



Uluslararası Rekabet Gücü ve Turizm Arasında Granger Nedensellik Analizi: Türkiye Üzerine Ampirik Değerlendirme

Granger Causality Analysis Between International Competitiveness and Tourism: Empirical Evaluation on Turkey

Gizem YAYLI ^a M. Ozan BAŞKOL  ^b

^aBursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa Türkiye. 711911005@ogr.uludag.edu.tr

^bBursa Uludağ Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, Bursa, Türkiye. obaskol@uludag.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Turizm
Rekabet gücü
RCA
Ganger nedensellik analizi

Amaç – Uluslararası hizmet ticareti açısından dünya ekonomilerinde giderek artan bir öneme sahip olan rekabetçi sektörlerden biri de turizm sektörüdür. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye özelinde turizm sektörünün uluslararası rekabetçiliğini araştırmak amaçlanmıştır.

Yöntem – Bağımlı değişken Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) olmak koşuluyla; verimlilik, reel döviz kuru, insani gelişme endeksi, yerli-yabancı patent sayısı, AR-GE harcamaları bağımsız değişkenleri ile bir model kurulmuştur. 1990-2024 dönemi yıllık verileri kullanılarak Granger nedensellik testi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular – Bulgularına göre reel döviz kuru turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte ancak sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmemektedir. AR-GE harcamaları, yerli-yabancı patent başvuru sayısı ve insani gelişme endeksi ise hem turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte hem de sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmektedir. Bağımlı değişken RCA için yapılan sonuçlar değerlendirildiğinde; yüzde 5 anlamlılık düzeyinde hem İnsani Gelişme Endeksi (HDI) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA)'ın nedenidir hem de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA), İnsani Gelişme Endeksi (HDI)'ın nedenidir. Benzer şekilde yüzde 5 anlamlılık düzeyinde Yerli – Yabancı Patent Başvuru Sayısı (YYPB) Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA)'ın nedenidir hem de Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA), Yerli – Yabancı Patent Başvuru Sayısı (YYPB)'ın nedenidir. Öte yandan yüzde 5 anlamlılık düzeyinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA) ile AR-GE harcaması arasında RCA'dan AR-GE harcamasına doğru tek yönlü nedensel ilişki bulunmaktadır.

Tartışma – Literatür dikkate alındığında, araştırmacılar ve yöneticilerin, destinasyon yönetimi teorisine odaklanarak betimsel araştırmalar üzerine yoğunlaşıldığı, ampirik analizlerin azlığı dikkat çekmektedir. Bu kapsamda Türk turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü ile rekabet gücünü etkileyen faktörler arasındaki nedensellik ilişkisinin ampirik olarak test edilmesi literatürde bu çalışmayı özgün kılacaktır.

Gönderilme Tarihi 20 Eylül 2024
Revizyon Tarihi 11 Aralık 2024
Kabul Tarihi 15 Aralık 2024

Makale Kategorisi:

Araştırma Makalesi

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Tourism
Competitiveness
RCA
Ganger causality analysis

Purpose – One of the competitive sectors that has an increasing importance in the world economies in terms of international service trade is the tourism sector. In this context, the aim of the study is to investigate the international competitiveness of the tourism sector in Turkey.

Design/ methodology/approach – A model was established with the independent variables of productivity, real exchange rate, human development index, number of domestic-foreign patents, and R&D expenditures, with the dependent variable being the Revealed Comparative Advantage Index (RCA). Granger causality test was performed using annual data for the period 1990-2024.

Findings – According to the findings, the real exchange rate affects the comparative advantage of the tourism sector, but is not affected by the comparative advantage of the sector. R&D expenditures, number of domestic-foreign patent applications, and human development index both affect the comparative advantage of the tourism sector and are affected by the comparative advantage of the sector. When the results for the dependent variable RCA are evaluated; At a significance level of 5 percent, both the Human Development Index (HDI) is the cause of Revealed Comparative Advantages (RCA) and Revealed Comparative Advantages (RCA) are the cause of the Human Development Index (HDI). Similarly, at a significance level of 5 percent, the Number of Domestic-Foreign Patent

Received 20 September 2024
Revised 11 December 2024
Accepted 15 December 2024

Article Classification:

Research Article

*Bu makale Prof. Dr. M. Ozan BAŞKOL danışmanlığında devam eden "Türk Turizm Sektörü'nün Uluslararası Rekabetçiliği Üzerine Ampirik Bir Analiz" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Yaylı, G., Başkol, M. O. (2024). Uluslararası Rekabet Gücü ve Turizm Arasında Granger Nedensellik Analizi: Türkiye Üzerine Ampirik Değerlendirme, İşletme Araştırmaları Dergisi, 16 (4), 2834-2847.

Applications (NCPA) is the cause of Revealed Comparative Advantages (RCA) and Revealed Comparative Advantages (RCA) are the cause of the Number of Domestic-Foreign Patent Applications (NCPA). On the other hand, at a significance level of 5 percent, there is a one-way causal relationship between Revealed Comparative Advantages (RCA) and R&D expenditure, from RCA to R&D expenditure.

Discussion – When the literature is considered, it is striking that researchers and managers focus on descriptive studies by focusing on destination management theory, and the scarcity of empirical analyses. In this context, empirically testing the causality relationship between the international competitiveness of the Turkish tourism sector and the factors affecting its competitiveness will make this study original in the literature.

1. GİRİŞ

Rekabet gücüne sahip olmanın ana amacı, ülkedeki yaşam standartlarını iyileştirmek ve ülke vatandaşlarının refah artışını sağlamaktır. Rekabet gücü aynı zamanda bir ülkenin kişi başına düşen geliri, istihdam düzeyini ve uluslararası piyasa payını artırabilme kabiliyetidir. Serbest piyasa ekonomisi koşulları altında, ulusal sınırların önemsenmediği bir ortamda ülke ekonomilerinin giderek birbirleriyle entegre olması şeklinde tanımlanabilecek olan küreselleşme olgusu, serbestleşme süreci ve rekabet gücü arasında kuvvetli bir bağ olduğunu göstermektedir. Dünya ekonomilerinin küreselleşmesiyle hız kazanan ticari serbestleşme süreci ile birlikte ülkeler karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları sektörleri belirleyerek rekabet avantajına sahip oldukları sektörlerde ihracat yapmayı ve bu sektörlerdeki rekabet gücünü artırmaya yönelik politikalar geliştirmeyi tercih etmişlerdir. Bu sayede uluslararası rekabette başarılı olma, küreselleşen dünya ekonomisinde mevcudiyetini koruma ve söz sahibi olma imkânı bulabilmektedirler.

