

Mukayeseli Üstünlük Teorisi Yaklaşımı ile Türkiye Turizm Sektöründe Katma Değeri Yüksek Ürünler ile Büyüme Vizyonu

The Vision of Growth with High Value-Added Products in the Tourism Sector of Turkey with the Approach of Comparative Advantage Theory

Dr. Mehmet Tevfik İzgi  [0000-0002-5393-2501](https://orcid.org/0000-0002-5393-2501)

Abstract

The foreign trade balance in the economy of Türkiye is negative. This negative situation in the current account balance and the loss of foreign currency are reduced by tourism income. The foreign trade deficit in the first quarter of 2023 is approximately 35 billion USD. In 2022, foreign trade deficit of approximately 110 billion USD and tourism income of 46 billion USD was realized. With all the constraints in the supply of tourism goods and services in our country, the aim of the simplex algorithm method is to present more tourism income, more profit margin and high value-added products to the tourism market. The data set is taken from TUIK producer price indices. Accommodation sector capacities are taken from the Ministry of Culture and Tourism's Facility Statistics data. The application of the optimum decision-making process in multivariate problems based on empirical findings and linear programming tools used in the article. Profit maximization in tourism goods and services is calculated with the simplex algorithm method. David Ricardo examined foreign trade in the Theory of Comparative Advantage, considering that foreign active tourism, touristic goods and services are sold to foreigners in the country, this economic theory can also be used for the tourism sector if an approach is made in this way. This study aims to contribute to a scientific growth vision approach with the increase in the sales volume of touristic goods and services with high added value in the tourism sector, which has an opportunity cost advantage.

1 Giriş

Mukayeseli üstünlük teorisi, bir ülkenin veya bir şirketin diğer ülkeler veya şirketlerle karşılaştırıldığında hangi ürün veya hizmetlerde rekabet avantajına sahip olduğunu belirlemeye çalışan bir ekonomi teorisidir. Bu teori, bir ülkenin veya şirketin, diğerlerine göre daha düşük maliyetle ve daha yüksek verimlilikle belirli bir mal veya hizmet üretebileceği durumları araştırır. Mukayeseli üstünlük teorisine göre, bir ülkenin veya şirketin üretim sürecindeki avantajları, kaynaklarının ve faktör potansiyel gücü (doğal kaynaklar, işgücü becerileri, teknoloji vb.) ile ilişkilidir. Örneğin, bir ülkenin ucuz işgücüne sahip olması veya doğal kaynaklarının bolluğu, o ülkenin belirli bir malı daha düşük maliyetle üretebilmesini sağlayabilir (Gupta, 2015). Bu durumda, bu ülke o malda mutlak üstünlüğe sahiptir. Ancak mukayeseli üstünlük teorisi, bir ülkenin veya şirketin mutlak üstünlüğe sahip olmasına gerek olmadığını savunur. İki ülke arasındaki ticaret avantajları, o ülkelerin farklı ürünlerdeki maliyet avantajlarına dayanabilir. Bir ülke veya şirket, diğer bir ülke veya şirketten daha düşük maliyetle bir mal üretebilirken, diğer mal veya hizmetlerde maliyet avantajına sahip olmayabilir (Murdock, 2020). Bu durumda, iki ülke veya şirket arasında uzmanlaşma ve ticaret yapmak, her ikisi için de daha fazla refah sağlayabilir. Mukayeseli üstünlük teorisi, David Ricardo tarafından geliştirilen ve serbest ticaretin faydalarını vurgulayan temel bir teodir (Topuz & Coşkun, 2018). Bu teori, uluslararası ticaretin ve uzmanlaşmanın, ülkelerin ve şirketlerin kendi üretim avantajlarına odaklanarak toplam refahı artırabileceğini savunur (Dornbusch vd., 1977).

Türkiye turizm sektörü, birçok üstünlüğe sahip olan önemli bir sektördür. Türkiye'nin turizm sektöründe bazı üstünlükleri Tablo 1'dedir. Tablo 1'deki faktörler, Türkiye'yi turizm sektöründe çekici bir destinasyon haline getirmektedir. Ancak, sektörün geliştirilmesi için sürdürülebilir turizm politikaları, kaliteli turizm hizmetleri ve turizm altyapısının güçlendirilmesi gibi önemli adımların da atılması gerekmektedir.

İktisadi açıdan katma değer, bir şirketin veya bir ekonomik birimin üretim sürecinde ekonomiye kattığı değeri ifade eder. Bir mal veya hizmetin üretim aşamalarında, girdi maliyetlerinin (ham madde, işgücü, enerji vb.) çıktı değerini aşması durumunda, bu fark katma değer olarak adlandırılır. Katma değer, bir ekonomik birimin üretim faaliyetleriyle ortaya çıkar ve ekonomik büyüme, gelir dağılımı ve refah düzeyi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Katma değer, ekonomideki verimlilik, rekabet gücü ve yenilikçilik gibi faktörlerin bir ölçüsüdür (Dornbusch vd., 1977). Örneğin, bir fabrika, ham maddeleri işleyerek bir ürün üretirse, bu üretim sürecinde katma değer yaratmış olur. Fabrikanın elde ettiği ürünün satış fiyatı, kullanılan ham maddelerin maliyetini ve işgücü maliyetini aşarsa, bu fark katma değeri temsil eder. Katma değer, işçilerin üretim sürecine kattığı emek, fabrikanın teknolojik yenilikleri, verimlilik artışı veya pazarlama stratejileri gibi unsurlarla da ilişkilidir. Katma değer, bir ekonomideki gelir dağılımını da etkiler. Bir ekonomik birim katma değer yarattığında, bu ekonomik birim çalışanlarına ve hissedarlarına daha fazla gelir sağlama potansiyeline sahip olur (Güneş, vd., 2015). Dolayısıyla, katma değer, ekonomideki refahın artmasına ve ekonomik büyümeye katkıda bulunur.

