

Gönderilme Tarihi : 03.04.2020
Kabul Tarihi : 20.08.2020
DOI : 10.32705/yorumyonetim.713629

Araştırma Makalesi/Research Article

ASYA VE AMERİKA'NIN TÜRKİYE'YE YÖNELİK TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: PANEL VERİ ANALİZİ

Ümit ŞENGEL

Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

umitsengel@gmail.com, **ORCID ID: 0000-0003-1284-836X**

Burhanettin ZENGİN

Prof. Dr., Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü

bzengin@gmail.com, **ORCID ID: 0000-0002-6368-0969**

ÖZ

Araştırmada Asya ve Amerika kıtası ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda iki farklı kıtadaki ülkelere ilişkin sonuçlar Türkiye'ye yönelik genel talep ile karşılaştırılmıştır. Özellikle turizm pazarında rekabetin giderek yoğunlaşması, turizm talebi için seçenekleri artırırken, turizm arzı için de önemli bir rekabet ortamı yaratmaktadır. Böyle bir durumda araştırmaya konu olan bu ve benzeri çalışmalar önem kazanmaktadır. Çünkü turistik destinasyonlar turizm talebini belirleyen faktörlere bağlı olarak plan ve politikalar yürütmektedir. Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılmış ve ikincil veriler üzerinden bulgular elde edilmiştir. Elde edilen veriler Stata 14.2 programı yardımı ile analiz edilmiştir. Analizlerde panel veri ekonometrisinden yararlanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Asya kıtasından Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen herhangi bir değişken tespit edilememiştir. Ancak Amerika kıtasındaki ülkeler için GSYH, Kişi Başı Harcanabilir Milli Gelir, Gider, Reel Döviz Kuru ve İnternet Kullanan Bireyler değişkenlerinin Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Turizm Talebi, Türkiye, Asya, Amerika, Panel Veri Analizi

FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND AIMED AT TURKEY FROM ASIA AND AMERICA: PANEL DATA ANALYSIS

ABSTRACT

In the study the factors affecting the demand for tourism to Turkey from Asian and American countries is intended to be detected. For this purpose, the results for individual countries in two different continents were compared with the overall demand for Turkey. Especially, while the increasing concentration of competition in the tourism market increases the options for tourism demand, creates an important competitive environment for tourism supply. In such a case, these and similar studies that are the subject of the research gain importance. Because touristic destinations carry out plans and policies depending on the factors that determine tourism demand. Quantitative research methods were used in the research and findings were obtained from secondary data. The data obtained were analyzed with the help of Stata 14.2 program. Panel data econometrics was used in the analysis. According to the research results, any variables that affect the tourism demand aimed at Turkey from the Asian continent, has not been determined. However, GDP for countries in the American continent, Per Capita Disposable National Income,

Expense, Real Exchange Rate and Individuals Using the Internet have been found to affect tourism demand variables for Turkey.

Keywords: Tourism Demand, Turkey, Asia, America, Panel Data Analysis

Giriş

Turizm endüstrisinin bu kadar hızlı gelişmesi, toplumları birçok açıdan etkilemektedir. Bu anlamda turizm; sosyal, kültürel, psikolojik, demografik ve çevresel olmak üzere toplumları birçok açıdan etkileyebilmektedir. Bununla birlikte turizmin konaklama, seyahat, ulaştırma ve yiyecek-içecek sektörleri gibi kendi bünyesinde bulunan sektörlerin yanı sıra inşaat, ticaret sağlık, bankacılık ve tarım gibi sektörleri de etkilediği bilinmektedir. Böylece turizmin diğer birçok sektör üzerine yayılmacı bir etkisi söz konusudur (Bahar ve Bozkurt, 2010: 255). Aslında yukarıda belirtilen etkilerin birçoğunun altında yatan sebep turizmin ekonomik etkileridir. Ekonomi ile turizm arasında çift taraflı bir etkileşim söz konusudur. Yani turizmin geliştiği ülkeler ekonomik olarak gelişirken, turist gönderen ülkelerin de turist gönderebilmeleri için iyi bir ekonomiye sahip olmaları gerekmektedir.

Turizmin mikro ekonomik yapıya etkileri olmakla beraber, toplumsal olarak makro ekonomik yapıya daha fazla etkilerinin olduğu bilinmektedir. Harcanabilir gelir, GSMH, dış ticaret açıklarını kapatmadaki payı, istihdam, ekonomik büyüme ve kalkınma gibi birçok makro ekonomik bileşen turizm tarafından etkilenmektedir (Çımat ve Bahar, 2003: 5-13; Kar, vd., 2004: 88-93). Topallı (2015: 349) çalışmasında özellikle dış ticaret açığı mevcut ve döviz sorunu yaşayan ülkeler için turizmi önemli bir alternatif kaynak olarak görmektedir. Kalkınma açısından ise özellikle bölge, şehir veya yöreler arasındaki farkların ortadan kaldırılması konusunda turizmin itici bir gücü bulunmaktadır (Avcıkurt, 2003: 30; Alaeddinoğlu, 2006: 30; Selçuk ve Çatal, 2007: 301; Yeşiltaş ve Öztürk, 2008: 3; Şengel, 2015: 2; İbiş ve Batman, 2015: 477-478). Yukarıda da ifade edildiği gibi bu ekonomik göstergeler, turizmden etkilendiği gibi, turizmi de etkileyen önemli unsurlardır. Bu açıdan ülkeler ekonomik ve sosyal kalkınma için turizm endüstrisini son derece önemsemektedir.

Turizm endüstrisinin bu kadar önemli bir noktaya gelmesi, turistik kaynaklar bakımından zengin olan ülkelerin turizm pazarından pay alabilmek adına yoğun çaba göstermelerini beraberinde getirmiştir. Nitekim ülkelerin turizm talebine ilişkin makro düzeyde yapılan çalışmalar son derece önem taşımaktadır. Türkiye'ye yönelik olan turizm talebini etkileyen dinamiklerin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın da Türkiye'de turizm ile ilgili karar alıcılara yol göstereceği düşünülmektedir. Çalışmada Türkiye'ye en fazla turist gönderen 82 ülke ve Asya ile Amerika ülkelerinin ekonomik, sosyal, demografik, teknolojik, turizm ve seyahat hareketleri ile ilgili temel göstergelerinin Türkiye'ye yönelik turizm talebine olan yansımalar ekonometrik analizlerden panel veri analizi ile test edilmektedir.

Araştırmanın içeriğinde giriş bölümünden sonraki ikinci bölümde genel olarak talep, turizm talebine ilişkin literatüre yer verilmektedir. Üçüncü bölümde araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, kısıtları, veri ve veri kaynakları, değişiklerin sınıflandırılması, araştırma soruları ve analiz yöntemleri ile ilgili yöntem bölümü yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise araştırmanın bulgularına ilişkin bilgilere yer verilmektedir. Araştırma sonuç bölümü ile tamamlanmaktadır.

1. Literatür Taraması

Talep, belirli bir zaman dilimi içerisinde farklı fiyata sahip mal veya hizmetlerin tüketiciler tarafından satın alınmak istenen ve satın alınabilen miktarlarıdır. Dolayısı ile talepten söz edebilmek için satın alma isteğinin satın alma gücü ile desteklenmiş olması gerekmektedir. Talep; fiyat, gelir, ikame veya tamamlayıcı malların fiyatı, zevkler ve tercihler, beklentiler ve alıcı sayısı gibi birçok faktöre bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir (Dornbusch ve Fischer, 1998: 190-191; Erdoğan, 2014: 28-33). Ekonomi ve işletmecilik terimleri açıklamalı sözlüğüne göre de talep, alıcıların belli bir dönem içerisinde farklı fiyat düzeylerinden satın almak istedikleri ürün miktarı olarak tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 2001: 127).

