

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hasan GÜL

**SOSYAL HESAPLAR MATRİSİ ÇERÇEVESİNDE TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP
YÖNLÜ ŞOKLARIN ETKİ ANALİZİ**

İktisat Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2012

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Hasan GÜL

SOSYAL HESAPLAR MATRİSİ ÇERÇEVESİNDE TURİZM SEKTÖRÜNDE TALEP
YÖNLÜ ŞOKLARIN ETKİ ANALİZİ

Danışman

Prof. Dr. Selim ÇAĞATAY

İktisat Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2012

Akdeniz Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Hasan GÜL`ün bu çalışması, jürimiz tarafından İktisat Ana Bilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç.Dr. M. Şükrü ERDEM



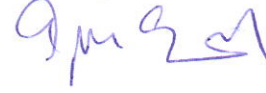
Üye (Danışman): Prof.Dr. Selim ÇAĞATAY



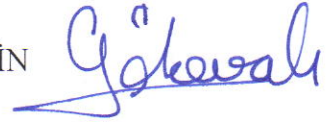
Üye: Prof.Dr. Ahmet Haşim KÖSE



Üye: Prof.Dr. Hüseyin Alper GÜZEL



Üye: Doç.Dr. Ümmühan GÖKOVALI MEDETTİN



Tez Konusu: Sosyal Hesaplar Matrisi Çerçevesinde Turizm Sektöründe Talep Yönlü Şokların Etki Analizi

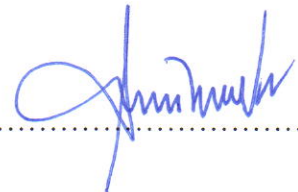
Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Tez Savunma Tarihi: 17/12/2012

Mezuniyet Tarihi: 21/12/2012

Doç.Dr. Zekeriya KARADAVUT

Müdür



İÇİNDEKİLER

| | |
|---------------------------|------|
| TABLolar LİSTESİ..... | iii |
| KISALTMALAR LİSTESİ | v |
| ÖZET..... | vi |
| SUMMARY..... | viii |
| ÖNSÖZ..... | x |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM ENDÜSTRİSİ

| | |
|---|----|
| 1.1 Sektörün Arz Yönü | 8 |
| 1.2 Sektörün Talep Yönü | 10 |
| 1.2.1 İç Talepteki Gelişmeler | 10 |
| 1.2.2 Dış Aktif Turizmdeki Gelişmeler | 13 |
| 1.3 Kalkınma Planları ve Turizm Sektörüne Yönelik Politika Uygulamaları | 14 |
| 1.4 Değerlendirme | 17 |

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE POLİTİKA ANALİZİ İÇİN VERİ TABANI GELİŞTİRİLMESİ

| | |
|--|----|
| 2.1 Turizm Uydu Hesap Tabloları | 21 |
| 2.2 Turizm Uydu Hesaplarının Oluşturulması..... | 24 |
| 2.3 Turizm Uydu Hesaplarının Girdi-Çıktı Matrisine Entegre Edilmesi..... | 34 |
| 2.3.1 Türkiye için Turizm Sektörü Odaklı Girdi-Çıktı Matrisi | 34 |
| 2.3.1.1 Turizm Sektörünün 2002 Girdi-Çıktı Tablosunda Tek Sektör Olarak Ayrıştırılması..... | 34 |
| 2.4 Turizm Sektörü Odaklı Girdi-Çıktı Matrisinin Sosyal Hesaplar Matrisine Entegre Edilmesi | 35 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM POLİTİKALARININ GELİR ve FİYAT ÇARPAN MODELİ İLE ANALİZİ

| | |
|---|----|
| 3.1 SHM Temelli Gelir Çarpan Analizi..... | 46 |
| 3.2 SHM Temelli Fiyat Çarpan Modeli | 56 |

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM POLİTİKALARININ GELİR ve FİYAT ÇARPAN MODELİ İLE ANALİZİ

| | | |
|--|---|------------|
| 4.1 | SHM Temelli Gelir ve Fiyat Çarpan Modeli Senaryoları..... | 61 |
| 4.1.1 | Gelir Çarpan Analizi Senaryosu | 62 |
| 4.1.1.1 | Turizm Gelirlerinin % 10 Artış Senaryosu..... | 62 |
| 4.1.2 | Fiyat Çarpan Analizi Senaryoları..... | 69 |
| 4.1.2.1 | Enerji Fiyatlarında % 1 Azalış Senaryosu..... | 69 |
| 4.1.2.2 | Turizm Sektöründe Fiyatların % 1 Azalması (Vergi İndirimi) Senaryosu..... | 75 |
| SONUÇ | | 83 |
| KAYNAKÇA..... | | 90 |
| EKLER | | 97 |
| Ek 1:..... | | 97 |
| Tablo Ek 1: Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları..... | | 97 |
| Ek 2: TSA Tabloları..... | | 98 |
| Tablo Ek 1: Turizm endüstrisi ve diğer endüstrilerde gayri safi sabit sermaye oluşumu . | | 98 |
| Tablo Ek 2: Turizm Endüstrilerinin ve Diğer Endüstrilerin Üretim Hesapları..... | | 99 |
| Tablo Ek 3: Turizm Sektöründe İstihdam | | 102 |
| Tablo Ek 4: Sektörel Uyumluluk | | 103 |
| Tablo Ek 5: Girdi-Çıktı Tablosu (19 Sektörlü) (2002, Temel Fiyatlarıyla, TL)..... | | 104 |
| Tablo Ek 6: Harcama Türüne Göre Turizm Geliri ve Diğer Harcamalar, 2002 | | 105 |
| Tablo Ek 7: Makro SHM'nin Şematik Gösterimi | | 107 |
| Tablo Ek 8: Makro SHM..... | | 108 |
| Ek 3: Turizm Gelir Çarpan Katsayıları..... | | 109 |
| Şekil Ek 1: Turizm Harcamalarının Etkilerinin Şematik Gösterimi | | 111 |
| Tablo Ek 1: Türkiyede Sektörlerin Gelir Çarpanları..... | | 113 |
| Tablo Ek 2: Turizmle İlişkili Sektörlerin Çarpanlarının Karşılaştırılması (1979 ve 2002) | | 115 |
| | | 115 |
| Tablo Ek 3: Turizm Çarpanları | | 115 |
| Tablo Ek 4: Aij Matrisinin Elde Edilmesi | | 117 |
| Ek 4:..... | | 119 |
| Tablo Ek 1: Endojen Fiyatlı Mikro SHM | | 119 |
| Tablo Ek 2: Sabit Fiyatlı Mikro SHM..... | | 120 |
| ÖZGEÇMİŞ | | 121 |

TABLOLAR LİSTESİ

| | |
|--|----|
| Tablo 1.1 Turizm Gelirlerinin Milli Gelir ve İhracat Geliri İçindeki Payı..... | 5 |
| Tablo 1.2 Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı | 6 |
| Tablo 1.3 Turistik Merkezlere Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı (Milyon Kişi)..... | 7 |
| Tablo 1.4 Turizmde İstihdam | 8 |
| Tablo 1.5 Türkiye’de Tesis, Oda ve Yatak Sayıları (1975-2010) | 9 |
| Tablo 1.6 Harcama Türlerine ve Dönemlere Göre İç Turizm Seyahat Harcamaları (Bin TL).12 | |
| Tablo 1.7 Turizm Sektöründe Alınan Yatırım Teşvik Belgeleri | 16 |
| Tablo 2.1 Turizm Uydu Hesaplarını Oluşturan Tablolar | 23 |
| Tablo 2.2 Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre Dış Aktif Turizm (Milyon Dolar, 2002) | 26 |
| Tablo 2.3 İç Turizm (Domestic) Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre Ülkedeki Yerleşiklerin Tüketimi) (Milyon Dolar, 2002)..... | 29 |
| Tablo 2.4 Dış Pasif (Outbound) Turizm Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre) (Milyon Dolar, 2003)..... | 30 |
| Tablo 2.5 İç (Internal) Turizm Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre) (Milyon Dolar)..... | 31 |
| Tablo 2.6 Fonksiyon ve Seviyelere Göre Devletin Toplam Turizm Tüketimi (Milyon Dolar, 2002)..... | 32 |
| Tablo 2.7 Turizm Sektöründe İstihdam (2002) | 33 |
| Tablo 2.8 Ziyaretçi ve Turizm Çeşidine Göre Seyahat ve Geceleme Sayısı (2002)..... | 33 |
| Tablo 2.9 Dış Aktif Turizm: Ulaşım Araçlarına Göre Gelen Turist ve Yapılan Geceleme Sayısı (2002)..... | 33 |
| Tablo 2.10 Konaklama Biçimine Göre İşletme ve Kapasite Sayısı | 34 |
| Tablo 2.11 Açık Ekonomi İçin SHM | 37 |
| Tablo 2.12 SHM Kamu Kesimi Dengesi (Milyar TL) (2002 Yılı) | 40 |
| Tablo 2.13 Ekonominin 2002 Yılı SHM Makro Dengesi (Milyar TL)..... | 42 |
| Tablo 2.14 Ekonominin 2002 Yılı SHM Dış Dengesi (Milyar TL) | 43 |
| Tablo 3.1 SHM’de Yer Alan İçsel ve Dışsal Hesapların Tanımlanması..... | 49 |
| Tablo 4.1 Turizm Gelir Senaryosu Şablonu | 62 |
| Tablo 4.2 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Transfer Etkisi (%) | 64 |
| Tablo 4.3 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Açık Döngü Etkisi (%) | 64 |
| Tablo 4.4 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Kapalı Döngü Etkisi (%) | 66 |
| Tablo 4.5 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Toplam Etkisi (%) | 68 |

| | |
|--|----|
| Tablo 4.6 Enerji Senaryosu Şablonu | 70 |
| Tablo 4.7 Enerji Senaryosunun Transfer Etkisi (%)..... | 71 |
| Tablo 4.8 Enerji Senaryosunun Açık Döngü Etkisi (%) | 72 |
| Tablo 4.9 Enerji Senaryosunun Kapalı Döngü Etkisi (%)..... | 73 |
| Tablo 4.10 Enerji Senaryosunun Toplam Etkisi (%)..... | 74 |
| Tablo 4.11 Vergi Senaryosu Şablonu | 75 |
| Tablo 4.12 Vergi Senaryosunun Transfer Etkisi (%) | 76 |
| Tablo 4.13 Vergi Senaryosunun Açık Döngü Etkisi (%) | 77 |
| Tablo 4.14 Vergi Senaryosunun Kapalı Döngü Etkisi (%) | 78 |
| Tablo 4.15 Vergi Senaryosunun Toplam Etkisi (%) | 79 |
| Tablo 4.16 Senaryoların Transfer Etkilerinin Karşılaştırılması | 80 |
| Tablo 4.17 Senaryoların Açık Döngü Etkilerinin Karşılaştırılması | 81 |
| Tablo 4.18 Fiyat Çarpanı Senaryoların Kapalı Döngü Etkilerinin Karşılaştırılması | 82 |

KISALTMALAR LİSTESİ

- AB:** Avrupa Birliği
- BDT:** Bağımsız Devletler Topluluğu
- DİE:** Devlet İstatistik Enstitüsü
- DPT:** Devlet Planlama Teşkilatı
- EVDS:** Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
- EUROSTAT:** European Commission Statistics (Avrupa Birliği İstatistik Kurumu)
- GÇ:** Girdi-Çıktı
- GSMH:** Gayrı Safi Milli Hasıla
- GSYİH:** Gayrı Safi Yurt İçi Hasıla
- HGD:** Hesaplanabilir Genel Denge
- IMF:** International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
- KDV:** Katma Değer Vergisi
- KOBİ:** Küçük ve Orta Boy İşletmeler
- KTB:** Kültür ve Turizm Bakanlığı
- OECD:** Organisation of Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
- SHM:** Sosyal Hesap Matrisi
- TCMB:** Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
- TKB:** Türkiye Kalkınma Bankası
- TUH:** Turizm Uydu Hesapları
- TUİK:** Türkiye İstatistik Kurumu
- TUROFED:** Türkiye Otelciler Federasyonu
- TURSAB:** Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
- TYD:** Turizm Yatırımcıları Derneği
- UN:** United Nations (Birleşmiş Milletler)
- UNWTO:** United Nations World Tourism Organisation (Dünya Turizm Örgütü)
- WB:** World Bank (Dünya Bankası)
- WTTC:** World Travel and Tourism Council (Dünya Seyahat Ve Turizm Örgütü)

ÖZET

Son otuz yılda, liberalleşme ve ihracata yönelik ekonomi politikalarının etkisiyle, Türkiye’de turizm sektöründe önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Sektördeki temel gelişme 1982 yılında kabul edilen Turizm Teşvik Kanunu ile başlamış ve sağlanan teşviklerle turizme yönelik yatırımlarda artış meydana gelmiştir. Sektöre yapılan yatırımlar neticesinde hem gelen turist sayısı hem de bununla orantılı olarak turizm gelirlerinin yıldan yıla arttığı gözlenmiştir.

Bu çalışmada Türkiye’de turizm sektörünün 1980 sonrası gelişimi ele alınmaktadır. Öncelikle istatistiksel olarak turizm sektörünün boyutu, gelen turist sayısı, elde edilen turizm geliri, turizm sektörünün ülkeye olan gelir, istihdam ve katma değer katkısı ile gösterilmeye çalışılmıştır. Turizm Uydu Hesapları (TUH) tablolarının yardımıyla turizm ayrı bir sektör olarak Girdi-Çıktı ve Sosyal Hesap Matrisleri (SHM) tabloları içine yerleştirilmiştir. Ekonomik faaliyetler ve kurumlar bazında 2002 yılı verileri ile Türkiye için detaylandırılmış bir SHM’nin oluşturulması için kullanılan hesap sistemleri de bu çalışmada yer bulmuştur. Oluşturulan SHM çerçevesinde gelir ve fiyat çarpan analizi ile dışsal bir şok durumunda bunun ekonomi genelindeki ilişkileri nasıl etkilediği uygulanan senaryolar ile incelenmiştir.

SHM kullanılarak gelir ve fiyat değişmelerinin tahmin edilmesi, sektörel çıktıların taleplerindeki değişimlerin etkilerini değerlendirmek için gerekli olmaktadır. Turizmin ayrı bir sektör olarak gösterilmesi ile de bu sektöre yönelik senaryoların aktiviteler, hane halkları ve faktörler arasındaki bağımlılığı bir fiyat modeli ile gösterilmesi amaçlanmaktadır. Uygulanan senaryolar transfer, açık döngü ve kapalı döngü etkilerini hesaplayarak ekonomide meydana gelen değişimleri açıklamaya çalışmaktadır.

Uygulanan ilk senaryo turizm gelirlerinin % 10 artması şeklindedir. Bu artışın öncelikle turizm olmak üzere diğer sektörlerdeki mal talebini, mal talebinde artış ve/veya azalış sonucunda kullanılan üretim faktörlerinin gelirlerinin ne kadar etkilediğini ve değişen faktör gelirlerine göre hane halkı gelirlerinin ne yönde değiştiği gösterilmiştir. Bu senaryo uygulandığında bütün sektörlerdeki üretimin artış yönünde olduğu görülmüştür. Sonuçlar bu senaryonun sektörel mal talebini artırdığını, büyümeyi teşvik ettiğini göstermiştir. İşgücü ve sermaye gelirlerinin artması ilgili sektörlerdeki mal talebi artışından kaynaklanmaktadır.

Fiyat çarpan analizi ile ilk olarak enerji fiyatlarında meydana gelen % 1’lik bir azalmanın başta turizm olmak üzere diğer sektörler üzerinde ne kadar etki yaptığı incelenmiştir. Buna göre senaryonun sektörel faktör fiyatlarını, hane halkı gelirlerini ve üretim aktivite seviyelerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Bu ilk senaryonun sonuçları, enerji

fiyatlarında belirtilen oranda bir azalışın sektörel fiyatları ve aktivitelerin üretim maliyetlerini değiştirdiğini göstermektedir. Çalışmada kullanılan ikinci fiyat çarpan senaryosu ise turizmin vergilendirilmesi ile ilgilidir. Bu senaryoya göre, turizm sektöründen alınan verginin % 1 oranında azaltılmasının diğer sektörler üzerindeki fiyat etkisi incelenmiştir. Bu ikinci senaryonun sonuçlarına göre, vergi azalması sonucunda turizm mal ve hizmetlerinin fiyatı düşmekte ve bu durum turizm sektörüne olan talebin artmasına yol açmaktadır. Turizm sektörüne olan talepteki artış turizmle ilişkili olan diğer sektörlerin de talebine ve dolayısıyla bu sektörlerdeki fiyatların da artmasına yol açmıştır. İlk fiyat senaryosuyla karşılaştırıldığında bu fiyat artışı daha küçük olmuştur.

IMPACT ANALYSIS OF DEMAND-DRIVEN SHOCKS IN TURKEY'S TOURISM SECTOR WITHIN THE FRAMEWORK OF SOCIAL ACCOUNTING MATRIX

SUMMARY

For the last three decades, there have been important developments in Turkish tourism sector with the effects of liberalization and export-oriented economy policies. The major development in tourism sector came with the Tourism Incentive Law. Investments have increased with increasing incentives in tourism sector. As a result of these investments, both tourist arrivals and tourism incomes have increased for years.

In this study, the evolution of Turkish tourism sector has been analysed since 1980. First of all, the statistical data of tourism sector was presented in terms of tourist arrivals, tourism income, the contribution of tourism to Turkish economy as the rate of GDP, employment and value added. Secondly, by using Tourism Satellite Account (TSA) tables, tourism sector is aggregated into one sector, and it was placed in Input-Output and Social Accounting Matrices (SAM) tables.

Estimation of prices with using a SAM is necessary to assess the effects of changes in demand for sectoral output. This study estimates the SAM based income and price multipliers for Turkey using data from the 2002 SAM under the tourism related scenarios and captures the interdependence among activities, households and factors as a result of exogenous income and price shocks. In all scenario analyses, we calculate the transfer, open-loop and closed loop effects to describe the changes in the economy.

The first scenario aims to estimate a 10 % increase in tourism incomes. In this respect, investigating how this scenario affects other sectors' goods and services demands and the incomes of production factors of these sectors. Results indicated that all sectoral demands and productions in other sectors are increased. Also, these increases stimulate the growth of economy.

Under the SAM based price multiplier analysis, two scenarios are used to evaluate the price effects. First one is an examination of the effects of a 1 % decrease in energy prices mainly on tourism sector and other sectors. Then we investigate how simulation affects sectoral factor prices, household income and production activities. Results of first price simulation indicate that the decrease in energy prices reduces sectoral prices and production costs of activities. Second price simulation is about tourism taxation. Analyzing the effects of

a 1 % decrease in tax rate on tourism aggregate sales price, we search for the similar impacts as in the first scenario. The results of the second simulation show that a decrease in tax rate on tourism sector reduces the price of tourism goods and services and then increases the demand in the tourism sector. Tourism is connected to other sectors; hence an increase in demand in tourism causes increases in other sectors' demand and prices. When compared to first price scenario, the second's prices slightly increases.

ÖNSÖZ

Türkiye’de turizm sektörünü Sosyal Hesaplar Matrisi modellemesi çerçevesinde inceleyen bu çalışma tez danışmanım Prof. Dr Selim ÇAĞATAY olmadan böyle başarılı bir şekilde bitmezdi. Çalışmanın bilimsel açıdan gelişiminde emeğini ve dostluğunu esirgemeyen, ayrıca bana olan inancını ve desteğini eksiltmeyen sayın hocama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Yaptığı katkılar ile çalışmanın tamamlanmasında yardımcı olan Orta Doğu Teknik Üniversitesi İktisat Bölümünden Doç.Dr. Ebru VOYVODA’ya, Ankara Üniversitesi İktisat Bölümünden Prof.Dr. Ahmet Haşim KÖSE’ye ve On Dokuz Mayıs Üniversitesinden Prof. Dr. Hüseyin Alper GÜZEL’e teşekkürü borç bilirim.

Tezin yazımı ve sunum öncesi hazırlıklarda yardımlarını esirgemeyen arkadaşlarım Yavuz TAŞÇIOĞLU’na ve Serhat AŞÇI’ya çok teşekkür ederim.

Son olarak yaşamım boyunca maddi ve manevi destekleri ve sevgileri ile bana güç veren canım annem Elif GÜL’e ve değerli kardeşlerime şükranlarımı sunarım.

GİRİŞ

Turizm sektörü küreselleşen dünya ile birlikte bu değişime en fazla uyum sağlayan sektörlerden biri haline gelmiştir. Uluslararası turizm son 30 yıllık süreçte önemli bir büyüme göstermiş ve bu büyüme sonucunda dünyanın en hızlı büyüyen sektörleri arasında yerini almıştır. Türkiye’de turizm sektörünün gelişmesi de bu döneme rastlamaktadır. Bu gelişmenin başlıca sebeplerini 1980’li yılların başından itibaren uygulanan ekonomi programlarının ihracat-odaklı olarak daha dışa dönük olması, yabancı sermayenin teşviki, döviz alış ve satışının serbestleşmesi ve Turizm Teşvik Kanunu’nun çıkarılması gibi kararlar olarak sıralamak mümkündür. Bu kararların en önemlisi olarak görülen, Turizm Teşvik Kanunu ile turizm sektörüne kredi ve yatırım kolaylıkları, vergi-resim-harç istisnaları, personel çalıştırılması ile ilgili kolaylıklar, KDV erteleme, çeşitli hizmetlerin öncelikli tahsisi ve tarife indirimleri gibi teşvikler getirilmiştir.

Alınan bu kararlar neticesinde, Türk turizmi 1980 sonrası dönemde büyük bir ivme kazanmış ve 2011 yılı itibariyle gelen turist sayısı ve turizm geliri açısından dünyada ilk 10 ülke arasına girmiştir. Buna göre, 2011 yılında Türkiye’ye gelen turist sayısı 31.456.076 kişi olmuştur (UNWTO, 2012). Bu rakam 10 yıl öncesine göre gelen turist sayısının 3 katına yükseldiği anlamına gelmektedir. Türkiye 2011 yılında gelen ziyaretçi sayısı itibariyle dünyanın en çok ziyaret edilen ilk 10 ülkesi arasında 7. sırada yer almıştır. Yine aynı şekilde, Türkiye’nin elde ettiği toplam turizm geliri 2000 yılında 7,5 milyar dolar iken, 2011 yılında yaklaşık 3 katına yükselerek 23,02 milyar dolar olmuştur. Türkiye elde ettiği bu turizm geliri ile dünyada en çok turizm geliri elde eden ülkeler arasında dokuzuncu sırayı almıştır. Türkiye’nin 2023 yılı turizm stratejisinde 63 milyon turist, 86 milyar dolar dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1350 dolar harcamaya ulaşılması öngörülmektedir. Turizm sektörüne yönelik bu hedefler dikkate alındığında ülkeye gelen turist sayısı ve harcamalarında öngörülen bu artış çalışmada test edilecek ana argümanı oluşturmaktadır.

Türkiye’nin uluslararası turizm sektörüne ilgi duymasının başlıca nedenleri, turizm talebinin her geçen gün hızla artması, turizmin döviz darboğazı sorunlarına çözüm getirebilmesi, yurtiçinde yaratmış olduğu katma değer, emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle istihdam olanaklarını artırması, turizm sektörünün gelişme maliyetlerinin düşük olması ve turizmin ekonomik kısıtlamalardan, tarife ve kotalardan daha az etkilenmesi olarak sayılabilir. Bu sayılan faydaları nedeniyle turizm sektörü makro ekonomik açıdan üstünlükleri olan bir sektör olarak görülmekte ve son 30 yıldır bu sektöre büyük önem atfedilmektedir.

Turizm sektörü yapısı itibariyle karmaşık bir sektör olup, diğer sektörlerle önemli ekonomik bağlara sahiptir. Sektörün üretim için hangi endüstrilerden girdi sağladığı ve sektör üretiminin hangi endüstriler tarafından talep edildiğinin bilinmesi önemli hale gelmektedir. Bu sektörün yapılan bütünleştirme ile girdi-çıktı ve sosyal hesap matrisi içine yerleştirilmesi bu tez için önem arz etmektedir. Bu çalışmadan beklenen birinci katkı turizm sektörünün tek bir sektör olarak oluşturulmasıdır. Bu birinci katkı ile turizm sektörünün Sosyal Hesaplar Matrisi içine ayrı bir sektör olarak yerleştirilerek, SHM temelli çarpan modelleri çerçevesinde incelenebilmesine olanak sağlanmaktadır.

Bu aşamadan sonra koşulacak senaryolar turizm sektörünün geleceği için yapılan tahminlere farklı bir boyut getirebilecektir. Bu noktada çalışmanın olası ikinci katkısının ortaya çıkması planlanmıştır. 2023 yılı turizm sektörü hedeflerinin dayandığı hipotezler, sektörler arası ve makroekonomik etkileri de dikkate alınarak, üç politika senaryosu ile test edilmiştir. Çalışma ile bir boşluğu doldurmak ve turizm sektörü ile ilgili yurtiçi literatüre katkı yapmak amaçlanmıştır.

Bu tezin planı şu şekildedir: Tezin birinci bölümünde Türkiye’de turizm sektörünün 1950’li yılların başından itibaren gelişme süreci ve ülke ekonomisi içerisindeki yeri ortaya koyulmuş ayrıca kalkınma planları içinde turizme yönelik hedeflere kısaca yer verilmiştir. Bu bölümde amaç turizm endüstrisinin Türkiye için önemini arz etmek ve politika simülasyonuna temel oluşturmaktır. İkinci bölümde ise, öncelikle 2002 yılı girdi-çıktı tablosu kullanılarak turizm sektörü için gelir çarpanları hesaplanmış daha sonra ise Türkiye’de mevcut veriler ışığında iç ve dış turizm ayrımı içinde arz, talep ve istihdamı belirleyen Turizm Uydu Hesapları (TUH) tabloları oluşturulmuştur. TUH tablolarının yardımıyla turizm ayrı bir sektör olarak girdi-çıktı ve sosyal hesap matrisleri tabloları içine yerleştirilmiştir. Ekonomik faaliyetler ve kurumlar bazında detaylandırılmış bir SHM’nin oluşturulması için kullanılan hesap sistemleri de bu bölümde analiz edilmiştir. Üçüncü bölümde, çalışmada kullanılan SHM çerçevesinde yapılan çarpan analizinin teorik çerçevesi irdelenmiştir. 4. Bölümde Sosyal Hesap Matrisi gelir ve fiyat çarpan analizi ile uygulanan turizm senaryolarına senaryolarının etkileri ve sonuçları yer almaktadır. Dışsal bir şok durumunda bunun ekonomi genelindeki ilişkileri nasıl etkilediği bu bölümde gösterilmiştir. Tezin nihai kısmı olan beşinci bölümde ise sonuçlar tartışılmakta, tez yazımı sırasında karşılaşılan kısıtlar ile geleceğe yönelik bu konu ile ilgili yapılması gereken öneriler sunulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZM ENDÜSTRİSİ

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında yerleşmemek ve ekonomik anlamda gelir elde etmemek koşuluyla, dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, deneyim kazanma, akrabalarını ziyaret etme, kongre ve seminerlere katılma, dini ibadetlerini yerine getirme gibi nedenlerle, kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır. Bu seyahatlerin turizm faaliyeti sayılabilmesi için, turistlerin gittikleri yerlerde en az bir gece konaklaması ve turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmeleri gerekmektedir (Özgüç, 2003, s. 15).

Turizm, konaklama, yiyecek-içecek, seyahat, eğlence, sağlık, eğitim vb. gibi birçok sektörden oluşmakta olup, ekonomik aktivitelerdeki girdi-çıkıtı ilişkisi ile diğer sektörleri de etkilemekte, geniş katılımlı faaliyet alanlarının oluşturulmasına katkı sağlamakta (Özkök, 2006, s.89), büyük sermayeler gerektirmeyen, el emeğiyle üretilen ürünlerin rahatlıkla üretilip satılabileceği olanaklar yaratmaktadır. Tarım dışı iktisadi faaliyetlerle karşılaştırıldığında turizm emek-yoğun bir sektördür ve bu özelliği dolayısıyla sektörde küçük ölçekli işletmelerin de faaliyet göstermesine olanak tanımaktadır. Emek yoğun bir sektör olması aynı zamanda turizmin daha yüksek oranda kadın istihdam etme özelliğine sahip olduğu anlamına gelmektedir (İçöz ve Kozak, 1998). Gelişen uluslararası turizmin ülkeye döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi üzerinde olumlu etkide bulunması, üretim sürecinde kullanılan teknolojik donanım için gerekli finansmanı sağlaması, ülkedeki istihdamı artırması ve ekonomik büyümeyi teşvik edici özellikleri nedeniyle turizm bir ülke veya bölge için önemli bir kavram haline gelmektedir.

Bir bölgede veya ülkede turizmin teşvik edilmesinin nedenleri ekonomik, sosyal ve kültürel, çevresel ve politik nedenler olmak üzere gruplara ayrılabilir (Akehurst vd.1994; Hall, 1994; Wanhill,1998; Geerts, 2000). Ekonomik nedenler; bölge halkı için yeni istihdam fırsatları yaratması, yeni gelir kaynakları oluşturması, özellikle şehir ekonomilerini çeşitlendirerek, vergiler vasıtasıyla yeni kamu geliri yaratması ve böylece turizmin sürdürülebilir kalkınma için itici bir güç olması olarak sıralanabilir. Sosyal ve kültürel nedenler; şehirlerdeki yaşam standartlarını artırmak için eğlence yerleri ve çekiciliği olan yerlerin yapılmasına katkı sağlayarak toplumun daha sosyal olmasına yardımcı olmak, bölgenin kültürel değerlerine dikkat çekerek o bölgede yaşayan kimseler arasında yaşanan

yere saygı ve hayranlık duyulmasını sağlamak ve turizmi ortak bir ürün olarak değerlendirip bölgedeki insanları, turizm çalışanlarını ve işverenlerini eğitmektir. Çevresel nedenler; turizm planlaması ve düzenlemesini çevre bilincini uyuracak şekilde kullanmak, turizmin sürdürülebilir gelişmesinin antik sitelerin, anıtların ve çevrenin diğer kaynaklarının korunmasını sağlamaktır. Politik nedenler ise, turizm destinasyonun, bölgenin ve ulusal yönetimlerin politik rejiminin daha demokratik olmasını ve bunun ziyaretçiler tarafından kabul edilmesini sağlamak olarak açıklanabilir. Turizm planlamasına devletin katılımı, o planın politik ideoloji ve diğer kalkınma projeleri ve kamu planları ile uyumlu olmasını garanti etmektedir.

Türkiye'nin turizme ilgi duymaya başlaması 1950'lerin başlarından itibaren (Göymen, 2000, s.1032). 1980'lerin başından itibaren ise, dünya'da hızla büyüyen turizm pastasından önemli paylar almaya başlamıştır. Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm sektörü, planlı dönemden günümüze kadar hem niceliksel hem de niteliksel açıdan önemli gelişmeler göstermiştir. 1980 öncesi dönem sektörde hazırlık dönemi, 1980 sonrası ise atılım dönemi olarak ifade edilmektedir (Egeli,1997, s.245). Türkiye, 1982 yılında çıkarılan Turizm Teşvik Kanunu ile turizm alanında başlattığı yatırım hamlelerini 2000'li yıllarda daha da artırarak dünya turizminde söz sahibi ülkeler arasına girmiştir. Dünya Turizm Örgütüne (UNWTO) göre, 2011 yılında dünyada 980 milyon kişi seyahat etmiş ve bunun sonucunda da 919 milyar dolarlık gelir elde edilmiştir. 2011 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı 31.456.076 kişi olmuştur (UNWTO, 2012). Bu rakam 10 yıl öncesine göre gelen turist sayısının 3 katına yükseldiğini göstermektedir. Türkiye 2011 yılında gelen ziyaretçi sayısı itibariyle dünyanın ilk 10 ülkesi arasında 7.sırada yer almıştır. Yine aynı şekilde, TÜİK verilerine göre, 2011'de Türkiye'nin yabancılardan ve yurtdışında yaşayan vatandaşların Türkiye ziyaretlerinden elde ettiği toplam turizm geliri 2000 yılında 7,5 milyar dolar iken yaklaşık 3 katına yükselerek 2011 yılında 23,02 milyar dolar olmuştur. Türkiye elde ettiği bu turizm geliri ile en çok turizm geliri elde eden ülkeler arasında dünyada dokuzuncu sırayı almıştır¹.

Türkiye'nin dünya turizm gelirinden elde etmiş olduğu gelirin önemini vurgulayabilmek için bu turizm gelirlerinin ülkenin Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla (GSYİH)'ına ve ihracat gelirlerine oranına bakmak faydalı olacaktır. Tablo 1.1'de görüldüğü gibi, 2011 yılında

¹ Burada dikkat edilmesi gereken bir nokta Türkiye'ye gelen turist sayısı ve elde edilen gelir arasındaki ilişkidir. Örneğin 2011 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı, Almanya'yı ziyaret eden turist sayısından daha fazla olmasına rağmen, turizmden elde ettiği gelir Almanya'nın elde ettiğinin çok gerisinde kalmıştır. Bunun arkasındaki en önemli sebep Türkiye'de tatilin Avrupa ülkelerine göre daha ucuz olmasıdır.

Türkiye'nin GSYİH'sı 772,3 milyar dolar, ihracat gelirleri ise 134,6 milyar dolardır. Bu değerlere göre turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı % 2,9, ihracat içindeki payı ise % 17,1 olmaktadır. 2000 yılında ulusal hâsılanın % 3-3,5'u kadar gelir üreten sektör, 2002 yılında aldığı payı % 5 dolaylarına çıkarmıştır. 1990'lı yılların başından itibaren turizm gelirleri 2009 yılına kadar sürekli artış göstermiştir. 2011 yılında ülke GSYİH'sı ve ihracatı artış göstermiş olup bu etki turizm gelirlerinde de kendini göstermiş, turizm sektörü ülkeye katkı sağlamaya devam etmiştir. Turizmin özellikle ihracat geliri yüksek olan sektörlerle karşılaştırıldığında; ülke kaynaklarını maksimum ölçüde kullanarak en çok döviz girdisi sağlayan ve bu yolla en çok gelir yaratan bir endüstri olduğu görülmektedir.

Tablo 1.1 Turizm Gelirlerinin Milli Gelir ve İhracat Geliri İçindeki Payı

| Yıllar | GSYİH (1) (milyar \$) | İhracat (2) (Fob milyar \$) | Turizm Geliri (3) (milyar \$) | (3)/(1) (%) | (3)/(2) (%) |
|--------|-----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------|----------------|
| 1990 | 150 | 13,0 | 3,2 | 2.1 | 24.6 |
| 1991 | 150 | 13,6 | 2,7 | 1.8 | 19.8 |
| 1995 | 170 | 21,6 | 5,0 | 2.9 | 23.1 |
| 2000 | 265 | 27,8 | 7,6 | 2.9 | 27.3 |
| 2001 | 197 | 31,3 | 8,1 | 4.1 | 25.9 |
| 2002 | 230 | 36,1 | 11,9 | 5.2 | 33.0 |
| 2003 | 305 | 47,3 | 13,2 | 4.3 | 27.9 |
| 2004 | 390 | 63,2 | 15,9 | 4.1 | 25.2 |
| 2005 | 481 | 73,5 | 18,2 | 3.8 | 24.7 |
| 2006 | 526 | 85,5 | 16,9 | 3.2 | 19.8 |
| 2007 | 659 | 107,2 | 18,5 | 2.8 | 17.3 |
| 2008 | 742 | 131,9 | 21,9 | 2.9 | 16.6 |
| 2009 | 616 | 102,1 | 21,2 | 3.4 | 20.7 |
| 2010 | 735 | 113,9 | 20,8 | 2.8 | 18.3 |
| 2011 | 772 | 134,6 | 23,0 | 2.9 | 17.1 |

Kaynak: TYD www.ttyd.org.tr

(Erişim Tarihi 26.04.2012)

Tablo 1.2'de 1965-2012 yılları arasında Türkiye'ye gelen turist sayısı ve bu turistlerin bırakmış olduğu turizm gelirleri yer almaktadır. Bazı istisna yıllar dışında turizm geliri ve turist sayısı sürekli artış yönündedir. Bu artışların özellikle 1980 sonrasında neoliberal politikaların uygulanmaya başlaması ve turizme önemli teşviklerin verilmesi ile arttığı görülmektedir. 1991 yılında meydana gelen Körfez Savaşı nedeniyle gelen turist sayısı bir sonraki yıl yaklaşık % 8 azalış göstermiştir. Ayrıca 1990'lı yılların başlarında yoğunlaşan PKK terörü, 1999 yılında yaşanan ve yıkıcı etkisi fazla olan büyük Marmara depremi ile

2000-2001 yıllarında meydana gelen finansal kriz yıllara göre gelen turist sayısını ve elde edilen turizm gelirini etkilemiştir. Yurtiçinde yaşanan bu olumsuz gelişmeler yanında yurtdışında meydana gelen bazı olumsuz gelişmeler de turist talebini etkilemiştir. 1998 yılında Asya ülkeleri ve Rusya'da meydana gelen ekonomik kriz neticesinde 1999 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı % 23.2, turizm gelirleri ise % 33.4 oranında bir azalış göstermiştir. Dünyada veya bölgede meydana gelen bir savaş veya ekonomik kriz döneminde Türkiye'de turizm sektörü kolaylıkla etkilenmektedir.

Tablo 1.2 Turist Sayısı ve Turizm Gelirinin Yıllara Göre Dağılımı

| Yıllar | Turist Sayısı (Bin kişi) | Yıllık Değişim (%) | Turizm Geliri (milyon \$) | Yıllık Değişim (%) |
|--------|--------------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|
| 1965 | 361 | 57.6 | 14 | 75.0 |
| 1970 | 724 | 4.3 | 52 | 40.5 |
| 1975 | 1540 | 38.7 | 201 | 3.6 |
| 1980 | 1288 | -15.4 | 327 | 16.3 |
| 1985 | 2614 | 23.5 | 1482 | 76.4 |
| 1990 | 5389 | 20.9 | 3225 | 26.1 |
| 1995 | 7726 | 15.8 | 4957 | 14.7 |
| 2000 | 10412 | 39.0 | 7636 | 46.8 |
| 2001 | 11569 | 11.0 | 8090 | 5.9 |
| 2002 | 13247 | 14.5 | 8473 | 4.7 |
| 2003 | 14030 | 5.3 | 13203 | 55.8 |
| 2004 | 17517 | 24.9 | 15888 | 20.3 |
| 2005 | 21124 | 20.6 | 18154 | 14.3 |
| 2006 | 19819 | -6.2 | 16851 | -7.2 |
| 2007 | 23341 | 17.8 | 18487 | 9.7 |
| 2008 | 26337 | 12.8 | 21911 | 18.5 |
| 2009 | 27077 | 2.8 | 21249 | -3.0 |
| 2010 | 28632 | 5.7 | 20800 | -2.1 |
| 2011 | 31456 | 9.8 | 23020 | 10.6 |

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) (2012) (www.turizm.gov.tr)

İl bazında incelediğinde Türkiye'ye gelen turistlerin büyük çoğunluğu Antalya ili ve ilçelerine gelmektedir. Antalya'yı İstanbul ve Muğla takip etmektedir. 2000-2011 yılı arasında Türkiye'ye gelen turistlerin hangi illere geldikleri Tablo 1.3'de gösterilmektedir. Bu tablodan da görüldüğü gibi 2011 yılında Türkiye'ye tatile gelen toplam 31,45 milyon turistin,

10,46 milyonu (% 33,2) Antalya'ya, 8.05 milyonu (% 25,5) İstanbul'a, 3,07 milyonu (% 9,7) Muğla'ya, 1,37 milyonu (% 4,35) İzmir'e, 0,69 milyonu (% 2,19) Aydın'a ve 7,79 milyonu (% 24,7) diğer bölgelere ziyarette bulunmuştur. Tablodan da görülebileceği gibi Türkiye'yi ziyarete gelen turistlerin tercihi genellikle deniz, kum, güneş turizminin yaygın olduğu kıyı şehirleri olmaktadır. Bu durum Türkiye'de turizm potansiyelinin 5 ilde yoğunlaştığını göstermektedir. Son 10 yılda ülkemizi ziyaret eden yabancı turistlerin yaklaşık dörtte üçü tatil yapmak üzere bu 5 ili seçmiştir.