Coğrafi Konum: Türkiye, Avrupa, Afrika ve Asya'nın ortasında bulunmasıyla avantajlı bir konumdadır. Bu, turistlerin kolaylıkla ulaşabileceği ve çeşitli kültürel, tarihi ve doğal güzellikleri keşfedebileceği anlamına gelir.
Zengin Tarihi ve Kültürel Miras: Türkiye, binlerce yıllık tarihi ve zengin kültürel mirasıyla dikkat çekmektedir. İstanbul'daki Ayasofya ve Topkapı Sarayı, Kapadokya'daki peri bacaları, Efes Antik Kenti, Pamukkale'deki beyaz traverten terasları gibi birçok tarihi ve arkeolojik alan turistler için cazip noktalar.
Doğal Güzellikler: Türkiye, çeşitli doğal güzelliklere sahiptir. Akdeniz ve Ege kıyılarındaki plajlar, Likya Yolu gibi yürüyüş rotaları, Kapadokya'nın benzersiz kaya oluşumları, Pamukkale'nin termal suları gibi doğal turistik yerler turistlerin ilgisini çeker.
Çeşitli Turizm Olanakları: Türkiye, farklı turizm olanaklarına sahiptir. Kumsallar, su sporları, yat turları, dağ tırmanışı, kış sporları, termal turizm, sağlık turizmi ve kongre turizmi gibi çeşitli seçenekler sunar.
Misafirperverlik: Türk kültüründe misafirperverlik önemli bir değerdir. Türk insanları, turistlere sıcak karşılama, yardımseverlik ve misafirperverlik gösterme konusunda ün yapmıştır.
Ulaşım Altyapısı: Türkiye, geniş bir ulaşım altyapısına sahiptir. Uluslararası havaalanları, otobanlar, demiryolları ve deniz yolu bağlantıları, turistlerin kolaylıkla seyahat etmelerini sağlar.
Çeşitlilik ve Konaklama Seçenekleri: Türkiye, lüks tatil köylerinden butik otellere, pansiyonlardan kamp alanlarına kadar çeşitli konaklama seçenekleri sunar. Böylece turistlerin bütçelerine ve tercihlerine uygun seçenekler bulunabilir.

Tablo 1. Türkiye'nin Turizm Üstünlükleri Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023; Özgüç, 2017.

Katma değer, bir ekonomide rekabet avantajı yaratma ve sürdürme açısından da önemlidir. Bir şirketin ürün veya hizmetleri, rakiplerine göre daha yüksek katma değer sağlıyorsa, bu şirketin pazarda daha rekabetçi olma şansı daha yüksektir. Sonuç olarak, katma değer, bir ekonomik birimin üretim sürecinde yarattığı değeri ifade eden kavramdır. Ekonomik büyüme, gelir dağılımı ve rekabet gücü üzerinde önemli bir rol oynar (Seyidoğlu, 2018).

Turizmde katma değer, bir turizm destinasyonunda üretilen mal ve hizmetlerin toplam değerine eklenen değeri ifade eder. Katma değer, turizm sektöründeki faaliyetlerin ekonomik etkisini ölçmek için kullanılan bir kavramdır. Katma değer, bir turizm destinasyonunda yaratılan turist harcamalarının yerel ekonomiye nasıl yansımalarını gösterir (Zengin, 2010).

Türkiye turizm sektöründe katma değer fırsatları şunları içerebilir:

Turist Harcamaları: Turistlerin konaklama, yeme-içme, ulaşım, alışveriş, eğlence gibi harcamaları turizm sektöründe doğrudan bir katma değer yaratır. Turistlerin bu harcamaları, otelcilik, restoranlar, ulaşım şirketleri, alışveriş merkezleri gibi birçok sektörü destekler ve yerel ekonomiye katkı sağlar.
İstihdam Olanakları: Turizm sektörü, doğrudan ve dolaylı olarak birçok kişiye istihdam sağlar. Oteller, restoranlar, turizm acenteleri, rehberlik hizmetleri gibi turizm işletmeleri binlerce kişiye iş imkanı sunar. Turizm, özellikle kırsal bölgelerde ve turistik destinasyonlarda istihdam yaratma potansiyeline sahiptir.
Yerel Üretim ve Hizmetler: Turizm sektörü, yerel üretim ve hizmet sektörlerine talep yaratır. Turistlerin yöresel ürünleri satın alması, yerel el sanatlarına ve geleneksel üretimlere olan talebi artırır. Bu da yerel üreticiler ve el sanatları ustaları için yeni pazarlar ve iş fırsatları oluşturur.
Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması: Turizm sektörü, kültürel ve doğal mirasın korunmasına da katkı sağlar. Turizm sayesinde tarihi ve kültürel değerlere olan talep artar ve bu alanların restorasyonu, korunması ve sürdürülebilir yönetimi için kaynaklar oluşturulur.
Yatırım Olanakları: Turizm sektörü, yatırım fırsatları sunar. Turizm altyapısının geliştirilmesi, yeni otellerin, restoranların, rekreasyon alanlarının, ulaşım ağlarının kurulması ve turizm teknolojilerinin kullanılması için yatırımlar gereklidir. Bu yatırımlar, yerel ekonomiye ve istihdama olumlu etkileri olan projeleri teşvik eder.

Tablo 2. Turizm Sektöründe Katma Değer Fırsatları Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023.

Tablo 2'de görüldüğü üzere Türkiye binlerce yıllık Anadolu medeniyetleri, kültürel mirası, ılıman iklimi, doğası ve çeşitli turizm potansiyeliyle katma değer fırsatlarına sahiptir. Sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması, kaliteli turizm hizmetlerinin sunulması ve turizm altyapısının güçlendirilmesi, Türkiye'nin turizm sektöründeki katma değer potansiyelini artıracaktır.

Bir ülkenin iktisadi olarak büyümesi, belirli bir dönemdeki gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) değerinin, bir önceki döneme göre artması anlamına gelir. GSYİH, bir ülkede üretilen mal ve hizmetlerin toplam değerini temsil eder. İktisadi büyüme, bu toplam değer artmasıyla ifade edilir ve genellikle yıllık bazda hesaplanır. İktisadi büyüme, bir ülkenin ekonomik aktivitelerindeki genel artışı ve refah düzeyinin artmasını ifade eder. Büyüme, üretim, istihdam, gelir düzeyi, tüketim, yatırımlar ve genel refah gibi birçok ekonomik göstergeleri etkiler. Büyüme vizyonu, bir kurum, şirket veya hükümetin gelecekteki büyüme hedeflerini ve stratejilerini belirleyen bir yaklaşımı ifade eder. Bu vizyon, organizasyonun, ekonomik büyüme, pazar genişlemesi, inovasyon, rekabet avantajı ve

sürdürülebilirlik gibi hedeflere ulaşma konusundaki yönlendirmesini ve yol haritasını tanımlar. Büyüme vizyonu, bir organizasyonun gelecekteki büyüme potansiyelini değerlendirirken, iç ve dış faktörleri dikkate alır. İç faktörler arasında organizasyonun mevcut yetenekleri, kaynakları, teknolojisi ve rekabet gücü yer alırken, dış faktörler arasında pazar trendleri, tüketici talepleri, endüstri dinamikleri ve rekabet koşulları bulunur (Özsoy ve Tosunoğlu, 2017; Peterson & Wesley, 2017).

