

Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği

Ozan Bahar*
Ercan Baldemir**

Özet

1980 sonrası daha da yoğunluk kazanan küresel gelişmeler, dünya genelinde az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş tüm ülkeleri dış ticarete daha fazla açılmaya zorlamakta ve buna bağlı olarak uluslararası turizm hareketlerinde de bir canlanma ve hareketlilik söz konusu olmaktadır. Kısacası, uluslararası turizm hareketlerinin bir ülkede gelişmesi, ekonominin doğal yapısı içinde uluslararası ticari de arttırmaktadır. Dünya genelinde hizmetler sektörü her geçen gün gelişmekte ve ülke GSMH'sinin yaklaşık %70-80'ini oluşturmaktadır. Bir hizmet sektörü olan ve dünyanın en büyük sektörlerinden biri olarak kabul edilen turizmde ise teorik olarak bakıldığında, bir ülkeden diğerine yönelik yapılan ticari amaçlı gezilerin artmasıyla, söz konusu ülkeler arasında tatil, rekreasyon, dinlenme-eğlenme vb. amaçlı gezilerinde artacağı ya da daha da gelişeceği kabul edilmektedir. Üç yanı denizlerle çevrili olan, doğal, tarihi, kültürel birçok güzelliği içinde barındıran ve bir turizm ülkesi konumunda bulunan Türkiye'de, gelen yabancı turistlerin yaklaşık olarak 1/3'ünden fazlasını, ülkeye ticaret amacıyla gelenlerin oluşturduğu bilinmektedir. Yapılacak olan bu çalışma ile Türkiye örneği model

* Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü,
Doç.Dr.

** Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme
Bölümü, Doç.Dr.

alınarak uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığının araştırılması amaçlanmaktadır. Uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek üzere 1980 ve 2005 yılları arasındaki ihracat ve turizm verileri, Eviews 3.1 paket programı yardımıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular beklentiler doğrultusunda olup, turizmden ihracata doğru tek yönlü bir ilişki söz konusudur. Bu da, turizm değişkeni ile ihracat değişkeni arasında pozitif bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir.

Anahtar Sözcükler: *Uluslararası ticaret, uluslararası turizm, iktisadi gelişme ve nedensellik ilişkisi.*

Giriş

Uluslararası ticarete konu olan geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında uluslararası turizm gelmektedir (Seyidoğlu, 2001: 740). Bu özelliği ile uluslararası turizmin, 1960'ların başından günümüze uluslararası ticaretinde öncü ya da sürükleyici sektörü olduğu görülmektedir (Tsai ve Wang, 1998: 640). Ödemeler dengesine bakıldığında; uluslararası turizm uluslararası hizmetler kalemi içinde değerlendirilmektedir. Dolayısıyla, turizm ekonomisi açısından bakıldığında ödemeler dengesindeki en önemli kalem uluslararası hizmetlerdir. Çünkü, bu kalem yabancı turistlerin ülkede yaptıkları harcamaları ve ülkeden yurtdışına çıkan ülke vatandaşlarının yapmış olduğu harcamayı ve sonuçta turizmin ekonomiye olan net katkısını göstermektedir (İçöz ve Kozak, 2002: 196-198; Unur, 2000). Yabancı turistlerin bir diğer ülkede yaptığı harcamalar o ülke için ihracat etkisi yaparken, ülke insanın yurt dışında yaptığı harcamalar ithalat etkisi yapmaktadır (Göksan, 1968: 12; Kozak vd., 2001: 78-79). Nitekim dış turizm gelirlerinin bir ülke ekonomisi açısından önemi ödemeler dengesi içindeki yeri ile ölçülmektedir.

Turizm dünya genelinde çok büyük bir hızla gelişmektedir. Bugün gelinen nokta da ise turizm, dünyanın en hızlı gelişen ve büyüyen bir sektörü konumunda olmakla birlikte, birçok ülke/bölge için de ulusal gelirin en önemli kaynağıdır (Freitas,2003: 45).

