyetleri iki başlık altında incelenecektir.

6.1. Beklenen Enflasyon Maliyetleri

Ekonomik birimlerin gerçekleşmesini tahmin ettiği enflasyon süreci beklenen enflasyondur. Tahmin edilen enflasyon oranları ile bireyler durumu davranışlarına ve beklentilerine yansıtacaklarından yükselişlerden daha az etkileneceklerdir. Bununla birlikte ekonomik karlarına maliyeti dâhil ederek zarardan kurtulmuş olacaklardır. Beklenen enflasyon maliyetleri ise ayakkabı eskitme maliyeti, menü maliyeti, enflasyon vergisi, vergi bozulmaları, Olivera-Tanzi etkisi ve hesap birimi maliyeti olarak sıralanabilir (Durgun Kaygısız, 2019: 106).

6.1.1. Ayakkabı Eskitme Maliyeti

Enflasyon oranlarının yüksek olduğu dönemlerde elde para tutmanın maliyeti de artmaktadır. Rasyonel davranış içerisindeki bireyler ellerinde nakit para tutmak istemezler. Bireyler bu dönemlerde ellerinde az nakit para tutarlar ve paralarını döviz olarak ya da yatırım fonu, repo olmak üzere, hızlı nakde çevrilebilir faiz getirisi olan banka hesaplarında tutmayı tercih ederler (Dinler, 2017: 488). Bu durumun sonucunda paraya ihtiyaç duyduklarında banka ya da döviz bürolarına gitmek zorunda kalırlar. Enflasyonun etkilerinden kurtulmak için bireylerin sürekli yaptıkları git- gel olayına ayakkabı eskitme maliyeti denilmektedir.

Kösele maliyeti de denilen bu süreç yüksek ve hiperenflasyon dönemlerinde yaşanmaktadır. Kösele maliyeti ise geçmiş dönemlerin enflasyonist ortamında kalmış bir alışkanlık olarak karşımıza çıkmakta ve tasarruf sahiplerinin para çekmek için sık sık bankaya yaptıkları ziyaret sonucu ayakkabılarını eskitmelerini tanımlamaktadır (Seyidoğlu, 2011: 694).

Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde ulusal paradan kaçışın başladığı, döviz tevdiat hesaplarının hızla yükseldiği ve ekonomiye olan güvenin hızla azaldığı görülmektedir. Gelişen dünya düzeni ile ayakkabı eskitme maliyetinin yerini bireylerin araç kullanmaları ile lastik maliyeti veya internet bankacılığının kullanımıyla internet maliyetlerinin aldığını söyleyebiliriz.

6.1.2. Menü Maliyetleri

Menü maliyetleri kısaca, yeni menüler basmanın maliyetini ifade etmektedir. Enflasyonun yükselmesi ile artan maliyetler firmalar tarafından ürünlere yansıtılır ve menüler üzerindeki fiyatların revize edilerek katalogların yeniden basılmasına ya da mağaza rafları vb. fiyat etiketlerinin değişmesine sebep olur (Ambler, 2007: 6). Fiyat listelerinin sürekli yenilenmesini ve değiştirilmesini gerektiren bu süreç bazı işçilerin sürekli bu işle uğraşmasına verimsizliğe ve kâğıt giderlerinin ortaya çıkmasına yol açan maliyete menü maliyeti ya da diğer bir adıyla katalog maliyeti denilmektedir (Durgun Kaygısız, 2019: 107).

6.1.3. Enflasyon Vergisi

Enflasyon vergisi, sabit gelirlilerin reel gelirlerini azaltarak tüketimlerini zorunlu olarak düşürür, tüketimi kısıcı bu etkilere enflasyon vergisi denilmektedir (Seyidoğlu, 2011: 695). Enflasyonist dönemlerde devletler bütçe açıklarını kapatmak için para basma yolunu tercih ederler. Bollaşan likidite enflasyonun yükselmesini tetiklerken, ulusal paranın satın alma gücünün de azalmasına sebep olur. Bu durum elinde para bulunduranlara adı konulmamış bir vergi niteliği taşır.

6.1.4. Vergi Bozulmaları

Enflasyonda meydana gelen yükselişler sebebiyle, nominal ücretlerde meydana gelen artış üzerine bireylerin reel olarak gelirleri artmasa bile daha yüksek vergi ödemelerine sebep olmaktadır. Bu durum vergi bozulması olarak ifade edilmektedir. Enflasyonist süreçte nominal gelirin artması sonucu bir üst vergi dilime kayacak olan mükelleflerin gelirlerinde azalma meydana gelmektedir. İlimli enflasyon sürecinin yaşandığı dönemlerde kişilerin ödemeye razı olduğu vergi oranları yüksek enflasyon dönemlerinde ise gelir kayıplarına sebep olmaktadır. Vergi sistemindeki bozulmalar piyasa ekonomilerinde kaynak dağılımının bozulmasına da sebep olmaktadır (Serel, 2014: 4). Bu kayıpların en büyük sebebi ise artan enflasyon oranlarına göre vergi oranlarında ayarlama yapılmamasıdır.

Enflasyon ücretli çalışanların gelirlerinde azalmanın yanı sıra gelir kayıplarını önlemek için birikimlerini bankaya yatıran ve faiz geliri elde etmeye çalışanlarda da

ortaya çıkmaktadır. Faiz gelirlerinin de vergilendirildiği bu dönemlerde, faizin paranın getirisi olma işlevi değişir ve servet kayıpları ortaya çıkar (Öncel, 1995: 494).

6.1.5. Olivera- Tanzi Etkisi

Yüksek enflasyon sürecinin yaşandığı dönemlerde devletin vergi gelirlerinin hesaplanması ve toplanması arasında geçen zaman diliminde, elde edilen vergi gelirlerinin reel olarak değerinde meydana gelen azalma yani satın alma gücünün düşmesini ifade etmektedir (Dinler, 2015: 1071).

Tanzi'nin 1978 yılında yaptığı çalışmada ortaya çıkan sonuçlarda, enflasyonda meydana gelen artışın vergi gelirlerinin reel olarak değerini düşürdüğü ve bütçe açıklarına yol açtığı görülmektedir.

Bütçe açıklarının ise enflasyonu her zaman aynı doğrultuda etkilemesine rağmen, enflasyondaki artışların bütçeyi aynı doğrultuda etkilemediği görülmüştür. Enflasyondaki artışlar bazı durumlarda vergi gelirlerinin reel değerlerini azaltarak bütçe açıklarının artmasına sebep olurken bazı durumlarda ise kamu harcamalarının reel değerini düşürerek bütçe açıklarının azalmasına sebep açmaktadır. Bu iki etkiye ise “Olivera-Tanzi etkisi denilmektedir (Biçen vd., 2015: 171).

6.1.6. Hesap Birimi Maliyeti

Enflasyon oranlarında meydana gelen artışlar ile zamanla paranın hesap birimi olma özelliğini yitirmesine ise hesap birimi maliyeti denilmektedir. Para genel kabul görmüş bir ölçü işlevine sahiptir. Enflasyonist ortam ulusal paranın normal işlevini yerine getirmesini olumsuz yönde etkilemektedir (Seyidoğlu, 2011: 695). Değer kayıpları ortaya çıkan bol sıfırlı banknotlar ekonomide teknik ve operasyonel zorluklara sebep olmaktadır. Kayıt ve işlemlerde de parasal tutarların büyüklüğü nedeniyle pek çok zorluk yaşanmaktadır. Dünya da 50'ye yakın ülkede paradan sıfır atılması ile yaşanan maliyetlerin ortadan kaldırılmaya çalışılması amaçlanmıştır. Gerçekleşen maliyetlerin oluşmaması için ekonomide fiyat istikrarının sağlanması gerekmektedir.

6.2. Beklenmeyen Enflasyon Maliyetleri

Beklenmeyen enflasyon maliyetleri ekonomide, beklenen enflasyon maliyetlerinden çok daha zararlı etkilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Enflasyon seviyesi ne kadar yüksekse, tahmin etmesi o kadar zordur. Tahmin etme zorluğunun yarattığı bu süreç kafa karışıklıklarına sebep olmaktadır. Beklenmeyen enflasyon süreci kaynakların yanlış tahsisine ve büyümede yavaşlamaya sebep olmaktadır. Belirsizlik süreci ile birlikte gelecekteki fiyatlar tahmin edilemez ve yatırımların gecikmesine yol açabilir. Belirsizliğin sebep olduğu bazı durumlar ise (<https://ekonomihukuk.com/finans/beklenen-beklenmeyen-enflasyon-maliyeti>);

- Gelir ve servet dağılımında ortaya çıkan bozulmalar.
- Üretim ve yatırımda meydana gelen olumsuz etkiler.
- Ekonomide kaynakların dağılımının bozulması,
- Spekülatif kazançların artması,
- Borçlanma maliyetlerini artması, olarak sıralanabilir.

Beklenmeyen enflasyon oranı ise gerçekleşen enflasyondan beklenen enflasyonun çıkarılması ile bulunmaktadır.

6.2.1. Borçlu ve Alacaklılar Üzerine Etkisi

Enflasyon süreci gelirin borçlular ve alacaklılar arasında yeniden dağılımına sebep olmaktadır. Enflasyonun beklenenden yüksek olduğu dönemlerde borç sözleşmelerindeki faiz oranları enflasyonun altında kalmakta ya da alacaklının borçludan alacaklarının reel değeri düşmektedir. Bu durumda alacaklılar enflasyon farkını borçludan talep edebilmektedirler.

Enflasyon farkı; ödünç verenler talep edecekleri faiz oranını beklenen enflasyon farkı ölçüsünde artırır (Seyidoğlu, 2011: 694).

Borç alan kişiler beklenmeyen enflasyon ile daha az para ödeyecekleri için avantajlı duruma geleceklerdir. Diğer yandan bireylerin yastık altı olarak tabir edilen tasarruflarında değer kayıpları yaşanacak bu da toplumda moral bozukluklarına sebep olacaktır. Bu dönemde ödünç para verme maliyetleri de hızla yükselecek ve ekonomik ve sosyolojik sorunların yaşanmasına sebep olacaktır.

6.2.2. Servetin ve Gelirin Yeniden Transferi Etkisi

Beklenmeyen enflasyon maliyetlerinden olan bu etki, servet ve gelirin toplumda çeşitli kesimler arasında yeniden transferi olayı ile ortaya çıkmaktadır. Örnek vermek gerekirse; bir kişi %11 nominal faiz oranı ve %5 enflasyon oranı tahmini ile %6'lık bir reel faiz getirisi beklentisi ile kredi versin. Ekonomide gerçekleşen beklenmeyen etkiler sonucunda enflasyonun %11 olarak gerçekleştiği bir durumda kredi veren için kayıplar yaşanırken kredi alan lehine bir süreç gerçekleşmektedir. Borçlu %6 gibi bir faiz ödemesi gerekirken beklenmeyen enflasyon etkisi ile sıfır reel faiz ödeyecektir. Borç veren ise kazandığı faiz getirisi için vergi ödemek zorunda kalacaktır. Bu durum servet ve gelirin toplum içinde transfer edilmesine yol açacaktır (Özer vd., 2013: 194).

Sabit nominal gelirli kişiler açısından olaya bakıldığında beklenmeyen enflasyon maliyetlerinden etkilenmemeleri için enflasyon oranında ya da enflasyondan daha yüksek zam almaları gerekmektedir. Reel kesimde üretim yapan firmalar ani enflasyon artışlarında ürünlerine zam yapmak sureti ile bu etkileri hafifletirken sabit gelirli kişiler için bu kolay olmamaktadır. Bu da gelir dağılımında adaletsizliğe yol açmaktadır.

6.2.3. Yatırımlar ve Büyüme üzerine Etkisi

Beklenmeyen enflasyon süreçlerinin yaşandığı ekonomilerle güven ve istikrarın bozulması durumu ortaya çıkmaktadır. Bu durum yatırımları caydırıcı bir etki yaratarak, üretimin düşmesine ve büyüme hızının yavaşlamasına sebep olmaktadır. Yaşanan belirsiz süreç ile birlikte getirisi uzun zaman sonra alınacak olan doğrudan yabancı yatırımlar azalmakta ve yatırımcılar dolaylı yatırımları tercih etmektedirler (Briault, 1995: 34-35). Enflasyona eşlik eden belirsizlik, sermaye ve finansal yatırımların da ülkeye girmesini engelleyebilir.

Yatırımları caydırma; enflasyon iş insanlarının geleceği görmelerini yatırım için plan yapmalarına engel olmaktadır (Seyidoğlu, 2011: 698). Yüksek gelir grubuna mensup kişiler enflasyonist bir süreçte birikimlerini yatırıma dönüştürmek yerine altın, döviz, gayrimenkul vb. yatırım araçlarına aktarmakta ve birikimlerini enflasyondan korumaya çalışmaktadır. Bu dönemde meydana gelen yoğun döviz

talebi ile ekonomide döviz eksenli sıkıntılar yaşanmakta ekonomilerde kriz dönemleri yaşanabilmektedir.



2. BÖLÜM

TURİZM, TURİZM KAVRAMI VE EKONOMİK ETKİLERİ

1. TURİZM KAVRAMI VE TANIMI

İnsanlar yaşamları boyunca başka yerleri görme arzusu ile yaşadıkları yerden geçici bir süre ile başka ülke veya bölgeye yolculuk etmekte ve gittiği seyahatler de gezme-görme, dinlenme, eğlence ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Bu eylemlerin doğurduğu ekonomik etkiye de turizm denilmektedir (Uçkun, 2004: 28). İlk çağlarda insanların toplayıcılık yapmak suretiyle başladığı serüven zamanla seyahat etme kavramını oluşturmuştur. Başlarda seyahat amacı yiyecek bulma olsa da zamanla yerini yeni yerler keşfetme, şifa arama ve kişilerin inandıkları dinler için kutsal olan bölgelere ulaşma arzusu ile turizm artış göstermiştir.

Sümerler’ in M.Ö 4000 yıllarında seyahat etmeye başladığı bilinmektedir. Ayrıca M.Ö 3000 yıllarında Mısır piramitlerini ve tapınaklarını görmek için ziyaretlerin yapıldığı bilinmektedir (Hussein ve Saç, 2008: 1). Tarihin her döneminde insanların farklı sebepler ile yer değiştirmeleri turizmin temellerini oluşturmuştur. Sanayi devrimi ile başlayan makineleşme ve hammadde arayışları ile birlikte deniz aşırı seyahatler artmış ve yeni yerlerin keşfi hız kazanmıştır. Üretimin hızla artması yeni pazar arayışını hızlandırmış ve ülkeler arası ticaret hiç olmadığı kadar artmıştır. Üretim yapan ülkelerdeki hızlı zenginleşme özellikle İngiliz zenginlerin gerçek manadaki turizm faaliyetlerini hızlandırmış ve demir yolları sayesinde birçok Avrupa ülkesine ziyaretleri gerçekleşmiştir.

Turizm teriminin köken olarak 17. yüzyıla kadar dayandığını görmekteyiz. Köken olarak tur atma, dönüş anlamına gelen ‘tour’ sözcüğünden türemiştir, tour sözcüğünün kökeninin ise anlamı öğrenme, araştırma olan ‘torah’ sözcüğünden geldiği ve İbranice olduğu bilinmektedir (Bahar ve Kozak, 2018: 26).

Turizm kavramına ait çalışmaların 19. yüzyılın sonlarına kadar uzandığı bilinmektedir. Kavramsal çerçevede turizmin tanımını pek çok araştırmacı ve yazar yapmasına rağmen tanımı yapan ilk kişi olarak Guyer-Freuler görülmektedir. Guyer-Fuler turizmi; “ Artan doğal güzellikler, ticaret ve endüstrinin gelişmesi, ulaştırma

araçlarında geline nokta ve insanların hava değışimiyle dinlemeye ihtiya duymasidir.” diye tanımlamaktadır (Kozak ve Bahar, 2018: 26). Turizmin kavram tanımlarından biri ise turizm araştırmasının öncülerinden Hunkizer ve Krapf tarafından 1942 yılında yapılmıştır. Yazdıkları Turizm Genel Doktrini isimli eserde “insanların sürekli yaşadıkları yer dışında bir başka yere gitme, gidilen yerde kazanç elde etme ve yerleşme amacı olmaksızın kalma ve bu kalışlardan ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür” olarak tanımlamaktadır (Çoruh, 1969: 8). Burkart ve Medlik’ in 1974’ de yayınlanan Turizm Geçmiş ve Gelecek adlı kitabında ise “insanların yerleşik olarak bulundukları ve çalıştıkları yeri geçici ve kısa süreli olarak terk etmeleri ve gittikleri bu yerlerde yaptıkları aktiviteler” olarak tanımlamaktadır. Burkart ve Medlik (1974) eserlerinde turizmi beş ana prensip üzerine oturtmuşlardır:

1. Turizm tek bir şey olmaktan ziyade olgular ve ilişkiler bütünüdür.
2. Bu olgular ve ilişkiler insanların hareketlerinden doğmakta olup, seyahat ve konaklama unsurlarını içermektedir.
3. Seyahatlerin normalde ikamet edilen ve çalışılan yerin dışına yapılıyor oluşu iki lokasyon arasındaki aktiviteleri de içermesini getirmektedir.
4. Gerçekleştirilen yer değıştirme kısa süreli ve geçicidir.
5. Ziyaret edilen yere ilişkin amaçlar ödenen ücretle ilişkili değildir.

Türk Dil Kurumu genel sözlüğünde ise turizm “dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi” veya “bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü” olarak tanımlanmaktadır.

Turizmin bir diğer tanımı ise Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından yapılan tanımdır. “Turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşıda bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür.” diye tanımlanmaktadır.

Turizm olayına göz attığımızda (Kahraman ve Türkay, 2014: 1);

- Hava değışimi isteğı ile dinlenme ve eğlenme gereksinimleri,
- Doğal güzelliklerin sanatla birleşmesi ile ortaya çıkan güzellikleri tanıma isteğı,

- Ticaret ve sanayinin gelişmesi,
- Ulaşım araçlarında meydana gelen gelişmeler ile toplumların birbirleri ile yakınlaşması ve sıcak ilişkiler kurması ile sonuçlanan yeniçağa özgü bir olay olarak karşımıza çıkmaktadır.

Geniş perspektifte turizm ile ilgili kavramlar incelendiğinde bazı özellikler öne çıkmaktadır. Bu özellikler aşağıda belirtilmiştir (Olalı ve Temur, 1988: 36-37);

- Turizm belirli zaman aralıklarında bir süreç doğrultusunda farklı sebeplerle kişilerin yapmış oldukları seyahat, konaklama ve yeme içme hizmetlerini kapsamaktadır.
- Turizm kişilerin sürekli ikamet ettikleri yerin dışına yaptıkları, seyahat ve konaklama hizmetlerini kapsamına almaktadır. Göç veya iş değişikliği ya da tayin işlemleri için yer değiştirme turizm faaliyeti sayılmamaktadır.
- Turizm kapsamında seyahat yapılması için yer değiştirme ile gidilen yerde ekonomik faaliyet de bulunulmaması gerekmektedir. Turizm tüketim odaklı bir faaliyettir.
- Turizm kapsamında kişiler seyahat rotalarını özgür iradeleri ile seçebilmeli ve turizm hareketleri serbest bir ortamda gerçekleşmelidir.
- Kişilerin yapmış oldukları iş, dinlenme, sağlık, yeni yerler keşfetme, dini inanışlar, kültürel ziyaretlerin yanında akraba ziyaretleri, kongre ve seminer etkinliklerine katılmak için yaptıkları seyahat ve konaklama işlemleri turizm hareketliliğinin bir sonucudur.
- Turizm faaliyetleri kapsamına bireysel ya da toplu halde yapılan seyahatler girmektedir. Turizm faaliyetine karar verecek kişilerin karar verme süreçlerini etkileyen pek çok etmen bulunmaktadır. Bu etmenler karar verme süreçlerini de uzatmaktadır.
- Turizm yer değiştirmeyi de içinde bulunduran dinamik bir olaydır. Fakat gidilen yerde 24 saatten fazla konaklandığı içinde aynı zamanda statik bir olaydır.
- Turizm topluluk içinde meydana gelmesi açısından sosyal bir olgu iken, olayların göz önünde meydana gelmesinden dolayı objektif ve

turizm faaliyetlerini toplum üzerinde yarattığı sosyo-kültürel baskıdan dolayı da bireyleri zorlayıcı bir etkiye sahiptir.

Yaptığımız tüm açıklamalar doğrultusunda, turizm; “devamlı olarak yaşanan yer dışında tüketici olarak tatil, dinlenme, eğlence, kültür vb. gereksinimlerin karşılanması amacıyla yapılan seyahat ve geçici konaklama olayıdır.” diyebiliriz.

Turizm pek çok aktiviteyi içinde barındıran dev bir endüstridir. Bu devasa yapının içerisinde birçok sektör yer almaktadır. Bu sektörler arasındaki iş birlikleri kümülatif şekilde oldukça büyük bir ekonomi oluşturmaktadır.

