



AVRUPA'DAN TÜRKİYE'YE YÖNELİK TURİZM HAREKETLİLİĞİNİN PANEL ÇEKİM MODELİ İLE ANALİZİ

Nalan IŞIK*, Bilge BOSTANCIERİ**

ÖZET

Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik yoğun turist hareketliliğinin ve yatırımların etkisiyle büyüyen turizm sektörü, ekonomiye önemli katkı sağlamaktadır. Ancak son iki yıldır iç ve dış faktörler nedeniyle Türk turizmi ciddi sıkıntılar yaşamaya başlamıştır. Bu çalışma, Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik turizm hareketliliğini belirleyen faktörlerin araştırılmasını ve turizm sektörünün ekonomideki önemine dikkat çekmeyi hedeflemiştir. Bunun için 2000-2015 yılları arasında Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik turist akımları, çekim modeli kullanılarak panel veri yöntemi ile analiz edilmiştir. Tahmin sonuçlarına göre seçilmiş on bir Avrupa ülkesinin kişi başına düşen gelir ve nüfus ile Türkiye'ye yönelik akımlar arasında anlamlı pozitif ilişki saptanmıştır. Buna karşın turistik mal ve hizmet fiyatları ile ulaşım maliyetlerinin turist akımlarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Döviz kuru değişkeni ve 2008 küresel ekonomik krizi temsil eden kukla değişkenin tahmini istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Turizm hareketleri, Türkiye, Avrupa, Panel Çekim Modeli.

JEL Sınıflama Kodları: F29, Z30, C53

ANALYSIS OF THE TOURISM MOBILITY FROM EUROPE TO TURKEY WITH PANEL GRAVITY MODEL

ABSTRACT

The tourism sector, which is growing due to the intense touristic mobility from Europe to Turkey and the investments, provides a significant contribution to the economy. However, in recent years, due to internal and external factors, Turkish tourism has begun to experience serious problems. This study aimed to investigate the factors determining the tourism mobility from Europe to Turkey and to draw attention to the importance of the tourism sector in the economy. For this purpose, between 2000 and 2015, tourist trends from Europe to Turkey were analyzed using the panel data method using the gravity model. According to the results of the estimations, the per capita incomes and populations of eleven selected European countries have been found to influence the tourist flows towards Turkey consistent with the literature. On the other hand, touristic goods and services prices and transportation costs have affected the tourist flows negatively. Estimates of the dummy variable representing the exchange rate change and the 2008 global economic crisis were not statistically significant.

Key words: International Tourism Flows, Turkey, Europe, Panel Gravity Model.

JEL Classification Code: F29, Z30, C53

* Yrd. Doç. Dr., Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, isik@gantep.edu.tr

** Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, bostancıeri.bb@outlook.com

GİRİŞ

Uluslararası turizm, geniş kapsamlı, farklı arz ve talep evrelerini yaşayan, yeni buluşma noktaları yaratarak pazar payını sürekli genişleten güçlü bir rekabet alanıdır ve dünya ekonomisinin performansıyla yakından bağlantılıdır. 1970 sonrası serbestleşme politikaları çerçevesinde ülkeler arasındaki sınırlar açıldıkça turizm, önemli döviz geliri sağlayan ve aynı zamanda ülkelerin sosyal, ekonomik kalkınmasına katkıda bulunan hizmet sektörü haline gelmiştir. Bu süreçte turist akımına uğrayan destinasyonlar, büyük yabancı yatırımlar için cazip bölgeler olurken yeni istihdam alanı yaratılmasına da olanak sunmuştur.

Günümüzde uluslararası turizm, küresel politika öncelikleri arasında yer almaya devam etmektedir. 1970’de sınırları aşan turist sayısı 159,6 milyon kişidir ve küresel nüfusun (3,5 milyar) %5’inden az bir orana denk gelmektedir. 2015 yılında ise dünya nüfusunun (7,4 milyar) %16’sı yani 1.186 milyar turist ülke sınırları dışına çıkmıştır. 2030 yılına gelindiğinde uluslararası turist sayısının 1,8 milyara yükseleceği tahmin edilmektedir. Uluslararası turizm gelirleri ise 1970’de 17,9 milyon \$ iken 2015’ de 1,300 milyar \$’a yaklaşmıştır (UNWTO, 2016: 3). Türkiye’de turizm sektörü 1982’de 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’nun yürürlüğe girmesinin ardından önemli bir gelişme göstermiştir. Bu yasayla yatırımların öncelikli olarak turizmin gelişimini sağlayacak alanlara yönlendirilmesi kabul edilmiştir (Yıldız, 2011: 58). 1990’dan günümüze uluslararası turist akımları ile turizm gelirleri sürekli artış trendini sürdürmüştür. Türkiye’ye yönelen uluslararası turist sayısı 1995’de 7,7 milyondan 2015’de 35,5 milyona çıkmıştır. Elde edilen turizm geliri ise 1995’de 4,9 milyon \$ iken 2015’de 25,4 milyon \$’a yükselmiştir.

Türkiye’nin uluslararası turizmdeki uzun dönemli büyüme süreci zaman zaman dış veya iç sorunlardan etkilenmiştir. Örneğin; 1997 Güneydoğu Asya ve 1998 Rusya mali krizleri, 2006’da Asya-Pasifik bölgesinde ortaya çıkan kuş gribi, 2008 küresel finansal kriz gibi dışsal olumsuzluklar turizm sektöründeki büyümeyi yavaşlatmıştır (Gülbahar, 2008:159) Bazen de Doğu ve Güneydoğu bölgelerindeki terör eylemleri, ülkedeki ekonomik istikrarsızlıklar veya doğal felaketler, komşu ülkelerle ilişkilerde

yaşanan politik gerginlikler gibi içsel faktörler Türkiye’deki uluslararası turizmi durağan duruma getirmiştir (Yıldız ve Durgun, 2010: 8). Bunlara rağmen günümüzde Türkiye, uluslararası turizmde küresel arenanın hatırı sayılır büyük aktörleri arasında yer almayı başarmıştır.

Türkiye turizmine katkı veren turist kaynağının neresi olduğu incelendiğinde Avrupa bölgesi yıllardır ilk sıradadır. Avrupa’nın tarihsel olarak turizme açılan ilk pazar olması ve hem de Türkiye’nin coğrafi, siyasi önceliklerinin Avrupa’ya yönelmesi etkilidir (Emekli, 2005: 100). Kitle turizminin yoğunlaştığı dönemlerde (1980 ve 1990) Türkiye’ye yönelik turizm talebi %70-80 payla Avrupa’dan kaynaklanmıştır. 2000’li yıllardan sonra Rusya, Bağımsız Devletler topluluğu ve Körfez Arap ülkelerinden Türkiye’ye turist akımı olsa da Avrupa’nın payı ortalama %50’ler dolayında seyretmiştir. Diğer bir deyişle Türkiye turizminde en yüksek pay sahibi sürekli Avrupa bölgesi olmuştur. Bu bağlamda Avrupa’dan Türkiye’ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin son yıllardaki durumunun istatistiki verilerle değerlendirilmesi ve ampirik analizden elde edilen sonuçların tartışılması geleceğe yönelik turizm politika ve eylemlerine ışık tutması açısından önemlidir.

Turizm hareketlerinin yoğunlaşmasıyla literatürde Türkiye’ye yönelik turizm akımları farklı ekonometrik yöntemlerle incelenmiştir. Çekim modeli de turist akımlarının, ülkelerin ekonomik büyüklükleriyle doğru orantılı, mesafe ile ters orantılı olarak etkileneceğini ileri süren yöntemlerden biridir. Türkiye’ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin analizi aynı zamanda Türkiye’ye yönelik uluslararası turizm talebinin belirleyicilerinin tahmin edilmesini ifade eder. Uluslararası turizm akımlarının / talebinin belirleyicilerini ortaya koymak için ülkelerin ekonomik büyüklüğü, uzaklık, döviz kuru ve tüketici fiyatları gibi faktörleri tanımlayan veya ekonomik, siyasi entegrasyonlara üyelik, ortak kültür, din, dil, doğal afetler, siyasi sorun, ekonomik kriz gibi durumları temsil eden birçok değişkenden faydalanılmıştır.

Bu çalışmada, panel çekim modeli kullanılarak 2000-2015 döneminde Türkiye’ye en çok turist gönderen on bir Avrupa ülkesinden Türkiye’ye yönelik turizm akımlarının / talebinin

belirleyicileri tahmin edilmeye çalışılmıştır. Panel çekim modelinin klasik önermesine bağlı kalınarak öncelikle ekonomik büyüklük ve coğrafi uzaklık faktörü değerlendirilmiştir. Bunlara ek olarak 2008 küresel kriz ile 2009 Avrupa borç krizinin, Türkiye'nin turizm sektörüne etkisinin olup olmadığı analiz edilmiştir.

