

T.C.
İstanbul Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Teorisi Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

AZERBAYCAN TURİZM GELİRLERİNİN
MAKROEKONOMİK GÖSTERGELERE ETKİSİ; 1995-2016
YILI ANALİZİ

Hazırlayan
Nazrin AMANOVA
2501130421

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Özlem DURGUN

İstanbul, 2019



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : NAZRIN AMANOVA

Numarası : 2501130421

Anabilim Dalı /
Anasanat Dalı / Programı : İKTİSAT TEORİSİ

Danışmanı : DOÇ. DR. ÖZLEM DURGUN

Tez Savunma Tarihi : 27.06.2019

Saati : 10.00

Tez Başlığı : AZERBAIJAN TURİZM GELİRLERİNİN MAKROEKONOMİK GÖSTERGELERE
ETKİSİ;1995-2016 YILI ANALİZİ

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış,
sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DOÇ. DR. ÖZLEM DURGUN		Kabul
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ İREM YALKI BERKER		KABUL
3- DR. ÖĞR. ÜYESİ HÜLYA DENİZ KARAKOYUNLU		DÜZELTME

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- DOÇ. DR. ZAHİDE AYYILDIZ ONARAN		
2- DR. ÖĞR. ÜYESİ SELDA GÖRKEY		

ÖZ

AZERBAIJAN TURİZM GELİRLERİNİN MAKROEKONOMİK GÖSTERGELERE ETKİSİ; 1995-2016 YILI ANALİZİ

Nazrin AMANOVA

Bir hizmet sektörü olarak turizmin, dünya genelinde çok büyük bir hızla gelişme gösterdiği görülmektedir. Turizm, dünyada en hızlı büyüyen ikinci sektör konumundadır. Bununla birlikte konuya ilişkin yapılan teorik ve ampirik çalışmalardan, turizmin makroekonomik göstergeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Turizm ülke ekonomileri için hem en büyük döviz girdisi sağlayan hem de istihdam yaratan sektör olması bakımından önemli bir sektördür. Bu sebepler turizm ve ekonomi ilişkisini, turizmin ekonomiye olan etkisini araştırmayı önemli hale getirmektedir. Bundan başka, dış ödemeler dengesi, gelir düzeyi ve bölgesel kalkınma gibi konularda sağladığı katkılar, ülkelerin turizm gelirlerinden elde ettikleri payı daha da büyütmek için çalışmalar yapmaya yönlendirmektedir.

Bu çalışma, 1995-2017 yılları arası Turizm gelirlerinin Azerbaycan ekonomisinin temel makroekonomik göstergelerle olan ilişkisini ve bu göstergeler üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında Azerbaycan devlet İstatistik Kurumu, Azerbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankasının yayınladığı yıllık raporlardan elde edilen veriler ekonometrik analizle tabi tutulmuştur. Azerbaycan ekonomisi bağlamında turizm sektöründen elde edilen gelirlerin makroekonomik göstergeleri olumlu yönde etkilediği hipotezi sırasıyla Philip Peron birim kök testi, ARDL modeli, VAR analizi, etki-tepki ve varyans ayrıştırması fonksiyonları ile araştırılmıştır. Turizm gelirlerinin, enflasyon ve işsizlik oranıyla ters yönlü ve zayıf ilişkisi olduğu, GSYİH ve bütçe gelirleri ile ise pozitif yönde ve kuvvetli bir ilişkisinin belirlenmesi ile birlikte GSYİH değişkeni üzerinde artan etkisinin uzun dönemde yüzdesel olarak artma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Turizm gelirlerinin ülkenin temel ekonomik faktörlerini etkilemesi, bu sektörün ülke ekonomisinin petrol dışı gelirlerini artmasında önemli bir etken olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Azerbaycan ekonomisi, turizm sektözü, VAR analizi, makroekonomik göstergeler.



ABSTRACT

The Impact of Tourism Income On The Macroeconomic Indicators of Azerbaijan; analysis of the 1995-2016 period

Prepared by Nazrin AMANOVA

Tourism, as a service sector, has shown a rapid growth throughout the world. Tourism is the second-fastest growing sector in the world. The contribution of the tourism sector to the economy can not be calculated precisely because it is associated with many large and small sectors in the economy. However, it is understood from the theoretical and empirical studies done in the literature that, tourism has a positive effect on macroeconomic indicators.

Tourism is an important sector in terms of being a sector which provides the biggest foreign currency in flow and creates employment for the economies of the country. Furthermore, with its contributions to the foreign payment balance, income level and regional development countries are trying to increase their portion of tourism revenues.

Aim of this case is to measure impact and relationship of tourism revenues on macroeconomic factors of Azerbaijan between 1995-2017 years. Scope of topic, database have been obtained from Azerbaijan Statistics Committee, Central Bank of Azerbaijan Republic' annual reports and this data have been subjected to econometric analysis. The hypothesis, tourism revenues effects positively of Azerbaijan economy was analyzed Philip Peron unit root, ARDL model, Var analysis, impulse-response and variance decomposition functions, respectively. It has been concluded that tourism revenues have an inverse and weak relationship with inflation and unemployment rate, and with a positive and strong relationship with GDP and budget revenues, while the increasing effect on the GDP variable tends to increase in the long term. It was accepted

that tourism incomes affected to main economic indicators of country, and this sector play a crucial role of increasing non-petrol revenues.

Keywords: Economy of Azerbaijan, sector of tourism, VAR analysis, macroeconomic factors.



ÖZET

Azerbaycan ekonomisinin en önemli endüstrisi ve ülkenin en büyük finans kaynağı olan petrol sektöründeki değişimler ülke ekonomisi üzerinde önemli baskı yaratmaktadır. Örnek olarak, 2014 yılında azalan petrol fiyatlarının fonunda ülke parasının değer kaybetmesi ve devalüasyona götürmüştür. Ülkenin belli bir sektöre bağlı kamaması diğer, petrol dışı sektörlerin gelişmesini önemli duruma getirmiştir. Ülkenin tarih, doğa, gelişen modern şehirleri fonunda önemli destinasyon olmasına olanak tanımıştır. Resmi kurumlardan elde edilen veriler ekonometrik analize tabi tutularak 1995-2017 yıllarıarası turizm sektörünün ülkenin ekonomik göstergelerine hangi düzeyde etki ettiği araştırılmıştır.

Son olarak, çalışma sürecinde desteğini ve ilgisini gösteren, tavsiyeleriyle çalışmaya katkı sağlayan değerli hocam Doç. Dr. Özlem Durgun'a teşekkürlerimi arz ederim. Ayrıca tüm yaşamım boyu, başta eğitimim olmakla her alanda bana destek veren aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖZET.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR.....	x
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM: Turizmin Temel Kavramları ve Turizmin Ülke Ekonomisine Etkileri	
1.1. Turizm Sektörü ve Yapısal Özellikleri	4
1.1.1. Turizm Arzı ve Turizm Arzını Etkileyen Faktörler	6
1.1.2. Turizm Talebi ve Özellikleri.....	8
1.2. Turizm ve Ekonomi Arasındaki İlişki.....	10
1.2.1. Turizmin Ekonomi Üzerinde Olumlu Etkileri	11
1.2.2. Turizmin Ekonomi Üzerinde Olumsuz Etkileri.....	13
1.3. Turizmin Uluslararası Ticaret Teorilerindeki Yeri	15
1.4. Makroekonomik Göstergeler	25
1.4.1. GSYİH	25
1.4.2. İstihdam ve İşsizlik	26
1.4.3. Enflasyon	27
1.4.4. Döviz Kuru	30
1.4.5. Faiz Oranı	31
1.4.6. Dış Ticaret	32
1.4.7. Ödemeler Bilançosu.....	33

İKİNCİ BÖLÜM: Azerbaycan Ekonomisi ve Turizm Sektörünün Ekonomi İçerisindeki Yeri

2.1. Azerbaycan Ekonomisi	36
2.1.1. Bağımsızlık Sonrası İlk Dönem (1991-1994)	36
2.1.2. Bağımsızlık Sonrası İkinci Dönem (1995-2003)	38
2.1.3. Bağımsızlık Sonrası Üçüncü Dönem (2004 ve Sonrası).....	39
2.2. Azerbaycan Ekonomisinin Makroekonomik Göstergeleri.....	41
2.3. Azerbaycan'ın Turizm Sektörü	45
2.3.1. Konaklama Sektörü	48
2.3.2. Seyahat Sektörü.....	50
2.3.3. Yiyecek-İçecek Sektörü	51
2.3.4. Ulaşım Sektörü.....	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: Turizm Sektörünün Makroekonomik Göstergelere Etkisi

3.1. Çalışmanın Amacı.....	55
3.2. Çalışmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	56
3.3. Literatür Taraması	56
3.4. Çalışmanın Metodolojisi	61
3.5. Çalışmanın Bulguları	62
3.5.1. Birim Kök Analizi	65
3.5.2. VAR Analizi	65

SONUÇ VE ÖNERİLER.....	70
-------------------------------	-----------

KAYNAKÇA.....	74
----------------------	-----------

TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1. Ticaret Teorileri ve Turizime Uygulanması.....	18
Tablo 2.1. Azerbaycan'ın 1995-2017 Yıllarıarası Makroekonomik Göstergeleri.....	41
Tablo 2.2. Azerbaycan'da Konaklama, Tesis, Oda ve Yatak Sayıları.....	48
Tablo 2.3. Azerbaycan'da Konaklama Tesislerinde Geceleme ve Geliş Sayısı.....	49
Tablo 2.4. Azerbaycan'da Konaklama Tesislerinde Çalışan Sayısı.....	49
Tablo 2.5. Azerbaycan'da Seyahet İşletmelerinin Sayısı, İşletme Geliri, Harcamaları ve Paket Tur Sayısı.....	50
Tablo 2.6. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sayısı.....	51
Tablo 2.7. Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Ciroşu.....	52
Tablo 3.1. Çalışmanın Veritabanı.....	62
Tablo 3.2. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri... ..	63
Tablo 3.3. Değişkenlerin Korelasyon Analizi.....	63
Tablo 3.4. Philip Peron Birim Kök Analizi.....	65
Tablo 3.5. ARDL Analizi.....	66
Tablo 3.6. Gecikme Uzunluğunun Belirleyici Kriterleri.....	66

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 3.1. AR Karakteristik Polinomun Ters Köklerinin Birim Çember İçerisindeki Konumu.....	67
Şekil 3.2. Etki-Tepki Fonksiyonu	68
Şekil 3.3. Varyans Ayrıştırması Analizi	69



KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
GSYİH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
IMF	: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
BTC	: Bakü – Tiflis - Ceyhan

GİRİŞ

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler ile ulaşımın kolaylaşması, küreselleşmenin hızlanması ile sınırların ortadan kalkması, insanların gelir düzeyinin sürekli iyileşmesi, çalışma saatlerinin azalması insanları seyahate yönlendiren önemli faktörlerdir. Çok eskiden beri var olan seyahat anlayışı son bir asırda değişerek bir sektör haline dönüşmüştür.

Günümüzde turizm, gerek pazar büyüklüğü, gerekse de ekonomik potansiyeli bakımından önemli bir sektördür. Dünya Turizm Örgütü 2017 Turizm Raporu'na göre uluslararası turist sayısı 1.235 milyara ulaşarak 1960 yılından beri kesintisiz büyüme kaydetmektedir. Bu dev sektör 1.4 trilyon \$ gelir ile dünya ihracatının %7'sini, dünya GSYİH'sinin ise %10'unu oluşturmaktadır.

Turizmin giderek büyük bir ekonomi haline gelmesi bu sektörün ekonomi içindeki yerinin incelenmesine, önemli ekonomik göstergelerle olan ilişkisine ve onlara olan etkisinin belirlenmesine yol açmıştır. Özellikle tek bir kaynağa bağlı olan ekonomilerde alternatif sektörlerin geliştirilmesini ekonominin sürdürülebilirliği için önem arz etmektedir.

27 yıl önce bağımsızlık kazanan Azerbaycan için, ekonominin için sadece petrole bağımlı kalarak ayakta durabilmesi, 2014 yılından sonra petrol fiyatlarında yaşanan keskin düşüşlerden dolayı zorlaşmıştır. Petrolden bağımsız sektör olan turizmin gelişimi için devlet 2002-2005 ve 2008-2016 yılları arasında turizmi geliştirmek için planlar hazırlanmıştır. Turizm ile ilgili en kapsamlı çalışmalar ise 2016 yılında başlamıştır.

Petrol dışı sektörün gelişmesini hedefleyen Azerbaycan ekonomisi için alternatif sektör olan turizmin ekonomideki yeri güncel olmakla birlikte önemli bir konudur. Yapılan geliştirme programları, bağımsızlığın ardından özellikle petrol gelirleri ile kaydedilen ekonomik ve sosyal iyileşmeler ülkeye gelen turist sayısını da artırmıştır.

2014 yılının üçüncü çeyreğinden başlayarak petrol fiyatlarında yaşanan düşüş Azerbaycan ekonomisi üzerinde ciddi baskı yaratmıştır. Bunun sonucu olarak Azerbaycan para birimi Manat %34 değer kaybına uğramıştır, daha sonra ise dalgalı kur sistemine geçiş nedeniyle para birimi %50 değer kaybetmiştir. Bunların sonucu olarak, petrol dışı sektöre önem verilmeye başlanmıştır. Turizm sektörü, ekonomi için döviz sağlayan önemli sektör olarak görülmektedir. Tüm bu nedenler, araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

Bu tezin amacı, artan turist sayısı ve elde edilen turizm gelirleri ile ekonomik göstergelerin ilişkisinin ve ülkenin makroekonomik verilerine nasıl etki ettiğinin araştırılmasıdır. Tezde, turizm gelirleri ile makroekonomik göstergeler olan enflasyon oranı, GSYİH ve cari hesap arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen veriler 1995-2017 yıllarını kapsamaktadır. Bunun nedeni, ülkenin bağımsızlığını 1991 yılında kazanmasına karşın, savaş ve buhran halinde olmasından dolayı resmi veriler 1995 yılından itibaren yayınlanmakta olup, önceki yıllara ait veriler, yer almamasıdır. 2006 yılında para biriminin değişmesinden dolayı, veriler dolar bazında değerlendirilmiştir.

Çalışma kapsamında ele alınan veriler, Azerbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankası yıllık raporlarından, Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumu'nun raporlarından ve Dünya Bankası'nın Azerbaycan için oluşturulan ülke raporlarından elde edilmiştir.

Çalışma kapsamında Eviews 8 bilgisayar programı kullanılmıştır. Veriler VAR metodu ile analiz edilmiştir. Turizm gelirleri bağımsız, enflasyon oranı, GSYİH, cari hesap, bütçe geliri ve işsizlik oranı ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Çalışmanın analizi beş hipotez üzerinden incelenmiştir. Bu hipotezler, Turizm gelirlerinin GSYİH üzerinde etkisi, ikinci hipotez, turizm gelirlerinin enflasyon üzerinde etkisi, üçüncü hipotez, turizm gelirlerinin cari hesap üzerinde etkisi turizm gelirlerinin bütçe geliri üzerinde etkisi ve turizm gelirlerinin işsizlik oranı üzerinde etkisi olarak ele alınmıştır.

Tezde ilk olarak bir ihracat sektörü turizmin temel kavramlarına ve ticaret teorileri ile olan ilişkisi incelenmiştir. Ardından bağımsızlıktan sonraki dönem ele

alınarak Azerbaycan ekonomisinin gelişimi, geldiği durum ve turizm sektörü konuları ayrıntılı ele alınmıştır. Çalışmanın sonuncu olarak, yapılmış olan analizlerin sonucu ele alınmış ve bu analizlere ilişkin yorumlar yapılmıştır. Ekonominin mevcut durumu dikkate alınarak, analiz sonuçlarına uygun tavsiyelerde bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN TEMEL KAVRAMLARI VE TURİZMİN ÜLKE EKONOMİSİNE ETKİLERİ

1.1. TURİZM SEKTÖRÜ VE YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Dünya Turizm Örgütünün tanımlamasına göre turizm; eğlence, iş ve başka amaçlarla, yerleşik yerlerinden bir yıldan fazla olmamak kaydıyla bulunan kişilerin faaliyetlerini kapsamaktadır. Turizm seyahatten farklıdır. Turizmin yapılabilmesi için kişinin her zaman yaşadığı yerden, ulaşım araçlarından birini kullanarak seyahat etmesi gerekir. Her seyahat bir turizm değildir. Seyahatin turizm kapsamında değerlendirilmesi için 3 ölçütün bulunması gerekmektedir. Birinci ölçüte göre, seyahat, sürekli ikamet edilen yer dışında yapılmalıdır. İkinci ölçüte göre ise seyahat etmedeki amaç gelir kazanmak olmamalıdır. Sonuncu ölçüte göre ise, seyahat ve konaklama daimi olmayıp geçici olmalıdır¹. Turist ise, *“devamlı olarak yaşadığı, ikamet ettiği yer dışına geçici olarak zevki için çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikamet ettiği yere dönen kimsedir”*. Ülke içerisinde yer değişenler yerli, başka ülkeye gidenler ise yabancı turist olarak tanımlanmaktadır.²

Turistik tüketimin yapılabilmesinin arkasında çok sayıda faaliyet bulunmaktadır. Bu faaliyet sırasında yer alan bütün bu unsurlar aynı zamanda turizm sektörünü de oluşturmaktadır. Turizm sektörü; *“turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içindeki seyahatleri sırasında gereksinme duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümüdür”*³.

Günümüzde tüm ülkeler için önemli bir faaliyet olan turizm, ülkeler için önemli bir ekonomik aktördür. Turizm sektörünün yapısı, ülkelerin bu alanda rekabet

¹ United Nations International Recommendations for Tourism Statistics 2008, Series M, No:83, Rev.1, 2010, p.9.

² Muhsin Zekai Bayer, **Turizme Giriş**, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1992, s.5.

³ Nazmi Kozak, Meryem A.Kozak , Metin Kozak, **Genel Turizm (İlkeler-Kavramlar)**, 12.bs., Ankara, Detay Yayıncılık, 2012, s.38.

mücadelelerine girmesine yol açmaktadır⁴. Ekonominin her sektöründe olduğu gibi turizm sektörünün de kendine has yapısal özellikler vardır. Bu yapısal özellikler her hangi ülke veya bölgeye göre değişiklik arz etmeyip turizmin genel kendine has yapısını oluşturur. Bu özelliklerden bahsedilecek olursa ilk önce turizmin bir hizmet olmasından başlamak gerekir. Turizmin hizmet niteliği onun ürünler gibi taşınabilir olmasını engellemektedir. Uluslararası ticarete konu olan turizm ürünü hizmet olmasından dolayı bankacılık, sigortacılık gibi görünmeyen ihracat kalemi olarak ele alınmaktadır⁵. Turizm faaliyeti seyahat satın almasından önce başlayan seyahatin bitmesi arasındaki süreden kaynaklanan bir deneyimdir. Bu deneyim sürecinde turist, farklı birimlerin hizmetinden yararlanmaktadır. Yani, turizm sektörü faaliyet alanı gereği birçok sektörlerle ilişki içerisinde⁶.

Bir bölgeyi turistik açıdan değerli kılan özellikler olan doğal güzellik, tarihi geçmiş ve kültürel zenginlik turizm sayesinde ekonomik mal olabilmektedir. Turizmin bu özelliği özellikle gelişmekte olan ülkeler tarafından kullanılarak, kaynaklara dayalı büyüme planları yapılmasına ve dışa bağımlılığın azaltılmasına çalışılmaktadır⁷.

Turizm, başta doğal afetler olmak üzere, politik ve ekonomik krizlerden çok çabuk etkilenmektedir. Bu ise büyük yatırımlar sonucu inşa edilen turizm sektörünü işlevsiz hale getirmektedir. Bu özelliklerinden dolayı turizm, riskli bir sektördür⁸. Bundan başka turizm, zorunlu olmayan gereksinimdir. Zorunlu olmayan bir gereksinim her hangi bir alternatif seçim ortaya çıktığında kolaylıkla vazgeçilir⁹.

Turizm sektörü, değişen tüketici tercihleri, teknolojik yenilikler, her gün artan rekabet koşullarında yeniliklere cevap verebilme ve yenilikleri kabul ederek

⁴ Mehmet Oğuzhan İlban, “Seyahat Acenta Yöneticilerinin Destinasyon Marka İmajı Algıları Üzerine bir Araştırma”, **Ege Akademik Bakış Dergisi**, c.8., No:1, s.122.

⁵ Ozan Bahar ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi**, ed.Metin Kozak, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web Ofset Tesisleri, 2013, s.10.

⁶ a.e

⁷ Ozan Bahar ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi**, 7.bs, Ankara, Detay Yayıncılık, 2015, s.55.

⁸ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**, 2015, s.55.

⁹ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**, 2013, s.10

kullanma becerisini gerektirir. Bu ise turizm sektörünün dinamik özelliğe sahip olmasını göstermektedir¹⁰.

Bu dinamik sektör insan emeğine dayandığından, turizm büyük ölçüde istihdam yaratan sektördür¹¹. Bundan başka diğer mal ve hizmet dağıtımından farklı olarak turizmden yararlanmak isteyen bireyin turizm hizmetinin teklif edildiği yere gelmesi gerekmektedir¹².

Turizmin temelini oluşturan özellikler turizmin yapısını en iyi şekilde anlatmaktadır. Turizmi geliştirmek isteyen ülkeler bu sektörün temel yapısal özelliklerini iyi bilmeli ve turizmi geliştirmenin olası sonuçlarını hesaplamalıdır. Özellikler arasında en çok vurgu yapılan, sektörün hassas olması, önemli gereksinim olmaması, yüksek oranda yatırım talep etmesi, mevsimsellik yoğunlaşmaların yaşanması gibi nedenler ülkelerin, bu sektörü geliştirmeden önce alternatif fırsatlar arasında iyi bir değerlendirme yapmasını gerektirir.

1.1.1 Turizm Arzı ve Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

Turizm arzı “ekonomik olarak, turistik ihtiyaçların karşılanması için belirli bir piyasada (ülke, bölge, yöre) belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak turistik tüketicilere sunulan turistik mal ve hizmetlerin (turistik ürün) tümüdür”¹³. Başka bir tanıma göre ise turizm arzı, “bir ülke, bölge veya yörenin turistlere satmaya hazır olduğu zenginliklerin tümüdür”¹⁴. Ekonomik bir faaliyet olan turizmde mal ve hizmet teklif edenlerle bunları talep edenler yer almaktadır. Sektörde üretilen mal ve hizmetler olayın arz yönünü, bunların turistler tarafından satın alınması ise talep yönünü oluşturmaktadır. Tanımlardan anlaşılacağı üzere, turizm hizmetleri sunan işletmeler turizmin arzını oluşturmaktadır.

¹⁰ a.e.

¹¹ Kozak, Kozak, Kozak, a.g.e., s.38.

¹² a.e.

¹³ Orhan Batman ve Oğuz Türkay, **2023 Türkiye Turizm Stratejisi Işığında Turizm Politikaları**, Sakarya, Değişim Yayınları, 2009, s.100.

¹⁴ Kurban Ünlüönen, Ahmet Tayfun, Arzu Kılıçlar, **Turizm Ekonomisi**, 4.bs., Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2014, s.75.

Turizm arzı birçok unsurun birleşiminden meydana gelmektedir. Turizm ile ilgili planlama yapılırken bu unsurların incelenmesi gerekmektedir¹⁵. Turizm arzını etkileyen faktörlerin belirlenmesi ile ilgili çalışmalarda farklı sınıflandırmalar kullanılmıştır. Kozak ve Rimmington çalışmasında, arz faktörlerini bölgenin çekiciliği, faaliyet ve hizmetler, altyapı, konukseverlik ve maliyet olarak beş gruba bölmektedir¹⁶. Başka bir çalışmada ise Mill ve Morrison arz yaratan faktörleri, yerin çekiciliği, imkân ve olanaklar, altyapı, ulaşım ve konukseverlik olarak belirtmiştir¹⁷.

Bahar ve Kozak da diğer çalışmalardaki gruplara benzer şekilde arz yaratan faktörleri belirtmiştir¹⁸. Bu kaynaklardan birincisi insanların herhangi katkısı ve emeği olmadan doğal olarak meydana gelmiş olan oluşumlardır, yani, doğal kaynaklardır. Doğal kaynaklar da, kendi içerisinde doğal güzellikler, iklim ve şifalı sular ve kaplıcalar şeklinde üçe ayrılmaktadır. Doğal kaynaklar turizm talebinin oluşmasına, çekiciliğin yaratılmasını etkileyen önemli unsurlardır. Doğal güzelliklerle birlikte bir bölgedeki tarihi ve tarihsel kalıntıların, eserlerin sergilendiği müzeler de turizm arzını oluşturan öğeler arasında yer almaktadır. Üçüncü olarak turistik arzı etkileyen faktörler arasında bölgenin altyapısı gelmektedir. Bir bölgenin altyapısı denildiğinde ilk olarak su ve kanalizasyon, haberleşme ağı, enerji kaynakları, metro gibi tesisler akla gelmektedir. Doğal veya yapay olarak çekiciliğinin olması turizm talebi yaratmada yeterli olmamaktadır. Bir bölgenin turistik imkânlarını arz edebilmesi için altyapısının iyi bir şekilde oluşturulması gerekmektedir. Bir bölge için temel gereksinim olan altyapı ile beraber turizm sektörünün gelişimi için üstyapının da geliştirilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe yer alan konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım ve sair hizmetleri sunabilen işletmelerin olması ve rekabet edebilir düzeyde faaliyet göstermesi gerekmektedir. Bundan başka turistin gittiği bölgede hoş karşılanması, turiste karşılanan yerel halkın tutumu ve tavırları da turistin turizm deneyimini olumsuz etkilemekle sektöre talebin azalmasına neden olmaktadır.

¹⁵ Şehnaz Demirkol, **Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar**, Sakarya Kitabevi, 2004, s.26.

¹⁶ Metin Kozak and Mike Rimmington, "Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, vol.10, No:5, 1998, pp.187.

¹⁷ Robert Christie Mill and Alastair Morrison, **The Tourism system: an Introductory Text**, 2.ed., Prentice-Hall International Editions, 1992.

¹⁸ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**, 2015, ss.90-94.

Bir bölgede turizmin gelişimine katkıda bulunan unsurlar arasında ulaşım önem arz etmektedir. Turizmin özü seyahattir. Seyahat için ise ulaşım araçlarının olması kaçınılmazdır. Ulaşım araçlarının gelişmesi ile uzak mesafelere seyahatlar artmış ve genel olarak seyahatlar artmıştır. Bölgeye ulaşımın zor olması o bölgenin turizm pastasından alacağı payı azaltmaktadır.

Bir bölge her ne kadar doğal güzelliğe, konukseverliğe sahip olsa da ulaştırma, altyapı ve üstyapı olanaklarının bölgede bulunmaması turizm arzının oluşmasında önemli engeldir. Temel unsurların varlığı ile birlikte bölge halkının turistlere karşı olumsuz tavırları da, soğuk davranışları veya yerel hizmet sunucuların sıcak olmayan davranışı genel tatil deneyimini olumsuz etkileyecektir. Turizm pastasından pay almak isteyen ülkeler turizm arzını oluşturan bütün bu unsurları iyi bilmeli ve varsa eksiklikleri düzeltmeye çalışmalıdır.