Tablo 6’da turistik aktiviteler ve etkileşim alanları maddeler halinde verilmeye çalışılmıştır. Görüldüğü üzere turistik aktivitelerin geniş bir alanı etkilediği ve bu yüzden turizmin çok yönlü bir sektör olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 6. Turistik Aktiviteler ve Etkileşim Alanları

• Ulaştırma • Gemi • Bisiklet • Uçak • Demiryolu • Otomobil • Motosiklet • Tramvay • Otobüs	• Konaklama • Otel • Motel • Kamp • Tatil kötü • Resort • Pansiyon • Karavan • Yiyecek içecek yerleri
• Aktiviteler • Eğlence • Festival • Eğitim • Spor • Kongre Toplantı • İş ve Ticaret vb.	• Alışveriş • El sanatları • Yöresel ürünler • Alışveriş Merkezleri • Hatıra ve hediyelik eşyaları
Doğal Kaynaklar ve Çekicilikler	

Kaynak: (McIntosh, Goeldner, 1986)

2. TURİST VE GÜNÜBİRLİKÇİ TANIMI

Genel bir tanım ile turistik faaliyetlere katılan bireylere turist denir. Turist kelimesi ilk olarak 19. yüzyılın başlarında Samuel Pegge tarafından kullanılmıştır. Literatüre bakıldığında çok sayıda tanıma rastlanmaktadır. 1936 yılında Norval tarafından yapılan tanıma göre; ” Turist, sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir.” Milletler Cemiyeti ise 1937 yılında yaptığı tanımda “yerleşik bulunduğu ülkeden başka bir ülkeyi en az 24 saat süreyle ziyaret eden kişi” turist olarak tanımlanmıştır (Kozak ve Bahar, 2018: 29).

Turist olarak kabul edilenler;

- Zevk, ailevi nedenler, sağlık amacıyla vb. yolculuk edenler,
- Bilimsel, idari, dini, sportif nedenlerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacı ile yolculuk edenler,
- Ticari nedenlerle yolculuk edenler,
- Deniz gezileri ile gelenler, bu gezi süresi 24 saatten az olsa bile turist sayılırlar.

Turist olarak kabul edilmeyenler ise;

- Ülkeye iş sözleşmesi ile veya böyle bir sözleşme olmaksızın gelip, bir iş yapmak veya bir işte çalışmak isteyenler,
- Bir başka ülkede kamu amaçlı görevlendirilen kimseler (örneğin; diplomatlar),
- Ülkede yerleşmek, devamlı kalmak için gelen kişiler,
- Okullarda veya konaklama kurumlarındaki üniversite öğrencileri veya diğer gençler,
- Bir sınır bölgesinde ikamet edenler ve başka bir ülkede yaşayıp komşu ülkeye çalışmak için gelenler,

Bir ülkede durmaksızın transit geçenler, seyahatleri 24 saati aşırsa dahi turist olarak kabul edilmezler.

Günübirlikçi kavramı turist tanımıyla benzer algılansa da gidilen bölgedeki kalış süresi ile ilgili farklılıklar vardır. Günübirlikçi “24 saatten daha az bir süre için

zevk amacıyla seyahat eden kişidir.” (Küçükaltan, 1990: 8). Tanımdan da anlaşılacağı gibi günübirlikçi 24 saatten az sürede yapılan seyahatleri kapsamaktadır.

Tablo 7. Yıllara Göre Ülkemize Gelen Ziyaretçiler (Turist + Günübirlikçi = Ziyaretçi)

Yıllar	Toplam Turist (A)	Toplam Günübirlikçi (B)	Toplam Ziyaretçi (A+B)
2008	29 792 105	1 345 669	31 137 774
2009	25 505 784	1 573 202	31 759 816
2010	26 999 809	1 633 304	32 997 308
2011	29 343 196	2 115 163	36 769 039
2012	29 769 386	2 017 325	37 715 225
2013	32 846 560	2 065 863	39 860 771
2014	35 024 592	1 816 002	41 627 244
2015	34 612 187	1 635 695	41 114 068
2016	24 736 736	617 891	30 906 679
2017	32 043 173	368 578	37 969 824
2018	39 146 171	344 878	46 112 592
2019	44 519 568	555 317	51 747 199
2020	15 971 201	77 234	15 868 435

Kaynak: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (25.11.2021)

Tablo 7’de Türkiye’yi ziyaret eden turist ve günübirlikçi turist sayıları verilmiştir. Türkiye en fazla ziyaretçi sayısına 2019 yılında ulaşmıştır. 2020 yılında düşen turist sayısının ana sebebi tüm dünyada yaşanan pandemi sürecinden kaynaklanmaktadır.

3. TURİZM ÇEŞİTLERİ VE SINIFLANDIRILMASI

Turizmin çeşitleri ve sınıflandırılması konusunda farklı kaynaklarda farklı bakış açıları mevcuttur. Bunun en önemli nedeni ise turizmdeki bazı kavramların birbirine yakın olmasıdır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine, kişilerin sosyo-ekonomik durumlarına ve kültürel yaklaşımlarına göre farklı sınıflandırmalar

yapılmaktadır. Genel bir çerçeve oluşturularak çeşit ve sınıflandırmalar incelenecektir.

3.1. Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm

Bu sınıflandırma da turizm faaliyetine katılan bireylerin sayıları dikkate alınmaktadır. Bireylerin turizm faaliyetlerine tek tek katılmalarına bireysel, ortak bir amaç ile birlikte hareket ettikleri turizm faaliyetlerine grup, grupların birleşerek gerçekleştirdiği turizm faaliyetlerine kitle turizmi adı verilmektedir.

Bireysel Turizm: Bireysel turizm çerçevesinde incelenen kişilerin turizm hareketine kendileri ailesi ya da iki üç kişi ile birlikte katıldıkları görülmektedir. Bu gruptaki kişilerin üst gelir seviyesinde olduğu ve genellikle Batı Avrupa vatandaşı oldukları bilinmektedir (Kozak vd. 2014: 11).

Kitle Turizmi: Kişilerin turizm hareketine büyük gruplar halinde katılmalarına kitle turizmi denilmektedir. Paket tur tercihlerinden dolayı ekonomik ve konforlu bir tatildir. Aynı zamanda gelir getirici etkisi oldukça yüksektir. Tüketim ağırlıklı bir süreç olan kitle turizminin oluşturduğu bazı etkiler (Ovalı, 2007: 65);

- Potansiyeli karşılamak için betonlaşmanın artması ve görsel kirlilik yaşanması,
- Doğal çevredeki yoğunluk ve kaynak kullanımının artması ise yaşanan çevre kirliliği,
- Kirliliğin yarattığı bozulma ile endemik türlerin azalması ya da yok olması, olarak sıralanabilir.
- Sosyo-kültürel farklılıklar ve isteklerin ayrışması bakımından kültürel bozulma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Grup Turizmi: Bir amaç ve ortak paydada buluşan sosyal grupların turizm faaliyetine katılmaları ile meydana gelen turizm hareketidir. 11-16 kişilik öğrenci, dernek üyesi ya da mesleki grupların gerçekleştirdiği seyahat ve konaklamalardır.

3.2. Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm

Turizm faaliyetlerine katılan bireylerin ziyaret ettikleri yere göre “iç turizm” ve “dış turizm” meydana gelmektedir.

İç Turizm: Bir ülkede yaşayan kişilerin kendi sınırları içerisinde gerçekleştirdikleri turizm hareketleri iç turizmi meydana getirmektedir. İç pazarda canlı olan turizmin dış pazarı da tetiklediği ve turizm gelirlerini artırıcı bir etki yaptığı görülmektedir. İç turizmin getirdiği pek çok avantaj vardır. Bunlar pasaport ve vize gerekmeden seyahat edebilme, döviz gereksinimi olmaması ve yabancı dil bilmeden kolay iletişim kurabilme gibi avantajları bulunmasıdır (Durgun, 2006: 7).

Dış Turizm: Bir ülkede yaşayan kişilerin kendi sınırları dışına gerçekleştirdikleri turizm hareketleri dış turizmi meydana getirmektedir (Sezgin,1995: 5). Seyahat edilen ülkeler açısından döviz getirici bir etkisi bulunmaktadır. Dış turizm aktif dış turizm ve pasif dış turizm olarak iki bölüme ayrılmaktadır.

1. *Aktif Dış Turizm:* Turizm hareketine katılan kişilerin kendi ülkeleri dışına yaptıkları seyahatleri kapsamaktadır. Seyahat edilen ülke açısından döviz getirisi sağlamakla birlikte ekonomik anlamda ihracat etkisi yapmaktadır. Döviz gelirlerinin artması ödemeler dengesine pozitif yönlü etki sağlarken, ekonomik kalkınma ve büyüme için de kaynak yaratabilmektedir.

2. *Pasif Dış Turizm:* Turizm hareketine katılan kişilerin kendi ülkeleri dışına yaptıkları seyahatleri kapsamaktadır. Ülke dışına yapılan seyahatler döviz çıkışına neden olacağı için ödemeler dengesinde negatif bir duruma sebep olur. Ekonomik anlamda ithalat etkisi yapmaktadır.

3.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm

Turizm hareketine katılanların yaşlarına göre turizm üçe ayrılmaktadır.

Gençlik Turizmi: 15-24 yaş aralığındaki gençlerin ebeveynleri yanlarında olmadan turizm hareketlerine katılmalarıdır. Dünyayı keşfetmeye dayalı düşük bütçeli konaklama ve harcamaya dayalı bir turizm türüdür. Gençlik turizminin gerçekleşmesi için koşullar ise (Hussein ve Saç, 2008: 32);

- Gençlerin bulunması,
- Gençlik turizmi yapan kurum ve kuruluşların bulunması,
- Kültürel ve sosyal ilişkilerin bulunması,
- Ucuz konaklama ve ulaşım olanaklarının bulunması, olarak sıralanabilir.

Orta Yaş Turizmi: 25-65 yaş aralığında yer alan kişilerin turizm hareketlerine katılmalarıdır. Belirtilen yaş aralığındaki kişilerin çalışma döneminde ve genellikle evli olmalarından dolayı seyahat edebilecekleri zaman aralıkları kısıtlıdır. Bu özellikleri açısından diğer turizm çeşitlerinden ayrılmaktadır.

Üçüncü Yaş Turizmi: 60 yaş ve üzeri kişilerin turizm hareketlerine katılmasıdır. Bu yaş grubundaki kişilerin genellikle emekli olmaları sebebiyle boş zamanlarının fazla olduğu görülmektedir. Günümüzde tıp ve teknoloji sektörlerinin gelişmesine paralel olarak yaşam sürelerinin uzaması ve turizm bilincinin gelişmesinden dolayı üçüncü yaş turizminin hızla geliştiği görülmektedir. Üçüncü yaş turizmin bileşenleri ise (Alen vd. 2012: 139-140);

- 60 yaş ve üzeri kişilerin turizm talebindeki ağırlığının artması,
- Kalite ve nicelik açısından daha talebe sahip olması,
- Gelir seviyesinin yüksek olmasına rağmen zaman darlığı yaşanması,
- Daha geniş bir perspektifte hizmet veren turizm sektörü,
- Çevresel farkındalık ve sürdürülebilirlik kavramına duyarlı olma,
- Uzun rotalar, hareketli ve bireysel tatil anlayışının hâkim olması, olarak sıralanabilir.

3.4. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre Turizm

Kişilerin toplumsal statüleri ve gelir düzeyleri turizm hareketine katılmalarında belirleyici bir rol oynar. Katılımcılar iki grup halinde incelenmektedir.

Sosyal Turizm: Ekonomik açıdan zayıf olan toplulukların bir grup özel önlemler, destek ve teşvikler doğrultusunda turizm hareketine katılmalarıdır. Alt gelir grubuna dâhil olan ve bedenen yetersiz olan kimselerin de turizm kapsamında ele alınması gereklidir. Bu grupta yer alanlar ise;

- Emekliler,
- Memurlar,
- İşçiler,
- Bedensel engelliler,
- Çiftçiler,
- Esnaf ve zanaatkârlar, olarak sıralanabilir.

Sosyal turizmin temel ilkesi gelir düzeyine bakılmaksızın tüm bireylerin turizm faaliyetlerinden yararlanmasını sağlamaktır.

Lüks Turizm: Üst gelir grubuna dâhil olan kişi ve toplulukların katıldıkları turizm hareketine lüks turizm denilmektedir. Bu grupta yer alan kişilerin gelir seviyelerinin yüksek olmasından dolayı beklentileri çok yüksektir. Teknolojik gelişme ve yenilikleri içeren doğru hizmet sunulması müşteri tatmini için şarttır.

Sosyal turizm kapsamında seyahat edenlerin aksine bireysel ya da yardımcıları ile birlikte özel araçları ile hareket ederler. Av turizmi, golf turizmi ve kruvaziyer turizmi gibi maliyeti yüksek tercihler yapmaktadırlar.

3.5. Katılanların Amaçlarına Göre Turizm

Kişilerin turizm hareketine katılımları farklı motivasyonlar ile olmaktadır. Bu kısımda kişilerin amaçlarına göre katılımları ele alınacaktır.

Deniz ve Yat Turizmi: Deniz ve yat turizmi denildiğinde ilk akla gelen deniz, güneş ve kumdur. Bu özellikleri taşıyan lokasyonlar da yapılan turizm yatırımları belirli dönemlerde çok yüksek yoğunluğa sahiptir. Dünya üzerinde talebin en yoğun olduğu turizm türüdür. Son yıllarda hızla gelişim sağlayan yat turizmi lüks turizm kategorisine girdiği için daha da önem kazanmıştır. Yat turizmi deniz ve doğa ile tatil fırsatı sunarken aynı zamanda spor olanakları da sağlamaktadır.

Kongre Turizmi: Kongre kökeni Latince olan “congressus” kelimesinden türemiştir. Anlamı ise ”toplanma ve buluşma” dır. Kişilerin yaşadıkları yerin dışına çıktıkları, iş eğitim vb. amaçlarla toplandıkları turizm çeşididir. Konaklama çeşitli sosyal etkinlikler, alışveriş, mini kültürel gezileri içermektedir.

Sağlık-Termal Turizmi: Sağlık turizmi kişilerin tedavi ve rehabilitasyon amacı ile gerçekleştirdiği seyahatlerdir. Bedensel ve zihinsel bir arınma süreci ile bulundukları merkezden yeme-içme, konaklama, eğlence gibi hizmetler alırlar.

Termal turizmde ise şifalı sularla ve çamurla tedavi olanağı bulunmaktadır. En eski şifa arama yöntemlerinden biridir. Termal turizm bölgelerindeki yatırımların hızla artması ile bu bölgelerde beş yıldızlı otellerin arttığı görülmektedir. Termal turizm orta yaş ve üzeri her tür gelir grubundaki kişilere hitap eden bir sektördür.

Mağara Turizmi: Alternatif turizm hareketlerinden biriside mağara turizmidir. Yüzyıllar boyunca doğal olaylar sonucunda meydana gelen mağara ve obruklar gizemli halleri ile dikkat çekmektedir. Farklı amaçlarla gerçekleştirilen bu ziyaretler yıl boyu yapılabilmektedir. Mağara turizminin gerçekleştirilebilmesi için mağaraların sahip olması gereken özellikler ise (Alılı, 2018: 18-19);

- İnsan sağlığını ve güvenliğini tehdit edecek tehlikeler barındırmaması,
- Turizme açılması ile bölgesel kirliliğe neden olmaması,
- İlgi odağı olacak yapısal özelliklere sahip olması,
- Yollar ve konaklama tesislerine yakın olması,
- İçerisinde korumaya ihtiyaç duyulacak canlıların bulunmaması,
- Mağaranın boyutlarının gezi için uygun olması,
- Çevresinde turizm için gerekli yapıların inşası için alan bulunması, özellikler arasında sıralanabilir.

Dağ ve Kış Turizmi: Sanayi devrimi sonrası meydana gelen hızlı kentleşme sonrasında insanlar doğa ile baş başa kalmak için çeşitli alternatifler aramaya başladı. Dağ ve kış turizmi bu isteklere cevap veren alternatifler arasındadır. Dağ yürüyüşleri, tırmanma, kış sporları gibi faaliyetler kişileri turizm hareketlerine dâhil etmektedir. Dağ ve kış turizminin amaçları ise (Kılıçoğlu, 1995: 30);

- Sosyo-kültürel ve ekonomik olarak gelişmemiş olan kırsal bölgelerin kalkınması sağlanarak, doğal çevrenin korunması,
- Turizm mevsimi yılın tüm aylarına yaymak ve turizm çeşitliliği yaratmak,
- Turizmi yılın tümüne yayarak işsizliğin önüne geçilmesi,

- Turizm gelirlerini arttırmak, olarak açıklanabilir.

İnanç Turizmi: Dini inanışlara göre kutsal sayılan yerlere yapılan turizm hareketlerini içermektedir. Yapılan seyahatlerin kapsamı dini gereksinimlerini yerine getirmek, bölgedeki inanç simgesi yapı ve sembolleri ziyaret etmektir. Bazı ibadetlerin mekâna ve zamana bağımlılığı turizm yoğunluğunu artırmaktadır.

Eko Turizm: Ekolojik turizm kavramı son dönemlerde önemini arttırmıştır. Doğal çevreye saygılı, bölgede yaşayan insanların sosyal yaşam ve kültürlerini etkilemeden yapılan turizm çeşididir. Uluslararası Eko turizm Topluluğu: Eko-turizmi çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı seyahat olarak tanımlamaktadır. Dünya Turizm Örgütüne göre ekoturizmin amaçları ise (Oktayer vd. 2007: 144);

- Turizmin doğal ve geleneksel çevreye verdiği zararın minimuma düşürülmesi,
- Turistlere ve yerli halka doğal ve geleneksel çevrenin korunmasına yönelik bilinç kazandırılması,
- Koruma kapsamındaki doğal ve sosyo-kültürel alanlar için kaynak ayrılması,
- Doğal ve sosyo-kültürel çevreye yönelik uzun vadeli takip ve değerlendirme programları desteklenerek, turizmin negatif etkilerinin düşürülmesi,
- Turizmin yerel halkın gelirlerini arttıracak şekilde geliştirilmesi,
- Turizmin gelişmesiyle bölgenin sosyal ve çevresel kapasitesinin arttırılması, olarak sıralanabilir.

Turizm için yapılan yatırımların, doğal ve geleneksel çevreye duyarlı, bitki örtüsü ve yaban hayatını koruyan, sosyo- kültürel yaşam ile uyum sağlamasına özen gösterilmesi, olarak sıralanabilir.

4. TURİZMİN ETKİLERİ

Turizm dinamik yapısı itibari ile geniş bir etki alanına sahiptir. İkinci dünya savaşından sonraki dönemde hız kazanan turizm sektörü sadece ekonomik olarak değil sosyo-kültürel ve çevresel etkilere sahiptir. Turizmin olumlu ve olumsuz etkileri tablo 8’te verilmiştir.

Tablo 8. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

	Olumlu Etkiler	Olumsuz Etkiler
Ekonomik	Gelire ve yaşam kalitesinin artmasına katkı sağlar. Yerel ekonomiyi canlandırır. İstihdam olanaklarını artırır. Vergi gelirlerini artırır. Alışveriş fırsatları yaratır. Kamu hizmetleri altyapısını geliştirir. Doğrudan ve dolaylı harcamaları artırır. Ulaşım altyapısını geliştirir.	Mal ve hizmetlerin fiyatları yükselir. Arazi ve konut fiyatlarını yükseltir. Yabancı istihdamın artması, Ek altyapı maliyetlerini artırır. Turizm sektörünün kısa döneminden kaynaklı işsizlik sorunları. İşlere düşük ücret ödenmesi
Sosyo-Kültürel	Yaşam kalitesini artırır. Ziyaretçilerle tanışmayı kolaylaştırır. Değerlerde ve geleneklerde olumlu etkiler yaratır. Kültürel alışverişi teşvik eder. Tarihi ve kültürel farkındalık yaratır. Sosyal farklılıklara hoşgörü artar. Ev sahibi nüfusun kültürel kimliğine sahip çıkmasını sağlar.	Alkolizm, kumar gibi alışkanlıkları artırır. İstenmeyen yaşam tarzı dejenerasyonu, Turizmin gelişmesi ile yerli halkın yerlerinden olması. Ailenin bozulması. Doğal kaynaklardan yerel halkın yararlanamaması. Fuhuş, kaçakçılık ve suç oranlarının artması.
Çevresel	Tarihi bina ve anıtların korunması, Alanların çevresel düzenlemelerinin yapılması, Turizmin bacasız bir sektör olması, Seçilen doğal ortamlar korunur ve ekolojik yaşam desteklenir.	Çevresel kirlilik. Turizmin gelişmesi ile tarım arazisi ve doğal peyzaj kaybı. Flora ve faunanın yok olması ve yaban hayatı üreme döngüsü bozulması.

Kaynak: (Kreag, 2001: 6-9)

5. TURİZMİN EKONOMİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Turizm ülke ekonomileri açısından oldukça önemlidir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre dünya üzerindeki toplam gelirin %10’luk bölümü turizm tarafından sağlanmaktadır. Turizm hareketlerinin her geçen yıl atması ülkeler arası rekabeti hızlanmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin pastadan pay alma çabaları artmaktadır. Döviz yaratıcı etkisi nedeniyle gelişmekte olan ülke

ekonomileri açısından önemi artmaktadır. Turizmin ülke ekonomilerine etkileri; parasal etkiler, gelir etkisi, reel etkiler olarak incelenecektir.

5.1. Turizmin Olumlu Etkileri

Turizmin ülke ekonomilerine olumlu ve olumsuz olmak üzere pek çok etkisi bulunmaktadır. Tasarrufların yetersiz olduğu gelişmekte olan ülkelere sağladığı döviz getirisi, emek yoğun bir sektör olmasının avantajı olarak işsizliğin azaltılması turizmin olumlu etkilerinin başında yer almaktadır. Dünyada hizmetler sektörü hızla yükselişini sürdürmektedir. Hizmetler sektörü içinde turizmin payı yaklaşık %30'dur. Buda ülke ekonomileri açısından turizmin önemini göstermektedir.