Benzer şekilde; az gelişmiş ve gelişmekte olan çok sayıda ülkede, ekonomik gelişim ve kalkınma için turizm, ekonomik büyümenin motoru, zenginlik ve işgücünün de en önemli kaynağı durumundadır (Tosun ve Timothy, 2001: 352). Ayrıca, turizm gelirlerinden elde edilen dövizin maliyeti, üretildiği yerde tüketildiği ve teşvikler yönünden de daha ayrıcalıklı bir sektör olduğu düşünüldüğü zaman, ekonominin diğer sektörlerindeki ihraç ürünlerine oranla turizm ürününün ihracat maliyeti daha düşük olmaktadır. Bundan dolayıdır ki, uluslararası ticarete petrolden sonra ikinci sırayı turizm almaktadır (Kar vd., 2004: 89-90).

Turizm sektörü; dünya GSMH'sının %11'ini, dünya genelinde 200 milyondan fazla insanın çalıştığı toplam işgücünün %8'ini tek başına oluşturmaktadır. Son otuz yılda sektörün bu hızlı gelişimine paralel olarak, 8.5 milyondan fazla kişiye yeni iş ve istihdam alanı yaratmıştır. 2010 yılına kadar da, dünya GSMH'sının %12'sini ve toplam işgücünün %9'unu oluşturacağı öngörülmektedir (Rita, 2003: 434).

Özellikle, 1980 sonrasında ülkeler arasındaki ekonomik faaliyet ve işlemlere yönelik konulan kısıtlamaların ve engellerin azaltılmasıyla diğer bir deyişle küreselleşme ile birlikte (Ethier, 2005: 238), ülkeler dış ticarete daha fazla açılmaya başlamış ve buna bağlı olarak uluslararası turizm hareketlerinde de bir canlanma ve hareketlilik söz konusu olmuştur. Küreselleşme, ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi sınır ve formaliteleri kaldırırken, turizm de kültürel sınırları ortadan kaldırmaktadır. Bu nedenle, küreselleşmenin son 40-50 yıllık dönemde büyük hız kazanması ile uluslararası seyahate çıkan kişi sayısının yüz milyonlarca ifade edildiği dönemlerin 20. yüzyılın son çeyreğine rastlamasının tesadüf olmadığını söylemek mümkündür (Özbey, 2002: 135-150). Şöyle ki; 1950 yılında 25.3 milyon kişi olan dünya turist sayısı, 2003 yılına gelindiğinde % 2631 oranında artarak (yaklaşık 27 kat) 691 milyon kişiye ulaşmıştır.

Benzer şekilde turizm gelirleri de; 1950'de 2.1 milyar \$'dan, 2003 yılına gelindiğinde 523 milyar \$'a ulaşmıştır (Bahar ve Kozak, 2005: 166). Söz konusu rakamlar, küreselleşme sonucunda turizm hareketlerinde yaşanan bu büyük gelişmeyi göstermesi açısından önemlidir.

Bu açıdan bakıldığında, bir ülkenin ödemeler dengesindeki uluslararası hizmetler kaleminin önemli bir bölümünü oluşturan uluslararası turizm ile uluslararası ticaret arasında bir ilişkinin olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, bunun doğru olup olmadığı bilim adamları tarafından araştırılmakta ve sorgulanmaktadır. Öte yandan, bu iki değişken arasında ekonomik olarak bir ilişkinin mevcut olabileceği fikri yeni olmadığı gibi, aynı zamanda bu durum doğru bir yaklaşım olarak kabul edilebilir. Çünkü yıllar önce Marco Polo'nun İtalya'dan Çin'e olan seyahatinin en büyük nedeninin bir ticaret-iş gezisi olduğu düşünülmüştü. Ancak, uluslararası turizm talebini etkileyen faktörlere bakılacak olursa; eğlenme-dinlenme, merak, kültür, spor, eğitim, macera ile akraba ve eş-dost ziyareti gibi nedenlerin yanında turizmin ticaret, iş ya da alış-veriş amacıyla da talep edildiği görülmektedir (Lim ve Mcaleer, 2000: 500).

