TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI: HİNT OKYANUSU ÜLKESİ (MAURİTİUS) ÜZERİNE BİR ANALİZ

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI: HİNT OKYANUSU ÜLKESİ (MAURİTİUS)ÜZERİNE BİR ANALİZ

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

Danışman: Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ
Jüri Üyesi: Prof. Dr. İlter ÜNLÜ KAPLAN
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim İNAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2019

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından İktisat Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doç. Dr. Hakkı ÇİFTÇİ

Üye: Prof. Dr. İlter ÜNLÜ KAPLAN

Üye: Dr. Öğr. Üyesi İbrahim İNAN

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

/ /2019

Prof. Dr. Serap ÇABUK

Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. / /2019

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

ÖZET

TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜMEYE KATKISI: HİNT OKYANUSU ÜLKESİ (MAURİTİUS)ÜZERİNE BİR ANALİZ

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

Yüksek Lisans Tezi, İktisat Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Hakkı ÇIFTÇİ
Temmuz 2019, 79 sayfa

Turizm artık sadece bazı bireyler ve gruplar için sosyal bir olay değildir. Çeşitli ülkeleri ve turizm alanlarındaki yüz milyonlarca turistin akını nedeniyle, tüm ülkeleri turizm sektörünü teşvik etmeye zorlayan sosyal ve ekonomik bir faaliyet haline gelmekle birlikte turizmi gerçek bir sektör ve bir büyüme aracı haline getirmektedir. Bu dönemde, turizm sektörü diğer sektörlerden daha hızlı ve daha gelişmiş bir hale gelmiştir. Bu nedenle turizm, kolay para elde etmenin, işsizliği azaltmanın, devletin ödemeler dengesini iyileştirmenin ve GSYİH'yi artırmanın yolu olarak görülmektedir. Bu ndenlerle birçok ülkenin bu sektöre özel dikkat göstermesi gerekmektedir.

Bu çalışmada turizmin, Mauritius'taki ekonomik büyümenin temel bir bileşeni olup, Mauritius'taki turizm sektörünün ekonomik büyümeye katkısını göstermeyi amaçlamaktadır. 1983-2017 dönemini kapsayan yıllık verilerde turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişkilerin ampirik olarak incelenmesini izlemektedir. Bu bağlamda, GSYİH, turizm gelirleri ve istihdam kullanılan değişkenleri, zaman serisi yöntemleri ile ekonometrik olarak sınamaya çalışılmıştır. İki eşbütünleşme bulgularına göre, turizm gelirleri Mauritius'un ekonomik büyümesini pozitif katkısı bulunmuştur. Granger nedensellik testi sonuçları değişkenler arasındaki eşbütünleşme bulunduğu ortaya çıkmıştır. Granger nedensellik testi sonuçlara göre, turizm gelirlerinden Mauritius'un ekonomi büyümesine tek yönlü nedensellik etkisi görülmüştür. Bu nedenle, turizm gelirlerinden ekonomi büyümeye katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik büyüme, turizm, turizm geliri, istihdam, nedensellik.

ABSTRACT

CONTRIBUTION OF TOURISM TO ECONOMIC GROWTH: AN ANALYSIS ON THE MAURITIUS COUNTRY

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

Master Thesis, Department of Economics
Supervisor: Doç. Dr. Hakkı ÇIFTÇİ
July 2019, 79 pages

Tourism is no longer just a social phenomenon for some individuals and groups. It has become a social and economic activity due to the influx of hundreds of millions of tourists in various countries and tourist areas, forcing all countries to promote the tourism sector and make it a real sector and a growth tool. During this period, the tourism sector has become faster and more developed than any other sector. Tourism is therefore an effective way of attracting hard money, absorbing unemployment, improving the state's balance of payments and increasing GDP, primarily because it is labor-intensive, that many countries pay particular attention to this sector.

In this study, tourism is an essential component of the economic growth in Mauritius and aims to show the contribution of the sector in Mauritius to economic growth. The annual data covering the period of 1983-2017 follows the empirical analysis of the long-term relations between the tourism sector and economic growth. In this context, GDP, The variables used in tourism revenues and employment are econometically tested from contemporary series methods. According to the two co-integration findings, tourism revenues contributed to the economic growth of Mauritius. The Granger causality test results were found to be co-integrated between variables. According to the Granger causality test, Mauritius has a single causal effect on economic growth. Therefore, tourism revenues contributed to economic growth of the Mauritius.

Key words: Economy growth, tourism, tourism income, employment, causality.

ÖNSÖZ

Günümüzde turizm aktivitesi, kısa ve uzun süreli tatilleri geçirmek isteyen insan sayısının yoğunluğundan dolayı ülkelerin en önemli endişelerinden biridir ve bir yandan turizm faaliyet alanlarının bu genişliği, bir yandan da sosyal ve ekonomik değişkenler ve diğer yandan turizm medyasının yoğunluğu küresel turistlerin varlığına katkıda bulunmaktadır.

Turizm sektörü, dünyanın en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerinden biridir. Gelişmekte olan ve gelişmiş olan birçok ülkede turizm, döviz gelirini, devlet gelirini ve istihdamı arttırmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Turizm sektörü, petrole sahip olmayan ülkelerde petrole alternatif olmaktadır. Turizm özellikle gelişmekte olan ülkeler için küresel ekonomik büyüme için katalizör olmaktadır. Bu çalışmada, Mauritius tecrübesi, gelişmekte olan ülkelerin turizmi kullanarak büyüme ve gelişme potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir. Sektörün gayri safi yurtiçi hasıla artışına ve işsizlikle mücadelede doğrudan katkıda bulunduğunu kanıtladığı gibidir.

Çalışmamın her aşamasında güler yüzü, sabrı ve verdiği güven ile beni motive eden, deneyimlerinden faydalandığım ve yakın desteklerini gördüğüm tez danışmanım kıymetli hocam Doç. Dr. Hakkı ÇIFTÇİ'ye sonsuz saygı ve teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Yüksek lisans derecesini tamamlamak için sunduğu imkanlar için Türkiye Burslar Birliği'ne teşekkür ediyorum.

Her zaman maddi ve manevi desteği ile arkamda olduğunu bildiğim hocam, kardeşim Mohamed Youssouf İdjihadi ve Hocam Said halifa Charif e sonsuz minnetarim. Ayrıca sevgili eşim Maryam Ahmed Hassan ve kızım Rayhaanat Ali Mohamed'e onlardan uzakta yaşadığım da sabrıları için teşekkür ediyorum.

Tez çalışmam süresince beni destekleyen, motive eden ve en önemlisi bana hep inanarak desteklerini hiç kesmeyen canım ailem, annem Mariama ve babam YOUSSOUF İDJİHADİ başta olmak üzere kardeşlerim Echata, Fatoumia, Marie'ya şükranlarımı borçluyum. Onların desteği olmasaydı, bu aşamaya ulaşmam çok daha zor olurdu.

Ali Mohamed YOUSSOUF IDJIHADI

Adana / 2019

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
ÖNSÖZ ..... **vi**
KISALTMALAR ..... **x**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **xi**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xii**

BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞ

1.1. Araştırma Problemi ve Gerekçesi: 1
1.2. Araştırmanın Amacı 2
1.3. Araştırmanın Önemi 2
1.4. Sınırlılıklar: 3
1.5. Araştırmanın Yöntemi: 3

İKİNCİ BÖLÜM
TEORİK BİLGİLER

2.1. Turizimin Kavramının Temelleri 4
2.1.1. Turizm Tanımı 4
2.1.2. Turizm Çeşitler: 5
2.1.3. Turizmin Önemi: 8
2.1.4. Turizmin Temelleri: 10
2.2. Uluslararası Turizm: 13
2.2.1. Uluslararası Düzeyde Turist Sayısının Evrimi 14
2.2.2. Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi: 17
2.2.3. Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Ülkede Turist Ve Turizm Gelirlerinin Gelişmesi: 19
2.3. Turizm sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri 21

2.3.1. Turizm Sektörünün Ekonomideki Olumlu Rolü: 21
2.3.1.1. Turizmin GSYIH'ya Katkısı: 21
2.3.1.2. Turizmin Ödemeler Dengesinin Iyileştirilmesine Etkisi: 23
2.3.1.3. Turizmin İstihdama Katkısı: 24
2.3.1.4.Turizmin Yabancı Sermaye Akışına Etkisi: 25
2.3.1.5. Turizmin Gelir Dağılımına Etkisi: 26
2.3.1.6. Turizmin Bütçe Finansmanı Ülkesi Üzerindeki Etkisi: 27
2.3.1.7. Turizmin Altyapıya Etkisi: 27
2.3.2. Turizmin Dolaylı Ekonomik Etkileri: 28
2.3.2.1. Turizmin Çarpan 28
2.3.2.2. Turizmin Bazı Malların Satış Hareketini Harekete Geçirmesi Üzerindeki Etkisi: 29
2.3.2.3. Turizm Ve Fiyatlar Genel Düzeyi: 29
2.4. Turizm Ve Büyüme Arasındaki Ilişki 30

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
HİNT OKYANUSU İÇİN BİR MODEL OLARAK MAURİTİUS EKONOMİSİNDE TURİZMİN ROLÜ

3.1. Mauritius Ekonomisi 31
3.1.1. Mauritius Ekonomisine Genel Bakış 31
3.1.2. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 31
3.1.3. Ülkedeki Ana Ekonomik Sektörler 32
3.2. Mauritius Adasında Turizmin Gerçekliği 33
3.2.1. Mauritius'ta Turizm İklimi 33
3.2.2. Mauritius'taki Turizmin Bileşenleri 34
3.3. Mauritius'ta Turizmin Gelişimi: 37
3.3.1. Mauritius'a Gelen Turistlerin Gelişmesi: 37
3.3.2. Mauritius'tan Giden Turist Sayısının Gelişimi 43
3.3.3. Mauritius'ta Barınma Kapasitesinin Geliştirilmesi 44
3.4. Mauritius'teki Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Katkısı 47
3.4.1. Mauritius'taki Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi 47
3.4.2. Mauritius GSYİH'sına Turizm Sektörünün Katkısı 50
3.4.3. Turizmin İstihdama Katkısı 51

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ÇALIŞMANIN ANALİZLERİ VE UYGULAMALI ÇERÇEVESİ

4.1. Veri Seti,Metodoloji ve Ekonometrik Yöntemi 54

4.1.1. Analizler 56

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ **62**

KAYNAKÇA 64

EKLER 72

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

COİ : Hint Okyanusu Komisyonu (commission of the Indian Ocean)

DTÖ : Dünya Turizm Örgütü

GSYIH : Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

UNWTO : World Tourism Organization

OCDE : Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü

WTTC : dünya seyahat ve turizm konseyi

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Uluslararası Gelen Turist Sayısı 14
Tablo 2. Turist Sayısının Kıta Düzeyinde Dağılımı 15
Tablo 3. 2016-2017 Yılları Arasında Turizm Gelirlerinin Evrimi: Milyar 18
Tablo 4. 2017 Yıl Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Ülkesinde Turist Sayısı 20
Tablo 5. Uluslararası Turizm Gelirine Göre Sıralama 20
Tablo 6. 2017'de Turizmin Bazı Ülkelerin GSYİH'ya Katkısı * 22
Tablo 7. Doksanlı Yıllardaki Turist Sayısı 38
Tablo 8. 2000-2017 Döneminde Turist Sayısının Evrimi 39
Tablo 9. Turistlerin Valilik Alanına Göre Dağılımı 2007-2017 41
Tablo 10. COI Ülkelerinden Mauritius'a Turistlerin Gelmesi, 2007-2017 42
Tablo 11. 2016-2017 Yılları Arasında Turistlerin Turizm Amaçlı Dağılımı 43
Tablo 12. Mauritius'tan Giden Turist Sayısı 44
Tablo 13. 2008'den 2017'ye Kadar Konut Kapasitesinin Geliştirilmesi 45
Tablo 14. Mauritius'taki Turizm Gecelerinin 2007 - 2017 Arasında Gelişimi 47
Tablo 15. 1995-2017 Arasında Mauritius'a Turizm Geliri 49
Tablo 16. Mauritius Turizm Sektöründeki İşçi Sayısının 1995 Ve 2016 Yılları Arasında Evrimi 52
Tablo 17. Kullanılan Değışıkenler Açıklamaları ve Verileri Kaynakları 55
Tablo 18. ADF Birim Kök Test Sonuçları 56
Tablo 19. PP Birim Kök Test Sonuçları 57
Tablo 20. Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi 58
Tablo 21. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları 59
Tablo 22. Langel-Cranger Nedensellik Sonuçları 60

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Uluslararası turist sayısının gelişimi (1980-2017): 15
Şekil 2. Turizm trafiğinin coğrafi düzeydeki göreceli dağılımı 2017 16
Şekil 3. Uluslararası turistlerin bölgelere göre büyüme oranı (%) 2017 17
Şekil 4. 2016 ve 2017 Yıllarında Turizm Gelirleri 18
Şekil 5. Uluslararası turizm gelirlerinin yıllık büyüme hızı 2017 19
Şekil 6. Mauritius'un 1983-2017 arasındaki GSYİH evrimi (2010 sabit fiyat ve dolar cinsinden) 32
Şekil 7. Gelen Turist Sayısında Yıllık Artış Oranı 40
Şekil 8. Otellerin 2008 ve 2017 Yılları Arasındaki Evrimi 46
Şekil 9. Mauritius'taki uluslararası turizm gelirlerinin gelişimi (milyon dolar)1983 - 2017 48
Şekil 10. Turizmin GSYİH payının dönem içindeki gelişimini göstermektedir (1995-2017) 50
Şekil 11. 2017 yılında istihdam sayısının hizmete göre dağılımı 52
Şekil 12. Turizm doğrudan istihdam içindeki payı % (1983-2017) 53

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırma Problemi ve Gerekçesi

Gelişmekte olan ülkelerin sürdürülebilirliğinin bir parçası olan kalkınma, her şeyden önce, her devletin doğal, kültürel ve insani kaynaklarının göz önünde bulundurulması, kullanımı ve rasyonel yönetimi ile ilgilidir. Döviz ve istihdam üreten dinamik bir sektör olan turizm, yalnızca bu kaynakların rasyonel kullanımı yoluyla var olan sürdürülebilir kalkınmanın bir faktörü olarak kabul edilmektedir.

1968'de Dünya Bankası'nın Turizm Projeler Sekreteri David Davis, 1960'lardan bu yana, Dünya Bankası'nın turizm endüstrisinin kalkınmanın itici gücü olduğunu ileri sürmüştür. Az gelişmiş ülkeler, turizm sektörünü kalkınmanın önemli bir aracı olarak görmektedirler (DOI, Teoros, 2004, No:23-3).

Kalkınma, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere birçok ülke ve dünya hükümetlerinin başlıca kaygısı haline gelmiştir ve bu hedefe ulaşmak için tüm kaynakların politika ve stratejiler çerçevesinde harekete geçirilmesi olarak ifade edilebilir. Bu nedenle turizm sektörü, istenen ekonomik büyümeye doğrudan katkıda bulunan en önemli ekonomik sektörlerden biridir ve arzu edilen ekonomik kalkınmaya destek sağlamaktadır. Geçmişte turizmin tanımı esas olarak ziyaretçilerin özellikleri, seyahat ettikleri ve kaldığı koşullar, seyahat nedenleri üzerine odaklanmış olsaydı, günümüzde turizmin oynayabileceği rol konusunda artan bir farkındalık yaratılabilirdi.

Son yıllarda turizm sektörünün önemi belirginleşmesiyle, gerçek turizm endüstrisi olarak bilinen bölgeye ulaşabilmek için bu sektörün gelişmesini araştırmış ve halen araştırılmaktadır. Ekonomik ve sosyal gelişmeyi sağlama konusundaki açık rolü bulunan turizm, özellikle ekonomisinin petrol ihracı konusunda tek taraflılıktan zarar gören gelişmekte olan ülkelerde cari dengesine katkı sağlayabilecek bir gelir kaynağı olduğu görülmektedir. Bu müdahale, turizmin bazı yönlerini ve ekonomik ve sosyal rolünü, özellikle de Güney Afrika'nın küçük adalarına, konumu ve fırsatları ile çözülmeye çalışılmakta ve bu da küresel turizm pazarında yerini alarak ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamaktadır.

Turizm, ekonomilerin canlanmasına yol açarak Afrika ülkelerinin ekonomik dönüşümünü teşvik etmektedir. Turizmin yararları, geçim kaynaklarını geliştirmenin yanı sıra ihracatın çeşitlendirilmesine yarar sağlamaktadır. Bölgedeki işsizliğin

azaltılması için Güney Afrika'nın küçük adalarında turizm, büyüme faktörü ve istihdam yaratmaktadır.

Bu çalışma, Mauritius'daki turizmin ekonominin büyümesine katkısı ve işsizlikle mücadeledeki etkinliğini araştırmaktadır. Bu çalışmada aşağıdaki sorular cevaplandırılmaktadır:

Uluslararası turizmin boyutları nedir?

Turizmin uluslararası ekonomideki büyüklüğü nedir?

Mauritius içim turizm sektörü ulusal bir ekonomik büyüme motoru mu?

1.2. Araştırmanın Amacı

Güney Hint Okyanusundaki adaların ekonomik kalkınmasına turizmin katkısını belirlemek ve gelecekteki faaliyetleri için kalkınma stratejisine katkıda bulunmaktır. Mauritius adaları, turizm kaynaklarından en iyi şekilde faydalanması halinde cazip bir turizm merkezidir. Bu çerçevede araştırmanın amaçları aşağıda belirtilmiştir:

- Turizm kavramının ekonomik bir faaliyet olarak, temel bileşenlerini ve ekonomi içindeki yerini açıklamaktır.
- Mauritius'ta turizm sektörünün istihdama katkısını açıklamaktır.
- Turizm gelirlerinin Mauritius ekonomisinin büyümesi üzerindeki etkisinin vurgulanmasıdır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizm, dünya ekonomilerini desteklemeye katkıda bulunan en büyük sektörlerden birisidir. Bu nedenle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde milli gelire önemli katkı yapmaktadır.

Uluslararası Turizm Örgütü 2018 Turizm İstatistikleri Raporu, 2017 yılında, turizm gelirlerinin küresel milli gelirin %10,4'üne doğrudan katkıda bulunduğunu, dünya ihracatının %7'sini oluşturduğunu ve dünya istihdamının %10'unu sağladığını belirtmektedir (UNWTO, 2018, s.2).

Küresel ekonominin büyümesi özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomisinin gelişmesine ve turizm kaynakları dışında doğal kaynakların olmadığı ülkelerde işsizliğin azaltılmasına katkı sağlayan bir sektör haline gelmiştir.

Araştırmanın önemi turizm sektörünün birçok gelişmiş ülkede etkin bir kalkınma alternatifi olabilmesidir. Turizm, gelir kaynaklarını çeşitlendirmeye ve diğer ekonomik sektörü canlandırmaya katkıda bulunmaktadır. Bu araştırmanın önemi, turizmin küresel veya ülke ekonomisi düzeyindeki etkisini ortaya koymak, Hint Okyanusu adalarının açısından turizmin ne kadar önemli olduğunu belirlemek ve bu potansiyelin en iyi şekilde kullanıldığında ulusal ekonomiye katkı yapabileceğini göstermektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Turizm sektörü dünyanın gelişiminde ve ekonomik büyümesinde rol oynamaktadır. Çalışmada Hint Okyanusunda bulunan Mauritius ekonomisi üzerinde durulmaktadır. Araştırma 1983-2017 yılları arasında özellikle turizm faaliyetlerinin göstergeleri ve genel olarak ekonominin farklı organlardan elde ettiği bir seri veriye dayanmaktadır. Çalışmanın doğasına uygun olması için olabildiğince modern ve erişilebilir olmasına özen gösterilmiştir. Elde edilen veriş setinin ikincil veri olması bu araştırmanın sınırlılığıdır.

1.5. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, ekonometrik analiz yöntemi kullanılarak yapılan tanımlayıcı analitik yöntem uygulanmıştır. Çalışmada, Mauritius'un ekonomik büyüme ile turizm gelirleri ve istihdam değişkenlerinin arasındaki ilişki 1983-2017 dönemi verileri ile zaman serisi analiz yöntemleri kullanılarak araştırılmaktadır. Vektör otoregresyon (VAR) modeli tahmin edilerek eşbütünleşme testi yapılmış ve değişkenler arasında Granger nedensellik varlığı araştırılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

TEORİK BİLGİLER

2.1. Turizm Kavramının Temelleri

2.1.1. Turizmin Tanımı

Bilim adamları, araştırmacılar, uzmanlar ve uluslararası organizasyonlar, turizmin genel ve doğru bir tanımını oluşturmak için çaba sarf etmiştir. Görüşler uzmanlıklarına veya yönelimlerine göre farklılık gösterir. Bu görüşlerden bazıları, yurtiçinde ve yurtdışında genel kabul görmüşken bazıları da ekonominin seviyelerini geliştirmek ve ülkelerdeki ekonomik büyüme oranlarını yükseltmek açısından ekonomik bir olgu olarak algılanmaktadır. Bu konu kültürel bir olgu olarak da görülmektedir. Turizm kavramı, kültürlerin, milletlerin gelenek ve göreneklerin karışmasına yol açarken, bir yandan da ülkeler arasında bir bağ olarak uluslararası ilişkileri ve insanlar arası ilişkileri birbirine bağlamaktadır. Ancak son zamanlarda tüm halkların ilgisini çekmektedir. Ekonominin büyümesine ve milletlerin sürdürülebilir kalkınmasına geniş katkı yapar hale gelmiştir.

Turizm tanımıyla birlikte aşağıdaki gibi bazı tanımlamalar yapılmaktadır:

Evrensel Ansiklopedi tarafından yapılan turizm tanımı: Turizm, ana konutun dışında geçirilen boş zamanlara harcanabilecek bir bütçe fazlasına dayalı insan ve sosyal hareketliliğin bir ifadesidir (www.larousse.fr/encyclopedie).

R. Gayer Fuller tarafından turizm tanımı (1905): Turizm, artan hava ihtiyacını, doğanın güzelliğini hissetmenin doğuşunu ve bu hissin büyümesini ve özellikle insanlar ve insanlar arasında farklı topluluklar arasında neşe ve haz hissi doğuran bir ihtiyaçtır. Ticaret ve sanayi genişliğinin ve ulaşımın meyvesinin sonucu olan grupladır (Teoros, 2008, No:27-1).

Herman Von Sholeron tarafından turizm tanımı (1910): Tüm örtüşen süreçleri, özellikle belirli bir bölge ya da devletin sınırları içindeki yabancıların giriş, geçici ikamet ve yerleştirme ile ilgili ekonomik süreçleri gerektiren reformdur (www.tugberkugurlu.com).

Dünya Turizm Örgütü tarafından turizm tanımı (WTO): Turizm, normal çevrelerinin dışında kalan yerlere seyahat eden kişilerin, bir yılı geçmemek kaydıyla,

herhangi bir kolaylık sağlamaksızın ya da başka amaçlarla kesintiye uğramadığı bir süre boyunca faaliyetlerini içermektedir.

Birleşmiş Milletler, Roma'da Turizm ve Uluslararası Seyahat Konferansı, turizmi (1963) yılda, 24 saatten az olmamak üzere, geçici bir süre için ikamet yerine ait bir yerden başka bir yere taşınmasına dayanan sosyal ve insani bir olgu olarak tanımlamıştır. Ayrıca on iki aydan fazlasını konutun dışında geçirilmemektedir (Abdoulkadır, 2013, s.9).

Bahsettiğimiz tüm tanımların mevcut olmadığını, bunlardan birisinin sosyal, ekonomik ve diğer tüm yönleriyle ele alındığını, bu tanımların diğerleri bir tarafa bırakılmaktadır. Bu nedenle, tüm unsurları içeren bir turizm tanımına sahip olmak kolay değildir. Bununla birlikte Birleşmiş Milletler'in tanımı, turizmin ekonomik yönünü göz ardı ederken, turizmin süresinin yanı sıra iç ve dış turizmin bir ayrımı olarak görülen bir sosyal ve beşeri olgu olarak görüldüğü birkaç yönü içermektedir. Bu nedenle Birleşmiş Milletler'in turizm tanımı bu çalışmada ele alınmaktadır.

2.1.2. Turizm Çeşitler

Milletler, kültürler ve coğrafi alanlardan dolayı çok farklı turizm türleri vardır. Turizmin uzmanlık alanları, iç ve dış, dini, kültürel, tedavi ve spor gibi diğer türlere ek olarak, politika ve ekonominin değişimi nedeniyle ortaya çıkmıştır.

Coğrafi bölgeye göre turizm: Turizm coğrafi alan kriterlerine göre bölünür:

İç turizm: Bir ülkenin vatandaşlarının turistik amaçlı kendi ülkeleri içinde ikamet yerden başka bir yere gitmediğinden dolayı "iç turizm" anlamına gelir (Abdelkader, 2003, s.15) . Bu turizm çeşidinde, turistin, yabancı dil bilmesi, yabancı dövize sahip olması, vize ve pasaport gerektirmemektedir. Öyleyse, bu turizm ülkenin ekonomisine yabanci para getirmemektedir.