2 Literatür Taraması

Turizm sektörü ve ekonomik büyüme ilişkisi Yamak vd. (2012) çalışmalarında ele alınmış, yabancı turistlerin ülkemizde yaptığı harcamaların hizmet sektörü dışında tarım ve sanayi sektörlerine kısa dönem ve uzun dönemde nasıl etki edeceği ekonometri modelleriyle, birim kök testleri, nedensellik testi ve koentegrasyon yöntemi ile incelenmiştir. Turizm gelirlerinin hizmet sektörünü ve ilişkili sanayi sektörü gelişimine katkıda bulunduğu bulgularına ulaşımlardır (Yamak vd., 2012). Bahar ve Bozkurt (2010) dinamik panel ve veri analizi kullandıkları çalışmalarında 1998 ile 2005 yılları arasında 21 gelişmekte olan ülke ile turizm sektörü ile ekonomik büyüme ilişkisini uzun dönemde incelemiştir. Pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiş dış aktif turizm geliri %1 artış ile uzun dönem ekonomik büyümeye %2,8'den fazla artışa katkıda bulunduğu sonucuna ulaşımlardır (Bahar & Bozkurt, 2010). Tüleykan (2017) çalışmasında sürdürülebilir turizm üzerine yaptığı çalışmada turizmin döviz kazandırıcı iktisadi katkısının altını çizmiş, çarpan etkisi sonucu diğer sektörler olumlu katkısı olacağını ifade etmiştir. Ayrıca çevre korunması ve temiz enerji kullanılması hususunu vurgulamıştır (Tüleykan, 2017). Şahin (2018) çalışmasında 1994 ile 2008 yılları arasında içinde Türkiye'nin de bulunduğu 12 APEC ülkesinin turizm, ekonomik büyüme ve çevre ilişkisini panel veri analizi kullanılarak incelemiştir. Avusturya, Çin, Endonezya, Filipinler, Japonya, Kore, Malezya, Meksika, Singapur, Şili, Tayland verileri analizinde turizm ile ekonomik büyüme sonucu enerji kullanımı artması ile CO² salınımı miktarının yükseldiği bulgularına ulaşmıştır. Shakouri vd., (2017) 1995 ile 2013 yıllarında aldığı verilerle Asya Pasifik ülkelerinde turizm ve ekonomik büyümenin CO² salınımı miktarı ilişkisini panel veri yöntemi kullanmıştır ve uzun dönemde ilişki olduğu yönde bulgulara ulaşmıştır (Shakouri vd., 2017). Sarı & Aydın (2022) turizm büyüme ilişkisini döviz kuru değişikliği ekleyerek 1998 yılı ilk çeyreği ile 2021 yılı üçüncü çeyrek arasındaki verileri kullanarak ARDL sınır testi yardımıyla Türkiye örneğinde incelemiştir, turizmin gelişmesinin ekonomik büyümenin Granger nedeni olduğu yönünde bulgulara ulaşmış, döviz kuru yükselmesiyle ekonomik büyüme arasında Toda-Yamamoto nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir (Sarı & Aydın 2022). İzgi (2018) doktora tezinde uluslararası turizm aktivitesinin Türkiye GSYİH üzerindeki etkisini Vektör Hata Düzeltme Modeli etkisi yöntemi kullanılarak incelemiştir, ihracata bağlı büyüme hipotezi varsayımlarını turizm sektörüne uyarlamış, turizm kaynaklı kalkınma olup olmayacağını 2002-2015 yılları arasında VEC Modeli yardımıyla ölçmeye çalışmıştır. Turizm akımlarının ödemeler bilançosunda dolaylı olarak olumlu katkıda bulunduğu ve GSYİH üzerinde doğrudan olumlu etkileri olduğu bulgularına ulaşmıştır (İzgi, 2018). İzgi vd. (2018) net turizm gelirleri ile GSYİH konulu çalışmasında kümülatif toplam yaklaşımını kullanmıştır. Granger ve Hatemi-J (2012) nedensellik testleri kullanmış, net uluslararası turizm gelirlerinin gayri safi milli hasıla büyümesine olumlu etkide bulunacağı sonucuna ulaşmıştır (İzgi vd., 2018).

Zengin Tarihi ve Kültürel Miras: Türkiye, binlerce yıllık tarihi ve kültürel mirasıyla dikkat çeker. İstanbul'daki Ayasofya, Kapadokya'daki peri bacaları, Efes Antik Kenti, Pamukkale'deki beyaz traverten terasları gibi birçok önemli tarihi ve arkeolojik alanı bünyesinde barındırır. Bu zenginlik, turistlerin tarihi ve kültürel keşifler yapmak için Türkiye'yi tercih etmelerini sağlar.

Coğrafi Konum: Türkiye, Avrupa, Afrika ve Asya'nın ortasında bulunur. Bu stratejik konumu, çeşitli kültürel etkileşimleri ve farklı bölgeler arasında turistik rota oluşturma potansiyelini artırır. Ayrıca, Türkiye'nin güney sahilleri Akdeniz'e kıyısı olan ve plaj turizmi için cazip bir destinasyon oluşturur.

Doğal Güzellikler: Türkiye, doğal güzellikleriyle de ön plana çıkar. Özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarındaki plajları, gölleri, dağları ve termal kaynakları ile turistlere geniş bir doğal çeşitlilik sunar. Kapadokya bölgesindeki benzersiz kaya oluşumları, Pamukkale'nin beyaz traverten terasları ve Nemrut Dağı'ndaki antik mezarlar gibi yerler, doğal güzelliklerini sergiler.

