



T.C.

**ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**KÜRESELLEŞMENİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ:
TÜRKİYE İÇİN ZAMAN SERİSİ ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SERAP BİLEK

Tez Danışmanı

PROF. DR. MELİHA ENER

ÇANAKKALE – 2024



T.C.

ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**KÜRESELLEŞMENİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ: TÜRKİYE İÇİN
ZAMAN SERİSİ ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

SERAP BİLEK

Tez Danışmanı
PROF. DR. MELİHA ENER

ÇANAKKALE – 2024



T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Serap BİLEK tarafından Prof. Dr. Meliha ENER yönetiminde hazırlanan ve **26/08/2024** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan “**Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Etkileri: Türkiye İçin Zaman Serisi Analizi**” başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **İktisat Anabilim Dalı**’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Prof. Dr. Meliha ENER

(Danışman)

Prof. Dr. Burcu KILINÇ SAVRUL

Dr. Öğr. Üyesi Aslı OKAY TOPRAK

Tez No : 10667492

Tez Savunma Tarihi : 26/08/2024

Doç. Dr. Melis ULU DOĞRU

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

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

Serap BİLEK

26/08/2024

TEŞEKKÜR

Bu çalışma sürecinde katkıları ve tecrübelerinden dolayı sayın Prof. Dr. Meliha ENER, sayın Prof. Dr. Burcu KILINÇ SAVRUL hocalarıma başta olmak üzere ilgisini, alakasını benimle paylaşan, hayatım boyunca maddi ve manevi bütün desteklerini hiç düşünmeden sunan babam Süleyman BİLEK ve annem Sevda ÇETİN, teyzem Sultan BİLEK, kardeşlerim Nisa Su BİLEK ve Bengisu BİLEK' e sonsuz teşekkürlerimi borç bilirim. Sayın Doç. Dr. Sumru BAKAN hocama manevi desteğinden dolayı teşekkürlerimi sunarım. Her daim yanı başımda olduğunu hissettiğim, canım Yoda' nın vermiş olduğu motivasyon, inanç ve güvenden dolayı sonsuz teşekkür ederim.

Serap BİLEK
Çanakkale, Ağustos 2024

ÖZET

KÜRESELLEŞMENİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ: TÜRKİYE İÇİN ZAMAN SERİSİ ANALİZİ

Serap BİLEK

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Meliha ENER

26/08/2024, 94

Küreselleşme kavramı; uzun bir tarihsel sürecin sonucunda ortaya çıkmış bir olgudur. Küreselleşmenin ortaya çıkmasında etkili olan; ekonomik, ideolojik, teknolojik ve sosyal-kültürel faktörler her ülke için farklı düzeylere ve farklı özelliklere sahiptir. Dolayısıyla küreselleşme sürecinin ülkeler arasında eşit bir düzlemde yaşandığını söylemek mümkün değildir. Küreselleşme kavramının kökeni 1800’lü yıllara dayanmakla birlikte 1980’lerden sonra ivme kazanmıştır. Küreselleşme ile birlikte ülke sınırlarının ortadan kalkması turizm endüstrisinde de canlılık yaratmıştır. Özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte merak edilen bölgelerin araştırılması, ulaşım alanlarında yaşanan konfor ve hız, pazar araştırmasının maliyetsiz olması gibi sebepler turizm faaliyetlerini uluslararası arenaya taşımıştır.

Bu çalışmada Türkiye’nin turizm ekonomisi üzerindeki küreselleşmenin etkisi araştırılmıştır. Araştırmada KOF küreselleşme endeksi, turizm geliri ve yabancı ziyaretçi sayısı değişkenleri kullanılmıştır. 1970-2021 yıllarını kapsayan veri seti incelenmiştir. Analiz sonucunda değişkenler arasında bir eşbütünleşme bulunmuştur. Uzun dönemde küreselleşme endeksinin yabancı ziyaretçi sayısı ve turizm geliri üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Yabancı Ziyaretçi Sayısı, Turizm Geliri

ABSTRACT

EFFECTS OF GLOBALIZATION ON THE TOURISM SECTOR: TIME SERIES ANALYSIS FOR TÜRKİYE

Serap BİLEK

Çanakkale Onsekiz Mart University

School of Graduate Studies

Master of Science Thesis in Economics

Advisor: Prof. Dr. Meliha ENER

26/08/2024, 94

The concept of globalization; It is a phenomenon that emerged as a result of a long historical process. Effective in the emergence of globalization; Economic, ideological, technological and socio-cultural factors have different levels and different characteristics for each country. Therefore, it is not possible to say that the globalization process is experienced equally among countries. Although the origin of the concept of globalization dates back to the 1800s, it has gained momentum after the 1980s. The disappearance of country borders with globalization has also created vitality in the tourism sector. Reasons such as researching curious regions, comfort and speed in transportation areas, and cost-free market research, especially with technological developments, have brought tourism activities to the international arena.

In this study, the impact of globalization on Turkey's tourism economy was investigated. KOF globalization index, tourism income and number of foreign visitors variables were used in the research. The data set covering the years 1970-2021 was examined. As a result of the analysis, an integration occurs between the variables. The long-term impact of globalization on the number of foreign visitors and tourism income was determined.

Keywords: Globalization, Number of Foreign Visitors, Tourism Income

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
JÜRİ ONAY SAYFASI	i
ETİK BEYAN	ii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR	ix
TABLolar DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM	
KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	3
2.1. Küreselleşme ve Turizm Kavramı	3
2.1.1. Küreselleşme Kavramı.....	3
Küreselleşmenin Tarihsel Gelişimi	5
2.1.2. Turizm Kavramı	6
Turizmin Tarihsel Gelişimi	7
Turist Kavramı.....	8
2.2. Turizmin Teorik Altyapısı	9
2.2.1. Turizm Arzı.....	9
Turizm Arzının Özellikleri	10
Turizm Arzını Etkileyen Faktörler.....	11
Sosyo-Kültürel Varlıklar	11
Doğal Varlıklar	12
Ekonomik ve Sosyal Unsurlar	13
Ulaştırma	14
2.2.2. Turizm Talebi.....	14
Turizm Talebinin Özellikleri	15

Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	16
Ekonomik Faktörler	16
Sosyal Faktörler	18
Politik Faktörler	19
Psikolojik Faktörler.....	20
2.3. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkileri.....	20
2.3.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi	22
2.3.2. Turizmin Gelir Üzerindeki Etkisi.....	22
2.3.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	24
2.3.4. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	26
2.4. Küreselleşmenin Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Siyasi Etkileri.....	28
2.4.1. Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri.....	28
2.4.2. Küreselleşmenin Sosyo-Kültürel Etkileri	31
2.4.3. Küreselleşmenin Siyasi Etkileri	31
2.5. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Etkileri	32
2.5.1. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Ekonomik Etkileri.....	32
2.5.2. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Teknolojik Etkileri.....	33
2.5.3. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Kültürel Etkileri	34
2.6. Küreselleşmenin Göstergeleri.....	35
2.6.1. Kearney Dış Politika Küreselleşme Endeksi (KFP).....	36
2.6.2. Yeni Küreselleşme Endeksi (NGI).....	37
2.6.3. CSGR Endeksi	38
2.6.4. Maastrich Endeksi (MGI)	39
2.6.5. Küreselleşme Endeksi (G-Endeks).....	41
2.6.6. KOF Küreselleşme Endeksi.....	42
2.7. Türkiye’de Küreselleşmenin Gelişimi	44
2.8. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi	47
2.8.1. Planlı Dönem Öncesi Turizmin Tarihsel Gelişimi	48
2.8.2. Planlı Dönem Sonrası Turizmin Tarihsel Gelişimi	49
2.9. Turizm Ekonomisi ve Küreselleşme İlişkisi ile İlgili Literatür Taraması.....	58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

61

3.1. Zaman Serisi Analizi.....	61
3.1.1. Trend.....	62
3.1.2. Mevsimsel Dalgalanmalar	62
3.1.3. Konjonktürel Dalgalanmalar	62
3.1.4. Rassal (Tasadüfi) Dalgalanmalar	63
3.2. Zaman Serisi Birim Kök Testleri.....	63
3.2.1. Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi.....	64
3.2.2. Phillips-Perron (PP) Birim Kök Testi.....	65
3.3. Johansen Eşbütünleşme Testi	66
3.4. Vektör Hata Düzeltme Modeli.....	67
3.5. Tanısal Sınama Testi	68
3.5.1. Roots of Characteristic Polynomial (Karakteristik Polinom) Test.....	68

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM ARAŞTIRMA BULGULARI

69

4.1. Veri Seti ve Ekonometrik Model	69
4.2. Değişkenlerin Birim Kök Analizi	71
4.2.1. Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Test Sonuçları	71
4.2.2. Phillips-Perron (PP) Birim Kök Test Sonuçları	72
4.3. Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki Analizi.....	73
4.4. Johansen Eşbütünleşme Analizi Uygulaması	74
4.5. Vektör Hata Düzeltme Modeli (VCEM) Uygulanması.....	79
4.6. Var Modelinin Durağanlık Test Sonuçları	82

BEŞİNCİ BÖLÜM SONUÇ VE ÖNERİLER

84

KAYNAKÇA	88
----------------	----

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AIEST	Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Dergisi
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GDS	Türkiye Dağıtım Sistemleri
GSYH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
KFP	Kearney Dış Politika Küreselleşme Endeksi
MGI	Maastrich Endeksi
NGI	Yeni Küreselleşme Endeksi
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNWTO	Dünya Turizm Örgütü
WWTC	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi
YY.	Yüzyıl

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo No	Tablo Adı	Sayfa No
Tablo 1	Küreselleşmenin Yüzyıllara (YY.) Göre Yayılması	5
Tablo 2	Uluslararası Turizm Talebini Belirleyen Faktörler	15
Tablo 3	Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) İçerisindeki Yeri	23
Tablo 4	Küreselleşmenin Ekonomik Boyutunu Hızlandıran Etkenler	29
Tablo 5	Bileşik Küreselleşme Endekslerinin Karşılaştırılması	35
Tablo 6	KFP 2023 Küresel Şehirler Endeksi	37
Tablo 7	NGI Küreselleşme Endeksi Boyutları ve Değişkenlerin Tanımı	38
Tablo 8	CSGR Endeksi Değişkenleri	39
Tablo 9	Maastrich Global Endeksi Değişkenleri	40
Tablo 10	Maastrich Global Endeksi 2008	41
Tablo 11	KOF Küreselleşme Endeksi Boyutları ve Değişkenleri	43
Tablo 12	2015-2022 Yılları Arasında Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Milliyetleri	52
Tablo 13	2008-2024 Yılları Arası Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama	54
Tablo 14	2008-2024 Yılları Arası Türkiye'nin Ziyaretçi Sayısı ve Turizm Geliri	55
Tablo 15	Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Payı (%)	56
Tablo 16	Değişkenlere Ait Bilgiler	69
Tablo 17	ADF Sabit Terimli Birim Kök Testi Sonuçları	71
Tablo 18	PP Sabit Terimli Birim Kök Testi Sonuçları	72
Tablo 19	Model 1 Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki	73
Tablo 20	Model 2 Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki	74
Tablo 21	Uygun Gecikme Uzunluğu	75
Tablo 22	Model 1 VAR Modeli Tahmin Sonuçları	75
Tablo 23	Model 2 VAR Modeli Tahmin Sonuçları	76
Tablo 24	Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları	77
Tablo 25	Eşbütünleşmiş Denklem 1	78
Tablo 26	Eşbütünleşmiş Denklem 2	79
Tablo 27	Model 1 Vektör Hata Düzeltme Modeli	80
Tablo 28	Model 2 Vektör Hata Düzeltme Modeli	81

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	2018-2022 Yılları Arası Türkiye’deki Müze Sayısı	12
Şekil 2	Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC)’nin Ekonomik Katkı Kriterleri ve Boyutları	25
Şekil 3	Türkiye’nin 1990-2022 Yılları Enflasyon Oranları	27
Şekil 4	Bölgesel Entegrasyonlar	30
Şekil 5	Türkiye’nin Fiili ve Hukuki KOF Küreselleşme Endeksi	44
Şekil 6	Dünya ve Türkiye’nin 1970-2020 Yılları Arası Küreselleşme Değeri	46
Şekil 7	1970-2023 Yılı Türkiye’nin Turizm Geliri (1000 \$)	50
Şekil 8	Türkiye’de Doğrudan Turizm Amaçlı İstihdam Edilen Kişi Sayısı	51
Şekil 9	2023 Yılı Geliş Amacına Göre Yabancı Ziyaretçi Sayısı (%)	53
Şekil 10	Türkiye’ye Ait Analizde Kullanılan Değişkenlerin Düzey Grafikleri	70
Şekil 11	Var Modeli Durağanlık Testi	82
Şekil 12	Vektör Hata Düzeltme Modeli Durağanlık Testi	83

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Günümüzde adını sıklıkla duyduğumuz küreselleşme kavramı için tek bir tanımdan söz etmek mümkün değildir. Dinamik bir yapısı olan küreselleşme kavramı için henüz ortak bir tanım benimsenmemiş ve literatürde birçok tanım içerisinde barındırmaktadır. Ancak küreselleşme olgusu için, uzakların yakınlaşması olarak en kısa ve yalın haliyle net bir tanım yapılabilmektedir. Özellikle 1980’lerde küreselleşme ile birlikte gelişen ve değişimleri içerisinde barındıran teknoloji ile birlikte; dünyanın her yeri ile iletişim ve ulaşım sağlanabilmektedir. Böylece ticari ürünlerin, kapitalin ve hatta portföy yatırımlarının kişiler ve ülkeler arasında yer değiştirmesinde sınırlar ortadan kalkmıştır. Elbette ki küreselleşme kavramı sadece “sınırsızlık” durumundan ibaret değildir. Küreselleşme kavramının olumlu etkileri olduğu kadar olumsuz etkileri de vardır. Bu yüzden ki; küreselleşme kavramını savunan görüşler olduğu kadar karşı çıkan görüşler de mevcuttur.

Çalışmanın amacı turizm gelirleri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısındaki değişimlerin küreselleşme endeksi ile olan ilişkisini ortaya koymaktır. Küreselleşmenin yaygınlaşması ile beraber özellikle uluslararası turizm faaliyetlerinde de bir artış yaşanmaktadır. Çalışmada 1970-2021 yılları aralığını kapsayan KOF küreselleşme endeksi, turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı verileri incelenmiştir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde küreselleşme kavramı küreselleşmenin boyutları, küreselleşmeye dair endeksler, küreselleşme ve turizm ilişkisi detaylı bir şekilde incelenmiştir. Turizm kavramı, turizmin tarihsel gelişimi, turist kavramı, turizm arzı ve talebi, turizm ve ekonomi ilişkisi küreselleşmenin turizm üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmalar incelenip literatür çalışması yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde yapılacak olan ampirik çalışmalar ve uygulanacak olan zaman serisi modelleri hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde, yapılmış olan ampirik çalışmaların sonucu açıklanmıştır. Türkiye’nin 1970-2021 yılları arasındaki turizm

geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı verileri Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan alınmış olup bağımlı değişkenler olarak seçilmiştir. KOF küreselleşme endeksi verileri İsviçre Küreselleşme Ensti tüsü resmi sayfasından alınmış ve bağımsız değişken olarak seçilmiştir. Öncelikle değişkenlerin durağan olup olmadıkları belirlenebilmesi için birim kök testleri ile sınanmış ve birinci düzeyde durağan oldukları sonucuna varılmıştır. Değişkenler arasında kısa dönem ilişkisi analiz edilmiş ve birinci düzeyde durağan olma koşulunu sağlayan değişkenler için uzun dönem ilişkisini analiz etmek için johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. eşbütünleşme sonucunda uzun dönemde yaşanacak olan bir sapmanın değişkenler üzerinde hangi oranda kendini toparlayabileceği öğrenilmek için vektör hata düzeltme modeli uygulanmıştır. Son olarak modelin istikrarlı ve durağan olduğunun tespiti için karakteristik polinom testi uygulanmıştır.

Çalışmanın son bölümünde ise, yapılan araştırma sonucunda küreselleşme endeksi, turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı arasında bir eşbütünleşme olduğu, kısa dönemde ve uzun dönemde küreselleşme endeksinin turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Küreselleşme ve Turizm Kavramı

2.1.1. Küreselleşme Kavramı

Küreselleşme olgusu, 1980’li yıllardan itibaren adından sıkça bahsedilen ve sosyal, politik, ekonomik ve kültürel alanlarda etkilerini hissettiğimiz karmaşık bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Aktaş, 2007: 9).

Küreselleşme kavramı üzerine pek çok araştırma yapılmış ve birden fazla tanımla açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kavramın ilk kez ne zaman kullanıldığı kesin olarak bilinmemekle birlikte Anglosakson kökenli bir kavram olan küreselleşme kavramının 1940’lı yıllarda ortaya atıldığı düşünülmektedir.

Bazı araştırmacılara göre bu alanda yapılan ilk sistemli çalışma 1968’ de Uluslararası Sosyal Bilimler Ansiklopedisi’nde olmuş ve The Globalization of Markets adlı çalışmayla ilk kez literatüre geçmiştir (Ohmoe, 1993: 16).

Bazı araştırmacılara göre ise 1960’lı yıllarda Marshall McLuhan tarafından “Global Village” terimi ile ilk kez ortaya atıldığı ifade edilmiştir. Diğer bir görüş ise Amerika’nın Harvard, Colombia, Stanford gibi nüfuzlu okullarından ortaya çıktığı ve yaygınlaştığı ileri sürülmektedir (Erbay, 1998: 145).

Günümüzde adını sık sık duyduğumuz küreselleşme kavramı için pek çok tanım yapılmakla beraber henüz araştırmacıların ortak olarak benimsedikleri bir tanım bulunmamaktadır. Bunun sebebi ise küreselleşmenin çok boyutlu bir kavram olarak karşımıza çıkması ve pek çok alanı etkilediğinden farklı tanımlamalara sahip olmasıdır.

Küreselleşme olgusu, ülkelerin sahip oldukları fiziki sınırların kalkmasıyla beraber uluslararası ilişkilerin kümülatif bir hal alması olarak tanımlanabilir (Dulupçu, 1999: 19).

Küreselleşme en yalın şekilde “ekonomik, politik, sosyal ve kültürel değerlerin ulus ötesine taşınarak dünya genelinde yaygınlaşması” olarak ifade edilebilir (Bayraç, 2003: 46).

Amerika Ulusal Savunma Enstitüsü ise küreselleşmeyi “mal, hizmet, teknoloji, veri, kültür gibi olguların süratli ve daimi bir şekilde ulus ötesine geçişi” olarak tanımlamıştır. Adı geçen Enstitü, “ulus ötesi örgütlerin küreselleşme ile birlikte, bilgi ve veri aktarımının uluslararası hale dönüştüğünü ve ülke ekonomilerinin tek pazar haline geldiğini” ifade etmiştir (Öymen, 2000: 26).

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), küreselleşme kavramını iki boyutta ele almaktadır. Bunlardan ilki yatırım, teknoloji, ticaret gibi kapitalin serbestleşmesi olarak ifade ederken, ikinci boyutta ise küreselleşmenin zorunlu bir yatkınlıktan ziyade siyasi tercihlerin sonucu olduğunu ifade etmiştir (ILO, 2003).

Yapılan pek çok tanım ele alındığında küreselleşme ile ilgili en net tanımlardan biri; “ülkelerin birbirleri ile olan gerek fiziki ve ekonomik, gerekse de sosyal ve kültürel sınırların yok sayıldığı, bireyin ve işletmelerin istedikleri yerlere kolayca ulaşabildiği, sınırların önemini yitirdiği, hem aynı toplum içinde yaşayan insanların gerek birbirleri ile olan sorunlarının ve gerekse diğer toplumlarla yaşadıkları sorunların dağılmasının daha kolay ve hızlı yaşandığı süreç” şeklindedir (Ercan, 2010: 210).

Görüldüğü üzere küreselleşme kavramı üzerinde birçok tanım ve çalışma yapılmıştır. Bunun temel sebebi olarak araştırmacıların küreselleşme olgusuna farklı bakış açıları ile yaklaşımları ve çalışma alanları doğrultusunda tanımlama yapmaları gösterilmiştir. Yapılan bu çalışmalar, küreselleşme kavramına farklı boyutlar kazandırmaktadır.

Küreselleşmenin Tarihsel Gelişimi

Avrupa'nın tarihsel gelişimi küreselleşme kavramının da tarihi olarak kabul görmekle birlikte, bunun ilk örneklerini 1500'lü yıllara kadar götürmek mümkün gözükmemektedir. Küreselleşmenin tarih sahnesine çıkışının ilk insanın Afrika bölgesinden çıkıp, farklı topraklara yerleşmesiyle birlikte görüşlerini ve ürünlerini diğer bölgelere yayması gösterilmekte, bunun sonucunda ise kültürel, sosyal ve ekonomik küreselleşmenin tohumlarının atıldığı dile getirilmektedir.

Sömürgeciliğin yayılması ile paralel bir şekilde ivme kazanan küreselleşme ticari faaliyetlerin uluslararası piyasalara açılması ile birlikte özellikle emperyalist güçlerin keşfettiği bu topraklarda hızla yayılmaya devam etmiştir.

Tablo 1

Küreselleşmenin Yüzyıllara (YY.) Göre Yayılması

Bölge	16. yy.	17. yy.	18. yy.
Avrupa	Artış	Sabit	Artış
Afrika	Sabit	Artış	Artış
Ilıman Amerika	Sıfıra Yakın	Artış	Artış
Tropikal Amerika	Artış	Sabit	Düşüş
Asya	Artış	Düşüş	Düşüş
Tüm Dünya	Artış	Sabit	Artış

Kaynak: Wallerstein, 2017: 38.

Tablo 1'de ele alınan beş bölgenin farklı yüzyıllarda yapmış olduğu uluslararası ticaret hacmi gösterilmek istenmiştir.

Literatürde küreselleşmenin tarihsel gelişimi birinci, ikinci ve üçüncü küreselleşme olmak üzere üç boyutta incelenmektedir. Birinci ve ikinci küreselleşme döneminde Avrupa'nın ekonomik hegemonyasından söz edilirken, üçüncü küreselleşme döneminde ABD, dağılan Sovyetler Birliği, Çin ve Japonya gibi başka güçler Avrupa'nın yanına eklenmiştir.

2.1.2. Turizm Kavramı

Küreselleşen dünyada ülke sınırlarının ortadan kaldırılmasıyla birlikte, insanlar çeşitli sebeplerle yerleşik oldukları yerlerden farklı kesimlere hareket etmektedirler. Ortaya çıkan bu hareketlilik uzun yıllardan beri pek çok tanım almakla birlikte “turizm faaliyeti” olarak nitelendirilmektedir.

Bazı araştırmacılara göre turizmin köken olarak İbranice’ye ait olduğu ve “Torah” anlamına gelen öğrenme, araştırma olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir (Denk, 2022: 2). Diğer bir grup araştırmacıya göre ise, Latince dönme anlamına gelen “Tornus” kelimesinden türediği ifade edilmiştir. Bununla birlikte turizm kavramına ilişkin henüz ortak bir tanım geliştirilememiştir (Hazar, 2010: 3).

Turizm kavramı birçok araştırmacı tarafından farklı şekilde tanımlanmıştır. Bu çalışmalardan ilki Guyer-Feuler tarafından 1905 yılında geliştirilmiştir. Guyer-Feuler’e göre “turizm, gün geçtikçe artan hava ve iklim değişiklikleri, doğanın keşfedilmesi gereken güzellikleri, dinlenme gibi amaçlar doğrultusunda insanların yapmış oldukları hareketler” olarak ifade etmiştir (Kozak, 2001: 1).

Modern turizm görüşü ilk olarak Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından 1941 yılında ortaya atılmıştır. Hunziker ve Krapf tarafından yapılan bu tanımlama Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Derneği (AIEST) tarafından da kabul görmüştür. Yapılan bu tanımlamada turizm, “yerel olmayan vatandaş ve yabancıların, ticari amaç gütmeyen ve devamlı yerleşim haline dönüştürülmeyen gezme ve konaklama aktivitelerinin tümü” olarak ifade edilmiştir (Barutçugil, 1986: 2).

Yapılan bu tanımlama, 1963 yılında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından da bazı değişiklikler yapılarak benimsenmiştir. UNWTO tarafından benimsenen tanıma göre turizm, “şahsi ya da profesyonel hedefler doğrultusunda başka bölgelere veya yerlere çeşitli amaçlarla hareket edilmesi” olarak ifade edilmiştir (UNWTO, 2024).

Turizmin Tarihsel Gelişimi

Bu konuda çalışmalar yapan bilim insanları, turizm tarihini ilkçağda yaşamış olan Sümerlere kadar dayandırmaktadırlar. Yazının ve tekerleğin icadı ile birlikte ticari faaliyetlerin baş göstermesi sonucu turizmin ilk örnekleri bu çağda gelişmeye başlamıştır (Barutçugil, 1986: 28).

Özellikle 1800'lü yıllarda Eski Mısır, İtalya, Batı Asya gibi bölgelere olan meraktan kaynaklı birçok ziyaret gerçekleştirilmiştir. Eski Mısır'ın sembolü haline gelen piramlara olan merak insanları bu coğrafyayı keşfe teşvik etmiştir. Zaman içerisinde insanların savaş, yeni toprakları görme ve fethetme politikası, ticaret, sağlık gibi pek çok sebepten dolayı farklı bölgelere seyahat ettikleri görülmüştür (Kozak vd., 2013: 27).

Orta Çağ'a gelindiğinde ise bu seyahatlerin temel kaynağı din olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde Türk topluluklarında da turizm faaliyetlerinin genişlediği görülmektedir. Ziyaretçilerin kullanımına açık olan kervansaraylar, konaklama ve temel ihtiyaçların giderilmesi gibi pek çok kurum inşa edilmiştir (Kozak vd., 2013: 28).

Sanayi Devrimiyle birlikte birçok alanda yaşanan gelişmeler turizm alanında da etkili olmuştur. Özellikle teknolojinin de gelişmesiyle birlikte 1841 yılında 570 kişiden oluşan ilk turizm turu Thomas Cook tarafından gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra ulaşımın kolaylaştırılması, ülke sınırlarının ortadan kaldırılması, eğitim seviyesinin artması, gelir düzeyinde yaşanan iyileşmeler turizmin gelişip yaygınlaşmasında etkili olan temel öğeler olarak gösterilebilir (Kozak vd., 2013: 27).

