



## KIRGIZİSTAN'A YÖNELİK TURİZM AKIMINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: PANEL ÇEKİM MODELİ BULGULARI

Kadir KARAGÖZ

### Öz

Gelişmekte olan diğer birçok ülke ekonomisi gibi, üyesi olduğu Sovyetler Birliği'nin dağılmasının ardından merkezi planlamacı ekonomik yapıdan piyasa ekonomisine geçiş yapmak zorunda kalan Kırgızistan ekonomisi için de turizm büyük bir önem taşımaktadır. Karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde, bölgesindeki ülkelere göre daha avantajlı durumda olan Kırgızistan'ın sahip olduğu turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması daha gerçekçi ve etkin politikaların belirlenmesi açısından büyük önem arz etmektedir. Barındırdığı potansiyele ve ülke ekonomisi açısından taşıdığı öneme rağmen, bugüne kadar Kırgızistan'da turizm sektörünü ele alan ekonometrik bir çalışma yapılmamıştır. Bu çalışma bu yönde bir adım atmayı amaçlamaktadır.

Bu çerçevede, Kırgızistan'a gelen turist sayısını etkileyen talep yanlı faktörler panel çekim modeli yaklaşımıyla araştırılmıştır. Elde edilen bulgular, turist gönderen ülkelerin ekonomik büyüklükleri ve uzaklık gibi faktörlerin Kırgızistan'a yönelik turist akımı üzerinde etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Akımı, Turizm Talebi, Çekim Modeli, Panel Veri, Kırgızistan.

## INFLUENCING FACTORS OF TOURISM FLOWS TO KYRGYZSTAN: FINDINGS OF PANEL GRAVITY MODEL

### Abstract

Like many other developing countries, tourism is also of immense importance for Kyrgyzstan's economy, which forced to switch to market economy from central, planning economic system after the collapse of Soviets Union. Unveiling the tourism potential of Kyrgyzstan, which has more advantageous condition than other countries in the region within the comparative advantages framework, is important for determining the more realistic and effective policies. Despite the potential that it contains and the importance for the country's economy, no econometric work has been done by now to deal with the tourism industry in Kyrgyzstan. This study aims to take a step on this way.

In this regard, the demand side factors those affect the tourist inflows towards Kyrgyzstan have been investigated by panel gravity model approach. The findings obtained reveal that factors like the economic size of tourist sending countries and distance are effective on the tourist inflow in Kyrgyzstan.

**Keywords:** Tourist Inflows, Tourism Demand, Gravity Model, Panel Data, Kyrgyzstan.

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü, küresel yaşam standartları ve ulaşım-haberleşme sektöründeki gelişmelere paralel olarak 20. yüzyılın ortalarından bu yana dünya genelinde istikrarlı bir şekilde giderek büyümektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yayınlanan Dünya Turizm Barometresi'ne göre küresel turizm akımları 2015 yılında bir önceki yıla göre % 4,4 artarak 1,18 milyara ulaşmış bulunmaktadır. Uluslararası turizmden elde edilen gelirler ise aynı dönemde 1 trilyon ABD Dolarını aşmıştır. WTO, 2010 – 2030 döneminde küresel turizm akımlarının yıllık % 3,3 artışla 2030'da 1,8 milyara ulaşacağını tahmin etmektedir (UNWTO, 2015).

Talep yanlı etkenlerin yanı sıra birçok arz yanlı faktör de bu gelişmeye katkıda bulunmaktadır. İstihdam yaratma kapasitesi, ekonomik büyümeye katkısı, önemli bir döviz ve



gelir kaynağı olması nedeniyle turizm sektörü hükümetler tarafından yaygın bir şekilde bir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Güçlü ileri ve geri bağlantıları sayesinde diğer pek çok sektörde de üretim, istihdam ve gelir artışı sağlama imkânına sahip olması, ekonomi yönetimleri nazarında sektörün önemini daha da artırmaktadır.

Diğer taraftan, düşük sermaye birikimi ve yetersiz üretim bilgisi (know-how) nedeniyle sanayi ve tarım sektörlerinde rekabet gücü kazanamayan az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından, nispeten düşük kuruluş sermayesi ve faaliyet bilgisi gerektirmesinden dolayı turizm sektörü ekonomik büyüme ve kalkınma yolunda bu ülkeler için daha fazla fırsatlar sunmaktadır. Turizm varlıklarının genelde ülkeye özgü olmasının doğurduğu karşılaştırmalı üstünlük de bir ülkenin turizm sektöründe rekabet gücünü daha kolay elde etmesine imkân vermektedir. Böylece, tarım ve sanayi alanında, yeterli sermaye ve alt yapı imkanına sahip olamayan ancak zengin turistik arz imkanlarına sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikası sonucunda dengeli bir şekilde kalkınmaları sağlanabilmektedir. Bu bakımdan turizm sektörü, küresel ve ulusal ölçekte, bölgesel dengesizliklerin giderilmesine de önemli katkı sağlamaktadır.

Uzun yıllar boyunca Sovyetler Birliği'nin bir üyesi olarak, çok katı bir sanayileşmeye dayalı büyüme stratejisinin hakim olduğu bir sistemin parçası olan diğer Orta Asya Türk Cumhuriyetleri gibi Kırgızistan da Sovyet Bloku'nun 1991 yılında dağılmasının ardından bağımsızlığını kazanmakla birlikte birçok ekonomik ve sosyal sorunla yüz yüze gelmiştir. Onlarca yıl süren komünist rejimin ardından ülke açısından yepyeni ve dolayısıyla yabancı bir sistem olan piyasa ekonomisine geçiş sancılı ve çalkantılı olmuştur. Merkezi planlı ekonomik yapının görece rahatlığına alışmış yönetim yapısı ve girişimcilik yetenekleri körelmiş toplumun bu yeni sistemde kalkınma ve büyümeyi sağlamak bir tarafa, uzunca bir süre mevcut refahı dahi korumakta zorlandığı söylenebilir. Nüfusunun % 60'ı kırsal bölgelerde yaşayan Kırgızistan kalkınma sürecinin henüz başında bulunmaktadır. Bu noktada, sektörel olarak üstünlük ve zayıflıkların araştırılması ve uygun kalkınma politikalarının belirlenerek hayata geçirilmesi, sürecin hızlandırılması açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda akla gelen ilk sektör turizm olmaktadır.

Kırgızistan'ın sahip olduğu yüksek turizm potansiyeline rağmen turizm sektörüyle ilişkili olarak bugüne kadar, birkaç saha araştırması dışında, ampirik bir analiz gerçekleştirilmemiştir denebilir. Bu çalışmada Kırgızistan'a yönelik uluslararası turizm akımının belirleyicileri panel çekim modeli esas alınarak araştırılmıştır. Çalışmanın plânı şöyledir; Giriş'i izleyen ikinci bölümde Kırgızistan'ın siyasî ve coğrafi yapısı hakkında kısaca bilgi verilmektedir. Üçüncü bölümde Kırgızistan'ın turizm varlığı özetlenmektedir. Dördüncü bölüm, Kırgızistan turizmi üzerine yapılmış az sayıda araştırmanın incelenmesine ayrılmıştır. Kırgızistan'a yönelik turizm akımının çekim modeliyle analiz edildiği beşinci bölümün ardından çalışma Sonuç bölümümüze tamamlanmaktadır.