Sağlık ve Termal Turizm Potansiyeli: Türkiye, termal kaynakların zenginliği ve sağlık turizmi altyapısının gelişmişliğiyle sağlık ve termal turizmde mukayeseli üstünlüklere sahiptir. Kaplıcalar, termal oteller ve sağlık merkezleri, Türkiye'yi sağlık turizmi için cazip hale getirir.

Ulaşım Altyapısı: Türkiye, geniş bir ulaşım ağına sahiptir. Uluslararası havaalanları, limanlar, otoyollar ve demiryolu bağlantıları sayesinde turistlerin kolaylıkla Türkiye'ye ulaşması ve ülke içinde seyahat etmesi mümkündür. İyi gelişmiş ulaşım altyapısı, Türkiye'yi turistler için erişilebilir bir destinasyon haline getirir.

Turizm Çeşitliliği: Türkiye, turizm çeşitliliği konusunda avantajlı bir konumdadır. Kültürel turizm, doğa turizmi, deniz ve plaj turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi, macera turizmi gibi birçok turizm türüne ev sahipliği yapar. Bu çeşitlilik, farklı turist profillerini hedefleyebilme ve yıl boyunca turist çekme potansiyelini artırır.

Tablo 3. Türkiye Turizm Sektörünün Mukayeseli Üstünlükleri Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023.

3 Türkiye Turizm Sektörünün Mukayeseli Üstünlükleri

Türkiye, turizm sektöründe dünyada çeşitli mukayeseli üstünlüklere sahiptir. Tablo 3'te Türkiye Turizm sektöründeki bazı mukayeseli üstünlükleri yazılmıştır.

Türkiye'nin turizm potansiyeli oldukça geniştir ve henüz tam olarak kullanılmayan veya az kullanılan bazı turizm çeşitleri şunlardır: Kültür Turizmi: Türkiye, zengin tarihi ve kültürel mirasıyla büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, kültür turizmi henüz tam anlamıyla değerlendirilememiştir. Daha fazla tanıtım, restorasyon ve koruma çalışmaları ile tarihi ve arkeolojik alanlar turistler için daha cazip hale getirilebilir. Doğa ve Ekoturizm: Türkiye'nin doğal güzellikleri ve biyolojik çeşitliliği, doğa ve ekoturizm için büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, bu turizm türü henüz gelişme aşamasındadır. Milli parklar, doğa rezervleri ve yaban hayatı koruma alanlarının yönetimi, altyapı ve tanıtımı daha da güçlendirilerek doğa ve ekoturizm potansiyeli değerlendirilebilir. Sağlık ve Termal Turizm: Türkiye, termal kaynakların zenginliği ve sağlık turizmi altyapısının gelişmişliğiyle sağlık ve termal turizmde büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, bu turizm türü henüz tam olarak kullanılmamaktadır. Sağlık tesislerinin ve termal kaynakların uluslararası standartlara uygunluğunun artırılması, tanıtım çalışmalarının güçlendirilmesi ve sağlık turizmi paketlerinin geliştirilmesi, bu alanda potansiyelin değerlendirilmesine yardımcı olabilir. Kış Turizmi, Macera ve Spor Turizmi: Türkiye'nin dağlık bölgeleri, nehirleri, denizleri ve doğal parkları, macera ve spor turizmi için büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, bu turizm türü henüz tam olarak gelişmemiştir. Dağcılık, yamaç paraşütü, su sporları, yürüyüş turları, bisiklet turları gibi macera ve spor turizmi aktivitelerinin tanıtımı ve altyapının güçlendirilmesi, bu potansiyelin değerlendirilmesine yardımcı olabilir (Demiroğlu, 2014). Gastronomi Turizmi: Türk mutfağı, çeşitliliği ve lezzetleriyle ön plana çıkar. Ancak, gastronomi turizmi henüz tam olarak kullanılmamaktadır (Demiroğlu & İzgi, 2007; TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Türk mutfağının tanıtımı, geleneksel lezzetlerin korunması ve gastronomi turizmi paketlerinin geliştirilmesi, bu alanda turizm potansiyelini artırabilir.

Türkiye'de son 10 yılda en fazla yabancı turistler tarafından tercih edilen şehirler arasında İstanbul, Antalya ve Kapadokya (Nevşehir) ön plana çıkmaktadır. İstanbul, Türkiye'nin en büyük şehri ve popüler turistik bir destinasyondur. Tarihi ve kültürel mirası, alışveriş olanakları ve uluslararası bağlantıları ile yabancı turistler tarafından sıklıkla ziyaret edilmektedir. Antalya, Türkiye'nin önemli bir turizm merkezi olarak bilinir. Özellikle Akdeniz kıyılarındaki sahil tatil bölgeleri, plajları ve lüks tatil köyleri ile yabancı turistlerin ilgisini çeker. Kapadokya, Nevşehir iline bağlı bir bölge olarak turistler arasında giderek daha popüler hale gelmiştir. Benzersiz kaya oluşumları, yer altı şehirleri ve peri bacaları gibi doğal güzellikleriyle ünlüdür (Özgüç, 2017). Ayrıca Unesco Dünya Kültürel Mirası Listesinde ve aday listesinde Türkiye'den 100' yakın eser yer almaktadır.