Son on beş, yirmi yılda Türk turizm sektörünün elde ettiği kazanımlar, içinde bulunduğu koşullar nedeniyle anlamda olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle, istatistik verilerle durum analizi yapılarak turizm sektörünün ekonomik önemini vurgulanması, sektörün tartışılarak gündemde yer bulması ve dikkat çekmesine zemin oluşturması hedeflenmiştir. Çalışmada elde edilen tahmin sonuçlarının hem merkezi yönetim hem de işletmeler tarafından alınacak turizm sektörüne ilişkin karar ve uygulanacak politikalara kaynak oluşturması amaçlanmıştır. Böylece Türkiye'de turizm sektörünün gelişiminin sürekliliğine yönelik alınması gereken acil önlemlerin oluşumuna katkı yapacağı düşünülmektedir.

Çalışmada giriş bölümünün ardından dünyada ve Türkiye'de turist akımları ve turizmin gelişimine yer verilecektir. İkinci bölümde uluslararası turizm akımları / talebinin incelenmesine dair literatür özeti sunulacaktır. Üçüncü bölümde çekim modelinin uluslararası turizm talebine uygulanması açıklanarak, 2000-2015 dönemi yıllık verilerinin kullanıldığı panel çekim modelinde oluşturulan

denklemler ile değişkenler tanımlanacaktır. Dördüncü bölümde ampirik uygulama sonuçları paylaşarak, sonuç bölümünde ortaya çıkan bulgular değerlendirilecektir.

Türkiye ve Dünyada Turizm Akımları

Günümüzde Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre turizm hareketlerinin %65 'i en çok tercih edilen on destinasyonda toplanmıştır. Bu destinasyonların büyük çoğunluğu Avrupa'da olmakla beraber Asya -Pasifik ve Amerika bölgeleri de hızla Avrupa'ya yetişmektedir. Küresel ekonomik büyüme ve toplumların refah seviyesindeki artışın, şehirleşmenin, yoğun iş temposu nedeniyle tatil ihtiyacının zorunlu hale gelmesinin etkisiyle turizm özellikle gelişmiş ülkeler için zorunlu ihtiyaç haline almaya başlamıştır. Turizm, lüks tüketim alışkanlığından yaygın bir davranış kalıbına doğru evrilmektedir. Genel olarak, dünyada turizmin ekonomik önemine işaret eden iki ana unsur vardır. Birisi, uluslararası turist sayısındaki artış trendi, diğeri turizm gelirleridir (Karataş ve Babür, 2013: 16-17).

Tablo 1'de görüldüğü gibi destinasyonlarına çektiği turist sayısı açısından Avrupa bölgesi, yıllar boyunca açık ara lider konumundadır. 2015 itibarıyla turist sayısında dünya piyasa payı %51'dir. Avrupa'yı Asya- Pasifik ile Amerika bölgeleri takip etmektedir. En düşük pay ise Ortadoğu ve Afrika bölgelerindedir.

Tablo1: Uluslararası Turist Sayıları (milyon) ve 2015 Piyasa Payı (%)

Bölge	Uluslararası Turist Sayısı (milyon)					Piyasa payı (%)	
	Yıl	1995	2000	2005	2010	2015	
Dünya		527	674	809	950	1.186	100
Avrupa		304,5	386,6	453,2	489,4	607,6	51,2
Asya-Pasifik		82,1	110,4	154	205,5	279,2	23,5
Amerika		108,9	128,2	133,3	150,2	193	16,2
Ortadoğu		18,7	26,2	34,8	53,5	53,2	4,5
Afrika		12,7	22,4	33,7	53,3	53	4,5

Kaynak: United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2016 Raporu, <http://www.e-unwto.org>, Erişim: 02.09.2017.

Turizm akımları, döviz kuru dalgalanmalarından, petrol ve diğer emtia fiyatlarındaki düşüş, artan küresel güvenlik kaygılarından oldukça fazla etkilenmiştir. Buna rağmen, Dünya Turizm Örgütü'nün istatistiklerine göre 2015'te ulaşılan turist sayısındaki artış 2009 küresel krizin ardından

altı ardışık yıl ortalamasının üstüne çıkmıştır (UNWTO, 2016).

Uluslararası turizm bağlamında turizm gelirleri, ziyaret edilen ülke açısından ihracat olarak değerlendirilir. Birçok ülke için turizm gelirleri,

döviz kazançlarının vazgeçilmez bir kaynağıdır. Bu bağlamda turizm gelirlerinin ödemeler bilançosu dengesizliklerini giderme özelliği literatürde yaygın olarak kabul edilmektedir

(Değer, 2006: 71). Uluslararası turizm (hem varış yerlerinde hem de yolcu taşımacılığındaki gelirler içeren) hizmet ihracatının %30'unu temsil etmektedir.

Tablo 2: Uluslararası Turizm Gelirleri (milyar \$) ve Piyasa Payı (%)

Uluslararası Turizm Gelirleri (milyar \$)						Piyasa payı (%)	
Bölge	Yıl	1995	2000	2005	2010	2015	
Dünya		415	495	706	986	1.260	100
Avrupa		215	239	359	412	451	36
Asya- Pasifik		82	97	144	276	418	33
Amerika		101	134	149	215	304	24
Ortadoğu		8	13	30	52	54	4
Afrika		7	12	24	31	33	3

Kaynak: United Nations World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2016 Raporu, <http://www.e-unwto.org>, Erişim: 02.09.2017.

Tablo 2’de uluslararası turizm gelirlerinin 1995 sonrası gelişimine bakıldığında sürekli bir artış gözlenmektedir. 2015 yılında Avrupa bölgesi turizm gelirlerinde %35, 8’lik pay ile yine ilk sıradadır. Asya-Pasifik bölgesi de 2015’de %33,2 piyasa payı ile Avrupa’nın payına çok yaklaşmıştır. Ancak, Asya-Pasifik ve Amerika

bölgelerinin önceki ardışık beş yıllık oranları değerlendirildiğinde turizm geliri artış oranları Avrupa bölgesine göre daha yüksektir. 1995-2015 arasında Asya-Pasifik beş kat (%522,5), Amerika üç kat (%304) ve Avrupa bölgesi iki kat (% 209,7) turizm gelirlerini arttırmıştır.

Tablo 3: Uluslararası Turist Çeken İlk On Destinasyon ve Turist Sayıları (milyon) (2000, 2005, 2010, 2015)

2000		2005		2010		2015	
Ülke	Sayı	Ülke	Sayı	Ülke	Sayı	Ülke	Sayı
Fransa	75,5	Fransa	76,0	Fransa	76,8	Fransa	84,5
A.B. D	50,9	İspanya	55,6	A.B. D	59,7	A.B. D	77,5
İspanya	48,2	A.B.D	49,4	Çin	55,7	İspanya	68,2
İtalya	41,2	Çin	46,8	İspanya	52,7	Çin	56,9
Çin	31,2	İtalya	36,5	İtalya	43,6	İtalya	50,7
İngiltere	25,2	İngiltere	30,0	İngiltere	28,1	Türkiye	39,5
Rusya	21,2	Meksika	21,9	Türkiye	27,0	Almanya	35,0
Meksika	20,6	Almanya	21,5	Almanya	26,9	İngiltere	34,4
Kanada	20,4	Türkiye	20,3	Malezya	24,6	Meksika	32,1
Almanya	19,0	Avusturya	20,0	Meksika	22,4	Rusya	31,3
Türkiye(20)	9,1	-	-	-	-	-	-

Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights 2016 Raporu, <http://www.e-unwto.org>, Erişim: 02.09.2017.

Bu oranların dağılımında Asya-Pasifik bölgesinde yeni destinasyon bölgelerinin ön plana çıkması, altyapı olanaklarının ve ulaşım teknolojilerinin gelişimiyle uzak yerleri keşfetme isteğinin yoğunlaşması, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri

etkili olmaktadır (Pearce ve Wu: 2015: 121). Bu bağlamda küresel bazda ilk sıralarda yer alan destinasyon yerlerini yani en çok turist çeken ülkelere ve en fazla turist geliri elde eden ülkelere değinmek gerekir. 3 numaralı tabloda da görüldüğü

gibi turistlerin en çok ziyaret ettiği ülkeler Avrupa kıtasındadır. 2000-2015 yılları arasında farklı sıralamalara sahip olsalar da Fransa, Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D.), İspanya, İtalya, İngiltere en çok turist çeken destinasyon olma özelliklerini kaybetmemişlerdir. Fransa ve A.B.D. sürekli ilk sıraları paylaşmışlardır.