## 2. KIRGIZİSTAN ÜLKE PROFİLİ

Kırgızistan, 198.500 km<sup>2</sup> yüz ölçümü ile Çin'i Ortadoğu ve Avrupa'ya bağlayan tarihî İpek Yolu üzerinde yer alan bir Orta Asya ülkesidir. Kuzeyinde Kazakistan (sınır uzunluğu – 1.051 km), güneydoğu ve doğusunda Çin (sınır uzunluğu – 858 km), batısında Özbekistan (sınır uzunluğu – 1.099 km) ve güneybatısında Tacikistan (sınır uzunluğu – 870 km) bulunan



Kırgızistan'ın sınırlarının toplam uzunluğu 3.878 kilometredir. Başkenti Bişkek olan Kırgızistan'ın yönetim biçimi Parlamenter Cumhuriyet, resmi dili ise Kırgızca ve Rusçadır. Kırgızistan İstatistik Kurumu verilerine göre 2015 sonu itibariyle ülke nüfusu 5,9 milyondur. Nüfusun 2/3'ünü Kırgızlar, 1/3'ünü ise çoğunluğu Özbekler ve Ruslar olmak üzere etnik azınlıklar oluşturmaktadır (Kulnazarova, 2010).

Tanrı ve Altay sıradağları Kırgızistan'ın coğrafi konumunu belirlemektedir. Topografik açıdan Kırgızistan, ülke topraklarının % 95'ini kaplayan oldukça dağlık bir yapıya sahiptir. Ülke topraklarının çoğu 1.500 metreden yüksek rakıma sahiptir, ortalama yükselti ise 2.750 metre civarındadır. Kuzey ve batı bölgelerinde az sayıda dağlarla çevrili düzlükler bulunmaktadır. Bu dağlık yapı, en büyüğü ve derini Issık Göl olan 3.000 civarında gölü besleyen 1.582 akarsu ve ırmağı barındırmaktadır. Ayrıca Kırgızistan, dünyanın en büyük buzulları arasında yer alan İnylchek, Kaında, Semenov ve Mushketov gibi buzullara da ev sahipliği yapmaktadır (Akçalı, 2014).

**Tablo 1. Kırgızistan Makro Ekonomik Göstergeleri (2010 – 2014)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Nüfus (Bin Kişi)	5 477,9	5 514,6	5 607,2	5 719,6	5 835,5
GSYH (Cari, milyon USD)	4 794,7	6 197,7	6 605,1	7 335,0	7 468,1
İstihdam (Bin Kişi)	2 243,7	2 277,7	2 286,4	2 263,0	2 302,7
İşsiz (Bin Kişi)	212,3	212,4	210,4	205,7	201,5
Yurtiçi Yatırımlar (Cari, milyon USD)	652,0	726,0	1 076,8	1 218,7	1 586,5
D. Yabancı Yatırımlar (Cari, milyon USD)	666,1	849,2	590,7	964,5	727,1
Dış Ticaret Hacmi (Cari, milyon USD)	6 387,6	8 440,1	9 225,7	9 830,9	9 344,5
İthalat (Cari, milyon USD)	3 915,9	5 059,9	6 292,8	6 731,8	6 547,8
İthalat / GSYH	81,7	81,6	95,3	91,8	87,7
İhracat (Cari, milyon USD)	2 471,7	3 380,2	2 932,9	3 099,1	2 796,7
İhracat / GSYH	51,6	54,5	44,4	42,3	37,4
Turist Sayısı (Bin Kişi)	855	2 278	2 406	3 076	2 849
Turizm Gelirleri (Cari, milyon USD)	212	405	486	585	468
Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (%)	9,6	12,6	13,9	15,3	14,3
Turizm Sektöründe Çalışan Sayısı	7 338	7 757	7 829	7 740	8 553

**Kaynak:** Dünya Bankası – WDI elektronik veri tabanı ve Kırgızistan Devlet İstatistik Komitesi verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Bu yüksek dağlar arasında, en önemlisi Fergana Vadisi olan, Chu, Kemin ve Talas gibi büyük vadiler bulunmaktadır. Dağlardan gelen akarsuların suladığı bu vadilerde yoğun olarak tarım ve hayvancılıkla uğraşmaktadır. Fergana Vadisi'nde pamuk üretimi, Chu, Kemin ve Talas vadilerinde ise hayvancılık başlıca üretim dalıdır. Bunlara ek olarak tütün, tahıl, meyve ve sebze üretimi de giderek artmaktadır (Saray, 2004).



Kırgızistan'da elektrikli aletler, tekstil, ayakkabıcılık, konserve yiyecek, yünlü ve ipekli dokuma gibi hafif sanayi dallarında faaliyet gösteren ve ağırlıklı olarak Bişkek, Oş ve Tokmok kentleri çevresinde konumlanmış az sayıda firma mevcuttur. Ülke altın, uranyum, antimon, çinko, kömür, tungsten, az miktarda petrol ve doğalgaz gibi yeraltı kaynaklarına sahiptir. Kazakistan, Özbekistan ve Türkmenistan ile karşılaştırıldığında Tacikistan ve Kırgızistan bölgenin en az gelişmiş ülkeleridir ve dış yardıma daha fazla ihtiyaç duymaktadırlar. Sovyetler döneminde ülkeye metal işleme, madencilik ve enerji alanlarında bazı yatırımlar yapılmış, hızlı akan ırmakların sunduğu hidroelektrik enerjisi potansiyelini değerlendirmek üzere barajlar inşa edilmiştir (Akçalı, 2014).

### 3. KIRGIZİSTAN'DA TURİZM SEKTÖRÜNÜN MEVCUT YAPISI

Kırgızların çoğu geleneksel değerlerini koruyarak kırsal alanlarda (hatta göçebe olarak) yaşamayı sürdürmektedir. Sert bir şekilde dayatılan sosyal reformlara rağmen Sovyetler döneminde bile bu yapılarını korumuşlardır. Akraba ve kabile bağlarının çok güçlü olması, göçebe kültürünün canlı bir şekilde yaşatılması, geleneksel değerlere bağlılık ve farklı etnik dokuların (Kırgız, Kazak, Rus, Özbek, Türkmen vs.) bir arada yaşaması kültür turizmi açısından eşsiz fırsatlar sunmaktadır.

Kırgızistan jeopolitik yapısından dolayı, Orta Asya ülkeleri arasında turizm potansiyeli en yüksek ülkelerdendir. Büyük bir krater gölü olan Issık Göl (Sıcak Göl) ve çevresi bölgede turistlerin tercih ettiği destinasyonların başında gelmektedir. Sovyetler Birliği döneminde en önemli turizm merkezlerinden biri olan bu bölge günümüzde de Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT) ülkeleri açısından önde gelen bir turizm merkezi olarak önemini korumaktadır. Turizmin canlandırılması ve kaynakların ekonomiye kazandırılması amacıyla 2001 yılı Kırgızistan Devleti tarafından turizm yılı ilan edilmiştir. Ayrıca, 2002 yılının Birleşmiş Milletler tarafından uluslararası *dağ yılı* olarak belirlenmiş olması, Tanrı dağlarının da sıralandığı, dünyadaki en dağlık ve rakımı yüksek ülkelerden biri olan Kırgızistan'a yönelik turizm talebini artırmıştır. Kırgızistan dağlarında Uluslararası Dağcılık Platformu tarafından tescil edilmiş ve dağcılar tarafından rağbet gören 8 bölge bulunmaktadır. Bunların beş tanesi Tanrı dağlarında, üçü ise Pamir Dağları'ndadır.

Kırgızistan 2005 yılında, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) kapsamında yer alan, Kazakistan, Özbekistan, Tacikistan ve Çin Halk Cumhuriyeti'nin de içinde bulunduğu İpek Yolu Bölgesel İşbirliği Projesi'ne katılmıştır. Projenin amacı, bölgenin ekonomik kalkınmasıyla birlikte İpek Yolu ve bölgesel sürdürülebilir turizmin gelişiminin sağlanması ve potansiyelinin ortaya çıkarılmasıdır (UNWTO, 2005). Bunun yanı sıra Kırgız hükümeti de 2003 ve 2008 yıllarında kırsal turizmi ve kış turizmini geliştirmek ve tanıtmak amacıyla projeler başlatmış, böylelikle ülkenin turizm altyapısı ve turizmin ekonomiye katkısı konusunda kayda değer iyileşmeler sağlanmıştır (Akçalı, 2014).