Cari işlemler dengesi, bir ülkenin uluslararası ekonomik faaliyetlerinden kaynaklanan tüm gelir ve giderlerin toplamını ifade eder. Cari işlemler dengesi, mal ve hizmet ticareti, gelirler, transferler ve sermaye hareketleri gibi faktörleri içerir. Cari işlemler dengesi hesaplanırken aşağıdaki bileşenler dikkate alınır: Mal ve Hizmet Ticareti: Bir ülkenin mal ve hizmetlerin dış ticaretini içeren ihracat ve ithalat rakamları hesaba katılır. Mal ticareti, mal ihracatı (ekonomiye döviz girdisi) ve mal ithalatı (ekonomiden döviz çıkışı) olarak değerlendirilir. Hizmet ticareti ise turizm, ulaşım, finans, telekomünikasyon gibi hizmet sektörlerinin uluslararası faaliyetlerini kapsar. Gelirler: Bir ülkenin yurt dışındaki yatırımlarından, faizlerden, temettülerden ve işçi transferlerinden elde edilen gelirleri içerir. Bu gelirler ülkeye döviz girişi veya döviz çıkışı sağlar. Transferler: Bir ülkenin yurt dışından veya yurt dışına gerçekleştirilen para transferlerini kapsar (Seyidoğlu, 2017). Örneğin, uluslararası yardımlar, göçmenlerin gönderdiği para transferleri, emeklilik ödemeleri gibi transferler cari işlemler dengesine dahil edilir. Sermaye Hareketleri: Bir ülkenin yabancı yatırımları, portföy yatırımları ve diğer sermaye hareketleri hesaba katılır. Bu, ülkede gerçekleşen doğrudan yabancı yatırımlar, yabancı sermaye girişleri ve çıkışları, hükümet tahvili satışları ve diğer sermaye hareketlerini içerir. Cari işlemler dengesi, tüm bu faktörlerin toplamıdır ve genellikle bir döneme (genellikle yıla) ilişkin olarak hesaplanır. Cari işlemler dengesi pozitif ise (artı değerli), bir ülke döviz fazlası elde etmiş demektir (Yiğit & Açıkalın, 2019). Cari işlemler dengesi negatif ise (eksi değerli), bir ülke döviz açığı yaşamış demektir. Cari işlemler dengesi, bir ülkenin dış ticaret dengesi, uluslararası yatırımlar, döviz kurları ve ekonomik sağlığı hakkında bilgi veren önemli bir göstergedir (Dornbusch vd., 1977).

Türkiye'nin cari işlemler dengesi, ülkenin uluslararası ekonomik faaliyetlerinden kaynaklanan tüm gelir ve giderlerin toplamını ifade eder. Türkiye'nin cari işlemler dengesi genellikle negatif bir seyir izlemiştir, yani uzun yıllardır döviz açığı bulunmaktadır. Ancak, cari işlemler dengesi yıldan yıla değişebilir ve ekonomik koşullar, dış ticaret dengesi, yabancı sermaye girişleri, turizm gelirleri gibi faktörlerden etkilenebilir. Özellikle 2018 ve 2019 yıllarında Türkiye'nin cari işlemler dengesi önemli bir açık vermiştir. Bu dönemde dış ticaret açığı, yüksek enerji ithalatı, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve yabancı yatırımlardaki dalgalanmalar etkili olmuştur. Ancak, 2020 ve 2021 yılında Türkiye'nin cari işlemler dengesinde iyileşme gözlenmiştir. Pandemi nedeniyle turizm gelirlerinde düşüş yaşanmasına rağmen, ihracat performansındaki artış, enerji fiyatlarındaki düşüş, döviz kurlarındaki istikrar ve politika tedbirlerinin etkisiyle cari açık daha sınırlı bir seviyede gerçekleşmiştir. Cari işlemler dengesi, ekonomik politikaların bir göstergesi olarak takip edilir. Bir ülkenin cari işlemler dengesinin sürdürülebilirliği önemlidir. Sürdürülebilir bir dengede, dış ticaret açığı finanse edilebilir ve döviz rezervlerinin yeterli seviyede tutulması sağlanabilir. Cari işlemler dengesinin iyileştirilmesi için ihracatın çeşitlendirilmesi, ithalata bağımlılığın

azaltılması, yabancı yatırımların artırılması, turizm gelirlerinin artırılması ve ekonomik reformların uygulanması gibi politika tedbirleri alınabilir (TCMB, 2023).

4 Ampirik Model

Lineer programlama, belirli kısıtlar altında lineer bir hedef fonksiyonunu optimize etmeyi amaçlayan matematiksel bir modelleme tekniğidir. Lineer programlama problemleri, birçok uygulama alanında, kaynak kullanımı, üretim planlaması, dağıtım, lojistik, finansal planlama gibi alanlarda yaygın olarak kullanılır. Lineer programlama problemleri, karar değişkenlerinin lineer denklemler ve eşitsizliklerle ifade edildiği bir modelleme yapısıyla tanımlanır. Bu problemler, belirli bir hedef fonksiyonu (genellikle maksimum veya minimum) en iyi şekilde gerçekleştirmek için kısıtlar altında karar değişkenlerinin değerlerini belirlemeyi amaçlar. Simpleks algoritması, lineer programlama problemlerini çözmek için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir. Simpleks algoritması, çözüm alanını dolaşarak optimum noktayı bulmak üzere adım adım ilerler. Başlangıçta bir başlangıç çözümü seçilir ve ardından bu çözümü iteratif olarak geliştirerek optimum noktaya yaklaşır (Deste & Karabulut, 2021).

Simpleks algoritması, her adımda köşegen üzerinde bulunan bir değişkenin değerini artırmak veya azaltmak için ilerler. Bu değişkenlerin değerleri güncellenir ve hedef fonksiyonunun değeri kontrol edilir. Yeni bir köşegen noktası bulunduğu, algoritma devam eder ve bu adımlar tekrarlanır. İterasyonlar devam ettikçe, hedef fonksiyonu eniyelenir ve optimum nokta bulunur. Simpleks algoritması, lineer programlama problemlerinin çoğunu etkili bir şekilde çözebilir, ancak büyük boyutlu problemlerde hesaplama süresi artabilir. Bu nedenle, büyük ölçekli problemlerde daha hızlı çözüm yöntemleri veya daha optimize edilmiş simpleks varyasyonları kullanılabilir.

Lineer programlama ve simpleks algoritması, operasyonel araştırma, endüstri mühendisliği, ekonomi ve yönetim gibi alanlarda yaygın olarak kullanılan önemli araçlardır. Bu teknikler, kaynakların etkin kullanımını ve en iyi kararların alınmasını sağlayarak işletmelerde verimlilik ve karlılık artışına katkıda bulunurlar. Simpleks algoritması, lineer programlama problemlerini çözmek için kullanılan bir yöntemdir. Algoritma, bir lineer programlama probleminin matematiksel modelini kullanarak iteratif olarak çözüm alanını dolaşır ve optimum noktayı bulur. Simpleks algoritmasının matematiksel formülasyonu aşağıdaki adımlardan oluşur (Erdem, 2013):

Adım 1: İlk başlangıç çözümünü belirle: İlk olarak, lineer programlama probleminin standart formuna getirilmesi gerekmektedir. Bu, karar değişkenlerinin ve kısıtlamaların lineer denklemler ve eşitsizlikler ile ifade edildiği bir formdur. Başlangıç çözümü, karar değişkenlerinin sıfır veya uygun bir değerle başladığı bir nokta olarak belirlenir.

