

TÜRKİYE TURİZM TALEBİ: PANEL ÇEKİM MODELİ

Araştırma Makalesi / Research Article

Bayraktutan, Y. ve Solmaz, A. R. (2020). Türkiye Turizm Talebi: Panel Çekim Modeli. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(1), 425-435. | Geliş Tarihi: 22.08.2019
Kabul Tarihi: 28.04.2020
E-ISSN: 2149-3871

Prof. Dr. Yusuf BAYRAKTUTAN
Kocaeli Üniversitesi, İİBF Fakültesi, İktisat Bölümü
ybayraktutan@kocaeli.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-4453-3701

Arş. Gör. Ali Rıza SOLMAZ
Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
aliriza.solmaz@kocaeli.edu.tr
ORCID No: 0000-0001-8347-1593

ÖZ

Turizm sektörünün Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde büyüme, istihdam ve döviz kazancı kaynağı olma potansiyeli dolayısıyla etkin ve rekabetçi olmasının önemi giderek artmaktadır. Bu bağlamda ekonomi içerisinde sektörün aldığı pay ve ülkenin potansiyeli nispetinde turizm sektörünün geliştirilmesi ve istikrarının sağlanması gerekmektedir. Bu çalışma turizm sektöründe talebi etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamakta ve elde edilen bulgulara göre turizm sektöründe performansın geliştirilmesini sağlayacak politika önerilerinde bulunmaktadır. 2008Ç1-2018Ç3 dönemi verileri kullanılarak 69 ülkeden Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı ile kaynak ve hedef ülke (Türkiye) GSYİH düzeyi, TÜFE düzeyi, kaynak ve hedef ülke arası uzaklık, döviz kuru ve bir önceki döneme ait turist sayısı arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti panel çekim modeli ile analiz edilmiştir. TÜFE ve ülkeler arası uzaklık Türkiye'ye yönelik turizm akımlarını olumsuz etkilemekteyken, Türkiye'nin ve kaynak ülkenin GSYİH düzeyi, döviz kuru ve bir önceki dönem ziyaretçi sayısı turizm akımlarını olumlu etkilemektedir. Turizm talebi üzerinde en belirgin etkiye sahip değişkenler TÜFE ve hedef ülkenin GSYİH düzeyi olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çekim Modeli, Turizm, Türkiye.

THE TOURISM DEMAND OF TURKEY: A PANEL GRAVITY MODEL

ABSTRACT

Due to its contributions to economic growth, employment, foreign exchange gains, etc., especially in developing countries like Turkey., the importance of being effective and competitive for tourism sector is continuously increasing. At this context, taking its relative share and potential into consideration, this sector needs to be developed and stabilized. This paper aims to determine the factors affecting the demand in the tourism sector and proposes policies that will improve the performance in the tourism sector according to the findings. The relation between origin and destination countries' GDP and CPI, the distance between origin and destination countries, exchange rate and the number of foreign visitors coming to Turkey from the 69 countries analyzed by panel gravity model. According to empirical findings, tourism flow toward Turkey is adversely affected by CPI and the distance between the countries, while it is positively related with the GDP level of Turkey and the origin country, exchange rate, and one period lagged number of visitors.

Keywords: Gravity Model, Tourism, Turkey.

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, ülke ekonomilerini sektörel bağımlılıklarına göre etkileyebilmekte; aynı zamanda ülkelerin iktisadi ve siyasi istikrar ortamından etkilenebilmektedir. Turizm sektörünün büyüme, istihdam ve cari dengeye etkileri, sektörün önemini arttırmaktadır. Nitekim işsizlik ve dış açık sorunları yaşayan ekonomilerde, turizm sektöründeki gelişmeler bu sorunları göreceli olarak azaltmaktadır.

Turizm sektörünün iktisadi etkileri, ülkenin turizm sektörüne bağlılığı ve potansiyeli nispetinde şekillenmektedir. Türkiye'nin coğrafi konumu ve tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması nedeniyle, gerek kültür, gerekse yaz turizmi için potansiyelinin yüksek olduğu söylenebilir. Türkiye'de turizm sektörüne yapılan sermaye yatırımları giderek artmaktadır. Altyapı ve özellikle ulaşımaya yönelik kamu yatırımları sektörün ve turizm işletmelerinin faydasını arttıran bir özelliğe sahip olmaktadır.

Bu çalışmada, öncelikle turizm sektörünün iktisadi etkileri ve Türkiye ekonomisinde turizmin yeri ve gelişimi ele alınmakta; turizm sektörü üzerinde çekim modeli ile gerçekleştirilen çalışmaları kapsayan literatür özetlenmekte; model ve veri seti tanıtılmasının ardından Türkiye'de turizm talebi panel çekim modeli ile analiz edilmektedir. Analiz kapsamında, 2008Ç1-2018Ç3 dönemi çeyreklik verileri kullanılarak 69 ülkeden Türkiye'ye gelen yabancı turist akımının belirleyicileri tespit edilmektedir. Nihai olarak, elde edilen bulgular yorumlanmakta ve politika önerilerinde bulunmaktadır.

2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN İKTİSADİ ETKİLERİ VE TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm, boş zamanın, gelir düzeyi ile de bağlantılı olarak, nasıl değerlendirileceğine ilişkin iktisadi bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, döviz ve kamu gelirleri gibi iktisadi yönleri bulunan sosyo-ekonomik bir olaydır (Kozak vd., 2008: 7). Turizm sektörü, ödemeler dengesi, istihdam seviyesi ve iktisadi büyümeye, doğrudan ve dolaylı katkılarıyla önem arz etmektedir.