5.1.1. Ödemeler Dengesine Etkisi

Turizm hareketlerinin neden olduğu döviz arz ve talebi, ödemler dengesi üzerinde etkilere sebep olmaktadır. Bir ülkenin ödemeler dengesi, “o ülkede yerleşik kişilerin ve kurumların yurt dışında yerleşik kişi ve kurumlardan aldığı ve onlara sattığı mal ve hizmetler ile bu işlemleri yürütemek üzere yaptığı finansal faaliyetlerin toplamıdır” (Yazıcıoğlu, 2014: 277). Ülkeye turist olarak gelen yabancıların yaptıkları harcamalar döviz girdisi sağlarken, yerleşiklerin yurtdışında yaptıkları harcamalar döviz çıkışı sağlamaktadır.

$$\text{Döviz Geliri} > \text{Döviz Gideri} = \text{Pozitif Etki}$$

$$\text{Döviz Geliri} < \text{Döviz Gideri} = \text{Negatif Etki}$$

Döviz gelirlerinin yarattığı pozitif etki gelişmekte olan ülkelerde dış ticaret açıklarının kapanmasında etkilidir. Turizmin gelir getirici etkisinin yanında doğru hizmet sunabilmek için yapılan harcamalar ek ithalat kapsamında değerlendirilir. Bu kapsamdaki ek ithalat konuları ise (Usta, 1988: 148);

- Turizm sektöründe yabancı istihdama ödenen ücretler,
- Turistlerin tükettikleri mal ve hizmetler için yurt dışından alınan mallar,
- Turistik tesisler için ithal edilen her türlü inşaat ve donanım malzemeleri,

- Yabancı sermaye ile kurulmuş işletmelerin kar transferleri,
- Yurt dışında yapılan tanıtım faaliyetleri için ödenen ücretler,
- Turizmde çalışan personelin yurt dışı eğitim masrafları,
- Yurt dışına yapılan turistik yatırımlar, şeklinde sıralanabilir.

Türkiye’de turizm gelirlerinin ödemeler bilançosuna yaptığı olumlu etki tablo 9’te görülmektedir. Tabloda görüldüğü gibi Türkiye için turizm gelirlerinin harcamalarından daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Turizm Gelir ve Giderleri (Milyon \$)

Yıllar	Turizm Gelirleri	Turizm Giderleri
2008	25 415,1	4 266,2
2009	25 065,5	5 090,4
2010	24 931,0	5 874,5
2011	28 115,7	5 531,5
2012	29 351,4	4 593,4
2013	34 305,9	5 253,6
2014	32 309,0	5 470,4
2015	31 464,8	5 698,3
2016	22 107,4	5 049,8
2017	26 283,6	5 137,2
2018	29 512,9	4 896
2019	34 520,3	4 403

Kaynak: (<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>)

5.1.2. Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizm olumlu etkilerinin en önemlisi sayılan gelir etkisi ülke ekonomileri için oldukça önemlidir. Turizm hareketine katılanların seyahat ettikleri ülke veya bölgede yaptıkları harcamalar turizm gelirlerini oluşturmaktadır. Yapılan harcama çeşitleri ise aşağıda verilmiştir (Ünlüönen vd., 2009: 211);

- Otel, restoran ve kafeterya harcamaları,

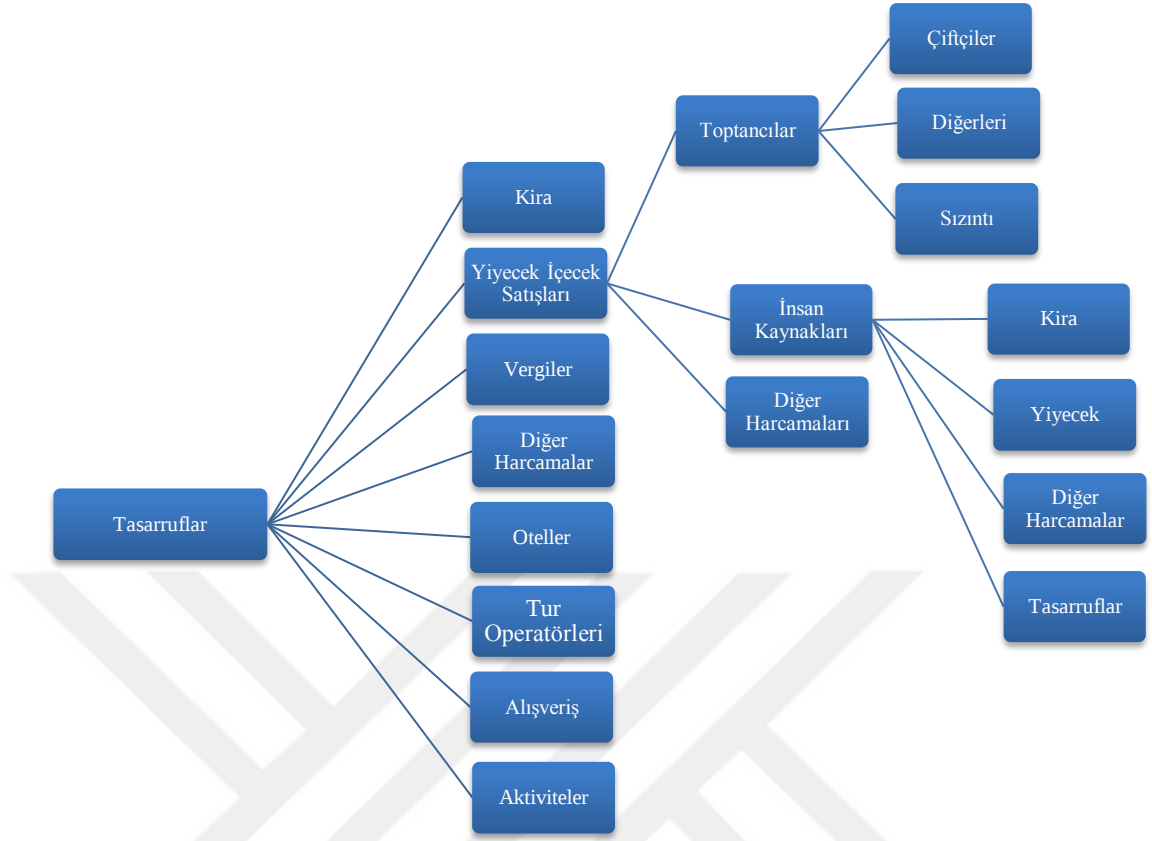
- Eğlence, rekreasyon ve kültürel aktiviteler için yapılan harcamalar,
- Yiyecek ve içecek harcamaları,
- Ülke içinde yapılan her tür ulaşım giderleri,
- Kişisel ulaşım araçları için yapılan harcamalar,
- Günlük tur harcamaları,
- Giyecek, hediyelik eşya ve mücevherat harcamaları,
- Diğer servisler; kira, benzin, enerji, sıhhi servisler için yapılan harcamalardır.

Turizm gelirleri hesaplanırken dâhil edilmemesi gereken harcamalar ise (Ünlüöner vd., 2009: 211);

- Ticari amaçla satın alınan mal ve hizmet ödemeleri,
- Daha sonra satmak amacıyla satın alınan mallar,
- Ulaşım araçları içinde veya gümrüksüz satış mağazalarında yapılan harcamalar,
- Arazi, bina, hisse senedi gibi satın alımlar için yapılan sermaye işlemleri,
- Nakit veya eşya olarak yapılan bağış ve hibeler,
- Vize, pasaport, alan vergisi giderleri,
- Geçici veya devamlı göçmenlerin harcamaları,
- Tur operatörlerinin komisyonları, olarak sıralanabilir.

Yapılan tüm harcamalar ülke ekonomilerine döviz girdisi sağlamakta ve ülke gelirleri artmaktadır. Türkiye için net turizm geliri, 2019 yılında nominal GSYİH' nın %4.6'sı kadar olup önceki yıla göre %22.3 artışla 30.1 milyar dolara yükselmiştir.

Turizmin pek çok sektörle olan yakın ilişkisi nedeniyle turizm harcamalarının diğer ekonomik birimleri de etkilediği bilinmektedir. Bu bağlamda farklı sektörlerdeki mal ve hizmet tüketimine ve ihracatına olanak sağlamaktadır. Turizm gelirlerinin etkilediği sektörler çarpan etkisinin oluşmasına ve ekonomide çok daha fazla gelir yaratılmasına sebep olmaktadır. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda turizmde çarpan etkisiyle yapılan harcamaların yaklaşık iki katı kadar bir gelir artışına sebep olduğu görülmektedir.



Şekil 4. Turizmde Çarpan Etkisi

Kaynak: (Dinçer, 1993: 64)

Turizm faaliyetlerinden sağlanan gelirlerin çarpan etkisi, turizmden sağlanan gelirlerin her bir biriminin ekonomi içinde el değiştirmesi ile kendisi dışında kişi ve işletmeler için yaratmış olduğu etkinin başlangıçtaki ekonomik etkiyle oranlanmasıyla elde edilir. Çarpan katsayısı ekonomide ne kadar fazla gelir oluşturduğunu veya turizm gelirlerinin etkinliğini ölçmek için kullanılır.

Turizm gelirleri sadece özel sektör için değil devlet gelirleri açısından da önemlidir. Devletin turizmden sağladığı gelirlere baktığımızda (Çeken, 2019: 136);

- Turizm faaliyetine katılanların tükettiği mal ve hizmetlerden alınan vergiler.
- Turizmde kullanılan ithal ürünlerden alınan vergiler.
- Turizm faaliyetinde bulunan kurumlardan alınan vergiler (gelir ve kurumlar vergisi).

- Turizm faaliyetine katılanların faydalanmış olduğu kamu hizmetlerinden alınan vergilerdir.

Turizm gelirleri elde edilmeye çalışılırken farklı noktalarda çeşitli kayıplar yaşanmaktadır. Bu kayıplara sızıntı etkisi denilmektedir. Sızıntı etkisi turizmden elde edilen gelirlerin diğerk ülke ekonomilerine aktarıldığı süreci açıklamak için kullanılır. Sızıntı ile birlikte turizm gelirlerinde azalma yaşanmaktadır. Bu etkenler ise;

- Turizmde ihtiyaç duyulan mal ve hizmetlerin ithal oranının fazla olması,
- Turizm için gerekli olan altyapı hizmetlerinin ülke içindeki firmalar tarafından karşılanamaması, konaklama tesisleri, hava alanı, liman vb. yerlerin inşaat işlerinin yabancılar tarafından yapılması,
- Turizm sektöründe üretim ve yatırım yapan yabancı yatırımcılar,
- Turist çekmek amacıyla yurt dışında yapılan tanıtım faaliyetleri,
- Yabancı turizm ve seyahat acentelerinin başka ülkelere ödenen vergi ve diğerk harçları azaltmak için uyguladığı fiyat değişiklikleri,
- Turist çekmek için ülkelerin uyguladığı vergi ve harç indirim ve muafiyetleri, olarak sıralanabilir.

5.1.3. Turizmin İstihdam Üzerine Etkileri

Turizm yapısı itibari ile emek yoğun bir sektördür. Dünya Turizm ve Seyahat Örgütü'ne göre turizmin istihdama doğrudan katkısının yaklaşık 100 milyon olduğu, doğrudan ve dolaylı istihdam tahminlerinde ise 320 milyon kişinin iş imkânlarına kavuştuğı tahmin edilmektedir. Dünya genelinde çalışan her 10 kişiden 1 tanesi turizm sektöründe çalışmaktadır. Diğerk sektörlerle kıyaslandığında ise;

- Otomotiv sektörü istihdamının 5 katı,
- Küresel kimya sektörünün 5 katı,
- Küresel madencilik sektörünün 4 katı,
- İletişim sektöründe çalışanların 2 katı, istihdam sağlamaktadır.

Turizm sektöründe teknolojik yenilikler kullanılsa da diğerk sektörler gibi otomasyon sınırlı kalmaktadır. Bunun sonucunda emek yoğun sektör özelliğini korumakta, iş yaratma ve işsizliği azaltmada önemi artmaktadır. Yapılan işlerin

özelliğinden dolayı genellikle düşük vasıflıdır, eğitim eksikliklerinin fazla olduğu az gelişmiş ülkeler için iş fırsatları yaratmaktadır. Turizmin istihdamı arttırdığı örnekler ise aşağıda verilmiştir (Kozak vd., 2014: 78);

- Turizm sektörünün yarattığı doğrudan istihdama örnek olan, otel ve restoranlarda çalışan kişi sayısındaki artışlar.
- Turizmin dolaylı olarak etkilediği ve bölgedeki turizm faaliyetlerine bağlı olan ulaştırma, eğlence ve alışveriş merkezlerinde çalışan personel sayısındaki artışlar.
- Turizmden gelir elde eden bölge halkının yaptığı harcamalar sonucunda oluşan ek istihdam çeşidi ise market kuyumcu gibi iş yerlerinde oluşan istihdam artışıdır.

Turizm kendi iş olanaklarının yanı sıra etkilediği diğer sektörlerle birlikte yüksek oranlarda iş fırsatları yaratmakta ve sadece Türkiye için değil tüm ekonomiler için önemini korumaya devam etmektedir.

5.1.4. Turizmin Bölgelerarası Gelişmeye Etkisi

Kırsal ya da az gelişmiş bölgelerde daha çok tarıma dayalı bir istihdam göze çarpmaktadır. Tarım sektörü dönemsel yoğunlukların yaşandığı ve düşük gelir getiren bir iş koludur. Buna bağlı olarak işsizliğin yoğun bir şekilde yaşandığı bu bölgelere turizm gelir getirici ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle bölgeye cazip fırsatlar sunmaktadır. Bölgede atıl vaziyette olan kültürel ve doğal güzellikler işlevsel hale getirilerek bölge ekonomisine katma değer sağlamaktadır. Turizmin bölge ekonomisinde meydana getirdiği gelir artışı ile birlikte başka iş kolları oluşmakta ve ekonomi canlanmaktadır.

Bölgelerde meydana gelen turizm hareketleri ile birlikte bölgenin altyapı ve üst yapı olanaklarında iyileşmeler meydana gelmektedir. Bölge halkının daha iyi hizmet şartlarına sahip olması kişilerin hayat kalitelerinin de artmasına yol açmaktadır. Tüm gelişmelerin yanında bölgenin ülke ekonomisine katkısıyla milli gelirde artışlar yaşanmaktadır.

5.1.5. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi

Turizm sektörü yarattığı ekonomik büyüklükle pek çok sektörü de etkilemektedir. Farklı sektörlerin birbirlerine sağladıkları mal ve hizmetler aralarında güçlü bir bağ meydana getirmektedir. Turizm sektörel yapısı gereği ilişkili olduğu sektörler tarım sektörü, sanayi sektörü ve hizmetler sektörüdür.

Turizmin tarım sektöründeki etkisi; Bir bölgede turizm hareketlerinin artması ile birlikte bölgede konaklama talebinde artış meydana geldiği görülmektedir. Talebin karşılanması için inşa edilen otel, apart otel, tatil köyü vb. yerlerin hızla artması ile konaklayan kişi sayısı artmaktadır. İşletmeler gelen turistlere konaklama, eğlence gibi hizmetler sunmanın yanında çok daha önemli olan yeme-içme hizmeti için bölgedeki tarım üretimine hem ihtiyaç duymakta hem de üretimin artmasına yol açmaktadır. Turizmin gelişmesi ile tarım sektöründe üretim kalitesinin arttığı, standardizasyon sağlandığı ve kaliteli ürünün gerçek değerinin anlaşıldığı görülmektedir. Bu sebeple bölge tarımı nitelik ve nicelik olarak gelişmektedir. Bunun sonucunda üreticinin hem geliri hem de refah düzeyi artmış olmaktadır (Çıkın vd. 2009: 6).

Turizmde artan gıda talebine karşı bölgede, dönemsel olarak küçük miktarlı fiyat artışları görülebilmektedir. Bazı bölgelerde ise turizm gelirlerinin yüksek olmasından dolayı bölge halkının tarım sektöründen başka sektörlerle geçiş yaptığı görülmektedir.

Turizmin sanayi sektörü üzerine etkisi; Turizmin sanayi sektörüne etkisi daha çok tüketim ve ara mal üreten sanayi kollarında ortaya çıkar. Turizm sektörünün etkisi yatırım malı üreten sektörlerde oldukça azdır. Turizmin sanayi sektörü üzerindeki etkisi turistik yatırımların artması sonucunda yatırımlarda kullanılan sanayi mallarının üzerinde yaşanmaktadır. Bu etkiler aşağıda verilmiştir (İçöz ve Kozak, 1998: 218);

- Turizm faaliyetlerinin artması ile yol, çevre ve alt yapı yatırımları artar. Bunun sonucunda ağır sanayi ürünlerine olan talep de artar.
- Alt yapının yanında hızla artan konaklama ihtiyacını karşılamak için yapılan inşa çalışmalarında kullanılan çimento, kum, demir vb. sanayi mallarına ek talep oluşturmaktadır.

- Hızla gelişen bilişim sektörüne olan ihtiyacın turizm sektöründe artması ile bu sektörde oluşan ek talepler.
- Turizm yatırım harcamalarının en fazla etkilediği sektör ise inşaatır.
- Turizm sektörünün sanayi sektöründen talep ettiği bazı girdiler sanayi sektöründe ek talep ortaya çıkarır. Bu da çoğaltan mekanizmasıyla milli gelirin artmasına neden olmaktadır.
- Tarıma dayalı sanayi sektörü olan bölgelerde turizm sonucu ek talep oluşmaktadır.

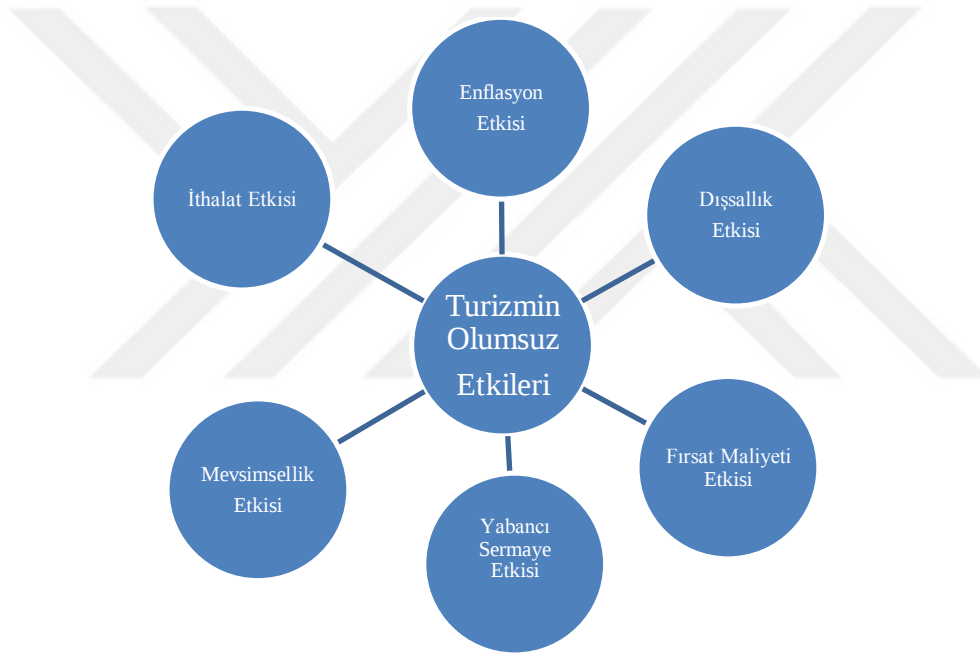
Turizmin hizmetler sektörü üzerine etkileri; Turizm yapısı itibari ile hizmete dayalı bir sektör özelliği taşımaktadır. Bu yüzden hizmetler sektörünün bir parçası olarak kabul edilmektedir. Tüm dünyada çalışanların yarısından fazlasının hizmetler sektöründe çalıştığı düşünülürse sektörün önemi daha iyi anlaşılabacaktır. Turizmin hizmetler sektörü üzerindeki etkileri aşağıdaki gibidir (Kozak ve Bahar, 2018: 159);

- Cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (market ve manavda satışa sunulan ekmek, et, süt vb. ürünler).
- Donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (elektrikçi, boyacı, demirci vb. teknik hizmetlerin sunulması).
- Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (gazeteci, çiçekçi, pastane, alışveriş merkezi vb.).
- Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (hizmetleri sunmakla görevli sağlık tesisleri, banka, polis vb.).
- Toplum arasında lüks olarak kabul görmüş hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine yardımcı olur (antikacı, sauna, gece kulübü gibi).
- Tatil ve turizme yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine destek olur (ulaşım, eğlence mekânları, benzin istasyonları vb.).
- Bir bölgede turizmin gelişimi ile birlikte o bölge kapsamındaki kamu hizmetleri de gelişir (yol, su, haberleşme, sosyal konutlar).

Turizm harcamaları ile sadece turizm sektörü değil diğer hizmet kollarının da hızla geliştiği görülmektedir. Hizmetler sektörünün emek yoğun olmasından dolayı işsizliği azaltmadaki rolü oldukça fazladır.

5.2. Turizmin Olumsuz Etkileri

Turizmin bölge ekonomilerine olumlu etkilerinin yanı sıra can sıkıcı olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Turizmin zaman içinde değişen etkileri ile birlikte istenmeyen olumsuzlukların yaşanması beklenen faydanın sağlanamaması sonucunu doğurmaktadır. Bunlar ise enflasyon etkisi, ihracat etkisi, mevsimsellik etkisi vb. etkilerdir. Bu bölümde olumsuz etkiler açıklanmaya çalışılacaktır (Şekil 5).