Turizm ekonomisi literatüründe, talep tahminlemesi ile ilgili yapılan çalışmalar, genellikle turizm ürününün fiyatı, döviz kuru, tüketici geliri vb. ekonomik değişkenler üzerine odaklanırken (Han, Durbarry ve Sinclair, 2006: 2; (Proença ve Soukiazis, 2005); turizm talebinin bir başka ve önemli bileşeni olan uluslararası ticaret (Eilat ve Einav, 2004: 1316), alışveriş, görev ya da iş gezilerinin göz ardı edildiği görülmektedir. Böylece, uluslararası turizm ülkeler arasındaki ticari faaliyetleri daha fazla uyarmakta ve sonuçta, ticari amaçlı geziler/seyahatler de uluslararası turizmin önemli bir unsuru olmaktadır.

Türkiye'de ise, özellikle 24 Ocak 1980 sonrası alınan ekonomik kararlar ile hızlanan küresel gelişmeler dikkate alındığında, ülkenin ekonomik ve ticari anlamdaki hızlı büyümesi ve gelişiminde turizm sektörünün önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Şöyle ki; 1980 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 1.288.060 kişi iken 2004 yılında bu sayı yaklaşık on üç kat artarak 17.517.610 kişiye ulaşmıştır.

Elde edilen turizm gelirleri de, 1980 yılında 326.6 milyon \$ iken, 2004 yılında yaklaşık 47 kat artarak 15.888 milyar \$'a yükselmiştir (Çımat ve Bahar, 2003:5; <http://www.igeme.org.tr/tur/pratik/hizmetson.pdf>). Bu bağlamda; Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine bakıldığında, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin; % 11.9'unun görev, % 10.9'unun alışveriş, % 9.9'unun ticari ilişkiler ve fuar ile

% 3.7'sinin toplantı, konferans, kurs ve seminer amacıyla ülkeye geldikleri anlaşılmaktadır (<http://www.igeme.org.tr/tur/pratik/hizmetson.pdf>). Diğer bir deyişle, Türkiye'ye 2004 yılında gelen yabancı turistlerden ticaret, görev, ticari ilişkiler ya da iş amacıyla ülkeye gelenlerin tümünün, toplam gelenler içindeki payının %36.4 olduğunu söylemek mümkündür.

Buradan, Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık olarak 1/3'ünden fazlasını, ülkeye ticaret amacıyla gelenlerin oluşturduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, Türkiye'nin dış turizm talebinin %36.4'lik bölümünü oluşturan uluslararası anlamdaki ticari seyahat ve gezilerle uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olması, ekonomik açıdan kabul edilebilir bir olgudur. Buradan hareketle, yapılacak olan bu çalışma ile Türkiye örneği model alınarak uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığının araştırılması amaçlanmaktadır.

I. Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki

Ülkeler uluslararası ticari faaliyetlerini arttırdıkça, ekonomik açıdan dış dünyaya daha açık hale gelmekte ve bu da sonuç olarak uluslararası turizm hareketlerinin artmasını sağlamaktadır. Kısacası, uluslararası turizm hareketlerinin bir ülkede gelişmesi, ekonominin doğal yapısı içinde uluslararası ticari de arttırmaktadır. Ayrıca, bugün gelinen nokta da turizmin, tüm dünya ticaretinin yaklaşık %10'luk bölümünü oluşturması; uluslararası ticaret, finans, büyüme ve kalkınma gibi çeşitli alanlardaki ampirik çalışmaların daha da geliştirilmesine ve anlaşılabilmesine yardımcı olacaktır (Eilat ve Einav, 2004: 1316).