Turizm'in iktisadi etkileri, temel olarak iki ana başlık altında toplanmaktadır: parasal etkiler ve reel etkiler. Parasal etkiler, ödemeler dengesine etkisi, gelir yaratıcı etki, yurtiçi fiyat düzeyine etkisi, kamu gelir ve harcamalarına etkisi şeklinde sıralanmaktadır (Ünlüöner, vd, 2014: 142). Ödemeler dengesi üzerindeki etkiler, yurt dışından ülkeye giriş yapan turistler aracılığıyla elde edilen döviz kazancı ve yurt dışına çıkan yerli turistlerin döviz harcamalarından oluşmaktadır. Dış açık veren bir ülkede yurtdışından gelen turistlerin harcamaları ödemeler bilançosunun alacak kısmına kaydolmakta ve dış açıkların azalmasını sağlamaktayken; yerli turistlerin yurtdışında yaptıkları harcamalar, ödemeler bilançosunun borçlu tarafına kaydolmakta ve dış açığın artmasına neden olmaktadır.

Gelir yaratıcı etki, turistlerin doğrudan harcamalarının yanında, dolaylı olarak turizm işletmelerine mal ve hizmet sağlayan sektörlerde meydana gelen dolaylı harcamaların ve turizm sektöründe istihdam edilen ya da kazanç sağlayanların harcamalarının bir bileşenidir (Kozak vd 2008: 81). Turistlerin tükettikleri malların ithal olması, hizmet veren personelin eğitimini yurt dışında alması, sızıntı meydana getirmekte ve gelir etkisini azaltabilmektedir (İçöz, 2005: 250).

Turizmin kamu gelirleri üzerindeki etki kaynakları, turistlerin harcamalarından ve işletmelerden elde edilen doğrudan ve dolaylı vergiler yanında, vize, ayakbasta parası, resim ve harç, müze ve park ücretleridir. Devletin işletmekte olduğu otel, müze ve parkların işletme maliyetleri, ülkenin turistik açıdan tanıtım ve pazarlanması için yapılan faaliyetler ve turizm sektörüne yapılan her türlü teşvik ve ödenekler, kamu harcamaları üzerindeki etkiler kapsamında değerlendirilmektedir (Ünlüöner, 2014: 161).

Turizm talebindeki artışlar, mal ve hizmet talebi kanalıyla fiyatların daha hızlı artmasına neden olabilmektedir. Turizmin yurtiçi fiyat düzeyi üzerindeki etkisi, sektörün ekonomi içindeki payı ile doğru oranlı olarak gerçekleşmektedir. Tarım ve sanayi açısından uzmanlaşmanın yetersiz olduğu ülkede turizm sektöründeki canlılık, enflasyon başlıca nedeni olabilmektedir (Bayraktutan ve Solmaz, 2018: 97).

Turizmin ekonomide meydana getirdiği reel etkiler ise, turizm ve diğer sektörlerde istihdam ile altyapı ve üstyapı üzerindeki etkilerden oluşmaktadır. Turizm harcamaları yoluyla istihdam üç şekilde artmaktadır. Bunlardan ilki, otel, motel, restoran gibi turizm sektöründe yer alan işletmelerdeki doğrudan istihdam artışı; ikincisi, turistik harcamalar sonucunda turizm arzı içinde yer alan, sektöre girdi sağlayan ikincil sektörlerde oluşan dolaylı istihdam artışı; üçüncüsü ise, ilk iki istihdam artışı sonucu elde edilen kazancın yeniden harcanmasıyla ortaya çıkan uyarılmış istihdam artışıdır (Şahin, 1993: 53'ten aktaran: Oktayer vd. 2007: 89).

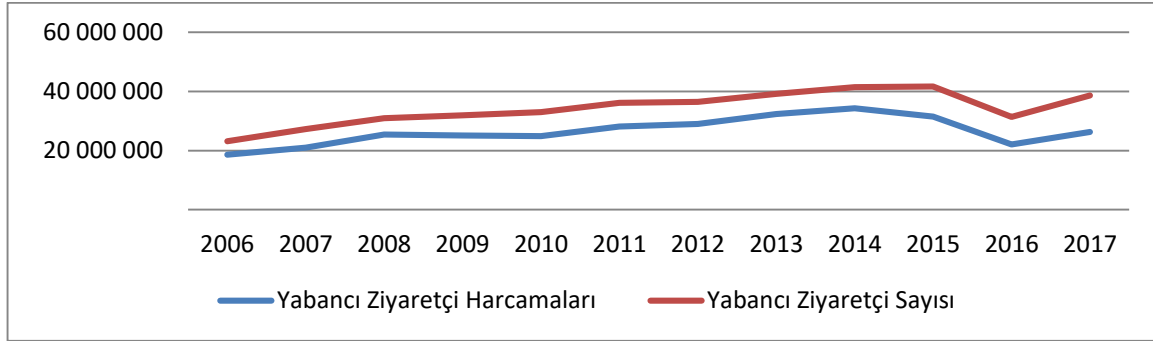
Turizmin gelişmesi ve altyapı yatırımları arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Bir bölgeye yapılan altyapı yatırımlarının ne ölçüde turizme bağlı olduğunu belirlemek mümkün olmasa da, turizmin altyapıyı geliştirici ve yönlendirici etkilerinin bulunduğu söylenebilir (Kozak vd. 2008: 85). Turizm ve altyapı arasındaki ilişki tek yönlü olarak sınırlı olmamaktadır. Nitekim bölgenin turizm potansiyeline ulaşabilmesinde altyapı yatırımları önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda enerji, ulaşım, haberleşme ve kanalizasyon gibi alanlarda yatırımların artması beklenmektedir.

3. TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜ

İktisadi etkileri belirtilen turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri, gelişimi ve katkıları, turizm gelirleri, istihdam düzeyi, ziyaretçi sayıları, sektörün GSYİH katkısı ve turizm yatırımları üzerinden değerlendirilebilir.

