

Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı

Tourism Potential of Turkey: Gravity Model Approach

Kadir KARAGÖZ

İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ÖZ

Turizm sektörü, birçok dünya ülkesinde olduğu gibi Türkiye'de de son yıllarda önem kazanmıştır. Küresel turist akımı ve turizmden elde edilen gelir istikrarlı bir artış göstermektedir. Bunun sonucunda turizmin ekonomik büyüme ve kalkınmada etkili bir araç olarak önemi de artmaktadır. Birçok ülke için turizm ciddi bir ilave gelir, döviz, istihdam ve vergi geliri kaynağıdır. Türkiye de turizm gelirleri açısından dünyanın önde gelen ülkelerinden biridir. Bu nedenle turizm sektörünün daha da geliştirilmesi için Türkiye'ye yönelik turist akımı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Bu çalışma bu yönde bir adım atmaya amaçlamaktadır. Çalışmada Türkiye'ye gelen turist sayısını etkileyen talep-yanlı faktörler ve Türkiye'nin ülkelere göre turizm potansiyeli çekim modeli yaklaşımıyla araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, ülkelerin ekonomik büyüklük, uzaklık, kültürel ve tarihsel bağlantı ve komşuluk gibi özelliklerinin Türkiye'ye yönelik turist akımı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, çalışmanın sonunda turist akımı açısından genişleme potansiyeli taşıyan ve potansiyelini aşan ülkelerin listesi de verilmiştir.

Anahtar sözcükler: Türkiye, turizm, çekim modeli.

ABSTRACT

The tourism sector, like most of the other countries of the world, has also gained importance in Turkey in last few decades. Global tourist flows and tourism income have a steady increase. Hence, as an effective tool for economic development and welfare, importance of tourism is rising. Tourism is a capital source of an additional income, exchange, employment and tax revenue for most countries. Turkey is also one of the prominent countries of the world in point of tourism incomes. Thus, it is important to develop the tourism sector more and to reveal the tourism potential of Turkey. This paper aims to make an attempt for this purpose. In the paper, the demand-side factors which effect the tourist arrivals and tourism potential of Turkey with respect to source countries have been investigated. The obtained findings reveal that the characteristics of countries such as economic size, distance, cultural and historical ties and adjacency etc. have a meaningful impact on tourist flows to Turkey. Additionally, a list of countries those have an expandable potential and exceeded potential have been given at the end of the paper.

Key words: Turkey, tourism, gravity model.

GİRİŞ

Turizm, dünyada en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Küresel turist akımı ve turizmden elde edilen gelir son yıllarda istikrarlı bir artış göstermektedir. Bunun sonucunda, turizmin ekonomik büyüme ve kalkınmada etkili bir araç olarak önemi de artmaktadır. Birçok ülke için turizm önemli bir ilave gelir, döviz, istihdam ve vergi geliri kaynağıdır. 2006 itibarıyla küresel turist akımı 846 milyon kişiye, turizm gelirleri ise 733 milyar \$'a ulaşmıştır. Bu değerlerin 2020 yılında 1,56 milyar kişi ve 2 trilyon \$'a çıkacağı tahmin edilmektedir (UNWTO 2007).

Turizm, ödemeler dengesi üzerinde önemli etkileri bulunan görünmeyen bir ihracat kalemi olarak değerlendirilebilir. Bu bakımdan turizm, ülke

içinde perakende fiyatlarla yapılan mal ve hizmet ihracıdır. Otomasyon ve mekanizasyon kabiliyeti oldukça düşük olan sektörde istihdam/yatırım oranı da genel olarak yüksektir. Turizm, yarattığı uyarıcı etkiler nedeniyle de dolaylı olarak diğer birçok sektörde üretim, istihdam ve gelir artışına neden olmaktadır (Kozak vd. 2000: 8). Turizm sektörünün sahip olduğu mikro ve makro dışsallıklar ve büyüme potansiyeli birçok ülkeyi bu pastadan daha fazla pay almak için kıyasıya bir yarışa sevk etmektedir. Bu durum da, bir ülkeye yönelen turizm akımı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesini önemli hale getirmektedir.

Türkiye de dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biridir ve günümüzde turizm ekonomi

içerisinde giderek ağırlığı artan önemli bir sektör haline gelmiştir. UNWTO verilerine göre, 2006 yılı itibarıyla Türkiye'nin turizm gelirleri GSYH'sinin % 13,53'ü kadardır. Türkiye, 2006 yılında turizmden elde ettiği 16,9 milyar \$'lık gelire dünyada turizmden en fazla gelir elde eden ilk on ülke arasında (9. sırada) yer almaktadır (bkz. Tablo-1). Ancak yine de, Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi ve tarihsel zenginliklerinden kaynaklanan turizm potansiyelini tam olarak değerlendirdiği söylenemez. Türkiye gibi bir Akdeniz ülkesi olan İspanya'nın 2006 yılında turizmden elde ettiği gelir 51,1 milyar \$, İtalya'nın ise 38,1 milyar \$'dır (UNWTO 2007). Bu nedenle Türkiye'nin turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması ve buna uygun politikaların izlenmesi sektörün daha plânlı ve kontrollü olarak geliştirilmesi bakımından önem taşımaktadır. Bunun da iki yönlü olduğu söylenebilir; birincisi, bir "tatil ülkesi" olmanın yanı sıra kültür, kongre/toplantı, doğa turizmi açısından da ilgiyi artırmak için politikalar oluşturulması. İkincisi ise Türkiye'ye turist gönderen ülkeler açısından çeşitliliği artırmak ve küresel turist akımından daha fazla pay alabilmek için politikalar belirlemektir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin küresel turizm potansiyelini ortaya koymaktır. Böylece şu üç sorunun cevabı da verilebilecektir. Türkiye'nin turizmi 1) hangi ülkeler için potansiyelinin altındadır, 2) hangi ülkeler için potansiyeline ulaşmıştır, 3) hangi ülkeler için potansiyelini aşmıştır. Böylece turist akımının potansiyelin altında seyrettiği ülkelerden turist akımını geliştirilmek için uygun iki-taraflı politikalar belirlenerek ilişkiler canlandırılabilir.