Türkiye, sahip olduğu stratejik ve jeopolitik konum itibarıyla, çok uzun yıllardan beri diğer ülkelerin ilgi odağı olmuştur. Özellikle İlk Çağlardan günümüze uzanan uzun soluklu tarihi geçmişi sebebiyle dikkatleri üzerine çekmektedir. Bu tarihi serüven sonucunda ülkemiz doğal servet ve güzellikleri içinde barındırmasıyla beraber yoğun turizm merkezlerinden biri haline dönüşmüştür (Değirmencioğlu ve Ahıpaşaoğlu, 2011: 31).

Turist Kavramı

Turizmin dünya genelinde ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı olması ve ciddi bir yer kaplaması turist kavramının da net bir şekilde ifade edilmesini mutlak kılmaktadır.

1800'l yıllarda Samuel Page tarafından ilk kez kullanılan turist kelimesi bu tarihten sonra pek çok araştırmacı tarafından da dile getirilmiş olup, birden fazla tanım içerisinde barındırmaktadır (Kara vd., 2012: 76; zcan, 2013: 7).

Page tarafından kullanılan turist kelimesine ilk tanım, 1933 yılında yapılmıştır. Ogilvy'e göre turist, daimi yaşıdığı yerden geçici ya da en fazla bir yıl olmak kaydıyla bulunduğu yerlerde kazandığı parayı tüketmek şeklinde tanımlanmaktadır (uhadar, 2006: 9).

Turist kavramı global açıdan ilk kez Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları tarafından tanımlanmıştır. Buna göre turist, "Daimi yaşıdığı yerden geçici ya da en fazla bir yıl olmak kaydıyla bulunduğu yerlerde kazandığı parayı tüketmek" olarak ifade edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2023: 32).

Türk Dil Kurumu'nun (TDK) yapmış olduğı tanımlamada ise; istirahat, eğlenmek, gezinmek gibi amaçlar doğrultusunda geziye çıkan kimse olarak ifade edilmiştir (TDK, 2023).

Turist kavramı için yapılan bir başıka tanım ise, "Ticari faaliyette bulunmayan, yaşamını daim ettirdiğı yerden belirli bir süreliğine ayrılan ve gittiğı yerde geceleyen kişıleri kapsamaktadır." şeklinde olmuştur (Usta, 2014: 10).

Şimdiye dek yapılan pek çok turist tanımından anlaşıldığı üzere, bir kişi ya da grubun turist olarak nitelendirilebilmesi için bazı koşullar söz konusudur. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Tutar ve Tutar, 2004: 25; Türkmen, 1990: 4);

- Keyfi durumlar, ailya bağları, sağlık gibi sebepler,
- Bilimsel ve idari toplantılar, dini sebeplerle ziyaret ya da spor etkinlikleri gibi amaçlarla yapılacak olan toplantılara katılmak,
- Ticari ve ekonomik amaçlı seyahatler,
- Deniz gezileri sebebiyle ikamet ettikleri yerden ayrılıp, gezi süresi bir günü aşmasa dahi konaklama olmaksızın seyahat edenler turist olarak nitelendirilmektedir.

2.2. Turizmin Teorik Altyapısı

2.2.1. Turizm Arzı

Arz kavramı, “Belirli bir piyasada belirli bir fiyattan belirli bir zamanda satmak istenen mal ve hizmetlerin tamamı” olarak ifade edilmektedir (Dinler, 2012: 66).

Turizm arzını incelediğimiz zaman ise daha karmaşık ve birçok faktörü içerisinde barındırın bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Net bir tanıma sahip olmamakla birlikte araştırmacıların üzerinde durdukları konu aynıdır. Turizm arzı, “Gelen ziyaretçilerin talepleri doğrultusunda zaruri mal ve hizmetleri sağlama yöntemlerinin bütünüdür.” şeklinde tanımlanmaktadır (İçöz ve Kozak, 2010: 33).

Diğer tanım ise; Bir ülke, yöre ya da turistik merkezin, gelen ziyaretçilerin gereksinimlerini karşılamak için sağladıkları tüm imkanlar ile sabit bir fiyattan satmak için hazır olan hizmet ve mal bileşimleri.” olarak ifade edilmiştir (Olalı ve Timur, 1988: 45).

Yapılan bu açıklamalardan sonra eğlenme, istirahat, konaklama, yeme-içme gibi pek çok aktivite turizm arzının kapsamına girmektedir (Bahar ve Kozak, 2023: 63).

Bu sektörde varlığını sürdüren tüm otel, apart, tatil köyü gibi işletmelerin arzları, turizm alanında piyasa arzını da göstermektedir. Bu yüzden günümüzde birçok işletme yeni turizm merkezleri, ürün yelpazesinde genişleme ve bir takım yeni arz oluşturma çabası içerisindeyler. Bunun temel sebebi ise, yeni ürün artırımını ile ülkeye gelen ziyaretçi sayısı ve gelirini arttırmak, uluslararası ve ulusal pazarda nüfuz sahibi olmak olarak gösterilmektedir.

Turizm Arzının Özellikleri

Turizm arzının kendine has yapısı itibariyle birtakım özellikleri vardır. Bu özellikler şu şekilde ifade edilebilir (Olalı ve Timur, 1988: 179-185; Erdoğan, 1995: 360; Bahar ve Kozak, 2023: 86-88);

- Arzın sağlanabilmesi için büyük bir bütçe ayrılıp plasman sağlanması gereklidir,
- Turizmin yapıldığı bölgedeki demografik yapıya has ürün yelpazesi gerekmektedir,
- Turizmin statik bir yapısının olmamasından ve mevsimsel bir sektör olmasından kaynaklı mal ve hizmetlerin depolanabilir olması söz konusu değildir,
- Turizm arzı, diğer sektörlerden farklı olarak ikame edilebilirliği daha üst düzeyde seyreden bir alan olmakla beraber risklerin paylaşımı daha zordur,
- Turizm sektörünün gelişimi ve büyümesi insan gücüne dayalı olduğu için emek yoğun bir sektör olarak ifade edilebilir,
- Turizm mücerret hizmetlerden oluştuğu için her gün her saat devam etmektedir,
- Turizm arzı esnek olmayan bir yapıya sahiptir. Talepte meydana gelebilecek bir artışta anında geri dönüş sağlanamayabilir. Bunun sonucunda fiyatlarda bir artış yaşanabilmektedir,

- Turizm sektörü yapısı gereği ziyaretçilerin hizmetin sunulduğu yere gitme gibi bir zorunluluğu bulunmaktadır.

Turizm, geniş ürün yelpazesine sahip olmakla birlikte her kesimden kitlelere hitap edecek pek çok alternatifi içinde barındırmaktadır. Bu özelliği sebebiyle tam rekabet piyasası koşullarını sağlamaktadır. Nitekim kaynak alanında yetersiz olan bölgeler eksik rekabet alanını oluşturmaktadır. Mevsimsel olması, konum itibari ile uzaklığın olması, sezon dışı aktif olmaması gibi sebepler tam rekabet koşullarının aksadığını göstermektedir.

Turizm Arzını Etkileyen Faktörler

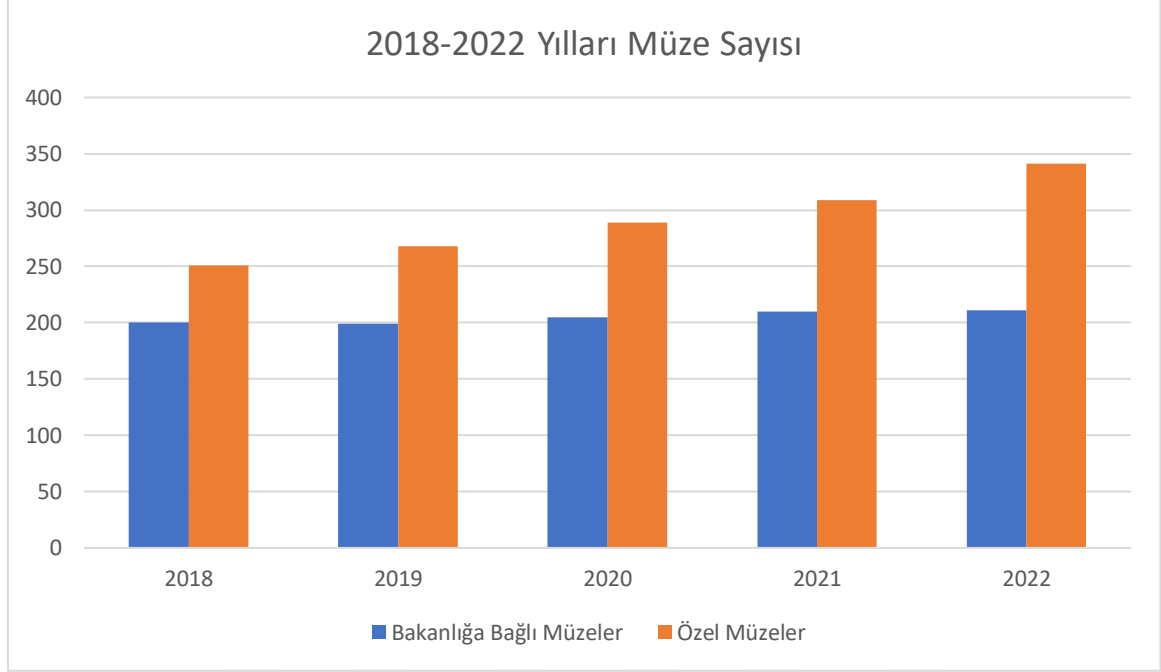
Turizm arzını etkileyen faktörlere bakıldığında sadece tek bir nedenden bahsetmek yanlış olur. Bir ülke, bölge ya da çekim merkezinin sahip olduğu doğal varlıklar, sosyo-kültürel varlıklar, ulaşım imkanları, ekonomik ve sosyal unsurlar gibi pek çok faktör turizm talebini ne ölçüde karşılayabileceği açısından önemlidir.

Sosyo-Kültürel Varlıklar

Sosyo-kültürel varlıklar olarak nitelendirilen değerlerin başında müzeler ve tarihi alanlar gelmektedir. Bu varlıklar beşeri sermayenin mirası olarak ait olduğu ülkeye maddi ve manevi birçok getiri sağlamaktadır.

Dinsel ve tarihsel abideler, ören yerleri, eski dönemlere dair iz ve yapıtların bulunduğu bölgeler genellikle turizm merkezleri olarak nitelendirilmektedir. Medeniyetlerin varoluşlarını, kültürel yapısını ve yaşamını gösteren yapıtlar o bölgenin turizm servetini oluşturmakta ve çekim merkezi haline getirmektedir (Zengin, 1994: 41).

Ziyaretçilerin ilgi alanlarına giren diğer bir alan ise müzelerdir. Müzeler özellikle ait olma duygusunu canlandırdığı için kültürel aktivitelerin en önemli yapı taşlarından biri olarak değerlendirilir.



Şekil 1. 2018-2022 Yılları Arası Türkiye’deki Müze Sayısı

Kaynak: TUİK, 2024.

Şekil 1’de 2018-2022 yılları aralığında Türkiye’de var olan Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzeler ve özel müzelerin sayıları belirtilmiştir. Şekilden de görüldüğü üzere özel müzelerin sayılarında bir artış mevcutken, bakanlığa bağlı olan müzelerde daha stabil bir durum mevcuttur.

Doğal Varlıklar

Ülkelerin coğrafi sermayeleri, turizm faaliyetlerinden bağımsız bir şekilde sahip oldukları varlıklardır. Bu doğal varlıkları ülke gelirine katkıda bulunmak için avantaja çevirmek, fiziksel yatırım ve iyi yönetimi ile gerçekleşmektedir.

Her bölgenin kendine has jeolojik ve beşeri yapısı, hava koşulları ve coğrafi konumu olduğu gibi doğal bir estetiğe ve özelliklere de sahiptir. Bu özellikler kıyı şeritleri, volkanik dağlar, şelaleler, mağaralar olarak sıralanabilmektedir (Çubuk, 1981: 74).

Bunların yanı sıra iklim koşulları da turizmi etkileyen önemli etkenlerden bir tanesidir. Yaz aylarında gelen ziyaretçilerin deniz, kum ve güneşlenme süreleri, su sporları gibi aktiviteleri tercih ederken, kışın ise kar seviyesinin fazla olduğu bölgelerde kış sporları yapma eğiliminde olmaktadır. Bu durumda turizmin ülke ekonomisine katkısı mevsimsellikten uzaklaşıp her mevsimde getiri sağlamaktadır.

Ekonomik ve Sosyal Unsurlar

Ekonomik ve sosyal unsurlar ülkenin refah seviyesi, alt ve üst yapısı, haberleşme, konfor alanı, mağazalar, tesisler, eğlence merkezleri gibi çok geniş bir konuyu kapsamaktadır. Bu yüzden ekonomik ve sosyal unsurlar turizm bölgesinin gelişme ve büyümesi için bir ön koşul olarak nitelendirilmektedir.

Turizm bölgesi olarak adlandırılan bir bölgenin, yeterli güce sahip olmasıyla birlikte o gücün aktif bir şekilde kullanımı için alt ve üst yapılarının da ziyaretçilerin kullanımına hazır olması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2023: 67).

Ekonomik ve sosyal unsurlar bir bölgenin turistik olarak nitelendirilmesinde tek başına yetmezken, yokluğunda ise önemli problemleri beraberinde getirmektedir. Turizm işletmeleri, eğlence merkezleri gibi alanlar ziyaretçilerin tercihlerinde önemli etkenler olmaktadır (Zengin, 2010: 19).

Ulaştırma

Özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte ulaşımın daha kolay ve pratik bir hale gelmesi, toplu taşımada alternatiflerin artması gibi gelişmelerle birlikte turizm daha dinamik bir hal almıştır.

Turizm ile ulaşım arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. İkisinin de gelişim evreleri incelendiğinde bu ilişki daha net bir şekilde karşımıza çıkmaktadır (Gürdal, 1990: 72).

2.2.2. Turizm Talebi

Talep belirli bir zamanda, belirli bir piyasada, belirli bir fiyattan satın almak istenen mal ve hizmet miktarı olarak tanımlanmaktadır. Turizm talebi ise maddi anlamda talep tanımıyla benzerlik göstermektedir. Belirli bir zamanda, belirli bir piyasada belirli bir fiyattan satın almak istenen turistik mal ve hizmet miktarı olarak ifade edilir (Ünlüöner vd., 2015: 44-49).

Turizm talebi ulusal ve uluslararası olmak üzere iki temel başlıkta incelenmektedir. Ulusal turizm talebi, ülke sınırları içerisinde yaşayan insanların talep ettikleri mal ve hizmetleri kapsamaktadır. Uluslararası turizm talebi ise, yurtdışına çıkma isteği olarak ifade edilmektedir (Usta, 2014: 99).

Turizm talebini etkileyen birbirinden farklı ekonomik göstergeler söz konusudur. Bunlar gelir düzeyi, ikame malların fiyatı, tamamlayıcı mal ve hizmetlerin fiyatları, alışkanlıklar ve zevkler olarak ifade edilebilir (Kazdağlı, 1995: 1).

Tablo 2

Uluslararası Turizm Talebini Belirleyen Faktörler

Belirleyiciler	Ana Unsurlar
Sosyo-Ekonomik	• Gelir • Kişi Başına Düşen Milli Gelir • Özel Tüketim • Tüketici Fiyat Endeksi • Turizm Fiyatları • Taşıma Maliyeti • Gidilecek Ülkedeki Yaşam Maaliyeti • Pazarlama • Mesafe
Psiko-Sosyolojik	• Nüfus • Geçmiş Tecrübeler
Dış Kaynaklı	• Teknolojik Gelişim • Kentselleşme • Özel Sebepler

Kaynak: Ramos ve Rodrigues, 2010: 7.

Tablo 2’de uluslararası turizm talebini etkileyen faktörler yer almaktadır. Söz konusu faktörler ana hatları ile sosyo-ekonomik faktörler, psiko-sosyolojik faktörler, dış kaynaklı faktörler olarak gruplandırılmakta ve her biri de kendi içerisinde alt dallara ayrılmaktadır.

Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebi sübjektif bir özellik taşıdığı için pek çok farklılığı içerisinde barındırmaktadır. Bu farklılıklar dikkate alındığında turizm talebinin oluşmasında çeşitli etkenlerin varlığından söz edilebilmektedir. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Bahar, 2000: 23);

- Turizm talebi değişken bir yapıya sahiptir. Bireyler dinlenme, eğlenme, dini sebepler, sağlık gibi pek çok amaç doğrultusunda seyahat etmektedir. Bu da bireyler arasında farklı tercih noktalarının ortaya çıkmasını sağlamaktadır.
- Turizm talebini etkileyen diğer bir özellik ise bireylerin sahip oldukları gelir seviyeleridir. Harcanabilir gelirin artmasıyla beraber turizm talebi de artarken,

düşmesi sonucu talepte de bir azalma meydana gelmektedir. Yani harcanabilir gelir ve turizm arasında doğrusal bir ilişki vardır.

- Turizm talebinin ikamesi oldukça yüksek seyretmektedir. Çünkü ziyaretçilerin tercih etmiş oldukları mal ve hizmetler bütünü sosyal, siyasi ve ekonomik bileşenlerden doğrudan etkilenmektedir. Bu durum ise turizm talebine esnek bir görünüm kazandırır.
- Turizm talebi ülkelerin refah düzeyleri ile doğrudan ilişkilidir. Talebin oluşması, gelişmiş ülkelerde daha sık görülmektedir. Bunun yanı sıra, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki turizm talebi de birbirinden farklılık göstermektedir.
- Turizm sektörünü mevsimsellikten etkilendiği için turizm talebi de bu durumdan doğrudan etkilenir.

Kısaca turizm talebi değişken ve bağımsız bir özellik taşımaktadır. Talebin oluşmasında birden fazla etken rol oynamakla birlikte birbirleriyle ilişkili olan bu etkenlerden bir veya daha fazlasının yokluğu durumunda talep miktarı etkilenmektedir.

Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebini oluşturan turistik mal ve hizmetler birden çok sayıda faktör tarafından etkilenmektedir. Bu faktörler ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği gibi, çeşitli turizm alanlarına ve ülke sınırları içerisinde yer alan yakın bölgeler arasında bile farklılık göstermektedir. Turizm talebinin etkileyen faktörlere bakıldığında genel olarak ekonomik, sosyal, psikolojik ve politik olmak üzere dört ana grupta toplanabilir (Ramos ve Rodrigues, 2010: 6).

Ekonomik Faktörler

Turizm talebini belirleyen temel taşlardan bir tanesi ekonomik faktörlerdir. Turistik mal ve hizmet talebinde bulunan ziyaretçilerin talebini karşılayacak oranda satın alma gücünü elinde bulundurması gerekmektedir. Bulunmaması durumunda ise talebin bir önemi kalmamaktadır (Ata, 1985: 25).

Talebi etkileyen ekonomik faktörler çok çeşitli olmakla beraber milli gelir ve kişisel gelir, mal ve hizmetlerin fiyatı, döviz kurları, mesafe, turistik alanın tanıtımı ve reklamı, ulaşım gibi faktörler sıralanabilir. Daha önce de değinildiği gibi kişisel gelir, turizm talebi oluşmasında baş etkindir. Kişisel gelirin olmadığı durumlarda talebin varlığından söz edilemez.

Milli gelir ise talep miktarının belirlenmesinde kilit bir rol oynamaktadır. Ülkenin sahip olduğu gelir düzeyi ne kadar fazlaysa harcanabilir geliri de o denli yüksek olmaktadır (Özcan, 2013: 43).

Mikroekonomide talep kanunu olarak adlandırılan ilke doğrultusunda talep edilen mal ve hizmetin fiyatı arttıkça talep miktarı da buna paralel olarak düşmektedir. Tersine, mal ve hizmetin fiyatının düşmesi halinde ise talep miktarında bir artış meydana gelir. Kısaca talep edilen mal ve hizmetin fiyatı ile talep miktarı arasında negatif yönlü bir ilişki mevcuttur (Usta, 2014: 95).

Turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler ana hatları ile şu şekilde sıralanabilir;

- Döviz kuru, turizm talebini etkileyen önemli faktörlerden bir tanesidir. Yabancı ülke parası olarak tanımlanan döviz, ziyaretçi sayısını doğrudan etkilemektedir. Yani ulusal paranın diğer ülke paraları karşısında değer kazanması sonucu talep edilen miktarda da bir artış söz konusu olacaktır. Bu nedenle ziyaretçiler, gittikleri bölgelerde zaruri harcamaların karşılanması için döviz kurlarını bilip ona göre hareket etmek istemektedirler (Kozak vd., 2013: 98).
- Turizm talebinin arttırılması zaman ve maliyet kavramlarıyla yakından ilgilidir. Bu yüzden ulaşım olanaklarının gelişmiş olması turizm için vazgeçilmez bir eşiktir. Ulaşım için harcanan zaman, ziyaretçiler tarafından tatillerin sürelerinde kısaltmaya yol açabileceği gibi maliyetlerin de fazla olması ikame bölgelerin tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır (Bahar ve Kozak, 2023: 118).
- Gelişen teknolojiyle beraber fiziki sınırların ortadan kaldırılması dijital pazarlama alanını da geliştirilmiştir. Turizm merkezlerinin sosyal platformlarda tanıtılması ve doğru reklam kampanyaları ile kitlelere sunulması turizm talebini

olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca bu, var olan turizm gücünü de ortaya çıkartmaktadır (Şahin ve Bayram, 2018: 64).

Sosyal Faktörler

Turizm talebini uzun vadede etkileyen sosyal faktörlere baktığımızda yaş, cinsiyet, zevk ve tercihler, aile alt yapısı ve öğrenim seviyesi gibi birçok etkenden söz etmek mümkündür.

İnsanın yaşamını kanallize eden etkenlerden en önemlisi zevk ve tercihler olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanların yılın belirli dönemlerinde seyahate çıkmak, tanınmış kişilerin tercih ettiği yerlere gitme, pahalı bir markadan alışveriş yapma gibi alışkanlık ve tercihleri olabileceği gibi bu tercihler ve alışkanlıklar turizm talebini de etkilemektedir.

Veblen tarafından geliştirilen “açık tüketim kavramı, bireyin mal ve hizmet satın alması sonrası elde edeceği statü nedeniyle satın alınma eylemini gerçekleştirmesi olarak ifade edilmiştir. Bu tarz tüketimler daha çok nüfuz ve gösteriş amaçlı yapılan tüketimler olarak nitelendirilmektedir (Özcan, 1998: 35).

Cinsiyet ve aile yapısı da turizm talebini etkileyen bir diğer önemli etkidir. Özellikle 15-24 yaş aralığını kapsayan genç nüfusun, toplam nüfusa oranla daha fazla seyahat ettiği ve modern aile yapısı itibarıyla daha özgür olduğu belirtilmiştir. Gelir düzeyindeki iyileşmeler ve aileye karşı mesuliyeti olmayan bu kesim özellikle kimliklerini bulmak ve yeni yerler görme isteğiyle seyahat etme eğilimindedir (Dinçer, 1993: 39).

55-65 yaş aralığını kapsayan yaşlı nüfus için ise, gelir seviyesinin ve boş zamanın artması gibi sebeplerle özellikle gelişmiş ülkelerde seyahat oranlarının gün geçtikçe arttığını görmekteyiz. Orta yaş grubu evlilik, çocuk, iş gibi sorumlulukları sebebiyle turistik seyahatlerde kaynak aktarımı ve zaman ayırmada çeşitli sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedirler (Dinçer, 1993: 36).

Cinsiyet faktörü de turizm talebi üzerinde aktif bir rol oynamaktadır. Kadınlar daha çok kültürel ve dini amaçlarla uzun süre konaklamalı seyahatleri tercih ederken, erkekler daha çok sportif faaliyetler ve günü birlik ziyaretler tercih etmektedir.

Bireylerin sahip oldukları eğitim düzeyleri ve meslekleri turizm taleplerini etkilediği görülmektedir. İyi eğitim almış ve statü açısından iyi konumda yer alan insanların turizme daha yatkın oldukları, eğitim seviyesi ve kazançları stabil olan bireylerin ise daha az seyahat ettikleri bilinmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 37; Usta, 2014: 7).

Sanayileşmenin artmasıyla birlikte kırsal alanlardan kentlere orantısız bir göç başlamıştır. Göç kaynaklı hızlı nüfus artışı, hava kirliliği, gürültü gibi pek çok olumsuz durumları da beraberinde getirmektedir. Özellikle kentlerde yaşayan insanların bu olumsuz durumlardan uzaklaşmak ve dinlenmek için yaşadıkları yerden uzaklaşıp doğayla iç içe olabileceği yerleri tercih ettikleri görülmüştür (Ünlüöner vd., 2015: 58).

Politik Faktörler

Politik faktörler üç temel başlık altında incelenebilmektedir. Bunlar ziyaretçinin kendi ülkesindeki siyasi durum, turistik gezinin yapılacağı ülkedeki siyasi durum ve küresel anlamdaki siyasi durum şeklinde dile getirilebilir.

Bireyin kendi ülkesindeki siyasi rejim, ulusal ve uluslararası turizm için engelleyici politikalar izlemesi halinde turizm aktivitesi sağlanamayacaktır ya da seyahat edilecek ülkenin sınır işlemleri, vize, kota gibi düzenlemeleri, iç savaş terör gibi olaylar turizm talebinin oluşmasında engel olabilmektedir.

2010 yılında baş gösteren Arap Baharı, özellikle Arap yarımadasındaki ülkeleri karışık ve olumsuz siyasi durumlar içerisine sokmuştur. Dolayısıyla bu yıllarda özellikle Ortadoğu ülkelerine olan turizm talebinde bir düşüş yaşanmıştır. Yine aynı tarihlerde Amerika'da

meydana gelen 11 Eylül saldırıları sebebiyle, 2011 yılında insanların havayolu taşımacılığına olan bakış açıları değişmiş ve bireylerde korku havası yaşanmıştır. Bunun sonucunda ise Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) yapmış olduğu araştırma neticesinde küresel anlamda turizm talebinde %7,4'lük bir azalış gözlemlenmiştir (Yılmaz ve Yılmaz, 2005: 48).

Psikolojik Faktörler

Turizm talebinin belirleyicilerinden olan psikolojik faktörler için bireylerin aldıkları seyahat kararları, beklentileri, amaçları gibi pek çok etkenden söz etmek mümkündür.

Bireyler yoğun iş temposu, sorumluluk ve içerisinde bulundukları ortamdan uzaklaşmak ve rahatlamak için turizm faaliyetine yönelmektedirler. Bu yüzden insanlar psikolojik olarak kendilerini tatmin etmeye devam ettikçe turizm talebinde bulunmak isteyeceklerdir.