Grafik-1'de, 2003-2018 döneminde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayıları ve yabancı ziyaretçilerin harcamaları görülmektedir. 2003-2014 döneminde hafif dalgalanmalar olsa da gerek yabancı ziyaretçi sayısı gerekse turist harcamaları sürekli artmıştır. Ancak 2015 ve 2016 yıllarında ziyaretçi harcamalarında, 2016 yılında da ziyaretçi sayısında önemli bir daralma meydana gelmiştir. 2014, 2015 ve 2016 yılları toplam ziyaretçi harcamaları, sırasıyla 34.3 milyar dolar, 31.4 milyar dolar ve 22.1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu daralmanın en önemli nedenlerinden biri, Kasım 2015'te Türkiye-Rusya krizi olarak değerlendirilmektedir. Nitekim Türkiye'ye gelen Rus ziyaretçi sayısı 2014 yılında 3.4 milyondan, 2015 yılında 2.8 milyona ve 2016 yılında 683 bine gerilemiştir. Toplam ziyaretçi sayısı ise 2015 yılında 41.6 milyon iken 2016 yılında 31.3 milyona düşmüştür.

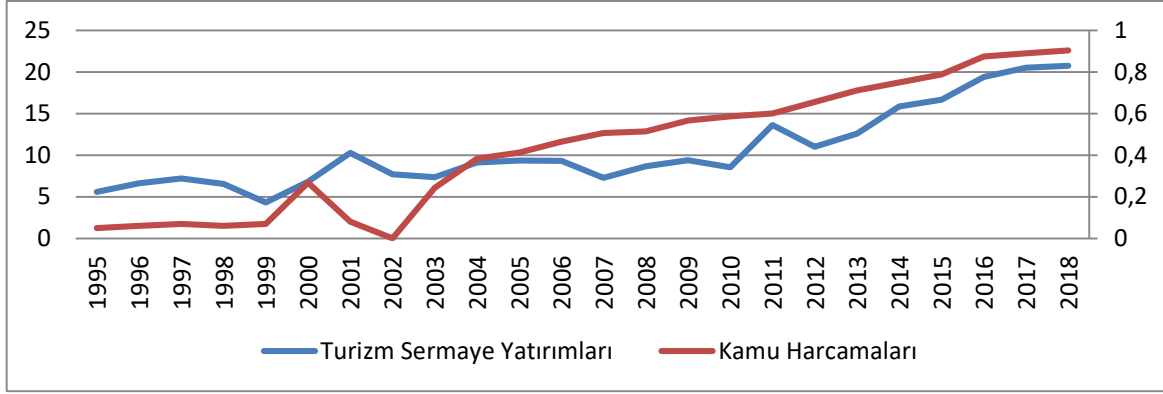
Grafik 1: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayısı ve Harcamaları



TÜİK, 2018.

Grafik-2'de 1995-2018 dönemi turizm sektörü sermaye yatırımları verileri sol ekseninde; kamu harcamaları verileri ise, sağ ekseninde verilmiştir. Turizm sektörüne yapılan sermaye yatırımları, 1995'te 5 milyar dolar düzeyindeyken, 2018 yılına gelindiğinde 20 milyar dolar düzeyine ulaşmıştır. Kamu harcamaları, özel yatırımlara göre oldukça düşük düzeylerde olmasına karşın benzer şekilde artış eğilimindedir. Turizm sektöründe kamu harcamaları miktarı, 1995 yılında 500 bin dolar düzeyindeyken 2018 yılına gelindiğinde 1.2 milyar dolar düzeyine ulaşmıştır. Ancak 2001 ve 2002 yılları, iktisadi kriz koşullarında turizm sektörüne bütçe ayrılmaması dikkat çekmektedir.

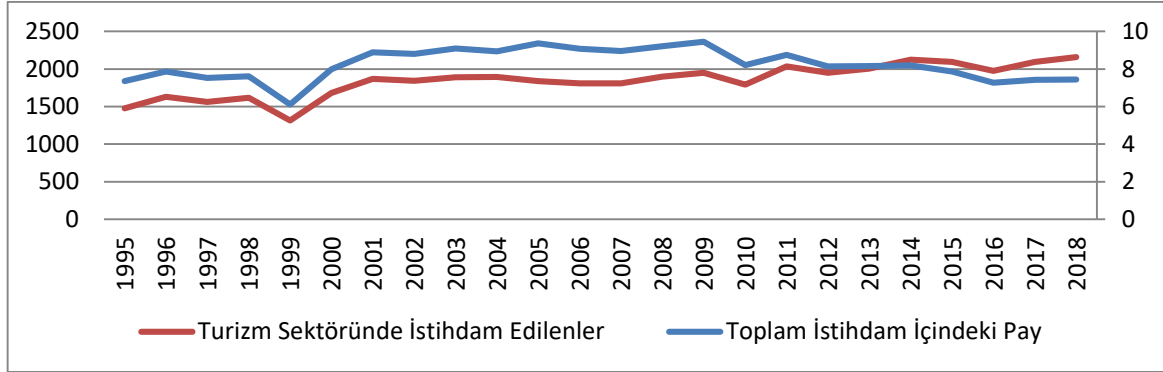
Grafik 2: Türkiye'de Turizm Sektörü Sermaye Yatırımları ve Kamu Harcamaları (Reel Fiyatlar)



Dünya Bankası, 2018.

