

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİNİN ÖLÇÜMESİ

Kamil UNUR*

Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
kunur@yahoo.com

ÖZ

Özellikle, son çeyrek yüzyılda dünya ekonomisi için önemli bir sektör durumuna gelen turizme karşı olan ilgi de önemli oranda artmıştır. Bu ilginin en önemli nedenlerinden biri turizmin yarattığı ekonomik etkilerdir. Artan bu ilgiye karşın, hetorejen yapısı turizmin ekonomik etkilerinin ölçülmesini güçleştirmektedir. Bu nedenle, turizmin yarattığı ekonomik etkilerin ölçümüne yönelik çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Bu çalışmada öncelikle, turizmin yarattığı birincil (doğrudan) ekonomik etkilerin ölçülmesinde kullanılan belli başlı yöntemler incelenmektedir. Bu yöntemlerin turist harcamalarının doğru olarak ölçülmesi için Türkiye açısından geçerliliği tartışılmaktadır. Çalışmada daha sonra, turizmin ikincil (doğrudan + uyarılmış) ekonomik etkilerinin ölçümünde kullanılan çarpan yöntemleri incelenmekte ve bu yöntemlerin zayıf yönleri ve sınırlılıkları ele alınmaktadır. Çalışma tamamıyla ikincil kaynaklardan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Anahtar sözcükler: **Turizmin ekonomik etkileri, ölçme yöntemleri, girdi-çıkıtı, çarpan**

GİRİŞ

Turizmin hem talep hem de arz yönü ile ekonomi içerisinde bir çok sektör ile ilişkide olması, turizmin tüm etkilerinin ölçülmesini ya da ortaya çıkarılmasını güçleştirmektedir. Turizmin ekonomik boyutunu ön plana çıkarmak amacı ile yapılan çalışmaların birçoğunda, kullanılan yöntemlerde eksiklikler ve yanlışlıklar söz konusudur (Crompton and McKay 1994; Crompton 1995; den aktaran Ap and Crompton 1998). Ayrıca, turizmin bir ülke ekonomisine olan katkılarını bütünüyle değerlendirecek güvenilir bir yöntem de bulunmamaktadır (Coltman, 1989; den aktaran Tosun, 1999: 222). Turizm sektörü “sektörler kesiti” özelliği dolayısıyla bir çok sektörden pay almakta, yani bir çok sektörü doğrudan ve bir çok sektörü de dolaylı olarak etkilemektedir. Bu durum, turizm ile ilgili sağlıklı ve yeterli veri elde edilmesini oldukça zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, turizmin ekonomik etkilerini tam anlamıyla tespit etmek neredeyse

olanaksızlaşmaktadır. Ancak, bugüne kadar çok çeşitli yöntemler ile turizmin hem ekonomik, hem de diğer etkileri ölçülmeye çalışılmıştır.

Turizmin bir ülke ya da bölgeye olan ekonomik katkıları, turistlerin ülkeye/bölgeye gelmesi ve harcama yapması sonucu, ülkenin/bölgenin toplam gelir ve refahında meydana gelen artış şeklinde tanımlanabilir. Turistin gelmesi ve para harcamasıyla oluşan turizmin ekonomik etkileri iki aşamalı olarak ölçülmektedir. Bu aşamalardan birisi turizm olayının gerçekleşmesi sonucu anında oluşan gelir, istihdam vb. gibi doğrudan (birincil) etkilerin ölçülmesinde kullanılan yöntemlerdir. İkinci aşama ise, turizm hareketleri sonucu ekonominin bütününde oluşan değişimi yani, ikincil ve uyarılmış etkileri ölçmede kullanılan yöntemlerdir. Diğer bir anlatımla, öncelikle turist harcamaları rakamsal olarak belirlenmekte, daha sonra ülke/bölge ölçeğinde bir ekonomik model kullanılarak, söz konusu rakamların ekonomi içerisindeki dolaşımı ve bu dolaşım sonucu ortaya çıkan toplam etki hesaplanmaktadır.

TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇÜLMEDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Turizmin ekonomik etkileri çeşitli ekonomik modeller ya da yöntemler yoluyla hesaplanmaya çalışılmaktadır. Bu yöntemler turizm ve seyahatle ilgili mevcut verilerden yola çıkarak bireylerin, işletmelerin ve devletin davranışları ve aralarındaki ilişkiler konusunda belli varsayımlar geliştirilmesi sonucu oluşturulur. Bu varsayımlar geliştirilirken en belirgin ilişkiler göz önüne alınmaktadır. Yöntemler basitten karmaşığa, ilişkilerin belirsizliğinden, açıkça tanımlanmasına ve bir tek olgunun ekonomik etkisinin araştırılmasından, bir çok olgunun ekonomik etkisinin araştırılmasına kadar farklılıklar göstermektedir.

Turizmin yarattığı ekonomik etkilerin birinci ve en önemli ayağını turist harcamaları oluşturmaktadır. Turist harcamalarının belirlenmesinde birincil ve ikincil verileri kullanan çeşitli istatistiksel analiz yöntemleri vardır. En fazla tercih edilen istatistiksel analiz yöntemi ise, ana kütleyi temsil eden turistlerden örnekleme yöntemiyle seçilen bir gruba anket uygulanarak, turistlerin hangi mal ve hizmetlere ne kadar harcama yaptıklarının bulunmasıdır. Daha sonra elde edilen rakamların her grup mal ve hizmet için ortalamaları alınmakta ve çıkan değerler ana kitledeki turist sayısı ile çarpılmaktadır.

Turizmin ekonomik etkilerini ölçmeye çalışan 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. Ziyaretçi harcama anketi, resmi istatistiklerden elde edilen ikincil verilerin analizi, temel ekonomik modeller, çarpan yöntemi, girdi-çıkıtı analizi (Frechtling 1994a) ve uydu hesaplama yöntemi ekonomik etkilerin ölçülmesinde kullanılan temel yöntemlerdir.

Turizmin ekonomik etkileri değerlendirilirken, veri toplamada da çeşitli yaklaşımlar söz konusudur. Bu yaklaşımlar, tamamen uzman görüşüne

dayanan yargısal veri toplama yaklaşımından birincil veri toplama yaklaşımına kadar değişmektedir. Burada en basit yaklaşımdan en zor olana doğru gidildikçe veri toplamak için gerekli zaman ve harcamalar artmaktadır. Öyle ki, uzman yargısıyla veri elde etmek sadece bir kaç saatte ve çok düşük maliyetle olası iken, birincil elden veri toplamak aylar hatta yıllar alabilmekte ve çok pahalıya mal olmaktadır. Ayrıca, kullanılan veri toplama yaklaşımına göre, turizmin ekonomik etkilerinin doğruluk dereceleri de değişiklikler gösterebilmektedir. Ancak, gönderilen anketlerin geri dönüş oranının düşük olması, örneklemin ana kütleyi temsil etmemesi ve yanlış yöntemin kullanılması gibi nedenlerle, yargısal yolla elde edilen sonuçlar anket yönteminden daha doğru olabilmektedir. Veri toplama yaklaşımları şu şekilde tablolştırılabilir (Stynes 1999):

Tablo 11: Turizmin Ekonomik Etkisini Belirlemede Kullanılan Veri Toplama Yaklaşımları

Düzyey	Turizm Hareketleri	Harcamalar	Çarpanlar
1-Yargısal	Turizm hareketlerinin uzman yargısıyla tahminlenmesi	Uzman yargısı ya da mühendislik yaklaşımı ¹	Uzman yargısı ile çarpanların tahminlenmesi
2- Daha fazla yargısal, daha az birincil veri	Bölge için var olan turizm rakamlarının kullanılması ya da benzer işletme, bölge, ya da ülkelerdeki toplam turizm rakamlarından yararlanılması	Benzer bölge ve pazarlarda yapılmış çalışmalardaki harcama rakamlarının kullanılması ya da uyarlanması	Benzer bölge ve çalışmalarda belirlenmiş harcama çarpanlarının kullanılması ya da uyarlanması
3- Daha az yargısal, daha çok birincil veri	Bölgelere göre turizm hareketlerinin tahminlenmesi ya da bir başka bölgedeki bölgelere göre tahminlenmiş turizm hareketlerinin değiştirilerek uyarlanması	Belli harcama kategorilerine ve bölgelere göre parça parça belirlenmiş harcamaların uyarlanması	Yayınlanmış kaynaklardan sektöre özel çarpanların kullanılması
4-Birincil Veri	Anketlerle ya da talep tahmin modelleriyle bölgelere göre turist sayılarının tahminlenmesi	Harcama gruplarına ve bölgelere göre ortalama harcamaların rasgele örnekleme ile yapılan anketler sonucu tahminlenmesi	Bölge ekonomisi için girdi/çıkı modeli için uygulanması sonucu çarpanların elde edilmesi

Kaynak: Steynes, (2001). www.msu.edu/course/pr/840econimpact/pdf/ecimpvol2.pdf

Araştırma yapanlar araştırmada istenen ayrıntı düzeyine göre yukarıda belirtilen yöntemlerden her hangi birisi ile elde edilmiş verileri (turist sayıları ve bölümlenmesi, harcama miktarı ve gruplaması ve çarpanları) kullanabilir.

¹ Mühendislik yaklaşımında her girdinin maliyetleri ayrı ayrı belirlenerek bir seyahatin toplam maliyeti belirlenir.

TURİZMİN BİRİNCİL ETKİLERİNİ ÖLÇMEDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Turizmin birincil ekonomik etkilerini hesaplamada kullanılan çeşitli yöntemler vardır. Bu yöntemler çeşitli yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Örneğin, Samuelson and Nordhaus (1989; 5-6) gözlem yöntemi, deneysel yöntem, analiz yöntemleri ve istatistiksel analiz yöntemleri olarak bir sınıflandırma yaparken; İçöz ve Kozak (1998; 276) turist harcamalarının doğrudan gözlemlenmesi, doğrudan gözlem ve turizm gelirlerinin kaydedilmesi, alan araştırmaları ve tüketici araştırmaları şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Çalışmada, turizmin ekonomik etkilerini hesaplama yöntemleri, iki aşamada incelenmektedir. Bu bağlamda, Frechtling'in (1994b, 367-380) yaptığı sınıflama baz alınarak turizmin birincil etkilerinin, yani turist harcamalarının ve bu harcamaların yarattığı ikincil etkilerin hesaplanmasında kullanılan yöntemler olarak ele alınmaktadır.