Psikolojik faktörlerin turizm talebini olumsuz yönde etkileme gibi bir özelliği de söz konusudur. Esnaf, satıcı ya da turistik işletmelerin turistleri gelir kapısı olarak görmeleri ve ellerindeki mal ve hizmet sepetlerini uçuk fiyattan satmak istemeleri, ziyaretçilerin o bölge hakkındaki turizm deneyimini olumsuz yönde etkilemektedir.

2.3. Turizmin Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Küresel anlamda turizm 1960 yılından sonra arz-talep dengesinde talebin artmasıyla birlikte ivme kazanmıştır. Bu dönemde hayata geçirilen kalkınma planları ile birlikte ülke sınırlarının ortadan kaldırılması ve döviz kısıtlamalarının kalkması, gelir seviyelerindeki artışlar, ücretli izin gibi olanaklar sayesinde turizm sektörü olumlu yönde ilerleme kaydetmiştir. Bu olumlu gidişat birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için yeni bir rekabet alanı oluşturmuştur (Yarcan, 1998: 5-6).

Turizm ekonomisi kavramı turizm eyleminin sebeplerini, alanını ve reaksiyonunu neden sonuç ilişkisi içerisinde sistematik olarak inceleyen ve ekonomik alanına değinen bir bilim dalıdır (İçöz ve Kozak, 2010: 1).

Turizm sektörünün bir ekonomide mevcudiyetinden bahsedebilmek için, ziyaretçilerin tercih sebeplerine ve harcamaları sonucunda devlet ekonomisine ne ölçüde katkı yaptığına değinmek gerekmektedir (Hazar, 2010: 186).

Turizm sektöründe ziyaretçiler tarafından yapılan her türlü tüketim, ülke ekonomisine dirilik katmaktadır (Akmel, 1993: 3). Turizm faaliyetinin aktif olarak yürütüldüğü bölgelerden elde edilen gelir, ekonominin eksik hissedildiği diğer alanlara yatırılarak gelir aktarımı gerçekleştirilmiş olur.

Gelişmekte olan ekonomiler için önemli bir gelir kaynağı olan turizm sektörü ülkeye döviz girişinde ve istihdam sağlamada önemli bir paya sahiptir. Bu ekonomilerde nüfus oranı yüksek, yükselen nüfus karşısında gayrisafi milli hasıla ve ortalama milli gelir seviyesi düşmektedir. Aynı zamanda işsizlik oranı yüksek seviyelerde seyretmektedir.

Ayrıca üretim imkanlarının yetersiz olması sebebiyle ara mallar ve yatırım mallarında dışa bağımlıdırlar. Uluslararası pazarda hammadde ve tamamlanmış mal ihracı yapan bu ekonomiler gün geçtikçe artan cari açıkla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu noktada turizm, gelişmekte olan ülke ekonomileri için kurtarıcı bir rol üstlenmektedir (Yarcan, 1998: 12).

Pek çok kişiye istihdam sağlayan turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkeler için makroekonomik bir problem olan işsizlik konusunda büyük bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır (Sağcan, 1986: 106).

2.3.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi

Başta gelişmekte olan ülkeler olmak kaydıyla birçok ülke ödemeler bilançosunun ciddi oranda açık verme sorunu ile karşılaşmaktadırlar. Bu sorunun ortadan kaldırılması için pek çok politika uygulansa da esas yol ihracatın arttırılması olarak benimsenmiştir. İhracatın arttırılması politikası uzun süreyi kapsayan, yoğun çabalarla ve kaynak temini ile gerçekleştirilmektedir.

Diğer yandan; turizm sektörü, ödemeler dengesi içerisinde önemli bir etkiye sahiptir. Bunun nedeni, turizm sektörünün diğer sektörlerle oranla daha kısa vadede ve daha az çaba ve kaynak ile ülke ekonomisine katkı sağlamasıdır. Cari açığı olan ülkeler hizmet satışıyla birlikte ülkeye döviz girişini sağlarken, cari fazlalığı olan ve genellikle gelişmiş olan ülkeler ise dış turizmi teşvik ederek fazlalığın dengeye gelmesini sağlamaktadırlar (Unur, 2000: 6).

Özellikle coğrafi açıdan turizm sektörüne elverişli olan bölgelerde, diğer iş kollarına nazaran turizmin yatırımının daha az maliyetle yapılması, doğru etkileşim için reklam kampanyalarının düzenlenmesi, ürün yelpazesinin ve alternatiflerinin arttırılması gibi adımlarla ülke ekonomisinin cari açığının giderilmesi için bu alana başvurulur (Özkök vd., 2007: 57).

2.3.2. Turizmin Gelir Üzerindeki Etkisi

Bugün nakdi ve toplumsal bir faaliyet alanına dönüşen turizm, ülke ekonomilerinde gün geçtikçe artan bir paya sahip olmaktadır. Özellikle gelişmiş ekonomilerden, az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilere doğru döviz nakli sağlanmaktadır. Ülkelerin kendiliğinden sahip olduğu deniz, kum, tarihi alan gibi maliyetsiz bölgelerine, yok denecek kadar az yatırım yapılmasıyla beraber milli gelire turizm yoluyla ilave yapılmaktadır.

Keynes tarafından ilk kez kullanılan çarpan etkisi, geliri belirleyen otonom değişkenlerde ortaya çıkacak değişim sonucunda, gelirden meydana gelen azalışlar ve artışlar olarak ifade edilmiştir. Bu teori harcamalar ve yatırımları kapsadığı gibi gelir ve tasarrufları da içerisinde barındırmaktadır.

Turizm talebinde meydana gelen artış, sadece bu sektörü değil sağlık, gıda, inşaat gibi pek çok alanda da ek kaynak ve istihdam oluşturma potansiyeline sahiptir (Olalı ve Timur, 1988: 190).

Gelen ziyaretçilerin konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi hizmetler karşılığında ödedikleri bedel, üretici tarafından bir kısmı tasarrufa ayrılırken, diğer kısmı yatırım olarak harcanacaktır ve milli gelire katkıda bulunacaktır (Sessa, 1974: 78).

1991-1992 yıllarında Türkiye ekonomisinin turizm harcamaları karşısında yapısını öğrenmek için bir araştırma yapılmış ve yapılan bu araştırma, gelen ziyaretçilerin bir birimlik harcamalarının, ülke ekonomisine nasıl bir etki yarattığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırmada turistik çarpan katsayısı hesaplanmış ve 4.03 sonucu bulunmuştur. Yani, bir ziyaretçinin 1 dolarlık yapmış olduğu harcama, Türk ekonomisinde 4.03 dolar niteliğinde bir etki yaratmaktadır (Turizm Bakanlığı, 1993: 69).

Tablo 3

Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) İçerisindeki Yeri

Yıllar	Turizm Geliri (\$)	GSYH (\$)	Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Payı (%)
1995	4.957.000,00	168.080,00	2,9
2000	7.636.000,00	265.384,40	2,9
2005	20.322.111,00	481.496,90	4,1
2010	24.930.997,00	731.608,40	3,2
2015	31.464.777,00	719.967,00	3,7
2020	12.059.320,00	716.902,00	2,0
2021	24.482.332,00	807.106,00	3,7
2022	49.857.030,00	905.814,00	5,1

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024.

Tablo 3’te Türkiye’nin turizm geliri, Gayrisafi yurtiçi hasıla ve turizm gelirinin gayrisafi yurtiçi hasıla içerisindeki yüzdelik (%) oranını görmekteyiz. 1995 yılından sonra turizm gelirinin artan bir ivme ile hareket ettiği görülmektedir. Fakat 2019 yılında patlak veren Covid salgını sebebiyle 2020 yılı turizm gelirinde ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Bu durum turizm gelirinin GSHY içerisindeki oranını da bir önceki yılda %3,7 olan değerini %1,7’lere gerilemesine sebep olmuştur.

2.3.3. Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi

Ülkelerin birbirinden bağımsız olarak sahip oldukları gelişmişlik düzeyleri ve teknolojileri ülke ekonomisini de doğrudan etkilemektedir. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerin temel amacı sanayi sektörünü diğer sektörler arasında birincil sıraya çıkartıp ekonomik büyümeyi hızlandırmaktır. Fakat sahip oldukları teknoloji yetersiz kaldığı için bu durum istihdam sorununu da beraberinde getirmektedir. Bir ekonomide makroekonomik sorunların başında gelen işsizliğin giderilmesi için hizmet sektörüne yönlendirilmeler yapılmaktadır.

Var olan doğal kaynakların doğru yatırımlar ile beraber etkin bir şekilde kullanılması sonucu hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm alanı, ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir gelir kaynağını oluşturmaktadır.

Turizm endüstrisi emek yoğun bir yapıya sahip olması sebebiyle, özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülke ekonomilerinin makroekonomik bir problemi olan işsizlik sorununu bir nebze olsun iyileştirmek için diğer endüstrilere nazaran daha az yatırım yapılarak daha fazla işgücü yaratma avantajı ile önemli bir gelir kaynağı olma özelliği taşımaktadır.



Şekil 2. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi (WTTC)'nin Ekonomik Katkı Kriterleri ve Boyutları

Kaynak: WTTC, 2024.

Şekil 2' de Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin 2024 yılı Mayıs ayında yayınlamış olduğu rapora göre turizmin ekonomik katkı ve kriterleri yer almaktadır.

Turizm geliştirmekte olan ülke ekonomileri için ekonominin iyileşme ve büyümesinin önemli bir mihenk taşıdır. Gerek ulusal gerek uluslararası piyasada varlığını daha fazla hissettirmek isteyen işletmelerin sayısı gün geçtikçe artış göstermekte ve emek arzını arttırmaktadır. Bu durum ise ülkeye döviz girişini sağlamanın yanı sıra istihdam olanakları da yaratmaktadır (Yıldız, 2011: 59).

Gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında Türkiye gibi geliştirmekte olan ülkelerin nüfus yapısına bakıldığında daha genç ve dinamik bir demografiye sahip olduğu görülmektedir. Bu bağlamda sadece doğal kaynakların ve coğrafik konumun turizm için yeterli olmayıp

emek-yoğun sektör olmasından kaynaklı ülke nüfusunun yapısı da önemli bir etmendir (Tutar vd., 2013: 16-17). Turizm sektörünün sağlamış olduğu istihdam potansiyeli bu alanla sınırlı kalmayıp gıda, inşaat, tekstil gibi pek çok alanda varlığını hissettirmektedir.

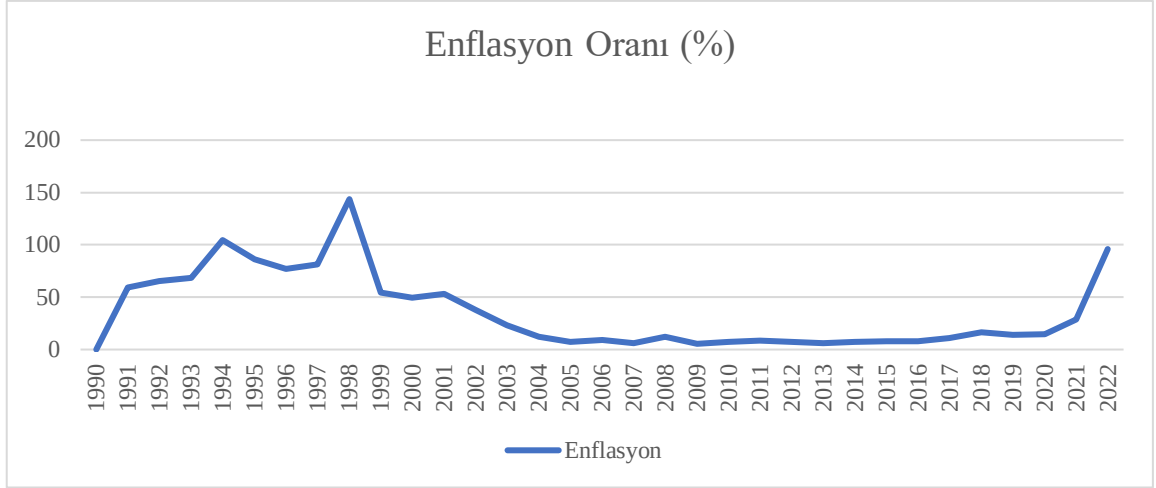
Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre, ülkeye bir gün içerisinde gelen turistlere ek olarak 100 kişinin geldiği ve ülkede bir gün geçirdiği varsayılırsa toplamda bir yılda 47 yeni iş olanağı, 6 adet yeni oluşturulmuş kurum ve 45 öğrencinin eğitim öğretim masrafına denk olacak vergi kazancı elde edilmektedir. Turizm, direkt olarak istihdam üzerinde etkili olmakla birlikte, dolaylı yönden diğer sektörlerle de istihdam alanında olanak sağlamaktadır (Yıldız, 2011: 59).

2.3.4. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Enflasyon, fiyatlar genel seviyesindeki artış olarak tanımlanmakla beraber ülkede var olan fiyat denge mekanizmasının bozulması olarak ifade edildiği için tercih edilen bir durum değildir (Tunca, 2005: 6).

Ülkede var olan bir sektörün ekonomik istikrarının bozulması sonucu, enflasyon kaçınılmaz bir sonudur. Turizmin öteki sektörlerle iç içe ve ahenkli bir şekilde iş birliği içerisinde olması, bu alanda yaşanan enflasyonun diğer sektörleri de etkileyeceği anlamına gelmektedir.

Şekil 3’te Türkiye’nin 1990-2022 yılları arasında görülen enflasyon oranları yer almaktadır. 1990 yılında Birleşmiş Milletler ’in Irak ve Kuveyt’e müdahaleleri sebebiyle patlak veren Körfez Krizi küresel çapta pek çok ülke ekonomisini etkilemiştir. Türkiye’de bu durumdan olumsuz yönde etkilenen ülkeler arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra 1994 yılında Türkiye’de devlet faiz oranlarını düşürmek amacıyla piyasaya sıcak para sürmesi üzerine döviz kuruna talebin artması üzerine yaşanan Nisan 1994 krizi de bu yıllarda enflasyon oranlarında ciddi yükselişlere sebebiyet vermektedir.



Şekil 3. Türkiye'nin 1990-2022 Yılları Enflasyon Oranları

Kaynak: Databank, 2024.

Turizmin etkili olduğu alanlardan bir tanesi de arazi ve gayrimenkul satışlarıdır. Gelen ziyaretçi sayısına bağlı olarak gayrimenkul ve arazi fiyatlarının artması sonucu enflasyon sıkıntısı yaşanmaktadır (Kozak vd., 2013: 83).

Turizm sektörünün mevsimsellik niteliğinin bulunması ve toplu harcama eğiliminin olması talep-arz dengesinin bozulmasına ve enflasyonu tetikleyici ortamın oluşmasına neden olmaktadır. 1983-1985 yılları aralığını kapsayan dönemde Türkiye'de turizm sektöründe gelen ziyaretçilerin toplam talebinin oranı %23 iken, toplam arzın %17 olması sonucu, arzın talebi karşılayamamış olmasından kaynaklı olarak enflasyon yaşanmıştır (Türksoy, 1992: 50-53).

2000-2001 yılları arasında yaşanan ekonomik krizler Türkiye ekonomisini büyük ölçüde sarsmıştır. Siyasi kriz niteliğinde başlayan bu olay, "Kara Çarşamba" olarak adlandırılan ve tüm ülkeyi etkileyen ekonomik bir kriz niteliğini almıştır.

2008 yılında mortgage krizi olarak nitelendirilen kriz, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de başlamış olup kısa bir sürede dünya geneline yayılmıştır. Pek çok şirket iflas ettiğini duyurmuş olup, enflasyon oranlarında da artışlar meydana gelmiştir.

2.4. Küreselleşmenin Ekonomik, Sosyo-Kültürel ve Siyasi Etkileri

Çok boyutlu bir kavram olarak karşımıza çıkan küreselleşme, uzun soluklu tarihsel sürecin sonunda ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu, küreselleşme kavramı için sosyal, politik, ekonomik ve kültürel gibi pek çok niteliği içinde barındıran bir süreç olarak ifade etmiştir (Öymen, 2000: 27).

2.4.1. Küreselleşmenin Ekonomik Etkileri

Ekonomik küreselleşme ticari faaliyetlerin, kapital ve teknoloji aktarımının ve yatırımın önündeki engellerin kaldırılmasıyla ulusal ölçekteki pazarların ulus ötesine taşınması olarak ifade edilmektedir.

Yani ülkelerin birbirleri ile aralarındaki mal, hizmet ve varlıkların likitinin artması sonucu ülkeler arasındaki iktisadi ilişkilerin gelişip büyümesi olarak ifade edilebilir (Aktan ve Şen, 1999: 104).

Ekonomik küreselleşmenin temelini oluşturan iktisadi düşünce “Neo-liberalizm” dir. Neo-liberalizmin özünü oluşturan ve fikrin babası sayılan Friedman’a göre, büyümenin temeli özel sektör olmalı, ticaretin serbestliği üzerindeki engeller kaldırılmalı, kotalar düşürülmeli ve özelleştirilmeler daha yaygın olmalıdır (Ritzer, 2023: 139-140).

Ekonomik anlamda küreselleşme 1947’de faaliyete geçen Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT) gereğince gümrük tarifeleri ve kısıtlayıcı kotaların kaldırılmasıyla beraber iktisadi faaliyetlerin uluslararası bir hal almasına olanak sağlamıştır. Bunun yanı sıra gelişen teknoloji ile beraber ulaşım, haberleşme ve taşıma gibi maliyetlerin azalması da küreselleşmenin günümüze ulaşmasında etkili olan etmenler olarak sıralanabilir (Seyidoğlu, 2003: 189).

İkinci Dünya Savaşından sonra Birleşmiş Milletler, Bretton Woods, IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası ölçekte faaliyet gösteren kurumların açılması ekonomik küreselleşmenin hızlanmasını sağlamıştır.

Bu dönemde yaşanan en önemli olaylardan biri uluslararası iş birliği ve ticaretin artmasıdır. Ticaret bağlantıları arttıkça da ulusal ilişkiler değişmekte, uluslararası tercihler gelişmekte, yaygınlaşmakta hatta mecburiyete dönüşmektedir (Aslan, 2005: 13).

Tablo 4

Küreselleşmenin Ekonomik Boyutunu Hızlandıran Etkenler

Direkt (Doğrudan) Yatırımlar	Öz kaynak şeklindeki, genellikle uzun vadeli sermaye ve elde edilen kazançların yeniden yatırımı.
Diğer Uzun Vadeli Yatırımlar	Krediler, banka mevduatları, diğer alacak ve borçlar.
Portföy Yatırımları	Kamu sektörü tahvilleri, diğer tahviller ve hisse senetleri.
Kısa Vadeli Yatırımlar	Krediler, kısa vadeli borçlanma araçları, banka mevduatları, diğer alacak ve borçlar.

Kaynak: Günsoy, 2006: 108.

Tablo 4’te küreselleşmenin ekonomik boyutunu hızlandıran etkenler kabaca direkt (doğrudan) yatırımlar, diğer uzun vadeli yatırımlar, portföy ve kısa vadeli yatırımlar olarak sıralanabilir.

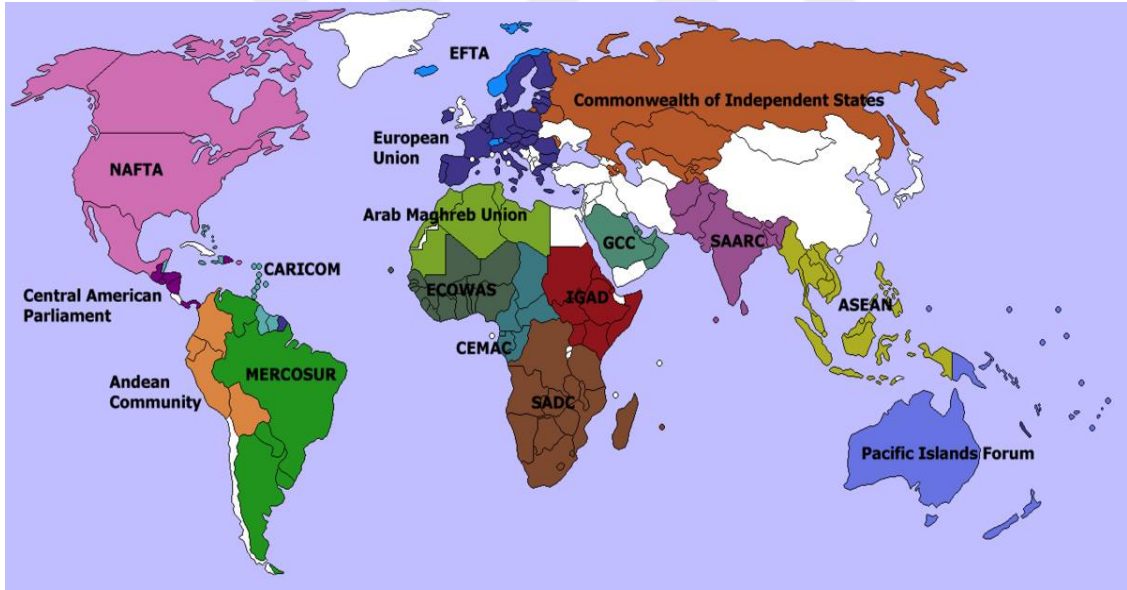
Ekonomik küreselleşme ile beraber ülkelerin sahip oldukları fiziki sınırlar ortadan kaldırılmıştır. Teknoloji daha çok gelişmiş ülkelere doğru hareket etmektedir. Üretim faktörlerini oluşturan girdilerin, sınırları aşarak daha az maliyetli yerlere ulaşarak buralarda üretimin yapılması özellikle çok uluslu şirketlerin gelirlerinde artış yaşanmasını sağlamıştır (Aktan ve Şen, 1999: 13).

Yaşanan bu teknolojik devrim ile birlikte bireysel yatırımcılar ve şirketler elektronik ortamda var olan sermayelerini bir uçtan diğer uca taşıyabilmektedirler. Uluslararası finans piyasaları olan Tokyo, New York, Londra, Frankfurt ve İstanbul piyasaları ile de bu işlemler 24 saat aktif hale gelmiştir.

Küreselleşme ile birlikte ekonomik alanda dünyada tek bir Pazar oluşturma düşüncesi ve dinamik işgücü ile beraber sermayenin dünyanın farklı noktalarına hareket ettiği düşünülmektedir (Çelik, 2012: 68).

Günümüzde üretim alanlarının uluslararası alana taşınması sonucu basmakalıp ulus devlet üretim faaliyetleri revizyona uğramıştır. Bu revizyon sonucu üretimi yapılan malların çeşitli coğrafyalarda farklı aşamaları ile gerçekleştirilmektedir. Yaşanılan bu süreçte çok uluslu şirketlerin payları büyüktür (Bayar, 2005: 28).

Çok uluslu şirketler sayesinde küreselleşmeye farklı boyutlar kazandırılmış ve ürünlerin uluslararası piyasalara arz edilmesi sağlanmıştır. Ancak oluşan rekabetle birlikte ürün çeşitliliği ve miktarı artmış bu da kalitesiz ve düşük maliyetli ürünlerin pazara akışına sebep olmuştur.



Şekil 4. Bölgesel Entegrasyonlar

Kaynak: Wikimedia, 2024.

Küreselleşme sürecine dahil olan bölgesel entegrasyonları bu süreçte unutmamak gerekir. Avrupa Birliği, Asya Pasifik Ekonomi Birliği, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi ve Güney Doğu Asya Uluslar Birliği gibi bölgesel hareketler, küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan rekabet gücünü ve pazar olanaklarını arttırmak için birlikte hareket etmektedirler (İncekara ve Savrul, 2011: 11-12).

2.4.2. Küreselleşmenin Sosyo-Kültürel Etkileri

Küreselleşme ile beraber kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve ulaşabilir olması sonucu mesafe kavramı önemsiz bir hal almıştır. Yaşanan bu gelişmeler ile insanların birbirleriyle ilişkileri değişmiş ve birleşmiştir. Bunun sonucunda ise benzeşik kültürler ortaya çıkmıştır (Akdemir, 2004: 45).

Tüketim alışkanlıkları ve popüler kültürler de toplumların birebir aynısı gibi hareket etmelerine neden olmuştur. Örneğin Fransa bayrağı taşıyan tişörtlerin dünya çapında satılması ya da Youtube gibi çeşitli müzik dinleme kanallarıyla birlikte dünyanın öbür ucunda çıkan eserleri dinleyebilmemiz de kültürel olarak bir küreselleşme içerisinde olduğumuzu göstermektedir.

Sosyo-kültürel küreselleşme içerisinde bireyler olduğu kadar ülkelerde üst düzeyde iletişim halindedirler. Ürünler ve kavramlar benzer şekilde algılanıp üretilmektedir. Nike, Adidas, Burger King, Mc Donalds gibi küresel çaptaki işletmeler bunlara örnek teşkil etmektedir. Bunun yanı sıra, milli değer olarak atfedilen kültürlerin aşınması pek çok sorunla beraber çatışmayı da beraberinde getirmektedir (Berger, 2009: 3).

2.4.3. Küreselleşmenin Siyasi Etkileri

Küreselleşmenin etkilediği diğer bir önemli alan ise ülkelerin sahip oldukları siyasi yapıdır. Küreselleşme çerçevesinde ülkelerin fiziki sınırlarının ortadan kalkması ile birlikte siyasi anlamda da sınırların yeniden yapılanması için de zemin oluşmuştur. Milliyet, egemenlik ve bağımsızlık gibi pek çok görüşün anlamı değişmiştir (Adaoğlu, 2010: 3).

Siyasal küreselleşme ile beraber devletler nüfuz ve hegemonyasını uluslararası kuruluşlara transfer etmeye başlamışlardır. Küreselleşme kavramı devlet mekanizmasının ortadan kaldırıldığı ve uluslararası işletmelerin devlet gibi hareket etmesini sağladığı bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır (Pilger, 2003: 11).

Günümüzde devletlerin basmakalıp anlamı taşıyan, egemenliklerini sürdürdüğünü söylemek yanlış olur. Çünkü neredeyse bütün devletler Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler gibi ulus üstü örgütlerin belirlediği kurallar çerçevesinde hareket etmek zorundadırlar. “İnsan hakları hukuku” gibi evrensel kabul görmüş kurallar gereği devletlerin kendi iç dinamiklerine bağlı olarak kendi hukuk kurallarını koyma ve uygulama özgürlüğü kısıtlanmıştır. Küreselleşme ile birlikte insan hakları gibi konular devletlerin kendi iç meseleleri olmaktan çıkarmış ve küresel bir sorumluluk halini almıştır.