1.1.2 Turizm Talebi ve Özellikleri

Turizm talebi, “belirli bir piyasada belirli bir fiyattan, turistik mal ve hizmetleri, rasyonel sebeplerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satın alma gücü ve boş zamana sahip olan insanların miktarıdır”¹⁹. Bahar ve Kozak turizme yönelik talebin 3 temel unsurundan bahsetmektedir²⁰. Bunlardan birincisi turizmde aktif olarak yer alan ve satın almayı yapanların oluşturduğu *gerçek (efektif) talep*’tir²¹. Bu, hem boş zamanı hem isteği hem de satın alma gücünün olduğu kişilerden oluşan bir taleptir. Turistik ürün arz edenlerin büyük ölçüde yararlanmak isteyecekleri bu grup için turistik bölge yöneticileri, hizmet sunucu işletmeler tanıtım ve tutundurma faaliyetleri yapmaktadır. Turizm faaliyetine katılmak isteği olan fakat parasal veya geçici nedenlerden dolayı bunu yapmaya gücü yetmeyenlerden oluşan grup ise *potansiyel talebi* oluşturmaktadır²². Direk olarak talep yaratmasa da turizm faaliyetine katılmaya imkan vermeyen sebepler çözüldüğünde gerçek talebe dönüşebilecek insanların oluşturduğu gruptur. Hizmet sunucu işletmeler gruba yönelik pazarlama

¹⁹ Burhanettin Zengin, **Turizm Coğrafyası**, Sakarya Üniversitesi Yayını, N 36, 1999, s.43.

²⁰ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**, 2015, s.111.

²¹ Chris Cooper et.al., **Tourism: Principles and Practites**, Harlow: Peorsan Education, 3.ed., 2005, pp.15.

²² a.e.

faaliyetleri ile turizme katılma kararı aldıklarında tercih edilen olmayı başarabilirler. Gdlndiklerinde seyahat edecek olan fakat bilgi eksikliklerinden dolayı bunu gerekletirmeyenlerin toplandığı grup ise *arpıtılmı talebi* oluturmaktadır²³. Gdlndiklerinde seyahat edecek olan fakat bilgi eksikliklerinden dolayı bunu gerekletirmeyenlerden oluşmaktadır. Hem parası hem isteği hem de zamanı olmasına karşın yeterli bilginin olmayışı bu kitleyi oluturanları turizm faaliyetine katılmaktan alıkoymaktadır.

Turizm talebi ekonomideki diğer mal ve hizmetlerdeki talebe göre birtakım farklı özellikler gösterir. Bu farklılıklardan biri turizm talebinin bağımsız yani otonom bir talep olmasıdır. İnsanlar farklı sebeplerden dolayı seyahat etmektedir²⁴. Bundan başka, turistik talepte bulunmak için mutlaka bireysel gelirin harcanması gerekmektedir²⁵. Ayrıca, okulların yazın kapanması, insanların yıllık izinlerini yaz aylarında kullanması, yazın tatil için daha elverişli sıcaklığın olması turizm talebinin mevsimsellik özelliğini doğurmaktadır.

Turizm ikame olanakları yüksek olan bir talep yapısına sahiptir. Genellikle lüks ve kültürel özellikli ürün ve hizmetler ile turizm arasında rekabet vardır²⁶. Ayrıca turizm talebinde, tüketim tercihleri ekonomik, politik ve sosyal faktörlerden etkilenmektedir. Tüm bunlar turizm talebine elastik bir görünüm getirmektedir. Turistik rn talebine olan fiyat esnekliği 1’den byktr²⁷.

lkeler turizm sektörünü geliştirirken çok sayıda talep görme umudu içerisindedir. Ekonominin bir alt sektörü olan turizmde fayda elde etmek ve gelir kazanmak için turizm talebinin özelliklerinin iyi incelenmesi gerekir. Özellikle talep tahminleme çalışmalarında bu özelliklerden yola çıkılarak öngörüler yapılmaktadır. Talebin zelliklerine bakılmaksızın faaliyetlerin yapılması ekonomik kaynağın yanlış yere yatırılması ile sonuçlanabilir. Bundan dolayı ilk ülkeler ilk önce turizm talebinin

²³ a.e.

²⁴ Hasan Olalı ve Ali Timur, **Turizm Ekonomisi**, İzmir, Ofis Ticaret Matbaacılık, 1988, s.196.

²⁵ Kurban nlnen, Ahmet Tayfun, Arzu Kılıçlar, **Turizm Ekonomisi**, Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2007, s.47.

²⁶ zcan Yağcı, **Turizm Ekonomisi**, 2.bs., Ankara, Detay Yayıncılık, 2007, s.28.

²⁷ nlnen, Tayfun ve Kılıçlar, **a.g.e.**, s.47.

özelliklerini incelemeli sonra ise bu özellikleri kaynak olarak talep tahminlemesinde bulunmalıdır.

1.2. Turizm ve Ekonomi Arasındaki İlişki

Turizm sadece sahip olunan gelir ve boş zamanın değerlendirilmesi ile ilgili bir faaliyet olmayıp, yatırım, tüketim, istihdam dışsatım ve kamu gelirleri gibi farklı iktisadi tarafları olan sosyo-ekonomik bir olaydır²⁸.

Turizm, seyahat edenlerin gereksinimlerini karşılayan ve seyahat faaliyeti içerisinde oluşabilecek her türlü harcamaları içeren bir yapıya sahiptir. Turizm ürününü ortaya çıkarılması, farklı ekonomik birimlerin bir araya gelerek çalışmasının gerektirmektedir. Konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri doğa, sermaye ve emeği biraraya getirerek turizm ürününü hazırlamaktadır²⁹.

Turizm amaçlı yapılan seyahat, turist karşılayan ülkelerdeki hizmet sunucuları için gelir kaynağı oluşturmaktadır. Ülkeye gelen turist sayısı dolayısıyla talep edilen gereksinimler arttıkça, üretilen mal ve hizmet sayısı da artacak, beraberinde o ülkedeki yatırımların, mal ve hizmet üretiminin, istihdamın ve gelirin artmasına yol açacaktır³⁰.

Turizm sayesinde bir bölgenin fiziki altyapısı gelişmektedir. Havaalanı, yol, iletişim, su, elektrik gibi alanlarda yapılan iyileştirmelerden sadece gelen turistler değil yerel halk da yararlanmaktadır³¹.

Turizm sektöründen elde edilen ekonomik getiri az gelişmiş ülkelerde kısa sürede kendini göstermektedir. Döviz girdisi sağlamakla, ekonomik kalkınma sorunlarının çözülmesinde önemli gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, turizm harcamaları ve turizm yatırımları çarpan (çoğaltan) etkisi ile

²⁸ Kozak, Kozak ve Kozak, **a.g.e.**, s.7-8.

²⁹ Adem Şahin, **İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi**, İstanbul, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, 1990, s.50.

³⁰ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**, 2013, s.12.

³¹ Şahin, **a.g.e.**, s.50.

ekonominin diğer sektörlerine de bir canlılık getirmektedir³². Birincil sektör aktörleri olan konaklama işletmeleri sahipleri, seyahat hizmeti sunuuları, lokantacılar ve ulaştırma işletmeleri ile turistten doğrudan gelir elde eden diğer kişiler, bu gelirin bir kısmını ücret, kira, satın alma bedeli ve faiz olarak toplumun diğer kesimlerine dağıtırlar. Gelir elde edenlerin de bu geliri harcamaları sonucu yaratılan gelir hacmi turistin ilk harcamasından çok büyük olmaktadır³³.

Turizmin en önemli etkisi olan döviz girdisi, gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere kıyasla daha büyüktür. Bundan dolayı ülkelerin turizm yatırımları sürekli artmaktadır. Bu yatırım kaynaklarının belirlenmesine ise sahip olunan güçlü ekonomi yardımcı olabilmektedir³⁴. Gelişmekte olan ülkelerin turizm endüstrisinden kazandığı gelirler diğer sektörler akarken, gelişmiş ülkelerde turizmden elde edilen gelirler sektör içerisinde kalmaktadır. Bundan dolayı turizmin ekonomik etkisi turizmde gelişmiş ülkeler üzerinde daha yüksek olabilmektedir³⁵.

Turizm çok sayıda sektörle işbirliğinde olmasından dolayı, turizmin bir bölgede gelişmesi, farklı sektörler olan talebi artırmakta, yeni iş kollarının kurulmasına ve mevcut iş kollarının ise kapasitelerinin arttırılmasını sağlamaktadır. Yeni iş yerlerinin açılmasına katkıda bulunmakla gelirin dengeli dağılımına da yardımcı olmaktadır³⁶.

Turizm ile ülke ekonomileri arasında sıkı bir ilişki vardır. Bu ilişki, turizmin ekonomilere etkilerini doğurmaktadır. Turizmin ülke ekonomilerine olan etkisi her zaman pozitif yönde olmayıp, negatif etkileri de bulunmaktadır. Bu başlıkta turizmin ekonomik etkilerine olumlu ve olumsuz etkiler olarak değinilecektir.

³²Erdoğan Tutar, "Türkiye'de Turizm Sektörünün Gelişimi", **Afyon İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 1990, s. 126.

³³ Ömer Akat, **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, Bursa, Ekin Yayınevi, 1997, s.53.

³⁴ Joan J.Henderson, **Tourism Crisis: Causes, Consequences and Management**, United States of America, Elsevier Inc., 2007, pp.33-34.

³⁵ Clare Gunn, **Tourism Planning**, New York, Taylor and Francis, 2.ed., 1988, pp.4.

³⁶ Orhan Mesut Sezgin, **Genel Turizm-Turistik Kavramlar-Ekonomi-Pazarlama-Turizm Mevzuatı**, Ankara, Tubitay Yayınları, 1995, s.35.

1.2.1. Turizmin Ekonomi Üzerinde Olumlu Etkileri

Turizm ister gelişmiş isterse de gelişmekte olan ülke ekonomilerine olumlu etkisi bulunmaktadır. Özellikle az gelişmiş ülkelerin döviz darboğazlarının azaltılması, istihdamın sağlanması, tarım gibi sektörleri geliştirmesinden dolayı ülkeler tarafından geliştirilen bir sektördür.

Dış ödemeler bilançosu bir ülkenin diğer ülkelerle yapmış olduğu ticari ve mali ilişkileri gösteren bir kayıttır. Turizm, ülkeye döviz geliri getirerek ödemeler dengesini pozitif etkilemektedir. Ülkeden turizm amaçlı diğer ülkelere gidenlerin çıkardıkları döviz ise bu dengeyi negatif etkilemektedir. Ülkenin turizm sektöründen kazandığı döviz miktarı diğer ülkelere gidenlerin götürdüğü döviz miktarından çok olduğunda, turizm sektöründen elde edilen döviz ödemeler dengesine olumlu etki etmektedir³⁷.

Turistlerin gittikleri yerde yapmış olduğu harcama doğrudan (direkt) veya dolaylı gelir etkisi yaratmaktadır³⁸. Direkt satın almadan doğan doğrudan gelir etkisidir. Dolaylı gelir etkisi ise turizm faaliyetinin içinde yer almayıp fakat turistik hizmet sunucularının tedarikini oluşturanlara giden gelirdir.

Ülkeye gelen yabancı turistlerin ve iç turizme katılan yerli vatandaşların yaptıkları tüketim harcamaları doğrudan gelir etkisi yaratırken, turizm sektörü ile bağlı olan ve bu harcamaları doğrudan gelir olarak elde eden birimlerin yaptıkları harcamalar ise dolaylı gelir etkisi yaratmaktadır. Bu harcamalar ekonomi içerisinde devrederek gelir-harcama akımları şeklinde yeni gelirlerin yaratılmasına neden olmaktadır³⁹. Turizm sektöründen elde edilen gelirin el değiştirmesiyle birinci aşamada elde edilen turizm gelirinden daha büyük oranda ülke ekonomisine etki etmesi çarpan etkisi olarak açıklanır. Hesaplanan bu katsayı ekonomide fazladan ne kadar gelir yaratıldığını ölçmektedir⁴⁰.

³⁷ Bahar ve Kozak, **a.g.e.**,2015, s.157.

³⁸ Orhan İçöz ve Metin Kozak, **Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro ve Makro Etkileri**, Ankara, TurhanKitabevi, 2002, s.198.

³⁹ Olalı ve Timur, **a.g.e.**, s.106-107.

⁴⁰ Erdinç Tutar, Filiz Tutar, **Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2004, s.47.

Turizm sektörünün otomasyon ve makinalaşmaya pek az olanak sunması, sektörün emek-yoğun olması ile sonuçlanmıştır. Turizm sektöründe, emek-yoğun üretimin hâkim olması nedeniyle yüksek oranda doğrudan istihdam yaranırken, sektöre mal ve hizmet veren diğer sektörlerde de yeni iş olanakları sağlanarak istihdam etkisi yaranmaktadır⁴¹. Bir istihdam kaynağı olarak turizm, özellikle iklim ve manzaradan başka doğal güzelliği bulunmayan, endüstrinin gelişmediği bölgeler açısından büyük önem taşımaktadır⁴².

Turizm, tarım, sanayi ve hizmetler sektörü ile yakın ilişki içerisinde. Turizmin gelişimi tarımı ve diğer sektörleri canlandırmaktadır. Çünkü turizm bu sektörlerden girdi alan ve bu sektörlerle girdi veren bir sektördür. Yapılan girdi-çıktı analizlerine göre turizm sektörünün girdi yoluyla uyardığı 37 tane alt sektör bulunmaktadır⁴³.

Ekonomiye olan olumlu etkileri turizmi ülkelerde geliştirmek için cazip bir sektör haline getirmektedir. Özellikle az gelişmiş ülkelerde sahip olunan doğal kaynakların verimli kullanımı için turizm önemli araçtır. Ayrıca, ülkenin sahip olmadığı maddi kaynağı yatırım yoluyla ülkeye çekmektedir. Lokomotif rolü üstlenerek diğer sektörlerin de geliştirmekle, istihdamı da yaratmaktadır.

1.2.2. Turizmin Ekonomi Üzerinde Olumsuz Etkileri

Her sektör gibi turizmin de olumlu tarafları ile birlikte olumsuz tarafları da vardır. Herşeyden öne turizm yüksek yatırım harcamasını gerektirmektedir. Bu yüzden bir bölgede turizmi geliştirmeden önce fırsat maliyetinin iyi değerlendirilmesi gerekir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, turizm sektörünü geliştirmeye karar verirken alternatif bütün fırsatların değerlendirilmesi gerekmektedir. Zaten kıt olan kaynakları doğru olan sektöre yatırılması açısından bunun yapılması zorunludur⁴⁴.

⁴¹ İçöz ve Kozak, **a.g.e.**, s.229.

⁴² Akat, **a.g.e.**, s.56.

⁴³ İçöz ve Kozak, **a.g.e.**, s.245.

⁴⁴ Kozak, Kozak ve Kozak, **a.g.e.**, s.82.

Turizm sektörünün ekonomi üzerinde genellikle pozitif etkisinin yanısıra görülen olumsuz etkilerinden biri de ekonomide sızıntılara sebep olmasıdır. Dil bilgisinin zayıf olduğu, turizmin yeni geliştiği, nitelikli çalışanların az olduğu ülkelerde yabancı işgücü ihtiyacını doğurmaktadır. Sektörde kaçak yabancı sayısının da arttığı bu ortamda, döviz girdisi ile kazanılan gelirin bir kısmı yabancı ülkelere aktarılmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelere yabancı yatırımlar sonucu elde edilen gelirler diğer ülkelere gitmektedir⁴⁵.

Turizm aşırı bir esnek talebe sahip sektördür. Kolaylıkla doğal ve politik krizlerden etkilenmektedir. Bu yüzden ülke ekonomilerinin turizm sektörüne aşırı bağımlılığı, duraklama yaşandığı anda krize girmesine neden olmaktadır⁴⁶.

Ekonomi literatüründe, toplam talebin toplam arzı aşması durumunda fiyatların genel seviyesindeki artışa enflasyon denilmektedir. Turistler, kendi ikamet ettikleri ülke dışına seyahat ettiklerinde altyapı ve üstyapı, çevre ve hatta sosyo-kültürel sermayenin parçası gibi ticareti olmayan malları da tüketirler. Bu şekilde, ticareti olmayan ürünlerin kullanımında yerli insanlarla rekabete girmektedirler. Bu ise arazi ve konut fiyatlarında spekülatif fiyat artışlarına neden olmaktadır. Yani, turizmin bir bölgede geliştirilmesi sonucu ekonomiye enflasyonist etki getirmektedir⁴⁷.

İnsanların seyahat etme zamanlarının belirli dönemlere tekabül etmesi, yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşmaya neden olmaktadır. İşte bu yoğunlaşma mevsimsellik sorununu yaratmaktadır. Özellikle konaklama işletmeleri yaz dönemlerinde talebi karşılayamazken, kış dönemlerinde atıl kapasite ile çalışmaktadır. Gelirin sadece belirli dönemlerde elde edildiği bu sektörde hizmet sunucuları fiyatları bazen artırabilmektedir. Ayrıca istihdam açısından da geçici çalışmaya neden olmaktadır.

⁴⁵ Jeetash Kumar, Kashif Hussain, Suresh Kannan, "Positive Vs Negative Economic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies", **21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conference Proceedings**, 2015, s.407.

⁴⁶ Kozak, Kozak ve Kozak, **a.g.e.**, s.82.

⁴⁷ Webster v.d., "Tourism and Empirical Applications on International Trade Theory: A Multi Country Analysis", **Tourism Economics**, vol.7., N:4, 2007, pp.661.

Bir bölgede turizm sektörünün geliştirilmesi için diğer sektörlerden girdi alınmasına gerek vardır. Eğer bu sektörler ülkede gelişmemiş ise, dış ülkelere alım gerçekleşecektir. Özellikle az gelişmiş ülkeler, inşaat ve donanım malzemeleri, yabancı ülkelerin kar transferi, turizm için geliştirilen personelin yurtdışında eğitim harcamaları ve sair dışarıya olan gereksinimi artıracaktır. Dış ülkelere yönelik yapılan bu harcamalar turizmden elde edilen gelirin dışa bağımlılık sonucu dışa akmasına neden olmaktadır⁴⁸.

Turizmi geliştirmek her ne kadar ekonomiye olumlu etki etse de, turizmin yapısal özelliklerinin sonucu olarak olumsuz etkileri oluşmaktadır. Sadece belirli dönemlerde yoğunlaşmaya neden olan mevsimsellik etkisini azaltmak için ülkeler, turizmi yılın 12 ayına yaymak için kış turizmini, farklı bayramlara ilişkin ve hafta sonu tatil paketleri geliştirmektedirler. Ayrıca havayolu şirketleri talebin az olduğu dönemler için kapmanyalar yapmaktadırlar. Fakat bazı olumsuz etkileri azaltmak zor veya mümkün değildir. Krizlere olan hassasiyet ekonomisini büyük ölçüde turizme bağlayan ülkeler için sorun teşkil etmektedir. Yabancı yatırım ile elde edilen gelirin dışa aktarımı, yabancı nitelikli işgücüne ödenen paralar, yurtdışına bağımlılık yaratan satın almalar ile enflasyon üzerine olan artıcı gücü, azaltılması zor olan olumsuz etkilerini oluşturmaktadır.

1.3. Turizmin Uluslararası Ticaret Teorilerindeki Yeri

İktisat teorisi ekonomik olguları açıklamak ve geleceğe yönelik tahminlerde bulunmak üzere tasarlanmış modeller seti olarak ifade edilmektedir. Alternatif modeller arasında seçim yapmakta bu modellerin mevcut olguları açıklama ve geleceğe yönelik doğru tahminlerde bulunabilme özelliğinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Uluslararası iktisat bilimi uluslararası ticaret ve uluslararası finans olmak üzere iki ana bölüme ayrılmaktadır. Uluslararası ticaret de uluslararası ticaret teorisi ve ticaret politikasından oluşur. Uluslararası ticaret yerine daha yaygın olarak dış ticaret kullanılır. Uluslararası ekonomik ilişkilerin nedenlerinin incelenmesinde asıl ağırlık ticaret akımlarına verilmiştir.

⁴⁸ Kozak, Kozak ve Kozak, **a.g.e.**, s.84.

Turizm sektörü ile hizmet ihracatı yapılır. Bu ihracatı genişleterek daha çok ulusal gelir ve döviz girdisi sağlamak mümkündür⁴⁹. Turizm, ödemeler bilançosunun cari işlemler hesabındaki uluslararası hizmetler bölümünde yer almaktadır. Turistlerin başka bir ülkede yapmış olduğu harcamalar aynı mal ihracatında olduğu gibi bir ihracat etkisi yaratmaktadır. Bundan dolayı turizm görünmez bir ihracat kalemidir⁵⁰.

Literatürde turizmi açıklarken daha çok talep yönlü açıklamalar kullanılmaktadır. Turizmde hâkim olan talep yönlü bakış açısıyla, talep modelleri geliştirilmiştir. Bu modeller, bir bölgenin kısa süreli turizm talebi tahminlemesinde avantaj sağlamaktadır. Fakat, turizm talebi modelleri, turizm ihracatındaki ülkelerin karşılaştırmalı üstünlüğünü ve turizmde hedef ülkelerinin turizm akışlarını çekmekte oynadığı çoğu etkin rolü göz ardı etmektedir. Talep yönlü bakış açısı ile oluşturulan bu modeller, bölgeler arası gelişmişlik, karşılaştırmalı üstünlükleri yok sayarak, statik bir yapıya sahiptir⁵¹.

Uluslararası turizm bağlamında çoğu araştırma, uluslararası turizmde döviz ve faiz oranı, fiyat, gelir, boş zaman ve psikolojik faktörler gibi tipik etkili faktörleri ele alan turizm talebi ve seçimi modellemesine odaklanmaktadır. Ancak, bu modeller uluslararası turizmi ağırlıklı olarak talep faktörleri veya turistlerin belirli bir zamandaki davranışları, coğrafi kümeleri veya özel durumları ile açıkladığından, turizm akımları hakkında genel bir açıklama yapılamamıştır⁵².

Uluslararası turizm hareketleri ile ilgili ampirik çalışmaların çoğu, karşılaştırmalı üstünlük yerine rekabet üstünlüğüne odaklanmıştır. Bundan dolayı, çalışmalar, talep ve talep tahminlemeye yoğunlaşmıştır. Az sayıda çalışmalar teorik yönden uluslararası turizm hareketliliğini ele almıştır. Genel üretim faktörleri (arazi,

⁴⁹ Hanaa Fayed, John Fletcher, "Globalization of Economic Activiy: Issues for Tourism", **Tourism Economics**, vol.8, No:2, 2002, pp.210.

⁵⁰ Oğuz Kara, İstemi Çömlekçi, Vahdet Kaya, "Turizt Gelirlerinin Çeşitli Makroekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011)", **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, c.8, s.1, s..80.

⁵¹ Jie Zhang, Camilla Jensen, "Comparative Advantages in Tourism, a Supply-Side Analysis of Tourism Flows", **45th Congress of the European Regional Science Association Proceedings**, 2005, pp.4.

⁵² Kiyong Keum, "Tourism Flows and Trade Theory: A Panel data Analysis with Gravity Model", **The Annals of Regional Science**, vol.44, No:3, 2010, pp.542.

emek ve sermaye) ile iklim, çevre, altyapı ve sosyokültürel sermaye gibi normalde ticareti olmayan faktörleri göz önüne alan turizmin karmaşıklığı, endüstrinin geleneksel iktisat teorisini kullanarak incelemesini zorlaştırıyor. Buna ek olarak, uluslararası turizmin, ülkelerin ticaret yapamayacakları malları ile normalde ticaret edebileceği anlamına gelmesi, karmaşıklığı artırmaktadır⁵³.

Uluslararası ticaret teorileri, uluslararası turizm işlemlerini açıklarken teorik bir temel oluşturuyor. Bu anlamda ilk çalışma Gray tarafından 1970 yılında yapılmıştır. Gray, seyahat hizmetlerinde uluslararası işlemlerin uluslararası ana akım kuralıyla uyumlu olacağını, ancak herhangi bir ortadoks uluslararası ticaret teorisinin uluslararası seyahat akımları için kısmi bir açıklama yapacağını savunmaktadır. Bu uyumluluk uluslararası mal akımı mekanizması ile turizm akımlarının aynı olduğunu göstermektedir⁵⁴.

1986 yılında Socher turizmi, uluslararası ticaret ve ödemeler teorisi içerisinde incelemiştir. Burada, turizm, uluslararası iktisat teorilerinde ihmal edildiğinden, uluslararası turizmi açıklarken modern ticaret teorilerinin sistematik bir şekilde turizme uygulanması gerektiği belirtilmektedir⁵⁵.

Sinclair ve Stabler⁵⁶ ile Vellas ve Becherel⁵⁷ de teorik olarak turizm ve ticaret teorisi ilişkisini ele alarak incelemiştir. Vellas ve Becherel'e göre faktör donatımı, karşılaştırmalı maliyet, mutlak üstünlük ve talep koşulları teorisi bir ülkenin uluslararası turizm değişimindeki yerini açıklamaktadır⁵⁸.

Zhang ve Jensen (2005) çalışmasında ticaret teorileri ve onların turizme uygulanmasını aşağıdaki tabloda ayrıntılı göstermişlerdir⁵⁹. Turist bir bölgeyi hac turizmi gibi kültürel yakınlıktan dolayı seçebileceği gibi, kum, güneş, deniz veya kültürel zenginliklerden dolayı da tercih edebilir. Bundan başka bir bölgenin

⁵³ Webster v.d., **a.g.e.**, s..660.

⁵⁴ Keum, **a.g.e.**, s.542.

⁵⁵ Karl Socher, "Tourism in the Theory of International Trade and Payments", **The Tourist Review**, vol.41, N:3, 1986, pp.24.

⁵⁶ M.Thea Sinclair, Mike Stabler, **The Economics of Tourism**, London, Routledge, 1997.

⁵⁷ Francois Vellas, Lionel Becherel, **International Tourism**, ISBN 978-1-349-24074-6 (eBook), 1995, 63-94.

⁵⁸ **a.e.**, s.64.

⁵⁹ Jensen ve Zhang, **a.g.e.**, s.6.

diğerlerine kıyasla fiyattaki rekabet gücü de turizm akımlarını o bölgeye yönlendirebilir. Globalleşen dünyada uluslararası tur operatörleri, zincir oteller ve restoranlar markalama, ürün tanıtımı ile yatırım yaptıkları bölgelere turist çekebilmektedir. Ayrıca, teknolojik yenilikler ve turizm altyapısında önemli gelişmeler, farklılıklar ve kolaylıklar sağlamak yoluyla turist çekimi yapılır.