Bölge ülkelerine göre turizm sektöründe karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olan Kırgızistan'da dağcılık, avcılık, kültür ve sağlık turizmi başlıca turistik faaliyetler arasında yer almaktadır. Bugüne kadar mevcut turizm potansiyelini açığa çıkarmamış olsa da, doğal yapısının bozulmamış olması, kendine özgü kültürel özelliklerinin hâlâ muhafaza edilmesi, son yıllarda oldukça popüler olan kırsal turizme müsait olması ülkeyi turizm açısından uluslararası alanda ön plâna çıkarmaktadır.



**Tablo 2. Kırgızistan Turizm Sektöründe Faaliyet Gösteren Kurum Sayıları (2010 – 2014)**

	2010	2011	2012	2013	2014
Otel Sayısı	611	684	782	881	966
Restorant Sayısı	2 909	3 126	3 552	3 958	4 306
Rekreasyon ve Turizm İşletmeleri	642	670	718	800	843
Seyahat Acentaları	2 697	2 785	2 926	3 121	3 300
Sanatoryum ve SPA	86	84	88	89	90
Doğal Parklar	10	10	19	19	19
Tiyatro	22	23	22	20	20
Müze	63	64	65	67	65
Sirk	1	1	1	1	1

**Kaynak:** Kırgızistan Devlet İstatistik Komitesi verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Tablo 2’de görüldüğü gibi, 2014 yılı itibariyle, milli, botanik ve jeoloji parklarının içinde olduğu ve koruma altına alınan 19 park mevcuttur. İçinde millî müzenin de olduğu 65 müze vardır. Turist sayısının ve turizm yatırımlarının artmasıyla birlikte otel sayısı da artmaktadır. Özellikle bölgede büyük talep gören, sağlık turizminin yapıldığı 90 sanatoryum ve SPA mevcuttur. Turistik alan olarak, Issık Göl ön planda olsa da özellikle Sarı Çelek, Çatır Göl, Son Göl gibi krater ve buzul gölleri de ülkenin önemli turizm varlıklarıdır. Ayrıca, birçoğunun debisi yüksek olan binlerce akarsu ve nehre sahip olması rafting meraklılarının ilgisini çekmektedir. Son yıllarda giderek ilgi gören turizm türlerinden biri olan trekking için de potansiyel yüksektir. Kırgızistan’ın kış sporları arasında mukayeseli olarak üstün olduğu faaliyetlerden biri de kayaktır.

Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi’nin (WTTC) son raporu Kırgızistan’da turizm sektörünün gelir ve istihdam yaratmadaki başarısızlığını ortaya koymaktadır (bkz. Tablo 3). Buna göre, sektörün ekonomi ve istihdama katkısı oldukça yetersiz, diğer dünya ülkeleri arasındaki konumu da oldukça aşağılardadır. Turizm alanındaki sermaye yatırımlarının azlığı bu durumun hem nedeni hem de sonucu olarak görülebilir. Bununla birlikte gelecek 10 yıl içinde sermaye yatırımlarındaki öngörülen artışın da etkisiyle sektörün istihdama değilse de ekonomiye katkısının ciddi biçimde artacağı beklenmektedir.

**Tablo 3. Kırgızistan’da Turizm Ve Seyahat Sektörüne İlişkin Büyüklükler Ve Beklenti**

Gösterge	2014				2015 – 2025	
	Değer	Sıra	Pay (%)	Sıra	Artış (yıllık, %)	Sıra
GSYH’ye doğrudan katkı (milyar \$)	0,1	166	1,3	175	5,0	53
GSYH’ye toplam katkı (milyar \$)	0,3	166	3,5	173	5,2	47
İstihdama doğrudan katkı (bin kişi)	28,2	131	1,2	176	0,3	170
İstihdama toplam katkı (bin kişi)	78,8	130	3,3	174	0,6	157





Sermaye yatırımı (milyar \$)	0,1	154	3,6	123	3,9	107
Ziyaretçi yoluyla ihracat (milyar \$)	0,4	135	11,6	81	4,4	84

**Kaynak:** WTTC (2015)

Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) 14 farklı kriteri dikkate alarak hazırladığı 2015 yılı raporuna göre Kırgızistan seyahat ve turizm alanında rekabet edebilirlik açısından 141 ülke arasında 116 sıradadır (WEF, 2015). Tacikistan dışında değerlendirmeye alınan diğer tüm eski SSCB üyesi ülkeler Kırgızistan'dan daha iyi rekabet gücüne sahip görünmektedirler (bkz. Tablo 4).

**Tablo 4. Bazı Eski SSCB Ülkelerinin Seyahat Ve Turizm Alanında Rekabet Edebilirlik Sıralaması**

Sıra	Ülke	Değer
1	İspanya	5,31
2	Fransa	5,24
3	Almanya	5,22
38	Estonya	4,22
53	Letonya	4,01
59	Litvanya	3,88
71	Gürcistan	3,68
84	Azerbaycan	3,48
85	Kazakistan	3,48
89	Ermenistan	3,42
111	Moldova	3,16
116	Kırgızistan	3,08
119	Tacikistan	3,03

**Kaynak:** WEF (2015)

Her ne kadar turizm alanında zengin kaynaklara ve gelişme potansiyeline sahip olsa da, Kırgızistan turizminin gelişmesini sektöre uğratan bazı engeller de mevcuttur. Turizmin bütün yıla yayılmaması, sınırlı piyasa koşulları, kalifiye insan kaynaklarının eksikliği, modern konaklama tesislerinin az olması ve siyasî istikrarsızlık gibi unsurlar çözülmesi gereken sorunlar arasındadır (Yeşiltaş, 2009). Ayrıca, Sovyet döneminden miras kalan yönetim tarzı ve turizmin neredeyse sadece sağlık turizmine indirgenmesi anlayışı da sektörün gelişimini sektöre uğratmaktadır (Akçalı, 2014).

**Tablo 5. Turizmin Ekonomiye Nisbi Katkısı (2014 Yılı Ülke Sıralaması, % Pay)**

Turizmin GSYH'ye doğrudan katkısı		Turizmin GSYH'ye toplam katkısı			
63	Türkiye	4,7	60	Bulgaristan	13,1
82	Bulgaristan	3,7	62	Ermenistan	12,7
85	Ermenistan	3,6	67	Türkiye	12,0
	Avrupa	3,4		Dünya	9,8



## AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 63 Eylül – Ekim 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



<i>Dünya</i>	3,1	<i>Avrupa</i>	9,2
135 İran	2,3	110 Azerbaycan	8,4
136 Azerbaycan	2,2	122 Ukrayna	7,1
155 Ukrayna	1,9	137 İran	6,3
157 Belarus	1,9	141 Belarus	6,0
166 Romanya	1,6	142 Rusya Fed.	6,0
172 Rusya Fed.	1,5	157 Romanya	4,8
175 <b>Kırgızistan</b>	1,3	173 <b>Kırgızistan</b>	3,5

### Turizmin istihdama doğrudan katkısı

<i>Dünya</i>	3,6
<i>Avrupa</i>	3,6
93 Bulgaristan	3,4
102 Ermenistan	3,1
131 Romanya	2,4
139 Türkiye	2,2
147 Azerbaycan	2,0
154 İran	1,8
156 Belarus	1,7
162 Ukrayna	1,7
171 Rusya Fed.	1,4
176 <b>Kırgızistan</b>	1,2