2.5. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Etkileri

Küreselleşmenin ortaya çıktığı 1980’li yıllardan beri pek çok alanda olduğu gibi turizme de etkileri bulunmaktadır. Bunları üç temel başlık altında inceleyecek olursak, teknolojik etkiler, kültürel etkileri ve ekonomik etkiler olarak sıralanabilir.

2.5.1. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Ekonomik Etkileri

Turizm sektörü ödemeler dengesindeki açığın giderilmesi, işsizlik ve enflasyon gibi makroekonomik sorunların yaşandığı gelişmekte ve az gelişmiş ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağıdır. Turizm sektörü, ülkeye sıcak para akışını sağlayan, yeni iş olanakları yoluyla istihdam alanı yaratma özelliğinden dolayı ülke ekonomilerine katkıda bulunmaktadır (Hepaktan ve Çınar, 2010: 139).

Var olan doğal kaynakların reklam, doğru yatırım ve pazarlama teknikleri ile döviz girdisini arttıran turizm sektörü, hizmet satışından kaynaklı emek yoğun bir sektör olmasından dolayı ülke ekonomilerine istihdam sağlama konusunda büyük bir destek sağlamakta ve ekonomiye canlılık katmaktadır.

Turistlerin yolculukları esnasında yapmış oldukları alışveriş, ulaşım, sağlık, hediye gibi harcamalar gelir yaratma etkisi ile bölge ekonomilerini dinamik hale getirmektedir (Bahar ve Kozak, 2023: 135).

Sektördeki yatırımların artması, 1980’li yıllardan sonra hareketlenmiştir. Küreselleşme ile beraber ulus ötesi kuruluşların ortaya çıkması, turizm sektörünü global bir sektör haline getirmeyi amaçlamıştır (Çeken vd., 2009: 31).

Küreselleşme ile paralel olarak ivme kazanan ekonomik etkinlikler, eğitim seviyesinin artması sonucu gelir düzeyinde meydana gelen iyileşmelerle birlikte insanların turizme eğilimleri artmıştır. Ayrıca global ölçekteki şirketlerin artması, yeni pazar arayışları sebebiyle keşif yapmak, toplantılar gibi amaçlarla yapılan seyahatlerde artmaktadır.

2.5.2. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Teknolojik Etkileri

Bilgi çağı olarak adlandırılan 21. Yüzyıl, informatik teknolojilerde meydana gelen değişim ve gelişmelerle birlikte ülke ekonomilerini de etkilemektedir. Teknolojinin gelişmesiyle beraber online rezervasyon sistemleri yaygınlaşmış ve ulusal turizm şirketlerini uluslararası arenaya taşımıştır.

İnformatik teknolojilerin turizm sektörü içerisinde kullanılması ve yaygınlaşması birbirini takip eden üç adımda ortaya çıkmıştır. İlki 1970 yılında CRS adı verilen online rezervasyon sistemlerinin kullanılmaya başlanması, ikinci adım 1980’li yıllarda Global Dağıtım Sistemleri (GDS), adı altında daha kolay ve ulaşılabilir turizm hizmeti sunmak amacıyla oluşturulan data bankaları ve 1990’lı yıllarda hizmet kullanımını aktif hale getirip yaygınlaştırılmasıdır (Tutar vd., 2007: 192).

Teknolojik gelişmeler ile beraber bireylerin ulaşım, seyahat konularında bilet, acente ve operatörler ile rezervasyon, satın alma gibi işlemlerini yapabilmesi, işletmelerin ise satış, reklam gibi faaliyetlerinin daha kolay ve ulaşılabilir hale gelmesi turizm sektöründe gelişim sağlanmasına katkıda bulunmuştur (Pınar, 2005: 29).

Turizm sektöründe online olarak yapılan hizmet alımının pazar araştırması, zaman tasarrufu, maliyetin daha düşük olması, ihtiyaçlara yönelik araştırmanın daha kolay olması gibi avantajları bulunmaktadır. Siber suçlar, kişisel verilerin güvenirliliğinin garantide olmaması, hizmetin ve ürünün görülmeden satın alınması gibi dezavantajları da mevcuttur (Pınar, 2005: 42).

2.5.3. Küreselleşmenin Turizm Sektörüne Kültürel Etkileri

Dünya genelinde var olan gelişmiş toplumların kültürleri gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelere doğru aktarılmaktadır. Bunun sonucu olarak ortak dünya kültürü düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Özellikle büyük markaların dünya genelinde yaygınlaşması, Wikipedia, Youtube, İstagram gibi sosyal ağların dünyanın her yerindeki ve her yaştaki kullanıcılara hizmet etmesi tek bir dünya kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Küreselleşme ile birlikte bireylerin farklı kültürlere olan merakı artmış, bu durum ise diğer kültürler ile olan etkileşimin artmasını sağlamıştır. Bunun yanı sıra ulusların sahip oldukları kültürel değerlerin aidiyetliği zedelenmiştir. Çünkü küreselleşme ile paralel olarak ivme kazanan ortak kültür düşüncesi sahip olunan kültürün değişmesine sebep olmaktadır. Bu değişimlerin yaşanmasının sebeplerinden bir tanesi de insanların seyahat ettikleri bölgelerdeki kültürlerden, giyim, müzik, yeme içme alışkanlıklarında dönüştürerek gittikleri bölgeye kendi kültürlerini benimsetmeleridir (Çeken vd., 2009: 31).

2.6. Küreselleşmenin Göstergeleri

Küreselleşme kavramının araştırmacılar tarafından net bir tanım üzerinde anlaşamadıkları gibi ölçülmesi konusunda da farklı yaklaşımlar benimsenmiştir. Çok boyutlu ve karmaşık bir yapı olarak karşımıza çıkan küreselleşme olgusu, ölçülme yöntemlerinde ortaya çıkan farklılıklar sebebiyle ortak bir ölçütün kabulünü zorlaştırmaktadır. 2000’li yıllardan başlayarak pek çok araştırmacı küreselleşmeyi ölçmek için birden çok gösterge geliştirmişlerdir ve bu göstergeler bileşik endeks olarak ele alınmaktadır (Cambazoğlu, 2019: 41-46).

Tablo 5

Bileşik Küreselleşme Endekslerinin Karşılaştırılması

Endeks	Yıllar	Ülke Sayısı	Değişken Sayısı	Ekonomik Boyut				Sosyal Boyut				Değişkenlerin öneme göre ağırlıklandırılmış		
				Portföy Yatırımları	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	Ticaret Akımı	Ticaret ve Sermaye Kısıtlamaları	Kültür	Bilgi ve Erişim	Politik Boyut	Değişkenlerin öneme göre ağırlıklandırılmış	Coğrafik Ayarlama	Çevre Boyutu	Teknolojik Boyut
ATK/FP	1971-2005	62	12	-	+	+	-	-	+	+	+	-	-	+
KOF	1998-2005	72	13											
	1970-2008	158	25	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-	+
	1970-2016	195	42											
CSGR	1982-2004	119	16	+	+	+	-	-	+	+	+	+	-	+
MGI	2000-2008	117	11	+	+	+	-	-	+	+	+	+	+	+
NGI	1995-2005	70	21	+	+	+	-	+	+	+	-	+	-	+

Kaynak: Cambazoğlu, 2019.

Yukarıda çeşitli endeks ölçüm metotları ve ilgili yıl aralıkları verilmiştir. Tablodan da görüldüğü üzere küreselleşmenin karmaşık bir yapıya sahip olması sebebiyle farklı ölçüm yolları kullanılmıştır (Cambazoğlu, 2019: 50).

Yerli ve küçük çapta ticaret faaliyetlerini gerçekleştiren ekonomilerde ATK/FP endeksinde üst sıralarda yer almaktadır. Yani ülke ekonomisinin küreselleşme ile ilişkisinin yok denilecek kadar az olduğu görüşü benimsenmiştir. MGI ve KOF küreselleşme endeksinin pek çok benzer yanı olmasına rağmen yöntem bilimi açısından farklılıkları mevcuttur (Çağlar vd., 2019: 50).

2.6.1. Kearney Dış Politika Küreselleşme Endeksi (KFP)

Kearney endeksi yalnızca ekonomik bütünleşmeyi değil bununla birlikte teknolojik aktarma, şahsi temas, siyasi devamlılık ve katılımı da değerlendirmektedir (Solmaz, 2014: 98).

KFP öncelik sırası değişkenleri tayin etmek, daha sonra değişkenleri miktar olarak ölçmektir. Endeksin özünü Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) İnsani Kalkınma Endeksinde kullanılan kıstaslara dayandırılmakta ve endeks 62 ülkeyi kapsamaktadır. Göstergede kullanılan değerlerde en yükseğe 1 verilirken, en düşüğe sıfır verilmektedir (Solmaz, 2014: 98)

Ülkeler arası sıralama yapılırken seyahat, ekonomi, teknoloji, siyaset, iletişim gibi değişkenler ele alınarak belirlenir ve küresel uyum seviyeleri dört ana başlık altında hesaplanır (Kearney, 2024: 60).

Tablo 6

KFP 2023 Küresel Şehirler Endeksi

Şehir	2018	2019	2020	2021	2022	2023
New York	1	1	1	1	1	1
Londra	2	2	2	2	2	2
Paris	3	3	3	3	3	3
Tokyo	4	4	4	4	4	4
Pekin	5	5	6	5	9	9
Brüksel	6	11	16	14	12	10
Singapur	7	9	9	9	6	7
Los Angeles	6	7	7	5	6	8
Melbourne	17	16	18	12	8	9
Hong Kong	10	10	7	6	5	5
İstanbul	26	26	34	27	28	25

Kaynak: Kearney, 2024.

Küresel şehirler endeksi, şehrin kapitalleri, beşerileri ve bunların fikirlerinin küresel anlamda hangi oranda elinde bulundurduğu ve üretildiğinin ölçülmesini amaçlamak için sosyal, siyasi ve ekonomik odakları olarak ifade edilebilir. 2023 yılı Kearney Global Şehirler Endeksi 156 ülke baz alınarak iş faaliyet alanları, emek sermayesi, kültürel birikim, bilgi alım satımı ve siyasi katılım olmak üzere beş boyutta incelenmiştir (Kearney, 2024).

2.6.2. Yeni Küreselleşme Endeksi (NGI)

İlk kez Yujokovic tarafından geliştirilen yeni küreselleşme endeksi, 2009 yılında ortaya çıkmıştır. Bu endeks 21 değişkene sahip olmakla beraber ülkenin sahip oldukları ekonomik, sosyal ve politik boyutları ile küreselleşmeyi ölçmektedir (Yujokovic, 2009: 4).

Diğer endekslerden farklı olarak ilk kez ülkelerin coğrafi sınırlarını endekse dahil etmiştir. Coğrafi mesafe baz alınan ülkenin, var olan diğer ülkelerden hangileriyle ticari faaliyette bulunduğu ve o ülke ile kendi ülkesi arasındaki mesafe de baz alınarak endeks ortaya çıkmaktadır. Bu endeks ile 1995-2005 yılları aralığında ve 70 ülkenin küreselleşme seviyeleri ölçülmüştür (Yujokovic, 2009: 6).

Tablo 7

NGI Küreselleşme Endeksi Boyutları ve Değişkenlerin Tanımı

	Değişkenler	Değişken Tanımları
Ekonomik	Mal Ticareti	Mal ithalat ve ihracatının GSYH içindeki payı (%)
	Hizmet Ticareti	Hizmet ithalat ve ihracatının GSYH içerisindeki payı (%)
	Doğrudan Yabancı Yatırım Stoku	Yurtiçi ve yurt dışı doğrudan yabancı yatırımların GSYH içerisindeki payı (%)
	Doğrudan Yabancı Yatırım Akışı	Ödemeler dengesi içerisindeki doğrudan yabancı yatırımların toplamının GSYH içerisindeki payı (%)
	Portfolyo Yatırımı Stoku	Toplam portföy yatırımlarının GSYH içindeki payı (%)
	Portfolya Yatırım Akışı	Ödemeler dengesi içerisindeki portföy yatırımlarının GSYH içerisindeki payı (%)
	Yabancı Gelir Ödemeleri	Yabancı işçilerin yatırım gelirinin GSYH içerisindeki yeri (%)
	Yabancı Vatandaşların Marka Başvurusu	Yabancı vatandaşların ulusal ya da bölgesel ticari marka için yaptığı başvuruların payı
	Yabancı Vatandaşların Patent Başvurusu	Yabancı vatandaşların yapmış oldukları patent başvuru payı
	Çevresel Anlaşmalar	Uluslararası çevresel anlaşma sayısı
Politik Boyut	Uluslararası Organizasyonlara Üyelik	Uluslararası örgütlere üyelik sayısı
	Ülkedeki Büyükelçilikler	Mutlak elçilik sayısı
	BM Görevlerine Katılım	BM görevlerine katılım sayısı
Sosyal Boyut	Göçmenler	Göçmenlerin toplam nüfusa oranı
	Uluslararası Turizm	Yabancı ziyaretçi sayısının toplam nüfusa oranı
	Giden Öğrenci Hareketliliği	Yurtdışında eğitim alan öğrenci sayısının, ülke içinde eğitim alan öğrenci sayısına oranı

Kaynak: NGI, 2024.

2.6.3. CSGR Endeksi

1982-2004 yıllarını kapsayan ve hem bir bütün hem de ayrı ayrı ele alan, küreselleşmeyi siyasi, ekonomik ve sosyal olarak hesaplayan bir endekstir.

Toplam 16 değişkene sahip olan CSGR Endeksi, ekonomik olarak 4 değişken, politik küreselleşmede 3 değişken ve sosyal küreselleşmede ise 9 değişkenden oluşmaktadır. CSGR Endeksinin, Kearney Endeksinin tamamlayıcı nitelikte olduğu ileri sürülmektedir (Günay, 2017: 53).

Tablo 8

CSGR Endeksi Değişkenleri

	Değişkenler	Değişken Tanımları
Ekonomik	Ticaret	Mal ithalat ve ihracatının GSYH' ya oranı
	Doğrudan Yabancı Yatırım	Yurtiçi ve yurt dışı doğrudan yabancı yatırımların GSYH' ya oranı
	Portfolyo Yatırımı	Toplam portföy yatırımlarının GSYH' ya oranı
	Gelir	Yabancı yatırım gelirlerinin GSYH' ya oranı
Politik	Uluslararası Organizasyonlara Üyelik	Uluslararası örgütlere üyelik sayısı
	Ülkedeki Büyükelçilikler	Ülkedeki elçilik sayısı
	BM Görevlerine Katılım	BM görevlerine katılım sayısı
Sosyal	Yabancı Nüfus Stoku	Yabancı nüfusun toplam nüfusa oranı
	Yabancı Akış	Yabancı nüfus girişinin toplam nüfusa oranı
	İşçi Havaleleri	İşçi döviz makbuzlarının GSYH'ya oranı
	Turistler	Ziyaretçilerin toplam nüfusa oranı
	Telefon Trafığı	Dakika başına kişi başına düşen telefon trafiği
	Uluslararası İnternet Ağı	İnternet kullanıcılarının toplam nüfusa oranı (%)
	Filmler	İthal ve ihraç edilen toplam film sayısı
	Posta	Uluslararası gönderilen ve gelen toplam mektup sayısı
	Kitap ve Gazete	Kişi başına ithal ve ihraç edilen kitap ve gazetelerin değerinin toplamı (\$)

Kaynak: CSGR Endeks, 2024.

2.6.4. Maastrich Endeksi (MGI)

KFP ve G-Endeksinin karşılaştırılmasını kapsayan bu endeks, 117 ülke ve 11 farklı değişkeni, 5 boyut içerisinde barındırmakla beraber 2006 yılında Martens ve Zywiets tarafından ortaya atılmıştır. 2008 yılında ise Martens ve Roza'nın çalışmalarıyla beraber güncel halini almıştır (Cambazoğlu, 2019: 48).

Özellikle ülkelerin elçilik sayıları, doğrudan yabancı yatırımları, turizm, telefon görüşmeleri, ekoloji ve internet kullanıcı sayıları gibi değişkenler kullanılmış ve endeks 2000, 2008, 2012 yılları ile sınırlı kalmıştır (Solmaz, 2014: 100).

Endeksin diğer küreselleşme ölçüm yöntemlerinden temel farkı çevresel açık ve örgütlü şiddet değişkenlerini ölçüm parametresi olarak endekse dahil etmiştir. MGI küreselleşme endeksinin, bu alanda yapılan çalışmalara yapmış olduğu en önemli katkısı çevre ve ekonomik ilişkinin birlikte analiz edilmesi ve sorgulanması olmuştur (Çağlar, 2019: 49).

Martens ve Raza 'nın büyüme ve çevre ilişkisinin sürdürülebilir kalkınma politikasına katkı sağladığı görülmektedir. Bununla beraber MGI küreselleşme endeksi ülkelerin sahip oldukları jeolojik karakteristik özelliklerini de göz ardı etmemektedir. Tüm bu kriterler göz önüne alındığında MGI küreselleşme endeksinin diğer ölçüm endekslerine nazaran daha geniş bir yelpazede değerlendirdiği ifade edilebilir (Çağlar vd., 2019: 50).

KOF küreselleşme endeksi ile pek çok benzer yönü olmasına rağmen temelde birbirlerinden ayrılan noktalar mevcuttur. Örneğin; İrlanda KOF küreselleşme endeksinde bağlı olarak 2008 yılında 83 küreselleşme derecesine sahipken, MGI küreselleşme endeksinde göre 2008 yılında 72 küreselleşme derecesine sahiptir. Bu durum bizlere uygulanan küreselleşme endeksi belirleme kriterlerinin de birbirinden farklı ölçüm kriterleri olduğu sonucuna ulaştırmaktadır.

Tablo 9

Maastrich Global Endeksi Değişkenleri

Kategori	Değişken Adı	Değişken Tanımı
Ekonomik Alan	Ticaret	GSYH'nin payı olarak mal ve hizmet ithalatı, ihracatı
	Doğrudan Yabancı Yatırımlar	GSYH'nin payı olarak brüt doğrudan yabancı stoklar
	Sermaye	GSYH'nin payı olarak brüt özel sermaye akışı
	Göçmenler	Her 100 kişi başına, ikamet ettiği ülkeyi değiştirenler
Sosyal ve Kültürel Alan	Turizm	100 kişi başına uluslararası gelişler + gidişler
Teknolojik Alan	Telefon	Dakika bazında gelen ve yapılan uluslararası telefon trafiği
	İnternet	İnternet kullanıcılarının toplam nüfusa payı
Ekolojik Alan	Ekolojik Ayak İzi	Ülke içi mutlak büyükelçiliklerin ve yüksek komisyonların sayısı
Siyasi Alan	Büyük Elçilikler	Uluslararası kuruluşlara üyelik sayısı
	Organizasyonlar	Askeri harcamaların payı olarak konvansiyonel silah ticareti
Kategori	Değişken Adı	Değişken Tanımı
	Büyük Elçilikler	Ülke içi mutlak büyükelçiliklerin ve yüksek komisyonların sayısı
Siyasi Alan	Organizasyonlar	Uluslararası kuruluşlara üyelik sayısı
	Askeri	Askeri harcamaların payı olarak konvansiyonel silah ticareti

Kaynak: IAJ, 2024.

Tablo 9’da Maastrich Global Endeksi değişkenleri yer almaktadır. Temelde beş kategoriye ayrılan endeks 11 farklı değişken baz alınarak hesaplanmaktadır.

Tablo 10

Maastrich Global Endeksi 2008

Ülkeler	MGI (2008)	Değişen Skor
İrlanda	72.0	20.2
Belçika	68.4	18.5
İsviçre	68.3	9.8
Hollanda	68.3	19.7
Fransa	62.5	17.6
Türkiye	32.1	6.6
Türkmenistan	17.6	-3.2
Uruguay	16.9	-5.6

Kaynak: IAJ, 2024.

Maastrich Endeksi tarafından 2008 yılında ölçülen küreselleşme endeksine göre 117 ülkede yapılan araştırmada en fazla gelişmenin teknolojik ve siyasi değişkenlerde meydana geldiği, ekonomik ve sosyo kültürel gelişmenin paralel bir şekilde seyrettiği, en az gelişmenin ise ekolojik küreselleşme değişkeni üzerinde olduğu belirtilmiştir (IAJ, 2009: 14).

2000 yılında yapılan küreselleşme endeksi ile 2008 yılında yapılan araştırma sonucunda MGI’ne göre değişen skor değerlendirildiğinde en çok gelişme gösteren ülkeler İrlanda, Belçika ve İsviçre olarak gösterilirken, Türkiye’nin 2000 yılı endeksine göre değişen skoru 6.6 olarak belirlenmiştir. Küreselleşmenin en az geliştiği ülkeler ise Türkmenistan ve Uruguay olmuştur.

2.6.5. Küreselleşme Endeksi (G-Endeks)

Bu endeks ilk defa 2011 yılında Dünya Piyasaları Araştırma Merkezi tarafından incelenip yayınlanmıştır. G-Endeksinde temel amaç var olan bir ekonominin, uluslararası ekonomiler ile ne denli bağlı olduğunu ölçmek ve çok boyutluluk kazandırmak için geliştirilmiştir (Rondalph, 2001: 5).

Endeks incelendiğinde ekonomiyi konvansiyonel ve modern olarak temel iki başlık altında inceler. Konvansiyonel ekonomi, küreselleşme endeksinin mevcut ağırlığının %70'ini oluştururken en önemli kalemlerini enternasyonal mal ticareti oluşturmaktadır (Rondalph, 2001: 5).

Diğer önemli kalemleri doğrudan yabancı yatırımlar ve özel kapital yatırımlar şeklinde ifade edilebilir. Modern ekonomi olarak adlandırılan eylemler ise turizm, finans ve buna benzer hizmet kalemleri, uluslararası internet ve telefon kullanıcıları olarak sıranabilir (Rondalph, 2001: 6).

Modern ekonomi olarak isimlendirilen etkinlikler ise küreselleşme endeksinin %30'unu kapsar. Modern ekonominin en önemli kalemleri ise hizmet ticareti, telefon kullanım hacmi ve internet kullanıcı sayısı olarak belirlenmiştir (Randolph, 2001: 6).

2.6.6. KOF Küreselleşme Endeksi

KOF endeksi ilk defa 2002 yılında Axel Dreher tarafından ortaya atılmış ve İsviçre Ekonomik Enstitüsü kanalıyla her yıl yayınlanmaktadır. Endeks, 123 ülkeyi ve 23 değişkeni kapsamaktadır. Dreher, Goston ve Martens' in beraber çalışmalarıyla beraber 2008 yılında güncel halini almıştır (KOF Küreselleşme Endeksi, 2024). Ayrıca hesaplama yapılırken içerdiği ülke sayısı her yıl değişmektedir.

KOF küreselleşme endeksi, temelde üç ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar; ekonomik küreselleşme, siyasi küreselleşme ve sosyal küreselleşmedir. Bu temel üç başlıkta kendi içerisinde alt kategorilere ayrılmaktadır (Solmaz, 2014: 98). Bu alt kategorilerin yüzdelerinin bir arada toplanmasıyla beraber KOF küreselleşme endeksi hesaplanmaktadır (Cambazoğlu, 2019: 48).

KOF' a göre endeks 100 ile 0 arasında bir değere sahiptir. 0 küreselleşmenin yokluğu anlamına gelirken, 100' e yaklaştıkça küreselleşme oranının arttığı anlamına gelmektedir (Eren ve Sütçü, 2018: 49).

Tablo 11

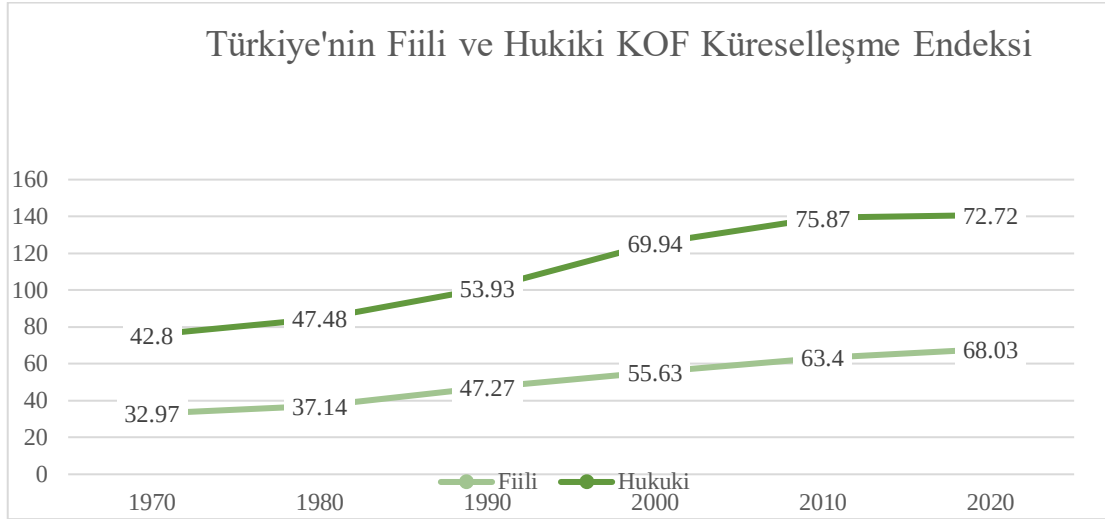
KOF Küreselleşme Endeksi Boyutları ve Değişkenleri

Küreselleşme Endeksi Boyutları (de facto)	Ağırlık Oranı (%)
EKONOMİK KÜRESELLEŞME	33.3
Ticari Küreselleşme	50.0
Mal Ticareti	38.6
Hizmet Ticareti	42.8
Ticari Ortaklık Çeşitleri	18.6
Finansal Küreselleşme	50.0
Doğrudan Yabancı Yatırım	25.7
Portföy Yatırımları	15.3
Uluslararası Borç	29.9
Uluslararası Rezervler	0.5
Uluslararası Gelir Ödemeleri	28.6
Küreselleşme Endeksi Boyutları (de facto)	Ağırlık Oranı (%)
SOSYAL KÜRESELLEŞME	33.3
Kişisel Küreselleşme	33.3
Uluslararası Telefon Trafığı	20.7
Transferler	22.1
Uluslararası Turizm	21.2
Uluslararası Öğrenciler	18.7
Göç	17.2
Bilgi Küreselleşmesi	33.3
Kullanılan İnternet Ağı Genişliği	40.0
Uluslararası Patentler	31.0
Yüksek Teknoloji İhracatı	29.0
Kültürel Küreselleşme	33.3
Kültürel Eşya Ticareti	27.2
Kişisel Hizmet Ticareti	24.5
Uluslararası Markalar	3.0
McDonald's Restoran	24.4
IKEA Mağazaları	20.9
POLİTİK KÜRESELLEŞME	33.3
Elçilikler	37.3
BM Barışı Koruma Misyonları	24.5
Uluslararası STK'lar	38.2

Kaynak: KOF Küreselleşme Endeksi, 2024.