Tablo 1.1. Ticaret Teorileri ve Turizme Uygulanması

Teori	Ana Açıklaması	Turizm Örneği
Linder	Benzerlik	Kültürel yakınlık (hac turizmi gibi)
Ricardo Teorisi	Teknoloji/üretim verimliliği	Turizm bölgeleri arasında fiyat rekabeti
H-O Teorisi	Faktör Donatımları (sermaye, emek, toprak)	Güneş, toprak, Deniz ve kültürel miraslar
Ululararası Firmalar	Mülkiyet avantajı	Uluslararası otel zincirleri
Teknoloji	İnnovasyon modelleri	Macera parkları, turizm için internet pazarlaması
Kümelenme	Dışsallıklar, altyapı, şans	Turizm kümeleri, turizm altyapısı için yatırımlar

Kaynak: Jensen ve Zhang, 2005, s.6.

İktisat teorilerinin başladığı dönemde turizm bir endüstri olarak gelişmemiştir. Gelişimi özellikle 1950’li yıllardan itibaren hızlanan turizmi, geleneksel teoriler perspektifinden de açıklamak mümkündür. Ticaret teorilerinin ilki olan mutlak üstünlükler teorisi, uluslararası turizmde önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim bazı ülkeler, Büyük Kanyon gibi istisnai doğal araziler ya da daha genel olarak, dünyanın her yerinde bilinen mimari ya da sanatsal kaynaklar olabilecek benzersiz turizm kaynaklarına sahiptir. Bu doğal ve yapay kaynaklar turistleri bir ülkeyi ziyaret etmeye teşvik etmektedir. Uluslararası turizm faktörleri bakımından önemleri, bir ülkeye tekel veya neredeyse tekellik (Mona Lisa, Sistine Şapeli, Windsor Kalesi, Akropolis, Piramitler, Kulezyum, Tac Mahal) veren tekliği (Yasak Saray, Macchu Pichu, vb.) ile belirlenir. İnsan yapımı turizm kaynaklarının yarattığı avantaj, yenilenebilir ve geliştirilebilir olmasıdır (Paris'teki Pompidou Merkezi, Londra'daki İngiliz Müzesi, Mısır Kralları Vadisi). Benzersiz nitelikleri, ülkelerin diğer ülkeler tarafından sunulanlardan çok farklı belirli turizm ürünleri yaratmalarına

olanak tanımaktadır⁶⁰. Ülkelerin önemli bir görünmez ihracat kalemi olan turizm emek yoğun özelliğinden dolayı ucuz işgücü bulunan ülkelerde avantajlı sektör olabilmektedir. Ayrıca, ülkelerin doğal (iklim, doğal kaynaklar ve s) üstünlükleri de avantaj yaratmaktadır. Özellikle az gelişmiş ülkeler sahip oldukları doğal güzellikleri kullanarak turizm alanında uzmanlaşarak mutlak üstünlük elde etmektedir.

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi perspektifinden bakıldığında ise, turizm ürünleri arasında büyük farklılıklar ve bunların genellikle her defasında tekrarlanmayan hizmetler olması turizmde karşılaştırmayı zorlaştırmaktadır. Bundan dolayı karşılaştırmalı maliyetlerin araştırılması uluslararası turizmin belirli niteliklerine doğru yönlendirilmekte olup, ulaşım, konaklama ve ilgili hizmetlerle birlikte kalite-fiyat oranı ile teknolojik gelişmeleri de içermektedir⁶¹. Turizm arzının bölgeler, ülkeler arası son derece farklı olması temel turizm hizmetleri olan ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek ve diğer hizmet maliyetlerinin hesaplanması ve kıyaslanmasını zorlaştırmaktadır. Turizmde karşılaştırmalı üstünlüğü sağlayan faktörlere baktığımızda döviz kurunun da önemi görülmektedir. Yerel para biriminin yabancı para birimleri karşısında değersiz olması o ülkenin turizm alanında karşılaştırmalı üstünlüğüne getirmektedir.

Teknolojik inovasyon ülkelere karşılaştırmalı üstünlük getirmektedir. Turizmde ister konaklama, ister yiyecek-içecek, isterse de rezervasyon alanında teknoloji sık olarak kullanılmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde teknoloji yardımıyla turistler satın alabilecekleri hizmetleri otomatik olarak kendileri üretebilirler. Bunlara odalardaki mini mutfaklar, mini barlar, otomatik hizmetler örnek olarak verilebilir. Bu teknolojik kolaylıklar emek maliyetini azaltmakla, teknoloji üreten ülkelere avantaj sağlamaktadır⁶².

Zhang ve Jensen çalışmasında turizmde uygulanabilecek teoriler arasında faktör donanımı teorisini de göstermiştir. Buna göre, turizmde doğal zenginlikler (toprak, emek, sermaye), güneş, kum, deniz ve kültürel miras gibi değerlerin

⁶⁰Vellas ve Becherel, **a.g.e.**, s.85.

⁶¹**a.e.**, s.79.

⁶²**a.e.**, s. 86.

çokluğundan dolayı bu alanda hizmet üretimini arttırmalıdır⁶³. Faktör donatımı, turizmde ürün üretiminin temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Bu bileşenler, bütün ekonominin işleyişi için gerekli olan ve belirli doğal ve kültürel kaynaklar gibi turizme özgü faktörlere karşılık gelmektedir. Turizmde faktör donatımı, *doğal kaynaklar, tarihi, sanatsal ve kültürel miras; istihdamda insan kaynakları ve becerileri; sermaye imkânları ve altyapı kaynakları* olarak 3 kategoride ele alınır⁶⁴. Uluslararası turizmde bir ülkenin temel çekiciliğini oluşturan faktörlerin başında doğal ve yapay kaynaklar gelmektedir. Fakat ampirik açıdan ülkelerarası sahip olunan doğal ve yapay kaynakları kıyaslamak çok zordur. Her ne kadar, doğal ve yapay kaynakların heterojen oluşu ve değerlendirilmesinin neredeyse mümkünsüzlüğü gerçek olsa da, buna rağmen ülkelerin turizm alanında uzmanlaşmasında önemli rol oynamaktadır. Bundan başka turizm insan emeği gerektiren bir hizmet sektörü olduğundan, turizmde işgücünün rolü daha da önemlidir. Sonuç olarak turizmde karşılaştırmalı üstünlük işgücü kaynaklarında özellikle de işgücünün beceri seviyesinde yer almaktadır. Bu iki kategorideki bileşenleri varlığı ülkelerin bu alana yatırım yapma gücü olmadıkça turizmi geliştirmek ve üstünlük elde etmek için yetersiz olacaktır. Turizm doğası gereği büyük ölçüde yatırım gerektiren sektördür. Bununla birlikte bir bölgede sadece turizm yatırımları değil genel altyapı ve üstyapı yatırımlarının yapılarak bölgenin geliştirilmesi gerekir. Ülkelerin buna mali güçleri yetmediği durumda dış borçlanma yolu ile yardım elde ederler. Bu alandaki teknolojik ve inovasyon yetersizlik durumunda dış satın almalar gerçekleştirilmektedir.

Heckscher-Ohlin teorisi, bir ülkenin üretim faktörlerine (emek, sermaye ve toprak/doğal kaynaklar) sahip olması, nispi verimliliklerden ziyade, onun karşılaştırmalı avantajını belirlemektedir. Bu nedenle, büyük miktarda emek ve araziye sahip olan Tanzanya ve yaban hayatı, dağlar ve plajlar gibi bol miktarda doğal kaynakları bulunan ülkeler, turizm açısından karşılaştırmalı bir avantaja sahip görünmektedir⁶⁵.

⁶³ Zhang ve Jensen, **a.g.e.**, s.6.

⁶⁴ Vellas ve Becheral, **a.g.e.**, 65.

⁶⁵ Sinclair ve Stabler, **a.g.e.**, s.126.

Başka bir ticaret teorisi olan, Tercihlerde Benzerlik Teorisi (Gelir veya Örtüşen Talepler Teorisi), sadece ticaretin değil, turizm akımlarının yüksek düzeyinin, H-O teorisinin aksine, benzer faktör donatımına sahip ülkeler arasında gerçekleştiğini açıklamaya yardım eder. Teori bir ülkenin sağlayacağı turizm ürünlerini değil, sadece kalite aralığını öngörmektedir. Aslında turizm de dâhil olmak üzere endüstri-içi ticaretin çoğu markalaşma, tanıtım, teknoloji yolu ile farklılaşan ürünler arasındadır⁶⁶.

Talebin uluslararası turizmdeki rolü hem istatistiksel olarak sayısal hem de niteliksel ölçülür. Turizmde talep ülkelere göre önemi değişen 3 unsurdan oluşmaktadır⁶⁷. Bu unsurlardan ilkinin “*yerel turizm talebi*” oluşturmaktadır. Linder teorisine göre, yerel turizm talebi uluslararası turizmin gelişimi için uygun bir ortam ve koşullar yaratmaktadır. Turizm talebini karşılamak için ülke içinde sahip olunan doğal, kültürel ve tarihi alanlar geliştirilir, altyapı ve konaklama, ulaşım gibi üstyapı olanakları oluşturulur. Böylelikle, ülkeler güçlü iç talebi karşılamadaki başarıları ile dış talebi de kolay karşılama şansı elde ederler. Yerel talebi ölçmek için ise ülke içindeki turizm gecelemlerinin sayısı, ülkede kişi başına düşen GSMH kullanılmaktadır. İkinci unsur ise aynı bölge veya aynı kıtadaki diğer ülkelerden gelen talebin oluşturduğu “*bölgesel turizm talebi*”dir. Üçüncü unsur ise “*uluslararası turizm talebi*”dir. Bu talep hem bölgesel hem de bölgelerarası talepten oluşmaktadır. Linder teorisini onaylayacak şekilde turizmde de, gelişmiş iç talebi karşılamada başarılı olan ülkeler uluslararası turizm talebini karşılamaktadır. Neredeyse mevcut olmayan iç talebe sahip gelişmekte olan ülkelerde ise, uluslararası turizme olan talep genellikle çok zayıftır.

Endüstri-İçi Ticaret çerçevesinde geliştirilen fikirlerden biri de ölçek ekonomileridir. Ölçek Ekonomisi bütün girdilerde meydana gelen artışa bağlı olarak ortalama maliyetlerde meydana gelen düşme olarak tanımlanabilir. Bunun da sermaye yoğun sektörlerde ortaya çıkması daha muhtemeldir⁶⁸. Turizm sektöründe yer alan işletmelerin ölçek ekonomilerden yararlanabilmesini engelleyen bazı

⁶⁶ a.e., s.129-130.

⁶⁷ Vellas ve Becheral, a.g.e., s.88.

⁶⁸ Paul Krugman, “Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade”, **American Economic Review**, vol.70, No:5, 1980.

sebepler vardır. Turizme sektörünün özelliğini yansıtan bu sebeplerden ilki, bu sektörde yer alan işletmelerde ürünün stoklanamamasıdır. Satılamayan ürün yok olacağından, turizm işletmelerinde stok ekonomilerinden bahsedilemez. İkinci sebep ise sabit maliyetlerin yüksekliğidir. Turizm işletmeleri sabit maliyetin yüksek olduğu işletmelerdir. Bundan dolayı, talebin azalması ortalama maliyetleri yükseltecektir. Dolayısıyla, turizmde ölçek ekonomisinden faydalanabilmek için talebin kontrol altına alınmasını gerektirmektedir⁶⁹. Az gelirli ülkelerin firmalarının uluslararası turizmde ölçek ekonomisinden yararlanması piyasaya girişin talep ettiği büyük yatırımlardan dolayı zor olabilir. Bu durumda, yeni doğan ekonomiler, ölçek ekonomisinden yararlanıncaya kadar devlet tarafından korunabilir⁷⁰.

Turizmde yer alan konaklama ve yiyecek-içecek zincir işletmeler zincir işletmeler ölçek ekonomisinin faydasından yararlanabilmektedir. Franchising (imtiyazlı) işletmeleri, merkezi rezervasyon sistemini kullanarak; ortak reklam ve tanıtımla pazarlama giderlerini azaltarak; yönetim ve eğitimi merkezileştirerek bu alanlarda ölçek ekonomileri ile avantaj elde etmektedir⁷¹.

1960'lı yıllarda Vernon tarafından ortaya atılan yeni dönem ticaret teorilerinden biri de, ürün yaşam eğrisini, insan hayatı gibi ortaya çıkmadan (doğuştan) düşüş (ölüme) kadar açıklayan ürün dönemleri teorisidir. Buna göre ürünün nerede üretileceği ürünün yaşam eğrisindeki döneme bağlıdır. Turistik ürünün yaşam süreç modelini ilk kez 1980'de Butler (Turizm Alanları Yaşam Döngüsü) hazırlamıştır. Butler, turizm bölgelerinin ürünlere benzer yaşam döngüsüne sahip olduğunu ileri sürmüştür⁷². Destinasyonlar için hazırlanan bu süreç 6 aşamalı, 7 olasılıklı olarak ele alınmıştır. Bunlardan birincisi *keşfetme (exploration)* olup az sayıda turist, henüz turistik bir bölge olarak gelişmeyen destinasyonları ziyaretini karakterize etmektedir. İkincisi aşamada turist sayısı artmış ve bölgenin altyapısı için çalışmaların başlatılmıştır. Bu aşama *ilgi (involvement)* aşamasıdır. Üçüncü aşama ise *gelişim (development)*'tir. Bu aşamada turist sayısı yüksek

⁶⁹ Yasemin Issı, "Turizm İşletmelerinde Ölçek Ekonomileri", **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 1988, s.387.

⁷⁰ Sinclair ve Stabler, **a.g.e.**, s.130.

⁷¹ İçöz ve Kozak, **a.g.e.**, s.82.

⁷² Richard W. Butler, "Tourism Area Life Cycle", **Contemporary Tourism Reviews**, Goodfellow Publishers Ltd, Oxford, 2011, pp.4.

düzeyde artmıştır. Ayrıca, bölgenin gelişimi ile dışardan gelen işletme sahipleri, faaliyetlerin artması işgücünün de artmasını beraberinde getirmektedir. Yani istihdam düzeyi de artmaktadır. Turizmin bir bölgede tam oluşmasının ardından bölge büyük oranda turizmden bağımlı hale gelmektedir. *Sağlamlaşma (consolidation)* olarak adlandırılan bu aşamada ise yerel halk gelen ziyaretçilerden ve yapılan tesislerden rahatsızlık duymaya başlamaktadır. Bölgeye gelen turist sayısının, bölge nüfusundan büyük olduğu bu aşamada, bölge markalaşmış fakat taşıma kapasitesinin aşıldığı bölge haline gelmektedir. Kitle turizminin merkezi olan bölgeleri karakterize eden bu aşama *durgunluk (stagnation)* adlandırılmaktadır. En son aşamada ise iki durum söz konusudur. Birincisi *düşüş (decline)* ve *yeniden gençleşme (rejuvenation)*. Bölgeyi yeniden canlandırmak için yapılan çabalar birinci durumda bütün çabalar yetersiz kalmakta ve bölge tercih edilmeyen bir bölgeye dönüşmektedir. İkinci durumda ise yapay çekicilikler veya eskiden kullanılmamış doğal kaynaklar kullanılarak yeniden cazibe merkezi dönüştürülebilmektedir⁷³.

Her turizm bölgesi diğerleri gibi yaşam dönemlerini açıkça yaşamayabilir. Bu yüzden her bölge için bu model tek düzelikte uygulanamaz. Yapılan araştırmalar da her turizm bölgesinin bütün aşamaları yaşamadığını, bazı dönemleri atlayarak bazılarını ise kısa yaşayarak geçirdiğini göstermektedir. Buna ek olarak bazı turizm bölgelerinin farklı aşamaları bir arada yaşadıkları da görülmüştür⁷⁴.

Klasik iktisatta, rekabetin temeli üretime dayandırılrsa da, Porter ulusların rekabet üstünlüğü elde edebilmek için kümelenme kavramını ileri sürmüştür. Porter'in yeni yaklaşımı milletlerin ticaretteki yerini karşılaştırmadan daha öteye, rekabete götürmektedir. Buna göre ülke ekonomisini bütün ele almaktansa sektörler ve endüstrilere odaklanmak gerekmektedir⁷⁵. Kümeler, herhangi bir şehir, ülke veya kıtada piyasa aktörlerinin birbiri ile ilişkisinden ortaya çıkmaktadır⁷⁶. Kümelenme genel olarak; *“belirli bir alandaki birbirlerini tamamlayıcı ve işbirliği içerisindeki*

⁷³ Richard W. Butler, “The Concept of Tourism Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, **Canadian Geographer**, vol.19, N:1, 1980, pp.5-10.

⁷⁴ Gray R.Hovinen, “Revisiting the Destinations Lifecycle Model”, **Annals of Tourism Research**, vol.29, N:1, 2002, pp.227.

⁷⁵ Michael Porter, “The Competitive Advantage Of Nations”, **Business Harvard Review**, March-April, 1990, pp.77.

⁷⁶ Marina Novelli, Birte Schimtz, Trisha Spencer, “Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience”, **Tourism Management**, vol.27, N:6, 2006, pp.1142.

firmaların ve ilişkili kurumların oluşturduğu coğrafi yakınlık”tır⁷⁷. Porter kümelenmelerin hem rekabeti hem de işbirliğini körüklediğini savunmaktadır. Rakipler yoğun bir şekilde müşterileri elde etmek için yarışmaktadır ki hiçbir küme bu rekabet olmadan başarılı olamaz. Ancak çoğu sektörde, ilgili kuruluşlar ve yerel kurumların da dâhil olduğu işbirliği mevcuttur. Rekabet işbirliği ile birlikte yaşar çünkü her ikisi farklı boyutlarda ve farklı katılımcılar arasında gerçekleşir⁷⁸. Porter’ın 1990 tarihli kitabı, hizmet endüstrisini kapsamlı bir şekilde ele almakta ve teorinin hem hizmetlere hem de mal üretimine uygulanması gerektiğini vurgulamaktadır. Ancak, Porter’ın 855 sayfasından (1990, s. 256) sadece bir cümle, turizm sektörüne açık bir şekilde hitap ediyor. Porter’ın (2000) sonraki çalışmalarında da turizme vurgu yapılsa da konu dâhilinde ayrıntılı incelenmemiştir⁷⁹.

Jackson ve Murphy, kümelenme kavramının turizm endüstrisine uygulanmasının son derece uygun olduğunu ileri sürerek, ürünün yerel bazlarla etkileşime girmesi ve aglomeraların oluşumuna yol açan birbiriyle ilişkili şirketlerin ortak eylemlerini teşvik etmesi nedeniyle son derece uygunluğunu belirtmektedir⁸⁰. Turizm sektöründe konaklama ve yiyecek-içecek gibi statik unsurlarla birlikte yolcular için ulaşım hizmeti sunanlar, tur operatör ve seyahat acentaları ve araç kiralama hizmetleri olan statik olmayan unsurlar turizm alanında kümelenme geliştirilirken kümeye dâhil edilmelidir. Turizmin temeli olan bu faaliyetlere ek olarak ulaşım altyapısı, eğitim, danışmanlık ve diğer iş hizmetlerinin de küme

⁷⁷ Ayhan Gökdeniz, “Turizmde Kümelenme ve Bölgesel Yakınma Üzerinde Etkileri (Ayvalıkta Kümelenme Potansiyeli ve AYTUGEB Örneği)”, **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, c.5, s.1, 2015, s.38.

⁷⁸ Michael Porter, “Clusters and the New Economics of Competition”, **Harvard Business Review**, vol.76, N:6, 1998, pp.80.

⁷⁹ Mark M. Miller, Lay James Gibson, “Cluster-Based Development in Tourism Industry: Putting Practice in Theory”, **Applied Research in Economic Development**, 2005, pp.49-50.

⁸⁰ Julie Jackson, Peter Murphy, “Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences from the New World”, **Tourism and Hospitality Research**, vol.4, N:1, 2002, pp.36.

dâhilinde ele alınmalıdır⁸¹. Turizm kümeleri birden fazla turizm çeşidinin (termal, sağlık, eğitim, kongre ve s.) bir bölgede yoğunlaşması ile de oluşturulabilmektedir⁸².

Turizm çok sayıda alt sektörleri kendinde barındıran bir sektör konumundadır. Başarılı bir turizm sektörünün oluşması için bu alanda faaliyet gösteren firmalar işbirliği içerisinde olmalıdır. Çünkü turizm faaliyeti bir deneyimdir. Bir bölgeye seyahat eden turistin seyahati boyunca karşılaştığı bir olumsuz durum bütün deneyimi olumsuz etkilemektedir. Bu yüzden bu alandaki hizmet sağlayıcıları mükemmel hizmet sunmaya çalışmalıdır. Kümelenme ise bunu başarmak için yararlı bir yaklaşımdır. Ayrıca bölgesel rekabetin elde edilmesinde turizm kümelenmeleri önemli rolü üstlenmektedir.

1.4. Makroekonomik Göstergeler

Ülke ekonomilerinin başarısını değerlendirmek için farklı göstergeler kullanılmaktadır. En yaygın olarak kullanılan gösterge ülkelerin yıl bazında ulaştıkları GSYİH miktarı ve bu miktarın parasal değeridir. Bundan başka ülkedeki istihdam durumu, işsizlik oranı, faiz dereceleri, enflasyon oranı da ekonomiyi değerlendiren kriterler arasında kullanılmaktadır. Bu başlık altında temel makroekonomik göstergeler ve onlara ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

1.4.1. GSYİH

Temel makroekonomik göstergelerin başında GSYİH gelmektedir. GSYİH (gayri safi yurt içi hâsıla) belirli bir yıl içerisinde, belirli bir ülkede hem ülke vatandaşları hem de o ülkede yaşayan diğer ülke vatandaşlarının ürettiği nihai malların piyasa değerini ifade etmektedir. Makro anlamda gelirin ölçüsü olan GSYİH, verimliliği ve refahı belirten değişkendir. GSMH (gayri safi milli gelir) ise ülke hem ülke içerisinde hem de diğer ülkelerde yaşayan ülke vatandaşlarının belirli

⁸¹ Cristina Marina Santos Estevao, Joao Ferreria, "The Tourism Clusters Role in Regional Development: Presenting a Competitiveness Conceptual Model", **Tourism Destinations Development and Branding Eilat Conference Proceedings**, 2009, pp.129.

⁸² İge Pınar, "Turizm Sektöründe Kümeleme", (Çevrimiçi), <http://www.gozlemgazetesi.com/HaberDetay/251/14399/turizm-sektorunde-kumeleme.html>, 1 Mart 2018.

bir dönemde ürettiği nihai mal ve hizmetlerin ekonomik değerini göstermektedir⁸³. Nihai mal ve hizmetler tüketim için hazır olan mal ve hizmetlerdir. Nihai mal ve hizmetler çift sayımdan kaçınmak için kullanılmaktadır. Son tüketim durumuna ulaşıncaya kadar, bir malın üretiminin her aşamasında yapılan ilaveleri oluşturan katma değerlerin toplamı, malın nihai fiyatına eşit olmaktadır⁸⁴.

GSYİH, üretim, gelir ve harcama yaklaşımları ile hesaplanmaktadır. Üretim yaklaşımına göre GSYH, bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin miktarının fiyatları ile çarpılıp elde edilen değerlerin toplanmasıyla hesaplanmaktadır. Gelir yaklaşımına göre ise GSYİH, ücret, faiz, kar, amortisman ve dolaylı vergilerin toplanmasıyla hesaplanmaktadır. Harcama yaklaşımında ise, GSYİH, belirli bir dönemde nihai malları almak için yapılan harcamalar, devlet harcamaları, brüt yatırımlar, net ihracat ve tüketim harcamalarının toplanması ile elde edilmektedir⁸⁵.

Ekonomide belirli bir dönemdeki büyüme nominal veya reel artış ile ölçülebilmektedir. Buna göre, nominal GSYİH, belirli bir dönemde üretilen tüm mal ve hizmetlerin o dönemdeki fiyatlarının çarpımlarının toplanması ile hesaplanmaktadır. Ekonomik büyüme nominalden ziyade reel büyüme ile ölçülmektedir. Reel GSYİH, belirli bir dönemdeki üretim miktarlarının baz alınan bir yılın fiyatları ile çarpılarak hesaplanmaktadır. Kişi başına düşen gelir ise reel veya nominal GSYİH'nın ülke nüfusuna bölünmesi ile bulunmaktadır⁸⁶.

1.4.2. İstihdam ve İşsizlik

İstihdam, üretim faktörlerinin (emek, toprak, sermaye) fiili olarak üretim sürecinde kullanılmasıdır. Tam istihdam sahip olunan kaynakların hepsinin üretimde kullanılmasını ifade etmektedir. İstihdamı geniş anlamda içeren bu tanıma karşın

⁸³ Erdal Ünsal, **Makro İktisat**, Ankara, İmaj Yayıncılık, 2009, s.6.

⁸⁴ Kemal Yıldırım, Doğan Karaman, Murat Taşdemir, **Makro Ekonomi**, 12.bs., Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2014, s.46.

⁸⁵ Kemal Yıldırım, Mustafa Özer, **Makro İktisat**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013, s.5-6.

⁸⁶ Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, **a.g.e.**, s.58.

istihdamı sadece emek faktörü ile sınırlandıran dar tanımlama da mevcuttur. Bu bağlamda istihdam, emeğin fiili olarak üretime katılmasıdır⁸⁷.

Tam istihdam teorik bir durumdur. İkinci istihdam çeşidi ise eksik istihdamdır. Eksik istihdam çalışma gücü ve isteğinde olanların bir kısmının üretim sürecine katıldığı durumu göstermektedir. Bu durumda, tam istihdam sağlanmamış olup, işgücünün belirli kısmı ücret ve iş koşullarından dolayı piyasada iş bulamamaktadır⁸⁸.

İşsizlik, ekonomilerin durumunu yansıtan önemli göstergelerden biridir. İşsizlik oranı, toplumda çalışmak isteyip fakat iş bulamayanların sayısının toplam işgücüne bölünmesiyle elde edilmektedir⁸⁹. İşsizliği ortaya çıkaran nedenler arasında, ekonomi ve teknolojinin değişmesine rağmen istihdam olanaklarının geliştirilmemesi, insanlara iş piyasasına yönelik eğitimlerin verilmemesi, ekonomik krizler ve nüfus artımı ile istihdam arasındaki dengesizlik gösterilebilir⁹⁰.

Nedenlerine göre friksiyonel (geçici), yapısal ve konjonktürel işsizlik bulunmaktadır. Friksiyonel işsizlik, yeni iş arayanları, kendi isteği ile daha iyi iş bulmak için işinden ayrılanları ve işyerlerinin kapanması sonucu işsiz kalanları kapsamaktadır. Bu, geçici işsizlik durumunu belirtmektedir. Yapılandırılmış işsizlik emek talebi yapılarındaki değişimler sonucunda ortaya çıkmaktadır. Bu değişimler teknolojik gelişmeler, farklı mal ve hizmetlere olan talepteki değişimler, rekabete konu olan yeni mal ve hizmetlerin ortaya çıkışı sonucu oluşmaktadır. Ekonomik dalgalanmalar sonucu ortaya çıkan işsizlik türü ise konjoktürel işsizliktir. Kriz ve durgunluk dönemlerinde talebin azalmasıyla bu işsizlik ortaya çıkmaktadır⁹¹.