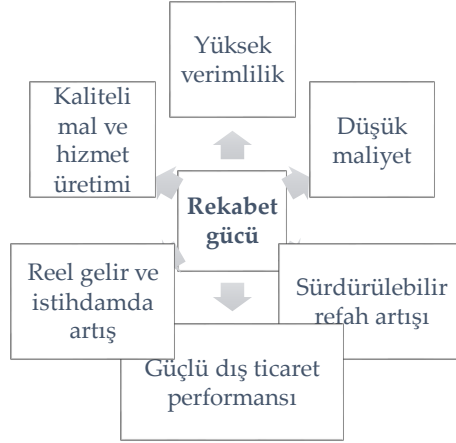
Uluslararası hizmet ticareti açısından giderek artan bir öneme sahip olan hizmet sektörlerinden biri turizm sektörüdür. İnsanların başka yerler görme merakından ve boş zamanlarını değerlendirme arzularından doğan turizm, girdileri doğal, kültürel ve tarihi nitelikli olması sebebiyle diğer hizmet sektörlerine kıyasla dışa bağımlılığı görece az olan bir sektördür. Dünya Turizm Örgütü tarafından kişisel veya ticari amaçlarla olağan çevrelerinin dışındaki ülkelere veya yerlere hareket gerektiren sosyal, kültürel ve ekonomik bir olgu olarak tanımlanan turizm; doğal, kültürel ve tarihi nitelikteki girdilerin doğru politikalarla pazarlanabilmesi halinde ülkelerin ekonomilerini olumlu etkileyebilecek, ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan görünmeyen ihracat kalemidir. Bir ülkede turizm faaliyetleri gelişme gösterdiği müddetçe ülkenin döviz girdisi artacak, bu durum ülkenin dış ticaret dengesini ve dolayısıyla ödemeler bilançosunu olumlu etkileyecektir. Özellikle döviz gelirlerinin döviz giderlerini karşılamakta zorlandığı gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörü, döviz darboğazının aşılması ve cari işlemler açığının azaltılması noktasında son derece önem verilen bir sektör olmuştur. Bununla birlikte gelişmekte olan ülkeler hizmet ihracatından elde ettikleri gelirlerin önemli bir bölümünü turizm gelirlerinden sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında ihracat gibi turizm sektörü de doğrudan reel döviz kuru ile ilişkilendirilebilir. Reel döviz kuru düşerse turizm talebi (döviz geliri) azalır, reel döviz kuru yükselirse turizm talebi (döviz geliri) artar denebilir. Bu noktada şu çıkarımı yapmak da mümkündür: Reel döviz kuru yükseldiği takdirde, turistlerin aynı hizmet karşılığında kendi paraları cinsinden daha az ödeme yapacağı, bu durumda gelen turist sayısının artacağı ileri sürülebilir. Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ)'ye göre, turizm faaliyetlerine katılanların sayısı 2050 yılında 2 milyar kişi olacaktır. Bununla birlikte, yine 2050 yılında, dünya genelindeki iç ve dış turizm gelirlerinin toplam olarak 24,2 trilyon dolara ulaşacağı beklenmektedir.

Türkiye, çalışmanın örnek ülkesi olup ekonomik önemi göz önüne alındığında, turizmin uluslararası rekabet gücünün değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır. Türk turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü konusunda gerçekleştirilmiş olan ampirik analizde bağımlı değişken Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA)'dır. Bağımsız değişkenler ise Verimlilik = İstihdam / GSYİH veya i ülkesinde çalışan işçi başına GSYİH'ya katkı, Reel Döviz Kuru (RDK), beşerî sermayeyi göstermesi amacıyla İnsani Gelişme Endeksi (HDI), teknolojiyi göstermesi amacıyla yerli - yabancı patent başvuruları (YYPB) ve AR-GE harcaması (Yüzde GSYİH) (AR-GE) serileridir. Son olarak uluslararası rekabet gücü konusunu Türkiye ve turizm sektörü özelinde ampirik olarak test etmesiyle bu çalışmanın, Türkçe literatürdeki mevcut boşluğu doldurabileceği, benzer konularda yapılması planlanan araştırmalara örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Rekabet Gücü

İngilizce “competitiveness” kelimesine karşılık gelen rekabetçilik veya rekabet gücü, farklı bilim dalları açısından farklı bakış açılarıyla tanımlanabilen göreceli ve çok boyutlu bir kavramdır. Ekonomistler rekabet edebilirliğin fiyata ve ülkeye özgü ekonomik özelliklerine vurgu yaparken, yönetim ve strateji araştırmacıları firmaya özgü özelliklere, sosyologlar ve siyaset teorisyenleri rekabet gücünün altında yatan çeşitli sosyal, politik ve kültürel özelliklere odaklanmıştır (Dwyer ve Kim, 2003: 371). Örneğin siyaset biliminde seçim sonuçlarının politika pozisyonları arasında ne kadar farklı olması bekleniyorsa, seçim o kadar rekabetçi, partilerin rekabet gücü o kadar yüksek olmaktadır (Strom, 1990: 582). Oxford İşletme ve Yönetim Sözlüğü’ne göre rekabet gücü, artan toplam talebi karşılama ve ihracatı sürdürme yeteneğidir. Porter (1990: 76), Krugman (1994:31), Boltho (1996: 2), Dwyer ve Kim (2003: 370) gibi yazarlar tarafından da vurgulandığı üzere rekabet gücünün kavramsallaştırılmasında fikir birliği sağlanamamıştır. Bazıları bir ülkenin düşük maliyetlerini veya döviz kuru seviyesini vurgularken, diğerleri ise bir ülkenin teknolojik liderliğini ve hatta büyüme oranını vurgulamaktadır (Boltho, 1996: 2. Bu bağlamda rekabet gücü serbest piyasa koşulları altında, piyasa talebini karşılayan ürünleri/hizmetleri rakiplerine göre daha düşük maliyetle, daha yüksek verimlilikle ve daha kaliteli üreterek dış ticarete söz sahibi olabilmenin yanı sıra ülke yerleşikleri için sürdürülebilir refah artışı da yaratabilme kabiliyeti biçiminde ifade edilebilir. Kavramın ön plana çıkan özellikleri Şekil 1’de aktarılmaktadır.



Şekil 1. Rekabet Gücünün Özellikleri

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Rekabetçilik, hükümetlerin ve endüstrilerin küreselleşen dünyada ekonomik güçlerini koruyabilmek ve sürdürebilmek adına oldukça önem gösterdikleri bir konudur. Bu nedenle neden bazı ulusların uluslararası rekabette söz sahibi olmayı başarabildikleri günümüzde ekonomilerin en temel sorularından biri haline almıştır.

Rekabetçilik konusunun kökeni, esasında rekabetçilik veya rekabet avantajı konularının kökeni, Adam Smith’in “Neden bazı uluslar zengindir?” sorusuna cevap aradığı 18. yüzyılın sonlarına kadar uzanmaktadır. Rekabetçilik teorilerinin ana teması olarak ifade edilebilecek olan mutlak üstünlükler teorisinde vurgu, emeğin uzmanlaşması ve mutlak üstünlüğe sahip olduğu mal ihracatı üzerinedir. İki ülke, iki mal, tek faktör varsayımlarıyla geliştirilen Smith’in (1776) teorisindeki eksik ise iki ülkeden birinin her iki malda da mutlak üstünlüğe sahip olması hususudur. Bu noktada David Ricardo (1817) tarafından geliştirilen mukayeseli üstünlükler teorisi devreye girmektedir. Bu teoriye göre; her iki malda da mutlak üstünlüğe sahip olan ülke, karşılaştırmalı olarak daha avantajlı olduğu malı ihraç etmelidir. Ricardo’nun (1817) teorisi ise, emek verimliliğindeki farklılığın nedenini açıklamamıştır. Cevap, Eli Heckscher ve Bertil Ohlin (1930) geliştirilen ve literatürde Heckscher-Ohlin (1930) teorisi olarak yer edinen çalışmadadır. Teoriye göre, karşılaştırmalı üstünlük, faktör donanımındaki farklılıkların sonucudur. Bir ulus, nispeten bol ve ucuz olan faktörün fazla kullanıldığı malın ihracatını yapmalıdır.