Şekil 5. Turizmin Olumsuz Etkileri

5.2.1. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi

Turizm faaliyetlerinin enflasyonist baskı yaratmasının başlıca nedeni turistlerin yerel halka oranla daha fazla harcama kapasitesine sahip olmasıdır. Turistler yüksek gelirlidir ya da tatil için ayırdıkları birikimlerini harcama eğilimindedir. Sonuç olarak aldıkları ürün veya hizmete yüksek ücretler ödeyebilirler. Özellikle turizmin yoğun olduğu bölge ve dönemlerde gıda fiyatlarında, ulaşım ve zanaat ürünlerinde meydana gelen yükselişler enflasyon

üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. Turizmin ekonomide yarattığı enflasyonist baskıların nedenleri aşağıda verilmiştir (Şıklar, 1994: 157);

- Turizm harcamalarının artması ile ekonomide talebin arttığı görülmektedir. Toplam talebin artması ve yeterli arzın sağlanamaması fiyatlar üzerinde yukarı yönlü baskı yaratacaktır. Bu dönemlerde politika yapıcıların doğru önlemler alarak fiyatlarda dengeyi sağlamaları gerekmektedir.
- Turizm gelir ve giderleri arasındaki farklarda fiyat artışlarına neden olabilir. Dış turizm giderlerinin gelirlerinden fazla olması durumunda, artan döviz talebi nedeni ile döviz kuru yükselecek ve ulusal paranın değeri düşecektir. Bu da fiyat artışlarına sebep olacaktır.
- Turistik ürün ve hizmetlerin maliyetinde ortaya çıkan artışlar, fiyatlarında artmasına sebep olacaktır. Turistik ürün ve hizmet üretmenin maliyeti ise üretim faktörlerine ödenen fiyat artışlarından kaynaklanmaktadır.
- Turistik talepteki hızlı artış ve yeterli arzın olmamasından kaynaklı meydana gelen fiyat artışları yaşanacaktır. Böyle durumlarda politika yapıcıların kapasite arttırılması konusunda teşvik ve vergi indirimleri ile sektöre destek vermesi gerekmektedir.
- Turizm sektörü emek yoğun bir sektördür. Artan turizm talebi iş gücü talebini arttıracak ve ücretlerin yukarı yönlü artması sonucunu doğuracaktır.
- Turizm sektöründe kullanılan ithal ürünlere talebin artması ile döviz talebini arttıracak ve ulusal para birimi değer kaybedecektir. Turistik işletmelerin maliyetleri artacaktır.
- Turizm sektöründe artan rekabet sonucu tanıtım ve reklam ihtiyacı doğmakta ve ek maliyetler yaratmaktadır. Artan maliyetler turizm sektöründeki hizmet fiyatlarına yansımaktadır.

Turizmin mevsimsellik etkisi ile yarattığı fiyat dalgalanmaları fiyat istikrarını olumsuz etkilemekte ve gerekli önlemleri almak politika yapıcılara düşmektedir.

5.2.2. Turizmin İthalat Üzerine Etkisi

Turizmde dış alım etkisi de denilen ithalat etkisi artan turizm talebi ile artmaktadır. Uluslararası turizm faaliyetlerindeki belirgin artışlar ülke ekonomilerine kaynak girişi sağlarken gelişmekte olan ülkeler için ithalat baskısı yaratmaktadır.

Turizmde kullanılan tüketim amaçlı bazı malların yurtdışından ithalatı gerekmektedir. Artan turizm talebi beraberinde teknolojik yatırımları da getireceği için ülkenin ithalat eğilimini artırabilir. İthalat kapsamındaki bazı harcama kalemleri ise (Kozak vd. 2014: 86);

- Turizm tesisleri için ithal edilen her türlü inşaat ve donanım malzemesi,
- Turistlerin tükettikleri mal ve hizmetler için yurtdışından alınan mallar,
- Ülkede yabancı sermaye ile kurulmuş turizm işletmelerinin kar transferi,
- Turizm sektöründe çalışan yabancı personele ödenen ücretler,
- Propaganda ve reklam için yurt dışında yapılan ödemeler,
- Turizm için yetişen personelin yurt dışında ki eğitim harcamaları,
- Yurt dışında yapılan turizm yatırımlar, olarak açıklanabilir.

5.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Üzerine Etkisi

Turizm açısından fırsat maliyeti kavramı; ülkelerin turizm sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin, diğer sektörlerde yapıldığı zaman elde edileceği öngörülen gelir ile kıyaslamasına turizmde fırsat maliyeti denilebilmektedir (Kozak ve Bahar, 2018: 163).

Turizmin yeni geliştiği bölgelerde ihtiyacı karşılamak amacıyla yapılan bazı yatırımlar halkın yararı için yapılması gereken yatırımların gözden kaçmasına ve halkın olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Bölge için ihtiyaç duyulan okul, hastane, sosyal alan vb. için yapılması gereken harcamalar turizm sektöründeki yatırımlar için kullanılırsa halkın refah kaybı yaşamasına sebep olmaktadır.

Bu nedenle yatırımlar yapılmadan önce araştırılmalı ve göreceli ekonomik faydalar değerlendirilmeli hangi sektöre yatırım yapılması kararı verilmelidir.

5.2.4. Turizmin Dışsalılık Üzerine Etkisi

Dışsal ekonomiler genel olarak bir ekonomik birimin üretim veya tüketim faaliyeti sonucunda, başka birimlerin fayda veya maliyet fonksiyonlarının olumlu ya da olumsuz yönde etkilenmesi olarak tanımlanabilir (Tosuner ve Aktan, 1986: 68). Bir ekonomik birimin gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda başka ekonomik birim veya birimler bundan olumsuz etkileniyorlarsa negatif dışsalılık, olumlu etkileniyorlarsa pozitif dışsalılık ortaya çıkmaktadır.

Turizm destinasyonların da meydana gelen turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı olumlu ve olumsuz etkiler bulunmaktadır. Turizm faaliyetlerinin gelişmesi ile yerli ve yabancı turist sayılarında artış meydana gelmekte, fırsat ve maliyetler ortaya çıkmaktadır. Bir tarafın üretim veya tüketim kararı, istemeden de olsa başka bir tüketicinin kar ve gelirini etkilemektedir.

Turizm sektörünün hızlı gelişmesinin ortaya çıkardığı dışsal maliyetler ise aşağıda verilmiştir (Çeken, 2019: 159);

- Çöp ve benzeri atıkların, yerel hizmetlerin maliyetlerinin artması,
- Turizm bölgelerindeki artan turizm faaliyetlerine cevap veren firmaların artması sonucu birbirlerine zarar verdikleri görülmektedir. Artan firma sayısı ile ulaşım, haberleşme, elektrik enerjisi, su vb. altyapı faaliyetlerinin yetersiz hale gelmesi, artan araç sayısı ile oluşan yoğun trafik, artan CO2 emisyonu ile oluşan çevre kirliliği ve işgücü transferi,
- Turizmde faaliyet gösteren firma sayısındaki artışlar üretim faktörlerine olan talebin artmasına sebep olmaktadır. Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan artan istihdam talebi istihdam arz fiyatlarını yükseltmektedir.
- Aşırı kalabalık, sanat eserlerine olan duyarsız tavırlar, doğaya yapılan tahribatlar ve bölge halkına ait olan alanların turistler tarafından zarar

görmesi ve kamuya ait alanlara yapılan zararlar bakım onarım maliyetlerini arttırmaktadır.

Turizmin pozitif ve negatif dışsallık etkisinden doğan sonuçlar tablo 10’da verilmeye çalışılmıştır.

Tablo 10. Turizmde Pozitif ve Negatif Dışsallıklar

TURİZM DIŞSALLIKLARI	
Pozitif	Negatif
Kirlilik kontrolü	Tıkanıklık
Altyapı hizmetlerinin iyileştirilmesi	Gürültü
Temiz sahiller	Çöpler
Park sayılarında artış	Kirlilik, CO2 emisyonu
Doğal çevrenin korunması	Bina sayısındaki hızlı artış
Tarihi eserlerin tanınması	Doğanın tahrip olması
Kültürel ve rekreasyonel etkinliklerin artması	Su tüketimindeki artış
	Çevresel görselliğin bozulması
	Suç oranındaki artış
	Kültür kaynaklarının zarar görmesi

5.2.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizmde mevsimsellik kavramı “yılın farklı zamanlarında turizm talebindeki belirgin yükselmeler” olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizmin yoğun olduğu dönemlerde tam kapasite ile çalışan sektörün diğer dönemlerde yaşadığı düşük yoğunluk nedeniyle gelir kayıpları yaşamaktadır. Yüksek yatırım maliyeti gerektiren sektörde yatırımın geri dönmesi uzun zaman gerektirmektedir. Bu durumun sonucunda turizmde kapasite artırım hızı oldukça düşük seyredecek ve ekonomide olumsuz etkiler yaratacaktır.

Turizmin ana gelir kaynağı olduğu ülkelerde, turizmin mevsimsellikten etkilenmesinin sebepleri; ekonomik durgunluk, terörizm, olumsuz hava koşulları ve doğal afetlerin yaşanması vb. sebeplerdir. Bu olumsuz koşullar turizmi olumsuz etkilemekte ve gelir kayıplarına sebep olmaktadır.

Turizmde mevsimsellik etkisi ile yaşanan ekonomik kayıpları ortadan kaldırmak için turizm faaliyetlerini yılın tamamına yaymak gerekmektedir. Bu durumda yaşanan istihdam kayıpları en aza indirilir. Turizm gelirlerindeki artış milli geliri arttırır ve yatırım yapmak için daha fazla yatırımcı bulma şansı ortaya çıkar.

5.2.6. Turizmin Yabancı Sermaye Üzerine Etkisi

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde turizm yatırımları için sermaye gereksinimi duyulmaktadır. Yabancı sermaye ise ülkelerin karşılığını ödemeksizin dış dünyadan sağladığı kaynakları kapsamaktadır. Yabancı sermaye ise “yabancı sermaye bir ülkenin karşılığını değişik biçimlerde ödenmek üzere başka ülkelerden kısa süre de ekonomik gücüne ekleyebileceği mali ve teknolojik kaynaklar” olarak tanımlanmaktadır (Uras, 1979: 27). Yabancı sermaye yatırımları, gerçek kişiler ya da özel tüzel kişilerin, bulundukları ülkelerden başka ülkelere yaptıkları yatırımlar olarak da açıklanmaktadır.

Yabancı sermaye, yatırım yaptığı ülkeye sermaye ve yatırım imkânı sağladığı gibi aynı zamanda artı istihdam yaratmaktadır. Sermaye girişinin yaratacağı ek kapasite ve hizmetlerle döviz gelirleri artar, aynı zamanda yatırım ve hizmetler için kendi dış kaynaklarını kullanmış olacaklarından ülkenin döviz çıktıları azalmaktadır (Olalı, 1988: 97).

Türkiye’de geçmiş dönemlerde turizm yatırımlarında yabancı sermayeye ihtiyaç duyulmasının sebepleri ise finansman katkısı, eğitim olanaklarının sağlanması, turistik tesislerin pazarlanması, dış talebin yaratılması ve en önemli fayda, ülkeye gelen sermayenin getirdiği ileri teknik bilgi ve kalifiye insan gücü tekniği, modern ve idari işletme yöntemleri şeklinde sıralanabilir (Karluk, 1983: 214).

Ülkeye gelen yabancı sermayenin kar etme güdüsüyle ortaya çıkan olumlu ve olumsuz pek çok etkisi bulunmaktadır (Kozak ve Bahar, 2018: 165);

- Yabancı firmaların aralarında yapmış olduğu birleşmeler ise, piyasada tekeli bir yapı oluşmasına yol açmakta ve sonuçta yerli firmalar bunlarla rekabet edemeyerek pazar payını ve rekabetçi gücünü kaybetmektedir.

- Yabancı sermaye sahiplerinin, ev sahibi ülkede çalıştıracakları personeli kendi ülkelerinden götürmeleri, gidilen ülkedeki istihdam yapısı üzerinde olumsuz etkiler meydana getirebilecektir. Yabancı istihdama ödenen ücretler döviz çıkışına sebep olmaktadır.
- Yatırım için gerekli olan teknoloji, gelişmiş makine ve teçhizatın dışarıdan ithal edilmesi, döviz kaybına neden olacaktır.
- Yabancı firmaların; sermaye yapısı, bilgi birikimi ve teknolojik olanakları açısından yerli firmaların çok ilerisinde olması, yerli firmaların için rekabet ortamının zorlaşmasına ve zaman içinde bunlarla rekabet etmesini güçleştirmektedir.
- Yabancı sermaye yoluyla gelen firmaların turizm sektöründeki tüketim kalıplarını değiştirmeleri sonucunda, ithal bağımlılığın artmasına yol açarak, turizmin meydana getirdiği çarpan etkisinin azalmasına neden olur.
- Yabancı firmalar yatırım maliyetlerinin artmasına neden olmakta ve bunun sonucunda ise, yerli firmalar yetersiz sermaye yapısından dolayı, yüksek fiyatlarla gayrimenkul satın alamamakta ve böylece turizm sektörüne girmekten vazgeçmektedir.
- Yabancı firmaların, ülke içinden temin edebilecekleri bazı ara mallarını dışarıdan ithal etmeleri, ekonomik açıdan olumsuz etki yaratmaktadır.
- Yabancı firmaların elde ettikleri gelirlerin büyük bir kısmını, ülke içinde tam anlamıyla yatırıma dönüştürmeden kendi ülkesine transfer etmesi, söz konusu ülkenin ödemeler dengesinde bir açığa yol açmakta ve böylece ülke ekonomisi bundan olumsuz etkilenmektedir.

Yabancı sermayenin bölgeye sağladığı tesis ve alanlarla yeni iş olanakları ile istihdamın arttığı, yerli yatırımcıya lokomotif görevi gördüğü ve ülkenin dış dünyada bilinirliğinin arttığı gözden kaçırılmamalıdır.

3. BÖLÜM

ENFLASYON VE TURİZM İLİŞKİSİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Ekonominin basit anlamda temelini oluşturan arz ve talep diğer sektörler gibi turizm içinde geçerlidir. Üretilen mal ve hizmetlerin tüketiciye ulaştırılması ve sağlanan fayda, turizmin ekonomik yönünü ifade etmektedir (Sezgin, 1995: 68). Turizm talebini, turizm olayına dâhil olanların boş zaman, satın alma gücü ve katılan kişi sayısı belirlemektedir (Hussein ve Saç, 2008: 107). Turizm talebinin sosyal ve ekonomik olarak belirleyicileri ise (Vanhove, 2005: 51);

1. Ekonomik faktörler,
2. Karşılaştırmalı fiyatlar,
3. Demografik faktörler,
4. Coğrafi faktörler,
5. Turizme karşı sosyo-kültürel yaklaşımlar,
6. Mobilite,
7. Yasal düzenlemeler,
8. Reklam ve tanıtım faaliyetleri,
9. Bilgi ve iletişim teknolojileri, olarak sıralanabilmektedir.

Kişilerin turizm olayına dâhil olabilmeleri gelir seviyeleri ile paralellik göstermektedir. Gelişmiş ülke vatandaşlarının turizme katılma oranları diğer ülke vatandaşlarına göre hayli yüksek seviyelerde seyretmektedir. Bakıldığında insanların büyük bir kısmının seyahat etme ve boş zaman değerlendirme olanaklarından yoksun olduğu görülmektedir. Bireylerin gelirlerinde meydana gelen değişimler mal ve hizmet fiyatlarında da gerçekleştiğinde, turizm talebi de değişim göstermektedir. Talebin fiyat esnekliği ve talebin gelir esnekliği ile bu durum ölçülebilmektedir (Durgun Kaygısız, 2019: 425).

Turizmi gelir ve fiyat üzerinden açıklamak gerekirse, turizm faaliyetinin yürütüldüğü bölgede döviz kurunda meydana gelen yükselişle birlikte, yabancı

misafirler için hizmetler göreceli olarak ucuz hale gelir ve bu durum turizm talebinin arttırmasına yol açabilir. Bu doğrultuda artan talep, mal ve hizmetlerin fiyatlarının yükselmesi ile sonuçlanabilir (Sincleir ve Stabler, 1997: 23). Ortaya çıkan yükselişlerle talep enflasyonun oluştuğunu söyleyebiliriz. Bu bağlamda enflasyon ile turizm ve turizm ile enflasyon arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır.

1. TURİZMİN ENFLASYONA ETKİSİ

Turizmin ekonomik anlamda etkilerinden bir tanesi de enflasyon üzerine olanıdır. Ekonomilerde fiyatlar genel düzeyinin yüksek olması enflasyon olarak tanımlanmaktadır. Enflasyonda meydana gelen yükselişler paranın satın alma gücünün azalmasına ve refah kaybı yaşanmasına sebep olmaktadır. Turizm talebini etkileyen önemli faktörlerden biriside enflasyondur.

Turizm talebinin artış gösterdiği bölgelerde, yerli ve yabancı mallara olan talebin hızla arttığı görülmektedir. Yaşanılan artışlar sadece ürünlerde değil yatırımlarda da yaşanmakta ve fiyatlar yükselmektedir (Akova, 1998: 76).

Fiyat yükselişlerinin başlıca sebepleri ise aşağıda verilmiştir (Günel, 2009: 52);

- Turist sayısında meydana gelen zamansız ve öngörülemeyen artışlar,
- Turistik mal ve hizmet maliyetlerinde yaşanan artışlar,
- Turizm bölgesine gelen yabancı turistler ile etkileşime giren yerleşiklerin tüketim eğilimlerinde meydana gelen değişimler, sebepler arasında gösterilebilir.

Turizmin yoğun olduğu dönemlerde, turistlerin harcama eğilimlerinin fazla olması sebebi ile ürün arz edenler karlılıklarını artırmak için fiyatları yükseltme eğilimine girmektedir. Bu duruma yol açan en önemli nedenlerden biri ise turizmin mevsimsellik etkisidir. Dönem itibari ile artan fiyatlar turizm bölgesindeki yerleşikler için alım gücünde düşmelere yol açmaktadır. Özellikle enflasyonun temel

ihtiyaç maddelerini etkilediği ve talep enflasyonuna² yol açtığı görülmektedir (Library Service, 2012: 78).

Turistler tarafından talebi yoğun olan, hediyelik eşya, giyim, eğlence, yeme içme gibi ürün ve hizmetlerin fiyatlarının yükseldiği söylenebilir. Konaklama hizmetleri için çok kısa dönemde turizm arzının esnekliğinin sıfır olması sebebiyle, kapasite arttırılması zor olduğundan turizm bölgesinde fiyatların yükseldiği görülmektedir.

Turizmin yoğun olduğu dönemlerde tarımsal ürünlere olan talebin artması ile fiyatların yükseldiği ve yerleşik halkın alım gücünün düştüğü görülmektedir (Çıkın vd., 2009: 7). Bu durum tarım arzında bulunanlar için yüksek gelir anlamına gelirken, aynı zamanda yüksek fiyatlar nedeni ile iç piyasanın daralması anlamına da gelmektedir.

Turizm bölgelerinde talebi karşılamak için kurulan yeni tesisler inşaat sektöründe de hareketliliğe yol açarken, arazi fiyatlarının yükselmesine sebep olmaktadır (Frent, 2016: 32). Yükselen arazi fiyatları yüzünden arazi sahipleri daha yüksek oranlarda vergi vermeye başlayacaklardır. Vergi maliyeti altında ezilen arazi sahipleri arazilerini turizm tesislerine satmak zorunda kalacaktır (Zengin, 2010: 116). Yükselen fiyatların dönemsel olarak enflasyonu etkileyeceği söylenebilir.

Turizmde talep enflasyonu sürecini oluşturan sebepler kısaca aşağıdaki gibidir (Vanhove, 2005: 177);

- Mevsimsel talep,
- Esnek olmayan talep,
- Belirsiz piyasa tepkileri (Kira, turizm firmaları),
- Uluslararası turist akımıyla birlikte ithal edilen enflasyon (Yüklü döviz kuru girişleri),
- Hükümet kararları,
- Bazı turistik ürün ve hizmetlere uygulanan vergiler, sonuçlar arasında gösterilebilir.

² Talep enflasyonu, cari fiyatlar genel düzeyinde, üretilen mal ve hizmetlerin toplam talebi karşılayamaması durumunda, fiyatların yükselmesidir.

Turizmin talep enflasyonu dışında maliyet enflasyonuna³ etkileri de bulunmaktadır. Turizm sektöründe arz edenlerin kullandıkları girdilerde meydana gelen fiyat artışları maliyet enflasyonunu oluşturmaktadır. Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan artan talep, daha fazla istihdama yol açar ve firmalar için iş gücü maliyetleri yükselir (Mihalic, 2014: 35).

Turizmdeki diğer maliyetler ise;

- Sektörel bazda kullanılan kredi faizlerinin yüksek olması,
- Sigorta maliyetlerinin yükselmesi,
- Dijital dönüşüm maliyetleri,
- Doğal afetler sonucu meydana gelen maliyetler,
- Turizmde kullanılan girdi maliyetlerinde yaşanan fiyat artışları, olarak sıralanabilir.

Bir diğer maliyet enflasyonu yaratan etki ise uluslararası alanda düzenlenen etkinliklerdir. Hazırlıklar için yeni konaklama ve tesisler inşa edilmesi, ulaşım ve alt yapı iyileştirmeleri gibi pek çok yatırım gerektiren bu süreç beraberinde ham madde ve ara mal talebinin artmasına sebep olmaktadır (Bayraktutan ve Solmaz, 2019: 99). Bu sürecin sonunda maliyet enflasyonu yükselmektedir.

Turizm sektörünün ülke ekonomisi açısından enflasyon yaratıp yaratmadığını gösteren birkaç ölçüt aşağıda verilmiştir (İçöz, 2005: 266);

- Turizmin sektörel olarak ortaya koyduğu net döviz kazançları, giderlerinden az ise turizm sektörünün enflasyonist bir süreçte olduğu söylenebilir.
- Toplu olarak turizm faaliyetlerinin ulusal para cinsinden karşılığı, net döviz kazancından fazla ise turizm sektörünün enflasyonist olduğu söylenebilir.
- Turizm sektörünün ülke ekonomisi açısından katkısı dikkate alınmayarak, diğer sektörlerde hizmet verenlerin turizm sektörüne girmesi, turizm sektörü açısından enflasyonist baskı yaratabilmektedir.