### Turizmin istihdama toplam katkısı

63 Bulgaristan	12,1
70 Ermenistan	11,3
<i>Dünya</i>	9,4
<i>Avrupa</i>	9,0
107 Türkiye	8,2
117 Azerbaycan	7,6
128 Ukrayna	6,4
146 Belarus	5,6
147 Rusya Fed.	5,6
148 Romanya	5,5
152 İran	5,3
174 <b>Kırgızistan</b>	3,3

### Turizm yatırımlarının toplam sermaye yatırımlarına katkısı

46 Türkiye	9,7
66 Romanya	7,3
84 Bulgaristan	6,1
<i>Avrupa</i>	4,7
<i>Dünya</i>	4,3
123 <b>Kırgızistan</b>	3,6
132 Ermenistan	3,5
141 İran	3,0
150 Rusya Fed.	2,7
157 Azerbaycan	2,5
167 Ukrayna	2,2
175 Belarus	1,7

### Turizmin toplam ihracata katkısı

38 Ermenistan	30,8
63 Türkiye	16,8
77 Bulgaristan	12,3
81 <b>Kırgızistan</b>	11,6
101 Azerbaycan	7,4
<i>Dünya</i>	5,7
<i>Avrupa</i>	5,6
128 Ukrayna	4,6
143 Rusya Fed.	3,5
154 Belarus	2,7
157 Romanya	2,5
172 İran	1,1

**Kaynak:** WTTC (2015).

Turdumambetov (2014), yaptığı hesaplamalar sonucunda Kırgızistan'ın doğal turizm potansiyelinin % 12,5'ini, kültürel ve tarihsel turizm potansiyelinin ise ancak % 20'sini kullanabildiğini, bu nedenle Kırgızistan'ın turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunu öne sürmektedir.



#### 4. LİTERATÜR

Kırgızistan'da turizm sektörünün mevcut yapısı ve gelişme potansiyeline yönelik olarak halihazırda çok az sayıda araştırma mevcuttur. Çoğu Türkiyeli araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiş olan bu çalışmalar arasında ampirik bir analize dayalı çalışma yok denecek kadar azdır. Mevcut araştırmaların vardığı ortak sonuç, Kırgızistan'ın turizm açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu, ancak çeşitli yapısal nedenlerden dolayı ülkenin sahip olduğu turizm potansiyelinin gerektiği gibi değerlendirilemediği yönündedir.

Kulnazarova ve Tunçsiper (2010) tarafından, Kırgızistan örneğinde, Orta Asya geçiş ekonomilerinde turizm sektörünün mevcut durumu ve gelişme olanaklarının araştırıldığı çalışmada ülkede turizm alanında faaliyet gösteren şirketlere yönelik bir alan araştırması yapılmıştır. Bu çerçevede, 15 seyahat acentesi ve 53 otel işletmesi ile yapılan görüşmeler sonucunda mevcut turistik işletmelerin kapasitelerinin ve hizmet kalitesi düzeyinin düşük olduğu, fiyatların bu hizmet kalitesine nispetle yüksek kaldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kırgızistan'ın turizm potansiyelini araştıran Minbaeva ve Timur (2010), Kırgızistan'ın sahip olduğu turizm arz potansiyeli ile turizmin geliştirilebileceği bir ülke olduğu, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörler arasında yer alan turizm sektöründe dağcılık, tatil, kültür ve sağlık turizminin başlıca gelecek vaat eden faaliyetler olduğu sonucuna varmaktadırlar. Mevcut istatistiksel verilerin incelenmesiyle elde edilen bilgilere göre, turizm endüstrisi pazar gayretlerini belirli turizm türlerinde ve hedef pazarlarına odakladığı zaman kendi rekabet avantajlarını maksimum seviyede gerçekleştirme potansiyeline sahip olduğu neticesine varılmaktadır.

Gülcan vd. (2014) inanç ve kültür turizmi açısından, Oş kentinde yer alan Süleyman Dağı'nın turistik önemi ve potansiyeli ile ilgili olarak bir SWOT analizi yürütmüşlerdir. Analiz sonucunda Süleyman Dağı'nın sunduğu fırsatların zayıf yanlarından, üstünlüklerinin de tehditlerden fazla olduğu belirlenmiştir.

Turizm sektörünün gelişiminde önemli rol oynayan faktörlerden biri de yatırımcıların sektöre yönelik algılarıdır. Bir ülkenin turizm potansiyelini harekete geçirecek olan (hükümetin desteğini de arkasına alarak) yerli ve yabancı özel sermayedir. Kantarcı (2007), Kırgızistan'ın da aralarında yer aldığı dört Orta Asya ülkesi bağlamında Türkiyeli turizm yatırımcılarının bu ülkelerdeki turizm piyasasına yönelik yatırım kararları üzerinde etkili olan algılarını ve faktörleri ampirik olarak incelemiştir. Yürütülen faktör analizi sonucunda doğrudan turizm alanlarının, turizm desteklerinin, olumlu yatırım koşullarının ve cazip yatırım maliyetlerinin yatırımcıların algılarını en fazla etkileyen faktörler olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan turizm yatırım algısını etkileyen değişkenleri belirlemeye yönelik regresyon analizinde, Kırgızistan'da, yatırım maliyetlerinin cazip olması ve işgücü koşullarının pozitif, teşvikler ve yatırım destek alanlarının negatif etkide bulunduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Sancar vd. (2015) tarafından, Orta Asya Türk devletleri ile Türkiye arasındaki turizm potansiyelinin incelenmesine yönelik çalışmada turizm alanında faaliyet gösteren firmalarla mülakat yapılmıştır. Elde edilen bulgular Kırgızistan'ın da içinde bulunduğu Orta Asya Türk devletlerinde genel olarak iş turizmi, dağcılık, kültür turizmi, av turizmi, sağlık turizmi ve doğa yürüyüşü gibi turizm türlerinde önemli bir potansiyeli olduğu görüşü hakim olmuştur. Ancak birçok sorun ve engelden dolayı turizm sektörünün istenen seviyeye gelemediği belirlenmiştir.





Bekboeva ve Atyshov (2015), Kırgızistan’da turizmin geliştirilmesi için yapılması gereken stratejik planları ele almışlardır. Bu çerçevede turizm işletmelerinin iyileştirilmesi, yapısal değişiklikler, kanuni düzenlemeler gibi pek çok konuya değinilmiştir.

## 5. AMPİRİK ANALİZ: YÖNTEM VE MODEL

Bu çalışmada Kırgızistan’a yönelik turist akımının belirleyicileri panel çekim modeli yapısı çerçevesinde ele alınmaktadır. Newton’un ortaya attığı Evrensel Çekim Kanunu’ndan esinlenerek geliştirilen çekim modeli, önceleri uluslararası göç hareketlerini incelemek için kullanılmış (Ravenstein, 1889; Vanderkamp, 1977; Karamera *vd.*, 2000; Gil-Pareja *vd.*, 2006; Ramos ve Surinac, 2013), 1960’lı yıllardan itibaren de uluslararası ticaret akımlarına uyarlanmış (Tinbergen, 1962; Pöyhönen 1963; McGallum, 1995; Anderson ve van Wincoop, 2003; Rose, 2000) ve oldukça başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Son yıllarda çekim modelinin ticaret akımlarının modellenmesinde giderek artan bir şekilde ilgi görmesinin yanı sıra turizm (Malamud, 1973; Kimura ve Lee, 2006; Khadaroo ve Seetanah, 2008; Keum, 2010; Vietze, 2012; Cuaresma *vd.*, 2013; Morley *vd.*, 2014), yabancı yatırım ve sermaye akımları (Bergstrand ve Egger, 2007; Eichengreen ve Tong, 2007; Head ve Ries, 2008) ve hatta tercüme kitap yoluyla bilginin yayılması konularına da uygulandığı (Sin, 2012) gözlenmektedir.