⁸⁷ Kemal Yıldırım, Doğan Karaman, **Makroekonomi**, Eskişehir, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı, Yayın No:145, 2003, s.66.

⁸⁸ Cafer Unay, **Makroekonomi**, Bursa, Uludağ Üniversitesi Basımevi, 5.bs., 1993, s.245-46.

⁸⁹ Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, **a.g.e.**, s.21.

⁹⁰ Mustafa Sürücü, "İşsizlik, İşsizlikle Mücadelede Pasif İstihdam Politikaları: Almanya ve Türkiye Örnekleri", **Yurtdışı İşçi Hizmetleri Uzmanlık Tezi**, Ankara, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Dış İlişkiler ve Yurt Dışı İşçi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2014, s.35.

⁹¹ Tümay Ertek, **Makroekonomiye Giriş**, 3.bs., İstanbul, Beta Yayıncılık, 3.bs., 2012, s.65-67.

1.4.3. Enflasyon

Enflasyon, fiyatlarda ortaya çıkan sürekli artışlar olarak ifade edilmektedir. Ekonomiyi olumsuz etkileyen bu durum gelir dağılımı ve ekonomik büyüme gibi makroekonomik hedeflere ulaşmayı zorlaştırmaktadır⁹².

Ekonomide çok sayıda mal ve hizmet olmasından dolayı hepsinin fiyatlarının izlenmesi mümkün değildir. Bu sebeple, enflasyon oranının hesaplanmasında fiyat endeksleri kullanılmaktadır. Enflasyonun belirlenmesinde belirli bir mal ve hizmetler grubu ele alınarak oluşturulan sebetten endeksler çıkarılmaktadır. Bu endeksler, TÜFE (tüketici fiyat endeksi), ÜFE (üretici fiyat endeksi) ve GSYİH deflatörüdür. Fiyat endeksi, bir mal sepetinin cari yıldaki fiyatının baz alınan yıldaki fiyata olan oranının 100 ile çarpımı sonucunda elde edilmektedir⁹³.

Enflasyon, şiddetine göre sürünen, ılımlı, yüksek ve hiperenflasyon olarak sınıflandırılmaktadır. Sürünen enflasyon, fiyat artışlarının çok düşük oranda olduğu ve ekonomide zararlı bir durum yaratmayan orandaki enflasyondur. Benzer şekilde, ılımlı enflasyon durumun fiyat artışları düşük oranda görülmediği, ancak halkın açıkça etkilerini hissettiği ve enflasyonist beklentilerin oluşmaya başladığı süreci belirtmektedir. Yüksek enflasyon ise, ekonomiyi olumsuz etkileyen ve zarara uğratan, belirsizliği artıran, paranın değerini azaltan orandaki enflasyon durumudur. Bu durumda fiyatlar genel düzeyindeki artışlar çift haneli rakamlara ulaşmaktadır. Son olarak hiperenflasyon ise, enflasyon oranının aylık %50'i aştığı durumu göstermektedir. Yüksek oranlı enflasyonu belirten bu durumda para bütün fonksiyonlarını kaybetmektedir⁹⁴.

Enflasyonun ortaya çıkması, talep ve arz kaynaklı olmakla ikiye ayrılmaktadır⁹⁵. Talep enflasyonu, cari dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam talebi karşılamada yetersiz olmasından dolayı fiyatlarda ortaya çıkan artışı

⁹² Ertek, **a.g.e.**, s.65-67.

⁹³ Erdal Ünsal, **Makro İktisat**, Ankara, İmaj Yayıncılık, 2011, s.80.

⁹⁴ Kemal Yıldırım, Doğan Karaman, **a.g.e.**, s.324.

⁹⁵ Mahfi Eğilmez, Ercan Kumcu, **Ekonomi Politikası, Teori ve Türkiye Uygulaması**, Remzi Kitabevi, 2004, s.266-267.

göstermektedir. Bu enflasyon, toplam talebin toplam arzı aşmasından kaynaklanmaktadır⁹⁶.

Arz enflasyonu toplam arzda meydana gelen yetersizliklerden kaynaklanıp, maliyet, fiyat ve ithal enflasyonları olarak üç kategoride ele alınmaktadır. Maliyet enflasyonu, üretimde kullanılan girdi fiyatlarının artması nedeniyle, fiyatlar genel düzeyinin artması ile ortaya çıkmaktadır. Petrol gibi temel hammadelerin fiyatlarındaki artış, maliyetleri ve fiyatları da artırmaktadır. İthal enflasyonu, ithal edilen girdilerin fiyatlarının artması sonucunda genel fiyat düzeylerindeki artıştır⁹⁷. Fiyat enflasyonu ise, piyasada malların reel değerlerinin üzerinde satılması sonucu gelirlerin artması ve bundan kaynaklanarak talebin yükselerek enflasyona enflasyona neden olmasıdır⁹⁸.

Enflasyonun maliyetlerinin belirlenmesinde beklenen ve beklenmeyen enflasyon kullanılmaktadır. Beklenen enflasyonun maliyetlerinden birisi firmaların fiyatlarını sürekli değiştirmesi ile oluşan katalog basım ve dağıtım maliyetlerinin artmasıdır. Başka bir etki ise, beklenen enflasyonun fiyat sisteminin etkinliğini bozması sonucu fiyatlarda yol açtığı değişimdir. Bundan başka beklenen enflasyonun bir diğer maliyeti vergi sistemi üzerinde görülmektedir. Enflasyon insanların nominal gelirlerini artırırken reel gelirlerinde bir artış getirmemektedir. Vergilendirme nominal gelir üzerinden hesaplanmasından dolayı insanlar daha çok vergi ödeme durumu ile karşılaşmaktadır⁹⁹.

Beklenmedik enflasyonun maliyetleri beklenen enflasyonun maliyetlerinden çok daha önemlidir. Beklenmedik enflasyonun en önemli maliyeti, servetin ve gelirin yeniden dağıtılmasıdır. Beklenmedik enflasyon nominal değerli varlıkların reel değerini değiştirmektedir. Bunun sonucunda ise alacaklılardan borçlulara doğru bir servet akımı yaranmaktadır¹⁰⁰. Beklenmeyen enflasyondan en fazla etkilenen sabit

⁹⁶ Yıldırım ve Karaman, **a.g.e.**, s.324.

⁹⁷ Gregory N. Mankiw, **Makroekonomics**, New York: Worth Publishers, 2015, p.421.

⁹⁸ Yıldırım ve Karaman, **a.g.e.**, s.324.

⁹⁹ Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, **a.g.e.**, s.378.

¹⁰⁰ Mankiw, **a.g.e.**, s.123.

gelirli insanlar ve özellikle de emeklilerdir. Enflasyon, başka gelir kaynağı olmayan bu insanların gelirlerinin reel değerini düşürmektedir¹⁰¹.

Enflasyon turizm sektörü üzerinde olumsuz etkiye sahiptir. Fiyat düzeyindeki artışlar ister yerel isterse de yabancı turistlerin bölgeye seyahatini azaltmaktadır¹⁰². Turizm sektörü de enflasyon üzerinde olumsuz etkiye sahip olabilmektedir. Çok sayıda bağlantılı sektörlerden oluşan turizmde, artan talep hem turizm ürünü hem de bağlantılı ürünlerin fiyatlarında artışa sebep olmaktadır¹⁰³.

1.4.4. Döviz Kuru

Önemli makroekonomik göstergeler arasında döviz kuru da yer almaktadır. Basit bir tanımla döviz kuru bir yabancı para birimi için ödenilen ulusal para miktarını belirtmektedir. Nominal döviz kurunu belirten bu tanım başka bir ifade ile, bir para biriminin başka bir para birimi cinsinden olan fiyatını göstermektedir¹⁰⁴. Fakat döviz kuru anlayışı nominal döviz kuru kapsamından daha geniş kavramı içermektedir. Reel döviz kuru ise nominal döviz kurundaki nispi fiyat etkileri deflate edilmekle elde edilmektedir¹⁰⁵.

Reel döviz kurunu iki taraflı veya efektif olarak ölçmek mümkündür. İki taraflı döviz kuru, nominal döviz kurunun, ülke içi fiyat düzeyi ile diğer ülkedeki fiyat düzeyinin oranına olan çarpımı ile bulunmaktadır. Reel döviz kuru değerleri bir endekste bütünleştirilmekle nominal veya reel efektif döviz kuru belirlenmektedir¹⁰⁶.

Döviz kurları, ülke para birimlerinin birbirleri karşısında değer kazanması veya kaybetmesi sonucunda değişmektedir. Döviz kurunun yükselmesi halinde yabancı para birimi başına daha çok ulusal para birimi ödeneceği için ulusal para

¹⁰¹ Yıldırım ve Karaman, **a.g.e.**, s.330.

¹⁰² Orhan İçöz, **Turizm Ekonomisi**, Ankara, Turhan Kitabevi, 2005, s.268.

¹⁰³ İçöz, **a.g.e.**, s.269.

¹⁰⁴ Esin Kılıç, "Döviz kuru ve Sektörel Reel Döviz kuru Volatilitésinin Dış Ticaret Hacmi Üzerine Etkileri", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013, s.8.

¹⁰⁵ Kemal Yıldırım, Mustafa Özer, **Makro İktisat**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Yayınları, 2013, s.24-25.

¹⁰⁶ Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, **a.g.e.**, s.78.

birimi değer kaybedecektir. Kurun düşmesi halinde ise bunun aksine ulusal para birimi değer kazanacaktır¹⁰⁷.

Döviz kuru, döviz arzı ve talebinin kesişmesi ile oluşmaktadır. Döviz arzı, bir ülkenin elde ettiği döviz gelirini göstermektedir. Döviz büyük oranda ihracat ve semaye hareketlerinden elde edilmektedir. Döviz talebi ise, yabancı ülkelere yapılacak olan ödemeler için talep edilen döviz miktarıdır¹⁰⁸.

Devletin döviz kurunun oluşmasına müdahale edip etmemesine dayanarak sabit ve serbest (esnek) döviz kuru sistemi mevcuttur. Sabit döviz kuru sisteminde merkez bankası, ilan ettiği döviz kurundan sapma halinde döviz alım ve satımı ile piyasaya müdahale ederek denge döviz kurunun oluşmasına yardım eder¹⁰⁹. Esnek döviz kuru sisteminde ise, devletin müdahalesi olmadan piyasa koşullarında döviz kuru oluşur¹¹⁰.

Turistlerin seyahat edecekleri bölge ile ilgili verdikleri kararı etkileyen unsurlardan biri de döviz kurudur. Gidilecek ülkenin para biriminin uluslararası kabul gören para birimleri karşısında değerinin az olması turistler için cazip durum olacaktır. Bu yüzden ülkeler turizmden daha çok gelir elde etmek adına bazen bilerek devalvasyona gidebilmektedir. Aksi durumda, yerel para biriminin uluslararası kabul gören para birimlerinden değerli olması halinde ise pahalı tatil turistler için cazip olmayacaktır.

1.4.5. Faiz Oranı

Ekonomik durumu değerlendirmek için kullanılan göstergelerden bir diğeri ise mali piyasaların ana göstergesi olan faiz oranlarıdır. Faiz oranı, ertelenen ödemenin bedeli olup, gelecekte ödenecek miktar ile şimdiki ödeme arasındaki oransal farkı belirtmektedir. Faiz oranlarını yükselmesi borçlanmanın maliyetini artıracığından, hem tüketim malları almak isteyenlerin satın alma kararını hem de

¹⁰⁷ Fatih Ayhan, "Döviz Kuru Oynaklığı Dış Ticaret ve İstihdam İlişkisi: Türkiye Uygulaması", **Doktora Tezi**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2016, s.5.

¹⁰⁸ Zeynel Dinlen, **İktisat**, Bursa, Ekin Kitabevi, 2007, s.240.

¹⁰⁹ İlker Parasız, **Para Teorisi ve Politikası**, Bursa, Ezgi Kitabevi, 2009, s.474.

¹¹⁰ Kemal Yıldırım, Mustafa Özer, **İktisat Teorisi**, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayını, 2003, s.317.

girişimcilerin yatırım kararını etkileyecektir. Yüksek faiz oranları yatırımını kendi kaynakları ile finanse etmek isteyen girişimciler üzerinde bile olumsuz etkiye sahiptir. Çünkü yatırımcının beklentisi olan kar oranı en az faiz oranına eşit ve ondan büyük olmalıdır. Aksi takdirde girişimci riski yüksek yatırım yerine tahvil satın alma ve ya parasını mevduat hesabında tutma yoluna gidecektir¹¹¹.

Faiz oranları ile ilgili farklı ayrımlar yapılmaktadır. Ödemede ortaya çıkacak gecikmenin süresine göre farklı faiz oranlarından bahsedilebilir. Ödeme süresinin uzanması risk getireceğinden kısa ve uzun vadeli faiz oranları da farklı olacaktır. Faiz oranları ile ilgili yapılan bir diğer ayrım ise basit ve bileşik faizdir. Basit faizde, faiz anapara üzerinden hesaplanmakta ve dönem sonunda tekrar aynı anapara miktarı üzerinden faiz uygulanmaktadır. Bileşik faizde ise anaparaya uygulanan faiz tutarı dönem sonunda anaparaya eklenmekte ve faiz bu yeni tutar üzerinden hesaplanmaktadır¹¹².

Fiyattaki değişimleri içermeyen bu faiz oranı nominal faiz olarak adlandırılmaktadır. Nominal faiz oranı, bir fiyat endeksi ile deflate olunarak reel faiz oranı elde edilmektedir¹¹³. Yani reel faiz oranını bulabilmek için nominal faiz oranının enflasyondan arındırılması gereklidir. Firmaların yatırım kararları enflasyona göre düzeltilmiş reel faiz oranına dayanmaktadır¹¹⁴. Reel faiz oranı da kendi içerisinde beklenen ve gerçekleşen reel faiz oranı olarak ikiye ayrılır. Bir dönemin başında sadece nominal faiz oranı bilinmektedir. İlgili birimler kararlarını verirken nominal faiz oranı ve enflasyona göre reel faiz oranını oluştururlar. Fakat dönem sonunda gerçekleşen enflasyon oranına göre beklenenden farklı faiz oranı oluşabilir¹¹⁵.

Ekonomide mevduat faizi, kredi faizi, devlet borçlanma senetleri faizi ve başka faizler mevcuttur. Bu faiz oranlarını tek bir değerle belirtmek için, ortalama faiz oranını gösteren ve bu orandaki değişmelerin yönünü ve büyüklüğünü ölçmeye imkân tanıyan endeks oluşturulmaktadır. Bundan başka, farklı faizlerin finansal

¹¹¹ Yıldırım, Karaman ve Taşdemir, **a.g.e.**, s.69

¹¹² Kemal Yıldırım v.d., **Makro İktisada Giriş**, 9.bs., Ankara, Sözkese Matbaacılık, 2012, s.66.

¹¹³ Yıldırım ve Özer, **a.g.e.**, 26-27.

¹¹⁴ Hasan Özyurt, Para Teorisi ve Politikası, 3.bs., Trabzon, Aksakal Kitabevi, 2010, s.277.

¹¹⁵ Yıldırım v.d., **a.g.e.**, s.68.

işlemlerdeki payı esas alınarak ekonomi için ortalama faiz oranı bulmak mümkündür¹¹⁶.

1.4.6. Dış Ticaret

Ürün ve hizmet hareketleri ile ilgili olan dış ticaret, ithalat ve ihracat işlemleri ve bunların parasal karşılıklarını ifade etmektedir. İhracat, bir malın yürürlükte olan ihracat mevzuatı ile ülke sınırları dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasıdır. İhracat yapan ülkeler ihraç edilen ürünlerin karşılığında döviz geliri elde etmektedir. Elde edilen bu gelir ihracatçı ülkedeki üretim faktörlerinin gelirini oluşturmaktadır. Bundan dolayı, ihracat ülkelerin milli gelirlerinin artmasına olumlu etki etmektedir¹¹⁷.

İthalat ise, ithalat ve gümrük ilgili mevzuatına uygun olarak malların fiili olarak ülkeye sokulması ve serbest dolaşıma girişimi ifade etmektedir. İthalatın sonucu olarak diğer ülkelere ödeme yapılacağından, ülkeden döviz çıktısı yaşanacaktır. Bu nedenle, ithalatın ülke ekonomileri üzerinde milli geliri azaltıcı etkisi söz konudur¹¹⁸.

İhracatın ithalattan çok olması dış ticaretin fazla verdiğini göstermektedir. İthalatın ihracattan fazla olması durumunda ise dış ticaret açık vermektedir. Ülkeler dış ticaretlerinde ihracatın ithalattan fazla olması yönünde çalışmaktadırlar. Çünkü dış ticaretin fazla olması ülkeler için milli gelirinin artmasına yardımcı olmaktadır.

1.4.7. Ödemeler Bilançosu

Ödemeler bilançosu, bir ülkede yerleşik olanların, diğer ülkelerde yerleşik olanlar ile belirli bir dönem içerisinde yapmış oldukları tüm ekonomik işlemlerin kaydedildiği bir tablodur. Bu tabloda genellikle yıllık veya dönemsel olarak gerçekleşen işlemler yer almaktadır. Bu işlemlerin parasal olarak karşılığı ise hem ülkenin ulusal para birimi hem de uluslararası geçerliliği olan para birimlerinden biri ile gösterilebilir. Ödemeler bilançosu temel olarak cari işlemler hesabı, sermaye

¹¹⁶ a.e., s.69.

¹¹⁷ Feridun Kaya, **Dış Ticaret ve Finansman**, 3.bs., İstanbul, Beta Yayınları, 2013, s.

¹¹⁸ Tefik Pekin, **Makro Ekonomi**, İzmir, Zeus Kitabevi, 2005, s.77.

hesabı ve resmi rezervler hesabı kalemlerinden oluşmaktadır. Bun net hata noksan hesabı da yer almaktadır¹¹⁹.

Ödemeler bilançosunda ilk olarak yer alan cari işlemler hesabı, belirli bir dönem içerisinde tüm mal ve hizmet alım satımlarını yansıtmaktadır. Bu hesap görünen ve görünmeyen kalemler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Birinci gruba sanayi ürünleri, yiyecek, hammadde gibi malların ithal ve ihracatı ile ilgili kayıtlar dahil edilirken, görünmeyen kalem olan ikinci gruba ise turizm, bankacılık, gemicilik ile transfer harcamaları dahildir. Cari işlemler hesabı altındaki bütün kalemlerde meydana gelen ithalat ve ihracat ve bunların karşılığı olan dövizin karşılaştırılması yapılmaktadır. Döviz girdileri döviz çıktılarına eşitse denge sağlanmış demektir. Bu cari işlemler dengesi olarak adlandırılmaktadır¹²⁰.

Ödemeler bilançosunun ikinci kalemini oluşturan sermaye hesabı ise, bir ülkeden diğerine gerçekleştirilen kısa ve uzun vadeli sermaye hareketlerini yansıtmaktadır. Bu hareketler doğrudan yatırımlar, portföy yatırımlar ve resmi yatırımların ithal ve ihracatından oluşmaktadır. Bu yatırımlar devlet ve özel sektör aktörlerinin yapmış oldukları toplam yatırımları göstermektedir¹²¹.

Resmi rezervler hesabı cari ve sermaye hesabı işlemlerinin doğurduğu dengesizlikler nedeniyle, döviz piyasasına yapılan müdahaleler sonucunda merkez bankasının rezervlerindeki değişimi göstermektedir. Bu rezervler atın, döviz, IMF kaynakları ve özel çekme haklarından oluşmaktadır¹²².

Piyasada döviz arzının döviz talebini aştığı durumda merkez bankası piyasadan döviz alarak resmi rezervlere ekler. Aksi durum olan dövize olan talebin arzı aşması durumunda ise merkez bankası piyasaya döviz satışı yaparak bu talebi karşılar. Bu işlemler sonucunda ülkelerin resmi rezervlerinde meydana gelen değişimler bu hesapta gösterilir¹²³. Merkez bankası, kur piyasasında yaşanan

¹¹⁹ Nalan Işık, Eda Dineri, **Makro Ekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi**, 2.bs., Nobel Akademik Yayıncılık, 2019, S.146-49.

¹²⁰ Ertan Oktay, **Dış Ticaret ve Finansman**, 3.bs., Maltepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, 2002, s.174.

¹²¹ Ercan Eren, **Makro İktisat**, 4.bs., Avcıol Basım Yayın, 2006, s. 23.

¹²² a.e, s.24.

¹²³ Tezer Öcal, **Makro İktisat**, İstanbul, Arıkan Basım Dağıtım Ltd Şti, 2007, s. 497.

oyunaklıklar sonucu fiyat ve diğer finansal istikrar için oluşabilecek risklerden korunmak için piyasada döviz alım ve satışı gerçekleştirmektedir.

Ödemeler bilançosunda kayıtlar yapılırken çift kayıt muhasebe usulüne göre yapılmasından dolayı her bir işlemin hem borç hem de alacak olarak kaydedilmesi gereklidir. İşlemlerin eşit olarak borç ve alacak olarak kaydedilmesi, her zaman cari işlemler hesabı ve sermaye hesabı toplamının resmi rezervler hesabına eşit olması gerekmektedir. Fakat verileri farklı kaynaklardan elde etme ve derlemedeki hatalardan dolayı eşitlik her zaman elde edilmeyebilir. Net hata ve noksan hesabında 3 hesaptaki kayıt hataları ve kaynağı tespit edilemeyen döviz giriş ve çıkışları izlenmektedir¹²⁴.

¹²⁴ Işık ve Eda, **a.g.e.**, s.153.

İKİNCİ BÖLÜM

AZERBAYCAN EKONOMİSİ VE TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇERİSİNDEKİ YERİ

2.1. Azerbaycan Ekonomisi (1991-2016)

Azerbaycan Cumhuriyeti ilk olarak 28 Mayıs 1918 yılında kurulmuştur. 23 ay ayakta kalan yeni devlet, 1920 senesinde Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği'ne birleşmiştir. Azerbaycan, 18 Ekim 1991'de yeniden bağımsızlığını ilan ederek Sovyet Birliği'nden ayrılmıştır. Bu gelişmeyle de, kapalı ekonomiden serbest ekonomiye geçiş yapmıştır. 70 sene planlı ekonomi uygulayan birliğe bağlılıktan sonra, yeni ekonomik sisteme geçit yeniliğin beraberinde zorlukları da getirmiştir. Bu bölümde, Azerbaycan ekonomisinin bağımsızlıktan sonraki durumu dönemler olarak ele alınarak incelenecektir. Bunun dışında, Azerbaycan ekonomisinin temel makroekonomik göstergeleri ve turizm sektörünün mevcut durumu ele alınacaktır.

2.1.1. Bağımsızlık Sonrası İlk Dönem (1991-1994)

Bağımsızlığın ilk yıllarını kapsayan bu dönemde siyasi istikrarsızlıktan ve piyasa ekonomisine geçişten dolayı ülkede büyük bir ekonomik kriz ortaya çıkmıştır. Ekonomide yüksek düzeyde işsizlik ve aşırı enflasyon dönemine girilmiştir. Yüksek enflasyon ve istikrarsız sosyo-politik ortam, ekonomik büyüme, özellikle sanayi ve tarım gibi önemli alanların gelişmesini engellemiştir. Üretim hacmindeki düşüş ve enflasyon oranının yükselmesi ekonomik krize ve toplumdaki sosyo-ekonomik gerilime neden olmuştur¹²⁵.

Bağımsızlığın getirdiği en büyük zorluk 1988'den başlayarak ateşkesin imzalandığı 12 Mayıs 1994'e kadar Ermenistan'ın Azerbaycan topraklarının %20'ni işgal etmesi ve bunun sonucunda oluşan bir milyon göçmen sorunudur.

¹²⁵ Osman Nuri Aras, Elçin Süleymanov, **Azerbaycan İqtisadiyyatı**, 2.bs., Bakü, Şerq-Qerb Matbaası, 2016, s.12-13.

Azerbaycan'ın ekonomik yapısının bozulmasında önemli etken planlı ekonomiden pazar piyasa yapısına geçilmesi olmuştur. Bağımsızlık sonrası dönemde iktisadi sistemler arası geçişi içeren yapı “geçiş ekonomisi” olarak adlandırılmıştır¹²⁶.

Ekonominin genel dengeleri için gerekli olan reformların gerçekleştirilememesi, devlet bütçesinin büyük bir bölümünün savaş için harcanması, topraklarının %20'si işgal edilerek 1 milyondan fazla nüfusun göçmen durumuna düşmesi, yabancı sermayenin ülke ekonomisine çekilememesi ve özelleştirmenin sanayi sektöründe fiilen başlatılamaması gibi olumsuzluklar Azerbaycan ekonomisini önemli bir darboğaza sürüklemiştir¹²⁷.

Erken geçiş döneminde Ermenistan'la olan savaş, Azerbaycan'daki Rus ambargosu ve Çeçen savaşı nedeniyle iki önemli petrol boru hattı kullanılmaması ekonomik durum üzerinde olumsuz bir etki yarattı. Kısacası, 1991-1994 bağımsızlığının tüm sorunlarla karşı karşıya kaldığı, ülkedeki sosyal ve politik sorunların bir kriz haline geldiği, bir savaşın varlığı ve serbest piyasa ekonomisine geçişte ciddi suiistimallerin olduğu bir dönemdir¹²⁸.

Bu yıllardaki ekonomik büyüme eksi değerleri göstermektedir. 1991 yılında % 7.8, 1992 yılında 22.6, 1993 yılında 23.1 ve 1994 yılında ise % 19.4 oranında negatif değerler almıştır¹²⁹.

1990-94 döneminde GSMH her yıl ortalama %13-20 azalarak 1994 yılında 1.629.300 \$ olarak gerçekleşmiştir. 1990 yılı ile karşılaştırıldığında 1994'de GSMH %53, sanayi %62, tarım %44, tüketim %75 ve vergi hasılatı %45 azalma göstermiştir. Sonuçta halkın geçim standardı 3,6 reel ortalama ücret seviyesi ise %80 azalmıştır¹³⁰.

¹²⁶ Altay İsmayılov, “Azgelişmiş Ülkelerin Kalkınma Sorunu:Bağımsızlık Sonrası Azerbaycan Örneği”, **Doktora Tezi**, Konya, 2007, s.107.

¹²⁷ Osman Nuri Aras, **Azerbaycan Ekonomisi-Makro Ekonomik ve Sektörel Analiz**, Bakü, Kafkasya araştırmalar Merkezi Yayınları, 2003, s.15.

¹²⁸ Aras ve Süleymanov, **a.g.e.**, s.13.

¹²⁹ Nurullah Karaca, Burak Aydoğdu, Okan Bozkırlı, **Azerbaycan Cumhuriyeti Ülke Raporu**, İstanbul, İlbey Matbaa, 2016, s.22.

¹³⁰ Aras, **a.g.e.**, s.16.

Bu dönem enflasyon oranının 4 haneli rakamlara yükseldiği dönemdir. 1992 yılında enflasyon %1012, 1994 yılında ise % 1776'a çıkarak hiperenflasyon gerçekleşmiştir. Bağımsızlıktan sonra en önemli yıl sayılan 1994'de çok önemli gelişmeler olmuştur. Savaşı sonlandırmak için ateşkesin imzalanması, tek para birimi olarak manatın kabul edilmesi ve en önemlisi 20 Eylül tarihinde, Azerbaycan ve 8 ülkeyi temsil eden 11 petrol şirketi arasında “*Asrın Anlaşması*” yani petrol anlaşmasının imzalanması ekonomik gelişme için temel oluşturmuştur¹³¹.