Bunun için uygun teşvik politikaları da bir araç olarak göz önünde bulundurulabilir.

TÜRKİYE'NİN TURİZM POTANSİYELİ

Türkiye'de ekonomi politikalarının geniş bir perspektifle tartışılmaya başlandığı 1960'lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başladığı yılları ifade etmektedir (Çımat ve Bahar 2003: 3). Türkiye'de kutsal yerler, sağlık ve yaz tatili amaçlı yurtiçi turizmin geçmişi eskilere dayansa da, ülkenin uluslararası turizm piyasasına açılması 1980'lerin sonlarına rastlamaktadır (Yıldırım ve Öcal 2004: 1). 1980'lerin başlarında başlayan dışa açılma ve liberalleşme politikaları ile birlikte uluslararası mal ve hizmet ticareti gibi turizm de önem verilen konulardan biri haline gelmiş, bu yöndeki yatırımlar da devlet tarafından desteklenmiştir. Turizmin gelişmesinde 1982 tarihli "Turizmi teşvik kanunu"nu ile sektöre sağlanan yatırım teşvikleri ve mali desteğin çok önemli etkisi olduğu söylenebilir (Bahar 2006:138). Bu destekleyici politikalar sayesinde, 1980 yılında GSYH içinde % 0,6 olan turizmin payı 2006 yılında % 13,5'e çıkmıştır. Ödemeler dengesi açığını kapatmada da turizm gelirleri en önemli kaynaklardan biridir (Kar vd. 2004). Günümüzde turizm sektörü, imalat sanayisinden sonra en önemli döviz ve istihdam kaynağı durumundadır. Diğer taraftan turizm büyüme, istihdam ve verimlilik artışı açısından da uygun bir araç olarak değerlendirilmiştir. Uzun dönemde turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerinde olumlu etkide bulunduğu dair ampirik bulgular mevcuttur (Bahar 2006; Gündüz ve Hatemi-J

Tablo 1. Turist sayısı ve turizm gelirleri açısından önde gelen ülkeler

Gelen Turist Sayısı (Milyon kişi)					Turizm Geliri (Milyar ABD \$)				
Sıra	Ülke	2005	2006	% Değ.	Sıra	Ülke	2005	2006	% Değ.
1	Fransa	75,9	79,1	4,2	1	A.B.D.	81,8	85,7	4,8
2	İspanya	55,9	58,5	4,5	2	İspanya	48,0	51,1	6,6
3	A.B.D.	49,2	51,1	3,8	3	Fransa	42,3	42,9	1,5
4	Çin	46,8	49,6	6,0	4	İtalya	35,4	38,1	7,7
5	İtalya	36,5	41,1	12,4	5	Çin	29,3	33,9	15,9
6	İngiltere	28,0	30,7	9,3	6	İngiltere	30,7	33,7	9,8
7	Almanya	21,5	23,6	9,6	7	Almanya	29,2	32,8	12,3
8	Meksika	21,9	21,4	-2,6	8	Avustralya	16,9	17,8	5,8
9	Avusturya	20,0	20,3	1,5	9	Türkiye	18,2	16,9	-7,2
10	Rusya	19,9	20,2	1,3	10	Avusturya	16,0	16,7	4,0

Kaynak: (UNWTO, 2007)

2005; Yıldırım ve Öcal 2004). Bununla birlikte, son yıllarda gelen turist sayısı artarken turist başına harcama miktarındaki azalmaya bağlı olarak turizm gelirlerinde nisbî bir gerileme görülmektedir (Ünlüöner ve Kılıçlar 2004).

Türkiye için birçok turizm talep tahmini analizi yürütülmüştür. Halıcıoğlu (2004), ARDL yöntemi ile yürüttüğü talep tahmini analizinde, Türkiye için turizm talebinin istikrarlı bir yapıda olduğu ve yabancı turistlerin Türkiye tercihleri üzerinde etkili olan en anlamlı faktörün dünya gelir düzeyi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. İçöz vd.'nin (1998) Türkiye'ye en fazla turist gönderen on Avrupa ülkesi için turizm talebini etkileyen arz-yanlı faktörleri araştırdıkları çalışmada ise turizm talebi üzerinde tüketici fiyat endeksi ve döviz kurunun çok, yatak sayısının ise az etkili olduğu sonucuna varılmaktadır.