İç turizmin önemi, toplumun birliğini ve toplumsal dayanışmayı ve hâkimiyete bağlılığı artırarak milliyetçilik ve aidiyet duygusu yaratmasıdır. Bu türün amacı, bölgenin gelir kaynağının arttırılmasıdır. Bu, ülke içindeki farklı üretim sektörlerinin gelişmesine ek olarak, ülke içindeki farklı bölgeler arasındaki ekonomik dengeyi ve optimal milli geliri sağlamaya yardımcı olur. Yeniden canlandırılması, farklı turizm tesislerinin tamamlanmasını ve iyileştirilmesini ve yeni yerlerin yaratılmasını ve böylece farklı turizm hizmetleri türlerini sağlayabilecek teknik liderlerin oluşturulmasını teşvik ederek yabancı turizme bağımlıdır (Ibrahim, 2006, s.155).

Bölgesel turizm: Hindistan Okyanusu ülkeleri, Afrika ve Avrupa ülkeleri ve diğerleri gibi ülkeler gibi bir turist bölgesi oluşturan komşu ülkeler arasında seyahat etmek amaçlanmaktadır. Bölgesel turizm, turistler tarafından seyahat edilen mesafeye göre daha düşük toplam maliyet ile karakterize edilir (Khalid, 2007, s.89).

Dış turizm: Bir ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri dışında yaptıkları yer değişimi ve konaklamalarından doğan faaliyetlerinin bütününü ifade eder (Olalı, 1992,s.61) . Bu tür turizm vize, döviz işlemleri, pasaport ve diğer karmaşık prosedürler gerektirmektir. Bu tür, ülke ekonomisine döviz getirici önemli bir rol oynamaktadır.

Bu tür turizm dünyadaki çoğu ülke tarafından büyük paralar elde etmek için teşvik edilmektedir. Bu hizmet türü de farklı hizmetler gerektirmektedir, çünkü turizm hizmetleri kalite ve fiyatlar bakımından farklılık gösterdiğinden, altyapı ve meta veriler geliştirilmiştir. Yabancı turist sayısı bu tür turizme bağlıdır. Turizm hizmetleri, altyapı geliştirme, güvenlik ve istikrar, turistlere saygı ve düşük fiyatlardır (Tewfik, 2008, s.71)

Amaçlarına göre turizm çeşitleri: Bu garip ve değişken zamanda, insanın hızlı ritim ve onun ardışık gereksinimleri ile başa çıkması zor olabilir. Bu nedenle, insan hareketlerine manevi ve sosyal faktörler veya ekonomik gibi diğer faktörlerin bir sonucu olarak iç ya da dışsal olarak bir yerden diğerine yol açan güçlü bir amaç vardır (Omar, 2010, s.11). Farklı turizm türlerinin en yaygın olarak kullanılmasına göre sınıflandırılması ve genel olarak turizm faaliyetleri için kullanılmasıdır.

Turizm, bu modele göre aşağıdaki bölümlere ayrılabilir:

Dini turizm: İnsanlar yerleşim yerlerin dışına, dini inançlarını gerçekleştirmek, dini inançlarıyla ilgili kutsal yerleri görmek ve dini törenleri izlemek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı gezilerdir (Akın, 2012,s.81) . Bu turizmi, kutsal yerlerin ve ibadethanelerin ziyaret edilmesine amaç olur. Tüm dinler, her yılın belirli döneminde insanlar toplanarak ibadetler eder. Müslümanlar her yılda, hac ayında, Mekke'ye Hac ve Umre ibadetleri giderlerdir. Ayiniyanda, Hinduların günahlarından arınmak için Ganj Nehri'ndeki toplu ibadetleri, Yahudiler Kudüs'teki ağlama duvarında toplanarak ibadetleri etmek için ve Hiristiyanlar Vatikan'da toplu yaptıkları ibadetleri örnek olarak gösterebilir (Kharbouti, 2002,s. 227) .

Kültürel ve tarih turizmi:

Smith, kültürel turizmin şu şekilde olduğunu belirtmektedir: turistler eski toplumların geçmiş yaşamlarını öğrenmektedir (Dabes, 2002, s. 169). Bu tür turizm, antik uygarlıkları tanımlamayı ve tarihi alanları geçmişle ve önemli tarihi ile birlikte ziyaret etmeyi amaçlayan farklı kültür ve eğitim düzeylerinde belirli bir turist kitlesi ile

ilgilidir. Bu, bilgi arzusunu tatmin etmek ve kültürel bilgilerini arttırmak isteyen özel turist ekiplerini cezbetmektedir. Bu turizm tarzı, müzelerin kültürel miras kaynaklarının ve bunların bileşenlerinin, arkeolojik ve tarihi alanların, kentsel miras alanlarının, geleneksel yumuşak ürünlerin, antik çağlar gibi maddi olmayan miras varlıklarının artması, insanların ve geleneklerin yaşamlarının tüketimine dayanmaktadır. Buna örnek olarak, Türkiye'deki müzeleri ziyaret etmek ve Mısır'da bulunan diğer Firavunların piramitlerini ziyaret etmek gösterilebilir.

Bu tür turizm pek çok turistin kalbini çekmekte ve küresel düzeyde turist akışının büyük bir kısmını barındırmaktadır. Turizm programında önemli bir ayağı olan arkeolojik ve tarihsel zenginliğe dikkat çeken kalıcı bir turistik cazibe kaynağı olmaya devam etmektedir.

Tarihsel turizm, turizmin en iyi türlerinden biri olup, özellikle de dinlenme merkezleri ile korunmanın tüm gereklilikleri üzerindeki etkisi vardır. Tarihi etkiler turizmin etkilerini anlamada ve güçlendirmede önemli bir rol oynaması halinde, çok sayıda turisti çekmektedir (Abdul Nabi, 2006, s. 90). Fakat bu tür yatırım yapmak, geliştirmek ve korumak için büyük sermaye gerektirir.

Spor turizmi: Spor turizmi kişilerin eğlenmek hedefi ile sürekli yaşadıkları yerden ayrılarak, spor faaliyetlerini seyretmek, bunlara katılmak amacıyla yaptıkları seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Akın, 2015, S. 21). Bu tür spor festivali ve maç, küresel veya bölgesel spor etkinliklerini, örneğin, olimpiyat oyunlarını içerir. Dünya Kupası, kaliteli kayak ve balıkçılık, yüzme ve diğerleri gibi su sporları bütününe örnek gösterilebilir.

Medikal Turizm: Bu turizm sektörü şu anda büyük başarı elde etmiş en eski turizm türlerinden biridir. Geçmişte bu türden bir turist, öncelikle denge, manevi ve psikolojik esenlik arayan yaşlılar olabilmektedir. Aynı zamanda, hastanın çevrede bulunan doğal bileşenleri faydalandığı bir doğal tedavi arayışıdır. Firavun ve Roma dönemlerinde olduğu gibi deniz suyu terapisi, termal banyo, çamur banyosu, hidromasaj gibi yöntemler ile romatizma gibi fiziksel hastalıklarda uzmanlaşmıştır (Sulaiman, 2009, s.11). Bu dönemde, bu tür turizm önemli ölçüde gelişmiştir. Hastaneye yatış, onlara gelen hastaları tedavi etmek için tıbbi donanımların ve insan kaynaklarının bulunduğu modern merkezlerin ve hastanelerin kullanımına dayanmaktadır. Ardından tedavi turizmi, tedavi ve hastaneye yatma modern hastanelerdeki doğal unsurlardan faydalanmak için bireyin kendi ülkesinden diğer ülkelere nakledilmesidir.

Konferans turizmi: Uzmanlık gerektiren bilimsel veya meslek alanlarında, belirlenen bir konuda bilgi alışverişi yapmak niyetiyle insanların devamlı olarak konakladıkları veya çalıştıkları yerler dışında, bir araya gelmelerinden meydana gelen ve kongrenin gerçekleştiği yere yapılan seyahat, konaklama olay ve ilişkilerin bütününe konferans turizmi denilmektedir (Aksoy, 2017,s.17) .

Bu tür turizm, turizmin teşvik edilmesinde önemli bir faktördür ve yüksek ortalama turist harcamaları nedeniyle büyük miktardaki büyük getiri nedeniyle gelirlerdeki artışa katkıda bulunmaktadır (Issany, 2010, s.29).

Rekreasyonel turizmi: Bu turizm çeşidi, ılık havası veya doğal manzarası, sakinliği, plajları, çöllerin güzelliği ile bilinen yerlere tatile gitmeyi içermektedir. Bir başka amaç için değil, kendi kendine eğlendinlen keyfi için ikamet yeri değişikliği olarak bilinen ve balıkçılık, dalış, kayak gibi çeşitli hobilerin yapıldığı turizm çeşididir. Bu, en eski ve en popüler turizm türlerinden biridir. Akdeniz havzasının boş zaman turizmi için cazip bölgelerden biri olduğu, ılıman iklimi ve turistleri cezbeden plajları gibi birçok unsuru nedeniyle, eğlence turizmi açısından en cazip alanlardan biri olarak kabul edilmektedir.

Burada bahsetmediğimiz başka turizm türleri de vardır, çünkü bu türler yukarıda belirtilen türlere dahil edilmiştir. Bunlara örnek olarak balık turizmi, korku turizm gibi türler gösterilebilir.

Dünya Turizm Örgütü (DTÖ), dünyada yapılan her türlü turizmin, iş turizmi ve özelleştirme konularında %13, eğlence ve boş zaman turizminde %54, sağlık turizminde %27, dini ve ziyaret vb. %6 olarak gerçekleştiğini belirtmiştir. Dinlenme turizmi turistlerin en büyük tercihidir (UNWTO, 2018, s.1).

2.1.3. Turizmin Önem

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra küresel düzeyde istikrar ve güvenlik sağlandığından, dünya turizm sektörüyle ilgilenmeye başlamıştır. Turizm sektörü ekonomik, çevresel ve sosyal yönlerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Genel olarak tüm dünya ülkeleri ve özellikle gelişmekte olan ülkeler turizm sektörü ile ilgilenmektedir. Turizm sektörünün büyüme oranı, tarım ve sanayi sektörünün büyüme oranlarını aşmıştır (Al-Douri, 2000, s.115).

Turizm sektörü, dünya ülkelerinin ekonomilerini desteklemeye katkıda bulunan en önemli sektörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Ulusal gelirin arttırılmasında,

ödemeler dengesinin iyileştirilmesinde, yabancı sermayenin ve yabancı paranın çekilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, istihdamın artışında büyük rol oynamaktadır. Dünya ülkelerinde toplum düzeyinde gelirlerin yeniden dağıtılmasında doğrudan veya dolaylı destek vermektedir (Omar, 2010, s.35).

Turizm bir insan faaliyeti, insanın yaşadığı yerden farklı yerlere taşınması için harcadığı tüm hareketleri ve farklı kültürlerle yeni insanlarla tanışması kendini mutlu edecektir. Turizm, turistik mekânların unsurlarını koruduğu için, turistik alanlardaki kültürel dengenin korunmasında önemli bir rol alır; böylece, çağdaş mimari tarzların tarihi, kültürel mirasını, sanat ve geleneksel olayların yeniden canlanması ve yerel bazı yönlerini korumaktadır (Bouamoucha, 2012, s.39). Yaşam ve kültürel değişimi desteklemektedir.

Turizm aracılığıyla farklı ülkelerin kültürünü öğrenmek, böylece karşılıklı anlayış ve saygıyı arttırmak mümkündür. Değerler ve gelenekler her iki tarafça kabul edilir. Ayrıca toplumlar arasında birlik ve hoşgörü ruhu yaratarak, kültürel mesafeleri birbirine yaklaştırır. İletişimin artışı, dünyanın birçok ülkesinde yerel turizmin gelişmesine yol açabilmektedir.

Turistlerin faaliyetleri, arazinin kullanımının çevre ve doğal ya da insan yapımı gibi estetik boyutlarını en üst düzeye çıkaracak şekilde düzenlenmesine katkıda bulunmaktadır. Tesis, doğal süreçlerin geliştirilmesi gibi önemli doğal alanlardaki koruma operasyonlarının maliyetlerini haklı çıkarmaya yardımcı olur. Turistler için çekici olmak için, hava, su ve atık arıtımı ile çevreyi temizlemeye yönelik teşvikler sağlamakta; aynı zamanda sitelerin koordinasyonu ile çevrenin estetiğinin geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır (Ayed-akıd, 2001, s.58).

Turizmin siyaset açısından da önemli bir yeri vardır. Turizm akımının çoğunluğu gelişmekte olan ülkelere aittir. Turizm uluslararası ilişkilerin gelişmeye yol açmaktadır. Ülkeler arasında birçok politik problemin çözümüne katkıda bulunmaktadır. Dünya barışının yayılmasının yanı sıra, dünya halkları arasındaki dostluk bağları, ortaya çıkan dostane ilişkiler yoluyla önem taşımaktadır.

Bugün dünyadaki her ülke yoksulluğu ve işsizliği ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Ayrıca ekonomik istikrar ve toplumsal refah düzeyi ile bağlantılı politik istikrarın karakterize ettiği daha iyi bir geleceğe giden yol olarak sürdürülebilir kalkınmayı hedeflemektedir. Ülkeler kendi topraklarında kendi petrol ve mineral gibi doğal kaynak stoklarına güvenememektedirler. Son bilimsel araştırmalar, hali hazırda mevcut bulunan doğal kaynak stokunun, önümüzdeki yıllarda azalacağını

göstermektedir. Sonuç olarak, bu ülkeler, gelişmiş ve daha zengin ülkeler bile, bugün alternatifleri bulmak ve ekonomilerini desteklemek için alternatif kaynaklar bulmak için çabalamaktadır. Modern çağda yaşanan en önemli ekonomik sorunların çözümüne katkıda bulunan, modern çağın en önemli endüstrilerinden biri haline gelen turizm, çağın en önemli sorunu olan yoksulluğun yarattığı sorunların çözümüne katkıda bulunmaktadır (Adeb, 2006, s.29).

Turizm sektörü, dünyadaki ekonomik ve sosyal kalkınmada önemli bir rol oynamakta, ekonominin gelişmesinde, milli gelir artışı, ödemeler dengesi gibi önemli bir rol oynamakta ve yatırımları teşvik etmektedir.

2.1.4. Turizmin Temelleri

Turizmin temelleri iki unsurdan oluşmuştur. Birincisi turizm talebi, ziyaret edilen ülkedeki turistler tarafından tüketilen tüm hizmetleri ve malları içermektedir. İkincisi turizm arzı, ev sahibi ülkelerin sunduğu tüm hizmetleri ve malları içermektedir.

Talebin Tanımı: Genel olarak, talep, tüketicilerin belirli fiyatlarda ve belirli bir yere tahsis edilen mal ve hizmet miktarlarında satın alabilecekleri belirli bir mal veya hizmetin miktarlarıdır. Talebin aynı zamanda tüketicinin mal ve hizmet alma arzusu ile birlikte belirli bir zaman ve tüketicinin fiyatını ödeyebilmesidir (Sarawı.2012,s.34).

Turizm Talebinin Tanımı: Turistlerin talepleri birçok amaca sahip ve çeşitliliği maddi ya da ahlaki olabilir ve daha sonra bu talebi yerine getirmek için seyahat etmektir. Aynı zamanda, turistik tesislerin ve hizmetlerin, alışıldık ikametgâhlarından uzakta yerlerde kullanılması amacıyla seyahat eden veya seyahat etmek isteyen toplam birey sayısıdır (Michel, 1999, s.24). Turizm talebi ayrıca şu şekilde tanımlanır: ikamet ettiği ülkeye veya yurtdışında ikamet ettiği ülkeye seyahat eden toplam turist sayısı (Akoğlan, 1997, s.42). Aynı zamanda belirli koşulların bir sonucu olarak uygun satın alma gücüne sahip bireylerin turizm talebinin oluşması, ekonomik, sosyal, fiziksel ve psikolojik faktörlere bağlı olmaktadır (Nıamıtché, 1998, s.7-8).

Turizm talebi, bireyin psikolojik ve ruhsal motivasyonlarına dayanarak, kendilerine çekici yerler ve alanlar olarak tanımlanabilir. Turizm talebinin, insanların yaşam standartlarını, dünyadaki çalışma koşullarını ve tatil ve eğlence olanaklarının getirdiği faydaları arttırmaktadır.

Ulaşım ve iletişimde teknolojinin gelişmesi ile sosyal ve kültürel etkiler gibi diğer faktörler, turistlerin küresel seviyedeki ulaşım ve seyahatte meydana gelen bu artış

hızından dolayı küresel turizm talebinin gelişimine katkıda bulunmuştur. Turist sayısı, 1950'de 25 milyon iken, 1990'da 435 milyona yükseldi ve 2016 ile 2017 arasında % 7'lik bir büyüme oranıyla 2017'de 1326 milyona ulaştı (General Organization for Technical Education and Vocational Training, 2015,s.43-44).

Mohamed Farid Alsahn'a göre, turist talebi aşağıdaki bölümlere ayrılabilir:

İç turizm talebi: Vatandaşlar kendi ülke içinde devamlı ikamet yerden başka yerlere veya bölgelere ziyarete ettiği anlamına gelmektedir.

Uluslararası turizm talebi: Kişiler, kendi ülkelerinden yabancı ülkelere turizm amacıyla gittiği için ifade etmektedir.

Potansiyel turist talebi: Turizm hareketine katılma arzusu olan ve bazı temel seyahat kurallarına sahip olan bireyleri içermektedir.

Gerçek turist talebi: Turizm gezileri gerçekleştiren turistleri anlamına gelir (Alsahan, 1999, s.56) .

Turizm Talebi Özellikler:

Esneklik: Talebin esnekliği genel olarak, belirli bir malın talep edilen miktarının fiyat, gelir ve diğer değişkenler gibi talebi etkileyen bağımsız faktörlere ne ölçüde tepki verdiği anlamına gelir. Fiyatlar düştükçe, talep yükselme eğilimindedir ve fiyatlar arttıkça talep de düşmektedir. Ayrıca, bireylerin gelirleri artarsa, turizm ürünlerini tüketme arzusu artacak, böylece turizm talebi artacaktır. Her bir ülke, düşük fiyatlar ve artan talep arasındaki turizm talebi esnekliği ile turizm sağlayabilmelidir (Kawash, 2004, s.74).

Hassasiyet: Bu, turist talebinin, ister yerel ister uluslararası olsun, ister yerel isterse de yabancı nüfusun eğilimleri gibi, ister yerel ister uluslararası olsun, turistler alan ülkelerin ekonomik ve sosyal koşullarına son derece duyarlı olduğu anlamına gelmektedir. Çünkü bu ülkeler ekonomik sistemin çökmesi veya sosyal sorunlar gibi ekonomik sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Kıtlıklar ve hastalıklar ya da volkanlar ve depremler gibi doğal koşullar ya da darbe gibi politik sorunlar, turizmin seviyesi ne olursa olsun, turizm talebinin azalmasına yol açacaktır. (Mohamed, 2014, s.8) .

Rekabet: Turizm tekelinde rekabet eksikliği, antik anıtlara veya doğal turizm unsurlarına sahip olan ülkeler yaşadığı avantaj gibi, bu tür unsurları olmayan ve bunları sürdüremeyen ülkeler için rekabet etmek zordur (Mohamed,2014,s.8) .

Tekrarlı olmamak: Turistin ihtiyaç ve arzularının bir şekilde karşılanmaması, başka yerlere gitme eğilimi yaratacaktır. Turistlerin isteklerinin tatminkâr olması turizm talebini arttıracaktır (Mohamed,2014,s.10) .

Talebin genişlemesi: Turizme olan talep, birçok nedenden ötürü yıldan yıla artmaktadır. Teknolojik gelişme, özellikle ulaşım alanında, iletişim araçlarının geliştirilmesi ve bilgi aktarımı, diğer bölgeleri ve halkları tanımlamak için seyahatleri teşvik etmek, boş zamanları arttırmak, tatilleri, iklim ve hava koşullarını bir alanda artırmaktır. Bazı ihracatçı ülkelerdeki ekonomik koşulların iyileştirilmesi, artan yaşam standartları ve bireylerin gelirlerinin artmasıdır (Mohamed,2014,s.9.

Mevsimsel değişimler: Turizm talebi mevsime göre etkilenir, çünkü turizm bazı mevsimlerde artmaktadır. İklim, hava durumu, tatil ve tatil için birçok nedenden ötürü turizm talebi değişmektedir (Mohamed,2014, s.9).

Turizmin arzı: Üreticilerin veya satıcıların, belirli bir süre içinde, diğer şeylerin sabit kaldığı varsayımıyla, piyasada belirli bir fiyat seviyesinde satış yapmaya istekli oldukları miktardır.

Turizm arzı, turistik alanın gerçek ve beklenen turistlere sağlayabildiği, bütünleşik cazibe merkezleri, doğal ve insani yönler, tesisler, hizmetler ve tesislerin kalbindeki etkiyi bırakabilecek tesisler olarak tanımlanabilmektedir. Ziyaret etmek ve orada kalmak için zamandır (Al Houri, 2001,s.150). Ayrıca, turist destinasyonlarının gerçek veya potansiyel turistler, hizmetler ve mallar ile insanları belirli bir turistik bölgeyi ziyaret etmeye teşvik edecek her şey için sağlaması gereken tüm şartlar olduğu da bilinmektedir (languer,1981;s.40).

Turizm arzının bölgeye gelen tüm turistleri tatmin edebilmek ve bunlardan faydalanan turistleri memnun etmek için sağlayabildiği tüm somut ve soyut doğal ve insani faktörler, turizm ürünlerinin tedariki olarak ifade edilmektedir.

Esnek değildir: Turizm arzı esnek değildir, doğal, tarihi ve kültürel unsurlar gibi turizm ana bileşenlerinde değişiklik yapmak diğer maddi mallardan farklı olarak turistlerin istek ve beğenilerine göre değiştirilemez, ancak uzun vadede değişiklikler ve gelişmeler yapılabilir.

Turist arzı hareket etmez: Turizmin arzı tamamen istikrarlı olmaktadır. Ayrıca turistlerin hizmet alımına geçmesi arzı değiştirmez (haafez,2004,s.23-24).

Turizm arzı rekabete tabidir: Turizm üreticileri arasında rekabete olsa da turizm arzı, homojen bir turistik cazibe sahibi ülkeler arasında çok sayıda rakip firma tarafından yapılmaktadır (haafez,2004,s.24).

Turizm arzının unsurları: Turist teklifinin unsurları, turizm teklifini oluşturan unsurlar bileşenler kümesi olarak tanımlanmakta, bu bileşenler olmaksızın turist gelmesi söz konusu olmamaktadır (haafez,2004,s.24).

Doğal kaynaklar: Doğal çevre kaynakları, toprak ve iklim, farklı bitki örtüsü, bitki örtüsü, hayvanlar ve bireysel doğal güzellik alanlarından oluşan güzelliği, turistlerin eğlenmesini sağlar (haafez,2004,s.24-25).

Endüstriyel bileşenler: İnsan çabasından kaynaklanan tüm zenginlikleri temsil eder ve kültür medeniyetlerinin yanı sıra halkın medeniyetlerini, tarihi olayların çeşitli yerlerini somutlaştıran eski tarihi alanları içerir. Sanat müzeleri, yüksek katlı kuleler, uluslararası parklar, turist köyleri, sanat galerileri ve tiyatro evleri gibi son teknoloji simgeleri bu bileşenlerdendir (Samira, 2015, s.50).

Etkinlikler: Belirli bir turizm bölgesinde yer alan çeşitli etkinlikler, spor etkinliklerinin düzenlenmesi, otomobil ve kitap için uluslararası sergiler gibi çeşitli uluslararası sergilerin düzenlenmesi veya turistlerin inanç ve dinlerine göre çeşitli etkinlik ve dini etkinliklerin zenginleştirilmesi gibi artan sayıda turistin ilgisini çekmede aktif bir rol oynar (Samir, 2015,s.50).

2.2. Uluslararası Turizm

Dünyadaki tüm ülkeler, her ülkenin sürdürülebilir kalkınmasıyla meşgul olmakta, bu da her ülkenin insanlara sunduğu kaynakları etkin kullanmasını sağlamak için gerçekleştirilmektedir. Gelişmeyi sağlamak için sanayi, tarım ve turizm sektörlerine bağlıdır.

Turizm sektörünün, ekonomik büyümeye katkıda bulunan bu sektörün en önemli sektörlerinden biri olduğu düşünülmektedir. Tüm ülkeler turizm sektörüne yatırım yapmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden bu yana dünya politik, ekonomik ve güvenlik istikrarına şahit olmuştur (Aoucı,2015,s.15).