TURİST HARCAMALARINI HESAPLAMA YÖNTEMLERİ

Turizmin ekonomik etkileri sürekli gerçekleşen bir süreç olmasına karşın, bu etkiler araştırılırken belirli bir zaman dilimi baz alınmaktadır. Çoğunlukla yapılan çalışmalarda, bu zaman dilimi içindeki turizmin birincil etkilerinin hesaplanmasında turist harcamalarından yararlanılmaktadır. Turist harcamalarının hesaplanmasında, herkesin üzerinde en iyi yöntem olarak uzlaştığı bir yöntem söz konusu değildir. Ancak, bir ülke ya da bölgedeki turistlerin yapmış olduğu harcamaların hesaplanmasında kullanılan sekiz temel yöntem vardır (Frechtling, 1994b; 368). Bu yöntemler aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

1. Turist Harcamalarının Gözlemlenmesi Yöntemi

Yöntem, temel olarak iki farklı şekilde uygulanmaktadır. Birinci uygulama, turistlerin sürekli takip edilerek yaptıkları harcamaların gözlemlenerek kaydedilmesi şeklinde yapılmaktadır. Yani, turistin benzine, yiyeceğe, konaklamaya vb. alanlara ne kadar harcama yaptığının bir gözlemci tarafından kaydedilmesi ve bu sonuçların genellenmesiyle toplam turist harcamaları ya da turizmin hangi sektöre ne kadar katkıda bulunduğu ortaya çıkartılmaktadır. Bu yöntem, basit olmasına karşın uygulamada oldukça zaman ve para gerektiren bir yöntemdir. Ayrıca, bu yöntemin uygulanabilmesi için her şeyden önce gözlem yapacağınız turistlerin sizinle bir şekilde işbirliği yapması gerekmektedir. Yöntemin bir başka olumsuz yanı ise, belirli gruplardan elde edilen sonuçların tüm turistlere genellenmesinin de yanlış sonuçlar verebilme olasılığıdır.

Yöntemde ikinci uygulama, turizmle ilgili işletmelerin toplam satışlarının ne kadarının turistlere ne kadarının yerel halka yapıldığının işletme kayıtlarından elde edilerek kaydedilmesi (işletmelere sorulması) şeklinde uygulanmaktadır. Bu uygulama konusunda “Araştırma yapanlara göre; bu uygulamada turizm sektöründe seyahat ve taşımacılıkla ilgili alanlardan elde edilen verilerin doğru olarak belirlenmesine rağmen, eğlence, rekreasyon, konaklama ve benzeri alanlardan elde edilen verilerin her zaman doğru ve kesin olmayacağı kanısı hakimdir” (İçöz ve Kozak, 2002; 296). Bu durumun nedeni, turizmle ilgili işletmelerin satışlarının ne kadarlık kısmının yerel halka, ne kadarlık kısmının turistlere yapılan satışlardan olduğunun işletmeciler tarafından kesin olarak bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla, bu yöntemle elde edilen veriler kesin rakamlar yerine yalnızca tahmini rakamları ortaya koymaktadır. Bu nedenle de, yöntem sağlıklı sonuçlar alınabilecek bir yöntem değildir.

2. Alan Araştırmaları

Turist harcamalarının hesaplanmasında genellikle kullanılan bu yöntem, diğer yöntemlerde de birincil veri toplama yöntemi olarak kullanılmaktadır. Yöntem, seçilen örnek grup ya da gruplarla seyahatleri boyunca yaptıkları harcamaları ilgili anket yapılması şeklinde uygulanmaktadır. (Frechtling, 1994b; 368). Anket sonrasında elde edilen verilerin ortalamaları alınarak ana kütleli sayısıyla çarpılmaktadır. Bu çarpım sonucunda turistlerin yapmış oldukları harcamalardan hangi sektörün ne kadar pay aldığı ve toplam turist harcamaları bulunmaktadır.

İçöz ve Kozak (2002; 296) bu yöntemin özellikle dış turizm alanında uygulandığında, iç turizme kıyasla daha iyi sonuçların alındığını, hatta yöntemin iç turizmde ilgili araştırmalarda uygulanmasının oldukça zor olduğunu belirtmektedirler. Bunun nedeni olarak, iç turistlerden elde edilen verilerin ancak tahminlerle genelleştirilmesi olarak göstermektedirler. Bu sav, özellikle iç turizmle ilgili verilerin çok yetersiz olduğu Türkiye gibi ülkeler için söz konusudur.

Dış turistlerin bir ülkede yaptıkları harcamaları belirlemede en çok kullanılan anket yönteminden elde edilen sonuçların doğruluğu, bu sonuçlar baz alınarak daha sonra yapılacak hesaplamalardan elde edilen sonuçların doğruluğunu da doğrudan etkilemektedir. Diğer bir deyişle, eğer ülkeye turistler yoluyla giren döviz miktarı yanlış hesaplanırsa bu dövizlerin ekonomi içerisinde yarattığı ikincil etkiler de yanlış olarak hesaplanacaktır.

Bir başka veri toplama yöntemi ise, günlük tutma yöntemidir. Bu yöntemde turistler seyahatleri boyunca yaptıkları tüm harcamaları günlüklerine kaydederler. Bu veriler daha sonra araştırmacılar tarafından değerlendirilir. Yöntem anımsama sorunu olmaması nedeniyle en doğru sonuçları verebilecek bir yöntem olarak görünmektedir. Ancak, yöntemde iki önemli sorun ortaya

çıkılmaktadır (Golman vd. 1994). Bunlardan birisi seçilen örneklem için günlük tutacak yeterince gönüllü turist bulunamamasıdır. Bu sorun çeşitli özendirici önlemlerle aşılabılır. Özendirici önlemler nedeni ile günlük tutmayı kabul eden turistler ise yaptığı tüm harcamaları kaydetmeyebilir yani, olayı ciddiye almayabilir. İkinci sorun ise, günlük tutan turistlerin harcamalarını kaydetmeleri nedeniyle normal harcama alışkanlıklarının dışına çıkma olasılığıdır. Diğer bir deyişle, turist yapmak istediği kimi harcamaları kaydetmek istemediği için yapmamaktadır. Bu sorunlarda, sonuçların doğruluğunu ve geçerliliğini de etkileyebilmektedir.

Türkiye’de Devlet İstatistik Enstitüsü (1998) Turizm Bakanlığı ile işbirliği yaparak Türkiye’ye yönelik turizm hareketlerinin özelliklerini ve aktif dış turizm gelirlerini belirlemek amacıyla ülkeye gelen yabancı ziyaretçilere yönelik 1984-1987 yılları arasında anket uygulaması yapmıştır. 1988 ve 1990 yıllarında yapılan uygulama Turizm Bakanlığı tarafından sürdürülmüş, 1996 yılında ise, DİE yine Turizm Bakanlığı ile işbirliği yaparak uydu hesaplama yöntemine yönelik yabancı ziyaretçiler anketi uygulamasına yeniden başlamıştır. Anketler 1996 ve 1997 yıllarında yabancı ziyaretçilere ülkeye girişlerinde verilmiş ve çıkışta uygun yerlere konulmuş olan cam kutulara atılması istenmiştir. Bu yöntemden, dönen anket sayısının yetersizliği nedeniyle vazgeçilmiştir. Bu yöntemin terk edilmesi oldukça yerinde bir karar olarak görünmektedir. Anket dönüş oranının azlığı bir yana, hangi anketin seyahatin hangi aşamasında doldurulduğuna yönelik elde herhangi bir veri de olmadığından anketlerin bir kısmı tatilin başlangıcında, bir kısmı ortasında ve bir kısmı da bitiminde doldurulmuş olabilir. Yani, anketler tamamıyla planlamaya dayalı doldurulmaktan, tamamıyla gerçekleşen rakamlara göre doldurulmaya kadar geniş bir yelpazede yer almaktadırlar. Dolayısıyla, her bir anketin hata nedeni ve oranı farklı olacağından anketler arasında bir standardizasyon söz konusu değildir.

3. Banka Kayıtları Yöntemi

1983 yılı sonuna kadar Türkiye’de uygulanan yöntem, “yabancı pasaportlu kişilerin bankalarda bozdurdukları dövizlerin esas alınması idi. Turistlerin döviz bozdurduğu bankalar, döviz büroları vb. gibi tüm kuruluşlar kayıt tutarlar ve tuttıkları bu kayıtları merkez bankasına bildirirler. Merkez bankası da ülkeye gelen turistlerin toplam ne kadar harcama yaptıklarını kendisine bildirilen kayıtlardan hesaplardı. Bu yöntemle 1983 yılına kadar Türkiye’de turizm gelirlerinin eksik ölçüldüğü ileri sürülebilir. Çünkü, bu yöntem yalnızca “parası konvertible olmayan ve dışalım ile dışsatımda sınırlamaların olduğu ülkelerde uygulanabilir” gözükmektedir (İçöz ve Kozak 1998: 274). Dövizlerin sıkı bir şekilde kontrol edildiği ve turistlerin ulusal para ile harcama yapmak zorunda oldukları ülkelerde de belirli oranlarda güvenilir bir yöntem olarak kabul edilebilir. Bu tür ülkelerde bile karaborsada bozdurulan dövizler nedeniyle

yöntem kesin sonuç vermeyebilir. Yöntemin turistlerin oteller, seyahat acentaları, kuyumcular, döviz büroları ve bankalar gibi bir çok yerde döviz bozdurduğu ülkelerde uygulanması olası görünmemektedir. Çünkü, bu kuruluşların bir çoğunun döviz bozdurulması konusunda kayıt tutma zorunluluğu bulunmamaktadır. Zorunluluğu olanlarda ise, kimseye turist olup olmadığı sorulmamaktadır. Dolayısıyla, turistlerin bozdurdukları dövizlerin toplam miktarının bulunması olanaksız gibi görünmektedir.

Türkiye’de olduğu gibi, bir çok ülkenin liberal ekonomiye geçmesi nedeniyle, yöntem güvenilir kabul edilmemektedir. Bu bağlamda, “Banka Kayıt Yöntemi” günümüz Türkiye’sinde uygulanma şansı olmayan bir yöntemdir.

4. Artık Gelirler Yöntemi

Kreutzwise tarafından geliştirilen yöntem, turist harcamalarının il bazında bölgesel olarak hesaplanması ile ilgilidir. Yöntem istatistiksel ikincil verileri kullanarak bir ildeki hizmet ve perakende alışveriş gelirlerinin toplamından yerel halkın yaptığı harcamaların çıkarılması sonucu, il dışından gelen insanların yaptığı toplam harcamaların bulunmasına dayanmaktadır. Genellikle sayımda elde edilen verilerden yararlanan ve aşağıdaki aşamaları izleyen bu yöntem şu şekilde formüle edilebilir (Smith, 1989; 280-288):

1. *Aşama:* Bölge içinde yer alan her il için ortalama harcanabilir aile gelir (OHAG) ikincil verilerden elde edilerek belirlenir.
2. *Aşama:* Her il için aile bütçelerinden perakende ticaret için yapılan ortalama harcama oranı (%OHAG) ikincil verilerden elde edilmektedir.
3. *Aşama:* Her ilde yapılan toplam perakende satışlar (TPS) ikincil verilerden elde edilmektedir.
4. *Aşama:* Bir ilde yaşayan ailelerin harcanabilir gelirlerinin toplamı (THG) belirlenmektedir.
5. *Aşama:* Bir ilin toplam satın alma gücünü (TSG) belirlemek için 2. aşama ile 4. aşamada elde edilen veriler çarpılmaktadır.

$$TSG = \%OHAG \times THG$$

6. *Aşama:* İlde gerçekleşen toplam perakende satışlardan (TPS) toplam satın alma gücü (TSG) çıkartılarak turistlere ve bölge yerleşikleri diye tanımlanabilecek il dışında ama bölge içinde yaşayan ve ilden alışveriş yapan insanların yaptıkları harcamalara yani, ekstra perakende satışlara (EPS) ulaşılır.

$$TPS - TSG = EPS$$

Yöntem ikinci aşamada toplam ekstra perakende satışların ne kadarlık kısmının turistlere ne kadarlık kısmının da bölge yerleşiklerine ait olduğunu belirlemek için bölgesel gazete bayilerinden yola çıkmaktadır. Diğer bir anlatımla, bölgesel gazetelere il dışındaki bölge yerleşiklerinin bayilikleri ile bu

insanların ilde yaptıkları harcamalar arasında ilişki kurmaya çalışmaktadır. Daha sonra, bu ilişkiden yola çıkarak tahminlenen bölgesel yerleşiklerin yaptıkları toplam harcamalar toplam ekstra perakende satışlardan çıkartılır ve geriye kalan kısım turist harcamaları olarak kabul edilir. Ancak, elde edilen rakam yalnızca toplam rakamdır ve rakam turistlerin nereye ne kadar harcama yaptığına ya da hangi sektörün turizmden ne kadar yararlandığına ilişkin bir bilgi içermemektedir. Yöntemin, il bazında ayrıntılı ikincil verilere gereksinim duyması Türkiye’de uygulanmasını olası kılmamaktadır. Ayrıca, gazete bayilikleri ile perakende alışverişler arasında kurulan ilişki, Türkiye gibi gazete okuma alışkanlığının çok yaygın olmadığı ülkelerde pek geçerli bir yaklaşım olarak görünmemektedir.