2.1.2 Bağımsızlık Sonrası İkinci Dönem (1995-2003)

Piyasa ekonomisine geçiş yapan ülke olarak Azerbaycan için en önemli gelişmelerden biri Azerbaycan'ın ilk anayasasının kabul edilmesi olmuştur. Yeni anayasa devlet yönetiminin oluşturulması, vatandaşların ve devletin hak ve görevlerinin belirlenmesi ile birlikte ilk kez demokratik değerlere sahip liberal pazar kurulma gerekliliğini kabul etti. Anayasa, özel mülkiyet ve özel girişimciliğin dünya ekonomisine entegrasyonu için yasal dayanak olarak belirlendi. Bu açıdan 1995'ci yıl Azerbaycan'da ekonomik düzenlemenin başladığı yıl olarak kabul edilebilir¹³².

Bu dönemde, oluşturulmaya çalışılan piyasa şartları ile liberalleşme yönünde yapılan ilerlemeler sonucunda enflasyon seviyesi önemli derecede azalmaya başlamış, bütçe açıkları minimuma indirilmiştir¹³³.

1995 yılında uygulamaya konan Birinci Özelleştirme Programı'na stratejik öneme sahip büyük ölçekte kamu müesseselerinin de alınacağını belirtilmesi yabancı yatırımcıların özelleştirmede kullanılacak çeklerin alımı için ülke ekonomisine girmesine ve 400 milyon ABD doları tutarında bir yabancı portföy yatırımının sağlanmasına yardımcı olmuştur¹³⁴.

IMF (Uluslararası Para Fonu) ile yapılan anlaşmalar sonucu işbirliği çerçevesinde uygulanan programların başarılı olması ile ekonomideki kötü durumun daha da geriye gitmesi durdurulmuştur. 1995 senesinden sonraki ilk beş yılda gayri

¹³¹ www.economy.gov.az, 2 Mart 2018.

¹³² Aras ve Süleymanov, **a.g.e.**, s.16.

¹³³ Aras, **a.g.e.**, s.18.

¹³⁴ Barat Nuriyev, **Bazar İqtisadiyyatı ve Azerbaycan**, Bakü, Elm Basımevi, 1999, s.12.

safi milli hasılda 26.3 oranında artış görülmüştür. En önemlisi özel sektörün piyasadaki oranı yaklaşık 3 defa yükseltilmiştir.¹³⁵

Bu döneme alınan en önemli kararlardan birisi de, IMF'nin desteğiyle, petrol gelirlerinin ani değişim gösterebilen petrol fiyatlarından korumak için petrol gelirlerini bir yerde toplanmasını ve rezervini sağlamak adına Devlet Petrol Fonu'nun kurulmasıdır¹³⁶.

Buhranın ilk yılları atlatıldıktan sonraki bu dönemde, ekonomik, sosyal ve politik gelişmeler için temel adımlar atılmıştır. Bu adımların sonucu olarak ülke ekonomisinin önemli göstergelerinde iyileşme kaydedilmiştir. Özetle, bu dönem ekonomideki krizin derinleşmesinin sona erdiği, ekonomide saydamlığın sağlanmaya çalışıldığı bir dönem olmuştur.

2.1.3. Bağımsızlık Sonrası Üçüncü Dönem (2004 ve Sonrası)

Büyüme süreci olarak nitelendirilen, bu dönem ülke ekonomisi büyüyen bir ekonomi durumuna gelmiştir. Önceki süreçlerde başlatılan makroekonomik reformlar devam etmiş, bunun başarılı sonucu olarak 2000 yılından önceki yıllarda oluşan yüksek enflasyon tek haneli enflasyon durumuna gelmiştir¹³⁷.

Mart-2001'de “Yoksulluğun Azaltılması ve Ekonomik Kalkınma Üzere Devlet Programı”ı oluşturulmuş, bunun uygulanmasıyla gelir düzeyinin yükseltilmesi, yaşam standartlarının iyileştirilmesi ve istihdamın artırılması amaçlanmıştır. 2003-2005 yıllarını kapsayacak bu program faaliyetleri için üç milyar dolar, ekonominin bütünü için ise 10 milyar dolar bütçe ayrılmıştır¹³⁸.

11 Şubat 2004 tarihinde, Azerbaycan bölgelerinin 2004-2008 yılları, 2009-2013 ve 2014-2018 yılları kapsayan sosyo-ekonomik gelişimi ile ilgili “Devlet Uygulamaları” başlatılmıştır. Bu programlarla, Azerbaycan'daki bölgelerin ekonomik potansiyelinin ve doğal kaynaklarının en verimli değerlendirilmesi, petrol dışı

¹³⁵ a.e.

¹³⁶ “Ümumi Məlumat”, (çevrimiçi), http://www.oilfund.az/az_AZ/about_found/history/uemumi-melumat.asp, 2 Mart 2018.

¹³⁷ İsmayılov, a.g.e., s.111.

¹³⁸ Aras, a.g.e., s.26-27.

sektörlerin, özellikle de tarım sektörünün yeniden canlandırılması ve geliştirilmesi, böylece ülkedeki istihdam seviyesinin artırılması ve nüfusun gelir ve yaşam standartlarının düzeyinin yükseltilmesi hedeflenmiştir¹³⁹.

2006 yılında BTC (Bakü-Tiflis-Ceyhan) petrol boru hattı faaliyete başlamıştır. Bununla da, petrol üretim miktarı ve gelirlerindeki artış, kamu harcama politikasının zayıflamasını beraberinde getirmiştir. 2014 yılından sonra yılında petrol fiyatlarının aşağı düşmesi ekonomisinin büyük kısmının petrole bağımlı olan Azerbaycan'a da etkisi büyük olmuştur. Petrol fiyatlarında yaşanan düşüş bütçe gelirlerinin azalmasına neden olmakla birlikte işsizlik oranında artışı da beraberinde getirmiştir. Ayrıca petrol fiyatlarındaki düşüşten dolayı Manat para birimine baskı artmış sonuç olarak 2015 yılında iki kez devalüvasyon yaşanmıştır. İlk kez, 1 manat 1.28 dolardan 0.65 dolara inerek %50 değer kaybetmiş, aynı yıl ikinci kez ise 1 manat 0.59 dolara inmiş ve bu düzeyde sabitlenmiştir¹⁴⁰.

Petrol fiyatlarındaki düşüşün devam edeceği ve petrole bağımlı ekonominin tehlikeli olması daha kararlı adımların atılmasına neden olmuştur. 2016 yılında Azerbaycan ekonomisini geliştirmek ve uzun dönemli gelişimi planlamak için “*Strateji Yol Haritası*” hazırlanmıştır. Bu harita bağımsızlıktan günümüze kadar yapılmış en kapsamlı ekonomiyi geliştirme çalışmasıdır. 2020, 2025 ve 2025 sonrası için planlar yapılan bu haritada ekonominin her sektörü yer almaktadır. Geliştirilmesi planlanan alanlar arasında turizm de yer almış, “*Azerbaycan Cumhuriyeti'nde Turizm Endüstrisinin Gelişimi için Stratejik Yol Haritası*” hazırlanmıştır. Bu plan gereğince turizmi geliştirmek için konaklama, ulaşım, eğitim, seyahat acenteliği ve yiyecek-içecek sektörünün geliştirilmesi için faaliyetler başlamıştır¹⁴¹.

¹³⁹ “Azərbaycan regionlarının sosial-iqtisadi inkişafında yeni mərhələ”, (çevrimiçi), http://www.anl.az/download/meqale/xalqgazeti/xalqgazeti_may2009/77744.htm, 4 Mart 2018.

¹⁴⁰ “Banklarımız devalvasiya sınağından necə çıxdı”, (çevrimiçi), <https://bakuresearchinstitute.org/az/how-did-azerbaijani-banks-face-a-test-of-devaluation/>, 2 Mart 2019.

¹⁴¹ “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələri”, (çevrimiçi), https://www.mida.gov.az/mmc/?/az/legislation/strategic_road/, 4 Mart 2018.

2.2. Azerbaycan Ekonomisinin Makroekonomik Göstergeleri

Azerbaycan ekonomisinin en önemli sektörü petrol sektörü olmaktadır. Bu sektör makroekonomik göstergeler üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. 1999 yılında Azerbaycan Devlet Petrol Fonu'nun kurulmasında sonra, petrol gelirleri bu kurumda toplanmaya başlamıştır. Petrol Fonu, başta bütçe olmakla, ülke rezervlerinin finansmanında önemli rol oynamaktadır. Bütçe gelirlerinin büyük ölçüde petrol gelirlerinden oluşması Azerbaycan ekonomisi petrol bağımlı bir ekonomi haline gelmiştir. İktisat literatüründe **Hollanda Hastalığı** olarak bilinen ülke gelirlerinin bir sektörü bağılı kalması, Azerbaycan ekonomisi içinde geçerli olmaktadır. Petrol gelirlerinin artmasıyla, ülke ekonomisinin dengesiz büyümesi, yerel para biriminin değerlenmesinin yanısıra ithal mallarının fiyatlarının düşmesi ve ihracat mallarının fiyatının yükselmesine neden olmaktadır.

Aşağıdaki tabloda 1995-2015 yılları bazı temel makroekonomik göstergeleri verilmiştir.

Tablo 2.1.
Azerbaycan'ın 1995-2015 Yılları Arası Temel Makroekonomik Göstergeleri

YIL	GSYİH (milyon azn)	Bütçe açığı (milyon azn)	İthal (milyon \$)	İhracat (milyon \$)	İşsizlik Oranı (%)	TÜFE (%)	Devlet Bütçesi Gelirleri (milyon azn)	Devlet Bütçesi Gelirleri (milyon usd)
1995	2133,8	-111,5	667,7	637,2	0.80%	411.76%	316.90	358.70
2000	4718,1	-49,4	1 172,1	1745,2	11.80%	1.81%	714.60	798.60
2005	12522,5	-85,47	4 211,2	4347,2	7.30%	9.68%	2,055.21	2172.70
2010	42465.00	-362,9	6 600,6	26560,1	5.60%	5.67%	11,403.00	14207.60
2015	54380.00	-286,5	9 216,68	12729,14	5.00%	4.17%	17,498.00	17052.90

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

GSYİH: Bağımsızlıktan sonra Azerbaycan ekonomisi değerlendirildiği zaman, 1995 yılından sonraki zaman dilimini ele almak gerekmektedir. Burada temel neden SSCB'nin dağılmasından sonra, Karabağ savaşı ve iç savaş nedeniyle bu yılların değerlendirmeden ayrı tutulması gerekmektedir.

1994 yılından sonra ateşkes anlaşmasının imzalanması ve 1995 yılında anayasanın kabul edilmesi ile bir sabitlenme dönemi başlamıştır. 1995-2015

yıllarıarası GSYİH göstergelerine bakıldığı zaman, 2000’li yıllardan sonra GSYİH göstergelerinin artan düzeyde olduğu görülmektedir. Bunun temel nedeni, petrol üretimi ile ilgilidir. 1994 yılından “Asrın anlaşması” olarak kabul edilen, Azerbaycan’ın Hazar kıyısındaki petrolün üretimi ile anlaşma, Azerbaycan ekonomisine 2000 yılından sonra etki etmeye başlamıştır. Tablo 3.1’den bakıldığı zaman GSYİH 2014 yılına kadar artmakta olduğu, 2015 yılından sonra 2014 yılına göre daha az gerçekleştiği görülmektedir. Bunun başlıca nedeni, 2014 yılının 3. çeyreğinden başlayan petrol fiyatlarındaki düşüşün, 2015 yılının şubat ayında yerel para biriminin %34 devalüe olması, daha sonra 21 Aralık tarihinde Merkez Bankasının sabit kurdan dalgalı kura geçmesi nedeniyle yerel para biriminin yaklaşık %50 değer kaybetmesiyle sonuçlanmıştır. Bunun sonuçları 2016 yılında devam etmiştir.

İthalat ve ihracat: Dış ticaretin oluşturan ve cari denge üzerinde etki eden makroekonomik faktörler olan ithalat ve ihracatın Azerbaycan ekonomisi üzerinde 1995-2016 yılları arası değerlendirilmesi yapılmıştır.

Özellikle bağımsızlığın ilk yıllarından itibaren, ekonomik faktörlerin tam çalışmadığı, planlı ekonominin çöküşü ile fabrikaların durması veya kapanması, ülkedeki savaş ve başka bu gibi nedenlerden dolayı ithala bağlı duruma gelmiştir. 2000 yıllarına kadar cari denge rakamlarına bakılırsa, bu göstergenin açık verdiği gözlemlenecektir. Bunun da başlıca nedenleri yukarıda belirtilmiştir. 2003 yılından sonra Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) petrol boru hattının faaliyete geçmesiyle, Azerbaycan ekonomisi yeni bir safhaya geçti. Bu boru hattı vastasıyla, üretilen petrol dünya piyasalarına çıkış elde etmiş oldu. Bu yıllardan itibaren cari fazla oluşmaya başlamıştır. Petrol fiyatlarının artmasıyla bu fark daha artmıştır. 2003-2014 yılları arası cari denge rakamlarında bunu söylemektedir.

2014 yılının 3. çeyreğinde petrol fiyatlarındaki düşüş ve bunun sonucu olarak yerel paranın değer kaybetmesi, bundan sonraki yılların göstergelerinde kendi göstermektedir. 2015 yılında paranın %34 ve %55 değer kaybetmesinin belirtileri 2016 yılında cari açığın gerçekleşmesine neden olmuştur. Yerel paranın değer kaybetmesi ve petrol fiyatlarındaki azalma ihraç tutarının azalmasına karşılık, ithalın

pahalanmasına neden olmuştur. 2015 ve 2016 yılı göstergelere bakıldığı zaman, ihracat göstergesindeki azalmanın kaydadeğer olduğunu, ithalın fazla değişmediğini, bununla ihraç ve ithal göstergeleri arasındaki önceki yıllarda yaşanan fazlanın düşmesi gözlenmektedir.

Enflasyon: Fiyatlar genel düzeyinin sürekli olarak artmasına enflasyon denilmektedir. Tek haneli enflasyon zamanında, özellikle yatırımcılar ekonomiye güvenmektedirler. Fiyatlar çift ya da daha fazla haneli artış gösteriyorsa, ülkede yüksek oranlı enflasyon sorunu olduğunu göstermektedir. Yüksek oranlı enflasyon beraberinde bazı sorunlar getirmektedir. Paranın değeri hızla kaybettiğinde ekonomiye güvensizlik oluşmaktadır¹⁴².

1991 yılından sonra ülke genelinde siyasi ve ekonomik kriz sonucu, 1992 yılında %1012 olan enflasyon oranı, 1994 yılında %1776'ya çıkmıştır. Ülke ekonomisinde gerçekleşen bu enflasyon oranı, durumun hangi boyutta olduğunu yansıtmaktadır.

Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumu'ndan alınan verilere göre, 1995 yılından itibaren azalmaya başlayan enflasyon oranı, 1998-99 yıllarında deflasyona dönüşmüştür. Ülkede deflasyonun oluşması, ekonominin henüz sabitlenmediği ve bir ekonomik kargaşanın olduğunu belirtilmiştir. 2000 yıllarından itibaren ülke ekonomisinde tek haneli enflasyon yaşanmaya başlanmıştır. 2008 yılına kadar devam eden tek haneli enflasyon oranı, Dünya genelinde gerçekleşen krizle yükselmeye başlamıştır ve enflasyon oranı %20'lere ulaşmıştır. 2008 ekonomik krizinin Azerbaycan ekonomisine yansımalarından biri enflasyon oranlarındaki yükselmedir. Bundan sonraki yıllarda yine tek haneli enflasyon gerçeklemiştir. 2015 yılında düşük petrol fiyatları ve değer kaybına uğramış para birimine göre, 2016 yılında enflasyon rakamı tekrar yükselmiş ve %12 oranında gerçekleşmiştir.

Devlet bütçesi: Belirli zaman aralığında hükümet tarafında ülkenin harcama ve gelirlerini planlamaktadır. Bağımsızlık yıllarının başlarında devlet gelirleri ciddi bir şekilde düşüş yaşamış, bunun aksi harcamalarda artış izlenmektedir. Devlet

¹⁴² Parasız, a.g.e, s. 429.

bütçesi gelirlerine bakıldığı zaman 2000 yıllarında itibaren bütçe gelirleri artma yolundadır. Bunun başlıca nedeni, 90-lı yıllarda ülkede mevcut siyasi ortam, hukuksal altyapı gibi temel nitelikler 2000 yıllarına doğru gelişmeye ve istikrara kavuşmaya başlamıştır. Bundan başka, petrol anlaşmaları sonucu, elde edilen petrol gelirlerinin etkisi bütçe üzerinde yansımaktadır. Özellikle 2003 yılında sonra ülkeye petrol paraların gelmeye başlaması bütçe üzerinde pozitif etki etmiştir. Petrol sanayisi gelirleri devletin bütçesinin direk ve dolay yolla büyük kısmını oluşturmaktadır. Petrol gelirlerinin Devlet Petrol Fonu'na toplanması, bu paraların daha verimli şekilde kullanılmasına ilgilidir. Devlet Petrol Fonu tarafından her yıl bütçe transferleri gerçekleşmekte ve bütçe gelirlerinin büyük kısmını oluşturmaktadır. Petrol sanayisinin gelişmesinin diğer sektörlere etkisiyle vergi gelirlerinin artmıştır. Ancak, vergi gelirlerinin önemli kısmını petrol şirketlerinin vergileri oluşturmaktadır. Genel olarak, petrol fiyatlarındaki değişim yukarıdaki nedenlerden dolayı, bütçe üzerinde çok güçlü ve pozitif yönde etkisi vardır. Buna örnek olarak, petrol fiyatlarındaki artış 2008 yılından sonra bütçe gelirlerinin daha artmasına sebebiyet göstermektedir. 2014 yılından sonra bütçe gelirlerinin azalmasının esas nedeni ise yine petrol fiyatlarının azalmasıdır. Bütçenin, önemli kısmı Petrol Fonu ve Petrol şirketlerinin ödemiş olduğu vergilerden kaynaklandığından dolayı bütçe gelirleri azalmıştır. Bütçe gelirlerinin dolar karşılığına bakıldığı zaman 2015 yılında gerçekleşmiş olan devalüasyonların etkisi görülmektedir.

İşsizlik: Devletlerin başlıca sorunlarından biri olarak görülen işsizlik sorunu, Azerbaycan için önemli konulardandır. Tablo 3.1'de 1995-2016 yılları arası işsizlik oranları gösterilmektedir. 1995-1998 yılları arası işsizlik oranı, çok düşük olduğu görülmektedir. Bunun bazı nedenlerini sıralamak mümkündür.. Örnek olarak, savaş nedeniyle istihdam gücünün azalması veya istatistik verilerin hesaplanmasında ortaya çıkan sorunlar gösterilebilir. Zira, devlet yeni kurulduğundan bu konularda bazı sorunlar yaşanmıştır. Bir diğer neden ise, SSCB'de istihdam gücü tam kapasiteye yakın bir oranda olma zorunluluğunun olmasıdır. SSCB dağılması sonrası bazı fabrikalar faaliyetlerini durdurmasına rağmen çalışanları vardır ve onların işsiz kabul edilmemesidir.

1999 yılından 2000 yılların ilk yıllarına kadar olan verilere bakıldığı zaman çift haneli işsiziliğin olduğu görülmektedir. 2003 yılından sonra açıklanan işsizlik oranları tek hanelidir. Genel olarak, 2003 yılı ülke ekonomisi için çok önemli yıl olmuştur. Yukarıda belirtildiği gibi, bu yıl BTC'nin faaliyete geçmesi ve petrol gelirlerinin ülkeye gelmesi, ülke ekonomisi için çok önemli bir gelişme olmuştur.

Özellikle, Devlet İstatistik Kurumunun açıkladığı verilere göre 2008 yılından sonra işsizlik oranı %5 düzeyinde sabitlenmiştir.

2.3. Azerbaycan'ın Turizm Sektörü

SSCB döneminde Azerbaycan'da turizm gelişimini engelleyen en büyük etken, tesislerin açılmasının merkez Moskova'nın iznine bağlı olması idi. Sovyet döneminde Azerbaycan'ın çeşitli bölgelerinde 10 turizm kampı (bazası) kurulmuştur¹⁴³.

Sovyet Birliği'ne dahil olduğu dönemde Azerbaycan'a gelen turistlerin büyük kısmını diğer birlik ülkeleri vatandaşları oluşturmuştur. Turizmin en hızlı geliştiği 1987 yılında ise ülkeyi ziyaret eden turist sayısı 50 bine, birlik ülkelerinden gelenlerin sayısı ise 250 bine ulaşmıştır¹⁴⁴.

Bağımsızlık elde edildikten sonraki ilk dönemlerde turizme yeterli ilgi gösterilmemiştir. Bunun başlıca nedenleri Karabağ Savaşı'nın devam ettiği 1994 yılına kadar ülkedeki savaş durumu nedeniyle turizm faaliyetlerinin yapılamaması, altyapı ve üstyapıdaki sorunlardır. Bu sebeplerden dolayı, turizm alanında önemli gelişmeler görülmemiştir.

1997 yılından sonra gelen turist sayısında artışlar gözlemlenmiştir. 1996 yılında ülkeye gelen turist sayısı 90 bin iken, 1997'de 3.5 katına çıkarak bu rakam 306 bine, 2001'de ise 7.5 katına çıkarak 681 bine ulaşmıştır¹⁴⁵.

¹⁴³ Gadir Bayramlı, Ferid Yusubov, Süreyya Edilova, "Azerbaycanda Kongre Turizmi: Mevcut Durum, Problemler ve Çözüm Arayışları", **1.Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongre Bildiri Kitabı**, 2014, s.221.

¹⁴⁴ a.e.

¹⁴⁵ Cabir Məmmədov, Habibe Soltanova, Səbuhi Rəhimov, **Beynəlxalq Turizmin Coğrafiyası**, Bakü, Mütərcim, 2002, s.473.

Bağımsızlık elde edildikten sonra yapılmaya başlayan ilk faaliyetler ülkede hukuki zeminin oluşturulmasına yönelik olmuştur. Turizm alanında da bunu yapmak için 1998'de Bakanlar Kurulunun, turizm alanında çalışma ile ilgili özel lisansların verilmesi hakkında talimatı ve 1999'da "*Turizm Hakkında Kanun*"u çıkarılmıştır¹⁴⁶.

Gençlik, Spor ve Turizm Bakanlığı, 18 Nisan 2001'de kurulmuştur. Bakanlık, 30 Ocak 2006 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak değiştirilmiştir. 25 Eylül 2001 tarihinde ise Azerbaycan Cumhuriyeti, Güney Kore'nin başkenti Seul'deki Dünya Turizm Örgütü (WTO) XIV Genel Kurulunda Uluslararası Turizm Örgütü üyesi olmuştur¹⁴⁷. 20 Nisan 2018'de Kültür ve Turizm Bakanlığı ayrılmış, Azerbaycan Devlet Turizm Ajansı turizm alanında yürütme organı olarak kurulmuştur¹⁴⁸.

Turizm ülkede geliştirilmesi için ilk adım sayılabilen, "*2002-2005 için Azerbaycan Cumhuriyeti'ndeki Turizm Gelişimi Devlet Programı*" ve "*Bölgeler Sosyo-Ekonomik Kalkınmasına İlişkin Devlet Programı*" büyük önem taşımaktadır. Bu program, ülkede turizm altyapısının oluşturulmasına ve uluslararası pazara entegrasyona olanak sağlamıştır. O dönemde kazanılan sosyo-ekonomik deneyim, turizm endüstrisinin kapsamlı gelişimi için yeni fırsatlar yaratmıştır. Bakü'nün eski mahallesi olan "*İçeri şehir*", *Şirvanşahlar Sarayı*, *Kız Kulesi* ve ayrıca kaya resimleri müzesi "*Gobustan*" UNESCO'nun dünya kültürel mirası listesine alınmıştır¹⁴⁹.

2011 yılı ülkede turizm yılı ilan edilmiştir. Turizm yılı kapsamında turistik destinasyonlarda birçok yeni konaklama işletmeleri açılmış, tarihi ve kültürel varlıklara ulaşımı kolaylaştırmak için yollar tamir edilmiş, turist yol işaretleri temin edilmiş, Şabran ve Lahıc tarihi-kültürel sit alanlarında turist altyapısının oluşturulmasına başlanmıştır. Bunun yanı sıra, içinde turistik bölgeleri, abideleri, ülkenin diğer yönlerini barındıran navigasyon sistemi projesi gerçekleştirilmiştir.

¹⁴⁶ "Turizm hakkında kanun", (çevrimiçi), <http://www.e-qanun.az/framework/4759>, 3 Mart 2018.

¹⁴⁷ "Turizm", (çevrimiçi), http://republic.preslib.az/az_c7-5.html, 3 Mart 2018.

¹⁴⁸ "Ümumi Məlumat", <https://tourism.gov.az/az/site/general-information>, 5 Kasım 2018.

¹⁴⁹ "Azərbaycanda Turizm Haqqında", (çevrimiçi), <http://mct.gov.az/az/azerbaycanda-turizm-haqqinda>, 6 Mart 2018.

Ayrıca, 2012-Eurovision şarkı yarışmasının Bakü’de yapılması çok sayıda yabancı turistin Azerbaycan’a gelmesine imkan yaratmıştır¹⁵⁰.

Turizm sektöründe, uluslararası standartlara cevap verebilen nitelikli çalışan sayısının artırabilmek, turizmde eğitim zemininin oluşturulması için 13 Şubat 2006 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile Azerbaycan Turizm Üniversitesi kurulmuş, 2014 yılında ise adı, Turizm ve Menecment Üniversitesi olarak değiştirilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2017 verilerine göre ülkeye gelen toplam turist sayısı 2,691.900 kişi, turizm geliri ise 2,588.17 dolar olmuştur. Turizmin ülke GSYH’daki oranı ise %4.3’dür¹⁵¹. Ülkeye gelen turistlerin tercih ettikleri turizm türleri arasında dinlenme ve eğlence (839300 kişi) ile iş (834400 kişi) turizmi ilk sırada yer almaktadır. Bunu takip eden en büyük pay ise akraba ziyareti amacıyla gelenlere (674900 kişi) tekabül etmektedir. Bundan başka 2017 verilerine göre, turizm amaçlı başka ülkelere gidenlerin sayısı 3 592 100 olup, bu sayısında büyük oranını dinlenme (1 096 100) ve iş (1 371 600) turizmi için gidenler oluşturmaktadır. Ayrıca, yine 2017 verilerine göre, ülkeye gelen turistlerin büyük kısmı komşu ülkelerden oluşmuştur. İlk sırayı Rusya’dan (744 125), ikinci sırayı Gürcistan’dan (506 306), üçüncü sırayı Türkiye’den (313 341) ve dördüncü en büyük kısmı İran’dan (248 642) gelen turisler tutmaktadır. Yine aynı yıl verilerine göre, ülkeye seyahat eden turistlere satılmış toplam paket tur sayısı 24 368 olup, bu sayının 21 821’i Bakü’ye seyahat edenlere satılmıştır. Görüldüğü üzere Azerbaycan’da turizm kümelenmesi başkentte oluşmaktadır¹⁵².