³ Üretilen mal ve hizmetlerinin maliyetlerinin sürekli olarak artmasına maliyet enflasyonu denilmektedir.

Turizmin enflasyona olan etkisi talep ve maliyet enflasyonu çerçevesinde incelenmeye çalışılmıştır. Türkiye açısından bakıldığında ithal girdi fiyatlarındaki yükselişler maliyet enflasyonunu daha fazla tetiklemekte ve maliyet enflasyonu artmaktadır. Döviz kurundaki yükselişler maliyetleri arttırmış olsa da, yabancı misafirler için pozitif bir etki yaratmaktadır. Yabancı turistler açısından daha ucuz hale gelen ürün ve hizmetler talebi yükseltir ve talep enflasyonunu tetikleyebilir. Bu süreç içerisinde iki enflasyon süreci birlikte gerçekleşebilir

2. ENFLASYONUN TURİZME ETKİSİ

Enflasyonist bir sürecin yaşandığı ekonomilerde turizm sektörü de bu durumdan etkilenmektedir. Fiyatların ve maliyetlerin artış gösterdiği bu süreç turizme de yansımaktadır (Oktayer vd. 2007: 133).

Enflasyonun turizm açısından değerlendirmesi yapıldığında (Ünlüöner vd. 2011; 185; Çeken, 2019; 156; İçöz, 2005; 269);

- Yüksek seyreden enflasyon oranları tasarruf oranlarını düşürür. İç turizmde daralma yaşanır ve orta gelir grubunun turizm faaliyetlerine katılması zorlaşır.
- Yurt içi fiyat artışları, döviz kurundaki yükselişten fazla olursa, dış aktif turizm negatif etkilenir.
- Dış pasif turizm gelişir.
- Mal ve hizmetlerde kalite düşüşleri meydana gelir, müşteri memnuniyeti azalmaya başlar.
- Turistleri kandırmaya yönelik davranışlar fazlaşır ve alışkanlık haline döner.
- Enflasyonist dönem itibari ile yaşanan fiyat istikrarsızlıkları aktif dış turizm açısından olumsuzluklar yaratmaktadır. Güvensiz görünen ekonomik görünüm yabancı tur operatörlerini etkilemekte ve aktif dış turizmde caydırıcı bir etki yaratmaktadır.
- Enflasyonist dönemde değer kaybeden ulusal para ile ithal girdi fiyatları artar ve turizm yatırımlarında ithal girdi oranı fazla olduğundan maliyetler yükselmektedir.

- Enflasyonist süreçte yükselen fiyatlar, turizm faaliyetlerine katılanların satın alma gücü üzerinde negatif bir etki yaratmaktadır. Bu süreçte satın alma gücünde meydana gelen azalışlarla birlikte iç turizmde daralma meydana gelmektedir. Aktif dış turizm açısından bakıldığında, ulusal paranın değerinin enflasyon oranı kadar düşürüldüğü sürece dış turizm açısından sıkıntı yaşanmamaktadır.
- Enflasyonun yüksek seyretmesi ile birlikte yaşanan süreçte talepte meydana gelen daralma, yüksek yatırım maliyeti gerektiren tesislerin boş kalmasına yol açmaktadır. Yatırımların geri dönüş süresinin uzamasına ve karlıklarda düşüş yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu durum sektöre yeni yatırımlar yapacak girişimciler üzerinde caydırıcı etki yaratmaktadır.
- Turizm sektöründe çalışanların enflasyonist süreçte nominal ücretleri yükselirken, reel ücretlerinde azalma meydana gelmektedir. Bu durum çalışanlar üzerinde negatif etki yaratmakta, verimlilik ve hizmet kalitesi azalmaktadır.
- Enflasyonist ortam turizm sektörüne yatırım yapılması yerine kar oranı yüksek sektörlere yatırım yapılmasına yol açar ve kaynak dağılımında bozulmalar yaşanabilir.

Tablo 11’de TÜFE, ÜFE ve ziyaretçi sayıları verilmiştir. Tabloya bakarak turizm ile enflasyon arasındaki ilişkiyi rakamlar üzerinden değerlendirmek oldukça zordur. Enflasyonu turizm dışında etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Veriler üzerinden yorum yapabilmek için ekonometrik modeller yardımı ile sonuçlar elde edilebilir.

Tablo 11. Yıllara Göre TÜFE ve ÜFE % Değişim ile Toplam Ziyaretçi Sayısı

Yıllar	Üretici Fiyatları	Tüketici Fiyatları	Toplam Ziyaretçi Sayısı
2008	8,11	10,06	31 137 774
2009	5,93	6,53	31 759 816
2010	8,87	6,40	32 997 308
2011	13,33	10,45	36 769 039
2012	2,45	6,16	37 715 225
2013	6,97	7,40	39 860 771
2014	6,36	8,17	41 627 244
2015	5,71	8,81	41 114 068
2016	9,94	8,53	30 906 679
2017	15,47	11,92	37 969 824
2018	33,64	20,30	46 112 592
2019	7,36	11,84	51 747 199
2020	25,15	14,60	15 868 435
2021*	54,62	21,31	24 446 262

*Ocak-Kasım ayları arasındaki verileri içermektedir.

Kaynak: (<https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket>)

Sonuç olarak enflasyonist sürecin tüm sektörler gibi turizm sektörünü de etkilediğini söyleyebiliriz. Türkiye gibi yüksek enflasyon süreçlerinin yaşandığı ülkelerde mal ve hizmet fiyatlarında yaşanan yükselişler alım gücünü düşürmektedir. Bu durum yerleşiklerin iç turizm talebinde olumsuz bir süreç yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu dönemde yaşanan refah kaybı yerleşikler için sorun yaratırken, kurda yaşanan yükselişler göreceli olarak ucuz bir pazar haline gelen Türkiye'yi yabancı turistler için cazip hale getirmektedir. Covid-19 sürecinde azalan turizm talebi kurda yaşanan yükselişle birlikte özellikle bazı sınır komşusu olan ilerimizde hareketlilik yaratmıştır. Günümüzdeki turistler için Türkiye, alışveriş cenneti olarak görülmeye başlanmıştır. Covid-19 salgın sürecinin başladığı dönemde azalan turizm talebi

aşılama faaliyetleri sonrası yeniden artmaya başlamıştır. Dünya genelinde ve Türkiye’de turizm faaliyetleri artış göstererek yabancı ve günübirlikçi turist sayılarında artışlar gözlenmiştir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Enflasyon ve turizm kendi içlerinde oldukça fazla çalışılan konular arasında yer almaktadır. Bu konuları kendi içlerinde ayrı ayrı incelediğimizde farklı alanlarda yapılmış çalışmalar karşımıza çıkmaktadır.

Enflasyon en temel makro değişkenlerden olması nedeniyle faiz, döviz kuru, dış ticaret, istihdam vb. birçok makro değişkenle ilişkilendirilmiş ve modellenmiştir. Hazlitt, (1978); Gali, (2008); Akyüz, (2020); Topçu, (2010); Yılmaz, (2016); Turan, (2010); Dikilitaş, (2019); Ulaş, (2010); Saraç, (2009), İşcan, (2018); Abdou Baoua, (2016); Çiçek, (2019); Çatalok, (2019); Aslandoğan, (2005); Emek, (2020); Çiftçi, (2015); Gomme, (2001); Labonte, (2011); Mishkin, (1984); Akkuş, (2012); Petek ve Çelik, (2017); Artan, (2008); Oktayer, (2010) vb. çalışmalar enflasyon alanında yapılmış farklı çalışmalardır.

Turizm ülkelerin ödemeler bilançosu açısından önem arz etmesi, bacasız sanayi olarak görülmesi, görünmeyen ihracat ve ithalat olarak değerlendirilmesi nedeniyle özellikle bu alanla ilişkilendirilmiştir. Akın, (2018); Yıldırım, (2005); Sarkın, (1997); Kar vd., (2004); Koç, (2015); Münger, (1999); Sönmez, (2012); Dilber, (2007); Arabacı, (2018); Yamak vd. (2012); Turgut vd. (2021); Girgin, (2019); Kurtlar ve Sarıkaya, (2012); Lee ve Chang, (2008); Mervar ve Payne, (2007); Oh, (2005); Erkan vd. (2013); Altınır, (2019); Bingöl vd. (2020); Özcan, (2021); Bozkurt, (2021); Bahar, (2006); Pekmezci ve Bozkurt, (2016); Yıldız, (2007); Çelikkıran, (2012); Çımat ve Bahar, (2003); Önder ve Durgun, (2008); Özer ve Kırca, (2014) vb. çalışmalar turizm alanında yapılan farklı çalışmalardır.

Enflasyon ve turizmi direk olarak birbiriyle ilişkilendiren az sayıda çalışma bulunmaktadır. Fakat uygulamaya bakıldığında yüksek enflasyona sahip olan ülkelerde turizm faaliyetlerinin bu enflasyondan etkilendiği, aynı zamanda turizmin artış gösterdiği dönemlerde de ülke enflasyonunun bu durumdan etkilendiği

bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm ve enflasyon arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bu alanda yapılan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

İçöz (1991) çalışmasında enflasyon ve turizm ilişkisini iki boyutta değerlendirmiştir. Öncelikli olarak turizmin enflasyon üzerindeki etkisini, ikinci olarak ise enflasyonun turizm üzerindeki etkilerini ele almıştır. Sonuç olarak turistik faaliyetlerin canlandığı dönemlerde, turistik mal ve hizmet fiyatlarının da yükseldiğini ve bu artışların bir sonraki dönem için baz teşkil edeceğini belirtmiştir.

Bu alanda yapılan bir diğer çalışma ise Bayraktutan ve Solmaz'a (2019) aittir. Çalışmaların da turizm ve enflasyon ilişkisini teorik olarak incelemişlerdir. Sonuç olarak enflasyonun, talebin fiyat esnekliğine bağlı olarak yurt içi turizmi azalttığını söylemektedirler. Aynı zamanda iç ve dış turizmdeki artışın fiyatlar genel seviyesini tetiklediğini ileri sürmektedirler.

Shaari vd. (2018) bu çalışmada 1986-2004 yılları arasındaki TÜFE, para arzı (M2), GSYİH, faiz oranı, devlet harcama verileri kullanılarak Malezya'da yaşanan turizm kaynaklı enflasyonun tespiti amaçlanmıştır. Yapılan ARDL analiz sonucunda artan turist sayısının enflasyonda artışlara sebep olduğu görülmüştür.

Karadağ (2021) çalışmasında turizm gelirleri ile TÜFE arasındaki ilişkiyi 2003-2020 yılları arasındaki verileri kullanarak incelemiştir. Yapılan ampirik analiz sonucunda Türkiye ekonomisi için turizm gelirlerinin TÜFE'nin artışına yol açtığı, TÜFE'deki artışın ise turizm gelirlerindeki artışa neden olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışmada TÜFE'deki artışın iç turizmi daralttığı fakat yükselen döviz kuru ile yabancı turistler için ülkenin tercih edilebilirliğin arttığı sonucuna varılmıştır.

Pektaş ve Ünlüöner (2019) yaptıkları çalışmada 2004-2018 yılları arasındaki gelen turist sayısı, TÜFE, gecelik konaklama vb. veriler incelenerek aralarındaki ilişki ortaya konulmuş grafikler ve tablolar yorumlanmıştır. Çalışmada turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelerde mevsimsellik etkisi ile enflasyonun yükselme eğiliminde olduğu bildirilmiştir. İncelenen dönemde enflasyonun yüksek olduğu görülmüştür. 2017 ile 2018 yılları arasında turizm talebinin arttığı fakat turizm geliri, ortalama geceleme sayısı ve kişi başı ortalama harcama rakamlarının düştüğü tespit edilmiştir.

Ilgaz Yıldırım vd. (2017)' ne ait çalışmada, 2005-2015 yılları arasındaki veriler kullanılarak turizm gelirleri ve enflasyon arasındaki ilişki incelenmiştir. Turizm gelirleri ile enflasyon verisi olarak TÜFE kullanılmıştır. İlk olarak Dickey-Fuller testi uygulanmış daha sonra eşbütünleşme ve hata düzeltme modeli ile Wald testi yapılmıştır. Değişkenler arasında uzun dönemde ilişki olduğu fakat kısa dönemde bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Enflasyondaki artışların turizm gelirlerinde azalmaya sebep olduğu sonucuna varılmıştır.

Turizm gelirleri ve TÜFE arasındaki ilişkinin incelendiği diğer bir çalışma ise Kayış ve Aygün (2016) tarafından yapılmıştır. 2003-2011 yılları arasındaki veriler kullanılmış ve nedensellik analizleri yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda turizm gelirleri ile TÜFE arasında nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

Coppin (1993) çalışma ile 1980'li yıllarda turizme bağımlı olan Barbados ekonomisinin enflasyon belirleyicilerinin tespiti amaçlanmıştır. Yapılan çalışmada reel turizm faaliyeti, ithal enflasyon ve faiz oranları incelenen dönemde enflasyonun belirleyicileri olarak gösterilmektedir. Turizmin yapısı itibari ile döviz yaratan bir sektör olması ve istihdam üzerindeki pozitif etkilerine rağmen, yaşanan büyümenin talep kaynaklı enflasyonu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Özer ve Kırca (2020) tarafından yapılan çalışmanın amacı toplam turizmin yanı sıra iç ve dış turizm talebinin, Türkiye'de bölgesel enflasyon üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaktır. Çalışmada 2004-2013 yılları arasındaki farklı geceleme biçimlerinin etkileri NUTS2 bölgeleri ve enflasyona ilişkin veriler incelenmiş, ana bulgularda tüm geceleme biçimleri için Türkiye'de genel ve bölgesel bazda enflasyonun attığı görülmüştür. Bölgesel farklılıkların geceleme biçimlerini de etkilediği görülmektedir. Sonuç olarak geceleme oranlarındaki %1 artış, genel enflasyonda %0,88 artışa sebep olduğu sonucu elde edilmiştir. Yapılan çalışmada yerli turistlerin daha fazla harcama yaptığı, yabancı turistlerin ise her şey dâhil tatil sistemine dâhil oldukları için sadece paket turlara harcama yaptıkları görülmüştür. Yurt içi geceleme sayılarındaki artışın tüm ülkeler için enflasyonu daha fazla artırdığı öne sürülmüştür.

Durgun Kaygısız (2019) bu çalışmada 2003-2018 yılları arasında gıda ve hizmet enflasyonunun turizm üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Yabancı ziyaretçi

sayısı ve TÜFE alt kalemleri kullanılarak yapılan çalışmada VAR analizine yer verilmiştir. Kurulan iki ayrı model için varyans ayrıştırma ve Granger nedensellik analizleri uygulanmış ve sonuçlara ulaşılmıştır. İlk olarak turist sayısındaki artışların gıda fiyatlarındaki artışa sebep olabileceği sonucuna varılmıştır. İkinci olarak ise turist sayısındaki değişimin hizmet enflasyonuna etkisi incelenmiş ve iki değişken arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Bu alanda yapılan bir diğer çalışma ise TCMB ekonomistleri olan Koca vd. (2016) tarafından yapılmıştır. Çalışmada ülkeye gelen yabancı ziyaretçi sayısındaki değişimin, ülke genelinde gıda talebinde dalgalanmalara yol açtığı bildirilmiştir. 2016 yılında bir önceki yılın aynı dönemine göre ziyaretçi sayısı %32 oranında azalmış ve ülke genelinde gıda talebinde düşüş meydana gelmiştir. Bu çerçevede yabancı turist sayısı ve yurt içi gıda fiyatları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Koca vd. turizm faaliyetlerinde bölgesel bazda yaşanan farklılıklar neticesinde, bölgesel gıda fiyatları olarak TÜİK tarafından derlenen aylık bölgesel gıda fiyatları endeksi kullanılmıştır. Tahmin modelinde eş anlı yabancı ziyaretçi sayısının kullanılması yerine bölgesel olarak turist sayısındaki geçen yılın aynı dönemine kıyasla farkın kullanılması tercih edilmiştir. Modelde gıda ve taze meyve-sebze fiyatları endeksi mevsimsellikten arındırılmış şekilde kullanılmıştır. Analizde sabit etkiler panel veri tahmin yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında dört bölge verileri kullanılmıştır. Bunlar birinci bölge; İstanbul, ikinci; Antalya-Isparta-Burdur, Üçüncü; Muğla-Aydın-Denizli, Dördüncü; İzmir'dir.

Sonuç olarak Koca vd. dört bölge için tahmin edilen etkilerin toplamı, turizmdeki daralmanın 2016 yılsonu ülke geneli gıda enflasyonuna olan toplam etkisi yaklaşık -1,7 puan olarak tahmin edilmiştir. Bölge gıda enflasyonlarında son dönemde gözlenen farklılaşma analiz bulguları desteklemektedir. Ziyaretçi sayılarında görece olarak yaşanan düşüşün en belirgin olduğu İstanbul ve Antalya bölgelerinde gıda enflasyonu son dönemde diğer bölgelere kıyasla daha düşük seyretmektedir.

Syazwani (2013) tarafından yapılan farklı bir çalışmada Malezya'daki suç oranları ile gelen turist sayısı, enflasyon ve işsizlik arasındaki ilişki 1998-2012 yılları arasındaki veriler kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon

analizi ile işsizlik, enflasyon, gelen turist sayısı ve suç oranları arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Turist sayısındaki artışın enflasyonu artırdığı ve başka etkenler olmasına rağmen suç oranlarının da arttığı görülmüştür.

Yong (2014) yaptığı çalışmada turizm talebi, enflasyon ve inovasyon arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır. 1988-2010 örnek döneminde 14 Avrupa ülkesi için örneklem oluşturulmuştur. Enflasyon, Küresel İnovasyon Endeksi (GII), turizm talebi verileri kullanılmıştır. Sonuçlar inovasyon sürecinin olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmada yenilik sürecinin 10 yıllık bir süre içerisinde etkisini gösterdiği, yükselen enflasyon maliyetlerinin turizm sektörüne uzun dönemde olumsuz etki yarattığı görülmektedir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VERİ SETİ VE BULGULAR

Bu çalışmanın amacı 2008: 1- 2021: 9 döneminde turizmdeki gelişmelerin enflasyon üzerindeki etkisini incelemektir. Turizm talebindeki artışlar turizm alanındaki gelişmeleri temsil etmektedir. Turizm talebi de turist sayısı ve turist harcamaları ile ölçülebilmektedir (Song vd., 2010: 64). Bu çalışma da hem turist harcamaları hem de turist sayısı kullanılmak istense de turist harcamaları hakkında yeterli veri olmaması nedeniyle sadece turist sayısı kullanılabilmiştir. Ayrıca enflasyonu daha özelinde inceleyebilmek için tüketici fiyat endeksinin turizm ile ilgili ana alt kalemleri kullanılmıştır. Bu nedenle turizmdeki gelişmeleri temsilen ziyaretçi sayıları, enflasyonu temsilen ise tüketici fiyat endeksinin (TÜFE) turizmle ilişkili olabilecek, gıda ve alkolsüz içecek, alkollü içecek, lokanta ve konaklama, ulaşım ve eğlence alt kalemleri dikkate alınmıştır. Değişkenlerin logaritması alınarak modele dâhil edilmiştir. Turist sayıları turizm mevsimine göre dalgalanma gösterdiği için hareketli ortalama yöntemine göre mevsimsellikten arındırılmıştır. Model kurulurken gıda enflasyonu ve hizmet enflasyonu olarak iki ayrı model oluşturulmuştur. Çalışma Durgun Kaygısız (2019) ve Koca'nın (2016) çalışmaları dikkate alınarak modellenmiştir.

Tablo 12. Değişkenler ve Tanımları

Kısaltması	Değişkenin Adı	Kaynak
GE	Tüketici fiyat endeksinin gıda ve alkolsüz içecek + alkollü içecek ana alt grupları	TCMB
HE	Tüketici fiyat endeksinin hizmet (Lokanta-otel + ulaşım+ eğlence) ana alt grubu	TCMB
TS	Ziyaretçi sayısı	
Dum1	2008 küresel krizini temsilen kukla değişken	Tarafımızdan üretilmiştir.
Dum 2	2020 Covid-19 pandemi dönemini temsilen kukla değişken	Tarafımızdan üretilmiştir.

4.1. Durağanlık Testleri

Zaman serisi analizi yapmak makro ekonomistler için büyük önem arz etmektedir. Ulusal ve uluslararası ölçekte analistler, başta GSYİH, büyüme, enflasyon olmak üzere borsa analizleri ve talep tahminleri gibi farklı alanlarda çalışmalar yapmaktadır (Hill vd. 2011: 477). Zaman serisi analizlerine başlamadan önce seriyi oluşturan sürecin zaman içerisinde sabit olup olmadığı yani durağanlığının belirlenmesi gerekmektedir. Ekonometrik olarak seriler arasında anlamlı bir ilişki kurmak için analizi yapılan serilerin durağan olmaları gerekmektedir. Durağanlık tespiti yapıldıktan sonra analiz için yol haritası belirlenebilmektedir.

Zaman seri analizlerinde kullanılan değişkenlerin durağanlıkları etkilendikleri şoklar ile orantılıdır. Yaşanılan şoklar kısa ya da uzun dönemli olabilmektedir. Bu şoklar değişkenler üzerinde trend ve mevsimsellik dalgalanmaları oluşturabilmektedir (Çiftçi, 2015: 121).

Bir serinin durağan olabilmesi için kullanılan verilerin, mevsimsellik ve döngüsellik bileşenlerine sahip olmadan, ortalama ile varyansın sabit olması gerekmektedir. Burada kovaryans ise iki değişken arasındaki ilişkiyi ölçmektedir.