Belirtilen tüm bu teoriler maliyet karşılaştırmaları yapmak suretiyle ülkelerin rekabet üstünlüğünü açıklamaktadır. Oysa sektörün ticaret performansı da en az sektörden elde edilen maliyet avantajı kadar

rekabetçiliği etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle rekabetçiliğin ölçülmesinde ticaret performanslarını hesaba katan çeşitli endeksler geliştirilmiştir. Çalışma kapsamında ise ampirik analizde yer alan modelin bağımlı değişkeni de olan, Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA) detaylandırılmıştır.

2.2. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA)

Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (RCA) kavramı, maliyet karşılaştırmalarının karşılaştırmalı üstünlük için yetersiz olduğu görüşü nedeniyle Liesner (1958) ve Bella Balassa (1965, 1977) tarafından ortaya atılmıştır.

İngiltere'nin Batı Avrupa'ya yaptığı altmış mamul mal ihracatının mutlak düzeyini, 1953-1956 döneminde altı Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ülkesinin ve İsveç'inkilerle karşılaştıran Liesner (1958), karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmek için ticaret sonrası verileri kullanmıştır. Bu bağlamda veri seti, her bir ülkeden Batı Avrupa'ya yapılan ihracatın her bir gruptaki artış oranı ile desteklenmiş, her bir kalem için İngiltere'nin Batı Avrupa'ya yaptığı ihracatın aynı kalem için Batı Avrupa'dan İngiltere'ye ithalatına oranı incelenmiştir (Liesner, 1958: 305).

Bella Balassa'ya göre RCA, bir endüstrinin karşılaştırmalı üstünlüğünü ölçmenin güçlüklerinden doğmuştur (Balassa, 1965). İhracat performansını dikkate alarak karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olunan endüstrilerin ne derece rekabetçi olduğunun tespit edilmesini sağlamaktadır. Daha spesifik olarak, RCA yaklaşımı, bir ülkenin belirli bir malın dünya ihracatındaki payının, toplam dünya ihracatındaki payından daha büyük olması durumunda, o ülkenin o malın ihracatında açıklanmış bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu savunmaktadır (Balassa, 1965). RCA endeksi katsayıları aşağıdaki formül yoluyla hesaplanmaktadır (Balassa, 1989):

$$RCA_{ij} = \frac{\frac{x_{ij}}{\sum x_j}}{\frac{x_{wi}}{\sum x_w}} \quad (1)$$

(1) nolu denklemde yer alan RCA_{ij} ; j ülkesinin i endüstrisindeki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksini temsil ederken, x_{ij} ; j ülkesinin i malı ihracatı, X_j ; j ülkesinin toplam ihracatı, x_{wi} ; i malı dünya ihracatı, X_w ; toplam dünya ihracatı olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla bir ülkenin belirli bir malın ihracatında rekabet gücüne sahip olması için $RCA_{ij} > 1$ olmalıdır. Rekabet avantajına sahiptir. $RCA_{ij} < 1$ ise bir ülke belirli bir malın ihracatında rekabet avantajına sahip değil demektir.

2.3. Turizm Sektöründe Rekabet Gücü

Turizm, gelişmişlik düzeyleri ne olursa olsun tüm uluslar için potansiyel olarak ticaret fırsatları sağlayabilen bir hizmet faaliyetidir. Bir firmanın ve/veya ülkenin sektördeki piyasa payını koruma yeteneği uluslararası rekabet gücünün nihai göstergelerindedir. İhracat performansındaki iyileşme de ülkenin rekabet gücünün artmasına neden olan bir göstergedir. İşletmenin becerilerinin, bilgisinin, yenilik yapma ve yeni teknolojiyi kullanma eğiliminin, teknolojik fırsatları başarılı bir şekilde kullanma becerisinin bir sonucu rekabet gücündeki artış olabileceğinden, belirtilen hususların rekabet gücü kavramından ayrı düşünülmemeyeceği söylenebilir. Sahip olunan turizm kaynakları bir bölgenin ve/veya bir ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilerken, bu kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması bölgenin ve/veya ülkenin turizmdeki rekabet gücünü etkilemektedir. Dolayısıyla sahip olunan turizm kaynaklarının sürdürülebilirliği sağlanmadığı sürece uzun dönemde turizm sektöründe rekabet gücü elde etmek güçtür.

Günümüzde hizmet sektörlerinin gayrisafi yurtiçi hasıla içerisinde giderek artan payı ve turizm sektörünün de dünya gayrisafi yurtiçi hasılasının ortalama yüzde 10'unu oluşturduğu düşünüldüğünde, rekabetçilik konusunda dikkatler turizm sektörüne yoğunlaşmış ve sektörün rekabet gücünü etkileyen faktörler ön plana çıkmıştır. Ön plana çıkan bu faktörler Şekil 2'de aktarılmaktadır.



Şekil 2. Rekabet Gücünü Etkileyen Faktörler

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Beşerî sermayenin sosyal ve ekonomik önemi açısından düşünüldüğünde Becker (1993), en değerli sermayenin insana yapılan yatırım olduğunu belirtmiştir. Bilindiği üzere kaliteli eğitim, işgücü verimliliğini yükseltmektedir. Dolayısıyla firmaların üretim sürecinde rol oynayan emek gücüne kaliteli eğitim imkanları sunması, uzun dönemde kaliteli turizmin ve sektörde rekabet gücü elde edilebilmesinin önünü açmaktadır. Özetle turizm sektörünün geleceği fiziki yatırımlardan ziyade eğitilmiş ve bilgili işgücüne yatırım yapmaktan, başka bir deyişle beşerî sermaye yatırımlarından geçmektedir. Bugünkü rekabetçi anlayışa yön veren temel faktör eğitim seviyesi yüksek, nitelikli ve bilgi birikimine sahip insanların oluşturduğu beşerî sermayedir.

Turizm hizmetleri, kullanım zamanından önce ve tüketim yerinden uzakta satın alınırlar. Bu nedenle, tüketicileri cezbetme yetenekleri yalnızca seyahat ticareti tarafından sağlanan temsillere ve açıklamalara (örneğin broşürlerdeki bilgiler) bağlıdır. Tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun, zamanında ve doğru bilgi, genellikle turist talebinin karşılanmasının anahtarıdır. Dolayısıyla hizmet talep edenlerin sunulan hizmetlere ilişkin detaylı bilgiye kolaylıkla ulaşabilmesi gerekmektedir. Bilgiye kolay erişebilme imkânı ise ancak teknoloji ile mümkün olabilmektedir. Sektörde ileri teknoloji imkanlarının mevcudiyeti de rekabetçi üstünlüğü beraberinde getirmektedir.