Satın alma gücü ile desteklenmeyen istekler talep olarak değerlendirilmez. Örneğin belli bir araba alabilecek gücü olan kişilerin araba alma isteği bir talep iken, araba alma gücü olmayanların bu isteği talep değildir. Bu istek ancak bir amaç veya hayal olabilir. Bir kişinin talebi kişisel veya bireysel talebi

oluştururken, bireylerin taleplerinin toplamı ise piyasa (pazar) talebini oluşturur (McConnell ve Brue, 2005: 40-42; MEGEP, 2011: 5). Aynı şekilde zorunlu ihtiyaçlarını güç bir şekilde karşılayan bir ailenin, yaz tatilini günlük masrafı yüksek olan bir otelde 15 gün süreyle geçirmek istemeleri talep olarak nitelendirilemez (Ünsal, 2014: 63).

Turizm talebinin anlaşılabilmesi için turist kavramının bilinmesinde yarar vardır. Çünkü turizm talebini oluşturan ana unsur turistlerdir. Turist; turistik herhangi bir amaçla (eğlenmek, dinlenmek, bilimsel, kültürel, sportif, idari, dinsel, diplomatik, sağlık) 24 saatten fazla, 1 yıldan az olmak koşuluyla para kazanmak amacı olmaksızın sürekli yaşadığı yerin dışından turistik destinasyonlara gidip orada en az bir gece konaklayan, ekonomik ve boş zaman anlamında sınırlı ve tekrar yaşadığı yere dönen bireydir. (Eralp, 1983: 40; Olalı, 1990: 10; Ünüsan ve Sezgin, 2004: 4; Roney, 2011: 26). İnsanları turizm faaliyetlerine iten motivasyonlar; güzel yerler görme isteği, yeni deneyimler kazanma isteği ve dinlenme isteği vb. doğuştan gelen motivasyonlar ve saygınlık kazanma, spor etkinliklerine katılma ve macera arama gibi sonradan edinilmiş motivasyon kaynakları olmak üzere iki temel güdüden oluşmaktadır (Cooper, vd., 1993: 20; Rızaoğlu, 2007: 60). Sebep ne olursa olsun, gerçekleşen her türlü turizm hareketi turizm talebi olarak değerlendirilebilir.

Bu bilgiler ışığında turizm talebi, turizm ile ilgili belli bir pazarda, turizm kapsamında ele alınabilecek ihtiyaçlarını karşılamak adına yeterli seviyede geliri ve boş zamanı olan, turistik ürünleri satın alabilecek tüketici (turist) sayısıdır (Usta, 2014: 99). Turizm talebini oluşturan turistlerin düzenli bir geliri, seyahat edecekleri boş zamanları, seyahatleri esnasında turistik ürün satın almaları ve bir gecelik konaklama yapmaları gerekmektedir. Ayrıca 24 saatten az olmak şartıyla gemi ile yolculuk yapanlar, ticari, toplantı, sağlık, aile veya temsilcilik yapma gibi sebeplerle seyahat edenler turist (talep) sayılırken çalışma, yerleşme, öğrencilik, sınır işçiliği ve 24 saatten az olarak seyahat edenler turist (talep) kabul edilemez (Kültürel Bellek, 2018). Burada ortaya çıkabilecek önemli problem gününbirlik seyahat eden bireylerdir. Bu bireyler turist midir? Bu temel sorunun giderilmesi için turizm ve turist kavramlarının yeniden tanımlanması gerekebilir. Çünkü özellikle ulaştırma teknolojisinde meydana gelen gelişmeler sayesinde artık uzun mesafeler çok kısa sürelerde aşılabilmekte ve günlük turistik aktiviteler gerçekleştirilebilmektedir.

Turizm talebini tanımlamanın iki boyutu bulunmaktadır. Birincisi talebin turizm merkezli tanımlarıdır. Bu tanımların temel dayanak noktaları turist hareketidir. Seyahat eden veya etme isteği olan, sürekli yaşadığı yerin dışına giden ve orada turistik ürün tüketen kişiler turizm talebi olarak tanımlanabilir (Mathieson ve Wall, 1982: 1). İkincisi ise turizm talebinin iktisat kaynaklı tanımlarıdır. İktisadi olarak turizm talebi, tüketicilerin belli bir süre içerisinde, belli bir fiyattan satın almak istedikleri ve alabilecekleri ürün (mal ve hizmet) miktarıdır (Cooper, vd., 1993: 15). Turizm talebine iktisadi açıdan bakıldığında; turizm talebinin gelir ve fiyata karşı oldukça fazla duyarlılığa sahip olduğu söylenebilir (Reece, 2010: 4; Diaz, Gomez ve Giraldez, 2012: 1).

Turistik destinasyonlar turizm pazarından pay almak istediklerinden dolayı turizm talebini oldukça önemsemektedir. Talebin önemsenmesi önemli bir aşama olmakla birlikte, turizm destinasyonları talepten pay almak için talep koşullarını iyi analiz etmek durumundadır (Küçüktopuzlu, 1991: 109; Claveria vd., 2013: 3). Bu noktada talep ile ilgili yapılan çok yönlü araştırmalar önem kazanmaktadır. Özellikle destinasyona hangi ülkelerden talep olduğu ve hangilerinden olabileceği, gelen ve gelme olasılığı yüksek turistlerin tipolojileri, talebin mevsimsel nitelikleri, turist harcamaları, geceleme sayıları, tercih edilen turizm aktiviteleri ve işletme türleri gibi birçok konu araştırmalarla analiz edilebilir ve konulara ilişkin politika önerileri getirilebilir. Destinasyonlar da turizm politikalarını ve planlamalarını yaparken bunlara dikkat edebilir. Destinasyonlardaki turistik ürün tüketiminin tek yolu turizm talebindeki (turist sayısı) artıştır (Bahar 2006: 140; Deluna ve Jeon, 2014: 4)

Turizm talebinin dinamik yapısı nedeniyle tüketicilerin istekleri anlık değişebilmektedir. Turistik ürün (mal ve hizmet) sağlayıcılar bu değişen tüketici isteklerine cevap vermek zorundadır. Aksi takdirde turizm pazarından pay alma noktasında rakipleriyle mücadele etme şansları kalamayabilir (Dilber, 2007: 206). Bu konudaki sorunların çözümünde talep analizleri önemli bir rol oynar. Özellikle sistematik olarak belli aralıklarla talep analizleri yapmak ve bu analizlerde değişen tüketici (turist) beklentilerine

odaklanmak fayda sağlayabilir. Turist profillerinin ve isteklerinin bilinmesi, turizm endüstrisindeki turistik ürün sağlayıcıların başarısını doğrudan etkileyebilmektedir. Bu anlayış tüketiciyi üretimin merkezine koyan ve özellikle toplam kalite yönetimi başta olmak üzere modern yönetim yaklaşımlarının da temel felsefesine uygun hareket etmeye de imkân sağlayabilir.

2. Yöntem

Turizm ve toplum arasındaki etkileşimi sınırlı düşünmemek gerekir. Bu anlamda turizm-toplum ilişkisini iki şekilde ele almakta yarar vardır. Turizmin geliştiği toplumlar bu gelişmelerden önemli şekilde etkilenmektedir. Yani turizm toplumsal yaşamı beslediği gibi toplumsal yaşamdan da beslenmektedir. Bunun yanında turist gönderen ülkelerin gelişmişlik seviyesi de aynı şekilde turizmi etkileyebilmektedir. Turist gönderen ülkelerin ekonomik yapıları ve güçleri, sosyal-kültürel ve demografik yapıları, coğrafi durumları, politik-yasal durumları gibi birçok faktör bu ülkelerdeki turist profilini ve turistlerin gidecekleri destinasyonları etkileyebilmektedir. Literatürde turizmin toplumsal yaşamı etkileyen yapısı ile ilgili çalışmalara sıkça rastlanılmasına rağmen, toplumsal yaşamın turizmi etkilemesine yönelik çalışmalara daha az rastlanılmaktadır. Bu anlamda Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin tespit edildiği bu ve benzeri çalışmalar önem kazanmaktadır.

Nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılan çalışmada, ülkelere ait istatistiklerden oluşan ikincil veriler kullanılmıştır. Araştırmanın tasarlanma aşamasında mümkün olduğu kadar geniş bir zaman aralığı ve ülke sayısının araştırmaya dâhil edilmesi planlanmıştır. Gerek 24 Ocak Liberal ekonomi kararları gerek 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu olmak üzere iki önemli gelişmenin 1980'li yılların başına denk gelmesi nedeniyle 1980 yılından başlanarak verilerin toplanması hedeflenmiştir. Bu gaye ile 1980 yılından itibaren "milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı" bağımlı değişkeni için veri araştırması yapılmıştır. Bağımsız değişkenler ise turist gönderen ülkelere ait özelliklerden oluşmaktadır. Veri toplama sürecindeki kısıtlar dikkate alındığında araştırmanın kapsamını Türkiye en fazla turist gönderen 82 ülke ve 1992-2017 yılları arasındaki 26 yıllık periyot oluşturmaktadır. Ayrıca Asya ve Amerika kıtalarındaki ülke grupları içinde aynı zaman periyodunda analizler yapılmıştır.

Veri setinde tek bağımlı değişken milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayılarıdır. Bu değişkene ait verilerin elde edilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün turizm istatistiklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca bu veriler TÜİK verileri de dikkate alınarak gözden geçirilmiştir. Turist gönderen ülkelere ait ve bağımsız değişkenleri oluşturan ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknolojik verilerden değeri olanlar için Dünya Bankasının erişime açık veri tabanından yararlanılmıştır.

Tablo 1. Kukla Değişkenlerin (Dummy/Gölge) Tanımlanma Biçimleri

Değişken	1 (Özellik)	0 (Diğer)
Komşuluk	Kara sınırları ile komşu	Diğerleri
Vize	Seyahatlerde vize istenmiyor	Diğerleri
Dini İnanç	Nüfusun çoğunluğu Müslüman, resmi dini İslam	Diğerleri
İklim	Ilıman iklim kuşağı	Diğerleri
Resmi Dil	Doğu dilleri	Diğerleri
Siyasi Konjonktür	Parlamenter sistem (parlamento)	Diğerleri
Tarihi Önem	Dünyayı etkileme durumu (Ör; Fransız İhtilali)	Diğerleri
Türkiye ile Tarihi Benzerlik	Eski medeniyet, imparatorluk geçmişi	Diğerleri
Türkiye ile Tarihi Yakınlık	İttifaklar, stratejik ortaklıklar	Diğerleri
Gelişmişlik Durumu	Gelişmiş	Diğerleri
Yaşayan Türk Nüfusu	20 bin'i üstü	Diğerleri

Kukla değişkenler (dummy) için ise uzman görüşleri alınarak ilgili değişkenler için Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyebilecek hangi özelliklerin ele alınması gerektiği kararlaştırılmıştır. Tablo 1'de yer alan bilgiler dikkate alınarak değişkenlere değerler (1 veya 0) atanmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere kukla değişken ölçüme imkân sağlayacak bir sayısal değere sahip olmayan değişkenlere belli

özellikler göz önünde bulundurularak sayısal değerlerin atanmasını ifade etmektedir (Heckman, 1975; Karafiath, 1988; LaVeist, 1994; Atakan, 2008; Acaravcı ve Bostancı, 2011)

Tablo 2. Araştırmadaki Değişkenler ve Kullanım Durumları

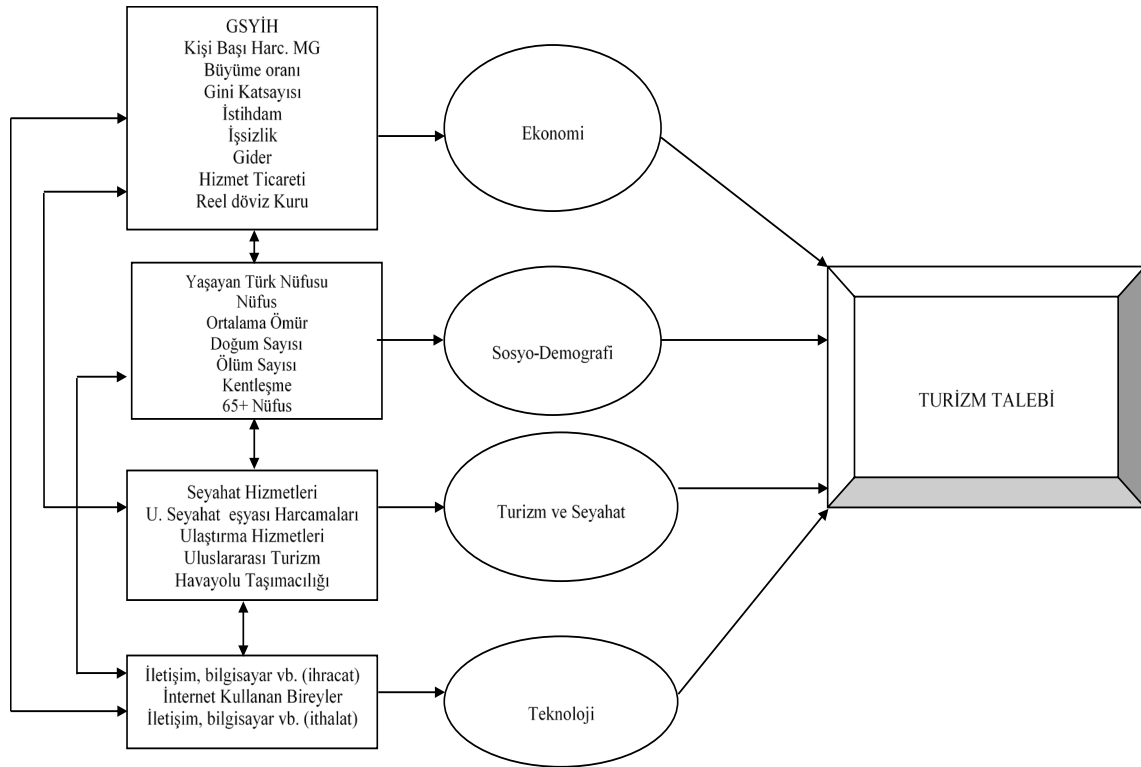
DEĞİŞKEN		KULLANIM DURUMU
Y	Milliyetlerine Göre Turist Sayısı (Bağımlı)	Kullanıldı
X ₁	GSYH (Dolar)	Kullanıldı
X ₂	Kişi Başı Harcanabilir Gelir (Dolar)	Kullanıldı
X ₃	Yıllık Büyüme Oranı	Kullanıldı
X ₄	Gini Kat Sayısı (%)	Kullanıldı
X ₅	İstihdam (İşgücü)	Kullanıldı
X ₆	İşsizlik (Yüzde)	Kullanıldı
X ₇	Gider (GSYH %'si)	Kullanıldı
X ₈	Hizmet Ticareti (GSYH %)	Kullanıldı
X ₉	Reel Döviz Kuru İndeksi (2010=100 Dolar)	Kullanıldı
X ₁₀	Yaşayan Türk Nüfusu (20 bin ve üzeri)	Kullanıldı
X ₁₁	Nüfus (Say)	Kullanıldı
X ₁₂	Ortalama Ömür	Kullanıldı
X ₁₃	Doğum Sayısı	Kullanıldı
X ₁₄	Ölüm Sayısı	Kullanıldı
X ₁₅	Kentleşme Oranı	Kullanıldı
X ₁₆	65 Yaş Üstü Nüfus	Kullanıldı
X ₁₇	Seyahat Hizmetleri (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
X ₁₈	Uluslararası Seyahat Eşyası Harcamaları (Dolar)	Kullanıldı
X ₁₉	Ulaştırma Hizmetleri (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
X ₂₀	Uluslararası Turizm (Sayı, Gelenler)	Kullanıldı
X ₂₁	Havayolu Taşımacılığı	Kullanıldı
X ₂₂	İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İhracatının %'si)	Kullanıldı
X ₂₃	İnternet Kullanan Bireyler (Nüfusun %'si)	Kullanıldı
X ₂₄	İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İthalatının %'si)	Kullanıldı
-	Enflasyon Oranı	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	Uluslararası Turizm Kalkış (Sayı)	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	ARGE Harcamaları (GSYH %'si)	Veri Uyumsuzluğu (Kullanılmadı)
-	Türkiye'ye Karayolu Uzaklığı	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Gelişmişlik Seviyesi	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Vize Uygulaması	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Dini İnanç	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye ile Tarihi Yakınlık	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye ile Tarihi Benzerlik	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Tarihi Önem	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Resmi Dil	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	İklim	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Komşuluk	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Siyasi Konjonktür	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Türkiye'ye Havayolu Uzaklığı	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Tüketici Fiyat Endeksi (2010 = 100)	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)
-	Uluslararası Turizm Harcamaları (Dolar)	Çoklu Doğrusal Bağlantı Sorunu (Kullanılmadı)

Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlendiği ve 26 yıllık bir dönemi kapsayan bu çalışmada biri bağımlı, 41'i bağımsız olmak üzere toplam 42 değişkenle analiz sürecine başlanmıştır. Ancak bu değişkenlerden bazıları ön değerlendirme sonucu analiz sürecinde devre dışı kalmıştır. Bağımsız değişkenlerden ilk olarak üç değişkene ait veriler program ile uyumlu olmadığı için analiz yapılırken kullanılmamıştır. Akabinde çoklu doğrusal bağlantı testi yapılmıştır. Çoklu doğrusal bağlantı testi olarak Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factors - VIF) kullanılmıştır. VIF değeri ile korelasyon arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bağımsız değişkenler arasında oluşan korelasyon 0'a yaklaştıkça, VIF değerinin yukarıdan 1'e yaklaşması beklenmektedir. VIF değeri 10 ve üzeri olan bağımsız değişkenlerin diğer bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı ve ilgili değişkenlerin devre dışı kalması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bilgiler ışığında bağımsız değişkenlerden VIF değerleri 10'nun üzerinde çıkan 14 değişken daha devre dışı bırakılmış ve toplamda 24 değişken üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir (Sevinç, 2013: 2).

Değişkenlerin kullanım durumlarını gösteren bilgilerin anlaşılır olması için bir arada verilmeleri öngörülmüş ve değişkenlere ait kullanım durumlarını gösteren bilgiler Tablo 2'de verilmiştir. Daha öncede ifade edildiği gibi analizler 41 bağımsız değişkenin 24'ü üzerinden yapılmıştır. Analize tabi tutulan değişkenler ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknoloji ile ilgili değişkenlerdir.

Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen ekonomik, sosyo-demografik, teknolojik ve turizm veya seyahat ile ilgili dinamiklerin ele alındığı bu çalışmada analizler makro göstergeler yardımı ile yapılmaktadır. Bu göstergelerin turizm talebini etkilediği model Şekil 1'deki gibi tasarlanmıştır.

Şekil 1. Değişkenler Arasındaki İlişkiyi Gösteren Model



Turizm talebi ile turizm talebini etkileyen faktörler arasındaki ilişki regresyon modeli yardımıyla açıklanmıştır. Bu bağlamda bağımlı değişken olan Milyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı ile bağımsız değişkenler arasındaki bağıntı aşağıdaki regresyon denklemi (modeli) ile verilmiştir.

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2ci} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \beta_6 X_{6it} + \beta_7 X_{7it} + \beta_8 X_{8it} + \beta_9 X_{9it} + \beta_{10} X_{10it} + \beta_{11} X_{11it} + \beta_{12} X_{12it} + \beta_{13} X_{13it} + \beta_{14} X_{14it} + \beta_{15} X_{15it} + \beta_{16} X_{16it} + \beta_{17} X_{17it} + \beta_{18} X_{18it} + \beta_{19} X_{19it} + \beta_{20} X_{20it} + \beta_{21} X_{21it} + \beta_{22} X_{22it} + \beta_{23} X_{23it} + \beta_{24} X_{24it} + v_i + \epsilon_{it}$$

Araştırmanın analiz sürecini araştırma soruları belirlemiştir. Bu bağlamda araştırmanın dört adet ana sorusu ve bu ana soruların da 24 adet alt sorusu bulunmaktadır. Çalışma kapsamındaki ana sorular aşağıda ele alınmaktadır;

Ana Soru 1: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin ekonomik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 2: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin sosyo-demografik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 3: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin turizm ve seyahat yapıları (özellikleri) Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Ana Soru 4: Asya ve Amerika kıtası ülkelerinin teknolojik yapıları Türkiye'ye yönelik turizm talebini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?

Araştırmada verilerin analiz edilmesinde panel veri analizi kullanılmış ve Stata 14.2 programından yararlanılmıştır. Panel verinin en önemli özelliği zaman serilerini ve yatay kesit verilerini birleştirmesidir. Dolayısıyla havuzlanmış veriler, zenginleştirilmiş veriler, karma veriler veya uzun kesit veriler gibi isimlerle

de anılmaktadır. Yatay kesit verisinin zaman boyutundan büyük olması durumunda panele kısa panel, uzun olması durumunda ise uzun panel denilmektedir (Tarı, 2016: 475). Bu bilgi ışığında araştırmada kullanılan panelin kısa panel (41 değişken>26 yıl) olduğu ifade edilebilir. Zaman serisinin içerisinde değişkenler arasındaki gözlemlerde (veri eksikliği) farklılık söz konusu ise oluşturulan panel dengesiz panel olarak isimlendirilmektedir (Tatoğlu, 2016: 5). Bu açıdan bakıldığında bu araştırmada dengesiz panelin kullanıldığı söylenebilir. Çalışma kapsamında Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde çoklu regresyondan faydalanılmış ve doğrusal panel veri modellerinin test edilmesinde kullanılan modellerden olan sıradan en küçük kareler, sabit etkiler ve rassal etkiler modellerinden yararlanılmıştır. Regresyon katsayıları tahmininde hangi yöntemin kullanılacağı matematiksel hesaplamalar ile tespit edilmekle birlikte, bilgisayar programları aracılığıyla da tespit edilebilmekte olup bu yöntem oldukça yaygınlık kazanmıştır.

3. Bulgular

Türkiye dış turizm talebi ve bu talebi etkileyen betimleyici istatistiklerinin verildiği Tablo 2'de N değeri değişkenlerin işlendiği gözlem sayısını, aritmetik ortalama değişkenlere ait 26 yıllık dönemin ortalama değerlerini vermektedir. Standart sapma verilerin dağılımı (ortalamaya göre durumu) hakkında bilgiler sağlamaktadır. Minimum ve maksimum değerler ise değişkenlerin 26 yıllık dönemde aldıkları en düşük ve en yüksek değeri ifade etmektedir.

1992-2017 yılı için Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin ortalaması yaklaşık 241 bin civarındadır. En fazla veri işlenen gözlem sayısına sahip değişkenler kukla değişken olan Yaşayan Türk Nüfusu değişkeni ile genel nüfus değişkenleridir. İşsizlik oranı %8 seviyelerindedir. İletişim ve bilgisayar harcamalarının hizmet ticaretinin (ithalat-ihracat) yaklaşık %36'sına denk geldiği de gözlemlenmektedir. Ayrıca bu dönem için nüfusun internet kullanma ortalaması yaklaşık %31'dir. Teknoloji değişkenlerine ait verilerin 1995 yılı itibarıyla elde edilmesi, ilgili değişkenlerin değerlerini biraz aşağı çekmiş olabilir. Ayrıca önemli bir değişken olan kentleşmenin de ortalama %66 seviyelerinde olduğu Tablo 3'ten anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Genel Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	2095	5.88e+11	1.71e+12	6.52e+08	1.94e+13
	Harc. MG	1874	13235.94	15239.01	-9.753427	82019.95
	Büyüme Oranı	1740	3.643302	5.471849	-36.66869	43.94274
	Gini Katsayısı	710	160.6325	3334.586	16.2	67.2
	İstihdam	2129	2.98e+07	9.59e+07	147806	7.87e+08
	İşsizlik	2132	8.770191	6.146931	0.122	37.25
	Gider	1486	28.93453	10.5263	3.895282	92.25092
	Hizmet Ticareti	1847	20.0726	24.4889	1.74892	301.3771
Reel Döviz Kuru	2004	99.89401	25.22214	30.38222	779.7657	
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	2133	0.3536585	0.4782169	0	1
	Nüfus	2133	6.44e+07	1.91e+08	414	1.39e+09
	Ortalama Ömür	2131	73.57321	5.768225	51.6	83.8
	Doğum Sayısı	2131	1149638	3567305	6	2.79e+07
	Ölüm Sayısı	2131	483260.9	1416768	39	1.00e+07
	Kentleşme	2130	66.37469	18.91797	20.61	100
65+ Nüfus	2129	5188121	1.37e+07	6675	1.48e+08	
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	1995	241177.7	571142	1105	5580792
	Seyahat Hizmetleri	1820	25.16334	11.8537	.0028677	79.99835
	Seyahat Eşyası Harcaması	1767	8.92e+09	1.95e+10	1700000	2.58e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	1821	32.22974	14.14918	.287464	89.93719
	Uluslararası turizm	1786	1.03e+10	2.19e+10	1700000	2.58e+11
Havayolu Taşımacılığı	2030	2.58e+07	8.17e+07	0	8.49e+08	
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	1829	36.45761	21.79857	-379.717	100
	İnternet Kullanan Bireyler	1962	31.46642	30.88275	0	98.24002
	İletişim bilgisayar (ithalat)	1822	36.06492	15.27571	.1785714	90.85912

