

Türkiye Turizm Talebini Açıklamaya Yönelik Bir Panel Çekim Modeli Analizi¹

A Panel Gravity Model Describing Tourism Demand Towards Turkey

Erkan GÜNEŞ²
Burhan KABADAYI³

ÖZET

Bu çalışmada Türkiye'ye yönelik turizm talebi panel çekim modelleri vasıtasıyla incelenmiştir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayıları Türkiye'ye yönelik turizm talebi olarak dikkate alınmıştır. Türkiye turizm talebini etkileyen faktörler ise Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin kişi başına GSYİH'ları, nüfus sayıları, buldukları ülkelerin başkentlerinin İstanbul'a mesafesi ve bazı kukla değişkenler olarak belirlenmiştir. Türkiye ile diğer ülkeler arasında dinsel, etniksel, politik ve asker ilişkilerin etkileri talep fonksiyonuna kukla değişkenlerle dahil edilmiştir. Her kukla değişken için çift yön tesadüfi etkiler panel veri analizi kullanılmıştır. İstatistiksel olarak anlamlı ve teorik olarak beklenen parametreler ve işaretleri elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm talebi, çekim modelleri, tesadüfi etkiler panel veri analizi, eş-bütünleşme analizi

ABSTRACT

In this study, tourism demands towards Turkey were analyzed by gravity models. The numbers of foreign visitors were taken considered as tourism demand towards Turkey. The variables that affecting tourism demand were identified as GDP per capita of the visitors, the distance from the visitors' countries capital cities to Istanbul, the population and some of dummies. The effects of religious, ethnicity, politic and military relationships between Turkey and the rest of the World were included the demand function towards Turkey. The two way random effects models were regressed for each dummy. Statistically significant and theoretically expected parameters and their signs were obtained.

Keywords: Tourism demand, gravity model, two way random effects panel data analysis, co-integration

¹ Bu çalışma 26 Mayıs 2013 tarihinde Bosna -Hersek'te 14. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Kongresinde sunulmuştur ve çalışma sadece özet olarak yayınlanmıştır.

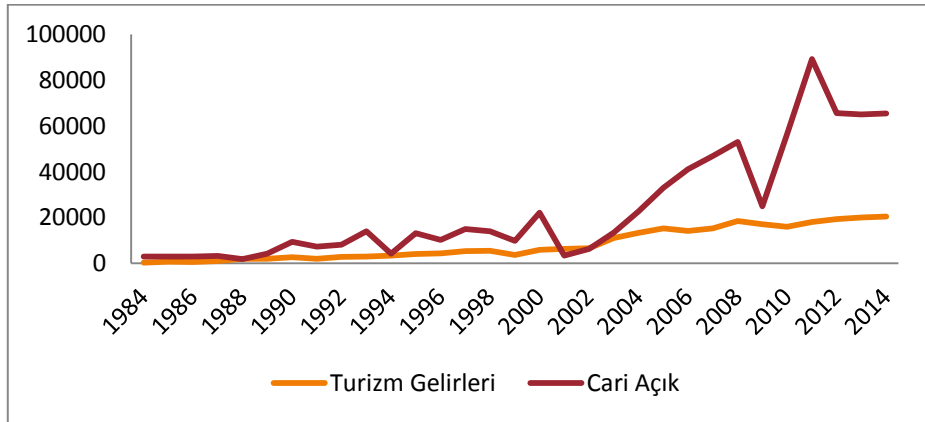
² Öğr.Gör., Erzincan Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, erkangunes24@gmail.com

³ Doç.Dr., Erzincan Üniversitesi, İİBF, burhankabadayi@gmail.com

1.Giriş

24 Ocak 1980 kararlarından sonra ithal ikameci kalkınma modelinden vazgeçip ihracata dayalı kalkınma modelini benimseyen Türkiye, 1980 yılından itibaren ekonomisini liberalize etmiş ve dışa açık ve Dünya Ekonomileriyle entegre bir konum benimsemiştir. Üretimde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmadığı ürünleri ithalat yoluyla temin etmiş ve karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olduğu veya gelecekte sahip olabileceği sektörlerde ise iç üretimde yoğunlaşmıştır. Ancak dışa açılmayla birlikte ithalatın parasal değerleri, ihracatın parasal değerinden her zaman fazla olmuştur. Günümüzde de sıkça tartışılan gelen dış açık artık kronik dış açık olarak adlandırılmaya başlamıştır.

Kronik olarak adlandırılan dış açık ise dış borç stokunu arttırmakta ve Türkiye'yi borçlu ülkeler sınıflandırmasına sokmaktadır (Dünya Bankası, 2011). Dış borçlar ise Türkiye Ekonomisindeki kırılganlıkları özellikle kriz dönemlerinde arttırmakta ve uluslararası yatırım piyasalarında riskli duruma getirmektedir. Dış borçların en önemli kaynağı olan dış ticaret açığını önlemede tartışılan çözümler ithalatı kısma veya ihracatı artırma konusunda odaklanmaktadır. Tartışılan konular dış açığı kapatmada etkilidir ancak turizmin dış açığı kapamadaki rolü tartışma götürmez bir konudur. Şekil 1'de Türkiye'nin 1984 yılından beri dönemlere göre cari açık ve turizm gelirleri birlikte verilmiştir. Şekil incelendiğinde açıkça görülecektir ki Türkiye 1984 yılından beri cari açık vere gelmiş ve Turizm ise kısmen cari açığı finanse etmektedir.



Şekil 1: Cari Açık ve Turizm Gelirleri

Turizmin ekonomik öneminden hareketle bu çalışmada Türkiye'ye yönelik turizm talebi çekim modeli çerçevesinde bir kısım değişkenler vasıtasıyla incelenmiştir. Çalışmada ilkin konuyla alakalı literatür taraması gerçekleştirilmiş ardından Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörler panel veri analizleri yöntemiyle incelenmiştir. Sonuç olarak Dünya Ülkelerinin gelir seviyesi ve nüfus potansiyelinin Türkiye'ye yönelik turizm talebi üzerinde pozitif etkileri bulunmuştur. Ülke mesafeleri ise olumsuz

etkilidir. Türkiye'nin dini, etnik, siyasi ve askeri yönde ilişkileri olan ülkelerden daha fazla turist çektiği gözlenmiştir.