Yukarıdaki tabloda KOF Küreselleşme Endeksine ait 2023 yılında baz alınan değişkenler ve ağırlık oranları yer almaktadır. Temelde sosyal, ekonomik ve politik olarak 3 ana başlık altında toplanan boyutların çeşitli alt değişkenleri mevcuttur.

Bu çalışmada KOF Küreselleşme Endeksi diğer ölçüm biçimlerine göre daha kapsamlı ve geniş olduğu için gösterge olarak temel alınmış ve verileri incelenmiştir.



Şekil 5. Türkiye'nin Fiili ve Hukuki KOF Küreselleşme Endeksi

Kaynak: KOF Küreselleşme Endeksi, 2024.

Şekil 5'te Türkiye'nin 1970-2020 yılları arasındaki fiili ve hukuki küreselleşme değerleri gösterilmektedir. Fiili ve hukuki değerler göz önünde bulundurulduğunda hukuki küreselleşme endeksinin fiili küreselleşme endeksine göre daha üst seviyelerde beklenildiği görülmektedir. Aradaki bu fark en fazla 2000 yılında gözlemlenirken, fiili küreselleşme endeksinin hukuki küreselleşme endeksine en yakın olduğu yıl 2020 olarak ifade edilebilir.

2.7. Türkiye' de Küreselleşmenin Gelişimi

Türkiye'de küreselleşme hareketleri I. ve II. Petrol Krizi'nin yaşandığı 1973 yılında sosyal devlet olgusunun sorgulanmasıyla baş göstermiştir. Bunun yanı sıra bütçe açıklarının kapatılamaması ve süregelen bir hal alması, kamu harcamalarının sürekli yüksek seyretmesi, enflasyonla mücadelede neo-liberal politikaların tercih edilmesi gibi sebepler Türkiye'yi küreselleşme sürecine iten diğer etkenler olarak gösterilebilir.

Türkiye, 1980'lere gelindiğinde uluslararası pazarlara açılmak için serbest piyasa ekonomisini benimsemiştir. Bununla beraber sosyal, kültürel ve siyasi anlamda da değişim ve dönüşümler yaşamıştır. Avrupa Birliği, Gümrük Birliği gibi ulus ötesi örgütlere başvuru, 2001 yılında yaşanan ekonomik ve siyasi etmenli kriz sonrasında Türkiye'nin uygulamış olduğu strüktürel reform programları ile küreselleşmenin pek çok alanda varlığını gösterdiğini görmekteyiz (Adıgüzel, 2013: 7).

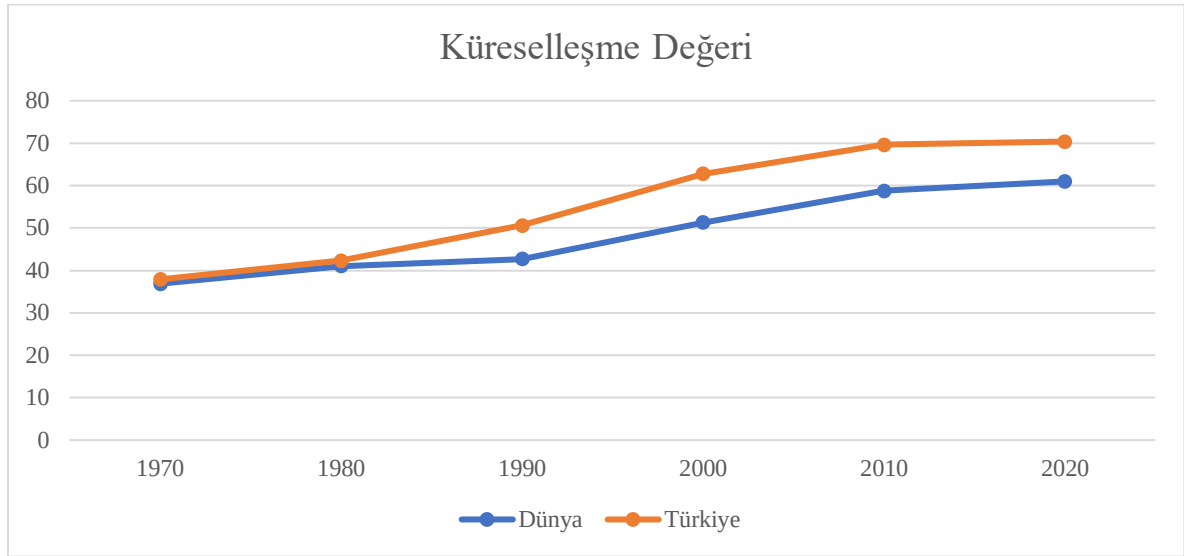
Türkiye'nin küreselleşme serüveni stabil ve tek düze bir hal almaktan ziyade dinamik ve dalgalı bir seyir izlemiştir. Bu durumun başlıca sebepleri arasında dünya genelinde yaşanan krizler olarak gösterilebilir. Özellikle küresel çaptaki ekonomilerin kısa vadede getirilerini arttırması için farklı ülke ekonomilerine girdi çıktı yapmaları ekonomik krizleri de beraberinde getirmektedir (Akdiş, 2002: 1).

2008 yılına gelindiğinde ABD'de başlayan ve çok kısa bir sürede küresel ölçeğe yayılan kriz Türkiye'de de hissedilmiştir. Türkiye'nin ihracatta önemli bir gelir kapısı olan Avrupa, 2008 krizinden ciddi oranda etkilenmiş ve dış ticarete sınırlamalar getirme zorunluluğu hissetmiştir. Bununla beraber özellikle Türkiye'nin hizmet ihracatında küçülmeler yaşanmıştır (Engin ve Göllüce, 2016: 35).

Türkiye'de 2008 krizinin etkileri 2010-2011 yıllarına gelindiğinde atmış olmasına karşılık 2012 yılına gelindiğinde Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde belirlenen hedeflerden uzaklaşma, politik çatışmaların yaşanması, kurumsal reformların hızının düşmesi gibi sebeplerden dolayı resesyon etkisi baş göstermiştir (Çiçen, 2018: 75).

2016 yılında yaşanan darbe girişimiyle mevcut ekonomide var olan yatırımlar çekilmiş, halk tasarrufa başlamış ve döviz kurunda artışlar yaşanmıştır. 2018 yılına gelindiğinde Ortadoğu'da yaşanan savaşın etkileri küresel ölçekte hissedilmeye başlanmış ve özellikle ABD-Türkiye arasında siyasi gerginliğin yaşanmasına sebep olmuş, bu durum ise Türkiye'yi ekonomik anlamda zora sokmuştur.

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 salgını çok kısa sürede küresel çapta bir salgın halini almış, devletler ekonomik ve sosyal anlamda ciddi tehlikelerle karşı karşıya kalmıştır. Turizm gelirleri açısından dünya sıralamasında ilk 10'da yer alan Türkiye, pandeminin yaşandığı 2019-2020 yıllarında dünya turizmine %3'lük bir katkı sağlamıştır. Türkiye küresel çapta yaşanan bu ekonomik ve sosyal krizden tedbir paketleri ve faiz oranlarında indirim yaparak en az etkiyi alarak atlarmayı amaçlamıştır.



Şekil 6. Dünya ve Türkiye'nin 1970-2020 Yılları Arası Küreselleşme Değeri

Kaynak: KOF Küreselleşme Endeksi, 2024.

Şekil 6'da Dünya ve Türkiye'nin 1970-2020 Yılları Arası Küreselleşme Değerini gösteren grafikte 1970-2020 yılları arasında Dünya ve Türkiye'nin almış olduğu küreselleşme değerleri yer almaktadır. Grafiğe genel olarak bakıldığında paralel bir şekilde artış gözlenmekle birlikte, Türkiye'nin dünya küreselleşme değerlerine göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu gözlenmektedir. 1970 yılında dünya geneli küreselleşme endeksi 36,87 iken, Türkiye'nin 37,89 olarak ölçülmüştür. 1980 yılından sonra ise artan bir ivmeyle Türkiye ve dünya genelinde küreselleşmenin yaygınlaştığı görülmektedir. Bunun temel sebepleri arasında ise; 1980 yılından sonra teknolojinin gelişmesiyle beraber kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşması, ulaşılabilirliğin çok daha kolay hale gelmesi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin izlemiş oldukları politikalar olarak gösterilebilir (Sarıtaş, 2017: 13). 2020 yılına gelindiğinde ise dünya ortalaması 60,97 iken, Türkiye'nin küreselleşme değeri 70,38 olarak belirlenmiştir.

KOF küreselleşme endeksinin 2023 yılında yayınlamış olduğu bildirgeye göre dünya genelinde, 2021 yılı diğer yıllara nazaran olumlu yönde artışlar yaşanırken hala Covid salgınından sonra salgın öncesi endeksten daha düşük bir seyir izlediği belirtilmiştir (KOF Küreselleşme Endeksi, 2024).

2.8. Türkiye’ de Turizm Sektörünün Gelişimi

Türkiye Akdeniz ve Ege Deniz’i başta olmak üzere pek çok kültürel, dini ve tarihi mirası içerisinde barındıran son derece önemli stratejik bir konuma sahiptir. Buna rağmen İtalya, İspanya ve Fransa gibi turizmin çekim merkezi olan Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında turizm gelirin çok daha düşük seviyelerde olduğu bilinmektedir.

Turizm gerek yaratmış olduğu istihdam gerekse de ekonomik büyümeye sağlamış olduğu artıları dolayısıyla son derece önemli bir sektör olarak önümüze çıkmaktadır.

Türkiye ekonomisinin tarihi geçmişine bakıldığında 1963 yılında ilk kez uygulamaya konulan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde turizm sektörüne yer verilmiştir. Bu kalkınma planı doğrultusunda turizm sektörünün önemi öne çıkmakla birlikte, bu alana dair önemli adımlar 1980’lerde başlamıştır (Çakır, 2001: 98).

1980’li yıllara bakıldığında devlet bu alana yeni düzenlemeler getirmiş ve 1982 yılında Turizm Teşvik Kanunu’nu çıkarmıştır. 1983 yılında ise Turizm Bakanlığı bünyesinde, turizmi teşvik için 21 ülkede Türk turizminin tanıtılması için bürolar açılmıştır ve 30 milyondan fazla eserle pek çok turizm fuarına katılım sağlanmıştır (Göymen, 2000: 15).

Yasal düzenlemelerin yapılması, yatırımların çeşitlenmesi ve artması, tanıtım büroları önderliğinde Türk turizminin dünya çapında tanıtılması ile beraber 1990’lı yıllarda Türkiye turizmin çekim merkezleri arasında yer almaya başlamıştır.

Özellikle 1980’lerden sonra Türkiye bu sektörde varlığını hissettirmek için coğrafi konum ve dinamiklerini etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır. Türkiye’nin doğal yoldan sahip olduğu turistik arz, bunun yanında talep edilen ürünlerin korunması ve devamlılığın sağlanması ile döviz gelirlerinde artış sağlayarak küresel ekonomi ve uluslararası piyasa ile bütünleşmeyi hedeflemektedir (Çeken, 2003: 136).

Yenileme yatırımları, devletin özel sektöre uygulamış olduğu teşvikler yeniden yapılanma ve rekabet edilebilir bir alan oluşturulması ile birlikte Türkiye’nin, küresel turizmde kendinden söz ettirmeye başladığı söylenebilir.

2.8.1. Planlı Dönem Öncesi Turizmin Tarihsel Gelişimi

Ülkemizde önemli bir gelir kaynağı olan turizm sektörü, gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında gelişimi daha ağır olmakla birlikte 1983 yılından sonra “Liberalizasyon Dönemi” ile beraber büyük bir ivme kazanmıştır. Bunun yanı sıra Cumhuriyet döneminde ilk gelişmelerini yaşadığı görülmektedir.

1923 yılında “Türk Seyyahin Cemiyeti” adı altında ilk turizm kuruluşu faaliyete geçmiştir. Daha sonraları “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” adını alan bu dernek, devletin resmi bir organı gibi hareket etmiştir.

Turizm alanında yapılan ilk kamu teşkilatı 1934 yılında yapılmış olan “İktisat Vekaleti Kanunu” olmuştur. Bu kanuna bağlı olarak turizm faaliyetleri “Türk Ofisi’ne” bırakılmıştır. Başbakanlık bünyesinde oluşturulan “Basın Yayın Genel Müdürlüğü” 1943 yılından sonra turizm işlerini devralmıştır. Daha sonraları “Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü” adını alan bu kuruluş turizm faaliyetlerinin verimliliğini arttırmak amacıyla “Turizm Dairesi” adı ile bir oluşum göstermiştir (Barutçugil, 1989: 69-70; Çuhadar, 2006: 24).

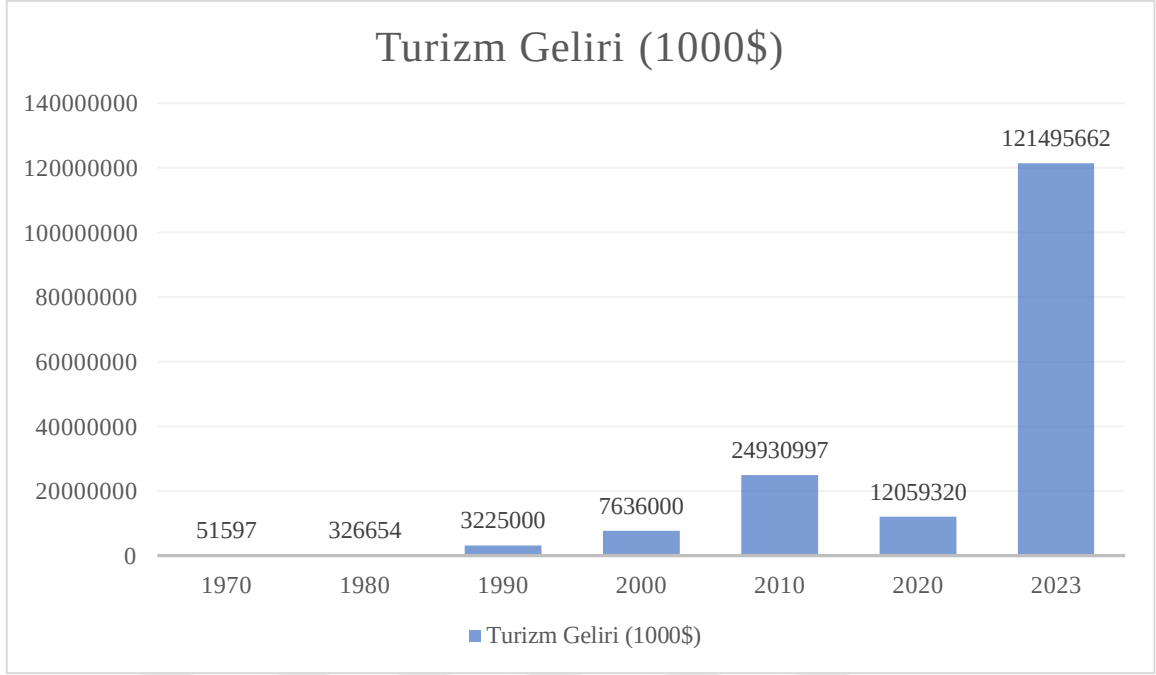
1957 yılına gelindiğinde çıkarılan 4951 sayılı kanun ile Basın, Yayın ve Turizm Vekaleti adı altında bakanlık halini almıştır. Bu yasa ile birlikte turizm sektörü ilk kez resmi olarak temsil edilmeye başlanmıştır (Kozak vd., 2013: 152).

2.8.2. Planlı Dönem Sonrası Turizmin Tarihsel Gelişimi

Planlı dönem Türkiye ekonomisinde, ekonomik kalkınmanın güçlendirilmesi için hazırlanmış olan beşer yıllık planları kapsamaktadır. Bu planlar doğrultusunda ilk plan 1963 yılında uygulamaya geçirilmiştir. Turizm sektörünün kalkınma planlarına dahil edilmesiyle birlikte, turizm sektörü hizmet sektörünün bir alt kolu olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Bu dönemde yaşanan diğer bir önemli gelişme ise okullarda turizm alanında eğitim verilmeye başlanmasıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın temelini oluşturan Turizm ve Tanıtma Bakanlığı da 1963 yılında faaliyete geçmiştir (Kozak vd., 2013: 107).

1960'lı yılların sonuna gelindiğinde Türkiye'de sayısı gün geçtikçe artan seyahat acentaları faaliyet göstermeye başlamıştır. Bu acentaların tek çatı altında ve koordineli olarak yönetilmesini sağlamak amacıyla Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur (Turizm Özel İhtisas Raporu, 2014: 10).

1970'lerde ise yaşanan petrol krizi ve ödemeler bilançosundaki açıklar sebebiyle ülke ekonomisi enflasyona sürüklenmiştir. Bunun sonucunda "24 Ocak 1980 İstikrar Programı" adı ile anılan ve söz konusu tarihte yürürlüğe konulan ekonomik istikrar önlemleri ile Türkiye ekonomisi, uluslararası pazarlara açılmayı hedef edinen ve ihracata yönelik bir gelişim ve varyasyon geçirmiştir. Bu yıllarda ekonominin küresel ölçeğe taşınmasıyla birlikte turizm sektörü de büyük bir aksiyon göstermiştir.



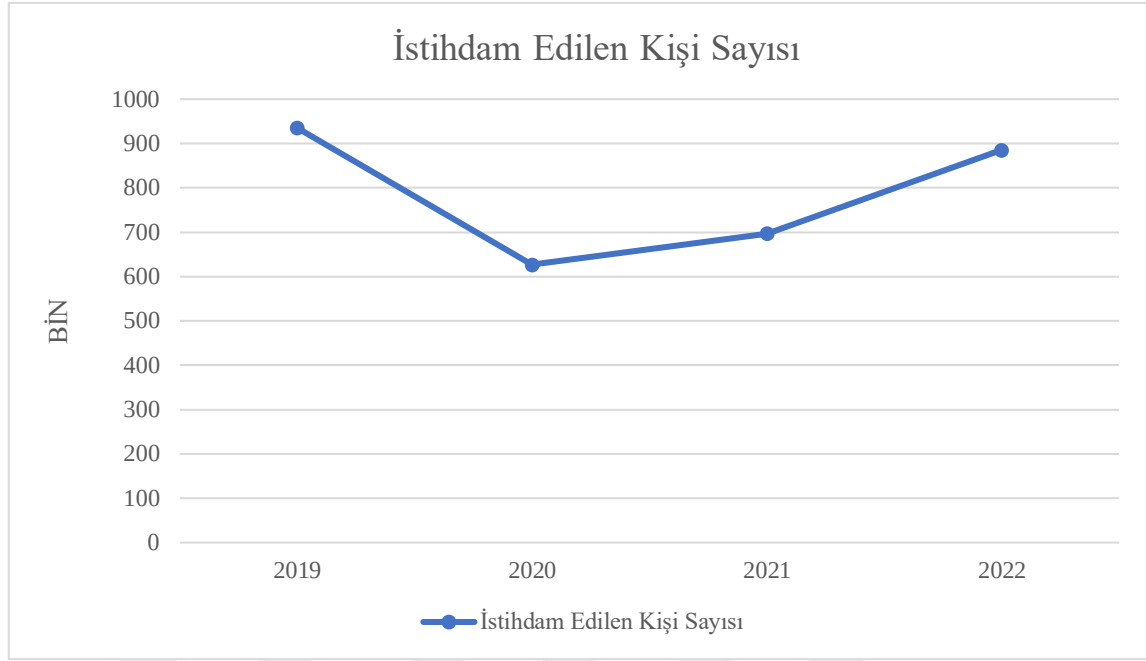
Şekil 7. 1970-2023 Yılı Türkiye'nin Turizm Geliri (1000 \$)

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024.

1970-2023 yılı Türkiye'nin turizm geliri incelendiğinde 1980 yılından sonra turizm gelirindeki artış gözle görülür bir şekilde ortaya çıkmaktadır. 2019 yılında yaşanan küresel çaptaki salgın sebebiyle 2020 yılında turizm gelirinde ciddi bir düşüş yaşanmıştır.

Türkiye'de turizm sektörünün en belirgin şekilde gelişimi 1980-1990 yılları arasında kapsamaktadır. 1980'li yıllarda Turizm Teşvik Kanunu, Turizm Bakanlığı ve Turizm Bankası aracılığı ile turizm sektörünün desteklenmesi amaçlanmıştır. 21 farklı ülkede Turizm Bakanlığı önderliğinde tanıtım büroları açılmıştır (Göymen, 2000: 105).

Yapılan bu çalışmalar sonucunda 1980'li yıllar itibariyle Türkiye'de yabancı ziyaretçi sayısı ve turizm gelirinde artış meydana gelmiştir. Özellikle de Avrupa ülkelerinden gelen turist sayısının artması ile birlikte arz alanında ciddi bir artış meydana gelmiştir. Bu ise ülke ekonomisinde olumlu etkiler yaratmış ve yeni iş kollarının türemesiyle dikkate değer bir istihdam alanı ortaya çıkmıştır (Turizm Özel İhtisas Raporu, 2014: 11).



Şekil 8. Türkiye’de Doğrudan Turizm Amaçlı İstihdam Edilen Kişi Sayısı

Kaynak: TUİK, 2024.

Şekil 8’de Türkiye’nin 2019-2022 yılları arasında turizm sektöründe doğrudan istihdam edilen kişi sayısını göstermektedir. Covid-19 salgının yaşandığı 2019-2020 yılları arasında istihdam edilen kişi sayısında büyük bir düşüş olduğu görülmektedir. 2022 yılında turizm sektörünün toplam istihdam ki oranı 2,9 olarak belirlenmiş olup, 885 bin kişiye turizm alanında iş imkanı sağlanmıştır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomiler için turizm sektörü önemli bir gelir kaynağı niteliği taşımaktadır. WWTC’ nin 2023 yılı yıllık araştırmasına göre seyahat ve turizm sektörü dünya toplam GSYH’ nın %9,1’lik kısmını oluşturmaktadır. Yine 2023 yılında turizm sektörüne bağlı olarak 27 milyon yeni iş alanı oluşmuştur (WWTC, 2024).

Türkiye küreselleşme süreci içerisinde sahip olduğu doğal kaynakları etkin bir şekilde kullanıp ülkeye döviz girişini artırmak, böylece küresel ekonomiyle özdeşleşmesini sağlamak ve küresel turizm eylemleri arasında yerini almak istemektedir. Fakat küresel turizm faaliyetlerinde etkin bir rol oynaması için bazı koşulları yerine getirmesi gerekmektedir (Çeken, 2003: 136);

- Yatırımcılara devlet teşviklerinin sağlanması,
- Döviz girişine bağlı olarak dış turizme ağırlık verilmesi,
- Var olan kaynakların yenilenmesi için doğru yatırımların yapılması,
- Yatırımcıların sektördeki rekabetine olanak sağlamak.

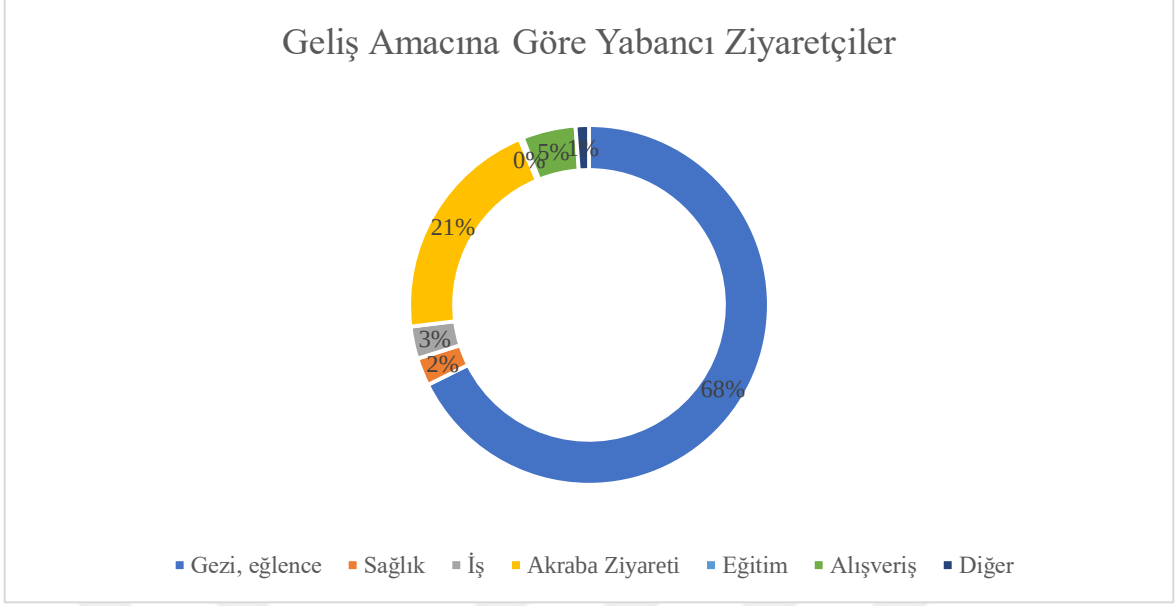
Tablo 12

2015-2022 Yılları Arasında Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Milliyetleri

2015	Almanya	Rusya	İngiltere	Gürcistan
2016	Almanya	Gürcistan	İngiltere	Bulgaristan
2017	Rusya	Almanya	İran	Gürcistan
2018	Rusya	Almanya	Bulgaristan	İngiltere
2019	Rusya	Almanya	Bulgaristan	İngiltere
2020	Rusya	Bulgaristan	Almanya	Ukrayna
2021	Rusya	Almanya	Ukrayna	Bulgaristan
2022	Almanya	Rusya	İngiltere	Bulgaristan

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024.

Tablo 12’de 2015-2022 yılları arasında Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçilerin sıralamaları gösterilmektedir. 2015-2022 yılları aralığında en çok ziyaretçinin Almanya ve Rusya’dan geldiği görülmektedir. Küreselleşme ile beraber ulaşımın yaşanan revizyonlar, reklam ve tanıtım çalışmalarının dünya geneline yayılması gibi hedefler doğrultusunda turizm talebinde de artışlar meydana gelmektedir. Ayrıca gelen ziyaretçilerin fuar, sağlık, eğitim, iş, kültürel aktiviteler gibi sahil turizmi dışında farklı amaçlar güderek turizm hareketleri gerçekleştirdiği belirlenmiştir.