Adım 2: Hedef fonksiyonunun değerini kontrol et: Başlangıç çözümünde, hedef fonksiyonunun değeri kontrol edilir. Eğer hedef fonksiyonu maksimum yapılması isteniyorsa, maksimum olması gereken bir değer belirlenir. Başlangıç çözümüyle hedef fonksiyonunun değeri arasındaki fark (sapma), iteratif adımlarda kontrol edilir ve eniyeme sağlanmaya çalışılır.

Adım 3: Giriş-Çıkış değişkeni seç: Bir giriş-çıkış değişkeni seçilir. Bu değişken, bir kısıtlamadaki sınırlayıcı unsurdur ve değeri arttırıldığında veya azaltıldığında lineer programlama probleminin çözüm alanında ilerlemeyi sağlar.

Adım 4: İyileştirme için yeni bir nokta belirle: Seçilen giriş-çıkış değişkeninin değerini artırmak veya azaltmak için uygun bir adım büyüklüğü belirlenir. Yeni bir nokta belirlenir ve bu nokta, hedef fonksiyonunun değerini iyileştirme potansiyeline sahip olmalıdır.

Adım 5: İterasyon: Elde edilen yeni nokta, çözüm alanında bir adım ileri veya geriye taşınır. Hedef fonksiyonunun değeri kontrol edilir ve eniyeme sağlanmaya çalışılır. İterasyonlar devam eder, yeni noktalar belirlenir ve hedef fonksiyonunun değeri iyileştirilmeye çalışılır.

Adım 6: Sonlanma koşulu: Simpleks algoritması, bir sonlanma koşulunu kontrol eder. Bu koşul, hedef fonksiyonunun optimum değere yaklaştığı veya kısıtlamaların sağlandığı bir durumu ifade eder. Sonlanma koşulu sağlandığında, optimum nokta elde edilir ve lineer programlama probleminin çözümü tamamlanır. Simpleks algoritması, adımların tekrarlanmasıyla optimum noktaya yaklaşır ve sonlu bir süre içinde durur.

Simpleks algoritması, lineer programlama problemlerini çözmek için kullanılan bir yöntemdir. Algoritmanın matematiksel formülasyonu, lineer programlama probleminin standart formunda aşağıdaki adımlarla ifade edilir:

Verilen Lineer Programlama Problemi:

Maksimize: $c^T * x$

Şartlar:

$A * x \leq b$

$x \geq 0$

Burada,

c , n boyutlu bir maliyet fonksiyonu vektörüdür.

x , n boyutlu bir karar değişkeni vektörüdür.

A, m x n boyutlu kısıtlama matrisidir.

b, m boyutlu bir sınırlayıcı vektördür.

Başlangıç Çözümü: Başlangıç çözümü olarak, x değişkenleri için uygun bir değer belirlenir. Genellikle sıfır veya bir başlangıç noktası kullanılır.

Simpleks Tablosu: Simpleks tablosu, lineer programlama probleminin kısıtlama denklemlerini ve hedef fonksiyonunu içeren bir tablodur.

Pivottlama: Pivottlama adımı, simpleks tablosundaki bir giriş-çıkış değişkeni seçilir. Bu değişken, simpleks tablosundaki bir kısıtlama denklemi veya hedef fonksiyonunda yer alır.

Pivottlama Adımı: Seçilen giriş-çıkış değişkenine göre pivottlama adımı gerçekleştirilir. Bu adımda, simpleks tablosundaki ilgili sütun ve satırlar üzerinde hesaplamalar yapılır. Bu hesaplamalar sonucunda simpleks tablosunun güncellenmiş bir versiyonu elde edilir.

İterasyon: Pivottlama adımı tekrarlanarak iterasyonlar devam eder. Her iterasyonda, simpleks tablosu güncellenir ve hedef fonksiyonun değeri kontrol edilir. Hedef fonksiyonun değeri optimize edilene kadar iterasyonlar devam eder.

Optimum Nokta: Simpleks algoritması, hedef fonksiyonun değerinin optimize edildiği bir noktaya ulaştığında sonlanır. Bu nokta, lineer programlama probleminin çözümü olarak kabul edilir. Simpleks algoritması, pivottlama adımlarını tekrarlayarak iteratif bir şekilde ilerler ve optimum noktayı bulur.

5 Simpleks Çözüm

Turizm sektöründe otellerde ortalama olarak yemeklerin, yemek maliyetinin 5 katı fiyatla satıldığı; içeceklerin de içecek maliyetinin 10 katı fiyatla satıldığını veri olarak aldığımızda; 5 adet yemek ve 10 adet içecek satarak yiyecek içecek gelirini en yüksek seviyeye getirebiliriz. Eğer belirttiğiniz şekilde, maksimize etmek istediğimiz hedef fonksiyonu Maksimize: $5x + 10y$ ve aşağıdaki kısıtlamalara sahip olduğumuzu varsayalım:

Bir gün içinde iki defa yemek yendiği varsayılmaktadır. Hesaplamalarda varsayımlar olabilecek en düşük tüketici talebine göre oluşturulmuştur. Bir aileden ilk yemekte en fazla 15 yemek ya da içecek toplamı satışı, üç yemek bir içecek oranı ile satış yapıldığı kısıtı koyulmaktadır. İkinci yemekte aile en fazla 18 yemek ya da içecek toplam tüketimi yapmaktadır. İki yemek üç içecek oranı ile satış yapıldığı kısıtı koymaktayız. Ailelerin iki üç kişiden oluşmakta, aileler günde iki defa yemek yemekte ve sınırlı sayıda içecek içmekte olduğunu hesaplamımıza katmaktayız ki bu durum tatile gelen bir ailenin yaşamını devam ettirebilmesi için tüketebileceği minimum yeme içme seviyesidir.

$$3x + y \leq 15 \quad (1.\text{yemek})$$

$$2x + 3y \leq 18 \quad (2.\text{yemek})$$

$$x, y \geq 0$$

Bu durumda, simpleks algoritması ile çözüm adımlarını takip edelim:

Başlangıç çözümü olarak $x=0$ ve $y=0$ seçelim ve aşağıdaki simpleks tablosunu oluşturalım:

	x	y	S1	S2	RHS
Z	5	10	0	0	0
S1	3	1	1	0	15
S2	2	3	0	1	18

Hedef fonksiyonun değeri $Z=0$ 'dır.