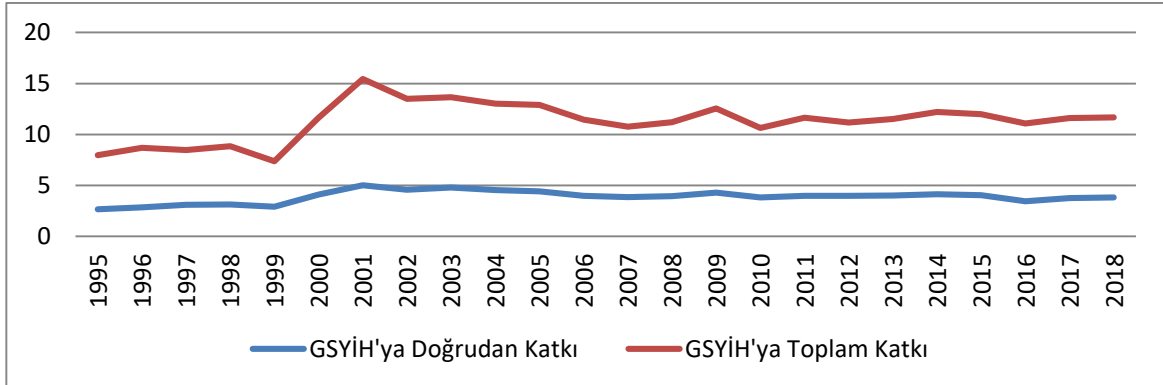
Grafik-3'te turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı (sol eksen) ve turizm sektöründe istihdam edilenlerin toplam istihdam içerisindeki payı (sağ eksen) görülmektedir. 1995-2018 döneminde, turizm sektöründe istihdam edilenlerin sayısı yaklaşık %25 düzeyinde bir artış göstermiştir. 1995 yılında 1.47 milyon olan turizmde istihdam edilen kişi sayısı, 2018'de 2.15 milyon düzeyine yükselmiştir. Turizm sektöründe istihdam edilenlerin toplam istihdam içerisindeki payı, 1995 yılında %7.3 iken, 1999 yılında %6 düzeyine gerilemiştir. Grafik-2 ile birlikte değerlendirildiğinde, turizm sektörü sermaye yatırımlarının azalmasıyla doğru oranlı bir şekilde istihdamda da bir gerileme görülmektedir. Turizm sektörü istihdam düzeyinin toplam istihdam içinde en yüksek paya sahip olduğu yıl %9.4 ile 2009 olmuştur; ancak 2009 sonrasında toplam istihdam içindeki pay giderek azalmış ve %7.4'e gerilemiştir.

Grafik 3: Türkiye Turizm Sektöründe İstihdam



Dünya Bankası, 2018.

Grafik 4: Türkiye Turizm Sektörünün GSYİH Üzerindeki Doğrudan ve Toplam Katkısı



Dünya Bankası, 2018.

Grafik-4'te turizm sektörünün GSYİH üzerindeki doğrudan ve toplam katkısı görülmektedir. Daha önce bahsedilen gelir yaratıcı etki bu grafikte daha net görülmektedir. Nitekim

doğrudan katkılardaki artışlar daha büyük toplam katkı meydana getirmektedir. Nitekim turizm sektörünün GSYİH içindeki payı, 1999 yılında %2.92 iken, 2011 yılında %5.03 düzeyine; toplam katkı ise %7.36'dan, %15.45 düzeyine yükselmiştir. Turizm sektöründeki gelişmelerin, diğer sektörlerdeki üretimi, istihdamı ve gelirleri artırması nedeniyle toplam katkı, doğrudan katkıdan daha fazla olmaktadır. 1995-2018 dönemi için bu çoğaltan mekanizması aracılığıyla toplam katkı, doğrudan katkıdan her dönem ortalama üç kat daha fazla olarak gerçekleşmiştir.

4. LİTERATÜRE BAKIŞ

Newton'un yer çekimi yasasından uyarlanan ve aslı itibariyle dış ticaret analizlerinde kullanılan "çekim modeli", göç, turizm talebi ve doğrudan yabancı yatırımlar gibi farklı alanlarda da yaygınlaşan bir analiz aracı konumuna gelmiştir. Matias (2004), Park ve Jang (2014), Culiuc (2014), Lorde vd. (2016), Alawin ve Abu-Lila (2016), Santeramo ve Morelli (2016) ve Othman (2018) çekim modelini kullanarak turizm akımlarını analiz etmişlerdir.

Matias (2004), 1998 yılı için seçilmiş 12 ülkeden Portekiz'e yönelik turizm akımları analiz etmiştir. Modelde bağımlı değişken olarak turist sayısı; bağımsız değişkenler olarak, ülkeler arası uzaklık ve GSYİH kullanılmıştır. OLS (Ordinary Least Squares) tahmincisi sonuçlarına göre, GSYİH'nin turizm talebini arttırdığı; ülkeler arası uzaklığın ise, turist sayısının azalmasına neden olduğu tespit edilmiştir.

Park ve Jang (2014), 1995-2009 dönemi için 30 seçilmiş ülkede turizm akımlarını üç ayrı çekim modeli oluşturarak analiz etmiştir. Geleneksel çekim modelini esas alan ilk modelde bağımlı değişken olarak turist sayısı, bağımsız değişkenler olarak hedef ve kaynak ülke GSYİH düzeyleri ve uzaklık kullanılmıştır. Sabit ve Rassal etkiler modellerinde ise bağımsız değişkenlere, doğal ve kültürel miras sayıları, satın alma gücü paritesiyle dönüştürülmüş piyasa döviz kuru, CO2 emisyonu, ortak dil, oda sayısı, ticaret hacmi/GSYİH oranı, ulaşım ağı, internet kullanıcı sayısı ilave edilmiştir. Geleneksel modelde yalnızca uzaklık değişkeninin turizm akımlarını negatif etkilediği tespit edilmiştir. Sabit ve Rassal etkiler modelleri birbirine benzer sonuçlar vermiş; uzaklık, döviz kuru ve CO2 emisyonunun turizm akımlarını olumsuz etkilediği, diğer değişkenlerin ise olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Culiuc (2014), 1999-2009 dönemi için iki ayrı örneklemin her biri için hem geleneksel çekim modeli hem de genişletilmiş çekim modeli ile turizm akımlarını incelemiştir. Birinci örneklem 210 ülkeyi kapsamakta; ikinci örneklem ise, OECD ülkelerinden oluşmaktadır. Analizde geleneksel model, iki ayrı örneklem için de benzer sonuçları vermiş; turizm akımlarının uzaklıkla ters, hedef ve kaynak ülkelerin GSYİH düzeyleri ile doğru oranlı bir etkileşim içerisinde olduğu tespit edilmiştir. Birinci örneklemin genişletilmiş modelinde, uzaklığa ilave olarak, kaynak ülkenin nüfusunun ve ortak para biriminin turizm akımlarını negatif etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Lorde vd. (2016), 1980-2008 dönemi için 18 Karayip ülkesine ABD, Kanada ve Avrupa'dan gelen turist akımlarını analiz etmiştir. Modelde bağımlı değişken olarak turist sayısı; bağımsız değişkenler olarak, hedef ve kaynak ülke GSYİH, hedef ve kaynak ülke nüfusu, uzaklık, hedef ve kaynak ülke fiyatlar genel düzeyi, Linder Hipotezi endeksi ve iklimsel göstergeler kullanılmıştır. Uzaklık, hedef ülke nüfusu, hedef ve kaynak ülkede fiyatlar genel düzeyi ve Linder Hipotezi endeksinin katsayıları negatif; hedef ve kaynak ülkelerin GSYİH düzeyleri, kaynak ülkenin nüfusu, hedef ve kaynak ülke arasındaki iklimsel (sıcaklık) farklılığı ve bir önceki dönem ziyaretçi sayısının katsayıları pozitif elde edilmiştir.