Şekil 9. 2023 Yılı Geliş Amacına Göre Yabancı Ziyaretçi Sayısı (%)

Kaynak: TUİK, 2024.

TUİK' in 2023 geliş amacına göre yabancı ziyaretçi oranlarına bakıldığında %68'lik bir oranla en fazla gezi, eğlence, kültürel aktivitelerin yer aldığını görmekteyiz. %21'lik oranla ise akraba ve arkadaş ziyaretleri 2. sırada yer almaktadır.

Türkiye ekonomisinde büyük bir öneme sahip olan turizm sektörü, kamu tarafından da desteklenip teşvik edilmiştir. Daha önce de söz edildiği üzere, özellikle IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde işlerlik kazanan 24 Ocak Kararları turizmin günümüzde ulaştığı ivme ve gelişiminin temeli olarak gösterilmektedir. Bu yasa ile birlikte, sektöre yeni atılanlar için teşvik primi, yabancı uyruklu personel çalıştırma, haberleşmede kolaylık, kamu arazilerinin turizm sektörü için tahsis edilmesi gibi pek çok teşvik gündeme gelmiştir (Roney, 2011: 138).

Öte yandan, küresel ölçekte yaşanan 2008-2009 ekonomik krizi sonucunda kişi başına düşen ortalama harcamada bir düşüş meydana getirmiştir. Bu durumda etkilenen sektörlerin başında turizm gelmektedir. Ayrıca, 2016 yılında yaşanan darbe girişimi sonucu da turizm sektörü sekteye uğramış ve gelen ziyaretçi sayısında bir düşüş yaşanmıştır. Bu düşüşlerin yaşandığı diğer bir önemli olay ise 2019 yılında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve çok kısa bir zaman diliminde küresel ölçeğe yayılan Covid-19 salgınıdır. Bu

salgından sadece ülkemiz değil, dünya ekonomisi de olumsuz etkilenirken, turizm sektörü de bu olumsuz koşullardan payını almıştır. Salgın tehdidinin ortadan kalkmasıyla beraber 2021 yılında tekrar ziyaretçi sayısı ve turizm gelirinde artış görülmüştür.

Tablo 13

2008-2024 Yılları Arası Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (1000 \$)	Ortalama Harcama (\$)
2008	26.336.677	25.415.067,00	820,00
2009	27.077.114	25.064.482,00	783
2010	28.632.204	24.930.997,00	755
2011	31.456.076	28.115.692,00	778
2012	31.782.832	29.007.003,00	814
2013	34.910.098	32.308.991,00	843
2014	36.837.900	34.305.903,00	848
2015	36.244.632	31.464.777,00	781
2016	25.352.213	22.107.440,00	728
2017	32.410.034	26.283.656,00	700
2018	39.488.401	29.512.926,00	669
2019	45.058.286	34.520.332,00	751
2020	12.734.213	12.059.320,00	936
2021	24.712.266	24.482.332,00	1028
2022	44.564.395	49.857.030,00	901
2023	49.209.180	55.874.175,00	952
2024 I.Çeyrek	7.042.850	8.784.801,00	975

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜİK, 2024.

Gelen turist sayısı her yıl artan bir ivmeyle hareket etmesine rağmen turistlerin kişi başına yapmış oldukları harcamalarda bazı yıllar dışında genel olarak bir azalış gözlemlenmektedir. Bunun pek çok sebebi olabileceği gibi özellikle her şey dahil konseptli tesislerin sayılarında meydana gelen bir artış ya da turist profillerinin değişmesi olarak ifade edilebilir.

Küreselleşmeye bağlı olarak ülke sınırlarının ortadan kalkması, ulaşım imkanlarının artması ve daha konforlu hale gelmesi, yatırımların doğru kaynaklara yapılması, bankaların ve finans kuruluşların sektör olarak turizmi desteklemesi, iletişim ağının gelişmesi, rekabete dayalı olarak her türden talebe cevap verebilmek için alternatiflerin oluşturulması gibi nedenlerle turizm endüstrisi gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır (Çeken, 2003: 16).

Ayrıca eğitim seviyesinin artması ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak hibrit çalışma sisteminin yaygınlaşması, boş zamanın artması, acentaların paket tur tanıtım ve reklamlarıyla daha az maliyetli turistik seyahat organizasyonları yapmaları, sınır giriş çıkışlarında resmi işlemlerin daha basit yollarla yapılması uluslararası ve ulusal turizm faaliyetlerinin gelişim ve büyümesine katkıda bulunmuştur (Çeken, 2004: 10).

Sektör bakımından küreselleşme ile doğru orantıda büyüme sağlayan turizm sektörü, küreselleşmenin olumsuz etkilerinden de payını almaktadır. 2008, 2012 yıllarında yaşanan global kriz, Ortadoğu’da meydana gelen siyasi kriz gibi etmenler turist sayısında gerilemelere sebep olmaktadır.

Tablo 14

2008-2024 Yılları Arası Türkiye’nin Ziyaretçi Sayısı ve Turizm Geliri

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (\$)
2008	26.336.677	25.415.067,00
2009	27.077.114	25.064.482,00
2010	28.632.204	24.930.997,00
2011	31.456.076	28.115.692,00
2012	31.782.832	29.007.003,00
2013	34.910.098	32.308.991,00

Tablo 14 (Devamı)

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri (\$)
2014	36.837.900	34.305.903,00
2015	36.244.632	31.464.777,00
2016	25.352.213	22.107.440,00
2017	32.410.034	26.283.656,00
2018	39.488.401	29.512.926,00
2019	45.058.286	34.520.332,00
2020	12.734.213	12.059.320,00
2021	24.712.266	24.482.332,00
2022	44.564.395	49.857.030,00
2023	49.209.180	55.874.175,00
2024 (I. Çeyrek)	7.042.850	8.784.801,00

Kaynak: TÜİK, 2024.

Tablo 14'te Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayınlanan Türkiye'nin 2008-2024 yılları arasında turizm geliri ve ziyaretçi sayıları yer almaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere gelen ziyaretçi sayıları her geçen yıl artmakla beraber, 2016 yılında yaşanan darbe girişimi sonucu ziyaretçi sayısı ve buna bağlı olarak turizm geliri de düşmüştür. Covid-19 salgınının yaşandığı ve tehdidin yaygınlaştığı 2020 yılında da ziyaretçi sayısı ve turizm gelirinde ciddi bir düşüş yaşanmıştır.

Tablo 15

Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Payı (%)

Yıllar	Turizm Geliri (1000 \$)	Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Oranı (%)
2004	17.076.607,00	4,2
2005	20.322.111,00	4,1
2006	18.593.951,00	3,4
2007	20.942.500,00	3,1
2008	25.415.067,00	3,3
2009	25.064.482,00	3,9

Tablo 15 (Devamı)

Yıllar	Turizm Geliri (1000 \$)	Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Oranı (%)
2010	24.930.997,00	3,2
2011	28.115.692,00	3,4
2012	29.007.003,00	3,7
2013	32.308.991,00	4,0
2014	34.305.903,00	4,3
2015	31.464.777,00	3,7
2016	22.107.440,00	2,6
2017	26.283.656,00	3,1
2018	29.512.926,00	3,8
2019	34.520.332,00	5,1
2020	12.059.320,00	2,0
2021	24.482.332,00	3,7
2022	49.857.030,00	5,1
2023	55.874.175,00	-
2024	8.784.801,00	-

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜİK, 2024.

Tablo 15'te turizm gelirinin GSYH içerisindeki payını görmekteyiz. Söz konusu tabloda turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin GSYH içindeki payında bazı yıllarda dalgalanmalar olması dikkat çekmektedir. 2019 yılında 34.5 Milyon Dolar gelir elde edilmiş ve gelirin GSYH içerisindeki payı %5 olarak gerçekleşmiştir. Fakat bunun aksine 2020 yılında yaşanan salgın sebebiyle 12 milyon dolarlık gelir ve gelirin GSYH içerisinde ki payı %2'lere gerilemiştir. 2008 yılında turizm gelirleri 25 Milyon Dolar iken, turizm gelirlerinin GSYH içindeki payının %3,3 olduğu gözlenmektedir. 2023 yılına gelindiğinde ise turizmden elde edilen gelirin artış göstererek 55,8 Milyon Dolar olması dikkat çekmektedir. 2022 yılında turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı ise % 5,1 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin sürdürmekte olduğu turizm politikalarına bakıldığında deniz turizminin yanı sıra sağlık, spor, yayla, fuar turizmi gibi alternatifleri de bulunmaktadır. Bu farklı turizm seçeneklerinin doğru yatırımlar ve reklamlarla potansiyel gelişiminin sağlanabilmesi için Türkiye, turizm açısından global arenada büyük bir etki yaratmak istemektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2024).

2.9. Turizm Ekonomisi ve Küreselleşme İlişkisi ile İlgili Literatür Taraması

Aksü (1997), “Küreselleşme Eğilimlerinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri” isimli çalışmasında küreselleşmenin turistik ürünlerin gelişimi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmada turizm sektörü küreselleşmenin yaygınlaşmasında etkili olduğu bunun sonucunda ise artan turizm talepleri karşısında yeni ürünlerin yaratılması gerekliliği sonucuna ulaşılmıştır.

Bahar (2006), “Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı” çalışmasında 1963-2004 yılları arasında GSYH ve turizm gelirleri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi VAR analizi ile incelemiştir. Yapılan inceleme sonucunda ise GSYH ile turizm gelirleri arasında karşılıklı bir ilişkinin olduğu ve ekonomik büyümeye pozitif etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bahar (2007), “Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvikler” isimli çalışmasında Türkiye’de 1980 ve 1994 yılları arasında turizm sektörüne sağlanan teşvikler ile ekonomik büyümeye olumlu katkılar sağlandığı fakat özellikle 1994 yılından sonra sağlanan teşviklerin önemini kaybettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bulut ve Özkök (2016), “Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri” isimli çalışmalarında turizm sektörünün, küreselleşmenin teknolojik boyutu başta olmak üzere, ekonomik, sosyal ve siyasi boyutlarından etkilendiğini, bu etkileşimin pozitif yönlü olması için küreselleşmenin getirmiş olduğu gelişmelerle birlikte adapte olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çeken (2004), “Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye” başlıklı çalışmada küreselleşme ile birlikte teknoloji ve bilgi akışındaki gelişmelerin turizm endüstrisine etkilerini araştırmıştır. Araştırmanın sonucunda insanların refah seviyelerinin artması sonucu harcanabilir gelirden meydana gelen artış, ulaşım alternatiflerinin oluşması, farklı kültürlerin merak edilmesi, büyük kentlerde yaşayan insanların doğa ile vakit geçirme isteği gibi nedenlerin küresel turizmi geliştirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Çeken ve Ateşoğlu (2008), “Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi” isimli çalışmalarında önemli turizm pazarı olarak sayılabilecek Avrupa Birliği ve Türkiye’nin turizm politikalarının incelenmesi, politikaların etkilediği alanların belirlenmesi, Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne giriş sürecinde turizm sektörü açısından değerlendirilmesi yapılmıştır.

Garda vd., (2017), “Küreselleşmenin Turizm Pazarlama Karması Elemanları Üzerindeki Etkileri” başlıklı çalışmada teknolojik değişimler ve küreselleşme ile beraber ülkeler arasındaki coğrafi sınırlar ortadan kalkmış olup bu doğrultuda turizm taleplerinde farklılıkların ortaya çıktığı ifade edilmiştir.

Göçen vd., (2011), “Türkiye’de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri” isimli çalışmada kriz ve krizin turizm sektörüne etkileri araştırılmıştır. Küreselleşme ile beraber sosyal, siyasal ve ekonomik krizlerin ulusal sınırları aşarak uluslararası nitelik taşıması turizm sektörünü de etkilediği belirtilmiştir. Krizler sonucu finansal sorunlar turizmi daha sınırlı etkilemekte olup sağlık, güvenlik tehdidi gibi sorunlar uluslararası turizmi daha fazla etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kara vd., (2012), turizm gelirlerinin farklı makro ekonomik değişkenler ile ilişkisinin incelendiği “Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi: Türkiye Örneği (1992-2011)” başlıklı çalışmada, turizm gelirleri, iktisadi büyüme, cari işlemler ve reel döviz kuru incelenmiştir. Granger nedensellik analizinin kullandığı incelemede

ekonomik büyüme ve turizm gelirleri arasında tek yönlü, turizm gelirleri ve cari işlemler arasında çift yönlü, turizm gelirleri ve döviz kuru arasında tek yönlü bir ilişki bulunmuştur.

Kızılkaya vd., (2016), “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı” başlıklı çalışmasında 1980-2014 yılları arasında Türkiye’de uluslararası turist sayısı, turizm geliri ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişki incelenmiştir. Çalışmada turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Mete (2021), “Küreselleşme ve Politik İstikrarın Turizm Üzerine Etkileri” çalışmasında küreselleşme ve politik istikrarın gelen turist sayısı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmada 2002-2018 yıl aralığında 9 ülke panel eşbütünleşme analizi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda politik istikrar ve küreselleşme ile gelen turist sayısı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilmiştir.

Öcal vd., (2021), “Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki” adlı çalışmasında 1990-2017 yıllarını kapsayan Türkiye’de turist sayısını etkileyen makroekonomik faktörlerin incelemesi yapılmıştır. Analizde VAR modeli kullanılmış olup turist sayısı, büyüme, net ihracat, enflasyon değişkenleri Granger nedensellik analizi ile sınanmıştır. Analizde Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısını etkileyen en önemli etkenin enflasyon olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sarıdoğan (2020), “Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye İçin Yapısal Kırılmalı Birim Kök ve Eşbütünleşme Analizi” adlı çalışmasında 1987-2018 yılları arasında Türkiye’nin turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi araştırılmıştır. Yapısal kırılmalı birim kök analizine göre turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Zaman Serisi Analizi

Zaman serileri analizi, bir süre içerisinde düzenli aralıklarla incelenen verilerin istatistiksel olarak gözlemlenmesini ve ilerideki dönemlerde elde edilecek verilerin öngörüsünün güvenilir bir şekilde yapılabilmesini sağlamaktadır. Zaman serileri analizindeki dikkate değer ilk adımı zamana karşı çizilen verilerin grafiğini oluşturmaktır. Grafiği incelemek, veriyi tanımak ve uygun bir model oluşturmak için öncelikli adımdır. Ayrıca grafik seride trend, mevsimsel dalgalanmalar ve sapan değerler gibi önemli özelliklerin görülmesini sağlayacaktır. Bu analiz yönteminde “durağanlık” kelimesi oldukça önem arz etmektedir. Analizde incelenen değişkenler arasında anlamlılıktan bahsedebilmek için değişkenlerin ya durağan olmaları ya da aynı düzeyde durağan olmaları gerekmektedir.

Ekonomik zaman serisi ekonomik bir değişim için eşit aralıklı zaman noktalarındaki veya zamanın farklı noktalarındaki gözlemleri içeren veriler topluluğu olarak tanımlanabilir. Aylık ihracat ve ithalat miktarları, ortalama gelirler, günlük hisse senedi fiyatları, yıllık şirket karları, işsizlik oranı, faiz oranları gibi veriler, ekonomik zaman serilerine örnek olarak gösterilebilir.

Zaman serisi analizinin geleneksel yöntemleri temel olarak serideki trend, mevsimsel varyasyon, konjonktürel değişimler ve düzensiz dalgalanmalarla ilgilenir. Bu yaklaşım her zaman en iyisi olmasa bile varyasyonun, eğilimden ya da mevsimsellikten etkilendiği durumlarda önemli olabilmektedir.

Zaman serilerinin grafikleri incelendiğinde, serinin yapısında bazı düzensizliklerle karşılaşmaktadır. Bu düzensiz hareketler;

- Uzun dönem eğilimi (trend),
- Mevsimsel dalgalanmalar,

- Konjonktürel dalgalanmalar,
- Düzensiz (random walk) hareketler.

olmak üzere dört temel faktörden kaynaklandığı bilinmektedir (Enders, 1995: 3).

3.1.1. Trend

Trend, seride yer alan değerlerin uzun bir zaman içinde artış ya da azalışlarını ifade eder (Akdeniz, 2007: 519). Genelgeçer bir kural olarak, serilerin arasında reel bir uzun dönem trendini ifade etmek için minimum 20 yıl veyahut daha fazla bir dönemdeki verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Örneğin, iklim değişiklikleri analiz edildiğinde yaklaşık 50 yıl gibi bir periyotta kimi zaman mevsimsel değişimler görülebilmektedir. Yalnızca 20 yılın verisine sahipsek uzun dönem dalgalanmalar trend gibi görülebilir. Ancak birkaç yüzyıla ait veriler inceleniyorsa dönem dalgalanmaları rahatça görülebilir. Bu uzun dönem dalgalanmayı “trend” olarak değerlendirmek daha anlamlı olacaktır (Chathield, 2024).

3.1.2. Mevsimsel Dalgalanmalar

Birçok zaman serisi sabit bir süre ile kendini tekrar etme eğilimi gösteren döngüsel bir modeli takip eder. Bu tür bir eğilime mevsimsellik, süre olarak döngü uzunluğuna da mevsimsel süre (s ile gösterilir) denilmektedir. Örneğin yıllık seriler şablonu olan aylık seriler için mevsimsel süre $s=12$, çeyreklik seriler için ise $s=4$ olacaktır (Abraham ve Ledolter, 2024). Serilerde genel olarak mevsimsel dalgalanmalar, özellikle de ekonomide, iş dünyasında ya da hava sıcaklığı gibi doğa bilimlerinde karşımıza çıkmaktadır.

3.1.3. Konjonktürel Dalgalanmalar

Mevsimsel etkilerden farklı olarak, bazı zaman serilerinde diğer fiziksel nedenlerden dolayı belirli bir zaman periyodunda varyasyonlar meydana gelebilir. Örnek olarak sıcaklıkta oluşan günlük değişimler verilebilir. Ayrıca, belirli bir zaman periyoduna sahip

olmayan ama bazı nedenlerle tahmin edilebilir olan zaman serileri de konjonktürel dalgalanmalar gösterebilir (Chatfield, 2024). Konjonktürel dalgalanmalar ile mevsimsel dalgalanmalar arasında benzerlikler vardır ancak konjonktürel dalgalanmalar mevsimsel dalgalanmalara göre daha düzensizdir ve periyodik değildir. Periyodik özelliği gösterebilir bile dalga boylarının ve sürelerin uzunluğu her periyot da aynı olmamaktadır. Daha çok ekonomide ortaya çıkan konjonktür dalgalanmalar tepe, daralma, dip ve genişleme dönemlerinden oluşmaktadır. Bu dönemler arasındaki süreler mevsimsel dalgalanmaların periyotları arasındaki süreler gibi birbirlerine eşit olmamaktadır.

3.1.4. Rassal (Tesadüfi) Dalgalanmalar

Belirsiz zamanlarda geçici ve rastgele nedenlerle ortaya çıkan dalgalanmalar, düzensiz ya da rastgeledir (Akdeniz, 2007: 520). Bu dalgalanmaların ne zaman hangi şiddette çıkacağı önceden tahmin edilemez. Genelde sel, deprem gibi doğal afetlerde ve savaş, grev, toplu işten çıkarma gibi olaylarda düzensiz dalgalanmalara rastlanır. Elimizdeki seriyi trend ve konjonktürel dalgalanmalardan arındırdıktan sonra geriye rassal olan ya da olmayan artık serisi kalacaktır. Düzensiz dalgalanmaları çeşitli modellerle, otoregresif ve hareketli ortalama gibi, açıklanabilmesi için birçok tekniğin incelenmesi gerekir. Ayrıca trend ve konjonktürel dalgalanmaları çıkardıktan sonra artıklar arasında konjonktürel dalgalanmaların var olup olmadığının görülmesi içinde önemli olacaktır. Yukarıda da bahsedildiği gibi zaman serisinden trendi, konjonktürel dalgalanmaları, mevsimsel dalgalanmaları ve diğer düzensiz dalgalanmaları arındırdıktan sonra, analizden elde edilecek sonuçlar daha iyi yorum yapılabilmesini sağlayacaktır.

3.2. Zaman Serisi Birim Kök Testleri

Zaman serilerinde durağanlığın tespit edilmesinde kullanılan en yaygın yöntemlerden birisi de “Birim Kök” analizidir. Bu analiz seride oluşabilecek kırılmayı dikkate alan ve almayan farklı yöntemlerle test edilmektedir.

$$Y_t = \alpha_1 Y_{t-1} + u_t \quad (3.1)$$

Yukarıda verilen zaman serisi süreci düşünüldüğünde $1 - \alpha_1 = 1$ ise rassal bir yürüyüş sürecini ifade etmektedir. Bu süreç durağan olmayan bir süreçtir ve ilk farkı alındığında süreç durağan hale gelmektedir. Diğer bir ifade ile $1 - \alpha_1 = 0$ durumu serinin birim köklü olduğunu göstermektedir. Bu yüzden birim kök testleri α_1 değerinin 1'e eşit olup olmadığını test etme mantığına dayanmaktadır.

3.2.1. Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi

Zaman serilerinde analiz yapılırken modeli oluşturan değişkenler arasında korelasyon probleminin bulunduğu durumlarda, bağımlı değişkenin gecikmeli değerlerinin modele eklendiği Dickey-Fuller testinin genişletilmiş şekli olan (Augmented) Dickey-Fuller (ADF) testi kullanılmaktadır. Sabitsiz-trendsiz, Sabitli ve Sabitli- trendli denklemlerinde değişkenin ilk farklarının gecikmeli değerleri, Dickey-Fuller'in hata terimlerinin otokorelasyonlu olmasını engellemek amacıyla ilave edilmiştir. Önemli olan husus ilave edilecek gecikme sayısının nasıl belirleneceğidir. Buna karar verirken Akaike (AIC) ve Schwarz (SIC) bilgi kriterleri kullanılmaktadır. Ayrıca Dickey-Pantula Birim kök testi ve Phillips-Perron (PP) testleri de sıklıkla kullanılan testler arasında yer almaktadır (Kadılar, 2024: 32-35).

Akaike ve Schwarz tarafından ileri sürülen bilgi kriterleri aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$AIC = \ln\left(\frac{ESS}{n}\right) + \frac{2k}{n} \quad (3.2)$$

$$SIC = \ln\left(\frac{ESS}{n}\right) + \frac{k \cdot \ln n}{n} \quad (3.3)$$

Burada n gözlem sayısı, k tahmin edilmiş parametre sayısı ve ESS de hata terimlerinin kareleri toplamıdır ve aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

$$ESS = \sum (Y - \bar{Y})^2 \quad (3.4)$$

ADF testinin hipotezleri de DF testinin hipotezleri ile aynıdır. ADF testinde DF testinde olduğu gibi hesaplanan τ değeri kritik değeri aşıyorsa, zaman serisinin durağan olduğu H_1 hipotezi kabul edilmektedir. Eğer τ değeri kritik değerden küçükse serinin durağan olmadığını ifade eden H_0 hipotezi kabul edilmektedir.

3.2.2. Phillips-Perron (PP) Birim Kök Testi

Philips Perron (1988) tarafından eleştirilen Dickey- Fuller yöntemi, geliştirilerek daha hafif varsayımlara izin vermiş ve Philips- Perron (PP) testi olarak bilinen birim kök testini geliştirmişlerdir. Veri oluşturma süreci AR(1) olmadığında, bir PP testi meydana gelebilir. Standart DF t istatistiğinin otokorelasyonunu hesaba katan parametrik olmayan bir modifikasyondur. PP veri oluşturma sırasında AR öğelerine MA (hareketli) öğelerini dikkate alacak şekilde test istatistiklerini değiştirmiştir (Çil, 2018: 299). Philips ve Perron birim kök testi, ADF testinin değişmesine izin verir ve değişen parametrelerin korelasyonunu kademeli olarak ortadan kaldırır. Bu işlemi gerçekleştirirken parametrik olmayan bir prosedür kullanılır. PP yönteminde DF modelindeki regresyon denkleminde ek olarak test istatistiklerine dönüşüm de yapılmıştır (Çabuk ve Balcılar, 1998: 109).

Phillips ve Perron hata terimlerini düzeltmeyi öngören non-parametrik bir test geliştirmişlerdir. Phillips ve Perron testi DF testindeki AR sürecini, ARMA sürecine dönüştürmüştür. PP'nin en basit modeli,

$$\left. \begin{aligned} Y_t &= \mu + \phi_1 Y_{t-1} + u_1 \\ (1 - \phi_1 L) Y_t &= \mu + u_1 \end{aligned} \right\} \quad (3.5)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Yukarıdaki ifadede $t=1,2,\dots,T$ ve bu model için birim kök 1 1 ϕ olacak şekilde hesaplanmaktadır. Modelde $1\phi=1$ durumunda seri de birim köklüdür. PP testi denklemlerinde hata terimi ortalaması sıfıra eşit ve otokorelasyon olabilir. PP birim kök testinde, sabit varyans hipotezi bazı durumlarda ihlal edilebilmektedir. Bu sebeple PP testi, DF veya ADF testinin varsayımlarına bağımlı olmamaktadır. Çünkü PP testi Newey-West hata düzeltme mekanizması kullanarak otokorelasyon sorununu düzeltir ve sabit varyans öngörüsünü yerine getirir (Hamilton, 1994: 93).