Tablo 1.3 Turistik Merkezlere Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı (Milyon Kişi)

| Yıllar | ANTALYA | İSTANBUL | MUĞLA | İZMİR | AYDIN | DİĞER | TOPLAM |
|--------|---------|----------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 2000 | 3,30 | 2,42 | 1,35 | 0,48 | 0,42 | 1,44 | 10,43 |
| 2001 | 4,21 | 2,52 | 1,33 | 0,62 | 0,45 | 1,36 | 11,62 |
| 2002 | 4,75 | 2,71 | 1,94 | 0,65 | 0,20 | 3,01 | 13,26 |
| 2003 | 4,68 | 3,15 | 2,00 | 0,53 | 0,28 | 3,39 | 14,03 |
| 2004 | 6,05 | 3,47 | 2,53 | 0,76 | 0,26 | 4,45 | 17,52 |
| 2005 | 6,88 | 4,85 | 2,84 | 0,79 | 0,34 | 5,43 | 21,12 |
| 2006 | 6,01 | 5,35 | 2,35 | 0,78 | 0,40 | 4,94 | 19,82 |
| 2007 | 7,29 | 6,45 | 2,66 | 1,36 | 0,51 | 5,07 | 23,34 |
| 2008 | 8,56 | 7,05 | 2,97 | 1,07 | 0,55 | 6,18 | 26,38 |
| 2009 | 8,26 | 7,51 | 2,81 | 1,06 | 0,62 | 6,82 | 27,08 |
| 2010 | 9,27 | 6,96 | 3,01 | 1,16 | 0,69 | 7,56 | 28,63 |
| 2011 | 10,46 | 8,05 | 3,07 | 1,37 | 0,69 | 7,79 | 31,45 |

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2012) (www.turizm.gov.tr)

Turizm emek yoğun bir istihdam yapısına sahip olması nedeniyle gelişmekte olan ülkeler için işsizlik problemini çözmeye en çok yararlanan sektörlerin başında gelmektedir. Türkiye için de turizm önemli istihdam olanakları yaratmaktadır. Turizmin birçok sektörle ilişkisi olması sebebiyle turizm sektörünün istihdama olan etkilerini değerlendirmek oldukça zor olmaktadır. Başka bir deyişle, turizmde çalışan çoğu kişinin başka bir işi daha olduğundan turizmdeki istihdam verileri yeteri kadar güvenilir değildir.

Turofed'in Turizm Raporu 4 başlığı altında oluşturduğu Türkiye'de turizm istihdamı Tablo 1,4'te görülmektedir. Bu tabloya göre 2010 yılında turizmde toplam çalışan sayısı 1.177 bin kişi olup, bunların % 5,33'ünü yabancılar oluşturmaktadır. Turizmde çalışanların Türkiye geneli istihdamdaki payı son 10 yılda yüzde 3'lerden yüzde 5'in üzerine çıkmıştır. 2010 yılında bu oran % 5,21'dir. Bu değerler turizmin yarattığı doğrudan, dolaylı ve uyarılmış

istihdam değerlerinin toplamıdır. WTTC'nin 2011 yılı tahmin değerlerine göre, Türkiye'de turizm endüstrisi 2011 yılında doğrudan 503.000 iş yaratmıştır. Bu doğrudan iş sayısı da toplam istihdamın % 2.2'si anlamına gelmektedir (WTTC, Türkiye Raporu, 2011). Toplam katkıya baktığımız da (dolaysız ve uyarılmış istihdamla birlikte) 2011 yılında turizmin istihdama katkısı 1.873.000 iş şeklinde olmaktadır.

Tablo 1.4 Turizmde İstihdam²

| Yıllar | Toplam Çalışan Sayısı (Bin kişi) | Yabancı Çalışan Oranı (%) | Turizmde Çalışanların Türkiye İstihdamındaki Payı (%) |
|--------|-------------------------------------|------------------------------|--|
| 2000 | 776 | 2,00 | 3,60 |
| 2001 | 796 | 2,24 | 3,70 |
| 2002 | 826 | 2,48 | 3,87 |
| 2003 | 847 | 2,79 | 4,02 |
| 2004 | 872 | 3,11 | 4,44 |
| 2005 | 949 | 3,29 | 4,73 |
| 2006 | 1.001 | 3,59 | 4,90 |
| 2007 | 1.067 | 3,87 | 5,15 |
| 2008 | 1.058 | 4,49 | 4,99 |
| 2009 | 1.131 | 4,83 | 5,32 |
| 2010 | 1.177 | 5,33 | 5,21 |

Kaynak: Turofed, Turizm Raporu 4, s.34 (2011) (www.turofed.org)

Bu bölümde, turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemini belirlemek amacıyla geçmişten günümüze uygulanan kalkınma planları içinde turizme verilen önemin ve bu sektörde karşılaşılan problemlerin bir özeti sektörün arz ve talep yönleri ile ilişkilendirilerek verilecektir.

1.1 Sektörün Arz Yönü

Turistin ihtiyaçlarını gideren konaklama, ulaşım, yeme-içme ve eğlence gibi faaliyetler turizm arz cephesini oluşturmaktadır. Turizm arzı ekonomik anlamda, turistik ihtiyaçların karşılanması için belirli bir piyasada (ülke, bölge, yöre) belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak turistik tüketicilere sunulan turistik mal ve hizmetlerin (turistik ürün) tümüdür (Olalı, 1984,s.145). Başka bir deyişle, turizm arzı, turizm tüketiminde yer alan ve turizm talebinin gereksinimlerini karşılamak için gerekli olan mal ve hizmetlerin tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü olarak tanımlanmaktadır.

² Konaklama tesisleri, yeme içme hizmeti veren işletmeler, havayolu sektörü ile seyahat acentelerinde çalışanlar

Turizm arzı konaklama işletmelerinin yatak kapasitesine bağlıdır. Konaklama işletmeleri turizm işletme belgeli ve turizm yatırım belgeli tesisler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. 1980’li yılların başından itibaren Turizm Teşvik Kanunu çerçevesinde verilen teşvikler neticesinde konaklama işletmesi şeklinde olan turizm yatırımlarının arttığı görülmektedir. 2010 yılı itibariyle turizm işletme belgeli tesis sayısı 2647 olup, bu tesislerin 299.621 odası vardır. İşletme belgeli yatak kapasitesi 2010 yılında 629.465’e ulaşmıştır. Turizm yatırım belgeli işletmeleri de hesaba kattığımızda toplam yatak arzı 2010 yılı itibariyle 880 bin adeti geçmiştir (Tablo 1.5) (TUİK, 2011). Dokuzuncu kalkınma plan dönem sonu olan 2013 yılında belgeli toplam yatak sayısının 950 bin olması, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanması ve ikinci konutlardaki turizme açılan yataklarla birlikte, toplam yatak sayısının 1.3 milyona ulaşması beklenmektedir (www.dpt.gov.tr).

Tablo 1.5 Türkiye’de Tesis, Oda ve Yatak Sayıları (1975-2010)

| Yıllar | Turizm İşletme Belgeli Tesisler | | | Turizm Yatırım Belgeli Tesisler | | |
|-------------|---------------------------------|--------|--------|---------------------------------|--------|--------|
| | Tesis | Oda | Yatak | Tesis | Oda | Yatak |
| 1975 | 421 | 23860 | 44957 | 202 | 12846 | 25956 |
| 1980 | 511 | 28992 | 56044 | 267 | 13019 | 26288 |
| 1985 | 689 | 41351 | 85995 | 501 | 34251 | 71521 |
| 1990 | 1260 | 83953 | 173227 | 1921 | 156702 | 325515 |
| 1995 | 1793 | 135436 | 286463 | 1334 | 96517 | 202483 |
| 2000 | 1824 | 156367 | 325168 | 1300 | 113452 | 243794 |
| 2001 | 1998 | 177371 | 368819 | 1237 | 107262 | 230248 |
| 2002 | 2124 | 190327 | 396148 | 1138 | 102972 | 222876 |
| 2003 | 2240 | 202339 | 420697 | 1130 | 111894 | 242603 |
| 2004 | 2357 | 217664 | 454290 | 1151 | 118883 | 259424 |
| 2005 | 2412 | 231123 | 483330 | 1039 | 128005 | 278255 |
| 2006 | 2475 | 241702 | 508632 | 869 | 123326 | 274687 |
| 2007 | 2514 | 251987 | 532262 | 776 | 112541 | 254191 |
| 2008 | 2566 | 268633 | 567470 | 772 | 113487 | 258287 |
| 2009 | 2625 | 289383 | 608765 | 754 | 103119 | 231456 |
| 2010 | 2647 | 299621 | 629465 | 877 | 114771 | 252984 |

Kaynak: TÜRSAB (2011) www.tursab.org.tr

Erişim Tarihi: 26.04.2012

1.2 Sektörün Talep Yönü

1.2.1 İç Talepteki Gelişmeler

Türkiye’de iç turizm hareketleri 1950’lerde başlamıştır. 1960’lı yıllarda ise deniz kıyılarına yönelik turizmin ön plana çıktığı görülmektedir. 1963 yılında ilk kalkınma planı ile iç turizmin geliştirilmesine yönelik çalışmalar başlatılmış, fakat uygulamaya geçilememiştir. 1970’li yıllarda Turizm Bakanlığı tarafından finanse edilen tatil kredisi ile memur ve işçilerin tatile çıkmasına yönelik uygulamalar denenmiş, fakat daha sonra bazı aksaklıklar yüzünden bu uygulamalar yürürlükten kaldırılmıştır. 1990’lı yılların başından itibaren iç turizme yönelik tanıtma faaliyetlerine ağırlık verildiği gözlenmiştir. Sosyo-ekonomik yapının değişmesi ile tatil anlayışında da değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerin en önemlisi yurtdışından gelen ziyaretçilere dayalı olan turizme öncelik verilmesi nedeniyle yerli turistlerin ikinci konut (yazlık konut) edinmeleridir.

2000’li yıllara gelindiğinde turizm endüstrisinin yerli turiste de yönelmeye başladığı görülmüştür. Bunun sonucunda iç piyasaya yönelik promosyonlu satışlar artmış; acenteler iç turizm konusunda gerekli ödeme kolaylıkları sunmaya başlayarak orta sınıfın tatile çıkması için özendirici uygulamalar yapmaya başlamıştır. Erken rezervasyon; her şey dahil sistemi, indirimli veya taksitli tatiller iç turizmi canlandırmak için yapılan bu uygulamaların başında gelmiştir.

İç turizme yönelik ilk araştırma 1983 yılında Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) tarafından yapılmış olup, daha sonra Turizm Bakanlığı iç turizme yönelik olarak 1992 ve 1997 yıllarında iki araştırma daha gerçekleştirmiştir. Son yapılan araştırmanın tarihi 1997 yılı olup, bu tarihten sonra ülke genelini içeren başka bir çalışma yapılmamıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın son yıllarda iç turizme yönelik bir araştırma yapma girişimi olmuş olmasına rağmen, araştırma sonuçlanmış olsa bile, kamuoyuna henüz açıklanmamıştır.

Bunun yanı sıra, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından her yıl düzenli olarak yayınlanan konaklama istatistikleri bülteni iç turizm konusunda bazı bilgiler vermektedir. En son yayımlanan konaklama istatistikleri (belgeli ve belgesiz işletmeler) verilerine göre 2007 yılı içerisinde 24 milyon kişi otel, motel, pansiyon ve benzeri mekanlarda konaklamıştır. 2007 yılında yapılan geceleme sayısı da 41 milyon olmuştur. Bu geceleme sayısını turist sayısına böldüğümüzde de ortalama konaklama süresi ise 1,7 gün olmaktadır. Yine bu istatistiklere göre, ülke içerisinde yapılan konaklamaların yüzde 15,5’i Türk vatandaşları tarafından yapılmış durumdadır. Bu veriler herhangi bir tesiste konaklama yapanlara ait olmakla beraber,

Türkiye’de iç turizm açısından önemli rol oynayan başka bir boyutun da olduğu unutulmamalıdır. Bu da Türk insanının ikinci konut adı verilen yazlıklar, kamu kampları, inceleme kapsamına girmeyen apart oteller, aile pansiyonları, çadırlar, öğrenci yurtları gibi ortamlarda da konaklama yapıyor olmasıdır. Bunun yanı sıra tatillerini akraba yanında, yayla ve kaplıcalarda, köylerinde, kasabalarında veya doğdukları kentlerde geçirenlerin sayısı da oldukça fazladır. İç turizm böyle geniş bir şekilde düşünüldüğünde Türkiye’de iç turizm aktivitelerine katılanların sayısının, nüfusun en az yarısına tekabül ettiği söylenebilir. Bu doğrultuda en az 35 milyonluk bir iç turizm pazarından söz etmek yanlış olmayacaktır. Bu yerli turistlerin çoğu belirtilen sebeplerle kayıtsız olarak kendi başlarına tatil yaptıkları için turizm işletmeciliği açısından bu kitlenin ne kadarının pazar olarak nitelendirilebileceği ayrı bir konu olmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine bakıldığında günümüzde turizmde Türkiye’nin iç pazar payı yüzde 35, yıllık cirosu ise yaklaşık 7 milyar dolardır (www.turizm.gov.tr). Bu değerlerin tam olarak ne kadar olduğu ayrıntılı bir turizm uydu hesapları (TUH) çalışması sonunda hesap edilebilecektir.

Günümüzde, TÜİK tarafından yerli turistlerin harcama türlerine ve dönemlere göre seyahat harcamaları adı altında bir araştırma 2009 yılından beri yapılmaktadır. Tablo 1.6’da 2009’dan itibaren Türkiye’deki iç turizm harcama büyüklüğü gösterilmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi iç turizm harcamalarının boyutu 2009’da 12.216.339 bin TL iken devamlı artış halinde 2010’da 13.843.504 bin TL’ye, 2011’de ise 15.641.262 bin TL’ye yükselmiştir.

Tablo 1.6 Harcama Türlerine ve Dönemlere Göre İç Turizm Seyahat Harcamaları (Bin TL)

| Yıl ve Dönemler | TOPLAM | Paket Tur Harcaması | TOPLAM | Yeme-İçme | Konaklama | Sağlık | Ulaştırma | Giyecek ve Hediyeelik Eşya | Diğer Harcamalar | Seyahat Öncesi Yapılan Harcamalar |
|-----------------|----------------|---------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 2009 | 1 | 38 946 | 1 743 079 | 450 527 | 112 686 | 119 375 | 603 639 | 316 443 | 123 597 | 16 813 |
| | 2 | 164 729 | 2 450 942 | 612 044 | 228 901 | 164 397 | 770 502 | 385 593 | 239 903 | 49 601 |
| | 3 | 363 953 | 5 357 523 | 1 784 920 | 567 227 | 178 014 | 1 583 238 | 689 119 | 411 281 | 143 723 |
| | 4 | 46 006 | 2 051 162 | 499 406 | 131 145 | 101 949 | 748 420 | 352 467 | 172 260 | 45 514 |
| TOPLAM | 613 634 | 11 602 705 | 3 346 897 | 1 039 959 | 563 735 | 3 705 799 | 1 743 622 | 947 041 | 255 651 | |
| 2010 | 1 | 53 757 | 2 242 492 | 544 914 | 135 876 | 158 095 | 756 828 | 379 853 | 239 131 | 27 795 |
| | 2 | 165 298 | 2 467 321 | 705 155 | 200 668 | 110 723 | 841 992 | 411 510 | 159 991 | 37 282 |
| | 3 | 321 094 | 5 622 144 | 1 849 299 | 589 848 | 117 629 | 1 864 230 | 657 975 | 368 357 | 174 807 |
| | 4 | 65 530 | 2 905 869 | 740 308 | 142 586 | 192 328 | 965 856 | 497 675 | 303 997 | 63 118 |
| TOPLAM | 605 679 | 13 237 826 | 3 839 675 | 1 068 978 | 578 775 | 4 428 906 | 1 947 013 | 1 071 476 | 303 003 | |
| 2011 | 1 | 77 537 | 2 130 370 | 523 332 | 147 237 | 146 815 | 758 289 | 381 216 | 144 265 | 29 217 |
| | 2 | 199 201 | 2 842 185 | 786 428 | 269 936 | 112 892 | 972 282 | 463 984 | 179 109 | 57 555 |
| | 3 | 322 453 | 7 186 264 | 2 489 507 | 817 295 | 118 097 | 2 308 495 | 915 205 | 380 881 | 156 782 |
| | 4 | 64 870 | 2 818 382 | 755 888 | 168 245 | 151 509 | 990 639 | 487 151 | 205 732 | 59 218 |
| TOPLAM | 664 061 | 14 977 201 | 4 555 155 | 1 402 713 | 529 313 | 5 029 706 | 2 247 555 | 909 987 | 302 772 | |

Kaynak: TÜİK Hane halkı Yurtiçi Turizm Araştırması www.tuik.gov.tr

Erişim Tarihi 20.10.2012

1.2.2 Dış Aktif Turizmdeki Gelişmeler

Türkiye'de 1970'li yılların sonunda oluşan sürekli ödemeler dengesi açıkları, iktisadi büyümenin durağan hale gelmesi ve diğer makro ekonomik problemlerin yarattığı ekonomik krizlerin üstesinden gelmek için bir ihracat odaklı ekonomi anlayışı çözüm olarak görülmüş ve Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (WB) gibi uluslararası para ve kredi kuruluşlarının tavsiyesi ile oluşturulan 24 Ocak 1980 ekonomik önlemleri ile turizm endüstrisine önem verilmeye başlanmıştır (Tosun,1999, s.220).

Turizmin ekonomik etkileri, Türkiye açısından değerlendirildiğinde; ihracata kıyasla minimum destekle yurtdışından sağladığı döviz geliri, yurt içinde yarattığı katma değer, istihdam gücü ve diğer sektörlere katkıları ile makro ekonomik açıdan üstünlükleri olan bir sektör olduğu görülmektedir (Kar vd.,2004, s.88). Türkiye'nin geleneksel tarım ve sanayi ürünleri ihracatından gerekli döviz gereksinimini bütünüyle kapatacak bir gelişme beklemek, kısa ve orta vadede gerçekleşmesi zor bir olasılıktır. İşçi dövizleri ve dış finansman girdileri ise her zaman istenen boyutlara ulaşamamaktadır. Bundan dolayı dış aktif turizmin, Türkiye için önemli döviz girdisi sağlayabileceği görülmektedir (Dilber, 2007, s.209). Çünkü turizmde bir ülkenin mal ve hizmetlerini müşterinin ülkesine kadar götürmek zorunluluğu yoktur. Böylelikle, ihracı mümkün olmayan servet ve hizmetler bir döviz kaynağı haline getirilebilmektedir.

Türkiye'de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri 1950'lerden sonra fark edilmiş, 1963 yılından 1980'li yıllara kadar zamanla gelişme eğilimi göstermiştir. Türkiye'ye yönelik yabancı turizm talebinin dünya ortalamasının üstünde olduğu 1980 sonrası ise Türk turizmi için bir dönüm noktası olmuştur. Türkiye'de turizm gelirlerinin ulusal gelir içindeki payı planlı kalkınma dönemiyle birlikte çok küçük oranlarda artmış ve bu pay ancak 1984 yılından sonra %1'in üzerine çıkabilmiştir. Bunun nedeni de 1980'den sonra bu sektöre önem verilmiş olması ve yatırımların hızla artmış olmasıdır. 1980 sonrası turizm ile ilgili olarak alınan kararlar içinde en önemli olanı 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur (Kozak vd.1997). Bu kanunun yürürlüğe girdiği tarihten günümüze ülkeye gelen turist sayısında yaklaşık 20 kat, elde edilen turizm gelirinde ise yaklaşık 60 kat artış meydana gelmiştir.

1.3 Kalkınma Planları ve Turizm Sektörüne Yönelik Politika Uygulamaları

Ekonomideki bütün sektörler için kısa, orta ve uzun dönemli kalkınma plan ve stratejileri üreten beş yıllık kalkınma planlarında turizme yönelik hedeflere de yer verilmiştir. Kalkınma planları incelendiğinde, planların büyük çoğunluğunda turizm için alınan ortak konular; turizmin ödemeler dengesine katkısının artırılması, özel sektörün turizm yatırımı yapmasının özendirilmesi, teşvik, kredi, fon uygulaması, turizm arzının artırılması, fiziki planlamanın yapılması ve turizmde eğitime önem verilmesi şeklindedir.

Türkiye'deki teşvik sisteminin tarihsel gelişimi 1950 yılında çıkarılan "5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu" ile başlamıştır. Bu kanun, turizmin geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenlemedir. Bu yasa, hangi işletmelerin "Turizm Müessesesi" olacaklarını tanımlamakta, yasanın konusu olan teşvik tedbirlerinden hangi işletmelerin yararlanacaklarını belirlemekte, bu teşviklerden yararlanma koşulları ile turizm işletmelerinin denetlenmesine ilişkin ilkelere ait düzenlemeleri içermektedir (Toker, 2007, s.86). Turizmin öneminin kavrandığı 1950'li yıllardan ilk planlamanın yapıldığı 1963 yılına kadar turizm gelir-gider dengesi hep negatif değerler almıştır. Bu dönemde gelen turist sayısında genel olarak bir artış görülmekle birlikte turizm gelirlerinde sürekli bir artış olmamış bazı yıllarda düşüş gözlenmiştir. Planlı dönemin başlamasıyla birlikte planlı dönem öncesine oranla istatistikler daha düzenli tutulmaya başlanmış olup, bu istatistiklerden de görüldüğü kadarıyla turizm gelir gider dengesi gelir lehine gelişme göstermeye başlamıştır.

1963-1983 yılları arasında turizm politikası, ödemeler dengesine turizm gelirleriyle pozitif katkı yapmayı, döviz gelirlerini artırmayı, istihdama katkı sağlamayı ve vatandaşlara tatil olanakları sunmayı hedeflemiştir. Türk turizmi genel itibarıyla 1980'li yıllara kadar gözle görülür bir gelişme kaydememiştir. Planlı dönemin başıyla 1983 yılı arasındaki süre, devletin turizmin gelişimi için şartları oluşturup öncülük ettiği dönem, 1983 yılından itibaren ise "serbestleşme" dönemi olarak değerlendirilmektedir (Gülbahar, 2009, s.153).

Kalkınma planlarında turizm yatırımlarına yer verilmiş olsa da bu alanda yapılan yatırımlar 1980'li yıllara kadar yetersiz bir düzeyde kalmıştır. Turizm yatırımlarının, bu sektöre yapılan yatırımları özendirmek için 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı "Turizm Teşvik Kanunu" ile arttığı gözlenmiş ve özellikle 1985 yılından sonra turizmin "Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektör" kapsamına alınması ile birlikte sektöre yönelik büyük bir yatırım talebi oluşmuştur (Kar vd. 2004, s.97).

1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu, bugünkü turizm sektörünün oluşmasında büyük rol oynamıştır. Turizm Teşvik Kanunu ile turizm sektörüne kredi ve yatırım kolaylıkları, vergi-resim-harç istisnaları, personel çalıştırılması ile ilgili kolaylıklar, KDV erteleme, çeşitli hizmetlerin öncelikli tahsisi ve tarife indirimleri gibi teşvikler getirilmiştir. Bu yasa ile turizm alan ve merkezlerinin belirlenmesi ve bu alan ve merkezlerde bulunan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisi 1982 yılı sonrası yatırım artışlarının önemli nedenlerindedir. Yatırımların artmasındaki diğer önemli etkenler ise 1985-1989 dönemi teşvik kararlarında sektör yatırımlarının hibe türü teşviklerden en yüksek oranda yararlanma imkânı sağlaması, dış ticaret ve kur politikalarının serbestleştirilmesi ve yabancı sermaye yatırımlarının teşvikidir (Toker, 2007, s.83).

Turizm Teşvik Kanunu turizm sektörünün gelişime katkı sağlamaktadır. Bu artışlarda turizm işletmelerine sağlanan teşvik ve destekler önemli paya sahiptir (KTB, 2009). Turizm sektöründe alınan yatırım teşvik belgeleri ve bu teşvik belgelerine bağlanan projelerin yatırım değeri Tablo 1.7’de verilmektedir. 1987-1990 yılları arasında artan teşvik belgesi ve buna bağlı olan projelerin yatırım değeri büyük bir artış gösterirken, 1990-1994 arası azalmış, 1994 finansal krizi ile en düşük değerini görürken, krizden sonraki yıl olan 1995 yılı ile beraber artmaya başlamış, 1999 yılından itibaren ise alınan teşvik belgelerinin sayısı 2003 yılına kadar azalış gösterse de bu teşvik belgelerine dayanan projelerin yatırım değeri artmıştır. 2005-2009 arasında hem teşvik belgesi hem de teşvik belgesine dayanan yatırım bedeli azalış göstermiş, 2009 yılında ise bu durum tersine dönmüştür.

Günümüzde uygulanmakta olan teşvik sistemi ise vergisel ağırlıklı olup, bunu arazi tahsisleri izlemektedir. Günümüzde sektöre yönelik nakdi devlet yardımları en düşük düzeye indirilmiş durumdadır. Nakdi teşviklere kaynak teşkil eden Yatırımları Teşvik Fonundan; sadece KOBİ yatırımlarına, yarım kalmış veya işletme sermayesi yetersizliği nedeniyle işletmeye geçememiş yatırımlara, Ar-Ge yatırımlarına ve teknopark yatırımları ile çevre korumaya yönelik Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunca belirlenen öncelikli teknolojik yatırımlara ve bölgesel amaçlı yatırımlara nakdi devlet yardımları verilmesi öngörülmüştür. Bugün ise KOBİ yatırımları ve yarım kalmış veya işletme sermayesi yetersizliği nedeniyle işletmeye geçememiş yatırımlar hariç diğer yatırım konularının henüz uygulaması bulunmamaktadır (Toker, 2007, s.89).

Günümüzde turizm sektörüne verilen teşvik çeşitleri Tablo Ek 1-1’de görülmektedir. Bu tabloya göre, asgari yatırım miktarı en az 1.000.000 (bir milyon) TL olan iller birinci ve ikinci bölge grubunda yer almış, bu illere vergi indirimi, sigorta primi işveren desteği, yatırım yeri

tahsisi, gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası gibi destek unsurları sağlanmıştır. Üçüncü ve dördüncü bölge grubunda sayılan illerde asgari yatırım miktarı en az 500.000 (beş yüz bin) TL olmalıdır. Bu grupta yer alan illere yukarıda sayılan desteklere ek olarak faiz desteği sağlanmıştır. Tüm bunların yanında asgari sabit yatırım tutarının üzerindeki yatırımlar bölge ayırımı yapılmaksızın gümrük muafiyetinden yararlandırılmaktadır.

Teşvik tedbirlerine yönelik uygulama ise her yıl yayınlanan Bakanlar Kurulu kararı temel alınarak yürütülmektedir. Bu uygulama ile Bakanlar Kurulu, hangi sektörlerin ne gibi koşullarla teşvik tedbirlerinden yararlandırılacağını saptamakta, daha sonra Hazine Müsteşarlığı, Bakanlar Kurulunca saptanan konularla ilgili bir tebliğ yayımlayarak belirlenen teşvik politikası ve amaçları hakkında gerekli yönlendirmeleri yapmaktadır. Bu başlık altındaki teşvikler; vergi indirimi, sigorta primi işveren desteği, yatırım yeri tahsisi, gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası ve faiz desteğinden oluşmaktadır.

Tablo 1.7 Turizm Sektöründe Alınan Yatırım Teşvik Belgeleri

| Yıllar | Alınan Teşvik Belgesi Sayısı | Teşvik Belgesine Bağlanan Projelerin Yatırım Değeri (Milyon TL) |
|--------|------------------------------|---|
| 1987 | 288 | 6.542.169 |
| 1988 | 463 | 8.236.938 |
| 1989 | 592 | 15.564.558 |
| 1990 | 138 | 4.846.509 |
| 1991 | 141 | 5.860.569 |
| 1992 | 115 | 28.806.130 |
| 1993 | 152 | 23.236.115 |
| 1994 | 58 | 9.583.270 |
| 1995 | 137 | 70.959.779 |
| 1996 | 186 | 83.226.158 |
| 1997 | 284 | 237.562.320 |
| 1998 | 243 | 210.739.571 |
| 1999 | 199 | 302.372.683 |
| 2000 | 153 | 315.462.000 |
| 2001 | 116 | 323.382.000 |
| 2002 | 173 | 1.456.421.000 |
| 2003 | 257 | 2.710.887.000 |
| 2004 | 179 | 1.703.283.000 |
| 2005 | 228 | 2.956.181.000 |
| 2006 | 146 | 1.787.221.444 |
| 2007 | 124 | 1.267.739.064 |
| 2008 | 164 | 1.840.851.148 |
| 2009 | 179 | 2.452.903.949 |

Kaynak: Turofed, Turizm Raporu 1, s.12 (2010) www.turofed.org.tr

1.4 Değerlendirme

Turizm sektörü küreselleşen dünya ile birlikte bu değişime en fazla uyum sağlamak zorunda olan sektörlerden biridir. Turizm sektöründe oluşturulacak planlama tüm değişimleri, gelişmeleri ve çevresel olayları göz önünde bulundurarak yapılmalıdır. Çünkü turizmin ekonomik, politik, çevresel ve sosyo-kültürel olaylar üzerindeki etkileri göz ardı edilemeyecek kadar büyük boyutlara ulaşmıştır.

Türkiye’de turizm sektörü, uygulanan politikaların neticesinde sektöre verilen teşvikler ve vergi kolaylıkları, sektörün arz kısmında yaşanan sorunlar ve turizmin talep yönlü bir sektör olması nedeniyle değişken talebe maruz kalması sonucunda kendi içinde problemler barındırmaktadır. Turizm’de tüketim gidilen yerde yapıldığı için turizm talep yönlü bir sektör olarak bilinmektedir. Kişi tercihlerine bağlı olmakla beraber, turizm talebini etkileyen sosyal, siyasal, finansal ve çevresel olaylar da olmaktadır. Örneğin bir bölgede ortaya çıkan bir savaş veya devam eden terör olayı, mali piyasalarda meydana gelen dalgalanmalar, iki ülke arasında meydana gelen bir kriz veya bir çevresel felaket o bölgeye olan turizm talebinin düşmesine yol açmaktadır. Türkiye’deki turizm sektörü de bölge, ülke ve dünya genelindeki gelişmelerden zamanla etkilenmiştir. Ülkemizde yaşanan doğal afetler (deprem vb.), ülkemizde veya diğer gelişmiş ülkelerde yaşanan ekonomik ve siyasal krizler (Asya Krizi, Avro Bölgesi krizi vb.) ile çevremizde yaşanan savaşlar (Körfez Savaşı) ile salgın hastalık tehlikeleri (SARS vb.) turizm talebini etkilemektedir.

Turizm sektörünün ekonomiye katkısı özellikle konjoktüre bağlı olarak da belirlendiğinden bu sektöre yönelik talebin canlı tutulması önem kazanmaktadır. Konjoktürün yurtdışı gelirler üzerinde daraltıcı etki yarattığı dönemlerde iç piyasada düzenlemelere giderek talep canlılığının korunması uygulanabilecek alternatiflerden sadece bir tanesidir. Yine böyle dönemlerde ülkeye farklı turist profillerini çekmek üzere arz üzerinde çeşitliliğe gitmek de düşünülebilecek önlemlerden bir diğeridir. Türkiye’de turizm sektörünün hacmi ve parasal katkısı 1975 yılından itibaren yükselmektedir, fakat son 10 yıllık süreç içinde turizm sektöründe gözlenen kişi başına turist harcamaları azalmaktadır. 2001-2010 döneminde yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelir 7-8 milyar dolardan 21 milyar dolara çıkarken, kişi başı harcamalar 700 dolardan 512 dolara kadar düşmüştür (Turofed, Turizm Raporu 4, 2011).

Bu çalışmada, analiz edilmesi öngörülen ilk konu turizm sektörüne yönelik gerçekleşen bir turizm gelir artışının faktör ve ürün piyasalarında gerçekten beklenen etkiyi yaratıp yaratmayacağıdır. Aynı zamanda, böyle bir talep şokunun makro ekonomik etkilerinin de ne

olacağı gözlenebilecektir. Hipotetik bir talep şoku Türkiye'nin son yıllarda yaşadığı pazar çeşitliliğindeki genişleme sonrasında çok da gerçek dışı olmayacaktır. 1980 sonrası ortaya çıkan ve çok çabuk bir büyüme gösteren Türk turizmi, ileriki yıllarda bazı negatif şoklardan dolayı yabancı turizm talebi açısından olumsuz şekilde etkilenmiştir. Bunların ilki 1991 yılında başlayan Körfez savaşıdır. Yine 1990'lı yılların başında şiddetlenen terör olayları ile 1999 yılında meydana gelen Marmara depremi turizm talebinde bir yavaşlama ve azalmaya yol açmıştır (Öztürk, 2006,s.86). Yaşanan bu olaylar talep azalışına yol açsa da 2001 yılında meydana gelen finansal kriz sonrasında Türk turizmi hem turizm geliri hem de gelen turist sayısı bakımından büyümeye başlamıştır. Bu büyüme özellikle Batı Avrupa ülkelerinden gelen turist sayısının artması sonucunda meydana gelmiştir. Ayrıca, Türkiye son 10 yılda batı Avrupa pazarındaki potansiyelini artırırken, Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT), Balkan ve Orta Doğu ülkeleri (bu ülkelerle yapılan vize muafiyeti anlaşmaları) Türkiye turizmi açısından yükselen pazarlar olmuştur. Yine Kuzey Afrika ülkelerinde ortaya çıkan siyasi krizler, güney Avrupa'da global finansal kriz sonrasında yaşanan ekonomik daralmalar bu ülkelere yönelecek turizm talebini bir ölçüde aynı iklim kuşağında bulunan Türkiye'ye kaydırabilecektir. Mısır İstatistik Kurumunun sunduğu verilere göre, Mısır'ın turizmden elde ettiği gelirler ülkedeki karışıklıklar sonucu Şubat ayında ciddi bir azalma göstererek geçen yılın Şubat ayında elde edilen 825 milyon dolarlık gelire karşılık bu senenin aynı döneminde 385 milyon dolarlık bir gelir elde edilmiştir. Geçen Şubat ayında Mısır'ı ziyaret eden turist sayısı 1.1 milyon iken, bu senenin aynı döneminde Mısır'ı 211 bin turist ziyaret etmiştir (www.sis.gov.eg). Siyasi karışıklık nedeniyle gelen turist sayısında bu azalma turizm döneminde tercihlerin Türkiye'ye kaymasına yol açabilecektir. Turizmde Türkiye'ye rakip olan ve son yıllarda Avrupa Birliği içinde ekonomik kriz yaşayan İspanya, Yunanistan ve Portekiz gibi ülkelerde borç krizi nedeniyle yaşanan olaylar özellikle gelişmiş Avrupa ülkelerinden (Almanya ve İngiltere) bu ülkelere yapılan rezervasyonların iptal edilmesine yol açmıştır. Bu ülke ekonomileri Avrupa Birliğine verdikleri taahhüt nedeniyle bütçe kısıntılarına gitmişlerdir. Bu ülkelerin turizm fiyatlarını indirme olanağı da bulunmamaktadır. Bu durum Avro para birimine dahil olmayan Türkiye'ye gelecek turist sayısının artmasına yol açacaktır. Tez içinde incelenen senaryolardan ilki yabancı turizm gelirlerindeki %10'luk artış olacaktır. Turizm talebindeki değişimlerin makro ekonomik sonuçları gelişmekte olan bir ülkedeki turizm politikalarının büyüme ve kalkınma etkileri açısından önemli olabilmektedir.

Çalışmada üzerinde durulan bir başka konu ise örneğin bir önceki hipotetik durumun gerçekleşebilmesi için yurtiçi piyasada nasıl bir düzenlemenin yapılabileceği sorusunun cevabıdır. Bunun için de Türkiye'de turizm endüstrisi üzerinden alınan vergilerin % 1

indirilmesi bir alternatif olabilir mi sorusunun cevabı analiz edilecektir. Böyle bir analiz ile hem birinci hipotetik öngörüdeki talep artışının yakalanıp yakalanamayacağı görülebilir hem de bu spesifik politika değişikliğinin faktör ve ürün piyasalarına ve aynı zamanda makro büyüklüklere etkileri görülebilir. Çalışmada üzerinde durulan sonuncu konu ise her sektör için önemli bir girdi olan enerji fiyatlarının % 1 azaltılması ve bunun turizm aktivitelerini nasıl etkilediğidir. Bu ve bir önceki senaryo fiyat çarpanları yöntemi ile hesaplanmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Cumhuriyetin 100. yılının kutlanacağı 2023 yılı için Turizm stratejisi belirlemiştir. 2023 Türkiye Turizm stratejisi ile, sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir destinasyon (varış noktası) ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması amaçlanmaktadır (Batman vd., 2009). Bu amaçlanan gelişmelere göre çeşitli politika tahminlerini SHM gelir ve çarpan modelleri kullanarak yapmak elverişli hale gelecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNDE POLİTİKA ANALİZİ İÇİN VERİ TABANI GELİŞTİRİLMESİ

Ekonomiye çok yönlü katkısı olan turizm sektörüne yönelik iktisadi analizler, sektörün yapısı gereği bir bütünlük arz etmemektedir. Bir başka deyişle, sektörün mikro ekonomik açıdan yarattığı etkiler makroekonomik bir perspektifte eşanlı olarak değerlendirilememektedir. Dolayısıyla, sektör bazında mikro ve makroekonomik çalışmalar birbirinden bağımsız yürütülmektedir. Örneğin, makroekonomik bir politika değişikliğinin turizme girdi olan sektörler üzerindeki etkisi ayrıştırılamıyorken, turizme yönelik bir politika değişikliğinin ne geri-ileri bağ etkileri ne de makro dengeler üzerindeki etkileri tam kestirilememektedir. Bunun en önemli sebebi ise, daha önce söylendiği gibi sektörün yapısı ile ilgilidir. Daha açık bir ifade ile sektörün sadece bir'den fazla sektörden girdi alması değil sektörün bir'den fazla alt sektör bazında çıktı vermesindedir.

Turizm sektörü ekonomi içerisinde birçok sektör ile hem talep yönlü hem de arz yönlü ilişki içindedir ve bu sebeple sektör birincil (doğrudan) ve ikincil (doğrudan+uyarılmış) ekonomik etkiler yaratmaktadır. Birincil etkiler turizm olayının gerçekleşmesi sonucunda anında oluşan gelir, istihdam vb. gibi doğrudan etkilerdir. İkincil etkiler ise, turizm hareketleri sonucu ekonominin bütününde oluşan değişim yani, ikincil ve uyarılmış etkilerdir. Bugüne kadar turizmin ekonomik etkilerini ölçmek amacıyla farklı yöntemler kullanılmış olsa da Coltman (1989) tüm etkileri bütünüyle değerlendirecek güvenilir bir yöntem bulunmadığını söylemektedir. Turizm sektörüne ilişkin ekonomik analizlerde kullanılan yöntemler de odaklandıkları etkilere göre yani ilgi alanlarının birincil mi yoksa ikincil mi olduğuna göre değişmektedir.

Birincil etkileri ölçmek üzere literatürün üzerinde durduğu yöntemlerden bir tanesi ana kütleyi temsil eden turistlerden örnekleme yöntemiyle seçilen bir gruba anket uygulanarak, turistlerin hangi mal ve hizmetlere ne kadar harcama yaptıklarının bulunmasıdır. Diğer bir yöntem ise, turizm nedeniyle ekonomiye giren paranın izini sürerek söz konusu paranın gelirden, istihdamda, satış miktarında ve vergi gelirlerinde ne kadarlık bir değişime neden olduğunun araştırılmasıdır. TUH tabloları, ziyaretçi harcama anketi ve resmi istatistiklerden elde edilen ikincil verilerin analizi de birincil etkileri ölçmek için kullanılan diğer yöntemlerdir. Ayrıca yapısal ekonomik modeller temelinde ekonometrik analizler de birincil

etkilerin ölçülmesi amacıyla kullanılmaktadır. İkincil etkilerin ortaya çıkarılması amacıyla kullanılan yöntemler ise temelde çarpan yöntemi ve girdi-çıkıtı analizidir (Frechtling, 1994).

Türkiye'de turizm sektörüne yönelik araştırmalar için kullanılacak istatistik altyapı birkaç kurum tarafından sağlanmaktadır. Bunlar Kültür ve Turizm Bakanlığı, Merkez Bankası, Türkiye İstatistik Kurumu, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Türkiye Turistik Otelciler, İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği ve Güvenlik İşleri Genel Müdürlüğü'dür. Parasal istatistikler Kültür ve Turizm Bakanlığı, Merkez Bankası ve Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 1963 yılından itibaren toplanmakta ve Bakanlık tarafından aylık ve yıllık olarak 1972 yılından beri yayınlanmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu, 1996 yılından beri Kültür ve Turizm Bakanlığı ile işbirliği içinde TUH yöntemine yönelik yabancı ziyaretçiler anketi uygulamaktadır.

Türkiye'de turizm sektörüne yönelik akademik çalışmaların tamamı ya bulguları sektör içinde kalan kısmi denge çalışmaları ya da olayı metodoloji tekrarı veya betimsel istatistiklerle ele alan çalışmalarıdır. Örneğin, Turizm Uydu Hesaplarının nasıl oluştuğu ile ilgili İstanbullu (2001), Unur ve İçöz (2004) ve Coşkun (2004) önemli kaynaklar olmakla beraber bunlar sadece metodoloji ile ilgilenmiş, bu tabloları oluşturma yoluna gitmemiştir. Bu bölümde, mevcut veriler kullanılarak Türkiye için TUH'ları oluşturmak amaçlanmıştır. Bu tablolar, Türkiye'de turizmin ekonomi içindeki önem ve büyüklüğünü belirlemekte, turizm mallarının arzı ve bu mal ve hizmetlere yapılan harcamalar ile turizm endüstrisi içindeki katma değer ve turizm kaynaklı istihdamı göstermeye yardımcı olmaktadır. Oluşturulan TUH tabloları ile girdi-çıkıtı ve Sosyal Hesap Matrisi (SHM) içinde turizm sektörünün ayrı bir sektör olarak gösterilmesi amaçlanmıştır.