Asya kıtası ülke grubuna ilişkin betimleyici istatistikler Tablo 3'te verilmektedir. Bu ülke grubunda her bir değişken için kullanılan toplam gözlem sayısı 624'tür. Bu ülke grubu için Türkiye'yi ziyaret eden minimum ve maksimum turist sayıları değişmekte olup minimum sayı 104, maksimum sayı 2,5 milyon civarındadır. 26 yıllık periyot için ortalama turist sayısı ise Türkiye'yi ziyaret eden toplam turist sayısına göre düşük seviyelerde kalmıştır.

Tablo 4. Asya Kıtası'nın Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	601	5.94e+11	1.50e+12	4.17e+09	1.22e+13
	Harc. MG	558	10086.03	12524.12	178.5652	60396.03
	Büyüme Oranı	463	4.983551	4.293403	-10.22812	33.37178
	Gini Katsayısı	78	37.98846	5.377176	28.6	49.1
	İstihdam	621	6.75e+07	1.68e+08	229879	7.87e+08
	İşsizlik	624	5.562873	3.944939	0.122	20.279
	Gider	360	21.10786	10.47515	3.895282	92.25092
	Hizmet Ticareti	509	20.74399	19.3678	3.040887	106.387
	Reel Döviz Kuru	594	103.3818	21.22904	48.92413	285.8321
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	624	0.125	0.3309842	0	1
	Nüfus	624	1.45e+08	3.30e+08	49212	1.39e+09
	Ortalama Ömür	623	72.36308	5.575	58.5	83.8
	Doğum Sayısı	623	2795628	6184208	497	2.79e+07
	Ölüm Sayısı	623	1034484	2439758	131	1.00e+07
	Kentleşme	623	66.26051	24.13814	20.61	100
	65+ Nüfus	621	9422310	2.29e+07	6675	1.48e+08
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	607	109812.2	260598.1	104	2501948
	Seyahat Hizmetleri	500	22.91622	11.28183	2.793168	79.99835
	Seyahat Eşyası Harcaması	494	8.84e+09	2.43e+10	9000000	2.58e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	513	37.7169	14.11876	8.226794	80.73713
	Uluslararası turizm	513	9.88e+09	2.42e+10	9000000	2.58e+11
	Havayolu Taşımacılığı	600	2.53e+07	5.34e+07	17.63309	5.51e+08
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	506	43.0391	24.42313	.3462058	100
	İnternet Kullanan Bireyler	560	24.98658	28.1657	0	97.99999
	İletişim bilgisayar (ithalat)	514	33.76583	15.78884	0.8470201	90.85912

Asya kıtasındaki ülkelere ilişkin betimleyici değerler incelendiğinde ilk olarak yıllık büyüme oranları göze çarpmaktadır. Yıllık büyüme oranı ortalama %5 seviyelerinde olup, bu oran dünya geneli için iyi bir oran olarak kabul edilebilir. Bununla birlikte Tablo 4'e göre internet kullanan bireylerin ortalaması yaklaşık %25 ile oldukça düşük bir seviyede kalmıştır. İşsizlik oranının ortalaması ise yaklaşık %5,5'tir. Kentleşme ve ortalama ömür değişkenlerine ait ortalama değerler düşük bir oranda kalmıştır. Bununla birlikte hizmet ticareti GSYH'nin ortalama %21'ine denk gelmektedir. Bölgede yaşayan Türk nüfus olan ülke sayısının da oldukça az olduğu ifade edilebilir. Son olarak bu ülkelerdeki iletişim, bilgisayar vb. kazançları hizmet ihracatlarının yaklaşık %43'üne denk iken; iletişim, bilgisayar vb. harcamaları toplam hizmet ithalatlarının yaklaşık %34'üne denk gelmektedir.

Tablo 5. Amerika Kıtası'nın Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	205	2.11e+12	4.26e+12	4.60e+10	1.94e+13
	Harc. MG	198	12211.19	12530.06	1166.441	49574.33
	Büyüme Oranı	203	2.994875	3.972665	-13.20443	17.7511
	Gini Katsayısı	114	49.01842	6.825428	31.3	60.1
	İstihdam	208	4.44e+07	4.73e+07	5288626	1.63e+08
	İşsizlik	208	8.286053	3.474537	2.49	20.52
	Gider	150	21.06428	5.22716	10.87185	36.51037
	Hizmet Ticareti	205	6.691998	2.688479	2.055087	13.65981
Reel Döviz Kuru	207	97.1526	53.41556	40.24726	779.7657	
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	208	0.375	0.4852909	0	1
	Nüfus	208	9.32e+07	9.35e+07	1.36e+07	3.26e+08
	Ortalama Ömür	208	75.18221	3.53071	66.1	82.4
	Doğum Sayısı	208	1573256	1403803	58115	4186756
	Ölüm Sayısı	208	628767.2	771715.9	801	2713207
	Kentleşme	208	81.98817	5.883978	69.31	91.89
	65+ Nüfus	208	8608224	1.18e+07	786499	5.02e+07
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	208	84109.83	170462.7	1001	798787
	Seyahat Hizmetleri	207	28.00335	9.131046	8.547862	51.06614
	Seyahat Eşyası Harcaması	183	1.64e+10	2.73e+10	6.20e+08	1.35e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	207	30.81251	9.501651	13.78625	55.86874
	Uluslararası turizm	183	2.09e+10	3.54e+10	9.04e+08	1.74e+11
	Havayolu Taşımacılığı	208	1.03e+08	2.17e+08	1905800	8.49e+08
Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	207	33.16415	16.90841	1.115254	63.63997
	İnternet Kullanan Bireyler	201	30.83452	27.84532	.0029929	91.16
	İletişim bilgisayar (ithalat)	207	32.44746	11.4254	7.460362	59.98074

Amerika kıtası ülkelerinin betimleyici istatistikleri Tablo 5'te verilmektedir. Değişkenlere ait veri işlenen gözlem sayısı sadece 208'dir. Amerika kıtasının büyüklüğü dikkate alındığında bu oldukça düşüktür. Ancak kıtadan Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkeler değerlendirmeye alındığı için bunun anlamlı bir veri olduğu söylenebilir. Bağlamında Türkiye'ye ilgili ülke grubunda gelen turistlerin ortalaması ilgili dönem için sadece 84109,83'tür. Bu diğer ülke gruplarına göre oldukça düşük bir orandır. Bunda rol oynayan çok sayıda etken olmakla birlikte, mesafenin uzak olmasının en belirleyici faktör olduğu düşünülmektedir. Bu uzaklığın bir göstergesi olarak ülkede yaşayan Türk nüfusu ortalaması da oldukça düşüktür. Doğum ve ölüm sayılarının ortalamaları dikkate alındığında ortada ciddi bir fark söz konusudur. Doğum sayısı ortalaması ölüm sayısının aşağı yukarı 2 katından fazladır. Bununla birlikte işsizlik oranı %8,2 seviyelerindedir. Ortalama ömrün ortalaması 75 iken, kentleşme oranının ortalaması %80'i aşmıştır. Bölge büyüme oranının ortalaması da yaklaşık %3 seviyelerindedir. Teknolojik değişkenlerin değerlerine ilişkin ortalamalar birbirine çok yakın ve %30 seviyelerindedir. Bununla birlikte bölgede seyahat ve ulaştırma hizmetleri, hizmet ticareti içerisinde önemli bir paya sahiptir.