Alawin ve Abu-lila (2016), 2000-2014 dönemi için 22 seçilmiş ülkeden Ürdün'e yönelik turist akımlarını incelemiştir. Bağımlı değişken olarak belirlenen ziyaretçi sayısını negatif etkileyen faktörler; hedef ülke fiyatlar genel düzeyi, döviz kuru, oda sayısı ve uzaklık; pozitif etkileyen faktörler ise, hedef ve kaynak ülke GSYİH düzeyi ve bir önceki dönem ziyaretçi sayısı olarak belirlenmiştir.

Santeramo ve Morelli (2016), 1998-2010 dönemi için 33 seçilmiş ülkeden İtalya'ya gelen ziyaretçi sayısını etkileyen faktörleri belirlemeye çalışmıştır. Turizm ve zirai turizm iki ayrı model ile alınmış; ancak sonuçlar benzer olmuştur. Kaynak ülkenin kırsal nüfus düzeyi ve uzaklık, turizm akımlarını olumsuz etkilerken; GSYİH, nüfus, Schengen Anlaşması tarafı olunması ve Euro kullanımı, turizm akımlarını olumlu etkilemektedir.

Othman vd. (2018), 1995-2012 dönemi için 149 ülkeden Malezya'ya yönelik turist akımlarını analiz etmiştir. Bağımlı değişken olarak ziyaretçi sayısı; bağımsız değişkenler olarak uzaklık, nüfus, kişi başı GSYİH, oda sayısı, döviz kuru, ortak sınır ve İslam İşbirliği Teşkilatı üyeliği kullanılmıştır. Analiz sonucunda, döviz kuru ve ülkeler arası uzaklığın katsayıları negatif; nüfus, kişi başı GSYİH, oda sayısı, ortak sınır ve İslam İşbirliği Teşkilatı üyeliği katsayıları pozitif olarak tespit edilmiştir.

Saray ve Karagöz (2010); Kaplan ve Aktaş (2016); Işık ve Bostancıeri (2017), Türkiye'ye yönelik turizm akımlarını çekim modeli ile analiz etmişlerdir. Saray ve Karagöz (2010), 1992-2007 dönemi için Türkiye'ye yönelik turizm talebini çekim modeli ile analiz etmek üzere iki model oluşturmuş; birinci modelde ziyaretçi sayısı bağımlı değişken, GSYİH, nüfus ve ülkeler arası uzaklık bağımsız değişken olarak kullanılırken ikinci modelde, GSYİH yerine kişi başına GSYİH kullanılmıştır. Analiz sonucunda, ilk modelde, nüfus dışındaki tüm değişkenlerin turizm talebini arttırdığı; ikinci modelde, nüfus değişkeni de dâhil olmak üzere, tüm değişkenlerin turizm talebini arttırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Kaplan ve Aktaş (2016), 1996-2014 dönemi için Türkiye turizm talebini çekim modeli ile incelemiştir. Modelde bağımlı değişken olarak 92 ülkeden Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı, bağımsız değişkenler olarak ülkelerin kişi başına GSYİH düzeyleri ve ülkeler arası uzaklık kullanılmıştır. Ayrıca kriz dönemleri, sınırdaş olma, AB üyesi olma ve ülkelerin coğrafi konumu için kukla değişkenlerle farklı modeller oluşturulmuştur. Analiz sonucunda, hedef ve kaynak ülkelerin kişi başına GSYİH düzeylerinin turizm talebi üzerindeki etkilerinin pozitif; ülkeler arası uzaklığın turizm talebi üzerindeki etkisinin negatif olduğu tespit edilmiştir.

Işık ve Bostancıeri (2017), 2000-2015 dönemi için seçilmiş 11 Avrupa ülkesinden Türkiye'ye olan turizm akımlarının belirleyicilerini çekim modeli ile analiz etmiştir. Bağımlı değişken olarak ziyaretçi sayısı; bağımsız değişkenler olarak, kişi başına GSYİH, ülkeler arası uzaklık, ülkelerin TÜFE oranları, reel efektif döviz kuru ve kriz dönemleri için kukla değişken kullanılmıştır. Analiz sonucunda, ülkeler arası uzaklık, TÜFE ve kriz dönemlerinin Türkiye'ye yönelik turizm akımlarını olumsuz etkilediği; kişi başına GSYİH, nüfus ve döviz kurunun ise turizm akımlarını arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

5. MODEL VE VERİ SETİ

Newton'un çekim kanunundan esinlenen çekim modeli, iktisadi alandaki teorik temelleri Tinbergen (1962) tarafından atılmıştır (Bayraktutan, 2017: 80). Uluslararası ticaret akımlarının analizinde kullanılan ve Basit Çekim Modeli olarak ifade edilen en temel form, uluslararası ticaretin ülkeler arasındaki mesafe ve ülkelerin GSYİH düzeyleri ile ilişkili olduğunu ifade etmektedir.

$$T_{ij} = a_0 \frac{Y_i^{a_1} Y_j^{a_2}}{D_{ij}^{a_3}}, i \neq j \quad (1)$$

T_{ij} : i ülkesinin j ülkesine ihracatı

$Y_i^{a_1}$: i ülkesinin GSYİH düzeyi

$Y_j^{a_2}$: j ülkesinin GSYİH düzeyi

$D_{ij}^{a_3}$: i ve j ülkelerinin coğrafi uzaklığı

a_0, a_1, a_2 ve a_3 modelin parametrelerini temsil etmektedir.