2.1 Turizm Uydu Hesap Tabloları

Turizm sektörünün ekonomi bütünü içindeki yerinin belirlenebilmesi için, onun yarattığı ekonomik etkilerin ulusal hesaplarla uyumlu bir şekilde ayrıntılı olarak hesaplanması gerekmektedir. TUH tabloları, turizm sektörünün "Ulusal Hesaplar Sistemi" içindeki gerçek yerinin belirlenebilmesi amacıyla kullanılmaktadır. Bu hesaplarda turizm aktivitelerine ilişkin para hareketleri arz ve talep açısından uyumlulaştırılarak ulusal hesaplar içerisine yerleştirilmektedir. Bir başka deyişle, bu hesaplar, birçok sektörden girdi alan ve bir'den fazla sektörde çıktı olarak gözüken turizm sektörüne ilişkin hareketleri arz ve talep yönü ile değerlendirip, tek bir sektör halinde toplulaştırarak ulusal hesaplarla uyumlu olmasını hedeflemektedir. Tam bir TUH tabloları turizm endüstrisinin detaylı üretim hesaplarını ve bunların diğer endüstrilerle, istihdamla, sermaye oluşumu ve turizmle ilgili diğer parasal

olmayan bilgilerle bağlantılarını içermektedir. Yöntem, turizm konusundaki kavram ve tanımları yeniden ele alarak dünya genelinde standartlar oluşturmayı amaçlamaktadır. TUH içerisinde aşağıda adı geçen 10 tablo bulunmaktadır ve bu tabloların gerektirdiği istatistiki verinin sağlanması Türkiye için sektör ve ulusal hesaplar arasındaki uyumun sağlanabilmesi yolunda atılması gereken ilk adımdır. Bu tabloların neler olduğu aşağıda tanımlanmaktadır:

- **Tablo 1: Ürün ve Ziyaretçi Gruplarına Göre Dış Aktif (Inbound) Turizm Tüketimi**
- **Tablo 2: Ürün ve Ziyaretçi Gruplarına Göre Yurtiçi (Domestic) Turizm Tüketimi**
- **Tablo 3: Ürün ve Ziyaretçi Gruplarına Göre Dış Pasif (Outbound) Turizm Tüketimi**
- **Tablo 4: Ürün ve Turizm Türlerine Göre İç Turizm Tüketimi**
- **Tablo 5: Turizm Endüstrisi ve Diğer Endüstrilerin Üretim Hesapları**
- **Tablo 6: Turistik Üretimin Kullanımı ve Arzı**
- **Tablo 7: Turizmde İstihdam**
- **Tablo 8: Turizm Endüstrisinin Gayrisafi Sabit Sermaye Oluşumu**
- **Tablo 9: Kamunun Turizm Tüketimi**
- **Tablo 10: Parasal Olmayan Göstergeler**

a. Turizm çeşidine ve ziyaretçi kategorisine göre seyahat ve geceleme sayısı

b. Dış aktif tourism: ulaşım tipine göre gelen sayısı ve geceleme sayısı

c. Konaklama tipine göre tesis sayısı ve kapasitesi

d. Çalışan sayısına göre turizm ve turizmle ilgili tesis sayısı

TUH'nı oluşturan 10 tablo; dış aktif turizm ve dış pasif turizm tüketimi, turizm kaynaklı istihdam, turizm sermaye harcamaları ve turizmle ilgili ortak (kamu sektörü) harcamalarını içermektedir. Bu 10 tablo, UNWTO, EUROSTAT ve OECD tarafından onaylanmıştır. Bu tabloların içeriği aşağıda Tablo 2.1'de açıklanmaktadır:

Tablo 2.1 Turizm Uydu Hesaplarını Oluşturan Tablolar

| TABLO | KAPSAMI | NOT |
|-------|---|--|
| 1 | Dış Aktif (Inbound) Turizm Harcamaları | Toplam talebin bir kısmı (İhracat) |
| 2 | İç (Domestic) Turizm Harcamaları | Toplam iç tüketimin bir kısmı (Hane halkı) |
| 3 | Dış Pasif (Outbound) Turizm Harcamaları | İthalatın bir kısmı. Ayrıntılı olarak hesaplamak mümkün olamamaktadır |
| 4 | İç “Nihai Turizm Tüketimi” | 1 ve 2 nolu tablonun toplanmasından yurtiçinde oluşan (yabancı ve yerli) turizm harcamaları hesaplanmaktadır |
| 5 | Ortak Turizm Harcamaları | Fonksiyon ve seviyelere göre devletin toplam turizm tüketimini göstermektedir. |
| 6 | Ürün Bazında Yerli Arz ve Tüketim | Ürünler bazında GSYİH ve turizmle ilgili katma değer hakkında bilgi sağlayan ve turizm sektörünün arz yönünü gösteren değerlerdir. |
| 7 | Turizm Mallarının Üretim Hesabı | Turizm sektörü ve diğer sektörlerin üretim hesaplarını göstermektedir |
| 8 | Turizm Sabit Sermaye Oluşumu (Yatırım) | Sermaye oluşumu ve sermaye stokunu göstermektedir. Bu tablo veri eksikliği nedeniyle tamamlanamamıştır. |
| 9 | İstihdam & Emek Kullanımı | Turizm sektöründeki istihdam verileridir. |
| 10 | Parasal Olmayan Göstergeler | Turizm hacmine (işletme sayısı, yapılan geceleme sayısı, konaklama biçimi, turist çeşidi gibi) ilişkin göstergelerdir. |

Turizm Uydu Hesapları (TUH) ulusal hesapların bir uzantısı olarak turizm arz ve turizm talep kavramlarını ayrıştırarak incelenmesini sağlamak üzere Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Birleşmiş Milletler (UN), OECD ve EUROSTAT gibi kurumların onayladığı bir metodoloji sonucu geliştirilmiştir (Selçuk ve Başar, 2006, s.56). TUH, girdi-çıkıtı tablolarının hazırlanmasında kullanılan yöntemleri referans alarak turizm tarafından üretilen malların ve hizmetlerin talebi ile bu mal ve hizmetlerin arzı arasında ekonomi içinde var olan genel dengeyi kurmak için kullanılmaktadır. Bu hesaplar ilk önce 1980’li yıllarda Kanada da geliştirilmiş, günümüzde çoğu ülke tarafından oluşturulmuş hale gelmiştir.

TUH’nın oluşturulmasında kullanılan veri kaynakları genellikle ulusal hesaplar olmaktadır. Bunlara ek olarak, TUH oluşumunda birçok anketten yararlanılmaktadır. Örneğin, yabancı turist davranışı ve harcama biçimleri ile ilgili bilgiler en iyi şekilde yabancı turistlerle ana sınır kapılarında yapılan ziyaretçi anketlerinden oluşturulmaktadır. Aynı şekilde, yerli turizm davranışı ve harcama biçimlerini belirlemek için hane halkı anketlerinden yararlanılmaktadır. Diğer bilgiler ise, ya tahmin edilmekte ya da diğer ülkelerde oluşturulmuş hesaplardan ödünç alınabilmektedir.

TUH içinde ziyaretçi kavramı önemli bir kavramdır. Buna göre bulunduğu çevreden başka bir yere bir yıldan daha az bir süre için seyahat eden kişi ziyaretçi olarak

tanımlanmaktadır. Bulunduğu çevreden kasıt, kişinin rutin hayatının geçtiği (yaşadığı veya çalıştığı) bölge dışındaki yerleri ziyaret etmesidir. TUH hesaplarını oluşturan ziyaretçi harcamaları ise, ziyaretçinin seyahatten önce, sonra ve seyahat boyunca yaptığı harcamalardır (UNWTO). OECD tarafından turizm talebi olarak da adlandırılmaktadır (www.oecd.org).

2.2 Turizm Uydu Hesaplarının Oluşturulması

TUH, talep ve arz olmak üzere iki yönlü bir analizdir. Talep yaklaşımında önemli olan ziyaretçinin kim olduğu ve yaptıkları harcamaların neler olduğunun tanımlanmasıdır. Ziyaretçi de kalma süresi ve ikametgâh açısından gruplandırılmaktadır. Kalma süresi açısından ziyaretçiler, gecelik ziyaretçi (gidilen yerde kişisel veya toplu olarak en az bir gece geçiren) ve günübirlikçi (gittiği yerde bir gece bile kalmayan ziyaretçi) olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Selçuk ve Başar, 2006, s.57).

Toplam turizm talebi, üç değişkenin toplamı olarak tanımlanmaktadır. Bu değişkenler, iç turizm tüketimi, turizmde gayrisafi sabit sermaye oluşumu ve kamu sektörü tarafından turizm için yapılan harcamalardır. Ayrıca, turizm tüketimi, seyahat öncesi harcamalar, seyahat sırasındaki harcamalar ve seyahat sonrasındaki harcamalar olmak üzere üç değişik şekilde gerçekleşmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), seyahat boyunca gerçekleştirilen turizm harcamalarının yedi grupta toplanarak hesaplanmasını önermektedir. Bunlar paket turlar, konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, rekreasyon, alışveriş ve diğer olarak belirlenmiştir (Selçuk ve Başar, 2006, s.58).

TUH'nın önemli katkılarından bir tanesi harcamalardan yola çıkarak turizme özgü bir ara malı tüketim (talep) vektörünü oluşturmaktır. Bu şekilde turizm sektörünün girdi-çıktı tablosu içine yerleştirilebilmesi için ilk aşama gerçekleştirilmiş olmaktadır. Ara malı tüketim vektörü çeşitli endüstrilerden gelen ve ziyaretçilerin tükettiği ekonomideki bütün mal ve hizmetleri ifade etmektedir.

TUH içinde oluşan bu bilgi ve girdi-çıktı tablosu turistlerin harcama sütununu oluşturmak için imkân sağlamaktadır. Bu uygun bilgiyi kullanarak girdi-çıktı tablosu içinde turizm endüstrisini ayrı bir sütun olarak ifade edebiliriz. Turizm endüstrisi oluştururken TUH metodolojisinin ve girdi-çıktı teorisinin bütünleştirilmiş girdi-çıktı temelli bir çerçevede birleştirilmesi gerekmektedir (Coşkun, 2004). Böylece turizm endüstrisindeki harcamalarda meydana gelen değişikliklerin (bir artış veya azalış) etkisi, bu sütun kullanılarak simule edilebilmektedir.

TUH'nın arz yönü ziyaretçilerle doğrudan bağlantıda olan üretken ekonomik birimler üzerine yoğunlaşmaktadır. Üretken bir faaliyetin önemi ise, onun katma değeriyle ölçülmektedir. Arz yaklaşımı, ziyaretçilerin tükettikleri mal ve hizmetlerin ve bu mal ve hizmetlerin üretilmesini sağlayan turizm özellikli faaliyetlerin ekonomiye etkilerini ölçmeyi amaçlamaktadır (Selçuk ve Başar, 2006, s.61).

TUH içinde birinci tablo (Tablo 2.2) ürünlere ve ziyaretçi türlerine göre dış aktif turizm hesaplarını vermektedir. Dış aktif (inbound) turizm, yerleşik olmayan ziyaretçilerin (yabancıların) söz konusu ülkeyi ziyaretleri sonucu ortaya çıkan turizmdir. Kültür ve Turizm Bakanlığının yabancı ziyaretçiler için oluşturduğu ve Bakanlık internet sitesinde (www.turizm.gov.tr) turizm istatistikleri kısmında yer alan ve Tablo Ek 2-6'da gösterilen verilerden oluşturulmuştur. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından seyahat boyunca gerçekleştirilen turizm harcamalarının yedi grupta toplanarak hesaplanması önerildiğinden ürünlere ve ziyaretçi türlerine göre dış aktif turizm hesapları 7 ana kalem olarak tabloya yansıtılmıştır. Bunlar konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, paket turlar, rekreasyon, çeşitli turizm hizmetleri ve diğer harcamalar olarak belirlenmiştir. Girdi-çıkıtı tablosunda turizm sektörünü ayrı olarak gösterebilmek için bu 7 kalem alt birimlere ayrılmış olup turistlerin harcamaları 23 alt birim şeklinde gösterilmiştir.

Oluşturulan bu tabloya göre, 2002 yılındaki yabancı turist harcamalarının % 23,5'u yeme-içme, % 25,7'si ise konaklama sektöründe yapılmıştır. % 23,5'lik yeme-içme harcamasının yaklaşık % 60'ı (toplam harcamaların % 13,8'i) restoran ve lokantalarda yapılmıştır. % 25,7'lik konaklama harcamasının büyük çoğunluğu (% 97) otel, motel ve pansiyon gibi konaklama yerlerinde harcanırken, %3'lük gibi bir kısmı ev kiralamak (ikinci konut) üzere harcanmıştır. Yabancıların ulaşım üzerine yaptıkları kişisel harcamalar tüm harcamaların % 6'sını oluşturmaktadır. Bu harcamaların çoğu karayolu ulaşım harcamaları şeklindedir. Yabancı ziyaretçi harcamaları içinde seyahat acentası, tur operatörü ve turist rehberlik hizmetlerinin ağırlığı % 2'dir. Aynı şekilde kültür, spor ve eğlence aktivitelerinin genel toplam içindeki payı % 2'dir. Bunun içinde en büyük ağırlığı yaklaşık % 80 ile kültür ve eğlence hizmetleri almaktadır.

Girdi-çıkıtı tablosu oluştururken kolaylık olması açısından sağlık ve haberleşme hizmetleri çeşitli turizm hizmetleri adı altında gösterilmiştir. Buna göre, 94.635.017 dolar olan bu harcamaların 2/3'ünü sağlık geri kalan 1/3'ünü ise haberleşme harcamaları oluşturmaktadır. Burada önemli olan nokta, girdi-çıkıtı tablosu içinde ayrı bir sektör olarak aldığımız haberleşme sektörüne yabancı turistlerin ne kadar harcama yaptığını göstermektir.

Son olarak ele aldığımız hesap diğer mal ve hizmetlere yapılan yabancı turist harcamalarından oluşan kalemdir. Bu kalem toplam harcamaların 1/3'ünü oluşturan ve turist harcamalarının dağılımını gösteren önemli bir kalemdir. Bu harcamalar genellikle hediyelik eşya, mücevherat, giyecek ve ayakkabı, oto kiralama, kişisel bakım ile halı ve kilim üzerine olmaktadır. Bu grupta sınıflandırılmayan diğer turizm harcamaları ise tüm harcamaların % 5'ini oluşturmakta olup turizm uydu hesabı içinde bağlı ürünler dağıtım payları, ürünler ve hizmetler (diğer harcamalar) kalemi altında gösterilmektedir. Tablo 2.2' nin alt kısmında yer alan yabancı turistlere ait geceleme ve günü birlik seyahat sayıları Dünya Turizm Örgütünün Türkiye Raporu (2000-2004) verilerinden elde edilmiş olup, yabancı turistlerin 2002 yılında yapmış oldukları geceleme sayılarını ve bir gece bile kalmayan günübirlikçi turist sayısını göstermektedir.

Tablo 2.2 Ürünler ve Ziyaretçi Türlerine Göre Dış Aktif Turizm (Milyon Dolar, 2002)

| Ürünler | Turistler | Toplam Ziyaretçiler |
|--|----------------------|----------------------|
| A- Turizme Özgü Ürünler | | |
| A.1 Tipik Ürünler (a) | | |
| 1- Konaklama Hizmetleri | 1.682.781.797 | 1.682.781.797 |
| 1.1 Otel ve diğer konaklama hizmetler | 1.635.778.908 | 1.635.778.908 |
| 1.2 (Kendi hesabına, bedava) ikinci konutlar | 47.002.889 | 47.002.889 |
| 2- Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri | 1.545.179.498 | 1.545.179.498 |
| 2.1 Gıda | 417.246.591 | 417.246.591 |
| 2.2 İçecek | 163.903.869 | 163.903.869 |
| 2.3 Lokanta | 906.172.045 | 906.172.045 |
| 2.4 Tütün, Sigara | 57.856.993 | 57.856.993 |
| 3- Yolcu taşıma hizmetleri | 398.593.012 | 398.593.012 |
| 3.1 Karayolu | 352.801.178 | 352.801.178 |
| 3.2 Demiryolu | 4.481.587 | 4.481.587 |
| 3.3 Deniz yolu | 25.265.146 | 25.265.146 |
| 3.4 Hava yolu | 16.045.101 | 16.045.101 |
| 4- Seyahat Acentası, Tur Operatörü ve Turist Rehberlik Hizmetleri | 137.854.488 | 137.854.488 |
| 5- Kültür, Spor ve Eğlence Aktiviteleri | 185.489.069 | 185.489.069 |
| 5.1 Sportif Faaliyetler | 27.633.449 | 27.633.449 |
| 5.2 Eğitim, Seminer, Toplantı | 9.838.611 | 9.838.611 |
| 5.3 Kültür, Eğlence Hizmetleri | 148.017.009 | 148.017.009 |
| 6- Çeşitli turizm hizmetleri | 94.635.017 | 94.635.017 |
| 6.1 Sağlık | 61.757.654 | 61.757.654 |
| 6.1.1 Sağlık Hizmeti Harcamaları | 48.074.705 | 48.074.705 |
| 6.1.2 Kaplıca vb. | 13.682.949 | 13.682.949 |
| 6.2 Haberleşme | 32.877.363 | 32.877.363 |

| | | |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|
| 7-Diğer Mal ve Hizmetler | 2.172.209.622 | 2.172.209.622 |
| 7.1 Kişisel Bakım | 91.590.052 | 91.590.052 |
| 7.2 Giyecek ve Ayakkabı | 779.435.404 | 779.435.404 |
| 7.3 Hediyelik Eşya | 488.588.572 | 488.588.572 |
| 7.4 Mücevher, Altın, Gümüş | 476.080.708 | 476.080.708 |
| 7.5 Halı, kilim vb. | 260.099.323 | 260.099.323 |
| 7.6 Oto Kiralama | 76.415.563 | 76.415.563 |
| 7.7 Diğer Turizm Harcamaları | 343.662.340 | 343.662.340 |
| TOPLAM | 6.560.404.843 | 6.560.404.843 |
| Seyahat Sayısı | | |
| Geceleme Sayısı | 43.312.498 | |

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003 (www.turizm.gov.tr), Dünya Turizm Örgütü, Türkiye Raporu (2000-2004)

TUH içinde ikinci tablo (Tablo 2.3) ürünlere ve ziyaretçi türlerine göre ülkedeki yerleşiklerin tüketimi olan iç turizm (domestic) tüketimini göstermektedir. Daha geniş bir ifade ile yerleşik olan ziyaretçilerin gününbirlik ve geceleme olarak kendi rutin çevreleri dışındaki yerleri ziyaret etmelerinden kaynaklanan turizmdir.

Türkiye’de 2002 yılı itibariyle iç turizm ile ilgili bilgilere ulaşmak mümkün olmamıştır. Bunun yanı sıra iç turizme katılan ülke vatandaşlarının harcamalarına hangi mal ve hizmetler üzerine yaptıklarına ilişkin de bir çalışma 2002 yılı itibariyle bulunmamaktadır. Tezin birinci bölümünde de belirtildiği gibi TUIK tarafından yapılan Hane halkı yurtiçi turizm harcamalarına ilişkin düzenlenen veriler 2009 yılından başlamaktadır. Bu aşamada yurtdışında ikamet eden ve tatil için Türkiye’ye gelen ülke vatandaşlarının 2002 yılında yurtiçinde yaptıkları harcamalar TUH hesabı oluşturmak için iç turizm harcaması olarak kabul edilmiştir. Buna göre, yurtdışında ikamet eden ülke vatandaşlarına ilişkin rakamlar, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığının yerli ziyaretçi için oluşturduğu ve Bakanlık internet sitesinde (www.turizm.gov.tr) turizm istatistikleri kısmında yer alan ve Tablo Ek 2-6’da gösterilen verilerden oluşturulmuştur. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından seyahat boyunca gerçekleştirilen turizm harcamalarının yedi grupta toplanarak hesaplanması önerildiğinden (Tablo 2.3) ürünlere ve ziyaretçi türlerine göre iç turizm hesapları 7 ana kalem olarak tabloya yansıtılmıştır. Bunlar konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma, paket turlar, rekreasyon, alışveriş ve diğer olarak belirlenmiştir.

Girdi-çıkı tablosunda turizm sektörünü ayrı olarak gösterebilmek için bu 7 kalem alt birimlere ayrılmış olup turistlerin harcamaları 23 alt birim şeklinde gösterilmiştir. Elde edilen bu tabloya göre, 2002 yılındaki yerli turist harcamalarının % 29,8’i yeme-içme, % 8,7’si ise konaklama sektöründe yapılmıştır. Yabancı turist harcamaları ile kıyaslandığında yerli

turistler harcamalarının büyük bir bölümünü yeme-içme'ye, nispeten daha az bölümünü ise konaklamaya harcamışlardır. Yeme-içme harcamalarının yaklaşık % 23'ü lokanta ve restoranlarda olmuştur. Bu oran yabancı turist harcamalarına göre düşüktür. Konaklama harcamalarının toplam harcamalar içinde düşük olmasının nedenleri çoğu yerli turistin özellikle Akdeniz ve Ege bölgesinde ikinci konut adı verilen yazlık konutlara sahip olması ve tatillerini eş, dost, akraba yanında geçirmesidir. Yerli turistlerin ulaşım sektöründe yaptıkları kişisel harcamalar tüm harcamaların % 5,6' sını oluşturmaktadır. Bu harcamaların çoğu karayolu ulaşım harcamaları şeklindedir.

Yerli turist harcamaları içinde seyahat acentası, tur operatörü ve turist rehberlik hizmetlerinin ağırlığı binde 3 gibi küçük bir orandır. Bunun sebepleri, yurtdışında yaşayan vatandaşlar ülkeyi tanımaları sebebiyle seyahat acentası ve tur operatörüne ihtiyaç duymadan kendileri seyahat edebilmekte ve programlarını kendi belirleyebilmektedir. Diğer bir sebep ise daha önce de değinildiği gibi yurtdışından gelen vatandaşlar yazlık konutlarında tatillerini geçirmekte ve tatillerini çoğunlukla orada sonlandırmaktadırlar. Yerli turistlerin kültür, spor ve eğlence aktivitelerinin genel toplam içindeki payı % 2'dir. Bunun içinde en büyük ağırlığı yaklaşık % 90 ile kültür ve eğlence hizmetleri almaktadır.

Girdi-çıkıtı tablosu oluştururken kolaylık olması açısından sağlık ve haberleşme hizmetleri çeşitli turizm hizmetleri adı altında gösterilmiştir. Buna göre, 112.194.727 dolar olan bu harcamaların % 76' sını sağlık geri kalan kısmını ise haberleşme harcamaları oluşturmaktadır. Burada önemli olan nokta, girdi-çıkıtı tablosu içinde ayrı bir sektör olarak aldığımız haberleşme sektörüne yerli turistlerin ne kadar harcama yaptığını göstermektir. Bir diğer önemli nokta ise, bu harcama kalemi içinde sağlık harcamalarının yüksekliğidir. Yurtdışında sağlık hizmetlerinin pahalı olması bunun nedenlerinden biri olmakla beraber, kaplıcalar ve termal imkanlar sayesinde Türkiye'de sağlık turizminin gelişmesi de bu harcamaların yüksek olmasına neden olmuştur. Son olarak ele aldığımız hesap diğer mal ve hizmetlere yapılan yerli turist harcamalarından oluşan kalemdir. Bu kalem toplam harcamaların yarısını oluşturan ve turist harcamalarının dağılımını gösteren önemli bir kalemdir. Bu harcamalar genellikle hediyelik eşya, mücevherat, giyecek ve ayakkabı, oto kiralama, kişisel bakım ile halı ve kilim üzerine olmaktadır. Bu grupta sınıflandırılmayan diğer turizm harcamaları ise tüm yerli turist harcamalarının %17'sini oluşturmakta olup turizm uydu hesabı içinde bağlı ürünler dağıtım payları, ürünler ve hizmetler (diğer harcamalar) kalemi altında gösterilmektedir. Tablo 2.3'ün alt kısmında yer alan yerli turistlere ait geceleme sayıları Dünya Turizm Örgütünün Türkiye Raporu (2000-2004) verilerinden elde

edilmiş olup, yerli turistlerin 2002 yılında yapmış oldukları geceleme sayılarını göstermektedir.

Tablo 2.3 İç Turizm (Domestic) Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre Ülkedeki Yerleşiklerin Tüketimi) (Milyon Dolar, 2002)

| Ürünler | Turistler | Toplam Ziyaretçiler |
|--|----------------------|----------------------|
| A- Turizme Özgü Ürünler | | |
| A.1 Tipik Ürünler (a) | | |
| 1- Konaklama Hizmetleri | 248.233.643 | 248.233.643 |
| 1.1 Otel ve diğer konaklama hizmetleri | 240.220.128 | 240.220.128 |
| 1.2 (Kendi hesabına, bedava) ikinci konutlar | 8.013.515 | 8.013.515 |
| 2- Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri | 852.486.332 | 852.486.332 |
| 2.1 Gıda | 553.154.802 | 553.154.802 |
| 2.2 İçecek | 71.747.599 | 71.747.599 |
| 2.3 Lokanta | 197.513.808 | 197.513.808 |
| 2.4 Tütün, Sigara | 30.070.123 | 30.070.123 |
| 3- Yolcu taşıma hizmetleri | 158.625.835 | 158.625.835 |
| 3.1 Karayolu | 144.352.676 | 144.352.676 |
| 3.2 Demiryolu | 2.272.814 | 2.272.814 |
| 3.3 Deniz yolu | 3.911.460 | 3.911.460 |
| 3.4 Hava yolu | 8.088.885 | 8.088.885 |
| 4- Seyahat Acentası, Tur Operatörü ve Turist Rehberlik Hizmetleri | 8.928.274 | 8.928.274 |
| 5- Kültür, Spor ve Eğlence Aktiviteleri | 62.956.414 | 62.956.414 |
| 5.1 Sportif Faaliyetler | 2.993.446 | 2.993.446 |
| 5.2 Eğitim, Seminer, Toplantı | 3.220.669 | 3.220.669 |
| 5.3 Kültür, Eğlence Hizmetleri | 56.742.299 | 56.742.299 |
| 6- Çeşitli turizm hizmetleri | 112.194.727 | 112.194.727 |
| 6.1 Sağlık | 86.086.003 | 86.086.003 |
| 6.1.1 Sağlık Hizmeti Harcamaları | 79.755.594 | 79.755.594 |
| 6.1.2 Kaplıca vb. | 6.330.409 | 6.330.409 |
| 6.2 Haberleşme | 26.108.724 | 26.108.724 |
| 7-Diğer Mal ve Hizmetler | 1.412.603.119 | 1.412.603.119 |
| 7.1 Kişisel Bakım | 46.737.831 | 46.737.831 |
| 7.2 Giyecek ve Ayakkabı | 347.655.948 | 347.655.948 |
| 7.3 Hediye Eşya | 206.027.100 | 206.027.100 |
| 7.4 Mücevher, Altın, Gümüş | 267.863.702 | 267.863.702 |
| 7.5 Halı, kilim vb. | 42.504.877 | 42.504.877 |
| 7.6 Oto Kiralama | 26.108.724 | 26.108.724 |
| 7.7 Diğer Turizm Harcamaları | 475.704.937 | 475.704.937 |
| TOPLAM | 2.856.028.344 | 2.856.028.344 |
| Geceleme Sayısı | 15.202.445 | 15.202.445 |

Dış pasif (outbound) turizm, yurtiçinde ikamet eden vatandaşların yurt dışına yaptıkları ziyaretlerden oluşan turizmdir. Yaptıkları turizm harcamalarının istatistiklerinin tutulmaya başlandığı yıl 2003'tür. Bu nedenle Tablo 2.4, 2003 yılı değerlerine göre oluşturulmuştur. 2003 yılı itibariyle yurtdışı seyahat yapan Türk vatandaşı sayısı 5.131.071 kişidir (TUİK, 2004). Türk vatandaşlarının yurtdışındaki turizm harcamaları 2.136.920.301 dolardır. Bu miktar turizm gideri olarak tanımlanmaktadır. Bu veriler Türkiye İstatistik Kurumunun Turizm İstatistikleri veri tabanından Türkiye'de ikamet eden vatandaşların yurtdışında yaptıkları harcamalar istatistiklerinden oluşturulmuştur. Bu verilere göre yurtdışına giden vatandaşların harcamalarının yaklaşık % 20'si konaklama üzerine olmuştur. % 26'lık bir kısmı ise yiyecek ve içecek hizmetleri üzerine yapılmıştır. Ulaştırma hizmetlerine yapılan harcamalar ise toplam harcamaların % 8'ini oluşturmuştur.

Tablo 2.4 Dış Pasif (Outbound) Turizm Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre) (Milyon Dolar, 2003)

| Ürünler | Turistler | Toplam Ziyaretçiler |
|---|----------------------|----------------------|
| A- Turizme Özgü Ürünler A.1 Tipik Ürünler (a) | | |
| 1-Konaklama Hizmetleri | 408.187.246 | 408.187.246 |
| 2-Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri | 539.287.303 | 539.287.303 |
| 3-Yolcu taşıma hizmetleri | 168.576.090 | 168.576.090 |
| 4-Seyahat Acentası, Tur Operatörü ve Turist Rehberlik Hizmetleri | 133.974.555 | 133.974.555 |
| 5-Kültür, Spor ve Eğlence Aktiviteleri | 126.918.249 | 126.918.249 |
| 6-Çeşitli turizm hizmetleri | 754.325.248 | 754.325.248 |
| 7-Diğer Mal ve Hizmetler | 5.651.610 | 5.651.610 |
| TOPLAM | 2.136.920.301 | 2.136.920.301 |

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, 2004 (www.tuik.gov.tr)

Turizm talep yönlü bir sektördür ve herşey ziyaretçinin satın alması ile başlamaktadır. Tablo 2.2 ve Tablo 2.3, sırasıyla yurtdışından gelen turist (inbound) ve yerli (domestic) turist harcamalarını içerirken, Tablo 2.5, yurtdışında yaşayan vatandaşlar ile yerleşik olmayan yabancıların ürünlere ve ziyaretçi türlerine göre internal (iç) turizm tüketimini göstermektedir. Yurtdışından gelen turistlerin ve yerli turistlerin yaptığı harcamaların toplamı iç turizm tüketimi anlamına geldiğinden Tablo 2.5 ülkede turizm yoluyla yapılan tüketimi göstermektedir.

Tablo 2.5 İç (Internal) Turizm Tüketimi (Ürünlere ve Ziyaretçi Türlerine Göre) (Milyon Dolar)

| Ürünler | Ziyaretçi Nihai Tüketim Harcaması (Nakit) | | |
|--|---|-------------------------------|--|
| | Dış Aktif Turizm Tüketimi (5.1) | Yurtiçi Turizm Tüketimi (5.2) | İç Turizm Tüketimi (5.3) = (5.1)+(5.2) |
| A- Turizme Özgü Ürünler | | | |
| A.1 Tipik Ürünler (a) | | | |
| 1- Konaklama Hizmetleri | 1.682.781.797 | 248.233.643 | 1.931.015.440 |
| 1.1 Otel ve diğer konaklama hizmetleri | 1.635.778.908 | 240.220.128 | 1.875.999.036 |
| 1.2 (Kendi hesabına, bedava) ikinci konutlar | 47.002.889 | 8.013.515 | 55.016.404 |
| 2- Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri | 1.545.179.498 | 852.486.332 | 2.397.665.830 |
| 2.1 Gıda | 417.246.591 | 553.154.802 | 970.401.393 |
| 2.2 İçecek | 163.903.869 | 71.747.599 | 235.651.468 |
| 2.3 Lokanta | 906.172.045 | 197.513.808 | 1.103.685.853 |
| 2.4 Tütün, Sigara | 57.856.993 | 30.070.123 | 87.927.116 |
| 3- Yolcu taşıma hizmetleri | 398.593.012 | 158.625.835 | 557.218.847 |
| 3.1 Karayolu | 352.801.178 | 144.352.676 | 497.153.854 |
| 3.2 Demiryolu | 4.481.587 | 2.272.814 | 6.754.401 |
| 3.3 Deniz yolu | 25.265.146 | 3.911.460 | 29.176.606 |
| 3.4 Hava yolu | 16.045.101 | 8.088.885 | 24.133.986 |
| 4- Seyahat Acentası, Tur Operatörü ve Turist Rehberlik Hizmetleri | 137.854.488 | 8.928.274 | 146.782.762 |
| 5- Kültür, Spor ve Eğlence Aktiviteleri | 185.489.069 | 62.956.414 | 248.445.483 |
| 5.1 Sportif Faaliyetler | 27.633.449 | 2.993.446 | 30.626.895 |
| 5.2 Eğitim, Seminer, Toplantı | 9.838.611 | 3.220.669 | 13.059.280 |
| 5.3 Kültür, Eğlence Hizmetleri | 148.017.009 | 56.742.299 | 204.759.308 |
| 6- Çeşitli turizm hizmetleri | 94.635.017 | 112.194.727 | 206.829.744 |
| 6.1 Sağlık | 61.757.654 | 86.086.003 | 147.843.657 |
| 6.1.1 Sağlık Hizmeti Harcamaları | 48.074.705 | 79.755.594 | 127.830.299 |
| 6.1.2 Kaplıca vb. | 13.682.949 | 6.330.409 | 20.013.087 |

| | | | |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 6.2 Haberleşme | 32.877.363 | 26.108.724 | 58.986.087 |
| 7-Diğer Mal ve Hizmetler | 2.172.209.622 | 1.412.603.119 | 3.584.812.741 |
| 7.1 Kişisel Bakım | 91.590.052 | 46.737.831 | 138.327.883 |
| 7.2 Giyecek ve Ayakkabı | 779.435.404 | 347.655.948 | 1.127.091.352 |
| 7.3 Hediyeelik Eşya | 488.588.572 | 206.027.100 | 694.615.672 |
| 7.4 Mücevher, Altın, Gümüş | 476.080.708 | 267.863.702 | 743.944.410 |
| 7.5 Halı, kilim vb. | 260.099.323 | 42.504.877 | 302.604.200 |
| 7.6 Oto Kiralama | 76.415.563 | 26.108.724 | 102.524.287 |
| 7.7 Diğer Turizm Harcamaları | 343.662.340 | 475.704.937 | 819.367.277 |
| TOPLAM | 6.560.404.843 | 2.856.028.344 | 9.416.433.187 |

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003 (www.turizm.gov.tr)

Tablo 2.6, kamu kesiminin (merkezi ve yerel) turizm harcamalarını göstermektedir. Türkiye’de turizm tanıtımı T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılmaktadır. Bu konuda yerel harcama bulunmamaktadır. Planlama ve tanıtımın merkezi bir sistemle yapılması da turizmin merkezi bir sisteme bağlı olduğunu göstermektedir. 2002 yılında Türkiye’nin tanıtım harcaması 90.1 milyon dolar olmuştur. Diğer kalemler için devletin yaptığı turizm tüketimine ilişkin veriler mevcut değildir.

Tablo 2.6 Fonksiyon ve Seviyelere Göre Devletin Toplam Turizm Tüketimi (Milyon Dolar, 2002)

| Fonksiyon | Toplam Turizm Tüketimi |
|------------------------|-------------------------------|
| Turizm Tanıtımı | 90.100.000 |
| TOPLAM | 90.100.000 |

Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2003 (www.turizm.gov.tr)

Tablo Ek 2-1 ise, ürünler bazında GSYİH ve turizmle ilgili katma değer hakkında bilgi sağlayan ve turizm sektörünün arz yönünü gösteren değerlerdir. Turizmde kullanılan çıktının elde edilmesi için diğer sektörlerin ve turizm sektörünün katkısını (üretim hesaplarını) göstermektedir. Bu tablo, turizm endüstrilerinin ekonomide yaratmış olduğu gayrisafi katma değeri belirtmektedir. Turizmin arz yönünü yansıtan değerlerle ilgili güvenilir ve sağlam verilerin elde edilmesi mümkün olmadığı için bu tablo hazırlanamamıştır. Bu tablonun boş hali Ekler kısmında gösterilmiştir.

Tablo Ek 2-2 sermaye oluşumu ve sermaye stokunu göstermektedir. Bu tablo veri eksikliği nedeniyle tamamlanamamıştır. Tablonun bütün hali Ek 2-2 kısmına konmuştur. Turizm çıktısı üretmek için en önemli unsurlardan biri de emek olmaktadır. Turizm emek yoğun bir sektör olduğundan çok sayıda istihdam olanağı sağlamaktadır. Turizm çıktısı elde edilirken kullanılan turizm endüstrisindeki istihdam miktarı Tablo 2.7’de gösterilmektedir.

Tablo 2.7 Turizm Sektöründe İstihdam (2002)

| Turizm Endüstrileri | Çalışanların Sayısı |
|---------------------|---------------------|
| | Toplam |
| 1.Otel ve benzeri | 255.600 |
| Diğer | 570.400 |
| TOPLAM | 826.000 |

Kaynak: Turofed, Turizm Raporu 4, s.34 (2011) (www.turofed.org.tr)

Bu tabloda sadece çalışanların sayıları gösterilmektedir. Tablo Ek 2-3, turizm sektöründeki istihdamı hem emek sayısı hem cinsiyet hem de istihdamın turizm endüstrilerine göre dağılımını vermektedir. Bu tablo tam olarak doldurulamamış olup, ayrıntılı istihdam yapısını gösteren Tablo Ek 2-3 boş olarak ekler kısmında yer almaktadır.

2.8, 2.9 ve 2.10 numaralı tablolar, parasal olmayan göstergelerden oluşmaktadır. Bunlar geceleme, varış, tesis sayıları, yatak kapasitesi, doluluk oranları, tesis nitelikleri gibi fiziksel göstergelerdir.

Tablo 2.8 Ziyaretçi ve Turizm Çeşidine Göre Seyahat ve Geceleme Sayısı (2002)

| | Dış Aktif Turizm (Inbound) | | | İç Turizm (Domestic) | | |
|------------------------|----------------------------|------------|---------------------|----------------------|------------|---------------------|
| | Günü-birlikçiler | Turistler | Toplam Ziyaretçiler | Günü-birlikçiler | Turistler | Toplam Ziyaretçiler |
| Seyahat Sayısı | 466.000 | 12.790.000 | 13.256.000 | 1.203.210 | 8.000.000 | 9.203.210 |
| Geceleme Sayısı | | 43.312.498 | 43.312.498 | | 15.202.445 | 15.202.445 |

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü, 2000-2004 Türkiye Raporu (www.unwto.org)

Tablo 2.9 Dış Aktif Turizm: Ulaşım Araçlarına Göre Gelen Turist ve Yapılan Geceleme Sayısı (2002)

| | Gelen turist sayısı |
|---------------------|---------------------|
| 1- Havayolu | 9.900.000 |
| 2- Denizyolu | 744.000 |
| 3- Karayolu | 2.465.000 |
| 4- Demiryolu | 55.000 |
| TOPLAM | 13.254.000 |

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü, 2000-2004 Türkiye Raporu (www.unwto.org)

Tablo 2.10 Konaklama Biçimine Göre İşletme ve Kapasite Sayısı

| | Turizm İşletmeleri | | Özel Turizm Konaklaması | |
|-------------------------|--------------------|-----------|-------------------------|-----------|
| | Otel ve benzeri | Diğerleri | İkinci Konutlar | Diğerleri |
| İşletme Sayısı | 2.659 | 603 | 480.000 | |
| Kapasite (oda) | 231.581 | 59.718 | | |
| Kapasite (yatak) | 482.188 | 136.836 | | |

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü, 2000-2004 Türkiye Raporu (www.unwto.org)

2.3 Turizm Uydu Hesaplarının Girdi-Çıktı Matrisine Entegre Edilmesi

2.3.1 Türkiye için Turizm Sektörü Odaklı Girdi-Çıktı Matrisi

Daha önceki çalışmalarda turizm hizmetleri, girdi-çıktı tablosu içinde ayrı bir üretim aktivitesi olarak ele alınmayıp değişik hizmetler (otel, restoran, seyahat hizmetleri, ulaşım ve eğlence gibi) adı altında incelenmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan turizm sektör anketleri sonucu elde edilen ve turizm talebinin turizm uydu hesapları yardımıyla girdi-çıktı tablosu içinde yer alması ile sonuçlanan işlemde sonra turizm ayrı bir sektör gibi değerlendirilmiştir. Bu bölümün amaçlarından biri de turizm sektörünü girdi-çıktı tablosu içinde ayrı bir sektör olarak göstermektir.

Türkiye ekonomisi için en güncel girdi-çıktı tablosu 2002 yılına aittir. Tez çalışmasında Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) tarafından yayınlanan bu tablo kullanılmaktadır. Bu tablo 59 sektörlü olup tezin amacına uygun olarak turizm sektörünü de içerecek şekilde 19 sektörlü hale getirilmiştir.(Bu toplulaştırma, Tablo Ek 2-4’te gösterilmektedir.). Diğer bir deyişle turizme girdi olan ve turizmin girdi olduğu sektörler dikkate alınarak, ayrıca turizmle direkt ilgisi olmayan benzer sektörler toplulaştırılarak 59 sektörlü orijinal matris 19 sektörlü olarak toplulaştırılarak girdi-çıktı matrisi elde edilmiştir. Turizmin 19 sektörlü matris içinde tek başına bir sektör olarak ayrıştırılması aşağıdaki bölümde anlatılmaktadır.