Tablo 6. Asya Kitası'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin OLS, SE, RE Modelleri Regresyon Sonuçları

Değişkenler	GENEL			ASYA KITASI		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler
GSYH	-2.01e-08 (5.06e-08)	5.12e-08 (5.79e-08)	-6.94e-08 (4.78e-08)	1.25e-07 (6.14e-07)	4.92e-07 (1.65e-06)	1.25e-07 (6.14e-07)
Kişi Harcanabilir MG	-12.53*** (2.268)	-17.26*** (4.318)	-16.26*** (3.342)	-10.92 (26.66)	-32.55 (48.51)	-10.92 (26.66)
Büyüme Oranı	-6,972*** (2,438)	-2,003 (3,511)	-2,285 (3,128)	2,153 (6,189)	7,635 (8,525)	2,153 (6,189)
Gini Katsayısı	-1.824 (3.121)	0.690 (2.576)	0.253 (2.655)	-5,927 (14,249)	-84,432 (52,462)	-5,927 (14,249)
İstihdam	0.0584*** (0.00686)	0.115*** (0.0144)	0.0731*** (0.00891)	0.0147 (0.0289)	-0.0661 (0.0682)	0.0147 (0.0289)
İşsizlik	-9,925*** (3,468)	8,803 (7,092)	8,176 (5,096)	-2,682 (19,470)	-11,059 (38,336)	-2,682 (19,470)
Gider	-1,161 (1,823)	-915.9 (4,226)	-1,339 (2,829)	-6,151 (11,660)	-14,079 (17,543)	-6,151 (11,660)
Hizmet ticareti	5,093*** (937.9)	2,622 (3,187)	5,651*** (1,617)	9,027 (12,238)	43,781 (32,074)	9,027 (12,238)
Reel Döviz Kuru	646.8 (1,091)	1,277 (1,290)	2,385** (1,185)	751.3 (3,012)	1,212 (4,286)	751.3 (3,012)
Türk Nüfusu	38,341 (38,917)		59,569 (78,532)	606,784 (831,886)		606,784 (831,886)
Nüfus	-0.0500*** (0.00485)	-0.0947*** (0.00882)	-0.0573*** (0.00507)	-0.00932 (0.0123)	0.0241 (0.0290)	-0.00932 (0.0123)
Ortalama Ömür	-5,497 (5,021)	18,786 (22,566)	-4,871 (8,366)	-8,600 (70,296)	-118,720 (118,232)	-8,600 (70,296)
Doğum Sayısı	0.775*** (0.0899)	0.667*** (0.0949)	0.835*** (0.0837)	0.153 (0.211)	0.539* (0.290)	0.153 (0.211)
Ölüm Sayısı	0.493*** (0.0952)	0.307*** (0.102)	0.396*** (0.0980)	0.0215 (0.165)	0.0351 (0.250)	0.0215 (0.165)
Kentleşme	380.2 (1,370)	-4,165 (8,034)	-1,816 (2,522)	4,452 (9,996)	105,287* (55,136)	4,452 (9,996)
65+ Nüfus	0.0753*** (0.0152)	0.0753** (0.0312)	0.0706*** (0.0186)	0.0183 (0.135)	-0.0161 (0.211)	0.0183 (0.135)
Seyahat Hizmetleri	4,432** (1,817)	-239.6 (2,201)	2,202 (1,917)	597.3 (8,518)	10,009 (12,380)	597.3 (8,518)
Uluslararası Seyahat Eşyası Harcaması	0.000226*** (1.81e-05)	0.000122*** (2.46e-05)	0.000166*** (2.12e-05)	8.19e-05 (0.000123)	0.000360 (0.000217)	8.19e-05 (0.000123)
Ulaştırma Hizmetleri	9,183*** (1,860)	8,383*** (2,822)	10,921*** (2,300)	2,650 (8,138)	-2,612 (10,172)	2,650 (8,138)
Uluslararası Turizm (Gelenler)	-0.000154*** (1.62e-05)	-6.55e-05*** (2.06e-05)	-9.65e-05*** (1.87e-05)	-6.97e-05 (0.000121)	-0.000315 (0.000213)	-6.97e-05 (0.000121)
Havayolu Taşımacılığı	-0.00335*** (0.000828)	-0.00335 (0.00222)	-0.00379*** (0.000926)	-0.00152 (0.00558)	-0.0256* (0.0133)	-0.00152 (0.00558)
İletişim Bilgisayar vb. (İhracat)	1,209 (1,284)	104.3 (1,889)	1,403 (1,567)	822.2 (3,966)	1,374 (4,655)	822.2 (3,966)
İnternet Kullana Bireyler	1,965** (860.5)	2,241* (1,356)	2,451*** (821.7)	1,462 (4,884)	2,932 (5,519)	1,462 (4,884)
İletişim Bilgisayar vb. (İthalat)	4,405** (1,802)	5,577** (2,225)	6,077*** (1,918)	-229.7 (8,103)	-6,548 (10,859)	-229.7 (8,103)
Constant	-319,026 (394,506)	-677,436 (1.536e+06)	-402,379 (613,655)	239,686 (4.031e+06)	5.601e+06 (7.146e+06)	239,686 (4.031e+06)
Observations	391	391	391	40	40	40
R-squared	0.866	0.694	0.866	0.772	0.427	0.772
Number of SİRALAMA	53	53	53	8	8	8

Standard errors in parentheses; *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 6 Asya kıtası ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlere ilişkin üç model için regresyon ve anlamlılık değerlerini içermektedir. Hangi modelin tercih edileceğine karar vermek adına ilk olarak Breusch-Pagan LM testi yapılmış ve "H0: Birim etkinin varyansı sıfıra eşittir." hipotezi test edilmiştir. LM testi sonucunda hipotez kabul edilmiş ($\text{prob}>\chi^2=1,0000 > 0,05$) ve en küçük kareler (OLS) modelinin tahmin için uygun model olduğuna karar verilmiştir. Bu nedenle Asya kıtası için değerlendirmeler OLS modeli üzerinden yapılmaktadır. Tablo 6'daki OLS modeli incelendiğinde, bağımsız değişkenlerden hiçbirinin ilgili bölgeden Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile anlamlı ve bir ilişki göstermediği görülmektedir.

Tablo 7. Amerika Kıtası'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin OLS, SE, RE Modelleri Regresyon Sonuçları