Ekonominin diğer sektörlerinde olduğu gibi turizmde de verimlilik, başta emek ve sermaye olmak üzere girdilerin miktarını çıktılarla ilişkilendirerek kaynak kullanımında etkinliği sağlayabilmek biçiminde ifade edilebilir. Bu bağlamda turizmde verimlilik; işçi başına çıktı, emek saat başına çıktı ve toplam faktör verimliliği ölçüleri kullanılarak ölçülebilmektedir. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe verimlilik de sermaye ve emek verimliliğinin yanı sıra yüksek düzeyde yenilikçiliği, teknolojinin etkin kullanımını ve girişimciliği gerekli kılmaktadır. Firmalar kaynaklarını etkin kullanmak suretiyle, müşterinin isteklerini de dikkate alarak yeni hizmetler üretebildiği, ürün çeşitliliğini artırdığı sürece diğer sektörlerle göre rekabetçi üstünlük elde edebilme imkanına sahip olmaktadır.

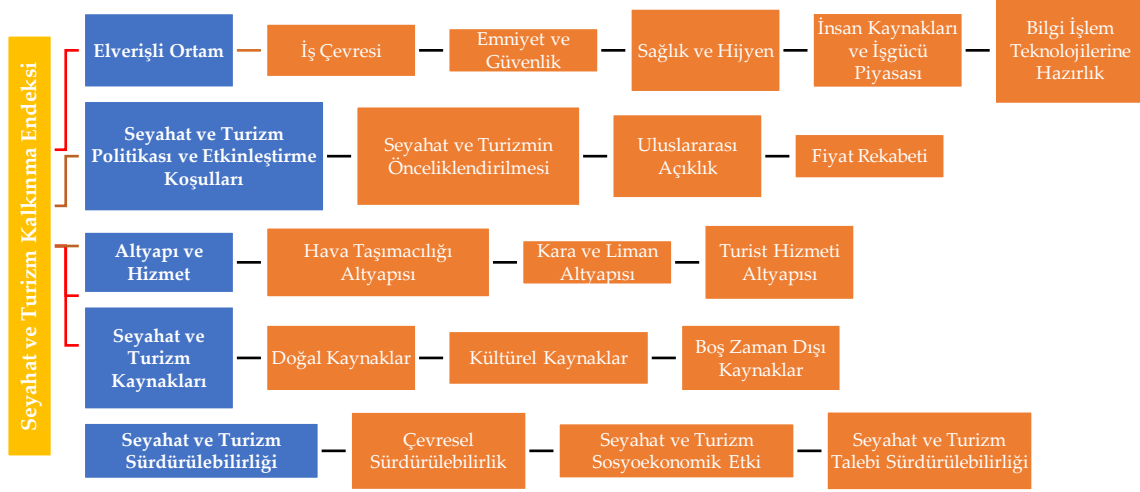
Ar-Ge faaliyetlerine yönelik harcamaların gayrisafi yurtiçi hasıla içerisindeki payı arttıkça ülkelerin karşılaştırmalı rekabet avantajı elde etme imkânı da artmaktadır. Bu konuda Braunerhjelm ve Thulin (2008)'in ülkelerin uluslararası ihracat payında ve karşılaştırmalı üstünlüğü üzerinde Ar-Ge harcamalarının etkili olup olmadığını araştırdığı çalışmasındaki sonuç, rekabet gücü ile Ar-Ge arasında pozitif korelasyon olduğunu ifade etmektedir. Ar-Ge projelerine yatırım yapmaya ağırlık veren politikalar desteklediği ve yatırımların sürdürülebilirliği sağlandığı sürece sektörde rekabet üstünlüğü elde etmenin de önü açılmaktadır.

Dış ticarete konu olan mal ve hizmetlerin fiyatlarını etkilemek suretiyle döviz kuru ülkelerin rekabet gücünü etkileyen bir diğer faktördür. Ülkeler arasındaki fiyat seviyesini dikkate alan ve fiyat seviyesi farklılıklarından hareketle ülkeler arasındaki satın alma gücü değişimlerini göstermeyi amaçlayan reel döviz kuru, uluslararası piyasalarda rekabet gücünün de göstergesidir. Bilindiği üzere hedef ülkede hizmetin fiyatının artması, turistlerin aynı hizmet için daha fazla para harcaması demektir. Eğer reel döviz kuru artarsa hedef ülke para birimi değer kaybeder, turizm hizmeti ucuzlar ve turistler için hedef ülke çekiciliği artar. Hedef ülkenin

çekiciliğinin artması sonucunda ülkenin ihracat gelirleri ve dolayısıyla rakip ülkeler karşısında söz konusu ülkenin rekabet gücü artar.

2.4. Turizm Sektöründe Rekabet Gücü Ölçümünde Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi

Turizm sektörünün önemini ve gelişme potansiyelini fark eden Dünya Ekonomik Forumu, turizmin rekabetçiliğine ilişkin bir analiz yürütmek üzere ilk Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni geliştirmiştir. Dünya Ekonomik Forum 'una (2019) göre bu endeks, turizm sektöründe bir ülkenin rekabet gücünü artıran ve rekabetçi üstünlüğün sürdürülmesinde önemli olan politika ve faktörler grubundan oluşmaktadır. Bu nedenle elde edilen sonuçlar bir ülkenin turizm sektörü ile ilgili eksikliklerin görülüp giderilmesinde ve sektörün geliştirmesinde önemlidir.



Şekil 3. Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi Çerçevesi

(WEF, 2024:8).

Sektörün gelişmesini çekici kılan faktörleri araştırmayı amaçlayan bu endeks 2007 yılında 124 ülkeyi kapsarken, 2019 yılında endeksin kapsadığı ülke sayısı 140'a ulaşmıştır. 2019 yılında sekizincisi yayınlanan Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi verileri Covid-19 salgınının turizm sektörü üzerindeki olumsuz etkileri nedeniyle iki yıl süreyle yayınlanamamıştır. Çünkü o dönemde yaşanan kapanmalardan, seyahat kısıtlamalarından ve uluslararası seyahatin ortadan kalkmasından turizm sektörü ciddi şekilde etkilenmiştir. 24 Şubat 2022'de Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etmesi sektörde yaşanan olumsuzlukların bir diğer faktörü olmuştur. Yaşanan bu olumsuzluklar sonrasındaki toparlanma sürecinde sektörde kalıcı değişiklikler yaşandığı söylenebilir. Dünya Ekonomik Forumu da bu noktada yeniden devreye girerek sektörü desteklemek amacıyla, Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'ni (TTCI) yeniden tasarlamaya başlamıştır. Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nin revize edilmiş halinde endeksin adı Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi olarak değiştirilmiş, kapsadığı ülke sayısı ise 117'ye düşmüştür.¹ Bu endekste turizmin rekabetçiliği ve sürdürülebilir kalkınma merkeze alınmaktadır. En son yayınlandığı Mayıs 2024 tarihi itibarıyla endeks kapsamındaki ülke sayısı 119'a yükselmiştir.² Endeksin kapsamı Şekil 3'de aktarılmaktadır.