5. Mevsimsel Fark Yöntemi

Turist harcamalarını hesaplamada kullanılan bir başka yöntem ise, Mueller tarafından geliştirilen otel, restoran, eğlence yerleri vb. gibi turizmle ilgili işletmelerin yıl içinde en düşük geliri elde ettikleri ayın belirlenmesi için gelirlerin aylık dağılımlarına bakılmasıdır. Bu yöntemde en az gelirin elde edildiği aydaki gelir miktarı yerel halktan elde edilen gelir olarak kabul edilmektedir. En düşük gelir miktarı her ayın toplam gelirlerinden çıkartılır ve geriye kalan kısım turistlerden elde edilen gelir olarak kabul edilir (Fretchling, 1994a; 273).

Bu yöntem, yalnızca bir mevsimde (kış ya da yaz) turizm yapan bölgelerde uygulanabilir görünmektedir. Bu durumda bile turizm sezonunda artan ekonomik faaliyetler nedeniyle yerel halkın daha çok gelir elde edeceği ve dolayısıyla turistik işletmelerde daha fazla harcama yapacağı gerçeği göz ardı edilmektedir. Örneğin, yaz turizminin yoğun olarak yaşandığı bir bölgede turizm sezonunda bölge halkının gelirlerinde bir artış olacağı için artan gelirin bir kısmı restoranlarda yemek yemeye, eğlence yerlerinde eğlenmeye vb. gibi faaliyetlere harcanacaktır. Ayrıca, yaz aylarında havaların güzel olması nedeniyle insanlar daha fazla dışarı çıkarak para harcayacak ve bu paranın bir kısmı da yine turistik işletmelere gelir olarak yansıtacaktır.

Bu yöntem önemli düşüşler yaşansa da turizm sezonunun tüm yıla yayıldığı bölgelerde uygulanma şansı olmayan bir yöntem olarak görünmektedir. Çünkü, yöntem en düşük gelirin elde edildiği aya ait tüm gelirlerin yerel halktan elde edildiğini varsayarak düşük sezonda söz konusu işletmelerde harcama yapan turistleri hesaba katmamaktadır.

6. Uydu Hesaplama Yöntemi²

Uydu Hesaplama Yöntemi (UHY) göreceli olarak yeni bir yöntem olmasına karşın bir çok ülke tarafından kullanılmakta ya da kullanılmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Ayrıca, yöntemin tüm ülkeler tarafından kullanılması, turizmle ilgili uluslararası kuruluşlar tarafından teşvik edilmektedir.

UHY, turizmin “Ulusal Hesaplar Sistemi” içindeki gerçek yerinin belirlenmesi amacıyla, turizme ilişkin bilgilerin arz ve talep açısından uyumlulaştırılarak ulusal hesaplar içerisine yerleştirilmesini öngören yardımcı (uydu) bir yöntemdir. Diğer bir deyişle, UHY, turizmi hem arz hem de talep yönü ile ele alarak turizmin yarattığı ekonomik etkileri daha doğru olarak hesaplamayı ve bu hesapların ulusal hesaplarla uyumlu olmasını hedeflemektedir. Yöntem, turizm konusundaki kavram ve tanımları yeniden ele alarak dünya genelinde standartlar oluşturmayı amaçlamaktadır.

7. Harcama Oran Yöntemleri

Seyahat harcamaları ile ilgili hem var olan ikincil verilerden hem de birincil verilerden yararlanan yöntem dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar aşağıdaki gibidir (WTO, 1995; 55):

- *Birinci aşama:* Bölge ya da ülkedeki otel, motel vb. gibi konaklama işletmelerinin oda gelirleri belirlenir. Bu aşamada ikincil verilerden, özellikle vergi kayıtlarından yararlanılır. Konaklama gelirleri ile ilgili ikincil verilerin olmadığı yerlerde konaklama tesislerinin doluluk oranları ile ikinci aşamada kullanılan konaklama harcamalarının kullanılması sonucu söz konusu veriler oluşturulur.
- *İkinci aşama:* Turistlerin ülke ya da bölgede konaklama için ve toplam olarak yaptıkları harcamaları belirlemek için turistlere yönelik bir araştırma (anket) yapılır.
- *Üçüncü aşama:* Araştırmada elde edilen toplam harcamalar yine araştırmada elde edilen konaklama harcamalarına oranlanır.
- *Dördüncü aşama:* Elde edilen oran birinci aşamada elde edilen konaklama harcamalarıyla çarpılarak toplam turist harcamaları bulunur.

Bu yöntem yoluyla elde edilen sonuçların hata oranlarının yüksek olması nedeniyle, yöntemi kullanan kimi araştırmacılar daha doğru sonuçlar elde edebilmek için konaklama işletmelerini sınıflara ayırmışlardır. Ayrıca,

² Yöntem konusunda ayrıntılı bilgi için bakınız: Unur, K. (2003). *Turizm Uydu Hesapları*, DEÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: , Sayı: ss: İzmir. (Dergi Yayın Aşamasındadır)

Frechtling'e göre (1994b, 373) bu modelin doğruluğunun ve geçerliliğinin artırılması için aşağıdaki koşulların yerine getirilmesi gerekmektedir.

- ◆ Araştırma yapılan örneklemin yeterince geniş tutulması gerekmektedir.
- ◆ Anket dönüş oranının % 70'i geçmesi gerekmektedir.
- ◆ Anket yıllık olarak düzenlenmeli, üçüncü aşamada elde edilen oranın hep aynı kaldığı düşünülmemelidir.
- ◆ Vergi kayıtlarından yararlanırken bu verilerin doğruluğunun sağlanması için cezaların, gecikme zamlarının vb. gibi unsurların ayıklanması gerekmektedir.
- ◆ Ankete katılanların bölge ya da ülkede yaptıkları toplam harcamalar yerine, neye ne kadar harcama yaptıklarını belirtmelidirler ya da araştırmayı yapanlar anketleri söz konusu yanıtları alacak şekilde hazırlamalıdır.

Yöntem Frechtling'in önerdiği koşulların yerine getirilmesiyle daha doğru sonuçlar verebilir. Ancak, Türkiye gibi vergi sisteminin iyi işlemediği, vergi muafiyetlerinin çok fazla olduğu ülkelerde sağlıklı verilerin elde edilmesi ve kullanılması oldukça zor görünmektedir. Ayrıca işletmelerin gelirlerini araştırmacılarla paylaşmaktaki isteksizlikleri de konaklama işletmelerinin oda gelirlerinin belirlenmesini güçleştirecektir.

8. Maliyet Faktör Yöntemi

Yöntem hanehalkı anketi ile işletmelerde yapılan anketin bileşiminden oluşmaktadır. Yöntemde hane halkına yapılan anket ile ziyaretçilerin geçmiş seyahatleri ile ilgili olarak seyahatin ne zaman ve hangi mevsimde yapıldığı, nerede kaç gece kaldığı vb gibi belirli faaliyetlere ait rakamlar elde edilir. İşletmelerle yapılan anketlerden ya da ikincil verilerden ise belirli maliyet faktörleri hesaplanır. Daha sonra elde edilen her faaliyet seviyesi, ilgili maliyet faktörü ile çarpılarak her harcama kategorisindeki ziyaretçi harcaması elde edilir (WTO, 1994, 56-57).

Bir başka anlatımla, seyahat harcama bileşeni bir takım denklemlerden oluşmakta ve bu denklemlerin her birinde kat edilen mil ve otelde geceleme sayısı gibi bir çok seyahat unsuru ve her faaliyet birimi başına düşen maliyet katsayısı (birim başına maliyet faktörü) bağımsız değişken, seyahat ile ilgili bir takım mal ve hizmetler için yapılan seyahat harcamaları ise (harcama kalemleri) bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır (Frechtling, 1994b; 374).

Yöntemde, seyahat eden kişinin her bölgede geçirdiği gün sayısı ile o bölgedeki günlük ortalama yiyecek maliyeti çarpılarak seyahat eden her kişinin bölgede restoranlar, bakkallar ve diğer yiyecek-içecek işletmelerinde yiyeceği ne kadar harcama yaptığı hesaplanmaktadır. Bu hesaplamalar turistlerin

yaptıkları harcamalar için tekrarlanır ve turistlerin bölgede yapmış oldukları harcamalar elde edilir³.

Yöntem devlet kurumları tarafından her yıl yapılan çalışmalardan ya da tutulan istatistiklerden elde edilecek ayrıntılı ikincil verilere gereksinim duymaktadır. Yöntemin Türkiye’de uygulanabilir olup olmadığını belirlemek amacıyla turizm istatistikleri taranmıştır. Bu tarama sonucunda, üç öğün yemeğin ortalama maliyeti ya da bir yerli/yabancı turistin kişi başına ortalama günlük harcaması gibi, yöntem için gerekli istatistiklerin olmadığı belirlenmiştir. Bu ikincil verilerin olmaması bu yöntemin Türkiye’de uygulanmasını güçleştirmektedir. Yöntem, gerekli verilerin araştırmacı tarafından ek araştırmalarla elde edilmesini gerektirmektedir. Buda araştırmamanın hem zaman, hem de parasal açıdan uygulanabilirliğini azaltmaktadır.

TURİZMİN İKİNCİL EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇMEDE KULLANILAN YÖNTEMLER

Çalışmada daha önce belirtildiği gibi turistlerin yapmış oldukları harcamalar ekonomi içinde dolaşıma girerek ikincil ve uyarılmış etkilere neden olurlar. Söz konusu bu etkilerin ikisine birden dolaylı etkiler denmektedir. Turist harcamalarından oluşan doğrudan etkilerin yol açtığı dolaylı etkilerin ve dolayısıyla toplam etkilerin ölçülmesinde çarpan ve girdi çıktı yöntemi kullanılmaktadır.