2.3.1.1 Turizm Sektörünün 2002 Girdi-Çıktı Tablosunda Tek Sektör Olarak Ayrıştırılması

Turizm uydu hesapları, herhangi bir girdi-çıktı tablosunun ana bileşenlerinden olan nihai talep ve ara talep unsurları hakkında istatistiksel veri temin etmektedir. Dolayısıyla, 2002 girdi-çıktı tablosunda turizm sektörünün tek sektör olarak ayrıştırılabilmesi için bu çalışmada oluşturulmuş turizm uydu hesapları baz alınmıştır.

Ayrıştırma yapılırken dikkat edilen ve toplanan ilk bilgi turizm sektörüne ilişkin ölçülmüş nihai talep büyüklükleridir. Bir başka deyişle turizm sektörüne yönelik nihai tüketim, özel yatırım, kamu harcaması amaçlı yurtiçi talep ve yurt dışından gerçekleştirilen ithalat talebi sırasıyla turizm uydu hesap tablolarından Tablo 2.2 ve 2.3'ün yani dış aktif turizm (inbound) ve iç (domestic) turizm ve Tablo 2.4 dış pasif turizm (outbound) numaralı tablolarından alınarak 2002 girdi-çıkıtı tablosuna yerleştirilmiştir. Turizm uydu hesapları anlatılırken ilgili rakamların kaynakları daha önce verilmiştir. Burada bir çifte sayımın önüne geçmek için turizm sektörünü oluşturan ve aşağıda tanımlanan sektörlerle adı geçen nihai talep unsurlarında yapılan talep değerleri, bu sektörlerin turizm içindeki payları kadar indirgenmiştir.

Ayrıştırma yapılırken dikkat edilen ve toplanan ikinci bilgi turizm sektörünü hangi sektörlerin oluşturduğu ve bunların toplam sektör büyüklüğü içindeki payıdır. Bu bilgiye göre, turizm sektörünü 2002 girdi-çıkıtı tablosunda açık olarak tanımlı olan gıda ve içecek imalatı, konaklama, taşımacılık, şehir içi tur hizmetleri, diğer mal ve hizmetler, çeşitli turizm hizmetleri ve spor, eğitim, kültürel hizmetler sektörleri oluşturmaktadır (bknz. Tablo 2.2, 2.3 ve 2.4). Turizm sektörü üretiminde kullanılan ara girdilerin miktarı, sektörü oluşturan alt-sektörlerin kullandığı ara girdi paylarının ağırlıklandırılarak toplanması ile bulunmuştur. Ağırlıklandırma alt-sektörlerin turizm sektörü üretimi içindeki payını kullanarak yapılmıştır. Yine bir çifte sayımı engellemek için alt-sektörlerin kullandığı girdi miktarları onların turizm sektörü içindeki payı kadar azaltılmıştır. Turizm sektörünün diğer sektörlerle ne kadar girdi sağladığı ise benzer şekilde turizm alt-sektörlerinin verdiği girdi oranlarının ağırlıklandırılması ile bulunmuştur.

Son olarak turizm sektörünün tabi olduğu vergiler, kullandığı ithal girdi ve katma değer unsurları alt-sektörlerin sektörel arz içindeki paylarının ağırlıklandırılması ile bulunmuş ve yine alt-sektörel paylar kullanılarak çifte sayımın önüne geçilmiştir. Turizm sektörü tek bir sektör olarak ayrıştırılarak 2002 yılı için 19 sektörlü yeni girdi-çıkıtı tablosu elde edilmiştir. Girdi-çıkıtı tablosu, sosyal hesaplar matrisi oluşturmak için esas veri tabanını oluşturmaktadır. Girdi-çıkıtı tablosunun para birimi milyar TL olup, cari fiyatlarla gösterilmektedir. 19 sektörlü girdi-çıkıtı tablosu Ekler kısmında Tablo Ek 2-5'te gösterilmektedir.

2.4 Turizm Sektörü Odaklı Girdi-Çıkıtı Matrisinin Sosyal Hesaplar Matrisine Entegre Edilmesi

Standart bir girdi-çıkıtı modeli ara girdilerin sektörler arası akışlarını içermekte ve ekonomideki bağlantıların önemli bir kaynağını elde etmiş olmaktadır. Fakat, girdi-çıkıtı

modeli üretken sektörlerden üretim faktörlerine (katma değer) ve devlet ve hane halkı gibi birimlere ve sonuç olarak ürünlerin talebine doğru olan akışları ihmal etmektedir. Girdi-çıkıtı tablolarına yönelik kullanılan hesaplama teknikleri Sosyal Hesap Matrislerinin (SHM) özünü oluşturmakta ve dolayısıyla genelleştirilmiş Leontief metodolojisi kullanılarak Leontief girdi-çıkıtı modelinin çeşitli formülasyonları SHM çatısı içerisinde sunulmaktadır. SHM çarpanları klasik Leontief girdi-çıkıtı modelinin bir uzantısıdır. Leontief modeli endüstriler arasındaki üretim bağlantılarına yoğunlaşırken, SHM temelli modeller buna ek olarak tüketim bağlantılarını da içermektedir. Bu nedenle, bir sosyal hesap matrisi girdi-çıkıtı hesaplarını ekonomi içindeki döngüsel akımın tam bir tanımlamasını içerecek şekilde genişletmektedir. Bu tür bir uygulama SHM'lerin daha etkili bir iktisadi analiz aracı olmasına ve kullanımı sonucunda çok yönlü sonuçlar elde edilmesine olanak vermektedir (Alarcon, 1991,s.9).

Hesaplanabilir Genel Denge (HGD) modellerinin temel veri altyapısını oluşturan SHM'ler, bir ekonominin üretim, bölüşüm ve birikim ilişkilerini eşanlı olarak sergileyen bir hesap sistemi ve veri tabanıdır (Erten, 2009, s.32). SHM ulusal ekonominin gerek makro gerekse mikro dengelerini eşanlı yansıtılmasından dolayı ekonomideki üretim, tüketim, yatırım ve dış ticaret dengelerinin tutarlı bir sistem içerisinde birleştirilebilmesini sağlamakta ve ekonominin durağan görüntüsünün elde edilebilmesi için istatistiksel bir temel veri seti olmaktadır (Köse ve Yeldan, 1996, s.60).

SHM çift girişli bir muhasebe sistemi olarak her bir hesabın satır ve sütun toplamının cebirsel denklğine dayanmaktadır. Kare matris olan SHM'nin satırları ilgili hesapların gelirlerini (kaynaklarını), sütunları ise bu hesapların harcamalarını (kullanımlarını) ortaya koymaktadır. Sütun ve satır toplamalarının eşit olması kaynak harcama denklğini ifade etmektedir (Telli, 2004, s.10). Başka bir ifadeyle, dengedeki bir SHM yapısı, maliyetlerin (dağıtılmış karlar dahil) gelirlere, gelirlerin (vergi ve tasarruflar dahil) harcamalara, her bir mal için arzın talebe denklğini vurgulamaktadır. SHM'nin yapısına göre n adet satır veya sütundan $n-1$ adeti dengeye ulaştığı zaman Walras Kanunu gereği n 'nci satır veya sütun da kendiliğinden dengeye ulaşacaktır (Köse ve Yeldan, 1996, s.62). SHM'lerin bu özelliği fiyatların sabit olduğu ve arz-talep fazlasının olmadığı varsayımından hareketle politika analizleri için alternatif bir model sunmaktadır.

Standart bir SHM kurgusunun bir ekonomiyi beş ayrı hesap çeşidi kullanarak tablolaştırdığını ifade etmek mümkündür. Buna göre, SHM kapsamına giren milli hesaplar aşağıdaki gibidir (Telli, 2004, s.10):

- Milli Gelir-Milli Hasıla İstatistikleri
- Girdi-Çıktı (Arz ve Kullanım) Tabloları
- Fon Akım Tabloları
- Ödemeler Dengesi Hesapları
- Milli Bilanço Hesapları

Türkiye için SHM'nin yararlandığı hesap sistemleri ulusal hesaplar, kamu kesimi genel dengesi, ödemeler dengesi ve girdi-çıktı tablolarıdır. SHM tüm satır ve sütunların birbirine eşit olduğu bir kare matris olarak tanımlandığında, $T = [t_{ij}]$; t_{ij} , j harcama hesabından i gelir hesabına geçişin değerini temsil etmektedir. $\sum_j t_{kj} = \sum_i t_{ik}$, bütün k'lar için Walras yasasına dayanmaktadır. Bu durumu daha anlaşılır hale getirebilmek için Tablo 2.11'de ekonomi üretim, hane halkı, kamu, sermaye ve dış alem olmak üzere beş hesaba ayrıştırılarak, bu beş hesabın arasındaki ilişki basit bir şekilde gösterilmektedir.

Tablo 2.11 Açık Ekonomi İçin SHM

| | | | | | | |
|--------------|---------------|---------------------------|---------------------|---------|------------------|-------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 1.Üretim | | C | G | I | X | Talep |
| 2.Hane halkı | Y | | | | | Özel Kesim Geliri |
| 3.Kamu | | T | | | | Kamu Gelirleri |
| 4.Sermaye | | S _{özel} | S _{kamu} | | S _{dış} | Tasarruflar |
| 5.Dış Alem | M | | | | | İthalat |
| | Toplam Arz | Özel Kesim Harcamaları | Kamu Harcamaları | Yatırım | Cari İşlemler | |

Kaynak: Bussulo vd.(2002, s.6)

Tablo 2.11'de görüldüğü gibi üretim hesabı t_{12} (C) 'deki tüketim malı, t_{13} (G) kamu harcamaları, t_{14} (I) yatırım ve t_{15} (X)'deki ihrac malları satışından gelir elde etmektedir. Bu satışlardan elde edilen gelir t_{21} (Y)'de hane halklarına ödenen gelir olarak kaydedilmekte ve bir kısmı t_{51} (M) ithalata gitmektedir. Hane halklarının t_{21} (Y)'deki geliri t_{12} (C) özel kesim

tüketimi, t_{32} (T) vergi ödemeleri ve t_{42} ($S_{\text{özel}}$) tasarruf hesabına dağıtılmaktadır. Toplam tasarruflar t_{42} ($S_{\text{özel}}$), t_{43} (S_{kamu}) ve t_{45} ($S_{\text{dış}}$) ise t_{14} (I)' de yatırım malları talebine aktarılarak makroekonomik sistemin harcama ve gelir akımları kapatılır. Bu işlemler aşağıdaki denklemler aracılığıyla gösterilmektedir:

$$Y = C+I+G+X-M \quad (\text{GSMH}) \quad (2.1)$$

$$C+T+S_{\text{özel}} = Y \quad (\text{Yurtiçi Gelir}) \quad (2.2)$$

$$G+S_{\text{kamu}} = T \quad (\text{Kamu Dengesi}) \quad (2.3)$$

$$I = S_{\text{özel}} + S_{\text{kamu}} + S_{\text{dış}} \quad (\text{Yatırım-Tasarruf}) \quad (2.4)$$

$$X+S_{\text{dış}} = M \quad (\text{Dış Denge}) \quad (2.5)$$

Bir HGD modeli için SHM hazırlanırken ilk aşama, ekonomideki aktörler arasındaki makro akımları tanımlayan ve ulusal hesaplardaki verilerden elde edilen bir Makro SHM yapısı oluşturmaktır. Bir makro-SHM altı hesap kategorisi içermektedir. Bunlar:

1) Üretim Aktiviteleri Hesabı: Bu hesap, girdi-çıktı tablolarındaki üretici sektörlerle karşılık gelmektedir. Üretici sektörler mal ve hizmet üretimi için aramalı satın almakta ve faktör kiralamaktadır. Bu hesabın sütunu, yerleşik mal ve hizmet üretimini, satırı ise yurtiçi mal ve hizmet arzının yurtiçi ve yurtdışı tüketicilere dağıtılmasını göstermektedir. Diğer bir deyişle, bu hesaplarda sütun harcamalar hesabı olarak tanımlanmakta, ithal ve yerli ara malları satın alımını içermektedir. Bu hesabın çıktı değeri ile girdilere yapılan harcamanın farkı yaratılan katma değeri oluşturmaktadır. Katma değer bir bölümü vergi olarak kamuya giderken, geri kalan kısım kâr, kira ve ücret olarak faktör ödemelerine gitmektedir. Bu hesabın satırı ise üretici sektörlerin gelirini temsil etmektedir. Çalışmada 2002 yılı girdi-çıktı tablosundaki toplam rakamlar kullanılarak bir makro hesap dengesi oluşturulmuş ve bu denge içinde girdi-çıktı tablosundan toplulaştırma yolu ile elde edilen turizm sektörü ile turizmle ilişki olan 18 sektör için hesaplar ayrılmıştır (Bknz. Tablo Ek 2-5).

2) Mallar Hesabı: SHM'deki Mallar sütunu ve satırı kaynak-kullanım özdeşliğini tanımlamaktadır. Mallar hesabının sütunu mallara yapılan harcamaları (toplam arzı), satırı ise toplam geliri (toplam talebi) göstermektedir. Mallar hesabının gelir satırı üretim aktivitelerinden elde edilen malların hane halkı ve kamunun tüketimi, özel sektör ve kamu yatırımları ile stok değişmelerine dağıtılmaktadır. Mallar hesabının harcama sütunu ise yurtiçi arz, ithalat ve ithalat vergilerinden (kamu geliri) oluşmaktadır. Sütun boyunca yerli çıktı ve

ithalat gibi bütün mevcut kaynakları, satır boyunca ise bu kaynakların nihai tüketim, ihracat ve yatırım kullanımını yer almaktadır.

3) Üretim Faktörleri Hesabı: Üretim faktörleri işgücü, sermaye ve arazi olmak üzere üçe ayrılmaktadır. 2002 girdi-çıkıtı tablosunda işgücü piyasaları “çalışanlara yapılan ödemeler” adı altında gösterilmektedir. İşgücü ödemeleri 19 sektöre girdi-çıkıtı tablosundaki paylarına göre dağıtılmıştır.

4) Kurumlar Hesabı: Kurumlar hesabı hane halkları, firmalar ve kamu olmak üzere üç kısımdan oluşmaktadır:

a) Hane halkları: Hane halkları hesabının sütunu özel tüketim harcamaları, kamuya doğrudan ve dolaylı vergiler, sosyal güvenlik ödemeleri, hane halklarının kendi arasındaki transferler ve özel tasarrufların toplamı olan hane halklarının toplam harcamalarını, satırı ise işgücü geliri, firmalardan ve kamudan transferler ile yurtdışından transferlerden oluşan hane halkı gelirlerini temsil etmektedir. 2002 yılı girdi-çıkıtı tablosundan elde edilen verilere ek olarak aynı yıla ait TÜİK tarafından yayınlanan hane halkı gelir ve harcama anketleri kullanılarak SHM'nin hane halkı hesabı oluşturulmuştur.

b) Firmalar: Firmalar hesabının sütunu hane halklarına dağıtılan kârlar, kamuya ödenen kurumlar vergisi ve yurtdışına transfer edilen kârlar olmak üzere firmaların harcamalarını, satırı ise dağıtılmamış kârlar, kamudan alınan transferler, faiz ödemeleri ve yurtdışından girişimci kârları şeklinde firmaların gelirlerini göstermektedir. SHM'nin firma hesabı başlangıçta oluşturulan sektörel ayrıştırmaya göre yeniden dağıtılmıştır.

c) Kamu Sektörü: Kamu hesabının sütunu kamu tüketimi, firmalara yapılan transferler ve faiz ödemeleri, hane halkına transferler, kamu tasarrufu ve dış borç faiz ödemeleri olarak kamu harcamalarını, satırı ise net dolaylı vergiler, ithalat vergileri, işgücünden alınan vergi ve sosyal güvenlik ödemeleri, faktör gelirleri, kira gelirinden vergi, kurumlar vergisi, hane halklarından alınan doğrudan vergiler, sosyal fonlar, dolaylı vergiler, kamu sektöründen ve yurtdışından transferler olmak üzere kamunun toplam gelirlerini vermektedir. Girdi-çıkıtı tablosuna ek olarak kamu sektörü verisi TCMB verilerinden (EVDS) elde edilmiştir. Ayrıca TÜİK ve DPT verilerinden de yararlanılmıştır. Bu kalemler Tablo 2.12'de gösterilmektedir.

Tablo 2.12 SHM Kamu Kesimi Dengesi (Milyar TL) (2002 Yılı)

| | |
|---|--------------------|
| I. Kamu Harcamaları | 95.772.592 |
| İhracat Sübvansiyonu | 4.157.947 |
| Kamu Tüketimi | 35.126.624 |
| Firmalara Transferler ve İç Borç Faiz Ödemeleri | 33.017.603 |
| Hane halklarına Transferler | 11.159.514 |
| Kamu Sektörüne Transferler | 22.092.922 |
| Kamu Tasarrufları | -14.845.639 |
| Dış Borç Faiz Ödemesi | 5.063.621 |
| II. Kamu Gelirleri | 95.772.592 |
| İthalat Vergileri | 9.145.075 |
| Net Dolaylı Vergiler | 16.273.577 |
| Faktör Gelirleri | 1.192 |
| Kira Gelir Vergisi | 14.116.987 |
| Kurumlar Vergisi | 6.377.940 |
| Hane halkı. Al. Vergiler ve Vergi Dışı Gelirler | 12.493.260 |
| Kamu Sektörüne Transferler | 22.092.922 |
| Dışarıdan Karşılıksız Transferler | 2.985.204 |
| III. Kamu Tasarrufu | -14.845.639 |
| IV. Kamu Yatırımı | -15.221.307 |
| V. Kamu Tasarruf-Yatırım Farkı | -30.066.946 |

Kaynak: 2002 yılı SHM makro denge hesapları TÜİK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

5) Sermaye Hesabı:

Sermaye hesabının satır ve sütunları kamu ve özel kesim tasarruf yatırım dengelerini göstermektedir. Söz konusu hesaplar aşağıdaki özdeşlikten elde edilmektedir:

$$\text{Toplam Harcamalar:} \quad Y = C+I+ X-M \quad (2.6)$$

$$\text{Toplam Gelir:} \quad Y= C+S \quad (2.7)$$

$$\text{Toplam Harcamalar = Toplam Gelir :} \quad (S-I) = (X-M) \quad (2.8)$$

$$\text{Toplam Ulusal Tasarruflar:} \quad S= S_{\text{özel}} + S_{\text{kamu}} \quad (2.9)$$

$$\text{Toplam Yatırımlar :} \quad I = I_{\text{özel}} + I_{\text{kamu}} \quad (2.10)$$

$$(S_{\text{özel}} + S_{\text{kamu}}) - (I_{\text{özel}} + I_{\text{kamu}}) = (X-M) \quad (2.11)$$

$$(S_{\text{özel}} - I_{\text{özel}}) + (S_{\text{kamu}} - I_{\text{kamu}}) = (X-M) \quad (2.12)$$

Kamu ve özel kesim dengesinde yatırım-tasarruf dengesinde ortaya çıkan bir açık dış kaynak ile karşılanmaktadır. Bu durum Tablo 2.13’de gösterilmektedir.

Tablo 2.13 Ekonominin 2002 Yılı SHM Makro Dengesi (Milyar TL)

| | |
|--------------------------------|--------------------|
| GSYİH (Gelir Yöntemi) | 283.154.620 |
| Üretim ve İthalat Vergileri | 25.418.652 |
| Arazi Gelirleri | 31.294.570 |
| Ücret Gelirleri | 70.431.093 |
| Sermaye Gelirleri | 156.010.305 |
| GSYİH (Harcama Yöntemi) | 283.154.620 |
| A. Toplam Tüketim | 235.455.287 |
| 1.Özel Tüketim | 200.328.663 |
| 2. Kamu Tüketimi | 35.126.624 |
| B. Toplam Yatırım | 55.379.227 |
| 1. Özel Yatırım | 40.157.920 |
| 2. Kamu Yatırımı | 15.221.307 |
| C. Dış Denge (-) | -11.837.841 |
| D. Karşılıksız Transferler | 4.157.947 |
| Milli Gelirin Kullanımı | 283.154.620 |
| A. Kamu Harcanabilir Gelir | 20.280.985 |
| İ. Kamu Tüketim | 35.126.624 |
| I. Kamu Tasarruf | -14.845.639 |
| B.Özel Harcanabilir Gelir | 262.873.635 |
| 1.Özel Tüketim | 200.328.663 |
| 2.Özel Tasarruf | 62.544.972 |
| Tasarruf Yatırım Dengesi | 0 |
| A. Kamu (S-I) | -30.066.946 |
| B. Özel (S-I) | 22.387.052 |
| C. Dış Kaynak | 7.679.894 |

Kaynak: 2002 yılı SHM makro denge hesapları TÜİK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

6) Dış Alem Hesapları:

Dış alem hesabının sütunu ihracat, faktör gelirleri ve karşılıksız transferleri dışarıdan elde edilen döviz gelirlerini, satırı ise ithalat, yurtdışına transferler ve dış borç faiz ödemeleri olarak hesaplanan harcamaları göstermektedir. SHM'nin 2002 yılı ödemeler bilançosundan elde edilen dış alem hesabı başlangıçta oluşturulan sektörel ayrıştırmaya göre yeniden dağıtılmıştır. Bu kalemler Tablo 2.14 'te gösterilmektedir.

Tablo 2.14 Ekonominin 2002 Yılı SHM Dış Dengesi (Milyar TL)

| | |
|---------------------------------|-------------------|
| Dış Alemden Gelirler | 95.724.051 |
| Mal ve Hizmet İhracatı | 73.452.037 |
| Hane halkı Gelirleri | 698.451 |
| Firma Gelirleri | 3.011.855 |
| İşçi Dövizleri | 3.007.198 |
| Arazi Gelirleri | 1.176.704 |
| Kamu Karşılıksız Transferleri | 2.985.204 |
| Dış Kaynak | 7.679.894 |
| Dış Aleme Ödemeler | 95.724.051 |
| Mal ve Hizmet İthalatı | 85.289.878 |
| Firma Giderleri | 5.370.552 |
| Kamu Ödemeleri (Faiz Ödemeleri) | 5.063.621 |

Kaynak: 2002 yılı SHM makro denge hesapları TÜİK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Dış aleme ödemeler, yerleşik kurum ve kuruluşların uluslararası işlemler sonucunda yurtdışına yaptıkları döviz harcamalarından oluşmaktadır. Firmalar bir yandan kullandıkları yabancı kaynaklar için faiz ödemeleri yaparlarken, diğer yandan yabancıların sahip olduğu tüzel kişilikler vasıtasıyla dış aleme kâr transferlerinde bulunmaktadır. En büyük faiz ödeyicisi ise kamu sektörüdür (Telli, 2004, s.55). Ödemeler dengesi hesabı TÜİK ve EVDS verilerinden elde edilmiştir.

Bu modelde hazırlanan SHM turizm sektörü için tasarlanmıştır. Türkiye'de ayrıntılı turizm politika analizi yapabilmek için gerekli olan bir SHM'nin yokluğu bu çalışmanın önemini daha da artırmaktadır. Türk turizm sektörünün yapısal özelliklerinin SHM'ne yansıtılması ve politika simülasyonlarında turizm sektörü ile ilgili çıkarımlar yapılması konusunda niceliksel bir araç elde edilmesi bu bölümün amaçlarından biridir. Farklı

kaynaklardan elde edilen veriler teorik modele ve SHM yapısına uyarlanarak tüm hesaplar için harcama ve gelir dengesi sağlanmıştır.

Uluslararası turizm gelirleri, girdi-çıkıtı tablosunda genellikle ihracat gelirleri içinde yer almaktadır. Aynı şekilde yurtdışına giden vatandaşların (yerleşiklerin) yaptığı turizm harcamaları ise, ithalat kısmında yer almaktadır. Bu nedenle amaç, turizm gelir ve giderlerini uluslararası ticaretten (ithalat ve ihracat) ayırmaktır. SHM modelinin turizm analizi için kullanımı turizm uydu hesaplarının girdi çıkıtı tablosu içinde kullanılmasından sonra uygun hale gelmektedir. Turizm uydu hesapları tablosundaki değerlerin ABD doları (milyon dolar) cinsinden olması, sosyal hesap matrisi ve girdi-çıkıtı tablosundaki değerlerin ise Türk Lirası (milyar TL) olması nedeniyle bu değerler TCMB'nın 2002 yılı ortalama kuru olan (1 Dolar = 1.505.840 TL) üzerinden Türk Lirasına çevrilmiştir.

Yabancı turist harcama istatistikleri, TÜİK tarafından yayınlanan, Turizm İstatistikleri 2001-2003 adlı verilerden derlenmiştir. Bu istatistiklerde turizm harcamaları 23 kategoriye indirgenmiştir (Tablo Ek 2-6). Bu 23 kategori Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) Turizm Uydu Hesapları (TUH) oluştururken önerdiği gibi 7 başlık altında toplanmıştır. İç turizm harcamalarının hangi kategoriler üzerine olduğu ile ilgili veri eksikliği sebebiyle, bu veri yurtdışında yerleşik olan vatandaşların Türkiye'de yapmış olduğu harcamalar baz alınarak yapılmıştır. Dış aktif turizmden sağlanan turizm geliri Sosyal Hesap Matrisi içinde ihracat sütununda yer alırken, iç turizm adı verilen ve yerli vatandaşların yurtiçi turizm harcamalarını gösteren değerler yerli vatandaşların yurtiçi mal ve hizmetlerine olan talebi olduğu için de hane halkı harcamaları kısmına yazılmıştır. Tablo Ek 2-7, şematik olarak Türkiye için 2002 yılı Makro SHM tablosunu vermektedir. Bu tabloya göre, SHM'de hangi hücrelerin neyi ifade ettiği görülmektedir. Bu hücrelerin rakamsal boyuta ulaşmış ve gelir gider bakımından dengelenmiş şekli olan Makro-SHM ise Tablo Ek 2-8'de gösterilmektedir. Makro SHM içinde iki üretim hesabı (aktiviteler ve mallar), üç üretim faktörü (sermaye, emek, arazi), üç kurum (hane halkı, kamu sektörü ve firmalar), bir sermaye-yatırım hesabı (özel tasarruflar ve kamu yatırımları) ve 1 de dış dünya olmak üzere toplam 11 hesaptan oluşmaktadır. 2002 yılına ait makro SHM oluşturmak için Telli (2004) çalışmasından da yararlanılmıştır. Politika simülasyonu için kullanılan ve SHM'de yer alan hücrelerin ayrıştırılması sonucu elde edilen endojen fiyatlı Mikro SHM tezin sonunda yer alan Tablo Ek 4-1'de, sabit fiyatlı Mikro SHM ise, Tablo Ek 4-2'de sunulmuştur.

Bu bölümün yazılma amacı Türkiye için teorik çerçevede turizm sektörü odaklı bir SHM modelinin geliştirilmesi ve modelin niceliksel bir araç olarak kullanımını destekleyecek veri setinin SHM çerçevesinde hazırlanmasıdır. Sosyal Hesaplar Matrisi (SHM) analizi, bir ekonomi içindeki gelir ve harcama ilişkileri ile sektörel bağlantıları inceleyen bir yaklaşımdır. Bu kısımda SHM gelir ve fiyat çarpanlarının ne olduğu ve bunların nasıl türetildiği gösterilmektedir. SHM, mallar, aktiviteler, faktörler, kurumlar (hane halkı, devlet), sermaye ve dış alem hesapları olmak üzere altı ana hesaptan oluşmaktadır. SHM’de satırlar mallar, aktiviteler, faktörler, kurumlar (hane halkı, devlet), sermaye ve dış alem hesaplarının gelirlerini gösterirken, sütunlar aynı hesapların harcamalarını göstermektedir. Her hesaptaki toplam gelir bu hesaplardaki harcamalara eşit olmak zorundadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TURİZM POLİTİKALARININ GELİR ve FİYAT ÇARPAN MODELİ İLE ANALİZİ

3.1 SHM TEMELLİ GELİR ÇARPAN ANALİZİ

Turizm sektörünü doğrudan veya dolaylı olarak etkileyebilecek politika değişikliklerinin, ekonomik krizlerin, dışsal veya içsel şokların ekonomi genelinde ampirik analizi önem taşımaktadır. Turizm gelirlerinde bir artış sadece GSYİH, istihdam ve ihracat gibi makroekonomik değişkenlerde bir artışa yol açmayıp, aynı zamanda endüstriler arası ve endüstri-faktör piyasaları ilişkilerini de etkilemektedir.

Türkiye’de turizm önemi özellikle 1980 sonrası anlaşılan bir sektör olmakla birlikte bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça yeni sayılmaktadır. Turizmin en önemli ögesi sayılan turizm harcamalarının Türkiye’de büyüme, istihdam ve GSYİH gibi makro ekonomik değişkenlerle arasındaki ilişkiyi gösteren ekonometrik çalışmalar da mevcuttur. Bu çalışmalar: Yıldırım ve Öcal (2004); Gündüz ve Hatemi (2005); Ongan ve Demiröz (2005); Bahar (2006); Aslan (2008); Kızılgöl ve Erbaykal (2008); Akan ve Işık (2009); Öztürk ve Acaravcı (2009); Katırcıoğlu (2009), Gökovalı (2010) olarak sıralanabilir. Turizmin ekonomik etkilerini göstermek için bu çalışmalara alternatif olarak, girdi-çıkıtı modelleri ve bunun uzantısı olan sosyal hesaplar matrisi ile ilgili çarpan modelleri de kullanılmaktadır. Çarpan analizi ekonomide yaygın olarak kullanılan bir yöntem olup çeşitli disiplinler tarafından tercih edilmektedir.

İlgili uluslararası literatürde ilk çalışmaların genellikle turist harcamalarının çarpan etkisini göstermek üzere yapıldığı gözlenmektedir. Bu tür çalışmaların başlangıcı yaklaşık kırk yıl öncesine dayanmaktadır (Archer, 1976). Farklı ülkelere uygulanan ve turizm sektörü çarpan analizine dayanan bazı çalışmalar şunlardır: Antigua (Pollard, 1976); Avustralya (Cooper ve Pigram, 1984); Bermuda (Archer, 1995); Brezilya (Wagner, 1997); Hindistan (Pavaskar, 1987); Hong Kong (Lin ve Sung, 1983); İrlanda (Baum, 1991; Henry ve Deane, 1997); Kore (Song ve Ahn, 1983) Mauritius (Archer, 1995); Peru (Arabsheibani ve Labarthe, 2002); Singapur (Khan vd.1989; Heng ve Low, 1990); Şeyseller (Archer ve Fletcher, 1996); Türkiye (Liu vd., 1984; Gül ve Blake, 2011).

Bu çalışmaların Türkiye için olanlarına baktığımızda, Liu vd. çalışması 1979 yılı girdi çıkıtı tablosunu kullanarak çarpan değerlerini gösterirken, Gül ve Blake çalışması aynı

çarpanlar için 2002 yılı girdi çıktı tablosunu kullanmaktadır. Bu çalışmada, Gül ve Blake (2011) tarafından hazırlanan çarpanlar ve bunların ekonomik yorumları ve turizmin geldiği boyutu göstermesi açısından Liu vd.(1984) çalışması ile karşılaştırılması Ekler kısmında verilmektedir³.

SHM üretim, birikim ve bölüşüm ilişkilerini sergileyerek ekonominin bütününe yapısal özelliklerini ortaya çıkaran bir hesap sistemi olmasının yanı sıra çarpan analizi için bir modelleme aracı olarak da kullanılmaktadır. SHM kullanılarak yapılan çarpan analizi ise girdi-çıktı modellerinin bir uzantısı olarak görülmekte ve temelini Leontief modeli oluşturmaktadır. SHM çarpanlarını girdi çıktı çarpanları ile karşılaştırdığımızda SHM çarpanlarının daha büyük olduğu görülmektedir. Çünkü girdi çıktı analizinde katma değer bir sızıntı olup sadece ara talep çarpan olmaktadır tam tersine SHM yaklaşımında katma değer ve gelirler talep bağlantıları yaratmaktadır (Sadoulet ve de Janvry, 1995, s.291). Başka bir deyişle Leontief girdi-çıktı modeli endüstriler arasındaki üretim bağlantılarına yoğunlaşırken, SHM temelli modeller buna ek olarak tüketim/gelir bağlantılarını da içermektedir (Breisinger vd., 2009, s.14). Bu analizde, girdi-çıktı çarpan modellerine SHM'lerin ana hesapları olan üretim faaliyetleri, mallar, üretim faktörleri, hane halkları, firmalar, sermaye, kamu ve dış alem hesaplarının eklenerek çarpan değerlerinin hesaplanması ile olanaklı hale gelmektedir.

Sosyal Hesaplar Matrisi (SHM), bir genel denge veri sistemi içerisinde farklı hesaplar (üretim faaliyetleri, mallar, üretim faktörleri, hane halkları, sermaye, kamu ve dış alem) arasındaki karşılıklı ilişkileri (para ve malların döngüsel akışını) tanımlayan bir ekonomik sistemi temsil eden önemli bir veri sistemi olmasına rağmen tek başına politika analizlerinde kullanılabilen, ekonomik model oluşturabilen bir araç değildir. Bir model olabilmesi için hangi değişkenlerin dışsal, hangilerinin içsel olduğunun belirlenmesi ve bu bağlantıların bir matematiksel denklemler yardımıyla gösterilmesi gerekmektedir. Bu durumda, SHM'nin çarpan katsayıları hesaplanarak bir politika analiz aracına dönüştürülmesi mümkün olmaktadır. Başka bir deyişle, modelde analiz edilmek istenen politikalara göre içsel ve dışsal hesaplar belirlenmekte, dışsal hesaplara yapılan bir dışsal şokun içsel hesaplar olarak tanımlanan ekonomik sisteme olan etkileri gelir ve fiyat çarpan analizi ile incelenebilmektedir. Bu bölüm SHM gelir ve fiyat çarpanlarının ne olduğu ve bunların nasıl türetildiği gösterilmektedir.

Sosyal Hesap Matrisi (SHM) yaklaşımı gelir yaratma sürecini incelemek için yaygın olarak kullanılan bir yaklaşım olup, SHM içindeki sektörler içsel ve dışsal olarak iki gruba

³ Ek 3.1'de gösterilmektedir.

ayrılmaktadır. İçsel hesaplar belirli bir teori içinde açıklanabilen ve diğer değişkenlerden etkilenen hesaplardır. Dışsal hesaplar ise genel teori dışındaki faktörler tarafından belirlenen ve içsel hesapları etkileyen hesaplardır. Modele göre, içsel hesapların gelir ve aktivite seviyeleri çarpanlar yardımıyla dışsal hesaplar tarafından açıklanmaktadır (Whalley ve Hilaire,1987,s.328).

Literatürü incelediğimizde, SHM temeline dayanan çalışmaların genel olarak Pyatt ve Round (1979) tarafından ortaya konulan SHM çarpan analizi ile ilgili çalışmaya dayandığı görülmektedir. İlgili çalışma hane halklarını farklı alt gruplara ayırmakta ve farklı sektörlere uygulanan politikaları dışsal şoklar olarak kabul ederek, şokların hane halkları alt gruplarına etkilerini incelemektedir. Bu çalışmaya bağlı kalarak Stone (1985) alternatif politikaların analizlerinde SHM gelir çarpan modelini, hesaplararası etkileri tanımlamak amacıyla transfer (T), açık döngü (O) ve kapalı döngü (C) çarpanlarına ayırmaktadır. Daha sonrasında ise, Roland-Holst ve Sancho (1992) ayırıştırılmış bir SHM ile uygulanan politikalar sonucu gelirin yeniden dağılımını ve hesaplar arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Roland-Holst ve Sancho (1995) çalışmasında da gözlendiği gibi, SHM metodolojisi genellikle miktar bazlı modellere ve bunların gelir etkilerine vurgu yapmaktadır. SHM temeline dayanan çarpan çalışmalarının hangi konularda yapıldığını Roland-Holst ve Sancho (1995); (i) gelişmekte olan ekonomilerin büyüme stratejilerinde (Pyatt ve Round, 1985; Robinson vd., 1998), (ii) gelir dağılımı ve yeniden dağıtımını (Pyatt ve Roe, 1977; Adelman ve Robinson, 1978; Ronald-Holst ve Sancho, 1992), (iii) maliye politikaları (Whalley ve Hillaire, 1987) ve çarpan ayırıştırılmasının gelir akışına ışık tuttuğu çalışmalar (Stone, 1981; Pyatt ve Round, 1979; Defourny ve Thorbecke, 1984; Robinson ve Roland-Holst, 1988) şeklinde özetlemiştir.

Modelin oluşturulabilmesi için gerekli olan içsel ve dışsal değişkenler Tablo 3.1’de sunulmaktadır. SHM çarpan analizi çalışmalarında geleneksel bir şekilde, devlet, sermaye ve dış alem hesapları dışsal olarak belirlenmektedir (Pyatt ve Round, 1985; Thorbecke, 1988,1994; Powell ve Round, 1998; Arndt, Jensen ve Tarp, 2000; Round, 2003). Round (2003, s.6) bu hesapların neden dışsal olarak seçildiğini “hükümet harcamalarının politika kararlara bağlı olmasına”, “dış alem hesaplarının doğrudan yurtiçi ekonomi kontrolünde olmamasına” ve “modelin dinamik özellik göstermemesi nedeniyle yatırımların dışsal olarak belirlenmesine” bağlamaktadır.

Tablo 3.1, bir makro SHM'nin toplulaştırılmış halini göstermektedir. SHM'nin içerdiği çeşitli akımlar değişik notasyonlarla ifade edilmektedir ve bunlar Tablo 3.1'in altında tanımlanmaktadır. Örneğin, T_{ij} ile gösterilen hücreler içsel (endojen) hesapları göstermekte ve j harcamaları gerçekleştiren iktisadi ajanı veya harcamaların kaynaklandığı birimi gösterirken, i bu harcamalardan doğan gelirden yararlanan iktisadi ajanı veya bu harcamaların gelir olarak transfer edildiği birimi göstermektedir. Dışsal (egzojen) hesaplar ise genellikle sermaye, kamu ve dış dünya hesaplarını içermektedir. Bu hesaplardan bir yada birden fazlasının dışsal olarak belirlenmesi ile politika analizi belirlenmektedir. İçsel hesaplar olarak tanımlanan harcamalar gelirdeki değişimlerden doğrudan etkilenirken dışsal olarak tanımlanan harcamalar gelirden bağımsız olmaktadır. Bazı alt matrisler işlem içermediği için bunlar sıfır olarak tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.1 SHM'de Yer Alan İçsel ve Dışsal Hesapların Tanımlanması

| | | | | Harcamalar | | | | | | |
|---------------|-----------------|-------------------------|-----|---------------------|--------|-----------|---------------|------------------------|----|--------|
| | | | | İçsel Hesaplar | | | | Dışsal Hesaplar | | Toplam |
| | | | | Üretim Aktiviteleri | Mallar | Faktörler | Hane halkları | Kamu+Sermaye+Dış Dünya | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Gelirler | İçsel Hesaplar | Üretim aktiviteleri | 1 | 0 | T12 | 0 | 0 | X1 | Y1 | |
| | | Mallar | 2 | T21 | 0 | 0 | T24 | X2 | Y2 | |
| | | Faktörler | 3 | T31 | 0 | 0 | 0 | X3 | Y3 | |
| | | Hane halkları | 4 | 0 | 0 | T43 | T44 | X4 | Y4 | |
| | Dışsal Hesaplar | Kamu+Sermaye +Dış Dünya | 5 | L1 | L2 | L3 | L4 | t | | |
| Toplam | 6 | Yj1 | Yj2 | Yj3 | Yj4 | | | | | |

Kaynak: Defourny, I. ve Thorbecke, E. (1984, s.112)' e göre uyarlanmıştır.

- T_{12} , üretim aktiviteleri sonucunda elde edilen yurtiçi arzı göstermektedir. Bu hesaba yapılacak olan dışsal şok üretim faktörlerini ve hane halklarının faktörlerden elde ettiği geliri etkilemektedir. Örneğin üretilen mallara yapılan bir teşvik T_{12} üzerinden yurtiçi arz için gerekli olan üretim faktörleri hesabını (T_{31}) etkilemekte ve faktör kullanımındaki artış hane halklarının faktör gelirlerini (T_{43}) artırmaktadır. Buna ek olarak hane halklarının gelirindeki artış hane halklarının mal talebi (T_{24}) üzerinden

ikinci kez yurtiçi mal arzını (T_{12}) ve yurtiçi malların üretimi için gerekli olan ara malı talebini (T_{21}) etkilemektedir.