LİTERATÜR

Uluslararası ticaret akımlarının analizinde sıkça kullanılan çekim modeli çeşitli ülkeler için turizm akımının analizinde de kullanılmıştır. Buradaki hareket noktası, sermaye ve emeğe dayanarak hizmet üretilen bir sektör olarak turizmin uluslararası ticaretin bir parçası olduğudur. Ancak klasik mal akımından farklı olarak burada ticarete konu olan şey genellikle ülkeye özgü, ölçülemeyen ve hesaplanamayan bir özelliktir (örneğin; piramitler, Eiffel Kulesi, Çin Seddi vsr.). Bunun yanında, literatürdeki çalışmalarda gelir, uzaklık, nüfus gibi klasik çekim değişkenlerinin yanı sıra spesifik değişkenler de denkleme dâhil edilmektedir.

Durberry (2000), çekim modeli yardımıyla İngiltere için turizm talebi ve esnekliğini tahmin ettiği çalışmada yedi ülkeden İngiltere'ye turist akımının yer aldığı panel veri analizi ile piyasanın rekabet durumunu araştırmıştır. Analiz sonucunda İngiltere'de turizm harcamalarının fiyat ve döviz kuru değişikliğinden istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilendiği ve talebin fiyat esnekliğinin 1'e yakın olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. AB ülkeleri içinde İngiltere'nin KDV'nin yüksek olduğu ülkeler arasında yer aldığı ve KDV'de yapılacak indirimin turizm sektöründe diğer ülkeler karşısında bir rekabet üstünlüğü sağlanmasına imkân vereceği, ayrıca turizm gelirlerinde düşüşün bir ölçüde sterlindeki değerlenmeden kaynaklandığı görüşü öne sürülmektedir.

Gil-Pareja vd. (2007) avroya geçişin 12 AB üyesi ülkenin bölge-içi turist akımları üzerindeki etkisini

çekim modeli yapısı içinde incelemişlerdir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre Avrupa bölge-içi turizm açısından dünyada en yüksek paya sahiptir. Avroya geçişin beklenen etkilerinden biri "tek para birimi" sayesinde döviz kuru oynaklığını bertaraf ederek ve piyasalarda saydamlığı sağlayarak mal ve hizmet ticaretini artırmaktır. Tek para birimine geçişin mal ticaretinde olduğu gibi bölge-içi turizm akımı üzerinde de genişletici bir etkide bulunması beklenmektedir. Yazarlar bu amaçla ticaret akımlarının açıklanmasında başarılı sonuçlar veren çekim modeli yaklaşımını kullanarak yürüttükleri analiz sonucunda, diğer faktörler sabitken, ortak para birimine geçişin 1999-2002 döneminde bölgedeki turist akımını artırdığı bulgusuna ulaşımlardır.

Matias (2004) ise genelde turizm akımları, özelde Portekiz'e yönelik turizm akımı üzerinde etkili olan nedenleri çekim modeli yapısı içinde araştırmıştır. Model tahminleri, GSYH ve (ekonomik) uzaklığın turist akımları üzerinde önemli etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece Portekiz'e turist gönderen ülkeler içinde İspanya'nın birinci sırada bulunması da ampirik olarak açıklanabilmektedir.

Eita ve Jordaan (2007), çekim modeli yardımıyla Namibya'nın turizm potansiyelini araştırmışlardır. Döviz kuru ve enerji üretim düzeyi ile ilgili ilave değişkenlerin de dâhil edildiği panel çekim modeline dayalı analiz sonucunda, 1996-2005 döneminde partner ülkenin komşu olmasının ve zenginliğin Namibya'ya yönelik turist akımı üzerinde olumlu etkide bulunduğu, yine döviz kurundaki artış (yerli paranın değer kaybetmesi) ve elektrik üretimindeki artışın da turist sayısını artırdığı bulgusunu elde etmişlerdir. Ulaşım maliyetleri (uzaklık) ise beklendiği gibi negatif etkiye sahiptir. Diğer taraftan tahmin edilen modele dayalı simülasyon sonuçları Angola, Avusturya, Botswana, Almanya, G. Afrika ve A.B.D.'den gelen turist akımlarının potansiyelin altında olduğunu ortaya koymaktadır.

YÖNTEM

İki ülke arasındaki mal ve faktör (mal, hizmet, sermaye, turist, göç vsr.) hareketleri hem karmaşık hem de birbirlerine bağlı birçok değişkenden etkilenmektedir. Turist akımını etkileyen faktörleri açıklamak ve akımı kontrol etmek üzere bugüne kadar birçok farklı yaklaşım geliştirilmiştir. Bunlardan biri de, ülkelerin (nüfus, ekonomi yönünden) büyüklüklerinin akımı artırdığı, uzaklığın ise aşındırıcı etkide bulunduğu temel hipotezine dayanan çekim modeli yaklaşımıdır.