İhracat bir ülke ekonomisine dışarıdan para akışı sağlamakta ve yabancı turistlerden elde edilen her gelirden ülke için yapılan bir ihracat anlamına gelmektedir. Keynes, ihracatı ülkelerin ekonomik büyümesini arttıran ilaveler olarak görmektedir (Lundberg vd., 1995: 135). Nitekim bir ülkeye olan ticari amaçlı gezilerde gidilen ülkeden bir ürün satın alınmakta (ithalat) ya da o ülkeye bir ürün satılmaktadır (ihracat). Bu açıdan bakıldığında, bir ülkeye olan başarılı bir ticari /iş gezisi ülkeler arasında ihracat ve ithalat akımına yol açmakta, bunun sonucunda o ülkeler arasında yeni ticaret /iş görüşmeleri ya da gezileri kapsamında ekonomik ilişkiler giderek gelişmektedir. Bu durum, başarılı bir ticari /iş gezisinin ortaya çıkardığı dışsal bir etkidir. Böylece, başarılı bir ticari /iş gezisinin yarattığı dışsallıkla o ülkeye olan ticari, iş vb. amaçlı gezilerde zamanla bir artış söz konusu olacaktır. Bir ülkeden diğerine yönelik yapılan ticari amaçlı gezilerin artması, hiç kuşkusuz söz konusu ülkeler arasında tatil, rekreasyon, dinlenme- eğlenme vb. amaçlı gezilerinde artmasına yol açacaktır. Bununla beraber, bir ülkeden mal ve hizmet alınması, dolaylı olarak o ülkenin diğer ülkedeki tanıtım ve reklâmına öncülük edecektir. Ayrıca, ülkeler arasındaki ticari alış-veriş tüketicilerin satın alınan mal ve hizmete olan ilgisinin artmasına ve insanların hem üründen ve hem de bu ürünün kaynağı olan ülkeden haberdar olmasına neden olacaktır. Dolayısıyla, önceleri ülkeler arasında ticaret ilişkileri ile başlayan bu ilgi ve tanınmışlık ise, sonraki aşamada turistik amaçlı gezilere de rehberlik edecektir (Kulendran ve Wilson, 2000: 1002).

Birçok ülkede ticaret ve turizmin birbirini güçlendirici bir etkisi olmasına karşın, bugüne kadar yapılan bilimsel içerikli birçok çalışmada turizm talep fonksiyonunun önemli bir bileşeni olarak ticaretin oynadığı rol genellikle göz ardı edilmiştir. Bu anlamda, uluslararası alanda yapılan ticari içerikli gezi ve seyahatler de uluslararası turizmin önemli bir bileşeni olarak kabul edilmektedir (Eilat ve Einav, 2004: 1316; Shan ve Wilson, 2001: 279).

Teorik olarak bir değerlendirme yapılacak olursa, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki nedensellik ilişkisinin her iki yönlü olabileceği görülmektedir.