ÇARPAN ANALİZİ

Temel bir makro ekonomi terimi olan ve toplam etkinin, yani dışardan ekonomiye enjekte edilen bir kaynağın, birincil ve ikincil etkilerin hepsinin ortaya konmasında kullanılan çarpan kavramı (Gee vd., 1989:153), konusundaki ilk önemli çalışmayı R. F. Kahn yapmıştır. Kahn 1931’de yayınladığı “The Relation of Home Investment to Unemployment” adlı makalesinde; devlet harcamalarındaki bir artışın yarattığı doğrudan istihdamın ayrıca dolaylı istihdam yarattığını ortaya koyan bir çarpan modeli geliştirmiştir. Daha sonra 1933 yılında, J. M. Keynes tarafından Kahn’ın çarpan modeli geliştirilerek günümüzde kullanılan eşitlik ortaya konmuştur. Bu eşitlik (Archer, 1977: 3);

³ Yöntem hakkında ayrıntılı bilgi için bakınız: Frechtling, D. C., (1994). Assessing the Economic Impacts of Travel and Tourism-Measuring Economic Benefits, İçinde Ritchie, B.J.R. and Goeldner R.C., Travel, Tourism and Hospitality Research, s: 374 – 375, New York, John Wiley & Sons Inc.

$$k = \frac{1}{1 - c + m}$$

c = Marjinal tüketim eğilimi
m = Marjinal dışalım eğilimi

Bir ekonomide bağımsız harcamalardaki artışların milli gelirden kendilerinden daha büyük bir artışa yol açmalarına çarpan etkisi denilmektedir (Ulutürk, 1998: 32). Olay ayrıntılı olarak şu şekilde açıklanabilir: Harcama yoluyla dışarıdan ekonomiye herhangi bir para girişi olduğunda, bu harcama ilk elden kendisi kadar bir gelir yaratacaktır. Örneğin, turistik harcamalar yoluyla ekonomiye dışardan giren para ilk elden otel, restoran, ulaştırma işletmeleri vb. gibi turistik işletmeler için doğrudan gelir olacaktır. Daha sonra, söz konusu harcama ile doğrudan gelir elde eden turistik işletmeler verdikleri hizmeti sürdürebilmek için mal ve hizmet satın alacaklardır. Dolayısıyla, elde ettikleri gelirin bir kısmını tekrar harcayacaklardır. Bu yeniden harcama olayı, ekonomiye dışarıdan giren para tasarruf ya da dışalım yoluyla ekonomideki dolaşımdan bütünüyle çıkıncaya kadar sürecektir. Çarpan değeri, paranın ekonomide kaç kez tekrar harcandığı ile doğru orantılı olarak büyür ya da küçülür. Diğer bir anlatımla, paranın dolaşım süreci ne kadar uzar ise, yani para ne kadar çok el değiştirirse yaratılan gelir ve çarpan etkisi o derece büyük olur.

Dışsattım ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır (Lundberg vd., 1995: 135). Yabancı turistlerin ülke içinde yapmış oldukları harcamalar dışsattım olarak kabul edilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 112-118). Dolayısıyla, dış turizm gelirleri dışsattım gibi gerçekte ülke ekonomisine dışardan enjekte edilen yeni bir gelirdir. Bu yeni gelir ekonomi içinde tekrar tekrar harcanacaktır. Yeniden harcamalar sırasında gelirin bir kısmı vergi, tasarruf ve dışalım nedeniyle dolaşımdan çıkacaktır. Dolaşımdan çıkan ve sızıntılar olarak adlandırılan kısmın oransal büyüklüğü, dış turizm gelirlerinin ekonomi içinde yaratacağı toplam etkiyi belirleyen temel etkidir (Olalı ve Timur, 1988: 112-118). Diğer bir anlatımla, sızıntılar ile yaratılan gelir arasında ters yönlü bir ilişki vardır. Sızıntılar arttıkça yaratılan gelir küçülmekte; sızıntılar azaldıkça yaratılan gelir büyümektedir. Sızıntılardan vergi ile tasarruf, yatırım, harcama, gelir transferi vb. şekillerde yeniden dolaşıma girmektedirler. Eğer söz konusu bu paralardan dış borç ödemesi yapılırsa paraların bir kısmı ekonomi dışına çıkacaktır. Dışalım nedeniyle ekonomi dışına çıkan para bir başka ekonomi için dışsattım olacaktır. Ancak, söz konusu ülke ekonomisi için bir kayıp olacaktır. Ülke ekonomisinin gelişmişliği dış turizm gelirlerinin ne kadarının dışalıma gideceği ve dolayısıyla yaratılacak toplam gelirin büyüklüğü konusunda önemli bir belirleyicidir. Çünkü, eğer ülke ekonomisi gelişmemiş ve turistlerin satın aldıkları mal ve hizmetlerin önemli bir kısmını diğer ülkelerden satın alınıyorsa,

turistlerin harcadıkları paraların önemli bir bölümü de söz konusu ülkelere gidecek ve ülke bu alışverişte yalnızca bir aracı olacaktır. Eğer ülke ekonomisi gelişmiş ise turistlerin satın aldıkları mal ve hizmetler için gelişmemiş bir ekonomiye göre daha az dışa bağımlı olacak, yani daha az dışalım yapacaktır. Bu da dış turizm gelirlerinin daha büyük bir kısmının ülke ekonomisi içinde dolaşımına neden olacak ve sonuçta daha fazla gelir yaratılmasını sağlayacaktır.

Çarpan kavramı bir ekonomideki bütün sektörlerin birbirlerine bağlı olduğu varsayımına dayanmaktadır. Bu nedenle bir ürüne olan talepte oluşacak bir değişiklik yalnızca söz konusu ürünü üreten endüstriyi değil, aynı zamanda o endüstrinin hammadde, üretim faktörü, ara malı vb nedenlerle ekonomik ilişki içerisinde bulunduğu tüm sektörleri de etkileyecektir. Talep artışından dolayı olarak etkilenen söz konusu sektörler de ilişki içerisinde olduğu diğer sektörleri etkileyeceklerdir. Dolayısıyla, herhangi bir ürüne olan talepte oluşan bir artış sektörel bağımlılık nedeniyle tüm ekonomiyi etkileyerek ekonominin üretim düzeyini, geliri, istihdamı, devlet gelirlerini vb. gibi unsurları da etkileyecektir. Bu etki başlangıçtaki etkiden büyük, eşit ya da daha az olabilir (Fletcher ve Archer 1991; 29).

Çarpan katsayısının hesaplanmasında üç temel yaklaşım vardır (WTO, 1981). Bunlar; basit, Keynesyen ve girdi-çıktı yöntemleridir.

Basit Çarpan : Geleneksel yöntem ve temel ekonomik model

olarak da adlandırılan bu model çok basit bir model olması nedeniyle pratikte çok ender olarak kullanılmaktadır. Bu model ekonomiyi çok basite indirgeyerek yalnızca dışsattım faaliyetleri ve dışsattım dışı yerel faaliyetler şeklinde ikiye ayırır. Model bu iki faaliyet arasında istikrarlı ve sektörler arasında da doğrusal (lineer) bir ilişki olduğu varsayımına dayanır. Ayrıca, gerekli üretimi yapmak için ekonomide sürekli istihdam edilmeyen üretim kaynaklarının olduğu, dışsattımın ülkedeki gelir ve istihdam düzeyinin tek belirleyicisi, yani dışsattımın ekonominin motoru olduğu varsayımına dayanmaktadır (WTO, 1981).

Bu yöntem şu şekilde formüle edilmektedir (Chang, 2001; 16-17);

$$Y = B + NB$$

Formülde;

Y : Toplam gelir

B : Dışsattım sektörlerinin yarattığı gelir (Esas gelir)

NB : Yerel ekonomik faaliyetler sonucu oluşan gelir (Yan gelir)

Temel ekonomik çarpanı (k) toplam gelirin (Y) esas gelire (B) oranıdır.

$$k = Y / B$$

Bu formül şu şekilde de yazılabilir;

$$k = \frac{1}{1 - e} \quad \text{Formülde; } e \text{ yerel satın alma eğilimini göstermektedir.}$$

$$1 - e$$

Temel ekonomik çarpan dışatımın bir fonksiyonu olarak, bir ülkedeki/bölgedeki toplam gelir artışını göstermektedir. Yöntemin basit olması bir avantaj olarak kabul edilebilir. Ancak, ekonomiyi iki sektöre ayırması bu yöntemin önemli eksikliğidir. Örneğin, yöntem kaynağına (hangi sektörden geldiğine) bakmaksızın tüm dışatımların aynı çarpan değerine sahip olduğu varsayımına dayanır ki, bu hiç de gerçekçi bir yaklaşım değildir. Bu nedenle, yöntem turizmin ekonomik etkilerinin hesaplanmasında pek kullanılan bir yöntem değildir. Bu yöntemim yerine genellikle Keynesyen çarpan modelleri ve girdi-çıkı analizi kullanılmaktadır.

Keynesyen Modeller: Ad hoc⁴ modeller olarak ta bilinen bu modeller Keynesyen çarpan modellerinden türetilmiştir. Bu modeller, her dolaşım sonundaki sızıntılar nedeniyle sonunda sıfırlayan gelir ve istihdam akışının belirlenmesini amaçlamaktadır.

Keynes, 1933 yılında ekonomik etkileri gelir ve gelir çarpanı açısından tartışmıştır (Anderson, 2001). Bu tartışmada, dışalımın yanı sıra net tasarrufta sızıntı olarak kabul edilmiştir.

$$\text{Sızıntılar} = 1 - c + m$$

Burada c, marjinal tüketim eğilimini; m ise, tüketim içerisinde dışalığa giden payı, yani marjinal dışalım eğilimini göstermektedir.

Keynes bu tartışmada çarpan katsayısı, bağımsız harcamaların ekonomideki sızıntılara oranıdır sonucuna vararak aşağıdaki formülü ortaya koymuştur.

$$\text{Çarpan katsayısı} = \frac{1}{\text{Sızıntılar}}$$

Veya marjinal tüketim eğilimi için k yerine bugün yaygın olarak kullanılan c ve dışalım içinde m dediğimizizde:

$$\text{Çarpan katsayısı} = \frac{1}{1 - c + m}$$

Bu temel modellere daha sonra gelen araştırmacılar tarafından marjinal yatırım eğilimi, marjinal vergi oranı vb. gibi çeşitli faktörler eklenerek modeller daha da geliştirilmiştir.

Formülün basit ve daha karmaşık formüllere temel oluşturmasına karşın, güvenilir sonuçlar vermemektedir. Çünkü, formül birbirini takip eden gelir-

⁴ İngilizce ad hoc kelimesi için TDK'nun internet sitesinde (2002) "özel, uygun, bir tek görev için oluşturulmuş" şeklinde Türkçe anlamlar yer almaktadır. Dolayısıyla ad hoc çarpanlar da bir bölge için oluşturulmuş özel çarpanlar olarak tanımlanabilir.

harcama akımları sırasındaki sızıntıları göz ardı etmektedir. Dolayısıyla formülün kullanım alanı oldukça sınırlıdır (Fletcher ve Archer, 1991).