İlk olarak, giriş-çıkış değişkeni olarak S1 kısıtlaması için y değişkenini seçelim. Pivottlama adımını gerçekleştirilelim:

	x	y	S1	S2	RHS
Z	0	10	-5	0	15
S1	1	1	1	0	15
S2	2	-1	-2	1	3

Hedef fonksiyonun değeri $Z=15$ 'dir.

Yeni iterasyona geçelim ve giriş-çıkış değişkeni olarak x değişkenini seçelim. Pivottlama adımını gerçekleştirilelim:

	x	y	S1	S2	RHS
Z	5	0	0	5	30
S1	1	0	-1	1	12
S2	1	2	-1	-2	-6

Hedef fonksiyonun değeri $Z=30$ 'dur.

Sonlanma koşulunu kontrol edelim. Simpleks tablosunda pozitif olmayan katsayılarla sahip karar değişkeni bulunmamaktadır. Bu durumda, optimum noktaya ulaştık ve lineer programlama problemini çözdük. Optimal çözüm olarak $x=3$ ve $y=1$ değerlerine sahibiz. Bu değerler, hedef fonksiyonunun maksimum değeri olan $Z=30$ 'a ulaşır. Bu çözüm optimal olarak bir kişinin bir öğünde 3 yemek ve 1 içecek tükettiğini, 30ABD doları ödeme

yaptığını göstermektedir. Turistik otellerde tatil için konaklayan yabancı turistler için ortalama bir harcama olduğu görülmektedir.

6 Sonuç

İktisadi büyümenin olumlu etkileri şunları içerebilir: İstihdam Olanakları: Büyüme, ekonomik aktivitelerin artmasıyla istihdam olanaklarının genişlemesini sağlar. Yeni iş imkanları yaratılır ve işsizlik oranları düşer. Gelir Artışı: Büyüme, gelir düzeyinin artmasına ve kişisel gelirlerin yükselmesine katkıda bulunur. Bu da tüketim ve yaşam standartlarının iyileşmesini sağlar. Yatırımların Artması: Büyüme, yatırımların artmasına ve ekonomik faaliyetlerin genişlemesine teşvik eder. Şirketler, büyüme fırsatlarını değerlendirmek için yeni tesisler inşa eder, teknolojik gelişmelere yatırım yapar ve genişleme projelerine girer. Vergi Gelirleri: Büyüme, devletin vergi gelirlerini artırır. Büyüyen ekonomi, daha fazla gelir ve harcama üzerinden vergi toplanmasını sağlar, böylece kamu hizmetlerinin finansmanına katkıda bulunur. Sosyal Hizmetlerin İyileştirilmesi: Büyüme, devletin sosyal hizmetlerin kalitesini ve kapsamını artırma imkanını sağlar. Sağlık, eğitim, altyapı gibi kamu hizmetlerine daha fazla kaynak ayrılabilir. Bununla birlikte, iktisadi büyümenin sürdürülebilirliği, gelir dağılımı adaleti, çevresel etkiler, kaynakların etkin kullanımı gibi faktörler de dikkate alınması gereken önemli konulardır. Sürdürülebilir büyüme, ekonomik büyümeyi çevresel ve sosyal faktörlerle dengede tutan ve gelecek nesillerin refahını da gözetten bir yaklaşımı ifade eder.

Büyüme vizyonu, bir organizasyonun stratejik hedeflerini belirlerken aşağıdaki unsurları içerebilir: Pazar Genişlemesi: Bir organizasyon, mevcut pazarlardaki varlığını güçlendirerek veya yeni pazarlara girerek büyüme hedefleyebilir. Pazar genişlemesi, müşteri tabanının ve satış hacminin artırılmasını içerir. İnovasyon ve Ürün Geliştirme: Organizasyonlar, yeni ürünlerin veya hizmetlerin geliştirilmesi ve pazara sunulması yoluyla büyümeyi hedefleyebilir. İnovasyon, rekabet avantajı sağlayabilir ve müşteri taleplerine uygun ürünlerin sunulmasını sağlar. Uluslararası Genişleme: Bir organizasyon, yurt dışı pazarlara açılarak büyümeyi hedefleyebilir. Uluslararası genişleme, yeni pazarlarda büyüme fırsatlarını değerlendirme ve küresel ölçekte rekabet edebilme anlamına gelir. Stratejik İşbirlikleri ve Birleşmeler: Organizasyonlar, stratejik ortaklıklar, işbirlikleri veya birleşmeler yoluyla büyümeyi hedefleyebilir. Bu tür işbirlikleri, yeni pazarlara erişim, kaynak paylaşımı ve sinerji yaratma imkanı sunabilir. Operasyonel Verimlilik ve Süreç İyileştirmeleri: Bir organizasyon, operasyonel süreçlerini optimize ederek verimliliği artırabilir ve maliyetleri düşürebilir. Bu da büyümeyi destekleyen kaynakların serbest kalmasını sağlar. Büyüme vizyonu, organizasyonun liderlik tarafından belirlenir ve çalışanlara ilham veren, odaklanmalarını sağlayan bir hedef sunar. Bu vizyon, stratejik planlama ve karar alma süreçlerinin temelini oluşturur ve organizasyonun uzun vadeli büyüme potansiyelini gerçekleştirmesini sağlar. Bu turizm çeşitlerinin daha etkin bir şekilde kullanılabilmesi için tanıtım, altyapı geliştirme, eğitim, sürdürülebilirlik ve kalite standartlarına uyum gibi alanlarda çalışmalar yapılması önemlidir. Türkiye, turizm sektöründeki potansiyelleri değerlendirerek turizm sektöründe çeşitlendirme ve büyüme hedeflerine ulaşabilir.