Analizi yapılan dönem için gözlemlenen bir seriyi ortaya çıkaran skotastik sürecin durağan olması şartları ise şöyledir (Tarı, 2014: 375);

- Sabit aritmetik ortalama: $E(Y_t) = \mu$
- Sabit varyans: $Var(Y_t) = E(Y_t - \mu)^2 = \sigma^2$
- Gecikme mesafesine bağlı kovaryans: $Y_k = E[(Y_t - \mu)(Y_{t-k} - \mu)]$ bütün t değerleri için, k = gecikme mesafesidir.

Denklemlerde kullanılan Y değişkeni, t dönemi, k gecikme uzunluğu ve Y_k ise k gecikme için serinin kovaryansını ifade etmektedir. Gecikme uzunluğu k' nın 0 olduğu durumda Y_0 bulunacaktır. Bu değer Y'nin varyansına yani σ^2 ' ye eşit olmaktadır. k' nın 1 olduğu durumda Y_1 , Y'nin iki değeri arasındaki kovaryansı belirtmektedir. Zaman serisinin durağan olduğu durumda ortalaması, varyansı ve kovaryansı hangi dönemde olursa olsun t'den bağımsız olarak aynı çıkmaktadır.

Ekonometrik analizlerde kullanılacak serilerin durağan olması gereklidir, durağan olamayan seriler sahte regresyona sebep olmaktadır. Bu yüzden serilerde durağanlığın tespit edilmesi gerekmekte ve tespiti için birim kök analizleri yapılmaktadır (Özçelik ve Uslu, 2017: 37).

4.1.1. ADF Birim Kök Testi

Zaman serisi analizlerinde serilerin durağan olup olmadıklarını test etmek için kullanılan yöntemlerden biriside Augmented Dickey Fuller testidir. Dickey Fuller anlamlılık testidir, boş ve alternatif bir hipotezle ilgili test yapılır. Sonuçta test istatistiği hesaplanır ve p değerleri için raporlama yapılır. Raporlanan p değerleri üzerinden yapılan yorumlar ile serinin durağan olup olmadığı hakkında tahmin yapabilme olanağı sağlamaktadır.

ADF testi ile bağımlı değişkenin gecikmeli değerleri denklemlere eklenmiş ve aşağıdaki denklemler elde edilmiştir (Gujarati, 2004: 817). Dickey Fuller (ADF) denklemleri aşağıda verilmiştir.

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta Y_{t-1} + u_t \quad \text{Sabit terimsiz ve trendsiz (1)}$$

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta Y_{t-1} + u_t \quad \text{Sabit terimli ve trendsiz (2)}$$

$$\Delta Y_t = \mu + \beta_1 + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \beta_i \Delta Y_{t-1} + u_t \quad \text{Sabit terimli ve trendli (3)}$$

Yukarıda kullanılan modellerde “ ΔY_t ”, $Y_t - Y_{t-1}$ 'e eşittir. μ ve t sabit parametreyi ve trendi, u_t ise hata terimini ifade etmektedir. Yukarıdaki denklemlerde kullanılan δ 'nın $\delta = 0$ olup olmadığı sınanır. Birim kökün varlığı serinin durağan olmadığı anlamına gelmektedir.

Hipotezler:

H_0 : $\delta = 0$ birim kök içermektedir.

H_1 : $\delta < 0$ ise, birim kök içermemektedir.

Dickey-Fuller testinin kullanımında yaşanan ana problem gecikme uzunluğunun seçimidir. DF testinin özelliği gecikme sayısına duyarlıdır ve otokorelasyon sorunları yaşanabilir (Albayrak, 2018: 35). Otokorelasyon sorununu ortadan kaldırmak için modele hata terimi dâhil edilmektedir. Dickey-Fuller testi, hata terimlerinin otokorelasyon sorunu olması halinde kullanılamamaktadır.

Ekonometrik analizlere başlamadan önce serilere durağanlık analizi yapılması gerekmektedir. Çünkü kullanılacak analize karar verirken serilerin durağan olup olmadıkları ve durağan değillerse kaçınıcı farkında durağan olduklarını önem arz etmektedir. Bu çalışmada durağanlığı test etmek için en çok kullanılan Augmented Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi uygulanmıştır.

Tablo 13. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

	Değişkenler	Sabit	Sabit ve trendli
Düzye değlerleri	GE	0.022793	-2.614624
	HE	3.394111	0.249159
	TS*	-5.383386	-5.526970
Birinci farkları	GE*	-11.49126*	-11.46623
	HE*	-8.528015	-9.436741
Kritik değlerler	%1	-3.470427	-4.014986
	%5	-2.879045	-3.437458
	%10	-2.576182	-3.142936
*%1 de anlamlılığı göstermektedir.			

Tablo 13'te ADF birim kök testi sonuçları gösterilmektedir. Değişkenlerimizden gıda enflasyonu (GE) ve hizmet enflasyonu (HE) seviyede birim kök içermektedir. Turist sayısı ise düzey halinde durağan bir seridir

4.2. Eşbütünleme Analizi

Eşbütünleşme analizi kısaca, durağan olmayan zaman serileri arasındaki uzun dönemli ilişkinin araştırıldığı testler olarak ifade edilmektedir. Serilerde durağanlığın sağlanması amacı ile serilerin birinci, ikinci, üçüncü, vd. farkları alınmaktadır. Farkların alınması değişkenlerin maruz kaldığı şokların etkisini yok etmekle kalmayıp, şoklardan farklı olarak diğer etkilerinde uzun dönemde ortadan kalmasını sağlamaktadır (Tarı, 2014: 415). Durağanlaşmış olan serilerde bulanacak regresyon ise uzun dönem bilgilerinin yok edilmesi ile uzun dönem denge ilişkisi vermeyecektir.

Analizler sonucunda değişkenlere ait serilerin durağan olmaması ve birinci farkları alındıktan sonra durağan olmaları, eşbütünleşme ön koşulunun sağlanması anlamına gelmektedir (Özçelik ve Uslu, 2017: 38).

Zaman serilerinin durağan olamaması durumunda, serinin bileşenleri arasında durağan bir doğrusal birleşim bulunabiliyorsa, böyle serilere eşbütünleşmiş seriler diyoruz. d tane birim köke sahip X_t zaman serisi $X_t \sim I(d)$ ile gösterilmektedir. Aynı dereceden bütünleşmiş $X_t \sim I(d)$ ve $\gamma_t \sim I(d)$ serileri dikkate alındığında genel olarak durağan olmayan bu serilerin herhangi bir doğrusal birleşiminin de $I(d)$ olması beklenir. Ancak X_t nin γ_t üzerine regresyonundan elde edilen artıklar serisi daha düşük dereceden bütünleşik oluyorsa ($b > 0$ için $I(d-b)$), Engle ve Granger (1987) bu serileri $(d-b)$ dereceli eşbütünleşmiş seriler olarak tanımlamaktadır (Akdi, 2010: 371). Çalışmada eşbütünleşme ilişkisinin araştırılması için ARDL yöntemi uygulanacaktır.

4.2.1. ARDL Sınır Testi Yaklaşımı

Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki olup olmadığı eşbütünleşme testleri ile analiz edilmektedir. Bu çalışmamızda Pesaran vd. (2001) tarafından ortaya koyulan Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Autoregressive Distributed Lag – ARDL) sınır testi yaklaşımı uygulanmıştır. Bu testin diğer eşbütünleşme testlerine göre bazı avantajları bulunmaktadır. En önemli avantajı değişkenlerin $I(0)$ veya $I(1)$ olup olmadıklarına bakılmaksızın uygulanabilmesidir (Pesaran vd., 2001: 290). Bu nedenle serileri durağanlaştırılarak veri kaybına yol açmamakta hem de farklı durağanlığa sahip serilere de kolaylıkla uygulanabilmektedir. Bu testin bir diğer avantajı ise kısıtsız hata düzeltme modeli kullanmasıdır. Bu nedenle Engle-Granger testlerine göre daha iyi istatistiksel niteliklere sahiptir (Narayan ve Narayan, 2005: 429). Ayrıca düşük gözlem sayısı olan çalışmalarda bile kullanılabiliyor olması da avantajlarından. Küçük örnekleme sahip serilerde diğer eşbütünleşme testlerine göre ARDL sınır testi daha güvenilir sonuçlar vermektedir. Tüm bu nedenlerden dolayı eşbütünleşme testlerinden serilerimize en uygun olan ARDL eşbütünleşme testidir. Çünkü serilerin durağanlık seviyeleri birbirinden farklıdır.

Sınır testi modellerinde ortaya konulan uzun dönem ilişkisinin geçerli olabilmesi, hata düzeltme formundaki değişkenlerin düzey gecikmelerinin anlamlılığının Wald veya F testi ile sınanmasından elde edilen sonuçlara bağlıdır (İlgün, 2010: 241). ARDL testinde başlangıçta değişkenlerin bütünleşme derecelerine bakılmaksızın aralarındaki uzun dönem ilişki araştırılmaktadır.

Eşbütünleşme ilişkisinin araştırıldığı kısıtsız hata düzeltme modeli aşağıda verilmiştir;

$$\Delta\gamma_t = c_0 + c_1 t + \pi_{yy}\gamma_{t-1} + \pi_{yx.x}\chi_{t-1} + \sum_{i=1}^{\rho-1} \psi'_i \Delta Z_{t-i} + \mathcal{W}'\Delta_{x_1} + u_t$$

Sınır testinin yapılmasında kullanılan model yardımı ile değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönem esnekliklerinin hesaplanması mümkündür. ARDL sınır testi uygulanmasındaki aşamalar aşağıdaki gibidir (Delibaş Erilli, 2010: 21);

- İlk olarak VAR modeli referans alınarak bilgi kriterleri ışığında uygun gecikme uzunluğu belirlenmektedir.
- Seçilen uygun gecikme uzunluğunda otokorelasyon, değişen varyans gibi problemlerin var olmadığından emin olunmalıdır.
- Eşbütünleşme ilişkisini reddeden temel hipoteze karşı, ilişkinin olduğunu kabul eden alternatif hipotez F testi yardımı ile test edilmektedir. Hesaplanan F istatistiği Pesaran (2001) uygun tablo kritik değerleri ile karşılaştırma yapılmaktadır.
- Hesaplatılan F istatistiği üst kritik değerden büyük ise eşbütünleşmenin mevcudiyetinden bahsedebiliriz. İlişkinin mevcudiyeti durumunda gecikme uzunlukları serbest bırakılarak kısa ve uzun dönem katsayıları tahmin edilebilmektedir.

Bilindiği üzere tüketici fiyat endeksinin 12 alt ana kalemi bulunmaktadır. Enflasyon ve turizm ilişkisini en genel şekilde TÜFE bazlı incelemek yerine turizm sektörü ile ilişkili alt kalemler bazında incelemenin daha net sonuç vereceği düşünülmüştür. Bu amaçla TÜFE kalemi öncelikle gıda ve hizmet enflasyonu şeklinde ikiye ayrılmıştır. Gıda enflasyonu kapsamında gıda ve alkolsüz içecek ile alkollü içecek ana alt grupları ele alınmıştır. Bu grup model 1 ile test edilmiştir. Hizmet enflasyonu ise turizmle en yakın ilişkili olan lokanta-oteller, ulaşım ve eğlence ana alt kalemlerinden oluşturulmuştur. Hizmet enflasyonu grubu ise model 2 ile test edilmiştir.

MODEL 1:

Turizmdeki gelişmelerin gıda enflasyonu üzerindeki etkilerini ölçmek için model 1 oluşturulmuştur. Model 1 aşağıdaki gibidir.

$$GE = \alpha_1 + \alpha_2 TS + \alpha_3 Dum1 + \alpha_4 Dum2 \quad Model(1)$$

GE = Tüketici fiyat endeksi gıda ve alkolsüz içecek + alkollü içecek ana alt kalemi

TS = Ziyaretçi sayısı

Dum 1 = 2008 küresel krizini temsilen kukla değişken

Dum 2 = 2020 Covid-19 pandemisini temsilen kukla değişken

Hipotezler:

H_0 = seriler arasında eşbütünleşme yoktur.

H_1 = seriler arasında eşbütünleşme vardır.

ARDL sınır testinin ilk aşaması değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olup olmamasının tespit edilmesidir. İlk aşama için öncelikle uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Uygun gecikme uzunluğu otokorelasyon ve değişen varyans problemlerinin olmadığı en düşük bilgi kriterlerinin sağlandığı gecikme uzunluğudur. Modeldeki gözlem sayısı ve veri setinin aylık olması da dikkate alınarak uygun gecikme uzunluğu tablo 14’de gösterilmiştir. Buna göre uygun gecikme uzunluğu 4 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 14. ARDL Modeli İçin Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi (Model 1)

Lag	AIC	LM	Breusch-pagan-Godfrey
1	-4.849056	0.1119	0.5215
2	-4.857985	0.2293	0.6626
3	-4.857985	0.7003	0.6443
4*	-4.971682	0.2516	0.6454

Not: Lag modelin gecikme uzunluğunu

LM: Breusch-godfrey LM otokorelasyon test istatistiğinin olasılık değerini,

Breusch-pagan-Godfrey: Değişen varyans testinin olasılık değerini göstermektedir.

*En uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Gecikme uzunluğu belirlendikten sonra yukarıda belirtilen temel hipotezlerin F testi ile sınanması gerekmektedir (Narayan, 2005: 1981). F istatistiği alt ve üst sınır kritik değerler ile karşılaştırılır. F istatistik değeri, kritik değerin üst sınırından daha büyük ise H_0 hipotezi reddedilir. Diğer bir anlatımla değişkenlerin arasında uzun dönemli eşbütünleşme var demektir. F istatistik değeri, kritik değerin alt sınırından daha küçük ise H_0 hipotezi reddedilemez. Yani değişkenler arasında eş bütünleşme yoktur. F istatistik değeri kritik değerin alt ve üst sınırının arasında kalıyor ise eş bütünleşme hakkında bir karar verilemez. Böyle bir durumda değişkenlerin durağanlık seviyeleri dikkate alınarak diğer eşbütünleşme testlerinin yapılması tavsiye edilmektedir (Yılancı, 2012: 70).

Tablo 15. ARDL Sınır Testi Sonuçları (Model 1)

K	F istatistiği	Alt sınır I(0)	Üst sınır I(1)
3	3.332897	4.203	5.32

Not: k bağımsız değişken sayısını ifade etmektedir. Kritik değerler %5 anlamlılık düzeyindeki değerlerdir.

Tablo 15’de sınır testi sonuçlarını göstermektedir. Tabloya göre F istatistik değeri kritik değerlerin alt ve üst sınırında daha küçük olduğu için değişkenler arasında eşbütünleşme bulunmamaktadır. Diğer bir anlatımla gıda enflasyonu ile turist sayısı arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilememiştir. Eşbütünleşme elde edilemediği için ARDL sınır testinin diğer aşamalarına geçilmemiştir.

MODEL 2:

Turizmdeki gelişmelerin hizmet enflasyonu üzerindeki etkilerini ölçmek için model 2 oluşturulmuştur. Model 2 aşağıdaki gibidir.

$$HE = \alpha_1 + \alpha_2 TS + \alpha_3 Dum1 + \alpha_4 Dum2 \quad \text{Model (2)}$$

HE= Tüketici fiyat endeksi hizmet (Lokanta-otel, ulaşım ve eğlence) ana alt kalemi

TS= Ziyaretçi sayısı

Dum 1= 2008 küresel krizini temsilen kukla değişken

Dum 2= 2020 Covid-19 pandemisini temsilen kukla değişken

Hipotezler:

H_0 = Seriler arasında eşbütünleşme yoktur.

H_1 = Seriler arasında eşbütünleşme vardır.

ARDL sınır testinin ilk aşaması değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olup olmamasının tespit edilmesidir. İlk aşama için öncelikle uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Uygun gecikme uzunluğu otokorelasyon ve değişen varyans problemlerinin olmadığı en düşük bilgi kriterlerinin sağlandığı gecikme uzunluğudur. Modeldeki gözlem sayısı ve veri setinin aylık olması da dikkate alınarak uygun gecikme uzunluğu tablo 16’da gösterilmiştir. Buna göre uygun gecikme uzunluğu 5 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 16. ARDL Modeli İçin Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi (Model 2)

Lag	AIC	LM	Breusch-pagan-Godfrey
1	-6.787393	0.000	0.0470
2	-6.924763	0.0025	0.0064
3	-6.985114	0.8086	0.0055
4	-6.985114	0.8086	0.0055
5*	-6.984868	0.8086	0.0466

Not: Lag modelin gecikme uzunluğunu

LM: Breusch-godfrey LM otokorelasyon test istatistiğinin olasılık değerini,

Breusch-Pagan-Godfrey: Değişen varyans testinin olasılık değerini göstermektedir.

*En uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir

Uygun gecikme uzunluğu belirlendikten sonra temel hipotezlerin F testi ile sınanması gerekmektedir. Tablo 17’de Model 2 için ARDL sınır testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 17. ARDL Sınır Testi Sonuçları (Model 2)

K	F istatistiği	Alt sınır I(0)	Üst sınır I(1)
3	1.791677	4.203	5.32

Not: k bağımsız değişken sayısını ifade etmektedir. Kritik değerler %5 anlamlılık düzeyindeki değerlerdir.

Yukarıdaki tabloya göre F istatistik değeri kritik değerlerin alt ve üst sınırında daha küçük olduğu için değişkenler arasında eşbütünleşme bulunmamaktadır. Diğer bir anlatımla hizmet enflasyonu ile turist sayısı arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilememiştir. Eşbütünleşme elde edilemediği için ARDL sınır testinin diğer aşamalarına geçilmemiştir.

4.3. Var Analizi ve Granger Nedensellik Testi

Bir regresyon analizinde kullanılan bir değişkenin diğer değişkenlere olan bağımlılığı nedensellik olarak tanımlanmaktadır (Gujarati, 2003: 696). Değişkenler arasındaki ilişki her zaman nedensellik olarak açıklanamaz. Fakat bu değişkenler arasında istatistiksel olarak bir ilişki ve birlikteliğin olduğu anlamına gelmektedir (Tarı, 2014: 436). Nedenselliğin yönünün belirlenmesi için Granger nedensellik testi uygulanmaktadır.

Analizlerde VAR modelinde kullanılan değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkiler Granger nedensellik testi ile belirlenmektedir (Işık, 2005: 346). Serilerde uygun gecikme uzunluğunun bulunması için ilk olarak Vektör Otoregresif Modeli (VAR) uygulanması gerekir. Granger nedenselliği “Y’nin öngörüsü, X’in geçmiş değerleri kullanıldığında, X’in geçmiş değerlerinin kullanılmadığı duruma göre daha başarılı ise X, Y’nin Granger nedenidir” olarak ifade edilmektedir. Bu ifadenin doğruluğu $X_t \rightarrow Y_t$ olarak belirlenmektedir (Bakır Yiğitbaş, 2012: 140). Granger nedensellik sınaması;

$$X_t = \sum_{i=1}^k \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^k \beta_j X_{t-j} + \varepsilon_{1t} \quad (1)$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^k \delta_i Y_{t-i} + \sum_{j=1}^k \rho_j X_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad (2)$$

Modellerde kullanılan $\beta, \delta, \alpha, \rho$ gecikme katsayılarını, k bütün değişkenler için ortak gecikme derecesini, ε ise modeldeki hata terimlerini göstermektedir. Granger nedensellik sınaması için kurulan regresyonda kullanılan hata terimleri arasında ilişki olmadığı varsayılmaktadır.

Yukarıdaki denklemlerde, β_j katsayı sıfırdan farklı ise X_t 'nin Y_t 'nin nedeni olduğunu gösterir ve ikinci denklemde ∂_i 'nin sıfırdan farklı olması da Y_t 'nin X_t 'nin nedeni olduğunu göstermektedir. Eğer her iki katsayı sıfırdan farklı ise X_t ve Y_t arasında çift yönlü nedensellik oluşurken, aksi durumda aralarında nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.

Hipotezler:

$$H_0 = \sum \partial_i = 0'dır \quad ve \quad H_1 = \sum \partial_i \neq 0$$

$$\sum \rho_j = 0'dır \quad ve \quad \sum \rho_j \neq 0$$

İki regresyon için iki farklı denklem kurulmaktadır. Granger nedensellik tanımına göre (Bakır Yiğitbaş, 2012: 121);

- I. (1) numaralı denklemdeki gecikmeli Y 'nin tahmin katsayıları istatistiksel olarak sıfırdan farklı ise, $\sum \partial_i \neq 0$ ise ve (2) numaralı denklemdeki gecikmeli X 'nin tahmin katsayıları istatistiksel olarak sıfırdan farklı değilse, diğer bir ifadeyle $\sum \rho_j = 0$ ise Y 'den X 'e doğru tek yönlü bir nedensellik vardır. ($Y \rightarrow X$)
- II. (1) numaralı denklemdeki gecikmeli Y 'nin tahmin katsayıları istatistiksel olarak sıfırdan farklı değilse, yani $\sum \partial_i \neq 0$ ve (2) numaralı denklemdeki gecikmeli X 'in tahmin katsayıları istatistiksel olarak sıfırdan farklı ise, yani $\sum \rho_j \neq 0$ ise X 'den Y 'ye doğru tek yönlü nedensellik vardır. ($X \rightarrow Y$)
- III. X ve Y 'nin katsayıları istatistiksel olarak sıfırdan farklıysa ve katsayılar anlamlı ise çift yönlü nedensellik ilişkisi vardır. ($X \leftrightarrow Y$)
- IV. X ve Y katsayıları istatistiksel olarak anlamlı değilse iki değişken arasında nedensellik ilişkisi yoktur. (X ve Y birbirinden bağımsızdır.)