Keynesyen çarpan modellerine örnek olarak S. Edwards vd. (Archer, 1976) tarafından İngiltere'nin Güneybatı bölgesindeki turizm harcamalarının yarattığı geliri bulmak için kullandığı gelir çarpanı modeli verilebilir. Kullanılan modelin formülü şu şekildedir:

$$k = \frac{1}{1 - c(1 - m_c)(1 - t_c)(1 - t_d) [z(1 - r_z)(1 - s_z)(1 - t_z) + (1 - r_p)]}$$

Formülde;

- c : marjinal tüketim eğilimini,
- m_c : dışalım malları tüketim eğilimini,
- t_c : tüketici harcamalarındaki marjinal dolaylı vergi oranını,
- t_d : kişisel gelirlerden alınan doğrudan vergi oranını,
- z : şirket gelirlerinin yurtiçi gayri safi milli hasıla içindeki payını,
- r_z : bölge dışına transfer edilen şirket gelirlerinin oranını,
- s_z : şirketlerin harcanabilir gelirlerinden yapılan tasarruf oranını, t_z şirket harcanabilir gelirlerindeki doğrudan vergi oranını ve
- r_p : kişisel gelirlerden bölge dışına transfer edilen gelir oranını göstermektedir.

Olası olan her durumda Edward ve ekibi formülün her bir ögesi için İngiltere'deki zaman serileri bilgilerinden basit regresyon yöntemiyle veriler elde etmişlerdir. Ancak, modeli turizm verilerine uygulamadan önce ilk dolaşımdaki dışalım ve vergi sızıntılarına izin verecek şekilde düzeltme yapılmıştır.

Archer ve Owen, 1972 yılında bir bölgedeki turizm harcamalarının bölgesel ekonomiye olan toplam etkilerini ortaya koymak amacıyla Keynes çarpanını turizme uyarlayarak adına da "ad hoc" yöntemi demişlerdir (Frechtling, 1994b; 386). Ad hoc yöntemi bir bölgede yapılan seyahat harcamalarının ne kadarlık bir gelir yarattığını ortaya koymaya çalışmaktadır. Bunu yaparken bölge halkının tüketim alışkanlıkları üzerinde yoğunlaşmaktadır. (Fletcher ve Archer, 1991; 40 dan aktaran Frechtling, 1994b; 386):

$$k = \frac{A}{1 - R}$$

Formülde;

- k : ad hoc çarpanının değerini,
- A : ilk el sızıntılardan sonra ülke ya da bölgede kalan turist harcaması oranını,

- B : ülke vatandaşlarının ya da bölge sakinlerinin ülkede/bölgede üretilen mal ve hizmetlere yaptıkları harcamaların toplam gelirine oranı.
- C : ülke ya da bölge halkına gelir olarak kalan bölümün bölge halkının harcamalarına oranını göstermektedir.

Modelin mantığı şu şekilde açıklanabilir (Ryan 1991 den aktaran Ulutürk 1998): Eğer turizm bölgesi küçük ise, yapılacak dışalımın nedeniyle ilk devirdeki sızıntı oranı yüksek olacaktır. Bu durum ikinci devire turizm nedeniyle aktarılacak gelirin düşmesine neden olacaktır. Çarpan değerini belirleyen bir başka etken ise, turizmden kimlerin gelir elde ettiğidir. Eğer turizmden ikinci devirde gelir elde edenler parayı bölge dışında harcarsa ya da tasarruf eğilimleri yüksek ise, çarpanın değeri düşecektir.

Frechtling (1994b, 387) ad hoc yöntemlerle ilgili yaptığı literatür taramasında şu sonuçlara ulaşmıştır;

- ◆ Her sektör tarafından harcanan her bir doların yarattığı dolaylı etkilerin nasıl ölçüldüğünün net olmadığı ve bu sorunun girdi-çıkıtı matrisi ile çözülebileceği,
- ◆ Girdi-çıkıtı yöntemiyle elde edilen verilerin aynı zamanda bu yöntemde de kullanılabilmesi,
- ◆ Girdi-çıkıtı yönteminin mümkün olmadığı yerlerde ad hoc çarpan yönteminin kullanılabilmesi,

Çarpan Türleri

Dünya Turizm Örgütü Çalışma Grubu tarafından hazırlanan “Tourism Multipliers Explained” adlı belgede (1981) şöyle demektedir: “Çarpan bir ekonomide yapılan ek harcamanın etkisini ölçer. Bu nedenle, ortalama değışiklikle değil marjinal değışiklikle ilgilidir. Turizmde ek harcama çok değışik şekillerde olabilir.” Turizmde olabilecek harcamalardan bazıları şu şekildedir:

- ◆ Turistler tarafından mal ve hizmet alımları için yapılan harcamalar,
- ◆ Dış kaynaklarca yapılan yatırım harcamaları,
- ◆ Devlet harcamaları,
- ◆ Yabancı devlet yardımları ve bunların harcanması,
- ◆ Turizmin yol açtığı dışsattım.

Bütün bu bağımsız harcamaların her birinde meydana gelen bir artış ekonomiyi uyararak ekonomik faaliyetlerde bir canlanmaya ve dolayısıyla da ek gelir ve istihdama yol açarlar. Çarpanlar, yapılan ekstra harcama türüne göre çeşitli isimler alırlar. Diğer bir deyişle, çeşitli çarpan türleri vardır. Öyle ki, neredeyse bir ekonomide yapılan her bir değışik ekstra harcama için farklı bir çarpan vardır. Çarpan türlerinden turizm alanında en çok kullanılan ve önemli

oldukları düşünölen satış ya da çıktı çarpanı, gelir çarpanı ve istihdam çarpanıdır.

Çarpanların Değerini Etkileyen Faktörler

Herhangi bir turizm çarpanının değeri öncelikle turistlerin harcama alışkanlıklarına ve tüketim eğilimlerine bağlıdır. Turistlerin harcama alışkanlıkları ve tüketim eğilimleri ise, turist çeşidine göre farklılıklar göstermektedir. Örneğin, iş ve kongre turizmine katılan turistler, tatil amaçlı seyahat eden turistlere göre konaklamaya daha çok para harcamaktadırlar. Dolayısıyla iyi analiz edilmiş bir çarpanda turist harcamaları turist çeşidine göre bölümlere ayrılmalıdır.

Bir başka nokta, bölge ya da ülke ekonomisinin turizmden elde ettiği gelirin sızıntı derecesidir. Amerika gibi ekonomisi güçlü ölkelerde turizm çarpanları marjinal dışalım eğiliminin oldukça düşük olduğu, sızıntı olarak kabul edilen vergilerin ekonomi içerisinde tekrar harcandığı ve gerçek bir sızıntı olmadığı ve ulusal çarpan değerinin oldukça yüksek olduğu görölmektedir (İçöz ve Kozak, 2002; 277).

Çarpanların büyüklüğü ya da hacmi dört temel faktöre bağlıdır. Bu faktörler şunlardır (www.msu.edu/course/pr/840/econimpact/multipliers/htm, 2001):

- ◆ **Ekonominin Büyüklüğü ve Çeşitliliği:** Bölge ya da ülke ekonomisi ne kadar büyük ve çeşitli ise, ekonominin turizm nedeniyle finansman ve üretim girdilerinin dışalım gereksinimi o derece az olacaktır. Bu da turizm gelirlerinin dışalım nedeniyle bölge ya da ülke dışına çıkışını azaltacak ve çarpan katsayısının daha büyük çıkmasına neden olacaktır. Eğer ekonomi üretim hacmi açısından küçük ya da üretim çeşitliliği açısından dar ise, yukarıda belirtilen durumun tam tersi olacak ve yaratılan gelirin önemli bir bölümü faiz ve faktör ödemeleri ve kar transferleri yoluyla ekonomiden sızıntılar şeklinde çıkacaktır. Dolayısıyla ekonominin büyüklüğü ve çeşitliliği, bölgeye gelen paranın ne kadarının bölgede kalacağını ve bölgede kalan paranın dolaşımını etkileyerek çarpan değerinin belirlenmesinde etkin olan temel unsurlardan birisidir.
- ◆ **Bölgenin Coğrafi Büyüklüğü ve Ülke İçindeki Rolü:** Coğrafi olarak büyük bir bölge daha küçük bölgelerden daha büyük çarpan değerine sahip olacaktır. Çünkü, diğer tüm koşullar aynı olsa bile, coğrafi büyüklük nedeniyle artan ulaştırma maliyetleri bile tek başına dışalım azaltan bir faktör olarak kabul edilebilir. Ayrıca, merkezi bölgelerin çarpan değerleri de ücra bölgelerin çarpan değerlerinden daha büyük

olacaktır. Aynı kuralların ülkenin coğrafi büyüklüğü, coğrafi yeri ve dünya içindeki rolü için de geçerli olduğu söylenebilir.

- ◆ **Sektörlerin Yapısı:** Sektörlerin bölge içindeki diğer sektörlerden aldığı girdiler ve kullandığı üretim faktörleri karmasına göre, çarpan değerleri farklılıklar göstermektedir. Ayrıca, sektörün kullandığı üretim faktörleri karması hangi düzeydeki etkilerin daha fazla olduğu konusunda da belirleyici olabilmektedir. Örneğin, turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olması nedeniyle turizmin yarattığı uyarılmış etkiler oldukça fazladır.
- ◆ **Yıl :** Çarpan, ekonominin belirli zaman kesitindeki özelliklerini yansıtmaktadır. Oysa, bir çarpanın değeri, ekonomik yapıdaki ve fiyatlardaki değişime paralel olarak değişmektedir. Dolayısıyla, çarpanın değerini belirleyen unsurlardan birisi de çarpan değerinin hangi zaman dilimi için ne zaman hesaplandığıdır.

GİRDİ-ÇIKTI ANALİZİ

Modern anlamda Wassily Leontief tarafından geliştirilen (Anderson, 2001) ve günümüzde sektörler arası görgül (ampirik) çalışmalarda bir çok ülke tarafından kullanılan (Öney, 1985; 98) girdi-çıkıtı analizi, basit ve Keynesyen çarpan yöntemlerinden daha ileri bir yöntemdir. Basit çarpan süreci ekonomik işlemlerin ekonomi içinde yarattığı en son etkiyi ortaya koymakta; ancak, söz konusu etkiden hangi sektörün ne kadar etkilendiğini ortaya koymamaktadır. Girdi-çıkıtı analizi ise, her sektörün diğer sektörlerden ne kadar aldığını (girdi miktarı) ve diğer sektörlerle ne kadar verdiğini (çıkıtı miktarı) ortaya koymaktadır. Dolayısıyla girdi-çıkıtı analizi bir sektörün; a) diğer sektörlerle ilişkisini (alıp sattığı mal ve hizmetleri) b) yarattığı katma değeri (işgücü vb. ödemeleri) c) en son tüketiciyle ilişkisini parasal değerlerle ortaya koymaya çalışan bir yöntemdir.