Basit Çekim Modeli, ticaret ilişkisinde bulunan ülkelerin (i ve j) iktisadi büyüklükleri arttıkça aralarındaki ticaretin de artacağını; ülkeler arası coğrafi uzaklık arttıkça ticaretin azalacağını ifade etmektedir. Uluslararası ticaret akımlarının analizinde zamanla yaygınlaşan çekim modeli, literatürde göç, turizm talebi, doğrudan yabancı yatırımlar ve farklı sektörlerin ülkeler arası akımları gibi alanlarda da uygulanmaktadır (Bayraktutan, 2004: 114).

Turizm akımlarına uyarlanmış çekim modeli Eşitlik-2'de gösterilmiştir. Turizm akımlarının milli gelir büyüklükleri ($Y_i^{a_1}$ ve $Y_j^{a_2}$) ile doğru, coğrafi uzaklıkla (D_{ij}) ters yönlü bir ilişkiye sahip olması beklenmektedir.

$$Tour_{ij} = a_0 \frac{Y_i^{a_1} Y_j^{a_2}}{D_{ij}^{a_3}}, i \neq j \quad (2)$$

T_{ij} : i ülkesinden j ülkesine giden ziyaretçi

$Y_i^{a_1}$: i ülkesinin GSYİH düzeyi

$Y_j^{a_2}$: j ülkesinin GSYİH düzeyi

$D_{ij}^{a_3}$: i ve j ülkelerinin coğrafi uzaklığı

a_0, a_1, a_2 ve a_3 modelin parametrelerini temsil etmektedir

Bu çalışma için oluşturulan modelde bağımlı değişken olarak 69 ülkeden Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı ($ltour_{ijt}$); bağımsız değişkenler ise bir önceki dönem ziyaretçi sayısı ($ltour_{ijt-1}$), hedef (Türkiye) ve kaynak ülkelerinin GSYİH düzeyi ($lgdp_i$, $lgdp_j$), TL/Euro kuru ($leur_{jt}$) ve Türkiye TÜFE ($ltufe_{jt}$) biçiminde belirlenmiştir. Tüm değişkenler için 2008Ç1-2018Ç3 dönemi çeyreklik verileri alınmıştır. Ziyaretçi sayısı, TÜFE döviz kuru TCMB veri tabanından, çeyrek dönemlik GSYİH, IMF veri tabanından ve ülkeler arası coğrafi uzaklık verileri mapcrow.info web adresinden temin edilmiş; tüm değişkenlerin logaritması alınarak durağanlık amaçlanmıştır. Analize esas model Eşitlik-3'te gösterilmiştir.

$$ltour_{ijt} = a + \beta_1 ltour_{ijt-1} + \beta_2 lgdp_{it} + \beta_3 lgdp_{jt} + \beta_4 ldist_{ijt} + \beta_5 leur_{jt} + \beta_6 ltufe_{jt} + u_{ij} \quad (3)$$

i: 1,...69.

j: 1.

t: 1,...44.

6. ANALİZ VE BULGULAR

Oluşturulan modele dayalı analiz bağlamında, Türkiye'de turizm talebini belirleyen faktörler, PPML (Poisson Pseudo Maximum Likelihood) tahmincisi ile tahmin edilmiştir. Alternatif tüm tahmin yöntemlerini deneyen Santos Silva ve Teneyro (2006), PPML tahmincisinin çekim modeli analizlerinde değişken varyans ve bağımlı değişkenin sıfır gözlem durumlarında diğer tahmincilere göre daha sağlam ve tutarlı tahminlerde bulunduğunu belirtmektedir.

Tablo-1'de analiz sonuçları yer almaktadır. Tüm değişkenler istatistiksel olarak anlamlı ve çekim modeli ile tutarlıdır. Modelin açıklayıcılığını ifade eden (R^2) değeri yaklaşık %80 olarak tespit edilmiştir. Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı, ülkeler arası uzaklık ve TÜFE değeri ile ters; kaynak ve hedef ülke GSYİH düzeyleri, döviz kuru ve gelen turist sayısının gecikmeli değeri ile doğru oranlıdır.

Ülkeler arası uzaklık %1 daha fazla olduğunda gelen ziyaretçi sayısı %0.02; TÜFE %1 arttığında ise gelen ziyaretçi sayısı %0.52 oranında azalmaktadır. Gecikmeli ziyaretçi sayısı %1 arttığında, gelen ziyaretçi sayısı %0.08, kaynak ülkenin GSYİH düzeyi %1 arttığında %0.004, Türkiye'nin GSYİH düzeyi %1 arttığında %0.21 ve TL/Euro kuru %1 arttığında ise %0.15 artmaktadır.

Tablo 1: PPML Tahmincisi Sonuçları

| Bağımlı Değişken: Ltour | Katsayı | Standart Hata | T-istatistiği | Olasılık |
|-------------------------|------------|---------------|---------------|----------|
| Sabit katsayı | 1.5007* | 0.1041 | 14.40 | 0.000 |
| Ltour_t-1 | 0.0829* | 0.0029 | 28.07 | 0.000 |
| ldist | -0.0202* | 0.0051 | -3.96 | 0.000 |
| Lgdp_i | 0.0036* | 0.0011 | 3.14 | 0.002 |
| Lgdp_j | 0.2139* | 0.0183 | 11.68 | 0.000 |
| Ltüfe_j | -0.5265* | 0.0107 | -12.46 | 0.000 |
| Leur_j | 0.1534* | 0.0151 | 10.13 | 0.000 |
| Gözlem Sayısı | 2780 | | | |
| Pseudo Log-Likelihood | -5869.7845 | | | |
| R ² | 0.7962 | | | |

Not: *, %1 düzeyinde anlamlıdır.