Şekil 3'te açıkça görüldüğü üzere, Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi seyahat ve turizm sürdürülebilirliği, seyahat ve turizm kaynakları, altyapı ve hizmet, seyahat ve turizm politikası ve elverişli koşullar, elverişli ortam olmak üzere beş ana başlık ve 17 alt başlıktan oluşmaktadır. "Boş zaman dışı kaynaklar" alt başlığı da

¹ TTCI 2019 kapsamına giren ancak TTDI 2021 kapsamına girmeyen ekonomiler şunlardır: Cezayir, Brunei Sultanlığı, Burkina Faso, Burundi, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Etiyopya, Eswatini, Gambiya, Gine, Haiti, İran, Jamaika, Liberya, Moritanya, Mozambik, Norveç, Umman, Rusya Federasyonu, Seyşeller, Uganda, Ukrayna, Zimbabve ve Tayvan, Çin.

² TTCI 2021 kapsamına giren ancak TTDI 2024 kapsamına girmeyen ekonomiler şunlardır: Cape Verde, Çad, Hong Kong SAR, Lesotho ve Yemen'dir. 2024 TTDI'ya eklenen ekonomiler ise Cezayir, Barbados, İran, Jamaika, Umman, Özbekistan ve Zimbabve'dir.

en son 2019 yılında yayınlanan Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde olmayıp Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi'ne ilave edilen alt başlıktır. Seyahat ve turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmanın endeksin odak noktalarından biri olduğu düşünüldüğünde dikkatleri çeken bir diğer yenilik ise "Seyahat ve Turizm Sürdürülebilirliği" ana başlığının eklenmesidir. Bu yenilikler ile dört olan ana başlık sayısı beşe, on dört olan alt başlık sayısı ise on yediye yükseltilmiştir.

Bu on yedi alt başlığın değer aralığı 1'den 7'ye kadar olan yönetici anketlerine ve diğer kaynaklardan elde edilen sayısal verilere dayanarak hesaplanmaktadır. Ağırlıklandırılmamış aritmetik ortalama ile ana faktör değerlerine ulaşılmaktadır (WEF, 2024). Daha sonrasında elde edilen beş ana başlık değerlerine ilişkin aritmetik ortalama elde edilerek ülkenin endeks puanı hesaplanmaktadır.

Tablo 1. Türkiye'nin Seyahat ve Turizm Kalkınma/Rekabet Endeksi'ndeki Durumu

Yıl/Ülke Sayısı	2007/ 124	2008/ 130	2009/ 133	2011/ 139	2013/ 140	2015/ 141	2017/ 136	2019/ 140	2021/ 117	2024/ 119
Skor	4.3	4.2	4.2	4.37	4.44	4.08	4.14	4.2	4.2	4.3
Alt Başlıklar/ Genel Sıralama	52	54	56	50	46	44	44	49	45	29
İş Çevresi	44	43	44	34	34	59	63	71	64	91
Emniyet ve Güvenlik	56	79	92	97	79	121	116	125	90	100
Sağlık ve Hijyen	54	62	62	67	64	63	64	65	63	60
İnsan Kaynakları ve İşgücü Piyasası	65	73	72	69	68	88	94	97	56	101
Bilgi İşlem Teknolojilerine Hazırlık	54	55	57	59	71	68	72	71	52	54
Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi	54	45	46	61	63	83	87	39	33	2
Uluslararası Açıklık	43		47	35	35	61	50	52	75	52
Fiyat Rekabeti	86	103	109	108	112	94	70	48	18	40
Hava Taşımacılığı Altyapısı	51	44	44	37	29	16	14	20	14	8
Kara ve Liman Altyapısı	59	63	62	60	52	54	54	56	40	52
Turist Hizmeti Altyapısı	55	50	44	54	45	38	42	37	37	42
Doğal Kaynaklar		79	89	81	78	73	70	77	49	32
Kültürel Kaynaklar	47								13	13
Boş Zaman Dışı Kaynaklar		28,28	27	21	19	16	26	17	23	16
Çevresel Sürdürülebilirlik	61	90	104	85	95	95	112	126	102	66
Seyahat ve Turizm Sosyoekonomik Etki									77	60
Seyahat ve Turizm Talebi Sürdürülebilirliği									103	102

Kaynak: Dünya Ekonomik Forumu tarafından yıllar itibariyle yayınlanan TCI raporları ve 2022 ile 2024 yıllarında yayınlanan TTDI raporunda yer alan veriler kullanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

*Alt başlıklar 2024 yılı TTDI raporu başlıkları esas alınarak belirlenmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde Türkiye turizminin uluslararası rekabetçiliğindeki konumu niceliksel olarak görülmekte ve yorumlanabilmektedir. Buna göre 2021 yılına kadar Türkiye'nin genel sıralaması kırk dört ile elli altı arasında değişirken, skor ise en düşük 4,20 ve en yüksek 4,44 arasındadır. Alt başlıklarda ise sıralamalar arasındaki makasın oldukça geniş olduğu dikkat çekmektedir. Örneğin; iş çevresi alt başlığında 2007 yılında yüz yirmi dört ülke arasında 44. sırada yer alırken, fiyat rekabeti alt başlığında 43. sırada yer aldığı görülmektedir. 2022 yılına gelindiğinde yüz on yedi ülke arasında ise iş çevresi alt başlığında 64. sıraya gerilediği, fiyat rekabeti alt başlığında 18. sıraya kadar yükseldiği görülmektedir. Türkiye'nin fiyat rekabetçiliğinde ön sıralarda yer alması rakiplerine kıyasla sektördeki düşük maliyetlerin bir göstergesi ve ülke çekiciliğini artıran bir etken olarak yorumlanabilir.

2024 yılı verilerinde genel sıralamanın 29. sıraya kadar yükseldiği görülmektedir. Bu yükseliş sektörün uluslararası rekabetçiliğindeki iyileşmeyi de ortaya koymaktadır. TTDI 2024'te TTDI 2021'e kıyasla iş çevresi (91), insan kaynakları ve işgücü piyasası (101), emniyet ve güvenlik (100), kara ve liman alt yapısı (52) alt başlıkları 2024 yılında endekste ciddi gerileme yaşanan alt başlıklar iken; sağlık ve hijyen, uluslararası açıklık, doğal kaynaklar, boş zaman dışı kaynaklar, alt başlıkları endekste ön sıralara taşındığı alt başlıklardır. "Seyahat ve Turizmin Sürdürülebilirliği" başlığına ait göstergelerdeki ilerlemeler ve fiyat rekabeti alt başlığındaki ciddi gerileme dikkat çekmektedir. Bir önceki endeks dönemi ile kıyaslandığında 2024 yılında Türkiye'nin fiyat rekabetçiliği alt başlığında 12 basamak gerileyerek 40. sırada yer alması; özellikle Covid-19 pandemi dönemi sonrasında bugüne kadarki süreçte maliyet kalemlerinde yaşanan artışların yansımaları olarak yorumlanabilir. Seyahat maliyetlerini doğrudan etkileyen yakıt maliyetleri, ulaşım maliyetleri, konaklama maliyetleri turizm sektörünü önemli ölçüde etkileyen maliyet kalemleri arasında yer almaktadır.