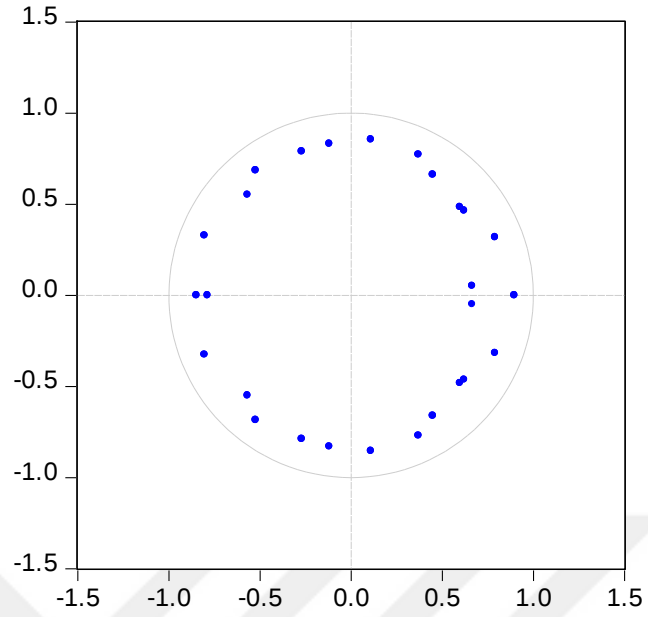
Değişkenler arasındaki sebep sonuç ilişkisini tespit edebilmek için Granger Nedensellik testi uygulanmıştır. Granger nedensellik testi serilerin durağanlık seviyelerine duyarlı bir testtir. Var analizi kurularak serilerin nedensellikleri incelenmiştir.

Tablo 18. VAR Analizinde Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

lag	LR	FPE	AIC	SC	HQ
1	244.8328	2.31e-09	-11.37365	-11.13803*	-11.27795
2	39.12060	1.99e-09*	-11.52185*	-11.10952	-11.35437*
3	7.651417	2.12e-09	-11.45849	-10.86944	-11.21923
4	7.076527	2.27e-09	-11.39220	-10.62643	-11.08116
5	1.003756	2.53e-09	-11.28329	-10.34081	-10.90048
6	3.414632	2.78e-09	-11.19227	-10.07307	-10.73768
7	4.663985	3.02e-09	-11.11121	-9.815298	-10.58484
8	19.80457	2.92e-09	-11.14742	-9.674796	-10.54927
9	21.56744*	2.77e-09	-11.20111	-9.551775	-10.53119

Tablo 18 VAR analizinin gecikme uzunluğunu göstermektedir. En fazla yıldızın olduğu yer gecikme uzunluğunu göstermektedir. Tablo 18'e göre gecikme uzunluğunun 2 olması gerekmektedir. Fakat model iki gecikmeli olarak kurulduğunda otokorelasyon ve değişen varyans problemleri oluşmaktadır. Bu sorunlar ortadan kalkıncaya kadar gecikme değere arttırılması gerekmektedir. Tablo 18' de dokuzuncu gecikme de de bir yıldız gözükmemektedir. Model dokuz gecikmeli kurulduğunda VAR modelin tüm istikrar koşullarını sağlamaktadır.

Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



Şekil 6. Karakteristik Kökler (AR Roots)

VAR(9) modelinin birinci istikrar koşulu birim köklerin çember içerisinde kalmasıdır. Şekil 6’ da görüldüğü üzere bu koşul sağlanmıştır.

Tablo 19. Otokorelasyon LM Testi Sonuçları

lag	prob
1	0.7112
2	0.5311
3	0.2215
4	0.1133
5	0.6600
6	0.7717
7	0.1383
8	0.7368
9	0.4307
10	0.1326

VAR(9) modelinin bir diğer istikrar koşulu otokorelasyon sorununu olmamasıdır. Otokorelasyon sorunu LM test ile analiz edilmiş ve sonucu tablo 19’da verilmiştir. Buna göre modelin otokorelasyon sorunu yoktur.

Tablo 20. Değişen Varyans Test

Chi-sq	df	prob
370.8154	324	0.0373

Son olarak modelin değişen varyans testi de yapılmıştır. Tablo 20’de görüldüğü üzere VAR(9) modelinin değişen varyans sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 21. Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Bağımlı değişken: GE	Prop
TS	0.9933
HE	0.5467
Bağımlı değişken: TS	
GE	0.0044
HE	0.1885
Bağımlı değişken: HE	
GE	0.8268
TS	0.1621

VAR modeli tüm istikrara koşullarını sağlandıktan sonra kurulan VAR(9) modeli üzerinden Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Nedensellik testi sonuçları tablo 21’de gösterilmiştir. Değişkenler arasında sadece gıda enflasyonundan turist sayısına doğru tek yönlü bir nedensellik tespit edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ekonomilerde en önemli makro değişkenlerden birisi enflasyon oranlarıdır. Çünkü enflasyon oranları direk olarak üretimi, tüketimi, ticareti ve ileriye dönük ekonomik beklentileri de yönlendirmektedir. Hane halkları ekonomik işlemlerinde enflasyon rakamlarını incelemekte ve dikkate almaktadırlar. Aynı zamanda politika yapıcılarda ekonomi politikalarını yönlendirirken enflasyon verilerini baz alarak yapmaktadırlar. Özellikle merkez bankası tarafından yürütülen para politikası, fiyat istikrarını sağlama önceliğiyle yürütülmektedir.

Gelişme yolundaki ülkeler yüksek bir büyüme hızını hedef almaktadırlar. Fakat bu tür ülkelerde yüksek büyüme beraberinde yüksek enflasyon rakamlarını da getirmektedir. Hem bireysel hem toplumsal, hem ekonomik hem de politik açıdan izlenen enflasyon değişkeni, bu alanda birçok çalışmanın da yapılmasını sağlamıştır. Literatür incelendiğinde enflasyonun, büyüme, işsizlik dış ticaret vb. birçok makro değişkenle ilişkilendirildiği görülmektedir.

Turizm sektörü ise ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahiptir. Görünmez ihracat olarak değerlendirilen turizm gelirleri ödemeler bilançosunun hizmetler kalemi içerisinde yer almaktadır. Cari dengeyi olumlu yönde etkileyen turizm gelirleri özellikle sanayide kaynak yetersizliği yaşayan az gelişmiş ekonomiler için can suyu görevini görmektedir. Aynı zamanda turizm sektörü emek yoğun bir sektör olarak da ülke istihdamına katkı sağlamaktadır. Ülkeye döviz girişi sağlaması, istihdam olanaklarını arttırması ve cari işlemler açığını azaltıcı etkisinden dolayı turizm sektörü ülke ekonomilerinde hızla gelişmiş ve kendine önemli bir yer edinmiştir.

Enflasyon ve turizm yukarıda bahsedilen önemlerinden dolayı birçok akademik çalışmaya konu olmuşlardır. Fakat bu iki değişkenin beraber değerlendirildikleri çok nadir çalışma bulunmaktadır. Bu tezin amacı enflasyon ve turizm arasındaki ilişkiyi incelemektir. Böylelikle bu alanda az sayıda yapılmış çalışmaya bir yenisini eklenmiş ve literatüre yeni bir katkı sağlanmış olunacaktır. Bu amaçla tezin birinci bölümünde enflasyon konusu ele alınmıştır. Enflasyonun tanımı, çeşitleri ve enflasyon maliyetleri birinci bölümde detaylı olarak anlatılmıştır.

Tezin ikinci bölümünde ise turizm konusu ele alınmıştır. Bu bölümde turizmle ilgili kavramlar ve turizm çeşitlerine yer verilmiştir. Ayrıca turizmin ekonomi üzerindeki gelir etkisi, istihdam etkisi, ödemeler bilançosuna etkisi, gelir yaratıcı etkisi ve diğer sektörler üzerindeki etkileri detaylı olarak incelenmiştir. Turizmin ekonomideki olumlu etkilerinin yanı sıra ithalat, çevresel mevsimsellik, dışsalılık gibi ekonomi üzerindeki olumsuz etkileri de ele alınmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde ise turizm ve enflasyon ilişkisi iki başlık altında detaylı olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca bu alanda daha önce yapılmış çalışmalara ulaşılarak literatür oluşturulmuştur.

Sonuç kısmında ise birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılarak turizm ve enflasyon ilişkisi yapılan çalışmalar bazında değil aynı zamanda istatistiki analiz yapılarak değerlendirilmiştir. Buna göre akademik literatür incelendiğinde aralarındaki ilişki iki şekilde açıklanmaktadır. Birincisi turizmin enflasyon üzerindeki etkisi, ikincisi ise enflasyonun turizm üzerindeki etkisidir.

Değişkenler arasındaki ilişkiye öncelikle turizmin enflasyon üzerinde oluşturabileceği etkiler açısından bakabiliriz. Turizmin gelişme gösterdiği yani turizm arzının daha yoğun olduğu daha fazla turist çeken bölgelerde bu yığılma nedeniyle mal ve hizmetlere olan talep artacak ve fiyatlar genel seviyesi yükselecektir. Çünkü talep kanunu gereği bir mala olan talep arttıkça o malın fiyatı yükselmektedir. Buna ek olarak turizm faaliyetlerinin enflasyonist baskı yaratmasının bir diğer nedeni turistlerin yerel halka oranla daha fazla harcama kapasitesine sahip olmasıdır. Turistler yüksek gelirlidir ya da tatil için ayırdıkları birikimlerini harcama eğilimindedir. Sonuç olarak aldıkları ürün veya hizmete yüksek ücretler ödeyebilirler. Özellikle turizmin yoğun olduğu bölge ve dönemlerde gıda fiyatlarında, ulaşım ve zanaat ürünlerinde meydana gelen yükselişler enflasyon üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır.

Çalışmamızda turizm ile enflasyon arasındaki ilişkiyi tespit edebilmek için 2008:1 2021:9 aylık döneminde zaman serisi analizleri uygulanmıştır. Eviews 10 paket program kullanılmıştır. Turizmdeki gelişmeleri hem gıda hem de hizmet enflasyonu özelinde incelemek amacıyla iki bağımsız model oluşturulmuştur. Birinci modelimizin bağımlı değişkeni tüketici fiyat endeksinin gıda ve alkolsüz içecek +

alkollü içecek ana alt grubudur. İkinci modelimizde ise bağımlı değişkeni tüketici fiyat endeksinin lokanta-otel +ulaşım+ eğlence ana alt kalemleri oluşturmaktadır. Her iki modelde de bağımsız değişkenimiz turist sayısıdır. Ayrıca modele 2008 krizi ve 2020 pandemi nedeniyle iki adet kukla değişken eklenmiştir.

Öncelikli olarak değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki incelenmiştir. Bunun için serilerin durağanlıkları test edilmiştir. Durağanlık testi için ADF birim kök testi uygulanmıştır. Bu testin sonuçlarına göre turist sayımız düzeyde durağan olmasına rağmen, enflasyonla bağlantılı gıda ve hizmet enflasyonu serilerimiz birinci farkında durağan hale gelmiştir. Değişkenlerin durağanlık seviyelerinin farklı olması ARDL eş bütünleşme testinin yapılmasını gerekli kılmıştır.

İki adet bağımlı değişkenimiz olması nedeni ile iki ayrı model oluşturulmuştur. Birinci modelimiz gıda enflasyonu ile turizmi ilişkilendirmektedir. Birinci modelimizde değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunamamıştır.

İkinci modelimiz ise hizmet enflasyonu ile turizm arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu değişkenler de eş bütünleşik çıkmamışlardır. Yani değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki tespit edilmemiştir.

Seriler arasında eş bütünleşme çıkmamış olmaması nedeniyle ARDL sınır testinin diğer aşamalarına geçilememiştir.

Bir sonraki aşamada değişkenlerin arasındaki kısa dönemli ilişki incelenmiştir. Bunun için ise VAR analizi üzerinden Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Nedensellik testi neticesinde sadece gıda enflasyonundan turist sayısına doğru bir nedensellik bulunmuştur.

Türkiye açısından ele alındığında son dönemlerde enflasyon oranlarındaki artış dikkat çekmektedir. Merkez bankası enflasyon raporlarında bu artışın nedenleri arasında ilk sırada gıda fiyatlarındaki yükselişi göstermektedir. 2016 yılından sonra turizm sektöründeki iyileşmenin de gıda fiyatlarında ki artışa katkı sağladığı belirtilmektedir. Ayrıca lokanta-otel ve ulaşım gibi hizmet sektöründeki fiyat artışlarında, turizm sektöründeki toparlanmanın etkisi olduğunu belirtmektedir. Fakat bu durum Covid-19 nedeniyle 2020 yılı itibariyle değişim göstermiştir.

Turizm faaliyetinin belli aylarda yoğunlaşması talebin özellikle o dönemlerde artmasına ve fiyatların geçici olarak yükselmesine neden olmaktadır. Enflasyon raporlarında da belirtildiği gibi, turizmin yoğun olarak yaşandığı yaz aylarında gıda fiyatları etkilenmektedir.

Enflasyonun turizm üzerindeki etkisi ise yüksek enflasyonun turizm talebini azalttığı yönündeki görüştür. Turistler konaklayacağı ülkeyi seçerken daha az maliyetler daha kaliteli ve daha uzun bir tatil yapmayı tercih etmektedirler. Bu nedenle enflasyonun yüksek olduğu bölgeler alım güçlerini düşüreceği için tercih nedeni olmamaktadır. Fakat bu durum gelen turistin para birimine ve geldiği ülkedeki döviz kurlarına bağlı olarak farklılık gösterebilir. Diğer bir anlatımla turistin kullandığı yerel parası, turizm faaliyeti için konakladığı ülkedeki yerli paradan daha değerli ise, ülkedeki yüksek enflasyondan etkilenme derecesini düşürebilir.

Ekonomide yaşanan yüksek enflasyon sürecinin doğru yönetilememesi, fiyat istikrarını sağlayacak politikaların oluşturulamaması, tüm sektörleri olduğu gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Bu durum turizm gelirleri üzerinde olumsuz etkiye sebep olmakta ve enflasyon, işsizlik, büyüme gibi makroekonomik değişkenler üzerinde de negatif sonuçlar oluşturabilmektedir.

Değerlendirmeler ışığında, turizm talebinin arttığı bölgelerde özellikle gıda enflasyonunun arttığını, enflasyonun yüksek olduğu bölgeler de ise turizm talebinin bundan olumsuz yönde etkilendiğini genel olarak söyleyebiliriz. Bu durumu ortadan kaldırmak için turizm sektöründeki mevsimselliği azaltarak, faaliyetleri 12 aya yaymak bir çözüm olarak görülebilir. Mevsimselliğin azalması ile turizm gelirleri arttırılabilir ve işsizliğin azaltılmasına önemli bir katkı sağlanabilir.

Teorik bazda incelendiğinde ve daha önceki çalışmaların elde ettikleri sonuçlar değerlendirildiğinde, turizm ve enflasyon ilişkisini yukarıdaki gibi değerlendirmek mümkündür. Lakin bu çalışmanın sonuçları turizm ve enflasyon arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Elde ettiğimiz bu sonuç literatürdeki diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Bunun nedeni kullanılmış olan değişkenlerin, zaman aralığının ve analiz yönteminin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca iki seneye yakın zamandır yaşanan Covid-19 süreci de bu ilişkiyi etkilemiştir. Buna ek olarak gıda fiyatlarından turist sayısına

doğru çıkan nedensellik ise bize, turistlerin seçim yaparken enflasyon düzeyine dikkat ettiklerini göstermektedir.

Bu durumu kısa vadede fırsata çevirmek mümkün gözükmemektedir. Covid-19 sürecinin devam etmesine rağmen Türkiye diğer Avrupa ülkelerine göre kısıtlamaların çoğunu kaldırmış durumdadır. Ayrıca yaşanan kur farkından dolayı da Türkiye yabancı turistlerin tercih edebileceği bir ülke konumundadır. Fakat bu aşamada tüm dünyada artış trendin de olan enflasyonu dikkate alarak politikalar uygulanması gerekmektedir.



KAYNAKÇA

- Abdou Baoua, M.M. (2016), Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nijer İçin Zaman Serisi Analizi (1971-2014), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Abuk Duygulu, A. (2018), Enflasyon Olgusu: Tanımı, Kapsamı Ve Kaynağı Üzerine Temel Açıklamalar, Türkiye Ekonomisi Üzerine Seçme Yazılar, Nobel Yayıncılık, s.5.
- Akdi, Y. (2010), Zaman Serileri Analizi, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akın, A. (2018), Türk Turizminin Makroekonomik Göstergeler Üzerindeki Etkileri, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, C:6, S:3, s.3-23.
- Akkuş, G.E. (2012), Phillips Eğrisi: Enflasyon-İşsizlik Değiş-Tokuşu Teorik Bir İnceleme, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, C:62, S:2, s.101-153.
- Akova, İ. (1998), Türkiye'de Turizm Sektörünün Olanakları ve Ekonomik Fonksiyonları, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi, S:8, s.59-92.
- Akyıldız, H., Hatırlı, S.A. ve Altuntepe, N. (2013), İktisada Giriş, Ankara: Bil Ofset Matbaacılık.
- Akyüz, H. (2020), 2010-2017 Dönemi Türkiye’de Enflasyonun Gelişimi ve Enflasyonu Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası İktisat Ana Bilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Albayrak, E. N. (2018), Ekonomik Büyüme Ve Çevresel Kirlilik İlişkisi: Çevresel Kuznets Eğrisi Ve Türkiye Örneği, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Ana Bilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Alen, E., Dominguez, T., Losada, N. (2012), “New Opportunities for The Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism”, Visionsfor Global Tourism IndustryCreating and Sustaining Competitive Strategies, Intech, c. 7, s.139-140.
- Alkın, K. (1988), Stagflasyon, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Alkın, K. (1993), Enflasyon, İktisat Politikaları, Enflasyonist Ortamda Yakın Dönem İktisat Politikaları, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Altınır, A. (2019), Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği (1969-2018), Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, C:3, S:2, s.114-133.

- Ambler, S.(2007), The Costs of Inflation in New Keynesian Models, Bank of Canada.
- Arabacı, H. (2018), Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, C:4, S:3, s.104-109.
- Argy, V. (1970). Structural İnflation in Developing Countries. Oxford Economic Papers, 22 (1), 73-85.
- Artan, S. (2008), Türkiye’de Enflasyon, Enflasyon Belirsizliği ve Büyüme, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, C:1, S:1, s.113-138.
- Aslandoğan, A. (2005), Türkiye’de 1980 Sonrası Enflasyonun Nedenleri, Ankara Üniversitesi, Yayınlanmış Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Aysan, M.A. (2018), Dünyada ve Osmanlı Devleti’nde Enflasyon, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, S:14, s.103.
- Bahar, O. (2006), Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, Yönetim ve Ekonomi, C:13 S:2, s.137-150.
- Bakır Yiğitbaş, Ş. (2012), Bankaların Kredi Verme Davranışı Üzerine Asimetrik Bilginin Etkisi Ve Reel Sektör Yansıması (Türkiye Analizi 2002-2010), İstanbul, Türkiye Bankalar Birliği.
- Bakır Yiğitbaş, Ş. (2012), Bankaların Kredi Verme Davranışı Üzerine Asimetrik Bilginin Etkisi Ve Reel Sektör Yansıması (Türkiye Analizi 2002-2010), Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Bayraktutan, Y. Ve A.R. Solmaz (2019). Enflasyon ve Turizm, içinde, Makro Ekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi, Ed: N.İşık ve E. Dineri, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Bishop, M. (2013), Ekonomi Sözlüğü, Ankara: Liberte Yayın Grubu.
- Bıçen, Ö., Görüş, M. ve Türköz, K. (2015), Olivera-Tanzi ve Patinkin Etkilerinin Türkiye’de Geçerliliğinin İncelenmesi, Maliye Dergisi ,S: 168, s.170-185.
- Bingöl, N., Pehlivan, C. ve Han, A. (2020), Turizm Gelirleri-Makro Değişkenler Arasındaki İlişkinin Türkiye İçin Ampirik Olarak İncelenmesi, Ekev Akademi Dergisi, S:82, s.245-262.
- Birinci, Y. (1989), Enflasyon, Para Politikası ve Stratejileri, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, C:7, S:1-4, s.19.