2.Literatür Taraması

Turizm sektörü, bugün dünyada en hızlı gelişen sektörlerin başında yer alırken, millî gelirin de önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Harcanabilir kişisel gelirlerden tatil ve turizme ayrılan payın artması, teknolojik gelişmeler ile beraber iletişim ve ulaşım hizmetlerindeki iyileşmeler neticesinde insanların şimdiye kadar görmedikleri ve merak ettikleri yerleri ziyaret etme eğilimlerini arttırmıştır(Dilber, 2007:205).1960'lı yıllarla beraber dünya genelinde; teknolojiye, iletişime ve ulaşım sistemlerinde önemli değişim ve gelişmeler yaşanmıştır. Bu gelişmeler turizm sektörünü de doğrudan veya dolaylı olarak etkilemiştir. Özellikle iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler ile ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler uluslararası turizmin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Uluslararası turizm dünya genelinde çok önemli bir yere sahiptir. Ülkeler açısından önemli gelir kaynağı sunan turizm sektörü, uluslararası ticaretin gelişmesi ve insanların yaşam standartlarının yükselmesi ile beraber seyahat etme eğiliminin artması ile önemli gelişmeler kaydetmiştir(Çeken, Dalgın ve Karadağ, 2009:22).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra turizm, dünya ekonomisinde en hızlı büyüyen ve etkisini arttıran sektörlerden birisi olmuştur. Turizm sektörünün gelir sağlama, istihdamı artırma, iş ve gelir vergisi oluşturma, ödemeler dengesine katkı sağlama gibi önemli rol ve katkıları bulunmaktadır. Özellikle de gelişmekte olan ekonomiler için döviz girdisi sağlama ve emek yoğun bir sektör olması sonucunda, istihdama sağladığı katkı nedeni ile büyük önem taşımaktadır(Muchapondwa ve Pimhidzai, 2011:71). Bu nedenle turizm, genellikle bölgesel ve ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır(Çımat ve Bahar, 2003:2). Günümüzde ekonomik, sosyal ve kültürel bir olgu durumuna gelen turizm sektörünün, ülke ekonomileri üzerinde olumlu etkileri daha fazla ön plana çıkmaktadır. Özellikle cari açığı dengelemede önemli katkısı ve oluşturduğu ekonomik hareketlilik ve üretilen mal ve hizmetlerin yabancı turistler tarafından tüketilmesi ile elde edilen gelir nedeniyle pek çok ülke ekonomileri için turizm hayati önem taşımaktadır ve bu durum turizmi ülkeler için cazip ve vazgeçilmez hale getirmiştir(Çuhadar vd., 2009:100, Chu, 2009:740).

Uluslararası turizm son çeyrek yüzyılda bir patlama yaşadı ve günümüzde dünyanın en büyük endüstrilerinden birisi oldu. Mevcut durumdaki büyümesine ve gelişimine rağmen turizm hareketleri her yıl düzensiz olarak değişmiştir. Bazı ülkelerde turizm sürekli artış gösterirken bazılarında ise dalgalanmalar olmuştur. Bu şartlar altında turizmin her zaman artış göstereceğini beklemek yanlış olur. Bu nedenle ülkelerin turizm talebini iyi bilmesi ve turizm talebini oluşturan turistlerin özelliklerinin araştırılması gerekmektedir.

İkinci Dünya Savaşından sonra havacılık sektöründe yaşanan gelişmelerle beraber hızlı, güvenilir ve konforlu seyahatler sayesinde uluslararası turizm doğdu ve her geçen gün

katılımcı sayısı arttı. Günümüzde uluslararası turizm hareketlerine katılanların istatistikleri sayesinde, araştırmacılar uluslararası turizm hareketleri hakkında çalışmalar yapabilmektedirler(Chu, 2008:78).

2.1.Turizm Talebi

Turizm, son çeyrek yüzyılda birçok ülke için açıkça en önemli ekonomik gelir sağlayıcısı konumundadır. Birçok araştırma ve çalışmalar gösteriyor ki turizmin bu dinamik ve hızlı büyüyen yapısı devam edecektir. Bu dinamik yapısı ve ülkelere sağladığı önemli katkılar nedeni ile turizmi geliştirme ve talebi artırıcı çalışmalar yapmak gerekmektedir(Goh ve Law, 2002:499). Özellikle turizm planlamasının ve turizm kararlarının daha etkin ve verimli olması için turizm talebinin ne, kim ve ne gibi özelliklerden oluştuğunun bilinmesi gerekmektedir.

Kısaca turizm talebine değinirsek, turizm talebi, belirli bir hedef doğrultusunda, belirli bir dönemde turizm mal ve hizmetlerini satın almak için istekli olan kişiler toplamıdır. Turizm talebi kavramı, ekonomi disiplindeki klasik talep kavramından üretilmiş ve “turizm ile ilgili mal ve hizmetleri satın alabilme ve kullanabilme gücüne sahip olma” olarak tanımlanmıştır(Song vd., 2010:63-64).Turizm talebi ekonomi disiplini açısından tanımlandığında, yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip, belirli bir zaman ve belirli bir hedef doğrultusunda turistik mal ve hizmetlerden faydalanan ya da yararlanmak isteyen kişi ya da kişiler topluluğudur(Kozak vd., 2011:59).

Turizm talebi, belirli fiyatta satışa veya turizm hareketlerine katılanların faydalanmasına sunulan turistik mal ve hizmetleri satın alan veya bunlardan faydalanan insanlar toplamıdır(Olalı, 1979:165).