Girdi-çıkıtı analizi, girdi çıkıtı tablosu ve matematiksel girdi çıkıtı yöntemi şeklinde iki aşamalıdır denebilir. Bu konuda Fletcher (1989, 518) girdi-çıkıtı tablolarıyla girdi-çıkıtı yöntemleri arasında bir ayrım yapılması gerektiğini ve girdi çıkıtı yönteminin girdi çıkıtı tablosunun doğrudan gereksinim (girdi katsayısı) matrisine dönüştürülmesiyle başladığını söylemektedir. Çalışmada girdi çıkıtı tabloları ve girdi çıkıtı yöntemi ayrı birer başlık altında ele alınmaktadır.

Girdi - Çıkıtı Tabloları

Girdi-çıkıtı tabloları, bir ekonomide endüstriler arası mal ve hizmet akımlarını toplu olarak gösteren tablolardır (DİE, 1994). Girdi-çıkıtı tablolarının arkasında

yatan düşünce; mal ve hizmet üreten her sektörün üretimlerini yapabilmeleri için hammaddeye, yarı-mamul maddeye ve işgücüne gereksinim duymasidir. Endüstriler yeni mal ve hizmet üretebilmek için birbirlerinden karşılıklı mal ve hizmet alırlar. Yani, bir endüstrinin çıktısı bir başka endüstrin girdisi olmaktadır. Gerçekte ekonomi bir bütündür ve bu bütünün parçaları olan endüstriler birbirleriyle çok yönlü ve karmaşık bir ilişki içindedir. Örneğin, turist sayısında meydana gelen bir artışın neden olacağı sektörler arası ilişkiye yalnızca yatak açısından bakıldığında şöyle bir tablo ile karşılaşılır. Turist sayısındaki artış yeni yatakların devreye sokulmasını gerektireceğinden inşaat sektörüne olan talebi artıracaktır. İnşaat sektörüne olan talep artışını karşılayabilmek için daha fazla çeliğe gereksinim duyulacaktır. Çelik üretimini artırmak içinse daha fazla kömür üretimine, kömür üretimi için daha fazla enerjiye gereksinim olacaktır. Örnekteki sektörler arası zincirleme ilişki başka sektörleri de içine alacak şekilde genişlemeye ve dolayısıyla tüm ekonomiyi etkilemeye devam edecektir. Ayrıca, endüstriler yalnızca ülke içinde üretilen mal ve hizmetleri değil, zaman zaman çeşitli nedenlerle ülke dışında üretilen mal ve hizmetleri aldıkları gibi, yine ülke dışına mal ve hizmet de satmaktadırlar. Endüstriler yalnızca birbirleri için değil, aynı zamanda devlet, yatırımcılar ve hane halkı gibi tüketiciler için de mal ve hizmet üretirler.

Tablolar oluşturulmadan önce bir ekonomide var olan işletmeler, yaptıkları üretim ve sundukları hizmet çeşitlerine göre gruplandırılarak endüstriler oluşturulur. Oluşturulan sektörlerin sayısı, ekonominin büyüklüğüne, çeşitliliğine ve tabloları oluşturan kurum ve araştırmacılara göre değişiklikler gösterebilmektedir. Ancak genel eğilim her geçen yıl ekonomiyi daha fazla sayıda sektöre ayırma şeklindedir. Örneğin, DİE'nin (1994) Türkiye ekonomisi için hazırladığı girdi-çıkıtı tabloları 1968 yılında 50 sektörlü iken; 1990 yılında 64 sektörlüdür. DİE (2001) 1996 yılına ait Türkiye ekonomisinin girdi-çıkıtı yapısını belirlerken ekonomideki sektör sayısını 205 çıkartmış ve bu sektörleri 97 sektör olarak gruplandırmıştır. Bu sektörler içerisinde turizm sektörü adı altında bir sektör bulunmamakta, ancak "otelcilik, lokantacılık, kahvecilik, vb. ile karayolu taşıması, havayolu taşıması, denizyolu taşıması" gibi turizmle ilgili çok sayıda sektör bulunmaktadır. Bu nedenle, "turizmin ikincil ekonomik etkilerini ölçmek için kullanılan girdi-çıkıtı analizinde bazı araştırmacılar seyahat ve turizmi iki ayrı sektör olarak ele almaktadırlar" (İçöz ve Kozak, 1998; 263).

Girdi-çıkıtı tablolarında sütunlar bir endüstrinin üretimi için gerekli girdileri ve katma değer unsurlarına yapılan ödemeleri, satırlar ise üretilen ürünleri ve bu ürünlerin kimler tarafından kullanıldığını ya da tüketildiğini gösterir. Tablolarda kullanılan veriler, sayım ya da örnekleme yoluyla yapılan anket çalışmalarıyla toplanmaktadır. Girdi-çıkıtı tablolarında çoğunlukla sektörler arası işlemlerin parasal değerleri kullanılır.

Girdi – Çıktı Yöntemi

Girdi-çıkıtı tablolarından yola çıkılarak doğrudan gereksinim matrisi (girdi katsayıları matrisi) oluşturulur. Bu tabloyu oluşturmak için, girdi-çıkıtı tablosundaki değerlerin sütunlar boyunca sektör üretimine oranlanması ile bulunur (DİE, 1994). Diğer bir deyişle, sütunlardaki her sektörün aldığı girdi miktarı katma değerinde dahil olduğu kolon sonundaki toplam girdi miktarına oranlanır.

Doğrudan gereksinim matrislerinin hesaplanması girdi çıkıtı yöntemin girdi-çıkıtı tablosundan sonraki ilk aşamasıdır. Matematiksel kısmı basit ve anlaşılır olması açısından ekonominin yalnızca 3 sektörlü olduğu varsayılmıştır. Matematiksel formüllerden önce formülün anlaşılır olması için rakamlarla bir girdi-çıkıtı tablosu oluşturmak gerekir.

Tablo 16: Üç Sektörlü Bir Ekonominin Girdi-çıkıtı Tablosu

		Tüketim Sektörleri			En Son talep		Toplam çıkıtı
		1	2	3	Hane halkı	Kurum ve Kuruluşlar	
Üretim Sektörleri	1	X_{11}	X_{12}	X_{13}	C_1	I_1	X_1
	2	X_{21}	X_{22}	X_{23}	C_2	I_2	X_2
	3	X_{31}	X_{32}	X_{33}	C_3	I_3	X_3
Katma Değer	İşgücü	L_1	L_2	L_3	L_c	L_1	L
	Diğer Katma Değer	V_1	V_2	V_3	V_c	V_1	V
Toplam Giderler		X_1	X_2	X_3	C	I	X

Kaynak: Richardson,1972; den aktaran Chang, 2001; 19

Girdi-çıkıtı analizinde sektörel çarpanlar girdi çıkıtı katsayılarının (doğrudan gereksinim matrisi) Leontief ters matrisine dönüştürülmesi sonucu elde edilmektedir (Brugiglio, 1993; 75). Bu süreç yukarıdaki tablodan yola çıkarak aşama aşama gösterilmektedir. Formüllere geçmeden önce formüllerde kullanılan kimi sembolleri açıklanmasında yarar görülmektedir. Sembol a_{ij} j endüstrisinin i endüstrisinden aldığı girdi miktarını göstermektedir. Dolayısıyla, 1, 2 ve 3 nolu üretici endüstriler i ile 1,2,3 nolu tüketici endüstriler j ile gösterilmektedir. Örneğin, tablodaki X_{12} 2 nolu tüketici sektörün 1 nolu üretici sektörden aldığı girdi miktarını ya da 1 nolu üretici sektörün 2 nolu tüketici sektöre ne kadar girdi verdiğini göstermektedir. Kısaca i satırları j kolonları göstermektedir.

Tablodan Leontief ters matrisine aşağıdaki gibi ulaşılmaktadır (Chang, 2001; 19-20). Tablonun ilk satırı matematiksel olarak şu şekilde formüle edilebilir:

$$X_{11} + X_{12} + X_{13} + C_1 + I_1 = X_1$$

Formülde C_1 ve I_1 toplamı aynı zamanda en son talep miktarıdır.

Çarpan analizinin altında yatan düşünce en son talepte (Y) meydana gelen değişimin o endüstrinin toplam çıktısında neden olduğu değişimi hesaplamaktır. Bu nedenle, X ve Y arasındaki matematiksel ilişkiyi ortaya koymak gerekmektedir. Bu bağlamda yukarıdaki formül şu şekilde de yazılabilir:

$$X_1 - a_{11} * x_1 - a_{12} * x_2 - a_{13} * x_3 = Y$$

$a_{ij} = x_{ij} / x_j$, Bu katsayı i endüstrisinin bir birim j üretebilmek için gereksinim duyduğu girdi miktarını göstermektedir. Yukarıdaki tabloda verilen 3 sektörlü basit bir ekonominin işlemleri matris formülüyle şu şekilde gösterilebilir:

$$\begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{bmatrix} - \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & a_{13} \\ a_{21} & a_{22} & a_{23} \\ a_{31} & a_{32} & a_{33} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} X_1 \\ X_2 \\ X_3 \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} Y_1 \\ Y_2 \\ Y_3 \end{bmatrix}$$

Ya da

$$X = AX + Y$$

Ya da

$$X - AX = Y$$

Formülde X ve Y çıktı ve en son talebin vektörleri, A ise a_{ij} katsayısının matrisidir. Formül birim matrisle çarpıldığında şu formül elde edilir:

$$X * (I - A) = Y$$

ya da

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

Eğer en son talepte (Y) bir artış olursa, yaratılan ek ürün $\Delta X = (I - A)^{-1} \Delta Y$ olacaktır. Bu ise ekonomideki ürün çarpanının değerini göstermektedir (Archer, 1977; 7).

Leontief ters matrisi ya da diğer ismi ile ters teknoloji matrisi $(I - A)^{-1}$ en son talepte meydana gelen bir birimlik artışın yol açtığı doğrudan ve dolaylı etkileri göstermektedir (Briguglio, 1993; 76). Leontief ters matrisi en son talep vektörü (Y) ile çarpıldığında çıktı (X) elde edilir. Bu matristen her sektör için çarpan değeri hesaplanabilmektedir. Her endüstriye karşılık gelen kolondaki değerlerin toplanması o endüstrinin çarpan değerini vermektedir.

Yukarıda verilen formüller karmaşık girdi-çıkıtı modellerinin temelini oluşturmaktadır. Günümüzde gelişen bilgisayar teknolojisi sayesinde girdi çıktı modelleri hazır paket programlar haline dönüştürülmüşlerdir. Örneğin, IMPLAN ve RIMS II turizm uygulamalarında en popüler programlardır

(Rickman ve Schwer, 1995a, 1995b; Brucker, Hastings ve Latham, 1990 den aktaran Chang, 2001; 23) . RIMS II ABD Ekonomik Analiz Bürosu tarafından sektörlere ait çarpan değerlerinin hesaplanmasında kullanılmaktadır. Diğer taraftan IMPLAN ise yerel düzeydeki etkilerin hesaplanmasında kullanılan program ve veri tabanı sağlayan bir sistemdir.