- T_{31} , yurtiçi üretimde kullanılan üretim faktörlerini temsil etmektedir. T_{31} hesabına yapılan bir ilave hane halklarının faktör gelirlerini (T_{43}), hane halklarının mal talebini (T_{24}), yurtiçi mal arzını (T_{12}), ara malı talebini (T_{21}) ve başlangıçtaki T_{31} hesabını etkilemektedir.
- T_{44} , hane halkları gelirlerini tanımlamaktadır. Söz konusu bu hesap yukarıdakilere benzer bir politika senaryosu analizinde kullanılabilir. Örneğin, T_{44} hesabı hane halklarına yapılan doğrudan bir gelir transferinin etkilerinin görülmesini sağlamaktadır.
- Y_{j1} , Y_{j2} , Y_{j3} , Y_{j4} sırasıyla üretim faaliyetleri, mallardan elde edilen gelirler, faktör gelirleri ve hane halkı gelirlerini temsil etmektedir.
- X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dışsal hesaplara yapılan ilaveleri temsil ederken L_1 , L_2 , L_3 ve L_4 ise bunlara karşılık gelen sızıntıları göstermektedir.
- Y_1 , Y_2 , Y_3 , Y_4 , ise $y = T_{ij} + x_i$ dışsal ve içsel hesapların toplamını göstermektedir.

Tablo 3.1'deki içsel hesaplar (T_{ij}) sütununun bunlara karşılık gelen sütun toplamlarına bölünmesiyle bir A_{ij} matrisi elde edilmektedir⁴. Başka bir deyişle A_{ij} , ortalama harcama eğilimlerini gösteren bir matrisi tanımlamaktadır. Burada Y_j her bir içsel hesabın sütun toplamlarını temsil etmektedir. Böylece;

$$A_{ij} = T_{ij} Y_j^{-1} \quad (3.1)$$

$$A = \begin{bmatrix} 0 & A_{12} & 0 & 0 \\ A_{21} & 0 & 0 & A_{24} \\ A_{31} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & A_{43} & A_{44} \end{bmatrix} \quad (3.2)$$

içsel hesaplar için ortalama harcama eğilimini temsil eden A matrisi elde edilir. Denklem (3.1)'i yeniden düzenlersek;

⁴ A_{ij} matrisinin nasıl elde edildiği Tablo Ek 3-4' te gösterilmektedir.

$$A_{ij}Y_j = (T_{ij}Y_j^{-1})Y_j \quad (3.3)$$

$$T_{ij} = A_{ij}Y_j \quad (3.4)$$

elde edilir. İçsel ve dışsal hesapların toplamını temsil eden $y = T_{ij} + x_i$ denkleminde (3.4) numaralı denklemi yerine yazarsak;

$$\begin{matrix} A = \\ M = \\ F = \\ HH = \end{matrix} \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0 & A_{12} & 0 & 0 \\ A_{21} & 0 & 0 & A_{24} \\ A_{31} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & A_{43} & A_{44} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} Y_{j1} \\ Y_{j2} \\ Y_{j3} \\ Y_{j4} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} x_1 \\ x_2 \\ x_3 \\ x_4 \end{bmatrix} \quad (3.5)$$

$$Y = AY + X \quad (3.6)$$

Eşitlikte Y içsel hesapların toplam gelir vektörünü ve X diğer dışsal hesapların ilavelerini (enjeksiyonunu) göstermektedir. Burada her bir içsel hesabın toplam geliri, harcama katsayısına karşılık gelen gelirin çarpımına dışsal hesaplardan gelen gelirin eklenmesiyle bulunmaktadır. Denklem (3.6)'nın Y için çözülmesiyle

$$X = (I - A)Y \quad (3.7)$$

$$(I - A)^{-1}(I - A)Y = (I - A)^{-1}X \quad (3.8)$$

$$Y = (I - A)^{-1}X \quad (3.9)$$

elde edilmektedir. Bu eşitlikte $(I - A)^{-1}$ matrisi Leontief ters matrisi olup, SHM çarpan matrisi olarak tanımlanmaktadır (Pyatt ve Round,1979, s.856). Bu şekilde dışsal olan hesapların içsel olan hesaplar üzerindeki etkisi analiz edilebilmektedir. Sonuç olarak SHM'lerin girdi-çıktı analizinin bir uzantısı olduğu gözlenmekle birlikte matrisin girdi-çıktı tablosundaki verilerin yanı sıra ulusal muhasebe hesapları ve hane halkı araştırmalarına dayalı verileri de kapsamı, analizlerin sonuçları açısından hesaplar arasındaki uyumun önemini artırmaktadır. Buna ilaveten denklem (3.2)'de gösterilen A matrisi analiz edilmek istenen politikalara göre alt hesaplara bölünmekte ve farklı çarpan etkileri hesaplanmaktadır. Yukarıdaki dört içsel hesabın olduğu A matrisi iki alt matrise bölünerek B ve C matrisleri elde edilmektedir.

$$B = \begin{bmatrix} 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & A_{44} \end{bmatrix} \quad (3.10)$$

$$C = \begin{bmatrix} 0 & A_{12} & 0 & 0 \\ A_{21} & 0 & 0 & A_{24} \\ A_{31} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & A_{43} & 0 \end{bmatrix} \quad (3.11)$$

$$(I - B)^{-1} = \begin{bmatrix} I & 0 & 0 & 0 \\ 0 & I & 0 & 0 \\ 0 & 0 & I & 0 \\ 0 & 0 & 0 & (I - A_{44})^{-1} \end{bmatrix} \quad (3.12)$$

(3.6) numaralı denkleme A matrisi yerine denklem (3.10) ve (3.11) nolu matrisler ilave edildiğinde;

$$Y = (B + C)Y + X \quad (3.13)$$

$$Y - BY = CY + X \quad (3.14)$$

$$Y(I - B) = CY + X \quad (3.15)$$

$$Y = (I - B)^{-1}CY + (I - B)^{-1}X \quad (3.16)$$

Yukarıdaki (3.16) numaralı denklem SHM formatına uygun olarak dört içsel hesabın olduğu matris formunda yazıldığında;

$$\begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0 & A_{12} & 0 & 0 \\ A_{21} & 0 & 0 & A_{24} \\ A_{31} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & (I - A_{44}) \cdot A_{43} & 0 \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} I & 0 & 0 & 0 \\ 0 & I & 0 & 0 \\ 0 & 0 & I & 0 \\ 0 & 0 & 0 & (I - A_{44})^{-1} \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{bmatrix} \quad (3.17)$$

(3.16) nolu denklemin matris formunda yazılması sonucunda elde edilen (3.17) nolu denklemin sağ tarafındaki birinci matris içsel hesaplar arasındaki etkiyi temsil etmektedir. Örneğin, matriste hane halkları sütunundaki bir hesaba dışsal hesaptan yapılan bir transferin

hane halkları satırı üzerindeki etkisi söz konusu matriste görülmektedir. Hesaplar arasındaki etkiyi gösteren bu matris,

$$A^* = (I - B)^{-1} C \quad (3.18)$$

$$\begin{bmatrix} 0 & A_{12}^* & 0 & 0 \\ A_{21}^* & 0 & 0 & A_{24}^* \\ A_{31}^* & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & A_{43}^* & 0 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0 & A_{12} & 0 & 0 \\ A_{23} & 0 & 0 & A_{24} \\ A_{31} & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & (I - A_{44}).A_{43} & 0 \end{bmatrix} \quad (3.19)$$

A^* olarak tanımlandığında ve (3.16) numaralı denklemde yerine konulduğunda;

$$Y = A^* Y + (I - B)^{-1} X \quad (3.20)$$

denklemini elde edilir. Bu denklem dışsal hesaptan yapılan bir transfer ve içsel hesapta yarattığı etkinin toplamını vermektedir. Dışsal hesaptan gelen transferin içsel hesap üzerinden yarattığı net etkiyi hesaplayabilmek için (3.20) numaralı denklem yeniden düzenlenirse;

$$A^* Y = Y - (I - B)^{-1} X \quad (3.21)$$

nolu denklem elde edilir. (3.21) numaralı denklem matris formunda yazıldığında,

$$\begin{bmatrix} 0 & A_{12}^* & 0 & 0 \\ A_{21}^* & 0 & 0 & A_{24}^* \\ A_{31}^* & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & A_{43}^* & 0 \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \\ Y_4 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} I & 0 & 0 & 0 \\ 0 & I & 0 & 0 \\ 0 & 0 & I & 0 \\ 0 & 0 & 0 & (I - A_{44})^{-1} \end{bmatrix} \cdot \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \\ X_4 \end{bmatrix} \quad (3.22)$$

(3.20) numaralı denklem birinci içsel değişken için elde edilmektedir. SHM'de dört tane içsel değişken kullanılmaktadır. Burada birinci içsel değişken olarak tanımlanan hesap hane halklarını temsil eden satırda bulunmaktadır. Yukarıda belirtildiği gibi içsel değişkenlerden birinde ortaya çıkan etki diğer değişkenlere de yansımaktadır. Dolayısıyla hane halklarına yapılan bir transferin mallar, üretim aktiviteleri ve faktörler üzerindeki etkilerini tespit edebilmek için (3.20) numaralı denklemin her iki tarafı A^* ile çarpılmakta ve her içsel değişken için hesaplanan denkleme içsel değişken sayısı kadar çarpma işlemi devam ettirilmektedir. Bu durumda ikinci içsel değişken için denklem şu şekilde yazılmaktadır.

$$A^* Y = A^* A^* Y + A^* (I - B)^{-1} X \quad (3.23)$$

(3.23) numaralı denklemde A^*Y yerine birinci içsel değişken için hesaplanan $A^*Y = Y - (I - B)^{-1}X$ yazıldığında;

$$Y - (I - B)^{-1}X = A^{*2}Y + A^*(I - B)^{-1}X \quad (3.24)$$

$$Y = A^{*2}Y + (I - B)^{-1}X + A^*(I - B)^{-1}X \quad (3.25)$$

$$Y = A^{*2}Y + ((I + A^*)(I - B)^{-1})X \quad (3.26)$$

elde edilir. (3.26) numaralı denklem diğer içsel değişkenler için A^* ile tekrar çarpılarak üçüncü içsel değişken için işlemler tekrarlandığında;

$$A^*Y = A^*A^{*2}Y + A^*((I + A^*)(I - B)^{-1})X \quad (3.27)$$

(3.27) numaralı denklemde A^*Y yerine $A^*Y = Y - (I - B)^{-1}X$ yazıldığında;

$$Y - (I - B)^{-1}X = A^{*3}Y + A^*((I + A^*)(I - B)^{-1})X \quad (3.28)$$

$$Y = A^{*3}Y + (I - B)^{-1}X + ((A^* + A^{*2})(I - B)^{-1})X \quad (3.29)$$

$$Y = A^{*3}Y + (I + A^* + A^{*2})(I - B)^{-1}X \quad (3.30)$$

elde edilir. (3.30) numaralı denklem A^* ile tekrar çarpılarak dördüncü içsel değişken için işlemler tekrarlandığında;

$$A^*Y = A^*A^{*3}Y + A^*((I + A^* + A^{*2})(I - B)^{-1}X) \quad (3.31)$$

(3.31) numaralı denklemde A^*Y yerine $A^*Y = Y - (I - B)^{-1}X$ yazıldığında;

$$Y - (I - B)^{-1}X = A^{*4}Y + A^*((I + A^* + A^{*2})(I - B)^{-1}X) \quad (3.32)$$

$$Y = A^{*4}Y + (I - B)^{-1}X + (A^* + A^{*2} + A^{*3})(I - B)^{-1}X \quad (3.33)$$

$$Y = A^{*4}Y + (I + A^* + A^{*2} + A^{*3})(I - B)^{-1}X \quad (3.34)$$

$$Y - A^{*4}Y = (I + A^* + A^{*2} + A^{*3})(I - B)^{-1}X \quad (3.35)$$

$$Y(I - A^{*4}) = (I + A^* + A^{*2} + A^{*3})(I - B)^{-1}X \quad (3.36)$$

$$Y = (I - A^{*4})^{-1} \cdot (I + A^* + A^{*2} + A^{*3}) \cdot (I - B)^{-1} X \quad (3.37)$$

elde edilir.

(3.37) numaralı denklemde kapalı döngü çarpan matrisi: $M_3 = (I - A^{*4})^{-1}$, açık döngü çarpan matrisi: $M_2 = (I + A^* + A^{*2} + A^{*3})$, direkt transfer çarpan matrisi : $M_1 = (I - B)^{-1} X$ olarak tanımlanmaktadır. Bu denklemdeki çarpan matrisleri içsel hesaplara yapılan ilavelerin etkisini ve ilaveler sonucu ortaya çıkan hesaplar arasındaki ilişkileri açıklamakta kullanılabilir.

Mallar sütunundaki A_{21} 'e dışsal hesaptan bir ilave yapıldığında ortaya çıkan etki direkt transfer etkisi olarak kabul edilirken, söz konusu transferin üretim faktörleri hesabında A_{31} 'i etkilemesine açık döngü etkisi denmektedir. Buna ek olarak üretim faktörleri hesabındaki bir değişiklik hane halklarının faktör gelirlerini (A_{43}), hane halklarının gelirindeki artış hane halklarının mal talebini (A_{24}) ve tekrar mallar hesabını (A_{21}) etkileyerek kapalı döngü etkisi ortaya çıkarmaktadır. Benzer bir şekilde üretim faktörleri hesabındaki A_{31} 'e bir ilave yapıldığında da söz konusu etkiler ortaya çıkmaktadır. Burada hane halkları hesabında A_{44} 'e yapılan bir ilave ise sadece direkt transfer etkisi ile sınırlı kalmaktadır. Buna ek olarak matristeki içsel hesapların yerleri değiştirilerek analiz edilmek istenen politikalara göre herhangi bir hesaba yapılan ilavenin yarattığı etkileri aynı yöntemle takip edilebilecektir.

Denklem (3.37)'de belirtilen kapalı döngü, açık döngü ve transfer etkileri birikimli etkiler olarak tanımlanmıştır. Bu etkiler şu şekilde ayrıştırılmaktadır:

$$Y = M_3 \cdot M_2 \cdot M_1 \quad (3.38)$$

$$M = M_3 \cdot M_2 \cdot M_1 \quad (3.39)$$

$$M = I + (M_1 - I) + (M_2 M_1 - M_1) + (M_3 M_2 M_1 - M_2 M_1) \quad (3.40)$$

$$M = I + N_1 + N_2 + N_3 \quad (3.41)$$

(3.41) numaralı denklemde I dışsal olarak yapılan ilaveleri (başlangıçtaki enjeksiyon), N_1 net (direkt) transfer etkisini tanımlamakta ve herhangi bir içsel hesaba dışsal hesaptan gelen bir ilavenin birikimli etkisini göstermektedir. N_2 açık döngü çarpan etkisini göstermekte ve bir içsel hesaba yapılan ilavenin bir başka içsel hesap üzerindeki etkisini temsil etmektedir.

N_3 ise kapalı döngü çarpan etkisini temsil etmekte ve bir içsel hesaba yapılan ilavenin diğer hesapları etkileyerek tekrar başlangıçtaki hesaba olan etkisini göstermektedir (Pyatt ve Round,1979, s.860).

Burada önemli olan, içsel hesaplara olan katkıların mal ve hizmet fiyatlarının sabit, gelirin değiştiği varsayımı altında nasıl analiz edildiğini bulmaktır. Fiyatların sabit olarak varsayılması nedeniyle, bu çarpanlara sabit fiyatlı (fixed-price) çarpanlar da denilmektedir. Bu çalışma aynı zamanda, SHM gelir çarpan analizinin kısıtlarını da göstermektedir. Round (2003, s.7), SHM bazlı sabit fiyat çarpanlarının bazı varsayımlara dayandığını belirtmiştir. Buna göre, bütün sektörlerde aşırı kapasite ve kullanılmayan (veya az kullanılan) üretim faktörleri vardır. Ayrıca fiyatların sabit olması, ekonomide ikame etkilerinin olmasına izin vermemektedir. Bu varsayımlara göre ekonomide ihracat talebinde veya kamu harcamalarında/yatırımlarında bir artış iç fiyatları, üretimdeki arz kısıtlarını veya az kullanılan faktörleri etkilemeyecektir. Bazı ekonomilerde ve ekonominin bazı sektörlerinde bu varsayımlar geçerli bile olsa, SHM bazlı çarpan etkilerini az veya çok göstermek gibi durumlar söz konusu olabilecektir.

Fiyatları sabit tutup gelirin değişmesine izin vermek bu analizin en önemli zayıflığı olmaktadır. Çünkü bu durumda, tüketiciler faydalarını maksimize etmek için gerekli olan mal değişimi (ikamesini) yapamamaktadır. Başka bir deyişle, sabit-fiyat gelir çarpan analizinin, fiyatların değişmesine izin verilmediği varsayımının sonucunda, hane halklarının pahalı malları ucuz olanlarla ikame etmesi mümkün olmamakta, ayrıca yine fiyat değişikliği olmadığından aktiviteler daha az maliyetli girdileri daha pahalı girdilerle ikame etme olanağına sahip olamamaktadırlar.

3.2 SHM Temelli Fiyat Çarpan Modeli

Gelir çarpan analizi, sadece gelirin değişmesine izin verip fiyatların değişmediğini varsaymaktadır. Bu sabit-fiyatlı çarpan analizinde, gelirin değişmesine izin verilirken, fiyatların sabit bırakılması girdi veya mal ikamesini oldukça güç hale getirmektedir, çünkü görece fiyat değişikliklerine izin verilmemektedir. Bu anlayışın bir adım ötesinde, SHM'ni bir fiyat modeli oluşturup aktiviteler, hane halkları, ve faktörler arasındaki bağlantıları gösterip hesaplanan fiyatların tam bir kümesi olarak gösterecek çalışmaların olabileceği Roland-Holst ve Sancho (1995) tarafından sunulmuştur.

Fiyatları sabitlemektense bunların değişimine izin veren SHM çarpan analizine fiyat çarpan analizi denmektedir. Fiyat çarpan analizinde gelir ve malların miktarları sabit

tutulmaktadır. SHM gelir çarpan analizindeki yukarıda sayılan varsayımları ve kısıtları gevşetmek için bu bölümde fiyatların da değişmesine izin verilecek şekilde fiyat çarpanları hesaplanmıştır. Faktörler ve hane halkları için fiyat seviyelerinde herhangi bir azalma yerli malların fiyatlarında bir düşme anlamına gelecektir. Başka bir deyişle azalan yaşam maliyeti faktörlerin ve hane halklarının gelirlerini artıracak ve hane halklarına seçim hakkı vererek pahalı malları daha ucuz olan mallarla değiştirme olanağı sunacaktır.

Bu bölümün amacı, Türkiye için Sosyal Hesaplar Matrisi içinde bir sektörlerarası fiyat modeli geliştirmek ve SHM yaklaşımının fiyat oluşumunu analiz etmek için yararlı bir yaklaşım olduğunu göstermektir. Literatüre baktığımızda genellikle Sosyal Hesaplar metodolojisinin miktar temelli (quantity-oriented) modeller ve bunların gelir etkileri ile ilişkili çalışmalardan olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle, SHM yaklaşımı yaygın olarak gelir yaratma sürecini incelemek için kullanılmaktadır. Bu çalışmada literatürden farklı olarak, Sosyal Hesaplar Matrisi kullanılarak bir fiyat modeli geliştirilmekte ve bu model aktiviteler, hane halkı ve faktörler arasındaki bağlantıları göstermekte ve hesaplanan fiyatların tam bir kümesi sağlanmaktadır. Bunun için bir fiyat çarpan matrisi oluşturularak, fiyat değişimlerinin neye bağlı olduğunu ve bu değişimlerin sektörler arasında nasıl etkileşimde bulunduğunu ve fiyat seviyelerinin verilen dışsal şoklarla nasıl değiştiği gösterilmektedir.

SHM temelli miktar modelinde içsel ve dışsal gruplar ayrılıp, fiyatlar sabitken aktivite seviyelerinin değişebileceği varsayılmaktadır. Bu durum, üretim aktivitelerinde aşırı kapasitenin ve atıl kaynakların olduğu varsayımı altında makul görülmektedir. Bu kısımda, fiyatların üretim aktivitelerine değil de maliyetlere karşı tepki verdiğini düşünelim. Bu düşünce ile, fiyat ve miktar arasındaki klasik dikotomi doğru olmakla birlikte, fiyatlar üretim seviyesinden bağımsız olarak belirlenebilmektedir.

p_i i aktivite grubu için bir fiyat endeksini gösterebilir. Yukarıdaki gelir çarpan modeli denklemdekilerine benzer şekilde içsel ve dışsal hesaplar sınıflandırılarak benzer bir notasyon şeklinde denklem aşağıdaki gibi yazılabilir:

$$p_1 = p_1 A_{11} + p_2 A_{21} + p_3 A_{31} = (p_2 A_{21} + p_4 A_{31}) (I - A_{11})^{-1} = v_1 M_{11}$$

v_1 dışsal maliyetlerin (faktör ödemeleri, vergiler, ithalat maliyetleri vb.) bir satır vektörü ve M_{11} çarpan matrisini göstermektedir.

Yukarıdaki denklemden $\Delta p_1 = \Delta v_1 M_{11}$ şeklinde yazarsak, Leontief ters matrisini tekrar yorumlamış oluruz. Burada M_{11} 'in j satırı, sektör j'nin maliyetlerindeki birim bir dışsal değişikliğin fiyatlar üzerindeki etkisini göstermektedir. Denklem 1'den elde edilen SHM temelli fiyat modelleri hane halkları, faktörler ve üreticiler arasındaki ilişkileri gösteren yaygın maliyet linklerini değerlendirmek için faydalı bir model olmaktadır.

Makro SHM'de gösterilen her aktivite SHM'deki katsayılar alt matrisi aracılığıyla geri kalan fiyat endeksleri ile bağlantılı olarak gizli bir maliyete veya fiyat endeksine sahip olmaktadır. Bu linkler uyumlu bir şekilde modele 4 hesap (aktiviteler, mallar, faktörler ve hane halkları) olarak içsel bir şekilde dahil edilmekte ve birleştirilmiş hesap ise dışsal olarak alınmaktadır (Kolaylık sağlama açısından dışsal hesaplar toplanıp birleştirilerek tek bir hesap gibi gösterilebilmektedir). Buradan harcama katsayıları sütununu kullanarak ve SHM sütunlarını içsel hesaplar için yazarak aşağıdaki fiyat denklemleri elde edilir:

$p = (p_1, p_2, p_3, p_4)$ 'nin SHM'nin içsel sektörlerinin fiyat vektörlerini ve dışsal maliyetlerin (vergiler, ithalat maliyetleri) bir vektörü $v = p_4 A_{(4)}$ olarak gösterebiliriz,

Matris formatında,

$$p = pA + v = v(I - A)^{-1} = vM$$

Burada M çarpan matrisidir. İçsel ve dışsal hesaplardaki sınıflandırmayla benzer bir şekilde, M içsel gelir belirleme modelidir:

$$Y = (I - A)^{-1}x = Mx$$

Farklılığı açıkça belirtmek için, M standart çarpan matrisi olarak adlandırılırken bunun transpozunu (devriği) olan M' fiyat-aktarma matrisi olarak adlandırılmaktadır. Pyatt-Round (1979) ve Stone (1981) makalelerinde M çarpan matrisinin iktisadi olarak anlamlı bir şekilde üç bileşene ayrıldığını göstermişlerdir. Bunların ilki, bir transfer matrisi denilen ve dışsal transferler tarafından oluşturulan net çarpan etkisini gösterendir. İkincisi farklı gruplar arasında çapraz etkileri gösteren açık-döngü (open-loop) matrisidir. Üçüncü ise, kapalı döngü (closed-loop) matrisi denilen ve dışsal bir akışın içsel bir grup üzerine ve sonrasında geri kalan içsel hesaplara gidip en sonda ilk başladığı yere dönmesi sonucu ortaya çıkan çarpan etkisidir.

Bu aşamada, fiyat-aktarım matrisi M' aşağıdaki gibi cebirsel olarak gösterilebilir:

$$\begin{aligned}
p &= pA + v \\
&= pA + p\tilde{A} - p\tilde{A} + v \\
&= p(A - \tilde{A})(I - \tilde{A})^{-1} + v(I - \tilde{A})^{-1} \\
&= pA^* + v(I - \tilde{A})^{-1} \\
&= \left[pA^* + v(I - \tilde{A})^{-1} \right] A^* + v(I - \tilde{A})^{-1} \\
&= pA^{*2} + v(I - \tilde{A})^{-1}(I + A^*) \\
&= \left[pA^* + v(I - \tilde{A})^{-1} \right] A^{*2} + v(I - \tilde{A})^{-1}(I + A^*) \\
&= pA^{*3} + v(I - \tilde{A})^{-1}(I + A^* + A^{*2}) \\
&= v(I - \tilde{A})^{-1}(I + A^* + A^{*2})(I - A^{*3})(I - A^{*3})^{-1} \\
&= vM_1M_2M_3
\end{aligned}$$

Bu bölümde, Pyatt ve Round'un multiplicative (artan) ve Stone'un ayrıştırılmış çarpan yaklaşımı (I,T,O,C) referans alınarak fiyat çarpanları bulunmuştur. Transfer etkisi (Tp), açık döngü etkisi (Op), kapalı döngü etkisi (Cp). Stone'un fiyat çarpanı; $I+Tp+Op+Cp = Mp$ olmaktadır. Gelir çarpanları hesaplanırken, gelirlerin değişmesine izin verilirken, fiyatlar sabit olarak alınmaktadır. Fiyat çarpanları hesaplanırken, fiyatların değişmesine izin verilirken, ilgili gelir ve miktarlar sabit olarak alınmaktadır. Bu durumda, fiyatların değişmesine izin verilirken gelir ve miktarın sabit bırakılması sadece malların iç fiyatlarını etkilemeyecek aynı zamanda hane halklarının kendi tüketim sepetindeki malların ikame edilmesine yol açmaktadır. Fiyat çarpan analizindeki bu esneklik, ikame ve tüketici tercihlerinin çok kısıtlı olduğu sabit fiyatlı gelir çarpan yaklaşımına göre bazı avantajlara sahip olmaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ALTERNATİF TURİZM POLİTİKALARININ GELİR ve FİYAT ÇARPAN MODELİ İLE ANALİZİ

Sosyal Hesaplar Matrisi (SHM) tek başına politika analizlerinde kullanabilen bir araç olmamakla beraber matrisin çarpan katsayıları hesaplanarak bir politika analiz aracına dönüştürülmesi mümkün olmaktadır. Matrisin çarpan katsayıları ise girdi-çıkıtı çarpan katsayıları hesaplarına SHM'lerin ana hesapları olan üretim faaliyetleri, mallar, üretim faktörleri, hane halkları, firmalar, sermaye, kamu ve dış alem hesaplarına ait çarpan katsayılarının eklenmesi ile elde edilmektedir.

Bu bölümde 2002 yılına ait SHM yapısı içerisinde hem gelir hem de fiyat çarpan modeli kullanılarak Türkiye'de turizm sektörüne yönelik uygulanan senaryoların ekonomideki üretim faktörleri, hane halkları ve üretim aktiviteleri üzerindeki etkilerinin analizi edilmesi ve turizm sektörünün ülke ekonomisi için olan önemine vurgu yapılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla biri gelir modeli diğer ikisi fiyat modeli şeklinde incelenmek üzere 3 farklı senaryonun simülasyonu yapılacaktır.

Gelir çarpanları ile ilgili olan senaryo turizm gelirlerinin yüzde 10 artması şeklindedir. Tezin ilk bölümünde Türkiye'de turizm sektörünün gelişimi gösterilirken son yılda turizm gelirlerinin bir önceki yıla göre % 10.6 arttığı belirtilmiştir (bkz. Tablo 1.2). Bu artış gelir çarpanı senaryomuzun dayandığı temel nokta olmaktadır. Fiyat çarpan modeli çerçevesinde kullanılan iki senaryonun çıkış noktası T.C Kültür ve Turizm Bakanlığının Temmuz 2012'de hazırlamış olduğu "Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler" isimli turizm sektörüne yönelik teşvik paketidir (<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>, Erişim Tarihi, 27.07.2012).

Çalışmada kullanılan fiyat çarpan modelinde gelir çarpan modeline göre veri gereksinimi daha fazla olmaktadır. Bu nedenle, fiyat çarpan modelinde SHM çarpanları hesaplanırken TUİK'in sektörler için hazırlamış olduğu TÜFE (Tüketici Fiyatları Endeksi) ve ÜFE (Üretici Fiyatları Endeksi) değerlerinden yararlanılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu tarafından hesaplanan TÜFE hane halklarının tüketim harcamalarında yer alan mal ve hizmetlerin belirli zaman aralıklarında fiyatlarındaki değişimleri gösterirken, ÜFE tarım, imalat sanayi, madencilik ve enerji sektörlerinde üretimi yapılan malların, üretici tarafından yurtiçi peşin satış fiyatlarındaki değişimleri göstermektedir (www.tuik.gov.tr).

Fiyat endeksi, seçilmiş mal ve hizmetlerin ortalama fiyatlarının belli bir döneme göre değişimini ölçmekte ve endeks temel dönemde 100'e eşit olmaktadır. İlgilenilen piyasaya (tüketici, üretici, ihracat, ithalat vb.) göre bu piyasayı temsil edecek bir mal ve hizmet sepeti oluşturulmakta ve seçilmiş maddelerin fiyatları dönemsel olarak izlenerek temel dönem olan 100 değerine göre değişim bulunmaktadır. Madde sepetlerinin ve ağırlıklarının güncellenmesi, her yılın sonunda yapılmakta ve zincirleme Laspeyres formülü ile seri devam ettirilmektedir. Her yıl sonunda, yeni maddeler endekse dahil edilmekte ya da önemini kaybeden maddeler endeksten çıkarılmakta ve yeni ağırlıklar endeks hesabında kullanılmaktadır. Aşağıdaki formülde görüldüğü şekli ile endeks değerleri hesaplanmaktadır:

$$I = w * (P_i / P_o)$$

Bu formülde I: endeksi, P_i: cari ay fiyatını, P_o: temel yıl fiyatını ve w: ağırlığı göstermektedir.

Bu çalışmada, SHM fiyat çarpanları hesaplanırken kullanılan fiyatlar o sektörün kaç tane sektör tarafından oluşturulmuş olmasına göre geometrik ortalama kullanılarak elde edilmiştir. Sonuç olarak, fiyat çarpan modelinde kullanılmak üzere Türkiye İstatistik Kurumundan (TUIK) SHM içinde yer alan 19 sektör için (1994=100 temel yılına göre) fiyat endeksleri hesaplanmış 2002 yılı değerleri Fisher endeksi şeklinde SHM içinde yer almıştır. Aynı şekilde 2002 yılına ait emeğin fiyatı olan ücret değerleri Türkiye İstatistik Yıllığı ücret değerlerinden geometrik ortalama kullanılarak elde edilmiştir. Sermayenin fiyatı sayılan faiz ise yine 2002 yılı ortalaması alınarak T.C Merkez Bankası verilerinden elde edilmiş (www.tcmb.gov.tr) ve SHM içine yerleştirilmiştir, böylece fiyat çarpan analizinin hesaplanması için veri seti tamamlanmıştır (Ek- 4-1 Endojen Fiyatlı Mikro SHM).

4.1 SHM Temelli Gelir ve Fiyat Çarpan Modeli Senaryoları

Bu bölümde, Pyatt ve Round (1979)'un çalışması temelinde gelir çarpan modeli ve Roland-Holst ve Sancho (1995) çalışması temelinde fiyat çarpan modeli kullanılarak koşulan üç farklı senaryoda uygulanan dışsal şoklar ve bu dışsal şokların içsel hesaplar (üretim aktiviteleri, üretim faktörleri ve hane halkı gelirleri) üzerinde ne kadar etkide (transfer etkisi, açık döngü etkisi ve kapalı döngü etkisi) bulunduğu anlatılmakta ve sonuçlar iktisadi olarak yorumlanmaktadır. Ayrıca, fiyat çarpan modeli çerçevesinde aynı oranda azalış uygulanan iki senaryonun sonuçlarının karşılaştırılması da bu bölüm içinde yer almaktadır. Modellerin ampirik temelini oluşturan SHM'lerin uygulanan politikaların tekil bir yapı içerisinde tüm ekonomik aktörlere olan etkilerini ayrıntılı olarak sunması bu çarpan analizlerinin gücünü

ortaya koymaktadır. Türkiye’de turizm sektörüne yönelik uygulanan ve uygulanması muhtemel politikaların SHM gelir ve fiyat çarpanları kullanılarak analiz edilmesinin politika uygulayıcılarına ve konuyla ilgili yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.1.1 Gelir Çarpan Analizi Senaryosu

4.1.1.1 Turizm Gelirlerinin % 10 Artışı Senaryosu

Turizm gelirleri (turizm ihracatı) % 10 oranında arttığında, bu artışın öncelikle turizm olmak üzere diğer sektörlerdeki mal talebini, mal talebinde artış ve/veya azalış sonucunda kullanılan üretim faktörlerinin gelirlerinin ne kadar etkilediğini ve değişen faktör gelirlerine göre hane halkı gelirlerinin ne yönde değiştiği gelir çarpan analizi kullanılarak gösterilecektir.

Turizm gelirlerinin % 10 artması bir nevi turizm mal ve hizmetinin ihracatındaki bir artış olarak görüldüğünden dışsal şok dış alem hesabından olmakta ve dış alem hesabında yer alan turizm ihracat değerleri başlangıç değeriyle orantılı olarak % 10 artırılarak, bu şokun içsel değişkenleri (üretim faktörleri, hane halkı ve üretim aktiviteleri vb.) nasıl etkilediği gösterilmektedir. Bu senaryonun şablon olarak gösterimi Tablo 4.1’de yapılmaktadır.

Tablo 4.1 Turizm Gelir Senaryosu Şablonu

| | | İçsel Hesaplar | | | | Dışsal Hesap |
|----------------|---------------------|---------------------|--------|-----------|---------------|--------------|
| | | Üretim Aktiviteleri | Mallar | Faktörler | Hane halkları | Dış Alem |
| İçsel Hesaplar | Üretim Aktiviteleri | 0 | T12 | 0 | 0 | X1 |
| | Mallar | *T21 | 0 | 0 | T24 | X2 |
| | Faktörler | T31 | 0 | 0 | 0 | X3 |
| | Hane halkları | 0 | 0 | T43 | T44 | X4 |
| Dışsal Hesap | Dış Alem | L1 | L2 | L3 | L4 | |

Bir ekonomide dışsal şok o ekonominin ihracatında, kamu harcamalarında veya yatırım hesabında meydana gelen değişiklikler anlamına gelmektedir. Bu şokların etkileri hem dolaysız hem de dolaylı olmaktadır. Dolaysız etkiler şokun etkilediği sektörlerle ilgili olan etkilerdir. Örneğin turizm sektöründe ihracat talebindeki dışsal bir artış dolaysız olarak önce turizm sektörünü etkilemektedir. Dolaylı etkiler ise turizm sektörünün diğer sektörlerle ve ekonominin geri kalanı ile olan bağlantılarından ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4.1 dışsal hesap olarak tanımlanan dış alem hesabından verilen bir şokun matristeki diğer hesapları nasıl etkilediğini göstermektedir. Buna göre dış alem hesabından % 10'luk bir ihracat artışı sonucu verilen bir şok gelir çarpanları ile ara malı talebini temsil eden *T21 hesabına bir transfer etkisi yapmaktadır. Bu transfer etkisinin sonuçları Tablo 4.2'de gösterilmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi, turizm ihracatı % 10 artırıldığında üretim bütün sektörler için artış yönünde olmuştur. En çok artış kömür ve rafine petrol ürünleri sektörü (% 3.72) ve tarım sektöründe (% 3) olmuştur. Turizm birçok sektörden girdi alan bir sektör olup, bu sektörün gelirinin artması diğer sektörlerle de bir katkı anlamına gelmektedir.

Senaryonun dayanağı daha önce de belirtildiği gibi Bölüm 1'de anlatılan 2011 yılında bir önceki yıla göre elde edilen turizm gelirinin % 10.6 oranında artmasına göre olmuştur. Buna göre 2010 yılında 20.8 milyar dolar olan turizm geliri 2011 yılında 2.22 milyar dolar artışla 23.02 milyar dolara yükselmiştir. Bu 2.22 milyar dolarlık katkı da 2010 yılında 28.6 milyon olan turist sayısının yaklaşık 2.8 milyon kişi artarak 31.4 milyon turist sayısına ulaşması şeklinde olmuştur. Özetle yaklaşık 3 milyon kişi için diğer sektörlerden ek mal talebi ihtiyacı doğmuştur. Bu nedenle de turizm sektörü ile yakın ilişki halinde olan bu sektörlerde bu kadar büyük bir mal talep artışı olması doğal bir sonuç olmaktadır. Yine aynı mantıkla turizmle yakın ilişki halinde olan tekstil (% 2.96) ile turizmin bir hizmet sektörü olarak görülmesinden dolayı finansal ve diğer hizmetler sektöründe (% 2.54) de beklenildiği gibi yüksek bir artış vardır. Bunun nedeni bu sektörlerin turizm gelirlerinde (ihracatında) önemli bir yeri ve turizm sektörü ile olan ara mal talebi arasındaki sıkı ilişkidir.

Tablo 4.2 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Transfer Etkisi (%)

| | | |
|----|--|-------------|
| 1 | Tarım | 3.000634886 |
| 2 | Madencilik | 0.656055423 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 1.123512802 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 2.960248314 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 1.267923011 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 3.727083767 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 2.295791113 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.758142502 |
| 9 | İnşaat | 0.247977494 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 1.716613335 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.82373904 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.202865491 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 1.808147589 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 1.153196023 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.376432911 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 2.54142926 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.376156332 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.863005084 |

*T21 hesabında ortaya çıkan bu transfer etkisinin üretim faktörleri gelirlerini de (T31) etkileyerek hane halkının faktör gelirlerini temsil eden T43 hesabı üzerinde bir açık döngü etkisi yaratmaktadır. Burada bulunmak istenen, transfer etkisinin üretim faktörleri gelirlerini ne kadar değiştirdiği ve bu üretim faktörlerinden gelir elde eden hane halkının ne kadar etkilendiğidir. Bu etkiler açık döngü etkisi olarak tanımlanmaktadır ve Tablo 4.3'te gösterilmektedir.

Tablo 4.3 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Açık Döngü Etkisi (%)

| Emek | Sermaye | Hane halkı Geliri |
|----------|----------|-------------------|
| 3.255841 | 6.305688 | 8.888883 |

Bu çalışmada sermaye için yerli-yabancı, hane halkı için ücretli, yevmiyeli, işveren, kendi hesabına çalışan ve aile işçisi şeklinde bir ayrıma gidilmemiştir. Tablo 4,3'ten de görüldüğü gibi mal talebi sonucu ortaya çıkan transfer etkisi faktör gelirlerinde homojen bir artış sağlamaktadır. Buna göre üretim faktörlerinde sermaye kesiminde (% 6.30) işgücüne göre (%3.25) gelir daha fazla artmaktadır. Bunun sebebi çoğu sektörde üretimin sermaye yoğun olmasıdır. Faktör gelirlerindeki değişimi temsil eden bu değerlerden sonra T43 hesabı üzerinden hane halkının faktör gelirlerinden kazandığı gelirin açık döngü etkisi % 8.88 bulunmuştur. Daha önce de belirtildiği gibi, turizm gelirindeki % 10'luk bir artış yaklaşık 2.22 milyar dolar gibi bir gelir demektir. Bu gelirin büyüklüğüne baktığımızda hane halkı gelirlerinin yaklaşık % 9 oranında artması beklenen bir sonuç olmaktadır. Başka bir deyişle bu senaryo hane halkı için % 9 oranında refah artışına yol açmaktadır.

Son olarak T43 hesabında ortaya çıkan bir gelir değişikliği hane halklarının mal talebi (T24) üzerinden başlangıçtaki *T21 hesabında kapalı döngü etkisine neden olmaktadır. Başka bir deyişle *T21 hesabından başlayan etki yine *T21 hesabına dönerek bir kapalı döngü yaratmaktadır. Kapalı döngü etkisi Tablo 4.4'te gösterilmektedir.

Tablo 4.4 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Kapalı Döngü Etkisi (%)

| | | |
|----|--|----------|
| 1 | Tarım | 0.141403 |
| 2 | Madencilik | 0.080345 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.412032 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.230331 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.226924 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.177320 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.411048 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.086815 |
| 9 | İnşaat | 0.109487 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.066957 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.120037 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.086974 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.184254 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.103074 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.142601 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.205149 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.083834 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.015578 |

Turizm gelirlerinde % 10'luk bir artış yukarıda belirtildiği gibi mallar hesabına gelir transfer etkisi ve üretim faktör gelirleri ve hane halkları gelirleri üzerinde açık döngü etkisi yaratmasının yanı sıra hane halkı gelirlerindeki artış hane halklarının yurtiçi mal talebini etkileyerek başlangıçtaki mallar hesabında kapalı döngü etkisine neden olmaktadır. Tablo 4,4'e göre turizm gelirlerinde % 10'luk bir artışın kapalı döngü etkisi en çok sırasıyla gıda ve içecek üretimi (0.41), metal ürünleri üretimi (0.41), turizm (0.30) ve tekstil (0.23) sektörleri üzerinde olmaktadır.