2.2.1. Uluslararası Düzeyde Turist ve Turizm Gelirleri

Tablo 1**.**

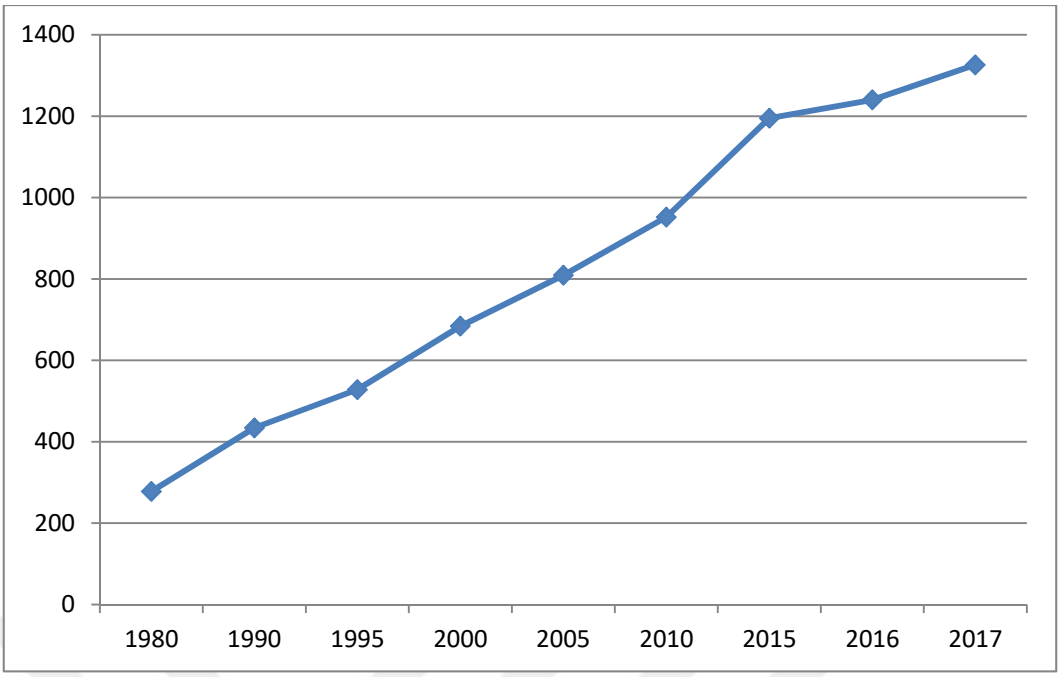
Uluslararası Gelen Turist Sayısı

Yıllar	Turist sayısı (milyon kişi
1950	25
1980	278
1990	435
2000	684
2005	809
2010	952
2015	1195
2016	1240
2017	1326

Kaynak: UNWTO , 2017 – 2018

Tablo 1'de görüldüğü gibi, 1950'den günümüze turist sayılarında ve turizm gelirlerinde sürekli olarak bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Kriz dönemlerinde dahi bir önceki döneme göre turizmden elde edilen kazançların arttığı gözlemlenmektedir. 1950'den 2000 yılına kadar uluslararası gelen turist olan çok büyük artışlar meydana gelmiştir. 1950 yılında turizm geliri 25 milyon turist iken 2000 yılında 684 milyon seviyesine yükselmiştir. 2005 yılında 809 milyon gelen turist iken 2017 yılında ise 1.326 milyon gelen turist seviyelerine yükselerek 9 yılda %45'lik bir büyüme gerçekleşmiştir.

Dünya turist sayısının 2030'a kadar 1,8 milyara ulaşması ve ortalama büyüme oranının 2010'dan 2030'a kadar % 3,3'lük bir artışla büyümesi beklenmektedir (UNWTO; 2017, s.3).



Şekil 1. Uluslararası turist sayısının gelişimi (1980-2017):

*kaynak: (UNWTO, 2000-2018)

Şekil 3 1980-2017 yılları arasında tüm dünya ya uluslararası gelen turist sayısını göstermektedir. 1980 yılında 278 milyon uluslararası gelen turist, 1990 yılında 434 milyon turist ulaşmıştır. 1980–1990 yıllar arasında turist sayısında 156 milyon artış olmuştur. Bu dönemden sonra sürekli uluslararası gelen turist sayısında sürekli artış devam etmektedir. 2000 yılında 687 milyon ulaştığı turist sayısı, 2017'de 1 milyar 326 milyon turist olmuştur. Turizm sektörü hızlı bir gelişme göstermektedir.

Tablo 2'de turist sayısı artışının coğrafi düzeyde dağılımı gösterilmektedir.

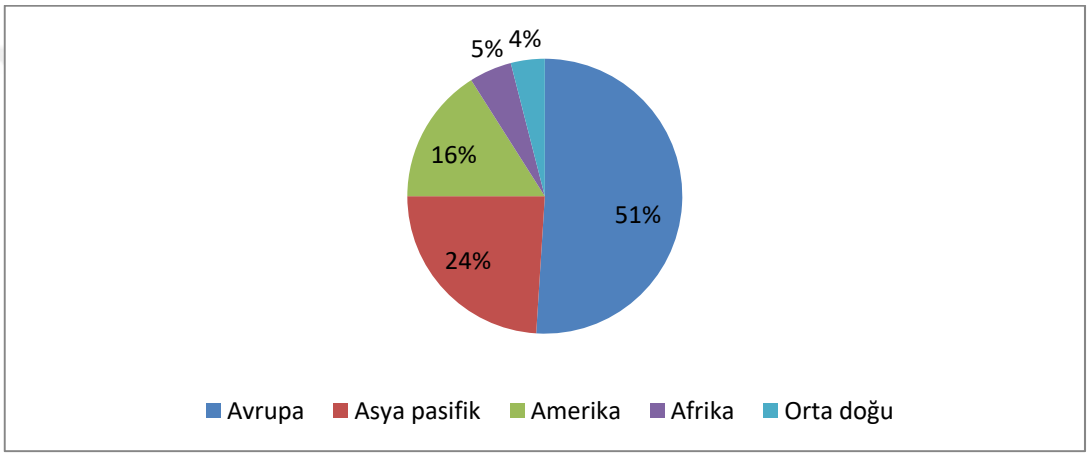
Tablo 2.

Turist Sayısının Kıta Düzeyinde Dağılımı

	Milyon turist sayısı						Artış oranı
Yıllar	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2016/2017*
Dünya	680.1	808.6	952,1	1195	1240,1	1326,5	7.0
Avrupa	392,9	452,7	487,7	605,1	619,5	671,7	8.4
Asya-pasifik	110,4	154,1	208,2	284,1	306,0	323,1	5.6
Amerika	128,2	133,3	150,4	194,1	201,3	210,9	4.8
Afrika	26,2	34,8	50,4	53,6	57,7	62,7	8.7
Orta doğu	22,4	33,7	55,4	58,1	55,6	58,1	4.5

*Kaynak: (UNWTO, 2016-2018)

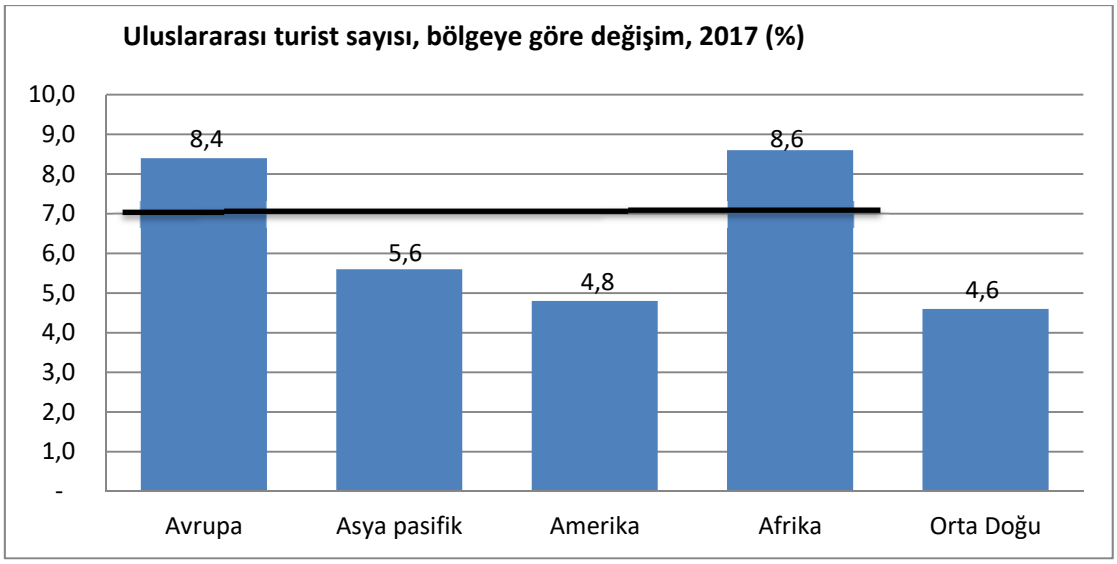
Tablo 2 verilerine göre, 2000-2017 döneminde en ziyaret edilen kıta Avrupa kıtasıdır. 2000 yılında Avrupa'ya gelen uluslararası turist 392,9 milyon iken 2010 yılda 487,7 milyon gelen turiste ulaşmıştır. Ardından artış devam ederek 2017 yılında Avrupa'ya gelen turist 671,7 milyona ulaşmıştır. 2016-2017 Avrupa'da %8,4 büyüme oranı olmuştur. Sırasıyla, Asya ve pasifik kıtası ikinci sırada yer almıştır. 2000 yılında 110,4 milyon iken 2017 de 323,1 milyon bulmuştur. 2016 -2017 artış oranı %5,6 olmuştur. Amerika 128,2 milyon 2000 yılda iken 2017 de 210,9 milyon turist ulaşmıştır. Afrika 2017 62,7 milyon gelen turist olan ,%8,7 artış oranı kazanmıştır. Ortadoğu % 4,5 oranı artış kazanarak 58,1 milyon gelen turist olan ziyaret edilmiştir. 2017 yılında, tüm dünyada, uluslararası turizm , %7 artışı oranı olduğun göstermiştir.



Şekil 2. Turizm trafiğinin coğrafi düzeydeki göreceli dağılımı 2017

Kaynak: (UNWTO, 2018)

Avrupa'daki turizm toplam turizmin yarısından fazlasıdır. Avrupa ülkelerinin genel olarak turizm sektörünün büyüklüğü, güvenlik ve politik istikrar, hizmet çeşitliliği ve kalitesi gibi bir dizi faktöre bağlanabilir. Asya ve Pasifik (% 24), ardından Amerika (% 16) ve Afrika ve Orta Doğu (sırasıyla% 4, Afrika'da% 4 ve Orta Doğu'da% 4) izledi. Aruba'daki bu odağın uzun zaman önce başladığı belirtiliyor.



Şekil 3. Uluslararası turistlerin bölgelere göre büyüme oranı (%) 2017

Kaynak: (UNWTO, 2018,s.4)

Şekil 5, küresel ortalama oranın% 7,7 olduğunu göstermektedir ki bu rakam siyah çizgi ile gösterilmektedir: Avrupa ve Avrupa bölgeleri daha büyük bir büyüme göstermiştir. Afrika % 8,6 ile önemli bir büyüme göstermiştir. Avrupa tarafından % 8,4 oranında takip etmektedir. Asya ve Pasifik% 5,6 oranında artmıştır.

2.2.2. Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren turizm, büyümesi açısından yeni bir önem kazanmıştır. Tüm gelişmiş ve gelişmekte olan dünya ülkeleri, turizm sektörüne yatırım yapma eğilimindedir. Turizmin uluslararası ve yerel ekonomiye getirdiği önemli rol ve katkılar, turizmin hareketini yıldan yıla arttırmıştır.

Küresel turizm gelirleri 1995 yılında 405 milyar ABD dolarından 2000 yılında 477 milyar ABD dolarına ulaşıp ve ortalama %3,3 büyüme oranını yakalamıştır. 2010 yılında 940 milyar ABD doları seviyesine yükselmeye devam ederken, 2017 yılında 1340 milyar ABD doları ve 2016 ile 2017 yılları arasında % 4,9 oranında artmıştır. Bu artış, , 11 Eylül olayından dolayı 2001 yılı haricinde, artış göstermektedir. Dünya turizm gelirleri, bir önceki yıla göre yaklaşık 13 milyar dolar olarak tahmin edilen (%2,8) azalmıştır. 2003 yılında, Irak savaşı ve Asya'daki grip yayılımı nedeniyle uluslararası turizm gelirlerinde bir düşüş yaşanmış, bu da uluslararası turist sayısında düşüşe neden olmuştur. Turizm gelirleri 2002 ve 2003 yılları arasında% -1,7 azalmıştır, 2009 yılında yaşanan küresel krizden sonra yaşanan ekonomik durgunluk uluslararası turizm gelirlerinde uluslararası turizm gelirlerinin (%5,6) azalmasına neden olmuştur (UNWTO;2000-2017).

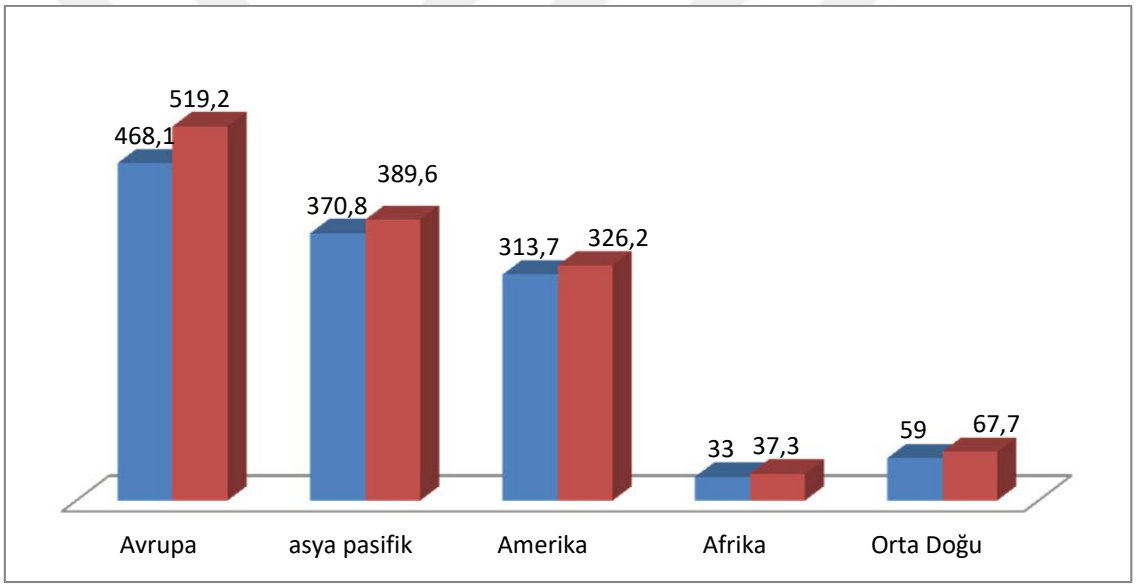
Tablo 3.

2016-2017 Yılları Arasında Turizm Gelirleri

Bölgeler	2016	2017
Avrupa	468,1	519,2
Asya –Pasifik	370,8	389,6
Amerika	313,7	326,2
Afrika	33	37,3
Ortadoğu	59	7,76

Kaynak: (UNWTO 2018)

Tablo, en çok değişen küresel turizm gelirini gösteren şekil 6'da dönüştürülebilir.



Şekil 4. 2016 ve 2017 Yıllarında Turizm Gelirleri

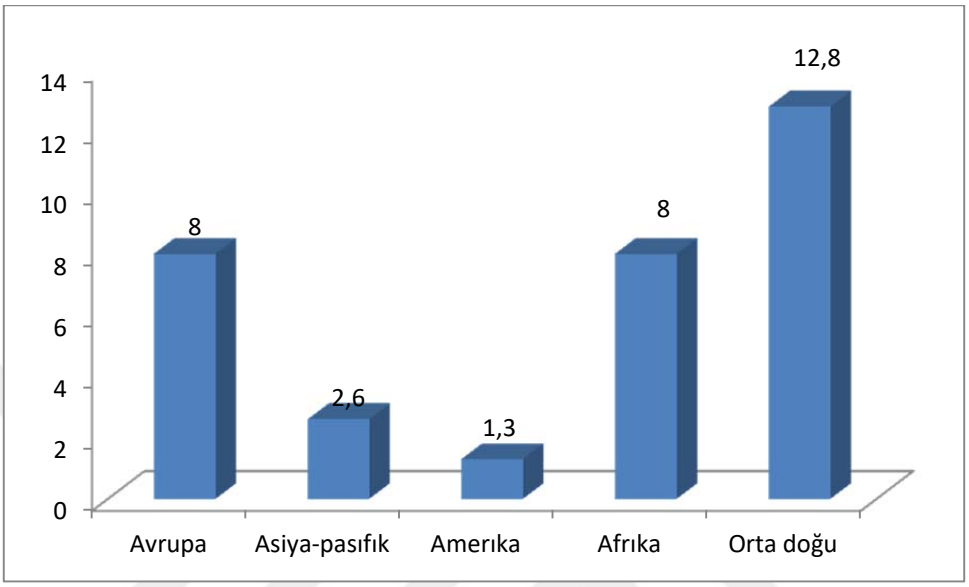
Kaynak: (UNWTO ,2018)

Tabloda 2016 ve 2017 arasında her bölge için turizm gelirlerinde bir artışı göstermektedir. 2016 yılında Avrupa gelirleri 468,1 milyar ABD dolarına, 2017 yılında ise 519,2 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Avrupa kıtası turizm gelirlerinde en yüksek kıtadır. Asya ve Pasifik'te turizm gelirleri 2016 yılında 370,8 milyar ABD dolarına, 2017 yılında ise 389,6 milyar ABD dolarına ulaşmıştır.

2016-2017 arasındaki yıllık büyüme oranı açısından Ortadoğu % 12,8'lik yıllık büyüme oranı ile birinci sırada yer almıştır. Avrupa kıtası ve Afrika ise ortalama% 8'lik

bir büyüme oranı ile takip etmektedir. Asya ve Pasifik ile Amerika sırasıyla % 2,6 ve % 1,3 oranında gerçekleşmiştir (SESRIC, 2010).

2016-2017 arasındaki oranın artması, bölgenin en gelişmiş turizm gelirini göstermek için aşağıdaki gibi gösterilmektedir.



Şekil 5. Uluslararası turizm gelirlerinin yıllık büyüme hızı 2017
Kaynak: (UNWTO, 2018)

2.2.3. Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Ülkede Turist Ve Turizm Gelirlerinin Gelişmesi

Tablo 4 verilerine göre Fransa devletinin 2017 yılı için turist sayısında birinci sırada olduğunu göstermektedir. Fransa'ya gelen turist sayısı 86,9 milyon, yıllık büyüme oranı % 5,1 olarak gerçekleşmiştir. On yıldan beri Fransa hala dünya turistlerinin çeken en önemli yerdir. İspanya ve Amerika Birleşik Devletleri tarafından takip edilen, İspanya'ya turist sayısı 81,8 milyona ulaşıp ve ABD 76,9 milyon turiste ulaşmaktadır. Çin, İtalya, Meksika, İngiltere, Türkiye, Almanya, Tayland turist sayısına göre sıralanmaktadır. Türk devletindeki yıllık büyüme açısından, en büyük büyüme % 24,1'lik bir nispi değişim oranı ile gerçekleştirilmiştir ve 37,6 milyon turiste ulaşmaktadır.

Tablo 4.

2017 Yıl Dünyanın En Çok Ziyaret Edilen 10 Ülkesinde Turist Sayısı

sıra	Ülkeler	2017*(Milyon)	Yüzde değişme16/17*
1	Fransa	86.9	5.1
2	İspanya	81.8	8.6
3	ABD	76.9	0.7
4	Çin	60.7	2.5
5	İtalya	58.3	11.2
6	Meksika	39.3	12
7	İngiltere	37.7	5.1
8	Türkiye	37.6	24.1
9	Almanya	37.5	5.2
10	Tayland	35.4	8.6

Kaynak:(UNWTO 2018) ,
*(SESRIC, 2017,s.12).

Turizm gelirlerine göre, ülkeye gelen turist sayısı bakımından ülkelerin sıralamasında farklıdır. Amerika Birleşik Devletleri turist gelirleri açısında 2017 yılında 210,7 milyar dolara ulaştı ve % 1,9 büyüme oranı ile birinci sırada yer almaktadır. Buraya gelen turistlerin önemli turist harcamalarından dolayı turizm geliri açısından en büyük ülke olarak kabul edilmektedir. Turizm gelirinde 68 milyar ABD doları ve yıllık büyümede % 10,1 ile İspanya takip etmektedir. Fransa turizm gelirleri bakımından üçüncü sırada yer almakta ve turist gelişleri yıllık %9 değişim oranıyla 60,7 milyar ABD dolarına ulaşmaktadır. Tayland, İngiltere, İtalya, Avustralya, Almanya, Çin, Japonya gelirine göre sıralanmaktadır (UNWTO, 2017,s.4).

Aşağıdaki tablo, turizm gelirleri açısından ilk on ülkeyi göstermektedir.

Tablo 5.

Uluslararası Turizm Gelirine Göre Sıralama

Sıra	Ülkeler	2017*(Milyar dolar)	Yüzde değişime(16/17*)
1	ABD	210.7	1.9
2	İspanya	68	10.1
3	Fransa	57.5	9
4	Tayland	51.2	13.1
5	İngiltere	51.2	12.1
6	İtalya	44.2	7.7
7	Avustralya	41.7	9.3
8	Almanya	39.8	4.2
9	Çin	35.6	17.6
10	Japon	34.1	14.4

Kaynak: (UNWTO, 2018),

Çin'de turizm gelirleri bakımından, Japon sırasıyla dokuzuncu ve onuncu sırada yer almaktadır. Turizm, lüksün ve konforun isteklerini yerine getirmek, iş yapmak veya tedavi etmek, spor uygulamak veya dini ayinlere için orijinal ikamet yeri dışındaki tüm seyahat ve ikamet yerlerinde seyahat için bir faktör olarak kabul edilir.

Turizm sosyal, politik ve ekonomik açıdan çok önemli bir hale gelmiştir, Ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmasında ürettiği yüksek gelirde önemli rol oynamaktadır.

2.3. Turizm sektörünün Ekonomi İçindeki Yeri

Turizm, dünya çapında hayati hizmetler oluşturan ekonomik bir faaliyettir. Hizmet, ürün, döviz, istihdam ve yatırım meydana getirir milli gelirdeki artışa önemli katkılar sağlamaktadır. Turizm sektörü, küresel düzeyde büyük, ekonomik ve sosyal etki oluşturan, gelişen bir ekonomi haline gelmiştir.

2.3.1. Turizm Sektörünün Ekonomideki Rolü

2.3.1.1. Turizmin Milli Gelire Katkısı

Milli gelir, toplum tarafından belirli bir süre boyunca, genellikle belirli bir yılda üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeridir (Al-Afandi, 2006, s.38). Vatandaşların veya yabancıların sahip olduğu üretim unsurlarını kullanarak, belirli bir ülkenin sakinleri ve devlet sınırları içerisindeki yabancılar tarafından belirli bir süre içinde üretilen her şeyi ifade eder. Turizm gelirleri ile gayri safi yurtiçi hâsıla arasında bir ilişki bulunmaktadır. Turizm gelirleri, gayri safi milli gelirin arttırılmasında önemli katkısı ile aktif rol oynamaktadır.

Gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH), yerel veya küresel ekonomik performansı ölçmek için en yaygın kullanılan değişkenlerden birisidir. Aslında bu kıstas ekonomik büyüme düzeyini göstermektedir. Dünya Ticaret Örgütü istatistiklerine göre, turizm sektörünün küresel gayri safi yurtiçi hasılaya (GSYİH) katkısı %10,4, kimyasal ve otomotiv sanayii üretimi sonrası uluslararası sektörler arasında dördüncü en büyük sektör olup, gelirleri ise dış ticarette hizmet sektörünün değerinin üçte birini oluşturmaktadır. Ülkelerin ekonomilerinde turizmin ekonomik yönlerini bilmek çok önemlidir (WTTC;2018;s.5). Ayrıca, özellikle doğal kaynak sahibi olmayan birçok ülke için turizm milli gelirin en önemli bileşenlerinden biri olarak kabul etmektedir. Bazı

doğal kaynak ihracatçısı ülkede içinde turizm ekonominin ana sektörü olarak büyük önem taşımaktadır (Qader, 2013;s.64).

Aşağıdaki tablo turizmin 2017'de bazı ülkelerin milli gelire göreceli katkısını göstermektedir.

Tablo 6.