Bağımsızlığını kazanmasının 27. yılında turizmin mevcut durumu gelişme yönündedir. İlk yıllarda turizme yönelik faaliyetler yapılmasa da ilerleyen yıllarda turizmin ekonomideki önemi anlaşılmış ve bu sektörü geliştirmek için adımlar atılmıştır. Turizme ilişkin yol haritasının hazırlanması ile ülkenin turizmden kazancının artırılması için en önemli gelişme olmuştur. Bu sektör halen gelişme

¹⁵⁰ “Azərbaycanda Turizm Haqqında”, (çevrimiçi), <http://mct.gov.az/az/azerbaycanda-turizm-haqqinda>, 6 Mart 2018.

¹⁵¹ “Turizm Statistikasi”, (çevrimiçi), <http://mct.gov.az/az/turizm-statistikasi>, 7 Mart 2018.

¹⁵² **Azərbaycanda Turizm**, Statistik Məcmuə, Dövlət Statistika Komitəsi Rəsmi Nəşri, Bakı, 2017, s.22-38.

aşamasında olup mevcut durumu ise turizmde uzmanlaşmış ülke durumunu göstermemektedir.

2.3.1 Konaklama Sektörü

Konaklama, turizmin temelini teşkil etmektedir. Turizm ve turist kavramlarının tanımında da yer aldığı şekilde konaklama yapmayan turist sayılmamaktadır. Azerbaycan Turizm ve Kültür Bakanlığı'nın 2017 verilerine göre konaklama işletmelerinin sayısı 548'e ulaşmıştır. Bunların 149'u Bakü'de yer almaktadır. Konaklama işletmelerinin 55'i devlet, 488'i özel, 10'u yabancı ve 5'i ise ortak girişimi ile kurulmuştur. Azerbaycan'daki konaklama işletmeleri, oda ve yatak kapasitesi tablo 2.2'de gösterilmektedir. Özellikle 2003 yılından sonra konaklama tesislerinin sayısında büyük artış görülmektedir.

Tablo 2.2.
Azerbaycan'da konaklama tesis, oda ve yatak sayıları

Yıl	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2002	94	5 300	349 528
2003	96	5 034	438 856
2004	238	9 827	929 351
2005	262	10 661	1 064 758
2006	285	11 403	1 115 013
2007	320	11 829	1 131 442
2008	370	12 789	1 360 252
2009	452	13 964	1 315 135
2010	499	14 158	1 358 286
2011	508	14 815	1 504 312
2012	514	15 898	1 640 863
2013	530	16 559	1 674 065
2014	535	17 363	1 687 457
2015	538	17 953	1 644 056
2016	548	20 330	2 125 266

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Artan turist talebini karşılamak için, hem tesis hem de oda ve yatak sayısında yıllara göre artış kaynak istatistiklerde de gösterilmiştir. Bundan başka, otellerin çoğalmasıyla bu otellerdeki doluluk oranı, geceleme sayısı da önemli onu hale gelmiştir. Tablo 2.3'de konaklama işletmelerindeki geceleme sayısı ve geliş sayıları (kişi) gösterilmiştir.

Tablo 2.3. Azərbaycan'da Konaklama Tesislerinde Geceleme ve Geliş Sayısı

Yıl	Geceleme Sayısı (kişi başına)	Geliş Sayısı (kişi)
2006	1 115 013	291 617
2007	1 131 442	305 483
2008	1 360 252	431 574
2009	1 315 135	424 237
2010	1 358 286	438 479
2011	1 504 312	510 162
2012	1 640 863	624 924
2013	1 674 065	348 672
2014	1 687 457	345 838
2015	1 644 056	838 145
2016	2 125 266	1 122 068

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Konaklama işletmeleri, konaklama hizmeti sunma yanında istihdam yaratabilmek için de önemli bir alanı oluşturmaktadır. Ayrıca, tesis sayısında ve büyüklüğünde artış yaşandıkça, elde olunan gelir de artmaktadır. Tablo 2.4'de konaklama tesislerinin yarattığı istihdam sayısı, geliri, harcamaları ve bütçeye verdikleri vergi miktarı gösterilmiştir.

Tablo 2.4. Azərbaycan'da Konaklama Tesislerinde Çalışan Sayısı, İşletme Geliri ve Harcamaları ve Vergi Miktarı

Yıl	Çalışan Sayısı	İşletme Geliri (Bin Manat)	Harcamalar (Bin Manat)	Bütçeye Ödenen Vergi (Bin Manat)
2002	1 956	26 129,4	22 991,7	2 548,7
2003	2 322	41 770,5	31 072,1	4 413,4
2004	3 480	54 326,5	37 385,7	6 094,7
2005	4 092	66 510,9	47 312	9 441,1
2006	4 338	74 342,4	50 012	9 445,9
2007	4 739	89 785,3	80 020,3	9 787,3
2008	5 616	98 584,2	91 707,8	13 956,9
2009	5 937	97 002,8	82 302,9	14 548,7
2010	6 092	105 888,8	87 879,9	15 130,6
2011	6 198	114 686,1	88 680,4	27 966,5
2012	7 321	153 980,9	110 684,0	18 058,8
2013	8 259	171 255,9	145 468,3	29 951,3
2014	9 009	181 047,3	147 068,1	28 201,5
2015	8 364	183 055,1	171 730,8	28 098,5
2016	9 838	240 112,7	204 852,3	38 525,7

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Turizm sektörünün temelini oluşturan konaklama alanı bağımsızlıktan bu yana nitelik ve niceliksel gelişme göstermiştir. Tesis, oda sayısının artmasıyla birlikte sunulan hizmette de yükseliş görülmüştür. Turist sayısının artması ile geceler artmış, istihdam sağlayan alanlar gelişmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinden devlet bütçesine giden vergi tutarı da artmıştır.

2.3.2 Seyahat Sektörü

Turizm sektöründe turistlerle hizmet sunanları birleştirecek olan en büyük aracı seyahat acenteleri ve tur operatörleridir. Uzmanlaşmış acenta ve operatörlerin, her hangi bir bölgenin popüler turizm bölgesi olarak tanıtılıp, o bölgeye turistlerin gönderilmesinde önemli rolleri bulunmaktadır. Özellikle Azerbaycan gibi daha yeni yeni turizm alanında ilerlemeye çalışan bölgelerde, turizm acentelerinin faaliyetleri, bölgeyi iyi tanımayan turistler tarafından sıkça tercih edilmektedir. Bu başlıkta Azerbaycan'daki seyahat sektörünün mevcut durumu anlatılacaktır.

Tablo 2.5'de seyahat işletmelerinin sayısı, istihdam edilen çalışan sayısı, işletme gelirleri, harcamaları ve sattıkları paket tur sayısı gösterilmiştir. Seyahat acentalarının sadece 2'si devlete ait olup, 270'i özel sektöre aittir. Bundan başka 2017 yılı verilerine göre, seyahat acentalarında istihdam sayısı toplam 1838'dir.

Tablo 2.5. Azerbaycan'da Seyahat İşletmelerinin Sayısı, İşletme Geliri ve Harcamaları ve Paket Tur sayısı

Yıl	İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı	İşletme Geliri (Bin Manat)	Harcamalar (Bin Manat)	Paket Tur Sayısı
2006	96	779	8 480	7 054.4	20 256
2007	117	1115	15 966.6	13 843	26 008
2008	123	1174	17 120.5	15 612.1	27 055
2009	124	1393	17 839.6	16 907.9	28 509
2010	126	1418	19 065.3	17 811.3	34121
2011	141	1541	22 634.8	20 662.1	42 583
2012	170	1730	27 121.5	23 540.8	62 866
2013	197	1729	29 600.9	25 292.5	65 448
2014	218	1794	31 107.1	27 018,1	66 233
2015	243	1586	36 482.2	30 811.6	44 615
2016	272	1838	36 758.3	29 101.8	36 978

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Özellikle son yıllarda turistlerin ülkeye kolay gelebilmesi için Strateji Yol Haritası çerçevesinde vize prosedürünün kolaylaştırılması ülkeye gelen turistleri artırmıştır. Artan turist sayısı bu alanda hizmet sunucularla turistleri birleştiren seyahat işletmeleri sayında da artışa yol açmıştır. Bununla birlikte işletmeleri geliri de artan bir seyir göstermiştir.

2.3.3 Yiyecek-İçecek Sektörü

Turistler seyahat ettikleri bölgede hizmetinden faydalandıkları işletmelerden birisi de yiyecek-içecek tesisleridir. Turistlerin seyahatleri sırasında yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan bu işletmeler kaliteli ve uygun fiyata yiyecek sunabilme durumu, turist memnuniyeti ve işletme kazancı açısından çok önemlidir.

Azerbaycan'da turizm gelişmesinde önemli adımlardan birisi de 1991 yılında Ulusal Mutfak Merkezi'nin yaratılmasıdır¹⁵³. Ülkede, yabancı fast food zincirleri ile birlikte çok sayıda milli ve yabancı restoranlar faaliyet göstermektedir. Tablo 2.6'da yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı gösterilmiştir. Toplam yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerin sayısı 2016 yılı için 17 295 olup bunların, 19'u devlet, geri kalanı ise özel sektör işletmeciliğinde faaliyet göstermektedir.

Tablo 2.6.
Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Sayısı

Yıl	İşletme Sayısı
2011	9 146
2012	9 502
2013	11 043
2014	13874
2015	15 645
2016	17 295

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Yiyecek-içecek işletmelerinin sayısı ile ilgili veriler, İstatistik kurumunun veri tabanında 2011 yılından itibaren bulunmaktadır. Daha eski verilere ulaşılamamaktadır.

¹⁵³ www.amkm.kulina.az ,4 Mart 2018

Tablo 2.7.
Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Ciro

Yıl	Ciro (Milyon Manat)
2002	24,8
2003	33,7
2004	52,9
2005	74
2006	106,2
2007	167,5
2008	290,6
2009	335,1
2010	417,8
2011	565,5
2012	680,0
2013	800,1
2014	956,0
2015	1 111,2
2016	1 215,4
2017	1 401,8

Kaynak: www.azstat.org (Erişim tarihi:10.02.2018)

Seyahat zamanı turistin harcamasının önemli bir kısmını oluşturan yemek ihtiyacı yiyecek ve içecek alt sektörünün de gelişmesine imkân vermiştir. Rakamlardan da görüleceği üzere işletme sayısı ve ciro artan eğilim göstermiştir. Turist sayısının artması sadece sayının artmasına neden olmamış, işletmeleri profesyonel hizmet sunucu olmaya zorlamaktadır.

2.3.4 Ulaşım Sektörü

Turizm faaliyetinin gerçekleşebilmesi için bir bölgeden diğerine seyahat etmek gerekmektedir. İnsanlar seyahat ederken temel olarak kara, deniz, hava ve demiryollarını kullanmaktadırlar. Modern standartlara cevap verebilen yollar sadece turizm için değil, ülkede altyapı sorunlarının çözülmesi bakımından çok önemlidir. Azerbaycan stratejik öneme sahip uluslararası trafik yollarının kavşağında bulunmaktadır. Güney–Kuzey koridoru ve İpek yolu üzerinde bulunması ülke ekonomisi için ulaşım sektörünün öneminin daha da artırmaktadır.

Azerbaycan’da ilk demiryollarının yapımı 1878 yılına tesadüf etmektedir. Dünyada ilk olarak petrol, yapılan bu demiryolunda trenle taşınmıştır. 2009 yılı 20 Temmuz hükümetin 383 nolu kararı ile demir yolunun kapsamlı gelişiminin

sağlanması, ekonominin ve nüfusun trafikte olan ihtiyacının daha dolgun ödenmesi, yönetimin iyileştirilmesi ve yapılan işlerin etkinliğinin daha da artırılması amacıyla devlete ait ilk ve tek demiryolu şirketi kurulmuştur. Azerbaycan topraklarının % 20'sinin Ermeni silahlı kuvvetleri tarafından işgal edilmesi sonucu 240.4 km uzunluğundaki demiryolu hattı da işgal edilmiştir¹⁵⁴.

Azerbaycan'da demiryollarını kullanarak da yabancı turistlerin gelebilmesi için faaliyetler yapılmıştır. Bir kaç yıllık yapım sürecinden sonra Bakü-Tiflis-Kars demiryolu hattı 2017 yılında kullanıma sunulmuştur¹⁵⁵. Ayrıca, Bakü-Moskova, Bakü-Kiev, Bakü-Tiflis ve Bakü-Harkov istikametlerinde yolcu taşımacılığı yapılmaktadır. Bundan başka, İran ve Azerbaycan arasında yapımı devam eden demiryolu hattı kullanıma sunulduktan sonra yük ile birlikte insan taşımacılığı yapılacağı da beklenmektedir¹⁵⁶.

Azerbaycan'ın Hazar denizi kıyısındaki konumundan dolayı, deniz yolunu kullanarak da ülkeye ulaşım mümkündür. Hazar havzasında gemi-feribot donanmasına sahip olan tek şirket de devlete aittir. Deniz gemiciliğini kullanarak Bakü-Aktau (Kazakistan) ve Bakü-Türkmenbaşı (Türkmenistan) istikametlerinde sefer yapmak mümkündür¹⁵⁷.

Azerbaycan'a gelen turistlerin büyük bir kısmının tercih ettiği ulaşım şekli hava yollarıdır. Azerbaycan'da hava ulaşımının başlaması 1920'li yıllara denk gelmektedir. Nisan 1992'de bağımsızlığını kazanmasının ardından, Azerbaycan Devlet Hava Yolları Kurumu hükümetin kararı ile kurulmuştur. İzleyen yıllarda bu kurumunun faaliyetleri artmış ve ülkede başarılı havayolları sistemi kurulmuştur. Azerbaycan'da faaliyet gösteren 6 uluslararası havaalanı bulunmaktadır. Ayrıca, 2016 yılında devlete ait Azerbaycan'ın ilk düşük bütçeli havayolu şirketi kurulmuştur¹⁵⁸.

¹⁵⁴ "Tariximiz", (çevrimiçi), <https://ady.az/az/content/index/51/42> , 5 Mart 2018.

¹⁵⁵ "Bakı-Tiflis-Qars Dəmiryolu Açılişi", (çevrimiçi), <https://sputnik.az/economy/20171030/412545873/baki-tbilisi-qars-acilish.html>, 5 Mart 2018.

¹⁵⁶ "Hərəkət Cədvəli", (çevrimiçi), <https://ady.az/az/tables/index/52/44> , 5 Mart 2018.

¹⁵⁷ "Şirkət Şirkət Haqqında", (çevrimiçi), <http://www.acsc.az/az/pages/2/9> , 5 Mart 2018.

¹⁵⁸ "Azərbaycan Hava Yolları QSC-nin Tarixi ", (çevrimiçi), <https://www.azal.az/az/about/history> , 5 Mart 2018.

Devlet İstatistik Kurumu'nun verilerine göre Azerbaycan'a gelenlerin çoğu kara ve hava ulaşımını kullanmaktadır. Ülkede ulaşım şekillerinden en gelişmiş olan da hava ve kara ulaşımıdır. Demiryolu ulaşımında kullanılan trenlerin yeni, konforlu ve hızlı olmayışı bu ulaşım şeklini kullananların sayısını azaltmaktadır. Hazar denizinde yolcu taşımacılığına sahip özel şirketlerin yer olmaması ve bu ulaşım şeklinin turizmde tanıtımının yapılmaması deniz kıyısı ülkelerden gelenlerin bu ulaşım şeklini kullanarak gelenlerin sayısını etkilemektedir. En büyük ulaşımın yapıldığı hava ulaşımında ise son yıllarda yapılan iyileştirmelerle bu ulaşım yönelim daha da artmıştır. Fakat hava sektöründe iç uçuşlarda monopol, uluslararası uçuşlarda ise oligopol koşullar hakimdir. Ülke içi uçuşlarda sadece devlete ait havayolu şirketi yer almaktadır. Uluslararası uçuşlarda ise devlet ile birlikte bir kaç sayıda yabancı hava yolları şirketi de yer almaktadır. Turizmi geliştirmek isteyen bir ülke için en önemli ulaşım kaynağı olan hava yolculuğunda pazar koşullarına uygun rekabet ortamını yaratacak birden fazla şirketlerin yer almasına ihtiyaç vardır.

Genel olarak Azerbaycan turizm sektörü ve onun alt sektörleri ülkedeki ekonomi gibi gelişme trendi göstermektedir. Turizmin temelini oluşturan ulaşım, konaklama, yiyecek-içecek ve seyahat sektöründe bağımsızlıktan bu yana gelişme görülmektedir. Niceliksel büyüme ile birlikte hizmet sunumunun iyileştirilmesi yönünde de ilerlemeler görülmektedir. Turizmin bir sektör olarak oluşturulup geliştirilmesini destekleyen planlar ve çalışmalar doğrultusunda sektörün, ilerleyen yıllarda daha da gelişeceği beklenmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN MOKROEKONOMİK GÖSTERGELERE ETKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde Azerbaycan'ın turizm gelirlerinin temel makroekonomik göstergeler üzerinde etkisi araştırılmıştır. Bu bölümde, daha önce bu ve benzeri araştırmalar hakkında bilgi verilmiş, bunun yanı sıra çalışmanın amacı, kapsamı ve sınırlılıkları, metodolojisine değinilmiştir.

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI

Çalışmanın amacı, Azerbaycan'da gelişmekte olan bir sektör olarak turizm sektörünün ülke makroekonomik göstergelere etkisinin ölçülmesidir. Özellikle, 2006 yılından sonra petrol gelirleri artan Azerbaycan'da, diğer sektörler de gelişmeye başlamıştır. Bu nedenle, diğer sektörler için lokomotif olması gereken petrol gelirlerinin arttığı yıldan itibaren, gelişen turizm sektörü ele alınmıştır.

Son yıllarda Azerbaycan'a gelen turistlerin artışların nedenleri: 2015 yılında yaşanan kur ayarlaması ve vize prosedüründe yapılan kolaylaştırmalardır. Petrol fiyatlarındaki düşüş sonucu Manat üzerinde gerçekleşen baskı Merkez Bankasını para birimini %34'lük oranda devalüe etmeye zorlamıştır. Daha sonra Merkez Bankası sabit kur sisteminden dalgalı kur sistemine geçiş yapmıştır. Dalgalı kur sisteminin kabul edildiği gün para birimi %55'lik değer kaybına uğramıştır¹⁵⁹.

Ülkenin en önemli sektörü petrol ve doğalgaz olan ülkelerin petrolden bağımsız sektörleri geliştirmesi düşen petrol fiyatları ile zorunluluk kazanmıştır. Azerbaycan hükümeti, petrol fiyatlarının yüksek olduğu dönemlerde altyapı ve üstyapı sorunlarını halletmek için devlet bütçesinden fon ayırmış, dolayısıyla turizm için de altyapı oluşturmayı başarmıştır.

Petrolden bağımsız sektör olan turizmin gelişimi için devlet 2002-2005 ve 2008-2016 yılları arasında turizmi geliştirmek için planlar hazırlanmıştır¹⁶⁰. Petrol

¹⁵⁹ <http://www.cbar.az/>, 6 Mart 2018

¹⁶⁰ http://azerbaijan.az/_Society/_Tourism/tourism_01_a.html, 6 Mart 2018.

dışı sektör olan turizmin gelişmekte olan Azerbaycan ekonomisine olan etkisinin ölçülmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Daha önce Azerbaycan turizmi ile ilgili bu ve benzer konuların az sayıda çalışılması, özellikle son yıllar itibarıyla gelişme dönemini yaşayan turizm sektörü açısından önem arz etmektedir. Petrol dışı sektörün gelişmesini hedefleyen Azerbaycan ekonomisi içinde bu konu güncel olmakla birlikte, önemlidir.

3.2. ÇALIŞMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Çalışmada analiz edilecek veriler 1995-2016 yıllarını kapsamaktadır. Bunun başlıca nedeni, 1991 yılında Azerbaycan bağımsızlığını ilan etmesine rağmen, bir savaş halinde olması ve savaşın 1994 yılına kadar sürmesidir. Bu dönemleri kapsayacak verilerin olmaması veya ulaşılması çok zor olmasına göre, araştırma 1995-2016 yıllarını kapsayacak şekilde düzenlenmiştir. Çalışmada kullanılan enflasyon oranı hariç tüm veriler milyon dolar olarak ele alınmıştır. 2006 yılında Azerbaycan'da para birimi olan Manat'ta 0'ların atılmasıyla yeni para birimi kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenden dolayı analize tabi tutulmuş veriler dolar bazında ele alınarak değerlendirilmiştir.

1995-1999 yılı arası işsizlik oranları verileri İstatistik Kurumu verilerine göre %1 olarak ele alınmıştır. Bunun muhtemel nedeni, SSCB-de işsizlik sorunu olmadığı, planlı ekonomi olmasıdır. Bağımsızlık sonrası, fabrikalar kapatılması ve zayıflamasına rağmen halen kayıt altında çalışan bulundurmasıdır.

Çalışma kapsamında ele alınan veriler, Azerbaycan Cumhuriyeti Merkez Bankası yıllık raporlarından, Azerbaycan Devlet İstatistik Kurumu'nun raporlarından ve Dünya Bankası'nın Azerbaycan için oluşturulan ülke raporlarından elde edilmiştir.

3.3. LİTERATÜR TARAMASI

Turizm ile ekonomi arasındaki ilişkiler çok sayıda araştırmacılar tarafından incelenen bir konudur. Bu çalışmalar özellikle 1990'lı yıllardan itibaren artma eğilimi göstermektedir. Bu doğrultuda, hizmet sektörü olan turizmin gelişmiş ve

gelişmekte olan ülke ekonomilerine sağladığı katkılar çok sayıda çalışma ile ortaya konulmaktadır. Bu başlık altında, araştırmaya dayanak sağlamakla, önem arz eden edebiyat çalışmalarına yer verilmektedir. Bu çalışmaların bazıları turizmin ekonomik büyümeyi kısa veya uzun dönemde olumlu etkilediğini ve aralarında pozitif ilişki olduğunu belirtirken, bazıları ise bunun aksini göstermektedir.

Bu bağlamda ilk çalışma 1976 yılında Ghali tarafından Hawaii için yapılmıştır. Çalışma sonucuna göre, turizm gelirleri mal ihracından elde olunan gelirden 7 kat daha fazla olup ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır¹⁶¹.

Hazari ve Ng'nin (1993) çalışmasında ise turizm sektöründe tekелci bir büyümenin, Karayip ülkelerinde, uzun dönemde ekonomik büyümeyi olumsuz etkileyeceği vurgulanmaktadır¹⁶². Hazari ve Sgro'nun (1995) çalışmalarında kullandıkları dinamik büyüme modelini turizm talebinin yoksul ülkelerde uzun dönemli bir pozitif büyümeye yol açtığını göstermektedir¹⁶³.

Carrera, Risso ve Brida (2008) Meksika için VAR, Granger nedensellik analizlerini yaptıkları çalışmada, turizm harcamaları ve reel döviz kuru ile reel GSYİH arasında ilişki olduğunu belirtmektedir¹⁶⁴.

Amaghionyeodiwe (2012) çalışmasında 1970-2005 arasındaki verileri kullanarak Yamayka için yapmış olduğu analizde uzun dönem için turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymaktadır¹⁶⁵.

Shan ve Wilson (2001) Çin için yapmış olduğu çalışmada Granger nedensellik testi kullanarak ve turizm ile uluslararası ticaret arasında çift yönlü ilişkinin var olduğu sonucuna varmıştır¹⁶⁶.

¹⁶¹ Moheb A. Ghali, "Tourism and Economic Growth: An Empirical Study", **Economic Development and Cultural Change**, vol.24, No:3, 1976.

¹⁶² Bharat R. Hazari, A.Ng, "An Analysis of Tourists' Consumption on Non-Trade Goods and Services on the Welfare of The Domestic Consumers", **International Review of Economics and Finance**, Vol.2, No:1, 1993.

¹⁶³ Bharat R.Hazari, Pasquale M.Sgro, "Tourism and Growth an Economic in a Dynamic Model of Trade", **The Journal of International Trade and Economic Development**, vol.4, No:2, 1995.

¹⁶⁴ Edgar J. Sanchez Carrera, W.Adrian Risso, Juan Gaabriel Brida, "Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth", **Economics Bulletin**, vol.3, No:21, 2008.

¹⁶⁵ Llyod Amaghionyeodiwe, "Research Note: A Causality Analysis of Tourism as a Long-run Economic Growth Factor in Jamaica", **Tourism Economics**, vol.18, No:5, 2012.

Oh (2005) Kore’de yapmış olduğu ampirik çalışmada Eangle-Granger’in iki aşamalı yaklaşımı ve VAR analizini kullanarak turizm ve ekonomik büyüme arasında ilişkini incelemiştir. Araştırma sonucu, turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemde bir ilişkinin olmadığı ve ekonomik büyüme ile turizm arasında tek taraflı bir nedensellik olduğunu göstermektedir¹⁶⁷.

Kim, Chen ve Jang (2006) Tayvan için 1971-2003 ve 1956-2002 arası dönemi verilerini ele alarak, turist sayısı ve GSYİH ilişkisini ortaya koymak için VAR ve Granger nedensellik analizini kullanarak uzun dönemde iki yönlü ilişki tespit etmişlerdir¹⁶⁸. Chen ve Chiou-Wei (2009) Kore ve Tayvan için 1975-2007 yılları arasındaki verileri kullanarak turizm ve ekonomik büyüme arasında benzer sonuca ulaşmışlardır¹⁶⁹. Tayvan için yapılan başka bir çalışma ise Lee ve Chien (2008) tarafından 1959-2003 verileri kullanılarak, GSYİH, turizm gelişimi ve döviz kuru ilişkisi incelenmiştir. Eş bütünleme ve nedensellik analizleri kullanılan çalışmanın bulguları, ekonomik büyüme ve turizm arasında çift yönlü ilişkiyi göstermektedir.¹⁷⁰

Corrie, Stoeckl ve Chaiechi (2013) Avusturalya’da son 20 yıl verilerini kullanarak Granger nedensellik yaklaşımı ile turist harcamaları ve GSYİH arasında ilişkiyi incelemiş ve sonuç olarak çiftyönlü ilişki bulunmuştur¹⁷¹.

Pakistan için Jalil, Tahir ve Idrees (2015) çalışmasında 1972-2011 verileri kullanılarak uluslararası turizm ve ekonomi arasında uzun dönemli ilişkiyi

¹⁶⁶ Jordan Shan, Ken Wilson, “Causality Between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China”, **Applied Economics Letters**, vol.8, No:4, 2001.

¹⁶⁷ Chi-Ok Oh, “The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy”, **Tourism Management**, vol.26, No:1, 2005.