Burada dikkat çeken bir başka unsur 2000’li yıllardan sonra Türkiye’nin istikrarlı bir şekilde turizm açısından cazibesini arttıran ve dünyada turist çeken ilk on ülke arasında yer almaya başlamasıdır. Türkiye’ye yönelen uluslararası turist sayısındaki artış 2000-2015 arasında %40’lar civarında olup oransal açıdan da son derece yüksektir. Türkiye 2000 yılında dünyada 20’inci sırada iken 2015’de 6’ncı sıraya yerleşmiştir. Ayrıca Türkiye hem Akdeniz hem Avrupa bölgesinde en önemli dördüncü ülke konumuyla dinamik ve sağlam bir gelişim sergilemiştir. Tablo 3’ de görüldüğü gibi Çin de uluslararası turist sayısını arttırmaktadır.

Uluslararası turizm gelirleri açısından dünyadaki sıralamayı incelediğimizde A.B.D.’nin Fransa ve

İspanya’dan daha fazla gelir elde ederek 2000-2015 döneminde sürekli ilk sırada olduğunu görüyoruz. Tablo 3 ve 4 birlikte değerlendirildiğinde en fazla turist çeken ilk beş ülkenin (sıralamadaki yerleri değişse bile) en çok turizm geliri elde eden ülkeler olduğunu söyleyebiliriz. A.B.D. dışında bu ülkeler Avrupa bölgesindedir.

Tablo 4’e göre Türkiye, uluslararası turizm gelirlerini 2000-2005 arasında arttırmış ve 2005’den itibaren ilk on ülke arasında yer almaya başlamıştır. Bununla beraber uluslararası turizm gelirlerinde iniş çıkışlarla ilk sıralardaki yerini korumakta zorlanmıştır. 2007-2008 küresel ekonomik kriz, Türkiye’nin bulunduğu coğrafi konumu nedeniyle sık sık karşılaştığı küresel terör, göç ve Orta Doğu bölgesindeki istikrarsızlıklar nedeniyle turistlerin kalış sürelerinin kısa olması, her şey dâhil sisteminde ülkeye gelen turistlerin konaklama yerlerinden ayrılmadıkları için çok da fazla alışveriş yapmalarının etkisini değerlendirmek gerekir.

Tablo 4: Uluslararası Turizm Gelirinde İlk On Ülke ve Türkiye (2000, 2005, 2010 ve 2015)

2000		2005		2010		2015	
Ülke	Milyar\$	Ülke	Milyar\$	Ülke	Milyar\$	Ülke	Milyar\$
A.B.D	85,2	A.B.D	81,7	A.B.D	103,5	A.B.D	204,5
İspanya	31,0	İspanya	47,9	İspanya	25,5	Çin	114,1
Fransa	29,9	Fransa	42,3	Fransa	46,3	İspanya	56,5
İtalya	27,4	İtalya	35,4	Çin	45,8	Fransa	45,9
İngiltere	19,5	İngiltere	30,7	İtalya	38,8	İngiltere	45,5
Almanya	17,8	Çin	29,3	Almanya	34,7	Tayland	44,6
Çin	16,2	Almanya	29,2	İngiltere	30,4	İtalya	39,4
Avusturya	11,4	Türkiye	18,2	Avustralya	30,1	Almanya	36,9
Kanada	10,8	Avusturya	15,5	Hong Kong	23,0	Hong Kong	36,2
Yunanistan	9,2	Avustralya	15,0	Türkiye	20,8	Makao	31,3
Türkiye (14)	7,6	-	-	-	-	Türkiye (11)	

Kaynak: UNWTO, Tourism Highlights 1996, 2001, 2006, 2011 ve 2016 Raporları, <http://www.e-unwto.org>, Erişim: 15.09.2017.

Günümüzde turizm, Türkiye ekonomisinin vazgeçilmez temel taşlarından biri haline gelmiştir. Türkiye planlı dönemle birlikte turizm alanında önemli gelişmeler kaydetmiştir. 1963–1980 döneminde ülkesel sosyo-ekonomik gelişmede kamu yatırımları için emredici, özel sektör yatırımları için yönlendirici nitelikte bir merkezi

planlamaya bağımlı olan model seçilmiştir. 1980 sonrasında turizm alanında büyük yatırımlar gerçekleştirilmiş ve sektör hızla büyümeye başlamıştır. 1980 sonlarından itibaren Türk turizminde hem turist sayısı hem de turizm gelirleri açısından önemli artışlar elde edilmiştir (Zortuk ve Bayrak, 2013: 42). Uluslararası turizm talebini

yansıtması ve turizmin gelişimini işaret etmesi edilen turizm gelirleri Tablo 5’de sunulmuştur. bakımından Türkiye’ye gelen turist sayısı ile elde

Tablo 5: Avrupa ve Dünyadan Türkiye’ye Yönelik Uluslararası Turist Sayısı ve Türkiye’nin Turizm Gelirleri (1995-2016)

Yıllar	Turist Sayısı(bin) (Avrupa)	Değişim (%)	Turist Sayısı (Dünya)	Değişim (%)	Turizm Geliri (milyon\$)	Değişim (%)
1995	5.209	-	7.747	-	4.957	-
2000	6.042	-	10.428	-	7.636	-
2005	13.910	-	20.523	-	15.726	-
2006	12.515	-10	19.276	-6	13.919	11,4
2007	14.154	13	23.017	19,4	15.936	14,4
2008	15.799	11,6	26.431	14,8	19.612	23
2009	16.430	4	27.348	3,4	19.064	-2,7
2010	16.622	1	28.511	4,2	19.110	0,2
2011	18.195	9,4	31.325	9,8	22.222	16,2
2012	18.230	0,2	31.342	0,05	22.410	0,8
2013	18.779	3	33.827	8	25.322	13
2014	19.443	3,5	35.850	6	27.778	9,6
2015	19.102	-1,7	35.592	-0,7	25.439	-8,4
2016	13.162	-31	25.352	-28,7	22.108	-29,7

Kaynak: T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kultur.gov.tr; T.C. Merkez Bankası (TCMB) - <http://evds.tcmb.gov.tr/>, Erişim: 15.09.2017

T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre 1995 yılında ziyaretçi sayısı 7,7 milyon civarında iken 2015 yılında 35,5 milyondan fazla turist Türkiye’yi ziyaret etmiştir. Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin yarısından fazlası Avrupa’dan gelmektedir. Aynı tablo incelendiğinde turizm gelirleri, genel olarak yıllar içinde yükselmekle beraber dalgalı bir trend izlemiştir. 1995 yılında 4,9 milyar dolar olan turizm geliri 2015 yılında 25,4 milyar doları geçmiştir. Bununla birlikte, bir önceki döneme göre artış oranları incelendiğinde hem turist sayısında hem de turizm gelirlerindeki gelişimin sürekli olmadığı görülmektedir.

Teoride turizm talebinin çok esnek olduğu göz önüne alınırsa jeostratejik konumu nedeniyle terör olaylarının, komşu ülke ilişkilerindeki olumsuz

gelişmelerin, ekonomik ve politik olumsuzlukların 2015 ve 2016 yılındaki turist sayısı ve turizm gelirlerine hemen yansıdığı söylenebilir. Tablo 5’de açıkça görüldüğü gibi özellikle 2016’da bir önceki yıla göre turizm sektörü %30’lar dolayında gerilemiştir.

Türkiye ekonomisindeki önemini ortaya koyması açısından turizm gelirlerinin gayrisafi milli hasıla içindeki oranı, ihracata oranı ve dış ticaret açığını kapama oranı Tablo 6’da sunulmuştur. Gayri safi milli hasıla (GSMH) içindeki payı 1995’de % 2,9 iken 2015’de %6,2 olmuştur. Yıllar itibariyle turizm gelirlerinde artışlar yaşanmıştır. Bununla birlikte turizm gelirlerinin GSMH oranının çok yüksek olmadığı ortalama olarak %3 ile %6 arasında değiştiği görülmektedir

Tablo 6: Türkiye’de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı ve Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı ve Dış Ticaret Açığını (DTA) Kapama Payı (%)

Yıllar	GSMH’ daki Payı	İhracata Oranı	DTA Kapama Payı
1995	2,9	22,9	39,7
2000	3,8	27,9	37,8
2005	3,4	16,6	55,7
2010	3,4	18,3	46,0
2015	6,2	21,9	49,7

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/sektorel-raporlar>, Erişim: 05.11.2017,

Turizm gelirlerinin ihracata oranı ise 1995’de %22,9 iken 2015’de %21,9’dur. Turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı yıllar itibarıyla %18 civarında (aşağı veya yukarı yönlü bir iki puan oynayarak) olduğu görülmektedir. Turizmin ülke ekonomisine sağladığı katkılardan biri de dış ticaret açıklarının azaltılmasına etkili olmasıdır. 2015’de iç ve dış birçok olumsuz faktöre rağmen turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapama payı %49,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu ekonomik göstergelerin hepsi bugün dünyada en fazla yabancı ziyaretçi ve turist çeken 6’ncı ülke konumunda bulunan Türkiye’nin var olan turizm pazarları ve uluslararası rekabette öne çıkmak için yeni politikalar oluşturması gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Literatür Özeti

Günümüzde nüfus artışı, teknolojik ilerleme, küreselleşme, şehirlerin hızla büyümesi gibi olgular nedeniyle turizm, özellikle cazibe alanı fazla olan ülkeler açısından yüksek ekonomik getirisi olan hizmet sektörleri arasında ilk sıralarda yer almaya başlamıştır. Ulaşım ve iletişim alanında teknolojiye bağlı iyileşmeler de turist hareketlerinin artmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda uluslararası turizm hareketlerinin turizm talebi çerçevesinde modellenmesi ve tahmini hem araştırmacıların hem de uygulayıcıların önem verdiği konular haline gelmiştir. Song vd. (2005), 1960-2002 döneminde bu konuda 420 araştırma yayımlandığını, 2000 sonrası yapılan çalışmaların ise ekonometrik ağırlıklı olduğunu belirtmektedir.