Tanımlarda belirtilen özelliklere ve seyahat etme isteğine sahip olup ancak, çeşitli nedenlerle (kişisel nedenler, alışkanlıklar, iklim ya da arz kaynaklı sorunlar) turizm hareketlerine doğrudan katılamayan kimselerinde göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Turizm talebinin bu yönü, potansiyel turizm talebini oluşturmaktadır. Turizm sektörüne özgü talep kavramından söz edebilmek için(Kozak vd., 2011:59);

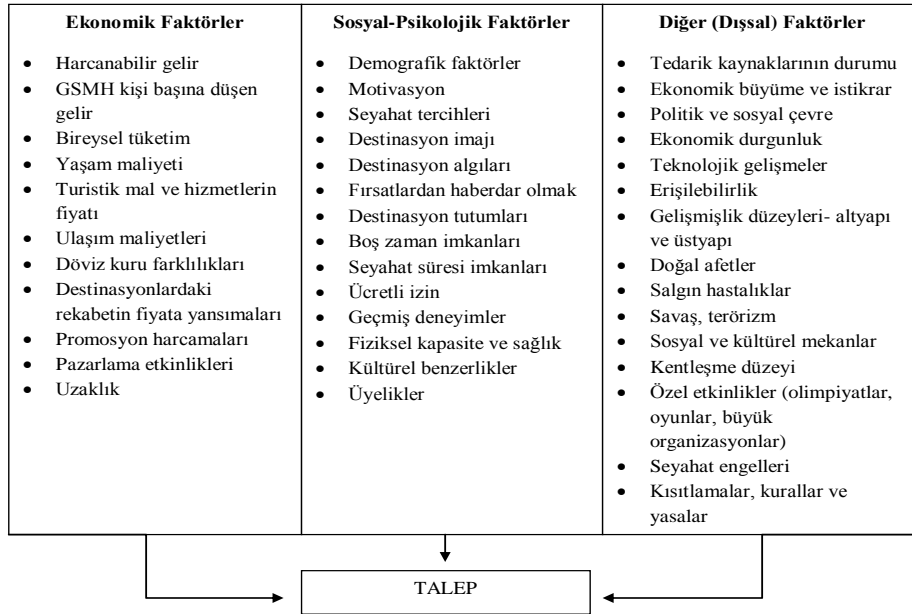
- Tüketim ile ilgili zamanın kesin sınırlarının çizilmiş olması,
- Tüketimde bulunacak kimsenin belirli gelir ve boş zaman sahip olması,
- Turistik mal ve hizmetlerin belirli bir piyasada ve fiyatta turistlerin hizmetine sunulmuş olması,
- Tüketicinin bu hizmetlerden yararlanmak için isteğinin olması gerekmektedir.
-

Turizm talebinin genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir(Tandoğan, 1998:146, Kozak vd., 2011:60):

- Turistik talep, ticari ya da mesleki amaçlarla seyahat edenleri kapsamamaktadır.
- Turistik tüketimde kişisel gelir kullanılmaktadır.

- Turistik talep belli zamanlarda yoğunlaşmaktadır.
- Turizm talebi bağımsız bir taleptir.
- Turizm talebi çok yönlü ve karmaşık bir özelliğe sahiptir.
- Turizm talebi aşırı esnekler.
- Turizm ürünleri arasında aşırı rekabet vardır.
- Turizm talebi mevsimlik özellik taşır.
- Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişiklik gösterir.

Genel anlamda bu özelliklerden ticari ve mesleki amaçla seyahat edenler ve bu nedenlerle giderlerini kendi hesaplarından ödemeyenler turist olarak nitelendirilmemektedir.



Şekil 2: Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

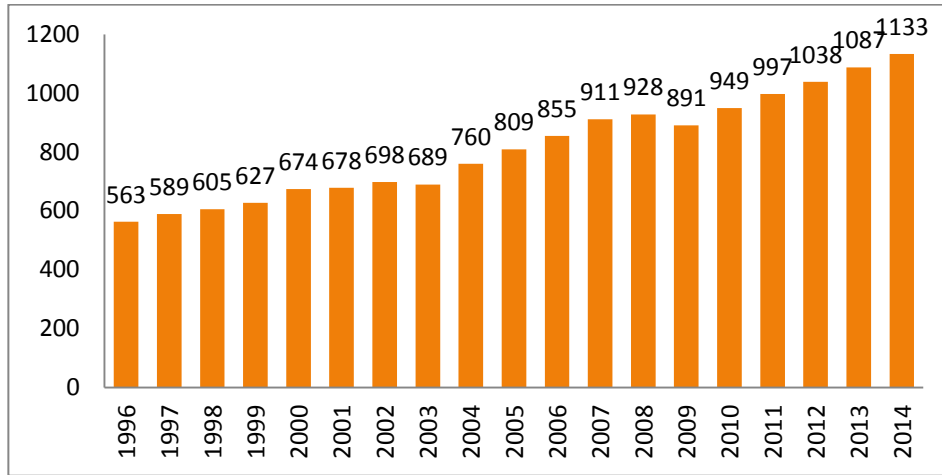
Kaynak: Uysal, Muzaffer. The Economic Geography of The Tourist Industry, 1998: 87

Turizm talebi ile ilgili literatüre bakıldığında turizm talebi genellikle; ulaşım, fiyat, turizm üreten ülkelerde gelir ve nüfus, maliyet gibi belirleyicileri üzerine odaklanmaktadır(Hanafiah, vd., 2011:1). Turizm talebini etkileyen birden çok faktör bulunmaktadır. Turizm talebini etkileyen faktörler birden çok başlık altında toplanabilir. Ancak öne çıkan faktörler; ekonomik, sosyal ve psikolojik ve diğer (dışsal) faktörler olarak başlıklar altında toplanabilir(Şekil 2).

2012 yılı itibari ile dünya genelinde 260 milyonu aşkın kişiye istihdam sağlayan (küresel istihdamın % 8,7 si) turizm sektörü, dünyadaki en büyük sektörlerden biridir ve küresel ekonomiye güçlü bir ivme kazandırmaktadır. Sektör 2011 yılında 6.346 milyar

ABD doları hacme ulaşmıştır. Bu rakam 2011 yılı dünya GSYİH'sinin % 9,1'ine karşılık gelmektedir. 2012 yılında ise turizm sektörü 6.526 milyar ABD doları hacme ulaşması tahmin edilmekteydi ve bu rakam 2012 dünya GSYİH'sinin % 9,2'sine denk gelmektedir(Travel & Tourism Economic Impact, 2012:3-4).

Dünya genelinde 1996-2014 yılları arasında turist sayılarının gelişimine baktığımızda 1996 yılında 563 milyon olan turist sayısı, 2000 yılında 674 milyona, 2008 yılında 928 milyon kişiye yükselmiştir. 2008 yılının ikinci yarısından itibaren hissedilen küresel ekonomik kriz, turizm sektörünü de olumsuz bir şekilde etkilemiş, 2009 yılında turist sayısı 891 milyon kişiye düşmüştür(Yorgun, 2013:9). Ancak turizm hareketleri son beş yılda sürekli bir artış göstererek 2012 yılından itibaren 1 milyar kişinin üzerine çıkmış ve 2014 yılı itibari ile 1 milyar 133 milyon kişi uluslararası turizm hareketlerine katılmıştır(Şekil 3).