İki ülke arasındaki (mal, hizmet, sermaye, turist, göçmen vb.) akım ve etkileşim oldukça karmaşıktır ve birbirleriyle ilişki içinde bulunan birçok faktörden etkilendiği söylenebilir. Özellikle uluslararası ticaret akımlarından hareketle turist akımını etkileyen faktörleri de belirlemek üzere bugüne kadar birçok farklı yaklaşım geliştirilmiştir. Bunlardan biri de ülkelerin (nüfus ve/veya ekonomik açıdan) büyüklüklerinin turist akımını artırdığı, uzaklığın ise azaltıcı etkide bulunduğu şeklindeki temel hipoteze dayanan çekim modeli yaklaşımıdır. Turizm talep modeline ilişkin mikro iktisadi açıdan teorik bir yaklaşım Morley (1992, 1995)’te, turizm akımlarının modellenmesinde çekim modelinin kullanılması konusundaki bir tartışma Morley *vd.* (2014)’te özlü biçimde ele alınmaktadır.

Tinbergen (1962) ve Pöyhönen (1963), Newton’un *Genel Çekim Kanunu*’nu ikili ticaret ilişkisine uyarlamışlardır. Newton’un çekim kanunu; cisimlerin birbirlerine kütleleri ile doğru, aralarındaki uzaklık ile ters orantılı olarak çekim kuvveti uyguladıklarını ifade etmektedir. Buradan hareketle iki ülke arasındaki ticaret akımını modellemek için, kütle yerine ülkelerin ekonomik veya nüfus büyüklükleri, aralarındaki uzaklık için de coğrafi uzaklık alınarak, mal ve hizmet ticaretine ilişkin çekim modeli basitçe aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

$$T_{ij} = \delta \cdot \frac{G_i \times G_j}{U_{ij}^\beta} \quad (1)$$

Burada;  $T_{ij}$ ,  $i$  ve  $j$  ülkeleri arasındaki ticaret akımının hacmini;  $\delta$ , orantı sabitini;  $G_i$  ve  $G_j$ ,  $i$  ve  $j$  ülkelerinin (ekonomik) büyüklüğünü (GSYH, kişi başına GSYH veya nüfus);  $U_{ij}$ , ülkelerin başkentleri veya başlıca ticaret merkezleri arasındaki (genellikle kuş uçuşu) mesafeyi göstermektedir.



(1) nolu denklemin her iki yanının logaritması alınarak model doğrusallaştırılabilir. Buna göre hata terimi eklenmiş haliyle tahmin edilecek ekonometrik denklem aşağıdaki gibidir:

$$\log T_{ij} = \delta' + \alpha \log G_i \times G_j - \beta \log U_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (2)$$

Burada,  $\delta'$  ( $= \log \delta$ ),  $\alpha$  ve  $\beta$  tahmin edilecek olan parametrelerdir.  $\varepsilon_{ij}$  ise sıfır ortalamalı, sabit varyanslı, benzer ve bağımsız dağılımlı hata terimidir ve ikili ticareti etkileyen diğer faktörlerin ve rassal şokların etkilerini temsil etmektedir. (2) nolu denkleme göre, iki ülke arasındaki ticaret hacmi ülkelerin büyüklüklerinin artan, aralarındaki uzaklığın ise azalan bir fonksiyonudur.

Eksik rekabet ve Hecksher-Ohlin modeline dayalı uluslararası ticaret teorileri gelir ve uzaklığın temel değişkenler olarak çekim modelinde yer almasını doğrulamaktadır (Batra, 2006). Aynı faktörlerin bir tür hizmet ticareti olarak turizm akımları üzerinde de etkili olması akla uygundur. Bu temel değişkenlerin yanı sıra, çoğu çalışmada coğrafi koşullar, tarihsel ve kültürel bağlar, ekonomik yapıdaki benzerlikler (aynı ticarî birliğin üyesi olmak, aynı ekonomik şoklara maruz kalmak, ortak para birliğinin parçası olmak vb.) gibi ülkeye-özgü faktörlerin etkilerini hesaba katmak amacıyla bazı ek değişkenlerin de modele dâhil edildiği genişletilmiş çekim modeli kullanılmaktadır.

Yukarıda (2) nolu denklemde verilen ticaret akımına ilişkin çekim modelinin turizm akımlarına ve panel veri yapısına uyarlanmış biçimi aşağıdaki (3) nolu denklemdeki gibi ifade edilebilir. Buna göre,  $i$  ülkesinden gelen turist sayısı,  $i$  ülkesinin büyüklüğü ile doğru, iki ülke arasındaki uzaklık ile ters orantılıdır. Gelir düzeyinin bir göstergesi olarak, ev sahibi ve turist gönderen ülkelerin GSYH'sinin büyüklüğü turist akımını artırıcı etkide bulunmaktadır. Bu durumda bir ülkenin ekonomik büyüklüğü azaldıkça bu ülkeden gelen turist sayısı da sıfıra yaklaşacaktır.

Uzaklık turist akımı üzerinde pozitif veya negatif yönde etkide bulunabilir. Uzaklık arttıkça kültürel ve coğrafi benzerlikler azalacağı için egzotik yerleri ziyaret etme isteği turizm talebini artırabilir. İnsanların kendi kültürlerine yakın toplumlara daha fazla ilgi duydukları düşünüldüğünde aynı farklılığın turist akımı üzerinde negatif etkide bulunması beklenebilir. Diğer taraftan, uzaklıktaki artışa bağlı olarak ulaşım maliyetleri de arttığı için seyahat daha pahalı hale geleceğinden uzak ülkelere turist akımı azalabilir. Turistik seyahat kararlarında maliyet önemli bir belirleyici olduğundan insanlar öncelikle ve ağırlıklı olarak tarihsel bağlar ve kültürel yakınlık içinde oldukları yakın ülkeleri görmeyi tercih edebilirler. Buna göre, uzaklık değişkenine ilişkin katsayının işareti bu etkilerden hangisinin baskın olduğuna bağlı olarak değişecektir.

$$\log TUR_{it} = \delta' + \alpha \log G_{it} \times G_{Kt} - \beta \log U_{iK} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

Daha büyük nüfusa sahip ülkelerin mutlak olarak daha fazla turist gönderebileceği varsayımıyla, çoğu zaman ilgili ülkelerin nüfusları da modele dâhil edilmektedir.

$$\log TUR_{it} = \delta' + \alpha \log G_{it} \times G_{Kt} - \beta \log U_{iK} + \gamma \log N_{it} \times N_{Kt} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$



Böylece turist akımı GSYH, nüfus ve iki ülke arasındaki uzaklığın bir fonksiyonu olarak ifade edilmiş olmaktadır. (4) nolu denklem, GSYH ve nüfus etkilerini birlikte içerecek şekilde kişi başına GSYH değişkeni kullanılarak daha kısa biçimde aşağıdaki gibi de ifade edilebilir:

$$\log TUR_{it} = \delta' + \phi \log KBG_{it} \times KBG_{Kt} - \beta \log U_{iK} + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

Çekim denklemi bazı ilave kukla değişkenlerle genişletilmiş haliyle nihai olarak aşağıdaki şekilde yazılabilir:

$$\log TUR_{it} = \delta' + \phi \log KBG_{it} \times KBG_{Kt} - \beta \log U_{iK} + \psi . K . + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

Analizde kullanılan değişkenler şunlardır;

$TUR_{it}$ ; Yıllara göre,  $i$  ülkesinden Kırgızistan'a gelen turist sayısı

$G_{it}$ : Turist gönderen  $i$  ülkesinin  $t$  yılındaki GSYH değeri

$G_{Kt}$ : Kırgızistan'ın  $t$  yılındaki GSYH değeri

$KBG_{it}$ : Turist gönderen ülkenin yıllara göre kişi başına GSYH değeri

$KBG_{Kt}$ : Kırgızistan'ın yıllara göre kişi başına GSYH değeri

$U_{iK}$ : Turist gönderen ülkenin (başkentinin) Kırgızistan'a (Bişkek'e) uzaklığı

Kütle ve uzaklık gibi temel değişkenlerin yanı sıra turist akımı üzerinde etkili olduğu düşünülen diğer bazı nitel faktörlerin etkisi bir dizi kukla değişken ile modele dâhil edilmiştir. Analizde kullanılan kukla değişkenler aşağıda tanımlanmıştır.