¹⁶⁸ Hyung Jeong Kim, Ming-Hsiang Chen, Soo Cheng Jang, “Tourism Expansion and Economic Development: A Case of Taiwan”, **Tourism Management**, vol.27, No:5, 2006.

¹⁶⁹ Ching Fu-Chen, Song Zan Chiou-Wei, “Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea”, **Tourism Management**, vol.30, No:6, 2009.

¹⁷⁰ Chien C.Lee, Mei S.Chien,”Structural Breaks, Tourism, Development and Economic Growth: Evidence from Taiwan”, **Mathematics and Computers in Simulation**, vol.77, No:4, 2008.

¹⁷¹ Christian Corrie, Natalie Stoeckl, Taha Chaiechi, “Tourism and Economics Growth in Australia: An Empirical Investigation of Causal Links”, **Tourism Economics**, vol.19, No:6, 2013.

incelenmiştir. Bulgular diğer araştırma sonuçlarına destek sonuçlar göstermektedir¹⁷².

Saleh ve diğ. (2015) Orta Doğu'da ekonomik büyüme ve turizm ilişkisini eş bütünlendirme modeli ile 1981-2008 arası verilerle Bahreyn, Suudi Arabistan ve Ürdün için incelemiştir. Bulgular turizm büyümesi ile GSYİH arasında uzun dönemli ilişkileri göstermektedir¹⁷³.

Balaguer ve Jorda (2002) yılı İspanya üzerine yapmış olduğu çalışmaya göre döviz kuru ve turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttur. Ayrıca, çalışmada son 30 yılda, ülke ekonomisinin dış açığının kapanmasında turizmin sağladığı döviz gelirlerinin önemli rol oynadığı belirtilmektedir¹⁷⁴.

İspanya için yapılan başka bir çalışmada ise Parilla, Font ve Nadal (2007) tarafından yapılmıştır. İspanya'nın Balear ve Kanarya adaları için yapılan araştırma bulgularına göre, turizm sektörü gelirleri her iki adanın GSYİH yaklaşık %80'ni kapsamakta olup, ekonomik büyüme ve bölgesel kalkınma için itici bir güç oluşturmaktadır¹⁷⁵.

Massidda ve Mattana (2013) tarafından Yapısal Vektör Hata Düzeltme modeli yardımı ile İtalya'da, kısa ve uzun dönemde reel GSYİH ve turist sayısı arasında ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucu, reel GSYİH ve uluslararası turist gelişleri arasında direkt ve uzun dönemli ilişki tespit edilmiştir¹⁷⁶.

¹⁷² Abdul Jalil, Mahmood Tahir, Muhammed Idrees, "Tourism-Growth Nexus in Pakistan:Evidence from ARDL bounds Tests", *Economic Modelling*, vol.35, 2013.

¹⁷³ Ali Salman Saleh v.d. "A Panel Cointegration Analysis of the Impact of Tourism on Economic Growth:Evidence from Middle East Region", **International Journal of Tourism Research**, vol.17, No:3, 2015.

¹⁷⁴ Jacint Balaguer, Manuel C. Jorda, "Tourism as a Long Term Economic Growth: The Spanish Case", **Applied Economics**, vol.34, No:7, 2002.

¹⁷⁵ Javier C.Parilla, Antoni R. Font, Jaume R. Nadal, "Tourism and Long Term Growth a Spanish Perspective", **Annals of Tourism Research**, vol. 34, No:3, 2007.

¹⁷⁶ Carla Massida, Paolo Mattano, "A SVECAM Analysis of Relationship between Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy", **Journal of Travel Research**, vol.52, No:1, 2013.

Bayramoğlu ve Arı (2015) 1980-2013 arası verilerle Granger Nedensellik testi aracılığı ile Yunanistan için yaptıkları çalışmada turist harcamalarının ekonomiye tek yönlü pozitif nedenselliğini belirtmektedir¹⁷⁷.

Çoban ve Özcan (2013), çalışmalarında 1963-2010 yılları arasında Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri eş bütünleşme ve nedensellik tekniği ile araştırmışlardır. Ampirik sonuçlara göre, uzun dönemde turizm ekonomik büyümenin önemli bir nedenidir sonucuna varılmıştır. Elde edilen bulgular, iki değişken arasında çift yönlü bir nedenselliğin olduğuna işaret etmektedir¹⁷⁸. Topallı (2015) yaptığı çalışmada Türkiye’nin 1963-2011 yılları arasındaki turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye olan katkısını incelemiş ve Granger nedensellik testinde turizmden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi elde etmiştir¹⁷⁹.

Lanza, Temple ve Urga (2003) 13 OECD ülkesi için yapmış oldukları çalışmada 1977-1992 dönemini dikkate almışlardır. Araştırmacılar söz konusu çalışmada İdeale Yakın Talep Sistemini (AIDS) kullanarak, 13 OECD ülkesi için turizm gelirleri ekonomik büyüme ilişkisini incelemişlerdir. Elde edilen analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir ilişkinin varlığı söz konusudur¹⁸⁰.

Fayissa, Nsiah ve Tadasse (2008) 42 Afrika ülkesi için 1995-2004 verileri kullanılarak Dinamik Panel Data metodu ile yapılan analizde turizme dayalı büyüme olduğunu vurgulamaktadır.¹⁸¹

¹⁷⁷ Turgut Bayramoğlu, Yılmaz Onur Arı, “The Relationship between Tourism and Economic Growth in Greece Economy:A Time Series Analysis”, **Computational Methods in Social Sciences**, vol.3, No:1, 2015.

¹⁷⁸ Orhan Çoban, Ceyhan Can Özcan, “Türkiyede Turizm Gelirleri Ekonomik Büyüme İlişkisi Nedensellik Analizi (1963-2010) ”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi**, c.8, No:1, 2013.

¹⁷⁹ Nurgün Topallı, “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi üzerinde Etkisi”, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, No:14, 2015.

¹⁸⁰ Alesandro Lanza, Paul Temple, Giovanni Urga, “The Implications of Tourism in Long-run:An Econometric Analysis for 13 OECD Economies”, **Tourism Management**, vol.24., No:3, 2013.

¹⁸¹ Bichaka Fayissa, Christian Nsiah, Badasse Tadasse, “Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa”, **Tourism Economies**, vol.14, No:4, 2008

Bahar ve Bozkurt (2010) çalışmasında 21 ülke verilerini inceleyerek Panel Data ve GMM metodu ile gelişmekte olan ülkelerde turizm ve ekonomik büyüme arasında pozitif ve anlamlı ilişki tespit etmiştir.¹⁸²

Azerbaycan için turizm ve ekonomi arasında ilişkinin test edildiği çalışmalara bakıldığında literatürde sınırlı çalışma bulunmaktadır. En kapsamlı çalışma Növresli (2010) 1996–2008 yılları arasındaki turizm gelirleri ile GSYİH değişkenlerine dayalı literatürde kullanılan zaman serisi ekonometrisi kullanılarak bir analiz yapılmıştır. Azerbaycan ekonomisi bağlamında turizm sektörünün ekonomik büyümeyi artırdığı yönündeki hipotez sırasıyla birim kök, eş bütünleşme, kırılmaları içsel olarak ele alan Zivot-Andrews ve Gregory-Hansen testleri ile araştırılmıştır. Araştırma sonucuna göre turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi 2003 yılından sonra arttırdığı, özellikle 2006 yılından itibaren daha yüksek oranda etkilediği sonucuna varılmıştır¹⁸³.

3.4. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Çalışma kapsamında Eviews 8 bilgisayar programı kullanılmış ve veriler VAR yöntemiyle analize tabi tutulmuştur. Analizin bağımsız değişkeni Azerbaycan Turizm Gelirleri, bağımlı değişkenler olarak Gayrsi Safi Yurt İçi Hâsıla, Enflasyon Oranı ve Cari İşlemler Hesabı ele alınmıştır. Çalışmada kullanılmış olan hipotezler aşağıdakilerdir;

Birinci Hipotez;

H₀ :Turizm Gelirlerinin GSYİH üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₁ :Turizm Gelirlerinin GSYİH üzerinde etkisi yoktur.

İkinci Hipotez;

H₀ :Turizm Gelirlerinin Enflasyon üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₁: Turizm Gelirlerinin Enflasyon üzerinde etkisi yoktur.

Üçüncü Hipotez;

¹⁸² Ozan Bahar, Kurtuluş Bozkurt, “Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi:Dinamik Panel Veri Analizi”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, c.21, s.2, 2010.

¹⁸³ Terlan Növresli, “Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2010.

H_0 : Turizm Gelirlerinin Cari Hesap üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_1 : Turizm Gelirlerinin Cari Hesap üzerinde etkisi yoktur.

Dördüncü Hipotez;

H_0 : Turizm Gelirlerinin Bütçe geliri üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_1 : Turizm Gelirlerinin Bütçe geliri üzerinde etkisi yoktur.

Beşinci Hipotez;

H_0 : Turizm Gelirlerinin işsizlik üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_1 : Turizm Gelirlerinin işsizlik üzerinde etkisi yoktur.

3.5. ÇALIŞMANIN BULGULARI

Araştırma 1995-2016 yıllarını kapsamakta olup, biri bağımsız, üç bağımlı olmakla, dört değişken üzerinde yapılmıştır. Çalışmanın kapsamı ve sınırlılıkları altbölümünde değinildiği üzere enflasyon ve işsizlik hariç tüm veriler dolar bazında ele alınmıştır. Enflasyon değişkeni yüzde ile ifade edilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan veriler Tablo 3.1’de verilmiştir.

Tablo 3.1. Çalışmanın Veri Tabanı (Milyon Dolar)

Yıl	Turizm Gelirleri	GSYİH	Enflasyon	Cari İşlemler Hesabı	Devlet Bütçesi Gelirleri (milyon dolar)	İşsizlik Oranı (%)
1995	87.00	2,417.00	4.12	-30.50	358.70	0.01
1996	57.00	3,177.00	0.20	-329.30	468.60	0.01
1997	176.00	3,963.00	0.04	-13.10	643.40	0.01
1998	143.00	4,280.00	-0.01	-470.40	601.60	0.01
1999	93.00	4,581.00	-0.09	-106.70	679.40	0.13
2000	68.00	5,273.00	0.02	573.10	798.60	0.12
2001	57.00	5,475.00	0.02	883.10	842.70	0.11
2002	63.00	6,232.00	0.03	501.90	936.30	0.10
2003	70.00	7,276.00	0.02	-35.80	1,243.10	0.09
2004	79.00	8,682.00	0.07	99.60	1,536.10	0.08
2005	100.00	13,273.00	0.10	136.00	2,172.70	0.07
2006	201.00	21,027.00	0.08	1,105.50	4,330.40	0.07
2007	317.00	33,090.00	0.17	344.70	6,999.90	0.06
2008	382.00	48,979.00	0.21	40,586.00	13,099.70	0.06
2009	545.00	44,289.00	0.01	8,578.30	12,848.00	0.06
2010	792.00	52,913.00	0.06	19,959.50	14,207.60	0.06
2011	1,500.00	65,990.00	0.08	24,649.70	19,881.90	0.05
2012	2,634.00	69,687.00	0.01	24,507.70	21,997.80	0.05
2013	2,618.00	74,160.00	0.02	13,262.92	24,851.90	0.05
2014	2,713.00	75,240.00	0.01	12,640.91	23,458.20	0.05
2015	2,535.00	50,844.00	0.04	3,512.46	17,052.90	0.05
2016	2,855.00	37,830.00	0.12	610.83	10,969.20	0.05
2017	3,214.00	41,256.00	0.13	5,029.62	9,596.60	0.05

Değişkenlerin Tanımlayıcı istatistikleri Tablo 3.2’de gösterilmiştir.

Tablo 3.2. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	Turizm Gelirleri	GSYİH	Enflasyon	Cari Hesap	Bütçe Geliri	İşsizlik oranı
Ortalama	926.04	29,562.35	0.24	6,782.44	8,242.40	0.06
Ortanca	201.00	21,027.00	0.04	610.83	4,330.40	0.06
Standart Sapma	1,165.81	26,249.62	0.85	10,967.25	8,545.27	0.03

Tanımlayıcı istatistiklere bakıldığı zaman ele alınan 23 yıl kapsamında Azerbaycan’ın turizmden elde ettiği gelir ortalama 926.04 milyon dolar olmuştur. GSYİH ortalama 29 milyar dolar, enflasyon oranıysa %24 olmuştur. Ele alınan 23

yıllık dönemin istatistik verileri ülke görünümü hakkında bilgi vermekte yetersizdir. Bunun başlıca nedeni, ele alınan dönem, savaştan çıkmış bir ekonomi ile petrol ticaretinden büyük gelirler elde etmiş ekonomiyi kapsamaktadır. Tablo 3.1'e bakıldığında 1995 yılında GSYİH yaklaşık 3 milyar dolar, 2014 yılında 75 milyar dolar, 2016 yılı devalüasyon sonrası 37 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Enflasyon oranı da yine %411'den %12'e kadar gerilemiş, 2009-2015 yılları arası tek haneli olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3.3'de değişkenlerin korelasyon analizi verilmiştir.

Tablo 3.3. Değişkenlerin Korelasyon Analizi (1995-2017)

	Bütçe Geliri	Turizm Gelirleri	İşsizlik oranı	GSYİH	Enflasyon	Cari Hesap
Bütçe Geliri	1.000	0.792	-0.189	0.991	-0.199	0.688
Turizm Gelirleri	0.792	1.000	-0.223	0.781	-0.154	0.317
İşsizlik oranı	-0.189	-0.223	1.000	-0.175	-0.373	-0.100
GSYİH	0.991	0.781	-0.175	1.000	-0.218	0.716
Enflasyon	-0.199	-0.154	-0.373	-0.218	1.000	-0.116
Cari Hesap	0.688	0.317	-0.100	0.716	-0.116	1.000

Korelasyon analizine bakıldığında enflasyon ve işsizlik oranıyla diğer tüm değişkenler arasında negatif ve zayıf bir ilişki olduğu görülmektedir. Enflasyon ve işsizlik oranı hariç, GSYİH diğer değişkenlere aralarındaki ilişki pozitif ve kuvvetlidir. Cari hesap değişkeni ile enflasyon ve işsizlik oranı hariç, diğer değişkenler arasındaki ilişki pozitif ve kuvvetlidir. Genel olarak tablo yorumlanırsa, enflasyon ve işsizlik oranı hariç diğer tüm değişkenler arasındaki ilişkiler kuvvetli ve pozitif yönlüdür.

3.5.1. Birim Kök Analizi

Dickey-Fuller tarafından geliştirilen birim kök testinde, serilerin durağan bir yapıya sahip olup olmadığını bulunmasında yararlanılabilmektedir. Dickey-Fuller tarafından gerçekleştirilen testle zaman serisi değişkenlerinin otoregresif süreçle (AR) oluşturulup oluşturulamayacağını gösterilebilmektedir. Hata terimleri arasında korelasyon olması sırasında, bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin modele dahil

edilmesiyle Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testini ortaya çıkar mışlardır.

Ekonomik değişkenler, gerçek değerleri üzerinde doğrusal olmayıp, genellikle logaritmik değerleri üzerinde doğrusal olmaktadır. Bu nedenle, serilerin gerçek değerleri yerine logaritmik değerleri kullanılmaktadır. Birim kök testinden önce, bütün değişkenlerin logaritmaları alınmış ve sonra birim kök testi yapılmıştır. Verilerin logaritmasının alınmasının temel nedeni, değişkenin aralığını büyük ölçüde düşürmesi ve tahmin edicilerin aşır  değerlerden fazla etkilenmemesini sağlamaktır. Seriler analize tabi tutulabilmesi için durağan olması önem arz etmektedir. Modele dahil olan serilerin birim kök içerip içermediğini ölçülmesi nedeniyle Philip Peron birim kök testi uygulanmış ve serilerin analiz sonuçları Tablo 3.4’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Phillip Peron Birim Kök Analiz Sonuçları

Değişkenler	Model	t-istatistik değeri			P-olasılık değeri
		1%	5%	10%	
Turizm Gelirleri	Sabit	-3.8085	-3.0207	-2.6504	0.0000
	Trend ve Sabit	-4.4983	-3.6584	-3.2690	0.0000
	None	-2.6857	-1.9591	-1.6075	0.0000
GSYİH	Sabit	-3.8085	-3.0207	-2.6504	0.0017
	Trend ve Sabit	-4.4983	-3.6584	-3.2690	0.0194
	None	-2.6857	-1.9591	-1.6075	0.0001
Enflasyon	Sabit	-3.7880	-3.0124	-2.6461	0.0000
	Trend ve Sabit	-4.4679	-3.6450	-3.2615	0.0001
	None	-2.6797	-1.9581	-1.6078	0.0000
Cari Hesap	Sabit	-3.7880	-3.0124	-2.6461	0.0000
	Trend ve Sabit	-4.4679	-3.6450	-3.2615	0.0000
	None	-2.6797	-1.9581	-1.6078	0.0000
Bütçe Geliri	Sabit	-3.8085	-3.0207	-2.6504	0.0001
	Trend ve Sabit	-4.4983	-3.6584	-3.2690	0.0006
	None	-2.6857	-1.9591	-1.6075	0.0000
İşsizlik Oranı	Sabit	-3.7880	-3.0124	-2.6461	0.0029
	Trend ve Sabit	-4.4679	-3.6450	-3.2615	0.0066
	None	-2.6797	-1.9581	-1.6078	0.0001

Phillip Peron analizine göre ele alınmış değişkenler durağanlaşmıştır. Cari hesap, enflasyon, turizm gelirleri, işsizlik oranı 1.dereceden, bütçe geliri ve GSYİH 2.dereceden durağanlaşmıştır.

3.5.2. VAR analizi

Tablo 3.4’de gösterilmiş analiz sonuçlarına göre serilerin farkları alındıktan sonra durağanlaşmış ve değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi açısından çok önem arz etmektedir. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin olup olmamasının teste dilmesi nedeniyle ARDL modeli kurulmuştur. Model kapsamında Bounds test ve Cointegration and Long Run Form testi yapılmıştır. Analizin üçüncü aşamasında VAR analizi yapılmakta ve bu kapsamda değişkenler arasında ilişkiler tespit edilmeye çalışılmaktadır. Tablo 3.5’de analiz sonuçları verilmiştir.

Tablo 3.5. ARDL analizi

Anlamlılık	I0 Bound	I1 Bound
10%	2.26	3.35
5%	2.62	3.79
2.50%	2.96	4.18
1%	3.41	4.68
F-istatistik	0.829655	
CointEq(-1)	0.1881	

Analiz sonuçlarına göre F-istatistik değeri I0 ve I1 değerlerinden küçük olduğu için uzun dönemli ilişki yoktur. Cointegration and Long Run Form testine göre olasılık değeri 0.05 değerinde büyük olduğu için anlamlı değildir ve değişkenler arasında uzun dönemli ilişki yoktur. Buradan yola çıkarak, değişkenler arasında ilişki belirlemek için VAR analizi kullanılmıştır.

VAR analizinin doğru şekilde yapılabilmesi için öncelikle optimal gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Gecikme uzunluğu, Olabilirlik Oranını (LR) en yüksek, Final Prediction Error (FPE), Akaike (AIC), Schwarz (SC) ve Hannan-Quinn (HQ) kritik değerlerini en küçük yapan gecikme uzunluğuyla tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablo 3.5.’de Gecikme uzunluklarının kriterlere göre değerleri yer almıştır.

Tablo 3.6. Gecikme Uzunluğu Belirleme Kriterleri

G.U	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-69.02834	NA	0.000108	7.89772	8.195964*	7.948195
1	-27.22408	52.80538*	7.32E-05	7.286746	9.374453	7.640069
2	34.39476	38.91716	2.48e-05*	4.590026*	8.467196	5.246197*

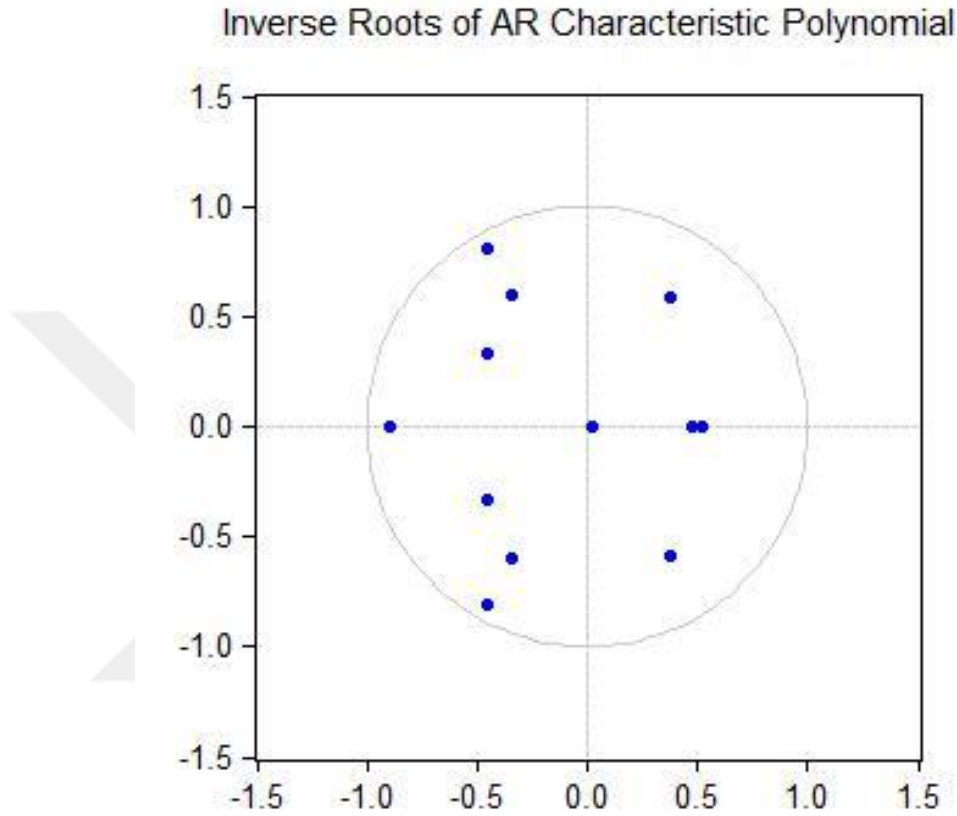
* Kriterler tarafından seçilen gecikme uzunluğunu göstermektedir.

Tablo 3.6.'ya göre LR ve SC kriteri dışında, FPE, AIC ve HQ kriter değerlerinin aynı yönde olduğu saptanmış ve optimal gecikme uzunluğu 3 belirlenerek VAR modeli tahmin edilmiştir. Tahmin edilen modele ait AR karakteristik polinomun köklerinin tersi birim çember içerisindeki konumu da, modelin durağanlık açısından herhangi bir sorun taşımadığını ortaya koymuştur.

Kim, Chen ve Jang, Lee ve Chien Tayvan için yaptığı araştırmalarda, bu çalışmayla aynı yönlü sonuç bulunmuştur. GSYİH ile uzun dönemde aynı yönlü ilişki vardır. Corrie, Stoeckl ve Chaiechi Avusturalya için yapmış olduğu çalışmada GSYİH ve turizm gelirleri arasında ilişki incelenmiş ve bu çalışmayla aynı sonuca ulaşılmıştır.

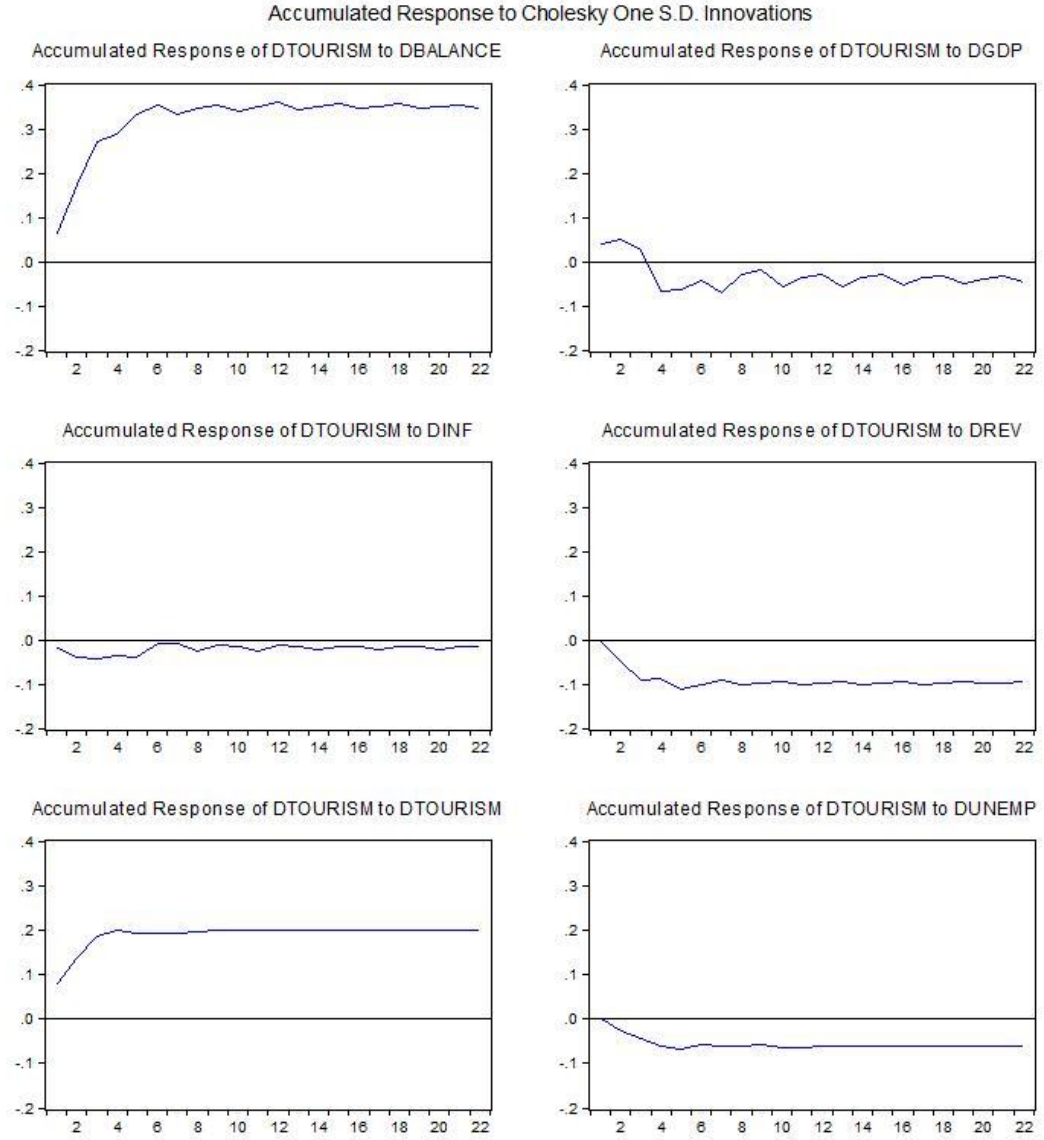
Balaguer ve Jorda (2002) yılı İspanya üzerine yapmış olduğu çalışmaya göre döviz kuru ve turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir ilişki olduğu ortaya koymuşlardır. Bu sonuçta, yapılan çalışmanın sonucuyla örtüşmektedir.