Türkiye turizm rekabetçiliği konusunda en önemli gelişmeyi ise "Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi" alt başlığında göstermiş ve bu alt başlıkta 6,12 puan ile dünya ikincisi olmuştur. Bu, Türkiye'de politika yapıcılarının turizm sektörünü ve sektörün uluslararası piyasadaki rekabetçi konumunu önemseyişinin açık bir göstergesidir. Bölgesel gruplandırma esas alınarak düşünüldüğünde de Avrupa ülkeleri arasında yer alan Türkiye, kendisi ile aynı ülke grubunda yer alan ülkeler ile yarışabilecek bir performans sergileyerek en iyi gelişme gösteren Güney Avrupa ülkesi olarak nitelendirilmiştir. WEF raporu, endeksteki iyileşmenin 2019'a kıyasla %3,1'lik bir artışa işaret ettiğini, aralarında İtalya ve İspanya gibi öncü konumdaki turizm destinasyonları geride bıraktığını vurgulamaktadır (WEF:2024).

Türkiye'nin TTDI 2024'teki konumu genel olarak değerlendirildiğinde; turizm sektörünün COVID-19 salgınından sonra başarılı bir toparlanma dönemi yaşadığını açıkça göstermektedir. 2025'e doğru ilerlerken, Türkiye turizminin toparlanma rehabetine kapılmaksızın, sürdürülebilir turizm politikalarını öncelikleyen çalışmalara ağırlık vermesinin önemine de vurgu yapmak gerekmektedir. Ancak bu sayede endeks sıralamasında daha üst sıralara taşınabilmek, hatta turizm rekabetçiliğinde ilk 10 sırada yer alan ülkeler sıralamasına yerleşebilmek mümkün olabilecektir.

3. Yöntem

Turizm sektörünün rekabet gücü hakkında birçok çalışma ve sektördeki rekabet gücünü farklı yönleriyle ele alan tartışmalar bulunmaktadır. Bazargani ve Kılıç (2021), Hanafiah, Hemdi ve Ahmad (2016); Uyar, Kuzey, Köseoğlu ve Karaman (2022); Croes ve Kubickova (2013); Kozak ve Rimmington (1999); Dwyer ve Kim (2003); Bachi, Yasin ve Bánhegyi (2023); Maqbool, Bashir ve Hussain (2022); Batbaylı (2022); Algieri, Aquino ve Succurro (2018) turizm sektöründe rekabet gücünü araştıran çalışmalara örnek teşkil etmektedir. Literatür dikkate alındığında, araştırmacılar ve yöneticiler, destinasyon yönetimi teorisine odaklanarak "destinasyon rekabetçiliği nedir?" ve "destinasyon rekabetçiliği nasıl ölçülür?" sorularına açıklık getirmişlerdir. Ancak konu Türkiye özelinde değerlendirildiğinde, rekabet gücünü etkileyen faktörlerin turizmin uluslararası rekabet gücü üzerindeki etkilerini ampirik olarak ele alan çalışmaların azlığı dikkat çekmektedir. Bu çalışmada Türk turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü ile rekabet gücünü etkileyen faktörler arasındaki nedensellik ilişkisi ampirik olarak test edilmektedir.

Çalışmada yer alan ham (orijinal) veriler, 1990 – 2024 yıllarına ait, yıllık, Bağımlı değişken Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Endeksi (RCA)'dır. Bağımsız değişkenler ise Verimlilik = İstihdam / GSYİH veya i ülkesinde çalışan işçi başına GSYİH'ya katkı, Reel Döviz Kuru (RDK), beşerî sermayeyi göstermesi amacıyla İnsani Gelişim Endeksi (HDI), teknolojiyi göstermesi amacıyla yerli - yabancı patent başvuruları (YYPB) ve

AR-GE harcaması (Yüzde GSYİH) (AR-GE) serileridir. Çalışmada tahmin edilmek istenen model şu şekilde tanımlanmıştır:

$$RCA_t = \beta_0 + \beta_1 Verimlilik_t + \beta_2 RDK_t + \beta_3 HDI_t + \beta_4 YYPB_t + \beta_5 ARGE_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

(2) nolu eşitlikte yer alan değişkenler oransal olarak ölçülen değişkenler olduğu için çalışmanın çözümlenmesinde değişkenlerin oransal hali kullanılmıştır. Değişkenlere logaritmik dönüşüm uygulanmamıştır.

Modelde değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için hipotezler;

H₀: Değişkenler arasında nedensellik ilişkisi yoktur yani nedeni değildir.

H₁: Değişkenler arasında nedensellik ilişkisi vardır yani nedenidir.

şeklinde gösterilmiştir.

4. Bulgular

Çalışmada ilk olarak modelde yer alan tüm değişkenler için temel istatistik değerleri hesaplanmış ve Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Modelde Kullanılan Değişkenlerin Temel İstatistik Değerleri

	<i>RCA</i>	<i>VERIMLILIK</i>	<i>RDK</i>	<i>HDI</i>	<i>YYPB</i>	<i>ARGE</i>
Ortalama	0.136700	95.13143	91.45286	0.727914	8203.429	0.733714
Ortanca	0.020100	100.9000	93.47000	0.718000	6189.000	0.690000
En Büyük değer	1.071100	127.7000	127.7100	0.855000	19916.00	1.400000
En Küçük değer	0.009500	47.60000	47.61000	0.598000	902.0000	0.230000
Std. Sapma.	0.332693	21.53823	19.79647	0.086977	6727.065	0.363060
Çarpıklık	2.424220	-0.606391	-0.363219	0.032888	0.463225	0.456397
Basıklık	6.882800	2.459446	2.544113	1.542116	1.620491	1.905623
Jarque-Bera (JB)	56.26761	2.571099	1.072672	3.105887	4.026975	2.961663
Olasılık değeri (P)	0.000000	0.276499	0.584887	0.211624	0.133522	0.227449
Gözlem Sayısı	35	35	35	35	35	35

Kaynak: Yazar tarafından Eviews v.12.0 programı ile oluşturulmuştur.

Tablo 2'de verilen bazı değişkenler için (YYPB ve AR-GE) standart sapma değerlerinin yüksek oluşu, bu zaman serisi verisinin örnek dönemindeki (1990 – 2024) değişkenliğinin de yüksek olduğunun bir göstergesidir. RCA değişkeni hariç tüm değişkenler için Jarque Bera (JB) istatistiğine göre normal dağılıma uygunluk vardır sonucuna ulaşılmıştır.