$K1$ : Eski Sovyetler Birliği'ne üye olan ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değeri alan kukla değişken

$K2$ : Müslüman ülkeler için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken

$K3$ : Avrupa ülkeleri için 1, diğer ülkeler için 0 değerini alan kukla değişken

$K4$ : 2010 yılı ve öncesi için 0, sonrası için 1 değerini alan kukla değişken

Ülkelere göre Kırgızistan'a gelen turist sayıları Kırgızistan İstatistik Ofisi elektronik veri tabanından; GSYH, kişi başına GSYH ve nüfus verileri Dünya Bankası'nın online veri tabanından (WDI); uzaklık değerleri ise CEPII'den elde edilmiştir. Turizm verilerindeki sıkıntı nedeniyle örneklem dönemi 2008 – 2014 yılları arası olarak belirlenmiştir. Mevcut resmi istatistiklerde sadece 27 orijin ülke için turist verisine ulaşılabilmektedir.

## 6. AMPİRİK BULGULAR ve TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, Kırgızistan'a yönelik turist akımının belirleyicileri yukarıda verilen denklemlere dayalı olarak kurulan farklı modeller bağlamında tahmin edilmiştir. Analizde kullanılan panel veri setinin zaman boyutu çok kısa (7 yıl) olduğundan durağanlık analizi yapılmamıştır.



Panel veri modellerinde kullanılabilir çeşitli tahmin yöntemleri vardır. Hangi yöntemin kullanılacağı konusunda kullanılan veri setinin özellikleri belirleyici olmaktadır. Çekim modelinin iki temel değişkeninden biri olan uzaklığın ve kukla değişkenlerle ifade edilen özelliklerin birimler itibarıyla zaman içinde değişmeyen karakterli olması nedeniyle denklemlerin tahmininde rassal etkiler modeli kullanılmıştır. Sabit etkiler modelinde bu tür değişkenlerin varlığı halinde tahmin yapılamayacağından, uzaklık değişkeninin ve kukla değişkenlerin bulunmadığı bir çekim modelinin tahmin edilmesi araştırmanın amacı açısından pek anlamlı olmayacaktır. Örnekteki ülkelerin geniş bir kümeden rassal sayılabilecek bir yolla gelen birimlerden oluşması ve Hausman  $\chi^2$  değerleri de rassal etkiler modelinin kullanılmasını desteklemektedir.

Esas itibarıyla, panel veri analizinde alternatif tahmin yöntemlerinden elde edilen tahminler arasında çok köklü farklılıklar ortaya çıkmamaktadır. Rassal etkiler modeli tahminleri, havuzlanmış en küçük kareler ve sabit etkiler modelinden elde edilen tahminlerin arasında yer almaktadır (Andres vd., 2013). Dolayısıyla, söz konusu yöntemlerden elde edilen tahminler birbirlerine yakınsa hangi yöntemin kullanıldığı çok önemli olmayacaktır. Mundlak (1978), modelin doğru kurulması halinde sabit ve rassal etkiler modellerinin denk olduklarını belirtmektedir. Çalışmada benimsenen çekim modeli, onlarca yıldır teorik ve ampirik olarak birçok çalışma tarafından kullanılmış ve geçerliliği tesbit edilmiş bir yapıya sahip olduğundan modelin doğru kurulmuş olduğu söylenebilir.

Yedi farklı model spesifikasyonuna ilişkin olarak, Tablo 5'te verilen rassal etkiler modeli esnek geliştirilmiş en küçük kareler tahminlerine göre Kırgızistan'a yönelik turist akımı ev sahibi ve turist gönderen ülkelerin ekonomik büyüklüğünden (GSYH) olumlu yönde etkilenmektedir. Ekonomik gelişmişlik ve refah düzeyinin daha iyi bir göstergesi olduğu için GSYH'ye alternatif olarak 3 – 6 spesifikasyonlarında kullanılan kişi başına GSYH değişkeni de aynı şekilde turizm akımını pozitif yönde etkilemektedir. Buna göre partner ülkelerin ekonomik hacimleri (kütleleri) büyüdükçe Kırgızistan daha fazla turist çekmektedir. Teorik beklentilerle uyumlu olan bu sonuç, Kırgızistan'ın gelişmiş ülkelerde daha fazla tanıtım faaliyetlerinde bulunmasının turizm hacmi üzerinde etkili olacağını göstermektedir. Nüfus hacmi değişkeni ayrıca dikkate alındığında (Model 2) turist sayısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip görünmemektedir.

Coğrafi uzaklık bütün spesifikasyonlarda turizm akımı üzerinde zayıflatıcı etkide bulunuyor görünmektedir. Daha önemlisi ise, bu olumsuz etkinin ekonomik gelişmişliğin pozitif yönlü etkisinden daha güçlü olmasıdır. Buna göre, Kırgızistan coğrafi olarak yakın ülkelere uzakta olanlara nazaran daha fazla turist çekmektedir. Bu sonuç, bir yandan kültürel ve tarihsel yakınlığın etkisiyle, bir yandan da civar ülkelerde (özellikle Kazakistan ve Rusya'da) yaşayan ve o ülkelerin vatandaşlığına sahip Kırgızların akraba ve memleket ziyaretlerinin turist akımı olarak kaydedilmesiyle açıklanabilir.

Çekim modelini genişletici birer unsur olarak dikkate alınan kukla değişkenlerin hiç biri Kırgızistan'a yönelik turizm akımı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkide bulunmamaktadır. Eski Sovyetler Birliği'nin bir üyesi olarak hem diğer üye ülkelerle kültürel yakınlığa sahip olması (komünist rejim mirası), hem de (özellikle 35 yaş üzeri nüfus açısından) Rusça'nın yaygın bir ortak dil olması bakımından turistik bağın daha güçlü olması beklense de ampirik olarak böyle bir beklentiye destekleyecek güçte bulguya ulaşılamamıştır.



Diğer taraftan, Müslümanlık ortak paydasının da İslam ülkelerinden Kırgızistan'a yönelik turizm akımı açısından ayırt edici bir nitelik arz etmediği görülmektedir. Bu durum, Kırgızistan'ın İslam kültür ve tarihi açısından önemli bir odak noktası olmamasıyla açıklanabilir. Ayrıca, uzun yıllar hüküm süren komünist rejimin Kırgız toplumunun İslam ülkeleriyle bağları üzerinde yol açtığı tahribat da bu ilgi zayıflamasına yol açmış olabilir.

Bir ülkedeki siyasi karışıklıkların doğuracağı toplumsal çalkantının o ülkeye yönelik turizm talebi üzerinde olumsuz etkide bulunması beklenir. 2010 yılında Kırgızistan'da meydana gelen geniş çaplı halk ayaklanması ve sonraki yıllarda da süren siyasi belirsizliklerin turizm akımı üzerindeki etkisini dikkate almak üzere Model 3 üzerine eklenen kukla değişkenin ( $K4$ ) katsayısı anlamsız bulunmuştur. Beklentiye aykırı olan bu bulgu, yukarıda belirtildiği üzere Kırgızistan'ın daha ziyade yakın ve komşu ülkelerden, ticari ve akrabalık ilişkilerine dayalı bir turist profiline sahip olması tespiti ile uyumludur. Bu profilin, normalde turist akımı üzerinde caydırıcı etkide bulunacak olan asayiş sorunu gibi olumsuz etkenlere karşı daha dirençli olduğu söylenebilir.