Şekil 3.1. AR Karakteristik Polinomun Ters Köklerinin Birim Çember İçerisindeki Konumu



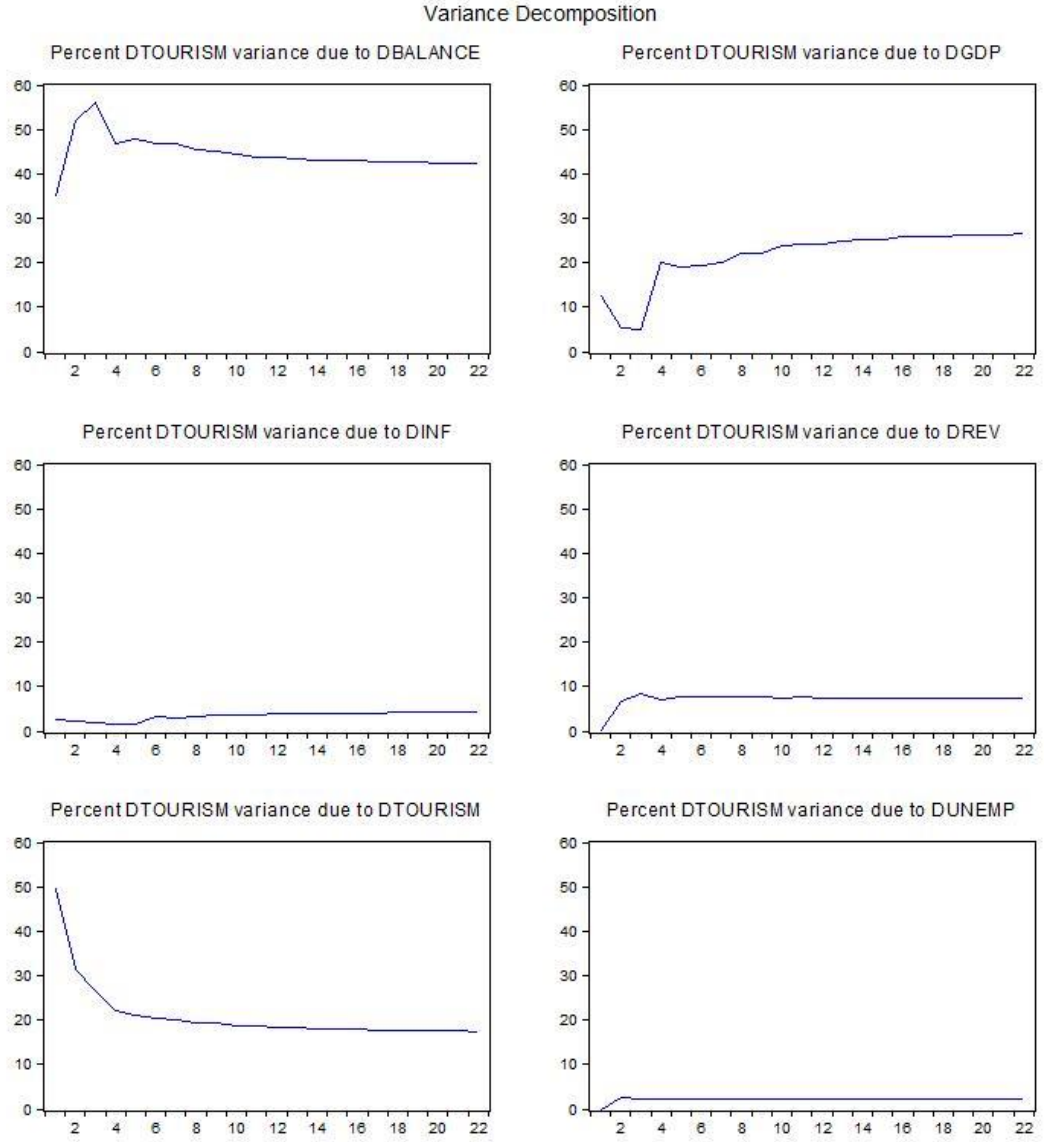
Şekil 3.1'e bakıldığı zaman AR karakteristik polinomunun köklerinin tersi hiçbirinin birim çember dışında yer almaması kurulmuş olan VAR modelinin istikrarlı yapıda olduğunu göstermektedir. VAR modeline göre turizm gelirlerinin diğer ekonomik faktörlere etkisini yorumlanması için etki-tepki ve varyans analizleri yapılmıştır. Etki-tepki analiz sonuçları Şekil 3.2.'de gösterilmiştir.

Şekil 3.2. Etki-Tepki Fonksiyonları



Turizm gelirlerindeki 1 birimlik etkinin diğer ekonomik göstergeler üzerinde 22 dönem için giderek artan etkide bulunduğunu görmek mümkündür. En fazla etkinin yıllara göre Cari Hesap üzerinde olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkendeki oynaklığın diğer değişkenler tarafından ne kadar açıklanabildiğini belirlemek amacıyla Varyans Ayrıştırması yapılmıştır. Varyans Ayrıştırması analiz sonuçları Şekil 3.3’de verilmiştir.

Şekil 3.3. Varyans Ayrıştırması Analizi



Analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerindeki artış cari hesap üzerindeki etkisi yüzde olarak azalmasına karşılık, GSYİH üzerinde etkisi yüzde olarak artmaya devam etmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bağımsızlığını ilan ettikten sonra Azerbaycan ekonomisinde yaşanan kriz, tüm sektörlerle etkisini göstermiştir. 1995 yılından sonra, ülkenin sosyo-ekonomi hayatında başlatılan istikrar çabaları, bundan sonraki yıllarda ekonomi üzerinde önemli etkiye sahip olmuştur. GSYİH'nın artması, bütçe açığının azalması, enflasyonun üç haneliden iki ve tek haneli rakam olarak gerçekleşmesi, Azerbaycan ekonomisi için önemli sayılabilecek etkenlerdir. 2000 yıllarının başarısından itibaren ülkenin petrol gelirlerinin artması, ticaret bilançosunu pozitif ve doğru değiştirmiştir. 2007 yılında gerçekleşen Küresel Finansal Krize kadar enflasyon tek haneli olarak devam etmiştir. 2009 yılından itibaren ekonomi tekrar gelişmeye başlamıştır. Bu gelişme, 2015 yılına kadar devam etmiştir. 2014 yılının 3.çeyreğinden itibaren petrol fiyatlarında yaşanan düşüşler ekonomini olumsuz etkilemiştir. Bunun sonucu olarak, 21 Şubat 2015 tarihinde Azerbaycan para birimi %34 değer kaybetmiştir. Geçen zorlu süreci, 21 Aralık 2015 tarihi izlemiştir. Bu tarihte Merkez Banka'sı sabit döviz urundan dalgalı kura geçişle bağlı karar almıştır ve gerçekleşen ilk müzayede para birimi %55 değersizleşmiştir.

Yerel para biriminin değersizleşmesi, ekonomini, özellikle finans sektörünü yüksek düzeyde olumsuz etkilemiştir. Bunun sonucu olarak, bu dönemde Azerbaycan'da 12 banka kapatılmıştır. İthal fiyatlarının artması, cari denge üzerinde negatif etki yaratmıştır. Tüketici fiyat endekslerinde yukarı yönelik değişim sonrası, yılında %12 olarak gerçekleşmiştir.

Yerel para biriminin ekonomi üzerinde yarattığı baskının yanı sıra, ihrac fiyatlarındaki düşüş, ihracın diğer ülkelere kıyasla daha avantajlı duruma getirmiştir. Bu dönemden başlayarak, başta tarım sektörü olmakla, ülkenin rekabet edebileceği potansiyel sektörleri gelişmeye başlamıştır. Turizm sektörü de, azalan fiyatlarla daha avantajlı sektör haline gelmiştir. Tablo 3.2.'ye bakıldığında, 2016 yılında ülkeye gelen yabancı turist sayısı diğer yıllara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bunun özellikle dolar karşısında değer kaybeden yerel para biriminin etkisi vardır. Bu durumda yapılması gereken, kalitenin, özellikle hizmet düzeyinin artırılmasıdır. Hizmet sektörü olan turizm sektöründe, bu çok önemli olmaktadır.

Turizm sektörünün, ülkeye döviz sağlayabilen sektör olması, büyük ölçüde gelirlerini petrolden sağlayan bir ekonomi için çok önemli rol oynamaktadır. Ülkenin döviz ihtiyaçlarını petrol dışı sektörlerden sağlanması, petrol fiyatlarında gerçekleşen düşüşlerin, ekonomi üzerinde etkisinin en aza indirilmesi yolunda önemli etken olabilmektedir. İktisat literatüründe “*Hollanda Sendromu*” olarak bilinen, gelirlerin tek bir kaynağa bağlı olması durumu önemli ölçüde azalacaktır. Azerbaycan’da gelirlerinin çok büyük kısmını petrol satışından elde ettiğinden, 2014 yılının 3. çeyreğinden petrol fiyatlarında başlayan düşüşlerin ekonomiye olumsuz etkisi olmuştur. Bu nedenden dolayı, diğer sektörlerin, özellikle döviz sağlayan sektörlerin gelişmesi çok önemli olmaktadır. Bu yönde, turizm sektörü Azerbaycan ekonomisi için çok önemli sektör haline gelebilir.

Son bölümde turizm sektörünün Azerbaycan ekonomisinin bazı makroekonomik göstergeler üzerinde etkisi araştırılmıştır. Araştırma 1995-2017 yıllarını kapsamaktadır. Beş hipotezden oluşan araştırmanın sonuçlarını aşağıdaki şekilde yorumlamak mümkündür.

İlk olarak, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3.3’de analiz sonuçlarına göre, Turizm gelirlerinin, GSYİH, Bütçe gelirleri ve Cari Hesap değişkenleri ile pozitif yönde ve kuvvetli olduğu görülmüştür. GSYİH ve Bütçe Gelirleri ile ilişkisi diğer değişkene göre daha kuvvetlidir. Turizm gelirlerinin, ele alınan değişkenlerde enflasyon ve işsizlik oranıyla ters yönlü ve zayıf ilişkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Enflasyon ve işsizlik oranı değişkeni, tüm değişkenlerle ilişki negatiftir ve zayıf ilişkisi vardır. Örneğin, GSYİH ile ilişkisi -0.218 olarak gerçekleşmiştir. Bunun anlamı, “-“ göstergesi, ilişkini ters yönde olduğu, rakamın “0”-a yakın olması ilişkinin zayıf olduğu anlamına gelmektedir. En zayıf ilişkisi ise turizm gelirleri değişkeni arasında gerçekleşmiştir.

Cari hesap değişkeninin turizm gelirleri ile ilişkisi düzeyi orta ve pozitif yönde olduğu görülmektedir. GSYİH değişkeni ile ilişkileri ise pozitif yönde olmakla, kuvvetlidir. Enflasyon ve işsizlik oranı değişkeni ile yukarıda belirtildiği gibi, ilişki yönü negatif ve zayıftır.

Korelasyon analizini kısaca özetlersek, enflasyon oranının diğer değişkenlere ilişkisi zayıf olmakla, negatiftir. Diğer değişkenler arasındaki ilişkiler ise pozitif ve genellikle pozitiftir. GSYİH değişkeninin, enflasyon hariç diğer tüm değişkenlerle ilişki çok kuvvetli ve pozitiftir. Bu gösterge GSYİH'nın artması veya azalması sırasında diğer değişkenler bundan büyük ölçüde etkileneceği anlamına gelmektedir. Tek bağımsız değişkenimiz olan Turizm gelirleri ise GSYİH göstergelerinden yüksek düzeyde, aynı yönde etkilenmektedir. Bunun tersi de söz konusu olabilir. Turizm gelirlerinin de GSYİH ve bütçe gelirleri üzerinde pozitif yönde ve kuvvetli bir ilişkisi olması, ülkenin turizm gelirlerinin artması petrol dışı sektörün gelişmesine ve diğer sektörlerin kalkınmasında önemli rolü olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada gelişen bir sektör olarak turizm gelirlerinin diğer sektörler üzerindeki etkisini ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışma üç hipotez kapsamında değerlendirilmiştir. VAR analizi yardımıyla 1995-2017 yılları arası turizm gelirlerinin diğer ekonomik göstergeler üzerinde (enflasyon, GSYİH, cari hesap, bütçe geliri ve işsizlik oranı) etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. Alınan sonuçlar etki-tepki ve varyans ayrıştırması fonksiyonları ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre Turizm gelirlerinin ele alınan diğer bağımlı değişkenler üzerinde önemli etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Varyans ayrıştırması analizine göre, Turizm gelirlerinin GSYİH değişkeni üzerinde artan etkisi uzun dönemde yüzdesel olarak artma eğilimindedir. Bunun dışında GSYİH üzerinde etkisi yüzde ile ifade de artan trend üzere hareket ettiği gözetlenmektedir.

Turizm gelirlerinin bağımlı değişkenler üzerinde etkisi vardır. Analiz sonuçlarına göre, bu bağımlı değişkenlere göre H_0 – kabul, H_1 - reddedilmektedir. Bu kapsamda bakılırsa, Cari Hesap ve GSYİH ile olan ilişkisi daha kuvvetlidir.

Ekonominin petrol bağımlılığını azaltmak için petrol dışı sektörün gelişmesi çok önemlidir. Bu durumda diğer sektörlerle göre daha avantajlı olan sektörler tarım ve turizm sektörüdür. Tarımda yapılan gelişmeler, vergi muafiyetleri ve devlet desteği gibi yapılan olumlu adımlar, bu sektörün gelişmesini tetiklemektedir. Turizm sektörü ise düşük kurla avantajlı duruma gelmesine rağmen, bu alanda yapılacak çok işler vardır. İlk önce hizmet düzeyinin artırılmasıdır. Turist için önemli olan fiyattan

başka, konaklayacağı yerde ona yapılmış olan hizmettir. Hizmet kalitesinin artırılması gelecekte daha fazla turistin gelmesine neden olabilmektedir.

Bir turizm ülkesi olarak Azerbaycan'ın tanıtımı da önemli konulardandır. Yapılan Uluslararası Spor turnuvalarının yanı sıra, ülke avantajlarını gelişme amaçlı kullanılması gerekmektedir. Örnek olarak, Bakü dışı bölgelerin tanıtılması, yurtdışından uçak seferlerinin bu bölgelere yapılması. Bu bölgelerde altyapı çalışmalarının sürdürülmesi ve turizm faaliyetlerine olumlu etki edecek ortamın yaratılmasıdır. Bununla Bakü dışındaki diğer bölgelerin gelişmesine yardımcı olunmaktadır. Diğer bölgelerin turizm potansiyelleri değerlendirilmesi ve bu kapsamda gözle görülecek işlerin yapılması, ülke ekonomisine olumlu etki etmenin yanı sıra, ekonominin petrol bağımlılığını azaltmakta ve bölgelerin gelişmesinde önemli rol oynaya bilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akat, Ömer: Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Bursa, **Ekin Yayınevi**, 1997.
- Amaghionyeodiwe, Llyod: “Research Note: A Causality Analysis of Tourism as a Long-run Economic Growth Factor in Jamaica”, **Tourism Economics**, vol. XVIII, No:5, 2012, pp.1125-1133.
- Aras, Osman, N., Süleymanov, Elçin: **Azerbaycan İqtisadiyyatı**, 2.bs., Bakü, Şerq-Qerb Matbaası, 2016.
- Aras, Osman, N: **Azerbaycan Ekonomisi-Makro Ekonomik ve Sektörel Analiz, Bakü, Kafkasya araştırmalar Merkezi Yayınları**, 2003.
- Bahar, Ozan, Bozkurt, Kurtuluş: **Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi:Dinamik Panel Veri Analizi**”, **Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, c. XXI, s.2, 2010.
- Bahar, Ozan, Kozak, Metin: **Turizm Ekonomisi**, ed.Metin Kozak, Eskişehir, **Anadolu Üniversitesi Web Ofset Tesisleri**, 2013.
- Bahar, Ozan, Kozak, Metin: **Turizm Ekonomisi**, 7.bs, **Ankara, Detay Yayıncılık**, 2015.
- Balaguer, Jacint, Jorda, Manuel: “Tourism as a Long Term Economic Growth: The Spanish Case”, **Applied Economics**, vol. XXXIV, No:7, 2002, pp.877-884.
- Batman, Orhan, Türkay, Oğuz: **2023 Türkiye Turizm Stratejisi Işığında Turizm Politikaları, Sakarya, Değişim Yayınları**, 2009.
- Bayer, Muhsin Z.: **Turizme Giriş, İşletme Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları**, 1992.
- Bayramoğlu, Turgut, Arı, Yılmaz, O.: “The Relationship between Tourism and Economic Growth in Greece Economy: A Time Series Analysis”, **Computational Methods in Social Sciences**, vol. III, No:1, 2015, pp.89-93.
- Capone, Francecco, Boix, Rafael: “Sources of Competitiveness in Tourist Local Systems: An Application to Italy”, **45th Congress of the European Regional Science Association**, 2005, pp.1-24.
- Cooper, Chris, Fletcher, John, Fyall, Alan, David, Gilbert: **Tourism: Principles and Practices**, Harlow: Pearson Education, 3.ed., 2005.

- Carrera, Sanchez, E.J., Risso, Adrian, Brida, Juan, G.: "Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth", **Economics Bulletin**, vol. III, No:21, 2008, pp.66-82.
- Corrie, Christian, Stoeckl, Natalie, Chaiechi, Taha: "Tourism and Economics Growth in Australia: An Empirical Investigation of Causal Links", **Tourism Economics**, vol. XIX, No:6, 2013, pp.117-1144.
- Çoban, Orhan, Özcan, Ceyhun, C.: "Türkiyede Turizm Gelirleri Ekonomik Büyüme İlişkisi Nedensellik Analizi (1963-2010) ", **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi**, c. VIII, No:1, 2013, ss.243-261.
- Demirkol, Şehnaz: Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar, **Sakarya Kitapevi**, 2004.
- Fayed, Honaa, Fletcher, John: , "Globalization of Economic Activiy: Issues for Tourism", **Tourism Economics**, vol. VIII, No:2, 2002, pp.207-230.
- Fu-Chen, Ching, Chiou-Wei, Song, Z.: "Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea", **Tourism Management**, vol.30, No:6, 2009, pp.812-818.
- Ghali, Moheb, A.: "Tourism and Economic Growth: An Empirical Study", **Economic Development and Cultural Change**, vol. XXIV, No:3, 1976, pp.527-538.
- Gökdeniz, Ayhan: "Turizmde Kümelene ve Bölgesel Kakinma Üzerinde Etkileri (Ayvalıkta Kümelene Potanssiyeli ve AYTUGEB Örneği", **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, c.5, s.1, 2015. s.37-48.
- Gunn, Clare: Tourism Planning, New York, Taylor and Francis, 2.ed., 1988.
- Hazari, Bharat, R., A-Ng: "An Analysis of Tourists' Consumption on Non-Trade Goods and Services on the Welfare of The Domestic Consumers", **International Review of Economies and Finance**, Vol. II, No:1, 1993, pp.3-58.
- Hazari, Bharat, R., Sgro, Pasquie: "Tourism and Growth an Economic in a Dynamic Model of Trade", **The Journal of International Trade and Economic Development**, vol.4, No:2, 1995, pp.253-256.
- Henderson, Joan, J.: Tourism Crisis: Causes, Concequences and Management, United States of America, **Elsevier İnc.**, 2007.
- Hovinen, Gray, R.: "Revisiting the Destinations Lifecycle Model", **Annals of Tourism Research**, vol. XXIX, No:1, 2002, pp.209-230.

- Issı, Yasemin: “Turizm İşletmelerinde Ölçek Ekonomileri”, **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 1988, s.375-389.
- İçöz, Orhan, Kozak, Metin: Turizm Ekonomisi: Turizmin Mikro ve Makro Etkileri, Ankara, **Turhan Kitabevi**, 2002.
- İlban, Mehmet O.: “Seyahat Acenta Yöneticilerinin Destinasyon Marka İmajı Algıları Üzerine bir Araştırma”, **Ege Akademik Bakış Dergisi**, c.VIII., No:1, s.121-152.
- İsmayılov, Altay: “Azgelişmiş Ülkelerin Kalkınma Sorunu:Bağımsızlık Sonrası Azerbaycan Örneği”, **Doktora Tezi**, Konya, 2007.
- Jackson, Julie, Murphy, Peter: “Tourism Destinations as Clusters: Analytical Experiences from the New World”, **Tourism and Hospitality Research**, vol. IV, No:1, 2002, pp.35:52.
- Kara, Oğuz, Çömlekçi, İstemi: “Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makroekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011)”, **Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, c. VII, s.75-100.
- Karaca, Nurullah, Aydoğdu, Burak, Bozkırlı, Okan: Azerbaycan Cumhuriyeti Ülke Raporu, **İstanbul, İlbey Matbaa**, 2016.
- Keum, Kiyong: “Tourism Flows and Trade Theory: A Panel data Analysis with Gravity Model”, **The Annals of Regional Science**, vol. XLIV, No:3, 2010, pp.541-547.
- Kim, Hyung, J., Chen, Ming, H., Jang, Soo, C.: “Tourism Expansion and Economic Development: A Case of Taiwan”, **Tourism Management**, vol. XXVII, No:5, 2006, pp.925-933.
- Kozak, Nazmi, Kozak, Meryem A., Kozak, Metin: Genel Turizm (İlkeler-Kavramlar), 12.bs., Ankara, **Detay Yayıncılık**, 2012.
- Kozak, Metin, Rimmington, Mike: “Benchmarking: Destination Attractiveness and Small Hospitality Business Performance”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, vol. X, No:5, 1998, pp.184-188.
- Krugman, Paul: “Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade”, **American Economic Review**, vol. LXX, No:5, 1980.
- Kumar, Jeetash, Hussain, Kashif, Kannan, Suresh: “Positive Vs Negative Economic Impacts Of Tourism Development: A Review Of Economic Impact Studies”, **21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conference Proceedings**, 2015, pp.404-413.

- Lanza, Alesandro, Temple, Paul, Urga, Giovanni: "The Implications of Tourism in Long-run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies", **Tourism Management**, vol. XXIV., No:3, 2013, pp.315-321.
- Lee, Chien, Chien, Mei, S.: "Structural Breaks, Tourism, Development and Economic Growth: Evidence from Taiwan", **Mathematics and Computers in Simulation**, vol.77, No:4, 2008, pp.358-368.
- Mahmood, Abdul, J., Idrees, Tahir, M.: "Tourism-Growth Nexus in Pakistan: Evidence from ARDL bounds Tests", *Economic Modelling*, vol. XXXV, 2013, pp.1-15.
- Massida, Carla, Mattano, Paolo: "A SVECAM Analysis of Relationship between Tourism Arrivals, GDP and Trade in Italy", **Journal of Travel Research**, vol. LII, No:1, 2013, pp.93-105.
- Məmmədov, Cabir, Soltanova, Həbibə, Rəhimov, Səbuhi: *Beynəlxalq Turizmin Coğrafiyası*, Bakü, **Mütərcim**, 2002.
- Mill, Robert C., Mornison, Allastair: *The Tourism system: an Introductory Text, 2.ed.*, **Prentice-Hall International Editions**, 1992.
- Miller, Mark, M., Gribson, Lay, J.: "Cluster-Based Development in Tourism Industry: Putting Practice in Theory", **Applied Research in Economic Development**, 2005, pp.47-63.
- Novelli, Marina, Shimtz, Birte, Spencer, Trisha: "Networks, Clusters and Innovation in Tourism: a UK Experience", **Tourism Management**, vol.27, No:6, 2006, pp.1141-1152.
- Növresli, Terlan: "Azerbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi", **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, 2010.
- Nuriyev, Baraat: *Bazar İqtisadiyyatı ve Azərbaycan*, Bakü, **Elm Basımevi**, 1999.
- Olalı, Hasan, Timur, Ali: *Turizm Ekonomisi*, İzmir, **Ofis Ticaret Matbaacılık**, 1988.
- Oh, Chi-Ok: "The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in the Korean Economy", **Tourism Management**, vol. XXVI, No:1, 2005, pp.207-230.
- Parilla, Javier, C., Font, Antoni, R., Nadal, Jaume: "Tourism and Long Term Growth a Spanish Perspective", **Annals of Tourism Research**, vol. XXXIV, No:3, 2007, pp.709-726.

- Pırnar, İge: "Turizm Sektöründe Kümeleme", (Çevrimiçi), <http://www.gozlemgazetesi.com/HaberDetay/251/14399/turizm-sektorunde-kumeleme.html>, 1 Mart 2018.
- Porter, Michael: "The Competitive Advantage Of Nations", **Business Harvard Review**, March-April, 1990, pp.77-91.
- Porter, Michael: "Clusters and the New Economics of Competition", **Harvard Business Review**, vol.76, No:6, 1998, pp.77-90.
- Sezgin, Orhan, M.: Genel Turizm-Turistik Kavramlar-Ekonomi-Pazarlama-Turizm Mevzuatı, Ankara, Tubitay Yayınları, 1995.
- Shan, Jordan, Wilson, Ken: "Causality Between Trade and Tourism: Empirical Evidence from China", **Applied Economics Letters**, vol. VIII, No:4, 2001, pp.279-283.
- Sinclair, Thea, M., Stabler, Mike: The Economics of Tourism, London, **Routledge**, 1997.
- Socher, Karl: "Tourism in the Theory of International Trade and Payments", **The Tourist Review**, vol.41, N:3, 1986, pp.24-26.
- Şahin, Adem: İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye'e Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, İstanbul, Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, 1990.
- Topallı, Nurgül: "Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi üzerinde Etkisi", **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, No:14, 2015, ss.340-352.
- Alkan, Zenfira : "The Consequences of IMF's Policies in the Globalization Process: The Case of Azerbaijan", "**Küreselleşme Sürecinde Kafkasya ve Orta Asya**" Kongresi, 2003
- Tutar, Erdinç: "Türkiye'de Turizm Sektörünün Gelişimi", **Afyon İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 1990, s.119-132.
- Tutar, Erdinç, Tutar, Filiz: Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2004.
- Ünlüöner, Kurban, Tayfun, Ahmet, Kılıçlar, Arzu: Turizm Ekonomisi, 4.bs., Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık, 2007.

Vellas, Erancois, International Tourism, ISBN 978-1-349-24074-6 (eBook),
Becherel, Lionel: 1995.

Webster, Allan,
Fletcher, John, “Tourism and Empirical Applications on International Trade
Hardwick, Philip, Theory: A Multi Country Analysis”, **Tourism Economics**,
Morakabati, vol. VII, No:4, 2007, 657-664.
Yeganeh:

Yağcı, Özcan: Turizm Ekonomisi, 2.bs., **Ankara, Detay Yayıncılık**, 2007.

Zengin, Turizm Coğrafyası, **Sakarya Üniversitesi Yayını**, N 36,
Burhanettin: 1999.

Zhang, Jie, Jensen, “Comparative Advantages in Tourism, a Supply-Side Analysis
Camilla: of Tourism Flows”, **45th Congress of the European Regional
Science Association Proceedings**, 2005, pp.1-15.