Değişkenler	GENEL			AMERİKA		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler	En Küçük Kareler	Sabit Etkiler	Rassal Etkiler
GSYH	-2.01e-08 (5.06e-08)	5.12e-08 (5.79e-08)	-6.94e-08 (4.78e-08)	2.98e-08** (1.17e-08)	3.32e-08* (1.85e-08)	2.98e-08** (1.17e-08)
Kişi Harcanabilir MG	-12.53*** (2.268)	-17.26*** (4.318)	-16.26*** (3.342)	7.893* (3.926)	5.729 (4.416)	7.893** (3.926)
Büyüme Oranı	-6,972*** (2,438)	-2,003 (3,511)	-2,285 (3,128)	414.7 (1,269)	17.38 (1,406)	414.7 (1,269)
Gini katsayısı	-1.824 (3.121)	0.690 (2.576)	0.253 (2.655)	343.1 (2,839)	-3,454 (4,373)	343.1 (2,839)
İstihdam	0.0584*** (0.00686)	0.115*** (0.0144)	0.0731*** (0.00891)	-0.00218 (0.00692)	0.00271 (0.0109)	-0.00218 (0.00692)
İşsizlik	-9,925*** (3,468)	8,803 (7,092)	8,176 (5,096)	-463.4 (2,521)	-1,881 (3,235)	-463.4 (2,521)
Gider	-1,161 (1,823)	-915.9 (4,226)	-1,339 (2,829)	5,235** (2,562)	6,043* (3,056)	5,235** (2,562)
Hizmet ticareti	5,093*** (937.9)	2,622 (3,187)	5,651*** (1,617)	4,899 (6,450)	6,354 (7,254)	4,899 (6,450)
Reel Döviz Kuru	646.8 (1,091)	1,277 (1,290)	2,385** (1,185)	-1,636*** (586.9)	-1,718** (654.6)	-1,636*** (586.9)
Türk Nüfusu	38,341 (38,917)		59,569 (78,532)	-100,518 (87,297)		-100,518 (87,297)
Nüfus	-0.0500*** (0.00485)	-0.0947*** (0.00882)	-0.0573*** (0.00507)	0.000240 (0.00467)	-0.00148 (0.00706)	0.000240 (0.00467)
Ortalama Ömür	-5,497 (5,021)	18,786 (22,566)	-4,871 (8,366)	-1,054 (7,091)	28,636 (22,351)	-1,054 (7,091)
Doğum Sayısı	0.775*** (0.0899)	0.667*** (0.0949)	0.835*** (0.0837)	0.0174 (0.0785)	0.0237 (0.131)	0.0174 (0.0785)
Ölüm Sayısı	0.493*** (0.0952)	0.307*** (0.102)	0.396*** (0.0980)	-0.0239 (0.0563)	-0.0583 (0.0614)	-0.0239 (0.0563)
Kentleşme	380.2 (1,370)	-4,165 (8,034)	-1,816 (2,522)	1,403 (2,723)	-32,187 (31,863)	1,403 (2,723)
65+ Nüfus	0.0753*** (0.0152)	0.0753** (0.0312)	0.0706*** (0.0186)	0.00536 (0.0101)	0.00395 (0.0129)	0.00536 (0.0101)
Seyahat Hizmetleri	4,432** (1,817)	-239.6 (2,201)	2,202 (1,917)	785.0 (1,244)	2,106 (1,911)	785.0 (1,244)
Uluslararası Seyahat Eşyası Harcaması	0.000226*** (1.81e-05)	0.000122*** (2.46e-05)	0.000166*** (2.12e-05)	-3.68e-06 (9.31e-06)	-7.48e-06 (1.01e-05)	-3.68e-06 (9.31e-06)
Ulaştırma Hizmetleri	9,183*** (1,860)	8,383*** (2,822)	10,921*** (2,300)	-467.0 (1,376)	-1,141 (1,584)	-467.0 (1,376)
Uluslararası Turizm (Gelenler)	-0.000154*** (1.62e-05)	-6.55e-05*** (2.06e-05)	-9.65e-05*** (1.87e-05)	3.82e-06 (6.90e-06)	7.52e-06 (7.40e-06)	3.82e-06 (6.90e-06)
Havayolu Taşımacılığı	-0.00335*** (0.000828)	-0.00335 (0.00222)	-0.00379*** (0.000926)	-1.79e-05 (0.000402)	-0.000164 (0.000576)	-1.79e-05 (0.000402)
İletişim Bilgisayar vb. (İhracat)	1,209 (1,284)	104.3 (1,889)	1,403 (1,567)	242.5 (870.6)	-533.2 (1,108)	242.5 (870.6)
İnternet Kullana Bireyler	1,965** (860.5)	2,241* (1,356)	2,451*** (821.7)	-1,160* (627.6)	-951.1 (915.9)	-1,160* (627.6)
İletişim Bilgisayar vb. (İthalat)	4,405** (1,802)	5,577** (2,225)	6,077*** (1,918)	-1,184 (1,488)	-1,855 (1,736)	-1,184 (1,488)
Constant	-319,026 (394,506)	-677,436 (1.536e+06)	-402,379 (613,655)	-16,438 (472,060)	685,500 (1.357e+06)	-16,438 (472,060)
Observations	391	391	391	68	68	68
R-squared	0.866	0.694	0.866	0.978	0.894	0.978
Number of SİRALAMA	53	53	53	7	7	7

Standard errors in parentheses; *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Tablo 7 Amerika Kıtası'ndan Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlere ilişkin üç model için regresyon ve anlamlılık değerlerini içermektedir. Kullanılacak modelin tespiti ile ilgili ilk olarak Breusch-Pagan LM testi yapılmış ve "H0: Birim etkinin varyansı sıfıra eşittir." hipotezi test edilmiştir. LM testi sonucunda hipotez kabul edilmiş ($\text{prob} > \chi^2 = 1,0000 > 0,05$). Bu nedenle diğer testlere gerek kalmamış ve tahmin için en küçük kareler (OLS) modelinin uygun model olduğuna karar verilmiştir. Dolayısıyla Amerika kıtası için değerlendirmeler OLS modeli üzerinden yapılmaktadır.

Tablo 7 Amerika kıtasının regresyon modellerinin hemen yanında Türkiye turizm talep tahmininin genel değerlendirmesine ilişkin regresyon modelleri de verilmiştir. Bu sayede karşılaştırma imkânı elde edilmektedir. Ayrıca genel değerlendirmede geçerli model sabit etkiler modelidir.

Amerika kıtası ülke grubu için bütün değişken grupları içerisinde GSYH, kişi başı harcanabilir milli gelir, gider, reel döviz kuru ve internet kullanan bireyler değişkenleri Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu değişkenlerden reel döviz kuru %99 güven aralığında (%1 hata payı), GSYH ve gider değişkenleri %95 güven aralığında (%5 hata payı), kişi başı harcanabilir gelir ve internet kullanan bireyler değişkenleri ise %90 güven aralığında (%10 hata payı) anlamlıdır. Reel döviz kuru ile ilgili sonuç Dinçer ve arkadaşlarının (2015) yaptıkları çalışmanın sonuçları ile de benzerlik göstermektedir. Özellikle kişi başı harcanabilir gelir ve internet kullanan bireyler değişkenlerine ilişkin bulgular oldukça ilginçtir. Çünkü bu kısma kadar değerlendirilen ülkeler için anlamlı çıkan kişi başı harcanabilir gelir ile Türkiye'nin turizm talebi negatif, internet kullanan bireyler ile pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Burada ise tam tersi bulgulara rastlanmıştır. Örneğin bu ülke grubunda internet kullanan bireyler bir birim arttığında, Türkiye'ye yönelik turizm talebi 1,1 birim azalmaktadır. Amerika kıtası için R^2 değeri %97'dir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bir ülkeye yönelik turizm talebini etkileyen çok sayıda faktörün olduğu bilinmektedir. Bu faktörler turist kabul eden ülke ile ilgili olabileceği gibi turist gönderen ülke ile ilgili de olabilmektedir. Bu anlamda ekonomik, sosyal, demografik, coğrafi, teknolojik ve genel olarak turizm ve seyahat alanlarındaki gelişmelerin ortaya çıkardığı faktörlerden biri, bazıları veya hepsi birlikte bir ülkeye olan turizm talebini etkileme gücüne sahiptir. Bu faktörlerin tamamı birlikte düşünüldüğünde, özellikle turist gönderen ülkelerden kaynaklı olarak, farklı destinasyonlara olan turizm talebini etkileme karakteri gösterebilecekleri söylenebilir. Bu çalışmanın sonucuna göre genel olarak Türkiye'ye turist gönderen ülkelere ait çoğu değişken ilgili ülkelerden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkilemektedir.

Asya kıtasında Türkiye'ye yönelik talebi etkileyen herhangi bir faktör tespit edilememiştir. Ancak istatistiksel uyumluluk için analizde devre dışı bırakılan uzaklık, vize uygulaması, dini inanç ve politik değişkenlerin burada sonuç üretebilecek düzeyde değişkenler olduklarını söylemek gerekir. Amerika kıtasından ise Türkiye'ye yönelik talebi sadece dört değişken etkilemiştir. GSYH ve kişi başı harcanabilir gelir bölgeden Türkiye'ye yönelik talebi olumlu etkilemektedir. Bu özellikle Avrupa ülkelerinin ağırlıklı olduğu gruplarda negatif çıkmaktadır. Aynı şekilde internet kullanımı bölgeden Türkiye'ye yönelik talep ile diğer ülke gruplarının tersine negatif bir ilişki göstermektedir. Bu sonuç için mesafe ve çekicilik unsurlarının belirleyici oldukları söylenebilir.