Bu senaryoda dış alem hesabında yer alan turizm gelirlerinde (ihracatında) başlangıç değerleriyle orantılı olarak meydana gelen % 10'luk bir artışla gelir transferinin faktör bazında gelir dağılımı üzerine olan etkilerini SHM çarpan analizi yöntemiyle belirlemeye çalışılmıştır. Sonuçlar ihracatın artırılmasına yönelik politikaların sektörel mal talebini artırdığını, büyümeyi teşvik ettiğini göstermiştir. Faktör gelirleri ve hane halkı geliri de artmaktadır. Elde edilen bulgular turizm gelirlerinde (ihracatta) meydana gelen artışın faktör

bazında gelir dağılımı üzerine önemli derecede etkide bulunduğunu göstermektedir. İşgücü ve sermaye gelirlerinin artması ilgili sektörlerdeki mal talebi artışından kaynaklanmaktadır. Gelirdeki artış aynı zamanda harcanmayan kısmı artırdığı için tasarruf edilen miktarların da artışına yol açmaktadır. İhracattaki artışın bu olumlu etkileri nedeniyle bu kesime yönelik teşvik edici önlemlerin artırılması düşünülebilir. Sermaye kesiminde genel olarak artış işgücünden fazla olmasına rağmen dağılımı bozucu ölçüde bir artış gözlenmemektedir.

Tablo 4.5'ten de sonuçların toplu bir biçimde görüleceği gibi, turizm gelirleri % 10 artırıldığında mal talebi bütün sektörler için artarken petrol ürünleri üretimi ve tarım sektöründe bu artış en fazla olmuştur. Bunun nedeni bu iki sektörün turizm içindeki önemli yeri ve turizmle olan ara mal talebi arasındaki sıkı ilişkidir. Öte yandan faktör gelirine baktığımız zaman işgücü ve sermaye gelirinde homojen bir artış gözlenmektedir. Sermaye kesiminde gelir ise işgücüne göre daha fazla artmaktadır. İhracat artışı hane halkı gelirini de artırmaktadır. Genel olarak tüm hesaplarda transfer etkisi kapalı-döngü etkisinden fazladır. Bunun nedeni bu sektörlerle yapılan enjeksiyonun etkisinin orijinal sektördeki etkisinin yanı sıra diğer sektörleri de geniş ölçüde etkilemesidir. Ayrıca, zayıf kapalı-döngü etkileri kısıtlı bir ekonomik entegrasyon olduğuna işaret etmektedir (Thorbecke, 1994; Powell ve Round, 1997; Round, 2003).

Tablo 4.5 Turizm Gelirlerindeki % 10 Artışın Toplam Etkisi

| | Sektörler | Transfer Etkisi | Açık Döngü Etkisi | Kapalı Döngü Etkisi |
|----|--|-----------------|-------------------|---------------------|
| 1 | Tarım | 3.000634886 | 0 | 0.141403 |
| 2 | Madencilik | 0.656055423 | 0 | 0.080345 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 1.123512802 | 0 | 0.412032 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 2.960248314 | 0 | 0.230331 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 1.267923011 | 0 | 0.226924 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 3.727083767 | 0 | 0.177320 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 2.295791113 | 0 | 0.411048 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.758142502 | 0 | 0.086815 |
| 9 | İnşaat | 0.247977494 | 0 | 0.109487 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 1.716613335 | 0 | 0.066957 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.82373904 | 0 | 0.120037 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.202865491 | 0 | 0.086974 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 1.808147589 | 0 | 0.184254 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 1.153196023 | 0 | 0.103074 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.376432911 | 0 | 0.142601 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 2.54142926 | 0 | 0.205149 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.376156332 | 0 | 0.083834 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.863005084 | 0 | 0.015578 |
| ÜF | Emek | 0 | 3.255841 | 0 |
| ÜF | Sermaye | 0 | 6.305688 | 0 |
| HH | Hane halkı | 0 | 8.888883 | 0 |

Kapalı döngü etkileri hem tüketim hem de üretim taraflarından bir ekonomideki entegrasyonun büyüklüğünü yansıtan bağıllık etkileri olarak bilinmektedir. Tüketici yerli mal ve hizmetlere ne kadar çok harcarsa, kendi tüketim biçimlerini o kadar çeşitlendirmekte ve bu da daha büyük bağıllık etkileri anlamına gelmektedir (Thorbecke, 1994). Başka bir deyişle, kapalı döngü etkilerininin zayıf olması, kısıtlı bir ekonomik çeşitlilik demektir.

4.1.2 Fiyat Çarpan Analizi Senaryosu

Bu bölümde fiyat çarpan modeli ile iki farklı senaryo koşulmuş ve sonuçlar yorumlanmaya çalışılmıştır. Fiyat çarpan modelinde içsel hesaplar gelir çarpan modelinde de olduğu gibi üretim aktiviteleri, mallar, üretim faktörleri ve hane halkları olmak üzere 4 hesaptan oluşmaktadır. Gelir çarpan modelinde dışsal hesaplardan sadece dış alem alınmış ve de şok bu hesap üzerinden verilmiştir. Fiyat çarpan modelinde kolaylık sağlaması açısından dışsal hesaplar tek hesap olarak bütünleştirilmiş ve şok bu tek hesap üzerinden verilmiştir. Turizm geliri artış senaryosunda dış alemden verilen bir şokun ortaya çıkardığı etkileri göstermek için gelir çarpan analizi kullanılmış ve de fiyatların değişmediği sadece gelirin değiştiği varsayımı yapılmıştır. Fakat fiyat çarpan modeli çerçevesinde analiz edilen bu iki senaryoda fiyatların değiştiği tam tersi olarak miktarın değişmediği varsayımı yapılmaktadır.

4.1.2.1 Enerji Fiyatlarında % 1 Azalış Senaryosu

Fiyat çarpanı hesaplamak için kullanılan senaryolardan ilki teşvik programında da yer alan turizm işletmelerine yönelik enerji desteğidir. Bu teşvikten esinlenerek 8 nolu enerji sektörünün fiyatı % 1 azaltılarak bunun öncelikle aktiviteler kısmında yer alan turizm sektörü olmak üzere diğer sektör fiyatları ve üretim faktörleri fiyatları ve hane halkı geliri (refahı) üzerindeki etkisi bir SHM fiyat çarpan analizi ile incelenmiştir. Tablo 4.6, enerji fiyatlarındaki % 1'lik bir azalışın üretim aktiviteleri, faktör fiyatları ve hane halkı geliri arasındaki ilişkileri transfer (own direct), açık döngü (cross effects) ve kapalı döngü (circular) etkileri ile nasıl etkilediğini şablon halinde göstermektedir. Şablondan da görüldüğü gibi gelir çarpan analizinde toplam kısmında gelir yer alırken, fiyat çarpan analizinde toplam kısmında fiyat endeksleri yer almaktadır. Burada verilen şokların içsel hesaplar üzerindeki fiyat değişimleri analiz edilmeye çalışılmaktadır.

Tablo 4.6 Enerji Senaryosu Şablonu

| | | | Harcamalar | | | | | | |
|---------|-----------------|------------------------|---------------------|--------|-----------|---------------|------------------------|--------|----|
| | | | İçsel Hesaplar | | | | Dışsal Hesaplar | | |
| | | | Üretim Aktiviteleri | Mallar | Faktörler | Hane halkları | Kamu+Sermaye+Dış Dünya | Toplam | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Merkezi | İçsel Hesaplar | Üretim aktiviteleri | 1 | 0 | *T12 | 0 | 0 | X1 | P1 |
| | | Mallar | 2 | T21 | 0 | 0 | T24 | X2 | P2 |
| | | Faktörler | 3 | T31 | 0 | 0 | 0 | X3 | P3 |
| | | Hane halkları | 4 | 0 | 0 | T43 | T44 | X4 | P4 |
| | Dışsal Hesaplar | Kamu+Sermaye+Dış Dünya | 5 | L1 | L2 | L3 | L4 | t | |
| | Toplam | 6 | Pj1 | Pj2 | Pj3 | Pj4 | | | |

Tablo 4.6'daki şablona göre, yurtiçi mal arzını temsil eden *T12 hesabına dışsal hesaplardan bir çok verilmekte ve T12 matrisine karşılık gelen fiyat endekslerinde başlangıç değerleriyle orantılı olarak enerji sektörünün fiyatında % 1 indirim yapılarak bir fiyat vektörü oluşturulmakta ve böylece fiyat azalışının T12 matrisinde bulunan sektör fiyatlarını ne kadar etkilediği bulunmaktadır. Buna transfer etkisi adı verilmektedir. Enerji bütün sektörler için bir maliyet unsurudur. İster emek yoğun isterse sermaye yoğun olsun her sektörün üretiminde enerji maliyeti önemli bir girdi konumundadır. Bu nedenle enerji fiyatındaki bir azalışın diğer sektörlerin maliyetinde bir azalış yaratacağı aşıkardır. Bu azalışın ne büyüklükte olacağı ise ilgili sektörün enerjiye bağımlılığına ve de üretim faktörlerine olan yoğunluğuna bağlı olacaktır. Buna göre enerji fiyatında azalış senaryosunun yarattığı transfer etkisi Tablo 4.7'de sunulmaktadır.

Tablo 4.7 Enerji Senaryosunun Transfer Etkisi (%)

| | | |
|----|--|---------|
| 1 | Tarım | 3.32377 |
| 2 | Madencilik | 0.07210 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.38091 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 1.40506 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.24857 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.39288 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.60446 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.06312 |
| 9 | İnşaat | 0.40560 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.24542 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.21647 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.10453 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.48567 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.11581 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.49584 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.27450 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.15646 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.10599 |
| 19 | Turizm | 0.56687 |

Transfer etkisi sonuçlarına göre enerji fiyatlarında % 1 azalış bütün sektörler için fiyatların azalması şeklinde olmakla birlikte en çok tarım fiyatlarının (% 3.32) azalmasına yol açmaktadır. Bu azalışın en önemli sebebi tarım sektörünün enerjiye olan bağımlılığından⁵ ziyade tarımda kullanılan birçok girdinin (kimyasal gübre, ilaç vb.) petrol ürünü olması ve üretimde yüklü bir maliyet kalemi oluşturması olarak yorumlanmaktadır. Enerji fiyatlarındaki azalış tarımdan sonra en çok tekstil sektöründeki ürünlerin fiyatında (%1.40) azalışa yol açmaktadır. Tekstil üretiminde maliyet girdileri içinde enerjinin payı % 12 düzeyindedir⁶. Bu nedenle enerji fiyatının düşmesinin yoğun bir rekabetin yaşandığı tekstil sektöründe fiyatların düşmesine neden olacağı doğal bir sonuç olmaktadır.

⁵ 2002 yılında toplam enerji tüketiminin % 3.84'ü tarımda kullanılmıştır. (www.zmo.org.tr) Erişim 21.09.2012

⁶ www.itkib.org.tr (Erişim 01.12.2012)

Enerji fiyatlarında meydana gelen % 1'lik bir azalmanın turizm aktivitelerinin fiyatlarını ne kadar değiştirdiği bu senaryonun asıl amacı olmaktadır. Turizm sektörü yapısı gereği birçok sektörden girdi sağlamaktadır⁷. Bu nedenle enerji fiyatlarındaki bir düşüşten de etkilenmesi doğal bir sonuç olmaktadır. Senaryo sonucunda turizm aktivitelerinin fiyatlarındaki düşüş oranı % 0.56 olmaktadır.

Sektörel fiyatların düşmesi ile sonuçlanan transfer etkisi Tablo 4.6'daki şablondan da görüldüğü gibi önce T31 üretim faktörleri hesabında daha sonra da hane halkının faktörlerden elde ettiği gelirlerini gösteren T43 hesabında açık döngü etkisi yapmaktadır. Enerji senaryosunun açık döngü etkileri Tablo 4.8'de gösterilmiştir.

Tablo 4.8 Enerji Senaryosunun Açık Döngü Etkisi (%)

| Emek | Sermaye | Hane halkı Geliri |
|--------|---------|-------------------|
| 0.0051 | 1.2972 | 0.3111 |

Üretim aktivitelerinin fiyatının düşmesi bu mal ve hizmetlere olan talebin de artmasına yol açacağı için transfer etkisi sonucu üretim faktörleri fiyatları (maliyeti) emek için (% 0.0051) sermaye için (% 1.2972) oranında artış göstermektedir. Sermaye fiyatlarında olan artış oranı emek fiyatları artış oranının çok üstündedir. Enerji daha çok sermaye yoğun sektörlerde kullanılan bir girdi olduğu için sermaye yoğun sektörlerde enerji fiyatındaki düşmeye verilen tepki emek yoğun sektörlerle göre daha büyük olmaktadır. Diğer bir sebep ise ülkede güçlü sendikaların olmaması ve emek fiyatında (ücret) artışların genellikle baskı altında olması şeklinde yorumlanabilmektedir.

Üretim faktörleri fiyatlarında meydana gelen bu artışlar ve de üretim aktivitelerinde meydana gelen fiyat düşüşleri sonucunda (transfer etkisi) hane halkı gelirleri ise % 0.3111 oranında artış göstermiştir. Bu sonuca göre, fiyat endeksleri ne kadar çok düşerse bu hane halkı gelirinin (refahının) daha çok artacağı anlamına gelmektedir. Sonuç olarak, enerji fiyatlarında bir azalış, hem emek sahipleri ve hane halkları için yaşam maliyetlerinin azalmasına yol açmakta hem de aktivitelerdeki üretim maliyetlerinin azalmasına sebep olacaktır. Üretim maliyetlerinin azalması ise ülkenin potansiyel endüstrilerdeki rekabet gücünü artırıcı bir etki yapabilecektir.

⁷ Turizm sektörünün hangi sektörlerden girdi aldığı ayrıntılı olarak 2.bölümde Turizm Uydu Hesapları tabloları oluşturulurken incelenmiştir.

Enerji senaryosunda *T12 ile başlayan transfer ve T31 ve T43 ile devam eden açık döngü etkisinden sonra hane halkının mal talebi (T24) üzerinden başlangıçtaki *T12 başlangıçtaki yurtiçi mal arzı hesabında sonlanacak şekilde kapalı döngü etkisine neden olmaktadır. Enerji fiyatlarının azalması sonucu ortaya çıkan kapalı döngü etkileri Tablo 4.9'da gösterilmektedir.

Tablo 4.9 Enerji Senaryosunun Kapalı Döngü Etkisi (%)

| | | |
|----|--|---------|
| 1 | Tarım | 1.71056 |
| 2 | Madencilik | 0.01051 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.26550 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.42853 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.10401 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.19527 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.41275 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.03780 |
| 9 | İnşaat | 0.07206 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.20234 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.00145 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.00372 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.00111 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.03412 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.08720 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.08272 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.00231 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.04180 |
| 19 | Turizm | 0.28721 |

Tablo 4.9'da da görüldüğü gibi kapalı döngü etkisi en büyük olan sektörler tarım (%1.71) ve tekstil (0.42) olmaktadır. Enerji fiyatlarında meydana gelen % 1'lik indirimin turizm sektöründe meydana getirmiş olduğu kapalı döngü etkisi ise % 0.28 olmuştur. Enerji indirimi senaryosunun meydana getirdiği toplam etki Tablo 4.10'da sunulmaktadır. Bu tablo yardımıyla sonuçların karşılaştırılması yapılabilecektir.

Tablo 4.10 Enerji Senaryosunun Toplam Etkisi (%)

| | Sektörler | Transfer Etkisi | Açık Döngü Etkisi | Kapalı Döngü Etkisi |
|----|--|-----------------|-------------------|---------------------|
| 1 | Tarım | 3.32377 | 0 | 1.71056 |
| 2 | Madencilik | 0.07210 | 0 | 0.01051 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.38091 | 0 | 0.26550 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 1.40506 | 0 | 0.42853 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.24857 | 0 | 0.10401 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.39288 | 0 | 0.19527 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.60446 | 0 | 0.41275 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.06312 | 0 | 0.03780 |
| 9 | İnşaat | 0.40560 | 0 | 0.07206 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.24542 | 0 | 0.20234 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.21647 | 0 | 0.00145 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.10453 | 0 | 0.00372 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.48567 | 0 | 0.00111 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.11581 | 0 | 0.03412 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.49584 | 0 | 0.08720 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.27450 | 0 | 0.08272 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.15646 | 0 | 0.00231 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.10599 | 0 | 0.04180 |
| 19 | Turizm | 0.56687 | 0 | 0.28721 |
| ÜF | Emek | 0 | 0.0051 | 0 |
| ÜF | Sermaye | 0 | 1.2972 | 0 |
| HH | Hane halkı | 0 | 0.3111 | 0 |

Tablo 4.10'dan görüldüğü gibi bütün sektörlerde transfer etkisi kapalı döngü etkisinden büyük çıkmıştır. Fiyat geçişi sırasında kapalı döngü etkisi diğer etkilerden (açık döngü ve transfer etkisi) daha küçükse bu piyasada aksaklıklar olduğu ve tam ekonomik entegrasyonun ve çeşitliliğin zayıf olduğu ve sektörler arası bağların bundan olumsuz olarak etkilendiği anlamına gelmektedir.

4.1.2.2 Turizm Sektöründe Fiyatların % 1 Azalması (Vergi İndirimi) Senaryosu

Fiyat çarpanı ile ilgili kurgulanan 2. senaryo turizm sektöründe fiyatların % 1 azaltılması (vergi indirimi) ile ilgilidir. Turizm teşvik paketinde hem yatırım hem de işletmeler için çeşitli vergi sübvansiyonları yer almaktadır. Bu vergi sübvansiyonlarından esinlenerek fiyat çarpan modeli içinde % 1'lik bir vergi azaltılmasına yönelik bir senaryo incelenmiştir. SHM temelli bir iktisadi modelde temel fiyatlar hesaplanırken bütün ürün vergilerinin nihai talep içinde yer aldığı varsayılmaktadır. Vergi indirimi de malın fiyatının daha ucuz hale gelmesine ve böylelikle hane halkının ekstra harcama yapmaksızın refahının artmasına imkân vermektedir. Vergi bir malın veya hizmetin fiyatını artıran bir unsur olduğundan turizm sektöründe vergilerin % 1'lik bir azalışı şoku mallar hesabında yer alan turizm sektörünün fiyatının düşmesine yol açacaktır. Bu fiyat düşüşünün diğer sektörlerin fiyatlarında yarattığı transfer etkisi ile, faktör fiyatlarında yol açtığı açık döngü etkisi ve de en sonunda başladığı hesaba olan kapalı döngü etkisi göstermek için SHM fiyat çarpan analizi uygulanmıştır. Bu senaryoda da diğer fiyat çarpan analizinde (enerji senaryosu) olduğu gibi 4 tane içsel hesap ve 3 dışsal hesap aynı şekilde belirlenmekte, yine kolaylık sağlaması açısından dışsal hesaplar birleştirilerek tek bir hesap halinde sunulmaktadır. Vergi simülasyonuna ilişkin şablon Tablo 4.11'de gösterilmektedir.

Tablo 4.11 Vergi Senaryosu Şablonu

| | | | Harcamalar | | | | | | |
|----------------|-----------------|------------------------|---------------------|--------|-----------|---------------|------------------------|--------|----|
| | | | İçsel Hesaplar | | | | Dışsal Hesaplar | Toplam | |
| | | | Üretim Aktiviteleri | Mallar | Faktörler | Hane halkları | Kamu+Sermaye+Dış Dünya | | |
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Genel Hesaplar | İçsel Hesaplar | Üretim Aktiviteleri | 1 | 0 | T12 | 0 | 0 | X1 | P1 |
| | | Mallar | 2 | *T21 | 0 | 0 | T24 | X2 | P2 |
| | | Faktörler | 3 | T31 | 0 | 0 | 0 | X3 | P3 |
| | | Hane halkları | 4 | 0 | 0 | T43 | T44 | X4 | P4 |
| | Dışsal Hesaplar | Kamu+Sermaye+Dış Dünya | 5 | L1 | L2 | L3 | L4 | t | |
| | | Toplam | 6 | Pj1 | Pj2 | Pj3 | Pj4 | | |

Fiyat çarpan modeli ile incelenen ilk enerji senaryosunda şok *T12 nolu üretim aktiviteleri matrisine verilmekte ve üretim aktivitelerindeki fiyat değişimi incelenmektedir. Enerji senaryosundan farklı olarak, bu senaryoda turizm sektöründeki vergi oranının % 1

oranında azalması turizm mallarının fiyatında bir düşüşe neden olacağı için transfer etkisi mallar hesabının bulunduğu *T21 nolu matris üzerine olacaktır. Buna göre X2 dışsal hesabında ilgili vektör ve T21 matrisine karşılık gelen fiyat endeksleri başlangıç değerleriyle orantılı olarak % 1 oranında düzenlenerek bir fiyat vektörü oluşturulmakta T21 matrisine bir şok verilip transfer etkisi elde edilmektedir. Vergi senaryosunun transfer etkisi Tablo 4.12’de gösterilmektedir.

Tablo 4.12 Vergi Senaryosunun Transfer Etkisi (%)

| | | |
|----|--|---------|
| 1 | Tarım | 0.03548 |
| 2 | Madencilik | 0.00855 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.01372 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.06818 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.01268 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.05437 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.11699 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.00970 |
| 9 | İnşaat | 0.00769 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.02889 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.01286 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.00101 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.01992 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.00551 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.00709 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.02211 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.00310 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.00107 |

Transfer etkisi sonuçlarına göre turizm sektöründe yapılan % 1 oranında bir vergi azalışı bir önceki enerji simülasyonunun yaptığı etki kadar büyük etki yapamamıştır. Çünkü enerji bütün sektörler için önemli bir girdidir ve bu nedenle fiyat etkisi fazla olmuştur. Turizmde vergilerin % 1 azaltılması şeklinde olan şok turizm mallarının fiyatının ucuzlaması ve de turizme olan talebin artması anlamı taşıyacağından doğal olarak turizmle ilişkili olan sektörlerin mal talebinin dolayısıyla bu malların fiyatlarının daha çok artması gerekmektedir. Sonuçlara bakıldığında turizm mallarının fiyatının düşmesi bütün sektörlerin fiyatlarının

artması şeklinde bir etki yapmasına rağmen bu oranlar çok düşük olmuştur. Bunda turizmin genellikle sezonluk olmasının büyük payı vardır. Aynı zamanda turizm bazı sektörlerle iç içe olmasına rağmen bazı sektörlerde de çok az ilişkisi olan bir sektör konumundadır. Bu şoka göre en fazla artış metal ürünleri (0.116), tekstil (0.068) ve tarım (0.035) sektörlerinde olmuştur. Bu sektörler turizme önemli girdi veren sektörlerin içinde yer almaktadır.

Turizm vergi simülasyonu sonucunda sektörel fiyatların az oranlarda da olsa artması ile sonuçlanan transfer etkisi Tablo 4.11'deki şablondan da görüldüğü gibi önce T31 üretim faktörleri hesabında daha sonra da hane halkı gelirlerini gösteren T43 hesabında açık döngü etkisi yapmaktadır. Senaryonun açık döngü etkileri Tablo 4.13'te gösterilmektedir.

Tablo 4.13 Vergi Senaryosunun Açık Döngü Etkisi (%)

| Emek | Sermaye | Hane halkı Geliri |
|---------|---------|-------------------|
| 1.97592 | 3.13521 | 0.01909 |

Turizmde sektöründeki vergi indirimi sonucu turizm mallarının fiyatının düşmesi transfer etkisi ile diğer sektörlerin mallarının fiyatlarının az da olsa yükselmesine yol açmıştır. Bunun sebebi de turizme olan talebin artması sonucu turizm sektörünün diğer sektörlerden olan mal talebinin artmasıdır. Diğer sektörlerle olan mal talebinin artması sonucu bu sektörlerin fiyatlarında artış bu sektörlerin de üretimlerini artırmış ve üretim faktörleri fiyatları (maliyeti) emek için (%1.9759) ve sermaye için (% 3.1352) oranında artış gösterdiği bu senaryonun üretim faktörleri için açık döngü etkisidir. Sermaye fiyatlarında olan artış oranı emek fiyatları artış oranının çok üstündedir. Bunun sebebi sektörlerdeki kaynak kullanım yoğunluğudur. Diğer bir sebep ise turizmin mevsimsellik özelliği sebebiyle yılın sadece belli aylarında istihdam yapabildiği olarak da yorumlanabilmektedir.

Üretim faktörleri fiyatlarında meydana gelen bu artışlar ve de üretim aktivitelerinde meydana gelen fiyat düşüşleri sonucunda (transfer etkisi) hane halkı gelirleri ise % 0.019 oranında artış göstermiştir. Hane halkı gelirlerinin az oranda artması turizm sektörünün daha çok emek yoğun olmasına, sektörde verilen düşük ücrete ve diğer sektörlerin fiyatlarını çok az etkilemesine bağlıdır şeklinde yorumlanabilmektedir.

Vergi senaryosunda T21 ile başlayan transfer ve T31 ve T43 ile devam eden açık döngü etkisinden sonra T21 matrisinde sonlanacak şekilde etkinin tamamlanması gerekmektedir. Bu son etkiye kapalı döngü etkisi denmektedir. Bu senaryoya ait kapalı döngü etkileri Tablo 4.14'te gösterilmektedir. Sonuçlar beklenildiği gibi transfer etkisinden daha düşüktür. Vergi senaryosunun kapalı döngü etkisine göre en fazla artış yine metal ürünleri (0.063) olmuştur, bu sektörü petrol ürünleri (0.038) ve tarım (0.030) sektörlerinde olmuştur.

Tablo 4.14 Vergi Senaryosunun Kapalı Döngü Etkisi (%)

| | | |
|----|--|---------|
| 1 | Tarım | 0.03047 |
| 2 | Madencilik | 0.00677 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.01344 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.01466 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.00818 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.03893 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.06348 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.00796 |
| 9 | İnşaat | 0.00223 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.02090 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.00918 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.00077 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.01646 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.00289 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.00261 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.01104 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.00164 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.00086 |

Vergi senaryosunun toplam etkisine bakmak gerekirse Tablo 4.15'ten görüleceği gibi bütün sektörlerde transfer etkisi kapalı döngü etkisinden (bazı sektörlerde çok yakında olsa) büyük çıkmıştır. Bu genelde beklenen bir sonuçtur. Fakat bu etkinin birbirine yakın derecede olması bu senaryonun daha iyi bir sektörel çeşitlilik yarattığı anlamına gelmektedir.

Tablo 4.15 Vergi Senaryosunun Toplam Etkisi (%)

| | Sektörler | Transfer Etkisi | Açık Döngü Etkisi | Kapalı Döngü Etkisi |
|----|--|-----------------|-------------------|---------------------|
| 1 | Tarım | 0.03548 | 0 | 0.03047 |
| 2 | Madencilik | 0.00855 | 0 | 0.00677 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.01372 | 0 | 0.01344 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.06818 | 0 | 0.01466 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.01268 | 0 | 0.00818 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.05437 | 0 | 0.03893 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.11699 | 0 | 0.06348 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.00970 | 0 | 0.00796 |
| 9 | İnşaat | 0.00769 | 0 | 0.00223 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.02889 | 0 | 0.02090 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.01286 | 0 | 0.00918 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.00101 | 0 | 0.00077 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.01992 | 0 | 0.01646 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.00551 | 0 | 0.00289 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.00709 | 0 | 0.00261 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.02211 | 0 | 0.01104 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.00310 | 0 | 0.00164 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.00107 | 0 | 0.00086 |
| ÜF | Emek | 0 | 1.97592 | 0 |
| ÜF | Sermaye | 0 | 3.13521 | 0 |
| HH | Hane halkı | 0 | 0.01909 | 0 |

Fiyat çarpan modeli çerçevesinde koşulan iki senaryonun etkilerinin karşılaştırılması yapıldığında gerek enerji senaryosu gerekse de turizm vergi senaryosunda şoklar farklı içsel hesaplara verilse de beklenen sonuçları doğurmuştur. Enerji senaryosunda dışsal şok enerjinin üretim içinde önemli bir girdi olması sebebiyle bu senaryonun şoku yurtiçi mal arzının bulunduğu T12 nolu aktiviteler hesabına uygulanmıştır. Diğer senaryo olan turizm vergi senaryosu ise turizm fiyatlarının % 1 azaltılması üzerine kurgulanmıştır. Buna göre turizm fiyatlarının azaltılması sonucu oluşan şok turizm mallarının fiyatında düşme yaratacağından T21 nolu mallar hesabına uygulanmıştır. Buna göre enerji fiyatında % 1 azalmanın başta turizm olmak üzere diğer sektörlerin arzlarına ne kadar fiyat etkisi yapacağı transfer etkisi ile

ölçülmektedir. Aynı şekilde turizmde vergilerin azaltılmasının diğer sektörlerin ara mal talebini nasıl etkileyeceği transfer etkisi ile ölçülmektedir. Tablo 4.16 bu transfer etkilerinin büyüklüklerini karşılaştırmaktadır. Bu tabloya göre enerji senaryosunun yarattığı transfer etkisi turizm vergi senaryosuna göre daha büyük olmuştur. Bu sonuç enerji senaryosunun daha etkin bir politika olduğunu ve ekonomi genelinde daha çok etki yaptığı şeklinde de yorumlanabilir.

Tablo 4.16 Senaryoların Transfer Etkilerinin Karşılaştırılması

| | Sektörler | Transfer Etkisi (Enerji) | Transfer Etkisi (Turizm) |
|----|--|-----------------------------|-----------------------------|
| 1 | Tarım | 3.32377 | 0.03548 |
| 2 | Madencilik | 0.07210 | 0.00855 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.38091 | 0.01372 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 1.40506 | 0.06818 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.24857 | 0.01268 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.39288 | 0.05437 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.60446 | 0.11699 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.06312 | 0.00970 |
| 9 | İnşaat | 0.40560 | 0.00769 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.24542 | 0.02889 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.21647 | 0.01286 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.10453 | 0.00101 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.48567 | 0.01992 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.11581 | 0.00551 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.49584 | 0.00709 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.27450 | 0.02211 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.15646 | 0.00310 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.10599 | 0.00107 |

Açık döngü etkisi ekonomide transfer etkisinin T31 ve T43 nolu içsel hesapları etkileyerek başlangıçtaki şokun üretim faktörleri fiyatlarını ve de hane halkının bu faktörlerden ne kadar gelir elde ettiğini göstermektedir. Tablo 4.17 bu iki senaryonun yaratmış olduğu açık döngü etkilerini göstermektedir.

Tablo 4.17 Senaryoların Açık Döngü Etkilerinin Karşılaştırılması

| | Açık Döngü Etkisi (Enerji) | Açık Döngü Etkisi(Turizm) |
|------------|----------------------------|---------------------------|
| Emek | 0.0051 | 1.97592 |
| Sermaye | 1.2972 | 3.13521 |
| Hane halkı | 0.3111 | 0.01909 |

Tabloya göre enerji senaryosunun yarattığı açık döngü etkisi emek ve sermaye boyutunda turizm senaryosunun altında kalmasına rağmen, hane halkının üretim faktörlerinden elde ettiği gelir turizm senaryosuna göre daha fazla olmaktadır. Bu da enerji senaryosunun hane halkı refahını artırmak için daha etkin bir senaryo olduğu anlamına gelebilir.

Her iki senaryo da başlangıç hesapları olan T12 (enerji) ve T21 (turizm) hesabına geri dönerek bir kapalı döngü etkisi yaratmaktadır. Bunu yaparken hane halkı gelirleri sonucu elde edilen açık döngü etkisinin hane halkı mal talebi olan T24 matrisi ile çarpılması gerekmektedir. Buna göre her iki senaryonun kapalı döngü etkileri Tablo 4.18’de gösterilmektedir. Buna göre sonuçlar göstermiştir ki, enerji senaryosunun kapalı döngü etkisi transfer etkisinde de olduğu gibi turizm senaryosunun kapalı döngü etkilerinden genellikle büyüktür.

Tablo 4.18 Fiyat Çarpanı Senaryoların Kapalı Döngü Etkilerinin Karşılaştırılması

| | Sektörler | Kapalı Döngü Etkisi (Enerji) | Kapalı Döngü Etkisi (Vergi) |
|----|--|------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Tarım | 1.71056 | 0.03047 |
| 2 | Madencilik | 0.01051 | 0.00677 |
| 3 | Gıda ve İçecek Üretimi | 0.26550 | 0.01344 |
| 4 | Tekstil Üretimi | 0.42853 | 0.01466 |
| 5 | Ağaç Ürünleri Üretimi | 0.10401 | 0.00818 |
| 6 | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 0.19527 | 0.03893 |
| 7 | Metal Ürünleri Üretimi | 0.41275 | 0.06348 |
| 8 | Elektrik, Gaz ve Buhar Üretimi | 0.03780 | 0.00796 |
| 9 | İnşaat | 0.07206 | 0.00223 |
| 10 | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 0.20234 | 0.02090 |
| 11 | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 0.00145 | 0.00918 |
| 12 | Otel ve Restaurant | 0.00372 | 0.00077 |
| 13 | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 0.00111 | 0.01646 |
| 14 | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 0.03412 | 0.00289 |
| 15 | Posta ve Haberleşme | 0.08720 | 0.00261 |
| 16 | Finansal ve Diğer Hizmetler | 0.08272 | 0.01104 |
| 17 | Emlak Hizmetleri | 0.00231 | 0.00164 |
| 18 | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 0.04180 | 0.00086 |

SONUÇ

Türkiye için turizm önemi özellikle 1980 ve sonrasında anlaşılan bir sektör olmuştur. Bunun başlıca sebepleri ihracat odaklı ekonomi modelinin benimsenmesi ve ekonominin dışa açılmaya başlaması sonucu Türkiye'ye olan turizm talebinin her geçen gün hızla artması, bu talep sonucu elde edilen gelirin döviz darboğazı sorunlarına çözüm getirebilmesi, artan talebin yurtiçinde diğer sektörlerle katkı sağlayarak yaratmış olduğu katma değer, özellikle genç ve kadın işsizliğinin yoğun olduğu yerlerde yarattığı emek-yoğun istihdam olanaklarını artırması, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında turizmin ekonomik kısıtlamalardan, tarife ve kotalardan daha az etkilenmesi nedeniyle makro ekonomik açıdan üstünlükleri olan bir sektör olarak görülmesi ve ülke tanıtımına olan katkısı olarak sayılabilir. Kamu politikalarının da teşviki ile turizm sektörü son 30 yılda büyük bir ivme kazanmış ve 2011 yılında ülke ekonomisine 23 milyar dolar gelir kazandırmıştır.

Turizm sektörü yapısı itibariyle karmaşık bir sektör olup ekonomi içerisinde birçok sektör ile hem talep yönlü hem de arz yönlü ilişki içindedir ve bu sebeple sektör birincil (doğrudan) ve ikincil (doğrudan+uyarılmış) ekonomik etkiler yaratmaktadır. Sektörün hangi endüstrilerden girdi sağladığı ve sektör üretiminin hangi endüstriler tarafından talep edildiğinin bilinmesi önemli hale gelmektedir. Ancak, turizm sektörünün ekonomideki diğer sektörlerle olan ilişkisinin tam olarak tespit edilmesindeki güçlükler turizm politika uygulamalarının sektörler üzerindeki etkilerinin açık bir şekilde görülmesini engellemektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'de turizm sektörüne yönelik yurtiçi politikaların ve bu politikalardan esinlenerek uygulanan dışsal şokların sektörler arasındaki ilişkilere olan etkilerini açıklayabilmek için politika analizlerinde yaygın olarak tercih edilen bir araç olan SHM temelli çarpan modelleri kullanılmıştır. SHM'nin politika analizlerinde niceliksel bir araç olarak kullanımı Leontief yöntemi temelinde matrisin çarpan katsayıları hesaplanarak mümkün olmaktadır. Bu çalışmada, girdi-çıktı çarpan katsayılarına SHM'nin ana hesapları olan üretim faaliyetleri, mallar, üretim faktörleri, hane halkları, firmalar, sermaye, kamu ve dış alem hesaplarına ait çarpan katsayıları entegre edilerek matris çarpan analizi yapacak şekilde niceliksel bir araca dönüştürülmektedir. Çarpan analizinde söz konusu hesaplar uygulanacak politikalara göre içsel ve dışsal hesaplar olarak tanımlanmakta ve dışsal hesaplara yapılan bir dışsal şokun içsel hesaplar olarak tanımlanan hesaplar üzerindeki gelir ve fiyat çarpan etkileri analiz edilmektedir. Çalışmada klasik literatüre uygun olarak SHM'nin kamu, dış alem ve sermaye hesapları dışsal olarak tanımlanırken üretim faaliyetleri, mallar, hane halkları, üretim faktörleri içsel hesaplar olarak seçilmiştir.

Turizmin ekonomik etkilerini daha iyi ölçebilmek amacıyla girdi çıktı tablosu içinde ayrı bir turizm sektörü oluşturulması için Turizm Uydu Hesaplarından da yararlanılmıştır. Böylece, girdi çıktı tablosunda yer almayan bazı verileri de SHM çerçevesi içerisinde kullanarak sektörel ayrıştırmaları güçlendirme imkanı doğmuştur. SHM yapısı içerisinde oluşturulan sektörel ayrıştırma aynı zamanda hane halkı, üretim faktörleri, yatırım- tasarruf ve dış denge hesaplarının da ayrıştırılmasına temel oluşturarak uygulanan politikalarının söz konusu hesaplar üzerindeki etkilerinin ayrıntılı olarak tespit edilmesine yol açmaktadır. Böylece turizm ve turizm dışı sektörlerin ayrıştırmasının tam bir şekilde yapılarak sektörler arasındaki ilişkilerin daha net ortaya konması bu tezin amaçlarından biri olmaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye ekonomisi için turizm endüstrisini tek bir sektör olarak içselleştiren bir SHM modeli geliştirilmiştir. Bu model ile turizm endüstrisine yönelik politika değişikliklerinin yaratacağı sektörlerarası ve makroekonomik etkilerin ortaya çıkarılabileceği bir kapasite yaratılmaktadır. Yaratılan kapasite bu yönüyle turizmin ekonomik etkilerini inceleyen diğer ekonometrik çalışmalardan farklılık göstermektedir. Bu çalışmada, Türkiye’de turizm sektörüne yönelik SHM temelli gelir ve fiyat çarpan analizi ile 3 senaryo uygulanmış ve bunların ekonomik etkileri yorumlanmaya çalışılmıştır. Gelir çarpanları ile ilgili olan senaryo turizm gelirlerinin yüzde 10 artması şeklindedir. Bu senaryonun dayandığı nokta 2011 yılında bir önceki yıla göre turizm gelirlerinde meydana gelen aynı oranda artıştır. Fiyat çarpanı modeli çerçevesinde kullanılan iki senaryonun çıkış noktası ise turizm sektörüne yönelik teşvik paketidir. Turizm sektörüne ilişkin çeşitli vergi kolaylıkları ve turizm sektöründeki işletmeler için enerji desteği teşvik paketlerinde turizme yönelik uygulanan birkaç politika aracından ikisi olmaktadır. Fiyat çarpanı modelinde SHM çarpanları hesaplanırken TUİK’in sektörler için hazırlanmış olduğu TÜFE (Tüketici Fiyatları Endeksi) ve ÜFE (Üretici Fiyatları Endeksi) değerlerinden yararlanılmıştır. Böylece gelir çarpanından farklı olarak fiyatların maliyetlere olan tepkisi incelenmiştir.

Pyatt ve Round (1979)’un çalışması temelinde gelir çarpanı analizi ile dış alem hesabından turizm gelirlerindeki % 10’luk bir artış şeklindeki dışsal şokun içsel hesaplar üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Turizm ihracatı % 10 artırıldığında bunun gelir etkisi bütün sektörler için artış yönünde olmuştur. En çok artış kömür ve rafine petrol ürünleri sektörü (% 3.72) ile tarım sektöründe (% 3) görülmüştür. Turizm birçok sektörden girdi alan bir sektör olup, bu sektörün gelirinin artması diğer sektörlerle de bir katkı anlamına geldiği için sonuçlar beklenen düzeyde olmuştur. Mal talebi sonucu ortaya çıkan transfer etkisi faktör gelirlerinde homojen bir artış sağlamıştır. Bu senaryoya göre üretim faktörlerinde sermaye kesiminde (% 6.30) işgücüne göre (%3.25) gelir daha fazla artmaktadır.

Bunun sebebi çoğu sektörde üretimin sermaye yoğun olması şeklinde yorumlanabilmektedir. Ayrıca bu senaryoya göre hane halkının faktör gelirlerinden kazandığı gelirdeki artış (açık döngü etkisi) % 8.88 bulunmuştur. Başka bir deyişle bu senaryo hane halkı için % 9 oranında refah artışına yol açmaktadır. Bu senaryo, mallar hesabına gelir transfer etkisi ve üretim faktör gelirleri ve hane halkları gelirleri üzerinde açık döngü etkisi yaratmasının yanı sıra hane halkı gelirlerindeki artış hane halklarının yurtiçi mal talebini etkileyerek başlangıçtaki mallar hesabında kapalı döngü etkisine neden olmuştur. Turizm gelirlerinde % 10'luk bir artışın kapalı döngü etkisi en çok sırasıyla gıda ve içecek üretimi (0.41), metal ürünleri üretimi (0.41), turizm (0.30) ve tekstil (0.23) sektörleri üzerinde olmaktadır. Sonuçlar ihracatın artırılmasına yönelik politikaların sektörel mal talebini artırdığını, büyümeyi teşvik ettiğini göstermiştir. Faktör gelirleri ve hane halkı geliri de artmaktadır. Elde edilen bulgular turizm gelirlerinde (ihracatta) meydana gelen artışın faktör bazında gelir dağılımı üzerine önemli derecede etkide bulunduğunu göstermektedir.