Ekonomik teoriye göre uluslararası turizm akımları / talebi, gelir ve kompleks olmakla birlikte göreceli fiyatların fonksiyonu kabul edilmektedir. (Crouch, 1992: 645). Göreceli fiyatlar ise ikiye ayrılır. Bunlardan biri hedef ülkede bulunmanın maliyeti; diğeri ise ulaşım maliyetidir. Bununla birlikte cinsiyet, eğitim, tercihler, yönetim, kültür, çevre koşulları gibi ekonomik olmayan birçok faktör de talebi etkileyebilir.

Literatürde orijin ülkeden hedef (destinasyon) ülkeyi ziyaret eden turist sayıları halen en popüler bağımlı değişken olarak kullanılmaktadır. Bazı çalışmalarda turist gelirleri veya turist harcamalarının kullanıldığına da rastlanmaktadır. Ampirik modellerde en çok kullanılan bağımlı değişkenler milli gelir, kişi başına düşen gelir, nüfus, ülkeler arasındaki kuş uçuşu kilometre /mil

cinsinden uzaklık, döviz kuru ve tüketici fiyat endeksi, petrol fiyatlarıdır. Değişkenleri kontrol etmek ya da turizm akımlarına /talebe etkisini anlamak için ek değişkenler veya kukla değişkenler de sıklıkla modellere dahil edilmiştir. Politik istikrar, turizm tanıtım faaliyetleri, sportif etkinlikler, ulusal bayramlar, iklim değişikliği, terör, ekonomik veya finansal kriz, yönetim, turizm kısıtlamaları, yönetim şekli, dil, din, coğrafi özellikler için çok çeşitli kukla değişkenler oluşturulmuştur. Uluslararası turizm akımları/ talebinin tahminine ilişkin değişkenlerin kullanıldığı son yıllardaki literatür örnekleri aşağıda verilmiştir:

Garin-Munoz ve Amaral (2000), 1985-1995 döneminde İspanya’ya yönelik turizm talebinin belirleyicilerini tahmin etmek için on yedi ülkenin verileri ile panel data analizi yapmışlardır. Kişi başına düşen gelir ve döviz kurlarının turizm talebini olumlu, döviz kurlarının olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca Körfez savaşının da olumsuz etkilediğini kanıtlamışlardır.

Hamilton vd. (2004), 1995 verileri ile 207 ülke için analizinde turist varış ve çıkış sayıları, nüfus, kişi başına düşen gelir ve iklim değişikliği verilerini kullanmıştır. Orta dönemden uzun döneme turizm talebinin artacağını ve nüfus ile gelirin olumlu etkisinin olduğu kanısı elde etmişlerdir. Turist akımları üzerinde iklim değişikliğinin etkisinin nüfus ve gelirin etkisinden çok daha az olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Dritsakis (2004), Yunanistan’a Almanya ve İngiltere’den yönelen uluslararası turizm talebini incelediği çalışmada turist sayısı, turizm fiyatları, ulaşım maliyetleri, döviz kuru ve ülkelerin gelirlerini kullanmıştır. 1960-2000 dönemi yıllık verileri kullandığı çalışmada birim kök testi ve Johansen eşbütünleşme analizi gerçekleştirmiştir. Tahmin bulguları uluslararası turizm talebi ile gelir, ulaşım maliyeti ve reel döviz kuru arasında uzun dönemli bir denge ilişkisine işaret etmektedir.

Gil- Pareja vd. (2007), yirmi OECD ülkesinin 1995-2002 dönemi yıllık verileri ile Euro Bölgesi’ndeki Euro’ya geçişinin turizm talebi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu çalışma sonucunda Euro’ya geçişin turist akımlarını % 6,5 oranında arttırdığı bulgusuna ulaşmışlardır.

Khadaroo ve Seetanah (2008), yirmi sekiz ülke arasında 1990-2000 dönemi için turizm talebini panel çekim modeli kullanarak incelemişlerdir. Turizm altyapısı ve diğer klasik belirleyiciler ile ulaştırma altyapısının bir turistik bölgeye geçiş noktası oluşturmada önemli bir belirleyici olduğu ve turizm talebinin ulaşımındaki altyapıya en duyarlı olduğu destinasyonların Afrika ve Asya ülkeleri olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Surugiu vd. (2011), Romanya için uluslararası turizm talebini sabit etkiler yöntemi ve Tobit yöntemi kullanarak modellemişlerdir. Çalışma bulgularına göre, 1997-2008 döneminde yirmi üç Avrupa ülkesinden turist giriş verileri, kişi başına düşen gelir, nüfus, ikili ticaret ve fiyatlar Romanya'ya yönelik turizm talebini etkilemektedir. Her iki modelde de ticaret, nüfus ve gelirin Romanya ve menşe ülkeler arasındaki göreceli fiyatlardan ve coğrafi uzaklıktan daha önemli belirleyiciler olduğunu göstermişlerdir.

Kaya ve Canlı (2013), 1990-2010 ve 1990-2008 dönemleri için Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) üyesi olan yirmi dört ülkeden Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm akımlarını panel veri yöntemiyle araştırmışlardır. OECD ülkelerinden Türkiye'ye gelen turist sayısı bağımlı değişken, gelir düzeyi ve göreceli fiyat düzeyi açıklayıcı değişken olarak kullanılan çalışmada Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in ikame etkisini ölçmek için bu ülkelerin fiyat değişkenleri modele dâhil edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre gelirin OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini belirlemede önemli bir değişken olduğunu belirtmişlerdir. Göreceli fiyat düzeyi değişkeninin katsayısı ise negatif bulunmuştur. Portekiz'in ikame etkisi yüksek ve pozitif, Yunanistan'ın ikame etkisi negatif ve İspanya için ise bulgular anlamlı bulunmamıştır. Marmara depreminin etkisini ölçmek için de kukla değişken üretilmiş ve depremin turizm talebini olumsuz etkilediği kanısına varmışlardır.

Eita ve Jordaan (2014), Namibya'ya yönelik turizm akımlarını / talebini tahmin etmede 1996-2012 dönemine ait verileri ile panel veri yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada ticaret ortaklarının gelirindeki artış, döviz kurunun değer kaybetmesinin, Namibya'nın alt yapısının iyileştirilmesinin ve Namibya ile sınır komşuluğunun turizm akımları/ talebi üzerinde

olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca hukukun üstünlüğü, siyasi istikrar ve yönetişimin olduğu ve şiddet ile terörün olmadığı durumlardaki göstergelerin Namibya'ya gelen turist sayısındaki artışla bağlantılı olduğunu belirtmişlerdir.

Güneş ve Kabadayı (2015), inceledikleri çalışmada 1996-2014 döneminde seksen dokuz ülkeden Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebini çekim modeli kullanarak çift yönlü tesadüfi etkiler panel veri yöntemi ile analiz etmişlerdir. Talebi etkileyen temel değişkenler için Türkiye'ye gelen turistlerin gayrisafi yurt içi hasılları, ülkelerin nüfuslarını, ülkelerin başkentlerinin İstanbul'a olan uzaklığı kullanılmıştır. Dinsel, politik, etnik ve askeri ilişkileri tahmin etmek için de kukla değişkenler üretilmiştir. Turistlerin gelir düzeyleri ile ülkelerin nüfuslarının Türkiye'ye yönelik turizm talebini pozitif yönde, uzaklığın ise olumsuz etkilediği sonucu elde edilmiştir. Türkiye'nin politik, kültürel, sosyolojik ve ekonomik açıdan ilişkide bulunduğu ülkelere Türkiye'ye yönelik turizm talebinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chen ve Haynes (2015), Çin'deki yüksek hızlı demiryolu sistemlerinin uluslararası turizm talebi üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 1997 – 2012 dönemi için 21 ülkenin panel veri seti ile turizm talebini dinamik panel modellemesi kullanılarak analiz etmişlerdir. Yüksek hızlı demiryolu sistemlerinin genel etkisinin pozitif olduğu sonucuna ulaşmakla birlikte, uluslararası turizm talebi üzerindeki esneklik katsayısının düşük olduğunu bu nedenle etkisinin ihmal edilebileceğini de ulaşılmıştır.