Turizm akımlarını olumsuz etkileyen faktörler, ülkeler arası coğrafi uzaklık ve hedef ülkenin TÜFE düzeyi olarak elde edilmiştir. Ancak TÜFE'nin olumsuz etkisi, diğer tüm olumlu etkilerin şiddetinden daha yüksektir. Bu bağlamda, Türkiye'de dış turizm talebinin artırılması için, öncelikle fiyat istikrarının sağlanması gerekmektedir. Gelişen alternatif ulaşım ağları (hava, deniz ve kara) ve Türkiye'nin konumu sayesinde ulaşım maliyetlerinin görece düşük olması, uzaklığın olumsuz etkisinin literatürde yer alan önceki çalışmalarda gözlemlendiğinden daha düşük çıkmasının başlıca nedeni olarak yorumlanmıştır.

Turizm akımlarını pozitif olarak en fazla etkileyen değişken, Türkiye'nin GSYİH düzeyidir. Dolayısıyla iktisadi büyüme ve istikrar, ziyaretçiler için bir yandan ülke ortam ve koşullarını diğer yandan ülke algısını geliştirdiğinden önem teşkil etmektedir. İktisadi performansın iyileştirilmesi için uygulanan politikalar turizm sektörünün gelişmesini de sağlamaktadır. Kaynak ülkenin GSYİH düzeyi Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısını pozitif yönlü etkileyen diğer bir değişkendir. Kaynak ülkede gelirin artması, refahın yükselmesine yol açarak yurtdışına seyahat eden birey sayısını arttırmaktadır. Türk Lirası'nın değer kaybetmesi ise, Türkiye'yi yabancılar için ucuzlattığı ve yurtdışından gelen turistlerin harcanabilir gelirini arttırdığı için, Türkiye'ye olan turist akımlarını olumlu etkilemektedir. Ancak yurtiçinde satılan mal ve hizmet fiyatlarının yüksek kur, nedeniyle yabancı turistler için görece düşük olması, mal ve hizmet ihracatını miktar olarak arttırmasına karşın, bu mal ve hizmet ihracatı karşısında elde edilen döviz gelirlerini de aynı şekilde etkilediğini söylemek mümkün değildir.

Bir önceki dönem ziyaretçi sayısı değerlendirildiğinde, gelen turistlerin tecrübesi ve memnuniyetinin bir yayılma etkisi oluşturmasından söz edilebilir. Dolayısıyla, gelen ziyaretçilerin memnuniyeti ölçüsünde ve tanıtım etkisi yoluyla aynı kaynak ülkeden bir sonraki dönem gelecek ziyaretçi sayısı artacaktır. İşgücü niteliği ve hizmet kalitesinin artması bu etkiyi geliştirecektir.

7. SONUÇ

Bu çalışma, 2008'in ilk çeyreği ve 2018'in üçüncü çeyreğini kapsayan dönem içerisinde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısını belirleyen çekme ve itme faktörlerini araştırmaktadır. Türkiye'nin çekme faktörleri, GSYİH düzeyi, döviz kuru ve gecikmeli ziyaretçi sayısı iken kaynak ülkenin GSYİH düzeyi ise itme faktörü olarak belirlenmiştir.

Ülkeler arası uzaklıkla birlikte, TÜFE katsayısının da literatürdeki diğer çalışmalarla benzer (Lorde vd. (2016), Alawin ve Abu-lila (2016) şekilde negatif olduğu tespit edilmiştir. Hedef ülkede fiyat istikrarının sağlanması turistler için bir çekme faktörü olarak değerlendirilebilir. Elde edilen katsayı, TÜFE'nin turistlerin hedef ülke tercihini belirlemede en önemli faktör olduğunu göstermektedir.

Hedef ülke GSYİH düzeyi ve döviz kuru, katsayıları itibarıyla turizm akımlarını olumlu etkileyen başlıca değişkenler olmaktadır. Döviz kurunun yüksek olması, turistlerin harcanabilir gelirini görece arttırdığından, ülkenin tercih edilebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca hedef ülkede GSYİH'nin yüksek olması, turistler üzerinde bir güven etkisi yarattığı ve hedef ülkenin gelir düzeyi nispetinde tercih edilebilirliğinin arttığı görülmektedir. Kaynak ülke GSYİH düzeyi, hedef ülkenin gelir düzeyine nispeten daha düşük bir oranda da olsa, kaynak ülke vatandaşlarının refah düzeyini arttırmak yoluyla turizm akımlarını canlandırmaktadır.