Ancak zaman serisi kullanılan modellerin analizlerinde, hemen modelin çözümünün yapılması doğru değildir. Öncelikle modelde kullanılan zaman serilerinin her biri için ayrı ayrı durağan olup olmadığının ilgili testler ile sınanması gerekmektedir. Bu çalışmada değişkenler için durağanlık analizi değerlendirilmesinde

ADF birim kök testi kullanılmıştır. Optimum gecikme uzunluğu dört olmak üzere Akaike Bilgi kriteri kullanılmıştır. Birim kök varlığı için tüm istatistiksel değerlendirmelerde kritik değer olarak yüzde 5 anlamlılık düzeyindeki Mackinnon (1996) kritik değerleri baz alınmıştır.

Tablo 3. Modelde Kullanılan Değişkenlerin ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Model	ADF Test İst.	Gecikme Uzunluğu (k)	Kritik Değer (Yüzde 5)	Olasılık (P) Değeri	Sonuç
RCA	Trend + Sabitli Model	-1,094	0	-3,548	0,9154	Durağan değil
D(RCA)	None	-5,380	0	-1,951	0,0000	Durağan
Verimlilik	Sabitli Model	-1,466	0	-2,951	0,5382	Durağan değil
D(Verimlilik)	None	-7,539	0	-1,951	0,0000	Durağan
RDK	Trend + Sabitli Model	-0,899	1	-3,553	0,9454	Durağan değil
D(RDK)	None	-7,807	0	-1,951	0,0000	Durağan
HDI	Sabitli Model	-1,057	1	-2,951	0,7210	Durağan değil
D(HDI)	Sabitli Model	-4,989	0	-2,954	0,0000	Durağan
YYBP	Trend + Sabitli Model	-2,197	1	-3,553	0,4758	Durağan değil
D(YYBP)	None	-3,241	0	-1,951	0,0020	Durağan
ARGE	Trend + Sabitli Model	-1,889	0	-3,549	0,6384	Durağan değil
D(ARGE)	None	-4,954	0	-1,951	0,0000	Durağan

Kaynak: Yazarlar tarafından Eviews v.12.0 programı ile oluşturulmuştur.

Tüm zaman serileri için 1. sıra fark durağan değerlerde ADF test istatistik değerleri mutlak değerce kritik değer (% 5)'den büyük olduğu için H_0 hipotezi red edilebilir yani serilerin tümü 1. sıra fark durağan I(1) bulunmuştur. Tüm değişkenler için en uygun gecikme uzunluğu 0 (sıfır) bulunmuştur.

Değişkenler arasındaki ilişkileri ölçümleyen regresyon analizleri, modeldeki değişkenler arasındaki bağımlılık ilişkilerini de ölçmektedir. Bu ölçümleme içinde değişkenler arasındaki bağımlılık, kesin bir nedensellik ilişkisi ifade edilememektedir. Eğer iki değişken arasında zamana bağlı gecikmeli bir ilişki varsa, nedenselliğin istatistiksel olarak tespit edilmesi için kullanılan en yaygın test "Granger Nedensellik Testi" dir.

Çalışmada kullanılan değişkenler (RCA, Verimlilik, RDK, HDI, YYBP ve AR-GE) arasındaki nedenselliğin yönünü belirlemek için yapılan Granger nedensellik testi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Granger Nedensellik Test Sonuçları

Boş Hipotez	N	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi (P)
VERİMLİLİK Granger nedeni değildir RCA	31	2.15049	0.1085
RCA Granger nedeni değildir VERİMLİLİK		0.18289	0.9448
RDK Granger nedeni değildir RCA	31	2.22864	0.0989**
RCA Granger nedeni değildir RDK		0.25367	0.9043
HDI Granger nedeni değildir RCA	31	2.86423	0.0474*
RCA Granger nedeni değildir HDI		5.35047	0.0036*
YYPB Granger nedeni değildir RCA	31	13.1287	1.E-05*
RCA Granger nedeni değildir YYPB		2.77006	0.0427*
ARGE Granger nedeni değildir RCA	31	2.37347	0.0834**
RCA Granger nedeni değildir ARGE		3.27089	0.0301*
RDK Granger nedeni değildir VERİMLİLİK	31	3.66918	0.0195*
VERİMLİLİK Granger nedeni değildir RDK		0.17404	0.9494
HDI Granger nedeni değildir VERİMLİLİK	31	0.74154	0.5739
VERİMLİLİK Granger nedeni değildir HDI		0.73715	0.5766
YYPB Granger nedeni değildir VERİMLİLİK	31	1.35203	0.2826
VERİMLİLİK Granger nedeni değildir YYPB		1.82948	0.1591
ARGE Granger nedeni değildir VERİMLİLİK	31	0.76111	0.5617
VERİMLİLİK Granger nedeni değildir ARGE		0.86365	0.5011
HDI Granger nedeni değildir RDK	31	0.49502	0.7395
RDK Granger nedeni değildir HDI		1.84309	0.1565
YYPB Granger nedeni değildir RDK	31	1.60758	0.2078
RDK Granger nedeni değildir YYPB		2.29468	0.0915**
ARGE Granger nedeni değildir RDK	31	1.42160	0.2599
RDK Granger nedeni değildir ARGE		2.20662	0.1015
YYPB Granger nedeni değildir HDI	31	1.26578	0.3133
HDI Granger nedeni değildir YYPB		2.43415	0.0777**
ARGE Granger nedeni değildir HDI	31	0.81319	0.5303
HDI Granger nedeni değildir ARGE		3.67724	0.0194*
ARGE Granger nedeni değildir YYPB	31	0.47547	0.7533
YYPB Granger nedeni değildir ARGE		3.92413	0.0149*

Kaynak: Yazarlar tarafından Eviews v.12.0 programı ile oluşturulmuştur.

Bağımlı değişken RCA için granger nedensellik testi sonuçlarına göre yüzde 10 anlamlılık düzeyinde reel döviz kuru ve AR-GE değişkenleri RCA değişkeninin tek yönlü nedenseli iken; yerli-yabancı patent başvuru sayısı ve insani gelişme endeksi değişkenleri ise RCA'nın yüzde 5 anlamlılık düzeyinde çift yönlü nedenselidir. Yüzde 5 anlamlılık düzeyinde RCA'nın AR-GE değişkeninin Granger nedeni olduğu ise nedensellik analizi çerçevesinde elde edilen bir diğer sonuçtur. Diğer bir deyişle reel döviz kuru turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte ancak sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmemektedir. AR-GE harcamaları, yerli-yabancı patent başvuru sayısı ve insani gelişme endeksi ise hem turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte hem de sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmektedir.