Model, Ekonometrik Yöntem ve Veri Seti

Bu çalışmada, 2000-2015 döneminde Türkiye ile seçilmiş on bir Avrupa ülkesi (Almanya, Avusturya, Belçika, Fransa, Yunanistan, İtalya, İspanya, Portekiz, İsveç, İsviçre, İngiltere) arasındaki turizm akımlarının belirleyicileri çekim modeli kullanılarak panel veri analiziyle tahmin edilmiştir. Bu ülkeler, Avrupa'nın en çok turist çeken ilk on bir ülkesidir. Ayrıca bu ülkelerin bir kısmı dünyada turist çeken ve turist gelirleri en yüksek olan ülkeleri arasındadır. Bunlara ek olarak araştırma dönemi boyunca (2000-2015) Türkiye'nin sürekli (kesintisiz) ve yoğun olarak turizm hareketlerini gerçekleştirdiği ülkelerdir ve

bu ülkelerin verilerine düzenli ulaşma imkânı bulunmaktadır. Aralık 2015 itibarıyla Türkiye'ye yönelen bütün turist akımları toplamı içinde bu on ülkenin turist akımlarının oranı %88'dir. Bu bölümde önce çekim modeli ve ekonometrik analizde kullanılacak tahmin yöntemi kısaca tanıtılacaktır. Ardından veri seti izah edilecektir.

Çekim Modeli ve Ekonometrik Yöntem

Uluslararası turizm akımlarının belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen ampirik çalışmalarda temelde iki farklı yöntem kullanılmıştır. Bunlardan bir tanesi zaman serisidir ve bu yöntemle bir ülkeye ait verilerle bağımlı değişken tahmin edilir. Diğer panel veri analizidir ve birden fazla ülke arasında turizm akımlarının belirleyicileri tahmin edilir. Çekim modeli de turizm akımlarının /talebinin belirleyicilerinin tahmininde uygun sonuçlar elde edilen yöntemler arasında gösterilmekte ve son yıllarda sıklıkla kullanılmaktadır.

Newton Çekim Yasası' na (The Law of Gravity) göre iki cisim arasındaki kuvvet, bu iki cismin kütlesi ile doğru, uzaklığı ile ters orantılıdır. Sosyal bilimler alanında Newton'un yasası uygulama alanı bulmuş ve birçok araştırmacı ampirik analizlerinde kullanmaya başlamıştır. Günümüzde dış ticaret akımlarını incelemede sıkça başvurulan bir yöntem olmasının yanında uluslararası para akışları, doğrudan yatırımlar, uluslararası finans, uluslararası turizm ve uluslararası göç hareketlerini açıklamada da etkili olduğu vurgulanmaktadır (Işık, 2016: 162). Newton Çekim Yasası'nın, ticaret akımlarını tahmin etmek için oluşturulan standart çekim denklemi şu şekildedir:

$$T_{ij} = A \frac{Y_i Y_j}{D_{ij}} \quad (1)$$

Burada T_{ij} , i ve j ülkeleri arasında gerçekleştirilen ticaret akımını; A , orantı sabitini; Y_i ve Y_j ; i ve j ülkesinin ekonomik büyüklüğünü (gayrisafi yurtiçi hâsıla (GSYH), kişi başına düşen gelir veya nüfus büyüklüğünü) temsil etmektedir (Tinbergen, 1962: Deardorff, 1995: 9). D_{ij} ise iki ülke arasındaki uzaklığı temsil eder ve ulaşım maliyetleri bakımından negatif yönde etkileyen bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede standart çekim denklemine benzer şekilde turizm akımlarının belirleyicilerini tahmin etmek için logaritmasının alınmasıyla doğrusal formda aşağıdaki denklem tanımlanmıştır:

$$\ln TA_{ijt} = \alpha + \alpha \ln (Y_i \times Y_j) - \beta \ln D_{ij} + \mu_{ij} \quad (2)$$

2 numaralı denklemde bağımlı değişken TA_{ijt} , Avrupa ülkelerinden Türkiye'ye gelen turist sayılarının toplamını ifade etmektedir. Ülkeler arasındaki turist akımları, ülkelerin ekonomik büyüklüklerinin (Y_i ve Y_j) artan ve aralarındaki uzaklıkların (D_{ij}) ise azalan bir fonksiyonudur. Yüksek milli gelire veya yüksek bir nüfusa sahip bir ülke bir taraftan turizm arzını artırarak ülkesine turist çekebilirken, sahip olduğu alım gücü açısından talebe yol açarak kendi ülkesinden diğer ülkelere doğru turist hareketlerinin artmasına etken olabilir. Uzaklık arttıkça da ulaşım maliyetleri arttığı için seyahat daha pahalı hale geleceğinden uzak ülkelerden turist akımı azalabilir. Turizm hareketlerini açıklamak için standart çekim modelinde kullanılan temel açıklayıcı değişkenlere nüfus, tüketici fiyat endeksi, döviz kuru, ortak dil, ortak sınır, ortak din, kolonyal bağların bulunup bulunmadığı, kurumsal benzerlikler, teknolojik benzerlikler, ulusal sınır etkileri, cinsiyet, yaş, ekonomik ve/veya parasal birlikleri temsil eden farklı parametreler ilave edilmek suretiyle model genişletilmiştir. $\alpha > 0$ ve $\beta < 0$ tahmin edilecek parametrelerdir. μ_{ij} ise sıfır ortalamalı, sabit varyanslı hata terimidir.

Panel veri analizi, zaman boyutuna sahip ülkeler, bireyler, firmalar hane halkları gibi birimlere ait yatay kesit gözlemlerin bir araya getirilmesiyle ekonomik ilişkilerin tahmin edilmesi yöntemidir. Panel veri, N sayıda birim ile her birime karşılık gelen T sayıda gözlemden oluşmaktadır. Panel veri analizinde her iki kesitin değer alması araştırmacıya daha fazla veri ile çalışma imkânı sunmaktadır. Bu durumda gözlem sayısı ve dolayısıyla serbestlik derecesi artmaktadır. ,

Böylece, açıklayıcı değişkenler arasındaki çoklu doğrusal bağlantının derecesi azalmakta ve ekonometrik tahminlerin etkinliği ve güvenilirliği artmaktadır. Genel olarak temel panel veri modeli şu şekildedir (Baltagi, 2008: 12-13; Tatoğlu, 2013: 9).

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{kit} X_{kit} + u_{it} \quad (3)$$

$i=1,..,N$ (kesit); $t=1,..,T$ (zaman)

(3) numaralı denklemde Y : bağımlı değişken, X_k : bağımsız değişken, α sabit parametre, β eğim parametresi ve μ hata terimidir. i alt indisi birimleri

(birey, firma, ülke gibi), t alt indisi ise zamanı (gün, ay, yıl gibi) temsil etmektedir. Değişkenlerin, parametrelerin ve hata teriminin i ve t alt indisini taşıması panel veri setine sahip olduklarını göstermektedir. Bu modelde sabit ve eğim parametreleri hem birimlere hem de zamana göre değer almaktadır.

Panel veri ile yapılan çalışmalarda daha çok hata terimlerinin özellikleri ve katsayıların değişebilirliği ile ilgili farklı varsayımlarda bulunarak farklı modeller elde edilebilmektedir. Elde edilen modellerden biri katsayıların birimlere veya birimler ile zamana göre değiştiğinin varsayıldığı sabit etkiler modelidir (Maddala ve Lahiri, 1992: 574). Bu modelde birimler arasındaki farklılıkların sabit terimdeki farklılıklarla yakalanabildiği varsayılmaktadır. Bu amaçla panel veri modeli kukla değişken yardımıyla tahmin edilmektedir. Yani zaman boyutu sabit tarafından korunmasına rağmen bireyler arasındaki davranışlarında farklılık gösterdiği ifade edilmektedir.

Sabit etkiler modeli yaygın bir şekilde kullanılmasına rağmen, çok sayıda bireyin söz konusu olması serbestlik derecesi kaybına neden olmaktadır. Bu durumda tesadüfi etkiler modeli ile birimlere veya birimlere ve zamana göre meydana gelen değişiklikler, hata teriminin bir bileşeni olarak modele dâhil edilmekte ve serbestlik derecesi kaybı önlenmektedir. Ayrıca tesadüfi etkiler modelinde, sadece gözlenen örnekteki kesit, birimler ve zamana göre meydana gelen farklılıkların etkisini değil, örnek dışındaki etkileri de dikkate almaktadır (Tatoğlu, 2013: 489).