Türkiye için temel belirleyicileri analitik olarak ortaya konan turizm sektörü, gerek istihdam ve gerekse GSYİH içerisinde azımsanmayacak bir paya sahiptir. Türkiye'nin coğrafi potansiyeli de göz önünde bulundurulduğunda, fiyat istikrarı, etkin pazarlama, gelişmiş ulaşım ağları ve iktisadi büyümede istikrar yoluyla Türkiye'ye yönelik turizm akımlarının daha da artırılması mümkündür. Turizm sektörünün diğer sektörleri uyarıcı bir niteliğe sahip olması, sektörün geliştirilmesine ve verimliliğinin artırılmasına yönelik çabaları gerekli kılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alawin, M. and Abu-Lila Z. (2016). Uncertainty And Gravity Model For International Tourism Demand in Jordan: Evidence From Panel-Garch Model. *Applied Econometrics And International Development*, 16(1), 131-146.
- Bayraktutan, Y. (2004). Global Ekonomide Temel Yönelimler ve Mekansal Faktörler. *İktisat İşletme Ve Finans*, 19(217), 110-123.
- Bayraktutan, Y. (2017). *Uluslararası İktisat*. Kocaeli: Umuttepe Yayın.
- Bayraktutan, Y. ve Solmaz A. R. (2018). "Enflasyon ve Turizm". Şu Kitapta: Nalan Işık Ve Eda Dineri. Makroekonomik Göstergelerle Turizm Ekonomisi. Ankara: Nobel Yayıncılık, 91-105.
- Chasapopoulos, P., Butter F. and Mihaylov E., (2014). Demand for Tourism in Greece: A Panel Data Analysis Using the Gravity Model. *International Tourism Policy*, 6(3), 173-191.
- Culiuc, A. (2014). Determinants Of International Tourism. *IMF Working Paper* No:14/82.
- Dinçer, G. ve Muratoğlu, Y., (2014). *Türkiye'den Oecd Ülkelerine Gerçekleşen Göçün Çekim Modeli İle Analizi*. MPRA Paper No. 62201.
- Işık, N. ve Bostancıeri, B. (2017). Avrupa'dan Türkiye'ye Yönelik Turizm Hareketliliğinin Panel Çekim Modeli ile Analizi. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1(2), 1-15.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A., (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2008). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Kaplan, F. ve Aktaş, A. R. (2016). The Turkey Tourism Demand: A Gravity Model. *The Empirical Economics Letters*, 15(3), 265-272.
- Lorde, T., Li, G. and Alrey, D. (2016). Modeling Caribbean Tourism Demand: An Augmented Gravity Approach. *Journal Of Travel Research*, 55(7), 946-956.
- Matias, A. (2004). *Gravity And The Tourism Trade: The Case For Portugal*. In: Carlos Brabbia And Francisco D. Pineda. *Sustainable Tourism*. Southampton: WIT Press, 47-64.
- Park, J-Y. And Jang, S. (2014). An Extended Gravity Model: Applying Destination Competitiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(7), 799-816.
- Othman, M., Mohamad, N., Ghani, G. M. And Ariffin, M. I. (2016). Malaysia's Tourism Demand: A Gravity Model Approach. *Journal Of Business And Social Development*, 6(1), 39-50.
- Santeramo, F. G., And Morelli, M. (2016). Modelling Tourism Flows Through Gravity Models: A Quantile Regression Approach. *Current Issues in Tourism*, 19(1), 1077-1083.
- Saray, M. O., ve Karagöz, K. (2010). Determinants of Tourists Inflows in Turkey: Evidence From Panel Gravity Model. *ZKÜ Journal Of Social Sciences*, 6(11), 33-46.
- Silva, J. S. and Teneyro, S. (2006). The Log Of Gravity. *The Review Of Economics And Statistics*, 88(4), 641-658.
- Tinbergen, J. (1962). *Shaping The World Economy*. New York: The Twentieth Century Fund.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

The effects of the tourism sector on growth, employment and current account balance increase the importance of the sector. However, the economic impacts of the tourism may vary depending on the country's dependency on tourism industry and potential. Turkey is surrounded by sea on three sides and hosted many civilizations in history, therefore it has high potential for tourism of seasonal, cultural etc. In this context, the main aim of this paper is determining the factors that affect international tourism demand in Turkey How do effect Consumer Price Index, exchange rate, GDP and distance between countries tourism demand? Does the gravity model valid in explaining the determinants of Turkey's tourism demand? Is the consumer price stability important for increasing tourist arrivals? To what extent does the higher exchange rate increase tourism demand?

Methodology

Saray and Karagöz, (2010); Kaplan and Aktaş, (2016); Işık and Bostancı, (2017) have analyzed tourism demand of Turkey with gravity model. Saray and Karagöz (2010) have examined the impact of GDP, population and distance on tourism demand. It has been concluded that all variables increase the tourism demand in Turkey. This paper has large sampling and use quarterly data for explaining the tourism demand in Turkey. The time period (2008Q1-2018Q3) of this paper include the latest data, and therefore we can also measure effects of the latest fluctuations of both Consumer Price Index and exchange rate on tourism demand. In this paper, the panel gravity model applied for investigating the tourism demand in Turkey. The dependent variable of the model is the number of foreign tourist arrivals, independent variables are GDP of both origin and destination (Turkey) countries, the Consumer Price Index and exchange rate (TL/Euro) of destination country, distance between origin and destination country, and lagged value of dependent variable. The model is analyzed with the Poisson Pseudo Maximum Likelihood estimator. Santos Silva and Teneyro (2006) state that PPML estimator makes more robust and consistent estimates of variable variance and dependent variable in zero observation cases when compared to other estimators.

Findings

Based on the empirical findings of our analysis, All variables were statistically significant and consistent with the gravity model. The explanatory value (R²) of the model was found to be about 80%. Factors that adversely affect tourism flows were obtained as geographical distance between countries and Consumer Price Index level of the target country. However, the negative impact of the Consumer Price Index is higher than the severity of all other positive effects. The origin and destination country's GDP levels, exchange rate and lagged value of number of tourist effect positively the tourism demand of Turkey. Turkey's GDP effects tourism demand more positively than the other variables. When the number of visitors in the previous period is evaluated, it can be said that the experience and satisfaction of the incoming tourists have a spreading effect. Therefore, the number of visitors coming from the same source country will increase in the extent of the satisfaction of the incoming visitors and through the promotion effect. Increased labor quality and service quality will improve this effect.

Conclusion and Discussion

Along with the distance between countries, the Consumer Price Index coefficient was found to be negative in the same way as the other studies in the literature (Lorde et al. (2016), Alawin and Abu-lila (2016). Shows that Consumer Price Index is the most important factor in determining the destination country preference of tourists.

The target country's GDP level and exchange rate are the main variables that affect tourism flows positively in terms of their coefficients. The high exchange rate increases the disposable income of tourists and thus positively affects the preferability of the country. In addition, high GDP in the target country has created a confidence effect on tourists and the preferability of the target country in terms of income level has increased. Although the GDP of the source country is relatively lower than the income level of the target country, it stimulates tourism flows by increasing the welfare of the citizens of the source country.

In order to improve tourism sector and revenues obtained, Turkey should ensure the price stability, increase infrastructural investments and develop alternative transportation networks (air, sea and land). Therefore, economic growth and stability are important for the visitors' decision. The policies implemented to increase economic performance and price stability also ensure the development of the tourism sector. The fact that the tourism sector has a stimulating nature to other sectors necessitates efforts to improve the sector and increase its efficiency.