5. Sonuç

Küresel rekabetin önünde kalmak için rekabet etmenin en iyi yollarını belirlemek ve bunlardan sürdürülebilirliğini sağlamak son derece önemli ancak bir o kadar da zordur. Bu nedenle birçok ülke rekabet gücünü artırmak, katma değer oluşturmak ve yeni piyasalar geliştirmek için bir dizi ürün ve hizmeti ele alan ihracat stratejileri geliştirmektedir. Turizm sektörü, katma değer yaratan ve doğru ihracat stratejileri ile geliştirilebileceği düşünülen hizmet sektörlerinin başında gelmektedir. Bu nedenle çalışmada sektörün rekabet gücünü etkileyen faktörler ışığında turizmin uluslararası rekabet gücüne ilişkin ampirik analiz gerçekleştirilmiştir. 1990-2024 dönemi yıllık verileri kullanılarak gerçekleştirilen Granger nedensellik testi bulgularına göre reel döviz kuru turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte ancak sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmemektedir. AR-GE harcamaları, yerli-yabancı patent başvuru sayısı ve insani gelişme endeksi ise hem turizm sektörünün karşılaştırmalı üstünlüğünü etkilemekte hem de sektörün karşılaştırmalı üstünlüğünden etkilenmektedir. Ancak turizm sektörünün rekabet gücü üzerinde diğer değişkenlere kıyasla beşerî sermaye değişkeninin etkisi daha baskındır. Ülkelerin refahı ve yaşam standardı açısından düşünüldüğünde beşerî sermayeye yönelik her bir birim iyileşmenin sektörün uluslararası rekabet gücünü kuvvetlendirici etkisi sürpriz değildir.

Türkiye, zengin tarihi, kültürel ve doğal kaynakları ve jeopolitik konumu nedeniyle dört mevsimi aynı anda yaşaması gibi nedenlerle ağırladığı turist sayısı bakımından önde gelen ülkeler arasında yer almasının yanı sıra, turizm gelirleri, turizm ihracatı, yarattığı istihdam olanakları açısından da dikkat çeken ülkeler arasındadır. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Türkiye 55,2 milyon turist ağırlayarak 5. sırada yer alırken, benzer başarıyı diğer makro ekonomik göstergeler açısından da sergilemiştir. Buna göre 2023 yılında 49,5 milyar dolar turizm geliri ile dünya genelinde 6. sırada yer alan Türkiye'nin dünya hizmet ihracatına da %69 gibi oldukça yüksek bir oranda katkı sağladığı gözlemlenmektedir. Türkiye turizminin makroekonomik göstergelerde sergilediği iyileşmelerin bir yansıması da rekabet gücünde iyileşmeler olarak yorumlanabilir. TTDI 2024'e göre 29. sırada yer alan Türkiye'nin endekste bir önceki yıla göre 18 basamak ilerlemesi de sektörün rekabetçi konumdaki iyileşmesini verilerle desteklemektedir.

Türk turizm sektöründe rekabet gücünün elde edilmesinden daha önemli olan husus söz konusu rekabetçi gücü korumak ve sürdürülebilir kılmaktır. Sektörde sürdürülebilir bir rekabetçilik ise küresel bir marka olan Türk turizminin sahip olduğu değerleri dünya piyasalarında cazip kılabilecek doğru stratejik politikaların geliştirilmesi, mevcut trendlerin takip edilmesi ve kaynakların etkin kullanımına teşvik edilmesi, ve verimlilik odaklı yapısal politikaların geliştirilmesi ile mümkündür. Turizm sektörünün uluslararası rekabet gücü konusunda çalışmanın Türkiye özelinde detaylı bir analiz sunması ve elde edilen bulgular politika yapımcıların geliştireceği sürdürülebilir yatırım politikaları da dahil tüm politikalar için kılavuz niteliğinde olacaktır.

Kaynakça

- Algieri, B., Aquino, A. & Succurro, M. (2018), International Competitive Advantages in Tourism: An Eclectic View, *Tourism Management Perspectives*, Vol.25, pp.41-52.
- Bacsi, Z., Yasin, A. S.& Bánhegyi, G. (2023), Tourism Competitiveness in Eastern Africa: RCA and TTCl, *Heritage*, Vol.6, pp.5997 - 6015
- Balassa, B. & M. Noland, (1989), 'Revealed' Comperative Advantage in Japan and United Stades,, *Journal of International Economics*, 4 (2), pp. 8-22.
- Batbaylı,Ş. (2022), Türkiye'nin Uluslararası Sağlık Turizmindeki Rekabet Gücünün Ekonomik Büyüme Etkisi: Ampirik Bir Analiz, *International Journal of Social Inquiry*, Vol.15(2), pp.365-382.
- Bazargani, R. & Kılıç, H. (2021), Tourism Competitiveness And Tourism Sector Performance: Empirical Insights From New Data, *Journal of Hospitalityand Tourism Management*, Volume 46, pp. 73-82.
- Becker, G.S. (1993). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education (3 rd ed.), Chicago: University of Chicago Press.
- Boltho, A. (1996), The Assessment: International Competitiveness, *Oxford Review of Economic Policy*, Autumn 1996, Vol. 12, No. 3, pp.1-13.
- Croes, R & Kubickova, M. (2013), From Potential to Ability to Compete: Towards A Performance-Based Tourism Competitiveness Index, *Journal of Destination Marketing & Management*, Vol. 2, Issue 3, pp.146 - 154.
- Dwyer, L.& Kim, C. (2003), Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, *Current Issues in Tourism*, 6(5), pp.369-414.
- Kozak, M.& Rimmington, M. (1999), Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations And Empirical Findings, *International Journal of Hospitality Management*, Vol.18, Issue 3, pp.273-283.
- Krugman, P., (1994), Competitiveness: A Dangerous Obsession, *Foreign Affairs; New York*, Vol. 73, Iss. 2, pp.28-44.
- Liesner, Hans Hubertus (1958), The European Common Market and British Industry, *Economic Journal*, Vol. 68, pp. 302-316.
- Maqbool, S. M., Bashir, F.& Hussain, A. (2022), The Competitiveness of Tourism Industry of Pakistan and India in the World Market: A Comparative Analysis, *Annals of Social Sciences and Perspective*, Vol.3 pp.191-198.
- Porter, M. E. (1990), The Competitive Advantage of Nations, *Harvard Business Review*. pp.73-91.
- Strom, K.(1990), A Behavioral Theory of Competitive Political Parties, *American Journal of Political Science*, Vol. 34, No. 2 (May, 1990), pp. 565-598.
- Uyar, A., Kuzey, C., Koseoglu, M. A., & Karaman, A. S., (2022), Travel And Tourism Competitiveness Index And The Tourism Sector Development, *Tourism Economics*, Vol.29, Issue. 4, pp.1005-1031.
- World Economic Forum (WEF), 2007, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007, Furthering the Process of Economic Development
- World Economic Forum (WEF),2008, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008, Balancing Economic Development and Environmental Sustainability
- World Economic Forum (WEF), 2009, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, Managing in a Time of Turbulence
- World Economic Forum (WEF),2011, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Beyond the Downturn

World Economic Forum (WEF),2013, Insight Report, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation.

World Economic Forum (WEF), 2015, Insight Report, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015, Growth through Shocks,

World Economic Forum (WEF), 2017, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, Paving the Way for a more Sustainable and Inclusive Future

World Economic Forum (WEF), 2019, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019, Travel and Tourism at a Tipping Point

World Economic Forum (WEF), 2021, The Travel & Tourism Development Report 2021, Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future

World Economic Forum (WEF), 2024, The Travel & Tourism Development Report 2024