Çekim modeli, ikili mal ve hizmet akımlarının analizine mekânsal unsurların da dâhil edilmesine imkân vermektedir. 1860'larda H. Carey çekim modelini davranış bilimlerine uygulamış, bundan sonra da sosyal bilimlerde geniş bir uygulama alanı bulmuştur. Tinbergen (1962) ve Pöyhönen (1963)'in ilk kez ekonometrik uygulamasını yaptıkları ve Linnemann'ın (1966) başka açıklayıcı değişkenler ekleyerek uluslararası ticaret akımlarının analizinde kullandığı çekim modelinin sağlam teorik temellere oturtulması ise çok daha sonraları Anderson (1979) ve Bergstrand (1985) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Çekim modelleriyle uluslararası ticaret teorisi arasındaki ilişkinin araştırılması çekim modelinin farklı teorilerden türetilmesi ve modelin ticaret teorilerini desteklemek ve/veya test etmekte kullanılması sonucunu doğurmuştur. Örneğin, Anderson (1979) çekim modelini harcama sistemlerinden, Bergstrand (1985) genel denge sisteminin bir alt kısmî denge sistemi olarak, Helpman (1987) bir eksik rekabet modelinden ve Deardorff (1995) ise Hecksher-Ohlin modelinden türetmişlerdir.

Tinbergen (1962) ve Pöyhönen'in (1963) yaklaşımları, Newton'un Genel Çekim Kanunu'nun ikili ticaret ilişkisine uyarlanmış biçiminden ibarettir. Newton'un çekim kanununa göre; cisimler birbirlerini kütleleri ile doğru, aralarındaki uzaklık ile ters orantılı olarak çekerler. Buna göre, iki ülke arasındaki ticaretin miktarının da, ülkelerin büyüklükleri ile doğru, aralarındaki uzaklık ile ters orantılı olduğu düşünülebilir. O halde, basit çekim modeli şöyle ifade edilebilir;

$$T_{ij} = A \cdot \frac{(Y_i \times Y_j)^\alpha}{D_{ij}^\beta} \quad (1)$$

Burada; T_{ij} , iki ülke arasındaki ticarî akımı; A , orantı sabitini; Y_i ve Y_j , i ve j ülkesinin (ekonomik büyüklüğünü (GSYH, kişi başına GSYH veya nüfus); D_{ij} , ülkelerin başkentleri veya ticaret merkezleri arasındaki uzaklığı göstermektedir. A , α ve β modelin parametreleridir. Önsel olarak α pozitif, β ise negatiftir.

Denklem-1'in her iki tarafının logaritması alındığında model doğrusallaştırılmış olur. Buna göre tahmin edilebilecek denklem aşağıdaki gibidir;

$$\log T_{ij} = A^* + \alpha \log (Y_i \times Y_j) - \beta \log D_{ij} + u_{ij} \quad (2)$$

Burada, A^* ($= \log A$), α ve β tahmin edilecek olan parametrelerdir. u_{ij} ise sıfır ortalamalı, sabit varyanslı hata terimidir ve ikili ticareti etkileyen rassal faktörlerin etkilerini temsil etmektedir. Denklemde göre iki ülke arasındaki ticaret hacmi, ülkelerin büyüklüklerinin artan, aralarındaki uzaklığın ise azalan bir fonksiyonudur.

Çekim modeli, eksik rekabete ve Hecksher-Ohlin modeline dayalı uluslararası ticaret teorileri ile tutarlıdır (Ram ve Prasad 2007). Bazı çekim modellerinde "uzaklık" açıklayıcı bir faktör olarak denklemde dâhil edilmemekte ise de, denklemde bulunmasının birçok önemli gerekçesi arasında şunlar sayılabilir (Batra 2004:3);

- Uzaklık, taşıma maliyetleri için yaklaşık bir göstergedir.
- Uzaklık, teslim süresi için yaklaşık bir göstergedir. Özellikle dayanıksız mallar için teslim süresinin uzaması önemli bir risk unsurudur.
- Uzaklık, uyumlaştırma maliyetleri için yaklaşık bir göstergedir. Çok sayıda girdiyi birleştiren üretim süreçlerinde, herhangi bir darboğaza meydan vermemek için ithal girdilerin üretime girişinin uyumlaştırılması gerekmektedir. Uzaklık arttıkça uyumlaştırma maliyeti de artacaktır.
- Uzaklık, işlem maliyetleri için yaklaşık bir göstergedir. Uzaklığa bağlı olarak iletişim ve bürokratik işlemlerin artması beklenebilir.
- Uzaklık, kültürel farklılık için yaklaşık bir göstergedir. Coğrafi uzaklıkla birlikte kültürel farklılığın da artması doğaldır. Kültürel farklılık ise çoğu zaman ticarî ilişkileri kısıtlayıcı bir rol oynayabilmektedir.

Eksik rekabet ve Hecksher-Ohlin modeline dayalı uluslararası ticaret teorileri gelir ve uzaklığın temel değişkenler olarak çekim modelinde yer almasını doğrulamaktadır (Batra 2004: 4). Bununla birlikte, çoğu çalışmada coğrafi koşullar, tarihsel ve kültürel bağlar, ekonomik politikalar (aynı ticaret örgütü içinde yer almak, benzer ekonomik yapıya sahip olmak, döviz kuru oynaklığı vb.) gibi ülkeye-özü faktörlerin etkilerini hesaba katmak amacıyla ilave değişkenlerin de modele dâhil edildiği genişletilmiş (augmented) çekim modeli kullanılabilir. Denklemde elde edilen, ticaretin gelir ve uzaklık esneklikleri oldukça tutarlı, doğru işaretli ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Bununla birlikte, çekim modeli iki ülke arasındaki ticareti analiz ederken üçüncü ülkenin etkisini hesaba katmamaktadır.