Şöyle ki; turist kabul eden bir ülkedeki turizm sektörünün gelişimi açısından nedenselliğin yönünün turizmden ticarete doğru olduğu bir durumda, ülkenin yabancı mal ve hizmetlere olan ithalat talebi ister istemez artacak ve bu da o ülkenin ödemeler dengesine yansiyacaktır. Öte yandan aynı zamanda da, turizm yoluyla ihracat gelirlerinde de bir artış sağlanacağı için ödemeler dengesinin hizmetler kalemi açısından yine bir değişim söz konusu olacaktır. Ancak, burada önemle belirtilmesi gereken bir nokta bulunmaktadır. Eğer bir turizm ülkesinde, ithalat eğilimi çok yükseğe ve turistlerden elde edilen gelirin büyük bir kısmı çeşitli nedenlerle ithalat harcaması şeklinde ülkeyi terk ediyorsa, çarpan etkisi nedeniyle o ekonomi de oluşacak gelir etkisi çok düşük düzeylerde kalacaktır. 1984'de Karayipler'deki St. Lucia adasında yapılan bir araştırma, turistlerin tükettiği gıdanın %58'nin ve etin %82'sinin yurt dışından ithal edildiğini göstermektedir (Lundberg vd., 1995: 136). Bu örnekte olduğu gibi, sattığı turizm ürününde kullandığı birçok mal ya da hizmeti dışarıdan ithal eden bir turizm ülkesinde, turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, hiç kuşkusuz olumsuz olacaktır. İkinci olarak ise, bir ülkeye daha fazla yabancı turist gelmesi dünya genelinde o ülkenin mal ve hizmetlerine olan talebin ve ülkenin bu anlamda imajının ve tanınırlığının artması demektir. Nitekim turizm bu yönüyle ticari fırsatlar açısından yeni fırsatların yaratılmasına olanak sağlayacaktır.

Nedenselliğin yönünün, ticaretten turizme doğru olduğu durumda ise; ilk olarak daha öncede vurgulandığı üzere ticaret /iş gezisinin uluslararası turizmin önemli bir unsuru olduğu görülmektedir. İkinci olarak da, ilk ticaret /iş gezisinden sonra turizm ülkesine olan ticari ya da iş amaçlı gezilerde bir artış olacak ve sonunda ülkeler arasındaki ticari ilişkilerin daha da gelişimiyle birlikte, her iki ülkenin birbirini tanıma fırsatı daha da artacaktır. Böylece, iki ülke arasındaki ticari amaçlı başlayan geziler tüketicilerin artan ilgisiyle birlikte, turizm amaçlı gezilere dönüşecektir.

II. Literatür

Literatüre bakıldığında, konuya ilişkin olarak ampirik testi yapılmış çok az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Kulendran ve Wilson, Avustralya için yapmış oldukları araştırmada, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğunu ortaya koymuşlardır. Avustralya'nın ticaret ve turizm açısından dört önemli partneri olan ABD, İngiltere, Japonya ve Yeni Zelanda ile kointegrasyon ve granger nedensellik testi kullanılarak yapılan çalışmada, ticaret ve turizm arasında çift yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür (Kulendran ve Wilson, 2000: 1001-1009).

Shan ve Wilson'ın Çin için yapmış oldukları bir diğer araştırmada da, benzer şekilde uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu belirlenmiştir. Çin'e en çok turist gönderen ABD, Avustralya, İngiltere ve Japonya ile bu ülke arasındaki ticaret ve turizm ilişkisi VAR modeli yardımıyla analiz edilmiş ve elde edilen bulgular, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında karşılıklı bir nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermiştir (Shan ve Wilson, 2001: 279-283).

Khan ve Lin'in, Singapur'a en çok turist gönderen ve bu ülkenin dış ticaretinde en büyük paya sahip olan ASEAN ülkeleri ile ABD, Avustralya, İngiltere ve Japonya için yapmış oldukları kointegrasyon analizi sonuçları göstermiştir ki, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında güçlü bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır (Khan ve Lin, 2005). Ayrıca, Aradhyula ve Tronstad ile Fischer ve Gil-Alana'nın konuyla ilgili yapmış oldukları çalışmalarda benzer sonuçlara ulaştıkları bilinmektedir¹.

¹ Daha ayrıntılı bilgi için: Aradhyula, S. ve Tronstad, R. (2003), "Does Tourism Promote Cross-Border Trade", **American Journal of Agricultural Economics**, 85(3): 569-579; Fischer, C. ve Gil-Alana, L.A. (2005), "The Nature of the Relationship Between International Tourism and International Trade: the Case of German Imports of Spanish Wine", **Working Paper No.15/05**, Universidad de Navara Departamento de Economía, Spain'e bakınız.