3.3. Johansen Eşbütünleşme Testi

Johansen yöntemi, koentegrasyon vektörünün tahmini en çok olabilirlik yöntemi ile hesaplanan bir testtir. Johansen yöntemi temelinde Dickey-Fuller yönteminin genelleştirilmiş bir formudur. Johansen çoklu koentegrasyon modelinde ilk olarak aşağıda görüldüğü gibi vektör otoregresif (VAR) model ele alınmaktadır.

$$X_t = \pi_1 X_{t-1} + \pi_2 X_{t-2} + \dots + \pi_k X_{t-k} + \mu + e_t \quad (3.6)$$

Durağan olmayan X değişkeninin ilk farkları alındığında,

$$\Delta X_t = \Gamma_1 \Delta X_{t-1} + \dots + \Gamma_{k-1} \Delta X_{t-k+1} + \pi X_{t-k} + \mu + e_t \quad (3.7)$$

Süreci elde edilmektedir. Formüldeki,

$$\left. \begin{array}{l} \Gamma_i = -I + \pi_1 + \dots + \pi_i \\ \pi = I - \pi_1 - \dots - \pi_k \end{array} \right\} \quad t=1, \dots, t \quad (3.8)$$

ile ifade edilmektedir. Modelde; χ_1 $1(1)$ 'de entegre olan değişkenlerin $(p \times 1)$ boyutlu vektörü, e_t hata terimi, Γ_i $(p \times p)$ boyutlu parametreler matrisidir. Π ise gözlemlerin

uzun dönem ilişkileri üzerine bilgi veren, Γ_1 ile aynı boyutta ($p \times p$) boyutlu matristir. π matrisinin rankı, lineer ve durağan lineer değişkenlerin kombinasyon sayısıdır. X_t 'de yer alan tüm değişkenlerin durağan olduğunu matris rankının tam olması ifade etmektedir. Rankın '0' olması halinde ise, X_t birinci farklar formunda bir vektör otoregresif (VAR) modele dönüşür. Bu oluşum modelde yer alan değişkenler arasında uzun dönem ilişkisi olmadığının bir göstergesidir. Rank (π) = $r < p$ ise; durağan veya koentegre olan X_t değişkenleri arasında r sayısı kadar lineer kombinasyon söz konusu olacaktır ve bu durumda π matrisi $\pi = \alpha \cdot \beta$ şeklinde yazılabilecektir. α ve β matrisleri rankları (r) olan ($p \times r$) boyutlu matrislerdir. α hata düzeltme parametrelerini içerir, β ise koentegre vektörler matrisidir. X_t tek başına 1. dereceden entegre $I(1)$ olmasına rağmen βX_t durağandır. π matrisinin rankı 1 ya da 1'den fazla ise 1 ya da daha fazla koentegre vektör olacağından bu durum uzun dönem ilişkisini ifade edecektir.

3.4. Vektör Hata Düzeltme Modeli

Analizde kullanılan değişkenlerin aynı seviyede durağan olması koşulunu sağlaması sonucu değişkenlere uzun dönemli ilişkisinin analizini yapabilmek için eşbütünleşme testi uygulanmaktadır.

Vektör Hata Düzeltme Modeli ise; johansen eşbütünleşme testi sonucunda değişkenler arasında elde edilen en az bir eşbütünleşme vektör bulunması halinde aralarındaki ilişkiyi tespit etmek için uygulanan bir modeldir. Vektör hata düzeltme modelinde, kurulan modele hata teriminin eklenmesi değişkenler arasında kısa ve uzun dönem ilişkisini analiz ederken daha güvenilir sonuçlar elde etmemizi sağlamaktadır. Çünkü değişkenlerin birim kök içermesi, zamana duyarlı olmaksızın doğru tespit yapılmasını engellemektedir.

$$\Delta y_t = \beta_1 \Delta X_t - (1-\alpha)[Y_{t-1} - Y_1 - Y_2 X_{t-1}] + e_t \quad (3.9)$$

Denkleimde yer alan “ $Y_{t-1} - Y_1 - Y_2 X_{t-1}$ ” ibare bir önceki dönemde yaşanan dengesizlik olarak ifade edilmektedir. β_1 kısa dönemi, Y_2 uzun dönem ilişkisini ifade etmektedir. Denkleme dahil edilen değişkenler birim kök içermemektedir.

Vektör Hata Düzeltme Modeli;

$$\Delta y_t = \pi Y_{t-1} + \Gamma_p \Delta y_{t-p+1} + e_t \quad (3.10)$$

Yukarıdaki denklemde vektör hata düzeltme denklemi yer almaktadır. Denkleimde “ π ” kısa dönemi ifade ederken, “ Γ ” uzun dönemi ifade etmektedir.

3.5. Tanısal Sınama Testi

Vektör hata düzeltme modeli ve VAR analizi sonucunda elde ettiğimiz verilerin anlamlı olduğunun kontrol ve kabul etmek amacıyla hata terimlerine ait serilere modelin durağanlığını sınama testleri uygulanmaktadır.

3.5.1. Roots of Characteristic Polynomial (Karakteristik Polinom) Test

Karakteristik polinom testi, modelde yer alan verilerin değerlerinin 1’den küçük olması, modelin köklerinin çember içinde konumlanması modelin durağan ve kararlı olduğunu belirtmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Veri Seti ve Ekonometrik Model

Bu çalışmada küreselleşmenin turizm ekonomisi üzerindeki etkisi 1970-2021 yılları esas alınarak test edilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler gelen yabancı ziyaretçi sayısı, KOF küreselleşme endeksi ve turizm geliridir. Çalışmada Türkiye'ye ait 1970-2021 yıllarını kapsayan turizm geliri ve yabancı ziyaretçi sayısı veri seti Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan, KOF küreselleşme endeksi veri seti İsviçre Ekonomi Enstitüsü'nden alınmıştır. Modelde bağımlı değişken olarak turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı, bağımsız değişken olarak küreselleşme endeksi alınmıştır.

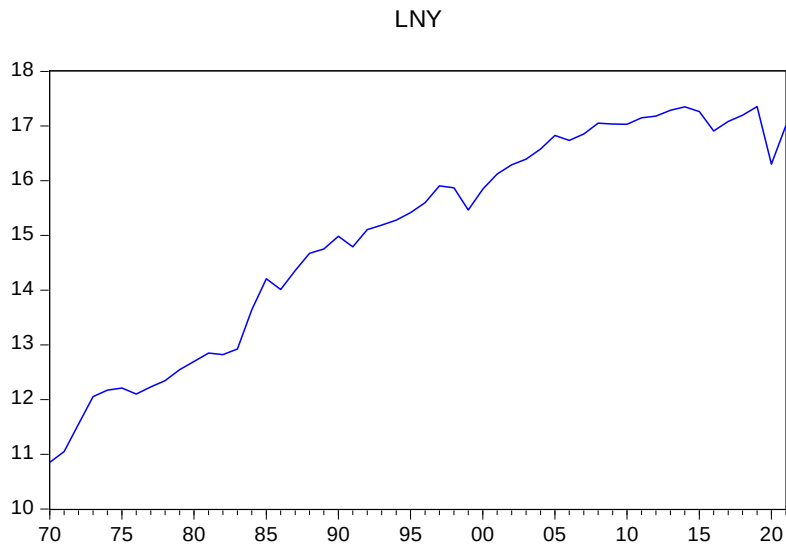
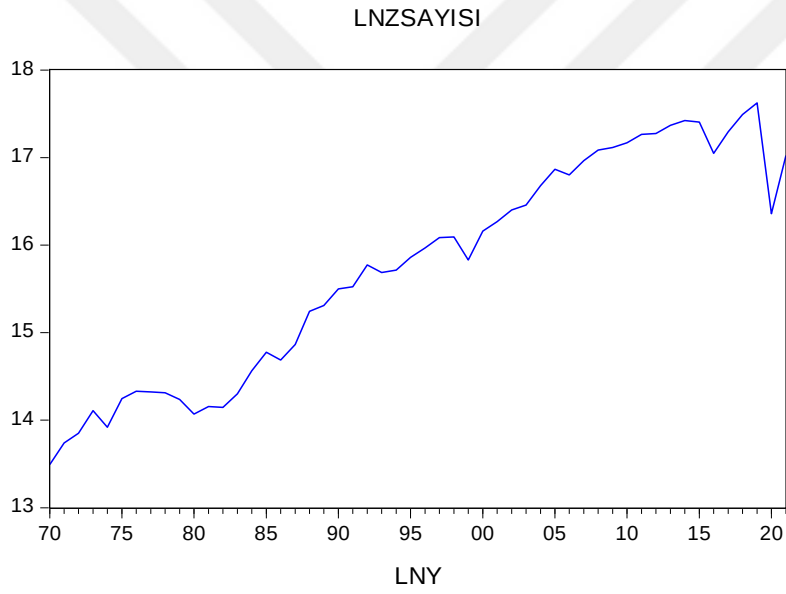
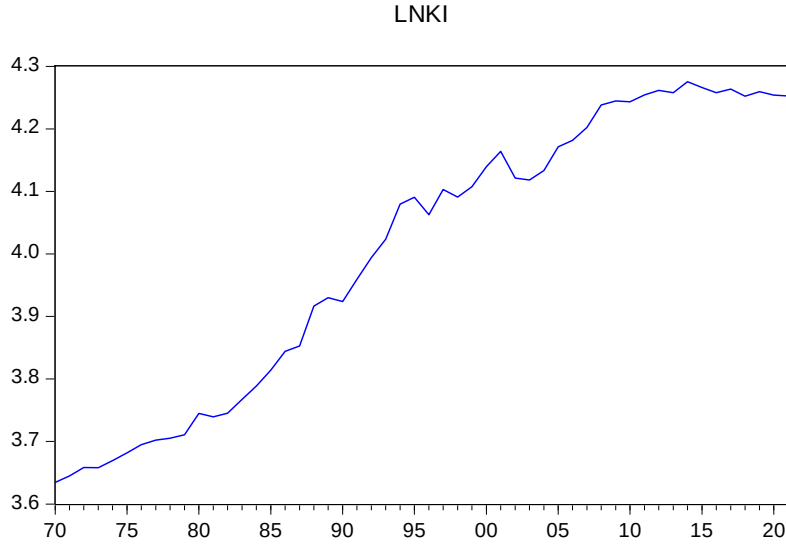
Analizde yer alan değişkenlerin logaritmik dönüşümleri yapılmış ve analize bu şekilde dahil edilmiştir. Değişkenlere ait bilgiler aşağıdaki tabloda tanımlanmıştır;

Tablo 16

Değişkenlere Ait Bilgiler

Küreselleşme Endeksi	LNKI
Turizm Geliri	LN Y
Yabancı Ziyaretçi Sayısı	LNZSAYISI

Çalışmanın uygulama aşamasında öncelikle değişkenlerin durağanlığını ölçmek için Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips Perron (PP) testleri uygulanmıştır. Durağanlık sınanması yapıldıktan sonra Johansen Eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Testlerin uygulanması aşamasında Eviews 10 paket programından yararlanılmaktadır.



Şekil 10. Türkiye’ye Ait Analizde Kullanılan Değişkenlerin Düzey Grafikleri

Yukarıdaki şekilde Türkiye’ye ait analizde kullanılan değişkenlerin grafikleri verilmiştir. Bu grafikler incelendiğinde Türkiye’de 1970-2021 yılları arasında KOF küreselleşme endeksi, turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısında artan bir ivmeyle seyir izledikleri görülmektedir. Turizm geliri ve yabancı ziyaretçi sayısı 1970-2021 yılları aralığında ani düşüş ve çıkış yaşarken, KOF küreselleşme endeksi daha stabil bir seyir izlemiştir. Özellikle endeks 1980’lerden (küreselleşmeyle birlikte) önemli bir ivme kazandığı izlenmektedir.

4.2. Değişkenlerin Birim Kök Analizi

Çalışmada öncelikle Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Philips Perron (PP) testleri uygulanmıştır. İlk adım olarak ADF testi ile serilerin durağanlık seviyeleri belirlenmiştir. Ardından PP birim kök testi uygulanmış ve serilerin birinci seviyede durağan oldukları sonucuna varılmıştır.

4.2.1. Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Test Sonuçları

Tablo 17

ADF Sabit Terimli Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	t-İstatistik I(0)	t-İstatistik I(1)	Olasılık Değeri I(0)	Olasılık Değeri I(1)
LNKI	-1.530771	-6.595128	0.5102	0.0000
LNK	-2.319078	-7.671722	0.1701	0.0000
LNZSAYISI	-1.564108	-9.420487	0.4932	0.0000

ADF birim testi hipotezleri;

H_0 : Birim kök vardır.

H_1 : Birim kök yoktur.

KOF küreselleşme endeksi, turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı değişkenlerinin durağanlığı ADF birim kök testi ile test edilmiş olasılık değerleri ve t-istatistik değerleri $I(0)$ düzeyinde durağanlık kriterlerini yerine getirememiştir. Birinci farkı alınmış serilerin 0,05 anlamlılık düzeyinde durağan olduğu yani birim kök içermediği görülmektedir. Yukarıdaki tabloda ise bu değişkenlerin aldıkları değerler gösterilmektedir. Yani $I(0)$ düzeyinde H_1 reddedilirken, H_0 hipotezi kabul edilmiştir. $I(1)$ düzeyinde ise H_0 hipotezi reddedilirken, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

4.2.2. Phillips-Peron (PP) Birim Kök Test Sonuçları

Tablo 18

PP Sabit Terimli Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	t-İstatistik $I(0)$	t-İstatistik $I(1)$	Olasılık Değeri $I(0)$	Olasılık Değeri $I(1)$
LNKI	-1.512401	-6.607994	0.5194	0.0000
LNKY	-3.339761	-7.719800	0.0181	0.0000
LNZSAYISI	-1.623677	-9.693317	0.4634	0.0000

PP birim testi hipotezleri;

H_0 : Birim kök vardır.

H_1 : Birim kök yoktur.

Yukarıdaki tabloda, değişkenlere Phillips Peron birim kök testi uygulanmıştır. Değişkenlerin düzey sıfırda durağan olmadığı tespit edilmiştir. Düzey birde ise bütün değişkenlerin olasılık değerleri 0,05'ten küçük çıkarak durağanlık koşulunu sağlamaktadırlar. Yani $I(0)$ düzeyinde H_1 hipotezi reddedilirken, H_0 hipotezi kabul edilmiştir. $I(1)$ düzeyinde ise H_0 hipotezi reddedilirken, H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin hepsi ADF ve PP birim kök testlerinde birinci düzeyde durağan olduklarından dolayı aralarındaki uzun dönemli ilişkiyi sınamak için Johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Johansen eşbütünleşme testine geçmeden önce değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki incelenmiştir.

4.3. Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki Analizi

Tablo 19

Model 1 Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Olasılık
LNZSAYISI	0.684353	0.196366	3.485089	0.0000
LNKI	4.921793	1.097559	4.484308	0.0000
R ²	0.974121	Mean dependent Var		15.01088
Düzeltilmiş R ²	0.973064	S.D. dependent Var		1.998286
Sum squared resid	0.327960	Akaike info kriteri		0.664113
Log likelihood	-14.26694	Schwarz kriteri		0.776685
F-statistic	922.2011	Hannan-Quinn kriteri		0.707270
Olasılık	0.000000	Durbin-Watson stat		0.296161

$$LNY = 0.684352521823*LNZSAYISI + 4.92179331911*LNK \quad (4.1)$$

Tablo 19’da yabancı ziyaretçi sayısı, turizm geliri ve küreselleşme endeksi arasındaki kısa dönemli ilişki analiz edilmiştir. Ziyaretçi sayısı ve küreselleşme endeksinin artması turizm gelirini pozitif yönde etkilemektedir.

Tablo 20

Model 2 Değişkenler Arasındaki Kısa Dönemli İlişki

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Olasılık
LN _Y	0.290256	0.083285	3.485089	0.0010
LN _{KI}	2.973396	0.734964	4.045634	0.0002
R ²	0.972639	Mean dependent Var		15.73578
Düzeltilmiş R ²	0.971522	S.D. dependent Var		1.265671
Sum squared resid	0.213586	Akaike info kriteri		-0.193597
Log likelihood	8.033530	Schwarz kriteri		-0.081026
F-statistic	870.9427	Hannan-Quinn kriteri		-0.150440
Olasılık	0.000000	Durbin-Watson stat		0.827895

$$\text{LNZSAYISI} = 0.290255876164 \cdot \text{LN}_Y + 2.97339588493 \cdot \text{LN}_{KI} \quad (4.2)$$

Tablo 20’de değişkenler arasındaki kısa dönemli analiz edilmiştir. Analiz sonucunda kısa dönemde turizm geliri ve küreselleşme endeksinin artması gelen yabancı sayısını pozitif yönde etkilemektedir. Denklemin katsayıları için hesaplanan t istatistik değeri %5 önem seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Ayrıca modelin açıklama gücünü gösteren R² değeri %97 olarak görülmektedir.

4.4. Johansen Eşbütünleşme Analizi Uygulaması

Johansen eşbütünleşme testinin uygulanabilmesi için öncelikle uygun gecikme uzunluğu belirlenmesi gerekmektedir. Ardından testin uygulanmasına geçilmektedir.

Tablo 21

Uygun Gecikme Uzunluğu

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	5.604428	NA	0.000180	-0.108518	0.008432	-0.064322
1	163.0334	288.6197*	3.72e-07*	-6.293056*	-5.825256*	-6.116274*
2	166.6684	6.209886	4.67e-07	-6.069517	-5.250867	-5.760148
3	175.7275	14.34351	4.72e-07	-6.071978	-4.902477	-5.630022
4	179.6391	5.704420	5.97e-07	-5.859961	-4.339611	-5.285419

Uygun gecikme uzunluğunun belirlenebilmesi için yıldızların hangi lag düzeyinde konuşlandığına bakılmaktadır. Tablo 21’de uygun gecikme uzunluğunun belirlenebilmesi için LR, FPE, AIC, SC ve HQ bilgi kriterlerinin lag birinci düzeyde yer aldığı görülmektedir. VAR modeli için oluşturulan gecikme uzunluğu 1 olarak bulunmuştur.

Tablo 22

Model 1 VAR Modeli Tahmin Sonuçları

	VAR MODELİ		
	LNKY	LNZSAYISI	LNKI
LNKY (-1)	0.919613 (0.10293) [8.93400]	0.23772 (0.09541) [0.24915]	0.023020 (0.00779) [2.95559]
LNZSAYISI (-1)	-0.515785 (0.15792) [-3.26604]	0.407607 (0.14639) [2.78446]	-0.009241 (0.01195) [11.6741]
LNKI (-1)	3.213014 (0.94223) [3.41002]	2.929617 (0.87339) [3.35430]	0.832306 (0.07130) [11.6741]
C	-3.418085 -3.418085 (1.92198) [-1.77841]	-2.692558 -2.692558 (1.78157) [-1.51134]	0.483094 0.483094 (0.14543) [3.32183]
R ²	0.985923	0.970618	0.993947
Düzeltilmiş R ²	0.985024	0.968742	0.993561
Sum Sq. Resids	2.618495	2.249871	0.014992
S.E. equation	0.236035	0.218791	0.017860
F-statistic	1097.237	517.5332	2572.554
Log likelihood	3.349392	7.218429	135.0017
Akaike AIC	0.025514	-0.126213	-5.137323
Schwarz SC	0.177030	0.025303	-4.985807
Mean dependent	15.09244	15.77975	4.010143
S.D. dependent	1.928774	1.237515	0.222565

Tablo 23

Model 2 VAR Modeli Tahmin Sonuçları

VAR MODELİ			
	LNZSAYISI	LN Y	LN KI
LNZSAYISI (-1)	0.407607 (0.14639) [2.78446]	-0.515785 (0.15792) [-3.26604]	-0.009241 (0.01195) [-0.77331]
LN Y (-1)	0.23772 (0.87339) [0.24915]	3.213014 (0.10293) [8.93400]	0.023020 (0.00779) [2.95559]
LN KI (-1)	2.929617 2.929617 (0.87339) [3.35430]	3.213014 3.213014 (0.94223) [3.41002]	0.832306 0.832306 (0.07130) [11.6741]
C	-2.692558 (1.78157) [-1.51134]	-3.418085 (1.92198) [-1.77841]	0.483094 (0.14543) [3.32183]
R ²	0.970618	0.985923	0.993947
Düzeltilmiş R ²	0.968742	0.985024	0.993561
Sum Sq. Resids	2.249871	2.618495	0.014992
S.E. equation	0.218791	0.236035	0.017860
F-statistic	517.5332	1097.237	2572.554
Log likelihood	7.218429	3.349392	135.0017
Akaike AIC	-0.126213	0.025514	-5.137323
Schwarz SC	0.025303	0.177030	-4.985807
Mean dependent	15.77975	15.09244	4.010143
S.D. dependent	1.237515	1.928774	0.222565

Tablo 22 ve Tablo 23'te gecikme uzunluğu '1' ile tahmin edilmiş VAR modeli yer almaktadır. Hesaplanan R² (0.97) ve düzeltilmiş R² (0.96) değerlerine bakıldığında modelin kendini açıklama gücü nispeten yüksektir. Değişkenlere ait hesaplanan f-istatistiklerine bakıldığında 0,05 önem seviyesinde anlamlıdır. Uygulanan VAR modeline göre Johansen eşbütünleşme testi oluşturulacaktır.

Tablo 24

Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

İz İstatistiğine Göre Koentegrasyon Testi				
Hipotezler	Özdeğer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değeri	Olasılık Değeri
Yok*	0.396627	36.55654	35.01090	0.0339
En Fazla 1	0.183729	11.29554	18.39771	0.3643
En Fazla 2	0.022642	1.145109	3.841466	0.2846
Maksimum Özdeğer İstatistiğine Göre Koentegrasyon Testi				
Hipotezler	Özdeğer	Maximum İz İstatistiği	%5 Kritik Değeri	Olasılık Değeri
Yok*	0.396627	25.26099	24.25202	0.0367
En Fazla 1	0.183729	10.15043	17.14769	0.3835
En Fazla 2	0.022642	1.145109	3.841466	0.2846

Zaman serileri ile analize başlamadan önce serilerin durağan olup olmadıkları araştırılmalıdır. Stokastik bir değişkenin zaman içinde ortalaması, varyansı ve otokovaryansının sabit olması olarak tanımlanan durağanlık kavramı gelecek için doğru kestirimler yapabilmek açısından önemlidir (Bozkurt, 2013: 27). Uygulamada durağanlığın araştırılmasında, diğer yöntemlere göre daha etkin olan ADF ve Phillips-Perron testi uygulanmıştır. Johansen eşbütünleşme testinin yapılabilmesi için öncelikle değişkenlerin aynı düzeyde durağan olması gerekmektedir.

Çalışmada kullanılan küreselleşme endeksi, yabancı ziyaretçi sayısı ve turizm geliri birinci düzeyde durağan olma özelliğine sahip oldukları için eşbütünleşme testi uygulanmaktadır.

Eşbütünleşme ilişkisinin varlığından söz edebilmek için önemli olan iki kriter iz istatistiği ve maksimum özdeğer istatistik değerlerinin olasılık değerleri 0,05'ten küçük olması gerekmektedir. Büyük olması durumunda eşbütünleşme ilişkisinden söz edilemez. Tablo 24'de belirtilen değerlere baktığımızda maksimum özdeğer istatistiğinin olasılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için eşbütünleşik ilişkisi bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Değişkenler arasında en fazla bir eşbütünleşme bulunmuş olup, aralarında uzun dönemli ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Yani, H_1 hipotezi kabul edilirken, H_0 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 25

Eşbütünleşmiş Denklem 1

Eşbütünleşme Denklem Katsayıları		
LNKİ	LNZSAYISI	LNKİ
LNKİ	LNZSAYISI	LNKİ
1.000000	0.274921	-9.912612
	(0.33917)	(1.89193)

$$LNKİ = -0.274921 * LNZSAYISI + 9.912612 * LNKİ \quad (4.3)$$

Yukarıdaki denkleme göre bağımlı değişken LNKİ (turizm geliri) olmak üzere LNKİ ve LNZSAYISI bağımsız değişkenlerdir. Buna göre küreselleşme endeksinde meydana gelebilecek 1 birimlik değişimi turizm gelirini 9.91 birim pozitif yönde değiştirmektedir. Küreselleşme endeksi için hesaplanan t istatistiğini mutlak değerce 1.96'dan yüksek olması, katsayıyı anlamlı hale getirecektir. Denklem göre küreselleşme endeksinin katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır.

Denklem göre ziyaretçi sayısında meydana gelebilecek olan 1 birimlik değişim turizm gelirini 0.27 birim azaltmaktadır. Ancak ziyaretçi sayısı için hesaplanan t istatistiğine göre katsayı anlamsız bulunmuştur.

Tablo 26

Eşbütünleşmiş Denklem 2

Eşbütünleşme Denklem Katsayıları		
LNZSAYISI	LNKİ	LNKI
1.000000	3.637408	-36.05621
	(0.76933)	(6.81860)

$$\text{LNZSAYISI} = -3.637408 \cdot \text{LNKİ} + 36.25621 \cdot \text{LNKI} \quad (4.4)$$

Denklem 2'ye göre turizm gelirinde meydana gelen 1 birimlik bir değişim ziyaretçi sayısını -3.63 oranında değiştirirken, küreselleşme endeksinde meydana gelen 1 birimlik bir değişim ziyaretçi sayısını 36.05 oranında arttırmaktadır.

Tablo 26'da bulunan LNKİ, LNZSAYISI ve LNY değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki incelenmiştir. Değişkenlerin uzun dönemli ilişkilerinin anlamlı olması için t-istatistiğinin mutlak değerce '1.96' dan büyük olması gerekmektedir. Buna bağlı olarak LNZSAYISI ve LNY için hesaplanan t-istatistiği anlamsız bulunmuştur.

Analizin bu kısmında bir dönemde yaşanacak olan sapmanın uzun dönemde ne kadar süreceğinin incelenebilmesi için Vektör Hata Düzeltme Modeli kurulacaktır.

4.5. Vektör Hata Düzeltme Modeli (VCEM) Uygulanması

Vektör hata düzeltme modeline göre terimlerin anlamlılığı için elde edilmiş olan katsayıların mutlak değerce '0' ile '1' arasında değer alması gerekmektedir. Hata düzeltme modeline göre hesaplanan t istatistiklerinin önem seviyesinde 0,05 mutlak değerce 1.96'dan büyük olmalıdır. Yapılan araştırma sonucunda literatürde, vektör hata düzeltme modelinin anlamlılığı için tek bir değişkenin anlamlı olması tüm modelin anlamlı sayılması için yeterli bir koşuldur.