Çarpanların Zayıf Yönleri ve Sınırlılıkları

Turizm harcamalarının ekonomik etkilerini ortaya koymak için kullanılan yöntemlerden biri olan çarpan modellerinin bazı zayıf yönleri vardır. Çarpanların zayıf yönleriyle ilgili olarak bu konuda çalışma yapan bir çok araştırmacı, akademisyen ve kurum (örneğin; Archer, 1977; WTO, 1981; Yüksel, 1989; 1997; Tooman, Hughes 1994; Ulutürk, 1998; Anderson, 2001) benzer konulara dikkat çekmektedirler. Söz konusu zayıflıkları ve sınırlılıkları verilerin yetersizliği ve gerçekçi olmayan varsayımların yapılması şeklinde iki ana başlık altında özetlemek olasıdır.

◆ **Verilerin Yetersizliği:** Turizm sektörünün çok ürünlü olması ve ekonomideki bir çok sektörü etkilemesi nedeniyle, turizm sektöründe çarpan katsayılarını hesaplamak için konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım, alış-veriş, gezi vb. gibi ayrıntılı verilere gereksinim duyulmaktadır. Ancak, turizm ile ilgili varolan ekonomik veriler yeterince ayrıntılı değildir. Hatta, bu yetersizlik ülke genelinden bölge özeline inildikçe daha da artmaktadır. Öyle ki, girdi-çıkıtı tablolarında bile turizm harcamaları bir kaç kolon ve sırada toplanmaktadır. Dolayısıyla, eldeki verileri sınıflandırırken sorun yaşanmaktadır. Bilgilerin yetersiz oluşu, bir çok araştırmacıyı öncelikle birincil veri toplamaya sevk etmektedir. Fakat, birincil veri elde etmenin zaman ve para açısından oldukça maliyetli olması, araştırmacıları yeniden var olan verileri kullanmaya yönlendirmektedir.

Çarpan analizlerinin doğruluğu, kullanılan verilerin doğruluğu ile doğru orantılıdır. Ancak, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki ulusal ve bölgesel istatistiksel verilerin güvenilir olamaması, çarpan analizleri ile varılan sonuçların doğruluğu ve güvenilirliği konusunda kuşkulara yol açmaktadır.

Turizm sektörünün bir çok girdi-çıkıtı tablosunda yer almaması ve sektörün kendi içindeki bağlantılarını gerçekçi bir şekilde göstermemesi teknik anlamda girdi-çıkıtı tablolarının geçerliliğine gölge düşürmektedir.

Çarpan modelleri yalnızca belirli bir zamanda ekonomini içindeki sektörler arası bağlantıları ve sızıntıları göstermektedir. Diğer bir deyişle, çarpanlar dinamik değil statik analizlerdir. Ayrıca, en son verilere ulaşma güçlüğü ya da ulaşılan en son verilerin eski olması nedeniyle, çalışma sonuçları günü değil geçmişi yansıtmaktadır. Dolayısıyla, çarpan sonuçları güncelleştirilmezse günü yorumlamak için yetersiz kalmaktadır. Sonuçları

güncelleştirmek ise, ancak en son verilere ulaşmak ve birincil elden veri toplamakla olanaklıdır. Bunların güçlüğü ise yukarıda belirtilmiştir.

Keynesyen çarpan modellerinde marjinal tüketim eğilimi her sektörde ve her dolaşımda aynı olarak kabul edilmektedir. Diğer bir değişle, ekonomideki çeşitli sektörlerin değişik girdi yapısını ve gelirin her dolaşımda harcama, tasarruf vb. gibi değişik bileşenlerden oluşacağı göz ardı edilmektedir. Dolayısıyla, bağımsız harcamalardaki bir artış kaynağı ne olursa olsun, aynı çarpan etkisi yaratmaktadır.

Çarpan analizleri turist harcamalarından kaynaklanan toplam geliri ortaya koymasına karşın, bu gelirin bireyler ve sektörler arasında nasıl dağıldığı konusunda bilgi vermemektedir. Bu durum, turizmin gelişimi konusunda karar verici ve planlayıcı konumunda olan politikacılar ve kurumlar açısından bir yetersizlik olarak kabul edilebilir. Ayrıca, çarpan analizleri gelişen turizm sektörünün yol açtığı maliyetler ve bu maliyetlere kimlerin katlanacağı konusunda da bilgi vermemektedir.

◆ **Varsayımların Gerçekçi Olmaması:** Ad hoc modeller, turizm çarpanının doğru olarak ortaya konmasında ve çeşitli turist türlerinin değişik etkilerinin gösterilmesinde yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle, daha iyi ve ayrıntılı sonuçlar elde etmek için girdi-çıkı analizleri kullanılmaktadır. Ancak, girdi-çıkı analizlerinde de çeşitli sınırlayıcı varsayımlar devreye girmektedir. Dolayısıyla, çarpan analizlerinin zayıf yönleri ve sınırlılıklarının bir çoğu model kurarken aşağıda anlatılan gerçekçi olmayan varsayımların yapılmasından kaynaklanmaktadır.

Çarpan modellerinin durağan olması nedeniyle, üretim fonksiyonu doğrusal varsayılmaktadır. Yani, üretim artışı ya da azalışı olan her hangi bir sektörün gereksinim duyduğu girdi bileşenlerinin oransal olarak hep aynı olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayım, bazı kısıtlamaları da beraberinde getirmektedir. Bu kısıtlamalar;

- ◆ Ölçek ekonomilerinin ve dışsallıkların olmaması,
- ◆ Üretim ve tüketimde marjinal değerler yerine ortalama değerlerinin analizlerde kullanılması,
- ◆ Alış-veriş kalıplarının değişmediği varsayılmaktadır. Bu varsayım her sektörün önceden olduğu gibi aynı oranlarda dışalım ve diğer sektörlerden girdi alması gibi, hiçte gerçekçi olmayan bir sonucu doğurmaktadır. Ayrıca, fiyat değişikliklerinin talepte herhangi değişikliğe yol açmadığı ve arzın talepteki değişimlere aynı oranda ve doğrultuda yanıt verdiği kabul edilmektedir.
- ◆ Çarpan modellerinde ekonomideki bütün sektörlerin esnek bir arza sahip olduğu varsayılmaktadır. Turistik talepte meydana gelen bir artışın anında turistik arz tarafından karşılanması, turistik arza girdi veren tüm sektörlerinde turistik arzdan kaynaklanan talebe karşılık vermesi ve bu döngünün bütün sektörleri kapsamaması varsayıma örnek olarak verilebilir. Böyle bir varsayım arzın teknik, finansal ve

dönemsel (kısa ve uzun dönem) kısıtlarını dikkate almamaktadır. Örnekten yola çıkıldığında, turistik arzın özellikleri ve diğer nedenlerle bu varsayım gerçekçi değildir.

- ◆ Arz kısıtları ya da yaygın kullanımıyla arz darboğazları istihdam edilecek atıl üretim faktörlerinin olmaması, dışalım için döviz bulunmaması vb. gibi nedenlerle belirli sektörlerin artan talebi karşılayamamasından kaynaklanmaktadır. Örneğin, tarım sektörü atıl üretim faktörü olmaması nedeniyle artan talebi karşılayamayabilir. Bu durum, tarımdan girdi alan diğer sektörlerin arzlarını artırmalarına ve sonuçta arz yetersizliği nedeniyle yurt içi fiyatların yükselmesine neden olur. Yurt içi fiyatların yükselmesi sektörleri dışalığa yönlendirir. Dışalımın bir sızıntı olması ve artan dışalılar nedeniyle çarpanın değeri düşer.
- ◆ Çarpan modellerinde tüketim fonksiyonun doğrusal (homojen) olduğu varsayılmaktadır. Bu varsayım, gelirden oluşan bir artışın tüketim kalıplarında hiç bir değişikliğe yol açmadığını, önceden olduğu gibi aynı malların aynı oranlarda tüketildiğini kabul etmektedir. Oysa, gelirin artması tüketim kalıplarının değişmesine yol açmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki turistik bölgelerde hane halkının gelirinin artması, hane halkını turistleri taklit etmeye yönlendirmektedir. Bu da dışalımların artmasına neden olabilir. Dolayısıyla, gelirin değişmesiyle tüketim kalıplarının değişeceği gerçeğinin göz ardı edilmesi çarpanın değerini etkilemektedir.
- ◆ Özellikle bölgesel ve yerel düzeyde hem girdi-çıkı analizleri hem de diğer çarpanlar için gerekli olan verilerin yetersiz yada hiç olmaması nedeniyle araştırmacılar genellikle başka çalışmalardan elde edilen verileri kullanmaktadırlar. Bu durum ise hatalı sonuçların çıkmasına neden olmaktadır.

Girdi-çıkı yöntemi ad hoc (bir duruma özgü) modellerden para ve zaman açısından daha maliyetli olmasına karşın daha doğru sonuçlar veren bir yöntemdir. Ancak ad hoc modelleri daha basit olmaları nedeniyle kullanımı daha yaygındır.

Girdi-çıkı analizinin diğer çarpanlara kıyasla bir başka olumlu yanı ise, esnekliğidir. Yani bu yöntemde araştırmacılar araştırmada kullanacakları modeli amaçları doğrultusunda oluşturabilmektedirler (Fletcher 1989).

Bütün bu kısıtlar ve olumsuzluklar doğal olarak çarpanların sonuçlarını olumsuz olarak etkilemektedir. Sonuçları kesin doğru olmamasına karşın, girdi-çıkı yöntemi, Keynesyen yöntemlere kıyasla politikacı ve planlamacılar için daha gerçekçi bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bunun nedeni ise, çarpan yöntemlerine kıyasla daha fazla veri sağlamalarıdır. Dolayısıyla girdi-çıkı yöntemi ekonomideki sektörlerin birbirleriyle ilişkilerinin incelenmesine olanak verdiği için çarpanlar içerisinde daha gerçekçi bir yaklaşım olarak

görülmektedir. Ayrıca, bu yöntemle sektörler arasındaki dolaylı ve dolaysız etkilerin birlikte hesaplanmasına da olanak sağlanmaktadır.

Turizmin ekonomik etkileri hesaplanırken çarpan modellerinin uygun olup olmaması çarpan modellerine yönelik bir eleştiridir. Bu eleştirinin arkasında yatan gerekçe; çarpan modellerinin turizme yönlendirilen kaynakların alternatif maliyetlerinin sıfır olarak kabul etmesidir. Oysa, gerçekte her kaynak için farklı kullanım alanları olduğu için, bütün kaynakların belirli bir alternatif maliyeti söz konusudur. Dolayısıyla, turizme yönlendirilen kaynaklar turistik mallara olan talepte bir artışa neden olacak; talep artışı fiyatların yükselmesine ve dışalım yapılan girdilerin yerine yerli girdilerin kullanılmasına ya da her ikisinde de belli oranda artışlara neden olacaktır. Ayrıca, döviz kurlarının sabit olması durumunda yurt içi fiyatların yükselmesi dış alımı yapılan mallar ile yurt içi mallar ikame edilmeye başlanacağından matristeki üretim katsayıları bağımlı yönde değişecek ve bu değişiklik dışalım katsayısının artışına neden olacaktır. Bu durumda çarpan etkisi azalacaktır.