Bu çalışma kapsamında bazı öneriler getirmek mümkündür. İlk olarak Türkiye ile ilgili turizm tanıtımlarında turist gönderen ülkelerin ekonomik gelişmişlikleri, sosyal refah düzeyleri, coğrafi mesafe ve kültürel yakınlıkların dikkate alınması gerektiği söylenebilir. Teknoloji kullanımı ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında pozitif bir etkileşim söz konusudur. Burada konu teknoloji üretiminden ziyade teknoloji kullanımınıdır. Özellikle iletişim, bilgisayar ve internet konuları burada ön plana çıkmıştır. Bu anlamda teknoloji kullanım oranı yüksek turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılayacak bir politika yürütülebilir. Örneğin e-spor faaliyetleri geliştirilebilir. Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında güçlü ve kaliteli destinasyon imajına sahip olması, harcanabilir geliri yüksek turist profilinin Türkiye'yi tercih etmesini sağlayabilir. Böyle bir imaj çalışması yürütülebilir. Türkiye'yi ziyaret eden turistler alışveriş yapmaya meyillidir. Bu anlamda ülkenin hediyelik eşya ve alışveriş imkânlarının geliştirilmesi daha fazla turizm gelirinin elde edilmesini sağlayabilir. Türkiye'ye turist gönderen ülke gruplarının ekonomik, sosyal ve politik birliklikleri dikkate alınarak en uygun tanıtım ve etkinlik faaliyetlerinin yapılması ülkeye daha

fazla turist çekmeye aracılık edebilir. Ayrıca uzak ülkelere ilişkin önemli tanıtım faaliyetleri yürütülmelidir. Bu bölgelerden talebi çekebilecek adımlar atılmalı ve bunların tanıtılması için faaliyetler yürütülmelidir.

MAKALE BİLGİ FORMU

Yazar(lar)ın Notları

Bu çalışma Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde sunulan "Türkiye'nin Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Sosyo-Ekonomik Açından Ampirik Olarak Değerlendirilmesi" başlıklı doktora tezinden geliştirilmiştir.

Yazar(lar)ın Katkıları

ÜŞ: Çalışma fikrinin oluşturulması, verilerin toplanması ve tasnifi, kaynak taraması, sonuçların yorumlanması, makale yazımı ve yayınlama süreci;

BZ: Çalışmanın eleştirel incelemesi ve son okuması;

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

"Asya ve Amerika'nın Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler: Panel Veri Analizi" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde "Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin" hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir"

Teşekkür

Çalışmamız sırasında bize destek ve katkı sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Kenan ERKAN ve Arş. Gör. Abdüssamed KOÇ'a teşekkürlerimizi sunarız.

Kaynakça

- Acaravcı, A. ve Bostancı, F. (2011). Makroekonomik Değişkenlerin Etkisinde Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkileri: Türkiye Ekonomisi İçin Ampirik Bir Çalışma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2). 56-68
- Alaeddinoğlu, F. (2006). Van İli'nin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. *Basılmamış Doktora Tezi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atakan, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Haftanın Günü Etkisi ve Ocak Ayı Anomalilerinin ARCH-GARCH Modelleri ile Test Edilmesi. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 37 (2). 98-110
- Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi; Genel ve Yapısal Yaklaşım. Ankara: Detay Yayıncılık
- Bahar, O. (2006). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 13 (2). 137-150
- Bahar, O. ve Bozkurt, K. (2010). Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm- Ekonomik Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Analizi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (2). 255-265.
- Cooper, C. P., Fletcher, J. Gilbert, D. G. ve Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles, and Practice*, London: Pitman Publishing
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, (6). 1-18
- Claveria, O., Monte, E. ve Torra, S. (2013). Tourism Demand Forecasting with Different Neural Networks Models. Regional Quantitative Analysis Research Group Working Paper, (13), 1-20
- Deluna, R. J. ve Jeon, N. (2014). Determinants of International Tourism Demand for the Philippines: An Augmented Gravity Model Approach. Munich Personal Repec Archive: MPRA, MPRA Paper No. 55294
- Diaz, M. A., Gomez, M. G. ve Giraldez, S. O. (2012). Estimating International Tourism Demand to Spain Separately by the Major Source Markets. *Working Paper*, 12 (4). 1-12
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2). 205-220
- Dinçer, M. Z., ve Dinçer, F. İ. ve Ustaoglu, M. (2015). Reel Effective Exchange Rate Volatilities Impact On Tourism Sector In Turkey: An Empirical Analysis Of 2003-2014. *Procedia Economics and Finance*, (23). 1000-1008

- Dornbusch, R. ve Fischer, S. (1998). *Makroekonomi*. Erhan Yıldırım (Çev. Ed.), Salih Ak, Mahir Fisunoğlu, Refia Yıldırım (Çev.), Ankara: Akademi Yayınları
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basım Yayın Yüksek Okul Yayınları
- Erdoğan, M. (2014). Arz, Talep ve Piyasa Dengesi, Mustafa Özer ve Ahmet Tiryaki (Ed.), *İktisada Giriş I İçinde*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları. ss.28-46
- Heckman, J. J. (1975). *Dummy Endogenous Variables In A Simultaneous Equation System*. National Bureau of Economic Research, Inc. 204 Junipero Serra Boulevard, Stanford, CA 94305
- İbiş, S. ve Batman, O. (2015). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi. 2. *Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 476-490, Kuşadası/Aydın
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, (8). 87-112
- Karafiath, I. (1988). Using Dummy Variables In The Event Methodology. *The Financial Review*, 23 (3). 351-357
- Küçüktopuzlu, F. (1991). Türkiye'ye Olan Turistik Talebin Yapısal Analizi. *Turizm Yıllığı*, Ankara: Sınai Kalkınma Bankası Yayınları
- Kültürel Bellek, (2018). Turist Kimdir, Kimler Turist Sayılır, <http://www.kulturelbellek.com/turist-kimdir-kimler-turist-sayilir/>, ET: 13.10.2018
- LaVeist, T. A. (1994). Beyond Dummy Variables and Sample Selection: What Health Services Researchers Ought to Know about Race as a Variable. *HSRK Health Services Research*, 29 (1). 1-16
- Mathieson, A. ve Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman Publishing
- McConnell C. R. ve Brue, S. L. (2005). *Macroeconomics Principles, Problems and Policies*. New York: McGraw-Hill Irwin
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi). (2011). Piyasaları İzlemek, MEB Muhasebe ve Finansman Ders Modülü, http://megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Piyasalar%C4%B1%20%C4%B0zlemek.pdf, ET: 10.06.2018
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları
- Reece, W. S. (2010). *The Economics of Tourism*, Prentice Hall, New Jersey: Pearson Education In- Upper Sandle River
- Rızaoğlu, B. (2007). *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Roney, S. A. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Selçuk, G. N. ve Çatal, M. F. (2007). Turizmin Erzurum Ekonomisi İçin Önemi, *Ekev Akademi Dergisi*, 11(31): 297-306
- Sevinç, E. (2013). Çoklu Regresyon Korelasyon Analizinde Varsayımdan Sapmalar ve Çimento Sektörü Üzerine Uygulama. <http://serpam.org/wp-content/uploads/Sevinc2013.pdf>, Erişim Tarihi: 30.05.2019
- Seyidoğlu, H. (2001). *Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük İngilizce-Türkçe*. İstanbul: Güzel Can Yayınları
- Şengel, Ü. (2015). Bitlis İlinin Kalkınmasında Turizmin Rolü: Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Tarı, R. (2016). *Ekonometri: Geleneksel Yöntemleri, Zaman Serileri Analizi, Panel Veri Analizleri*. Kocaeli: KÜV Yayınları
- Tatoğlu, F.Y. (2016). *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayıncılık
- Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerine Etkisi: 1963-2011. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7 (14). 339-352
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ünsal, E. M. (2014). *Makro İktisada Girişi*. Ankara: İmaj Kitapevi
- Ünusan, Ç. ve Sezgin, M. (2004). *Turizm Pazarlaması*. Konya: Atlas Kitabevi
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 9 (1). 1-18