Çalışmada incelenen diğer iki senaryo ise fiyat çarpan modeli kullanılarak öncelikle enerji sektöründe fiyatların % 1 azaltılması daha sonra ise turizmdeki vergilerde (dolayısıyla turizm mal fiyatlarında) % 1'lik bir indirim şoku ile içsel hesaplara yansıtılarak analiz edilmiştir. Fiyat çarpan modelinde içsel hesaplar gelir çarpan modelinde de olduğu gibi üretim aktiviteleri, mallar, üretim faktörleri ve hane halkları olmak üzere 4 hesaptan oluşmaktadır. Gelir çarpan modelinde dışsal hesaplardan sadece dış alem alınmış ve de şok bu hesap üzerinden verilmiştir. Fiyat çarpan modelinde kolaylık sağlaması açısından dışsal hesaplar tek hesap olarak bütünleştirilmiş ve şok bu tek hesap üzerinden verilmiştir. Turizm geliri artış senaryosunda dış alemden verilen bir şokun ortaya çıkardığı etkileri göstermek için gelir çarpan analizi kullanılmış ve de fiyatların değişmediği sadece gelirin değiştiği varsayımı yapılmıştır. Fakat fiyat çarpan modeli çerçevesinde analiz edilen bu iki senaryoda fiyatların değiştiği tam tersi olarak miktarın değişmediği varsayımı yapılmaktadır.

İlk senaryoda teşvik programındaki enerji desteğinden esinlenerek 8 nolu enerji sektörünün fiyatı % 1 azaltılarak bunun öncelikle aktiviteler kısmında yer alan turizm sektörü olmak üzere diğer sektör fiyatları ve üretim faktörleri fiyatları ve hane halkı geliri (refahı) üzerindeki etkisi bir SHM fiyat çarpan analizi ile incelenmiştir. Enerji bütün sektörler için bir maliyet unsurudur. Bu nedenle enerji fiyatındaki bir azalış diğer sektörlerin maliyetinde bir azalış yaratmaktadır. Buna göre senaryonun transfer etkisi olarak enerji fiyatlarında % 1 azalış bütün sektörler için fiyatların azalması şeklinde olmakla birlikte en çok tarım fiyatlarının (% 3.32) azalmasına yol açmaktadır. Bu azalışın en önemli sebebi tarım sektörünün enerjiye olan bağımlılığından ziyade tarımda kullanılan birçok girdinin (kimyasal gübre, ilaç vb.) petrol

ürünü olması ve üretimde yüklü bir maliyet kalemi oluşturması olarak yorumlanmaktadır. Enerji fiyatlarında meydana gelen % 1'lik bir azalmanın turizm aktivitelerinin fiyatlarını ne kadar değiştirdiği bu senaryonun asıl amacı olmaktadır. Turizm sektörü yapısı gereği birçok sektörden girdi sağlamaktadır. Bu nedenle enerji fiyatlarındaki bir düşüşten de etkilenmesi doğal bir sonuç olmaktadır. Senaryo sonucunda turizm aktivitelerinin fiyatlarındaki azalış oranı % 0.56 olmaktadır. Yine bu senaryonun üretim faktörleri fiyatları (maliyeti) emek için (% 0.0051) sermaye için (% 1.2972) oranında artış göstermektedir. Hane halkı gelirleri için yaptığı açık döngü etkisi de % 0.3111 olmuştur. Sonuç, fiyat endeksleri ne kadar çok düşerse bu hane halkı gelirinin (refahının) o kadar artacağını göstermektedir. Enerji fiyatlarının azalması sonucu ortaya çıkan kapalı döngü etkileri en büyük olan sektörler tarım (%1.71) ve metal ürünleri (1.41) olmaktadır. Enerji fiyatlarında meydana gelen % 1'lik indirimin turizm sektöründe meydana getirmiş olduğu kapalı döngü etkisi ise % 0.28 olmuştur. Enerji senaryosunda bütün sektörlerde transfer etkisi kapalı döngü etkisinden büyük çıkmıştır. Fiyat geçişi sırasında kapalı döngü etkisi diğer etkilerden (açık döngü ve transfer etkisi) daha küçükse bu piyasada aksaklıklar olduğu ve tam ekonomik entegrasyonun ve çeşitliliğin zayıf olduğu ve sektörler arası bağların bundan olumsuz olarak etkilendiği olarak yorumlanabilmektedir.

Fiyat çarpan modelinde koşulan diğer senaryo olan turizm sektöründe fiyatların % 1 azalması (Vergi İndirimi) senaryosunda şok turizm mallarının fiyatının ucuzlaması ve de turizme olan talebin artması anlamı taşıyacağından doğal olarak turizmle ilişkili olan sektörlerin mal talebinin dolayısıyla bu malların fiyatlarının artması anlamına gelmektedir. Sonuçlara bakıldığında turizm mallarının fiyatının düşmesi bütün sektörlerin fiyatlarının artması şeklinde bir etki yapmasına rağmen bu oranlar çok düşük olmuştur. Bu şoka göre transfer etkisinde en fazla artış metal ürünleri (0.116), tekstil (0.068) ve tarım (0.035) sektörlerinde olmuştur. Bu sektörler turizme önemli girdi veren sektörlerin içinde yer almaktadır. Turizm sektöründeki vergi indirimi sonucu turizm mallarının fiyatının düşmesi transfer etkisi ile diğer sektörlerin mallarının fiyatlarının az da olsa yükselmesine yol açmıştır. Bunun sebebi, turizme olan talebin artması sonucu turizm sektörünün diğer sektörlerden olan mal talebinin artmasıdır. Diğer sektörlerle olan mal talebinin artması sonucunda ilgili sektörlerin fiyatlarında da artış meydana gelmiş ve bu fiyat artışı ilgili sektörlerin üretimlerini de artırmıştır. Bunun sonucunda, üretim faktörleri fiyatlarında (maliyeti) emek için (%1.9759) ve sermaye için (% 3.1352) oranında artış meydana gelmiştir. Bu değerler senaryonun açık döngü etkisini göstermektedir. Üretim faktörleri fiyatlarında meydana gelen bu artışlar ve de üretim aktivitelerinde meydana gelen fiyat düşüşleri sonucunda (transfer etkisi) hane halkı

gelirleri ise % 0.019 oranında artış göstermiştir. Hane halkı gelirlerinin az oranda artması turizm sektörünün daha çok emek yoğun olmasına, sektörde verilen düşük ücrete ve diğer sektörlerin fiyatlarını çok az etkilemesine bağlıdır şeklinde yorumlanabilmektedir. Bu senaryoya ait kapalı döngü etkileri beklenildiği gibi transfer etkisinden daha düşüktür. Vergi senaryosunun kapalı döngü etkisine göre en fazla artış yine metal ürünleri (0.063) olmuştur, bu sektörü petrol ürünleri (0.038) ve tarım (0.030) sektörleri takip etmektedir.

İki fiyat çarpan analizi sonuçları karşılaştırıldığında enerji senaryosunun ekonomi üzerindeki transfer ve kapalı döngü etkileri turizm sektöründe vergilerin indirilmesi şeklinde olan diğer fiyat çarpan modeli senaryosuna göre daha büyük olmuştur. Her iki fiyat çarpan senaryosu arasındaki temel farklılık üretim faktörleri üzerinde yaptığı etki olmuştur. Buna göre enerji senaryosu üretim faktörleri fiyatları (maliyeti) emek için (% 0.0051) sermaye için (% 1.2972) oranında artış göstermektedir. Bu senaryonun hane halkı gelirlerini artırma oranı ise % 0.3111 olmuştur. Buna karşılık turizm vergi simülasyonunun üretim faktörleri fiyatları (maliyeti) emek için (% 1.9759) sermaye için (% 3.1352) oranında artış göstermektedir. Vergi simülasyonunun hane halkı gelirlerinde meydana getirdiği değişim ise enerji senaryosundaki artışın çok gerisinde kalıp % 0.019 olmuştur.

Turizm daha önce de belirtildiği gibi istihdamı artırıcı ve katma değer yaratıcı özelliği sebebiyle ülke ekonomisi için önemli sektörlerden biridir. Turizmde meydana gelen çıktı ve istihdam artışı kamunun turizm sektörünü teşvik etmesine yol açabilmektedir. Fiyat çarpan modelinde koşulan iki senaryodaki istihdam ve sermaye net artışına bakarsak turizm simülasyonundaki net istihdam değişimi ve net sermaye değişimi enerji simülasyonuna göre daha fazla olmuştur. Faktör gelirlerindeki artış faktör kullanımındaki artış şeklinde de yorumlanabilir. Fakat hane halkı geliri (refahı) üzerindeki etki enerji senaryosunda daha büyük çıkmıştır. Bu SHM çarpan analizinde hangi sektörlerde emek ve sermaye gelirlerinin ilgili sektör içinde daha fazla katkı yaptığına ve de ilgili sektör içinde hangi hane halkı gelir grubunun artan hane halkı gelirinden ne kadar pay aldığı ile ilgili bilgi yoktur. Bunun sebebi hem üretim faktörlerinin hem de hane halkı ayrıştırılmasının bu çalışmada yapılmamış olmasıdır.

Bu çalışmanın önündeki kısıtların veri kısıtı ve yöntem kısıtı olarak iki boyutu vardır. Veri kısıtı verinin içeriği ile ilgilidir. Bu kısıta göre iç ve dış turizmi ayırtmak için yeterli veri bulunmamaktadır, sektörün arz yönüne ilişkin bilgi yetersiz ve çok yenidir son olarak sektöre ilişkin sabit sermaye yatırım harcamaları eksiktir. İkincisi verinin elde edilmiş yöntemine ilişkindir. Halen turizm sektörüne ilişkin istatistiki bilgi Türkiye İstatistik Kurumu

(TUİK), Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Türkiye Otelciler Fedarasyonu (TÜROFED), Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TURSAB), Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) gibi yerli ve yabancı kurumlar tarafından toplanmakta, çeşitli göstergeler bu kurumlar tarafından hesaplanmakta ve yine de bu kurumlar tarafından yayınlanarak kullanıma açılmaktadır. Fakat toplanan, hesaplanan ve yayınlanan verinin niteliği, çeşidi ve yöntemine ilişkin bir standardizasyon olmadığı görülmekte, bu durum da çalışmanın daha geniş bir yelpazede oluşturulmasını sınırlandırmıştır.

Yöntem kısıtı ise çalışmada kullanılan modelle ilgilidir. SHM çarpan analizi, dışsal bir şok durumunda içsel değişkenlerin verdiği tepkiyi bir takım varsayımlar altında göstermektedir. İlk varsayım, dışsal bir şokla talepte meydana gelen bir artışın çıktı artışına neden olduğu ancak bu süreçte fiyatların değişmediğidir. Bu nedenle; tüm sektörler için aşırı kapasitenin, yani kullanılmayan üretim faktörlerinin mevcut olduğu bir ekonomik dünya, çarpan analizi için ön koşul olmaktadır. Herhangi bir alanda kapasite sınırlaması olması durumunda çarpan analizinde aşırı tahmin sorunu ortaya çıkmakta ve toplam etkinin yönü belirsiz olmaktadır. Aynı zamanda, modelde sabit fiyat varsayımı olması nedeniyle fiyatlardaki herhangi bir değişiklik sabit fiyat modeli tarafından tahmin edilen toplam etkiyi azaltacaktır. Ayrıca, gelir çarpan modeli bütün sektörlerde arzın sonsuz elastik olduğunu varsaymaktadır. Arzın sonsuz olması varsayımı talepte bir artış olduğunda bunun sadece çıktı artışına yol açtığı, fakat fiyatlarda bir değişiklik yapmadığı anlamına gelmektedir. Arzın sonsuz olması çoğu gelişmekte olan ülke ve sektör için pek de gerçekçi bir varsayım değildir. Örneğin tarım sektöründe arazi, emek, yağış ve teknoloji gibi özellikler çıktıyı kısıtlayan etkiler yapmaktadır. Aynı şekilde endüstriyel çıktı da sermaye miktarına göre kısıt altındadır. Fakat bu durum fiyat çarpan modelinde gevşetilmektedir.

Özetle, sabit fiyatlı miktar temelli SHM gelir çarpan yaklaşımı ile fiyat temelli SHM yaklaşımı karşılaştırıldığında gelir çarpan analizinin fiyat çarpan modeline göre çıktı ve faktör taleplerini aşırı tahmin ettiğini buna karşılık faktör ve hane halkı gelirlerini düşük tahmin ettiğini söyleyebiliriz. Çünkü fiyat çarpan modelinde işin içine faktörlerin fiyat esneklikleri de girmektedir. Gelir çarpan modelinde çıktının aşırı tahmin edilmesinin sebebi fiyatların sabit olarak alınmasıdır. Bir başka ayrıntı gelir çarpan modeli sadece miktar etkisini gösterirken diğer modelde hem fiyat hem de miktar etkisi birlikte görülmektedir. Gelir çarpan modelinde, arz ve faktör arzı sonsuz elastik olarak ele alınmaktadır. Ayrıca gelir çarpan modelinde gelir esneklikleri birim olmaktadır. Fiyatların sabit olması ikame etkilerinin olmasına izin

vermemektedir. İkame etkilerinin olmaması, aşırı tahmin değerlerinin elde edilmesine yol açabilmektedir.

Bu çalışmanın iki alanda katkı yapması beklenmektedir. Birincisi, ekonomi geneline hitap eden ampirik bir modelleme platformunda turizmin dağınık olarak ele alınmasındansa tek bir sektör olarak içselleştirilmesidir. İkincisi ise, anılan içselleştirmeye dayanarak yaratılan modelleme platformu ve yapılan analizlerle hem konuyla ilgili politika yapıcılara hem de araştırmacılara yön gösterilmesidir. Türkiye’de uygulanan turizm politikaları turizmin yapısı gereği hem bölgesel gelişmişlik düzeylerini dengelemek, hem istihdamı artırmak hem de yabancı döviz rezervinin artış göstermesi için çok sık şekilde teşvik programları kapsamına alınmaktadır. Plan ve programlarda turizm sektörü için önerilen ve uygulanan politikalara bakıldığında bu sektör için vergi ve sübvansiyonların önemli bir teşvik aracı olarak kullanıldığı görülmüştür. Türkiye’nin bu sektöre yönelik 2023 yılı öngörülerini bu çalışmada uygulanan talep yönlü şokların dayandığı noktalarıdır. Dolayısıyla bu tür politika analizlerinin hem uygulayıcılara hem de araştırmacılara fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Son olarak bu tip bir çalışmanın nasıl daha ileriye taşınacağı konusunda öneriler geliştirilmiştir. Temel sorunun istatistikî veri temini olduğu düşünüldüğünde 2002 yılı girdi-çıkı tablosunun mutlaka güncellenmesi gerekmektedir. Buna bağlı olarak turizm sektörünün arz yönünün turizm uydu hesap tablolarında detaylandırılması ve bunun girdi-çıkı tablosuna entegre edilmesi faydalı olacaktır. Bir başka yapılabilecek çalışma ise SHM içinde emek, sermaye ve hane halkı hesaplarında ayrıştırmaya gidilmesi elde edilen sonuçların daha iyi yorumlanmasına sebep olabilecektir. Bu şekilde SHM çarpan analiz sonuçlarının daha anlamlı olması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Adelman, I., Robinson, S. (1978), "U.S. Agriculture in a General Equilibrium Framework: Analysis with a Social Accounting Matrix" *American Journal of Agricultural Economics*, 68(5), 1196-1207
- Akan, Y., Işık, C. (2009). "The Effects of Tourist Expenditure on Economic Growth (1970-2007)", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2): 197-204
- Akehurst, G., Bland, N.; Nevin, M. (1994), " Successful Tourism Policies in the European Union", *Journal of Vacation Marketing*, 1: 10-27
- Alarcon, J. (1991), "Social Accounting Matrix-Based Modeling, Extensions Wellbeing and Environment Applications Using the Sams for Ecuador 1975 and Bolivia 1989", <http://www.iss.nl>
- Arabsheibani, G.R., Labarthe, A.D. (2002), "The economic impact of tourism in Peru", *The Brazilian Journal of Business Economics*, 2(3), 31-43
- Archer, B. (1995), " Importance of tourism in the economy of Bermuda", *Annals of Tourism Research*, 24(4), s. 918-930
- Archer, B. (1995), "Tourism in Mauritius: an economic impact study with marketing implications", *Tourism Management*, 6(1), s.50-54
- Archer, B.H.(1976) "The anatomy of a multiplier" *Regional Studies*, 10, 71-77, Pergamon Press, Great Britian
- Archer, B.H., Fletcher, J.(1996), "The economic impact of tourism in the Seychelles", *Annals of Tourism Research*, 23(1), 32-47.
- Arndt, C., Jensen, H.T., Tarp, F.(2000), "Structural Characteristic of the Economy of Mozambique: A SAM-based Analysis", *Review of Development Economics*, 4(3), 292-306
- Aslan, A.(2008), "Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz" MPRA(Munich Personal RePEc Archive)
- Bahar, O. (2006). "The Effect of Tourism Sector on the Economic Growth of Turkey: VAR Analysis Approach", *Yonetim ve Ekonomi*, 13(2): 137-150

Batman, O.,Cömert, T. Der.(2009), “Türkiye’de Turizm Politikalarının Uygulanmasında Yaşanan Sorunlar”, Batman,O.,Türkay, O.(der.) “ 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Işığında Turizm Politikaları” , Değişim Aktüel Kitabevi, Sakarya

Baum,T.(1991), “Scope of the tourism industry and its employment impact in Ireland”, Services Industry Journal, 11, s. 140-151

Breisinger, C., Thomas, M., Thurlow, J. (2009), “Social Accounting Matrices and Multiplier Analysis: An introduction with exercises”, Food Security in Practice technical guide 5, Washington, D.C: International Food Policy Research Institute (IFPRI)

Bussolo, M., Chemingui, M., O’Connor, D.(2002), “ A Multi-Region Social Accounting Matrix (1995) and Regional Environmental General Equilibrium Model for India (REGEMI), OECD Development Centre, No: 01, <http://www.oecd.org/dev/technics>

Coltman, M.M.(1989), “Introduction to Travel and Tourism. An International Approach

Cooper,M., Pigram, J. (1984), “Tourism and the Australian economy”, Tourism Management, 5(1), 2-12

Coşkun, N.Ö (2004) “Tourism Statistics and Tourism Satellite Accounts in Turkey” Conference programme for the 7th International Forum on Tourism Statistics 9-11 June 2004, Sweden

Defourny, J., Thorbecke, E.(1984), “Structural Path Analysis and Multiplier Decomposition within a Social Accounting Matrix Framework”, The Economic Journal, 94(373), 111-136

Dilber, İ.(2007) “ Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi” Yönetim ve Ekonomi 14 (2), 206-220

Egeli, H. A. (1997) “Türk Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Diğer Sektörlerle İlişkisi”, Dokuz Eylül Üniv., İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:12, Sayı:2, 111-133.

Ennew, C.(2003), “Understanding the Economic Impact of Tourism”, Som Nath Chib Memorial Lecture

Erten, H.(2009), “Türkiye için Sektörel Sosyal Hesaplar Matrisi Üretme Yöntemi ve İstihdam Üzerine Bir Hesaplanabilir Genel Denge Modeli Uygulaması”, DPT Uzmanlık Tezi, Ankara

- Frechtling, D. C. (1994), "Assessing the Impacts of Travel and Tourism- Measuring Economic Benefits" in *Travel, Tourism and Hospitality Research, A Handbook for Managers and Researchers*, eds Ritchie J.R.B. ve Goldner, C.R., New York: John Wiley, 367-391
- Geerts, F. (2000) "The governance of urban tourism A comparative analysis of Dutch and English networks", Bristol, United Kingdom.
- Gökovalı, U. (2010), "Contribution of Tourism to Economic Growth in Turkey", *Anatolia Journal*, 21(1), 139-154
- Göymen, K.(2000), "Tourism and Governance in Turkey", *Annals of Tourism Research*, 27, 1025-1048
- Gül, H., Blake, A.(2011), " The Evolution of Tourism Multipliers: Turkey 1979-2002", The 3rd Conference of the International Association for Tourism Economics, Bournemouth, UK, 4-7 July.
- Gülbahar, O. (2009), " 1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönetimler" , Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, 14(1), 151-177
- Gündüz, L., Hatemi-J, A. (2005). "Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey?" *Applied Economics Letters*, 12: 499-504.
- Hall, C.M.(1994), "Tourism and Politics: Policy, Power, and Place" ,Wiley, New York.
- Heng,T., Low,L.(1990), "Economic impact of tourism in Singapore", *Annals of Tourism Research*, 17, 246-269
- Henry, E., Deane,B.(1997), " The contribution of tourism to the economy of Ireland in 1990 and 1995", *Tourism Management*, 18(8), s. 535-553
- İçöz, O. Kozak, M.(1998), *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- İstanbulu, F.D.(2001), " Ekonominin Yapısı ve Turizm Sektörü Açısından Uydu Hesap Sisteminin Bağlı Yeri ve Önemi" *Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 16(1), 81-92
- Kar, M. vd.(2004), "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme" *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* (8) 87-112

Katırcıoğlu, S. T. (2009) “Revisiting the Tourism-led-Growth Hypothesis for Turkey Using the Bounds Test and Johansen Approach for Cointegration”, *Tourism Management*, 30: 17-20.

Khan,H., Seng,C.,Cheong, W. (1989), “ The economic and social impact of tourism on Singapore” in Tisdell, C., Aislabee, C. ve Stanton, J. eds, *Economics of Tourism: Case Study and Analysis*, University of Newcastle, Callaghan

Kızılgöl, O., Erbaykal, E. (2008). “The Relationship between Tourism Revenues and Economic Growth in Turkey: A Causality Analysis”, *Suleyman Demirel University, The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 13(2): 351-360.

Kozak, N. vd. (1997) *Genel Turizm*, Turhan Kitabevi, Ankara.

Köse, A.H., Yeldan E. (1996), “Çok Sektörlü Hesaplanabilir Genel Denge Modellerinin Veri Tabanı Üzerine Notlar: Türkiye 1990 Sosyal Hesaplar Matrisi”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 23(1)

Lin, T., Sung, Y. (1983), “ Hong Kong”, in Pye, E., ve Lin., T., eds, *Tourism in Asia: The Economic Impact*, Singapore University Press, Singapore

Liu, J. vd. (1984) “Tourist-income multipliers for Turkey” *Tourism Management*, 5(4), 280-287

Olalı, H. (1984) *Turizm Dersleri*, İstikbal Matbaası, İzmir

Ongan, S., Demiröz, D. M. (2005). “The Contribution of Tourism to the long-run Turkish Economic Growth”, *Ekonomicky Casopis (Journal of Economics)*, 53(9): 880-894

Özgüç, N.(2003) *Turizm Coğrafyası Özellikler-Bölgeler*, Çantay Kitabevi, İstanbul

Özkök, F.(2006), “Yoksulluğun Azaltılmasında Turizmin Yeri” *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (15), 85-98

Öztürk, I., Acaravcı, A. (2009). “On the Causality between Tourism Growth and Economic Growth: Empirical Evidence from Turkey”, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 25E: 73-81.

Pavaskar, M. (1997), “Employment effects of tourism and the Indian experience”, *Journal of Travel Research*, s. 32-38

- Pollard, D. (1976), "Antigua, West Indies: an example of the operation of the multiplier process arising from tourism", *Revue de Tourism*, 3, s. 30-34
- Powell, M., Round, I.J. (1998), "A Social Accounting Matrix for Ghana, 1993", Ghana Statistical Service, Accra, Ghana
- Pyatt, G., Round, J.I. (1979) "Accounting and Fixed Price Multiplier in a Social Accounting Matrix Framework" *Economic Journal*, 89 (356), 850-873
- Pyatt, G., Round, J.I. (1985) "Social Accounting Matrices: A Basis for Planning", A World Bank Symposium, Washington D.C
- Pyatt, G., Roe, A. (1977), "A SAM Approach to Modelling, *Journal of Policy Modeling*, 10, 301-337
- Robinson, S., Cattaneo, A., El-Said, M. (1998), "Estimating a Social Accounting Matrix Using Cross Entropy Methods" International Food Policy Research Institute, Trade and Macroeconomics Division Working Paper No.33, Washington, USA
- Robinson, S., Roland-Holst, D.W. (1988), "Macroeconomic structure and computable general equilibrium models" *Journal of Policy Modelling*, 10(3), 353-375
- Roland-Holst, D.W., Sancho, F. (1992), "Relative Income Determination in the United States: A Social Accounting Perspective", *Review of Income and Wealth Series* 38(3)
- Roland-Holst, D.W., Sancho, F. (1995), "Modeling Prices in A Sam Structure", *The Review of Economics and Statistics*, 77(2), 361-371
- Round, J. (2003), "Constructing SAMs for Development Policy Analysis: Lessons Learned and Challenges Ahead", *Economic System Research*, 15(2)
- Sadoulet, E., de Janvry, A. (1995) "Quantitative Development Policy Analysis" The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London
- Selçuk, N.G., Başar, S. (2006) "Turizm Uydu Hesapları" *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 7(2), 53-70
- Song, B., Ahn, C. (1983), "Korea", in Pye, E., ve Lin., T., eds, *Tourism in Asia: The Economic Impact*, Singapore University Press, Singapore

- Stone, R. (1981), “Aspects of economic and social modelling”, 126, Librairie Druz, Geneva.
- Stone, R. (1985), “ The Disaggregation of the Household Sector in the National Accounts in Social Accounting Matrices, A Basis for Planning”, Pyatt, G., Round J.I.(eds), Washington, The World Bank: 145-185
- Telli, Ç. (2004), “ Sosyal Hesaplar Matrisi Üretme Yöntemi ve Türkiye Uygulaması”, DPT Yıllık Programlar ve Konjöntür Değerlendirme Genel Müdürlüğü, Ankara
- Thorbecke, E.(1988), “The Impact of Stabilization and Structural Adjustment Measures and Reforms on Agriculture and Equity”, içinde E.Berg(ed.), Policy Reform and Equity: Extending the benefits of development, San Francisco: Institute for Contemporary Studies.
- Thorbecke, E.(1994), “ Intersectoral linkages and their impact on rural poverty alleviations: A social accounting matrix approach, Austria”, United Nations Industrial Development Organization
- Toker, B. (2007), “Türkiye'de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi”, Yönetim ve Ekonomi 14(2) 81-92
- Tosun, C.(1999), “An Analysis of the economic contribution of inbound international tourism in Turkey”, Tourism Economics, 5(3) , 217-250
- Unur, K., İçöz, O.(2004) “ Turizm Uydu Hesapları” D.E.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 6(1)
- Wagner, J.E. (1997), “Estimating The Economic Impacts of Tourism” Annals of Tourism Research, 24(3), 592-608
- Wanhill, S(1998) “Attractions. In Tourism: Principles and Practices”, Cooper C, Fletcher J, Gilbert D, Wanhill S, Sheperd R. Sheperd R (ed).. Addison Wesley Longman: Harlow
- Whalley, J., Hilaire, F.(1987), “ A Microconsistent Data Set for Canada for Use in Regional General Equilibrium Policy Analysis”, Review of Income and Wealth, 33(3), 327-341
- Yıldırım, J.,Öcal, N. (2004). “Tourism and Economic Growth in Turkey”, *Ekonomik Yaklaşım*, 15(52-53): 131-141

İnternet Kaynakları

www.dpt.gov.tr (Devlet Planlama Teşkilatı)

www.itkib.org.tr (İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri)

www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr

www.oecd.org (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)

www.sis.gov.eg (Mısır İstatistik Kurumu)

www.tcmb.gov.tr (Türkiye Merkez Bankası)

www.tuik.gov.tr (Türkiye İstatistik Kurumu)

www.turizm.gov.tr (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı)

www.turofed.org.tr (Türkiye Otelciler Federasyonu)

www.tursab.org.tr (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)

www.ttyd.org.tr (Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği)

www.unwto.org (Dünya Turizm Örgütü- United Nations World Tourism Organization)

www.wttc.org (Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi- World Travel and Tourism Council)

www.zmo.org.tr (Ziraat Mühendisleri Odası)

EKLER

Ek 1:

Tablo Ek 1: Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları

| Bölge | | Asgari Sabit Yatırım Tutarı | Destek Unsurları |
|-------|---|-----------------------------|---|
| I | Tekirdağ-Edirne-Kırklareli-İzmir-Bursa-Eskişehir-Bilecik-Kocaeli-Sakarya-Düzce-Bolu-Yalova-Ankara | 1.000.000 (BirMilyon) TL | <ul style="list-style-type: none"> ● Gümrük Vergisi Muafiyeti ● KDV İstisnası ● Vergi İndirimi ● Yatırım yeri tahsisi |
| II | Balıkesir-Çanakkale (Bozcaada, Gökçeada hariç)-Aydın-Denizli-Muğla-Antalya-Isparta-Burdur-Adana-Mersin | | |
| III | Konya-Karaman-Hatay-Kahramanmaraş-Osmaniye-Kırıkkale-Aksaray-Niğde-Nevşehir-Kırşehir-Manisa-Afyon-Kütahya-Uşak-Kayseri-Sivas-Yozgat-Zonguldak-Karabük-Bartın-Samsun-Tokat-Çorum-Amasya-Gaziantep-Adıyaman-Kilis | 500.000 (Beş yüz bin) TL | <ul style="list-style-type: none"> ● Gümrük Vergisi Muafiyeti ● KDV istisnası ● Vergi İndirimi ● Yatırım Yeri Tahsisi ● Faiz Desteği |
| IV | Kastamonu-Çankırı-Sinop-Trabzon-Ordu-Giresun-Rize-Artvin-Gümüşhane-Erzurum-Erzincan-Bayburt-Ağrı-Kars-Ardahan-Iğdır-Van-Muş-Bitlis-Hakkâri-Malatya-Elazığ-Bingöl-Tunceli-Şanlıurfa-Diyarbakır-Mardin-Batman-Şırnak-Siirt-Çanakkale ili Bozcaada,Gökçeada İlçeleri | | |

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Teşvik Çalışma Grubu, 2009

Ek 2: TSA Tabloları

Tablo Ek 1: Turizm endüstrisi ve diğer endüstrilerde gayri safi sabit sermaye oluşumu

| Sermaye Malları | TURİZM ENDÜSTRİLERİ | | | | | | | | | | | | Diğer End. | | | Turizm ve diğer endüstrilerde toplam turizm gayrisafi sabit sermaye oluşumu | | | |
|--|---------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|--|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------|---|---------------|-----------|--------|---|--|--|--|
| | 1. Otel ve benzeri | 2-İkinci konut sahipliği | 3.Restoran ve benzeri | 4.Demiryolu Yolu Taşımacılığı | 5.Kart Yolu Taşımacılığı | 6. Deniz yolu taşımacılığı | 7.Havayolu taşımacılığı | 8.Yolcu taşımacılığını destekleyen hizmetler | 9.Yolcu taşıma aracı kiralama | 10.Seyahat Acentası ve benzeri | 11.Kültürel hizmetler | 12.Yardımcı ve diğer rekreasyonel hizmetler | Kamu Yönetimi | Diğerleri | Toplam | | | | |
| A- Üretilen finansal olmayan kıymetler A.1 Maddi sabit kıymetler 1- Turizm Konaklaması 1.1 Otel ve diğer toplu konaklama hizmetleri 1.2 Turizm amaçlı konutlar 2- Diğer binalar ve yapılar 2.1 Restoranlar ve benzer binalar 2.2 Kara, demir, hava ve deniz yolu yolcu taşımacılığı için bina ve altyapı 2.3 Kültürel ve benzeri hizmetler için binalar 2.4 Spor, eğlence ve dinlenme için binalar 2.5 Diğer binalar ve yapılar 3- Yolcu taşıma araçları 3.1 Kara yolu ve demiryolu 3.2 Deniz yolu 3.3 Hava yolu 4- Makine ve teçhizat A.2 Maddi olmayan sabit kıymetler B. Turizm amaçlı kaynak kullanımında gelişme | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TOPLAM | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tablo Ek 2: Turizm Endüstrilerinin ve Diğer Endüstrilerin Üretim Hesapları

| Ürünler | TURİZM ENDÜSTRİLERİ | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|--------------------------|-----------------------|-------------|--------------------------|----------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------|--------|
| | 1. Otel ve benzeri | 2-İkinci konut sahipliği | 3.Restoran ve benzeri | 4.Demiryolu | 5.Kart Yolu Taşımacılığı | 6. Deniz yolu taşımacılığı | 7.Havayolu taşımacılığı | 8.Yolcu taşımacılığım destekleyen | 9.Yolcu taşıma aracı kiralama | 10. Kültürel hizmetler | TOPLAM |
| A- Turizme Özgü Ürünler A.1 Tipik Ürünler 1- Konaklama Hizmetleri 1.1 Otel ve diğer konaklama hizmetleri 1.2 (Kendi hesabına, bedava) ikinci konutlar 2- Yiyecek ve içecek servisi hizmetleri 3- Yolcu taşıma hizmetleri 3.1 Şehirlerarası demiryolu 3.2 Karayolu 3.3 Deniz yolu 3.4 Hava yolu 3.5 Yardımcı hizmetler 3.6 Ulaşım aracı kiralama 3.7 Bakım ve tamir hizmetleri 4- Seyahat Acentası, Tur Operatörü ve Turist Rehberlik Hizmetleri 4.1 Seyahat Acentası 4.2 Tur Operatörü | 1 875 999 036 | 55 016 404 | 1 103 685 853 | 6 754 401 | 497 153 854 | 29 176 607 | 24 133 986 | 146 782 761 | 102 524 287 | | |

| | | |
|--|--|--|
| 4. Üretim | | |
| 5. Yapı işleri ve inşaat | | |
| 6. Ticari hizmetler, restoranlar ve otel hizmetleri | | |
| 7. Ulaşım, depolama ve iletişim hizmetleri | | |
| 8. Ticari Faaliyetler | | |
| 9. Toplumsal, sosyal ve kişisel hizmetler | | |
| Toplam ara tüketim (Satın alma fiyatlarıyla) | | |
| Aktivitelerin toplam gayrisafi katma değeri (Temel Fiyatlarla) | | |
| Çalışanların Ücretleri | | |
| Üretim üzerine konulan diğer vergiler | | |
| Gayri safi karışık (mixed) gelir | | |
| Gayrisafi işlem fazlası | | |

Tablo Ek 4: Sektörel Uyumluluk

| No | KOD | Sektörler | 2002 Girdi-Çıktı Tablosundaki No'su |
|----|-----|--|---|
| 01 | AGR | Tarım | 01,02,03 |
| 02 | MIN | Madencilik | 04,05,06,07,08 |
| 03 | FDB | Gıda ve İçecek Üretimi | 09,10 |
| 04 | TEX | Tekstil Üretimi | 11,12,13 |
| 05 | WOO | Ağaç Ürünleri Üretimi | 14,15,16,30,31 |
| 06 | COK | Kömür ve Rafine Petrol Ürünleri Üretimi | 17,18,19,20 |
| 07 | MET | Metal Ürünleri Üretimi | 21,22,23,24,25,26,27,28,29 |
| 08 | EGS | Elektrik, gaz ve buhar üretimi | 32,33 |
| 09 | CON | İnşaat | 34 |
| 10 | MOT | Motor ve motorlu araçların satış ve tamiri | 35,36 |
| 11 | RET | Diğer Toptan ve Perakende Ticaret | 37 |
| 12 | HOR | Otel ve Restaurant | 38 |
| 13 | TRA | Taşımacılık (Kara, deniz ve hava) | 39,40,41 |
| 14 | STA | Destekleyici Seyahat Acentaları Hizmetleri | 42 |
| 15 | COM | Posta ve Haberleşme | 43 |
| 16 | FOS | Finansal hizmetler, operatörsüz makine ve malzeme kiralama, savunma, eğitim ve sağlık hizmetleri | 44,45,46,48,49,50,51,52,53,54,55,56,58,59 |
| 17 | RES | Emlak Hizmetleri | 47 |
| 18 | CRS | Kültür, Eğlence ve Spor Hizmetleri | 57 |
| 19 | TOU | Turizm | Yeni bir sektör olarak oluşturulmuştur |

Tablo Ek 6: Harcama Türüne Göre Turizm Geliri ve Diğer Harcamalar, 2002

| Harcama Türü | Toplam | | Yabancı | | Vatandaş | |
|---|----------------|-------|---------------|-------|---------------|-------|
| | (Dolar) | (%) | (Dolar) | (%) | (Dolar) | (%) |
| Turizm Geliri | 11 900 925 508 | 100.0 | 9 009 677 606 | 100.0 | 2 891 247 902 | 100.0 |
| Kişisel Harcama Toplamı | 9 416 948 607 | 79.1 | 6 560 404 842 | 72.8 | 2 856 543 765 | 98.8 |
| Paket Tur Toplamı (Türkiye'de Kalan) | 2 483 976 901 | 20.9 | 2 449 272 763 | 27.2 | 34 704 137 | 1.2 |
| Kişisel Harcama Toplamı | 9 416 948 607 | 79.1 | 6 560 404 842 | 72.8 | 2 856 543 765 | 98.8 |
| Yeme-içme Toplamı | 2 309 738 714 | 24.5 | 1 487 322 506 | 22.7 | 822 416 209 | 28.8 |
| Grıda | 970 401 393 | 10.3 | 417 246 591 | 6.4 | 553 154 802 | 19.4 |
| İçecek | 235 651 468 | 2.5 | 163 903 869 | 2.5 | 71 747 599 | 2.5 |
| Lokanta | 1 103 685 853 | 11.7 | 906 172 045 | 11.7 | 197 513 808 | 6.9 |
| Konaklama Toplamı | 1 931 015 440 | 20.5 | 1 682 781 797 | 25.7 | 248 233 643 | 8.7 |
| Otel, motel, pansiyon | 1 875 999 036 | 19.9 | 1 635 778 908 | 24.9 | 240 220 128 | 8.4 |
| Ev Kiralama | 55 016 404 | 0.6 | 47 002 889 | 0.7 | 8 013 515 | 0.3 |
| Sağlık Toplamı | 147 843 657 | 1.6 | 61 757 654 | 0.9 | 86 086 003 | 3.0 |
| Sağlık Hizmeti Harcamaları | 127 830 299 | 1.4 | 48 074 705 | 0.7 | 79 755 594 | 2.8 |
| Kaplıca vb. | 20 013 358 | 0.2 | 13 682 949 | 0.2 | 6 330 409 | 0.2 |
| Ulaştırma Toplamı | 557 218 847 | 5.9 | 398 593 012 | 6.1 | 158 625 835 | 5.6 |
| Karayolu Ulaşımı | 497 153 854 | 5.3 | 352 801 178 | 5.4 | 144 352 676 | 5.1 |
| Demiryolu Ulaşımı | 6 754 401 | 0.1 | 4 481 587 | 0.1 | 2 272 814 | 0.1 |
| Denizyolu Ulaşımı | 29 176 607 | 0.3 | 25 265 146 | 0.4 | 3 911 460 | 0.1 |
| Havayolu Ulaşımı | 24 133 986 | 0.3 | 16 045 101 | 0.2 | 8 088 885 | 0.3 |
| Spor, Eğitim, Kültür Toplamı | 248 445 484 | 2.6 | 185 489 069 | 2.8 | 62 956 415 | 2.2 |
| Sportif Faaliyetler | 30 626 895 | 0.3 | 27 633 449 | 0.4 | 2 993 446 | 0.1 |
| Eğitim, Seminer, Toplantı | 13 059 280 | 0.1 | 9 838 611 | 0.1 | 3 220 669 | 0.1 |
| Kültür, Eğlence Hizmetleri | 204 759 309 | 2.2 | 148 017 009 | 2.3 | 56 742 299 | 2.0 |
| Tur Hizmetleri Toplamı | 146 782 761 | 1.6 | 137 854 488 | 2.1 | 8 928 274 | 0.3 |
| Karayolu ile Tur | 80 579 654 | 0.9 | 74 205 648 | 1.1 | 6 374 006 | 0.2 |
| Demiryolu ile Tur | 166 886 | 0.0 | 166 770 | 0.0 | 116 | 0.0 |

| | | | | | | |
|---|---------------|------|---------------|------|---------------|------|
| Denizyolu ile Tur | 66 036 222 | 0.7 | 63 482 070 | 1.0 | 2 554 152 | 0.1 |
| Havayolu ile Tur | | 0.0 | | 0.0 | | 0.0 |
| Diğer Mal ve Hizmetler Toplamı | 4 075 903 704 | 43.3 | 2 606 606 317 | 39.7 | 1 469 297 387 | 51.4 |
| Kişisel Bakım | 49 706 941 | 0.5 | 32 029 058 | 0.5 | 17 677 883 | 0.6 |
| Kişisel Bakım Malzemeleri | 88 620 942 | 0.9 | 59 560 994 | 0.9 | 29 059 948 | 1.0 |
| Giyecek ve Ayakkabı | 1 127 091 352 | 12.0 | 779 435 404 | 11.9 | 347 655 948 | 12.2 |
| Tütün, Sigara | 87 927 116 | 0.9 | 57 856 993 | 0.9 | 30 070 123 | 1.1 |
| Oto Kiralama | 102 524 287 | 1.1 | 76 415 563 | 1.2 | 26 108 724 | 0.9 |
| Haberleşme | 59 501 507 | 0.6 | 32 877 363 | 0.5 | 26 624 144 | 0.9 |
| Hediyelik Eşya | 694 615 672 | 7.4 | 488 588 572 | 7.4 | 206 027 100 | 7.2 |
| Gazete, dergi vb. | 27 100 949 | 0.3 | 20 104 666 | 0.3 | 6 996 283 | 0.2 |
| Mücevher, altın, gümüş | 743 944 410 | 7.9 | 476 080 708 | 7.3 | 267 863 702 | 9.4 |
| Halı, kilim vb. | 302 604 199 | 3.2 | 260 099 323 | 4.0 | 42 504 877 | 1.5 |
| Diğer Harcamalar | 792 266 328 | 8.4 | 323 557 674 | 4.9 | 468 708 654 | 16.4 |
| Kaynak: T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı,2003 | | | | | | |

Tablo Ek 7: Makro SHM'nin Şematik Gösterimi

| Aktiviteler | Mal ve Hizmetler | İşgücü | Sermaye | Arazi | Firmalar | Hane halkı | Kamu | Özel Sermaye Birikimi | Kamu Sermaye Birikimi | Dış Alem | Toplam |
|-----------------------|--|-----------------|------------------|----------------|--|--------------------------------|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| Mal ve Hizmetler | Yurtiçi Satışlar | | | | | | Subvansiyonlar | | | Mal ve Hizmet İhracatı | Toplam Arz |
| İşgücü | | | | | | Özel Tüketim | Kamu Tüketimi | Özel Yatırım | Kamu Yatırımı | İşçi Dövizleri | Yurtiçi Toplam Talep İşgücü Geliri |
| Sermaye | | | | | | | | | | Yurtdışından Sermaye Ödemeleri | Sermaye Geliri |
| Arazi | | | | | | | | | | Yurtdışından Arazi Gelirleri | Arazi Geliri |
| Firmalar | | | Sermaye Geliri | | | | Üretim Teşvikleri+İç Borç Faizi | | | Firmalar Döviz Gelirleri | Firmalar Geliri |
| Hane halkı | | İşgücü Geliri | Sermaye Geliri | Arazi Geliri | Firmalardan Hane halkına Kar Transferleri | Hane halkı arası Transferler | Hane halkına Transferler | | | İşçi Gelirleri | Hane halkı Geliri |
| Kamu | Satış Vergisi+Gümrük Vergisi+İhracat Vergisi | İşgücü Vergisi | Sermaye Vergisi | Arazi Vergisi | Kurumlar Vergisi+Kamu Faktör Gelirleri | Vergi Dışı Gelir+Gelir Vergisi | Kamu Transferi | | | Net Karşılıksız Transferler | Devlet Geliri |
| Özel Sermaye Birikimi | | | | | | Özel Yatırım | | | | | Özel Yatırımın Kaynağı |
| Kamu Sermaye Birikimi | | | | | | | Kamu Tasarrufu | Sermaye Transferi | | | Kamu Yatırımının Kaynağı |
| Dış Alem | Mal ve Hizmet İthalatı | | | | Dış Borç Faizi+Yurtdışı Net Kar Transferleri | | Kamu Kesimi Dış Borç Faizi | | | | Dış Alem Geliri |
| Toplam | Toplam Yurtiçi Mal ve Hizmet Arzı | İşgücü Maliyeti | Sermaye Maliyeti | Arazi Maliyeti | Firmalar Gideri | Hane halkı Gideri | Devlet Gideri | Özel Yatırımlar | Kamu Yatırımları | Dış Alem Gideri | |

Kaynak: Telli (2004)'den uyarlanmıştır.