Şekil 3: Uluslararası Turizm Hareketleri (milyon kişi)

Kaynak: 2012 International Tourism Results and Prospects for 2013, World Tourism Organization (UNWTO) <http://mkt.unwto.org/en/barometer>, Erişim Tarihi: 22.03.2013 ve UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition, Erişim Tarihi: 11.09.2015

2.2. Türkiye Turizm Talebi

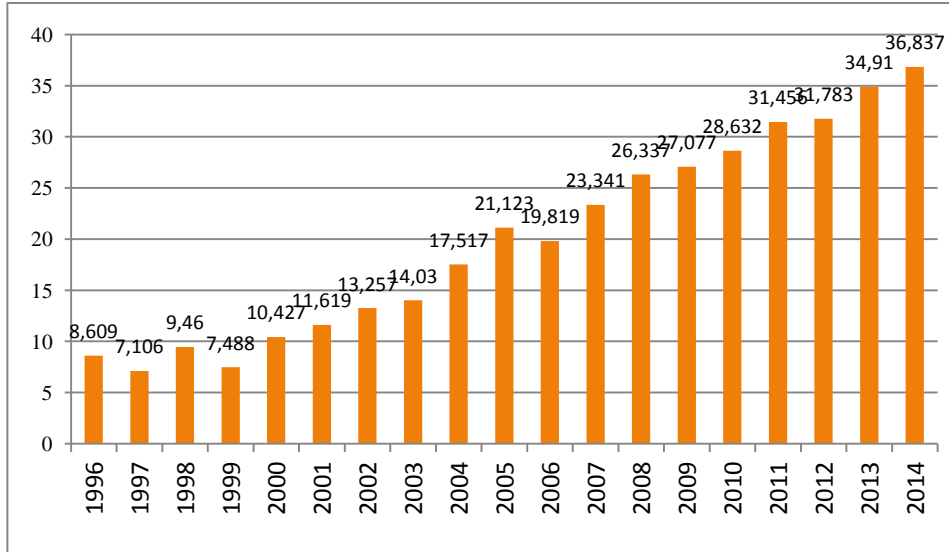
Türkiye sahip olduğu doğal güzellikleri, tarihi mekânları, arkeolojik ören yerleri, gelişmekte olan turistik altyapısı ve kültürel özellikleri ile dünyada en çok tercih edilen turizm destinasyonlarından biridir. Turizm sektörü yeni istihdam olanakları sağlaması, GSYİH ve ödemeler dengesine katkı sağlaması gibi özellikleri ile ülkemiz için ekonomik kalkınmanın en önemli ayaklarından biri olmuştur(Türkiye Turizm Sektörü Raporu).

Türkiye için turizm endüstrisi, önemi anlaşılmış ve kabul edilmiş olması ile beraber geliştirilmesi için de çaba sarf edilen, ödemeler dengesine katkı sağlayan ekonomik,

sosyal ve kültürel faaliyetlerdir. Ancak turizm, ülkemiz ekonomik hayatında 1980’li yıllara kadar istenileni verememiştir. Bu dönemde turistik arzı çok fazla önem vermesi ile gelen turist sayısını ve turizm gelirlerini arttırarak 1990’lı yıllarda dünyada önemli destinasyonların arasına girmeyi başarmıştır. 2000’li yıllarda artık Türkiye, turist sayısı ve turizmden elde edilen gelirlerle sıralamalarda ilk on ülke arasında yer almaktadır(Gülbahar, 2009:94).

Türkiye sahip olduğu turistik potansiyele rağmen dünya genelinde turizmden aldığı pay düşüktür. Dünya üzerinde turizm odak noktalarından birini oluşturan Türkiye, gelen turist sayısı bakımından istenilen düzeyde değildir. İstenilen düzeyi yakalayabilmek için turizmde talep koşullarının ve turizm talebinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir(İşler, 2009:62). Ülkemizin turizm talep koşulları turizm hareketlerine katılanlar için çekici gelmektedir. Bu nedenle ülkemiz ekonomisinde turizmin önemli payı vardır. Özellikle 1980’li yıllarla beraber sektörün değeri anlaşıldıktan sonra elde edilen turizm gelirlerinde artış olmuştur.

Ülkemizi ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin 1996-2012 yılları arasındaki gelişimine bakıldığında 1996 yılında ülkemize gelen turist sayısı 8 milyon 609 bin kişi iken bu sayı 2000 yılında 10 milyon kişiyi aşmıştır. 2005 yılında 20 milyondan fazla turist çeken ülkemiz 2010 yılı itibari ile 28 milyon yabancı ziyaretçi tarafından tercih edilirken, 2014 yılında 36 milyon 837 bin yabancı turist ülkemizi tercih etmiştir(Şekil 4).



Şekil 4: Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Ziyaretçi Sayısı (bin kişi)

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.kultur.gov.tr/> Erişim tarihi: 22.02.2013, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr/>, Erişim tarihi: 22.02.2013, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/> Erişim tarihi: 11.09.2015,

2.3.Çekim Modeli

Çekim Modeli Newton'un kütle çekim kanunundan esinlenerek oluşturulmuş ve iktisat literatüründe de kendine yer bulmuş önemli modellerden birisidir. Bilindiği üzere kütle çekim kanununa göre iki cisim birbirini kütleleriyle doğru orantılı ve aralarındaki mesafenin karesiyle negatif orantılı etkilemektedir. Çekim Modeli iktisat literatüründe ilk kez Tinbergen (1962) tarafından kullanılmış ve ülkeler arası uluslararası mal ticareti ilişkileri incelenmiştir. Ülkeler arası mesafe artmasıyla taşıma ve kargo maliyetlerinin artacağından yabancı malların talebi de azalacaktır. Gelir ise yabancı malların talebini arttıran ve mesafeye göre zıt etkili bir faktördür. Böylece Newton'un kütle çekim modelinde olduğu gibi iktisat biliminde iki zıt etki bir olguyu açıklamak için kullanılmıştır. Çekim modelleri benzer mantıkla turizm talebi için de kurgulanabilir. Bireylerin gelir düzeyleri turizm talebini olumlu etkileyen bir faktörken ülkeler arası mesafe negatif etkili bir faktördür. Literatürde çekim modelleri ile turizm talebi açıklanmaya çalışılmıştır. Örneğin Seetanah ve Khadaroo, 2008; Karagöz, 2008 ve Yavuz, vd. 2014 çalışmalarında çekim modelleri vasıtasıyla turizm talebi fonksiyonu oluşturmuşlardır.