*2017'de Turizmin Bazı Ülkelerin GSYİH'ya Katkısı **

Ülkeler	GSYİH doğrudan payı%	GSYİH: toplam payı%
Maldivler	39.6	76.6
İngiliz Virgin Adaları	35.4	98.5
Makao	29.3	61.3
Aruba	28.1	85.5
Seyşeller	26.4	65.3
Anguilla	21.1	61.6
Bahamalar	19	47.8
Vanuatu	18.2	46.1
Cape Verde	17.8	44.9
İtalya	5.5	13
İspanya	5.4	14.9

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) raporu,2018

Tablo 6, turizm sektörünün dünya ülkelerinin çoğunda milli gelire önemli bir katkısı olduğunu göstermektedir. Bu ülkelerde turizm sektörünün milli gelire katkısının doğrudan %20 ile %40 arasında değiştiği görülmektedir. Tablo verilerine göre, bazı ülkelerin ülke ekonomisine katkı sağlayan tek kaynak olarak turizm sektörü halindedir. Turizm sektörünün GSYİH'ye toplam katkısı %40 ile %98 arasındadır.

Doğal kaynak ihraç eden ülkeler, gelişmiş ülkelerde veya sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi, turizm sektörü ülke ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Turizm sektörünün doğrudan gayri safi yurtiçi hasılaya katkısının %3 ile %6 arasında değişmesi, ülkelerin GSYİH içindeki sektör katkı payları %9 ile %15 arasında değişmektedir. Bu, turizm sektörünün tüm dünya ülkelerinin iç ekonomisinde büyük bir çıkışa sahip olduğunu göstermektedir.

Bu nedenle, turizm sektörün sağladığı bu büyük katkı, milli geliri artırmada büyük rol oynamaktadır. Bu nedenle, turistlerin ziyaret ettikleri ülkede kaldıkları süre

boyunca mal ve turizm hizmetleri almak için harcadıkları para, o ülkenin gelirlerini arttırmaktadır. Buna örnek olarak barınma, yiyecek, her türlü nakliyesi rehberlik ve benzerlerinin satın alınmasının masrafları verilebilir (Omar;s.18). Ulusal ekonominin, yıl boyunca sanayi, tarım ve hizmetler gibi farklı sektörlerin faaliyetlerinden oluşmaktadır.

2.3.1.2. Turizmin Ödemeler Dengesinin Üzerine Etkisi:

Bir devletin ödemeler dengesi, hükümet, vatandaşlar ve ülkenin yerel kurumları arasındaki tüm ekonomik işlemlerin, dünyanın geri kalanıyla bir yıl içinde belli bir süre içinde kaydedildiği bilanço anlamına gelmektedir (Bouamoucheh;2012;s.148). Ödemeler dengesi, devletin bir devletten diğerine gelir elde ettiği tüm işlemlerin gerçekleştiği ve devletin dış dünyaya ödeme yaptığı tüm işlemlerin gerçekleştiği borçlu tarafıdır.

İhracat sektörü olarak turizm, herhangi bir ülkenin ödemeler dengesinin iyileştirilmesine katkıda bulunur. Turizm sektörü, devlet için önemli bir gelir kaynağıdır. Turizm ihracat ve ekonomik aktivitenin temel bir bileşenini temsil eder (Al-Ansari, 2015,s.12). Turizmin ekonomik önemini devlet içindeki ödemeler dengesi üzerindeki etkisi ile görebiliriz. Turizm gelirleri ve turizm faaliyetlerinden kaynaklanan turizm harcamaları doğrudan ödemeler dengesini veya ticareti etkiler. Net ticaret dengesi negatif ise ve turizm dengesi önemli bir etkiye sahipse, açığı giderir veya ticaret dengesini azaltır. Pozitif ticaret dengesine gelince, turizm dengesinin olumlu etkisi, ticaret dengesinin artmasına yardımcı olarak, devlete yapılan ödemeler dengesini olumlu yönde etkilemektedir. Bu nedenle, turizm faaliyeti tarafından ödemeler dengesi üzerindeki etkileri, ithal mal ve hizmetlere olan talebin artırılmasıyla önlenmesi, böylece turizmin devlet ödemeleri dengesine olumlu katkı yapmasıdır (Abd elhadi,2006,s.66).

Turizm, gelişmekte olan ülkelere büyük gelir getirmekte ve bu ülkelerde diğer dış ticaret ürünlerine kıyasla önemli avantajlara sahip olan görünmez bir ihracat sektörüdür. Bu nedenle, birçok ülke yabancı turistlerin ve ülkeye gelenlerin gelirlerini artırmaya çalışmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışındaki yabancı turistlerin çektiği iç bölgelerin görünmez dış ticareti, ülkenin ödemeler dengesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

Uluslararası turizmin görünmez ihracatın gibi ödemeler dengesi üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Dış ticaret açığı olan gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan

ve ödemeler dengesindeki ihracat ve ithalat arasındaki açığı kapatmada Türkiye örneği, göz önüne alındığında iyi bir alternatif haline geldi. Ampirik sonuçları, 1984-2012 yılları arasında turizm gelirlerinde artış olduğunu ve ödemeler dengesi açığının azalmasına neden olduğunu göstermiştir (Çelik ve ark., 2013).

Turizm gelirleri bu nedenle ödemeler dengesinde, özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha önemlidir ve bunun için birçok neden vardır (Bouakref, 2013, s.24):

Turizm, bu ülkelerin ödemeler dengesine, gelişmekte olan ülkeler için turizmin rekabet edebilirliğinin, gelişmiş ülkeler ile yapılan mal ihracatı alanında rekabet edebilme kabiliyetinden daha büyük olduğu diğer ülkelerden daha fazla katkıda bulunmaktadır. Çünkü ülkelerdeki fiyatlar ve turizm ürünleri gelişmiş ülkelerde üretilen malların aksine, rekabet edebilir durumdadır.

Turizm sektöründeki yatırımlar diğer sektörlere kıyasla en kısa sürede geri dönmektedir. Turizm sektöründeki değişim oranı diğer sektörlere göre daha düşüktür. Bu, gelişmiş ülkelerdeki teknolojik gelişme nedeniyle büyük ölçüde diğer sektörlerdeki gelişmelerle başa çıkamayan gelişmekte olan ülkelerin durumuyla uyumludur. Ayrıca turizm sektörü, turizm faaliyeti için mal ve donanım ithal eden yatırımlar için yüksek döviz kuruna ihtiyaç duymaz. 2017 yılında Dünya Turizm Kurulu'na göre, turizm ihracatı tüm dünya ihracatının% 7'sini oluşturmaktadır. Hizmet ihracatının %30'unu oluşturmaktadır (WTTC, 2018, s.3; UNWTO,2018,s.2).

2.3.1.3. Turizmin İstihdama Katkısı

On yıl önce, dünyadaki birçok uluslararası ekonomik organizasyon dünya ekonomisindeki işsizlik probleminden bahsetmektedir. Bu çerçevede ülkeler dünya ekonomisinin çoğunu fırsata dönüştürebilecek sektörlere yatırım yapmak ve geliştirmekle ilgilenmektedir.

Belli ki, turizm sektörü çok karışık ve diğer ekonomik sektörlerle güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Bu nedenle, birçok yeni işin meydana getirilmesinin bir sonucu olarak işsizlik ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunan tüm dünyanın önde gelen ve gelişmekte olan sektörü turizmdir.

1998 yılında, Avrupa Birliği, bölgenin veya ülkenin kalkınmasında turizmin öneminin, turizm sektörünün iş yaratma kabiliyeti, bölgedeki ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesine katkıda bulunma ve ziyaret sırasında harcanan turizm harcamalarının dolaylı etkilerinden kaynaklandığını belirtmektedir (Bizan, 2009, s.172)

Birçok çalışma, turizmin gelişmekte olan ülkelerde yoksullukla mücadelede temel bir araç olduğunu göstermiştir. Bu nedenle, ülkenin işsizlikle mücadeledeki yoksullukla mücadele politikasının turizm temelli olduğunu ve turizm sektörünün iş yaratma becerisi olan politikanın başarılmasında önemli rol oynamaktadır (Ibrahim, 2014, N°:33.1).

Turizm sektörü, istihdam olanaklarının sağlanmasına büyük ölçüde katkıda bulunan ekonominin en büyük sektörlerinden birisidir. Otellerde, seyahat acentelerinde, restoranlarda ve diğer ülkelerde çalışma gibi turizm ülkelerinde işgücünün istihdamına doğrudan ve dolaylı olarak katkıda bulunur. Gelişmekte olan ülke nüfusunun büyük kısmı, iş bulmak ve gelirlerini artırmak için turizmi bir fırsat olarak değerlendirmektedirler.

Dünya Turizm Örgütü'nün raporları ile turizm sektörü, başta yoksul ülkelerde olmak üzere tüm dünya ülkelerinde, özellikle de yaşam standardı düşük olan insanlarda çalışmak için birçok pozisyon sağlamaktadır. Çünkü turizm çalışmalarının çoğu, sertifika ve eğitim gerektirmez, ancak nüfusun büyük çoğunluğu turizm alanında faaliyet göstermek için iyi olan yabancı dilde uzmanlığa ihtiyaç duyar (Louis, 2007,s.149).

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi, turizm ve seyahat sektörünün önemli bir istihdam ve istihdam kaynağı olduğunu belirtmektedir. Küresel turizm ve seyahat ile ilgili çalışmalar turizm sektöründeki istihdam artış hızının diğer tüm sektörlerden daha hızlı arttığını göstermektedir. Dünya Turizm Konseyi ve Dünya Turizm Örgütü'nün raporlarına göre, dünyada seyahat sektöründe çalışanların sayısı 2017'de 113 milyon, işgücünün %9,9'unu oluşturuyor (UNWTO,2018,s.6). Turizmin tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yoksulluk ve işsizlikle mücadelede büyük etkisi vardır.

2.3.1.4.Turizmin Yabancı Sermaye Akışına Etkisi

Yabancı sermaye, bir ülkeden diğerine akan ve ülkenin ekonomik gücünü etkileyen finansal kaynaklar olarak tanımlanmaktadır. Ülkenin doğal kaynaklarından sahip olduğu üretim faktörlerine bağlı olarak kullanılması ve gelecekteki ödeme için başka bir ülke tarafından dengelenmesi için kullanılması gereken finansal kaynak olarak tanımlanabilir. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için yabancı sermaye, devletin ihtiyaç duyduğu sermaye birikiminin sağlanmasında, üretim faktörlerinin kullanılması yoluyla tasarruf ve yatırımlardaki açığın giderilmesinde, rekabetçiliğin

arttırılmasında ve üretken kapasitenin arttırılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Çeken, 2014,s.182-183).

Turizmi, doğrudan veya dolaylı olarak teşvik etmeye katkıda bulunan diğer ekonomik faaliyetlerle bağlantılı, bir sektör olarak kabul edilmektedir. Turizm sektörü, tıp merkezleri, spor merkezleri, otel binası, restoranlar, seyahat acentalarının açılması, ulaşım gibi yatırımlar turizm sektöründeki yatırımlarda yabancı sermaye girişleri yoluyla kapsamlı ekonomik planların uygulanması için dövizlerin çekilmesine önemli katkıda bulunmaktadır. Yerli ve yabancı yatırımcılara ihtiyaç duyan büyük ölçekli kurumsal yatırımlara ek yatırım gerektirmekte ve çoğu gelişmekte olan ülke, iç sermaye açığının bir sonucu olarak yabancılara yatırım yapmak istemektedir. Devlete vize verilmesi karşılığında devletin aldığı turizm gelirleri, döviz kuru farklılıkları, günlük turizm hizmetleri için turistlerin günlük harcamaları, döviz girişi nedenleridir (Al Amrawi, 2013,s.101). Bu nedenle turizm, küresel işlevler için yatırım ödülü ödemeyi amaçlayan ve yabancı sermayeleri çekmedeki rolünden biridir.

2.3.1.5. Turizmin Gelir Dağılımına Etkisi

Turistik alanlar çoğunlukla denizlerde, dağlarda, kırsal alanlarda, Sahra'da ve arkeolojide yoğunlaşmakta ve şehirlerden uzak, sakinlerin çoğu tarımsal üretim, hayvancılık ve bazı el sanatlarını üreten basit yaşam alanlarında yaşamaktadır. Bu alanlar özellikle zayıf ekonomik yapıya sahiptir (Joudi, 2006,s.54). Bu durumda, turizm ve onun özel özellikleri ve ekonomik rolü, bu alanın turizm gelişimi yoluyla, yeni istihdam olanakları keşfedilecek işsizliği azaltacak ve geliri artıracaktır. Bu alanlar turizm gelişimi yoluyla önemli bir itici güç olabilir. Kentsel alanlardan dışarıda kalmaktadır (Haroun, 2000, s.131). Bu bölgelerde kurulan turizm tesislerinde işçilerin kazandığı maaşlar ve bu projelerin sahiplerine ait olan alanlar bu turizm faaliyetinin ihtiyaç duydukları emtia ürünleri gelirlerin artmasına ve dolayısıyla bu gelirlerin kentsel ve kırsal şehirlerarasında yeniden dağılımına neden olmaktadır.

Turizm, bölge nüfusunun eşit ekonomisini sağlamaya yardımcı olan ancak ekonomik kalkınmayı kentsel alanlarda yoğunlaştırmaya yardımcı olan kırsal ve uzak alanların gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bu, bölgelerin dengeli kalkınmasına ve gelişmesine, yeni iş olanakları uluşturulmasına, yaşam standardının iyileştirilmesine, bu bölgelerde mevcut olan doğal kaynakların kullanılmasına ve toplumun tüm üyeleri arasında gelirlerin yeniden dağıtılmasına yol açmaktadır (Al Amrawi,2013 s. 101).

2.3.1.6. Turizmin Bütçe Finansmanı Ülkesi Üzerindeki Etkisi

Ekonomik önemi ele alarak, turizmin devlet bütçesini finanse etmesinde bir faktör olarak görüldüğü sonucuna varabiliriz. Turizm, devlet hazinesi için önemli bir finansman kaynağıdır. Bu, turistler için hizmet karşılığında alınan ücretler ve ülkenin turizm kurumları tarafından ödenen ücretlerden kaynaklanmaktadır. Turizmin, ulusal gelir ve hem gelişmekte olan hem de gelişmiş olan turizm ülkelerinin genel bütçesi üzerinde önemli bir etkisi vardır.

Turizm, devlet bütçesini birçok türde finanse etmekte önemli bir rol oynamaktadır. Bunlar, vergi gelirleri ve turizm faaliyetleridir. Otel, restoran, kumarhane, tiyatro gibi turizm kurumlarının sahipleri ve turist tarafından satın alınan mal ve hizmetlere uygulanan dolaylı vergilerdir. Devlet ayrıca özel ve kamu sektörü düzeyinde turizm tesislerinden özel gelirler almaktadır (SCTSA, 2001, s.5).

Turizm, turizm faaliyetleri ve hizmetlerine uygulanan çeşitli vergi ve harçları tahsil ederek devletin turizm yoluyla kamu gelirlerinde büyük bir artış sağlayabileceği önemli bir vergi matrahıdır (Hamidato, 2015, s.27).

2.3.1.7. Turizmin Altyapıya Etkisi

Turizm endüstrisine ekonomik kalkınmaya katkı konusunda önemli bir sektör olarak gösterilen ilgi, başta turizm olmak üzere tüm ülkeleri, ülkelerin altyapısında yatırım ve kalkınmaya olan ilgi, Turizm endüstrisinin ana bileşenlerinden biri olarak kabul edilir. Turizm sektörü; otoyollar, peyzajlı bahçeler, müzeler, havaalanları ve turistleri çeken diğer kamu tesisleri gibi cazip turistik mekânlara ihtiyaç duyar.

Altyapı gelişiminin gerekli düzeye ulaşmadığı gelişmekte olan ülkelerde altyapının turizm üzerindeki etkisi belirgindir. Bu durum, turizmin gelişmesi ve ülke gelirlerindeki hızlı artışın, havaalanlarına, yollara, su teknolojisi laboratuvarlarına, müzelere ve diğer kamu tesislerine altyapı yatırımına bağlı olduğu anlamına gelir. Altyapı hizmetlerine turizm sektörü tarafından ihtiyaç duyulmaktadır (Abdel Hakim, 2001,s.160).

Turizm sektörlerinin gelişimi, altyapı yatırımlarına bağlı olduğundan önemli bir biçimde yatırım yapılmasını gerektirmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, altyapı yapımına çok dikkat etmek zorundadır. Çünkü bu, çok sayıda dünya turistini çekmenin bir sonucu olarak çok büyük gelirler elde etmenin bir yoludur.

2.3.2. Turizmin Dolaylı Ekonomik Etkileri

2.3.2.1. Turizmin Çarpan Etkisi

Turist harcama çarpanı, turizm, istihdam ve devlet gelirleri gibi turizm çıktılarındaki bir birimin turizm harcamalarındaki değişimin bir sonucu olarak gelirdeki değişim miktarını gösteren katsayıdır (Al Hamdan, 2002,s.61). Turizmin çıktıların milli geliri artırmada çarpan etkisi vardır.

Turizm sektörünün ürettiği gelir, yalnızca turizm faaliyetlerinde bulunmamaktadır. Ekonominin turizm sektörüyle ilgili tüm sektörlerini etkilemekte ve ulusal ekonominin hareketi bu ekonominin gücüyle desteklenmektedir. Turizm gelirinin etkisi, kendi değerinden daha büyüktür, çünkü turizm gelirlerinin ekonominin farklı sektörlerine harcanması, her seferinde ithalat, harcamalar veya tasarruflar nedeniyle oluşacak gelirlerde yeni bir artış sağlar. Bu çarpan etkisi olarak bilinmektedir (Al-Dabaa, 2000, s.172).

Turistlerden elde edilen gelirin ülkenin genel ekonomisine yayılmasını sağlayan çoklu etkisi bulunmaktadır. Örneğin, turistler tarafından otellerde harcanan para, otel işlevlerinin yaratılmasında doğrudan bir etkiye sahiptir, ancak ekonominin diğer sektörlerinde diğer dolaylı işlevler yaratır, Oteller çiftçilerden tarım ürünleri almak zorunda kalıyorlar ve bu parayı gübre ve koruyucu kıyafet alarak harcıyorlar. Bu çifte etki ulusal ekonomiden diğer ülkelere mal ithalatı yoluyla ulusal ekonomiden yabancı ülkelere gelir aktarılıncaya kadar devam edecektir (S.rusu, 2011, s.71).

İlk gelir iki bölüme ayrılmıştır: Birincisi, işletme veya ekipman ve teçhizat için gerekli olan malların ithalatı veya yabancı işçilerin yabancı yatırımcılara kâr olarak ödenmesi gibi bazı ödemelerin yerine getirilmesinin saklı kalmakta ve ekonomideki dolaşım sürecinden çıkmaktadır. İkinci bölüm ise ekonomi içerisinde dolaşımda tutulur ve birkaç kez harcamaları tekrarlar ve harcama çarpanı olarak adlandırılır. Turistik çarpanın gelişmiş ülkelerde 5 kat, gelişmekte olan ülkeler için 1,2 ila 2 kat arasında eşdeğer olduğu kanıtlanmıştır ve bunun çarpanın dış çarpanı etkilemede ulusal ekonominin kendisine bağımlı olmasının büyüklüğünden kaynaklandığı kanıtlanmıştır (Kharbouti, 2002, s.206).

2.3.2.2. Turizmin Bazı Malların Satış Hareketini Harekete Geçirmesi Üzerindeki Etkisi

Turistlerin genellikle ziyaret ettikleri ülkede bazı ünlü ürünleri satın aldıkları, özellikle de ziyaret ettikleri ülkenin hediye veya anıt olarak kullandıkları geleneksel ürünler olduğu kanıtlanmıştır. Bu mallara olan talep, bu sektörlerin refahına ve bunların içindeki yüksek kalitenin yanı sıra geliştirilmelerine de yol açar, bu nedenle ticaret faaliyeti genel olarak, özellikle turizm alanlarında etkindir.

Dünya Turizm Örgütü tarafından yapılan araştırmalarla, turistlerin hediyelerinin ve bazı yerel ürünlerin satın alınması için ziyaret ettikleri ülkelerden alıcılarının harcamalarının üçte birini oluşturmaktadır ve bu nedenle bir ülkeye daha fazla turistin gelmesi yerel mal alım hareketini otomatik olarak arttırdığı kabul edildi. Bir yandan turizm gelirlerini artırırken, diğer yandan bu malların fiyatlarını artırıyor (Abdelhadi, 2006,s.79).

2.3.2.3. Turizm Ve Fiyatlar Genel Düzeyi

Diğer üretim birimleri gibi turizm de üretimi ve tüketimi arttırır. Yüksek miktardaki hayvancılık yeni arz ve hizmet türlerine olan talebin artması, özellikle arz talebi karşılayamazsa, yükselme eğilimindedir, Turizm tüketimindeki bu zamansal ve mekansal yoğunlaşma, turizm hizmetine olan talebi arttırmakta ve bu, aşağıdaki etkilere yol açan yüksek fiyatlara yansıyan enflasyonist baskılara yol açmaktadır(Abdo El Hadi, 2006,s.78-79).

Daha yüksek fiyatlar, yerel sosyal grupların, turizm ihracatçı ülkeler pazarında mevcut malları satın almaktan dışlanmasına yol açar, çünkü turistler daha yüksek fiyattan satın alabilir ve malın gerekli olması halinde riski artırabilir.

Daha yüksek fiyatlar, turizm hizmetinden kaynaklanan ekonomide üretim harcamalarında artışa neden olmakta ve böylece iç pazarda rekabet gücünü azaltmaktadır.

Turizm talebindeki artış, fonları verimli yatırım alanlarından uzaklaştıran emlak spekülasyonunu teşvik eden arazi kullanımında artışa yol açmaktadır.

Gelecekteki fiyat eğilimlerini önceden tahmin etmek zordur, bu da turizm sektöründeki yatırım da dâhil olmak üzere yatırım kararlarını etkilemek anlamına gelir.

2.4. Turizm Ve Büyüme Arasındaki İlişki

Turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki çok yakındır, çünkü dış turizm yeni pazarlar, yeni yerler ve dolayısıyla yeni turizm ülkelerini ekonomik faaliyetlerin büyümesiyle yaratılmıştır.

Turizmin büyümeye olan etkisi ilk kez Avrupa'da, Avrupa'da önde gelen ekonomik ve ticari güç haline gelen Batı Almanya'da görülmüştür. Bu, uluslararası turistlerin ilk üretici ülkesi olmasını sağlamıştır. Bu olay daha sonra Asya ülkelerinde gözlenmiştir. Çin, dünyanın önde gelen turizm yayıcısı haline gelmiştir (Aoucı, 2015,s.48).

Turizm şimdi küresel ve yerel ekonomide önemli bir rol oynamaktadır ve dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline gelmiştir. Yabancı parayı ülke içerisine çekmede ulusal ekonomiyi geliştirmede, yoksullukla mücadelede, diğer tüm ekonomik sektörleri etkilemede, özellikle hizmet sektöründe ve bazı ülkelerde doğrudan ve dolaylı yatırım gibi sektörlerden biri olmanın yanı sıra, turizm sektörü sürdürülebilir kalkınmanın ana unsurudur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

HİNT OKYANUSU İÇİN BİR MODEL OLARAK MAURİTİUS EKONOMİSİNDE TURİZMİN ROLÜ

3.1. Mauritius Ekonomisi

3.1.1. Mauritius Ekonomisine Genel Bakış

Mauritius, Afrika kıtasında ekonomik anlamda gelişmekte olan bir ülkedir. Ticaretin gelişmesinde atılan istikrarlı adımlar, hukukun üstünlüğüne dayanan istikrarlı bir demokratik sistem, etnik hoşgörü, makroekonomik istikrar, sosyal adalet ve önemli sektörlere yönelik özel teşvikler, Mauritius'un ekonomik alandaki başarılarını etkileyen ana etkenlerdir (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2018).