Tablo 27

Model 1 Vektör Hata Düzeltme Modeli

Error Correction	D(LNY)	D(LNZSAYISI)	D(LNKI)
CointeEq1	-0.290221 (0.11509) [-2.52169]	-0.098081 (0.10851) [-0.90386]	0.020385 (0.00841) [2.42287]
D(LNY(-1))	0.227127 (0.24769) [0.91696]	-0.016676 (0.23354) [-0.07140]	-0.000845 (0.01811) [-0.04667]
D(LNZSAYISI(-1))	-0.298483 (0.27788) [-1.07414]	-0.292605 (0.26200) [-1.11681]	-0.006320 (0.02031) [-0.31112]
D(LNKI(-1))	1.150856 (1.98172) [0.58074]	1.512930 (1.86848) [0.80971]	0.069079 (0.14487) [0.47683]
C	0.097337 (0.04577) [2.12773]	0.065536 (0.04315) [1.51878]	0.011755 (0.00335) [3.51362]
R-squared	0.197770	0.144317	0.126478
Adj. R-squared	0.126460	0.068256	0.048832
Sum. Sq. Resids	3.064113	2.723943	0.016375
S.E. equation	0.260943	0.246033	0.019076
F-statistic	2.773406	1.897392	1.628904
Log likelihood	-1.140303	1.801641	129.6536
Akaike AIC	0.245612	0.127934	-4.986142
Schwarz SC	0.436814	0.319137	-4.794940
Mean dependent	0.119297	0.065683	0.012156
S.D. dependent	0.279193	0.254885	0.019559

Tablo 28

Model 2 Vektör Hata Düzletme Modeli

Error Correction	D(LNZSAYISI)	D(LNY)	D(LNKI)
CointeEq1	-0.026965 (0.02983) [-0.90386]	-0.079788 (0.03164) [-2.52169]	0.005604 (0.00231) [2.42287]
D(LNZSAYISI(-1))	-0.292605 (1.26200) [-1.11681]	-0.298483 (0.27788) [-1.07414]	-0.006320 (0.02031) [-0.31112]
D(LNY(-1))	-0.016676 (0.23354) [-0.07140]	0.227127 (0.24769) [0.91696]	-0.000845 (0.01811) [-0.04667]
D(LNKI(-1))	1.512930 (1.86848) [0.80971]	1.150856 (1.98172) [0.58074]	0.069079 (0.14487) [0.47683]
C	0.065536 (0.04315) [1.51878]	0.097377 (0.04577) [2.12773]	0.011755 (0.00335) [3.51362]
R-squared	0.144317	0.197770	0.126478
Adj. R-squared	0.068256	0.126460	0.048832
Sum. Sq. Resids	2.723943	3.064113	0.016375
S.E. equation	0.246033	0.260943	0.019076
F-statistic	1.897392	2.773406	1.628904
Log likelihood	1.801641	-1.140303	129.6536
Akaike AIC	0.127934	0.245612	-4.986142
Schwarz SC	0.319137	0.436814	-4.794940
Mean dependent	0.065683	0.119297	0.012156
S.D. dependent	0.254885	0.279193	0.019559

Tablo 27 Model 1’de değişkenler arasında vektör hata düzeltme modeli uygulanmış olup katsayıları ilgili tabloda belirtilmiştir. Model 1’de vektör hata düzeltme modeline göre, turizm gelirinde uzun dönemde meydana gelebilecek bir hata %29 oranında, küreselleşme

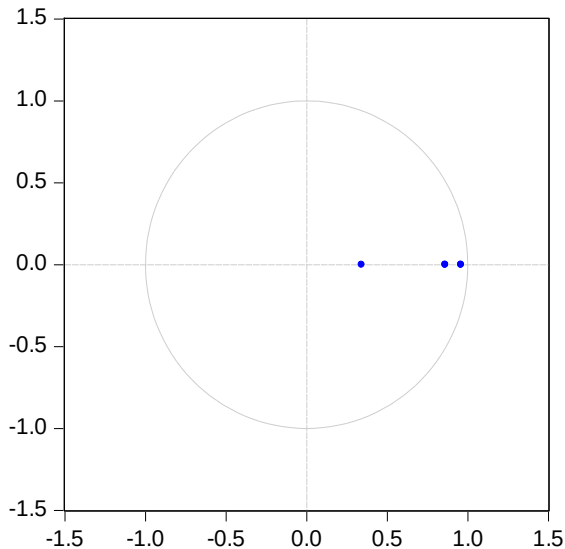
endeksinde meydana gelebilecek bir hata da ise %2 oranında düzelerek uzun dönem dengesine yaklaşmaktadır. Ayrıca LNY ve LNKI' ye ait katsayılar mutlak değerce 1.96'dan büyük olduğu için anlamlı olarak görülmektedir. Model 1'de LNY ve LNKI değişkenlerinin t-istatistikleri 0,05 önem seviyesinde anlamlı olarak bulunmuştur.

Tablo 28 Model 2'de vektör hata düzeltme modeline göre gelen yabancı ziyaretçi sayısında meydana gelebilecek bir hatada %2 oranında kendini düzelttiği ve uzun dönem dengesine geçtiği görülürken, küreselleşme endeksinde uzun dönemde meydana gelebilecek bir hatada uzun dönem dengesinden uzaklaştığı tespit edilmiştir. LNY' e ait katsayısı değeri mutlak değerce 1.96'dan büyük olduğu için anlamlı olarak görülmekte olup, LNZSAYISI' na ait katsayısı değeri ise mutlak değerce 1.96'dan küçük olduğu tespit edilmiş olup anlamsız olduğu görülmektedir.

4.6. Var Modelinin Durağanlık Test Sonuçları

Modelde hem birim çember içerisinde ters karakteristik köklerinin yer alması hem de modulus değerlerinin 1'den küçük olması, modelin durağan ve istikrarlı olduğunu ifade etmektedir. Var modelinde durağanlık, Roots of Characteristic Polynomial (Karakteristik Polinom) Testi ile analiz edilmektedir.

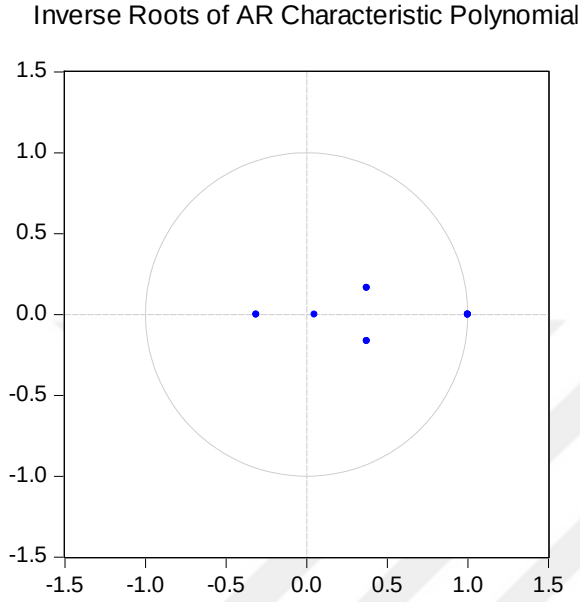
Inverse Roots of AR Characteristic Polynomial



Root	Modulus
0.957715	0.957715
0.860167	0.860167
0.341643	0.341643

Şekil 11. Var Modeli Durağanlık Testi

Şekil 11’de Var modeline ait olan durağanlık testi yapılmıştır. Yapılan teste göre tüm karakteristik köklerin çember içerisinde yer aldığı, modulus değerlerinin 1’den küçük olduğu tespit edilmiş olup modelin durağan olduğu sonucuna varılmıştır.



Şekil 12. Vektör Hata Düzeltme Modeli Durağanlık Testi

Şekil 12’de vektör hata düzeltme modeli durağanlık testi uygulanmıştır. Yapılan teste göre karakteristik köklerin çember içerisinde yer aldığı tespit edilmiş ve hata düzeltme modelinin durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, 1800’lü yıllardan beri süregelen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsanlar yeni yerler görme isteği, dinlenme, eğlenme, sağlık, eğitim, dini ritüeller gibi amaçlar doğrultusunda bulundukları yerden farklı bölgelere seyahat etmektedirler.

Turizm ve ekonomi kavramları birbirleri ile yakından ilişkili olan ve birbirlerini etkileyen iki önemli etken olarak ifade edilebilir. 1960’larda uygulanan kalkınma programları ile ülke sınırlarının ortadan kaldırılması ve harcanabilir gelirdeki artışlar turizm sektöründe olumlu etkiler yaratmıştır. Turizm, özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde ödemeler dengesindeki açığın kapatılması, ülkeye döviz girişinin sağlanması, yeni istihdam alanlarının oluşması için önemli bir gelir kaynağı niteliği taşımaktadır.

Özellikle 1980’lerde küreselleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte ülke sınırlarının ortadan kaldırılması, teknolojik gelişmelerin yaşanması, haberleşme, ulaşım gibi olanakların iyileştirilmesi sonucu uluslararası turizmde de olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Ayrıca eğitim öğretim seviyesinin artmasıyla beraber harcanabilir gelirdeki artış, ücretli izin imkanları, boş zamanın artması, uluslararası seyahatlerde resmi işlemlerde tanınan kolaylıklar turizm endüstrisinin gelişmesine de katkıda bulunmuştur.

Küreselleşme ile birlikte doğru orantıda gelişim ve büyüme sağlayan turizm sektörü, küreselleşmeden olumlu etkilendiği kadar olumsuz yönlerinden de etkilenmektedir. Günümüzde bir bölgede yaşanan ekonomik, siyasi ya da sosyolojik bir krizin ulusal sınırları aşp, uluslararası nitelik taşıması sonucu turizm endüstrisi olumsuz olarak etkilenmektedir. 2008 yılında ABD’de yaşanan ekonomik kriz, 2016’da Türkiye’de yaşanan darbe girişimi, 2019’da yaşanan Covid-19 salgını ile birlikte bu yıllarda Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında yaşanan düşüşler bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir.

Küreselleşmenin turizm üzerindeki etkileri kültürel, ekonomik ve teknolojik olarak temelde üç ana başlık altında toplanabilmektedir. Kültürel etkilerine bakıldığında insanların seyahat ettikleri bölgelere kendi kültürlerini tanıtmaya ve gittikleri bölgeden etkilenmeleri olarak ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra büyük markaların dünya geneline yayılması sonucu tek tip giyinme, yeme içme alışkanlıklarında değişim, farklı müzik kanalları ve sosyal platformların her düzeyde kullanıcıya hizmet etmesi sonucu tek bir dünya kültürü oluşmasının temelleri atılmıştır.

Turizm sektörü, var olan doğal kaynağın doğru yatırım çalışmaları ile daha verimli hale getirilmesi sonucu özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler için önemli bir gelir kaynağı niteliğindedir. Ayrıca turizm endüstrisi, doğrudan ve dolaylı istihdam sağlama konusunda ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlamaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle beraber online rezervasyon sistemlerinin gelişmesi, reklam ve tanıtım çalışmaları, acentelerin dünyanın farklı yerlerinde tur organizasyonları yapmaları küreselleşmenin turizm üzerindeki teknolojik etkileri olarak gösterilmektedir. Bunun yanı sıra, teknolojiyle beraber hızlı ve konforlu ulaşım araçlarının yaygınlaşması, hizmet alımında zamandan tasarruf etmek, beklentilere ve ihtiyaçlara yönelik pazar araştırmasının daha kolay ve pratik yapılabilir olması teknolojinin turizm üzerindeki olumlu etkileri olarak ifade edilmektedir.

Çalışmada Türkiye'nin 1970-2021 yıllarını kapsayan KOF küreselleşme endeksi, turizm geliri ve yabancı ziyaretçi sayısı değişkenleri Eviews 10 paket programı ile analiz edilmiştir. Analizde bağımsız değişken olarak KOF küreselleşme endeksi, bağımlı değişken olarak turizm geliri ve gelen yabancı ziyaretçi sayısı belirlenmiştir. Buna bağlı olarak analizde 2 model kurulmuştur. Öncelikle değişkenlerin durağanlıklarını ölçmek için ADF ve PP birim kök testi yapılmıştır. Birim kök analizi sonucu değişkenlerin düzey seviyesinde durağan olmadıkları, birinci düzeyde ise tüm değişkenlerin durağan olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Değişkenler arasında kısa dönem ilişkisi incelenmiş olup, aralarında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yabancı ziyaretçi sayısında meydana gelen bir birimlik değişim sonucu turizm geliri ve küreselleşme endeksinde artış yaşandığı gözlemlenmiştir. Turizm geliri ve küreselleşme endeksinde meydana gelen bir birimlik bir değişimde ise yabancı ziyaretçi sayısında artış yaşandığı tespit edilmiştir.

Analizde incelenen değişkenlerin tümü birinci düzeyde durağan olma koşulunu sağlamış olup, uzun dönemli ilişkini incelemek için johansen eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Johansen eşbütünleşme testi uygulanmadan önce uygun gecikme uzunluğu belirlenmiştir. Yapılan analiz sonucu bilgi kriterlerinin lag birinci düzeyde konuşlandığı gözlemlenmiştir. Yani uygun gecikme uzunluğu “1” olarak belirlenmiştir.

Johansen eşbütünleşme testinin uygulama kısmında maximum iz istatistiğin olasılık değerinin 0,05’den küçük olması koşulunu sağladığı tespit edilmiş ve eşbütünleşme bulunmuştur. Bu tespit sonucu değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığından söz edilmektedir.

İsviçre Ekonomik Enstitüsü tarafından yayımlanan küreselleşme endeksi boyutlarında sosyal küreselleşme başlığı altında yer alan “uluslararası turizm” parametresi turizmin küreselleşme endeksinin ölçülmesinde bir kriter niteliği taşıdığı görülmektedir. Çalışmada analiz edilen KOF küreselleşme endeksi, gelen yabancı ziyaretçi sayısı ve turizm geliri arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Uzun dönemde küreselleşme endeksi, gelen yabancı ziyaretçi sayısını ve turizm gelirini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir.

Sonuç olarak küreselleşme ile birlikte Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayısına bakıldığında özellikle son yıllarda artış görülmesine rağmen turizm gelirinde aynı oranda bir ivme yaşanmadığı görülmektedir. Bunun temel sebepleri arasında her şey dahil konseptli tesislerin sayısında yaşanan artışlar, turist profillerinin değişmesi, turizm endüstrisinde kayıt dışı konaklamaların yapılması gibi nedenler gösterilebilmektedir.

Türkiye'nin turizm geliri ile gelen yabancı ziyaretçi sayısındaki orantının paralel bir şekilde artış göstermesi için birtakım revizyonlar yapması gerekmektedir. Bunlar arasında acente ve tur organizasyon şirketlerinin daha uzun süreli paket programlarının tanıtılması ve yaygınlaştırılması, gelen kitlelerin beklentilerine yönelik dini, eğitim, spor gibi aktivitelere yönelik gerekli yönlendirilmelerin yapılması, turistlerin konaklama gecelerinin uzatılması için çeşitli promosyonların planlanması, doğru reklam kampanyalarının düzenlenmesi gibi alternatiflerin uygulamaya konulması gerekmektedir.



KAYNAKÇA

- Abraham B. ve Ledolter J. (2024). Statistical Methods for Forecasting (s. 172) Erişim: 17 Haziran 2024, <https://books.google.com.tr/statisticalmethodsforforecasting.com>.
- Adaoğlu H. (2010). “Küreselleşme Ve Egemenlik Kavramının Değişmesine Yol Açan Etmenler”. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakóltesi Dergisi*, 66 (1), 3-22.
- Adıgüzel M. (2013). “Ekonomik Küreselleşmenin Türkiye Ekonomisine Etkileri”. *Akademik Bakış Dergisi*, 35, 1-20.
- Akdiş M. (2002). "Küreselleşmenin Finansal Piyasalar Üzerindeki Etkileri Ve Türkiye Finansal Krizler-Beklentiler". *Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dış Ticaret Dergisi*, 7(26), 1-45.
- Akış Roney S. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Detay Yayınları: Ankara.
- Aktan C. C. ve şen H. (1999). *Globalleşme, Ekonomik Kriz Ve Türkiye*. Tosyöv Yayınları: Ankara.
- Aktaş, G. (2007). Küreselleşme Sürecinde Türkiye’de Gelir Dağılımı, Yoksulluk Ve Sosyal Politikaların Evrimi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Amburn, B. (2009). How the Index is calculated. Retrieved: March 15, 2023, <https://foreignpolicy.com/2009/10/29/how-the-index-is-calculated/>
- Ardilli G. (2006). Turizm Ekonomisinde Seyahat Kuruluşlarının Yeri Üzerinde Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Ata, H. (1985). *Turizm Olayı ve Türkiye’nin Durumu*. Turizm Bankası Yayınları: Ankara.
- Bahar, O. (2000). Turizm Talebini Etkileyen Faktörler Ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Muğla.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2023). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Barutçugil, İ. S. (1986). *Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri*. Beta Yayınevi: İstanbul.

- Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. Beta Yayınevi: İstanbul.
- Bayar F., (2005). Uluslararası Ekonomik Sorunlar (s. 27) Erişim: 12 Nisan 2024, <https://www.mfa.gov.tr/data/Kutuphane/yayinlar/EkonomikSorunlarDergisi/sayi32/firatbayar.pdf>
- Bayraç, H. N. (2003). “Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik Ve Teknolojik Boyutları”. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (1), 41-62.
- Berger, L. P. (2009). *Küresel Kültürün Dört Yüzü*. Şahin G. ve Çapcıoğlu İ. (çev.). Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi: Ankara.
- Bozkurt, H. Y. (2013). *Zaman Serileri Analizi*. Ekin Yayınevi: Bursa.
- Bulut, B. ve Özkök, F. (2016). “Küreselleşme Hareketlerinin Turizm Endüstrisine Etkileri”. *Akademik Bakış Dergisi*, (54), 37-53.
- Cambazoğlu, B. (2019). “Küreselleşme: Çeşitli Endekslerin Karşılaştırmalı Analizi” (Ed.) Çağlar Ü., Şimşek H. ve Şiriner İ. *Curent Debates in Economic Growth & Public Finance & Game Theory*.
- CSGR (2024). *Küreselleşme ve Bölgeselleşme Çalışmaları Merkezi* Erişim: 25 Mart 2024 <https://warwick.ac.uk/fac/soc/pais/research/csgr/index>.
- Çağlar Ü., Şimşek H. ve Şiriner İ. (Ed.). (2019). *Curent Debates in Economic Growth & Public Finance & Game Theory Studies* Erişim: 12 Nisan 2024, http://www.ijopec.co.uk/wp-content/uploads/2020/03/2019_10.pdf.
- Çakıcı, C. (2006). *Toplantı Yönetimi*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Çeken, H. (2003). “Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Etkisi”. *Endüstri İlişkileri Ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(1).
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, Yabancı Sermaye Ve Türkiye Turizmi*. DeğişimYayımları: İstanbul.
- Çeken, H. (2004). “Küreselleşme Eğilimlerinin Uluslararası Turizm Hareketlerine Etkisi ve Türkiye”, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (1), 1-11.
- Çeken, H. ve Ateşoğlu, L. (2008). “Küreselleşme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi”. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1.

- Çeken, H., Karadağ, L., Dalgın, T. (2009). “Küreselleşme Ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki”. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (21), 21-36.
- Çiçen, Y. B. (2018). “2000’lerde Türkiye Ekonomisi Performansı”. *Siyaset, Ekonomi Ve Yönetim Araştırmalar Dergisi*, 6 (5), 75.
- Çubuk, M. (1981). Şehircilik Bilim Dalında Bir İnceleme. Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Fakültesi, İstanbul.
- Çuhadar, M. (2006). Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama). Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Isparta.
- Databank (2024). *Türkiye’nin Enflasyon Oranları*. Erişim: 03 Mart 2024, www.databank.com.
- Değirmencioğlu, A.Ö. ve Ahıpaşaoğlu, H.S. (2011). *Anadolu’da Turizm Rehberliği Temel Bilgileri*. 6. Basım, Gazi Kitabevi: Ankara.
- Denk, E. (2022). “Genel Turizm”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*: 9 (2), 15.
- Dinçer, M. Z. (1993). *Turizm Ekonomisi Ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. Filiz Kitapevi, İstanbul.
- Dinler, Z. (2012). *İktisada Giriş*. 18. Basım, Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa.
- Dulupçu, M.A, (1999). “Küreselleşmede Marjinal Eşen Ulusal Ekonomi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (4), 16-99.
- Dünya Turizm Örgütü (2024). Erişim: 17 Kasım 2023, (<https://www.unwto.org/>).
- Enders, W. (1995). *Applied Econometric Time Series*. New York: Johnwiley And Sons Inc (s. 2-7) Erişim: 08 Haziran 2024 https://new.mmf.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/03/enders_applied_econometric_time_series.pdf.
- Engin, C. ve Göllüce, E. (2016). “2008 Küresel Finans Krizi Ve Türkiye Üzerine Yansımaları”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 27-40.
- Erbay, Y. (1998). *Kavram Olarak Küreselleşme*. Selçuk Üniversitesi Yayınevi: Konya.
- Ercan, M. (2010). *Küreselleşme ve Türkiye’ye Etkileri*. 1. Basım, Nobel Yayınları: Ankara.

- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik Sosyal Kültürel ve Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*. Uludağ Üniversitesi Yayınları: Bursa.
- Eren, M. V. ve Sütçü, İ. (2018). “Küreselleşmenin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz”. *Siyaset, Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 47-61.
- Göymen, K. (2000). Tourism And Governance İn Turkey. *Annals Of Torism Research*, 24, 1025-1048.
- Günsoy, B. (2006). *Küreselleşme Bir Varoluş Çözümlemesi*. Ekin Kitapevi: Bursa.
- Gürdal, M. (1990). *Turizm Ulaştırması*. Adım Yayıncılık: Ankara.
- Hazar, A. (2010). *Genel Turizm*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2010). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisi”. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (2), 139.
- IAJ (2024), Erişim: 08 Ocak 2024 http://FiggeandMartens_2014_Globalisationcontinues.pdf.
- ILO (2024). Küreselleşmenin Sosyal Boyutu. Erişim: 19 Şubat 2024 http://www.ijopecc.co.uk/wp-content/uploads/2020/03/2019_10.pdf.
- İçöz, O. ve Kozak M. (2010), *Turizm Ekonomisi*. 3.Basım, Detay Yayıncılık: Ankara.
- İncekara, A. ve Savrul, M. (2011). “Küreselleşme, Büyüme Ve Ekonomik Entegrasyonlar: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Dergisi*: 61 (2), 11-12.
- Kadılar C. (2024). *SPSS Uygulamalı Zaman Serileri Analizine Giriş*. Seçkin Yayınları: Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). Turizm Özel İhtisas Raporu. Erişim: 09 Ocak 2024 <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Onuncu-Kalkinma-Plani-Turizm-Ozel-Ihtisas-Komisyonu-Raporu.pdf>.
- Kazdağlı, H. (1995). *Türkiye’de Turizm Talebi Ve Talebi Etkileyen Faktörlerin Analizi*. Turizm Bakanlığı Yayını: Ankara.
- Kearney, A.T. (2024). Measuring Globalization: Who’s Up, Who’s Down?. Erişim: 13 Haziran 2024, <https://www.kearney.com/service/global-business-policy-council/gcr>.

- KOF (2024). KOF Küreselleşme Endeksi. Erişim: 05 Mayıs 2024 (<https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>, 2024).
- Kozak, N, Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2013). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2024). Erişim: 22 Nisan 2024 <https://www.ktb.gov.tr>.
- Ohmae, K. (1993). *The End Of The Nation State: New York*. Free Press: New York.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık Yayınevi: İzmir.
- Öymen, O. (2000). *Geleceği Yakalamak*. Remzi Kitapevi: İstanbul.
- Özcan, C. C. (2013). Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi. Doktora Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya.
- Özcan, Y. (1998). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayınevi: Ankara.
- Özkök, F., Tufan, E., ve Hamarat, B. (2007). *Effect Of Tourism Income On Current Account Deficit in Turkey, International Tourism Biennial*. Çanakkale.
- Öztaş, K. ve Karabulut T. (2006). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*. 2. Basım, Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Pilger, J. (2003). *Dünyanın Yeni Efendileri Küresel Yağmacılığın Gerçek Yüzü*. Ali Çimen (çev.). Timaş Yayınları: İstanbul.
- Pırnar, İ. (2005). “Turizm Endüstrisinde E-Ticaret”. *Ekonomik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 28-55. Erişim: 01 Aralık 2023 <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/69057>.
- Ramos, C. M. ve Rodrigues, P. M. M. (2010). *The Importance Of Online Tourism Demand*. 10th International Forum On Tourism Statistics: Lizbon.
- Randolph, J. (2001). G-Index: Globalization Measured World Markets Research Centre. Erişim: 02 Temmuz 2024 https://www.econstor.eu/bitstream/10419/121046/1/N_046.pdf.
- Ritzer, G. (2023). *Küresel Dünya*. Melih Pekdemir (çev.). Birinci Baskı, Ayrıntı Yayınları: İstanbul.
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. Cumhuriyet Yayınevi: İzmir.

- Sarıtaş, T. (2017). Türkiye'de Ekonomik, Sosyal Ve Politik Küreselleşme Süreci İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi. Doktora Tezi, Şeyh Edebali Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bilecik.
- Sessa, A. (1974). *Tourism As A Factor Of Progress In The Economy Of Developing Countries*. France, Paris.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Uluslararası İktisat*. Güzem Yayınları: İstanbul.
- Solmaz, E. (2014). “Oecd Ülkelerinde Ülke İçi Gelir Eşitsizliklerinin Çok Boyutlu Küreselleşme İndeksleri İle İlişkisi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 91-108.
- Şahin, D. ve Bayram A.T. (2018). *Turizm Ekonomisi*. Değişim Yayınları: İstanbul.
- TDK, (2024). Erişim: 03 Şubat 2024 <https://sozluk.gov.tr>.
- Tunca, Z. (2005). *Makro İktisat*. Filiz Kitabevi: İstanbul.
- Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı, (1993). Ankara: Turizm Bakanlığı.
- Tutar E. ve Tutar F. (2004). *Turizm, Ekonomi, Türkiye ve Oecd*. Seçkin Yayıncılık: Eskişehir.
- Tutar F., Alpaslan C., Tutar E. ve Erkan, Ç., (2013). "Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri". *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*: 2 (4), 16-17.
- Tutar, F., Kocabay, M., ve Kılınç, N. (2007). “Turizm Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları ve Nevşehir Örneği”. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*: 12 (9), 192.
- Türkmen, H. H. (1990). Turizm Pazarlamasında Tüketici Analizi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Türksoy, A. (1992). “Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkileri”. *Görüşler*, 1 (2), 49-56.
- Unur, K. (2000). “Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*: 2 (3), 10-38.
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel Ve Yapısal Yaklaşım*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Ünlüönen, K., Tayfun A., ve Kılıçlar A., (2015). *Turizm Ekonomisi*. Nobel Yayıncılık: Ankara.

- Vujakovic, P. (2009). *How To Measure Globalisation? A New Globalisation Index (NGI)*. Wifo Working: Viyana.
- Wallerstein, I. (2017). *Modern Dünya Sistemi*. Bakış Yayınları: İstanbul.
- Wikimedia Commons (2024). Bölgeler Örgütler Haritası. Erişim: 12 Şubat 2024, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Regional_Organizations_Map.png.
- Yarcan, Ş. (1998). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınları : İstanbul.
- Yıldız, Z. (2011). “Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi” , *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz B. S. ve Yılmaz D. (2005). “Terörizm Ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(13) , 13-39.
- Zengin B. (2010). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel Ve Moneter Etkileri”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), 102-126.
- Zengin, B. (1994). Türkiye Turizm Coğrafyasının Turizm Talebine Etkileri ve Türkiye-İspanya-Fransa Örneği. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.