MODEL, DEĞİŞKENLER VE VERİLER

İkinci bölümde tanımlanan çekim modelinin (1) nolu denklemde verilen temel formunun turist akımlarına uygulanmış biçimi (3) nolu denklemdeki gibidir. Buna göre, i ülkesinden gelen turist sayısı turistlerin geldiği ülkenin büyüklüğü ile doğru, aradaki uzaklık ile ters orantılıdır. Evsahibi ve turist gönderen ülkenin GSYH'sinin büyüklüğü turist akımını artırıcı etkide bulunmaktadır. Bu durumda evsahibi veya turist gönderen ülkelerin büyüklüğü sıfıra yaklaştıkça gelen turist sayısı da sıfıra yaklaşacaktır.

Uzaklığın turist akımı üzerindeki etkisi ise azaltıcı yönde olabileceği gibi artırıcı yönde de olabilir. Uzaklıkla birlikte kültürel ve coğrafi benzerlikler azalacağı için egzotik yerleri ziyaret isteği turist sayısını artırabilir. Aynı farklılık turist akımını azaltıcı etkide de bulunabilir. Diğer taraftan, uzaklık arttıkça ulaşım maliyetleri de arttığı için seyahat daha pahalı hale geleceğinden uzak ülkelere turist akımı azalabilir. Bu etkilerden hangisinin baskın olduğuna bağlı olarak katsayının işareti de değişecektir.

$$TUR_i = A \times [G_i / U_i] \quad (3)$$

Bu ilişki bir uzun dönem dengesini ifade etmektedir ve uzun dönemde denklemden elde edilen tahminî turist sayısı gerçekleşen değere eşit olacaktır ($T\hat{U}R = TUR$). Ancak, kısa dönemde bu dengede durumundan sapmalar olabilir. Eğer, $T\hat{U}R < TUR$ ise ülke beklenenden daha fazla, $T\hat{U}R > TUR$ ise beklenenden daha az turist çekiyor demektir. Daha büyük nüfusa sahip ülkelerde turizm talebinin de daha fazla olabileceği varsayımıyla, çoğu zaman ilgili ülkelerin nüfusları da modele dâhil edilmektedir.

$$TUR_i = A \times (N_i) \times [G_i / U_i] \quad (4)$$

(4) nolu denklem düzenlenerek yeniden aşağıdaki gibi yazılabilir,

$$TUR_i = A \times (N_i) \times [G_i / U_i] \quad (5)$$

Böylece turist akımı kişi başına GSYH ve iki ülke arasındaki uzaklığın bir fonksiyonu olarak ifade edilmiş olmaktadır. Bu çarpımsal denklemin logaritması alınıp doğrusallaştırılarak aşağıdaki tahmin edilebilir biçime ulaşılmaktadır,

$$\ln TUR_i = \beta_0 + \beta_1 \ln N_i + \beta_2 \ln G_i - \beta_3 \ln U_i + e_i \quad (6)$$

Analizde kullanılan değişkenler şunlardır;

TUR_i : Ülkeler itibariyle, yıl içinde Türkiye'ye gelen turist sayısı (2006).

KBG_i : Turist gönderen ülkenin kişi başına GSYH'si (2006).

G_i : Turist gönderen ülkenin GSYH'si (2006).

U_i : Turist gönderen ülkenin (başkentinin) Türkiye'ye uzaklığı.

Turist akımı üzerinde etkili olduğu düşünülen diğer birtakım faktörlerin etkisi bir dizi kukla değişken ile modelde temsil edilmektedir. Analizde kullanılan kukla değişkenler aşağıda tanımlanmıştır.

$K1$: Türkiye ile kültürel, tarihsel ve/veya ırkî yakınlık içinde olan ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$K2$: Türkiye'ye ile komşu olan ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$K3$: Müslüman ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

$K4$: Avrupa ülkeleri için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken.

TUR_i değişkenine ait veriler Emniyet Genel Müdürlüğü'nden, G_i değişkenine ait veriler Dünya Bankası veritabanından, U_i değişkenine ait veriler ise www.mapcrow.com sayfasından elde edilmiştir. Çekim modeli logaritması alınarak doğrusallaştırıldığı için kukla değişkenler dışındaki değişkenler logaritmik değerleriyle kullanılmışlardır.

Böylece elde edilen genişletilmiş çekim modeli aşağıda biçimdedir;

$$\ln TUR_i = \beta_0 + \beta_1 \ln N_i + \beta_2 \ln G_i - \beta_3 \ln U_i + \beta_4 K1 + \beta_5 K2 + \beta_6 K3 + e_i \quad (7)$$

Çalışmada, 2006 yılında Türkiye'ye gelen ve en az bir gece konaklayan turistlere ait yatay kesit verileri kullanılmıştır. Emniyet Genel Müdürlüğü'nden temin edilen bilgilere göre, 2006 yılında 97 farklı ülkeden Türkiye'ye toplam 20 milyona yakın turist gelmiştir.