Wooldridge'ın "Ekonometriye Giriş" isimli eserinin 14. bölümünün Tatoğlu (2013: 493) tarafından yapılan Türkçe çevirisinde sabit etkilerin α_i ve χ_{it} arasında keyfi korelasyona izin vermesi fakat tesadüfi etkilerin vermemesi nedeniyle sabit etkilerin diğer faktörler sabitken nedensel etkiyi tahmin etmek için daha tatmin edici bir araç olduğunun düşünüldüğünü belirtilmiştir. Tesadüfi etkilerin ise belirli durumlarda uygulandığını ve eğer önemli bir açıklayıcı değişken zamana göre sabitse y üzerindeki etkisini tahmin etmek için sabit etkiler modelinin kullanılamayacağı ifade edilmiştir. Ayrıca Gujarati ve Porter (2012: 607), tesadüfi etkiler modelinin sabit etkiler modelinin tersine,

cinsiyet, ırk gibi zaman-sabit değişkenlerin katsayılarını da tahmin edebildiğini belirtmiştir. Yine Tatoğlu (2013) önemli açıklayıcı değişkenlerden birinin (uzaklık / mesafe değişkeni) zamana göre sabit olduğu durumlarda tesadüfi etkiler modelinin kullanılmasını belirtmektedir. Bu analizde de önemli açıklayıcı değişkenlerden mesafe / uzaklık değişkeni zamana göre sabit olduğu için tesadüfi etkiler modeli kullanılmış ve bu nedenle Hausman testi gerçekleştirilmemiştir. Tesadüfi etkiler modeli, sabit terim katsayılarının yatay kesit birimlerine bağlı olarak dağılmak yerine rassal olarak dağıldığını varsaymaktadır (Tatoğlu, 2013:104).

Veri Seti

2000-2015 dönemi yıllık verilerinin kullanıldığı çalışmada 1 numaralı standart çekim denkleminde kukla değişken ilave edilerek logaritmik formda model oluşturulmuştur. Logaritmik modeldeki katsayılar, aynı zamanda esneklikleri göstermektedir. Tahmin edilen modelle ilişkin denklem aşağıdaki gibidir:

$$\ln TF_{jit} = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{jt} + \beta_2 \ln POP_{jt} - \beta_3 \ln DIST_{ij} + \beta_4 \ln P_{ijt} - \beta_5 \ln REX_{ijt} - \beta_6 CRISE + \mu_{ijt} \quad (4)$$

(4) numaralı modeldeki değişkenler ile bu değişkenlere ait katsayılar ait beklentiler şöyledir:

TF_{jit} : t yılında j ülkelerinden (seçilmiş Avrupa ülkeleri) i ülkesine (Türkiye'ye) yönelik turist akımlarını göstermektedir. Her bir seçilmiş ülkeden Türkiye'ye yönelik turist sayısı şeklinde formüle edilmiştir. Veriler, Türkiye İstatistik Kurumu'nun elektronik veri tabanından (TUİK, 2017) elde edilmiştir.

GDP_{jt} : t yılında j ülkesinin (seçilmiş on bir Avrupa ülkeleri) kişi başına düşen gelir değerlerini göstermektedir. Yıllık veriler, dolar cinsinden kullanılmış olup, Dünya Bankası'nın elektronik veri tabanından alınmıştır. Bir ülkenin ekonomik büyüklük ölçütü olan kişi başına düşen gelir, çekim modelinde ülkelerin turist hareketlerini gerçekleştirme potansiyelini göstermektedir. Fertlerin turizm faaliyetlerine katılabilmesi için öncelikle yeterli gelir imkânlarının olması gerekir. Dolayısıyla kişi başına düşen gelir ve turizm talebi arasında güçlü bir ilişki mevcuttur. Bu değişkenin turist akımlarını pozitif etkilemesi beklenmektedir.

POP_{jt} : t yılında j ülkesinin (seçilmiş Avrupa ülkeleri) nüfusunu göstermektedir. Nüfus

değişkeni ülkelerin büyüklüğünün göstergesi olarak kullanılmaktadır. Büyük nüfus, turist sayısını ve dolayısıyla talebi arttırarak turizm akımlarına olumlu katkıda da bulunabilir. Bu nedenle nüfus değişkeninin katsayısı pozitif işaretli beklenmektedir. Veriler, Dünya Bankası'nın elektronik veri tabanından alınmıştır.

$DIST_{ij}$: i (Türkiye) ve j (seçilmiş Avrupa ülkesi) arasındaki uzaklığı göstermektedir. Uzaklığın hesaplanmasında Türkiye ve seçilmiş diğer ülkelerin finans merkezlerinin birbirine olan uzaklığı mil cinsinden kullanılmıştır. Veriler, MapCrow Travel Distance Calculator adlı siteden alınmıştır. Mesafe değişkeni ülkeler arasındaki fiziksel mesafeyi ölçmesinin yanında ulaşım maliyetlerini anlamada ve zamanı ölçmede önemli etkiye sahiptir. Ülkeler arasında uzaklığın artması turist açısından ulaşım maliyetlerinin artması anlamına gelir. Ayrıca turistin zamanı çok değerlidir. En az zamanda çok yer görmek, çok eğlendiğini ve iyi dinlendiğini hissetmek ve turizm faaliyetinden maksimum faydayı sağlamak ister. Seyahat süresindeki aksaklıklar turisti rahatsız eder. Bu nedenle, mesafe maddi ve manevi maliyetin temsilcisi olarak yorumlanmaktadır. Ülkelerin birbirine uzaklığı ile turist akımları arasında ters yönlü bir ilişki söz konusu olduğundan değişkenin katsayısı negatif tahmin edilmektedir.

P_{ijt} : Turizm fiyatları, sadece turistlerin satın aldığı ya da kullandığı mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki gelişmeleri ifade eder. Ancak bugün pek çok ülkede, sadece turistik mal ve hizmet fiyatlarını kapsayan fiyat endeksleri hesaplanmamaktadır. Bu nedenle ampirik çalışmaların çoğunda ilgili ülkelerin tüketici fiyatları endeksi (TÜFE), üretici fiyatları endeksi (ÜFE) vb. göreceli fiyat yapıları kullanılmaktadır. Burada göreceli fiyat düzeyi aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanmıştır.

$$p_i = \frac{TÜF_i}{TÜF_{j^*E_{ij}}} \quad (7)$$

TÜFE_i Türkiye'deki tüketici fiyat endeksi, TÜFE_j ilgili ülkenin tüketici fiyat endeksini ve EX_{ijt} Türkiye ile seçilmiş Avrupa ülkeleri arasındaki reel döviz kurudur. Teoride turizm talebi ile fiyat düzeyi arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır (Lim, 1997; Surugiu, 2011) Göreceli fiyat seviyeleri sabit iken, turist alan ülkenin fiyatlar genel seviyesi, turist gönderen ülkeye göre daha

fazla yükselirse, turist alan ülkeye yönelik turizm talebinin azalması beklenmektedir. Veriler, Uluslararası Para Fonu (IMF)'nun veri tabanından elde edilerek hesaplanmıştır. Değişkenin katsayısı negatif beklenmektedir.

REX_{ijt} : t yılında i (Türkiye) ve j (on bir Avrupa ülkesi) arasındaki döviz kurunu göstermektedir. Bir ülkeyi ziyaret eden turistler için döviz kuru satın alacakları turistik mal ve hizmetleri etkilemektedir. Turistler seyahat kararı alırken özellikle döviz kurlarına da bakmaktadırlar. Döviz kurunun düşmesi, yerli mal ve hizmetleri, yabancı mal ve hizmetlere göre pahalılaştırarak döviz giderini arttırır, yükselmesi ise tersine yerli mal ve hizmetleri yabancı mal ve hizmetlere göre ucuzlatarak döviz gelirini teşvik eder. Bu durumda Türkiye'nin reel döviz kuru yükselmesi TL'nin eksik değerlendirildiğini yansıtır ve bu durumda ilgili yabancı paranın bir birimi ile alınması gerekenden daha fazla TL satın alınabilir. Bu ise turistlerin ülkemizde aynı hizmet karşılığında kendi paraları cinsinden daha az ödeme yapması anlamına gelir ki bu durumda gelen turist sayısının artacağı ileri sürülebilir. Bu çalışmada döviz kurlarını temsilen modele dâhil edilen değişken, "Reel Efektif Döviz Kuru Endeksi"dir. Ana ülke para biriminin (TL), seçilmiş ülkelerin para birimlerinin ağırlıklı ortalamasına eşit olacak şekilde, 2010=100 temelli indeks değerleri, bu veri setini oluşturmaktadır. Veriler, Dünya Bankası'nın ve T.C Merkez Bankası elektronik veri tabanından alınmıştır. Değişkenin katsayısı negatif beklenmektedir.