Turizm, ticaret ve ekonomik büyüme ile ilgili yapılan başka bir araştırmada da, turizmdeki artışın ülkenin GSMH ile imalat sektöründeki çıktı da düşüğe neden olacağı ve böylece ülke insanını yoksullaştıracağı sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle bu çalışmada, turizmin gelişiminin ülkenin imalat sektöründe elde ettiği çıktı başta olmak üzere, büyüme ile dış ticaret rakamlarını olumsuz etkileyeceği ve sonuçta ülke insanının daha da fakirleşmesine yol açacağı belirtilmiştir (Nowak vd., 2004).

III. Ekonometrik Bir Uygulama

Uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek üzere 1980 ve 2005 yılları arasındaki ihracat ve turizm verileri Dolar bazında kullanılmak suretiyle analiz edilmeye çalışılmıştır. Öncelikle verilerin durağan olup olmadıkları Dickey-Fuller durağanlık testiyle test edilmiş ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Analizde Eviews 3.1 paket programı kullanılmıştır.

Tablo 1: Durağanlık test sonuçları

Değişken/Fark	I(0)	I(1)	I(2)
İhracat	-0.639695	-2.328392	-3.633145
Turizm	0.463683	-3.231527	-7.319819
Anlamlılık Düzeyleri	%10 -3.2418	%5 -3.6918	%1 -4.3942

Tablodan görüldüğü gibi her iki değişkende ancak 2. farklardan ihracat %10 anlamlılık seviyesinde turizm değişkeni ise %1 anlamlılık seviyesinde durağan olabilmektedir. İhracat ve turizm değişkenleri arasındaki ilişkinin yönünü belirlemek için Granger nedensellik testi yapılmış ve aşağıdaki tabloda verilen sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 2: Granger nedensellik test sonuçları

Değişkenler	F istatistiği	Anlamlılık Düzeyi
Turizm, İhracatın Granger Nedeni Değildir	2.98868	0.07437
İhracat, Turizmin Granger Nedeni Değildir	1.77291	0.19680

Yukarıdaki tablodan görüldüğü gibi “Turizm ihracatın Granger nedeni değildir” şeklinde kurulmuş olan sıfır hipotezi %10 anlamlılık seviyesinde kabul edilmemiştir. Dolayısıyla, turizm ihracatın bir nedenidir sonucuna varmak mümkündür. İkinci satırda ise “İhracat Turizmin Granger nedeni değildir” şeklinde kurulmuş olan sıfır hipotezi %10 anlamlılık seviyesinde kabul edilmiştir. Dolayısıyla turizmden ihracata doğru tek yönlü bir ilişki söz konusudur. Yani turizm ihracata neden olmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle, doğrusal olduğu varsayılan turizm ve ihracat arasında ki ilişkinin model yapısını ortaya koyan basit regresyon analizi yapılmış ve aşağıdaki model elde edilmiştir.

Tablo 3: Turizm-İhracat arasındaki ilişkiyi gösteren regresyon analizi sonuçları

Bağımlı değişken: İhracat	Katsayı Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Sabit	2884,256	0,0007
Turizm	4,010789	0,0000
r^2 değeri	0,98	
F istatistiği	1344,346	0,0000
DW test istatistiği	1,826593	

Tablodan görüldüğü gibi turizm değişkeni ile ihracat değişkeni arasında pozitif bir ilişki söz konusudur. Gerek sabit olsun gerekse turizm değişkeni olsun her ikisi de %1 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Modelin anlamlılığını gösteren F istatistiği ise yine %1 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. Değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisini gösteren r korelasyon katsayısı da değişkenler arasında aynı yönde kuvvetli bir ilişki olduğunu göstermektedir. 4,010789 katsayısını ise turizm sektöründe bir birimlik artış olduğu zaman, ihracatta ortalama yaklaşık 4 birimlik bir artış olacağı şeklinde yorumlamak mümkündür. Bu durum, yukarıda anlatılmaya çalışılan teori yapı ile de uyum içerisindedir. Ayrıca modelin kointegrasyon ilişkisi de incelenmiş olup, değişkenler arasında uzun dönem ilişkisinin var olduğu bulunmuştur.