ANALİZ VE BULGULAR

Regresyon tahminleri, denkleme dâhil edilen değişkenlere bağlı olarak farklı model spesifikasyonlarına karşı duyarlıdır. Bu nedenle (7) nolu denklemde verilen genişletilmiş çekim modeli hem bütün olarak, hem de kukla değişkenler itibariyle alterna-

tif spesifikasyonlar için tahmin edilmiştir. Tahmin sonuçları Tablo 1'de toplu olarak sunulmuştur.

Tahmin sonuçlarına göre, Türkiye'ye gelen turist sayısı turistlerin geldiği ülkenin ekonomik büyüklüğünden (olumlu yönde) ve ülkenin uzaklığından (olumsuz yönde) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilenmektedir. Turistlerin geldiği ülkenin nüfus açısından büyük olmasının ise turist akımı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Diğer taraftan, turistlerin geldiği ülkenin Türkiye ile tarihsel, kültürel ve/veya ırkî bağları ve ortak sınıra sahip olması turist akımı üzerinde anlamlı bir şekilde artırıcı bir etkiye sahipken, ülkenin bir Müslüman ülkesi olması turist akımı üzerinde anlamlı fakat azaltıcı bir etkide bulunmaktadır. Bu sonuç, Müslüman ülkelerin genellikle düşük gelir düzeyine sahip olmalarıyla açıklanabilir. Turistlerin geldiği ülkenin bir Avrupa ülkesi olması ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Değişkenlerin turist akımındaki değişimi açıklama oranı (modelin başarı düzeyi) genel olarak tatmin edicidir. En geniş haliyle çekim modeli (7 nolu denklem) Türkiye'ye yönelik turist akımındaki değişimin % 72'sini açıklayabilmektedir.

Çekim modeli tahminleri kullanılarak Türkiye'nin ülkelere göre turizm potansiyeli belirlenebilir. Buna göre, çekim modelinin verdiği turist sayısı tahminleriyle ifade edilen turizm potansiyeli (P) ile gerçek değer (A) karşılaştırılarak turizm akımının hangi ülkeler için potansiyelinin altında, hangileri için üstünde ve hangileri için potansiyeli kadar olduğu

belirlenmektedir. Bunun için iki farklı yaklaşım izlenebilir. Birinci yaklaşıma göre, P / A oranı 1'den büyükse ilgili ülkeden gelen turist sayısı potansiyelinin altındadır, 1'den küçükse potansiyelinin üstündedir. P / A oranının 1'e eşit olması halinde ise turist akımı potansiyeline ulaşmış olmaktadır. Diğer yaklaşım ise, P - A farkının 0'dan büyük olup olmamasına göre potansiyelin belirlenmesidir. Bu durumda, P - A farkı pozitifse turist akımı potansiyelinin altında, negatifse üstündedir. Her iki yaklaşıma göre, (7) nolu denkleme dayalı olarak hesaplanan potansiyel akım değerleri Tablo-2'de verilmiştir. Potansiyelinin üzerinde turist akımının yaşandığı ülkelerin listesi ise Tablo-3'de verilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, II. Dünya Savaşı'ndan sonra tüm dünyada ekonomik bir olgu olarak önemi hızla artan bir sektördür. Birçok dünya ülkesi gibi Türkiye için de turizm önemli bir döviz, istihdam, üretim ve tanıtım kaynağıdır. Türkiye'ye gelen turist sayısının geçen yıllar içinde istikrarlı bir artış eğilimi gösterdiği ve son yıllarda genel makroekonomik yapı içinde, özellikle dış finansman kaynağı olarak, vazgeçilmez bir konuma geldiği görülmektedir. Böylesine önem arz eden bir sektörün daha da geliştirilmesi ve aksaklıkların giderilmesi için konuya daha fazla ilgi gösterilmesi, akılcı ve tutarlı politikalarla sektörün etkinliğinin daha da artırılması zorunludur.

Tablo 1. Alternatif spesifikasyonlar için çekim modeli tahmin sonuçları

Değişkenler	Katsayı Tahminleri					
	I	II	III	IV	V	VI
Sabit	21,370*	20,481*	19,723*	22,224*	20,518*	18,494*
ln Ni	0,002					
ln Gi	0,778*	0,817*	0,770*	0,731*	0,741*	0,725*
ln Uİ	- 1,786*	- 1,712*	- 1,591*	- 1,841*	- 1,677*	- 1,428*
K1		1,356*				1,703*
K2			1,247*			1,333*
K3				- 0,603**		- 0,642***
K4					0,439	0,475
R2	0,619	0,654	0,648	0,635	0,628	0,720
D-W	1,292	1,541	1,171	1,329	1,350	1,585
F - değeri	50,476	58,543	57,030	53,983	52,245	38,550

Not: (*) / (**) / (***) işareti % 1 / % 5 / % 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir.

Tablo-2: P/A ve P - A'ya göre potansiyel genişleme vadeden ülkeler.