3.Veriler ve Ampirik Analiz

Çalışmanın amacı Türkiye turizm sayısını etkileyen faktörleri çekim modeli vasıtasıyla incelemektir. Türkiye turizm talebini model çerçevesinde ifade etmek için Türkiye'ye gelen turist sayısı kullanılmıştır. Çekim modeli çerçevesinde Türkiye turizm talebini etkileyen faktörler; gelir seviyesi, turistlerin buldukları ülkelerin Türkiye'ye olan mesafesi, yabancıların geldikleri ülkelerin turizm potansiyelini göstermek için nüfus sayıları kullanılmıştır. Ayrıca Türkiye turizm talebini etkileyen bazı nitel değişkenler, kukla değişkenler vasıtasıyla ifade edilip çekim modeline dahil edilmiştir. Çalışmada kullanılan seriler, Türkiye'ye gelen yabancılar sayısı 1996 yılından itibaren TÜİK tarafından paylaşıldığından 1996-2014 yılları arası dönemi kapsamaktadır ve seriler yıllık veri cinsinden elde edilmiştir. Veriler Türkiye İstatistik Enstitüsü (TÜİK), Dünya Bankası ve <http://www.timeanddate.com> internet adresinden temin edilmiştir. Çalışmanın yatay kesit örnekleme ise 89 ülkeden oluşmaktadır.

Çalışmada kullanılan model şu şekilde ifade edilmiştir:

$$LTOUR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 LGDPPC_{i,t} + \beta_2 LPOP_{i,t} + \beta_3 LDIST_{i,t} + \beta_4 DUM_{i,t} + u_{i,t}$$

Ki, $i = 1, \dots, 89$ ve $t = 1996, \dots, 2014$ (1)

Modelde kullanılan veriler logaritmik değerlerle ifade edilmiştir. LTOUR Türkiye'ye gelen yabancı sayısının logaritmik değerlerini ifade etmektedir. LGDPPC ülkeye gelen yabancıların buldukları ülkenin ABD doları cinsinden kişi başına GSYİH değerlerinin logaritması, LPOP ülkeye gelen yabancıların buldukları ülkenin nüfus sayısının logaritmik değeri, LDIST yabancıların buldukları ülkenin başkentinin İstanbul'a olan uzaklıklarının logaritması, DUM ise kukla değişkenleri ifade etmektedir.

Kukla değişken olarak Türkiye ile dinsel bağları olan ülkeler (DUM1¹), Türkiye ile etnik bağı olan ülkeler (DUM2), AB'ye üye olan ülkeler (DUM3) ve NATO'ya üye olan ülkeler (DUM4) şeklinde sınıflandırılmıştır. Bazı ülkelerin NATO ve AB üyelikleri 1996 yılı sonrası döneme rast geldiğinden üyelik süreci başlangıcından 2014 yılı dönemine kadarki süre dikkate alınmıştır.

Çalışmada kullanılan seriler, ilk önce birinci nesil birim kök testlerinden Levin, Lin, Chu (LLC) ve Im, Pesaran, Shin (IPS) (Levin, Lin ve Chu 2002; Im, Pesaran ve Shin 2003) testleriyle sınanmış ve sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Birinci Nesil Birim Kök Testleri

| Değişkenler | LLC | | IPS | |
|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| | Sabit | Sabit ve Trendli | Sabit | Sabit ve Trendli |
| LTOUR | -0,608 | -7,207 ^A | 6,771 | -4,607 ^A |
| LGDPCC | -4,943 ^A | -7,315 ^A | 6,223 | -0,029 |
| LPOP | -11,590 ^A | -1,874 ^B | 4,666 | -14,508 ^A |
| Δ LTOUR | -19,278 ^A | -16,714 ^A | -19,937 ^A | -15,690 ^A |
| Δ LGDPCC | -16,195 ^A | -13,009 ^A | -11,080 ^A | -6,928 ^A |
| Δ LPOP | -3,501 ^A | -32,061 ^A | -13,403 ^A | -19,839 ^A |

Not: Birim kök testlerinde Schwartz bilgi kriteri dikkate alınmıştır. Maksimum gecikme 11 seçilmiştir. B ve A sırasıyla %5 ve %1 önem düzeyini belirtir. Δ birinci dereceden fark operatörüdür.

Çalışmanın LLC birim kök testleri dikkate alındığında serilerin trend içerecek biçimde düzey değerinde durağan yani I(0) olduğu gözlenmektedir. IPS testi sonuçlarına göre sabit ve trendli LGDPCC değişkeni düzey değerinde durağan değil diğer değişkenler ise düzey değerinde durağan olduğu gözlenmiştir.

Çalışmada kullandığımız serilerin birim etkiler içerip içermediği ise Score ve LR testleri vasıtasıyla tetkik edilmiştir². Her iki testin sonucuna göre modelimizin birim etkiler içermediği sıfır hipotezi reddedilmiştir. Yani model birim etkiler içermektedir. Zaman etkilerin testi için en çok olabilirlik yöntemi kullanılmıştır³. Modelin zaman etkiler içermediği sıfır hipotezi de reddedilmiştir. Sonuç olarak modelimiz hem birim etki hem de zaman etkiler içermektedir. Bu nedenle modelimizde klasik panel veri

¹ Nüfusunun %50'sinden fazlası Müslüman olan ülkeler DUM1 kukla değişkeniyle belirtilmiştir.

Ülkelerin inanç yapısı CIA, The World Factbook'tan temin edilmiştir.

² LR testi istatistiği 2638.92 bulunmuş ve %1 önem düzeyinde istatistik bakımdan anlamlıdır. Score testi istatistiği ise 2.1e+06 bulunmuş ve %1 önem düzeyinde istatistik bakımdan anlamlıdır.

³ En çok olabilirlik yöntemi istatistiği 77.68 bulunmuş ve %1 önem düzeyinde istatistik bakımdan anlamlıdır

modellerinden ziyade çift yönlü sabit veya tesadüfi etkiler modelinin kullanılmasına karar verilmiştir.