CRİSE: Ekonomik krizler, doğal afetler veya sağlığa ilişkin salgın hastalıklar turizm akımlarını turizm akımlarını etkiler. Bu nedenle kriz veya felaketlerin etkilerinin tahmin edilmesi hem turizm işletmecilerinin benzer durumda izleyecekleri yöntemler hem de devletlerin kriz dönemlerinde uygulayacakları politikalar açısından önemlidir. Kriz kukla değişkeni oluşturulurken 2008 küresel ekonomik kriz ile 2009 Avrupa Birliği kamu borç krizi dikkate alınmıştır. 2007 yılının ikinci yarısında ABD gayrimenkul piyasasında ortaya çıkan ve 2008'den itibaren tüm dünyaya yayılarak mali ve reel sektörlerde küresel ekonomik krize dönüşmüştür (Doğru, 2012: 113-114). Ekonomik kriz dönemlerinde milli gelirin, mal, hizmet, işgücü akımlarının olumsuz etkilenmesi beklenir. Buna göre, 2008, 2009, 2010 küresel kriz dönemlerine 1, diğer dönemlere sıfır değeri

verilerek kriz kukla değişkeni oluşturulmuştur. İşaretinin negatif olması beklenmektedir.

Bulgular

Tablo 7’de seçilmiş her Avrupa’dan ülkesinden Türkiye’ye yönelik turist akımlarına dair

oluşturulan modelden elde edilen tahmin sonuçlarına yer verilmiştir. Analiz tesadüfi etkiler modeli tahmin sonuçlarından elde edilen katsayılar üzerinden yorumlanmıştır

**Tablo 7: Tesadüfi Etkiler Modeli, Panel Veri Analiz Sonuçları
(Turist akımları (TF_{ijt}) bağımlı değişkendir)**

4 Nolu Model Bağımsız Değişken Adı	Katsayısı
lnGDPP _{jt}	1.398*** (0.115)
lnPOP _{jt}	0.810*** (0.182)
lnDIST _{ij}	-0.843*** (0.286)
LnP _{ijt}	-0.048* (0.026)
LnREX _{ijt}	0.025 (0.033)
CRISE	-0.085 (0.072)
Sabit Terim	-10.707 (3.202)
Gözlem Sayısı: 720 (kukla değişkenler hariç)	
R ² : 0.54	
F: 33.485***	
D-W ist: 0.7227	
Diagnostik İstatistikler	

Not: ***, ** ve * sırasıyla ilgili katsayının %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyidir; parantez içindeki sayılar standart sapmayı göstermektedir.

İncelenen dönemde modele göre turist akımları, seçilmiş ülkelerinin kişi başına düşen gelirlerinden ve nüfusundan olumlu etkilenmiş ve %1 düzeyinde istatistiksel anlamlı bulunmuştur. Seçilmiş ülkelerin kişi başına düşen gelirlerindeki %1’lik artış turist akımlarını %1,4 oranında; nüfuslarındaki %1’lik artış ise turist akımlarını %0,8 oranında arttırmaktadır. Yapılan ampirik çalışmalarda gelir esnekliği genellikle birden yüksektir. Çalışmadan elde edilen bulguya göre de gelir katsayısı nüfus katsayısından yüksek çıkmıştır. Bu nedenle Avrupa ülkelerinden Türkiye’ye yönelen turist hareketlerinde ekonomik durumun en önemli belirleyici olduğunu ifade edebiliriz.

Ülkeler arasındaki mesafenin artması ulaşım maliyetlerini arttırarak ve zaman kaybına neden olarak turist akımlarını olumsuz etkilemektedir. Mesafe değişkeninin katsayısı %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır ve işareti beklendiği gibi negatiftir. Türkiye ile seçilmiş ülkeler arasındaki uzaklık %1 oranında arttığında turizm

akımları % 0,8 oranında azalmaktadır. Uzaklık değişkeni bulgusu teoriye uygun ve literatürdeki diğer çalışmalarla aynı yöndedir.

Türkiye’deki turizm fiyatlarını temsilen kullanılan fiyatlar genel seviyesini gösteren değişken %10 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır ve işareti negatiftir. Modele göre Türkiye’deki fiyatlar genel seviyesi %1 artarsa turist akımları % 0,04 oranında azalmaktadır. Diğer bir deyişle Türkiye’deki fiyatlar genel seviyesi yükselirse turist akımlarında teoriye uygun azalma gerçekleşmektedir. Buna karşın analizde döviz kuru değişkeni istatistiksel olarak anlamlı çıkmadığından yorumlanamamıştır.

2008 küresel krizi ve 2009 Avrupa Birliği borç krizini temsilen oluşturulan kukla değişkenin işareti negatif olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamlı bulunamamıştır.

SONUÇ

Uluslararası turizm hareketleri son on beş yılda küresel bazda ekonomik, politik, sağlık krizlerine

rağmen hızla artmaktadır. Türkiye de hem turist sayısı bakımından hem de turizm gelirleri açısından dünya turizm hareketlerinde ilk sıralarda yer alan cazip destinasyonlardandır. Türkiye'ye yönelen turistlerin büyük çoğunluğu Avrupa ülkelerindedir. 1980 sonrasında turizmin ekonomik öneminin anlaşılmasıyla bu sektöre kamu ve özel sektör yatırımları artırılmış, turizm öncelikli politikalar arasına alınmıştır. Buna karşın, Türkiye'de turizm sektörü özellikle bulunduğu coğrafi bölgedeki stratejik konumu nedeniyle sık sık küresel, bölgesel veya içsel risk algısıyla karşılaşmaktadır. Bu riskler sektörü kırılgan hale getirmekte, gelişim sürecini yavaşlatmakta veya istikrarlı bir şekilde büyümesini engellemektedir.

Bu çalışma ile hem istatistiki verilere dayanılarak Türkiye'deki turizm sektörünün gelişiminin ortaya konması hem de 2000-2015 döneminde Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik uluslararası turist akımlarını etkileyen faktörler ile bu faktörlerin katsayılarının tahmin edilmesi hedeflenmiştir. Ampirik çalışmada turist akımlarının belirleyicilerinin tespitinde ekonomik büyüklük ile coğrafi konumu ön plana çıkaran panel çekim modeli kullanılmıştır. Seçilen bu Avrupa ülkeleri dünya turizminde ön sıralarda yer aldığı gibi Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2015 yılında Türkiye'deki toplam turist akımlarının %80'ninden fazlasına sahiptir. En çok turist gönderen ülkeler sıralamasında ise Almanya ve İngiltere yer almaktadır.

Ampirik incelemede ekonomik büyüklük ölçüsü olarak kişi başına düşen gelir ve nüfus büyüklüğü tercih edilmiştir. Model de Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik turist akımlarının hem kişi başına düşen gelir hem de nüfus büyüklüğünden pozitif etkilendiği bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer bir deyişle, modelde toplam turist akımlarını toplam talep olarak ifade ettiğimiz için Türkiye'ye yönelen Avrupa ülkelerinin ekonomik büyüklüklerinin toplam turizm talebi üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Çekim modelinin klasik değişkeni olan coğrafi uzaklık, literatüre uygun olarak turist akımlarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak uzaklık katsayısı birden küçüktür (0,8) yani esnek değildir. Dolayısıyla mesafe arttıkça Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm akımı / talebi daha az oranda etkilenecektir.

Modelde döviz kuru değişkeni istatistiksel olarak anlamlı değildir. Göreceli turizm fiyatlarının etkisini tahmin edebilmek için kullanılan göreceli fiyat endeksi değişkeni literatüre uygun ve olumsuz etkilemektedir. Ancak turizm fiyat değişkeninin katsayısının çok yüksek olmadığı ve kur değişkeninin istatistiksel anlamlı çıkmadığı bulgusuyla birlikte değerlendirildiğinde, Türkiye'nin uyguladığı döviz kuru politikasından kaynaklanabileceği tahmin edilmektedir.

Çalışma bulgularına göre Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik turizm akımlarında krizin etkisine dair kesin bir bulguya rastlanmaması ilginçtir. Ekonomik teoriye göre ekonomik kriz dönemlerinde üretim ve istihdam daralır, kişilerin gelirlerinde azalma meydana gelir. Turizm sektöründeki hareketler kişilerin gelir düzeyine bağlı olduğundan kriz dönemlerinde gelir azalmasına bağlı genellikle tatil planları iptal edilir veya ertelenir. Talep esnekliğinin yüksek olduğu turizm sektöründe küresel ekonomik kriz etkisine rastlanmamasının önemli nedenlerinden biri, krizle mücadele edebilmek için küresel ölçekte likidite bolluğunun devam ettirilmesi ve parasal düzeyde kişisel gelirlerin düşmemesi muhtemeldir. Ayrıca tatil için Türkiye'nin Avrupa ülkelerine göre kriz dönemlerinde görece daha ucuz fiyatlı bir destinasyon merkezi olabileceği düşünülmektedir. Böyle durumlarda tatil planları muhtemelen etkilenmeyecektir.