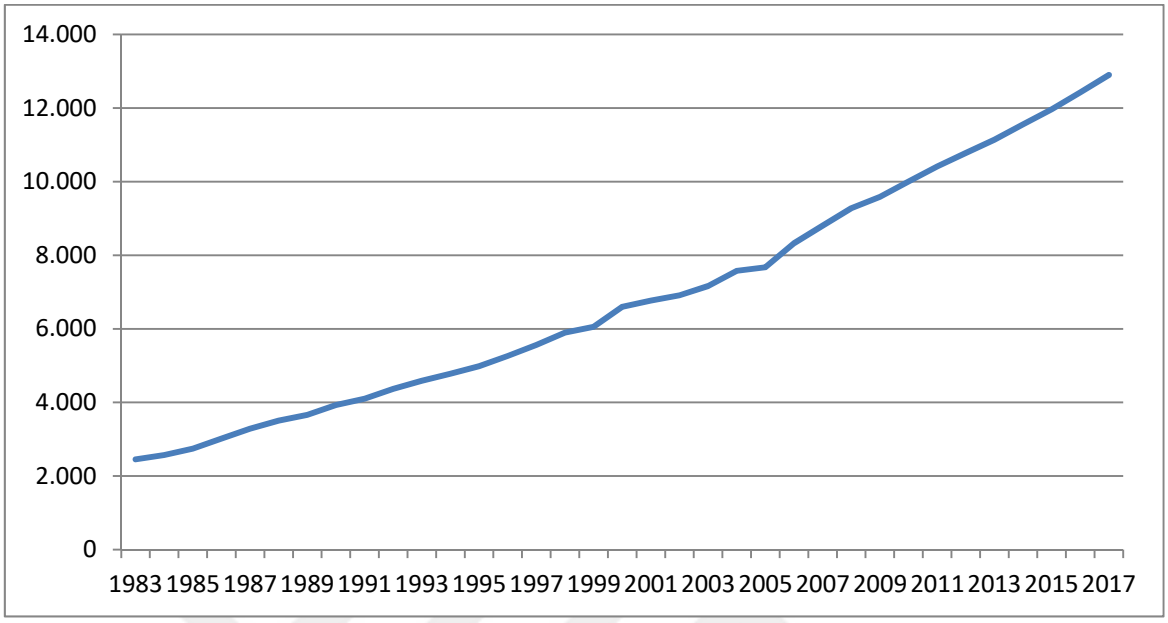
1968'deki bağımsızlığından bu yana Mauritius düşük gelirli, tarıma dayalı bir ekonomiden çeşitlendirilmiş, daha yüksek gelirli, endüstriyel, finans ve turizm sektörüne kayda değer bir ekonomik geçiş yaşamıştır. Ülke son yıllarda sürekli bir büyüme hızı yakalamıştır. Bu durum da gelirin daha adil bir şekilde dağılması, artan yaşam beklentisi, düşük bebek ölümü ve altyapının gelişmesiyle sonuçlanmıştır. Ülke ekonomisi günümüzde şeker, turizm, tekstil ve hazır giyim ile finansal hizmetlere dayanmakla birlikte balık işleme, bilgi ve iletişim teknolojisi, oteller ve emlak geliştirme alanlarında da kendini geliştirmektedir (IndexMundi, 2018).

Mauritius, yatırımcılar için cazip bir ortam sunmaktadır. Mauritius, Dünya Bankası'nın işletme kolaylığı endeksine göre Afrika'da ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca Mauritius, Afrika kıtasına Ekonomik Özgürlük Miras Vakfı ve İş Dünyasının En İyi Ülkelerinin temelinde liderlik etmektedir (COMESA,www.comesa.int).

3.1.2. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

Mauritius Devleti'nin ekonomisi hızla ve mucizevi bir şekilde gelişmektedir. Ülke ekonomisi Afrika kıtasında küresel bir ideal haline gelmiştir. Genel GSYH büyüme oranı yaklaşık % 3,8 seviyelerinde gerçekleşmekte ve dünyanın geri kalanına kıyasla yüksek oranda büyümeye devam etmektedir. Bu anlamda Afrika'daki en başarılı ekonomidir. Ciro açısından, 2017 yılında GSYİH 13,34 milyar ABD dolarıdır. Kişi

başına düşen GSYİH, yıldan yıla yükselmeye devam ederek 2017'de 10,280 ABD dolarına ulaşmıştır. 2017 de 1,3 milyon toplam nüfusa sahiptir (World Bank Data,2018).



Şekil 6: Mauritius'un 1983-2017 arasındaki GSYİH evrimi (2010 sabit fiyat ve dolar cinsinden)

*Kaynak: (statsmauritius.govmu.org)
*Dünya bankası (veri),Mauritius GSYİH,2010 sabit fiyatı (https://donnees.banquemondiale.org)

Şekil 8'de de gördüğü gibi Mauritius GSYİH'sı yıllar itibariyle gelişme göstermektedir. 1983-2017 döneminde Mauritius GSYİH'sı 2001 yılı haricinde tamamın artış göstermiştir.1983'de 2,453 milyon ABD dolar olan GSYİH 2017 yılına gelindiğinde 12,899 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır.

3.1.3. Ülkedeki Ana Ekonomik Sektörler

Ülke ekonomisi eskiden yalnızca tarıma dayalıyken yıllar itibariyle tekstil, turizm ve finansal hizmetler sektörlerini geliştirerek ekonomik tabanını başarıyla çeşitlendirmiştir. Bu çeşitli sektörlerin gelişmesi ve özellikle de serbest bölgelerin üretimine katkısı sayesinde Mauritius, önemli yatırımları çekmiş ve böylece işsizlik oranını kontrol ederek sürekli bir ekonomik ilerleme kaydetmiştir. Günümüzde Mauritius ekonomisi tarım, imalat ve turizm olmak üzere üç ana sektörden oluşmaktadır (tourist portal of Mauritiusm,www.ile-maurice.fr):

Tarım: Mauritius ekonomisinde tarım sektörü uzun süre boyunca temel sektör olarak ön plana çıkmaktaydı. Ancak günümüzde bu sektör, ülkenin GSYİH'sının yalnızca % 6'sını oluşturmaktadır. Şeker kamışı yetiştiriciliğinin gelişimi, adanın tarihi ve yerleşimi ile yakından bağlantılıdır. 300 yıldan daha eski bir endüstriye sahip olan Mauritius, şimdi çeşitli özel şekerler sayesinde dünyanın en büyük on şeker ihracatçısı arasındadır.

İmalat: Serbest Bölge Üretimi günümüzde tüm üretimin 1/3'ünü kullanmaktadır. Mauritius Serbest Bölgesindeki tekstil endüstrisi, ülke ihracatının yaklaşık 2/3'ünü oluşturmaktadır. Ülke kendisini rekabetçi bir pazarda dünyanın en iyilerinden biri haline getirmeyi başarmıştır. “Made in Mauritius” etiketi saygın bir üne sahiptir ve dünyadaki butiklerin en büyük markalarını giydirmektedir.

Turizm: Mauritius birkaç yıl içinde kendisini mükemmel bir turizm cazibe merkezi olarak göstermeyi başarmıştır. Doğal güzelliğine ek olarak, konaklama yerinin kalitesi, sunulan hizmetler, yerel altyapının ve hava hizmetlerinin doğrudan uçuşlar ile iyileştirilmesi, bu sektörün kalkınmasını desteklemenin güçlü yönleridir. Son teknolojiye, otellerinin kalitesine ve yeni pazarlara açılmaya daha fazla önem vererek, turizm endüstrisinin önümüzdeki yıllarda Mauritius ekonomisinde öncü bir rol oynaması beklenmektedir. Günümüzde bu sektör ülke ekonomisinde önemli bir konuma gelmiştir. Turizm sektörü ülkedeki toplam istihdamın % 22'sine katkıda bulunmaktadır.

3.2. Mauritius Adasında Turizmin Gerçekliği

3.2.1. Mauritius'ta Turizm İklimi

1960'lardan bu yana, tropik adalar turistlere peyzaj, egzotizm ve rahatlama değişikliği sunan popüler bir turizm merkezi haline gelmiştir. Mauritius adası tropik bir adadır. Hint Okyanusu'nda bulunan 2.040km² büyüklüğünde ve Madagaskar adasından 860 km uzakta bulunan bir adasıdır. Mauritius Eyaleti, diğer küçük adalar, plajlar, kıyılar, Kara Dağlar ve ormanlar gibi çeşitli arazilere sahip volkanik bir adadır. Ilıman bir iklime sahiptir. Saf beyaz kumlu plajları ile Mauritius adası, görüntüsünü zeminde cennet olarak nitelendirilen, iyi otel olanaklarına sahiptir (Emmanel, 2008, s.92).

Antik çağlardan beri, Mauritius adası, özellikle Avrupalı turistler için ayrı bir favori destinasyon haline gelmiştir. Tropikal bir adadır ve modern turizmin gelişimini destekleyen üç önemli bileşene sahiptir (güneş, kum ve deniz). İklimi ılımlı sıcaklıklar ile karakterize edilmektedir. Sıcaklık 15 dereceden az ve 35 dereceden fazla değildir. Bu

ada, çekici doğal kökenlere sahip olmakla birlikte çizgi sahilleri oldukça güzel ve rahattır. Güney hariç, yaklaşık 200 km'lik sahil şeridi, 243 km2 gölden doğan ve çoğu yeri beyaz mercan olduğundan deniz kıyısındaki boş zamanların gelişimi için daha cazip olan bir mercan kayalığı ile çevrilidir (Cabanne,2000,n°12,s.211).

3.2.2. Mauritius'taki Turizm Bileşenleri

Doğal, kültürel ve tarihi unsurlar, dünyadaki herhangi bir ülkenin en önemli turistik bileşenleri arasındadır. Bu kaynaklara sahip ülkeler arasındaki Tamio turizm talebinin ana belirleyicilerinden biridir.

Mauritius adası, özellikle doğal olan ve sürdürülebilir turizm gelişimi ve ürünleri için etkin pazarlama politikaları ile turizm sektörü ekonomik gelişiminin üçüncü ayağı oldu (Indian ocean travellers guide, www.indian-ocean.com).

Mauritius adasının sahip olduğu en önemli turizm unsurlarından bazılarını aşağıda sunulmuştur (https://www.trawell.in):

Plajlar: Çeşitli denizciler için sıcak ve samimi hizmetler olarak tanımlanan Grand Körfezi plajları, Pereybere Plajı ve Lacouvet Plajı gibi birçok çekici ve büyüleyici plaj ve Mauritius'un en iyi turistik yerlerinden biri olan ayırt edici oteller vardır.

Trou aux biches: Büyüleyici bir kumsalıdır ve spor turizmi için ideal bir yerdir. Arkadaşlarıyla ve aileleriyle plaj sevenler için bir favoridir. Çünkü yüzmeyi güvenli kılan sakin bir su alanına bakmaktadır.

Belle mare palge: Gün doğumu sahnesini gözlemlemek için Mauritius'un en iyi turistik yerlerinden biridir ve yüzücüler ve rüzgar sörfü meraklılarının favorisidir.

La cambuse: Bu havalimanının doğusundaki havaalanına yakın, büyüleyici beyaz ve çekici ve farklı renklerde su sporları için uygundur.

Şelaleler: Tamarind Şelalesi veya Tamarin Nehri'ne bakan ve Koribib şehrinin yüksek irtifasında yer alan 7 Şelalesi bölgesi, Mauritius'un en çekici turistik yeridir. Ayrıca bu şelaleleri keşfetmek için başka mesafeler için de yüzebilme imkanı sunmaktadır (Shahinaz , 2015).

Chamarel Şelaleleri: Çok sayıda turisti kendine çeken Mauritius'taki turistik cazibe merkezlerinden biridir. Muhteşem doğal çevresi ile şekillenen şelalelerinden Chamarill Şelaleleri oldukça görkemli ve dünyaca ünlüdür. Chamarel Şelaleleri'nin keşfedilmesi gereken çeşitli aktiviteleri vardır. Kara Nehir kıyısındaki güzel bitkileri görmek için şelalenin alt kısmını ziyaret edilebilir ve böylece güzel berrak şelalenin suyuna çok yakın olma imkanı olabilmektedir.

Doğa:

Arazinin yedi rengi: Kara Nehir yakınlarındaki küçük bir alanda, yedi renkli bir ülke vardır. Dünyanın her köşesinden gelen ziyaretçilere layık bir mucize ve Mauritius'un en önemli turistik özelliklerine sahiptir. Yedi rengin ülkesi sadece turistler için çekici değil aynı zamanda jeologların şimdiye kadar çözmek istedikleri bir bilmecedir (portait touristique de l ile mauritius www.ile-maurice.fr). Yedi rengin arazi, 7500 metrelik bir alanda, yedi rengin karıştırıldığı ve şaşırtıcı olduğu bir kum tepesidir.

Corrippe Botanik Bahçeleri: 1870 yılında Curibib Nabatae bahçeleri, ılıman hava gerektiren bitkilerin yetiştirilmesinde kullanılmak üzere kurulmuştur ve yüksek irtifada denizden yükselen Koribib kentinde çok uygundur. Ilıman iklime sahip diğer Mauritius adalarının aksine daha soğuktur. Adanın atmosferinde ve pek çok yeni ve nadir plantasyonun yanı sıra nesli tükenme tehdidi altında olan ve Mauritius'ta turizm için popüler bir hedef haline gelen bitki gruplarının mevcuttur. Park, Koribeib'in 27 dönüm batısında inşa edilmiş ve Tamarin nehri ile gölü kesmektedir. Park, özel köy toplantıları ve ayrıca kutlamalar, konserler ve danslar için bir alana sahiptir (,htt://www.hiamag.com,2018).

Ulusal Kara Nehir: Black River Gorge, dünyanın en ünlü turistik cazibe merkezlerinden biridir, Yaklaşık 67 km2 olarak, Black River'ın güzel bir koludur. Parkta pek çok nadir kuşlar ve farklı hayvanlar bulunur. Ayrıca dağların tepelerinden nehre dökülmeye başlayan şelalenin yanı sıra, park oturma yerlerine ve aperatiflerini parkın içinde yemeyi tercih edenler için masalara da yer verilmiştir (AL-ain News, 2019).

Uyuyan volkan: Tro Aux Cerfs volkanı 2 milyondan fazla yıldır aktif durumdadır. Jeologlara göre sadece bir kez patladı ve gelecek 1000 yıl içinde tekrar patlayabilir. Koribib şehrinin en önemli yerlerinden ve yerliler ya da gurbetçiler olsun, her yerdeki turistlerin varış yerlerinden biridir (Tour falage, Tourism in Mauritius,www.tourflag.com). Kentin merkezinde yer alan yanardağ, Dünya'nın yüzeyinden 605 metre yüksekliktedir. Bu yüzden milyonlarca yıl önce lavın fırlatıldığı krateri görmek için volkanın tepesine tırmanmayı sevenler için çok çekicidir. Volkanın ziyareti Mauritius'ta turizmin sebeplerinden biridir. Bu harika düz yerde yürüyüş ve koşu gibi birçok popüler spor yapılabilmektedir (www.tourflag.com).

Tarihsel mirası:

EUREKA HOUSE Müzesi: Mauritius'un merkezinde, Moca bölgesinde yer alan ve 1830'a kadar uzanan ünlü bir tarihi ev olan müze, Moka'nın en büyük evlerinin içinde kapıları ve birçok penceresiyle (109) yer aldığı müzede, müziğin, sanatın ve diğer haritaların yanı sıra tarihi belgeler içeren bir bölümden oluşuyor. 1960 yılında kurulan Resimler Müzesi ve dünyada nadiren görülen ve yaklaşık 250 yıllık Şeker Müzesi gibi başka müzeler de vardır.

Mauritius'un turizm bileşenlerinin bölgelere göre aşağıdaki gibi bölünebileceğini belirtmekte fayda vardır:

Liman Los: Kuzeybatı kıyısında yer alan bu bölge idari merkeze ve Sayah'a, Kawadan Denizi, Hint Okyanusu'ndaki en eski at yarış pisti, Fransız hükümdarı Nicholas de Mobin (1729-1735) döneminde yapılan hükümetin sarayı gibi Sayah'ın cazibe merkezlerine sahiptir. Ayrıca Hint Okyanusu bölgesindeki en eski tiyatrolardan biri olan 19. yüzyıl Belediye Tiyatrosu'na ve diğer tarihi eserlere ev sahipliği yapmaktadır.

Kuzey Bölgesi: Turizmin gelişmeye başladığı ilk bölgelerden biridir. Ülkede çok sayıda turistik yer vardır. Bunlar arasında Grand Körfezi, eski ve yenilenmiş alışveriş ve restoranlar, ünlü Berberi plajları, 1819 yılında inşa edilen Hindu tapınakları ve Hintlilerin farklı kültürleri mevcuttur.

Batı Bölgesi: Batı bölgesi, Kara Nehir yakınında bulunan milli park da dahil olmak üzere pek çok güzel yeri içermekte ve yaklaşık üç yüz bitki ve hayvan türü mevcuttur. Ayrıca bu bölgede yukarıda da belirtildiği gibi renkli alanlar bulunmaktadır.

Doğu Bölgesi: Bölge, dağlar ve deniz arasında, soğuk koylar ve göller arasında yer alan soğuk deniz melteminden oluşmaktadır. Ayrıca turistler tarafından şaşırtıcı bir şekilde zevk verilen büyük güneydoğu nehri, güzel plajları ve en eski baston fabrikası gibi birçok miras alanını içermektedir.

Güney ve güney doğu: Adanın geri kalanından çok farklı bir yapıya sahiptir. Yüksek yamaçlarla, adanın deniz tabanındaki bir mercan kayalığı resifiyle ve güneyde bir dizi güzel plaj ve lüks oteller ile bilinmektedir (Alrawashideh, 2014).

İç alan ve merkezi plato: Bu bölge dağlardan ve kuzeyin kıyılarından oluşur. Bu alan orta platonun merkezinde bir volkanın olduğu bölgededir. Çay için Boa Cher bitkisi, müze ve vanilya çiftlikleri ile sömürge anıtları mevcuttur.

Mauritius, farklı kültürlerin karışımı olan huzurlu, çok etnikli ve dindar bir ülkedir. Ada kültürel, tarihi ve doğal mirası bakımından zengindir. Mauritius'un

Hollanda, Fransa ve İngiltere tarafından art arda işgaline rağmen, nüfusunun çoğu Afrikalı ve Hint'tir. Çin, küçük ticaret için Mauritius'a girmeye başlamıştır. Bu nedenle, Mauritius halkı çok farklı kökenlere sahip kültürlerin bir karışımıdır. Örneğin Hindistan, Çin, Creole, Avrupa ve çeşitli din mensubu bulunmaktadır.

3.3. Mauritius'ta Turizmin Gelişimi

Mauritius'i bir turizm merkezi olarak niteleyen tarihsel, ekolojik veya kültürel, zengin ve çeşitli miraslarına göre, otel enerjisini ve eğiten işçilerin sınıfları bakımından ellerinde bulundurma gibi malzeme ve kötülük potansiyeline de sahip olup, bu konuda turistlerin ve yeterliliklerin göstergeleri neler olduğunu incelemekte fayda vardır.

3.3.1. Mauritius'a Gelen Turistlerin Gelişmesi

Bir ülkeye giren turist sayısı, ülkedeki turizmin gelişmesinin ve refahının göstergelerinden biridir. Mauritius adasında 1970'den bu yana turistlerin sayısının arttığı ve her türlü turist çeken iklimini olumlu ve hızlı bir şekilde geliştirdiği Tablo 7'de görülmektedir. Tablo 7 verilerine göre Mauritius'a gelen turist sayısı ilgili dönemde yıldan yıla artmış, 1990 yılında turist sayısı 291.550 turist iken 1999'da bu sayı 578.085'e yükselmiştir ve yıllık ortalama % 8'lik bir büyüme oranı yaşanmıştır. Bu dönemde en büyük yıllık büyüme oranı % 15,2 ile 1996 yılında kaydedilmiştir. 1992 ve 1993 yıllarında turist sayısındaki yıllık büyüme oranı sırasıyla % 11,6 ve % 11,7 olmuştur. O yıllarda körfez savaşının yaşanması bu oranların düşüş nedenleri arasında başı çekmektedir.

Tablo 7.

Doksanlı Yıllardaki Turist Sayısı

Yıllar	Turist sayısı	Yıllık %
1990	291550	
1991	300670	3.12
1992	335400	11.6
1993	374630	11.7
1994	400526	7
1995	422463	5.4
1996	486867	15.2
1997	536125	10.2
1998	558195	4.2
1999	578085	3.6

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,1991-1999 arşivler (statsmauritius.govmu.org),
* Mauritius Turizm Bakanlığı sayfasından, Turizm istatistikleri,excel arşivleri (http://tourism.govmu.org)

Tablo 7 ve Şekil 9'da da görüleceği üzere 2000 ile 2017 yılları arasında Mauritius'a gelen turist sayısında 1990'lı yıllara göre önemli bir artış olmuştur. 2000-2017 döneminde Mauritius'a gelen turist sayısı 2009 yılı haricinde aralıksız artış göstermektedir. 2000 yılında 656.453 olan gelen turist sayısı, 2017 geldiğinde 1.341.860 rakamına ulaşmaktadır. 2008 yılında başlayan küresel ekonomik kriz sonraki yıl tüm ekonomik sektörlerde olduğu gibi turizm sektörünü de etkilemiştir. 2009 yılında Mauritius'a gelen turist sayısı 2008 yılına göre 59.100 kişi (%-6.4 oranında) azalma göstermiştir. Ancak bu yıldan sonra gelen turist sayısında artış devam etmiş, 2014'yılında 1.038.334 gelen turist sayısına ulaşmıştır. 2000-2017 yılları arasında en büyük oranda turist sayısındaki yıllık büyüme 2007'de % 15,1, ardından 2015 ve 2016 yıllarında sırasıyla % 10,9 ve % 10,8 olarak gerçekleşmiştir.

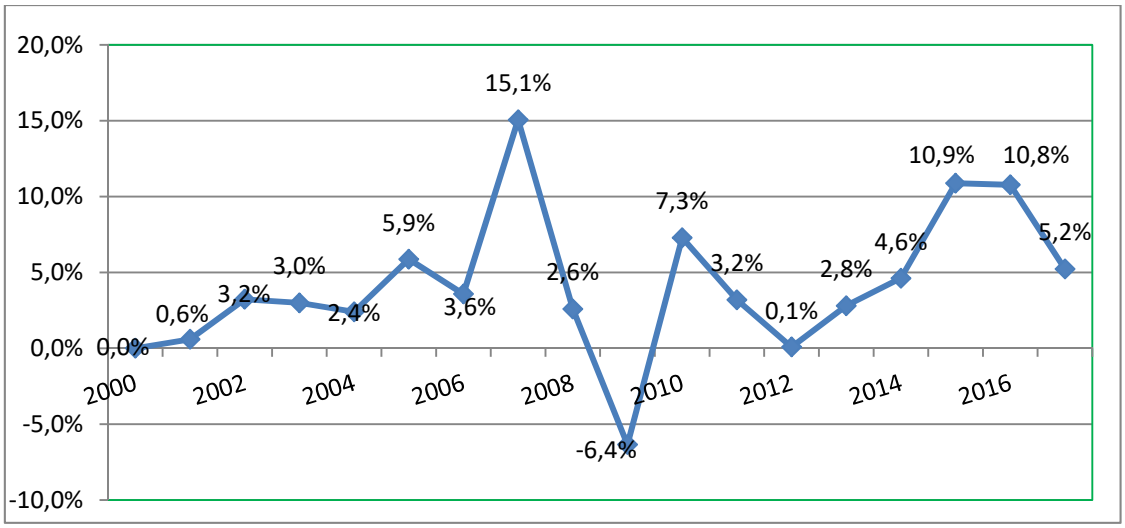
Tablo 8.

2000-2017 Döneminde Turist Sayısının Evrimi

Yıllar	Turist sayası	Yıllık değişime%
2000	656453	
2001	660318	0.6
2002	681648	3.2
2003	702018	3
2004	718861	2.4
2005	761063	5.9
2006	788276	3.6
2007	906971	15.1
2008	930456	2.6
2009	871356	-6.4
2010	934827	7.3
2011	964642	3.2
2012	965441	0.1
2013	992503	2.8
2014	1038334	4.6
2015	1151252	10.9
2016	1275227	10.8
2017	1.341.860	5.2

Kaynak:Mauritius Turizm Bakanlığı sayfasından, Turizm istatistikleri,(http://tourism.govmu.org)

* Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 verileri excel (statsmauritius.govmu.org)



Şekil 7. Gelen Turist Sayısında Yıllık Artış Oranı

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 excel verileri,s.4, (statsmauritius.govmu.org)

Gelen turistlerin coğrafi bölgelere göre dağılımına bakılacak olduğunda Avrasyalılar, 1960'lardan bu yana tropik bölgeleri turizm ve eğlendinlen için bir destinasyon olarak ele almışlar, yine de Mauritius adası da dahil olmak üzere Hint Okyanusu Komisyonu (COI) içeren Hint Okyanusunun güneybatı bölgesine yönelmişlerdir. Tablo 8'de de görüldüğü gibi Mauritius adasına gelen turistlerin % 65,5'inin Avrupa'dan geldiğini ve ardından% 27 ile Afrika'nın geldiğini gösteren görmekteyiz. Avrupa'dan gelen turist sayısının 2007'de 595653 turiste, 2017'de ise 780209 turiste ulaştığını görmekteyiz.

Tablo 9.