Birim Etkiler Hipotezi:

$$H_0: \mu = 0$$
$$H_1: \mu \neq 0$$

Zaman Etkiler Hipotezi:

$$H_0: \lambda = 0$$
$$H_1: \lambda \neq 0$$

Çift yönlü model yani eğim parametresi sabit, sabit parametrenin ise birimlere ve zamana göre değişken olduğu model aşağıda belirtilmiştir.

$$LTOUR_{i,t} = \beta_{0it} + \beta_1 LGDPPC_{i,t} + \beta_2 LPOP_{i,t} + \beta_3 LDIST_{i,t} + \beta_4 DUM_{i,t} + \mu_i + \lambda_t + u_{i,t}$$

Ki, $i = 1, \dots, 89$ ve $t = 1996, \dots, 2014$

(2)

Çalışmanın örnekleme seçilirken herhangi bir kısıtlamaya gidilmemiş ve spesifik bir ülke grubu dikkate alınmamıştır. Modelin örnekleme seçimi dikkate alındığında tesadüfi etkilerin kullanılması sabit etkiler modeline göre daha uygun bir karar olacaktır (Baltagi, 2008: 14 ve Tatoğlu, 2012: 79). Ayrıca çalışmada kullanılan değişkenlerden LDIST (ülkelerin başkentlerinin İstanbul'a uzaklığı) zamana göre sabit değişkendir. Sabit etkiler modeli bu değişkenle analiz yapmaya imkan vermezken tesadüfi etkilerle bu model tahmin edilebilir. Sabit etkiler modelinde zaman sabiti değişkenler (mesafe gibi) modelden dışlanmaktadır.

Türkiye turizm talebini açıklamaya yönelik kurgulanan çekim modeli çift yön tesadüfi etkiler panel veri analizi yöntemiyle uygulanmıştır. Model her kukla değişken için ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2: Çift Yön Tesadüfi Etkiler Panel Veri Analizi Sonuçları

| Bağımlı Değişken: LTOUR | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|---------------|
| Değişkenler | DUM1 | | DUM2 | | DUM3 | | DUM4 | |
| | Kat Sayı | t istatistiği | Kat Sayı | t istatistiği | Kat Sayı | t istatistiği | Kat Sayı | t istatistiği |
| Sabit | -9,352 ^A | -3,707 | -9,829 ^A | -5,002 | -9,90 ^A | -4,127 | -9,522 ^A | -4,038 |
| LGDPPC | 1,625 ^A | 24,62 | 1,655 ^A | 34,43 | 1,602 ^A | 28,43 | 1,596 ^A | 27,66 |
| LDIST | -1,829 ^A | -6,357 | -1,839 ^A | -7,142 | -1,816 ^A | -6,214 | -1,819 ^A | -6,372 |
| LPOP | 1,156 ^A | 9,725 | 1,160 ^A | 10,74 | 1,192 ^A | 9,921 | 1,175 ^A | 9,802 |
| DUM1 | 0,013 | 0,027 | | | | | | |
| DUM2 | | | 2,778 ^A | 8,003 | | | | |
| DUM3 | | | | | 0,248 ^A | 2,680 | | |
| DUM4 | | | | | | | 0,187 ^B | 2,072 |
| R ² | 0,419 | | 0,433 | | 0,438 | | 0,421 | |
| Düzeltilmiş R ^R | 0,418 | | 0,431 | | 0,437 | | 0,419 | |
| F istatistiği | 304,99 ^A | | 322,18 ^A | | 329,19 ^A | | 306,49 ^A | |
| DW Değeri | 0,677 | | 0,684 | | 0,682 | | 0,680 | |

A ve B sırasıyla %1 ve %5 önem düzeyini belirlemektedir. Modelde çift yön tesadüfi etkiler modeli robust tahmincisi kullanılmıştır. Çalışmada heterojenlik varsayımı ihmal edilmiştir. DW: Durbin Watson istatistiğini belirtmektedir.

Elde edilen sonuçlara göre LGDPPC ve LPOP değişkenleri her dört model için %1 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı ve katsayısı pozitif bulunmuştur. LDIST değişkeni katsayısı ise %1 önem düzeyinde anlamlı ve negatif işaretli bulunmuştur. Modellerde elde edilen katsayılar şu şekilde yorumlanabilir: Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin kişi başına gelirlerinde meydana gelecek %1'li bir artışa turizm talepleri %1'den fazla artışla karşılık vermektedir. Türkiye'nin turizm talebi esnekliği birden büyük yani turizmin gelir esnekliği elastik bulunmuştur. Bu durum Türkiye turizm gelirlerinin global ekonomik gelişmelerden oldukça etkilendiğini göstermektedir. Ülkelerin nüfus artışıyla turizm talebi arasındaki ilişkinin ise pozitif olması Türkiye turizm talebinin artış potansiyelini yansıtmaktadır. İlgili değişkenin istatistiki açıdan anlamlı olması ve 1'den büyük değer göstermesi turizm sektörünün geleceği hakkında iyimser ve pozitif bir yapı sergilemektedir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ülkelerinin Türkiye'ye olan mesafesi arttıkça turizm talebinin azaldığı gözlenmektedir. Bu yapı Türkiye'ye coğrafi olarak uzak olan bölgelere (Latin Amerika, Uzak Doğu Asya ve Okyanusya gibi) reklam ve ulaşımda teşvik gibi unsurlarla yaklaşılarak mesafenin dez avantajını minimize edilebileceğini ortaya koymaktadır.