Sonuç ve Öneriler

Ekonomik koşulların giderek ağırlaştığı ve rekabetin çok yoğun bir şekilde uygulandığı günümüzün bu küresel ortamında, turizmin ülke ekonomileri için oynadığı önemli rol tartışılmayacak kadar açıktır. Küreselleşme, ülkeler arasındaki ekonomik ve siyasi sınır ve formaliteleri kaldırırken, turizm de kültürel sınırları ortadan kaldırmaktadır. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun turizmin, ülkelerin ekonomik gelişiminde belirli bir payı bulunmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, tasarrufların yetersiz oluşu, yeterli ihracat olanaklarının ve kaynaklarının olmaması, gerekli olan döviz gelirlerinin ucuz ve zahmetsiz elde edilmesi yönünde turizme önemli görevler yüklemektedir (Bahar ve Kozak 2006: 129).

Bu bağlamda, ülkeler arasındaki dış ticaret ilişkilerinin her geçen gün büyük bir hızla artmakta olduğu görülmektedir. İki ülke arasında gelişen bu ticaret ilişkisinin ise zamanla, ülkeler arasında uluslararası turizm hareketlerine yol açtığı kabul edilmektedir. Şöyle ki; bir ülkeye olan başarılı bir ticari /iş gezisi ülkeler arasında ihracat ve ithalat akımına yol açmakta, bunun sonucunda söz konusu ülkeler arasında yeni ticaret /iş görüşmeleri ya da gezileri kapsamında ekonomik ilişkiler giderek gelişmektedir.

Konuyla ilgili literatüre bakıldığında da, farklı ülkeler arasındaki ampirik testi yapılan az sayıdaki araştırmada, uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında güçlü bir nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Buradan hareketle, bu çalışma ile bir turizm ülkesi olan Türkiye örnek alınarak uluslararası ticaret ile uluslararası turizm arasında bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen analiz sonuçları, literatürde yer alan benzer çalışmalarda olduğu gibi, turizmden ihracata doğru tek yönlü bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle, ülkeler arasında meydana gelen turizm hareketleri, yine aynı ülkeler arasında ihracata neden olmaktadır. Ancak yapılan bu çalışmada iki değişken arasındaki nedenselliğin yönü çift taraflı değildir. Sadece, turizmden ihracata doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi mevcuttur. Regresyon analizi sonuçları ise, turizm değişkeni ile ihracat değişkeni arasında pozitif bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisini gösteren r korelasyon katsayısı da, benzer sonucu doğrulamaktadır. Bununla birlikte, regresyon analizine göre turizmin sabit katsayı değeri 4,010789'dir. Bu rakamı ise, turizm hareketlerinde bir birimlik artış olduğu zaman, ihracatta ortalama yaklaşık 4 birimlik bir artış olacağı şeklinde yorumlamak mümkündür. Dolayısıyla, ülkeler arasında turizm ve ticaret ilişkilerinin gelişmesi karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Bu nedenle; ülkelerin turizm, ticaret, finans, bilişim, teknoloji, ulaşım ya da herhangi bir başka sektöründe başlayan ekonomik ve ticari ilişkiler, turizm hareketlerine veya tam tersi olarak turizm faaliyeti şeklinde başlayan ilişkilerin diğer ekonomik faaliyetler olarak yaygınlaşması ve gelişmesi mümkün olabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, hangi sektör ya da iş kolu olursa olsun ülkelerin dışa açık bir ekonomi politikası seçmelerinin, günümüzün küresel koşullarında onların ekonomik açıdan daha da gelişmelerine, büyümelerine ve kalkınmalarına katkı sağlayacağı bir gerçektir.