**Tablo 6. Rassal Etkiler Modeli Tahminleri**

Katsayılar	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7
$\delta$	17,6151 (0,0000)	9,9188 (0,1881)	17,3481 (0,0000)	13,8434 (0,0056)	15,1657 (0,0002)	17,1568 (0,0067)	15,7827 (0,0003)
$\alpha$	0,2484 (0,0004)	0,2062 (0,0086)					
$\beta$	-1,7956 (0,0001)	-1,8266 (0,0001)	-2,1167 (0,0000)	-1,7326 (0,0050)	-1,8523 (0,0005)	-2,0946 (0,0071)	-1,8566 (0,0009)
$\gamma$		0,2682 (0,2439)					
$\phi$			0,5015 (0,0001)	0,5063 (0,0001)	0,5259 (0,0000)	0,5014 (0,0001)	0,3282 (0,0914)
$\psi_1$				1,0062 (0,2676)			
$\psi_2$					-1,1634 (0,1508)		
$\psi_3$						0,0462 (0,9689)	
$\psi_4$							0,0367 (0,8286)
$R^2$	0,099	0,113	0,120	0,126	0,329	0,118	0,120
Hausman $\chi^2$	1,3728 (0,2413)	2,0154 (0,3651)	0,0136 (0,9072)	0,0004 (0,9836)	0,3983 (0,5280)	0,0146 (0,9039)	0,0000 (1,0000)
$n$	189	189	189	189	189	189	189





**Not:** *i.* Parantez içindeki değerler kesin anlamlılık düzeyidir (p-değeri). *ii.* İtalik değerler kabul edilebilir düzeyde anlamlı olmayan ( $\alpha > 0,10$ ) katsayıları göstermektedir.

Avrupa ülkelerini temsilen kullanılan kukla değişken de istatistiksel olarak anlamsız katsayıya sahiptir. Bu sonuç, Avrupa ülkelerinin Kırgızistan'a kültürel, tarihsel ve coğrafi açıdan uzak olmasıyla açıklanabilir. Kırgızistan'ın bugüne kadarki turizm politikalarıyla Orta Asya ülkeleri arasında pozitif ayrışmayı sağlayamamasının da bu sonuç üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Bir hareket noktası oluşturması ve karşılaştırma imkânı vermesi amacıyla havuzlanmış en küçük kareler tahminleri de Tablo 6'da verilmiştir. Elde edilen sonuçların rassal etkiler modeliyle ulaşılan sonuçlarla büyük benzerlik gösterdiği görülmektedir. Katsayı büyüklükleri dışındaki tek fark  $K1$  ve  $K2$  kukla değişkenleriyle temsil edilen eski SSCB üyeliği ve Müslümanlık faktörlerinin bu defa anlamlı etkiye (sırasıyla pozitif ve negatif yönde) sahip olmalarıdır. Havuzlanmış EKK tahminleri genellikle sapmalı olduklarından bu sonuçlar ihtiyatla karşılanmalıdır.

**Tablo 7. Havuzlanmış En Küçük Kareler Tahminleri**

Katsayılar	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7
$\delta$	16,1674 0,0000	15,4566 (0,0000)	17,5344 (0,0000)	13,8034 (0,0000)	13,6699 (0,0000)	17,2854 (0,0000)	14,5157 (0,0000)
$\alpha$	0,4387 (0,0000)	0,4186 (0,0003)					
$\beta$	- 2,1265 (0,0000)	- 2,1028 (0,0000)	- 2,0517 (0,0000)	- 1,7433 (0,0000)	- 2,1733 (0,0000)	- 2,0169 (0,0000)	- 2,0323 (0,0000)
$\gamma$		0,0289 (0,8216)					
$\phi$			0,4581 (0,0035)	0,5140 (0,0009)	0,7790 (0,0000)	0,4551 (0,0041)	0,4452 (0,0064)
$\psi_1$				1,0082 (0,0028)			
$\psi_2$					- 1,3916 (0,0000)		
$\psi_3$						0,0633 (0,8849)	
$\psi_4$							- 0,0560 (0,8458)
$R^2$	0,3734	0,3736	0,273	0,307	0,337	0,273	0,274
$F$	55,4232 (0,0000)	36,7773 (0,0000)	34,8817 (0,0000)	27,3208 (0,0000)	31,3095 (0,0000)	23,1391 (0,0000)	23,23044 (0,0000)



n 189 189 189 189 189 189 189

**Not:** *i.* Parantez içindeki değerler kesin anlamlılık düzeyidir (p-değeri). *ii.* İtalik değerler kabul edilebilir düzeyde anlamlı olmayan ( $\alpha > 0,10$ ) katsayıları göstermektedir.

## 7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla Kırgızistan da merkezi plânlı ekonomik yapıdan piyasa ekonomisine geçiş yapmıştır. Yeterli altyapı oluşturulmadan çok kısa sürede piyasa ekonomisine geçiş yapmak zorunda kalan ve güçlü bir sınaî yapıdan yoksun olan, yüksek işsizlik oranı, dış ödemeler dengesizliği, bölgeler arası gelişmişlik farkları, yüksek yolsuzluk oranı ve sık sık kendini gösteren siyasî istikrarsızlıkla boğuşan Kırgızistan için (ekonomiye katkısı güçlü ve hızlı olan) turizm sektörü büyük bir önem taşımaktadır. Kırgızistan doğal yapısı nedeniyle, diğer Orta Asya ülkelerine ve komşu ülkelere göre karşılaştırmalı üstünlük olarak, özellikle doğa turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, Kırgızistan'da turizm sektörüyle ilişkili olarak bugüne kadar ekonometrik bir analiz gerçekleştirilmemiştir. Konuyla ilgili bu ilk ampirik çalışmada, Kırgızistan'a yönelik uluslararası turizm akımının belirleyicileri panel çekim modeli ekseninde araştırılmıştır.

Panel veri analizi bulgularına göre, Kırgızistan ve Kırgızistan'a gelen turistlerin ülkelerinin ekonomik büyüklüğü ve refah düzeyi yükseldikçe turizm akımı güçlenmektedir. Bu sonuç, her ne kadar diğer ülkelerin ekonomik performansları Kırgızistan açısından dışsal bir olgu olsa da, ekonomik koşulların olumlu seyrettiği ve küresel ekonomik büyümenin yaşandığı dönemlerde güçlenen uluslararası turizm akımlarından daha fazla pay almak için gerekli tedbirlerin alınması gerektiğinin bir işareti olarak yorumlanabilir. Coğrafi uzaklık ise turist sayısı üzerinde azaltıcı etkide bulunmaktadır. Diğer taraftan, ortak tarihsel geçmiş, dil ve din bağlarının turist akımını güçlendirici etkilerinin Kırgızistan örneğinde geçerli olmadığı görülmüştür. Bir diğer ilginç bulgu ise, 2010 yılında meydana gelen toplumsal karışıklık ve sonrasındaki siyasî belirsizliklerin Kırgızistan'a yönelik turizm talebini anlamlı bir şekilde etkilemediğidir.