Tahmin bulguları Avrupa'dan Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebinin temel belirleyicileri literatür bölümünde de verilen çalışma örneklerine uygun olarak ekonomik büyüklüğe işaret etmektedir. Ampirik çalışma sonuçlarına göre gelirin esneklik katsayısı birden büyüktür. Türkiye'ye yönelik gelire bağlı turizm talebinin Avrupalı turistler için henüz zorunlu bir ihtiyaç olmadığı söylenebilir. Diğer bir deyişle, Avrupalı turistlerin gelirlerini olumsuz etkileyecek herhangi gelişme olduğunda Türkiye'ye yönelik tatil planlarından vazgeçebilme ihtimalleri yüksektir. Bu bağlamda Türkiye'ye yönelik turizm talebinin dünyanın her bölgesinden olmasına imkan veren kısa ve uzun vadede uygulanabilecek politika önerilerine aşağıda değinilmiştir:

Kısa vadede Türkiye'nin her türlü tanıtım faaliyetlerini gözden geçirmeye ve küresel tanınırlığı arttırmaya yönelik politikalar tercih

edilebilir. Dünyanın her köşesinde farklı bölgelere özgü, yerel, okunurluğu yüksek, eğlence-seyahat-magazin dergilerinde Türkiye'nin turizm ülkesi olduğuna dair görsel ilan, reklam ve kampanyaların yer almasının sağlanması turist çekmede etkili olabilir. Ancak rekabetin yoğun olarak yaşandığı ve mesafenin uzamasına bağlı ulaşım maliyetlerinin artacağı düşünülürse bu politikanın olumlu sonuçları Türkiye ile tanıtım yapılan ülkeye göre değişebilir ve bazı ülkelerden gerçekleşecek turist hareketliliği için sonuçları uzun döneme kayabilir. Bu nedenle turizm sektöründe yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) (özellikle küçük çaplı seyahat acenteleri) Türkiye'ye yönelik turist akımlarının artmasına katkı sunacak projelerine teşvik desteği verilmesi veya vergi muafiyeti uygulanması kısa dönemde daha etkili bir turizm politikası olabilir.

Uzun vadede ise Türkiye'deki merkezi ve yerel paydaşlarla birlikte dünyanın tüm bölgelerinden turist çekmeyi içeren stratejik turizm planlamasının ve denetim gözetim faaliyetlerinin sürdürülebilir olması önemlidir. Türkiye'nin dünyanın tüm bölgelerinde ulusal turist ofisleri açması veya var olan ofisleri güncellemesi, bu ofislerin Türkiye'deki hem merkezi hem yerel yönetimlerle bilgi işlem teknolojileri ve internet ağlarıyla sürekli iletişimde olması Türkiye'nin dünyanın bütün bölgeleriyle koordinasyonunu aktifleştirecektir. Ayrıca Türkiye'de turizm arzını meydana getiren faktörlerin nicelik ve niteliklerinin sıklıkla tartışılması, turizm arzında yer alan firmaların küresel değişimlere uyumlarının sağlanması Türkiye'ye yönelik turizm talebini olumlu etkileyebilir. Daha ileri dönemlerde iletişim ağları yapısına çevre ve ulaşım ajanslarının da eklenmesi bağlantıları derinleştirmeye katkı sunacaktır.

KAYNAKÇA

Baltağı, B. (2008). *Econometric analysis of panel data*. John Wiley & Sons.

Chen, Z. ve Haynes, K. E. (2015), "Impact of High-Speed Rail on International Tourism Demand in China", *Applied Economics Letters*, 22(1), s.57-60.

Crouch, G. I. (1992), "Effect of Income ve Price on International Tourism", *Annals of Tourism Research*, 19(4), s.643-664.

Deardorf, A. V. (1995), "Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassical World?", *NBER Working Papers*, 5377, Cambridge.

Değer, M. K. (2006), "Turizme ve İhracata Dayalı Büyüme: 1980-2005 Türkiye Deneyimi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2).

Doğru, B. (2012), "ABD ve AB Bölgesindeki Bir Finansal Krizin Türkiye'ye Etkileri", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 112-123.

Dritsakis, N. (2004). "Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis", *Tourism Economics*, 10(3), 305-316.

Eita, J. H., ve Jordaan, A. (2014), "Estimating the Tourism Potential in Namibia", <http://dspace.nwu.ac.za/handle/10394/18584>, 16.01.2014.

Emekli, G. (2005), "Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm", *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, s.99-107.

Garin-Munoz, T., ve Amaral, T. P. (2000), "An Econometric Model for International Tourism Flows to Spain", *Applied Economics Letters*, 7(8), s.525-529.

Gil Pareja, S., Llorca Vivero, R. ve Martínez Serrano, J. A. (2007), "The Effect of EMU on Tourism", *Review of International Economics*, 15(2), s.302-312.

Gujarati D.N. ve Porter D.C. (2012), "Temel Ekonometri", Şenesen Ü. ve Şenesen G.G. (Çev.), İstanbul, Literatür yayıncılık.

Gülbahar, Onur. (2008), "Turizmin Türkiye'de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi", *Journal of Qafqaz University*, 24, s.154-168.

Güneş, E., Kabadayı, B. (2015). "Türkiye Turizm Talebini Açıklamaya Yönelik Bir Panel Çekim Modeli Analizi", *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 19(2):31-46.

Hamilton, J. M., Maddison, D. J. ve Tol, R. S. (2005), "Climate Change ve International Tourism: a Simulation Study," *Global environmental change*, 15(3), s.253-266.

- Işık, Nalan (2016), “Türkiye ile Şanghay İşbirliği Örgütü Arasındaki Ticaret Akımlarının Panel Çekim Modeli ile Tahmini”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17, s.151-174.
- Karataş, Muhammed ve Serap Babür (2013), “Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2, s.15-24.
- Khadaroo, J.,ve Seetanah, B. (2008). The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach. *Tourism management*, 29(5), 831-840.
- Kaya, A. Ayşen, ve Canlı, B. (2013). “Türkiye’ye Yönelik UluslararasıTurizm Talebinin Belirleyenleri: Panel Veri Yaklaşımı”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), s.43-54.
- Lim, C. (1997). “Review Of International Tourism Demand Models”, *Annals of Tourism Research*, 24(4), s.835-849.
- Maddala, G. S.,ve Lahiri, K. (1992). *Introduction to econometrics* (Vol. 2). New York: Macmillan.
- MapCrow Travel Distance Calculator , <http://www.mapcrow.info>, 18.02.2017.
- Pearce, P. L.,ve Wu, M. Y. (2015), “Soft İnfrastructure at Tourism Sites: Identifying Key Issues for Asian Tourism from Case Studies”, *Tourism Recreation Research*, 40(1), s.120-132.
- Surugiu, C., Leitão, N. C., & Surugiu, M. R. (2011), “ A Panel Data Modelling of International Tourism Demand: Evidences for Romania. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 24(1), s.134-145.
- Song, H., Li, G., Witt, S. F.,ve Fei, B. (2005), “Tourism Demand Modellingve Forecasting: How Should Demand be Measured?”, *Tourism Economics*, 16(19), s.63-81.
- Tatoğlu, F.Y. (2013), *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Tatoğlu, F.Y. (2013), İleri Panel Veri Yöntemleri, E. Çağlayan, (Çev.Editörü), *Ekonometriye Giriş (2) Modern Yaklaşım* (4. Basımdan çeviri) içinde (481-503), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık., Ankara.
- Tinbergen, J. (1962), “*An Analysis of World Trade Flows*”, New York: The Twentieth Century Fund, s.262-293.
- T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2017), www.kultur.gov.tr ,15.02.2017.
- TCMB, (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası), <http://evds.tcmb.gov.tr/> , 15.02.2017.
- The World Bank (2017), Global Economic Prospects Spillover Amid Weak Growth, World Bank Group, Washington, 86, <http://www.worldbank.org/>, 22.03.2017.
- TÜRSAB, (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği), http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/sektorel-raporlar_05.01.2017<http://www.e-unwto.org> ,02.02.2017.
- UNWTO, (The United Nations World Tourism Organization), *Tourism Highlights 2001, 2006, 2011, 2016 Editions*,
- UNWTO, (why tourism), [www. http://www2.unwto.org/content/why-tourism](http://www2.unwto.org/content/why-tourism), 6.9.2017
- Yıldız, Zafer ve Ayşe Durgun (2010), “2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(1):1-15.
- Yıldız, Zafer (2011), “Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5):54-71.
- Zortuk, M. ve Bayrak, S. (2013), “Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye’nin Turizm Talebi”, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 19, s. 38-58. <http://www.tuik.gov.tr>, 2017. <http://www.e-unwto.org>, 2017.