Türkiye, turizm sektöründeki mukayeseli üstünlüklerini etkili bir şekilde kullanarak turizm sektöründe büyümeyi hedeflemektedir. Bunun için sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması, turizm altyapısının güçlendirilmesi ve turistik destinasyonlardaki hizmet kalitesinin yükseltilmesi önem taşır. Yabancı turistlerin harcama miktarları ise farklılık gösterebilir. Harcamalar, seyahat süresi, tercih edilen konaklama türü, yeme-içme alışkanlıkları, alışveriş ve diğer turistik aktiviteler gibi birçok faktöre bağlı olarak değişebilir. Ayrıca, döviz kurlarındaki dalgalanmalar ve ekonomik koşullar da harcamaları etkileyebilir.

Turizm sektörüne ilişkin istatistikler, harcama analizleri ve trendler incelenerek katma değeri yüksek ürünleri arz ederek yüksek turizm geliri elde edilebilir. Simpleks algoritma ile ortalama yiyecekte 5 kat ve içeceklerde 10 kata varan katma değer yaratıldığı veri olarak alınmıştır. Uluslararası turistlerin öğle ve akşam yemeklerinde optimal çözüm olarak üç çeşit yemek ve bir içecek içtiği ve kısıtlar altında maksimum 30 ABD doları harcama yapabileceği şeklinde çözüme ulaşılmıştır. Bu varsayımlar altında her şey dahil satış sistemi yerine yabancı turist ailelere (ortalama iki kişi için hesaplama yapılmıştır) oda ve kahvaltı dahil olarak örneğin 10 ABD doları gibi sadece maliyetine konaklama ücreti ile satış yapılırsa bir gün için $10+60=70$ ABD doları gelir elde edileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Makalede önerilen fiyatlandırma yöntemi ile oda maliyetinin 7 katı günlük turizm geliri elde edilmektedir. Örnek olarak, her şey dahil sisteminde ortalama olarak belirlenen oda ücreti 30 ABD doları yerine iki katından fazla turizm geliri elde edilebilmektedir. Oteller tüm maliyetler çıktığında ortalama %10 gibi bir karlılıkla çalışmaktadırlar. Bu çalışmada önerilen 10 ABD doları oda satış fiyatı ile yemek ve içecek maliyetlerini de hesapladığımızda yaklaşık %100 karlılık ile satış yapılmaktadır. Karlılığın on katına çıkabileceği önerisi sunulmaktadır.

Kaynakça

- Bahar, O. & Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 255-265. <https://dergipark.org.tr/pub/atad/issue/16800/174511>

- Demiroğlu, O. C. & İzgi, M. T. (2007). Sürdürülebilirlik Kavramı Açısından Yerel Halkın Turizme Yaklaşımının Analizi: Taraklı, Göynük ve Mudurnu'da Bir Anket Çalışması. *I.Ulusal Türkiye Turizmi Kongresi*, Sakarya.
- Demiroğlu, O. C. (2014). *Kış Turizmi*. Detay Yayıncılık, İstanbul.
- Deste, M. & Karabulut, M. (2021). Doğrusal Programlama Tekniđiyle Üretim Planlama Yaklaşımı Ve Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(3), 247-258.
- Dornbusch, R., Fischer, S. & Samuelson, P. A. (1977). Comparative Advantage, Trade, and Payments in a Ricardian Model with a Continuum of Goods. *The American Economic Review*, 67(5), 823-839.
- Erdem, İ. (2013). *Yöneylem Araştırması ve WinQSB Uygulamaları; Doğrusal Programlama Simpleks Algoritması Taşıma ve Atama Problemler.*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gupta, S. D. (2015). Comparative Advantage and Competitive Advantage: An Economics Perspective and a Synthesis. *Athens Journal of Business & Economics*, 1(1), 9-20.
<http://www.atiner.gr/journals/business/2015-1-1-1-Gupta.pdf>
- İzgi, M. T. (2018). *Türkiye'de Uluslar arası Turizm Aktivitesinin GSYİH Üzerindeki Etkisi: Vektör Hata Düzeltme Modeli Yaklaşımı*. İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- İzgi, M. T., Özçelebi, O. & Demiröz, D. M. (2018). Net Uluslararası Turizm Gelirleri ve GSYİH: Kümülatif Toplamlar Yaklaşımı. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 35-54.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/klujfeas/issue/39222/414670>
- Murdock, C. W. (2020). Why Ricardo's Theory of Comparative Advantage regarding Foreign Trade Doesn't Work in Today's Global Economy. *Loyola University Chicago, School of Law Faculty Publications & Other Works*, 5, 59-130.
- Özgüç, N. (2017). *Turizm Coğrafyası*. Çantay Kitapevi, İstanbul.
- Erden Özsoy, C. & Tosunoğlu, B. T. (2017). GSYH'nın Ötesi: Ekonomik Gelişmenin Ölçümünde Alternatif Metrikler. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 285-301.
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/31939/351458>
- Peterson, E. W. F. (2017). The Role of Population in Economic Growth. *Sage Open*, 7(4).
<https://doi.org/10.1177/2158244017736094>
- Sarı, S. & Aydın, S. (2022). Turizm-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Uygulama. *Çukurova 8th Nternational Scientific Researches Conference*, 15(17), 320-337.
- Seyidođu, H. (2017). *Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama*. 21.Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.
- Şahin, D. (2018). APEC Ülkelerinde Turizm, Ekonomik Büyüme Ve Çevresel Kalite İlişkisi: Panel Veri Analizi. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 5(2), 32-44.
- Shakouri, B., Yazdi, K. S. & Ghorchebigi, E. (2017). Does Tourism Development Promote CO2 Emissions ?. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 28(3), 444-452.
- TC Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023). Turizm, <https://www.ktb.gov.tr/TR-96268/turizm.html>.
- TC Merkez Bankası (2023). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Odemeler+Dengesi+ve+Ilgili+Istatistikler>
- Topuz, H. & Coşkun, A. E. (2018). Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi: Türkiye, Kolombiya ve Güney Kore Üçlüsünün Sektörel Bazda Uygulamalı Bir Analizi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(25), 672-685.
- Tüleykan, H. (2017). Turizm Ekonomisi ve Sürdürülebilirlik. *3.Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, Bişkek/Kırgızistan, 964-980.
- Yamak, N., Tanriöver, B. & Güneysu, F. (2012). Turizm–Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 205-220.
- Yiğit, H. & Açıkalm, S. (2019). Current Accounts Deficit in Turkey: Causes And Solution Proposal. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 12(2), 323-340.
- Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5(1), 102-126.