- Bozkurt, K. (2021), OECD Ülkelerinde Uluslararası Turizm Harcamalarının Dış Ticaret Hacmine Etkisi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Briault, C. (1995), The Cost of Inflation, Bank of England Quarterly Bulletin, 35, 33-45.
- Bulut, Ş. (2017), Fiyatlar Genel Düzeyi İle Döviz Kuru Arasındaki Eşbütünleme ve Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği, Aydın İktisat Fakültesi Dergisi, C:2, S:1, s.2.
- Ceylan, S. (2006), Türkiye Ekonomisi için Alternatif Çekirdek Enflasyon Ölçütleri, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C:20, S:2, s.19.
- Coppin, A. (1993). Recent Evidence on The Determinants of Inflation in A Tourism-Oriented Economy: Barbados. Social and Economic Studies, 42 (2-3), 65-80
- Çatalok, C. (2019), Türkiye’de Enflasyonun Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisi (1990-2018), Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Çeken, H. (2019), Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çelikkıran, S. (2012), Turizm ve Ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye Örneği, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Çıkm, A., Çeken, H. ve Uçar, M. (2009), Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, Agro-Turizm ve Ekonomik Sonuçları, Tarım Ekonomisi Dergisi, S:15, s.6.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz İİBF Dergisi, S:6, s.1-18.
- Çiçen, Y.B. (2018), 2000’lerde Türkiye Ekonomisi Performansı, Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, C:6, S:5, s.78.
- Çiçek, A. (2019), Türkiye’deki Faiz Oranlarının İşsizlik ve Enflasyon Üzerine Etkileri, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Çiftçi, E. (2015), Türkiye’de Enflasyon ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Uygulama (1980-2014), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- ÇORUH, S. (1969), Genel Turizm Bilgisi, Ankara: Güven Matbaası.
- Delibaş Erilli, Z. (2019), Döviz Kurlarının Sektörel Fiyatlara Geçişinin Asimetrik Eşbütünleşme Analizi İle Araştırılması, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Dikilitaş, S. (2019), Başlıca Enflasyon Kuramları bağlamında Türkiye Ekonomisinde Enflasyonist Sürecin İncelenmesi (1980 sonrası dönem), Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Dilik, S. (1976), Enflasyon ve Getirdiği Sorunlar Semineri, Ankara: Ayyıldız Matbaası.
- Dinçer, M. Z. (1993), Türkiye Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, İstanbul: Filiz Kitapevi.
- Dinler, Z. (2017), İktisada Giriş, Bursa: Ekin Kitapevi.
- Dinler, Z. (2015), KPSS İktisat (2. Cilt), Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Doğruel, F. ve Doğruel, A.S. (2005), Türkiye’de Enflasyonun Tarihi, Ankara: Bileşim Matbaası.
- DURGUN, A. (2006), Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Durgun Kaygısız, A. (2019), Gıda ve Hizmet Enflasyonunda Turizmin Payı: 2003-2018 Türkiye İçin Ampirik Analiz, Ed: O. Çoban, A. Erbaşı, E. Karakoç, F. Karasioğlu ve A. Çoban, Gece Akademi, Ankara.
- Durgun Kaygısız, A.D. (2019), Expected and Unexpected Costs of Inflation, International Conferences on Social Science Research, 26-30 August 2019 Prizren – KOSOVO.
- Dilber, İ. (2007), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi, Yönetim Ekonomi, C:14, S:12, s.206-220.
- Düğer, İ. H. ve Dulupçu, M. A. (2000), İktisada Giriş, İstanbul: Graphis Yayınları, s.430.
- Eğilmez, M. ve Kumcu, E. (2004), Ekonomi Politikası, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Emek, Ö.F. (2019), Enflasyonun Gelir Eşitsizliği Üzerindeki Etkisinin Panel Veri Analizi İle İncelenmesi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Enç, E. (1993), ENFLASYON, Tanımı, Ölçümü ve Sorumluları, Ekonomik Yaklaşım, C:4, S:8, s.2.
- Erdinç, Z. (2004), Türkiye’de 2002 – 2005 Yılları Arasında Uygulanan Dezenflasyon Programının Değerlendirilmesi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S:11.

- Erkan, B., Kara, O. ve Harbalıoğlu, M. (2013), Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri, Akademik Bakış Dergisi, S:39, s.1-20.
- Ergun, T. (2002), İthal Edilmiş Enflasyon ve Türkiye Örneği, İzmir: Kavram Yayınları, s.62.
- Frent, C. (2016), An Overviw On The Negative Impacts Of Tourism, Journal Of Tourism – Studies And Research In Tourism, 2, 32-37.
- Friedman, I.S. (1975), Enflasyon, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları Ekonomik Eserler Dizisi.
- Frisch, H. (1983), Theories of Inflation, New York: Cambridge University Press.
- Gali, J. (2008), Monetary Policy, Inflation, and the Business Cycle An Introduction to the New Keynesian Framework, New Jersey: Princeton University Press Princeton and Oxford.
- Girgin, E. (2019), Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Gomme, P. (2001), On the Cost of Inflation, Federal Reserve Bank of Cleveland Research Department, Cleveland, OH.
- Gönensay, E. (1978), İşsizlik Durgunluk ve Enflasyon, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Gujurati, D. (2004), Basic Econometrics Fourth Edition, The McGraw-Hill, Companies.
- Gujurati, D.N. (2003), Basic Econometrics Fourth Edition, The McGraw-Hill, Companies.
- Günel, Ö. D. (2009), Turizm Sektöründe Mevsimsellik Sorunu ve Mevsimlik İstihdamın Sektör Çalışanlarının Örgütsel Bağlılıklarına Etkisi: Konaklama İşletmeleri Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Programı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Güran, T. (2012), İktisat Tarihi, İstanbul: DER Yayınları.
- Hazlitt, H. (1978), The Inflation Crisis, and How To Resolve It, New Rochelle, New York: Arlington House-Publishers.
- Hill, R. C., Griffiths, W. E. and Lim, G. C. (2011), Principles of Econometrics, Danvers, MA, WILEY.
- Hussein, A.T. ve Saç, F. (2008), Genel Turizm, Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Ilgaz Yıldırım, B., F. Yıldırım ve M. Gülmez, (2017), Türkiye'de Enflasyon ve Turizm Gelirleri İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir Analiz", Uluslararası İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Özel S:1, s.69-81.
- Işık, N. (2005), Enflasyonla Mücadelede Politika Aracı Seçimi: Bir Vektör Otoregresyon (VAR) Analizi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4, s.346.
- İçöz, O. (1991), Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 2 (1), s.19-21.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998), TURİZM EKONOMİSİ (1.BASKI). Ankara: Turhan Kitapevi.
- İlgün, M. F. (2010), Genişletici Mali Daralma Hipotezinin Temelleri Ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 35, s.233-253.
- İnan, E.A. (2004), Dezenflasyon Süreci ve Düşük Enflasyon Ortamı: Türkiye'de Makroekonomi ve Bankacılık Üzerine Etkileri, Bankacılık Dergisi, Sayı: 50, s.34.
- İşcan, H. (2018), Türkiye'de Döviz Kuru, Enflasyon ve Faiz Oranı İlişkisi: 2009-2017 Uygulaması, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Kafaoğlu, A.B. (1981), Enflasyon Gelişmiş ve Az Gelişmiş Ülkelerde, İstanbul: Tekin Yayınevi.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014), Turizm ve Çevre, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karluk, R.(1983), Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Ekonomi Yayınları.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004), Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, Akdeniz İİBF Dergisi, C:4, S:8, s.87-112.
- Karadağ, H. (2021), Türkiye Ekonomisinde Turizm Gelirlerinin TÜFE'ye Etkisinin İncelenmesi: MWALD Temelli Nedensellik Analizi, Journal of Tourism Intelligence and Smartness, C:4, S:1, s.31-42.
- Karaibrahimoğlu, A. ve Erol, H. (2008), Türkiye İle Adana Aylık Enflasyon Değerlerinin Karşılaştırılması, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, C:7, S:5, s.2.
- Kayış, A. A. ve Şehriban, A. (2016), Türkiye'de Turizm Sektörünün Enflasyon Üzerine Etkisini Açıklamaya Yönelik Bir Model Önerisi, Uluslararası İş, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi, C:1, S:1, s.37-57.

- Kaykusuz, M. (2001), Maliyet Enflasyonu ve Türkiye’de Maliyet Enflasyonunun Nedenleri, (<https://kaykusuz.tripod.com/id30.html>).
- Kılıçoğlu, A. (1995), Alternatif Turizm ve Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Koca, Y.K., Özmen, M.U. ve Sarıkaya, Ç. (2016), Turizm Gelişmelerinin Gıda Fiyatlarına Etkisi, TCMB, Enflasyon Raporu 2016-4, Kutu 3-2, 37-39.
- Koç, E. (2015), Türkiye Turizm Sektörün ikincil Ekonomik Etkilerinin Çarpan ve Girdi – Çıktı Analizi Yöntemi İle İncelenmesi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı İşletme Yönetimi Bilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Koçak, N. A. (2021), Türkiye’de Tüketici ve Üretici Fiyatları Arasındaki İlişkinin Alternatif Tahmin Yöntemleri Kullanılarak Analizi, Business and Economics Research Journal, C:12, S:1, s.34.
- Kozak, N. ve Bahar, O. (2018), Turizm ve Rekabet (8.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. ve Bahar, O. (2018), Turizm Ekonomisi (8.Baskı), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2014), Genel Turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kreag, (2001), The Impacts of Tourism. Minnesota Sea Grant, Duluth, MN, Pub No. T13.
- Kurnaz, Ö.(2009), Türkiye’de Enflasyon ve Büyüme İlişkisi 1987-2006 Dönemi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Kurtlar, A. ve Sarıkaya, M. (2012), Türkiye’ye 1964-2007 Döneminde Gelen Turist Sayısı ile İlgili Ekonometrik Bir Çalışma, Sakarya İktisat Dergisi, 1(1), 1-22.
- Kurtoğlu, S.(2019),Merkez Bankası Enflasyon Hedeflemesi Rejimi ve Enflasyona Etkisi: Teorik ve Ampirik Bir Analiz, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisadi Gelişme ve Uluslararası İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Künç, S. (2011), Enflasyon Teorileri, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Küçükaltan, G.(1990), Günöbirlikçi Turizmin Edirne Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesindeki Rolü, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Küçüksakarya, S. (2020), İktisada Giriş II, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Labonte, M. (2011), Inflation: Causes, Costs, and Current Status, Congressional Research Service,(www.crs.gov).
- Lee, C.C ve Chang, C.P. (2008), Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels, Tourism Management, 29, 180–192.
- Library Service, (2012), The Economics of Tourism, Digitised by the University of Pretoria, s.78.
- McINTOSH, Robert W. Ve Charles R. Goeldner. (1986), Tourism Principles, Practices, Philosophies, New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Mervar, A. ve Payne, J. (2007), Analysis of Foreign Tourism Demand for Croatian Destinations: Long-Run Elasticity Estimates, Tourism Economics, 13, 407-420.
- Mihalic, T. (2014). Tourism and Economic Development Issues. In R. Sharpley & D. Telfer, J. (Eds.), Tourism and Development. Concepts and Issues. (2nd ed., pp. 77-117). Toronto: Channel View Publications (<http://www.channelviewpublications.com/display.asp?isbn=9781845414726>).
- Mishkin, F.S. (1984), The Causes of Inflation, NBER Working Paper Series, No:1453.
- Münger, L. (1999), Turizmin Ekonomik Etkileri ve Ülkemiz Açısından Bu Etkilerin Yararlarını Arttırıcı Politikalar, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Narayan, P. K. ve S. Narayan (2005), “Estimating Income and Price Elasticities of Imports For Fiji in a Cointegration Framework”, Economic Modelling, 22, 423-438.
- Oh, C. (2005), The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy, Tourism Management, 26 (11), 39-44.
- Oktayer, A. (2010), Türkiye’de Bütçe Açığı, Para Arzı ve Enflasyon İlişkisi, Maliye Dergisi, S:158, s.431-447.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988), Turizm Ekonomisi, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Ovalı, P.K. (2007), Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması, YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi, C: 2, S: 2, s.65.

- Öncel, M. (1995), Enflasyon ve Vergilendirme, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, C: 44, Sayı: 1.
- Önder, K. ve Ayşe, D. (2008), Turizm Sektörünün Türkiye'de İstihdama Etkileri: Ekonometrik Bir Uygulama, Bildiriler Kitabı Birinci Uluslararası Yönetim ve Ekonomi Konferansı (ICME'08), Gelişmekte Olan Ekonomilerde Güncel Konular Global Perspective , Tiran Üniversitesi, Arnavutluk, s. 365–37.
- Öner, H. (2014), TÜFE VE Yurt İçi ÜFE Enflasyon Oranları İle Alt Enflasyon Kalemleri Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi, Ömer Halis Demir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C:11, S:4, s.131.
- Öner, H. (2018), Tüketici ve Üretici Fiyat Endeksleri Arasındaki İlişkinin Granger Nedensellik Testi Yoluyla İncelenmesi, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, C:3, S:1. S:319.
- Özatay, F. (2015), 2000’li Yıllarda Türkiye Ekonomisi, İktisat İşletme ve Finans, Bilgesel Yayıncılık, C:30, s.11.
- Özcan, Ş. S. (2021), Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Üst-Orta Gelirli Ülkeler Üzerine Panel Veri Analizi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Uzmanlığı Bilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Özçelik, Ö. ve Uslu, N. (2017), Ekonomik Büyüme, İşsizlik ve Enflasyon Arasındaki İlişkinin Var Modeli İle Analizi: Türkiye Örneği (2007–2014), Ekev Akademi Dergisi, Sayı: 69, s.31-51.
- Özer, M. ve Kırca, M. (2014), Turizm Gelirleri, İhracat ve İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkilerin Zaman Serisi Analizi, III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Kuşadası, Aydın (http://www.anatoliajournal.com/kongre_arsivi/lisansustu/lisansustukitaplar/2014a.pdf).
- Özer, M., and Kırca, M. (2020), THE IMPACT OF TOURISM DEMAND ON REGIONAL INFLATION IN TURKEY. Journal of the Geographical Institute “Jovan Cvijić” SASA, 70(3), 241–254.
- Özer, M. ve Yıldırım, K. (2013), Makro İktisat, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi.
- Parasız, İ. ve Ekren, N. (2014), Bugünkü Makro Ekonomi, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Paarlberg, D. (1993), An Analysis and History of Inflation, Londra: Praeger.
- Paya, M. M. (2013), Para Teorisi ve Para Politikası, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Pekmezci, A. ve Bozkurt, K. (2016), Döviz Kuru ve Ekonomik Büyüme: Türk Turizm Sektörü İçin Bir Analiz, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:24, s.97-109.

- Pesaran, M. H., Y. Shin ve R. J. Smith (2001), “Bounds Testing Approaches to The Analysis of Level Relationships”, *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Petek, A. ve Çelik, A. (2017), Türkiye’de Enflasyon, Döviz Kuru, İhracat ve İthalat Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi (1990-2015), *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, C: 54 S: 62, s.69-87.
- Saraç, T. B. (2009), Enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama (1988-2007), Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Saraç, T.B. ve Karagöz, K. (2010), Türkiye’de Tüketici ve Üretici Fiyatları Arasındaki İlişki: Yapısal Kırılma ve Sınır Testi, *Maliye Dergisi*, S:159, s.22.
- Sarkım, M. (1997), Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Türkiye’ye Olan Turizm Talebinin Tahmini, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Programı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Serel, A. (2014), Enflasyon Hedeflemesi Rejimi, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Seyidoğlu, H. (2011), İktisat Biliminin Temelleri (2. Baskı), İstanbul: Güzem Can Yayınları.
- Sezgin, O.M. (1995), Genel Turizm, Ankara: TUTİBAY.
- Shaari, M. S., Ahmad, T. S. T. Ve Razali, R. (2018), Tourism Led-Inflation: A case of Malaysia. *MATEC Web of Conferences*, 150, 1-6.
- Sinclair, M. T. and Stabler, M. (1997), *The Economics Of Tourism*, Routledge, New York.
- Song, H, G. Li, S.F. Witt ve B.Fei, (2010), “Tourism Demand Modelling And Forecasting: How Shoud Demand Be Measured?”, *Tourism Economics*, 16(1), 63-81.
- Sönmez, B. (2012), Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Türkiye Ekonomisine Etkileri, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Söyler, İ. (2007), Devlet Borçlarının Enflasyonist ve Stagflasyonist Etkileri, *Vergi Raporu Dergisi* S: 95
- Stanford, J. (2008), A “HOW-TO” GUIDE: UNDERSTANDING AND MEASURING INFLATION, Canadian Centre for Policy Alternatives.
- Syazwani, Nor, A Study on Relationship between Tourist Arrivals, Inflation, and Unemployment with Crime Rates in Malaysia (June 10, 2013). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2276771> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2276771>.

- Şahin, H. (2006), Makro İktisat, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şıklar, İ. (1994), Turizm Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksek Okulu, Eskişehir.
- Talukdar, S.R. (2012), The Effect of Inflation on Poverty in Developing Countries: A Panel Data Analysis, Master Thesis, Texas Tech University.
- Tarı, R. (2014), Ekonometri (10. Baskı), Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Tarı, R., Abasız, T., Pehlivanoglu, F.(2012), TEFE (ÜFE) – TÜFE Fiyat Endeksleri Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Frekans Alanı Yaklaşımı, Akdeniz İİBF Dergisi, C:12, S:24, s.4.
- TCMB, (2005), Türkiye İçin Özel Kapsamlı Tüfe Göstergeleri: Çekirdek Enflasyon Çalışma Raporu.
- TCMB, (2013), Enflasyon ve Fiyat İstikrarı, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Yayınları.
- TCMB, (2021), Beklenti Anketi İstatistikleri, Veri Yönetimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü Anketler ve Endeksler Müdürlüğü.
- Tosuner, M. ve Aktan, C.C. (1986), “Dışsal Ekonomiler”, Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi, C:1.
- Turgut, E., Uçan, O. ve Başaran, N. (2021), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Etkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:45, s.144-159.
- TÜİK, (2014), Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (Yİ-ÜFE) Kullanıcıları İçin Rehber, TÜİK Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, No:4.
- Topçu, M. (2010), İşsizlik ve Enflasyon Arasındaki İlişkilerin Analizi: G8 Ülkeleri Üzerine Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Turan, S.A. (2010), enflasyon ve Ekonomik Büyüme İlişkileri: Türkiye Üzerine İncelemeler, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- TÜİK(2008), FİYAT ENDEKSLERİ ve ENFLASYON: Sorularla Resmi İstatistikler Dizisi-3, Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası.
- Wynne, M. A. (1999), Core Inflation: A Review Of Some Conceptual Issues, European Central Bank, Kaiserstraße 60311 Frankfurt am Main.
- WTTC (2013) “The Comparative impact of Travel & Tourism – Executive Summary, November 2013” WTTC, November 2013.

- UÇKUN, S. (2004), İşletme ve işletme Türleri; Turizm işletmeleri, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Ulagay, O. (1990), Enflasyonu Aşmak İçin, İstanbul: Afa Yayınları.
- Ulaş, S. (2010), Enflasyon ve Döviz Kurunun Hisse Senedi Piyasası'na Etkileri, İMKB'de Uygulaması, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Unay, C. (1999), Makro Ekonomi, Bursa: Vipaş A.Ş.
- Uras, G. (1988), Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları, İstanbul: Formül Matbaası.
- Usta, Ö. (1988), Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım, İstanbul: Sümül Basımevi.
- Uysal, C. (1980), Türkiye'de Enflasyon Çıkmazı, Ankara: Çağ Matbaası.
- Uysal, Y. (2007), Türkiye'de Enflasyon; Sektörel Kaynakları ve İç Ticaret Hadleri, Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, C: 44, S: 508, s. 21-27.
- Ülgen, G. (2017), Makro İktisat, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A., ve Kılıçlar, A. (2009), Turizm ekonomisi (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Vanhove, N. (2005), The Economics of Tourism Destinations, Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX2 8DP 30 Corporate Drive, Burlington.
- Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneysu, F. (2012), Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C: 26, S: 2, s.205-220.
- Yalta, A.Y. (2011), Para Teorisi ve Politikası Ders Notları, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Açık Ders Malzemeleri Projesi.
- Yavuz, O. ve Peker, K. (1999), Ekonomi-I, Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Yazıcıoğlu, Y. (2014), Türkiye Ekonomisi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılandıcı, V. (2012), "Türkiye'de Para Talebi İstikrarlılığının Testi: Kayan Pencereelerde Sınır Testi Yaklaşımı", Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 33, 67-74.
- Yıldırım, C. (2005), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Yıldız, Z. (2007), Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Yılmaz, Ö.T. ve Şahin, A. (2020), Japonya’da Deflasyon Döneminde İşsizlik ve İşsizlikle Mücadele, *Lectio Socialis*, Volume 4, Issue 1, 25-40.
- Yılmaz, M. (2016), Enflasyon ve Döviz Kuru arasındaki İlişki, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz, B. (2010), Makro Ekonomi, İzmir: Printer Ofset Matbaacılık.
- Yong, E. L. (2014), Innovation, Tourism Demand and Inflation: Evidence from 14 European Countries. *Journal of Economics, Business and Management*, 2 (3), 191-195.
- Yücel, G. (1989), Hiperenflasyon Koşullarındaki Ekonomilerde Finansal Tablolar Nasıl Düzenlenmelidir?, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, S:1.
- Zengin, B. (2010), Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı:1, s.102-126.

İnternet Siteleri

- AIEST International Association of Scientific Experts in Tourism.
<https://www.aiest.org/conference/>
- <https://www.unwto.org/tourism-employment><https://tourismteacher.com/economic-impacts-of-tourism/#4-employment-generation->
- <https://worldtraveltourismcouncil.medium.com/tourism-provides-jobs-where-theyre-needed-most-200f11ac2029>
- <https://tr.triangleinnovationhub.com/open-suppressed-inflation>
- https://www.ekodialog.com/uluslararasi_ekonomi/enflasyon-cesitleri-nelerdir.html
- https://www.tutor2u.net/_legacy/blog/files/Revision_Causes_of_Inflation.pdf
- Halkbank,(2018), Enflasyon, Ekonomik Araştırmalar Bölümü,
<https://mediaservice.halkbank.com.tr/media/document/Halkbank/Yatirim/Raporlar/MakroEkonomikRaporlar/2018/Ekim/Enflasyon2018Eylul.pdf>
- <https://www.quora.com/What-is-structural-inflation-Am-not-able-to-understand-difference-between-structural-inflation-and-cost-push-inflation>

<https://www.economicsdiscussion.net/inflation/difference-between-open-inflation-and-suppressed-inflation/26092>

<https://www.yatirimkredi.com/deflator-nedir-gsyh-deflatoru-nasil-hesaplanir.html>

<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Subat-2021-37380>



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : Hülya BALIM

Eğitim Durumu

Ön lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi, Senirkent Meslek Yüksek Okulu, Bilgisayar Donanım Bölümü (2000/2002)

Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü (2014/2017)

Yüksek Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü (2018/2022)

Yabancı Dil(ler) ve Düzeyi

İngilizce, A2

İş Deneyimi

1. Süleyman Demirel Üniversitesi, Büyükkutlu MYO, Öğretim Elemanı
2. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Senirkent MYO, Öğretim Elemanı