Tablo Ek 8: Makro SHM

| Aktiviteler | Mallar | Üretim faktörleri | | | Kurumlar | | | Sermaye hesabı | | Dış dünya | TOPLAM |
|------------------|--------|-------------------|---------|-------|----------|---------------|--------------|------------------|------------------|-----------|--------|
| | | İşgücü | Sermaye | Arazi | Firmalar | Hane halkları | Kamu sektörü | Özel tasarruflar | Kamu yatırımları | | |
| | 516 | | | | | | | | | 73 | 593 |
| Mallar | 320 | | | | | 200 | | 40 | 15 | | 610 |
| İşgücü | 70 | | | | | | | | | 3 | 73 |
| Sermaye | 156 | | | | | | | | | 4 | 160 |
| Arazi | 31 | | | | | | | | | 1 | 32 |
| Firmalar | | | 21 | | | | | | | 3 | 57 |
| Hane halkları | | 61 | 138 | 18 | 45 | 31 | | | | 1 | 305 |
| Kamu sektörü | 16 | 9 | 1 | 14 | 6 | 12 | | | | 3 | 95 |
| Özel tasarruflar | | | | | | 62 | | | | 8 | 70 |
| Kamu yatırımları | | | | | | | | 30 | | | 15 |
| Dış dünya | 85 | | | | 6 | | | | | | 96 |
| TOPLAM | 593 | 610 | 160 | 32 | 57 | 305 | 70 | 15 | | 96 | |

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ek 3: Turizm Gelir Çarpan Katsayıları

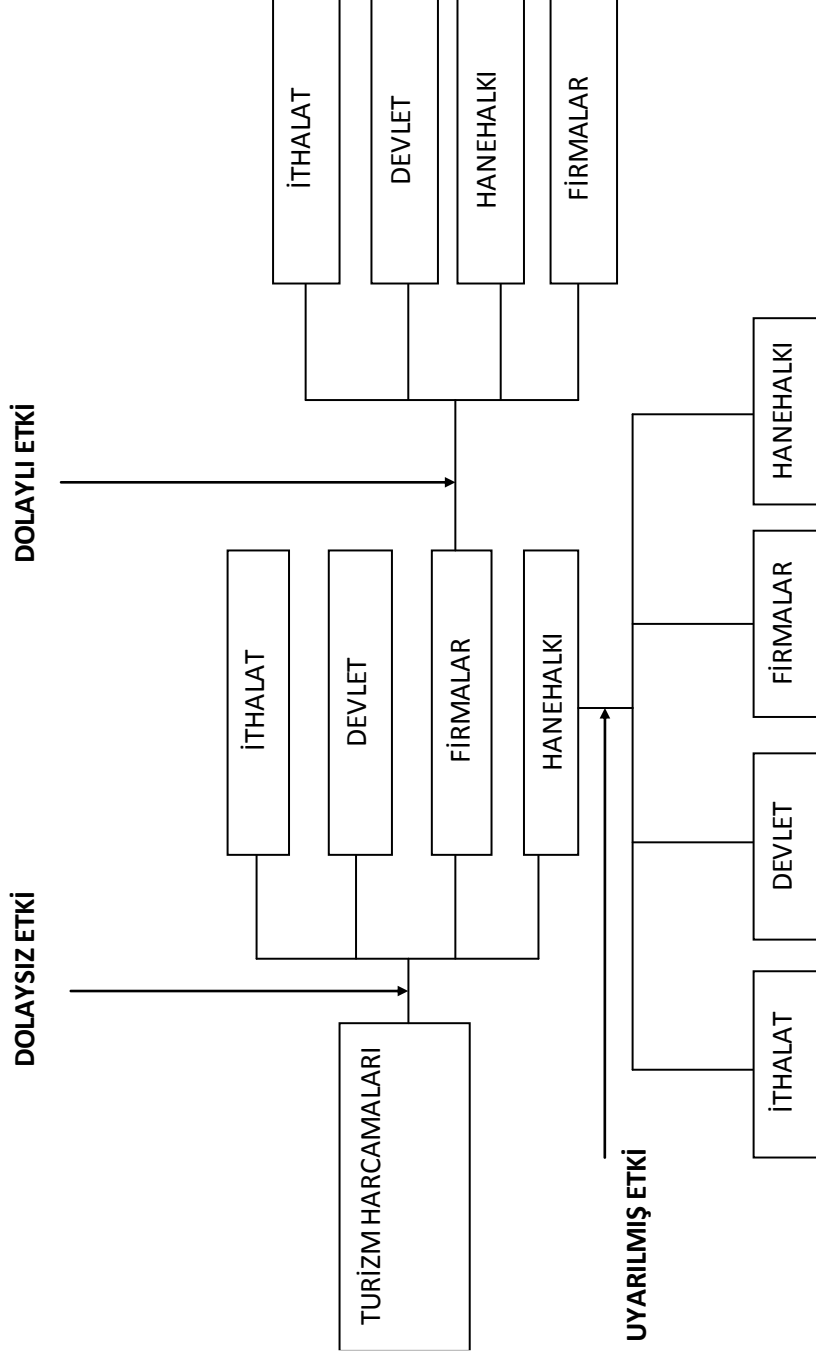
Gelir çarpanı temel bir araç olup, turist harcamalarındaki bir birim artışın ekonomi genelinde ne kadar gelir yarattığını göstermektedir. Turizm gelir çarpanı bir bölge ya da ülkede turizmin ekonomiye olan etkisi ölçmek için sıklıkla tercih edilen bir yöntem olup, bölgenin ekonomik hacmine, coğrafi büyüklük ve çeşitliliğine, ekonomi içindeki sektörlerin yapısına, ekonomideki yapı değişikliklerine (bölgeye yeni endüstrilerin girmesi), ekonomide meydana gelen fiyat değişmelerine ve turizm sektörü genellikle mevsimsel olduğu için zamana göre değişiklik göstermektedir. Bunun yanında, bölge halkının ve turizm işletmelerinin tasarruf eğilimi ile ülke turizminin marjinal ithalat eğilimi sızıntıların az veya çok olmasını belirleyeceği için çarpan değerini de etkileyecektir.

Turizm gelirlerinin ekonomi içindeki etkileri üç şekilde ortaya çıkmaktadır: Dolaysız, *dolaylı ve uyarılmış etkiler*.

- a) **Dolaysız Etkiler (Direct effects):** Turistlerin doğrudan harcama yapmasından dolayı turizmle ilgili olan işletmelerin (otel, restoran, taşımacılık) harcamasından elde edilen satış, gelir ve yaratılan istihdamdır. Örneğin, bir otelde geceleleyen turist sayısının artması dolaysız olarak otel sektörünün satışlarının artması demektir. Ek otel odası satışı ve bu satışın ücret ve maaş gibi otel ödemelerinde, vergilerde ve arz edilen mallarda ve hizmetlerde artış sağlaması turist harcamalarının dolaysız (direct) etkisidir.
- b) **Dolaylı Etkiler (Indirect effects):** Geri bağ etkili endüstrilerdeki (turizm sektörü tarafından satın alınan mal ve hizmetler) ekonomik aktivitelerdeki değişiklik sonucu ortaya çıkan etkidir. Örneğin, otel odası satışlarının artması sonucu, otele daha fazla yatak takımı ihtiyacı doğması sonucu, arz endüstrisi olan tekstil sektöründe satış, iş ve gelirin artış göstermesi turizmdeki dolaylı etkilere örnektir.
- c) **Uyarılmış Etkiler (Induced effects):** Turizm harcamasının bir sonucu olarak dolaysız veya dolaylı olarak elde edilen gelirin hane halkı tarafından harcanması sonucu ekonomik aktivitelerde meydana gelen etkilerdir. Örneğin, otel ve tekstil sektöründe çalışan kişiler dolaysız veya dolaylı olarak turizmden etkilenecek, elde ettikleri gelirleri ev ihtiyaçları, gıda, ulaşım, diğer mal ve hizmet ihtiyaçları için harcayacaktır. Bu hane halkı harcamalarının diğer (turizmle ilgili olmayabilir) endüstrilerde yarattığı satış, gelir, iş gibi etkiler uyarılmış (induced) etkilere örnektir.

Bu etkiler şematik olarak Şekil Ek 3.1'de gösterilmektedir. Gelir yaratan harcama şeklindeki bu akışlar diğer harcamaları da teşvik edip ekonominin diğer sektörlerindeki ikincil etkilerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Mazumder vd.2009). Bu şekilde bir birim turist harcaması bir ekonomi veya bölge üzerinde dolaysız, dolaylı (üretim etkili), ve uyarılmış (tüketim etkili) etkiye sahip olmuş olacaktır. Turist harcamalarının çarpan etkisini içeren bu süreç para dolaşımından tasarruf, vergi ve ithalat gibi sızıntılar şeklinde dışarı çıkana devam edecektir. Bu şekilde bu kombinasyona turizm çarpanı adı verilmektedir (Wanhill, 1994).

Şekil Ek 1: Turizm Harcamalarının Etkilerinin Şematik Gösterimi



KAYNAK: Ennew (2003)'den uyarlanmıştır.

Bu çalışmada turizm gelir çarpanları normal çarpan ve oran çarpanları olmak üzere iki şekilde gösterilmiştir. Normal çarpanlar, turizm harcamaları sonucu oluşan dolaysız, dolaylı ve uyarılmış etkilerin toplamından oluşmaktadır. Diğer gösterim ise oran çarpanlarıdır. Oran çarpanları tanım olarak gelirden meydana gelen bir değişimin birincil (dolaysız) ve ikincil (dolaylı ve uyarılmış) gelirden nasıl bir değişiklik meydana getirdiğini anlamına gelmektedir. Bu çalışmada iki çeşit oran çarpanları hesaplanmıştır. Bunlar “Tip I” ve “Tip II” olarak formüle edilmiştir:

$$\text{Tip I} = (\text{Dolaysız} + \text{Dolaylı}) \text{ çarpanlar} / \text{Dolaysız çarpanlar}$$

$$\text{Tip II} = (\text{Dolaysız} + \text{Dolaylı} + \text{Uyarılmış}) \text{ çarpanlar} / \text{Dolaysız çarpanlar}$$

Bu çalışmada sadece yabancı turistleri ve yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşlarını dikkate alarak turizm çarpan hesaplaması yoluna gidilmiştir. Bunun sebebi ise iç turizm ve geceleme yapan yerli turist sayısı hakkında güvenilir veri olmamasıdır. Yabancı turist ve yurtdışında ikamet eden Türk vatandaşlarının harcama kalemleri TÜİK tarafından hazırlanan ve de 2002 yılı için Turizm Uydu Hesapları oluşturulmasına katkıda bulunan verilerden elde edilmiştir (KTB, 2003, s.79). Turizm çarpanları oluşturulması için gerekli olan diğer sektör verileri ise Türkiye İstatistik Kurumunun en son yayınlamış olduğu 2002 yılına ait Girdi-çıkıtı tablosundan elde edilmiştir (TÜİK, 2002). Bu girdi-çıkıtı tablosu 59 sektörden oluşmaktadır. Turizm çarpanları normal ve oran olarak hesaplanmıştır. Tablo Ek 3.2 normal (dolaysız, dolaylı ve uyarılmış) ve oran (Tip I ve Tip II) çarpanlarının Türkiye için hesaplanmış olan değerleri göstermektedir.

Tablo Ek 1: Türkiyede Sektörlerin Gelir Çarpanları

| Sektörler | Normal | | | | Oran | |
|---|----------|---------|-----------|--------|-------|--------|
| | Dolaysız | Dolaylı | Uyarılmış | Toplam | Tip I | Tip II |
| 1.Tarım | 0.634 | 0.249 | 0.662 | 1.545 | 1.392 | 2.436 |
| 2.Ormançılık | 0.768 | 0.100 | 0.560 | 1.428 | 1.13 | 1.859 |
| 3.Balıkçılık | 0.766 | 0.168 | 0.637 | 1.571 | 1.219 | 2.05 |
| 4.Kömür Madenciliği | 0.425 | 0.135 | 0.407 | 0.967 | 1.317 | 2.275 |
| 5.Petrol ve Doğalgaz | 0.058 | 0.013 | 0.05 | 0.121 | 1.224 | 2.086 |
| 6. Uranyum Madenciliği | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 7. Metal cevheri madenciliği | 0.319 | 0.213 | 0.473 | 1.005 | 1.667 | 3.15 |
| 8. Taş Ocağı | 0.514 | 0.284 | 0.633 | 1.431 | 1.552 | 2.784 |
| 9. Gıda ve İçecek Üretimi | 0.246 | 0.594 | 1.002 | 1.842 | 3.414 | 7.487 |
| 10.Tütün Ürünleri Üretimi | 0.323 | 0.498 | 0.897 | 1.718 | 2.541 | 5.318 |
| 11.Tekstil Üretimi | 0.245 | 0.458 | 0.803 | 1.506 | 2.869 | 6.146 |
| 12.Giysi, kıyafet üretimi | 0.271 | 0.517 | 0.913 | 1.701 | 2.907 | 6.276 |
| 13. İşlenmiş deri, bavul ve ayakkabı üretimi | 0.232 | 0.450 | 0.779 | 1.461 | 2.939 | 6.297 |
| 14. Ağaç ürünleri üretimi | 0.238 | 0.474 | 0.834 | 1.546 | 2.991 | 6.495 |
| 15.Kağıt ve Kağıt Ürünleri Üretimi | 0.217 | 0.363 | 0.652 | 1.232 | 2.672 | 5.677 |
| 16.Basılmış ve yeniden üretilmiş medya ürünleri | 0.361 | 0.393 | 0.789 | 1.543 | 2.088 | 4.274 |
| 17.Kömür, rafine edilmiş petrol üretimi | 0.137 | 0.151 | 0.227 | 0.515 | 2.102 | 3.759 |
| 18.Kimyasal ürünleri üretimi | 0.170 | 0.247 | 0.449 | 0.866 | 2.452 | 5.094 |
| 19.Kauçuk ve plastik ürünler üretimi | 0.228 | 0.362 | 0.655 | 1.245 | 2.587 | 5.46 |
| 20.Diğer metal olmayan mineral ürünlerinin üretimi | 0.350 | 0.423 | 0.801 | 1.574 | 2.208 | 4.497 |
| 21.Metal üretimi | 0.152 | 0.264 | 0.468 | 0.884 | 2.736 | 5.815 |
| 22.İşlenmiş metal ürünleri üretimi | 0.248 | 0.318 | 0.600 | 1.166 | 2.282 | 4.701 |
| 23.Makine üretimi | 0.205 | 0.191 | 0.395 | 0.791 | 1.931 | 3.858 |
| 24.Ofis makineleri ve bilgisayarların üretimi | 0.051 | 0.038 | 0.084 | 0.173 | 1.745 | 3.392 |
| 25.Elektrikli makine ve aletlerin üretimi | 0.204 | 0.288 | 0.541 | 1.033 | 2.411 | 5.063 |
| 26.Radyo,televizyon ve iletişim araçlarının üretimi | 0.117 | 0.225 | 0.397 | 0.739 | 2.923 | 6.316 |
| 27.Medikal,optik araçlar ve saat üretimi | 0.087 | 0.115 | 0.218 | 0.42 | 2.321 | 4.827 |
| 28.Motorlu araçlar üretimi | 0.167 | 0.306 | 0.546 | 1.019 | 2.832 | 6.101 |
| 29. Diğer ulaşım araçlarının üretimi | 0.227 | 0.159 | 0.359 | 0.745 | 1.7 | 3.281 |
| 30.Mobilya Üretimi | 0.211 | 0.388 | 0.693 | 1.292 | 2.838 | 6.123 |
| 31.Geri Dönüşüm | 0.220 | 0.493 | 0.855 | 1.568 | 3.24 | 7.127 |
| 32.Elektrik, gaz, buhar ve sıcak su üretimi | 0.310 | 0.366 | 0.720 | 1.396 | 2.18 | 4.503 |
| 33.Suların toplanması, temizlenmesi ve dağıtımı | 0.811 | 0.122 | 0.635 | 1.568 | 1.15 | 1.933 |
| 34.İnşaat | 0.457 | 0.365 | 0.762 | 1.584 | 1.798 | 3.466 |
| 35.Motorlu araçlar ve motosikletlerin satışı,tamiri ve bakımı | 0.538 | 0.319 | 0.752 | 1.609 | 1.592 | 2.99 |
| 36.Toptan satış ve komisyon ticareti | 0.588 | 0.323 | 0.794 | 1.705 | 1.549 | 2.899 |
| 37.Motorlu araçlar ve motosikletlerin perakende satışı | 0.687 | 0.244 | 0.739 | 1.67 | 1.355 | 2.43 |
| 38.Otel ve restoranlar | 0.465 | 0.442 | 0.893 | 1.8 | 1.95 | 3.87 |
| 39.Kara taşımacılığı ve borularla yapılan | 0.586 | 0.297 | 0.672 | 1.555 | 1.506 | 2.653 |

| | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| taşımacılık | | | | | | |
| 40. Deniz Taşımacılığı | 0.459 | 0.210 | 0.515 | 1.184 | 1.457 | 2.579 |
| 41.Hava Taşımacılığı | 0.349 | 0.478 | 0.778 | 1.605 | 2.369 | 4.598 |
| 42. Destekleyici ulaşım hizmetleri | 0.490 | 0.416 | 0.855 | 1.761 | 1.848 | 3.593 |
| 43. Posta ve Haberleşme | 0.549 | 0.341 | 0.813 | 1.703 | 1.621 | 3.102 |
| 44. Sigorta ve emeklilik fonları hariç finansal aracılık | 0.621 | 0.289 | 0.764 | 1.674 | 1.465 | 2.695 |
| 45. Sigorta ve emeklilik fonları | 0.424 | 0.205 | 0.540 | 1.169 | 1.483 | 2.757 |
| 46. Finansal aracılık hizmetleri | 0.430 | 0.482 | 0.946 | 1.858 | 2.12 | 4.32 |
| 47. Emlakçılık | 0.793 | 0.152 | 0.662 | 1.607 | 1.191 | 2.026 |
| 48.Operatörsüz makine ve teçhizat kiralaması | 0.532 | 0.344 | 0.776 | 1.652 | 1.646 | 3.105 |
| 49. Bilgisayar ve ilgili hizmetler | 0.628 | 0.267 | 0.749 | 1.644 | 1.425 | 2.617 |
| 50 .Araştırma ve Geliştirme | 0.333 | 0.451 | 0.842 | 1.626 | 2.354 | 4.882 |
| 51.Diğer iş aktiviteleri | 0.617 | 0.249 | 0.710 | 1.576 | 1.403 | 2.554 |
| 52. Kamu Yönetimi ve Savunma; Zorunlu sosyal savunma | 0.580 | 0.284 | 0.734 | 1.598 | 1.489 | 2.755 |
| 53. Eğitim | 0.787 | 0.163 | 0.675 | 1.625 | 1.207 | 2.064 |
| 54. Sağlık ve sosyal işler | 0.521 | 0.362 | 0.831 | 1.714 | 1.694 | 3.289 |
| 55.Kanlızasyon,atık ve benzeri faaliyetler | 0.509 | 0.372 | 0.848 | 1.729 | 1.73 | 3.396 |
| 56.Üyelik organizasyon hizmetleri | 0.550 | 0.387 | 0.882 | 1.819 | 1.703 | 3.307 |
| 57.Eğlence, kültürel ve sportif hizmetler | 0.503 | 0.330 | 0.777 | 1.61 | 1.656 | 3.2 |
| 58.Diğer hizmet aktiviteleri | 0.559 | 0.336 | 0.804 | 1.699 | 1.601 | 3.039 |
| 59.Hane halkı çalışanları | 1.000 | 1.538 | 0.561 | 1.562 | 1.000 | 1.562 |

Tablo Ek 2’de de görüldüğü gibi otel ve restoran sektörü için gelir çarpan değeri 1.8’dir. Buna göre her bir Türk Lirası harcama, Türkiye ekonomisi için 1.8 birimlik bir gelir yaratmakta, bu gelirlerin 0.465’lük kısmı dolaysız etki, 0.442’lik kısmı dolaylı etki ve 0.893’lük kısmı ise uyarılmış etkilerden oluşmaktadır. Bu değerler göstermektedir ki, otel ve restoran harcamalarının Türkiye ekonomisi üzerinde gelir yaratan ikincil (dolaylı ve uyarılmış) etkileri yüksektir.

Tablo Ek 2: Turizmle İlişkili Sektörlerin Çarpanlarının Karşılaştırılması (1979 ve 2002)

| | Dolaysız Çarpan | | Dolaylı Çarpan | | Turizm Harcamalarındaki Yüzdesi |
|---------------------|-----------------|-------|----------------|-------|---------------------------------|
| | 1979 | 2002 | 1979 | 2002 | 2002 |
| Otel ve Restoranlar | 0.383 | 0.465 | 0.391 | 0.442 | 31.6 |
| Kara Taşımacılığı | 0.554 | 0.586 | 0.160 | 0.297 | 5.3 |

Tablo Ek 3, Türkiye için hesaplanmış olan turizm çarpanlarını göstermektedir. Bu şekilde turizmin Türkiye ekonomisi için yaptığı etki dolaysız, dolaylı ve de uyarılmış olarak hesaplanmıştır. Oran çarpanları, bölge ekonomisinin kendi kendine yeterliliğinin bir göstergesi olarak kullanılmaktadır. Turizm çarpanları tablosundaki bu oran çarpanları sırasıyla 2.027 ve 4.053'tür.

Tablo Ek 3: Turizm Çarpanları

| TURİZM | | Normal | | | | Oran | |
|--------|---------------------------------|----------|---------|-----------|--------|-------|--------|
| | | Dolaysız | Dolaylı | Uyarılmış | Toplam | Tip I | Tip II |
| 2002 | Yurtdışında Yaşayan Vatandaşlar | 0.380 | 0.468 | 0.882 | 1.730 | 2.231 | 4.552 |
| | Yabancı Turistler | 0.442 | 0.436 | 0.858 | 1.736 | 1.986 | 3.927 |
| | Turizm | 0.430 | 0.442 | 0.871 | 1.743 | 2.027 | 4.053 |
| 1979 | Yurtdışında Yaşayan Vatandaşlar | 0.532 | 0.282 | 1.216 | 2.030 | 1.530 | 3.817 |
| | Yabancı Turistler | 0.462 | 0.327 | 1.180 | 1.969 | 1.707 | 4.258 |
| | Turizm | 0.483 | 0.311 | 1.170 | 1.981 | 1.524 | 3.802 |

1984 yılında yapılan ve Türkiye için turizm çarpan değerlerini gösteren Liu vd. çalışmasında bu oranlar sırasıyla 1.524 ve 3.802'dir (Tablo Ek 3). Bu değerler, geçmişe oranla Türk turizminin ithalata bağımlılığının azaldığını ve kendi kendine yeterlilik oranının arttığını göstermektedir. Bu oranların yükselmesindeki diğer bir neden ise bilgi teknolojisi araçlarının ve bu teknolojinin tanıdığı olanakların artmasıdır. Bilgi teknolojileri Türkiye'de turizmin pazarlanmasını kolaylaştırmıştır.

Çarpanların büyük olması, ziyaretçi tarafından yapılan harcamaların büyük bir oranının o bölge ekonomisi içinde kaldığını göstermektedir. Bu nedenle Türkiye için yüksek bir turizm gelir çarpanı ekonomide sektörler arasındaki bağlantıların çok güçlü olduğuna ve yapılan harcamaların sistem içinde kalarak sektörlerin birbirine gelir sağlamasına yol açmaktadır. Sektörlerin bu şekilde birbirleri ile bağlantılı olup, turizm sektöründen faydalanmaları dolaylı

etkilerin de büyük olması demektir. Liu vd. (1984) çalışması ile kıyasladığımızda, o yıllarda 0.311 olan dolaylı etki değeri, 2002 yılında 0.442 olmuştur.

Bu kapsamda otel ve restoranlar özel öneme sahiptir, çünkü bu sektörler tatil destinasyonunda turist harcamalarının çok büyük bir kısmının yapıldığı sektörler olup, ayrıca emek yoğun sektörlerdir. Bu nedenle bu sektörler buldukları bölgede dolaysız ve uyarılmış etkiler gibi ikincil etkileri artırarak bölge ekonomisine katkıda bulunmaktadır. Turizmle ilişkili sektörlerinin çarpanlarının karşılaştırılması yapılmak istendiğinde Liu vd. (1984) çalışmasında otel ve restoranlara ait olan dolaysız ve dolaylı etkiler sırasıyla 0.383 ve 0.391 iken, 2002 yılı verileri ile yapılan bu çalışmada bu değerler sırasıyla 0.465 ve 0.442'dir. Dolaysız etki 0.465 turizm endüstrisi ortalaması olan 0.43'ten büyüktür. Benzer şekilde turistlerin yaptığı harcama içinde önemli bir payı olan kara taşımacılığı değerleri de gelişme göstermiştir. 1979 yılında kara taşımacılığının dolaysız ve dolaylı etkisi 0.554 ve 0.160 iken, 2002 değerleri ile hesap edildiğinde 0.586 ve 0.297 olmuştur (Tablo Ek 2). Otel ve restoran ile kara taşımacılığının turizm sektörü içindeki payı önemlidir. Turizm Uydu Hesapları kapsamında oluşturulan gelen yabancı turist harcamalarında (TUIK, 2003) otel ve restoranlar % 31.6, kara taşımacılığı ise % 5.3 paya sahiptir. Otel ve restoran sektörü ile birlikte kara taşımacılığı sektörü turistlerin en çok yararlandığı ve harcama yaptıkları sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle bu sektörlerle ilişkin turizm gelir çarpanlarının tahmin edilmesi ve geçmiş yıllara göre karşılaştırılmasının yapılması turizmin ülke ekonomisi açısından önemini anlamak açısından önemli olacaktır.

Tablo Ek 4: A_{ij} Matrisinin Elde Edilmesi

| | Aktiviteler | | Mallar | | Faktörler | Hane halkı | Dış Alem | Toplam |
|--------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | A1 | A2 | C1 | C2 | F | H | E | |
| A1 | | | X ₁ | | | | | X ₁ |
| A2 | | | | X ₂ | | | | X ₂ |
| C1 | Z ₁₁ | Z ₁₂ | | | | C ₁ | E ₁ | Z ₁ |
| C2 | Z ₂₁ | Z ₂₂ | | | | C ₂ | E ₂ | Z ₂ |
| F | V ₁ | V ₂ | | | | | | V |
| H | | | | | V ₁ + V ₂ | | | Y |
| E | | | L ₁ | L ₂ | | S | | E |
| Toplam | X ₁ | X ₂ | Z ₁ | Z ₂ | V | Y | E | |

Yukarıda verilmiş olan basitleştirilmiş Mikro SHM’de sütunlar (içsel hesaplar) kendi sütun toplamlarına bölündüğünde katsayı matrisleri elde edilmiş olur. Burada dikkat edilmesi gereken elde edilen katsayısı matrisi dışsal şokların etkisini görebilmek için dış alem hesaplarının katsayısı alınmamaktadır.

| | Aktiviteler | | Mallar | | Faktörler | Hane halkı | Dış Alem | Toplam |
|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------|---------------|----------------|----------------|
| | A1 | A2 | C1 | C2 | F | H | E | |
| A1 | | | $b_1 = X_1/Z_1$ | | | | | X ₁ |
| A2 | | | | $b_2 = X_2/Z_2$ | | | | X ₂ |
| C1 | $a_{11} = Z_{11}/X_1$ | $a_{12} = Z_{12}/X_2$ | | | | $c_1 = C_1/Y$ | E ₁ | Z ₁ |
| C2 | $a_{21} = Z_{21}/X_1$ | $a_{22} = Z_{22}/X_2$ | | | | $c_2 = C_2/Y$ | E ₂ | Z ₂ |
| F | $v_1 = V_1/X_1$ | $v_2 = V_2/X_2$ | | | | | | V |
| H | | | | | 1 | | | Y |
| E | | | $l_1 = L_1/Z_1$ | $l_2 = L_2/Z_2$ | | $s = S/Y$ | | E |
| Toplam | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | E | |

Değerler

- X Herbir aktivite için brüt çıktı (X₁ ve X₂)
- Z Her mal için toplam talep (Z₁ ve Z₂)
- V Toplam faktör gelirleri
- Y Toplam hane halkı geliri
- E Dışsal Hesaplar (kamu sektörü, yatırım ve ihracat)

Oranlar

- a Teknik katsayılar (girdi veya ara girdilerin üretim içindeki payları)
- b Yerli çıktının toplam talep içindeki payı
- v Katma değerin veya faktör gelirin brut çıktı içindeki payı
- l İthalat veya mal vergilerinin toplam talep değerinin içindeki payı
- c Hane halkı tüketim harcamaları oranı
- s Hane halkı tasarruf oranı (hane halkı gelirinin bir oranı olarak tasarruflar)

Kaynak: Breisinger vd. (2009, s.18'den uyarlanmıştır.)

Tablo Ek 2: Sabit Fiyatlı Mikro SHM

| MİLYAR YTL | Aktiviteler | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Mallar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Üretim Faktörleri | | | Kurumlar | | | Sermaye hesabı | | Dış dünya | TOPLAM | | |
|-------------|-------------------------|--------------|---------------|------------------|----------------|------------|-----------|---------------|--------|------------------|------------------|------------|------------------|-----------------|------------------|------------|-------------|-------------------|--------|----------------|--------------|---------------|------------------|----------------|------------|-----------|---------------|--------|------------------|------------------|------------|------------------|-----------------|------------------|------------|-------------|-------------------|--------|-------------------|---------|-----------|-----------|--------------|--------------|----------------|------------------|-----------|--------|---|---|
| | Tarım, avcılık ve maden | Maden kömürü | Gıda ürünleri | Tekstil ürünleri | Ağaç ve mantar | Kok kömürü | Ana metal | Elektrik, gaz | İnşaat | Motorlu taşıtlar | Motorlu taşıtlar | Oteller ve | Kara taşımacılık | Destekleyici ve | Posta ve telekom | Sigorta ve | Gayrimenkul | Eğlence, dinlenme | Turizm | Tarım, avcılık | Maden kömürü | Gıda ürünleri | Tekstil ürünleri | Ağaç ve mantar | Kok kömürü | Ana metal | Elektrik, gaz | İnşaat | Motorlu taşıtlar | Motorlu taşıtlar | Oteller ve | Kara taşımacılık | Destekleyici ve | Posta ve telekom | Sigorta ve | Gayrimenkul | Eğlence, dinlenme | Turizm | İşgücü | Sermaye | Arazi | Firmalar | Hanehalkları | Kamu sektörü | Özel | Kamu yatırımları | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | | | | Firmalar | Hanehalkları | Kamu sektörü | Özel | Kamu yatırımları | | | | |
| Aktiviteler | Tarım, avcılık | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 60,55 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Maden kömürü | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7,38 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Gıda ürünleri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 41,60 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Tekstil ürünleri | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 44,84 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Ağaç ve mantar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17,27 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Kok kömürü | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 35,10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Ana metal | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 46,54 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Elektrik, gaz | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 19,80 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | İnşaat | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 24,90 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Motorlu taşıtlar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 33,80 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Motorlu taşıtlar | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22,29 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Oteller ve | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15,10 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Kara taşımacılık | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 43,30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Destekleyici ve | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13,99 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Posta ve telekom | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10,20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Sigorta ve | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 49,77 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Gayrimenkul | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | Eğlence, dinlenme | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2,29 | 0,00 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Turizm | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,02 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mallar | Tarım, avcılık | 7,3 | 0,02 | 12,8 | 1,4 | 0,5 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,2 | 1,1 | 0,0 | 0,0 | 0,3 | 0,2 | 0,0 | 4,1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 28 | 5 | 2,30 | 0,90 | 0 | 64,62 | | | | |
| | Maden kömürü | 0,03 | 0,15 | 0,12 | 0,13 | 0,17 | 6,49 | 0,87 | 3,03 | 0,55 | 1,02 | 0,19 | 0,04 | 0,00 | 0,00 | 0,01 | 0,11 | 0,08 | 0,00 | 0,13 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1,80 | -0,46 | 3,41 | 0,04 | 0 | 17,93 | | | | | | |
| | Gıda ürünleri | 3,00 | 0,01 | 5,68 | 0,54 | 0,04 | 0,15 | 0,02 | 0,00 | 0,01 | 0,11 | 0,10 | 2,24 | 0,06 | 0,01 | 0,00 | 0,46 | 0,19 | 0,02 | 1,30 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 18,73 | 9,56 | 1,30 | 0,23 | 0 | 43,77 | | | | | | |
| | Tekstil ürünleri | 0,0 | 0,02 | 0,1 | 21,4 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,0 | 0,1 | 0,2 | 0,7 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,3 | 0,2 | 0,0 | 0,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9,58 | 13,16 | 2,04 | 0,60 | 0 | 49,96 | | | | | | |
| | Ağaç ve mantar | 0,1 | 0,02 | 0,7 | 0,5 | 3,2 | 0,7 | 0,6 | 0,0 | 0,7 | 0,7 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 1,5 | 0,2 | 0,2 | 1,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5,04 | 1,13 | 3,21 | 0,07 | 0 | 21,00 | | | | | | |
| | Kok kömürü | 2,9 | 0,40 | 1,8 | 5,6 | 1,8 | 10,7 | 3,7 | 0,2 | 4,4 | 1,4 | 0,6 | 0,4 | 3,0 | 0,4 | 0,0 | 2,0 | 2,2 | 0,0 | 2,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6,35 | 6,01 | -1,82 | -0,70 | 0 | 53,56 | | | | | | |
| | Ana metal | 0,7 | 0,30 | 0,4 | 0,4 | 2,5 | 1,2 | 21,4 | 0,8 | 5,7 | 1,5 | 0,5 | 0,1 | 2,1 | 0,3 | 0,8 | 1,8 | 0,7 | 0,0 | 1,6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25,12 | 12,98 | 1,20 | -0,05 | 0 | 82,12 | | | | | | |
| | Elektrik, gaz | 0,4 | 0,18 | 0,3 | 0,7 | 0,4 | 0,8 | 1,3 | 7,3 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0,4 | 0,1 | 0,0 | 0,2 | 1,0 | 0,2 | 0,0 | 0,9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2,360 | 0,930 | 1,2 | -0,000002 | 0 | 19,95 | | | | | | |
| | İnşaat | 0,1 | 0,01 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,5 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,1 | 0,4 | 0,7 | 0,0 | 0,3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17,2000 | 5,25 | -0,000001 | -0,000001 | 0 | 24,90 | | | | | | |
| | Motorlu taşıtlar | 1,6 | 0,24 | 1,4 | 2,6 | 0,9 | 2,0 | 2,8 | 0,2 | 1,2 | 2,2 | 0,7 | 0,3 | 3,0 | 0,3 | 0,2 | 1,2 | 0,4 | 0,0 | 1,5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8,450 | 2,558 | -0,000001 | 0,000000 | 0 | 33,78 | | | | | | |
| | Motorlu taşıtlar | 0,3 | 0,04 | 1,3 | 1,7 | 0,6 | 0,9 | 1,5 | 0,1 | 0,7 | 0,2 | 0,2 | 0,3 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0,4 | 0,3 | 0,0 | 0,8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 12,25 | 0,52 | -0,000624 | -0,000237 | 0 | 22,27 | | | | | | |
| | Oteller ve | 0,0 | 0,04 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,3 | 0,1 | 0,0 | 0,4 | 0,5 | 0,0 | 0,3 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8,78 | 2,73 | 0,900000 | 0,630000 | 0 | 15,09 | | | | | | |
| | Kara taşımacılık | 0,8 | 0,14 | 2,0 | 1,8 | 0,8 | 2,0 | 2,2 | 0,4 | 1,0 | 2,0 | 1,4 | 0,5 | 4,8 | 1,3 | 0,2 | 1,8 | 0,5 | 0,0 | 1,6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 17,75 | 1,91 | -0,030000 | 1,030000 | 0 | 45,95 | | | | | | |
| | Destekleyici ve | 0,0 | 0,04 | 0,1 | 0,3 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,0 | 0,1 | 0,4 | 0,1 | 0,2 | 4,1 | 2,7 | 0,1 | 0,8 | 0,3 | 0,0 | 0,7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,15 | 2,82 | -0,30 | 0,10 | 0 | 17,31 | | | | | | |
| | Posta ve telekom | 0,0 | 0,01 | 0,0 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,1 | 0,0 | 0,1 | 1,0 | 0,6 | 0,1 | 0,3 | 0,2 | 0,5 | 0,6 | 0,1 | 0,0 | 0,5 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3,07 | 2,06 | 0,67 | 0,70 | 0 | 10,90 | | | | | | |
| | Sigorta ve | 1,3 | 0,25 | 0,8 | 1,7 | 0,7 | 2,2 | 1,7 | 0,3 | 1,1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI : Hasan GÜL

Doğum Tarihi ve Yeri : 21/05/1978, Bahçe

Medeni Durumu : Bekar

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Adana Abdulkadir Paksoy Lisesi

Lisans Diploması : İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Bölümü

Yüksek Lisans Diploması : Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F, İktisat Bölümü

Tez Konusu : Sosyal Hesaplar Matrisi Çerçevesinde Turizm Sektöründe Talep Yönlü Şokların Etki Analizi

Yabancı Dil : İngilizce

Bilimsel Faaliyetler**İş Deneyimi**

Stajlar : IMT Advanced Studies, Lucca, İTALYA

Projeler : 2010.03.0107.001 no'lu Bilimsel Araştırmalar Projesi

Çalıştığı Kurumlar : Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi

Adres : Akdeniz Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü 07058

Kampüs/ANTALYA

Telefon No : 0 533 316 28 52