Ülke	P / A	P - A
Umman	1,640	3,491
Dominik	1,584	3,496
Paraguay	1,240	1,296
Katar	1,224	1,760
Nijerya	1,198	1,655
Peru	1,166	1,185
Lüksemburg	1,163	1,397
Irak	1,152	1,781
Panama	1,137	0,870
Kuveyt	1,116	1,084
Tayland	1,099	0,875
Ekvator	1,099	0,736
Sudan	1,096	0,808
B.A.E.	1,092	0,862
K.K.T.C.	1,092	1,109
Kenya	1,091	0,731
G. Afrika	1,090	0,866
Hindistan	1,089	0,937
Ermenistan	1,083	0,879
Portekiz	1,079	0,783
Yemen	1,079	0,632
Venezuela	1,076	0,639
S. Arabistan	1,070	0,736
Yunanistan	1,066	0,857
Bangladeş	1,066	0,528
Pakistan	1,058	0,488
Hırvatistan	1,054	0,546
Lübnan	1,052	0,541
Kolombiya	1,049	0,407
Çin	1,046	0,503
Senegal	1,041	0,307
Slovenya	1,036	0,362
Slovakya	1,032	0,336
Suriye	1,024	0,301
Brezilya	1,023	0,228
Mısır	1,022	0,231
Bosna-Hersek	1,021	0,226
Özbekistan	1,020	0,202
İran	1,020	0,195
İtalya	1,019	0,240
Macaristan	1,018	0,206
Meksika	1,009	0,084
Ukrayna	1,005	0,064

Not: Sıralama P/A ya göre yapılmıştır.

Bu açıdan Türkiye'nin, benzer yapıdaki ülke örnekleriyle karşılaştırıldığında önemli avantajlara sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle, hâlihazırda Türkiye'de turizm sektörünün mevcut yapısının analiz edilmesi, gelen turist sayısı üzerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi ve turist akımı açısından potansiyelin altında olan ülkeler belirlenerek hedefe dönük tanıtım ve teşvik politikaların izlenmesi yararlı olacaktır. Bu çalışma bu yolda bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Uluslararası ticaret ve sermaye akımı konusunda başarılı tahminler veren çekim (gravity) modeli kullanılarak Türkiye'ye yö-

Tablo-3: P/A ve P - A'ya göre potansiyelinin üzerinde turist gönderen ülkeler.

Ülke	P / A	P - A
Japonya	0,991	-0,108
Şili	0,989	-0,096
Endonezya	0,988	-0,113
Polonya	0,985	-0,184
Almanya	0,984	-0,247
Çek Cumhuriyeti	0,982	-0,207
Singapur	0,982	-0,171
Estonya	0,978	-0,216
Finlandiya	0,977	-0,260
İspanya	0,975	-0,308
İsrail	0,970	-0,385
İzlanda	0,967	-0,293
Romanya	0,962	-0,475
Kazakistan	0,962	-0,454
Uruguay	0,958	-0,639
İsviçre	0,956	-0,542
Türkmenistan	0,955	-0,487
Fransa	0,951	-0,653
Arjantin	0,948	-0,489
Kanada	0,943	-0,656
İrlanda	0,941	-0,675
Ürdün	0,937	-0,676
Litvanya	0,933	-0,727
Letonya	0,932	-0,713
Norveç	0,931	-0,826
Libya	0,931	-0,714
B. Rusya	0,928	-0,819
G. Kore	0,917	-0,959
Cezayir	0,917	-0,880
Danimarka	0,915	-1,052
Azerbaycan	0,915	-1,092
Avusturya	0,913	-1,126
A.B.D.	0,912	-1,164
Arnavutluk	0,912	-0,948
İran	0,907	-1,270
Filipinler	0,901	-0,988
İsveç	0,900	-1,267
Bulgaristan	0,897	-1,439
Sırbistan	0,897	-1,241
Gürcistan	0,890	-1,449
Belçika	0,885	-1,502
Rusya Federasyonu	0,879	-1,751
Fas	0,878	-1,255
İngiltere	0,873	-1,822
Malezya	0,869	-1,285
Hollanda	0,863	-1,892
Afganistan	0,860	-1,341
Tunus	0,856	-1,555
Avustralya	0,855	-1,673
Makedonya	0,836	-1,920
Moldavya	0,817	-2,118
Y. Zelanda	0,816	-1,802
Kırgızistan	0,816	-1,961
Tacikistan	0,759	-2,264

Not: Sıralama P/A ya göre yapılmıştır.

nelik turist akımı üzerinde etkili olan (mekânsal) faktörler ve turist gönderen ülkelere göre Türki-

ye'nin turizm potansiyeli belirlenmeye çalışılmıştır. Bu arada bazı nitel faktörlerin etkili olup olmadıkları da kukla değişkenler yoluyla araştırılmıştır.