Turistlerin kıtalar Alanına Göre Dağılımı 2007-2017

Yıl	Avrupa	Afrika	Asya	Okyanusya	Amerika	Diğer ve Bildirilmeyen	Toplam
2007	595,653	210,952	68,449	20,656	10,473	788	906,971
2008	608,358	213,868	72,771	20,161	13,719	1,579	930,456
2009	579,509	204,308	62,131	11,143	13,070	1,195	871,356
2010	605,401	226,207	75,985	12,246	13,703	1,285	934,827
2011	590,113	250,709	91,057	16,761	14,408	1,594	964,642
2012	555,528	270,386	104,336	17,863	16,624	704	965,441
2013	547,061	277,828	132,474	19,626	15,228	286	992,503
2014	570,684	274,164	158,330	18,663	16,330	163	1,038,334
2015	631,627	284,682	197,735	19,084	17,891	233	1,151,252
2016	734,506	291,890	208,233	20,071	19,766	761	1,275,227
2017	780,209	301,898	211,380	22,898	24,795	680	1,341,860

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde,2018 (statsmauritius.govmu.org)

Hint Okyanusu Komisyonu, Hint Okyanusunun güney-batısında bulunan adalardan oluşur: Komorlar, Mauritius adası, Madagaskar adası, Seyşeller ve Reno adası. Mauritius'un adalarına gelen turist sayısını Tablo 9'da görebilmekteyiz. Bu tablonun verilerine göre, Mauritius'a gelen uluslararası turistlerin COI ülkelerine düşen paylarının son 11 yılda %12 ile %17 arasında arttığını göstermektedir. 2017'deki 165.914 turist, bu bölgedeki ülkelerin Mauritius Adalarını daha çok ziyaret ettiklerini göstermektedir. Bunun nedeni Mauritius adasının bölgede ticaretin yanı sıra tedavi açısından da bir ticaret merkezi haline gelmesidir.

Tablo 10.

COI Ülkelerinden Mauritius'a Turistlerin Gelmesi, 2007-2017

Yıllar	(COI)ülkeleri	Diğer ülke	Toplam turizm	(COI)%
2007	119615	787,356	906,971	13.2
2008	118338	812,118	930,456	12.7
2009	121417	749,939	871,356	13.9
2010	135653	799,174	934,827	14.5
2011	153438	811,204	964,642	15.9
2012	165758	799,683	965,441	17.2
2013	165445	827,058	992,503	16.7
2014	162561	875,773	1,038,334	15.7
2015	162470	988,782	1,151,252	14.1
2016	165136	1,110,091	1,275,227	12.9
2017*	165914	1,175,946	1,341,860	12.4

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 (statsmauritius.govmu.org)

2016-2017 dönemi turist varışlarında turizmin amacına göre dağılımı incelenecek olduğunda ise değişik kriterleri görebilmekteyiz. Mauritius adasının tatil ve dinlenme için turizm ve adadaki güzel plajlar dâhil olmak üzere farklı turizm türlerine sahip olduğu bilinmektedir. İşadamları için de memleketin siyasi istikrarı ve güvenliği ile bu adayı bölgedeki turizm için ideal kılmaktadır. Tablo 10'da gelen turist sayısını 2016-2017 yıllarında seyahat ve ziyaret amacına göre gelişimi gösterilmektedir.

Tablo 10'un verilerine göre, turistlerin Mauritius eyaletinde gelmelerinde büyük ölçüde tatil ve eğlence turizmine odaklandığını ve bu amaçla turist sayısının 2016 yılında 1.200.047 turiste ulaştığını gösterilmektedir. Cazip plajlar ve cazip doğası nedeniyle Mauritius'taki ziyaretçilerin 2017 yılında % 94'üne tekabül eden kısmı (1.260.231) turist özelliği taşımaktadır. Tatil amaçlı gelen turistleri ise iş turizmi takip etmektedir. Genel olarak Afrika'da ve özellikle de Hint Okyanusu bölgesinde, bu ülkede yürürlükte olan politikaların güvenliği ve istikrarı için ticarete uygun olması iş turizminin gelişmesinin önemli nedenlerindendir.

Tablo 11.

2016-2017 Yılları Arasında Turistlerin Turizm Amaçlı Dağılımı

Ziyaret amacı	2016	2017	Değişiklik%
Tatil	1200047	1260231	5
İş	44133	46856	6.2
Transit	21302	25134	18
Konferans	6264	5700	-9
Spor	2120	2592	22
Diğer	1361	1347	-1
Toplam	1275227	1341860	5.2

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, ,2017 (statsmauritius.govmu.org)

3.3.2. Mauritius'tan Giden Turist Sayısının Gelişimi

Mauritius'a gelen turist sayısının gelişmesiyle belirtilmesinin ardından Mauritius'tan giden turistlerin gelişimini incelemekte fayda vardır. Çünkü diğer insanlar gibi bu adadaki insanlar da diğer ülkelere seyahat, ticaret, konferanslar ve diğer nedenlerle adadan seyahat etmektedirler. Diğer dünya ülkelerinde olduğu gibi, Mauritius'un nüfusu da turizm için ülkeden ayrılmaktadır. Mauritius gelirlerini dinlenmek ve farklı yerler görmek için başka ülkelere seyahat ederek harcayan yüksek eğitimli insanlarına sahiptir. Tablo 11'de giden turist sayısının 1999-2017 arasında gelişimi gösterilmektedir. Bu tablonun verilerine göre, Mauritius'tan çıkış yapan turist sayısının 1999'da 154.128 turiste ulaştığını ve 2017'de 282.764 turistin çıkış yaptığını görebilmekteyiz. Bu dönemde ülkeden çıkan turistlerin büyüme oranı yaklaşık % 83 olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, 19 yıl boyunca Mauritius'tan giden turist sayısının artmaya devam ettiğini, bazı yıllarda uluslararası turist sayısında düşüş yaşandığını göstermektedir. 11 Eylül olayı nedeniyle 2001 yılında giden turist sayısı %-1,4 azalmış, 2003'de Irak savaşı nedeniyle %-0.2 azalmıştır. En kötü düşüş, o dönemde yaşanan küresel ekonomik kriz nedeniyle, Mauritius'tan giden turist sayısının % 13,2 oranında azaldığı 2009 yılında gerçekleşmiştir. Bunu 2013 ve 2014 yılları takip etmiştir. En yüksek çıkış oranı ise 2007 yılında önceki yıla göre % 14,7 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 12.

Mauritius'tan Giden Turist Sayısı

Yıllar	Turist sayası	Yıllık değişimi%
1999	154,128	
2000	163,349	6.0
2001	161,001	-1.4
2002	161,534	0.3
2003	161,187	-0.2
2004	179,961	11.6
2005	182,923	1.6
2006	185,770	1.6
2007	213,169	14.7
2008	225,867	6.0
2009	195,964	-13.2
2010	211,572	8.0
2011	219,055	3.5
2012	236,595	8.0
2013	227,855	-3.7
2014	222,906	-2.2
2015	242,445	8.8
2016	260,467	7.4
2017	282,764	8.6

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü, turizm estatistikları, 2017 (statsmauritius.govmu.org)

3.3.3. Mauritius'ta Barınma Kapasitesinin Geliştirilmesi

Turizm sektörü, 1968'de Mauritius'un bağımsızlığından bu yana kayda değer bir canlanmaya gerçekleşmiştir. 1960'ların sonunda Mauritius Devleti, 811 oda ve 1614 yataktan oluşan 22 otele sahipti ve bu süre sonunda, özellikle turizm yüzyılında bu ülkenin altyapısında büyük bir gelişme yaşandı. 1970 ve 1980 yıllarında otel, 22 odadan 2000 oda ve 4000 yataktan oluşan 43 otele yükselmiş ve 1990 yılında 9572 yataklı 75 otel ve 4603 odaya ulaşmaya devam etmiştir. Büyüme trendi güçlü ve sürekli olmuş ve 10 yıllık süreçte % 74,4'lük büyüme hızında ulaşmıştır (Claude, 215). 1980'lerde zayıf bir büyüme yaşanmasına rağmen 1990'lı yıllarda ülkede otel inşaatı devam etmiştir. 1999 yılında otel sayısı 92'ye ve oda sayısı 8255'e, yatak sayısı 15.100 'e kadar çıkmıştır (Minister of Economy of Mauritius, 2015).

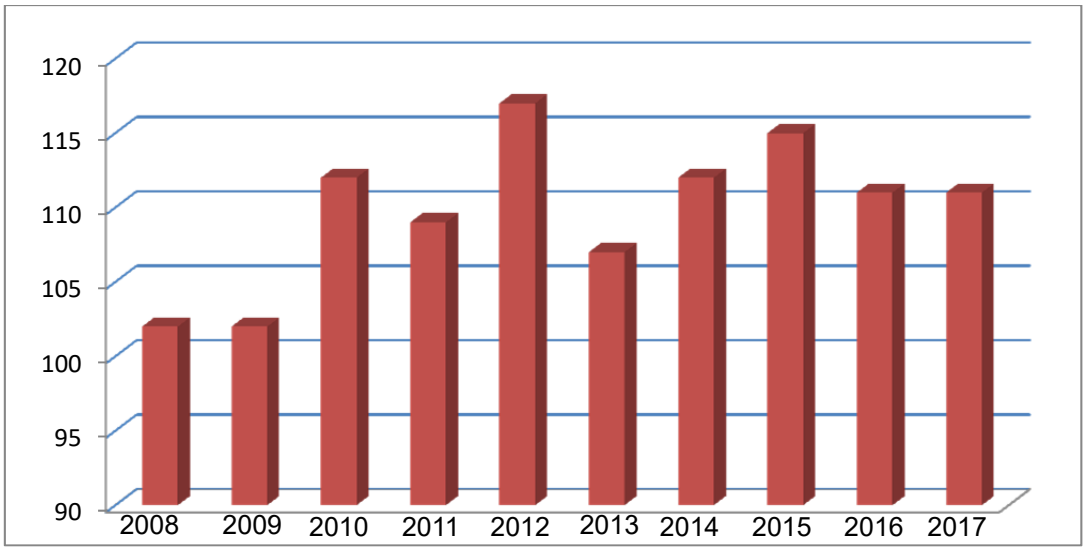
2008'den 2017'ye kadar konut kapasitesinin geliştirilmesi ile ilgili olarak mevcut otel ve oda sayısındaki büyümenin yanı sıra bu dönemdeki yatak sayısının büyümesine de Tablo 13 ve Şekil 10'da değinilmektedir. Tablo 13 Mauritius'taki 10 yıldaki otel büyümesinin dengesiz olduğunu göstermektedir. 2008'de 102, 2012'de 117, 2017'de ise 111 olan otel sayısı dalgalanma olduğunu göstermektedir. Bunun nedeni Mauritius'un turizm sektörüne büyük önem vermesidir. 2017 yılında 13512 kullanımına uygun oda sayısı, 2012 yılında 117 otel ve 12.527 oda sayısına ulaşan otel, Mauritius adasındaki otel sayısının bir göstergesidir. Bu durum, Mauritius' ta barınma kapasitesinin potansiyelini ve gelişimini göstermektedir.

Tablo 13.

2008'den 2017'ye Kadar Konut Kapasitesinin Geliştirilmesi

Yıllar	Otel	Oda	Yatak
2008	102	11,488	23,095
2009	102	11,456	23,235
2010	112	12,075	24,698
2011	109	11,925	24,242
2012	117	12,527	25,496
2013	107	12,376	25,105
2014	112	12,799	26,174
2015	115	13,617	28,732
2016	111	13,547	29,139
2017	111	13,511	29,650

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2017 (statsmauritius.govmu.org)



Şekil 8. Otellerin 2008 ve 2017 Yılları Arasındaki Evrimi

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde,2017 (statsmauritius.govmu.org)

Tablo 13 ise Mauritius'taki turizm gecelerinin 2007 - 2017 arasında gelişimini göstermektedir. Mauritius adası, her yıl çok ve artan sayıda turist gelmekte ve bu sektörde Mauritius'ta turistlerin geçirdiği geceleme sayısında önemli bir gelişme ile sonuçlanmaktadır. Bu tablo, turizm gecelerinin sayısının 2007'den 2017'ye kadar 2009 yılı haricinde sürekli arttığını göstermektedir. 2007 8.986.934 olan gece sayısı 2017'de 13.640.751 geceye çıkarak % 52 oranında büyüme oranına ulaşmıştır. Yıllık ortalama % 4'lük bir büyüme oranı ile her yıl arasında bir yakınlaşmaya işaret etmektedir. 2017'de turist başına ortalama kalış süresi 10,3 gece olmuştur.

Tablo 14.

Mauritius'taki Turizm Gecelerinin 2007 - 2017 Arasında Gelişimi

Yıllar	Gece sayası	Yıllık değişım%
2007	8,986,934	
2008	9,218,625	3
2009	8,639,304	-6
2010	9,336,446	8
2011	9,494,297	2
2012	10,043,683	6
2013	10,675,598	6
2014	11,266,751	6
2015	12,049,901	7
2016	13,117,907	9
2017	13,640,751	4

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2017 (statsmauritius.govmu.org)

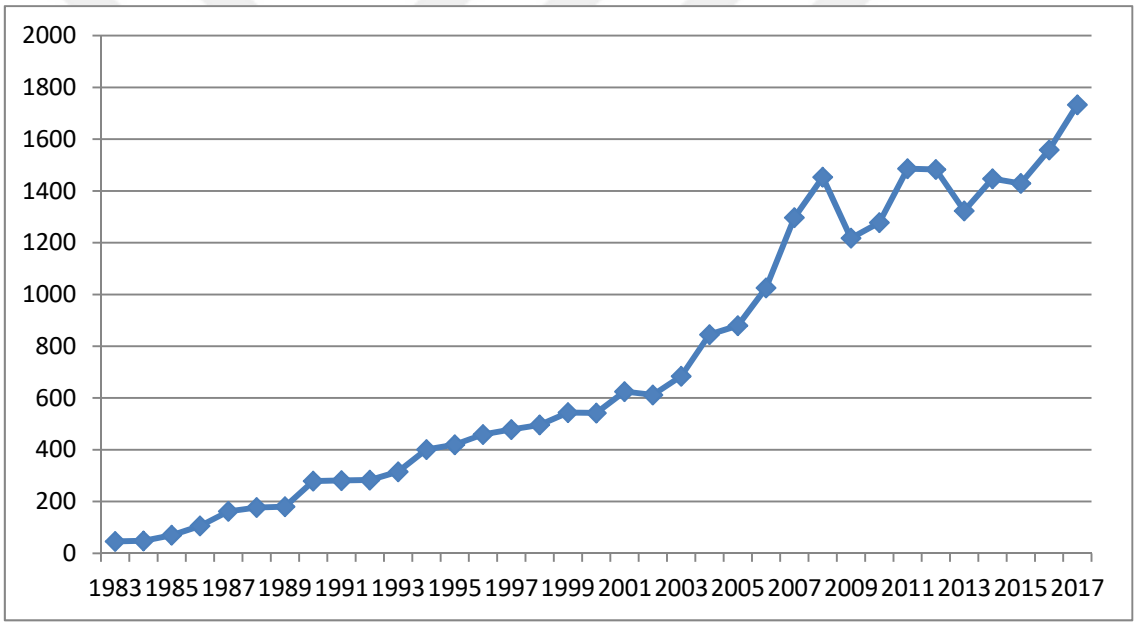
3.4. Mauritius'teki Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Katkısı

Daha önce de belirtildiği gibi, turizm dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden birisidir. Bugün uluslararası ticaret pazarında rekabet eden en önemli sektörlerdendir. Ulusal gelirin artması, ödemelerin dengesinin düzelmesine katkıda bulunan verimli sektörlerden biri olarak kabul edilir. Aynı zamanda özel ekonomik sektörlerin büyümesine katkı sağlamakta, seyahat ve hizmetlerle ilgili özel kurumların kurulmasını ve herhangi bir ülkenin altyapısının geliştirilmesini teşvik etmektedir. Turizm sektörü, Mauritius adasının ekonomik gelişimini sağlamaktadır. Turizm adada çok sayıda iş yeri imkanı sunmaktadır. Turizm, sanayi ve tarımdan sonra Mauritius ekonomisinin üçüncü ayağıdır. Mauritius ekonomisinin büyümesine önemli bir katkı sağlar ve Mauritius adasının genel gelişimi için önemli bir faktördür.

3.4.1. Mauritius Uluslararası Turizm Gelirlerinin Gelişimi

Mauritius'un turizm sektörünün uluslararası turizm gelirlerinde önemli bir büyüme sağladığını ve GSYH'ye katkısının 2017 yılında ülke ekonomisinin büyümesine katkıda bulunan ekonominin sektörlerinden biri olarak arttığı Mauritius Merkez Bankası tarafından bildirilmiştir.

Mauritius adasının turizm ve seyahat bakanlıkları, ülkeye 2017 yılında gelen turist sayısının az olmasına rağmen, sektörün bu yıl gelirlerinde ciddi bir büyüme sağladığını bildirmiştir. Yurtiçi ve yurtdışı tüm sektör gelirleri ile doğrudan ve dolaylı olarak 1.88 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Tablo 14 ve Şekil 11 Mauritius'a gelen turistlerin turizm gelirlerindeki değişimi göstermektedir. Mauritius'ta uluslararası turizmi geliri 2002, 2009, 2013 ve 2015 yılları haricinde sürekli artış göstermektedir. Elde edilen gelirler 1995'te 420 milyon dolar, 2006'da 1,025 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Mauritius'a gelen turist sayısı, 2009 yılında bir önceki yıla göre (%-6.4) azaldığından dolayı bu yıl turizm geliri -23% oranında azalmıştır. Turizm gelirleri 1995-2017 yılları arasında yıllık ortalama % 7 büyüme elde etmiştir. 1995 ve 2017 arasındaki dönemin turizm gelirlerinin önemli ölçüde arttığı, 2017 yılında 1 milyar 733 milyon dolar seviyesine ulaştığı görülmektedir.



Şekil 9. Mauritius'taki uluslararası turizm gelirlerinin gelişimi (milyon dolar)1983 - 2017

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 (statsmauritius.govmu.org)

Tablo 15.

1995-2017 Arasında Mauritius'a Turizm Geliri

Yıllar	Turizm Geliri (miyon dolar$)	Yıllık büyüme(%)
1995	420	
1996	459	9%
1997	478	4%
1998	496	4%
1999	543	10%
2000	542	0%
2001	625	15%
2002	612	-2%
2003	684	12%
2004	845	24%
2005	879	4%
2006	1,025	17%
2007	1,297	26%
2008	1,453	12%
2009	1,117	-23%
2010	1,277	14%
2011	1,486	16%
2012	1,483	0%
2013	1,323	-11%
2014	1,447	9%
2015	1,429	-1%
2016	1,559	9%
2017	1,733	11%

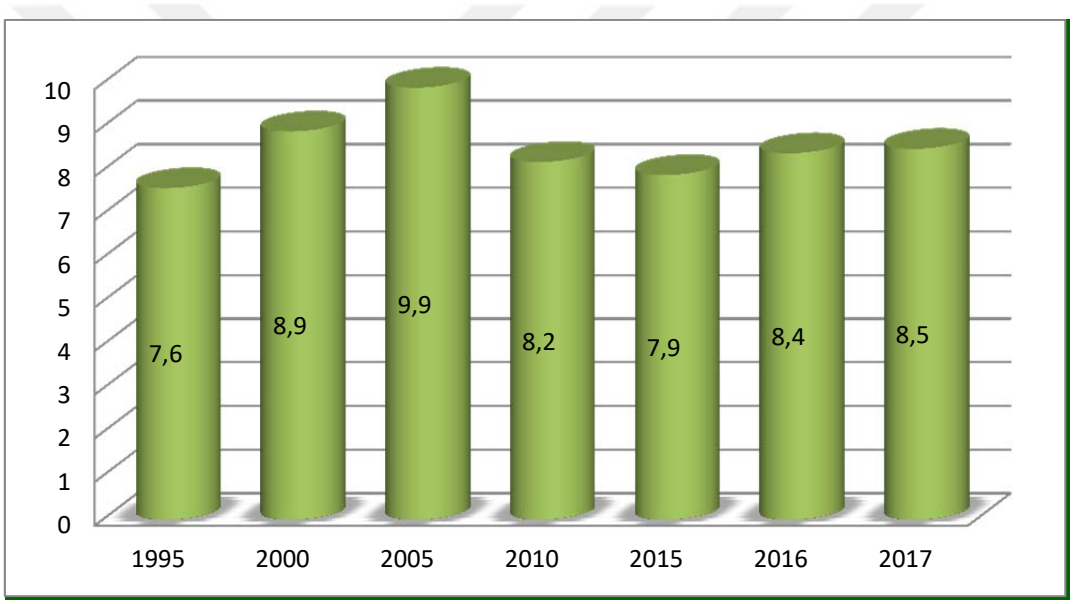
Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2017 (statsmauritius.govmu.org)

Şekil 11'de gördüğü gibi 1983-2017 dönemde Mauritius'a uluslararası turizmin geliri artışı gösterilmektedir. 2009-2013 yılları haricinde turizm gelir tamamen artış eğiliminde olduğu tahmin edilmektedir. 2009 yılı Mauritius dahil tüm dünyada turist sayısının azaldığı yıl olmuştur. 2013 yılından sonra turizm yükselmeye devam etmiştir. 1983 yılında 45 milyon dolar olan Mauritius'un uluslararası turizm geliri, 2017 yılında 1 miyar 733 milyon ABD doları seviyesine ulaşmıştır.

3.4.2. Mauritius GSYİH'sına Turizm Sektörünün Katkısı

Dünyadaki diğer ülkeler gibi Mauritius adasındaki turizm sektörü ülke ekonomisini olumlu bir şekilde etkilemektedir. Turizm sektörü ile ülkeye akan ciddi sermaye, milli geliri arttırmakta ve gayri safi yurtiçi hasılaya katkıda bulunmaktadır. Böylece sektörün sürdürülebilir kalkınma yönünden ülkeye önemli faydaları olmaktadır.

Mauritius adasından elde edilen turizm gelirleri GSYİH üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle turizm sektörü Mauritius ekonomisinin ana sektörlerinden biridir ve bu sektör milli gelire doğrudan katkısı ile etkin rol oynamaktadır. Turizm ve Seyahat Bakanlığı istatistiklerine ve Ulusal İstatistik İdaresi verilerine göre, 2017 yılında Mauritius GSYİH'nda turizmin payının % 8,6 olduğu kaydedilmiştir.



Şekil 10. Turizmin GSYİH payının dönem içindeki gelişimini göstermektedir (1995-2017)

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 (statsmauritius.govmu.org) tjoomun@govmu.org

Şekil 12 turizm sektörünün Mauritius ekonomisindeki önemini göstermektedir. Turizmin ülke ekonomisine etkisi incelendiğinde katkıda bulunan tüm verimli sektörlere kıyasla önemli bir etki olduğunu göstermektedir. Turizm sektörünün katkısına gelince, doğrudan bu rakam 1995'te % 7,6'den 2005'te% 9,9'ya ulaştı, 2017 %8,5 çıktığını göstermektedir. Mauritius için turizm sektörü büyük önem taşımaktadır.

3.4.3. Turizmin İstihdama Katkısı

Mauritius açısından bakıldığında Afrika'daki ülkeler gibi turizm sektörü de iş yaratma kapasitesine sahiptir. Afrika'da turizm sektörü 21 milyondan fazla (toplamın öndörtte biri) iş imkanı sunmaktadır (UNCTAD, 2017).

Turizm sektörü ülkenin işgücünün % 9,7'ini oluşturan Mauritius'ta iş olanakları sağlayan en büyük ekonomik sektörlerden biridir. Bu nedenle, turizm sektörü öncelikle insan kaynağına bağımlıdır ve sektör dolaylı olarak istihdamın ülkede çeşitli seviyelerde kullanıldığı çok sayıda bütünleşik ve karmaşık hizmetlerin gelişimine katkıda bulunmaktadır.

Son yıllarda, Mauritius Hükümeti, ülkenin turizm endüstrisinin gelişimi için yeni iş imkanları oluşturabilen bir plan geliştirmiştir. Bunların tamamı turizm sektörünün gelişmesine odaklanmaktadır. Hükümet, turizm sektörüyle ilgilenen tüm özel sektörleri otel kurmaya teşvik etme politikası yürütmüş ve böylece alanda yeni iş olanakları geliştirmeyi hedeflemiştir.

Turizm faaliyetlerinin çoğunun yarattığı istihdam fırsatları, uluslararası ve yerel turizm talebinin bir sonucudur. Bu sektörün gelişmesine dikkat edilmesi, özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki ve özellikle Afrika'daki işsizlik oranının azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Mauritius'un, sektördeki işsizliği azaltmada büyük bir etkisi vardır ve bu açıdan ülke iyi bir örnektir. Tablo 16 turizm sektörü özelinde Mauritius'ta istihdamın gelişimini 1995-2016 döneminde ele almaktadır.

Veriler, bu sektördeki işgücü sayısının her yıl daha sürekli yükseldiğini göstermektedir. 1995 yılında turizm endüstrisindeki çalışanlar sayısı 13.855 iken, 2016 yılına gelindiğinde bu rakam 37.876 çalışana ulaşmıştır. Bu dönemde turizm sektöründeki işçi sayısının yüksek oranda büyüdüğü göze çarpmaktadır.