Çarpanlara yönelik bir başka eleştiri ise; Turizm sektöründe üretim sürecine sokulan atıl durumdaki üretim faktörlerinin en verimli kullanım alanının turizm sektörü olup olmamasına çarpanların açıklık getirememesidir. Ancak, bu tür yatırım kararları fayda-maliyet analizleri ile yapılmaktadır. Çarpanların temel işlevi eleştiri konusu olan duruma açıklık getirmek değil; yalnızca artan turizm harcamalarının ekonomiye etkilerinin ne olduğunun ortaya konmasıdır. Dolayısıyla son eleştiri yersiz bir eleştiridir denilebilir.

SONUÇ

Dünyada önemli bir sektör durumuna gelen turizm bir çok ülke tarafından sosyo-ekonomik gelişme aracı olarak benimsenmektedir. Türkiye gibi, gelişmekte olan ve dış ticareti sürekli olarak açık veren ülkeler tarafından, özellikle aktif dış turizm bir dışsattım sektörü olarak desteklenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin kıt kaynaklarının doğru sektörler yönlendirilebilmesi ve yönlendirilen sektörler arasında kaynakların verimli bir şekilde dağıtılabilmesi için, turizmin ülkeye olan ekonomik katkısının net olarak belirlenmesi gerekmektedir. Hatta, ülkedeki turizm sektörünün desteklenip desteklenmeyeceğine karar verebilmek için de turizmin ülke ekonomisine katkısının belirlenmesi ve bu katkının sektörler arası karşılaştırmaya tabi tutulması gerekmektedir. Kısacası ulusal yönetimlerin doğru bir ekonomi politikası ve bu politika içerisinde doğru bir turizm politikası oluşturabilmesi için turizm dahil ekonomideki tüm makro büyüklüklerin geçmişteki ve bugünkü durumunun belirlenmesi ve gelecekte alacağı durumun tahminlenmesi gerekmektedir. Söz konusu büyüklükler belirlenmeden doğru bir ekonomi politikası oluşturulması mümkün değildir.

Ekonominin makro büyüklüklerden biri olan turizm sektörünün ulusal ekonomiler ve uluslararası ekonomik ilişkilerde ne kadar önemli bir olduğunun

belirlenmesi gereği, turizmin yarattığı ekonomik etkilerin araştırılmasına neden olmaktadır. Bu araştırmalar, özellikle turizmin yarattığı ekonomik etkilerin ölçümü üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Turizmin ekonomik etkilerinin ölçümü için bu güne kadar çok çeşitli yöntemler kullanılmıştır. Bu yöntemlerin bir kısmı günümüzde geçerliliğini yitirirken bir kısmı halen kullanılmaya devam etmektedir. Yöntemlerin bir kısmı ise, geçerli olmasına karşın, uygulamada çeşitli güçlükler içerdiğinden pratik değerleri kalmamıştır.

Turist harcamalarının gözlemlenmesi yöntemi, basit bir yöntem olmasına karşın zaman, para ve uzun süreli ziyaretçi işbirliği gerektirdiğinden pratikte uygulanması oldukça zordur.

Banka kayıt yöntemi, döviz bozdurma işinin çok sıkı denetim altında tutulduğu kapalı ekonomilerde belirli oranda uygulanma şansı olmasına karşın Türkiye için geçerliliği olmayan bir yöntemdir.

Artık gelirler yöntemi, il düzeyinde hizmet ve perakende satışlar konusunda çok ayrıntılı veriler gerektirdiğinden Türkiye açısından uygulanabilir bir yöntem değildir.

Mevsimsel fark yöntemi, yoğun ve düşük turizm sezonları arasındaki farktan hareketle turizm gelirlerini ölçmeye çalışan bir yöntemdir. Ancak en düşük sezondaki ziyaretçi gelirlerini yok saydığından geçerli bir yöntem değildir.

Harcama oran yöntemi, hata payı oldukça yüksek olan bir yöntem olmasına karşın yapılacak düzeltmelerle uygulanabilir bir yöntemdir.

Maliyet faktör yöntemi çok ayrıntılı ikincil verilere gereksinim duymaktadır. Türkiye’de ayrıntılı ikincil istatistiksel bilgilerin olmayışı, yöntemin Türkiye’de uygulanmasını güçleştirmektedir.

Çarpanlar turizmin yarattığı ikincil ekonomik etkileri ölçen ve günümüzde çok yaygın olarak kullanılan yöntemlerdir. Ancak, çarpanların verilerin yetersiz oluşundan ve varsayımların gerçekçi olmamasından kaynaklanan çeşitli eksik ve zayıf yönleri vardır. Girdi-çıkıtı yöntemi genel olarak diğer çarpan yöntemlerinden daha doğru sonuçlar vermektedir. Girdi-çıkıtı analizinin diğer çarpan yöntemlerinden üstün olan yanı esnekliğidir. Yani bu yöntemde araştırmacılar, araştırmada kullanacakları modeli amaçları doğrultusunda oluşturabilmektedirler.

Girdi çıkıtı yöntemiyle diğer çarpan yöntemleri arasında bir karşılaştırma yapmak gerekirse, girdi-çıkıtı yöntemlerinin çarpan yöntemlerine kıyasla politikacı ve planlamacılar için daha gerçekçi bir yol gösterici olarak öne çıktığı görülmektedir. Bunun nedeni ise, çarpan yöntemlerine kıyasla daha fazla veri sağlamalarıdır. Dolayısıyla, girdi-çıkıtı yöntemi ekonomideki sektörlerin birbirleriyle ilişkilerinin incelenmesine olanak verdiği için, çarpanlar içerisinde daha gerçekçi bir yaklaşım olarak görülmektedir.

Girdi-çıktı yöntemi de ilk aşama harcamaların belirlenmesini gerektirmektedir. Bu nedenle girdi-çıktı yöntemi ile çarpanlar arasında seçim yapmak, araştırma için ayrılan kaynağa ve araştırmacının uzmanlığına bağlıdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

Anderson, D.R. vd., (1993). *Statistics fo Business and Economics*, West Publishing Company: New York.

Archer, B. (1976). The Anatomy of The Multiplier, *Regional Studies*, vol. 10, pp. 71-77.

Archer, B. (1977). *Tourism Multipliers: The State Of The Art*, University of Wales Press: Bangor.

Archer, B., (1984). Economic Impact: Misleading Multiplier, *Annals of Tourism Research*, 11(3), pp: 517-518.

Briguglio, L. (1993). Tourism Multipliers in the Maltese Economy, içinde Johnson, P. ve Thomas B., *Perspectives on Tourism Policy*, pp: 69-86, Mansell Publishing Limited, New York.

Bull, A., (1992)., *The Economics of Travel and Tourism*, Pitman Publishing: Melbourne.

Chang, Wen-Hueu. (2001) *Variations in Multipliers and Related Economic Ratios for Recreation and Tourism Impact Analysis*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Michigan State University, Department of park, recreation and Tourism Resources, Michigan.

Fletcher, J.E. and Archer, B., (1991). The Development and Application of Multiplier Analysis, içinde C.P. Cooper, *Progress In Tourism Recreation And Hospitality Management, Vol. 3, pp 28-47. London.*

Fletcher, J.E., (1989). Input–Output Analysis and Tourism Impact Studies, *Annals of Tourism Research*, Vol: 16, pp. 514-529.

Frechtling, D.C., (1994a). *Assessing the Economic Impacts of Travel and Tourism Measuring Economic Benefits*, İçinde Ritchie, B.J.R. and Goeldner R.C., Travel, Tourism, and Hospitality Research, pp: 367-395, New York, John Wiley & Sonc Inc.

Frechtling, D.C., (1994b). *Assessing the Impacts of Travel and Tourism-Introduction to Travel Economic Impact Estimation*, İçinde Ritchie, B.J.R. and Goeldner R.C., Travel, Tourism, and Hospitality Research, pp: 359-365, New York, John Wiley & Sons Inc.

- Hughes, H.L., (1994). Tourism Multiplier Studies: A More Judicious Approach, *Tourism Management*, 15 (6), pp: 403-406.
- Gee, Y.C., J.C. Makens & Choy, D.J.L. (1989). *The Travel Industry*, Van Nostrand Reinhold: New York.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998). *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitabevi: Ankara.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (2002). *Turizm Ekonomisi; Turizmin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri*, Turhan Kitabevi: Ankara.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti.: İzmir
- Öney, E., (1985). *İktisadi Planlama*, Savaş Yayınları: Ankara.
- Samuelson, A.P. ve Nordhaus, D.W., (1989). *Economics*, 13th ed., McGraw-Hill Inc: New York.
- Smith, S.L.J. (1989). *Tourism Analysis, A Handbook*, John Wiley & Sons Inc: New York.
- T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, (1994). *Türkiye Ekonomisinin Input Output Yapısı 1990*, DİE Matbaası: Ankara.
- T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, (2001). *Türkiye Ekonomisinin Input Output Yapısı 1996*, DİE Matbaası: Ankara.
- T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, (27-03-1998). *1997 Yılı yabancı Ziyaretçiler Anketi Sonuçları*, Haber Bülteni, DİE Matbaası: Ankara.
- Tooman, Alex I., (1997). Multipliers and Life Cycles: A Comparison of Methods for Evaluating Tourism and Its Impacts, *Journal of Economic Issues*, Vol. 31 (4), pp. 917-932.
- Tosun, C., (1999). An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, *Tourism Economics*, 5 (3), pp. 217-250.
- Ulutürk, G.Z. (1998). Turizmin Ekonomik Etkisinin Ölçülmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, ss.31-38.
- World Tourism Organization, (1981)., *Tourism Multiplier Explained*, London, Horwath & Horwath Ltd: London.
- World Tourism Organization, (1994). *Seminar on Tourism Statistics in The Countries of Central and Eastern Europe*, WTO: Madrid.

World Tourism Organization, (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics*, WTO: Madrid.

Yüksel, Ö., (1989). Turizm Çarpanı, *E.Ü. İkt.İd. Bil. Fak. Nevşehir Tur. İşl. Ve Ot. YO. Turizm Dergisi*, Sayı: 1, ss: 79-91.

İNTERNET

Anderson, Tommy D., An Alternative method of Economic Impact Analysis- Using dividends instead of multipliers, The Swedish Society for Tourism Studies, (15-06-2001). <http://www.sst.etour.mh.se/Rewiew/data/show.asp?DIVIDsst>

Goldman, G. vd., (1994). Impact of Visitor Expenditure on Local revenues, Cooperative Extension Service, University of Alaska. (14-06-2001). <http://www.uaf.edu/coop-ext/publications/freepubs/WREP-145.html>

Steynes, J. D., (1999). Economic Impacts of Tourism, (Updated 10-03-2002), <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf>

Steynes, J.D., (10-032001). Approaches to Estimating the Economic Impacts of Tourism; Some Examples, <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol2.pdf>

Michigan State University, (13-06-2001). <http://www.msu.edu/course/prr/840/econimpact/multipliers.htm>

Türk Dil Kurumu, (10-06-2002). Yabancı Kelimelere Karşılıklar, <http://www.tdk.gov.tr/KARA.html>