Genişletilmiş çekim modelinin tahmin sonuçları, Türkiye'ye gelen turist sayısının turistlerin geldiği ülkenin ekonomik büyüklüğünden (olumlu yönde) ve ülkenin uzaklığından (olumsuz yönde) istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilendiğini, turistlerin geldiği ülkenin nüfus açısından büyük olmasının ise turist akımı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan, turistlerin geldiği ülkenin Türkiye ile tarihsel, kültürel ve/veya ırkî bağları ve ortak sınıra sahip olması turist akımı üzerinde anlamlı bir şekilde artırıcı bir etkiye sahipken, ülkenin bir Müslüman ülkesi olması turist akımı üzerinde anlamlı fakat azaltıcı bir etkide bulunmaktadır. Bu sonuç, Müslüman ülkelerin genellikle düşük gelir düzeyine sahip olmalarıyla açıklanabilir. Turistlerin geldiği ülkenin bir Avrupa ülkesi olması ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Türkiye'ye yönelik turist akımının mevcut yapısı yukarıda belirtilen değişkenler göz önüne alınarak taşıdığı potansiyel açısından ele alındığında örneklemdeki ülkelerden çoğunun potansiyelinin üzerinde turist gönderdiği görülmüştür. Daha fazla turist gönderme potansiyeli taşıyan ülkelerin başında (P/A'ya göre ilk beş) Umman, Dominik, Paraguay, Katar ve Nijerya gelmektedir. Potansiyelinin üzerinde turist akımına sahip ülkeler arasında ise (P/A'ya göre ilk beş) Japonya, Şili, Endonezya, Polonya ve Almanya başta gelmektedir.

Çalışmanın bulgularından hareketle, potansiyelinin altında turist gönderen ülkelerin çoğu orta ve alt gelir grubundan ülkeler olduğundan bu ülkeler için buna uygun pazarlama ve tanıtım politikasının izlenmesi daha doğru olacaktır. Bu amaçla fuar, sergi gibi ticarî faaliyetlere dayalı turizm etkinliklerine ağırlık verilebilir. Bu bağlamda, potansiyelinin altında turist gönderen ülkeler için ülke-bazlı tanıtım faaliyetlerinde bulunulması isabetli olacaktır. Yine çekim modeli tahmin sonuçlarına göre Türkiye ile tarihsel, kültürel, ırkî bağlara sahip ülkelerle ilişkilerin geliştirilmesi de turist akımını artırıcı etkiye bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı, *Yönetim ve Ekonomi*, 13 (2): 137-150.
- Batra, A. (2004). India's Global Trade Potential: The Gravity Model Approach, Indian Council for Research on International Economic Relations, *Working Paper*, No. 151

- Bergstrand, J.H. (1985). The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence, *Review of Economics and Statistics*, 67 (3): 474-481.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (6): 1-18.
- Deardorff, A. V. (1995). Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassical World? *NBER Working Paper*, No. 5377.
- Durberry, R. (2000). Tourism Expenditure in the UK: Analysis of Competitiveness Using a Gravity-based Model, *Christel DeHaan Tourism and Research Institute, Nottingham University, Research Paper*, No. 2000/1.
- Eita, J.H. ve Jordaan, A.C. (2007). Estimating the Tourism Potential in Namibia, *MPRA Paper*, No. 5788.
- Gil-Pareja, S., Llorca-Vivero, R. ve Martinez-Serrano, J.A. (2007). The Effect of EMU on Tourism, *Review of International Economics*, 15 (2): 302-312.
- Gündüz, L. ve Hatemi-J, A. (2005). Is the Tourism-led Growth Hypothesis Valid for Turkey? *Applied Economics Letters*, (12): 499-504.
- Halıcıoğlu, F. (2004). An ARDL Model of International Tourist Flows to Turkey, *Global Business and Economics Review*, 2004 Anthology, 614-624.
- Helpman, E. (1987). Imperfect Competition and International Trade: Evidence from Fourteen Industrial Countries, *Journal of Japanese and International Economics*, 1: 62-81.
- İçöz, O., Var, T. ve Kozak, K. (1998). Tourism Demand in Turkey, *Annals of Tourism Research*, (25): 236-240.
- Kar, M., Zorkirişi, Z. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (8): 87-112.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2000). *Genel Turizm: İlkeler, Kavramlar*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Linnemann, H. (1966). *An Econometric Study of International Trade Flows*. Amsterdam: North Holland
- Matias, A. (2004). Economic Geography, Gravity and Tourism Trade: The Case of Portugal, *1st. Congress on Tourism Economics*, Palma, 28-29 May 2004.
- Pöyhönen, P. (1963). A Tentative Model for the Volume of Trade Between Countries, *Weltwirtschaftliches Archiv*, (90): 23-40.
- Ram, Y. ve Prasad, B.C. (2007). Assessing Fiji's Global Trade Potential Using the Gravity Model Approach, *USPSE Working Paper*, No. 2007-05.
- Tinbergen, J. (1962). An Analysis of World Trade Flows. İçinde J. Tinbergen (Editör), *Shaping the World Economy*. New York: The Twentieth Century Fund.
- UNWTO (United Nations – World Tourism Organisation) (2007). *Tourism Highlights – 2007 Edition*,
- Ünlüönen, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Gazi Üniversitesi, (1).
- Yıldırım, J. ve Öcal, N. (2004). Tourism and Economic Growth in Turkey, *Ekonomik Yaklaşım*, 15 (52-53): 131-141.

Gönderilme tarihi : 23 Ocak 2008

Birinci düzeltme : 20 Şubat 2008

İkinci düzeltme : 22 Şubat 2008

Kabul : 25 Şubat 2008

Arş. Gör. Dr. Kadir Karagöz, İnönü Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, 44280 Malatya
E-posta: kkaragoz@inonu.edu.tr