Analiz sonuçları bir bütün olarak dikkate alındığında Kırgızistan'ın sahip olduğu doğal ve kültürel imkânlarla orantılı olarak gerektiği kadar turist akımı çekemediği, halihazırdaki zayıf turist akımının ağırlıklı olarak muhtemelen Kırgız asıllı yabancılar ve ticarî amaçlı ziyaretçilerden oluşan civar ülkelerde yaşayan halklardan kaynaklandığı söylenebilir. Oysa bu kitleye dayalı turizmin genişleme potansiyeli sınırlı olduğu gibi, Kırgızistan'a komşu ülkeler genellikle düşük gelir düzeyine sahip olduklarından turizm gelirlerinin artırılması da fazla mümkün değildir. Bu durumda yapılması gereken şey, bir taraftan özellikle gelişmiş ve kişi başına gelirin yüksek olduğu ülkelerde Kırgızistan'ın daha iyi ve yoğun bir şekilde tanıtılması çalışmalarına ağırlık vermek, bir taraftan da turizm talebi üzerinde etkili olan her türlü altyapı, asayiş, kurumsal kalite gibi yapısal konularda iyileşme sağlamaktır.



## Kaynaklar

- Akçalı, P. (2014), “Tourism in Kyrgyzstan”, *Tourism in Central Asia: Cultural Potential and Challenges* içinde, s. 259-286, Ed.: Kantarcı, K., Uysal, M. ve Magnini, V. P., Apple Academic Press, Canada.
- Anderson, J. E. ve van Wincoop, E. (2003), “Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle”, *American Economic Review*, 93, s. 170-192.
- Andres, H. J., Golsch, K. ve Schmidt, A. W. (2013), *Applied Panel Data Analysis for Economic and Social Surveys*, Springer Publishing.
- Batra, A. (2006), “India’s Global Trade Potential: The Gravity Model Approach”, *Global Economic Review: Perspectives on East Asian Economies and Industries*, 35 (3), s. 327-361.
- Bekboeva, M. A. ve Atyshov, K. (2015), “Kırgız Cumhuriyeti Turizm Geliştirme Yönetimi”, *Bilimde Yenilikler*, 9 (46), s. 55-56. (Rusça)
- Bergstrand, J. H. ve Egger, P. (2007), “A Knowledge and Physical Capital Model of International Trade, Foreign Direct Investment and Foreign Affiliates Sales: Developed Countries”, *Journal of International Economics*, 73 (2), s. 278-308.
- Cuaresma, J. C., Moser, M. ve Raggl, A. (2013), “On the Determinants of Global Bilateral Migration Flows”, WWWforEurope Project, Working Paper No. 5.
- Eichengreen, B. ve Tong, H. (2007), “Is China’s FDI Coming at the Expense of Other Countries?”, *Journal of Japanese and International Economies*, 21, s. 153-172.
- Head, K. ve Ries, J. (2008), “FDI as an Outcome of the Market for Corporate Control: Theory and Evidence”, *Journal of International Economics*, 74, s. 2-20.
- Gil-Pareja, S., Llorca, R. ve Martinez, J. A. (2006), “The Impact of Embassies and Consulates on Tourism”, *Tourism Management*, 28, s. 355-360.
- Gülcan, B., Şenol, F. ve Aytbaeva, A. (2014), “Kırgızistan’da Din ve Kültür Turizminin Geliştirilmesi Açısından Süleyman Dağı’nın Önemi: SWOT Analizi”, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (4), s. 63-80.
- Kantarcı, K. (2007), “Perceptions of Foreign Investors on the Tourism Market in Central Asia Including Kyrgyzstan, Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan”, *Tourism Management*, 28 (3), s. 820-829.
- Karamera, D., Tsaur, J. R. ve Davis, B. (2000), “A Gravity Model Analysis of International Migration to North America”, *Applied Economics*, 32, s. 1745-1755.
- Keum, K. (2010), “Tourism Flows and Trade Theory: A Panel Data Analysis with the Gravity Model”, *The Annals of Regional Science*, 44, s. 541-557.
- Khadaroo, J. ve Seetanah, B. (2008), “The Role Transport Infrastructure in International Tourism Development: A Gravity Model Approach”, *Tourism Management*, 29, s. 831-840.



- Kimura, F. Lee, H. H. (2006), “The Gravity Equation in International Trade in Services”, *Review of World Economics*, 142, s. 92-121.
- Kulnazarova, A. (2010), Orta Asya Geçiş Ekonomilerinde Turizm Sektörünün Mevcut Durumu ve Gelişme Olanakları: Kırgızistan Örneği, Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Malamud, B. (1973), “Gravity Model Calibration of Tourist Travel to Las Vegas”, *Journal of Leisure Research*, 5 (4), s. 23-33.
- McGallum, J. (1995), “National Borders Matter: Canada-U.S. Regional Trade Patterns”, *American Economic Review*, 853, s. 615-623.
- Minbaeva, A. ve Timur, A. (2010), Kırgızistan Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Uygulanabilecek Turistik Ürün Çeşitleri, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Morley, C. (1992), “A Microeconomic Theory of International Tourism Demand”, *Annals of Tourism Research*, 19, s. 250-267.
- Morley, C. (1995), “Tourism Demand: Characteristics, Segmentation and Aggregation”, *Tourism Economics*, 1, s. 315-328.
- Morley, C., Rosello, J. ve Santana-Gallego, M. (2014), “Gravity Models for Tourism Demand: Theory and Use”, *Annals of Tourism Research*, 48, s. 1-10.
- Mundlak, Y. (1978), “On the Pooling of Time Series and Cross Section Data”, *Econometrica*, 46 (1), s. 69-85.
- Pöyhönen, P. (1963), “A Tentative Model for the Volume of Trade between Countries”, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 90 (1), s. 93-100.
- Ramos, R. ve Surinac, J. (2013), “A Gravity Model of Migration Between ENC and EU”, Research Institute of Applied Economics, Working Paper No. 2013/17.
- Rose, A. K. (2000), “One Money, One Market: Estimating the Effect of Common Currencies on Trade”, *Economic Policy*, 20, s. 9-45.
- Sancar, M. F., Kınır, S. ve Soyalm, M. (2015), “Orta Asya Türk Devletleri ile Türkiye Arasındaki Turizm Potansiyeli ve Ekonomi Açısından İncelenmesi”, Avrasya Ekonomileri Konferansı, 9-11 Eylül 2015, Kazan, Rusya.
- Saray, M. (2004), *Modern Kırgızistan'ın Doğuşu*, TİKA Yayınları, Ankara.
- Sin, I. (2012), “The Gravity of Ideas: How Distance Affects Translations”, draft paper, Motu Economic and Public Policy Research, Wellington, New Zealand.
- Tinbergen, J. (1962), *Shaping the World Economy: Suggestions for an International Economic Policy*, The Twentieth Century Fund, New York.
- Turdumambetov (2014), “Tourism Development in the Post-Soviet and Post-Revolutionary Country: A Case Study of Kyrgyzstan”, *International Journal of Liberal Arts and Social Sciences*, 2 (6), s. 73-87.



**AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ**

**Sayı: 63 Eylül – Ekim 2017**

**Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi**

ISSN:1694-528X Calal-Abad Uluslararası Üniversitesi,

Türk Dünyası Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü

Calal-Abad – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



UNWTO – United Nations World Tourism Organization (2005), *Tourism Pearls of the Silk Road*, Madrid. [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/tourism\\_pearls.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/tourism_pearls.pdf)

UNWTO – United Nations World Tourism Organization (2015), *Tourism Highlights - 2015 Edition*, <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

Vanderkamp, J. (1977), “The Gravity Model and Migration Behaviour: An Economic Interpretation”, *Journal of Economic Studies*, 4 (2), s. 89-102.

Vietze, C. (2012), “Cultural Effects on Inbound Tourism in the USA: A Gravity Approach”, *Tourism Economics*, 18, s. 121-138.

WEF – World Economic Forum (2015), *World Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*, Geneva, Switzerland.

WTTC – World Travel & Tourism Council (2015), *Economic Impact 2015 - Kyrgyzstan*, London.

Yeşiltaş, M. (2009), “Obstacles to the Tourism Development in Kyrgyzstan”, *Manas Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, s. 239-248.