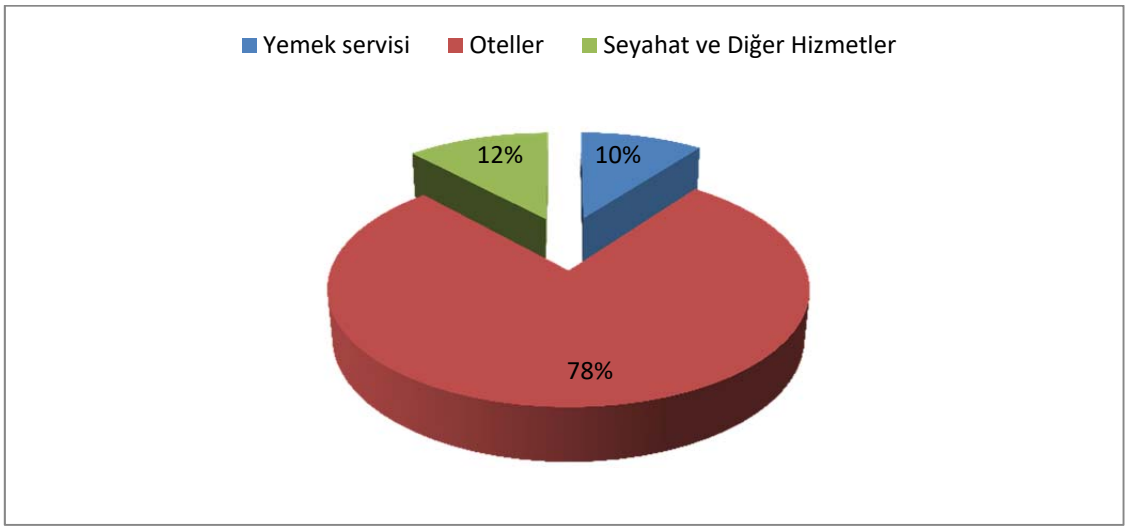
Tablo 16.

Mauritius Turizm Sektöründeki İşçi Sayısının 1995 Ve 2016 Yılları Arasında Evrimi

Yıllar	Yemek Servis	Otel	Seyahat ve Diğer Hizmetler	Toplam (Turizm Sektörü)
1995	1,000	9,340	3,515	13,855
2000	1,256	12,861	3,316	17,433
2005	1,809	19,226	4,342	25,377
2010	2,562	21,255	3,899	27,716
2011	2,627	4,100	28,542	35,269
2012	2,911	3,946	29,120	35,977
2013	3,027	3,865	29,324	36,216
2014	3,167	3,817	29,577	36,561
2015	3,249	3,804	29,683	36,736
2016	3,371	3,755	30,750	37,876

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 (statsmauritius.govmu.org)

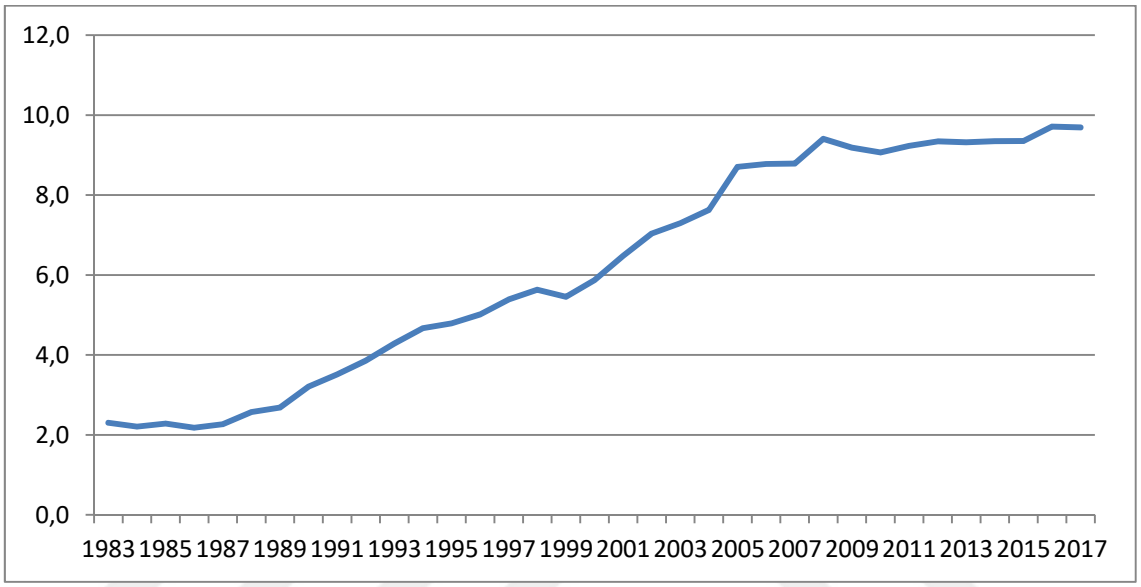
Turizm sektöründe çalışan işçi sayısı artmaya devam etmiş, 2017 yılında bu sektörde çalışan işçi sayısı 30.919'a ulaşmıştır. Şekil 13, 2017 yılında işçilerin hizmete göre dağılımını göstermektedir. Otellerin hizmetlerinin turizm sektöründe çok sayıda işçiye iş imkanı sağladığı ve tüm çalışanların % 78'ini aldığını, ardından acentenin ve şirketlerin seyahat ve seyahatlerinin % 12'sini, yemeklerin ise % 10 paya sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 11. 2017 yılında istihdam sayısının hizmete göre dağılımı

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2018 (statsmauritius.govmu.org).

Şekil 14 ise, 1983-2017 döneminde Mauritius ekonomisinde turizm sektöründeki istihdamın toplam istihdam içerisindekini payını göstermektedir. 1983 yılında toplam istihdam içerisinde turizm sektörünün payı %2,3 olup, 2017'de bu oran % 9,7 seviyesine yükselmiştir. Şekil 14, 1983-2017 döneminde Mauritius turizm endüstrisinde doğrudan çalışanlar ve ekonomi istihdamında içindeki payı kesintisiz artırdığını göstermektedir.



Şekil 12. Turizm doğrudan istihdam içindeki payı % (1983-2017)

Kaynak: Mauritius, Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı himayesinde, İstatistik Bölümü,turizm estatistikları,2017 (statsmauritius.govmu.org)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TURZİM GELİRLERİNİN EKONOMİK ETKİLERİNİN ANALİZİ

Çalışma, ekonomik büyüme katsayısının bir göstergesi olarak GSYİH olan ekonomik büyümede turizm faaliyetinin olumlu bir etkisinin olduğunu ve ödemeler dengesinin iyileştirilmesi, işsizlikle mücadele ve gelirin yeniden dağıtılması gibi bazı ekonomik değişkenlerdeki olumlu etkisinin olduğunu varsaymaktadır.

4.1. Veri Seti, Metodoloji ve Ekonometrik Yöntem

Bu çalışma, Mauritius'taki turizm gelirleri, ekonomik büyüme ve istihdamı artırması arasındaki ilişkileri analiz etmek için Johansen'in eşbütünleşme yöntemi kullanılmaktadır. Bu bağlamda, turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi görebilmek için GSYİH endeksi ve istihdam endeksi kullanılmaktadır. Mauritius için 1983-2017 döneminde ekonomik yılık verileri kullanılarak, turizm gelirleri ve gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) arasındaki uzun dönem ilişkileri VAR modeli ile açıklanmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla, ekonomik büyüme için bir etken olarak turizm gelirlerinin katkısı konusunda çalışılmıştır. Bu çalışmada,1983-2017 döneminde turizm gelirlerinin Mauritius'un ekonomi büyümeye olan katkısı temel amacı olarak incelenmiştir. Bu çalışmada kullandığı değişkenler, GSYIH, turizm gelirleri ve turizm istihdamı olarak belirlenmiştir. Bu değişkenlerden, bağımlı olan GSYIH, ekonomi büyümeyi temsil ederken, turizm gelirleri ve turizm istihdamı bağımsız değişkenler yer almıştır. Ayrıca istihdamın modelde kullanılması ekonomi büyümedeki önemli rol ortaya koyacaktır. Modelde tahmin gücünü artırmak açısından da önemlidir. Bu çalışmada, 1983-2017 dönemi, ekonomik büyüme, turizm gelirleri ve turizm istihdamı verilerinin logaritması alınmış ve bu şekilde analiz edilmiştir. Turizm geliri ve turizm istihdamı verileri Mauritius İstatistikleri (Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı kapsamında)'den temin edilmiştir. Değişkenler açıklamalarına ve verileri kaynakları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 17.

Kullanılan Değişkenler Açıklamaları ve Verileri Kaynakları

Zaman Serisi	Değişken	Açıklama	Kaynak
Ekonomi büyüme	**Y**	GSYİH (para cinsinden), 2010 Sabit Fiyatlarıyla	Dünya Bankası 2018
Turizm Gelirleri	**DTG**	ABD Para Cinsinden Turizm Gelirleri.	Mauritius Turizm Bakanlığı 2018
Turizm istihdamı	**ISM**	Turizm sektöründe çalışan sayısı	Mauritius Turizm Bakanlığı 2018

Çalışılmanın turizm faaliyetlerinin ekonomik büyümeye üzerindeki katkılarını değerlendirme de hedefini gerçekleştirmek için tahmin modeli kurulmuştur. Turizm geliri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi uzun dönem test etmek için kullanılan modelin tahmini, Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002) ve ile Gunduz ve Hatemi-J (2005) tarafından oluşturulan çalışmaların modelini temel alınarak aşağıdaki şekilde kullanılmaktadır:

$$Y = F(DTG, \text{İ}SM) \quad (1)$$

Modelde kullandığı değişkenler şu şekilde belirlenmiştir: Y reel gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH), DTG turizm gelirleri ve İSM turizm istihdamı. Bu çalışmada, uzun dönemli regresyon modeli, bağımsız değişkenlerin gerçek GSYİH'yı (bağımlı değişken) etkilediği eğilim ve dereceyi aşağıdaki gibi incelemek için tasarlanmıştır:

$$Y_t=\beta_0 +\beta_1 DTG + \beta_2 ISM + \mu_t \quad (2)$$

(t = 1983,1984.....2017)

Yukarıdaki anlatıldığı gibi değişkenler *(Y, DTG , ISM)* hepsi logaritmik form ile alınmıştır, bu denklemde yukardaki tablo gibi bu şekilde açıklanış belirlenmiştir:

Y:Ekonomi büyüme

β_0 : Sabit Terim

β_1, β_2: Bağımsız değişkenlerin GSYİH'yi artış gösterilmiştir

DTG: Turizm gelirleri

ISM: Turizm istihdamı

μ : ise hata terimini ifade etmektedir

4.1.1. Analizler

Birim kök: Büyüyen bir ekonomide, çoğu makroekonomik serinin trend eğilimi vardir, durağan olmayan oldukları söylenir, çünkü ortalamaları zamanla sabit değildir, bu nedenle durağanlıklarına devam etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada kullanılan verilerin zaman serisi verileri olduğundan için ilk olarak birim kök testlerini yapılmıştır. Bu testler, zaman serilerinde sahte regresyonun ortaya çıkmasına engel olmak amacıyla verileri analiz etmek için kullanılır. Bu aşamada, durağanlık testleri Genişletmiş Dickey-Fuller(ADF) ve Phillips-Perron (PP) kullanarak yapılmaktadır. ADF ve PP testleri, literatürde genel kabul görmüş birim kök testi testleridir. Aşağıdaki tablolar elde edilen sonuçları göstermektedir:

Tablo 18.

ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişken		Trendsiz		Trendli	
		Test ist.	P**	Test ist.	P**
GSYIH(Y)	Seviyede	-3,418 [0]	0,017	-1,884 [0]	0,640
	Birinci Fark	-4,877 [0]*	0,000	-6,638 [0]*	0,000
DTG	Seviyede	-3,435 [0]	0,016	-2,493 [0]	0,329
	Birinci Fark	-4,544 [0]*	0,001	-5,636 [0]*	0,000
ISM	Seviyede	-3,397[0]	0,018	-0,054 [0]	0,993
	Birinci Fark	-3,964[0]*	0,004	-6,344 [0]*	0,000

Not:* istatistiklarım %5 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir; parantez içindeki değerler gecikme uzunlukları göstermektedir.

Tablo 19.

PP Birim Kök Test Sonuçları

Değişken	**Düzey**	**Trendsiz**		**Trendli**	
		Test ist.	***P*****	***Test ist.***	***P*****
GSYIH(Y)	Seviyede	-5,541	0,000	-2,342	0,401
	Birinci Fark	-4,985*	0,000	-6,638*	0,000
DTG	Seviyede	-4,998	0,000	-3,498	0,055
	Birinci Fark	-4,541*	0,001	-5,638*	0,000
ISM	Seviyede	-3,000	0,044	-0,140	0,991
	Birinci Fark	-4,330*	0,001	-6,451*	0,000

Tablo 16 ve 17'den görüldüğü gibi, ADF ve PP birim kök testi sonuçlanmıştır. ADF ve PP istatistiklerine göre, tüm değişkenlerin seviyelerinde durağan olmamaktadır. Zaman serisi analizinde eşbütünleşme testi yapmak için tüm değişkenler aynı dereceden bütünleşik olması gerekmektedir. Farklı olursa eşbütünleşme testi yapılamamaktadır. Ekonometrik çalışmalarda, bir modelde değişkenler arasında eşbütünleşme olup olmadığını test yapmak için tüm değişkenler aynı derecede olması gerekmektedir. O zaman, seviyede tüm değişkenleri durağan olamadığından dolayı birinci farkı almak gerekmektedir. ADF ve PP testlerine göre birinci farkında durağan olmaktadır. İncelenen tüm değişkenlerin seviyelerinde kararlı olmadığını, ancak birinci farkı yer aldığını kanıtlayan değişkenlerin kararlılığını inceledikten sonra eşbütünleşme çalışması için şartlar bulunmuştur. Bunun için uzun dönem eşbütünleşme analizi kullanılması uygun bulunmaktadır. Ancak eşbütünleşme testi yapmadan önce gecikme uzunluğunu belirlenmesi gerekmektedir. Gecikme uzunluğunu belirlenmesinde ki amacımız sistem denkleminde kaç gecikme uzunluğunun kullanılmasını belirlemektir.

Gecikme uzunlukları: VAR modeli kullanarak eşbütünleşme analizi amacıyla en uygun gecikme uzunluğu önce belirtilmiştir. Tablo 18'de gecikme uzunluklarının belirlenmesinin sonuçları verilmiştir.

Tablo 20.

Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

Gecikme sayısı	Logl	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	30.83848	NA	3.52E-05	-1.739905	-1.602492	-1.694357
1	180.7452	262.3368*	5.30e-09*	-10.54658*	-9.996926*	-10.36438*
2	188.4434	12.02845	5.85E-09	-10.46522	-9.503326	-10.14638
3	194.7700	8.699041	7.22E-09	-10.29813	-8.923999	-9.842642

Tablo 20'den görüldüğü üzere en uygun gecikme uzunluklarının belirlenmesinin sonucu, Olabilirlik oranı(LR), Son tahmin hatası(FPE), Akaike bilgi kriteri (AIC), Schwarz Bilgi kriteri (SC) , Hannan-Quininn Bilgi kriteri (HQ)'den faydalanılmıştır ve kriterlerin bilgilerine göre maksimum gecikme uzunluğu 1 olarak bulunmuştur. Gecikme uzunluğu belirledikten sonra Johansen eşbütünleşme testi yapılmıştır.

Eşbütünleşme testi: Eşbütünleşme çalışması, gecikme değişkenleri ve dışsal değişkenler de dahil olmak üzere iki durağan olmayan değişken arasında uzun süreli kalıcı bir ilişkinin varlığını test etmeyi mümkün kılar. Johansen'in eşbütünleşme testi kullanılarak uzun dönemli ilişki araştırılmıştır. Seçilen test ne olursa olsun, sadece durağan olmayan uzun serilerde önemi vardır. Bu nedenle, eşbütünleşme analizi, bir eşbütünleşme vektörünün varlığını arayarak ve gerektiğinde etkisini ortadan kaldırarak iki değişken arasındaki gerçek ilişkiyi açıkça tanımlamayı mümkün kılar (İnicio,2009,N^0 13-14. journals.openedition.org).

Johansen'in yaklaşımı, Johansen tablo değerleri tarafından belirtilen beş modelin analizine dayanan bir eşbütünleşme testinden oluşturmuştur. Bu modeli Akaike bilgi kriteri model optimize edilmiştir. Bu modelin uzun dönemi ilişkiyi belirlediği tahmin edilmektedir. Sonuçlar tablo 19'da belirtilmiştir.

Tablo 21.

Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları

	İz Testi			Maksimum Öz Değer Testi		
Eşbütünleşme Sayısı	**Test İstatistiği**	**Kritik Değer (%5)**	**P****	**Test İstatistiği**	**Kritik Değer (%5)**	**P****
r=0	47,579*	29,797	0,000	27,378*	21,131	0,005
r≤1	20,201*	15,494	0,009	17,065*	13,264	0,017
r≤2	3,136	3,841	0,076	3,136	3,841	0,076

Note*%5 düzeyinde boş hipotez reddedildiğini, yani eş bütünleşme vardir.

Tablo 21'den sonuçlar anlaşılabileceği üzere, iz testi ve maksimum öz değerin analizi, olasılık testinin %5 inin güven aralığında iki eşbütünleşme ilişkisi ortaya çıkmıştır. Eşbütünleşme denklemi şu şekilde bulunmuştur:

$$\ln Y_t = 0{,}25\ln DTG - 0{,}17\ln ISM \qquad (3)$$

Üçüncü denkleme göre, Mauritius'ta turizm gelirlerinin uzun dönem ekonomik büyüme üzerine etkileri pozitif olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre, turizm gelirlerinin önemli bir çarpan oluşturduğunu gösterilmektedir. Turizm gelirlerinin Mauritius ekonomi büyümeye katkıları gösterecek olursak, turizm gelirinde %1 artış, uzun dönemde Mauritius GSYİH'da %0,25 lık bir artış yaratmaktadır. Ekonomik büyümeye turizm istihdamı ile negatif ilişkisi bulunmuştur. Bu, turizm sektörünün istihdam haddine ulaştığını, dolayısıyla turizm sektöründeki istihdamın % 1'inin artış olursa gayri safi yurtiçi hasılada% 0,17 oranında düşüşe neden olduğunu, Mauritius'taki turizm sektörünün istihdamı başka sektörlere göre sınırının üst sınırına ulaştığını göstermektedir. Eşbütünleşme var ise, hata düzeltme modelinin tahmin edilmesi gerekmektedir.

Modelin hata düzeltmeli tahmini: Hata düzeltme modelinin tahmini, eklerde bulunan Tablo 20'de verilmiştir. Bu tablodaki sonuçlar, en azından bir yönde uzun dönemde bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Hata düzeltme modeli tahmin edildikten sonra tablo 20'sonuçlarına göre, uyarlanma hızı katsayısı -0,0249 olarak çıkmıştır. Bu aşamada T istatistik değeri -4,077 olduğu gösteri, 5% düzeyine göre

anlamlıdır. Ancak hata düzeltme katsayısına göre, kısa dönemde oluşan şoklar her dönem yaklaşık %2,49'sinin ortadan kalktığı ortaya çıkmaktadır.

Nedensellik testi: Uzun dönemli eşbütünleşme bulunduktan sonra, ekonomik büyüme ile turizm gelirleri ve turizm sektöründeki istihdam tarafından ifade edilen turizm sektörü arasındaki ilişkinin yönünü belirleme konusunda bir adım daha ilerlenmiştir**.** Bu amaçla Engle-Granger Nedensellik Testini kullanılmaktadır.

Ekonomik nedensellik anlamı, ekonomik politika oluşturma veya tahmin için esastır (Caribbean studies:2009,21). Bu nedenle çalışmada, Mauritius örneğinde gerekli dersleri almak için, üç değişkenin kanıtlanmış eşbütünleşmesi, Granger nedensellik testini, nedenselliğin ekonometrik bir tahminiyle analiz edilmiştir. Test yapıldıktan sonra tablo 21'de sonuçları açıklanmıştır:

Tablo 22.

Langel-Cranger Nedensellik Sonuçları

Boş hipotezler(H0)	F-istatistikler	P**
Ln İSM lnY'nin Granger nedensel değildir	0.846	0.655
Ln Y lnISM'nin Granger nedensel değildir	3.048	0.2178
Ln DTG lnY'nin Granger nedensel değildir	12.705*	0.0017
Ln Y lnDTG'nin Granger nedensel değildir	0.499	0.779
Ln DTG lnISM'nin Granger nedensel değildir	2.607	0.2716
Ln ISM lnDTG'nin Granger nedensel değildir	4.929	0.085

Not:*istatistiklerinin %5 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir

Tablo 21'de gördüğü gibi, VAR modeli aracıyla kullanarak Granger nedensellik testi yapılmıştır, altı hipotez aynı anda test edilmektedir; yani iki değişken iki arasında alınan üç değişken arasındaki nedensellik edilmiştir. Hipotez, turizm gelirleri ekonomik büyümeye neden olup olmadığı ve bunun tersi olup olmadığı test edilmiştir. Aynı varsayımlar, istihdam düzeyi ile ekonomik büyüme arasında olduğu kadar, istihdam düzeyi ve turizm gelirleri arasında da yapılmıştır.

Tablo 20'un sonuçlarından, bu üç değişken arasında Granger testinin% 5'in eşiğinde, turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki tek yönlü bir nedensel bağlantı olduğunu öne sürdüğünü belirmiştir. Başka bir deyişle, Mauritius eyaletinin bu çalışması durumunda, bu değişken turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye nedensellik ilişkisine rastlandığıdır. Dolayısıyla ampirik sonuç olarak, Mauritius için turizme dayalı ekonomik büyümeye yol açılabildiği söylenebilmektedir. Ayrıca,% 5 düzeyinde,

istihdam seviyesinin turizm seviyesi üzerinde bir etkisi olmadığı gibi, turizm de istihdamdan etkilenmemektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ

Turizm sektörü, küresel ekonomide önemli bir sektör haline geldiği için bir yerden başka bir yere taşınma şeklinde basit bir faaliyet olarak görülmemesi gerekmektedir. İkinci dünya Savaşı'ndan sonra, Dünya turizmi en büyük ve en hızlı büyüyen sektörlerden biri olarak yer almaktadır.

Turizm, yabancı para cinsinden gelirin artırılması, ödemeler dengesi pozisyonunun iyileştirilmesi, doğrudan veya dolaylı olarak birçok nüfus grubuna iş pozisyonu sağlanması ve dünya ülkelerinin GSYİH'sine önemli oranlarda katkıda bulunan, ekonomik kalkınma sürecini bir sektör olarak görülmektedir. Aynı zamanda diğer ekonomik sektörlerle bağlantı kurmaya ve onları harekete geçirmeye yardımcı olmaktadır.

Yıllar içerisinde küresel turist talebi hızla artış göstermiştir. 1950 yılında 25 milyon olan turist sayısı iken 2017'de 1326 milyona yükselmiştir. Aynı zamanda Turizm geliri 2017 yılında 1,340 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Uluslararası turizm kuruluşları bu sektörün 2017 yılında dünya ihracatının yaklaşık %30'unu oluşturduğunu ortaya koymuşlardır. Turizm sektörünün küresel gayri safi yurtiçi hasılaya (GSYİH) katkısı%10,4, ve dünya istihdam oranı tüm sektörlerinden 9,9% olarak gerçekleşmiştir (UNWTO, 2018).

Mauritius'taki turizm deneyimi, çeşitli ekonomik ve sosyal alanlarda bıraktığı olumlu etkilerden dolayı Kuzeybatı Hint Okyanusu ülkelerindeki en başarılı turizm deneyimlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bu durum, turizm sektörünün ekonomik sorunların azaltılmasına katkıda bulunmasını sağlamıştır.

Bu çalışmanın amacı, Mauritius ekonomisinde turizm gelirleri ile iktisadi büyüme arasında uzun dönemde ilişkinin olup olmadığı ve ekonomik büyümeye ne derece katkı sağladığının araştırılmasıdır. Bu amaçla Mauritius'un GSYİH ve turizm gelirleri, turizm istihdamı yardımcıyla 1983-2017 arası yıllık verileri kullanarak VAR modeli oluşturulmuş, birim kök testi yaparak, eşbütünleşme ulaşarak ve değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin olduğunu tespit etmek için, Eviews9 programı kullanırken Granger Nedensellik testi edilmiştir. Bu bağlamda, Testlerden sonra, sonuçlar turizm gelirlerinin GSYH'ye pozitif bir etkisi olduğunu doğrulanmaktadır. Eşbütünleşme testi sonuçlarına göre, turizm gelirleri Mauritius'un uzun dönem ekonomi

büyümesine pozitif katkı sağlamaktadır. Turizm gelirlerinin iktisadi büyümeye katkısını elastiklik yorumlama yapılarak, turizm gelirlerindeki %1 artış GSYIH yaklaşık %0,25 artış yaratmaktadır. Eşbütünleşme analizinin ardından nedensellik sonuçlarına bakılmıştır. Granger nedensellik sonuçlarına göre, turizm gelirlerinden ekonomi büyümeye tek yönlü bir nedenselliği bulunmaktadır. Ancak hem GSYİH'den turizm gelirlerine hem de istihdamdan GSYİH'e ve turizm gelirlerine nedensellik bulunmamaktadır. Böylece, turizm sektörü Maritius'un ekonomi büyümesine önemli katkılarıda bulunduğu ifade edilmektedir.