Kaynaklar

ARADHYULA, S. ve TRONSTAD, R. (2003), “Does Tourism Promote Cross-Border Trade”, *American Journal of Agricultural Economics*, 85(3): 569–579.

BAHAR, O. ve KOZAK, M. (2005), *Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Ankara: Detay Yayıncılık.

BAHAR, O. ve KOZAK, M. (2006), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

ÇİMAT, A. ve BAHAR, O. (2003), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt 3, Sayı 6: 1-18.

EILAT, Y. VE EİNAV, L. (2004), “Determinants of International Tourism: a Three-Dimensional Panel Data Analysis”, *Applied Economics*, 36: 1315–1327.

ETHIER, J. W. (2005), “Globalization, Globalisation: Trade, Technology, and Wages”, *International Review of Economics and Finance*, Vol 14: 237–258.

FISCHER, C. ve GIL-ALANA, L.A. (2005), “The Nature of the Relationship Between International Tourism and International Trade: the Case of German Imports of Spanish Wine”, *Working Paper No.15/05*, Universidad de Navarra Departamento de Economía, Spain.

FREITAS, C. R. de. (2003), “Tourism Climatology: Evaluating Environmental Information for Decision Making and Business Planning in the Recreation and Tourism Sector”, *International Journal of Biometeorol*, 48: 45–54.

GÖKSAN, E. (1968), *Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği*, İzmir: Ege Üniversitesi Matbaası.

HAN Z., DURBARRY, R. ve SINCLAIR, M.T. (2006), "Modelling US Tourism Demand for European Destinations", Tourism Management, Vol 27: 1-10.

İÇÖZ, O. ve KOZAK, M. (2002), Turizm Ekonomisi, Ankara: Turhan Kitabevi.

KAR, M., ZORKİRİŞÇİ E. ve YILDIRIM M. (2004), "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme", Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 4 (8), ss. 89-90.

KHAN, H. ve LIN, C.C. (2005), "International Trade and Tourism: Evidence from Cointegration and Causality Tests by Using Singapore Data", <http://www.ttra.com/pub/uploads/025.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.12.2005).

KOZAK, N., KOZAK, M.A. ve KOZAK, M. (2001), Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, Ankara: Detay Yayıncılık.

LIM, C. ve MCALEER, M. (2000), "A Seasonal Analysis of Asian Tourist Arrivals to Australia", Applied Economics, 32: 499-509.

NOWAK, J., SAHLI, M. ve SGRO, P.M. (2004), "Tourism, Trade and Domestic Welfare", <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm>, (Erişim Tarihi: 25.08.2005).

ÖZBEY, F.R. (2002), "Sustainable Tourism Development in Globalization Progress", International Scientific Conference, Book: 4, Varna 1-3, 07/2002: 135-150.

PROENÇA, S. A. ve SOUKIAZIS, E. (2005), "Demand for Tourism in Portugal: a Panel Data Approach", International Conference: Theoretical Advances in Tourism Economics, University of Évora, Portugal, 18-19 th March.

RITA, P. (2000), "Tourism in the European Union", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 12(7): 434–436.

SEYİDOĞLU, H. (2001), Uluslararası İktisat, İstanbul: Güzem Yayınları, Geliştirilmiş 14. Baskı.

TOSUN, C. ve TIMOTHY, D.J. (2001), "Shortcomings in Planning Approaches to Tourism Development Countries: the Case of Turkey", International Journal of Contemporary Hospitality Management, 13(7): 352–359.

TSAI, P. ve WANG, K. (1998), "Competitiveness of International Tourism in Taiwan: US Versus Japanese Visitors", Applied Economics, 30: 631–641.

UNUR, K. (2000), "Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi", Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E. Dergisi, Cilt 2, Sayı 3.

<http://www.igeme.org.tr/tur/pratik/hizmetson.pdf>. 09.12.2005.