Modellerde kullanılan kukla değişkenler ise Türkiye turizm talebi hakkında önemli bilgiler vermektedir. Türkiye ile yabancı ülkeler arasındaki dinsel bağları ifade eden

DUM1 değişkeni istatistiki bakımdan anlamsız ve katsayısı pozitiftir. Türkiye ile etnik yakınlığı bulunan ülkeler için oluşturulan DUM2 değişkeni ise %1 önem düzeyinde anlamlı ve katsayı işareti pozitiftir. AB ülkelerini temsilen oluşturulan DUM3 ve NATO üyelerini temsilen oluşturulan DUM4 değişkenleri de Türkiye'ye yönelik turizm talebi üzerinde pozitif etkili ve %1 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Mevcut kukla değişkenler içerisinde DUM2 görece en büyük katsayıya sahiptir. Özellikle Türkiye Cumhuriyetlerinden Türkiye'ye canlı bir turizm talebi bulunmaktadır. Bu canlılığın devamı ve daha da artırılması için bölgeye özgü teşvik ve reklam unsurları değerlendirilmelidir. Türkiye'ye AB ve NATO üyesi topluklardan gelen turistlerin sayıları DUM3 ve DUM4 değişkenlerinin katsayıları dikkate alındığında pozitif yönde ayrılmaktadır. Bu durum Türkiye'nin üyesi bulunduğu uluslararası siyasal, askeri ve ekonomik örgütlerin üyeleri tarafından Türkiye önemli turizm destinasyonları arasına girdiğini göstermektedir. Türkiye uluslararası örgütlerle daha sıkı ilişkiler kurması ve bu örgütlerin üyeleri ile diplomatik ilişkilerinin geliştirilmesi turizm talebine olumlu etkilerde bulunacağı kuvvetle muhtemeldir. DUM1 değişkeninin katsayısının anlamsızlığı göz önünde bulundurulduğunda özellikle Müslüman Arap Coğrafyasına yönelik inanç hassasiyetlerini dikkate alan alternatif turizm alt yapısının oluşturulması ve ilgili coğrafyaya yönelik reklam ve tanıtım faaliyetlerinde bulunulması Türkiye turizm gelirlerini arttırmada olumlu sonuçlar doğuracağı beklenir.

Tablo 2'de verilen regresyon sonuçlarına göre değişkenlerini birçoğunun anlamlı olması ve Durbin Watson istatistiği değerinin düşük olması değişkenler arasında sahte ilişkilerin olabileceği şüphesi uyandırmaktadır. Bu nedenle çalışmada kullanılan seriler arasındaki uzun dönemli ilişkilerin varlığı Engle-Granger Eşbütünleşme Testi ile incelenmek istenmiştir. 2 numaralı denklemin hata terimi elde edilerek her bir modelin kalıntılarının durağanlığı ADF (Genelleştirilmiş Dickey Fuller) testi ile sınanmıştır. Eğer her bir model için elde edilen hata terimleri düzey değerinde durağan ise serilerin eşbütünleşik olduğuna ve seriler arasında uzun dönemli ilişkilerin bulunduğuna karar verilir (Gujarati, 2009: 726).

$$u_{i,t} = LTOUR_{i,t} - \beta_{0it} - \beta_1 LGDPPC_{i,t} - \beta_2 LPOP_{i,t} - \beta_3 LDIST_{i,t} - \beta_4 DUM_{i,t} - \mu_i - \lambda_t \quad (3)$$

Modellerin hata terimlerinin durağanlıkları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Engle-Granger Eş-bütünleşme Analizi Sonuçları

| İstatistik | Model 1 | Model 2 | Model 3 | Model 4 |
|--------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ADF Chi Kare İstatistiği | 242,26 ^A | 247,70 ^A | 248,86 ^A | 241,36 ^A |
| ADF-Choi Z istatistiği | -3,298 ^A | -3,559 ^A | -3,658 ^A | -3,29 ^A |

Not: Birim kök testlerinde Schwartz bilgi kriteri dikkate alınmıştır. Maksimum gecikme 11 seçilmiştir. A sırasıyla %1 önem düzeyini belirtir.

Eş bütünleşme testi sonuçlarına göre her bir modelden elde edilen hata terimleri %1 önem düzeyinde durağan bulunmuştur yani seriler arasında uzun dönemli ilişkinin var olduğuna karar verilmiştir. Böylece Tablo 2’de değişkenler arasında verilen uzun dönemli ilişkilerin bulunduğu ve sahte regresyon problemiyle karşılaşılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4.Sonuç

Çalışmada Türkiye’ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörler çekim modeli taslağı altında incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin gelir seviyeleri ile ziyaretçilerin geldikleri ülkelerin nüfus potansiyeli Türkiye turizm talebini önemli ölçüde ve pozitif yönde etkilemektedir. Türkiye’ye yönelik turizm talebinin gelir esnekliği 1’den büyük yani elastik bulunmuştur. Elde edilen bu veriye göre global açıdan yaşanan olumlu ekonomik gelişmeler Türkiye turizm talebi üzerinde etkili sonuçlar doğuracaktır. Türkiye’yi ziyaret eden yabancıların gelirlerinde meydana gelecek %1’lik bir artışa turizm talepleri %1’den daha fazla artışla tepki gösterecektir. Ancak küresel ekonomik gelişmeler olumsuz yönde seyrettiğinde ise yukarıda bahsedilen pozitif gelişmeler tersine dönecektir. Yani yabancı gelirlerinde meydana gelen düşüslere turizm talebinin de aynı yönde ve daha fazla tepki göstermesi beklenir. Mikro iktisadi perspektiften hareket edildiğinde Türkiye’ye yönelik turizm talebi yabancılarca zorunlu değil lüks mal olarak addedilmektedir. Ülkelerin nüfus artışıyla turizm talebi arasındaki ilişkinin ise pozitif olması Türkiye turizm talebinin artış potansiyelini yansıtmaktadır. İlgili değişkenin istatistiki açıdan anlamlı olması ve 1’e yakın değer göstermesi turizm sektörünün geleceği hakkında iyimser ve pozitif bir yapı sergilemektedir.

Türkiye’nin ziyaretçi aldığı ülkelerin Türkiye’ye olan mesafesi ise turizm talebini olumsuz etkileyen önemli bir unsurdur. Türkiye’ye coğrafi olarak uzak olan bölgelerde (Latin Amerika, Uzak Doğu Asya ve Okyanusya gibi) kamu destekli reklam ve ucuz ulaşım (ucuz tarifeli THY uçuşları) gibi politikalarla turizm sektörü teşvik edilebilir. Böylece mesafenin dezavantajını minimize edilip turizmde pazar çeşitlenmesi sağlanabilir.