Bu çalışmada, turizm sektörünün ekonomik büyümeyi destekleme kabiliyetine dair ampirik kanıtlar sunulmuş nedensellik testi sonucunda turizmin Mauritius'un ekonomik büyümesine yol açtığı söylenebilmektedir. Mauritius'taki ekonomi politikası belirleyicileri, turizm potansiyelini ve hizmet kalitesini artırmak için bu sektördeki yatırımları teşvik etmelidir.

Öneriler: Bu çalışma sonucunda elde edilen sonuçlara dayanarak, turizmin Mauritius 'un ekonomik büyümesine olumlu katkıda bulunduğu açıklığa kavuşturulmuştur. Ancak, turizm sektörü politikasını Mauritius ekonomisine doğru yönlendirmek ve bu sektörü geliştirmek ve teşvik etmek için bir girişim olarak ileri sürülebilmektedir.

- Mauritius 'un turizm potansiyelini sürdürülebilir bir şekilde optimize etmek için, ülkede artan turizm talebiyle sonuçlanacak hizmet araçlarını daha da geliştirmesidir.
- Tüm araştırmacıların bu hayati sektörünün akademik çalışmalarını etkinleştirmek için Mauritius üniversitelerinde turizmin yeni bir uzmanlık alanı olarak alınmasıdır.
- Ekonomi için önemli bir finansman kaynağı olduğu için bu sektördeki ortaklığı ve yatırımı teşvik etmesidir.
- Turizm faaliyetlerinin tüm yönleriyle ilgili standart çalışmaları, bunun vizyonunu netleştirmek ve turizm sektörünü iyileştirmek için ekonomik değişkenlerin geri kalanı üzerindeki etkilerini ve etkilerini yoğunlaştırmasıdır

KAYNAKÇA

Abd-el-Kader.M. (2003). *The role of advertising in tourism marketing,* University Foundation for Studies and Publishing, Lebanon, s. 15

Abdul Nabi, S. (2006). *Adopted in tourism and archaeology, Publications of the General People's Committee for Culture and Information,* Libyan Arab Jamahiriya, Tripoli.

Abdelhadi. D, (2006). *Economic tourism industry,* Dar El Fath For Printing & Publishing, Egypt.

Abdul –hakim,M., 2001, Geography of Tourism, 2. Printing, The Anglo Library, Egypt,s.160

Adeeb.A. (2006). *Analysis of tourist activities in Syria using standard models,* Tishreen University Faculty of Economics, Syria.

AKIN, A., (2012). *Hizmetler Sektörü Açısından Turizm,* Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

AKIN, A., 2015. Spor Turizminin Etkileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/2, ss.21.

Aksoy, T. (2017). *Turistik tanitim harcamalarinin turizm talebine etkisi: Türkiye öğrneği,* yüksek lisans tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Konya.

Al-Douri, S., (2000). *Regional and International Tourism Organizations,* Zahran Press, Cairo

Alrawashideh, M. (2014). *Maurice est un melange des cultures et des religions,* lieux touristiques internatinales,20-01-2014.

Alsahn, M. (1999). "*Marketing»,* University House for Publishing & Distribution, Alexandria.

Aslan, A. (2008). *Türkiye'de Ekonomik Büuyüume ve Turizm İlişkisi Üzerine Ekonometrik Analiz,* MPRA Paper No. 10611, posted 19. September, http://mpra.ub.uni-muenchen.de

Al Amrawi, Y. (2013). *The contribution of the tourism sector to the economic development of the case of Algeria*, Al - Baghdadad Magazines for the University Economic Impasse.

Al Houri, I .D., (2001). *Principles of Travel and Tourism,1. Printing,* Al - Warraq Publishing & Distribution, Jourdan, Oman.

Aoucı, 2015, Essay on the determinants of tourism demand in Algeria: Field survey of foreign tourists and leaders of tourist establishments.university abderrahmane mira. bejaia.facult of economic, commercial and management sciences department of economic sciences.s.33

Ayed al-A Kid.M. (2011). Tourism principles, 1. Printing, Athraa publishing and distribution, Jordan, p58

Aouci, M. (2015). *Essay on the determinants of tourism demand in Algeria,* University Abderrahmane Mira. Bejaia, Faculty Of Economic Sciences, thesis, Algeria June 23, 2015

Al-Afandi, M. (2006). *Introduction to Macroeconomics,* AL- Amin for Publishing and Distribution, Sana'a,p38

Al-Ansari, R. (2015). *The impact of tourism on the national economy and the human side,* Iraq, News Network

Al Hamdan, S. (2002). *Modern Management of Touristic & Hotels Enterprises,* Dar Al-Redha for Publishing, Damascus.p61

Al-ain news, Mauritius Island: An exploratory tour of forests surrounded by azure waters, 2019, https://al-ain.com/article/exploratory-tour-embrace-mauritius-island

Bizan, H.A. (2009). *Tourism marketing in Libya between reality and ambitions.* Thèse de doctorat Université de la Hongrie de l'ouest, la Hongrie.

Balaguer, J. ve Jorda, C. M. (2002). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case, *Applied Economics, 34* (7), ss. 877-884. *The International Journal of Economic and Social Research,* Spring 2012, 8(8), Issue:1,8:75-100 96

Brida, J.G., Carrera, E. and Risso, W.A. (2008). A Long-Run Equilibrium Demand Function: The Mexican Tourism, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism, 3*(1), 66-82.

Britton, S.G. (1982). The political economy of tourismin the Third World. *Annals of Tourism Research*, *9,* 331–58.

Bulut, E. (2001). Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2* (3), ss. 71-86.

Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, *C.B.Ü. Yönetim ve Ekonomi Dergi*si, *13* (2), ss. 137-150.

Bahar O. ve Bozkurt K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde TurizmEkonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21*(2), Güz, 255-265.

Balaguer, J. ve Jorda, C. M. (2002). Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case, Applied Economics, 34 (7), ss. 877-884. *The International Journal of Economic and Social Research,* Spring 2012, Vol:8, Year:8, Issue:1,8:75-100 96

Brida, J.G., Carrera, E. and Risso, W.A. (2008). A Long-Run Equilibrium Demand Function: The Mexican Tourism, *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism,* 3(1), 66-82.

Britton, S.G. (1982). The political economy of tourismin the Third World. *Annals of Tourism Research, 9*, 331–58

Bouamoucheh, H. (2012). *The role of the tourism sector in financing the national economy to achieve sustainable development,* Case study of Algeria, Search for a master's degree in the Faculty of Economics, Farhat Abbas University - Setif - Faculty of Economic and Commercial Sciences and Facilitation Sciences, Ageria.

Bouakref, Z. (2012). *Tourism marketing and its role in activating the tourism sector, Algeria case study*, Faculty of Economic Sciences, Algeria University.

Chan, F. Lim, C. ve McAleer, M. (2005). Modelling multivariate international tourism demand and volatility, *Tourism Management*, 26, 459-471.

Chen, C. ve Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea, *Tourism Management, 30*, 812–818.

Chuck Y. (Ed.) (1997). *International Tourism: A Global Perspective,* World Tourism

Chan, F. Lim, C. ve McAleer, M. (2005). Modelling multivariate international tourism demand and volatility, *Tourism Management, 26*, 459-471.

Chen, C. ve Chiou-Wei, S.Z. (2009). Tourism Expansion, Tourism Uncertainty and Economic Growth: New Evidence from Taiwan and Korea, *Tourism Management, 30,* 812–818

Cabanne.C.(2000). Mauritius'ta turizm ve sorunları; LETG-UMR 6554-CNRS Geolittomeri, *Nantes,* 211-215

Çetinbaş H. ve Bektaş, Ç. (2008). Türkiye'de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 19,* 1,

Çelik, A. K., Özcan, S., Topcuoğlu, A., & Yildirim, K. E. (2013). Effects of the Tourism Industry on the Balance of Payments Deficit. *Anatolia, 24*(1)

Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Daabas, Y. (2002). *The consumer behaviour of tourists in light of the reality of developed and developing countries, 1. Printing,* El Baytaash for Publishing & Distribution, Egypt, p169

Dabbagh, M. (2001). *Principles of Travel and Tourism,1. Printing,* Al - Warraq Publishing & Distribution, Jourdan, Oman.

Dabaa, The Economics of Travel and Tourism, Paper Foundation for Publishing and Distribution, Jordan, 2000, p. 172

Dinler. Z. (2012). *İktisada giriş, gözden geçirilmiş,* 18. E K İ N basın yayın dağıtım, Bursa.

DOI, teoros, (2004). Development and tourism: a lasting relationship, *Touristic Research Journal,* $N_{O.}$ 23-3-2004 journal

Emmanel.G, (2008). *Mauritius'ta turizm gelişimi ve sosyal üreme,* Turizm, mobilite ve çağdaş değişimler.

General Organization for Technical Education and Vocational Training, (2014) Saudi Arabia, *Travel and Tourism Marketing,* 43-44

Kharboutli. S. (2002). *Tourism industry of the era* (2. Baskı). Dar Hazm Publishing, Damascus.

Haroun, A. (2000). *The foundations of economic geography,* Arab Thought House, Cairo.

Hamidato, N. (2015). *Tourism activity in Algeria and its impact on economic growth,* Master Thesis, University of Shaheed Hama Lakhdar Valley, Faculty of Economic Sciences,ageria.

Hafeez .M. (2004). *Tourism and its economic and social implications,* University of Constantine.

Ibrahim, W. (2006*). The role of tourism in social development,* Evaluation study of tourist villages, Egypt.

Ibrahim.A. (2014). *Emploi decent et tourisme durable, la situation de l hotellerie a marrakeche,* theoros revu de recherche en tourisme.

Issany.A, (2010). *Economic importance of the development of sustainable tourism the case of Algeria,* Doctoral Thesis, University of Haj Lakhdar, Faculty of Economics, Algeria.

Islam, T. (2014). *The role of tourism in local development, Ghardaia State Study,* University of Qasdi Mirbah, Faculty of Economics, Qasdy.

Joudi, A. (2006). *The importance of marketing in the development of tourism sector in Algeria*, PhD thesis, Algeria University.

Khalid, Q. (2007). *Tourism concept, elements and types, 1. Printing,* House of Enlightenment, Egypt.

Kawash, K. (2004). *The importance of tourism in light of the economic transformations,* Dissertation for a PhD in Economics, Algeria University, Department of Economic Sciences, Algeria.

Kharbouti, S. (2002). *Tourism industry era, Dar Hazem for printing,* distribution and publishing, Damascus.

Lanza, A. P. Temple and G. Urga (2003) "The Implications of Tourism Specialisation In the Long Run: An Econometric Analysis for 13 OECD Economies", *Tourism Management, 24*: 315-321.

Lim D., (1976). "Export Instability and Economic Growth: A Return to Fundamentals", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 38:* 311-322.

Louis, J. (2004). *Fondements d'économie du tourisme, acteur marches et stratégies,* Edition Boeck, France.

Mohammed, T. (2014). *The role of tourism in local development, Ghardaia State Study,* University of Qasdi Mirbah, Faculty of Economics, Qasdy.

Michel zins, G. (1999): Tourism Marketing,edition , 2,Gaetanmorin éditeurs ,France, p.24

Malika Hafeez Shabaki, (2004). *Tourism and its economic and social implications,* University of Constantine.

OLALI, H. (1992a). *Turizm,* Ankara: MEB. Yayınları.

Omar, M. (2010). *The tourism industry and its economic importance, the impact of terrorist acts on tourism, Center for Studies and Research,* Department of Scientific Seminars, Syria Damascus.

Organization (WTO) Publications, Madrid. Copeland, B. R. (1991) Tourism, Welfare and De-industrialization in a Small Open Economy, *Ecominica 58,* November, 512-529.

Poirier, Robert A. (1997). "Political Risk Analysis and Tourism", *Annals of Tourism Research, 24* (3): 675-686.

Qader.A. (2013). *Tourism in Algeria- Prospects and Constraints (2000-2015) under the new tourism strategy,* PhD thesis for economic sciences, University of Algiers.

Robert L. (1981). *International tourism Kserie que sais –je n-1964,* france.

Ram, R. (1985) "Exports and Economic Growth: Some Additional Evidence" *Economic Development and Cultural Change, 33:* 415-425.

Ram R. (1987) "Exports and Economic Growth in Developing Countries: Evidence from Time-Series and Cross-Section Data", *Economic Development and Cultural Change, 36* (1): 51-72.

Robert, L. (1981). *Le tourisme international Kserie que sais –je n-1964,* France 1981.

Süleyman, M. H., (2004). Tourism and its impact on global economic development, the situation of Algerian economy, *Journal of the Researcher in Humanities and Social Sciences,* 2004, N^0-01(https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream)

Sahrawi, M. (2012). *Tourism marketing and its impact on tourism demand, The case of Algeria, Faculty of Economic Sciences,* University of Bakr Belqayed Tlemcen.

Samira, A. (2015). *The role of the promotion strategy in adapting and improving the tourism demand of Algeria with the level of tourism services available*, University of joy Abbas, Algeria.

Suleiman, A, (2009). *Medical tourism in Egypt and the world- Geographical study,* Egyptian Anglo ,Halwan,p11 Supreme Commission for Tourism,(2001). Economic program, Seminar on the economic impact of tourism applied to Saudi Arabia, Ryad.

S.rusu. (2011). Tourism multiplier effect. Faculte of economics .university of arad.romania.journal of economics and business research..issn 2068-3537

Shahinaz ,S., *Tourism banner, Tourism in Mauritius,* https://tourflag.com

T.Joomun (Mrs). *Statistician Tourism Industry Unit,* statistics Mauritius, w: http: //statsmauritius.gov.mu

Tewfik, M. (2008). *Tourism industry,* Dar Zahran, Jordan.s.71

Türkiye cumhuriyeti, dışileri bakanlığı, Morityus un ekonomisi.www.mfa.gov.tr

UNCTAD 2017 Report on Economic Development in Africa, UNCTAD / PRESS / PR / 2017/019 Geneva, Switzerland, (05 July 2017) Web: unctad.org/press PRESS RELEASE

SESRIC. (2017). *İslam Ülkeleri İstatistik,* Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi.

SESRIC. (2001). *İslam Ülkeleri İstatistik,* Ekonomik ve Sosyal Araştırma ve Eğitim Merkezi.s.5

World Tourism Organization, *Sims 2017-2018 and Tourism Report for European Countries 2017*

İNdex Mundi, Mauritius, ekonomi, profil.2018.www.imdexmundi.com / Mauritius / ekonomi_profile.html

COMESA. Mauritius Cumhuriyeti. Mauritius Kalkınma Topluluğu Ulusal Koordinasyon Merkezi.www.comesa.int

Veri dünyası bankası -Mauritius, 22 Ekim 2018'i yayınlıyor https://donnees.banquemondiale.org.

Countryeconomy:com; Mauritius GDP. https://countryeconomy.com/gdp/mauritius.

Emeraude immobilier, la culture mauricienne et les traditions, www.emeraudeimmo.com

Mauritius turizm portalı, 2018, https://www.ile-maurice.fr

Magazine is,2018,htt://www.hiamag.com

Tour falage, Tourism in Mauritius and the best 17 teachers worth your visit, www.tourflag.com

(UNWTO). 2000, highlights editing, Second edition August 2000,

(UNWTO). 2003, Facts and figures section of www.world-tourism.org, Capitán Haya,

(UNWTO). 2004, Facts and figures section of www.world-tourism.org, Capitán Haya

(UNWTO). 2010, Facts and figures section of www.world-tourism.org, www.UNWTO.org/facts

(UNWTO). 2016, Facts and figures section of www.world-tourism.org, www.UNWTO.org/facts

(UNWTO). 2017, Facts and figures section of www.world-tourism.org, www.UNWTO.org/facts

(UNWTO). 2018, Facts and figures section of www.world-tourism.org, Capitán Haya

Mauritius ministry of tourism, www. tourism.govm.org

www.larousse.fr/encyclopedie divers/tourisme

Teoros , tourism research journal, a science of tourism,No:27-1,2008,journal

www.tugberkugurlu.com

Indian ocean travellers guide.www.indian-ocean.com

Trawell good trips star her. https://www.trawell.in

https://www.hiamag.com/

Tour falage, Tourism in Mauritius,www.tourflag.com

Trawell good trips star her. https://www.trawell.in

İstatistikler Mauritius (Maliye ve Ekonomik Kalkınma Bakanlığı kapsamında)

http://statsmauritius.govmu.org ,.

Meethoo JAWAHIR (Mithun)

Statisticien, Unité des comptes nationaux

Division économique tjoomun@govmu.org

EKLER

Annex:

Tablo 15

yillar	GSYIH-milyon dolar (2010 fiyat ile)	Büyüme%	turizm geliri miyon dolar	istihdam	tam istihdam turizmin payı
1983	2,453	0.4	46	4,360	2.3
1984	2,569	4.8	48	4,213	2.2
1985	2,747	6.9	70	4,650	2.3
1986	3,015	9.7	106	4,862	2.2
1987	3,283	10.4	162	5,555	2.3
1988	3,506	6.8	177	6,793	2.6
1989	3,663	4.5	180	7,205	2.7
1990	3,926	7.2	279	8,902	3.2
1991	4,100	4.4	281	10,100	3.5
1992	4,367	6.5	283	11,251	3.9
1993	4,589	5.1	315	12,431	4.3
1994	4,779	4.1	401	13,658	4.7
1995	4,984	4.3	420	13,855	4.8
1996	5,262	5.6	459	14,416	5.0
1997	5,561	5.7	478	15,425	5.4
1998	5,899	6.1	496	16,490	5.6
1999	6,053	2.6	543	16,235	5.5
2000	6,599	8.2	542	17,433	5.9
2001	6,769	3.2	625	19,522	6.5
2002	6,912	1.6	612	20,729	7.0
2003	7,165	6.0	684	21,860	7.3
2004	7,577	4.3	845	22,613	7.6
2005	7,671	1.5	879	25,377	8.7
2006	8,326	4.5	1,025	25,798	8.8
2007	8,802	5.7	1,297	26,622	8.8
2008	9,277	5.4	1,453	29,000	9.4
2009	9,584	3.3	1,217	27,695	9.2
2010	10,004	4.4	1,277	27,716	9.1
2011	10,412	4.1	1,486	28,542	9.2
2012	10,776	3.5	1,483	29,120	9.3
2013	11,138	3.4	1,323	29,324	9.3
2014	11,555	3.7	1,447	29,577	9.3
2015	11,965	3.6	1,429	29,683	9.3
2016	12,425	3.8	1,559	30,750	9.7
2017	12,899	3.9	1,733	30,919	9.7

Eşbütünleşme

Date: 04/11/19 Time: 11:01
Sample (adjusted): 1986 2017
Included observations: 32 after adjustments
Trend assumption: Linear deterministic trend
Series: D(LNY) D(LNISM) D(LNDTG)
Lags interval (in first differences): 1 to 1

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Trace Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.574959	47.57970	29.79707	0.0002
At most 1 *	0.413328	20.20149	15.49471	0.0090
At most 2	0.093357	3.136217	3.841466	0.0766

Trace test indicates 2 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)

Hypothesized No. of CE(s)	Eigenvalue	Max-Eigen Statistic	0.05 Critical Value	Prob.**
None *	0.574959	27.37821	21.13162	0.0058
At most 1 *	0.413328	17.06528	14.26460	0.0176
At most 2	0.093357	3.136217	3.841466	0.0766

Max-eigenvalue test indicates 2 cointegrating eqn(s) at the 0.05 level
* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level
**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted Cointegrating Coefficients (normalized by b'*S11*b=I):

D(LNY)	D(LNISM)	D(LNDTG)
-51.23834	-9.215107	13.02757
-93.66027	14.86506	3.213641
11.05702	18.14701	1.514660

Unrestricted Adjustment Coefficients (alpha):

D(LNY,2)	0.004923	0.008304	-0.004319
D(LNISM,2)	0.012393	-0.024873	-0.007791
D(LNDTG,2)	-0.078909	0.020722	-0.030011

1 Cointegrating Equation(s): Log likelihood 162.7218

Normalized cointegrating coefficients (standard error in parentheses)

D(LNY)	D(LNISM)	D(LNDTG)
1.000000	0.179848	-0.254254
	(0.07846)	(0.03289)

Adjustment coefficients (standard error in parentheses)

D(LNY,2)	-0.252266
	(0.19337)
D(LNISM,2)	-0.634999
	(0.46883)
D(LNDTG,2)	4.043180
	(1.21929)

2 Cointegrating Equation(s): Log likelihood 171.2544

Normalized cointegrating coefficients (standard error in parentheses)

D(LNY)	D(LNISM)	D(LNDTG)
1.000000	0.000000	-0.137418
		(0.01843)
0.000000	1.000000	-0.649641
		(0.11055)

Adjustment coefficients (standard error in parentheses)

D(LNY,2)	-1.030039	0.078073
	(0.36499)	(0.05979)
D(LNISM,2)	1.694656	-0.483949
	(0.83251)	(0.13638)
D(LNDTG,2)	2.102372	1.035188
	(2.50458)	(0.41031)

Vektör Hata Düzeltme Tahminleri

Vector Error Correction Estimates
Date: 04/11/19 Time: 11:03
Sample (adjusted): 1985 2017
Included observations: 33 after adjustments
Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ]

Cointegrating Eq:	CointEq1
LNY(-1)	1.000000
LNISM(-1)	1.573362
	(0.90510)
	[1.73834]
LNDTG(-1)	-0.871699
	(0.56120)
	[-1.55328]
C	-18.49418

Error Correction:	D(LNY)	D(LNISM)	D(LNDTG)
CointEq1	-0.024968	-0.059873	-0.140212
	(0.00612)	(0.01613)	(0.04933)
	[-4.07783]	[-3.71135]	[-2.84240]
D(LNY(-1))	-0.318155	0.433908	0.655915
	(0.18621)	(0.49062)	(1.50020)
	[-1.70858]	[0.88441]	[0.43722]
D(LNISM(-1))	-0.109730	0.001033	-0.980234
	(0.05619)	(0.14805)	(0.45271)
	[-1.95279]	[0.00698]	[-2.16528]
D(LNDTG(-1))	0.019589	-0.027942	-0.044921
	(0.02504)	(0.06597)	(0.20173)
	[0.78232]	[-0.42354]	[-0.22268]
C	0.068944	0.041989	0.139252
	(0.00959)	(0.02526)	(0.07723)

	[7.19199]	[1.66246]	[1.80306]
R-squared	0.431097	0.529195	0.317819
Adj. R-squared	0.349825	0.461937	0.220364
Sum sq. resids	0.006978	0.048440	0.452907
S.E. equation	0.015786	0.041593	0.127182
F-statistic	5.304376	7.868140	3.261203
Log likelihood	92.79033	60.82011	23.93654
Akaike AIC	-5.320626	-3.383037	-1.147669
Schwarz SC	-5.093883	-3.156293	-0.920926
Mean dependent	0.048898	0.060400	0.108679
S.D. dependent	0.019578	0.056703	0.144039
Determinant resid covariance (dof adj.)		5.78E-09	
Determinant resid covariance		3.53E-09	
Log likelihood		180.6376	
Akaike information criterion		-9.856827	
Schwarz criterion		-9.040550	

Gecikme uzunluğu

VAR Lag Order Selection Criteria

Endogenous variables: LNY LNISM LNDTG

Exogenous variables: C

Date: 04/11/19 Time: 11:09

Sample: 1983 2017

Included observations: 32

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	30.83848	NA	3.52e-05	-1.739905	-1.602492	-1.694357
1	180.7452	262.3368*	5.30e-09*	-10.54658*	-9.996926*	-10.36438*
2	188.4434	12.02845	5.85e-09	-10.46522	-9.503326	-10.14638
3	194.7700	8.699041	7.22e-09	-10.29813	-8.923999	-9.842642

* indicates lag order selected by the criterion

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

Nedensellik testi

VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests

Date: 04/11/19 Time: 11:05

Sample: 1983 2017

Included observations: 33

Dependent variable: LNY

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
LNISM	0.846117	2	0.6550
LNDTG	12.70507	2	0.0017
All	20.33733	4	0.0004

Dependent variable: LNISM

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
LNY	3.048000	2	0.2178
LNDTG	2.607077	2	0.2716
All	16.55451	4	0.0024

Dependent variable: LNDTG

Excluded	Chi-sq	df	Prob.
LNY	0.499465	2	0.7790
LNISM	4.929798	2	0.0850
All	31.25808	4	0.0000

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Ali Mohamed Youssouf İdjiha

Doğum Yeri ve Tarihi : MBENİ-KOMORLAR / 19.09.1988

E-posta : idjihadi25@gmail.com

EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite (Yüksek Lisans) : Çukurova Üniversitesi

Üniversite (Lisans) : Uluslararası Afrika Üniversitesi khartum

Lise : lycée de la solidarité islamique

Yabancı Dil : Arapça, fransızca