Yapılan ampirik analiz göstermiştir ki Türkiye’nin politik, kültürel, sosyolojik ve ekonomik yönden ilişkide bulunduğu ülkelerden daha fazla ziyaretçi almaktadır. Türkiye’nin etnik bağlarını temsilen oluşturulan DUM2, AB üyelerini temsilen oluşturulan DUM3 ve NATO üyesi ülkeleri temsilen oluşturulan DUM4 değişkenlerinin katsayıları pozitif ve istatistiki açıdan anlamlı bulunmuştur. Türkiye’nin siyasi, askeri, ekonomik ve etnik bağlarının bulunduğu ülkelerden daha fazla ziyaretçi çektiği göz önünde bulundurulursa, Türkiye tarafından uluslararası çevrede gerçekleştirilen her faaliyet turizmi olumlu yönde etkileyecektir. Özellikle Latin Amerika Ülkeleri, Uzak Doğu ve Okyanusya ülkeleriyle gerçekleştirilecek ekonomik ve siyasal ilişkiler turizmde uzak mesafenin olumsuz etkilerini minimize edip turizm gelirlerini arttıracığı beklenmektedir.

Kaynakça

- BALTAGİ, B. H. (2008). *Econometric Analysis of Panel Data*. İngiltere: John Wiley & Sons, Ltd
- CHU, FONG-LİN, (2008). A Fractionally Integrated Autoregressive Moving Average Approach to Forecasting Tourism Demand. *Tourism Management*. 29 (2008), 79-88.
- CHU, FONG-LİN, (2009). Forecasting Tourism Demand with ARMA-Based Methods, *Tourism Management*. Volume:30, Issue:5,740-751.
- ÇEKEN HÜSEYİN, DALGIN TANER VE LEVENT KARADAĞ, (2009). Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki, Muğla Üniversitesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Bahar 2009,(22),21-36.
- ÇİMAT ALİ, BAHAR OZAN, (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. (6),1-18.
- ÇUHADAR, MURAT, GÜNGÖR İBRAHİM VE ALİ GÖKSU, (2009). Turizm Talebinin Yapay Sinir Ağları İle Tahmini ve Zaman Serisi Yöntemleri İle Karşılaştırmalı Analizi: Antalya İline Yönelik Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*. 209,14,(1),99-114.
- DİLBER, İLKAY, (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*. 14(2),205-220.
- GOH, CAREY, ROB, LAW, (2002). Modeling and Forecasting Tourism Demand for Arrivals with Stochastic Nonstationary Seasonality and Intervention, *Tourism Management*. 23, (2002), 499-510.
- GUJARATI, DAMODAR (2009). Temel Ekonometri, Literatür Yayıncılık, İstanbul
- GÜLBAHAR, ONUR, (2009). 2000'li Yıllarda Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Profili. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. Cilt 10, Sayı 2, 93-112.
- HANAFİAH, MOHD HAFİZ MOHD, HARUN, MOHD FAUZİ VE MOHD RAZİFF JAMALUDDİN, (2011). Trade and Tourism Demand: A Case of Malaysia. *2010 International Conference on Business and Economic research*. Vol. 1, 1-4, IACSIT Pres, Kuala Lumpur, Malaysia.
- İŞLER, ÖZLEM, (2009). *Türkiye'de Turizm ve Havayolu Analizi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- IM, K. L., PESARAN, M. H. VE SHİN, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels. *Journal of Econometrics*. 115: 53–74.
- KARAGÖZ, KADİR (2008), Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 19, Sayı 2, Güz: 149-156, 2008.
- KOZAK NAZMİ, MERYEM A. KOZAK VE METİN KOZAK, (2011). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Detay Yayıncılık, 11. Baskı. Ankara.
- LEVİN, A., LİN, C. F. VE CHU, C. J. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finitesample Properties. *Journal of Econometrics*. 108: 1– 24.
- MUCHAPONDWA, EDWİN VE PİMİDZAI, OBERT, (2011). Modelling International Tourism Demand for Zimbabwe. *International Journal of Business and Social Science*. Vol.2, No.2,71-81.
- OLALI, HASAN, (1979). *Turizm ve Sanat Eğitimi Dersleri*. İstiklal Matbaası, İzmir.
- KHADAROO, JAMEEL VE SEETANAH, BOOPEN, (2008) The role of transport infrastructure in international tourism development: A gravity model approach, Volume 29, Issue 5, October 2008, p: 831-840
- SONG, HAIYAN, LI GANG, WITT, STAPHEN F., VE BAOGANG FEI, (2010). Tourism Demand Modelling and Forecasting: How Should Demand Be Measured?. *Tourism Economics*. 2010, 16 (1),63-81.
- TANDOĞAN, VEHBİ UĞUR, (1998). Dünya turizm talebi eğilimleri ışığında Türkiye'ye yönelik yat turizm talebinin değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi, sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (1),145-155.
- TATOĞLU, YERDELEN FERDA (2012), Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı, Beta Yayınevi, İstanbul
- TİNBERGEN, J. (1962) An Analysis of World Trade Flows, J.Tinbergen (ed):Shaping the World Economy, New York: The Twentieth Century Fund.
- TRAVEL & TOURİSM ECONOMIC IMPACT 2012, (2010). *World, World Travel & Tourism Council*. Türkiye Turizm Sektörü Raporu, 2010, Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, Ocak 2010.
- 2012 INTERNATIONAL TOURİSM RESULTS AND PROSPECTS FOR 2013, *World Tourism Organization* (UNWTO) <http://mkt.unwto.org/en/barometer>, Erişim Tarihi: 22.03.2013

- T.C. KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI, <http://www.kultur.gov.tr/> Erişim tarihi: 22.02.2013
- UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/> Erişim Tarihi: 11.09.2015
- UYSAL, MUZAFFER. (1998). *The Economic Geography of The Tourist Industry A Supply-side Analysis, The Determinants of Tourism Demand*, (Editors D.Çoannides and K Debbage), Routledge, London.
- YAVUZ, SELAHATTİN; KABADAYI, BURHAN; SAVAŞ, NURETTİN ve DOKER, ASLI CANSIN (2014), “Türkiye turizm talebi: bir çekim modeli uygulaması”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 10, Yıl 10, Sayı 2, 2014
- YORGUN, SAYIM. (2013). *Turizm Sektörü İstihdam Raporu*, Kocaeli Üniversitesi, İ.İ.B.F. Mart 2013.
- <http://www.tursab.org.tr>, Erişim tarihi: 22.02.2013
- <http://www.timeanddate.com/worldclock/distance.html>, Erişim tarihi: 14.09.2015
- <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim tarihi: 22.02.2013
- <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>, Erişim tarihi: 14.09.2015
- <http://www.worldbank.org/>, Erişim tarihi: 14.09.2015
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>, Erişim tarihi: 11.09.2015